

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

**ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ  
ΑΜΕΑ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ**

Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών Μάνατζμεντ Τουριστικών  
Επιχειρήσεων και Οργανισμών

2018

**Επιμέλεια: Ντέρος Παναγιώτης**

**Επιβλέπων Καθηγητής: Βασιλειάδης Χρήστος**

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ – ΑΦΙΕΡΩΣΕΙΣ**

Θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές μου ευχαριστίες στον καθηγητή μου και διευθυντή του ΠΜΣ “Μάνατζμεντ των Τουριστικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών” κύριο Βασιλειάδη Χρήστο για τη συμβολή του στις μεταπτυχιακές σπουδές μου αλλά και στην υλοποίηση της παρούσας εργασίας, καθώς και όλους τους υπόλοιπους διδάσκοντες που με την καθοδήγηση και τις γνώσεις τους συνέβαλαν στην ακαδημαϊκή μου εξέλιξη μέχρι σήμερα.

Η παρούσα μελέτη είναι αφιερωμένη στην οικογένεια μου για την υποστήριξη που μου δείχνει όλα αυτά τα χρόνια...

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Τα άτομα με αναπηρίες αποτελούν μία ευπαθή ομάδα σε κάθε κοινωνία. Το γεγονός και μόνο ότι υστερούν είτε σωματικά είτε νοητικά σε μία πλήρως ανταγωνιστική κοινωνία στην οποία ο καλύτερος κερδίζει περισσότερα και ο πιο αδύναμος παραγκωνίζεται, τους τοποθετεί σε μία ευάλωτη θέση η οποία επιβαρύνεται συνήθως και από την αδυναμία τους να κατανοήσουν τη δυσμενή τους θέση. Η ανταγωνιστικότητα και η περιθωριοποίηση αυτών των ανθρώπων γίνεται σταδιακά ξεκινώντας από το σχολικό περιβάλλον και κορυφώνεται με την ανεργία λόγω έλλειψης μέριμνας για θέσεις εργασίας στις οποίες θα μπορούσαν να συνεισφέρουν άτομα με ειδικές ανάγκες.

Από την αρχή της σχολικής ζωής τα άτομα με αναπηρίες αντιμετωπίζουν απαξίωση και περιθωριοποίηση καθώς είτε υστερούν κινητικά και δεν μπορούν να κινηθούν και να παίξουν εξίσου με άλλα παιδιά της ηλικίας τους είτε νοητικά και θεωρούνται ανάξιοι κοινωνικής προσοχής. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την μη ανάπτυξη της κοινωνικοποίησης που χρειάζεται κάθε παιδί για να αναπτυχθεί εσωτερικά και ψυχολογική πίεση και θλίψη.

Παρά το γεγονός ότι οι σύγχρονες κοινωνίες στην πλειοψηφία τους προσπαθούν να οργανώσουν τα συστήματα λειτουργίας τους προκειμένου να καλύψουν όλα τα πληθυσμιακά κομμάτια που τις απαρτίζουν, τα εμπόδια και οι δυστοκίες προσαρμογής είναι πολυάριθμα και αρκετές φορές ανυπέρβλητα για τα άτομα που είναι εμποδιζόμενα ή πάσχουν από αναπηρίες.

Οι περισσότεροι φορείς στερούνται των απαραίτητων υποδομών για να δεχτούν και να εξυπηρετήσουν αυτήν την ομάδα ατόμων στην καθημερινότητα τους, πόσο μάλλον σε θέματα που αφορούν στην ψυχαγωγία τους. Η παρούσα μελέτη ασχολείται με την αγορά τουριστικών καταλυμάτων για τα άτομα με αναπηρίες και ποιοι είναι οι τρόποι που η επιδίωξη τουριστικών δραστηριοτήτων καθίσταται εφικτή από τα εν λόγω άτομα.

## **ABSTRACT**

Persons with disabilities form a fragile group in every society. The single fact that they are lacking physical or mental abilities inside a fully competitive society in which the strongest is prevailing and the weakest is left aside, is the reason why they are finding themselves in a vulnerable position, which is also getting worse usually due to their weakness of understanding their unfavorable position. The marginalization of these persons is done progressively, starting from the school environment and reaching its peak with the unemployment due to the lack of special care for job positions where persons with disabilities could be employed.

From the beginning of their school life, persons with disabilities face scorn and marginalization due to the fact that they either lack physical abilities and they can't move and play in the same way that the other kids can, or they lack mental abilities and they are considered unworthy of social attention. This results in insufficient socialization, something which is essential for every kid's internal development, as well as psychological pressure and despair.

Although most modern societies try to organize their functions so that they can cover the needs of all their different social groups, the obstacles and the difficulties in this adaptation are too many and often incomparable for the persons with disabilities.

Most social services lack the infrastructure required for serving this group of persons during their everyday and things are only getting worse when the entertainment places are concerned. The current study showcases the state for the persons with disabilities in concern to the tourist accommodations and what are the actions that they can do to make tourism a reality for them.

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ – ΑΦΙΕΡΩΣΕΙΣ.....	1
ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....	2
ABSTRACT .....	3
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ .....	4
ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΙΚΟΝΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ .....	7
ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 .....	11
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ .....	11
ΒΙΒΛΙΟΦΡΑΦΙΚΗ ΚΑΙ ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	11
Ορισμοί του προσβάσιμου τουρισμού .....	11
Ορισμοί της αναπηρίας.....	11
Η γενική ζήτηση για προσιτό τουρισμό .....	12
Εξέλιξη του προσβάσιμου τουρισμού - πλευρά ζήτησης .....	12
Τα έξοδα ταξιδιού και ο ταξιδιώτης με αναπηρίες ως πελάτης.....	13
Ένταση και συχνότητα ταξιδιού.....	14
Τρέχοντα προβλήματα που παρεμποδίζουν την προσβασιμότητα - η πλευρά της προσφοράς.....	15
Σχεδιάζοντας μια ολοκληρωμένη λύση .....	17
Ανάλυση αγοραίας αξίας .....	18
Εννοιολογική Προσέγγιση του Τουρισμού .....	19
Είδη Τουρισμού .....	21
Το Τουριστικό Προϊόν .....	23
Εννοιολογική προσέγγιση και χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος.....	23
Η Ζήτηση και η Προσφορά του Τουριστικού Προϊόντος .....	25
Η τουριστική ζήτηση.....	26
Η τουριστική προσφορά.....	27
Η σημασία του τουρισμού στην παγκοσμια οικονομία.....	29
Ο τουρισμός στην Ελλάδα.....	31
Ο τουρισμός της Ελλάδας σε αριθμούς .....	31
S.W.O.T. ανάλυση του τουρισμού στην Ελλάδα.....	34
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 .....	36
ΑΤΟΜΑ ΜΕ ΑΝΑΠΗΡΙΑ.....	36
Εννοιολογική Προσέγγιση της Αναπηρίας .....	36

Μορφές και είδη αναπηρίας.....	37
Σωματική Αναπηρία .....	38
Οπτική Αναπηρία.....	38
Ακουστική Αναπηρία .....	38
Διαταραχές Ψυχικής Υγείας .....	39
Διανοητικές Αναπηρίες .....	39
Μαθησιακές Αναπηρίες και Δυσκολίες .....	40
ΜΟΝΤΕΛΑ ΤΗΣ ΑΝΑΠΗΡΙΑΣ .....	41
Το ιατρικό ή ατομικό μοντέλο .....	41
Το κοινωνικό μοντέλο αναπηρίας.....	43
Το επαγγελματικό μοντέλο .....	45
Το φιλανθρωπικό μοντέλο .....	45
Το ηθικό / θρησκευτικό μοντέλο .....	45
Το μοντέλο ενδυνάμωσης .....	45
Το οικονομικό μοντέλο.....	46
Το μοντέλο της αγοράς .....	46
Η προσβασιμότητα για τα άτομα με αναπηρίες.....	46
ΤΑ ΑΡΙΘΜΗΤΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΤΗΣ ΑΝΑΠΗΡΙΑΣ .....	48
ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΤΟΜΩΝ ΜΕ ΑΝΑΠΗΡΙΕΣ .....	50
Η Διεθνής Σύμβαση των Ηνωμένων Εθνών για τα Δικαιώματα των Ατόμων με Αναπηρία του Ο.Η.Ε. ....	50
Ισχύον Νομοθετικό Πλαίσιο στην Ελλάδα για ΑμεΑ και εμποδιζόμενα άτομα .....	53
Η κατηγορία ατόμων με κινητικά προβλήματα .....	55
Αίτια εμφάνισης κινητικής αναπηρίας.....	55
Τρόποι αντιμετώπισης της κινητικής αναπηρίας.....	60
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 .....	61
ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ .....	61
ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ .....	61
Η έννοια της αγοράς.....	61
Τμηματοποίηση της αγοράς.....	62
Κριτήρια τμηματοποίησης της αγοράς καταναλωτών.....	63
Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ .....	64
κεφάλαιο 4 .....	66
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΗΡΙΑ .....	66

ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ .....	66
Υποχρεώσεις τουριστικών καταλυμάτων για τα ΑμεΑ .....	69
Η οικονομική σημασία του τουρισμού για τα ΑμεΑ.....	71
Τα εμπόδια στον τουρισμό για τα άτομα με ειδικές κινητικές ανάγκες .....	72
ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΚΑΙ ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ	
ΑΜΕΑ.....	77
Η περίπτωση του esamea.....	77
Η περίπτωση του Μέκλενμπουργκ .....	78
Η περίπτωση του prosvasis .....	78
Η περίπτωση του perpato .....	79
Η περίπτωση του Seatrac.....	80
Η περίπτωση του disabled friendly hotels .....	81
Η περίπτωση των Scandic Hotels .....	82
Η περίπτωση των Rural Suite Hotel Apartamentos .....	82
Η περίπτωση των Native Charming Hotels .....	83
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 .....	85
ΕΡΕΥΝΑ – ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑ .....	85
Εξαγόμενα συμπεράσματα για τα άτομα με αναπηρίες .....	85
Εξαγόμενα συμπεράσματα για τα άτομα με κινητικές αναπηρίες.....	103
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	111
ΕΠΙΛΟΓΟΣ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	112
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	113
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ – ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ .....	113
ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ – ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ.....	113
ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΙ ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ .....	116
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	118

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΙΚΟΝΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Figure 1: Η συνεισφορά του τουρισμού στο παγκόσμιο ΑΕΠ, Statista 2018 .....	30
Figure 2: Αφίξεις σε τουριστικά καταλύματα στην Ελλάδα, 2006-2017, Statista, 2018 .....	33
Figure 3: Τουρίστες στην Ελλάδα βάσει προέλευσης .....	33
Figure 4: Ιατρικό μοντέλο αναπηρίας.....	43
Figure 5: Κοινωνικό μοντέλο αναπηρίας.....	44
Figure 6: Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικία σας .....	86
Figure 7: Φύλο .....	87
Figure 8: Παρακαλώ επιλέξτε το επίπεδο σπουδών σας .....	88
Figure 9: Περιοχή μόνιμης κατοικίας .....	89
Figure 10: Ποιο είναι το είδος αναπηρίας που αντιμετωπίζετε; .....	90
Figure 11: Κατοικείτε σε αστικό κέντρο ή επαρχία; .....	91
Figure 12: Εργάζεστε αυτή την περίοδο;.....	92
Figure 13: Η περιοχή που κατοικείτε σε τι βαθμό διαθέτει τις απαραίτητες υποδομές για εσάς; .....	92
Figure 14: Πόσο συχνά ταξιδεύετε; (με διανυκτέρευση) .....	93
Figure 15: Ποιοι είναι οι κύριοι λόγοι που ταξιδεύετε? .....	94
Figure 16: Σε τι βαθμό η αναπηρία που έχετε καθορίζει τον προορισμό σας; .....	95
Figure 17: Συνήθως ταξιδεύετε (προορισμός).....	96
Figure 18: Συνήθως ταξιδεύετε (άτομα).....	97
Figure 19: Ποιο-α μέσα μαζικής μεταφοράς θεωρείτε ότι είναι καλύτερα προσαρμοσμένα στις ανάγκες σας;.....	98
Figure 20: Πριν την επίσκεψή σας σε έναν χώρο ενημερώνεστε για τις εγκαταστάσεις που διαθέτει για τα ΑμεΑ; .....	99
Figure 21: Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι οι τουριστικές εγκαταστάσεις (ξενοδοχεία, αεροδρόμια, λιμάνια, αξιοθέατα, εστιατόρια κοκ) της Ελλάδας πληρούν τα κριτήρια προσβασιμότητας για τα ΑμεΑ; .....	100
Figure 23: Εφόσον μείνετε ικανοποιημένος-η από ένα τουριστικό κατάλυμα που διαθέτει κατάλληλες υποδομές για εσάς, πόσο πιθανό είναι να το προτιμήσετε πάλι; .....	101
Figure 24: Μπορεί ένα τουριστικό κατάλυμα να είναι ο βασικός λόγος που θα επιλέξετε τον ίδιο προορισμό για κάποιο μελλοντικό ταξίδι σας;.....	102



Figure 25: Σε γενικές γραμμές πόσο εύκολο θεωρείτε για ένα ΑμεΑ σήμερα να ταξιδέψει και να κάνει τουρισμό; .....	103
Figure 26: Περιοχή μόνιμης κατοικίας .....	104
Figure 27: Κατοικείτε σε αστικό κέντρο ή επαρχία; .....	105
Figure 28: Εργάζεστε αυτή την περίοδο; .....	105
Figure 29: Η περιοχή που κατοικείτε σε τι βαθμό διαθέτει τις απαραίτητες υποδομές για εσάς; .....	106
Figure 30: Σε τι βαθμό η αναπηρία που έχετε καθορίζει τον προορισμό σας; .....	106
Figure 31: Πόσο συχνά ταξιδεύετε; (με διανυκτέρευση) .....	107
Figure 32: Πριν την επίσκεψή σας σε έναν χώρο ενημερώνεστε για τις εγκαταστάσεις που διαθέτει για τα ΑμεΑ; .....	107
Figure 33: Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι οι τουριστικές εγκαταστάσεις (ξενοδοχεία, αεροδρόμια, λιμάνια, αξιοθέατα, εστιατόρια κ.ο.κ) της Ελλάδας πληρούν τα κριτήρια προσβασιμότητας για τα ΑμεΑ; .....	108
Figure 34: Ποιος-οι είναι οι βασικοί λόγοι που θα σας αποθάρρυναν να πραγματοποιήσετε ένα ταξίδι; .....	108
Figure 35: Εφόσον μείνετε ικανοποιημένος-η από ένα τουριστικό κατάλυμα που διαθέτει κατάλληλες υποδομές για εσάς, πόσο πιθανό είναι να το προτιμήσετε πάλι; .....	109
Figure 36: Μπορεί ένα τουριστικό κατάλυμα να είναι ο βασικός λόγος που θα επιλέξετε τον ίδιο προορισμό για κάποιο μελλοντικό ταξίδι σας; .....	109
Figure 37: Σε γενικές γραμμές πόσο εύκολο θεωρείτε για ένα ΑμεΑ σήμερα να ταξιδέψει και να κάνει τουρισμό; .....	110

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα εργασία έχει ως στόχο τη συλλογή, την παρουσίαση και την ερμηνεία δεδομένων προκειμένου να εξάγει συμπεράσματα σε ότι αφορά τα άτομα με αναπηρίες και την εμπειρία τους στην τουριστική βιομηχανία και κυρίως στην αγορά καταλυμάτων. Η αντιμετώπιση των εν λόγω ατόμων έχει απασχολήσει και συνεχίζει να απασχολεί τόσο την επιστημονική κοινότητα, όσο και την ίδια την κοινωνία αφού ένα σημαντικό ποσοστό ατόμων αντιμετωπίζουν κάποια παροδική ή μόνιμη μορφή σωματικής ή ψυχικής αναπηρίας. Πρόκειται για μία προσέγγιση που στοχεύει στην εξαγωγή συμπερασμάτων βάσει του τρόπου που βιώνουν τον τουρισμό τα άτομα με αναπηρίες και πιο συγκεκριμένα τα άτομα με κινητικά προβλήματα των οποίων το επίπεδο διαβίωσης και ανεξαρτησίας συνδέεται άμεσα με τις κοινωνικές εγκαταστάσεις και υποδομές. Η δομή της μελέτης αποτελείται από πέντε βασικά κεφάλαια.

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μια γενική προσέγγιση στον κλάδο του τουρισμού, στον τρόπο που διαμορφώθηκε με την πάροδο των χρόνων και την αξία που έχει για την παγκόσμια κοινότητα μέχρι και σήμερα.

Στο δεύτερο κεφάλαιο εξετάζεται η αναπηρία ως φαινόμενο, πως αντιμετωπίζονται τα άτομα με αναπηρίες σήμερα και πως παλαιότερα, τα ποικίλα μοντέλα προσέγγισης της αναπηρίας, τα είδη της αλλά και το νομικό πλαίσιο που διέπει το συγκεκριμένο φαινόμενο.

Στο τρίτο κεφάλαιο μελετάται η καταναλωτική συμπεριφορά γενικότερα καθώς και η τμηματοποίηση της αγοράς.

Το τέταρτο κεφάλαιο συνδυάζει τα τρία προηγούμενα αφού παρουσιάζει την αναπηρία στον τουρισμό και τους τρόπους που κάποιες οργανώσεις και καταλύματα προσεγγίζουν αυτό το φαινόμενο προκειμένου να διαμορφώσουν και να εξυπηρετήσουν ένα μοτίβο καταναλωτικής συμπεριφοράς και προτιμήσεων στα άτομα με αναπηρίες.

Το πέμπτο και τελευταίο κεφάλαιο αποτελεί το ερευνητικό κομμάτι της μελέτης αφού εμπεριέχει δειγματοληπτική έρευνα σε άτομα με ποικίλες αναπηρίες προκειμένου να

εξαχθούν εγκυρότερα και πιο εύστοχα συμπεράσματα. Η εργασία κλείνει με τα συμπεράσματα που προέκυψαν τόσο από βιβλιογραφικής πλευράς όσο και από πρακτικής και προτείνονται και άλλοι τρόποι προσέγγισης του φαινομένου.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

## ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

### ΒΙΒΛΙΟΦΡΑΦΙΚΗ ΚΑΙ ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

#### Ορισμοί του προσβάσιμου τουρισμού

Ο Darcy και ο Dickson (2009, σελ. 32) ορίζουν τον προσιτό τουρισμό ως “την ενεργοποίηση ατόμων με ανάγκες και απαιτήσεις πρόσβασης, συμπεριλαμβανομένης της κινητικότητας, της όρασης, της ακοής και των γνωστικών διαστάσεων της πρόσβασης, ώστε να λειτουργούν ανεξάρτητα, με ισότητα και αξιοπρέπεια μέσω της ύπαρξης σε παγκόσμιο επίπεδο προϊόντων, υπηρεσιών και κατάλληλα διαμορφωμένου περιβάλλοντος χώρου.” Ο ορισμός αυτός περιλαμβάνει όλους τους ανθρώπους είτε έχουν κάποια μορφή αναπηρίας είτε είναι εμποδιζόμενα άτομα, δηλαδή εκείνους που ταξιδεύουν με παιδιά σε καροτσάκια, ανθρώπους με παροδικές αναπηρίες και ηλικιωμένους.

#### Ορισμοί της αναπηρίας

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας ορίζει την αναπηρία ως: “περιορισμός ή έλλειψη (που προκύπτει από την εξασθένιση) της ικανότητας εκτέλεσης μιας δραστηριότητας με τον τρόπο ή εντός της περιοχής, που θεωρείται φυσιολογική για έναν άνθρωπο.” Ο ορισμός αυτός μπορεί να ήταν χρήσιμος για την παροχή κάποιου βαθμού ομοιογένειας στις εθνικές νομοθεσίες και στον καθορισμό των κλινικών κριτηρίων, ωστόσο από την οπτική γωνία των ΑμεΑ είναι ένας ανεπαρκής ορισμός της συνολικής βιοματικής εμπειρίας τους. (Brouillette et al., 1995).

Η χρησιμοποίηση της φράσης "φυσιολογική για έναν άνθρωπο" έχει ως αποτέλεσμα μια άποψη συναίνεσης ότι μέχρι κάποιο βαθμό η βλάβη είναι φυσιολογική για τους

περισσότερους ανθρώπους, σε κάποιο σημείο της ζωής τους, και ότι οι περιορισμοί και οι στέρηση που βιώνουν τα άτομα με αναπηρία προέρχονται στην πραγματικότητα από την παραδοχή ότι είναι εκτός του "κανόνα" (Brouillette et al., 1995). Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας (2012) τροποποίησε τον ορισμό της αναπηρίας όπως είχε αρχικά τεθεί το 1980 ως εξής: “οι αναπηρίες είναι ένας όρος ομπρέλα, που καλύπτει τις βλάβες, τους περιορισμούς της δραστηριότητας και τους περιορισμούς συμμετοχής στα κοινά. Μια βλάβη είναι ένα πρόβλημα στη λειτουργία ή τη δομή του σώματος, ένας περιορισμός δραστηριότητας είναι η δυσκολία που αντιμετωπίζει ένα άτομο κατά την εκτέλεση μιας εργασίας ή μιας ενέργειας, ενώ ένας περιορισμός συμμετοχής είναι ένα πρόβλημα που αντιμετωπίζει ένα άτομο στη συμμετοχή σε καταστάσεις καθημερινής ζωής. Έτσι, η αναπηρία είναι ένα σύνθετο φαινόμενο, αντανακλώντας μια αλληλεπίδραση μεταξύ των χαρακτηριστικών του σώματος ενός ατόμου και των χαρακτηριστικών της κοινωνίας στην οποία αυτό ζει.”

## **Η γενική ζήτηση για προσιτό τουρισμό**

Η γενική ζήτηση για προσβασιμότητα στην Ευρώπη ξεπέρασε τα 126 εκατομμύρια το 2005, περισσότερο από το 27% του ευρωπαϊκού πληθυσμού τότε (Buhalis et al., 2005). Σε όλο τον κόσμο αυτό το ποσοστό υπερέβη τα 650 εκατομμύρια και εκτιμάται ότι μέχρι τα τέλη του 2020 θα φθάσει κατά προσέγγιση τα 1,2 δισεκατομμύρια ανθρώπους (Darcy et al., 2008b, a). Τα στοιχεία δείχνουν ότι υπάρχει μεγάλος όγκος ζήτησης στην προσβάσιμη τουριστική αγορά, ωστόσο η ανάλυση των διαθέσιμων πληροφοριών καταδεικνύει ότι μόνο ένα πολύ μικρό ποσοστό της αγοράς προσφέρει τις ζητούμενες παροχές. (Buhalis et al., 2005). Εκτιμάται ότι παραπάνω από το 25% των ευρωπαίων πολιτών δεν κάνουν διακοπές λόγω των φραγμών και των εμποδίων στην τουριστική αγορά (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 1996).

## **Εξέλιξη του προσβάσιμου τουρισμού - πλευρά ζήτησης**

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αύξηση του πληθυσμού με αναπηρίες με έμφαση στα κινητικά προβλήματα. Με τη γήρανση του πληθυσμού και τα έμφυτα προβλήματα αναπηρίας, αναμένεται ότι τα μελλοντικά ποσοστά αναπηρίας θα

παρουσιάσουν περαιτέρω αύξηση (Rosenberg et al., 2011). Πράγματι, η πρόσφατη έρευνα που διεξήχθη από την Εθνική Εξέταση Υγείας και Διατροφής παρουσιάζει ότι για τα άτομα ηλικίας 60-69 ετών, ο επιπολασμός της αναπηρίας με αντίκτυπο σε δραστηριότητες καθημερινής διαβίωσης και κινητικότητας αυξάνεται (Brault et al., 2009).

### **Τα έξοδα ταξιδιού και ο ταξιδιώτης με αναπηρίες ως πελάτης.**

Υπάρχουν μια σειρά από οφέλη τα οποία οι τουριστικοί φορείς εκμετάλλευσης μπορούν να κερδίσουν από την εξέλιξη της σχετικά νέας αυτής αγοράς για τα ΑμεΑ. Τα ΑμεΑ έχουν την τάση να διαδίδουν εντονότερα την ικανοποίηση που εξέλαβαν από ένα αγαθό ή μία υπηρεσία. Για παράδειγμα ο “φυσιολογικός” καταναλωτής κανονικά θα πει σε πέντε άτομα για το αγαπημένο του προϊόν, ενώ ένα ΑμεΑ δύναται να πει σε 50 νέα άτομα για αυτό το προϊόν ή την υπηρεσία (Hsu and Powers, 2002). Το γεγονός ότι τα άτομα με αναπηρίες έχουν χαμηλότερο εισόδημα προς διάθεση αποδείχθηκε λανθασμένο μέσω έρευνας, καταλήγοντας στο συμπέρασμα ότι οι τουρίστες με αναπηρία τείνουν να δαπανούν περισσότερο ανά ημέρα (Horgan-Jones και Ringaert, 2004, Van Horn, 2002). Για παράδειγμα, οι πολίτες με αναπηρίες στη Γερμανία θα ήταν πρόθυμοι να πληρώσουν μεταξύ € 1000 και € 2000 επιπλέον για τα κατάλληλα τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες από τον ικανό τουριστικό τουρισμό (BMW, 2004). Στην ίδια μελέτη που συνέταξε το Γερμανικό Ομοσπονδιακό Υπουργείο Οικονομίας και Εργασίας κατά μέσο όρο, ο τουρίστας με αναπηρίες δαπανά 1,16 φορές περισσότερο από τον μη έχοντα αναπηρίες τουρίστα. Μια μεταβλητή των τουριστικών ταξιδιών των ΑμεΑ είναι το διαθέσιμο εισόδημά τους. Παρόλο που έχουν χαμηλότερο εισόδημα τείνουν να εξοικονομούν περισσότερα χρήματα για να δαπανήσουν στις διακοπές. Το 1993, η Deloitte Touch δημοσίευσε μια μελέτη με τίτλο “Κερδοφορία από Ευκαιρίες” (Profiting from Opportunities) και εντόπισε ενδεχόμενη πρόσθετη δαπάνη ύψους σχεδόν 17 δισεκατομμυρίων δολαρίων από τα άτομα με αναπηρίες στην Ευρώπη εάν παρέχονται κατάλληλες εγκαταστάσεις και εάν δημοσιεύονται και διαφημίζονται (Task Force για τα δικαιώματα των ατόμων με αναπηρίες, 1999).

Αυτό δείχνει ότι υπάρχει μεγάλη αγοραστική δύναμη εντός της προσβάσιμης αγοράς. Σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία στο Ηνωμένο Βασίλειο με έκθεση που εκπόνησε το Υπουργείο Πολιτισμού, Μέσων Ενημέρωσης και Αθλητισμού (2010) για τους αναπήρους τουρίστες προέκυψαν τα εξής αποτελέσματα:

- Τα ΑμεΑ γίνονται τακτικοί πελάτες αφού βρουν μια τουριστική μονάδα που ταιριάζει στις ανάγκες τους.
- Τείνουν να παίρνουν μεγαλύτερα διαλείμματα διακοπών από τον μέσο όρο - η μέση διάρκεια ταξιδιού από άτομα με περιορισμούς δραστηριότητας είναι 13,9 ημέρες σε διακοπές και 3,6 ημέρες σε εξορμήσεις (BMW, 2004).
- Δεν συνηθίζουν να ταξιδεύουν μόνοι τους, καθώς συχνά συνοδεύονται από φροντιστές, οικογένεια και φίλους: πάνω από 50 τοις εκατό ταξιδεύουν με έναν σύντροφο, 20 τοις εκατό με ένα παιδί και μεταξύ 21 και 25 τοις εκατό με μια μεγαλύτερη παρέα.

Σύμφωνα με το Γραφείο Απογραφής των ΗΠΑ το 2005, οι σχεδόν 50 εκατομμύρια καταναλωτές με αναπηρίες στις ΗΠΑ (η μεγαλύτερη μειονοτική ομάδα στην Αμερική) έχουν στη διάθεσή τους ένα τρισεκατομμύριο δολάρια, ένα ποσό το οποίο αποτελεί έκπληξη για τους εμπόρους (Fost, 1998). Η προσπάθεια προσέγγισης αυτής της μειονότητας αποδίδεται με τον όρο "handicapitalism" (όρος που απονέμεται από τον Prager, 1999), αλλά και πέρα από το εμπορικό κομμάτι η προσέγγιση των αναπήρων τουριστών δείχνει ανησυχίες και σεβασμό στην ποικιλομορφία και ευαισθησία (Williams, 1999).

### **Ένταση και συχνότητα ταξιδιού.**

Η ένταση του ταξιδιού συνδέεται στενά με τα υπάρχοντα εμπόδια που βιώνουν οι πελάτες με αναπηρίες προκειμένου να συμμετέχουν σε ταξιδιωτικές και τουριστικές δραστηριότητες. Πρόκειται για μια ομάδα που είναι πιθανό να εγκαταλείψει οριστικά την ιδέα της ανάληψης διακοπών λόγω των υφιστάμενων εμποδίων (BMW, 2004). Τις τελευταίες δεκαετίες έχει σημειωθεί σταδιακή πρόοδος για την άρση των φραγμών, έτσι ώστε οι μεταφορές, οι χώροι διαμονής και έλξης να είναι πιο προσιτοί από ότι πριν. Στο Ηνωμένο Βασίλειο, αυτό οφείλεται εν μέρει στον νόμο περί

διακρίσεων λόγω αναπηρίας. Από το 1995 απαιτεί από τους προμηθευτές τουρισμού να παρέχουν επαρκή πρόνοια για την πρόσβαση ατόμων με αναπηρίες. Επιπλέον, τα νέα κτίρια λαμβάνουν άδειες ανοικοδόμησης μόνο εφόσον διαθέτουν τις κατάλληλες υποδομές για εμποδιζόμενα άτομα και άτομα με αναπηρίες (Stumbo and Pegg, 2005, Shaw and Coles, 2004; Shaw κ.ά., 2005). Ωστόσο, ένας δυσανάλογα μικρός αριθμός ατόμων με αναπηρίες συμμετέχουν πλήρως στον κύριο τουρισμό (Darcy, 1998). Τα ευρήματα σχετικά με την τάση ταξιδιού των Γερμανών ταξιδιωτών με αναπηρίες παρέχουν ορισμένα σημαντικά συμπεράσματα. Η BMWA (2004) αποκάλυψε ότι η ένταση ταξιδιού των ατόμων με αναπηρίες είναι κάτω από εκείνο του συνολικού γερμανικού πληθυσμού. Οι Γερμανοί πελάτες με αναπηρίες έχουν τάση ταξιδιού κατά 54,3% για διακοπές. Αυτό είναι σημαντικά χαμηλότερο από το 75,3% του συνόλου του Γερμανικού πληθυσμού. Με βάση τα ευρήματα αυτά μπορεί να γίνει λόγος για πολλούς τουρίστες με αναπηρίες να παραμείνουν αποτελεσματικά εκτός των ταξιδιωτικών εμπειριών λόγω των αντιληπτών ή πραγματικών φραγμών προσβασιμότητας. Οι ερωτηθέντες του δείγματος της έρευνας BMWA (2004) εξήγησαν την απουσία διακοπών λόγω έλλειψης προσβάσιμων προϊόντων και υπηρεσιών.

### **Τρέχοντα προβλήματα που παρεμποδίζουν την προσβασιμότητα - η πλευρά της προσφοράς**

Υπάρχει μια τρέχουσα ανάγκη στην αγορά για την τροποποίηση των εγκαταστάσεων προορισμού και τις σχετικές πολιτικές που επιτρέπουν και ενθαρρύνουν τον πληθυσμό με αναπηρίες να ταξιδεύει ως αυτόνομο ικανό τουριστικό σώμα. Οι Πρότυποι Κανονισμοί των Ηνωμένων Εθνών (1990) για την Εξισορρόπηση των Ευκαιριών δηλώνουν ότι σε όλες τις κοινωνίες υπάρχουν ακόμη εμπόδια που εμποδίζουν τα άτομα με αναπηρίες να ασκούν ισότιμα τα δικαιώματα και τις ελευθερίες τους. Αυτά τα εμπόδια καθιστούν δύσκολη την πλήρη συμμετοχή τους στις δραστηριότητες των κοινωνιών τους και είναι ευθύνη των κρατών να λάβουν τα κατάλληλα μέτρα δράσης για την άρση αυτών των εμποδίων. Ο σχεδιασμός της εγκατάστασης θεωρείται το κύριο εμπόδιο αποτρέποντας τους αναπήρους τουρίστες από τις διακοπές. Η προσβασιμότητα θεωρείται ο πλέον ανατρεπτικός παράγοντας



τουρισμού από ΑμεΑ. Ο Darcy (1998) υποστηρίζει ότι ο σχεδιασμός της εγκατάστασης μπορεί να χωριστεί σε τρεις διαστάσεις:

- Φυσική πρόσβαση, η οποία περιλαμβάνει άτομα με σωματικές βλάβες που χρησιμοποιούν αναπηρικές πολυθρόνες ή βοηθήματα βάδισης
- Αισθητηριακή πρόσβαση, για παράδειγμα απτικές σημάσεις, σημάδια και ετικέτες, συστήματα επαύξησης της ακοής και ηχητικά σήματα για ανελκυστήρες και φώτα.
- Πρόσβαση στην επικοινωνία, η οποία περιλαμβάνει άτομα που αντιμετωπίζουν δυσκολίες με γραπτά λόγια και ομιλία.

Η έρευνα σχετικά με την προσιτή διαμονή (Darcy and Pegg, 2011) κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η προσβασιμότητα στα δωμάτια των ξενοδοχείων πληρείται, ωστόσο δεν ήταν διαθέσιμη σε όλες τις περιοχές των ξενοδοχείων. Ένα δεύτερο εμπόδιο για τον προσβάσιμο τουρισμό είναι η διάδοση αναξιόπιστων πληροφοριών. Οι τουρίστες με αναπηρίες αναζητούν πληροφορίες που ταιριάζουν με τις αντίστοιχες ανάγκες τους, με αποτέλεσμα όσο μεγαλύτερη είναι η ανάγκη προσβασιμότητας, τόσο πιο λεπτομερείς να πρέπει να είναι οι απαιτούμενες πληροφορίες. Η έλλειψη διαθέσιμων ή κατάλληλων πληροφοριών έχει αναγκάσει πολλούς τουρίστες με αναπηρία να εγκαταλείψουν την πρακτική της ανάληψης διακοπών (WASCHKE, 2004). Τα ζητήματα συμπεριφοράς προσθέτουν μια τρίτη διάσταση στα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ανάπηροι τουρίστες και η ανισότητα γίνεται αντιληπτή. Όταν κοιτάζουμε το κοινωνικό μοντέλο (Buhalis et al., 2005) της αναπηρίας για μια εξήγηση, κάποιος αρχίζει να καταλαβαίνει ότι η αναπηρία είναι φυσιολογική και είναι στην πραγματικότητα το περιβάλλον και τα κοινωνικά συστήματα που δημιουργούν φραγμούς προσβασιμότητας. Αν αυτή η πεποίθηση υιοθετηθεί από την τουριστική βιομηχανία, θα εξισωθούν οι συνθήκες τουρισμού για όλους τους καταναλωτές. Αυτή είναι μια άποψη που υποστηρίζεται από το 97% των Ευρωπαίων πολιτών, οι οποίοι δηλώνουν ότι η ενσωμάτωση των ατόμων με αναπηρία στην κοινωνία θα μπορούσε να βελτιωθεί (Ευρωβαρόμετρο, 2001). Μια κοινή καταγγελία σχετικά με τον προσβάσιμο τουρισμό αποτελεί η στάση των εργαζομένων σε φορείς τουριστικού ενδιαφέροντος προς τα ΑμεΑ (Burnett and Bender Baker, 2001), κάτι που υποδηλώνει ότι οι εργαζόμενοι πολλών μεγάλων εταιρειών ταξιδιού και αναψυχής δεν υποστηρίζουν το κοινωνικό μοντέλο αναπηρίας. Η εξασφάλιση

μεγαλύτερης ικανοποίησης των πελατών από αυτή την άποψη απαιτεί περισσότερη εστίαση στην κατάρτιση του προσωπικού στις τουριστικές επιχειρήσεις (Stumbo και Pegg, 2005). Έχει γίνει φανερό ότι τα άτομα με αναπηρίες αντιμετωπίζουν ορισμένα εμπόδια που τους εμποδίζουν από τις διακοπές. Αυτά περιλαμβάνουν περιβαλλοντικούς, διαδραστικούς και εγγενείς φραγμούς (Yau et al., 2004). Εάν οι μεγάλες εταιρείες ταξιδιών και αναψυχής αναλύσουν το σχεδιασμό της εγκατάστασης, τις παρεχόμενες πληροφορίες και τα εμπόδια συμπεριφοράς, ορισμένα εγγενή εμπόδια όπως τα αντιληπτά και τα ψυχολογικά εμπόδια επίσης δύναται να καταρρεύσουν.

### **Σχεδιάζοντας μια ολοκληρωμένη λύση**

Η προηγούμενη βιβλιογραφία για τον προσβάσιμο τουρισμό επικεντρώθηκε κυρίως στον ορισμό της σχετικής ορολογίας (Darcy, 1998 · Aitchison, 2003 · Buhalis et al., 2005 · Darcy και Buhalis, 2011) και αξιολόγηση του τρόπου σύστασης του πληθυσμού με αναπηρίες καθώς και πως αυτός εξελίσσεται. Ένα θέμα που καλύπτεται με λιγότερες λεπτομέρειες είναι η συμμετοχή των μεγάλων εταιρειών ταξιδιών και αναψυχής και του τρόπου με τον οποίο οι διαχειριστές αυτών, αντιλαμβάνονται αυτό το νέο τμήμα της αγοράς. Παρά το γεγονός ότι η νομοθεσία καλύπτει το τμήμα της αγοράς που συνθέτουν τα ΑμεΑ, ένα μεγάλο μέρος των ταξιδιωτικών παρόχων εξακολουθεί να μην εναρμονίζεται με αυτήν για ποικίλους λόγους (Darcy, 1998). Η αύξηση του οικονομικού κέρδους με την εφαρμογή της νομοθεσίας από την πλευρά της προσφοράς της τουριστικής βιομηχανίας είναι ένα από τα αποτελέσματα υιοθέτησης αυτών των νόμων και πολιτικών (Urchurch and Won, 1996), ενώ το δεύτερο είναι το θεμελιώδες πολιτικό δικαίωμα για όλους τους πολίτες να συμμετέχουν ισότιμα και αδιακρίτως στα κοινά. Το 1983 οι Mills σημείωσαν ότι οι διατάξεις για τα άτομα με αναπηρίες σε οποιαδήποτε τύπο διακοπών δεν μπορούν πλέον να θεωρούνται ως προαιρετικές. Η τουριστική βιομηχανία πρέπει να εξασφαλίσει ότι οι πολιτικές και οι πρωτοβουλίες στον τομέα του τουρισμού ανταποκρίνονται στις τρέχουσες και τις μελλοντικές τάσεις (Dwyer et al., 2009), επιτρέποντας στην πλευρά της προσφοράς της αγοράς προσβασιμότητας να καλύψει τις ανάγκες και τις απαιτήσεις των καταναλωτών με αναπηρίες.

## Ανάλυση αγοραίας αξίας

Η προσιτή τουριστική αγορά αποτελεί ελκυστικό τμήμα για τις επιχειρήσεις ταξιδιών και ψυχαγωγίας όμως η τουριστική βιομηχανία έχει σημειώσει περιορισμένη πρόοδο μέχρι στιγμής στην παροχή προσβάσιμων προϊόντων και υπηρεσιών. Προκειμένου να μετρηθεί η αξία και το δυναμικό της πλευράς ζήτησης του προσβάσιμου τουριστικού τομέα στην Ευρώπη, κρίθηκε αναγκαία η μελέτη των μοτίβων ταξιδιού και συμπεριφοράς των τουριστών με αναπηρίες, και πιο συγκεκριμένα οι δαπάνες ανά άτομο και ανά ταξίδι (Puhretmair, 2004). Οι πηγές που χρησιμοποιήθηκαν για τη συλλογή των στοιχείων αναπηρίας όπως ο πληθυσμός, η μέση δαπάνη ανά ανάπηρο τουρίστα και το ΑΕΠ περιλάμβανε διεθνείς οργανισμούς όπως η Eurostat, η Euromonitor, το Ευρωβαρόμετρο, η Παγκόσμια Τράπεζα και το Γραφείο Απογραφής, παράλληλα με τις Εθνικές Αρχές Τουρισμού. Οι απόλυτοι αριθμοί της επικράτησης της αναπηρίας είναι δύσκολο να εκτιμηθούν λόγω έλλειψης τυποποιημένων δεδομένων (Buhalis et al., 2005) και μετά την ανασκόπηση των στατιστικών στοιχείων από προηγούμενη έρευνα γίνεται σαφές ότι οι εκτιμήσεις για τον όγκο των ατόμων με αναπηρίες ποικίλλουν από πηγή σε πηγή (Dupré και Karjalainen, 2003, Εθνική Αρχή για τα άτομα με αναπηρίες, 2003, Puhretmair, 2004). Ωστόσο, εστιάζοντας σε τρεις μεταβλητές όπως ο τύπος αναπηρίας, το επιλεγμένο εύρος ηλικίας και οι μέσες δαπάνες ταξιδιού των τουριστών σε αυτό το δημογραφικό δείγμα, είναι δυνατόν να επιχειρηθεί η ποσοτικοποίηση του δυναμικού της οικονομικής αξίας της προσβάσιμης τουριστικής βιομηχανίας.

- Η Deloitte εκτιμά ότι μόνο το 70% του πληθυσμού με αναπηρίες μπορεί να ζητήσει προσβάσιμα ταξίδια λόγω φυσικών και οικονομικών ικανοτήτων (Van Horn, 2002).
- Η Deloitte δηλώνει επίσης ότι ένα πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα (πολλαπλασιαστικής μεγέθους τάξης) πρέπει να ληφθεί υπόψη στον υπολογισμό της αγοραίας αξίας (Van Horn, 2002). Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι ένας τουρίστας με αναπηρίες θα είναι συχνά μαζί με έναν φροντιστή, ένα μέλος της οικογένειας ή φίλο σε διακοπές.
- Ο ηλικιωμένος πληθυσμός (άνω των 65) αποτελεί το 64,8% του συνολικού πληθυσμού με αναπηρίες που απαιτούν προσβασιμότητα (Buhalis et al., 2005).

Ένα άρθρο στο περιοδικό *Current Issues in Tourism* (2011) ανέλυσε θέματα σχετικά με την πρόσβαση στον τουρισμό και διαπίστωσε ότι το σημαντικότερο εμπόδιο στη συμμετοχή είναι η οικονομική προσιτότητα (Bélanger και Bélanger Jolin, 2011; Diekmann and McCabe, 2011. Minnaert et al., 2011). Επιπλέον, οι τουρίστες με αναπηρίες έχουν πρόσθετα έξοδα που σχετίζονται άμεσα με την αναπηρία τους (π.χ. ασφάλιση, ιατρικά έξοδα, εξοπλισμός, προσωπική βοήθεια). Όλες αυτές οι περιστάσεις αντιπροσωπεύουν την έλλειψη συμμετοχής σε τουριστικές δραστηριότητες και τη μείωση της ανάπτυξης της προσβάσιμης τουριστικής αγοράς

## **ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Η καλύτερη προσέγγιση για να κατανοηθεί η έννοια του «τουρισμού» είναι να οριστεί η έννοια του ανθρώπου που επιτελεί την ενέργεια αυτή, δηλαδή η έννοια του «τουρίστα».

Στις αρχές της δεκαετίας του 1980 λόγω της μεγάλης σημασίας που άρχισε να αποκτά η τουριστική δραστηριότητα για όλο και περισσότερες χώρες, καθώς και της αλληλεπίδρασης του τουρισμού με άλλες οικονομικές δραστηριότητες προέκυψε η ανάγκη αναθεώρησης των μέχρι τότε ορισμών, κάτι που μας οδήγησε στους ορισμούς που υπάρχουν μέχρι και σήμερα και οι οποίοι είναι μια συνεργασία του UNWTO (World Tourism Organization) και του παραρτήματος στατιστικής των Ηνωμένων Εθνών. Ο ορισμός που αποδίδεται από τα Ηνωμένα Έθνη είναι ο ακόλουθος:

“Τουρίστας είναι κάθε άτομο που ταξιδεύει σε χώρα εκτός αυτή της μόνιμης κατοικίας του, για χρονικό διάστημα που δεν ξεπερνά τους δώδεκα μήνες και του οποίου κύριος σκοπός του είναι άλλος εκτός από την άσκηση δραστηριοτήτων και που παραμένει για διαμονή σε κάποια μορφή κατάλυμα για τουλάχιστον ένα βράδυ”. Για να ολοκληρωθεί η προσέγγιση της έννοιας του τουρίστα θα αναφερθούν οι επίσημοι ορισμοί που έχουν δοθεί για τις παρόμοιες και συχνά συγκεχυμένες έννοιες του επισκέπτη, τουρίστα και εκδρομέα. Η ανάγκη που γέννησε τις τρεις προσεγγίσεις αφορά την απεικόνιση και στατιστική παρακολούθηση της δραστηριότητας των τουριστών (UNWTO,2007) τον 20<sup>ο</sup> αιώνα κυρίως, όπου και ο τουρισμός γνώρισε την μεγαλύτερή του άνθιση.

**Επισκέπτης (visitor)** ορίζεται κάθε άτομο που ταξιδεύει σε χώρα άλλη από αυτήν στην οποία κατοικεί μόνιμα και για κάθε λόγο εκτός από την εργασία που αμείβεται από φορέα της χώρας-προορισμού. Ο ορισμός μπορεί να περιλάβει και επισκέπτες της ίδιας χώρας, αν προσαρμοστούν οι κατάλληλες λέξεις. Έτσι, οι επισκέπτες διαχωρίζονται περαιτέρω σε εγχώριους (domestic) και διεθνείς (international) και συνιστούν τους τουρίστες και τους ημερήσιους επισκέπτες<sup>1</sup>.

**Τουρίστας (tourist)** είναι κάθε επισκέπτης που ταξιδεύει σε μια χώρα και παραμένει σε μια αυτήν για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο από 24 ώρες, δηλαδή που πραγματοποιεί τουλάχιστον μία διανυκτέρευση για ένα από τους ακόλουθους λόγους<sup>2</sup>:

- επαγγελματικές υποχρεώσεις/συναντήσεις
- συνέδρια/εκθέσεις
- οικογένεια/φίλοι/συγγενείς
- υγεία
- ψυχαγωγία
- αποστολές
- αναψυχή
- θρησκεία
- αθλητισμός
- σπουδές
- διακοπές

**Εκδρομείς (excursionists)** ή ημερήσιοι επισκέπτες είναι εκείνοι οι επισκέπτες που επισκέπτονται και παραμένουν σε έναν προορισμό για λιγότερο από 24 ώρες. Η κύρια διαφορά μεταξύ του τουρίστα και του εκδρομέα είναι ότι ο δεύτερος δεν πραγματοποιεί διανυκτέρευση στον προορισμό. Στους εκδρομείς συγκαταλέγονται και οι συμμετέχοντες σε κρουαζιέρες που αποβιβάζονται σε ένα λιμάνι για μερικές ώρες, καθώς και οι εργαζόμενοι σε μεταφορές, όπως πλοία και αεροσκάφη και οι οποίοι δεν διαμένουν στην χώρα στην οποία επισκέπτονται (εκτός και αν πραγματοποιούν διανυκτέρευση, οπότε σε εκείνη την περίπτωση λογίζονται ως τουρίστες)

---

<sup>1</sup> Τσάρτας Π., 1996, *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι*, Εξάντας

<sup>2</sup> Τσάρτας Π., 1996, *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι*, Εξάντας

## ΕΙΔΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός μπορεί να χωριστεί σε πολλά είδη/κατηγορίες. Μία προσέγγιση αφορά τα είδη του τουρισμού κυρίως σε σχέση με τα χαρακτηριστικά των τουριστών και εμπεριέχει τις εξής διακρίσεις:

- Μαζικός ή ατομικός τουρισμός
- Εγχώριος ή διεθνής τουρισμός
- Εποχιακός ή συνεχής τουρισμός
- Στατικός ή κινητικός τουρισμός
- Νεανικός ή τουρισμός τρίτης ηλικίας

Πέρα από τις παραπάνω μορφές οι οποίες είναι οι πιο βασικές, υπάρχουν και οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού οι οποίες δημιουργήθηκαν τις τελευταίες δεκαετίες κυρίως για να αποφευχθούν οι αρνητικές περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις που έχει ο παραδοσιακός μαζικός τουρισμός. Οι πιο ευρέως διαδεδομένες εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι οι παρακάτω:

**Αγροτουρισμός:** είναι μια μορφή τουρισμού η οποία στηρίζεται στους πόρους του περιβάλλοντος. Χωρίζεται σε δυο τύπους: Τον **γεωργοτουρισμό**, στον οποίο οι τουρίστες φιλοξενούνται σε αγροκτήματα και συμμετέχουν στην ζωή των αγροτών και στις αγροτικές δραστηριότητες γενικότερα και τον **αγροτουρισμό** που προσφέρει συνήθως διακοπές με διαμονή σε καταλύματα σε αγροτικές περιοχές. Στον αγροτουρισμό ο τουρίστας έχει την ευκαιρία να γνωρίσει αγροτικές περιοχές, αγροτικές ασχολίες, τις δραστηριότητες της υπαίθρου, την καθημερινή ζωή των κατοίκων των περιοχών, την παραδοσιακή κουζίνα, καθώς επίσης και να έρθει σε επαφή με τη φύση γενικότερα και να νιώσει τη χαρά της περιήγησης και της ανακάλυψης, κάτι που έχει εξαλειφθεί από το φαινόμενο της αστικοποίησης.

**Συνεδριακός:** χαρακτηρίζεται από τη μετακίνηση πολλών ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα σε κάποιον προορισμό με σκοπό την ανταλλαγή πληροφοριών και ενημέρωσης σε κάποια θέματα. Οι συμμετέχοντες έχουν κοινή επαγγελματική ιδιότητα και μπορούν να ενημερωθούν για πρωτοποριακές μεθόδους εργασίας ή καινούργια προϊόντα κ.τ.λ. Ο τουρισμός αυτός είναι συνήθως περιορισμένης

διάρκειας. Γενικά ο τουριστικός προορισμός είναι άμεσα συνδεδεμένος με την οργάνωση και συμμετοχή σε συνέδρια, σεμινάρια και εκθέσεις. Τα τελευταία χρόνια, ο συνεδριακός τουρισμός αναπτύσσεται με ραγδαίους ρυθμούς και αποτελεί ένα σημαντικό τμήμα της τουριστικής αγοράς σε διεθνές επίπεδο.

**Κινήτρων:** πρόκειται για μια μορφή τουρισμού που χρησιμοποιούν οι βιομηχανίες και οι επιχειρήσεις σαν κίνητρο υψηλής απόδοσης των υπαλλήλων τους και αφορά τόσο το προσωπικό όσο και τα διευθυντικά στελέχη τους. Πιο συγκεκριμένα ως τουρισμός κινήτρων ορίζεται αυτός που κερδίζουν οι εργαζόμενοι όταν παίρνουν σαν δώρο για την αυξημένη παραγωγικότητα τους ένα τουριστικό πακέτο. Αυτή η μορφή έχει κατά κανόνα περιορισμένη χρονική διάρκεια 3 με 5 μέρες συνήθως.

**Άθλησης:** αφορά τον τουρισμό για ενεργητική και παθητική συμμετοχή σε αθλητικές εκδηλώσεις. Η συμμετοχή μπορεί να είναι τυχαία ή και οργανωμένη, μπορεί να πραγματοποιείται για επιχειρηματικούς σκοπούς ή και για προσωπικούς λόγους. Χωρίζεται σε δύο κατηγορίες:

1. Ενεργή συμμετοχή σε αθλητικές εκδηλώσεις ή διαγωνισμούς, όπως το γκολφ, τένις, ποδόσφαιρο, μπάσκετ, κωπηλασία κλπ.
2. Παρακολούθηση των ευρωπαϊκών και παγκοσμίων κυπέλλων και πρωταθλημάτων, Ολυμπιακών Αγώνων και τα μεγάλα διεθνή τουρνουά

**Υγείας:** είναι μια μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται συνεχώς και αφορά συνήθως άτομα της τρίτης ηλικίας που ψάχνουν εναλλακτικές μεθόδους για την αποκατάσταση της σωματικής και ψυχικής τους υγείας.

**Περιπέτειας:** αποτελεί μια από τις πιο ενδιαφέρουσες εναλλακτικές μορφές αφού τα συνδυάζει όλα, όπως εξερεύνηση τοποθεσιών, περιπέτεια, διασκέδαση, και γενικά ενασχόληση με καινούργιες δραστηριότητες. Απευθύνεται κυρίως σε άτομα μικρής ηλικίας με καλή φυσική κατάσταση και όρεξη για περιπέτειες. Οι πιο δημοφιλείς δραστηριότητες περιπέτειας: Η πεζοπορία, το καγιάκ, το ράφτινγκ, η αναρρίχηση, η κατάδυση, η ποδηλασία, το σκι, η ιππασία κτλ.

**Θρησκευτικός:** αφορά κυρίως άτομα που θέλουν να επισκεφτούν θρησκευτικούς προορισμούς οι οποίοι βρίσκονται είτε μέσα στη χώρα τους είτε σε κάποια άλλη χώρα, για να πάρουν μέρος σε θρησκευτικές εκδηλώσεις.

**Άλλες Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού:** Πέρα από τις ανωτέρω μορφές, συναντάμε και κάποιες ακόμα περισσότερο εξειδικευμένες όπως τουρισμός εκθέσεων, πόλης, οικογενειακός, χειμερινών σπορ, γενικός, θαλάσσιος, επιλεκτικός, λαϊκός, οικολογικός, κοσμοπολίτικος, ιαματικός, επιμορφωτικός, γαστρονομικός και πληθώρα άλλων.

## ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ

### Εννοιολογική προσέγγιση και χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος

Το τουριστικό προϊόν είναι ένα σύνθετο προϊόν για την παράγωγη και την προσφορά του οποίου απαιτείται ο συνδυασμός ανθρώπινων και φυσικών πόρων, υποδομών, υπηρεσιών, επιμέρους αγαθών κτλ, ενώ ταυτόχρονα αφορά και εμπεριέχεται σε πολλούς διαφορετικούς κλάδους της οικονομίας. Περιλαμβάνει από τα φυσικά η τεχνητά θέλγητρα που έχει ένας προορισμός, την προσβασιμότητα στον προορισμό αυτόν, τις υπηρεσίες που παρέχονται (εισιτήρια, διαμονή, ψυχαγωγία κ.α), το κόστος, καθώς επίσης και πιο αφηρημένες έννοιες όπως οι προσωπικές προτιμήσεις και εμπειρίες. Κατά καιρούς έχει γίνει προσπάθεια για να δοθεί ένας ακριβής ορισμός για το τουριστικό προϊόν. Κάποιες από τις πιο γνώστες είναι οι ακόλουθες:

Οι Medlik και Middleton<sup>3</sup> όρισαν το τουριστικό προϊόν ως ένα απλό συνδυασμό 5 στοιχείων: τα αξιοθέατα του προορισμού, την πρόσβαση, τις εγκαταστάσεις προορισμού, τις εικόνες και την τιμή.

Οι Jefferson και Lickorish<sup>4</sup> παρέχουν 2 απόψεις για το τουριστικό προϊόν, οι οποίες έχουν πιο ανθρωποκεντρική προσέγγιση. Η σύντομη αναφέρει ότι το τουριστικό προϊόν είναι μια δραστηριότητα ικανοποίησης σε ένα επιθυμητό προορισμό. Η πιο αναλυτική ορίζει ότι το τουριστικό προϊόν είναι μία συλλογή από φυσικά στοιχεία και

<sup>3</sup> Medlik, S., & Middleton, V. T. C. , 1973, *The tourist product and its marketing implications*, International Tourism Quarterly

<sup>4</sup> Jefferson, A. & Lickorish, L. J., 1988, *Marketing tourism : a practical guide*, Longman



υπηρεσίες που συνδέονται μεταξύ τους, προκειμένου να εκπληρώσουν τις επιθυμίες και τις ανάγκες των τουριστών.

Ένα χρόνο αργότερα οι Lewis και Chambers<sup>5</sup> προτείνουν έναν άλλο ιδιαίτερο ορισμό, ο οποίος αρχικά αναφέρει ότι το τουριστικό προϊόν αποτελείται από τα αγαθά, το περιβάλλον και τις υπηρεσίες και στην συνέχεια χωρίζει την έννοια σε 3 υποέννοιες. Το «επίσημο προϊόν» το προϊόν δηλαδή που νομίζει ότι αγοράζει ο τουρίστας, το «κύριο προϊόν» αυτό που αγοράζει ο τουρίστας στην πραγματικότητα, και το «επαυξημένο προϊόν» που αποτελεί ένα συνδυασμό του κυρίου προϊόντος και οποιονδήποτε χαρακτηριστικών και παροχών που δίνονται από τον προμηθευτή στην συνέχεια και προσαυξάνουν την τελική αξία του προϊόντος.

Ο Smith<sup>6</sup>, αφού ερεύνησε αναλυτικά τους ορισμούς που είχαν δοθεί μέχρι τότε, κατέληξε τελικά ότι το τουριστικό προϊόν είναι ένα προϊόν που αποτελείται από 5 στοιχεία. Τα στοιχεία αυτά ήταν:

- Το στήσιμο (φυσικοί πόροι, αξιοθέατα, καιρικές συνθήκες, ξενοδοχεία, υποδομές, πληθυσμός κ.α.)
- Οι υπηρεσίες εξυπηρέτησης των αναγκών και επιθυμιών (παροχές, φαγητό, εργαζόμενο προσωπικό κ.α.)
- Η φιλοξενία των ντόπιων προς τους τουρίστες
- Η ελευθερία επιλογής (ένα εύρος επιλογών ανάλογα με το σκοπό του ταξιδιού)
- Η ανάμειξη (οπού ο επισκέπτης συμμετέχει σωματικά και ψυχικά).

Όπως προκύπτει, από την ιστορική σημασιολογική εξέλιξη του, το τουριστικό προϊόν αποτελεί ένα πολυσχιδές αγαθό, δύσκολο στη μελέτη του εξαιτίας της άρρηκτης σχέσης που έχει με την προσωπική εμπειρία, κριτική και διάθεση του ατόμου που το απολαμβάνει. Ο συνδυασμός των ανωτέρω ορισμών και χαρακτηρισμών για το τουριστικό προϊόν καταλήγει στα εξής χαρακτηριστικά του:

- Σύντομη απαξίωση ή φθαρτότητα: η πώληση αγαθών και κυρίως η παροχή υπηρεσιών στην τουριστική βιομηχανία λειτουργούν σε ορισμένο χρονικό διάστημα και σε συγκεκριμένη τοποθεσία κάτι που σημαίνει πως αν το αγαθό

---

<sup>5</sup> Robert C Lewis; Richard E Chambers, 1989, *Marketing leadership in hospitality : foundations and practices*, Van Nostrand Reinhold

<sup>6</sup> Smith, S. L. J., 1994, *The tourism product*, Annals of Tourism Research

ή υπηρεσία που παρέχεται δεν καταναλωθεί άμεσα, τότε χάνεται. Για παράδειγμα αν δεν πραγματοποιηθεί ενοικίαση ενός δωματίου για ένα βράδυ δεν μπορεί να μετατοπιστεί η ίδια υπηρεσία την επόμενη μέρα, με αποτέλεσμα να “διαφεύγει” κερδών η εκάστοτε επιχείρηση.

- **Εποχικότητα:** το κυριότερο ίσως χαρακτηριστικό του τουριστικού προϊόντος που συνδέεται άμεσα με τη φθαρτότητα έχει να κάνει με τη χρονική περίοδο που αυξάνεται η ζήτηση για αυτό το προϊόν. Ανάλογα με τον προορισμό μπορεί η εκάστοτε επιχείρηση να παρουσιάζει αυξημένη ζήτηση μόνο το καλοκαίρι ή το χειμώνα ή σε συγκεκριμένες περιστάσεις.
- **Άυλη φύση:** το τουριστικό προϊόν γίνεται αντιληπτό από τον καταναλωτή ως η προσδοκία μιας ωφέλειας η οποία θα προκύψει στο μέλλον. Αυτό σημαίνει ότι μπορεί ένας τουρίστας να κάνει κράτηση ή να αγοράσει διαμονή σε ένα κατάλυμα προκειμένου να χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες του μέχρι και μήνες αργότερα.
- **Αδιάσπαστος χαρακτήρας:** με τον όρο αυτό νοείται ότι η παραγωγή του τουριστικού προϊόντος συμπίπτει με την κατανάλωση αφού πρώτα συνήθως πραγματοποιείται η πώληση, διαδικασία που έρχεται σε αντιδιαστολή με τα κοινά προϊόντα και υπηρεσίες που παρέχονται καθημερινά αφού πρωτίστως παράγονται, στη συνέχεια πωλούνται και τελικά καταναλώνονται.
- **Ετερογένεια:** σε αντίθεση με τα προϊόντα μαζικής παραγωγής που κύριο χαρακτηριστικό τους είναι η ομοιογένεια, το τουριστικό προϊόν δεν μπορεί να εξασφαλίσει την ομοιογένεια του. Για παράδειγμα, ο ίδιος προορισμός, στο ίδιο κατάλυμα αλλά με διαφορετικές καιρικές συνθήκες αποτελεί ένα διαφορετικό προϊόν.

## **Η ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ**

Για να αναλυθεί με ακρίβεια ο τουρισμός, πρέπει πρώτα να εξεταστούν και να κατανοηθούν τα κύρια στοιχεία που επηρεάζουν την ζήτηση και την προσφορά του τουριστικού προϊόντος.

## Η τουριστική ζήτηση

Η τουριστική ζήτηση αφορά στην τουριστική αγορά και συντελείται από τους τουρίστες, δηλαδή τα άτομα που ταξιδεύουν για τουρισμό. Η τουριστική ζήτηση αντιπροσωπεύει την τουριστική αγορά και αποτελείται από τα άτομα που ταξιδεύουν για τουρισμό. Πιο αναλυτικά, είναι η ποσότητα των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που οι τουρίστες θέλουν και μπορούν να αγοράσουν σε ένα συγκεκριμένο πλαίσιο το οποίο αφορά τις τιμές, την αγορά και το χρονικό διάστημα. Εξαρτάται από πολλούς παράγοντες, όπως το διαθέσιμο εισόδημα, την ύπαρξη ελεύθερου χρόνου, την ηλικία, το επίπεδο των τιμών της κάθε χώρας προορισμού, καθώς και από κάποια άλλα χαρακτηριστικά που αφορούν την χώρα του προορισμού, όπως το κλίμα, το περιβάλλον και την δυνατότητα διασκέδασης. Συγκεκριμένα, υπάρχουν πολλοί παράγοντες που διαμορφώνουν και επηρεάζουν την ζήτηση του τουριστικού προϊόντος. Κατά τα λεγόμενα των Baretje και Defert<sup>7</sup> υπάρχουν τρεις μεγάλες κατηγορίες που διαμορφώνουν την τουριστική ζήτηση:

**Κοινωνικοί και ψυχολογικοί ή γενικότερα υποκειμενικοί παράγοντες** οι οποίοι σχετίζονται με την προσωπικότητα του κάθε ατόμου και τις βαθύτερες ανάγκες του. Σε αυτή την κατηγορία για να γίνει η κοινωνιολογική ερμηνεία του τουρισμού, δίνεται λιγότερη βάση στον σκοπό και περισσότερη στην αιτία της αναχώρησης για διακοπές. Πολλοί παράγοντες έχουν σαν αποτέλεσμα το άτομο να αισθάνεται την επιθυμία για φυγή, όπως για παράδειγμα η έξαρση της βίας, οι προβληματικές και στερητικές συνθήκες εργασίας και άλλοι.

**Οι προσωπικοί παράγοντες:** Σύμφωνα με τον Laurent, οι συνθήκες που επικρατούν στις σύγχρονες κοινωνίες, έχουν απομακρύνει τον άνθρωπο από βασικά στοιχεία του είδους του, όπως την ανάγκη της επαφής με την φύση, την ανάγκη του για παιχνίδι, καθώς και την ανάγκη για εξερεύνηση. Αυτές οι επιθυμίες του ανθρώπου που πηγάζουν από τα αρχαία χρόνια, έχουν ως αποτέλεσμα την προσπάθεια εκπλήρωσής τους μέσω του τουρισμού.

**Η ανάγκη της επικοινωνίας και της γιορτής:** Η περίοδος των διακοπών, η οποία συνήθως αφορά μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο του έτους, έχει συνυφαστεί με την ανάγκη για επικοινωνία και επαφή με άλλα άτομα (όπως συγγενικά ή φιλικά).

---

<sup>7</sup> Baretje R. Defert P., 1972, *Aspects économiques du tourisme*, Berger-Levrault

Επιπροσθέτως, το άτομο κατά την περίοδο των διακοπών αισθάνεται ότι «ξεφεύγει» από την επαναλαμβανόμενη καθημερινότητα και αναζωογονείται

**Κοινωνικό-οικονομικοί παράγοντες**, τους οποίους τα άτομα ελάχιστα μπορούν να επηρεάσουν. Αυτοί οι παράγοντες έχουν διάφορες πτυχές, όπως το εισόδημα των καταναλωτών που η σύνθεση και η κατανομή του επηρεάζει αρκετά τη ζήτηση και την αγορά τουριστικών προϊόντων, τις τιμές οι οποίες επηρεάζουν σε πολύ μεγάλο βαθμό την τουριστική ζήτηση, τους τεχνολογικούς παράγοντες (μεταφορικά μέσα, μέσα επικοινωνίας κ.ά.) των οποίων η ευρεία ενσωμάτωση στον πληθυσμό καθώς και η μείωση του κόστους τους βοήθησε στην αύξηση της ζήτησης, την επιμήκυνση της διάρκειας των διακοπών λόγω μεγαλύτερου διαθέσιμου χρόνου.

**Δυναμικοί ή παθητικοί παράγοντες**. Σε αυτή την κατηγορία οι παράγοντες που επηρεάζουν αφορούν σε μεγάλο βαθμό το ίδιο το τουριστικό προϊόν της ζώνης υποδοχής και τα χαρακτηριστικά που αυτό διαθέτει. Κάποια παραδείγματα είναι οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι καθώς και οι τουριστικές υπηρεσίες (τουριστικές υποδομές), δηλαδή η τουριστική προσφορά της χώρας, η απόσταση και προσπελασιμότητα, οι σχέσεις μεταξύ των χωρών προέλευσης και υποδοχής, ο βαθμός προβολής και προώθησης της χώρας υποδοχής στις χώρες προέλευσης των τουριστών κ.ά. Σύμφωνα με τους Τσάρτα και Κοκκώση<sup>8</sup> οι παράμετροι που επηρεάζουν και καθορίζουν την τουριστική ζήτηση είναι:

- Η γεωγραφική θέση της περιοχής υποδοχής των τουριστών.
- Τα κίνητρα των τουριστών
- Οι παγιωμένες τάσεις της ζήτησης διεθνώς.
- Η διαφήμιση.
- Η πολιτική των tour operators.
- Η κρατική μέριμνα και η εφαρμογή πολιτικών που ενισχύουν την τουριστική ανάπτυξη.
- Η εφαρμογή ενός δυναμικού προγράμματος μάρκετινγκ.
- Η συγκυρίες στις χώρες υποδοχής (όπως οικονομικές και πολιτικές κρίσεις).

## Η τουριστική προσφορά

---

<sup>8</sup> Τσάρτας Π., Κοκκώσης Χ., 2011, *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού: ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού*, Εύδοξος

Η τουριστική προσφορά αντιπροσωπεύει το τουριστικό προϊόν που διατίθεται στους επισκέπτες για κατανάλωση. Η ανάλυση της τουριστικής προσφοράς, αντίθετα με τη ζήτηση, επικεντρώνει το ενδιαφέρον της στον τόπο προορισμού. Περιλαμβάνει τα στοιχεία εκείνα που θα επηρεάσουν τον τουρίστα όσον αφορά την χώρα υποδοχής όπως π.χ. τα δίκτυα μεταφοράς, την υποδομή, το περιβάλλον κ.ά. Επομένως, όταν λέμε τουριστική προσφορά εννοούμε τα διαθέσιμα τουριστικά προϊόντα σε μια δεδομένη χρονική περίοδο, τα οποία οι πωλητές τους τα προσφέρουν σε μια συγκεκριμένη τιμή και τα οποία είναι προορισμένα να ικανοποιήσουν τις τουριστικές ανάγκες. Συνήθως τη διαχωρίζουμε σε δύο μεγάλες κατηγορίες<sup>9</sup>:

**Πρωτογενής τουριστική πρόσφορα:** Αποτελείται από τους φυσικούς και ανθρώπινους πόρους (φυσικά στοιχεία, ανθρώπινες δραστηριότητες ή προϊόντα της ανθρώπινης δραστηριότητας) και καθορίζει τον βαθμό ελαστικότητας των περιοχών μιας χώρας καθώς και τη δυνατότητα τουριστικής ανάπτυξης.

Οι φυσικοί πόροι: είναι το κλίμα, το φυσικό περιβάλλον (δάση, ακτές, θάλασσα), τα φυσικά τοπικά προϊόντα κ.α. και αποτελούν τα βασικά στοιχεία που προσελκύουν τους τουρίστες σε συγκεκριμένους τουριστικούς προορισμούς.

Οι ανθρώπινοι πόροι: είναι αυτοί που δημιούργησε ο άνθρωπος και οι οποίοι χωρίζονται σε δυο κατηγορίες. Η πρώτη είναι οι ανθρώπινες δραστηριότητες που σχετίζονται με την ανθρώπινη ύπαρξη (γλώσσα, πολιτισμός, κουλτούρα, ήθη και έθιμα κ.α.). Η δεύτερη οποιοδήποτε σημείο ενδιαφέροντος (παραδοσιακοί οικισμοί, μουσεία, μνημεία κ.τ.λ.)

**Δευτερεύουσα ή απορρέουσα τουριστική προσφορά:** Αφορά κυρίως τις υποδομές, εγκαταστάσεις, και τον εξοπλισμό. Διακρίνεται α) στον γενικό εξοπλισμό/ γενικές εγκαταστάσεις, οι οποίες συνήθως αφορούν δημόσια ή δημοτικά έργα, καθώς και κάποιες ιδιωτικές επιχειρήσεις προσφοράς (όπως τα μεταφορικά μέσα, τα δίκτυα ηλεκτροδότησης, ύδρευσης, αποχέτευσης, εμπορικά καταστήματα, ταχυδρομεία κ.τ.λ.) και β) στις τουριστικές εγκαταστάσεις όπως για παράδειγμα τα τουριστικά καταλύματα (ξενοδοχεία, μοτέλ, πανδοχεία, κάμπινγκ, ξενώνες, εστιατόρια κ.α.), και τις εγκαταστάσεις αναψυχής (εγκαταστάσεις αθλητικές, πολιτιστικές, αναψυχής, και εγκαταστάσεις που σχετίζονται με τη φύση.

---

<sup>9</sup> Stavrakis D., 1979, *Le phénomène touristique international- demande, organization, problématique, tendance futures*. Ed. d'Aujourd'hui, Col. Thèses et Recherches

## Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Η ταξιδιωτική και τουριστική βιομηχανία είναι ένας από τους μεγαλύτερους κλάδους του κόσμου με παγκόσμια οικονομική συνεισφορά (άμεση, έμμεση και επαγόμενη) που ξεπέρασε τα 7,6 τρισεκατομμύρια δολάρια το 2016. Οι άμεσες οικονομικές επιπτώσεις της βιομηχανίας, συμπεριλαμβανομένων των καταλυμάτων, των μεταφορών, ήταν περίπου 2,3 τρισεκατομμύρια δολάρια για εκείνο το έτος. Ορισμένες χώρες, όπως η Γαλλία και οι Ηνωμένες Πολιτείες, αποτελούν δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς, αλλά άλλες, λιγότερο γνωστές χώρες αναδύονται γρήγορα προκειμένου να αποκομίσουν τα οικονομικά οφέλη της συγκεκριμένης βιομηχανίας. Σε παγκόσμιο επίπεδο, ο τουριστικός κλάδος γνωρίζει σταθερή ανάπτυξη κάθε χρόνο. Οι διεθνείς αφίξεις τουριστών αυξήθηκαν από 528 εκατομμύρια το 2005 σε 1,19 δισεκατομμύρια το 2015 ενώ μέχρι το 2030 προβλέπεται να υπερβούν τα 1,8 δισεκατομμύρια. Κάθε χρόνο, η Ευρώπη λαμβάνει τις περισσότερες διεθνείς αφίξεις τουριστών. Επίσης, “παράγει” τους περισσότερους ταξιδιώτες με περίπου 607 εκατομμύρια εξερχόμενους τουρίστες για το 2015, διπλάσια της Ασίας που αποτελεί τη δεύτερη μεγαλύτερη “πηγή” ταξιδιωτών.

Όπως είναι αναμενόμενο, η συμβολή της τουριστικής βιομηχανίας επηρεάζει την παγκόσμια οικονομία σε πολύ μεγάλο βαθμό. Τα τελευταία χρόνια, οι κυβερνήσεις σε όλο τον κόσμο συνειδητοποιούν τα εξαιρετικά οφέλη του τουρισμού και λαμβάνουν μέτρα για τη μεγιστοποίηση της εν λόγω βιομηχανίας. Για έβδομη συνεχή χρονιά ο τομέας τουρισμού ήταν ο ταχύτερα αναπτυσσόμενος ευρύτερος οικονομικός τομέας παγκοσμίως, παρουσιάζοντας ισχυρότερη ανάπτυξη από ότι οι υπόλοιποι κλάδοι, συμπεριλαμβανομένου του τομέα της μεταποίησης (4,2%), του λιανικού και του χονδρικού εμπορίου (3,4%), της γεωργίας, της δασοκομίας και της αλιείας (2,6%) και των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών (2,5%). Τα άμεσα και έμμεσα αποτελέσματα της τουριστικής βιομηχανίας για το 2017 ήταν τα εξής:

- Συνεισφορά 8,3 τρισεκατομμυρίων δολαρίων στο παγκόσμιο ΑΕΠ (10,4%)
- 313 εκατομμύρια θέσεις εργασίας, 1 στις 10 θέσεις εργασίας ανά τον κόσμο
- Εξαγωγές ύψους 1,5 τρισεκατομμυρίων δολαρίων (6,5% των συνολικών εξαγωγών, 28,8% των συνολικών εξαγωγών υπηρεσιών)

- Επενδύσεις ύψους 882 δισεκατομμυρίων δολαρίων (4,5% της συνολικής επένδυσης).

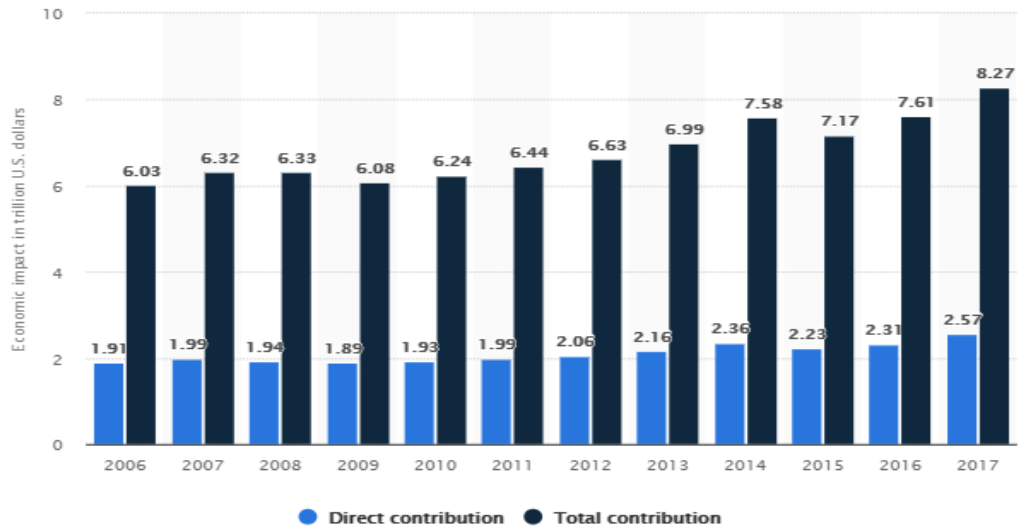


Figure 1: Η συνεισφορά του τουρισμού στο παγκόσμιο ΑΕΠ, Statista 2018

Οι επιδόσεις της Ευρώπης στον τουρισμό σημείωσαν αύξηση κατά 4,8%, καθώς η ζήτηση μακρινών προορισμών ανέκαμψε έντονα, συνοδευόμενη από ισχυρά ενδοπεριφερειακά ταξίδια χάρη στη δύναμη της ευρωπαϊκής οικονομίας. Σύμφωνα με τη Διεθνή Ένωση Αεροπορικών Μεταφορών, το 2017, οι ευρωπαϊκές αεροπορικές εταιρείες σημείωσαν για πρώτη φορά αύξηση των επιβατών κατά 8,1% και πάνω από 1 δισεκατομμύριο επιβάτες. Οι ασιατικές χώρες συνεχίζουν να οδηγούν την παγκόσμια ανάπτυξη του τουρισμού με τη Βορειοανατολική Ασία να αυξάνεται στο 7,4% και τη Νοτιοανατολική Ασία στο 6,7%. Η Κίνα εξακολουθεί να ηγείται του δρόμου στο 9,8%. Κατά τα επόμενα δέκα χρόνια, πάνω από το ένα τρίτο της απόλυτης αύξησης του ΑΕΠ και σχεδόν το ήμισυ της αύξησης της απασχόλησης θα δημιουργηθεί από την Κίνα και την Ινδία. Οι προβλέψεις για το 2018 δείχνουν ότι η ανάπτυξη θα συνεχιστεί, αν και με βραδύτερο ρυθμό από ό, τι το 2017, ως αποτέλεσμα των υψηλότερων τιμών του πετρελαίου. Οι μακροπρόθεσμες προοπτικές έως το 2028 παραμένουν αμετάβλητες, με μέση αύξηση 3,8% ετησίως κατά την επόμενη δεκαετία. Ωστόσο, μέχρι το 2028, ο τουρισμός αναμένεται να υποστηρίξει περισσότερες από 400 εκατομμύρια θέσεις εργασίας παγκοσμίως, πράγμα που ισοδυναμεί με 1 στις 9 θέσεις απασχόλησης στον κόσμο. και ο τομέας αναμένεται να συνεισφέρει περίπου το 25% της παγκόσμιας καθαρής δημιουργίας θέσεων εργασίας

κατά την επόμενη δεκαετία. Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού (World Travel and Tourism Council) συμβολή της βιομηχανίας του τουρισμού στην παγκόσμια οικονομία είναι εξαιρετικά σημαντική και με την πάροδο των χρόνων αυξάνεται και άλλο.

## **Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Ο τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί βασικό στοιχείο της οικονομικής δραστηριότητας στη χώρα και είναι ένας από τους σημαντικότερους τομείς (οικονομικούς και κοινωνικούς) της. Η Ελλάδα είναι ένας δημοφιλής τουριστικός προορισμός στην Ευρώπη από την αρχαιότητα, λόγω του πλούσιου πολιτισμού και της ιστορίας της, η οποία αντικατοπτρίζεται σε μεγάλο βαθμό από τους 18 χώρους της Παγκόσμιας Κληρονομιάς της UNESCO, αριθμός ο οποίος είναι ένας από τους μεγαλύτερους σε χώρα αυτού του μεγέθους παγκοσμίως. Εξίσου σημαντικοί παράγοντες είναι η μακρά ακτογραμμή της, τα πολλά νησιά και οι παραλίες. Η Ελλάδα προσέλκυσε 30,1 εκατομμύρια επισκέπτες το 2017, προάγοντας την σε μία από τις χώρες που επισκέπτονται περισσότερο οι τουρίστες από την Ευρώπη και ολόκληρο τον κόσμο, νούμερα που αντικατοπτρίζονται στην συμβολή του τουρισμού κατά 18% στο ακαθάριστο εγχώριο προϊόν του έθνους.

### **Ο τουρισμός της Ελλάδας σε αριθμούς**

Τα στοιχεία της έρευνας του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC), προβλέπουν για την Ελλάδα ότι έως το 2027<sup>10</sup>:

- Οι αφίξεις διεθνών τουριστών θα ανέλθουν σε περίπου 40 εκατομμύρια δημιουργώντας παρουσιάζοντας αύξηση 4,8% ετησίως.
- Η συνολική συμβολή του κλάδου στην απασχόληση θα υποστηρίξει 1.273.000 θέσεις εργασίας -29,9% της συνολικής απασχόλησης- σημειώνοντας αύξηση 3,4% ετησίως.

---

<sup>10</sup> WTTC, 2018 travel & tourism economic impact 2018 Greece



- Οι δαπάνες για ταξίδια αναψυχής αναμένεται να αυξηθούν κατά 4,2% ετησίως σε 36,4 δισεκατομμύρια ευρώ το 2027, από 24,1 δισεκατομμύρια ευρώ το 2017.
- Οι δαπάνες για επαγγελματικά ταξίδια αναμένεται να αυξάνονται κατά 8,2% ετησίως σε 3,9 δισεκατομμύρια ευρώ το 2027, από 1,8 δισεκατομμύρια το 2017.
- Το μερίδιο στις συνολικές εθνικές επενδύσεις θα αυξηθεί από 15,9% το 2017, σε 17,3% το 2027.
- Η συνολική συμβολή του τουριστικού κλάδου στην ελληνική οικονομία, αναμένεται να αυξηθεί κατά 4,6% που θα αντιστοιχεί στο 23,8% του ΑΕΠ.

Σύμφωνα με έρευνα που διεξήχθη στην Κίνα το 2015, η Ελλάδα ψηφίστηκε ως η νούμερο ένα επιλογή του κινεζικού λαού ως τουριστικός προορισμός. Τον Νοέμβριο του 2016, η Αυστρία, όπως η Κίνα, ανακοίνωσε ότι η Ελλάδα ήταν ο αγαπημένος τουριστικός προορισμός για τους πολίτες της. Λόγω αυτής της σχέσης, σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε το σχέδιο της ανάπτυξης στην Κίνα και έτσι ο ΕΟΤ διαθέτει σήμερα δύο τουριστικά γραφεία στην Κίνα, ένα στη Σαγκάη και ένα στο Πεκίνο. Εκτιμάται ότι το 2013 η Ελλάδα φιλοξένησε πάνω από 17,93 εκατομμύρια τουρίστες, αύξηση κατά 10% σε σχέση με το 2012. Περισσότεροι από 22 εκατομμύρια τουρίστες επισκέφθηκαν την Ελλάδα το 2014 και ο αριθμός τους αυξήθηκε σε 26 εκατομμύρια επισκέπτες το 2015 και σε 28 εκατομμύρια επισκέπτες το 2016, καθιστώντας την μία από τις χώρες που επισκέφθηκε περισσότερο την Ευρώπη και τον κόσμο. Το 2017 ο αριθμός αυτός κορυφώθηκε στα 30 εκατομμύρια και το 2018 αναμένεται να φτάσει τα 33 εκατομμύρια. Ο τουρισμός στην Ελλάδα τυπικά κορυφώνεται από τον Μάιο μέχρι τον Σεπτέμβριο, όπου συμβαίνει περίπου το 75% όλων των τουριστικών επισκέψεων. Οι αριθμοί αυτοί αποτυπώνονται και στο παρακάτω διάγραμμα:

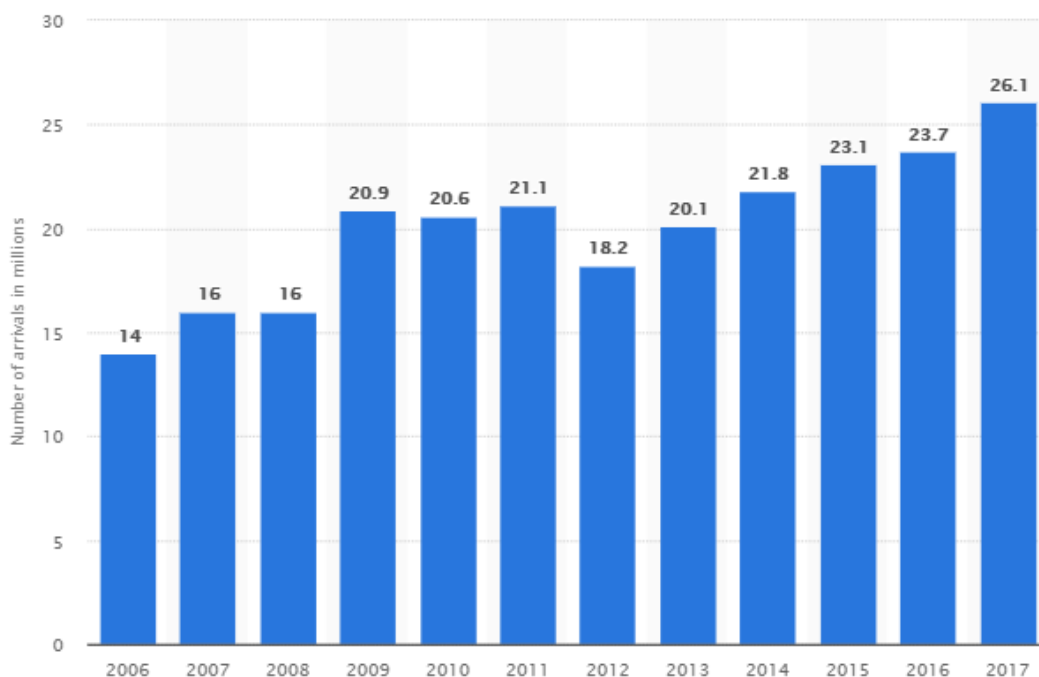


Figure 2: Αφίξεις σε τουριστικά καταλύματα στην Ελλάδα, 2006-2017, Statista, 2018

Μία εξίσου ενδιαφέρουσα ανάλυση, είναι και η κατανομή της καταγωγής των τουριστών που επισκέπτονται την χώρα μας. Όπως φαίνεται στον πίνακα παρακάτω, οι γειτονικοί λαοί βρίσκονται αρκετά υψηλά στην λίστα, ενώ η Ευρώπη και ειδικά οι μεγάλες χώρες έχουν επίσης σημαντικές θέσεις. Ειδική μνεία πρέπει να γίνει στο πλήθος των τουριστών από τις Η.Π.Α., οι οποίοι παρόλο την μεγάλη απόσταση, δείχνουν μια ιδιαίτερη προτίμηση στην χώρα μας, κυρίως λόγω των στενών φιλικών σχέσεων μεταξύ των δυο χωρών. Αναλυτικά:

Κατάταξη	Χώρα	Αριθμός τουριστών (2015)
1	Π.Γ.Δ.Μ.	3.023.059
2	Γερμανία	2.810.350
3	Ηνωμένο Βασίλειο	2.397.169
4	Βουλγαρία	1.900.642
5	Γαλλία	1.522.100
6	Ιταλία	1.355.327
7	Τουρκία	1.153.046
8	Πολωνία	754.402
9	Η.Π.Α.	750.250
10	Σερβία	727.831

Figure 3: Τουρίστες στην Ελλάδα βάσει προέλευσης

## S.W.O.T. ανάλυση του τουρισμού στην Ελλάδα

Η SWOT ανάλυση αποτελεί ένα εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού το οποίο χρησιμοποιείται από επιχειρήσεις και όχι μόνο, πριν τη λήψη σημαντικών αποφάσεων, προκειμένου να εξετασθούν παράγοντες που πηγάζουν από ενδογενείς ή εξωγενείς παράγοντες και μπορούν να επηρεάσουν την υλοποίηση της εκάστοτε απόφασης. Το αρκτικόλεξο SWOT προκύπτει από τις αγγλικές λέξεις: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (αντίστοιχα στα ελληνικά: δυνατά σημεία, αδύνατα σημεία, ευκαιρίες, απειλές)<sup>11</sup>. Τα δυνατά και αδύνατα σημεία απορρέουν από την εσωτερική δομή της εκάστοτε επιχείρησης ή στην περίπτωση μας τοποθεσίας ενώ οι ευκαιρίες και οι απειλές πηγάζουν από εξωγενείς παράγοντες και κυρίως το περιβάλλον στο οποίο εδρεύει η υπό μελέτη επιχείρηση ή τοποθεσία. Στις δυνάμεις περιλαμβάνονται τα πλεονεκτήματα, το ανταγωνιστικό προϊόν, οι πόροι κοκ, στις αδυναμίες οτιδήποτε ενδογενές που χρήζει βελτίωσης, στις ευκαιρίες η τεχνολογία, η πολιτική, η κοινωνία κοκ και τέλος στις απειλές τα εμπόδια, ο ανταγωνισμός, τα οικονομικά και κοινωνικά προβλήματα και άλλα. Ακολουθεί η απεικόνιση της ανάλυσης SWOT για τον τουρισμό στην Ελλάδα.

Ενδογενείς Παράγοντες	<i>Δυνατά Σημεία-Strengths</i>	<i>Αδύνατα Σημεία-Weaknesses</i>
	1. Το φυσικό περιβάλλον (νησιά, θάλασσες)	1. Εποχικός τουρισμός (Απρίλιος – Οκτώβριος)
	2. Οι κλιματικές συνθήκες	2. Υποδεέστερες υποδομές μεταφορών (σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη)
	3. Η πολιτιστική κληρονομιά και τα σημεία ενδιαφέροντος	3. Κόστος (ακριβότερο προϊόν σε σχέση με άλλους παρόμοιους προορισμούς)
	4. Η ελληνική κουζίνα	

<sup>11</sup> [el.wikipedia.org/wiki/Ανάλυση\\_SWOT](http://el.wikipedia.org/wiki/Ανάλυση_SWOT)

*Ευκαιρίες- Opportunities*

1. Οι δυνητικοί τουρίστες είναι περισσότεροι από τους πραγματικούς (σωστό και οργανωμένο πλαίσιο προβολής και προσέλκυσης)
2. Η δυνατότητα ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού (θρησκευτικός, αγροτουρισμός κ.ά.)
3. Τεράστια περιθώρια βελτίωσης των υποδομών μεταφορών

*Απειλές-Threats*

1. Η μείωση του κόστους και η ταυτόχρονη αύξηση της ποιότητας των ανταγωνιστικών προορισμών
2. Η επιρροή των διεθνών τουριστικών πρακτορείων
3. Η έλλειψη αισθήματος ασφάλειας

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### ΑΤΟΜΑ ΜΕ ΑΝΑΠΗΡΙΑ

#### ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗΣ ΑΝΑΠΗΡΙΑΣ

Η αναπηρία αποτελεί μέρος της ανθρώπινης κατάστασης. Τα περισσότερα άτομα κατά τη διάρκεια της ζωής τους έχουν υποστεί ή θα υποστούν κάποια προσωρινή ή μόνιμη βλάβη που ενδέχεται να τους περιορίσει για όσο διάστημα θα την έχουν. Η πιθανότητα εμφάνισης τέτοιων βλαβών αυξάνεται συναρτήσει της μακροβιότητας του εκάστοτε ατόμου, γεγονός που επιβεβαιώνεται με τα κινητικά και όχι μόνο προβλήματα που εμφανίζονται καθώς διανύεται η τρίτη ηλικία. Οι περισσότερες οικογένειες εξετάζόμενες μέχρι και τρίτου βαθμού συγγένειας, έχουν ένα ή παραπάνω άτομα που πάσχουν από κάποια μορφή αναπηρίας. Το φαινόμενο της αναπηρίας χαρακτηρίζεται από τους ειδικούς ως πολύπλοκο και δυναμικό γεγονός που καθιστά δυσκολότερο τον ακριβή προσδιορισμό του ορισμού του. Σύμφωνα με την Παγκόσμια Οργάνωση Υγείας, ως αναπηρία νοείται το αποτέλεσμα οργανικών ή περιβαλλοντικών αιτιών που δημιουργούν ένα σύνολο εμποδίων σε σημαντικές περιοχές της ζωής, όπως η αυτοεξυπηρέτηση, η απασχόληση, η εκπαίδευση, η ψυχαγωγία και η γενικότερη κοινωνική συμμετοχή. Ως ΑμεΑ (άτομα με αναπηρία) χαρακτηρίζονται τα άτομα που έχουν είτε μόνιμες είτε προσωρινές βλάβες, ανικανότητες, αδυναμίες, αναπηρίες ή συνδυασμό των ανωτέρω<sup>12</sup>. Ο παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας ορίζει την αναπηρία ως “ένα σύνθετο και μεταβαλλόμενο φαινόμενο το οποίο οφείλεται στην αλληλεπίδραση των προσωπικών χαρακτηριστικών ενός ατόμου και των χαρακτηριστικών του περιβάλλοντος μέσα στο οποίο αυτό ζει”<sup>13</sup>. Οι αιτίες πίσω από τις αδυναμίες που περιγράφηκαν μπορεί να είναι φυσικής, ψυχικής ή νοητικής υφής. Αυτονόητα προκύπτει ότι όλες οι

<sup>12</sup> Συμβουλίου των Υπουργών της Ευρωπαϊκής Ένωσης (93/136/ΕΟΚ), Εφημερίδα Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (9/3/93)

<sup>13</sup> International Classification of Functioning, Disability and Health, FINAL DRAFT, Full Version - World Health Organization 2001 (WHO/EIP/GPE/CAS/ICIDH-2 FI/ 01.1)

περιπτώσεις ατόμων με αναπηρία δεν είναι και δεν μπορούν να αντιμετωπιστούν ως ίδιες.

Οι κατηγορίες της αναπηρίας προκύπτουν εξίσου από ποσοτικά και ποιοτικά χαρακτηριστικά. Ποσοτικά χαρακτηριζόμενο, ένα άτομο μπορεί να έχει μόνιμη ή παροδική ανικανότητα ή αναπηρία.

- Στην κατηγορία ατόμων με μόνιμη αναπηρία ανήκουν οι κινητικά ανάπηροι, οι τυφλοί ή αμβλύωπες, οι κωφοί και όσοι αντιμετωπίζουν δυσκολία στην αντίληψη, την επικοινωνία και την προσαρμογή τους στο κοινωνικό σύνολο. Προσθήκη σε αυτά τα άτομα αποτελούν οι χρόνια πάσχοντες με αυτοάνοσα ή μη νοσήματα, όπως επιληψία, ρευματισμοί, σύνδρομο down και άλλα.
- Στην κατηγορία ατόμων με παροδική ανικανότητα ή αναπηρία περιλαμβάνονται άτομα που υποφέρουν από τραυματισμούς, προσωρινές ασθένειες και άλλα.

Πολλές φορές, τα άτομα με αναπηρία ή περιορισμένη κινητικότητα συμπεριλαμβάνονται στην ευρύτερη κατηγορία των εμποδιζόμενων ατόμων. Πρόκειται για εκείνα τα άτομα που για να συμμετέχουν σε τομείς όπως η εκπαίδευση, η απασχόληση, η μετακίνηση, η προσβασιμότητα, η διασκέδαση, ο αθλητισμός ή η αυτόνομη διαβίωση, αντιμετωπίζουν πλήθος δυσκολιών που ενδέχεται να είναι ανυπέρβλητες βάσει του κοινωνικού τους περιβάλλοντος κάτι που συνεπάγεται τον κοινωνικό αποκλεισμό τους. Εμποδιζόμενο μπορεί να χαρακτηριστεί ένα άτομο και πέρα από τα όρια της αναπηρίας, όπως μια εγκυμονούσα γυναίκα, τα άτομα με υπερβολική σωματική διάπλαση, οι ηλικιωμένοι και οι υπερήλικες, νήπια και μικρά παιδιά και άλλοι. Δυνητικά, κάθε άτομο κατά τη διάρκεια της ζωής του αντιμετωπίζει δυσκολίες που είναι ριζωμένες στον τρόπο δόμησης της εκάστοτε κοινωνίας.

## **ΜΟΡΦΕΣ ΚΑΙ ΕΙΔΗ ΑΝΑΠΗΡΙΑΣ**

Όπως προαναφέρθηκε, οι μορφές που εκφράζεται η αναπηρία είναι ποικίλες και πολλές φορές σύνθετες. Γενικά, μπορεί να διακριθεί σε κινητική, αισθητηριακή, ψυχική, νοητική ή σε κάποια άλλη μορφή συνήθως στην περίπτωση πολλαπλών αναπηριών. Παρακάτω παρουσιάζονται επιγραμματικά τα έξι βασικότερα και συνηθέστερα είδη αναπηρίας.

## **Σωματική Αναπηρία**

Στην κατηγορία αυτή, περιλαμβάνονται φυσιολογικές, λειτουργικές ή και κινητικές δυσλειτουργίες οι οποίες μπορεί να έχουν διακυμάνσεις, να είναι διαλείπουσες ή χρόνιες, προοδευτικές ή σταθερές, αόρατες ή ορατές. Ανάλογα με το είδος τους μπορεί να εκδηλώνουν οξύ πόνο, ανεκτό πόνο ή και καθόλου πόνο. Παραδείγματα προοδευτικής σωματικής αναπηρίας αποτελούν παθήσεις όπως η σκλήρυνση κατά πλάκας, η μυϊκή δυστροφία ή η χρόνια αρθρίτιδα. Οι παθήσεις αυτές εκφυλίζονται με την πάροδο του χρόνου. Μη προοδευτικές σωματικές παθήσεις μπορεί να είναι η εγκεφαλική παράλυση, το σύνδρομο χρόνιας κόπωσης, ινομυαλγία, δυσπλασία του νωτιαίου, μυελού και άλλες. Περίπου το 15% του παγκόσμιου πληθυσμού, βιώνουν κάποια μορφή φυσικής αναπηρίας.

## **Οπτική Αναπηρία**

Με τον όρο “τυφλό” περιγράφεται εκείνο το άτομο που έχει 10% ή λιγότερη φυσιολογική όραση. Το 90% των ατόμων που υποφέρουν από οπτική αναπηρία έχουν ουσιαστικά “οπτική απομείωση” , ενώ το υπόλοιπο 10% έχουν ολοκληρωτική απώλεια όρασης. Μερικές από τις εκφάνσεις της οπτικής αναπηρίας είναι ο καταρράκτης που είναι ιάσιμος, η προοδευτική τύφλωση εξαιτίας διαβήτη, η απώλεια περιφερειακής όρασης λόγω γλαυκώματος, η ολοκληρωτική τύφλωση λόγω αποκόλλησης του αμφιβληστροειδούς και άλλες. Σήμερα περίπου 36 εκατομμύρια άτομα πάσχουν από τύφλωση ενώ προβλέπεται ότι έως το 2050 ο αριθμός αυτό θα αυξηθεί σε 115 εκατομμύρια. Τα άτομα που πάσχουν από κάποιας μορφής οπτική αναπηρία – από παθήσεις που δεν διορθώνονται με την χρήση γυαλιών- αναμένεται ότι θα τριπλασιαστούν στην ίδια χρονική περίοδο φτάνοντας τα 588 εκατομμύρια από 217 που κυμαίνονται σήμερα.

## **Ακουστική Αναπηρία**

Ως “κωφός” περιγράφεται ένα άτομο το οποίο έχει σοβαρή ή βαθιά απώλεια ακοής. Ενδέχεται η απώλεια ακοής να προκληθεί κατά την ενηλικίωση. Ως κωφάλαλος νοείται το άτομο που αδυνατεί τόσο να ακούσει, όσο και να μιλήσει, ενώ μπορεί με τη μορφή πολλαπλής αισθητηριακής αναπηρίας ένα άτομο να είναι τυφλό και κωφάλαλο. Τέλος μια πιο συνηθισμένη μορφή ακουστικής αναπηρίας είναι αυτή της βαρηκοΐας, όπου το άτομο δυσκολεύεται να ακούσει το σύνολο ή μέρος κάποιων συχνοτήτων. Η βαρηκοΐα συνήθως, είναι συνέπεια τραυματισμού ή γήρατος και περιγράφει ένα άτομο το οποίο χρησιμοποιεί την εναπομένουσα ακοή και ομιλία του για να επικοινωνήσει. Περίπου 466 εκατομμύρια άνθρωποι παγκοσμίως έχουν ακουστική αναπηρία και 34 εκατομμύρια από αυτούς είναι παιδιά. Προβλέπεται ότι μέχρι το 2050 περισσότερα από 900 εκατομμύρια άνθρωποι θα έχουν ακουστική αναπηρία.

### **Διαταραχές Ψυχικής Υγείας**

Οι αναπηρίες ψυχικής υγείας εκφράζονται με πολλούς τρόπους όπως και οι σωματικές αναπηρίες. Σε αντίθεση με τις σωματικές αναπηρίες, όλες οι ψυχικές διαταραχές μπορούν να αντιμετωπιστούν και να θεραπευτούν. Ταξινομούνται στις παρακάτω μεγάλες κατηγορίες. Η σοβαρότερη ψυχική διαταραχή είναι η σχιζοφρένεια και επηρεάζει περίπου 24 εκατομμύρια άτομα παγκοσμίως. Η κατάθλιψη ως μία από τις πλέον διαδεδομένες μορφές διαταραχής της ψυχικής υγείας και συγκεκριμένα της διάθεσης αυξάνεται εκθετικά κάθε χρόνο επηρεάζοντας μέχρι τις αρχές του 2017 περί τα 322 εκατομμύρια άτομα παγκοσμίως με ποσοστό αύξησης στο σύνολο της δεκαετίας κατά 18,4%. Ως διαταραχές άγχους χαρακτηρίζονται οι φοβίες, οι κρίσεις πανικού και η ιδεοψυχαναγκαστική διαταραχή. Περίπου 30 εκατομμύρια άτομα παγκοσμίως πάσχουν από τέτοιας μορφής διαταραχές με υψηλότερα ποσοστά συγκέντρωσης σε ανεπτυγμένες περιοχές. Με τον όρο οργανικές διαταραχές νοείται το σύνολο των ασθενειών που επηρεάζουν το νευρικό σύστημα. Τέτοιες μπορεί να είναι η νόσος του Alzheimer, το παραλήρημα, η άνοια και άλλες.

### **Διανοητικές Αναπηρίες**



Με τον όρο διανοητικές αναπηρίες νοείται το σύνολο των αναπηριών που χαρακτηρίζονται από πνευματική ανάπτυξη και ικανότητα που είναι σημαντικά χαμηλότερα από το μέσο όρο. Περιλαμβάνουν έναν μόνιμο περιορισμό στην ικανότητα του εκάστοτε ατόμου να μάθει. Τα κυριότερα αίτια διανοητικών ή αναπτυξιακών αναπηριών περιλαμβάνουν εκείνες τις καταστάσεις που επηρεάζουν την ανάπτυξη του εγκεφάλου πριν ή κατά τη διάρκεια της γέννησης ή κατά την πάροδο των παιδικών χρόνων και μπορεί να οφείλονται στις γενετικές συνθήκες του ατόμου όπως κάποια ασθένεια που είχε η μητέρα κατά τη διάρκεια της εγκυμοσύνης, η χρήση αλκοόλ ή φαρμάκων από την τελευταία, πληθώρα παιδικών ασθενειών, φτώχεια και περιβαλλοντικοί κίνδυνοι και άλλα.

### **Μαθησιακές Αναπηρίες και Δυσκολίες**

Ως μαθησιακή αναπηρία χαρακτηρίζεται μια επίμονη και ειδική διαταραχή του κεντρικού νευρικού συστήματος ενός ατόμου που επηρεάζει τη διαδικασία μάθησης. Ως έκφανση της ανωτέρω αναπηρίας είναι η ικανότητα του ατόμου να ερμηνεύει αυτό που βλέπει ή ακούει και μετέπειτα να συνδέει πληροφορίες προερχόμενες από διάφορα μέρη του εγκεφάλου. Ένας από τους πιο συνηθισμένους δείκτες μαθησιακής αναπηρίας είναι η διαφορά μεταξύ της δυναμικής ενός ατόμου ήτοι των πνευματικών του ικανοτήτων και του πραγματικού επιπέδου επίτευξης των στόχων. Μερικές από τις συνηθέστερες μορφές μαθησιακών δυσκολιών μπορεί να είναι η δυσλεξία, η δυσαριθμησία, η δυσγραφία, η δυσαναγνωσία, η δυσορθογραφία, η δυσπραξία, η διάσπαση προσοχής και η υπερκινητικότητα. Η δυσλεξία δυσκολεύει το άτομο να επεξεργαστεί το γραπτό λόγο και ως εκ τούτου την ανάγνωση σε βαθμό δυσανάλογο της ηλικίας του ατόμου. Πολλές φορές κληρονομείται και δεν αποτελεί ασθένεια αλλά διαφορετικότητα στη δομή του εγκεφάλου. Η δυσαριθμησία είναι η δυσκολία εκμάθηση μαθηματικών εννοιών χωρίς να συντρέχει κάποιο άλλο σύνδρομο ή νοητική υστέρηση ενώ η δυσγραφία αποτελεί νευρολογική διαταραχή η οποία συνδέεται με δυσκολία στη γραφή ή παραμορφώσεις. Η δυσαναγνωσία χαρακτηρίζεται από την ανικανότητα του εγκεφάλου να αποκωδικοποιεί οπτικά ερεθίσματα με τη μορφή κειμένου, ενώ η δυσορθογραφία αφορά στη δυσκολία σύνθεσης μια λέξης ή μιας ολόκληρης πρότασης. Με τον όρο δυσπραξία νοείται η δυσκολία ανάπτυξης κινητικών δεξιοτήτων και είναι μια διαταραχή που εμφανίζεται

συνήθως σε αγόρια. Τέλος, η διάσπαση προσοχής και η υπερκινητικότητα αποτελούν ένα φαινόμενο που μπορεί να θεωρηθεί μέχρι κάποια ηλικία φυσιολογικό και ενδέχεται να εξελιχθεί σε διαταραχή όταν το άτομο μεγαλώσει ηλικιακά.

## **ΜΟΝΤΕΛΑ ΤΗΣ ΑΝΑΠΗΡΙΑΣ**

Τα μοντέλα της αναπηρίας αποτελούν εργαλεία προσδιορισμού της αναπηρίας που παρουσιάζει κάποιο άτομο καθώς και μία βάση πάνω στην οποία δύναται να βασιστεί η κοινωνία προκειμένου μέσω των υποδομών της να παρέχει στα άτομα με αναπηρία το επίπεδο ζωής που τους αρμόζει να έχουν. Πρακτικά, τα μοντέλα αυτά είναι “οδηγοί” προκειμένου να παρουσιαστούν οι διαφορετικές ανάγκες συγκεκριμένων μελών της κοινωνίας, να αναλυθούν εκτενέστερα και μέσω αυτών να ακολουθηθούν οι κατάλληλες ενέργειες για την υιοθέτηση των σωστών μέτρων σε ατομικό αλλά και σε συνολικό επίπεδο, ώστε να διευκολυνθεί η καθημερινότητα όλων. Πολλές φορές τα μοντέλα αυτά αντιμετωπίζονται με σκεπτικισμό αφού από ένας αριθμός ατόμων τα θεωρεί ουτοπικά, όμως στην πραγματικότητα προσεγγίζουν με ακριβή τρόπο ζητήματα σχετικά με την αναπηρία. Οι δύο βασικότερες φιλοσοφίες που εκπροσωπούν τα μοντέλα εστιάζουν αφενός στα άτομα με αναπηρίες ως μέλη εξαρτώμενα από την κοινωνία, κάτι που ενδέχεται να οδηγήσει σε διακρίσεις και ανισότητες και αφετέρου στα άτομα με αναπηρίες ως μέλη που η κοινωνία οφείλει να τα εξυπηρετήσει όπως ακριβώς και τα υπόλοιπα μέλη της, δηλαδή σαν “πελάτες”. Το δεύτερο μοντέλο προάγει έναν ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα με προτεραιότητα το άτομο και τα ατομικά του δικαιώματα. Αξίζει να σημειωθεί ότι πέραν της βασικής δομής τους, τα μοντέλα αναπηρίας διέπονται από μια δυναμική που τα μεταλλάσσει ακριβώς με τον ίδιο τρόπο που μεταλλάσσεται οποιαδήποτε σύγχρονη κοινωνία. Παρακάτω εξετάζονται τα μοντέλα λεπτομερέστερα.

### **Το ιατρικό ή ατομικό μοντέλο**

Το ατομικό μοντέλο επικεντρώνεται στην αναπηρία και στις εκφάνσεις της ως ένα προσωπικό χαρακτηριστικό αποκομμένο από την υπόλοιπη κοινωνία. Αντιμετωπίζει την αναπηρία ως αποτέλεσμα σωματικών ή διανοητικών περιορισμών ενός ατόμου

που μπορεί να οφείλονται σε ασθένεια, ατύχημα ή σε άλλο ιατρικό λόγο και τα άτομα που υποφέρουν από αυτούς τους περιορισμούς αποτελούν βιολογικές μειονότητες. Η προσέγγιση του ιατρικού μοντέλου είναι εμφανής από τους ορισμούς που δόθηκαν για τα εν λόγω άτομα από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας στο πλαίσιο ταξινόμησης του βαθμού αναπηρίας στη δεκαετία του 1980<sup>14</sup>. Συγκεκριμένα ορίζονται τα παρακάτω:

- Απομείωση: Οποιαδήποτε απώλεια ή ανωμαλία της ψυχολογικής, φυσιολογικής ή ανατομικής δομής ή λειτουργίας
- Αναπηρία: Οποιοσδήποτε περιορισμός ή έλλειψη ικανότητας εκτέλεσης μιας δραστηριότητας ή εκπλήρωσης ενός ρόλου με τρόπο ή εντός του εύρους που θεωρείται φυσιολογικό για ένα άτομο σε σχέση με την ηλικία, το φύλο του και τις ισχύουσες πολιτισμικές παραμέτρους
- Χάντικαπ: Το αποτέλεσμα για ένα άτομο όταν εξαιτίας κάποιας βλάβης ή δυσλειτουργίας δεν μπορεί να εκπληρώσει ένα φυσιολογικό ρόλο ζωής

Ουσιαστικά, το ιατρικό μοντέλο τοποθετεί την πηγή του προβλήματος στο ίδιο το άτομο αποσκοπώντας στο να μεταβάλλει ή να αλλάξει εκείνο το πρόβλημα ή την αναπηρία που αντιμετωπίζει προκειμένου να ενσωματωθεί στην κοινωνία όπως είναι ήδη διαμορφωμένη. Η προσέγγιση αυτή τάσσεται υπέρ της αλλαγής των ατόμων με αναπηρία σε “κανονικά” άτομα, εφαρμογή που κατά κανόνα αποτυγχάνει αφού τα εν λόγω άτομα δεν είναι απαραίτητα άρρωστα και πολλές φορές δεν μπορούν να ιαθούν ή να βελτιωθούν με κάποια θεραπεία. Κύρια αιτία της αναπηρίας, σύμφωνα με αυτό το μοντέλο, είναι το βιολογικό σώμα<sup>15</sup>. Μερικά παραδείγματα υιοθέτησης αυτού του μοντέλου μπορεί να είναι μία εκδήλωση που δεν διαθέτει τις κατάλληλες υποδομές για να γίνει προσβάσιμη από άτομα με κινητικές δυσκολίες ή ευρύτερα εμποδιζόμενα άτομα, μια γραπτή παρουσίαση με μέσα που δεν διευκολύνουν τα άτομα με μειωμένη ή μηδενική όραση στην παρακολούθηση, η μη έγκαιρη προσκόμιση εγγράφων σε άτομα που πάσχουν από δυσλεξία ή αργούν να επεξεργαστούν το γραπτό λόγο και πληθώρα άλλα. Είναι προφανές ότι το ιατρικό μοντέλο δεν επικεντρώνει στα θεμελιώδη ανθρώπινα δικαιώματα και τις τελευταίες δεκαετίες γίνεται συλλογική προσπάθεια εξάλειψης του από το κοινωνικό μοντέλο.

<sup>14</sup> *Who, 1980, International Classification of Impairment, Disability, and Handicap,*

<sup>15</sup> Καραγιάννη, Π. και Ζώνιου-Σιδέρη, Α. (2006). «Το κοινωνικό μοντέλο της αναπηρίας. Θεωρία και ερευνητική πρακτική. Αντιφάσεις και ερωτήματα», Μακεδόν, τεύχος 15



Figure 4: Ιατρικό μοντέλο αναπηρίας

## Το κοινωνικό μοντέλο αναπηρίας

Σε αντίθεση με το ιατρικό, το κοινωνικό μοντέλο αντιμετωπίζει την αναπηρία ως συνέπεια της περιβαλλοντικών συνθηκών και κοινωνικής συμπεριφοράς. Η προσέγγιση του εν λόγω μοντέλου εστιάζει στην ανικανότητα της κοινωνίας να δημιουργήσει και να διατηρήσει ευνοϊκές συνθήκες διαβίωσης για τα άτομα βάσει των προσωπικών τους χαρακτηριστικών. Σύμφωνα με τον διεθνή μη κερδοσκοπικό οργανισμό Disabled People's International ως αναπηρία νοείται η απώλεια ή ο περιορισμός των ευκαιριών συμμετοχής στην κανονική ζωή της κοινότητας σε ίσο επίπεδο με άλλους, λόγω φυσικών ή κοινωνικών εμποδίων<sup>16</sup>. Η απαρχή του κινήματος υποστήριξης του κοινωνικού μοντέλου ορίζεται στη δεκαετία του 1970 και συγκεκριμένα στη συγκρότηση της Ένωσης Ατόμων με Κινητικές Βλάβες κατά του Διαχωρισμού<sup>17</sup>. Πρόκειται για μια σχετικά πρόσφατη προσπάθεια επανατοποθέτησης των θεωριών αρχικά και στη συνέχεια των εμποδίων που μπορεί να αντιμετωπίσουν καθημερινά τα άτομα που πάσχουν από κάποια μορφή αναπηρίας στη σκοπιά του

<sup>16</sup> Disabled People's International

<sup>17</sup> Union of Physically Impaired Against Segregation

εκάστοτε κρατικού μηχανισμού. Το μοντέλο αυτό υιοθετήθηκε από πλήθος υποστηρικτών και στοχαστών και καταλήγει στο συμπέρασμα πως σε μία πλήρως ανεπτυγμένη και λειτουργική κοινωνία δεν μπορεί να υφίσταται καμία αναπηρία. Το μοντέλο αυτό αντιμετωπίζει δύο βασικές προκλήσεις. Αρχικά, η πληθυσμιακή αύξηση αναπόφευκτα οδηγεί σε αύξηση των ατόμων με αναπηρίες σε βαθμό που δύναται να δυσκολέψει την κοινωνία στην άμεση προσαρμογή της στα νέα δεδομένα. Η δεύτερη αφορά στα φιλανθρωπικά σωματεία και οργανώσεις που χρειάζεται να αντικαταστήσουν τον επικουρικό ρόλο τους απέναντι στα άτομα με αναπηρίες με τρόπο που θα τα καθοδηγεί πλέον στην πληρέστερη ατομική τους αυτονομία.

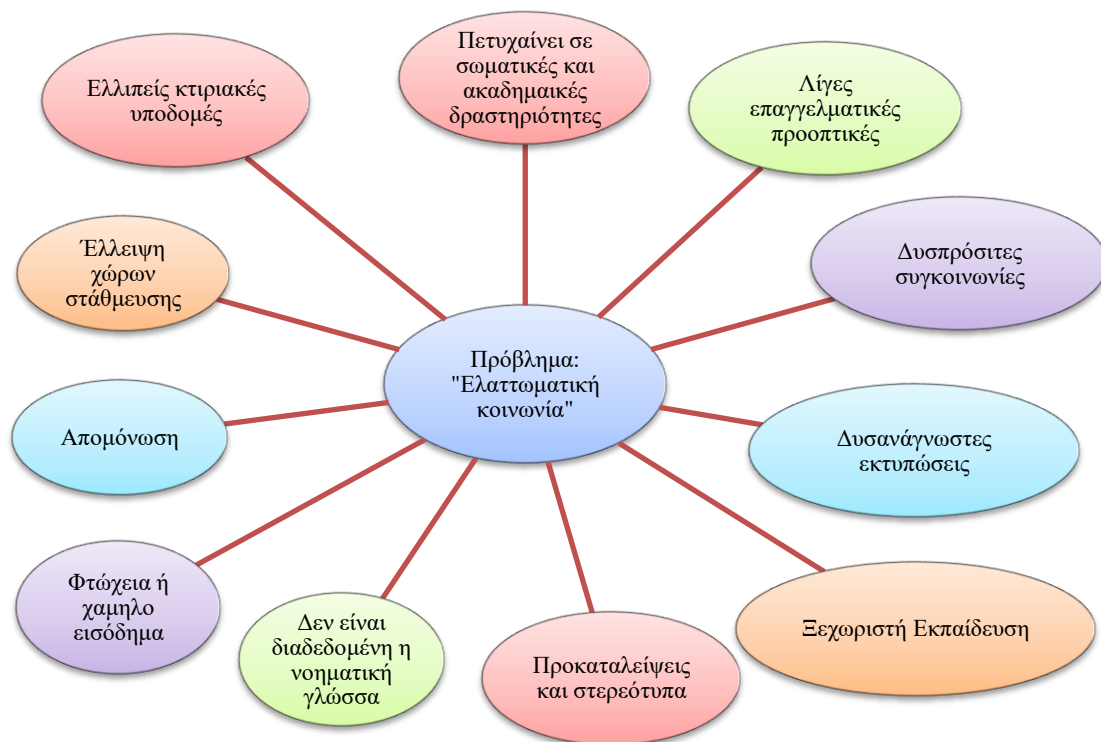


Figure 5: Κοινωνικό μοντέλο αναπηρίας

Πέρα από τα δύο βασικά μοντέλα αντιμετώπισης της αναπηρίας, επικρατούν και άλλες προσεγγίσεις εκ των οποίων οι βασικότερες παρατίθενται ακολούθως.

### **Το επαγγελματικό μοντέλο**

Το επαγγελματικό μοντέλο αποτελεί παρακλάδι του ιατρικού, αφού χαρακτηρίζεται από την επιρροή και την ισχύ που μπορεί να έχει κάποιος ειδικός ή γιατρός απέναντι στον ασθενή του. Αφού πρώτα διαγνωστεί η βλάβη και οι περιορισμοί του ασθενούς με γνώμονα το ιατρικό μοντέλο, ο εκάστοτε ειδικός τείνει να του επιβάλλει τρόπους θεραπείας ή συνταγογράφηση με τρόπο αυταρχικό και υπό συνθήκες αθέμιτο.

### **Το φιλανθρωπικό μοντέλο**

Πρόκειται για μια συνηθισμένη προσέγγιση στις μέρες μας, βάσει της οποίας τα άτομα με αναπηρίες αντιμετωπίζονται ως θύματα περιστάσεων και δύναται να προκαλέσουν λύπηση ή δυστυχία. Αυτό το μοντέλο υφίσταται λόγω της ανικανότητας των μη εμποδιζόμενων ή ανάπηρων ατόμων να κατανοήσουν τις ανάγκες των υπολοίπων και τα χαρακτηριστικά τους.

### **Το ηθικό / θρησκευτικό μοντέλο**

Το ηθικό μοντέλο χαρακτηρίζεται από την παγιοποίηση απόψεων που θεωρούν την αναπηρία ως ένα αποτέλεσμα ενεργειών που απορρέουν από τις πράξεις των γονέων στο άτομο που γεννήθηκε ή απέκτησε στη συνέχεια κάποιο πρόβλημα. Είναι ένα άκρως φονταμελιστικό<sup>18</sup> πρότυπο με απαρχαιωμένες και δεισιδαιμονικές ρίζες. Απόηχοι αυτού του μοντέλου συναντώνται στο δόγμα του κάρμα και στις ινδικές θρησκείες.

### **Το μοντέλο ενδυνάμωσης**

Μέσω αυτού του μοντέλου επιτρέπεται στο άτομο με αναπηρία και στο οικογενειακό του περιβάλλον να αποφασίσουν οι ίδιοι για την πορεία της θεραπείας του και της παρεχόμενες υπηρεσίες που θα χρησιμοποιήσουν. Με αυτόν τον τρόπο η άλλοτε αυταρχική συμπεριφορά του ειδήμονα γιατρού ή άλλου ειδικού αντικαθίσταται με παροχή συμβουλών που δίνουν προτεραιότητα στον ασθενή και στις επιλογές του, καθιστώντας τον έτσι επικεφαλής των στόχων που ο ίδιος όρισε.

---

<sup>18</sup> Με τον όρο **φονταμενταλισμός** (θεμελιωτισμός) εκφράζονται οι τάσεις εμμονής ή επιστροφής σε άκρως συντηρητικά θρησκευτικά βιώματα του παρελθόντος, τα οποία λειτουργούν ως μέσο αντίστασης σε κάθε ενδεχόμενη αλλαγή ή θρησκευτική μεταρρύθμιση

## **Το οικονομικό μοντέλο**

Στο μοντέλο αυτό η μελέτη του ατόμου απομονώνεται σε μία πιο στενή οπτική σε μακροοικονομικό επίπεδο. Ο πάσχων ενδέχεται να αδυνατεί να συμμετέχει στην παραγωγική διαδικασία ή όταν συμμετέχει να μην είναι προβλεπόμενα παραγωγικός. Ως συνέπεια, ο εργοδότης σημειώνει χαμηλότερα περιθώρια κέρδους και το κράτος δαπανά περισσότερα κονδύλια για την ενίσχυση των πασχόντων. Πρόκειται για μία αμιγώς οικονομική προσέγγιση που συνδέεται άμεσα με το μοντέλο της φιλανθρωπίας. Αναμφισβήτητα, αν οι πληρωμές κοινωνικής πρόνοιας αντιμετωπιστούν ως επενδύσεις ενεργοποίησης και επανένταξης των μελών που το ίδιο το κράτος πολλές φορές περιθωριοποιεί τα αποτελέσματα που θα προκύψουν μπορεί να αναιρέσουν τη δομή αυτού του μοντέλου.

## **Το μοντέλο της αγοράς**

Το μοντέλο της αγοράς όπως προδιαθέτει και το όνομα του, αναγνωρίζει τα άτομα με αναπηρίες ως μία μεγάλη ομάδα καταναλωτών, εργαζόμενων και ψηφοφόρων. Η στατιστικές δείχνουν ότι ένα πολύ μεγάλο μέρος του πληθυσμού θεωρεί πως έχει αναπηρία. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας, με την έρευνα που διεξήγαγε το 2011 για τα άτομα με αναπηρίες επιβεβαιώνει αυτόν τον ισχυρισμό, αφού κατά προσέγγιση το 15% του παγκόσμιου πληθυσμού πάσχει από κάποια μορφή αναπηρίας. Η λογική που ακολουθεί αυτό το μοντέλο δηλώνει ότι λόγω δημογραφικών στοιχείων οι επιχειρήσεις και οι κυβερνήσεις ορμώμενες από αυτά τα στατιστικά τείνουν να υιοθετούν πρακτικές που εξυπηρετούν αυτά τα άτομα.

## **Η προσβασιμότητα για τα άτομα με αναπηρίες**

Το μεγάλο πρόβλημα των ατόμων με ειδικές αναπηρίες έγκειται στην δυσκολία και στέρηση προσβασιμότητας. Στο άρθρο 9 της Σύμβασης για τα Δικαιώματα των Ατόμων με Αναπηρία, σημειώνεται ότι τα κράτη – μέλη του ΟΗΕ οφείλουν να λαμβάνουν κατάλληλα μέτρα για να εξασφαλίσουν στα ΑμεΑ πρόσβαση στα μέσα μαζικής μεταφοράς, σε ίση βάση με άλλους πολίτες, καθώς και στην ενημέρωση και

επικοινωνία, συμπεριλαμβανομένων τεχνολογιών και συστημάτων πληροφοριών, και σε άλλες εγκαταστάσεις και υπηρεσίες, που είναι ανοικτές ή παρέχονται στο κοινό, σε αστικές και αγροτικές περιοχές<sup>19</sup>. Σαφώς, η προσβασιμότητα δεν νοείται μονάχα ως διεύρυνση της χρησιμότητας ορισμένων δομημένων χώρων (δημοσίων ή ιδιωτικών), ούτε νοείται μόνο ως παράμετρος κατασκευαστικής αρτιότητας ενός κτιρίου ως προς τα δομικά του στοιχεία, ούτε ως δυνατότητα μετακίνησης. Πιο συγκεκριμένα, για να ορίσουμε την προσβασιμότητα θεωρούμε τη δυνατότητα προσέγγισης και χρήσης των χώρων, είτε μιλάμε για υπαίθριους χώρους είτε για κτίρια και είναι αυτή η συνιστώσα που καθορίζει το βαθμό συμμετοχής των πολιτών στην κοινωνική ζωή. Εξάλλου, αν δεν δίνεται πρόσβαση σε ένα μέρος δεν υπάρχει συμμετοχή και παρουσία κόσμου στο συγκεκριμένο μέρος. Όμως αυτό συμβαίνει μόνο για τα άτομα με αναπηρίες.

Ο στόχος μίας κοινωνίας που εναρμονίζεται στις ανάγκες όλων των κατοίκων, θα έπρεπε να είναι το δικαίωμα ίδιων επιλογών σε όλους τους κατοίκους. Όπως όλοι οι άνθρωποι έχουν κάποια καθολικά δικαιώματα στην εκπαίδευση, στην ιατρική περίθαλψη και σε άλλους τομείς, έτσι και τα άτομα με αναπηρίες θα έπρεπε να έχουν το ίδιο δικαίωμα σε αυτούς τους τομείς έμπρακτα και όχι απλά στα λόγια. Να υπάρχει δηλαδή μέριμνα ουσιαστική και όχι μελλοντική και υποθετική.

Η δυσκολία της μετακίνησης-μεταφοράς των εμποδιζόμενων ατόμων στις σύγχρονες πόλεις παραμένει έντονη με αρνητικές συνέπειες στην ποιότητα ζωής λόγω της μη ικανοποιητικής πρόσβασης στα μαζικά μέσα μεταφοράς. Η ελλειπής μέριμνα ως προς την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών δημιουργούν συνθήκες αποκλεισμού των ατόμων με ανάγκες στη καθημερινή τους ζωή. Ο σχεδιασμός και η ανάπτυξη των μέσων μεταφοράς δεν καλύπτει μόνο τις υπάρχουσες ανάγκες μιας μετακίνησης του πληθυσμού αλλά σχεδιάζεται να προσελκύει όλο και περισσότερες ομάδες νέων επιβατών, εξαλείφοντας τις εξάρσεις κοινωνικού αποκλεισμού και προσφέροντας καλύτερες υπηρεσίες σε όλο το επιβατικό κοινό. Αδιαμφισβήτητα η προσβασιμότητα είναι ένα καθολικό δικαίωμα όλων των πολιτών και η μέριμνα είναι αναγκαία για την ομαλότερη ένταξη όλων των ατόμων στην κοινωνία. Ακόμα και πολίτες σε πιο ανεπτυγμένες ευρωπαϊκές χώρες όπως η Αγγλία, αντιμετωπίζουν προβλήματα

---

<sup>19</sup> Κεντέλλα Ε., Κόντα Μ., 2016, *Έρευνα ικανοποίησης τουριστών ΑΜΕΑ*. Η περίπτωση του Ηρακλείου Κρήτης.



προσβασιμότητας σε βασικές τους ανάγκες όπως σε μέρη υγειονομικής και οδοντιατρικής περίθαλψης. Επιπρόσθετα, υπάρχει έντυπο υλικό που υποστηρίζει ότι η Αμερική εμποδίζει τα άτομα με αναπηρία σχεδιάζοντας απρόσιτες εγκαταστάσεις, εξοπλισμό και προγράμματα. Εκτός από τα δικαιώματα που απορρίπτονται έτσι για τα άτομα με αναπηρίες, τεκμηριώνεται το οικονομικό, ανθρώπινο και ηθικό κόστος που προκύπτει. Αναφέρονται οι εθνικές πολιτικές και πρακτικές που παρεμποδίζουν την προσβασιμότητα και εξετάζεται ο ρόλος των προτύπων προσβασιμότητας.

## **ΤΑ ΑΡΙΘΜΗΤΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΤΗΣ ΑΝΑΠΗΡΙΑΣ**

Το 2011 έλαβε χώρα μία έρευνα από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας (World Health Organization – WHO) με στόχο την πληρέστερη αποτύπωση σε μια έκθεση των ατόμων σε παγκόσμιο επίπεδο που πάσχουν από κάποια μορφή αναπηρία. Η Παγκόσμια Έκθεση για την Αναπηρία (World Report on Disability – WRD), αποτελεί το πρώτο έγγραφο που δίνει μια εκτενή εικόνα του αριθμού, της κατάστασης των αναγκών και των εμποδίων που αντιμετωπίζουν στην καθημερινότητα τους τα άτομα με αναπηρία. Η έκθεση δημοσιεύτηκε το 2011 από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας και την Παγκόσμια Τράπεζα και στόχος της ήταν να υποστηρίξει την εφαρμογή της Σύμβασης για τα άτομα με αναπηρίες. Στην έκθεση συγκεντρώνονται επιστημονικές πληροφορίες σχετικά με την αναπηρία που σχετίζονται με τους τομείς της δημόσιας υγείας, των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και της ανάπτυξης. Το ενδιαφερόμενο κοινό των ευρημάτων της έκθεσης μπορεί να είναι πολιτικοί, πάροχοι υπηρεσιών, επαγγελματίες και υποστηρικτές των ατόμων με αναπηρίες, τα ίδια τα άτομα και οικογένειες τους. Τα σημαντικότερα ευρήματα που προέκυψαν από αυτήν την έκθεση είναι τα εξής:

- Περισσότερα από 1 δισεκατομμύριο άτομα στον κόσμο έχουν κάποια μορφή αναπηρίας, αριθμός που αντιπροσωπεύει περίπου το 15% του παγκόσμιου πληθυσμού ενώ περισσότερα από 110 εκατομμύρια άτομα έχουν πολύ σημαντικές δυσκολίες στη λειτουργία
- Σε χώρες με προσδόκιμο ζωής άνω των 70 ετών, οι άνθρωποι περνούν κατά μέσο όρο περίπου 8 χρόνια, ή 11,5% της διάρκειας ζωής τους, με αναπηρίες.

- Η πιθανότητα ένα άτομο με αναπηρίας να είναι άνεργο αυξάνεται συγκριτικά με ένα χωρίς αναπηρία σε αναλογία περίπου 1:2 που αλλάζει βάσει γεωγραφικού προσδιορισμού και ανάπτυξης
- Συχνά, τα άτομα με αναπηρίες δεν λαμβάνουν την απαραίτητη υγειονομική περίθαλψη. Τα μισά από τα άτομα με αναπηρίες δεν μπορούν να αντέξουν το οικονομικό βάρος της ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης σε σύγκριση με το ένα τρίτο των αντίστοιχων ατόμων χωρίς αναπηρίες
- Τα άτομα με αναπηρίες είναι περισσότερο από δύο φορές πιο πιθανό να βρουν τις δεξιότητες των παρόχων υγειονομικής περίθαλψης ανεπαρκείς, σχεδόν τρεις φορές πιο πιθανό να στερηθούν υγειονομικής περίθαλψης, και τέσσερις φορές πιο πιθανό να αναφέρουν ότι αντιμετωπίζονται άσχημα από ότι τα άτομα χωρίς αναπηρία.
- Τα παιδιά με αναπηρίες είναι λιγότερο πιθανό να φοιτήσουν στο σχολείο από ότι τα παιδιά χωρίς αναπηρία. Τα κενά ολοκλήρωσης της εκπαίδευσης εντοπίζονται σε όλες τις ηλικιακές ομάδες σε όλες τις ρυθμίσεις, με το μοτίβο αυτό να επαναλαμβάνεται εντονότερα στις φτωχότερες χώρες. Ακόμη και σε χώρες όπου τα περισσότερα παιδιά χωρίς αναπηρίες πηγαίνουν στο σχολείο, πολλά παιδιά με αναπηρία δεν πηγαίνουν στο σχολείο. Για παράδειγμα, στη Βολιβία περίπου το 98% των παιδιών χωρίς αναπηρία πηγαίνουν στο σχολείο, αλλά μόνο το 40% των παιδιών με κάποια αναπηρία πηγαίνει στο σχολείο.
- Τα άτομα με αναπηρίες έχουν αυξημένη εξάρτηση και περιορισμένη συμμετοχή στις κοινωνίες τους. Ακόμη και στις χώρες υψηλού εισοδήματος, το 20-40% των ατόμων με αναπηρίες στερούνται της βοήθειας που χρειάζονται για να συμμετάσχουν σε καθημερινές δραστηριότητες. Στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής, το 70% των ενηλίκων με αναπηρίες βασίζεται στην οικογένεια και στους φίλους για βοήθεια σε καθημερινές δραστηριότητες.

Η συχνότητα εμφάνισης της αναπηρίας αυξάνεται σημαντικά λόγω γήρανσης του παγκόσμιου πληθυσμού και αύξησης των χρόνιων παθήσεων. Άλλοι παράγοντες που συμβάλλουν σε αυτήν την αύξηση είναι τα ατυχήματα, η βία και οι καταστροφές. Τα άτομα που επηρεάζονται περισσότερο από την αναπηρία είναι και τα πιο ευάλωτα γενικότερα όπως γυναίκες, ηλικιωμένοι και εισοδηματικά ασθενέστεροι. Η αναπηρία εκφράζεται με ποικίλους τρόπους ενώ στην πλειοψηφία αντίληψης του κόσμου

συνοδεύεται από τη στερεοτυπική εικόνα ενός ατόμου σε αναπηρική πολυθρόνα. Τα άτομα με αναπηρίες αντιμετωπίζουν φραγμούς στην πρόσβαση στις υπηρεσίες (υγεία, εκπαίδευση, απασχόληση και μεταφορές, μεταξύ άλλων). Πολλά από τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν τα άτομα με ειδικές ανάγκες μπορούν να αποφευχθούν και τα μειονεκτήματα που συνδέονται με την αναπηρία μπορούν να ξεπεραστούν με την προϋπόθεση ότι λαμβάνονται συστηματικά και συλλογικά μέτρα.

## **ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΤΟΜΩΝ ΜΕ ΑΝΑΠΗΡΙΕΣ**

### **Η Διεθνής Σύμβαση των Ηνωμένων Εθνών για τα Δικαιώματα των Ατόμων με Αναπηρία του Ο.Η.Ε.**

Η παρούσα σύμβαση αποτελεί το πρώτο νομικά δεσμευτικό πλαίσιο για την αναπηρία σε παγκόσμιο επίπεδο. Η ανάγκη σύνταξης και εφαρμογής αυτής της σύμβασης ήταν μεγάλη λόγω σοβαρών ελλείψεων και διαφοροποιήσεων στο θεσμικό πλαίσιο των κρατών σε ότι αφορά τα ανθρώπινα δικαιώματα και στην περίπτωση που εξετάζεται, τα δικαιώματα των ατόμων με αναπηρία. Ο κύριος στόχος της Σύμβασης ήταν η διασφάλιση των δικαιωμάτων και των απολαβών για τα άτομα με αναπηρίες σε επίπεδο τέτοιο ώστε να ισοσκελιστεί με τα δικαιώματα και τις απολαβές των υπόλοιπων πολιτών.

Η εν λόγω Σύμβαση ψηφίστηκε από την Ολομέλεια της Γενικής Συνέλευσης των Ηνωμένων Εθνών στις 13 Δεκεμβρίου το 2006 και τέθηκε σε ισχύ στις 3 Μαΐου του 2008, ενώ το 2012 η Συνεδρίαση της Ολομέλειας της Βουλής ψήφισε το παρακάτω νομοσχέδιο, κυρώνοντας τη Σύμβαση για τα δικαιώματα των ατόμων με αναπηρία και το Προαιρετικό Πρωτόκολλο της Σύμβασης.

Στο άρθρο 3 της Σύμβασης ορίζονται οι γενικές αρχές που αφορούν στα ανθρώπινα δικαιώματα και στα δικαιώματα των ΑμεΑ και συγκεκριμένα:

- Σεβασμός για εγγενή αξιοπρέπεια, ανεξαρτησία, ατομική αυτονομία και ελευθερία
- Μη διάκριση

- Πλήρης και αποτελεσματική συμμετοχή και ένταξη στην κοινωνία
- Αποδοχή και σεβασμός των ΑμεΑ ως αναπόσπαστο κομμάτι της κοινωνίας και μέρος της ανθρώπινης ποικιλομορφίας
- Ισότητα ευκαιριών
- Δυνατότητα πρόσβασης
- Ισότητα στα δύο φύλα
- Σεβασμός στα παιδιά με αναπηρία και υποστήριξη για την εξέλιξη και την ταυτότητα τους

Στο τέταρτο άρθρο της Σύμβασης παρατίθενται οι γενικές υποχρεώσεις που διέπουν τα κράτη-μέρη προκειμένου να δημιουργήσουν ευνοϊκές συνθήκες για την τήρηση των ανωτέρω δικαιωμάτων των ΑμεΑ και συγκεκριμένα οι βασικότερες από αυτές είναι:

- Υιοθέτηση κατάλληλων νομοθετικών, διοικητικών και άλλων μέτρων για την τήρηση των και την εφαρμογή των δικαιωμάτων που παρατίθενται στην παρούσα Σύμβαση
- Κατάργηση ή κατάργηση νόμων, κανονισμών ηθών και εθίμων τα οποία δύναται να εφαρμόζονται με τρόπο που ακατάλληλο για τα ΑμεΑ
- Συμπερίληψη και προαγωγή δικαιωμάτων για όλες τις πολιτικές και προγράμματα
- Υιοθέτηση όλων των κατάλληλων μέτρων προκειμένου να εξαλειφθεί οποιαδήποτε διάκριση γίνεται με γνώμονα την αναπηρία από οποιοδήποτε άτομο και δημόσιο ή ιδιωτικό οργανισμό
- Προώθηση και σχεδιασμός οικουμενικά χρησιμοποιούμενων αγαθών, υπηρεσιών, εγκαταστάσεων εξοπλισμού και τεχνολογιών προκειμένου να εξυπηρετηθεί κάθε ιδιαίτερη ανάγκη ενός ΑμεΑ.
- Παροχή προσβάσιμης πληροφόρησης στα ΑμεΑ σχετικά με όλα τα ανωτέρω
- Εκπαίδευση επαγγελματιών και προσωπικού που συνεργάζεται με ΑμεΑ
- Διάθεση πόρων από τα κράτη προκειμένου να εξασφαλιστούν προοδευτικά όλα τα οικονομικά, κοινωνικά και πολιτιστικά δικαιώματα των ΑμεΑ χωρίς προκατάληψη στις υποχρεώσεις τους.
- Οι διατάξεις της παρούσας Σύμβασης επεκτείνονται σε όλα τα ομοσπονδιακά κράτη χωρίς περιορισμούς ή εξαιρέσεις

Το άρθρο 5 ασχολείται με θέματα ισότητας και μη διάκρισης των συγκεκριμένων ατόμων από τη σκοπιά των κρατών αλλά και με τους τρόπους αφύπνισης της κοινωνίας για αυτό το θέμα. Συγκεκριμένα:

- Τα κράτη – μέρη αναγνωρίζουν ότι όλα τα ΑμεΑ είναι ίσα ενώπιον του νόμου χωρίς διάκριση στην ίση προστασία ή στα προνόμια που απολαμβάνουν και απαγορεύουν όλες τις διακρίσεις εξαιτίας της αναπηρίας
- Υποχρέωση εύλογης προσαρμογής των κρατών με τη λήψη συγκεκριμένων και άμεσων μέτρων για την εξάλειψη διακρίσεων
- Καλλιέργεια σεβασμού σε όλα τα υπόλοιπα μέλη της κοινωνίας μέσω πληροφόρησης που παρέχεται κυρίως από το εκπαιδευτικό σύστημα ή ποικίλων εκστρατειών
- Καταπολέμηση στερεοτύπων και προκαταλήψεων βάσει ηλικίας, φύλου ή βαθμού αναπηρίας
- Προώθηση θετικών αντιλήψεων και σεβασμού για τα ΑμεΑ
- Προώθηση αναγνώρισης των δεξιοτήτων, των ικανοτήτων και των προσόντων των ΑμεΑ και της συνεισφοράς τους στο εργασιακό περιβάλλον και ευρύτερα στο κοινωνικό σύνολο
- Ενθάρρυνση των Μαζικών Μέσων Ενημέρωσης να προβάλλουν τα ΑμεΑ με τρόπο συνεπή προς το σκοπό της παρούσας Σύμβασης

Στο ένατο άρθρο της Σύμβασης γίνεται αναφορά στην προσβασιμότητα που απαιτείται για την εφαρμογή του ισότιμου τρόπου ζωής που πρέπει να έχουν τα ΑμεΑ και συγκεκριμένα αναφέρονται τα εξής:

- Εξασφάλιση από τα κράτη μέρη των κατάλληλων μέτρων προκειμένου τα ΑμεΑ να ζουν αυτόνομα και ανεξάρτητα και να μπορούν να συμμετάσχουν πλήρως στα κοινά. Τα μέτρα αυτά πρέπει να εξασφαλίζουν την πρόσβαση σε μαζικά μέσα μεταφοράς, στην ενημέρωση και επικοινωνία συμπεριλαμβανομένων των νέων τεχνολογιών και συστημάτων καθώς και σε εγκαταστάσεις και υπηρεσίες που είναι ανοικτές και παρέχονται στο κοινό τόσο σε αστικές όσο και σε επαρχιακές – αγροτικές περιοχές.

- Κατάλληλες υποδομές σε ότι αφορά κτιριακές εγκαταστάσεις, δρόμους, συγκοινωνίες, εσωτερικές και εξωτερικές εγκαταστάσεις σε σχολεία, οικίες, νοσοκομεία, επιχειρήσεις
- Ανάπτυξη, δημοσιοποίηση και εποπτεία των εφαρμογών που ορίζονται και των ελάχιστων προδιαγραφών που σχετίζονται με την προσβασιμότητα των ανωτέρω εγκαταστάσεων
- Εκπαίδευση στους εμπλεκόμενους φορείς για θέματα προσβασιμότητας των ΑμεΑ
- Ενδείξεις σε γλώσσα Braille και ευκολονόητη διατύπωση πληροφοριών σε ανοικτά για το κοινό σημεία ενδιαφέροντος
- Παροχή δια ζώσης βοήθειας με οδηγούς ή μεσάζοντες ή διερμηνέων της νοηματικής
- Προώθηση της πρόσβασης των ΑμεΑ σε νέες τεχνολογίες και στο διαδίκτυο

### **Ισχύον Νομοθετικό Πλαίσιο στην Ελλάδα για ΑμεΑ και εμποδιζόμενα άτομα**

Πέρα από τη Σύμβαση των Ηνωμένων Εθνών που εφαρμόζεται στην Ελλάδα, το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο της χώρας διέπεται από πληθώρα νόμων και κανονισμών που σχετίζονται με θέματα προσβασιμότητας των ΑμεΑ. Παρακάτω παρατίθενται επιγραμματικά τα βασικότερα σημεία της Ελληνικής Νομοθεσίας στο θέμα προσβασιμότητας.

- Σύνταγμα της Ελλάδας: στο άρθρο 21 του Συντάγματος ορίζεται ότι “ τα άτομα με αναπηρία έχουν δικαίωμα να απολαμβάνουν μέτρων που εξασφαλίζουν την αυτονομία, την επαγγελματική ένταξη και τη συμμετοχή τους στην κοινωνική και πολιτική ζωή της χώρας ”. Ως εκ τούτου οποιαδήποτε πράξη αντίκειται στην αυτονομία ή στη δυνατότητα συμμετοχής των ΑμεΑ στα κοινωνικά δρώμενα θεωρείται αντισυνταγματική και θεμελιώνει το δικαίωμα προσφυγής στη δικαιοσύνη
- Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας (πρώην ΥΠΕΧΩΔΕ): στο Γενικό Οικοδομικό Κανονισμό και συγκεκριμένα στο άρθρο 28 γίνεται σαφής

αναφορά και ανάλυση όλων των ειδικών ρυθμίσεων για την εξυπηρέτηση των ατόμων με αναπηρία στα κτίρια (νέα και υφιστάμενα) και στους κοινόχρηστους χώρους. Ορίζονται οι κανόνες που πρέπει να τηρούνται προκειμένου να επιτευχθεί η οριζόντια και κατακόρυφη προσπέλαση των ΑμεΑ σε κοινόχρηστους χώρους με ειδικά διαμορφωμένους διαδρόμους, ράμπες, ανελκυστήρες και όποια άλλη υποδομή κρίνεται απαραίτητη

- Υπουργείο Εσωτερικών, Αποκέντρωσης και Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης (πρώην ΥΠ. ΕΣ. Δ. Δ. Α: υποχρεώνει τους φορείς του δημοσίου με μια σειρά εγκυκλίων βασιζόμενων στις οδηγίες σχεδιασμού του Υπουργείου Περιβάλλοντος να λάβουν όλα τα απαραίτητα μέτρα για την εξυπηρέτηση και την ανεμπόδιστη προσβασιμότητα των ΑμεΑ στους χώρους λειτουργίας του δημοσίου
- Υπουργείο Μεταφορών και Επικοινωνιών: στο νομοθετικό του πλαίσιο γίνεται αναφορά στην απαγόρευση στάσης και στάθμευσης σε πεζοδρόμια, πλατείες και ειδικά ερείσματα που προορίζονται για πεζούς, στα κεκλιμένα επίπεδα διάβασης για ΑμεΑ και στους ειδικούς χώρους στάθμευσης για τα άτομα με αναπηρίες ή τα εμποδιζόμενα άτομα
- Υπουργείο Εμπορικής Ναυτιλίας: στα προεδρικά του διατάγματα ορίζονται οι προϋποθέσεις και απαιτήσεις προκειμένου να επιτευχθεί η εξυπηρέτηση των επιβατών με αναπηρία στα πλοία
- Υπουργείο Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης: υποχρεώνει στην ύπαρξη αποχωρητηρίων κατάλληλα διαμορφωμένων για την εξυπηρέτηση ΑμεΑ σε κοινόχρηστους χώρους
- Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού: σε όλα τα κτίρια και τις εγκαταστάσεις κοινής συνάθροισης που βρίσκονται εντός των ορίων των Ολυμπιακών πόλεων, είναι υποχρεωτικό να εφαρμόζονται όλα τα απαραίτητα μέτρα επίτευξης προσβασιμότητας για τα ΑμεΑ

Παρά το γεγονός ότι η Παγκόσμια και η Τοπική κοινότητα έχουν προνοήσει για τη σύνταξη νόμων και κανονισμών και τους τρόπους που μπορούν αυτοί να εφαρμοστούν, πρακτικά και ιδιαίτερα στην Ελλάδα δεν βρίσκουν απήχηση και εφαρμογή ακόμα και όταν πρόκειται να τηρηθούν σε μεγάλα αστικά κέντρα. Οι βασικοί λόγοι μη υιοθέτησης των ανωτέρω είναι η έλλειψη παιδείας και κοινωνικής

αφύπνισης καθώς και η έλλειψη εποπτείας και επιβολής των αναλογούντων κυρώσεων.

## **Η κατηγορία ατόμων με κινητικά προβλήματα**

Όπως ήδη αναφέρθηκε στο παρόν κεφάλαιο, η εκδήλωση της αναπηρίας με τη μορφή κινητικών προβλημάτων είναι ιδιαίτερα συνήθης, αφού είναι πολύ πιθανό να είναι επίκτητη κατά τη διάρκεια της ζωής ενός ατόμου, είτε λόγω ατυχήματος, είτε λόγω γήρατος. Η τελευταία αναφορά της Παγκόσμιας Οργάνωσης Υγείας, το 2015, ανέφερε ότι κάθε χρόνο περισσότερα από 50 εκατομμύρια άτομα σε όλο τον κόσμο, τραυματίζονται εξαιτίας τροχαίων ατυχημάτων. Επίσης ένα εμποδιζόμενο άτομο μπορεί να μην έχει κάποια προφανή μορφή αναπηρίας, όμως αντιμετωπίζει τις ίδιες δυσκολίες προσβασιμότητας με κάποιο άτομο που χειρίζεται αναπηρικό αμαξίδιο ή δυσκολεύεται να κινηθεί. Για τους λόγους αυτούς είναι πολύ πιθανότερο να εκδηλώσει οποιοδήποτε άτομο αναπηρία κινητικής μορφής σε κάποια περίοδο της ζωής του. Τα άτομα αυτά μπορεί να:

- Οδηγούν με δυσκολία ή καθόλου
- Χρειάζονται φροντιστή ή κάποιον να τους υποστηρίζει
- Δεν είναι αυτόνομα
- Δυσκολεύονται ή δεν έχουν καθόλου πρόσβαση σε χώρους χωρίς ανελκυστήρα
- Δυσκολεύονται ή δεν έχουν καθόλου πρόσβαση σε χώρους που δεν είναι κατάλληλα διαμορφωμένοι για παράδειγμα με ράμπες

## **Αίτια εμφάνισης κινητικής αναπηρίας**

Εξαιρουμένων των εμποδιζόμενων ατόμων ή των ατόμων με αναπηρίες λόγω γήρατος, υπάρχουν αρκετές ακόμα αιτίες που κάποιος μπορεί να παρουσιάζει κινητικές αναπηρίες. Παρατίθενται οι συνηθέστεροι:

- **Εγκεφαλικός Τραυματισμός**



Οι τραυματισμοί του εγκεφάλου είναι επίκτητοι οφείλονται δηλαδή σε βλάβες που προκλήθηκαν στον εγκέφαλο μετά τη γέννηση. Μπορούν να προκληθούν από ένα ευρύ φάσμα παραγόντων, όπως κτύπημα στο κεφάλι, εγκεφαλικό επεισόδιο, υπερβολική κατανάλωση αλκοόλ ή ναρκωτικών, λοίμωξη, ασθένειες όπως AIDS ή καρκίνο ή έλλειψη οξυγόνου. Είναι σύνηθες για πολλούς ανθρώπους με εγκεφαλικό τραυματισμό να διαπιστώσουν ότι είναι πιο αργοί κατά την επεξεργασία πληροφοριών, τον προγραμματισμό και την επίλυση προβλημάτων. Μπορούν επίσης να παρουσιάσουν αλλαγές στη συμπεριφορά και την προσωπικότητά τους, τις σωματικές και αισθητηριακές τους ικανότητες ή τη σκέψη και τη μάθηση. Οι επιπτώσεις των εγκεφαλικών τραυματισμών και των αναπηριών που προκαλούν μπορεί να είναι προσωρινές ή μόνιμες.

- **Κακώσεις νωτιαίου μυελού (SCI)**

Ο τραυματισμός του νωτιαίου μυελού προκαλεί συχνά μόνιμη σωματική αναπηρία. Ο νωτιαίος μυελός μπορεί να τραυματιστεί εάν εφαρμοστεί υπερβολική πίεση ή εάν κοπεί η παροχή του αίματος και η παροχή οξυγόνου. Όταν ο νωτιαίος μυελός έχει υποστεί βλάβη, οδηγεί σε απώλεια λειτουργίας, όπως η κινητικότητα ή η αίσθηση. Για ορισμένους ανθρώπους, ένας τραυματισμός του νωτιαίου μυελού έχει ως αποτέλεσμα παραπληγία (απώλεια λειτουργίας κάτω από το στήθος), ενώ για άλλους οδηγεί σε τετραπληγία (απώλεια λειτουργίας κάτω από τον αυχένα). Ο τραυματισμός του νωτιαίου μυελού προκαλείται ως επί το πλείστον από ατυχήματα και ανατροπές οχημάτων. Άλλες αιτίες μπορεί να είναι ο καρκίνος, η αρθρίτιδα, οι λοιμώξεις, οι θρόμβοι αίματος και οι εκφυλιστικές σπονδυλικές καταστάσεις. Πέρα από το ότι επηρεάζει την ικανότητα κίνησης μέσω παράλυσης, μπορεί να επηρεάσει πολλές περιοχές του σώματος ενός ατόμου - όπως το καρδιαγγειακό και αναπνευστικό σύστημα, η λειτουργία της ουροδόχου κύστης και του εντέρου, η θερμοκρασία και οι αισθητηριακές ικανότητες.

- **Δισχιδής ράχη**

Η δισχιδής ράχη είναι μια διαταραχή κατά την οποία δεν ολοκληρώνεται η σύγκλειση των οστών της σπονδυλικής στήλης με αποτέλεσμα τμήματα του

νωτιαίου μυελού να είναι εκτεθειμένα. Μάλιστα, σε πολλές περιπτώσεις, η εν λόγω ανωμαλία οδηγεί σε παραπληγία αν δεν αντιμετωπιστεί έγκαιρα<sup>20</sup>. Τα άτομα με δισχιδή ράχη εμφανίζουν μια σειρά από ήπιες έως σοβαρές σωματικές αναπηρίες, όπως παράλυση ή αδυναμία στα πόδια, ακράτεια του εντέρου και της ουροδόχου κύστης, υδροκεφαλία (υπερβολικό υγρό στις κοιλότητες του εγκεφάλου), παραμορφώσεις της σπονδυλικής στήλης και μαθησιακές δυσκολίες. Η αιτία πρόκλησης της δεν είναι πλήρως κατανοητή, αλλά πιθανότατα προκαλείται από γενετικούς και περιβαλλοντικούς παράγοντες. Η επαρκής πρόσληψη φυλλικού οξέος από τη μητέρα στην αρχή της εγκυμοσύνης έχει βρεθεί ότι είναι ένας σημαντικός παράγοντας στην πρόληψη ενός παιδιού που αναπτύσσει την αναπηρία.

- **Εγκεφαλική παράλυση**

Η εγκεφαλική παράλυση συνδέεται με την κίνηση, τον μυϊκό τόνο και τη στάση του σώματος - η «εγκεφαλική» αναφέρεται στον εγκέφαλο και η «παράλυση» σημαίνει αδυναμία ή έλλειψη μυϊκού ελέγχου. Συνήθως, οφείλεται σε τραυματισμό του αναπτυσσόμενου εγκεφάλου πριν ή κατά τη γέννηση, που προκαλείται από μειωμένη παροχή αίματος και οξυγόνου στον εγκέφαλο. Οι ασθένειες κατά τη διάρκεια της εγκυμοσύνης, όπως η ερυθρά, η τυχαία βλάβη στον εγκέφαλο, η μηνιγγίτιδα στα μικρά παιδιά και η πρόωρη γέννηση μπορούν να αποτελέσουν αιτίες εμφάνισης της. Τα άτομα με εγκεφαλική παράλυση μπορεί να παρουσιάσουν επιληψία και μπορεί να έχουν δυσκολία στην αίσθηση και στην κατανόηση.

- **Κυστική ίνωση**

Η κυστική ίνωση είναι μια κληρονομική γενετική πάθηση, η οποία επηρεάζει τα αναπνευστικά, πεπτικά και αναπαραγωγικά συστήματα του οργανισμού. Προσβάλλει συγκεκριμένα τους βλεννογόνους και τους ιδρωτοποιούς αδένες στο σώμα, προκαλώντας παχιά και κολλώδη βλέννα. Στην περίπτωση των πνευμόνων, αυτό μπορεί να φράξει τις διόδους του αέρα και τα βακτήρια

---

<sup>20</sup> <http://e-physician.blogspot.com>

παγίδευσης προκαλώντας πνευμονική βλάβη και υποτροπιάζουσες λοιμώξεις. Όσον αφορά στα γαστρεντερικά συμπτώματα διακρίνουμε τον υποσιτισμό, που οδηγεί σε μικρή σωματική ανάπτυξη και χαμηλή αύξηση του βάρους. Τα άτομα με ΚΙ μπορεί επίσης να έχουν χαμηλά επίπεδα αλατιού στο σώμα που προκαλεί προβλήματα όπως κόπωση, κράμπες και αφυδάτωση ενώ μπορούν επίσης να παρουσιάσουν αρθρίτιδα.

- **Επιληψία**

Η επιληψία είναι μια νευρολογική κατάσταση όπου ένα άτομο έχει την τάση να έχει επαναλαμβανόμενες κρίσεις λόγω μιας αιφνίδιας έκρηξης ηλεκτρικής δραστηριότητας στον εγκέφαλο. Οι επιληπτικές κρίσεις μπορούν να προκαλέσουν ασυνήθιστες κινήσεις, περίεργα συναισθήματα ή αισθήσεις, να αλλάξουν τη συμπεριφορά ενός ατόμου ή να τους προκαλέσουν να χάσουν τη συνείδηση. Οι αιτίες της επιληψίας δεν είναι πάντοτε γνωστές, ωστόσο, οι εγκεφαλικοί τραυματισμοί, τα εγκεφαλικά επεισόδια, ο καρκίνος, η εγκεφαλική λοίμωξη, οι δομικές ανωμαλίες του εγκεφάλου και άλλοι γενετικοί παράγοντες μπορούν να προκαλέσουν επιληψία. Υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί τύποι επιληψίας και η φύση και η σοβαρότητα των κρίσεων που βιώνουν οι άνθρωποι μπορεί να ποικίλλουν ευρέως. Μερικοί άνθρωποι μπορούν να ελέγξουν τις κρίσεις τους με φάρμακα και η κατάσταση δεν είναι δια βίου για κάθε άτομο. Συνήθως τα άτομα που βιώνουν επιληπτικές κρίσεις δεν οδηγούν.

- **Σκλήρυνση κατά πλάκας**

Είναι μία χρόνια αυτοάνοση νόσος του κεντρικού νευρικού συστήματος. Η σκλήρυνση εμφανίζεται όταν ο μανδύας μυελίνης (προστατευτικός ιστός γύρω από τις νευρικές ίνες στο σώμα) καταστρέφεται, προκαλώντας τυχαία μπαλώματα ή ουλές. Οι ουλές μπορούν να παρεμβαίνουν στα μηνύματα που στέλνονται μέσω του κεντρικού νευρικού συστήματος, επηρεάζοντας τον εγκέφαλο, τα οπτικά νεύρα και το νωτιαίο μυελό. Τα συμπτώματα της σκλήρυνσης κατά πλάκας είναι ποικίλα αλλά μπορεί να περιλαμβάνουν κόπωση, απώλεια ελέγχου κίνησης, μυρμηκίαση, μούδιασμα, διαταραχές της όρασης, απώλεια μνήμης, κατάθλιψη και γνωστικές δυσκολίες. Η πρόοδος και

η σοβαρότητα της σκλήρυνσης κατά πλάκας μπορεί να είναι δύσκολο να προβλεφθεί - μπορεί να προχωρήσει πολύ αργά για ένα άτομο, αλλά να αναπτυχθεί γρήγορα σε ένα άλλο.

- **Μυϊκή δυστροφία**

Η μυϊκή δυστροφία είναι μια ομάδα διαταραχών που οδηγούν σε προοδευτική και μη αναστρέψιμη αδυναμία και απώλεια μυϊκής μάζας. Υπάρχουν περισσότεροι από 30 διαφορετικοί τύποι μυϊκής δυστροφίας, και ο καθένας έχει ξεχωριστή αιτία. Τα σημάδια και τα συμπτώματα μπορεί να είναι πολύ διαφορετικά στο κάθε άτομο, ωστόσο μπορεί να περιλαμβάνουν δυσκολία στο περπάτημα, δυσκολία στην αναπνοή ή κατάποση, περιορισμό στην κίνηση και προβλήματα στην καρδιά και σε άλλα όργανα. Τα συμπτώματα του συνηθέστερου τύπου της νόσου εμφανίζονται στην παιδική ηλικία, ωστόσο, αρκετά δεν γίνονται εμφανή μέχρι μέση ηλικία ή αργότερα.

- **Σύνδρομο Tourette**

Το σύνδρομο Tourette είναι μια νευρολογική διαταραχή που περιλαμβάνει ακούσιες και επαναλαμβανόμενες ομιλίες, ήχους και κινήσεις που ονομάζονται τικ. Αυτά τα τικ είναι νευρολογικά μη συμπεριφορικά - πράγμα που σημαίνει ότι ένα άτομο με σύνδρομο Tourette δεν μπορεί να τα ελέγξει. Τα τικ που αφορούν στην κινητικότητα μπορεί να περιλαμβάνουν συστροφή των ώμων, συστροφή της μύτης, σπασμωδικό κεφάλι, έκφραση του προσώπου, αγγίγματα αντικειμένων ή άλλων ανθρώπων, περιστροφή, μίμηση των ενεργειών κάποιου άλλου ή μικρά άλματα. Το σύνδρομο Tourette διαγιγνώσκεται συνήθως μεταξύ των ηλικιών 2 και 21. Δεν είναι γνωστό ακριβώς τι προκαλεί το σύνδρομο Tourette, αλλά είναι πιθανό ένας συνδυασμός γενετικών, περιβαλλοντικών και νευροχημικών (χημικών ουσιών του εγκεφάλου) παραγόντων.

- **Νανισμός**

Ο νανισμός αποτελεί μία μη ομαλή σκελετική ανάπτυξη που μπορεί να προέρχεται από περισσότερες από 300 διαφορετικές γενετικές ή ιατρικές

καταστάσεις. Εντοπίζεται ως η μεγάλη και δυσανάλογη διαφορά ύψους ενός ατόμου από το μέσο όρο των ατόμων του ίδιο φύλου ή ηλικίας. Σε γενικές γραμμές, υπάρχουν δύο κατηγορίες για νανισμό: Δυσδιάστατος νανισμός: όπου ορισμένα τμήματα του σώματος είναι μικρότερα, ενώ άλλα μέρη είναι μέσου όρου ή άνω του μέσου όρου. Αναλογικός νανισμός όπου το σώμα είναι κατά μέσο όρο αναλογικά, και όλα τα μέρη του σώματος είναι μικρά στον ίδιο βαθμό. Τα παιδιά με νανισμό μπορεί να έχουν καθυστέρηση στην ανάπτυξη κινητικών δεξιοτήτων, ωστόσο, ο νανισμός δεν συνδέεται με καμία διανοητική αναπηρία.

### **Τρόποι αντιμετώπισης της κινητικής αναπηρίας**

Ο “καθολικός σχεδιασμός” ή “σχεδιασμός για όλους” αποτελεί έναν τρόπο σχεδίασης φιλικό και ανθρωποκεντρικό που λαμβάνει υπόψη όλα τα άτομα μιας κοινωνίας ανεξαρτήτου ηλικίας ή φυσικής κατάστασης. Μέσω του καθολικού σχεδιασμού καταργούνται οι υψομετρικές διαφορές ή εξομαλύνονται όταν δεν δύναται να καταργηθούν προκειμένου να σχεδιαστούν άνετοι και ασφαλείς χώροι για όλες τις κοινωνικές ομάδες, με άμεση προσβασιμότητα και χωρίς κινδύνους. Με αυτόν τον τρόπο, τα άτομα που αντιμετωπίζουν κινητικές αναπηρίες είναι σε θέση να χαίρουν ίσων δικαιωμάτων ελευθερίας και πρόσβασης σε χώρους που λόγω ελλείψεων υποδομών μέχρι πρότινος δεν μπορούσαν. Προέκταση του καθολικού σχεδιασμού αποτελεί ο καθολικός αστικός σχεδιασμός ο οποίος εστιάζει περισσότερο στις υποδομές που οφείλει να έχει κάθε αστικό κέντρο με τη μορφή επικλινών πεζοδρομίων, συχνών διαβάσεων, κιγκλιδωμάτων και οτιδήποτε άλλο κρίνεται απαραίτητο για την καθημερινότητα των ατόμων με αναπηρία στην αστική τους ζωή.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

### ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

#### ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

##### Η έννοια της αγοράς

Η χρησιμοποίηση της λέξης “αγορά” στην καθημερινότητα παίρνει πολλές έννοιες που μπορεί να αναφέρονται στον γεωγραφικό προσδιορισμό μιας περιοχής στην οποία στεγάζονται ποικίλες εμπορικές επιχειρήσεις, στις συνθήκες προσφοράς ενός είδους ή υπηρεσίας περιγράφοντας για παράδειγμα το κόστος των ανωτέρω ή μπορεί να αναφέρεται απευθείας στην απόκτηση ενός συγκεκριμένου αγαθού. Για το μάρκετινγκ με τον όρο αγορά νοείται ένα σύνολο αγοραστών με ανικανοποίητες ανάγκες, που έχουν τόσο τη δυνατότητα όσο και την αποφασιστικότητα να τις ικανοποιήσουν<sup>21</sup>. Βάσει του ορισμού αυτού, για να υπάρξει αγορά θα πρέπει να πληρούνται οι παρακάτω προϋποθέσεις:

- Να υπάρχουν ανάγκες, συμπεριλαμβανομένων των επιθυμιών
- Οι αγοραστές να έχουν τη δυνατότητα ικανοποίησης αυτών των αναγκών. Να διαθέτουν οικονομικούς πόρους, να έχουν πρόσβαση, πληροφόρηση κ.ο.κ
- Οι αγοραστές να θέλουν και να επιδιώκουν την κάλυψη των αναγκών τους

Όσο αυξάνονται οι ανάγκες, οι δυνατότητες και η αποφασιστικότητα, τόσο αυξάνεται το μέγεθος της αγοράς και οι δυνατότητες των πωλήσεων. Οι ανάγκες παρουσιάζουν αύξηση που συνάδει με την αύξηση του πληθυσμού με αμετάβλητο των αριθμών των υφιστάμενων αναγκών. Οι δυνατότητες ικανοποίησης των αναγκών αυξάνονται όταν αυξάνεται το ατομικό εισόδημα και η περιουσία των αγοραστών και τέλος η αποφασιστικότητα αυξάνεται όταν αυξάνεται η ροπή για δαπάνη εισοδήματος κυρίως

---

<sup>21</sup> Μαλλιάρης Π., 2001, Εισαγωγή στο μάρκετινγκ, Εκδόσεις Σταμούλη Α.Ε.

λόγω αύξησης του εισοδήματος, μείωσης του επιπέδου των τιμών ή αύξηση του προσδοκώμενου εισοδήματος. Το μέγεθος της αγοράς επηρεάζει τόσο το μέγεθος της παραγωγής ή της παροχής αλλά και το κόστος τους. Η αγορά διακρίνεται σε διάφορες κατηγορίες ανάλογα με το ποιος είναι ο αγοραστής. Οι βασικότερες από τις οποίες μπορεί να είναι η αγορά καταναλωτών ατομικά και ως νοικοκυριά, η βιομηχανική αγορά που στοχεύει στην απόκτηση πρώτων υλών για την εξυπηρέτηση της παραγωγικής διαδικασίας, η μεταποιητική αγορά που έχει παρόμοια φύση με τη βιομηχανική, η κυβερνητική με κύριο αγοραστή το κράτος, η θεσμική με αγοραστές θεσμούς κοινωφελούς αποστολής (όπως νοσοκομεία, εκκλησίες) και τέλος η μεταπωλητική με αγοραστές κυρίως χονδρέμπορους ή λιανέμπορους.

### **Τμηματοποίηση της αγοράς**

Η έννοια της τμηματοποίησης της αγοράς έχει τις ρίζες της στο αξίωμα ότι όλοι αγοραστές δεν είναι ίδιοι. Ο κάθε αγοραστής διαφέρει από τον άλλο στις αντιλήψεις, στις ανάγκες, στους διαθέσιμους πόρους και σε πληθώρα άλλα χαρακτηριστικά. Μέσω της τμηματοποίησης, η αγορά χωρίζεται σε μικρότερα υποσύνολα δυνητικών αγοραστών προκειμένου να υπολογιστεί το μέγεθος του εκάστοτε υποσυνόλου, να μελετηθούν οι ανάγκες του και οι τρόποι που αυτές μπορούν να εξυπηρετηθούν. Η τμηματοποίηση της αγοράς θεωρείται επιτυχής όταν συντρέχουν οι εξής προϋποθέσεις:

- Οι αγοραστές κάθε υποσυνόλου αποτελούν μια ομοιογενή ομάδα και ακολουθούν παρόμοια μοτίβα συμπεριφοράς
- Οι αγοραστές ενός υποσυνόλου διαφέρουν από τους αγοραστές κάποιου άλλου υποσυνόλου, αποτελώντας έτσι μια ετερογενή ομάδα
- Τουλάχιστον ένα υποσύνολο είναι αρκετά μεγάλο ώστε να έχει οικονομικό ενδιαφέρον και να μπορεί να καθορισθεί ως αγορά – στόχος
- Η αγορά- στόχος θα πρέπει να μπορεί να προσεγγισθεί από το μίγμα μάρκετινγκ δια μέσου της προβολής και της διανομής

Η τμηματοποίηση της αγοράς είναι μια δύσκολη διαδικασία και ακόμα και αν έχει προηγηθεί μακροχρόνια και ενδελεχής μελέτη, μπορεί να αποτύχει. Οι βασικοί λόγοι αποτυχίας της τμηματοποίησης αφορούν στο περιβάλλον της αγοράς και στο

συνδυασμό του με το αγαθό ή την υπηρεσία προς διάθεση, η φύση του αγαθού ή της υπηρεσίας και τα χαρακτηριστικά της επιχείρησης που επιδιώκει την εξυπηρέτηση του εκάστοτε υποσυνόλου. Η επιτυχής τμηματοποίηση καταλήγει με την καταγραφή και κατανόηση των τμημάτων της αγοράς όπως αυτά προέκυψαν με βάση ένα ή και περισσότερα κριτήρια και αφού πρώτα ελέγχθηκε ότι πληρούν τις προαναφερθείσες τέσσερις προϋποθέσεις. Το επόμενο βήμα είναι η επιλογή του μίγματος αγορών – στόχων. Προκειμένου να θεωρηθεί ένα μίγμα αγοράς – στόχου επιτυχές αρκεί να ισχύουν οι παρακάτω προϋποθέσεις:

- Έχει προοπτικές μεγέθυνσης, δηλαδή τα άτομα που το απαρτίζουν ενδέχεται να αυξηθούν με τον καιρό
- Δεν έλκει ή έλκει μικρό αριθμό ανταγωνιστών
- Δεν απαιτεί δυσανάλογο κόστος για την προσαρμογή ή την ίδρυση της ενδιαφερόμενη επιχείρησης
- Τα αναμενόμενα έσοδα υπερτερούν των εξόδων καθιστώντας έτσι την επιχείρηση αποδοτική
- Η ικανοποίηση των αναγκών της αγοράς – στόχου συνάδει με την αποστολή, τη φύση και την εικόνα της επιχείρησης

Από τα ανωτέρω γίνεται αντιληπτό για ποιους λόγους η σωστή τμηματοποίηση της αγοράς παίζει καταλυτικό ρόλο στην ανάπτυξη και στη βιωσιμότητα μιας επιχείρησης αλλά και σε ευρύτερο επίπεδο στην ισότιμη και δίκαιη κατανομή πόρων και αντιμετώπισης από τους κρατικούς μηχανισμούς.

### **Κριτήρια τμηματοποίησης της αγοράς καταναλωτών**

Προκειμένου να κατανοηθεί πλήρως η έννοια της τμηματοποίησης της αγοράς, κρίνεται σκόπιμο να παρουσιασθούν τα βασικά κριτήρια βάσεις των οποίων αυτή εφαρμόζεται. Δεδομένου ότι πρόκειται για ένα πολυδιάστατο φαινόμενο, τα κριτήρια ποικίλουν και διαμορφώνονται διαρκώς συναρτήσει πολλών παραγόντων όπως το μέγεθος του πληθυσμού, οι νέες ανάγκες, η τεχνολογία και άλλα. Τα τέσσερα βασικότερα κριτήρια τμηματοποίησης της αγοράς είναι:



- Γεωγραφικά: το κλίμα, η περιοχή, το μέγεθος της πόλης, η πυκνότητα του πληθυσμού και η διαμόρφωση του εδάφους καθορίζουν το περιβάλλον που εδρεύει η αγορά – στόχος χωρίς όμως να δίνουν τις απαραίτητες πληροφορίες για τα προσωπικά χαρακτηριστικά των καταναλωτών
- Δημογραφικά: αποτελούν ευκολότερα και πιο αποτελεσματικά κριτήρια μελέτης της αγοράς- στόχου και περιλαμβάνουν πληροφορίες όπως η ηλικία, το φύλο, το εισόδημα, το επάγγελμα, το επίπεδο μόρφωσης, η καταγωγή, η θρησκεία, η οικογενειακή κατάσταση, η κοινωνική τάξη και άλλα. Τα δημογραφικά κριτήρια σε συνδυασμό με τα γεωγραφικά αποτελούν πολύ χρήσιμο εργαλείο τμηματοποίησης
- Ψυχογραφικά: Πολλές φορές, η συμπεριφορά των αγοραστών αλλάζει ακόμα και στις περιπτώσεις που τα γεωγραφικά και δημογραφικά τους χαρακτηριστικά είναι ακριβώς ίδια. Αυτό οφείλεται στο ψυχογραφικό προφίλ κάθε ατόμου, δηλαδή στον τρόπο με τον οποίο δρα και συγκεκριμένα στην προσωπικότητα στον τρόπο ζωής του και στις συνήθειες του. Τα ψυχογραφικά κριτήρια είναι πιο δύσκολα να μελετηθούν
- Προϊόντικά: σε αυτή την ομάδα συγκεντρώνονται τα χαρακτηριστικά που σχετίζονται με τα προϊόντα και τα βασικότερα είναι η χρήση του προϊόντος, οι προσδοκώμενες ωφέλειες από τη χρήση του, η τιμή, η μάρκα και άλλα.

## **Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ**

Η συμπεριφορά του ατόμου ως καταναλωτής, αποτελεί μία μόνο όψη της ενγένει συμπεριφοράς του. Οι άλλες όψεις της συμπεριφοράς αναφέρονται στην αποταμίευση, την επένδυση, την πολιτική, την οικογένεια, την κοινωνία, την προσωπική ζωή, τη θρησκεία, τη μεταφυσική και άλλα. Όλες αυτές οι όψεις άμεσα ή έμμεσα επηρεάζουν και επηρεάζονται από την καταναλωτική συμπεριφορά αφού οι διάφορες όψεις της ανθρώπινης συμπεριφοράς σχετίζονται μεταξύ τους. Η σχέση αυτή ωστόσο, στις μέρες μας, τείνει σε κατευθύνσεις που δυσκολεύουν την εξαγωγή γενικών αντιλήψεων και εικόνων. Η συμπεριφορά αναφέρεται στις πράξεις που

μπορούν να παρατηρηθούν και έτσι να αποτελέσουν αντικείμενο μελέτης<sup>22</sup>. Η παρατήρηση βοηθάει στην καταγραφή αυτών που κάνουν τα άτομα άλλα όχι γιατί το κάνουν. Η συμπεριφορά δηλαδή, αποτελεί το αιτιατό ή την εκροή ενώ οι παράγοντες που την επηρεάζουν είναι τα αίτια ή οι εισροές. Η συμπεριφορά του ατόμου ως καταναλωτής αφορά στις αποφάσεις και τις σχετικές με αυτές δραστηριότητες των ατόμων που αναφέρονται ειδικά στην αγορά και στη χρησιμοποίηση οικονομικών αγαθών και υπηρεσιών. Η κατανάλωση διακρίνεται σε τρία βασικά στάδια:

- Το πρώτο στάδιο αναφέρεται σε οτιδήποτε προηγείται της αγοράς όπως η διαπίστωση της ανάγκης, η εξέταση και σύγκριση εναλλακτικών μέσων ικανοποίησης της, η συλλογή πληροφοριών και άλλα
- Το δεύτερο στάδιο αναφέρεται στην αγορά. Ο χρόνος και ο τόπος που έλαβε χώρα η αγορά, η ποσότητα που αγοράστηκε, το αντίτιμο που δόθηκε και οι όροι πληρωμής είναι μερικά από τα συστατικά αυτού του σταδίου
- Το τρίτο στάδιο αναφέρεται σε οτιδήποτε έπεται της αγοράς όπως η αποθήκευση του είδους, η χρήση και η εκτίμηση του, η σύγκριση της προσδοκώμενης με τη ληφθείσα ωφέλεια, η πρόθεση επανάληψης της αγοράς και άλλα

Όταν ολοκληρωθούν τα τρία στάδια, ο καταναλωτής είναι σε θέση να αποτιμήσει το αγαθό ή την υπηρεσία που χρησιμοποίησε, να αξιολογήσει αν ικανοποιήθηκε η ανάγκη που τον ώθησε στην αγορά, αν το αντίτιμο που κατέβαλε ήταν ισάξιο της ωφέλειας που του παρείχε το αγαθό ή η υπηρεσία και τέλος αν είναι πρόθυμος να συνεχίσει να χρησιμοποιεί το εν λόγω προϊόν και να παραμείνει προσηλωμένος και πιστός σε αυτό.

---

<sup>22</sup> Fishbein M. & Ajzen I., 1975, *Attitude, intention and behavior*, Wesley Publishing Co.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

### ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΗΡΙΑ

#### ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Ο τουριστικός τομέας δεν είναι ομοιόμορφος, επομένως υπάρχει ο κατακερματισμός του σε μικρότερες μονάδες. Στόχος της διαίρεσης σε τμήματα είναι ο προσδιορισμός των χαρακτηριστικών των αναγκών και των καταναλωτικών συμπεριφορών για τη βελτιστοποίηση της τουριστικής προσφοράς και τη διαμόρφωση της αλυσίδας αξίας. Στη διαδικασία τμηματοποίησης της τουριστικής αγοράς χρησιμοποιούνται συνήθως τέσσερις κατηγορίες δεικτών, που εφαρμόζονται ξεχωριστά ή σε ένα συγκεκριμένο συνδυασμό. Οι συνδυασμοί αυτοί, βοηθούν στην περιγραφή ενός νέου προϊόντος, υπηρεσιών και πιθανών πελατών. Λόγω αυτών καθορίζεται η στατιστική άποψη. Τα στοιχεία που διακρίνονται από τον M. Porter<sup>23</sup> είναι: η ποικιλομορφία του προϊόντος, ο τύπος του αγοραστή, η διανομή και η γεωγραφική θέση του αγοραστή.

Σύμφωνα με τα προαναφερθέντα, στην τουριστική βιομηχανία μπορούμε να διακρίνουμε την αγορά του τουρισμού των ατόμων με αναπηρία που απαιτεί συγκεκριμένα εξατομικευμένα είδη υπηρεσιών / προϊόντων, διαθέτει και ένα συγκεκριμένο τύπο πελάτη. Για τους μη έχοντες αναπηρία, η πρόσβαση σε παγκόσμια κλίμακα είναι δεδομένη καθώς δεν χρειάζεται εξειδικευμένο είδος υπηρεσιών. Περιγράφοντας την τουριστική αγορά για άτομα με αναπηρία, είναι πολύ σημαντικό να παρουσιαστεί η πυραμίδα των τύπων ζήτησης και του μεγέθους των τμημάτων της αγοράς. Με την αύξηση του βαθμού αναπηρίας τουριστών, η αγορά τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών μειώνεται. Τα περισσότερα από τα τουριστικά πακέτα είναι αφιερωμένα σε άτομα με χαμηλές απαιτήσεις προσβασιμότητας (κάθε είδους αναπηρία), αλλά προχωρώντας σε σοβαρότερο βαθμό αναπηρίας, όπου τα άτομα χρειάζονται το υψηλότερο επίπεδο διαθεσιμότητας και κάλυψης, ο αριθμός

---

<sup>23</sup> Porter, M. E., & Teisberg, E. O. 2006. *Redefining health care: creating value-based competition on results*. Harvard Business Press.

των προσφορών στην ταξιδιωτική αγορά μειώνεται σημαντικά. Ακόμα και στα ελάχιστα σημεία μέριμνας για άτομα με αναπηρία, πάλι υπάρχουν περιορισμοί.

Γενικά, ο τουριστικός κλάδος είναι ένα πολύπλοκο σύστημα ανεξάρτητων παροχών, στόχος του οποίου είναι να εξυπηρετήσει τον καταναλωτή. Συμπεριλαμβάνεται μια ποικιλία εμπλεκόμενων φορέων, οι οποίοι συχνά έχουν αντικρουόμενες ανάγκες, επιθυμίες και συμφέροντα στον κλάδο. Το σύνολο του τουριστικού συστήματος ορίζεται από πέντε στοιχεία: ένα τμήμα που δημιουργεί ταξιδιώτες, ένα τμήμα προορισμού, ένα τμήμα διαμετακόμισης, μια ταξιδιωτική και τουριστική βιομηχανία καθώς και το εξωτερικό περιβάλλον. Αυτά κατανέμονται παράλληλα με το σύστημα, κυμαινόμενα από το στάδιο της προ-πορείας μέσω της πραγματικής φάσης ταξιδιού (διαμετακόμιση και προορισμός) έως την περίοδο μετά την άφιξη. Σε όλα τα στάδια του ταξιδιού, οι πελάτες έχουν ιδιαίτερες ανάγκες πληροφόρησης που πρέπει να πληρούνται προκειμένου να εκμεταλλευτούν επαρκώς τα τουριστικά προϊόντα. Με την εστίαση στα τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες, το διευρυμένο πλαίσιο ενσωματώνει επίσης τα έξι στοιχεία, τα οποία θεωρούνται απαραίτητα για την ανάλυση τουριστικών προορισμών. Πρόκειται για παροχές, αξιοθέατα, βοηθητικές υπηρεσίες, δραστηριότητες, διαθέσιμα τουριστικά πακέτα και προσβασιμότητα.

Είναι κρίσιμο να υποστηρίζονται τα άτομα με ανάγκες προσβασιμότητας σε όλο το ταξίδι τους. Δεδομένης της επιβαρυνμένης κατάστασης κινητικότητας τους, είναι αναγκαίο να βρίσκονται και άλλα άτομα που μπορούν να βοηθήσουν στην πρόσβαση τους. Αυτό που χρειάζεται είναι η δημιουργία προσπελάσιμων μονοπατιών σε όλο το σύστημα, επειδή οι μεμονωμένες προσβάσιμες εγκαταστάσεις δεν διαφοροποιούν τη συνολική ταξιδιωτική και τουριστική εμπειρία, αλλά περιορίζουν τον ταξιδιώτη με μειωμένη κινητικότητα περαιτέρω και δεν επιτρέπουν την αίσθηση της εξερεύνησης και της πλήρους ένταξης σε έναν νέο χώρο. Δεν είναι ουσιαστικός ταξιδιώτης, είναι επισκέπτης, και το αίσθημα αυτό γίνεται ακόμα πιο αφιλόξενο με τη συγκεκριμένη τακτική. Η συλλογή και διάδοση ολοκληρωμένων πληροφοριών σχετικά με ολόκληρο το προσιτό υποσύστημα αποτελεί ένα πολύ δύσκολο έργο δεδομένου του αριθμού των τουριστικών προορισμών και των προμηθευτών τουρισμού στην Ευρώπη καθώς όπως προαναφέρθηκε δεν υπάρχει μέριμνα η οποία θα βοηθούσε μία τέτοια πρακτική.

Σύμφωνα με την πυραμίδα του Mashlow η ανάγκη για τουρισμό θα μπορούσε να βρίσκεται είτε στο τρίτο επίπεδο της ανάγκης του ανήκειν είτε ακόμα και στο υπέρτατο επίπεδο της αυτοπραγμάτωσης.

Οι θεωρίες των αναγκών αποτελούν βάση για τη δημιουργία ταξινομήσεων των κινήτρων του ταξιδιού. Μεταξύ αυτών, αξίζει να επιστήσουμε την προσοχή σε αυτή που πρότεινε ο Przeclawski ο οποίος διαφοροποιεί εννέα ομάδες κινήτρων που οδηγούν σε τουριστικά ταξίδια. Αυτά είναι τα κίνητρα που σχετίζονται με:

- την επιθυμία για επαφή με μια συγκεκριμένη χώρα ή πόλη
- την επιθυμία για προσωρινή εγκατάλειψη του τόπου κατοικίας
- την επιθυμία ευχάριστου χρόνου κάποιον εκτός της κατοικίας
- την επιθυμία για νέες γνωριμίες και φιλίες
- την επιθυμία συμμόρφωσης με τα στερεότυπα, με τους δεσμευτικούς κανόνες στο περιβάλλον όπου ανήκει
- την ικανοποίηση των συναισθηματικών και αισθητικών αναγκών
- την ικανοποίηση των δημιουργικών αναγκών
- την κάλυψη των βιολογικών αναγκών

Όλες οι παραπάνω ανάγκες που σχετίζονται με την άσκηση του τουρισμού αφορούν και τα άτομα με αναπηρίες. Ωστόσο, τα θέματα που αφορούν στην υγεία, στην αλλαγή του περιβάλλοντος καθώς και στα κοινωνικά και γνωστικά κίνητρα είναι υψίστης σημασίας. Επίσης, πολύ σημαντική είναι η επιθυμία να βιώσει το άτομο θετικά συναισθήματα που σχετίζονται με την κίνηση, που αποτελεί βασικό στοιχείο της ψυχοθεραπείας. Τα άτομα με αναπηρία, με την άσκηση του τουρισμού, έχουν την ευκαιρία να ξεπεράσουν τις δικές τους αδυναμίες και επίσης να θέσουν μεγάλους και φιλόδοξους στόχους. Με το να γίνουν μέλη της τουριστικής ομάδας, τα άτομα με αναπηρία δεν κρύβονται πλέον στα σπίτια τους, στην κοινωνική τους απομόνωση. Οι δραστηριότητες τουρισμού και αναψυχής τους καλύπτουν την προθυμία τους να ζήσουν καθώς έτσι μπορούν να ξεφύγουν από τη μονοτονία της καθημερινής ζωής τους και να βιώσουν νέες περιπέτειες. Αν και είναι μέρος μιας ομάδας, η αναπηρία δεν αποτελεί πια εμπόδιο. Τα άτομα με αναπηρία μπορούν να αισθάνονται ίσα, το οποίο είναι το πιο σημαντικό.

Ο τουρισμός έχει μεγάλη επιρροή στα άτομα με αναπηρίες. Αυτός ο αντίκτυπος μπορεί να χωριστεί στις τρεις κύριες ομάδες:

- φυσική - αποκατάσταση του σώματος
- βελτίωση της φυσικής κατάστασης ψυχική αυτοέκθεση, υπέρβαση δυσκολιών, ψυχική ανάπτυξη
- κοινωνική ενεργοποίηση, ανάπτυξη της σωστής κοινωνικής συμπεριφοράς.

Αν όλα τα παραπάνω υποθέσουμε ότι είναι αναγκαία για κάθε άνθρωπο, θα πρέπει να συνυπολογίσουμε το πόσα από αυτά οι άνθρωποι με αναπηρία δεν λαμβάνουν στην καθημερινότητα τους και να τα προσθέσουμε στη σημαντικότητα που έχουν οι ελλείψεις αυτές στην αυτοπραγμάτωση των ατόμων αυτών.

### **Υποχρεώσεις τουριστικών καταλυμάτων για τα ΑμεΑ**

Βάσει της νομοθεσίας όπως αναλύθηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο, γίνεται αντιληπτό ότι τα τουριστικά καταλύματα οφείλουν να πληρούν με τη σειρά τους κάποια ελάχιστα κριτήρια και προϋποθέσεις προκειμένου να μπορούν να παρέχουν τις υπηρεσίες τους σε όλους ισότιμα και ανεξαιρέτως. Πιο συγκεκριμένα για κάθε κατάλυμα έμμεσα ή άμεσα σχετιζόμενο με τον τουρισμό θα πρέπει να<sup>24</sup>:

- Σε ξενοδοχεία και τουριστικά καταλύματα μέχρι 100 δωματίων ποσοστό 5% των δωματίων, με ελάχιστο αριθμό 1, να είναι ειδικά διαρρυθμισμένα για να φιλοξενούν χρήστες αναπηρικού αμαξιδίου. Πέραν των 100 δωματίων απαιτείται επιπλέον 1 ανά 50 δωμάτια.
- Σε ξενοδοχεία και τουριστικά καταλύματα όλοι οι κοινόχρηστοι χώροι πρέπει να είναι προσβάσιμοι σε ΑμεΑ χρήστες αναπηρικού αμαξιδίου.
- Εξασφαλίζονται οι χώροι στάθμευσης αναπηρικών αυτοκινήτων και προσπέλασης αναπηρικών αμαξιδίων σε πεζοδρόμια
- Υπάρχουν εγκαταστάσεις οπτικοακουστικών και απτικών μέσων για άτομα με οπτική ή ακουστική αναπηρία

---

<sup>24</sup> <http://neaprosvasinomothesia.blogspot.com>

- Υπάρχουν εγκαταστάσεις καρτοτηλεφώνων χαμηλού τύπου σε σημεία συσσώρευσης κόσμου σε προσβάσιμο επίπεδο ακόμα και για τα άτομα σε αναπηρικό αμαξίδιο
- Στους κοινόχρηστους χώρους απαιτείται ένας χώρος υγιεινής τύπου Α χωρίς διάκριση φύλου
- Ο διάδρομος που οδηγεί στα διαρρυθμισμένα δωμάτια για ΑμεΑ να μην είναι επενδυμένος με χαλί ή άλλο μαλακό υλικό που δυσχεραίνει τη διακίνηση αμαξιδίου.
- Οι χώροι στάθμευσης ξενοδοχείων θα διαμορφώνονται πλησίον της εισόδου να έχουν αριθμό χώρων για ΑμεΑ ίσο με τα δωμάτια για ΑμεΑ
- Στην περίπτωση διαμόρφωσης παραλιακού μετώπου, όπου είναι δυνατό, να διαμορφώνεται πορεία αμαξιδίου μέχρι τη θάλασσα, από υλικό που θα επιτρέπει την ομαλή διακίνηση, και να υπάρχει χώρος κατάλληλα διαμορφωμένος για την είσοδο ειδικού αμαξιδίου στο νερό
- Στα δωμάτια θα πρέπει ο προθάλαμος της εισόδου να έχει ελάχιστο πλάτος 1,20m για να επιτρέπει στο χρήστη αμαξιδίου να πλησιάσει τη θύρα ελάχιστου πλάτους 85cm
- Οι διακόπτες φωτισμού να βρίσκονται σε ύψος 80cm από το δάπεδο. Το ίδιο απαιτείται για τον πίνακα ελέγχου της παροχής κλιματισμού
- Υπάρχει ακουστική και οπτική σήμανση συναγερμού
- Η διαρρύθμιση του δωματίου να εξασφαλίζει ελεύθερο χώρο περιστροφής αμαξιδίου 1,50m
- Η υψομετρική διαφορά του δαπέδου με τον εξωτερικό εξώστη να μην είναι μεγαλύτερη των 10mm
- ο χώρος υγιεινής έχει ελάχιστο εμβαδό 4,5m<sup>2</sup>, αντιολισθητικό δάπεδο, ακολουθεί τις προδιαγραφές του χώρου υγιεινής Α και συμπεριλαμβάνει γωνιακό ντους
- Για μικρές αναπτύξεις αγροτουρισμού σε ανακαινιζόμενα κτίρια, εάν οι κλίσεις του εδάφους δε επιτρέπουν πλήρη προσβασιμότητα, απαιτείται να εξασφαλιστεί κατά το δυνατόν η διακίνηση αναπηρικού αμαξιδίου στους κοινόχρηστους χώρους και σε ένα τουλάχιστον δωμάτιο εξοπλισμένο με χώρο υγιεινής για ΑμεΑ

- Για αναπτύξεις τουριστικών οικισμών που περιλαμβάνουν ανεξάρτητες κατοικίες διακοπών (μπάνγκαλου), ημιανεξάρτητες κατοικίες ή κατοικίες συνεχούς δόμησης, κάθε μια εκ των οποίων έχει τη δική της στέγη και τη δική της ισόγεια είσοδο, 10% εξ αυτών - με ελάχιστο αριθμό ένα - να διαμορφώνονται ώστε να μπορούν να φιλοξενήσουν επισκέπτες ΑμεΑ. Στα υπόλοιπα, δεδομένου ότι οι κλίσεις του εδάφους το επιτρέπουν, θα πρέπει να λαμβάνεται πρόνοια κατά το σχεδιασμό ώστε τα ισόγεια να είναι προσπελάσιμα από αναπηρικά αμαξίδια χωρίς να απαιτείται προσβάσιμος χώρος υγιεινής
- Για αναπτύξεις τουριστικών οικισμών που περιλαμβάνουν ανεξάρτητες κατοικίες διακοπών (μπάνγκαλου), ημιανεξάρτητες κατοικίες ή κατοικίες συνεχούς δόμησης, κάθε μια εκ των οποίων έχει τη δική της στέγη και τη δική της ισόγεια είσοδο, 10% εξ αυτών - με ελάχιστο αριθμό 2 - να διαμορφώνονται ώστε να μπορούν να φιλοξενήσουν επισκέπτες ΑμεΑ. Στα υπόλοιπα, δεδομένου ότι οι κλίσεις του εδάφους το επιτρέπουν, θα πρέπει να λαμβάνεται πρόνοια κατά το σχεδιασμό ώστε τα ισόγεια να είναι προσπελάσιμα από αναπηρικά αμαξίδια χωρίς να απαιτείται προσβάσιμος χώρος υγιεινής.
- Για μικρές αναπτύξεις αγροτουρισμού σε ανακαινιζόμενα κτίρια, εάν οι κλίσεις του εδάφους δεν επιτρέπουν πλήρη προσβασιμότητα, απαιτείται να εξασφαλιστεί κατά το δυνατόν η διακίνηση αναπηρικού αμαξιδίου στους κοινόχρηστους χώρους και σε ένα τουλάχιστον δωμάτιο εξοπλισμένο με χώρο υγιεινής για ΑμεΑ

## **Η οικονομική σημασία του τουρισμού για τα ΑμεΑ**

Η μέχρι τώρα έρευνα που έχει γίνει για τα άτομα με αναπηρίες και την εμπειρία τους στον τουρισμό δείχνει πως τα εν λόγω άτομα:

- Ξοδεύουν περισσότερα χρήματα από εκείνα χωρίς αναπηρίες κατά τη διάρκεια των διακοπών τους
- Κάνουν τουρισμό ακόμα και σε μη τουριστικές περιόδους



- Ταξιδεύουν κατά μέσο όρο για 14 ημέρες και σε συχνότητα περίπου τρεις φορές το χρόνο
- Ταξιδεύουν τόσο εντός όσο και εκτός της περιοχής στην οποία κατοικούν μόνιμα
- Προκειμένου να ενημερωθούν για τα σημεία ενδιαφέροντος τους τα οποία θέλουν να επισκεφτούν, προτιμούν άλλα άτομα με αντίστοιχες αναπηρίες που έχουν ήδη βρεθεί εκεί
- Παραμένουν “πιστοί” σε προορισμούς και καταλύματα που πληρούν τις προδιαγραφές για την ομαλή φιλοξενία τους

### **Τα εμπόδια στον τουρισμό για τα άτομα με ειδικές κινητικές ανάγκες**

Τι συμβαίνει όμως στον κλάδο της αναψυχής και το δικαίωμα όλων των ανθρώπων για διακοπές και ξεκούραση από την δύσκολη καθημερινότητα; Πολλοί άνθρωποι με αναπηρίες αναγκάζονται να καταπιέζουν την παραπάνω ανάγκη λόγω έλλειψης μέριμνας. Η ανισότητα επεκτείνεται και στον τουρισμό. Έρευνα που διεξήχθη στην Πολωνία το 2016 αποδεικνύει ότι άτομα με μειωμένη κινητικότητα ταξιδεύουν 60% λιγότερο από τους άτομα χωρίς κινητικά προβλήματα. Το γεγονός αυτό έγκειται κυρίως στα εμπόδια που αντιμετωπίζουν κατά τη μετακίνηση τους. Η συγκεκριμένη έρευνα έδειξε ότι όχι μόνο η πρόσβασή των ατόμων με κινητικά προβλήματα είναι ελλιπής αλλά και τα μέρη που παρέχουν εξειδικευμένη φροντίδα για τα άτομα αυτά είναι αισθητά λιγότερο οικονομικά από οποιαδήποτε άλλα μέρη, με αποτέλεσμα ένα ήδη επιβαρυνόμενο οικονομικά άτομα λόγω συνθηκών υγείας να μην μπορεί να ανταπεξέλθει εξίσου εύκολα σε τέτοια έξοδα. Η έλλειψη μέριμνας στο συγκεκριμένο θέμα, δεδομένου του μεγάλου ποσοστού ατόμων με αναπηρία στον κόσμο, θα έπρεπε να ενδιαφέρει οικονομικά και επαγγελματικά τους ιδιοκτήτες των ξενοδοχειακών και διαφόρων τουριστικών μονάδων. Παρόλα αυτά είναι εμφανής η αδιαφορία και αυτό συγκλίνει με τα δεδομένα του κοινωνικού αποκλεισμού που αναφέρθηκε παραπάνω.

Σύμφωνα με τον ορισμό που παρατίθεται στην Δράση κατά την Διάκριση για την Αναπηρία ένας άνθρωπος με αναπηρία καλείται “αυτός που έχει σωματικά ή νοητικά ελαττώματα τα οποία έχουν ουσιαστική και μακροπρόθεσμη επίδραση στην ικανότητα του να διεκπεραιώσει τις καθημερινές του ασχολίες”. “Αναπηρία σημαίνει

ότι το άτομο έχει σωματικές, γνωστικές, αισθητηριακές, συναισθηματικές και αναπτυξιακές δυσλειτουργίες ή κάποιο συνδυασμό από αυτές”. Ο όρος ΑμεΑ περιλαμβάνει τα άτομα με σοβαρές ανεπάρκειες ή μειονεξίες που οφείλονται σε σωματικές βλάβες, συμπεριλαμβανομένων και των βλαβών των αισθήσεων ή σε διανοητικές ή ψυχικές βλάβες, οι οποίες περιορίζουν ή αποκλείουν την εκτέλεση δραστηριότητας ή λειτουργίας, η οποία θεωρείται κανονική για έναν άνθρωπο. Στον κλάδο του τουρισμού, αυτή η ομάδα ανθρώπων θεωρείται, κατά γενική ομολογία, ότι δεν έχει ενδιαφέρον να ταξιδέψει. Αντιστοίχως, ο τουρισμός είναι μία δραστηριότητα στην οποία πολλά άτομα με αναπηρίες πιστεύουν ότι πρέπει να θυσιάσει ενώ στην πραγματικότητα έχουν την ίδια επιθυμία και ανάγκες για τουρισμό όπως όλες οι άλλες κοινωνικές ομάδες. Οι τουρίστες με αναπηρία επιθυμούν να επισκεφτούν ακόμα περισσότερους προορισμούς και μάλιστα το συντομότερο δυνατό καθώς έχουν τον φόβο της επιδείνωσης της σωματικής τους κατάστασης και επιθυμούν να αποκτήσουν όσο το δυνατό περισσότερες εμπειρίες όσο έχουν ακόμα κάποιες δυνάμεις που το επιτρέπουν<sup>25</sup>.

Καθώς αυτή ομάδα ατόμων είναι πιο επιρρεπείς στον κοινωνικό αποκλεισμό και στην ανισότητα, τα δικαιώματά και οι φωνές τους συχνά δεν ακούγονται σε πολλές από τις κυριότερες πτυχές του τουρισμού. Ευτυχώς, με τη συνεχή έκκληση για προσοχή παγκοσμίως, οι βασικές ανάγκες των ατόμων με αναπηρία ενισχύθηκαν τα τελευταία χρόνια. Σύμφωνα με τους Ieng Loi & Hang Kong ένας άλλος λόγος για τη βιομηχανία να συμπεριλάβει άτομα με σωματικές αναπηρίες είναι επειδή είναι μια τόσο μεγάλη αγορά και θα συνεχίσει να αυξάνεται καθώς αυξάνεται η διάρκεια ζωής και βελτιώνεται η ιατρική τεχνολογία. Ο αριθμός των ατόμων με υψηλότερο επίπεδο αναπηρίας και ηλικίας 65 ετών και άνω κινείται επίσης προς την ίδια αναπτυσσόμενη κατεύθυνση. Ένα άλλο τμήμα της αγοράς που σχετίζεται με τους ανθρώπους με αναπηρία είναι οι ηλικιωμένοι με δυσκολίες πρόσβασης. Οι άνθρωποι μπορεί να ακινητοποιούνται είτε προσωρινά είτε μόνιμα λόγω των γήρατος. Από την άποψη της τουριστικής βιομηχανίας, το δυναμικό της αγοράς για τα άτομα με αναπηρίες φαίνεται να είναι μεγάλο, αφού περίπου το 10% του παγκόσμιου πληθυσμού διαθέτει κάποιο είδος αναπηρίας. Παρά τη σημαντική αυτή δυνητική αγορά, ο παγκόσμιος τουρισμός φαίνεται να περιθωριοποιεί ή και να αποθαρρύνει τα άτομα με αναπηρίες να αγοράζουν τα προϊόντα τους. Όλο αυτό επιβαρύνει την οικονομική κατάσταση και

---

<sup>25</sup> Crompton, J. L., 1979, *Motivations for Pleasure Vacation.*, Annals of Tourism Research

των δύο πλευρών εξίσου καθώς οι ωφελούμενοι πρέπει να ξοδεύουν περισσότερα και οι επαγγελματίες δεν λαμβάνουν τα κατάλληλα μέτρα για να διευκολύνουν τους πρώτους αλλά ούτε και για να ωφεληθούν οι ίδιοι από τις νέες προοπτικές αγορών. Το γεγονός ότι η ομάδα με το μεγαλύτερο ποσοστό επιθυμίας κέρδους, οι επαγγελματίες, δεν ενδιαφέρονται να εξελίξουν νέους τρόπους εισροής κερδών, όπως αυτή των εγκαταστάσεων για άτομα με αναπηρία, δείχνει ακόμα πιο κραυγαλέα τον κοινωνικό παραμερισμό αυτών των ατόμων και τον κοινωνικό αποκλεισμό που δέχονται ως προς τις βασικές τους ανάγκες.

Όταν ένα άτομο επιλέγει να εγκαταλείψει το φυσιολογικό καθημερινό περιβάλλον του, έστω και προσωρινά, υπάρχουν πολλά περισσότερα από το φυσικό αντίκτυπο της μετατόπισης που βιώνει. Οι επιπτώσεις της κοινωνικής και πολιτιστικής “εκτόπισης” αποτελούν επίσης αναπόσπαστο μέρος της εμπειρίας ακόμη και στον εσωτερικό κόσμο του τουρίστα. Για πολλούς ανθρώπους αυτό είναι δεύτερη φύση καθώς ταξιδεύουν συχνά και με ευκολία και η οικεία αίσθηση έρχεται εύκολα σε όποιο μέρος και αν βρίσκονται. Η τουριστική δραστηριότητα στις ζωές των ατόμων με αναπηρίες όμως σχετίζεται άμεσα και με την δική τους καθημερινότητα. Δεδομένων των όσων προαναφέρθηκαν, η καθημερινότητα των ατόμων με αναπηρία απέχει αρκετά από το να είναι άνετη. Κατ’ επέκταση η δυσκολία προσαρμογής μεγεθύνεται. Οι προϋποθέσεις που πρέπει να πληρούνται ώστε τα άτομα με αναπηρία να μπορούν να επωφεληθούν πλήρως από τις τουριστικές υπηρεσίες είναι η κατάλληλη προετοιμασία της προσφοράς και μέριμνας του τουρισμού, ώστε το περιβάλλον με το οποίο έρχονται σε επαφή να μην δημιουργεί φραγμούς. Η βιβλιογραφία παραθέτει πληθώρα ταξινομήσεων των εμποδίων που επιβάλλονται στα άτομα με αναπηρίες. Η πιο δημοφιλής είναι η ταξινόμηση από τον R. W. Smith που απαριθμεί τρεις ομάδες των φραγμών: εγγενείς, περιβαλλοντικοί και διαδραστικοί.

- Στους εγγενείς φραγμούς περιλαμβάνονται η έλλειψη γνώσης, δηλαδή η άγνοια της δυνατότητας ψυχαγωγικής διάνυσης ελεύθερου χρόνου, προβλήματα υγείας που περιορίζουν την τουριστική δραστηριότητα, η δυσκολία προσαρμοστικότητας και κοινωνικής επικοινωνίας των ανθρώπων με αναπηρία καθώς και η ψυχοφυσική εξάρτηση των ατόμων με αναπηρία από τρίτους όπως τους τροφούς και νοσηλευτές τους.
- Στους περιβαλλοντικούς φραγμούς συμπεριλαμβάνονται οι στάσεις των ατόμων χωρίς αναπηρία που περιστοιχίζουν τους ανθρώπους με αναπηρία, η

αρχιτεκτονική και μηχανική κατασκευή των υποδομών, οικολογικοί φραγμοί που σχετίζονται με τις περιβαλλοντικές συνθήκες (όπως για παράδειγμα η αδυναμία ασφαλτοδρόμησης ενός φυσικού μονοπατιού που δυσχεραίνει την πρόσβαση αναπηρικού αμαξιδίου), οι τρόποι μεταφοράς και οι νόμοι και νομοθετικοί κανονισμοί.

- Στους διαδραστικούς φραγμούς εντάσσονται οι δυσκολίες προσαρμογής των ατόμων με αναπηρίες στον τύπο και στη μορφή των δραστηριοτήτων τουρισμού καθώς και η περιορισμένη τους επικοινωνία με άλλους ανθρώπους.

Τα προαναφερθέντα εμπόδια μπορούν επίσης να παρουσιαστούν ως αλληλεπίδραση μεταξύ του εσωτερικού και του εξωτερικού κόσμου των τουριστών. Σαφώς δεν είναι μόνο οι περιβαλλοντικοί παράγοντες ή η σωματική και νοητική αναπηρία του ατόμου που επηρεάζουν την εμπειρία. Οι στάσεις, οι αισθήσεις και τα συναισθήματα είναι άυλοι παράγοντες που παρ' όλα αυτά μπορούν να έχουν απτή επιρροή ή σημαντικό ρόλο στη συνεχή αλληλεπίδραση μεταξύ του εσωτερικού και του εξωτερικού κόσμου των τουριστών.

Τα τελευταία χρόνια δημιουργήθηκε ένα ευρύ φάσμα διαφορετικών συστημάτων πληροφοριών για το τουρισμό στο Διαδίκτυο (Tourist Information Systems TIS). Η αποδοχή και συνεπώς η ανταγωνιστικότητα ενός TIS καθορίζεται κυρίως από την ποσότητα και την ποιότητα των δεδομένων που παρέχει. Επομένως, τα περισσότερα υπάρχοντα TIS προσπαθούν ήδη να ικανοποιήσουν το αίτημα των τουριστών για εκτεταμένη συλλογή δεδομένων. Η βιομηχανία του τουρισμού αρχίζει σταδιακά να συνειδητοποιεί τις δυνατότητες των ατόμων με αναπηρία (και των εμποδιζόμενων ατόμων) ως αυξανόμενες ομάδες καταναλωτών, αντιπροσωπεύοντας έτσι ένα μεγάλο τμήμα της αγοράς. Ένα κύριο θέμα σε αυτό το πλαίσιο είναι η προσβασιμότητα, μια σημαντική πτυχή για τη βελτίωση της ποιότητας ενός τουριστικού προορισμού. Η εφαρμογή TIS καλύπτει διάφορα θέματα όπως προσβασιμότητα στις μετακινήσεις, τη στέγαση, τα αξιοθέατα, τα εστιατόρια, τις υποδομές, τα σήματα, την ιατρική υποστήριξη καθώς και οδηγούς πρόσβασης και τουριστικές ιστοσελίδες και προσβάσιμα συστήματα πληροφορικής που αφορούν τον τουρισμό για την παροχή τεχνολογιών και εφαρμογών με στόχο τον προσπελάσιμο τουρισμό.

Τα άτομα με αναπηρίες έχουν πολύ ειδικές απαιτήσεις σχετικά με τη χρησιμότητα των συστημάτων πληροφορικής που βασίζονται στο Διαδίκτυο. Αυτό εξηγείται από την ετερογένεια των αναπηριών (οπτική, ομιλία, ακοή, σωματική, κοκ.). Αλλά

μερικές φορές διαφορετικές αναπηρίες απαιτούν παρόμοια καταλύματα. Για παράδειγμα, κάποιος που είναι τυφλός και κάποιος που δεν μπορεί να χρησιμοποιήσει τα χέρια του απαιτεί πλήρες ισοδύναμο πληκτρολογίου για τις εντολές του ποντικιού στα προγράμματα περιήγησης και τα εργαλεία συγγραφής, διότι και οι δύο δυσκολεύονται να χρησιμοποιήσουν ένα ποντίκι, αλλά μπορούν να χρησιμοποιήσουν βοηθητικές τεχνολογίες για να ενεργοποιήσουν τις εντολές που υποστηρίζονται από ένα πρότυπο διασύνδεση πληκτρολογίου. Προκειμένου να ικανοποιηθούν αυτές οι απαιτήσεις για κάθε χρήστη, προτείνεται μια εξατομικευμένη διεπαφή χρήστη. Τα προσβάσιμα συστήματα πληροφόρησης για τον τουρισμό είναι μόνο το πρώτο βήμα προς τον χωρίς εμπόδιο τουρισμό και πρέπει επομένως να ακολουθούνται από ολοκληρωμένες προσφορές πληροφοριών σχετικά με την προσβασιμότητα σε τουριστικά αντικείμενα. Λαμβάνοντας υπόψη το κόστος εφαρμογής και ταυτόχρονα αυξάνοντας τη χρησιμότητα της έννοιας, η παρουσιαζόμενη προσέγγιση προτείνει την επέκταση των υφιστάμενων συστημάτων πληροφορικής για τον τουρισμό αντί για δαπανηρές διαδικασίες προσαρμογής. Τα αντικείμενα του τουρισμού σε υπάρχοντα συστήματα επεκτείνονται με πληροφορίες μετα-παρουσίασης και προσβασιμότητας, επιτρέποντας έτσι τη δυναμική προσαρμογή της διάταξης του συστήματος πληροφόρησης του τουρισμού, της πλοήγησης και του περιεχομένου του που αντιστοιχούν σε μεμονωμένα προφίλ χρήστη.

Συγκεκριμένα για την Ελλάδα, η χώρα που ζούμε δεν είναι πλήρως προσβάσιμη, αυτό άλλωστε δεν το επιτρέπει σε πολλές περιπτώσεις και η ανάπλαση του εδάφους της. Η χώρα μας είναι γεμάτη όμορφες περιοχές και σημεία που, μέσα από φωτογραφικό υλικό, κάνουν το γύρο του κόσμου, εντυπωσιάζοντας ακόμα και τους πιο απαιτητικούς ταξιδιώτες. Παρά το μεγάλο αριθμό επισκεπτών που ετησίως αναμένεται να περάσει τις πύλες του αεροδρομίου κάθε καλοκαιρινή περίοδο και να έρθει σε επαφή με τη σπάνια ελληνική ομορφιά, οι πόλεις και τα μικρότερα χωριά της ελληνικής υπαίθρου δεν έχουν επαρκή προσβασιμότητα και σωστές υποδομές. Δε συμβαίνει, βέβαια, παντού. Υπάρχουν υλικοτεχνικές υποδομές και μάλιστα άρτια φτιαγμένες, για να ικανοποιήσουν τα γούστα κάθε επισκέπτη που σίγουρα θα επιθυμήσει να τις επισκεφτεί ξανά. Το σημαντικό λοιπόν σημείο στην Ελλάδα είναι ότι υπάρχουν, αν και ιδιαίτερα περιορισμένες, υποδομές και οργανωμένες πόλεις, παραλίες, δραστηριότητες και επιχειρήσεις για άτομα με αναπηρία, αλλά δεν είναι γνωστές στο κοινό που απευθύνονται.

## **ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΚΑΙ ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΑΜΕΑ**

Η ανάγκη λήψης μέτρων προκειμένου η καθημερινότητα αλλά και η τουριστική εμπειρία να είναι προσιτές για όλους ανεξαρτήτως φυσικής ή διανοητικής κατάστασης, παρακινεί συνεχώς άτομα και επιχειρήσεις στην υιοθέτηση μεθόδων και στην εξασφάλιση νέων υποδομών για να μπορούν να εξυπηρετούν και να υποδέχονται όλα τα μέλη μιας κοινωνίας. Οι πρακτικές αυτές πολλές φορές καλύπτουν ή συμπληρώνουν τα κενά που δημιουργούνται στην κοινωνία εξαιτίας ελλιπούς κρατικού μηχανισμού, κονδυλίων και μέριμνας. Παρακάτω παρατίθενται μερικές δράσεις και καινοτομίες που έχουν γίνει προκειμένου να ικανοποιούνται οι ανάγκες των ατόμων με αναπηρία τόσο στην καθημερινότητα τους, όσο και στην τουριστική τους εμπειρία.

### **Η περίπτωση του esamea**

Η Εθνική Συνομοσπονδία Ατόμων με Αναπηρία (Ε.Σ.Α.μεΑ. ή ΕΣΑμεΑ) αποτελεί το τρίτοβάθμιο κοινωνικό και συνδικαλιστικό όργανο του αναπηρικού κινήματος της χώρας μέσω του οποίου εκπροσωπείται το σύνολο των ατόμων με αναπηρία και χρόνιες παθήσεις και οι οικογένειες εκείνων των ατόμων που δεν μπορούν να εκπροσωπήσουν τον εαυτό τους. Ιδρύθηκε το 1989 από οργανώσεις ατόμων με αναπηρία και των οικογενειών τους προκειμένου να υπερασπιστεί θέματα κοινού ενδιαφέροντος για όλες τις κατηγορίες αναπηρίας και να αποτελέσει έναν ανεξάρτητο και ισχυρό φορέα εκπροσώπησης των ατόμων με αναπηρία και των οικογενειών τους στην ελληνική Πολιτεία και κοινωνία. Σήμερα η Συνομοσπονδία κατέχει επίσημα τη θέση του Κοινωνικού Εταίρου σε ζητήματα που αφορούν άμεσα ή έμμεσα στα άτομα με αναπηρίες και αγωνίζεται για την προώθηση πολιτικών που συμβάλλουν στην πλήρη συμμετοχή στην κοινωνική, οικονομική, πολιτική και πολιτιστική ζωή της χώρας<sup>26</sup>. Μέσα από την ιστοσελίδα της, μπορεί κάποιο άτομο με αναπηρία να ενημερωθεί μέσω ενός ηλεκτρονικού οδηγού για τα προσβάσιμα ψυχαγωγικά και τουριστικά μέρη και δραστηριότητες της Ελλάδας όπως ξενοδοχεία, εστιατόρια,

---

<sup>26</sup> [el.wikipedia.org/wiki/ΕΣΑμεΑ](http://el.wikipedia.org/wiki/ΕΣΑμεΑ)

καφέ, θέατρα, εκκλησίες, μουσεία, αθλητικές εγκαταστάσεις, φεστιβάλ, συλλόγους ΑμεΑ και πληθώρα άλλα. Ο χρήστης μπορεί να επιλέξει τον τρόπο παρουσίασης του οδηγού (δυνατότητα χρήσης από κωφά ή τυφλά άτομα) και να ορίσει συγκεκριμένα φίλτρα αναζήτησης με βάση τις προσωπικές του ανάγκες.

### **Η περίπτωση του Μέκλενμπουργκ**

Στο ομοσπονδιακό κρατίδιο του Μέκλενμπουργκ Βορμπόμερν της Γερμανίας, οι 15 δήμοι που το απαρτίζουν μέχρι το 2013, συνεργάστηκαν προκειμένου να ενισχύσουν τις υποδομές τους. Συγκεκριμένα, με δεδομένα τα αποτελέσματα προγενέστερων ερευνών, συνειδητοποίησαν ότι τα άτομα με αναπηρίες αποτελούν σημαντικό τμήμα της αγοράς και δυνητικό καταναλωτικό κοινό που θα μπορούσε να τους ενισχύσει ενώ ταυτόχρονα να προάγεται μια πιο ανθρωπιστική και ίση μεταχείριση από την πλευρά της πολιτείας. Η πρώτη φάση αναβάθμισης και ενίσχυσης της περιοχής ήταν οικονομικής υφής. Στη συνέχεια ορίστηκαν αυστηροί όροι και προϋποθέσεις της παρεχόμενης ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών που έπρεπε να πληρούνται. Ο τουρισμός ΑμεΑ στην περιοχή έφτασε σε τόσο υψηλά επίπεδα, που έγινε σήμα κατατεθέν σε ολόκληρη τη Γερμανία. Σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα, τα έσοδα που έφεραν σε αυτές τις επιχειρήσεις οι οικογένειες των ανθρώπων με αναπηρία αποτέλεσαν πολύ σημαντική πηγή πλούτου για τους δήμους αυτούς, οι οποίοι με τη σειρά τους επανεπένδυσαν σε νέες υποδομές που μέχρι και σήμερα ικανοποιούν τα υψηλότερα στάνταρ σε αυτόν τον τομέα. Ο λόγος που πέτυχε αυτή η επένδυση ήταν εξ αρχής η μεγάλη φυσική ομορφιά της περιοχής που τη συνθέτουν παραλίες, λίμνες, ποτάμια, παραδοσιακοί οικισμοί και μεσαιωνικά κάστρα.

### **Η περίπτωση του prosvasis**

Η έλλειψη της πληροφορίας είναι το σημαντικότερο αρνητικό σημείο για την πρόσβαση των ανθρώπων αυτών στις υποδομές που απευθύνονται σε αυτούς. Γι' αυτό το λόγο αναπτύχτηκε η πλατφόρμα prosvasis.co που μέχρι τώρα αφορά ελληνικούς προορισμούς και έχει σκοπό να αντιμετωπίσει αυτό το κενό της αγοράς στην παροχή πληροφορίας επί του θέματος. Μέσω αυτής της πλατφόρμας, ο χρήστης

έχει τη δυνατότητα να ενημερωθεί για την προσβασιμότητα και την καταλληλότητα των προορισμών που τον ενδιαφέρουν. Συγκεκριμένα οι πληροφορίες που μπορεί κανείς να αντλήσει μπορεί να είναι ιδιαίτερα λεπτομερείς και να αναφέρονται στην ύπαρξη ανελκυστήρων, στους στενούς διαδρόμους, στην καταλληλότητα των αποχωρητηρίων, στα σκαλοπάτια και σε άλλα. Οι δράσεις της ομάδας prosnavis συνδυάζουν τρεις βασικούς άξονες

- Καταγραφή των προσβάσιμων υφιστάμενων υποδομών
- Πλήρες πρόγραμμα εκπαίδευσης και αλληλεπίδρασης πανεπιστημιακών και επαγγελματιών του τουρισμού σε θέματα ικανοποίησης των αναγκών των επισκεπτών με αναπηρία είτε πρόκειται για ενήλικες είτε για παιδιά καθώς και εκπαίδευση των μαθητών και των φοιτητών προκειμένου να εξοικειωθούν με τη διαφορετικότητα
- Οργανωμένη προβολή του προσβάσιμου σημείου (εστιατόριο, καφετέρια, ξενοδοχείο με υποδομές για ΑμεΑ, θέσεις στάθμευσης ΑμεΑ) και ανάδειξη προορισμών μέσω διαδικτυακών χαρτών με στόχο την ανάπτυξη ενός διεθνούς δικτύου ενημέρωσης προσβάσιμων υποδομών ανά τον κόσμο.

Φυσικά, πέρα από το prosnavis που εστιάζει στην Ελληνική αγορά ως τώρα, ιστοσελίδες τουριστικού περιεχομένου και τεράστιας επισκεψιμότητας όπως το TripAdvisor ή το Booking, περιλαμβάνουν στις αναζητήσεις του φίλτρα για υποδομές ΑμεΑ.

## **Η περίπτωση του peripato**

Υπάρχουν ελάχιστες πόλεις και περιοχές που θα μπορούσαν να αποτελέσουν παράδειγμα προς μίμηση όσον αφορά την προσβασιμότητα. Εδώ αξίζει να τονιστεί ότι μια ράμπα δεν κάνει κάποιο σημείο προσβάσιμο. Ένα σημείο θεωρείται προσβάσιμο όταν πληροί κάποιες προϋποθέσεις και διαθέτει ένα σύνολο υποδομών τόσο σε επίπεδο κτηριακής κάλυψης, όσο και σε δημόσιους χώρους όπως πάρκα, πλατείες και πεζόδρομους. Χρειάζονται κατάλληλες διαστάσεις σε διαδρόμους, πεζοδρόμια, ανελκυστήρες και ράμπες. Επίσης αξίζει να σημειωθεί ότι μεγάλη έμφαση πρέπει να δίνεται και στη διασύνδεση των προσβάσιμων σημείων, καθώς ένα άτομο με αμαξίδιο θα πρέπει να έχει τη δυνατότητα ενδομετακίνησης από το ένα



σημείο στο άλλο. Για παράδειγμα, μια κατάλληλη θέση παρκαρίσματος για άτομα με αναπηρίες πρέπει να επικοινωνεί με τα υπόλοιπα σημεία προσβασιμότητας, αλλιώς δεν εξυπηρετεί το λόγο κατασκευής του. Μέσα στην ευρύτερη τάση ενσωμάτωσης της μέριμνας για την αναπηρία στην σημερινή κουλτούρα, άνθρωποι και επαγγελματίες, μέσα στην ουσιαστική τους άγνοια επί των δυσκολιών των ατόμων με κινητικά προβλήματα, θεωρούν ότι η τοποθέτηση κάποιων ασύνδετων κανόνων βοήθειας για τα άτομα αυτά, τους απαλλάσσουν ουσιαστικά από το βάρος της ευθύνης που έχει η μέριμνα αυτή. Αυτό όμως δεν λύνει το πρόβλημα παρά μόνο παρατείνει την επιβάρυνση και είναι ουσιαστικά μία τρύπα στο νερό. Στην πόλη της Κομοτηνής έχει γίνει εντυπωσιακή πρόοδος και αποτελεί πρότυπο σχετικά με την προσβασιμότητα, όπου πολλά άτομα με αμαξίδιο μετακομίζουν μόνιμα εκεί από άλλα σημεία της Ελλάδας, για να βελτιώσουν την ποιότητα ζωής τους. Η βελτίωση αυτή οφείλεται στο σύλλογο «περπατώ», [perpato.gr](http://perpato.gr), έναν σύλλογο που μεριμνά για τη βέλτιστη πρόσβαση ατόμων με κινητικά προβλήματα σε όλη την Ελλάδα. Τα πεζοδρόμια έχουν διαμορφωθεί καταλλήλως ως προς το πλάτος και οι ράμπες έχουν τη σωστή κλίση. Ορισμένα σημεία μαζικής εστίασης διαθέτουν κατάλληλη ράμπα στην είσοδο ενώ οι περισσότερες δημόσιες υπηρεσίες έχουν μεριμνήσει για την πρόσβαση και επιπρόσθετα, αυτές οι διευκολύνσεις πρόσβασης να συνοδεύονται από ανάλογες θέσεις παρκαρίσματος. Τέτοιες πρωτοβουλίες αξίζουν την στήριξη κάθε πολίτη που νοιάζεται για τον συνάνθρωπο είτε αυτός έχει κάποια αναπηρία είτε όχι. Η σύγχρονη ανταγωνιστική κοινωνία όπου ο ισχυρότερος έχει τα περισσότερα και τα καλύτερα δεν οδηγεί σε κάποια ουσιαστική βελτίωση της κοινωνίας παρά καταποντίζει τα ιδανικά και τις αξίες της αλληλεγγύης και του σεβασμού.

## **Η περίπτωση του Seatrac**

Το Seatrac αποτελεί έναν βοηθητικό εξοπλισμό ο οποίος μπορεί να χρησιμοποιηθεί από άτομα με αναπηρία ή από εμποδιζόμενα άτομα προκειμένου να τα διευκολύνει στην αυτόνομη πρόσβαση τους στη θάλασσα. Η κύρια ιδέα πίσω από την δημιουργία του ήταν να δώσει στα άτομα με αναπηρία την ευκαιρία να απολαύσουν μια απλή δραστηριότητα όπως το κολύμπι χωρίς καμία άλλη βοήθεια. Πρόκειται για έναν μηχανισμό αποτελούμενο από ράγες, πάνω στις οποίες κινείται ένα ειδικά διαμορφωμένο κάθισμα. Ο χρήστης πατώντας ένα κουμπί στο τηλεχειριστήριο του,

μεταφέρεται από την παραλία μέσα στο νερό σε ασφαλές βάθος. Μόλις τελειώσει το μπάνιο του επιβιβάζεται στην καρέκλα και πάλι πατώντας ένα κουμπί επιστρέφει στη στεριά. Η τροφοδοσία του γίνεται μέσω ενός ηλιακού πάνελ, πράγμα που το καθιστά ενεργειακά αυτόνομο ενώ είναι και φορητό ώστε να εγκαθίσταται στις παραλίες μόνο κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού. Το Seatrac έχει εγκατασταθεί κυρίως στην Ελλάδα αλλά και στην Κύπρο και την Ιταλία. Το 2017 εγκαταστάθηκαν συνολικά 61 μηχανήματα. Το Seatrac έχει αγκαλιαστεί από τον κόσμο και η ανταπόκριση κάθε χρόνο είναι μεγαλύτερη.

## **Η περίπτωση του disabled friendly hotels**

Μια εξειδικευμένη πλατφόρμα ενημέρωσης για τα άτομα με αναπηρίες αποτελεί το disabled friendly hotels. Το DisabledFriendlyHotels.com είναι ένα καινοτόμο ταξιδιωτικό πρακτορείο που ειδικεύεται στην κράτηση προσβάσιμων δωματίων σε ξενοδοχεία. Μέσω αυτού του διαδικτυακού ταξιδιωτικού πρακτορείου παρέχονται οι εξής πληροφορίες:

- Πληροφορίες και φωτογραφίες της γενικής προσβασιμότητας κάθε ξενοδοχείου - προσβάσιμο υπνοδωμάτιο και προσβάσιμο μπάνιο
- Κρατήσεις προσβάσιμων δωματίων σε πραγματικό χρόνο
- Σύστημα επανεξέτασης βάσει αξιοκρατίας μέσω του οποίου ο χρήστης μπορεί να δημοσιεύσει μια αναθεώρηση του ξενοδοχείου μετά τη διαμονή του
- Οι χρήστες με αναπηρίες μπορούν να μοιράζονται πληροφορίες με άλλους χρήστες παρόμοιας αναπηρίας

Το DisabledFriendlyHotels.com απαιτεί από τα ξενοδοχεία-συνεργάτες να απαντήσουν σε συγκεκριμένα κριτήρια σχετικά με τη γενική προσβασιμότητά τους στο δωμάτιο και το μπάνιο και συνοπτική περίληψη της προσβασιμότητάς τους, παρέχοντας παράλληλα εκτεταμένες φωτογραφίες. Αυτό το επίπεδο πληροφόρησης επιτρέπει στο άτομο με αναπηρία να λαμβάνει τεκμηριωμένες αποφάσεις. Ο χρήστης με αναπηρία μπορεί να εντοπίσει και να λάβει τεκμηριωμένες αποφάσεις σχετικά με το πού πρέπει να ταξιδέψει, πού να μείνει, τι να περιμένει και πώς να φτάσει εκεί. δηλαδή πόσο προσιτή είναι η αεροπορική

εταιρεία και το αεροδρόμιο, το ταξί, τα τοπικά αξιοθέατα και οι ανέσεις, τα μέσα μαζικής μεταφοράς, αλλά και τι πρέπει να προσέξει όπως χρόνους κλεισίματος μαζικών μέσων μεταφοράς, σκάλες σε σταθμούς, προσβασιμότητα τοπικής και ευρύτερης περιοχής, επίστρωση και πολλά άλλα.

### **Η περίπτωση των Scandic Hotels**

Τα ξενοδοχεία Scandic αποτελούν ένα δίκτυο 230 ξενοδοχείων και catering για επιχειρήσεις και οικογένειες στις σκανδιναβικές χώρες, τη Γερμανία, το Βέλγιο και την Πολωνία. Η εν λόγω αλυσίδα προάγει εμπράκτως τον προσπελάσιμο τουρισμό για όλους. Μέσω της ιστοσελίδας που διαθέτει παρέχει σωρεία πληροφοριών για τα άτομα που ταξιδεύουν με θέματα όρασης, ακοής, γνωστικά, κινητικά και άλλα. Η αλυσίδα αυτή έχει θέσει τον προσιτό τουρισμό στον πυρήνα των δράσεων της, όχι μόνο για να στηρίξει την εικόνα της επωνυμίας της παρουσιάζοντας ότι είναι μια ξενοδοχειακή αλυσίδα που τους καλωσορίζει όλους, ανεξάρτητα από το ιστορικό τους ή τις ανάγκες τους, αλλά και μέσω της συνειδητοποίησης ότι υπάρχει μια ταχέως αναπτυσσόμενη αγορά για πλήρως ολοκληρωμένα και προσβάσιμα καταλύματα στον τομέα του μαζικού τουρισμού. Οι πληροφορίες που δίνονται στον ιστότοπο της ξεπερνούν την απλή ενημέρωση αλλά παρέχουν ουσιαστικές λεπτομέρειες μετρήσεων πόρτας, σχεδιαστικά στοιχεία όπως ανοίγματα ντουλάπας ή σχεδίαση γραφείου, ύψος κρεβατιού, προδιαγραφές μπάνιου κοκ. Επίσης, διαθέτει τους πόρους και τις γνώσεις γύρω από την προσβασιμότητα ελεύθερα στους ανταγωνιστές και σε άλλες τουριστικές επιχειρήσεις. Η αλυσίδα Scandic Hotels υποστηρίζει ότι η πλήρης εικόνα, όσον αφορά τις προσβάσιμες τουριστικές εγκαταστάσεις, είναι η μοναδική εικόνα που πρέπει να δίνεται σε αυτή την εποχή.

### **Η περίπτωση των Rural Suite Hotel Apartamentos**

Το ξενοδοχείο Rural Suite Hotel Apartamentos, το οποίο βρίσκεται στην περιοχή Navarre της Βόρειας Ισπανίας, κατανοεί πλήρως και ενστερνίζεται το γεγονός ότι οι άνθρωποι με αναπηρίες έχουν την ίδια ακριβώς επιθυμία του να ταξιδέψουν με όλους

τους υπόλοιπους ανθρώπους, είτε αυτό αφορά διασκέδαση, είτε εργασία. Οι ιδιοκτήτες του ξενοδοχείου αντιλαμβάνονται ότι, όπως ακριβώς και όλοι οι άνθρωποι, τα άτομα με αναπηρίες ποθούν μια περιπέτεια, θέλουν να φιλοξενοούνται σε όμορφα καταλύματα και να ανακαλύπτουν νέα μέρη και κουλτούρες. Επειδή ο τουρισμός πρέπει να περιλαμβάνει όλο το πακέτο των αναγκών (all-inclusive), το Rural Suite Hotel Apartamentos έκανε πολύ περισσότερες ενέργειες από τις συνηθισμένες, βασικές και υποχρεωτικές (νομικά), για να το πετύχει.

Το ξενοδοχείο διαθέτει μια πολύ εύχρηστη και κατατοπιστική ιστοσελίδα, η οποία προσφέρει στα άτομα με αναπηρία όλες τις πληροφορίες και λεπτομέρειες που αυτοί θα χρειαστούν. Τα δωμάτια και γενικά οι χώροι του ξενοδοχείου, εκτός από προσεγμένα και άρτια αρχιτεκτονικά, είναι σχεδιασμένα και εξοπλισμένα ώστε να εξυπηρετούν όλες τις διαφορετικές ανάγκες, όπως προσβάσιμες κουζίνες, μπάνια και υπνοδωμάτια. Οι κοινοί χώροι, όπως το τζακούζι και το εστιατόριο είναι επίσης σχεδιασμένα ώστε να παρέχουν απόλυτη πρόσβαση. Στις υπηρεσίες του ξενοδοχείου περιλαμβάνονται και διάφορες δραστηριότητες, όπως ξενάγηση με ποδήλατα, ιππασία, καθώς και ποδηλασία για τα ίδια άτομα. Προκειμένου να επιτευχθεί αυτή η ποιότητα, το ξενοδοχείο συνεργάζεται με Ισπανούς ειδικούς από τις οργανώσεις ONCE, PREDIF και RedStable.

## **Η περίπτωση των Native Charming Hotels**

Η αλυσίδα Native Charming Hotels έχει ως βάση την Μαδρίτη και προωθεί την πλήρη προσβασιμότητα για όλα της τα ξενοδοχεία, επικεντρώνοντας την προσοχή της στις πολύ ανεπτυγμένες μεθόδους επικοινωνίας, ώστε οι άνθρωποι με αναπηρίες να μπορούν να ενημερωθούν για τις εγκαταστάσεις των ξενοδοχείων της. Αυτό αρχίζει από την ιστοσελίδα της, η οποία διαθέτει την επιλογή έξι διαφορετικών γλωσσών και δύο διαφορετικών συστημάτων προσβασιμότητας. Η αλυσίδα δημιούργησε επίσης ένα πολύ εύκολο σύστημα κράτησης για ανθρώπους με αναπηρίες, οι οποίοι μπορούν να πραγματοποιήσουν την κράτηση τους χωρίς την ύπαρξη βοήθειας ή παρέμβασης. Ο πελάτης μπορεί να επιλέξει ένα ξενοδοχείο και να κάνει κράτηση είτε έχει ακουστική αναπηρία, είτε ανικανότητα ομιλίας, είτε απώλεια όρασης, είτε ανικανότητα χρήσης χεριών, απλά φυσώντας μέσα από ένα μικρόφωνο για παράδειγμα. Οι πληροφορίες και η σήμανση είναι όλα σε γραφή Braille, καθώς

επίσης και όλες οι συσκευές στα μπάνια και γενικά σε όλους τους χώρους. Χρησιμοποιώντας την έξυπνη τεχνολογία, τα Native Hotels παρέχουν ένα μαγνητικό κλειδί δωματίου στους πελάτες τους, το οποίο έχει έναν κώδικα BiDi, ο οποίος περιλαμβάνει όλες τις πληροφορίες που χρειάζεται κάποιος για το ξενοδοχείο και τους χώρους του. Αυτές οι πληροφορίες μπορούν στην συνέχεια να μετατραπούν σε φωνητικό κείμενο χρησιμοποιώντας ένα έξυπνο κινητό.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### ΕΡΕΥΝΑ – ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑ

Το τελευταίο κομμάτι της μελέτης έγινε με στόχο την επιβεβαίωση των βιβλιογραφικών δεδομένων που συλλέχθηκαν. Η έρευνα υλοποιήθηκε διαδικτυακά με την εφαρμογή Google Forms. Συντάχθηκε ένα ερωτηματολόγιο που στόχο είχε να συλλέξει και να εξάγει δεδομένα σχετικά με τον τρόπο ζωής, τις δυσκολίες και την τουριστική εμπειρία που βιώνουν τα άτομα με αναπηρίες. Το ερωτηματολόγιο αναρτήθηκε σε σελίδες υψηλής επισκεψιμότητας από άτομα με αναπηρίες και η ανταπόκριση τους ήταν πολύ μεγάλη. Το δείγμα αποτελείται από 350 άτομα, μερικά από τα οποία δεν έχουν τα ίδια αναπηρία αλλά είναι γονείς παιδιών με αναπηρία ή φροντιστές. Σε όλη τη διάρκεια της έρευνας το ενδιαφέρον των ατόμων που συμμετείχαν ήταν μεγάλο και η ανάγκη τους να εκφραστούν και να γνωστοποιήσουν στο κοινό τις ανάγκες τους μεγαλύτερη. Μετά τη συλλογή δεδομένων και την επεξεργασία τους προέκυψαν αρκετά στατιστικά στοιχεία τα οποία βοηθούν στην ολοκλήρωση της μελέτης της παρούσας εργασίας. Στο Παράρτημα που ακολουθεί επισυνάπτεται το ερωτηματολόγιο της έρευνας.

#### **Εξαγόμενα συμπεράσματα για τα άτομα με αναπηρίες**

##### Ερώτηση 1

Το πρώτο δημογραφικό στοιχείο της έρευνας αφορούσε στην ηλικία των ερωτηθέντων και διαμορφώθηκε ως εξής:

Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικία σας	Πλήθος Απαντήσεων
Έως 18	15
18-25	23
26-35	53
36-45	106
46-55	102
56-65	44

Παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων είχαν ηλικίες από 36 έως 55 χρονών ενώ το μικρότερο ποσοστό συμμετοχής είχαν τα πιο ηλικιωμένα άτομα γεγονός που εξηγείται λόγω της ηλεκτρονικής φύσης της έρευνας.

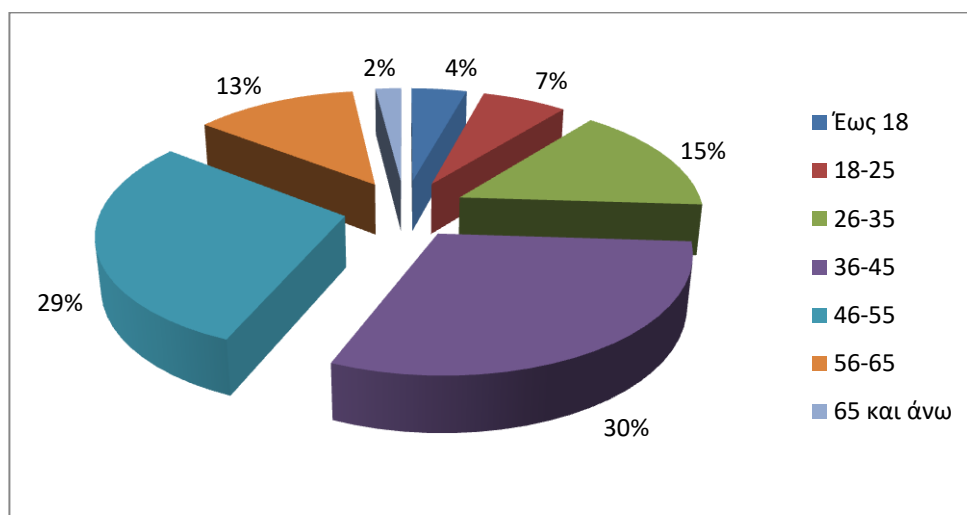


Figure 6: Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικία σας

Το ποσοστό συγκέντρωσης μεταξύ 36 και 55 ετών κυμαίνεται στο 59% του δείγματος, ενώ το 4% του δείγματος ήταν άτομα κάτω των 18 ετών ή γονείς παιδιών με αναπηρίες.

## Ερώτηση 2

Φύλο	Πλήθος Απαντήσεων
Άντρας	174
Γυναίκα	176

Το φύλο των ερωτηθέντων πρακτικά μοιράστηκε σε 174 άντρες και 176 γυναίκες, πράγμα που ευνοεί στη μη παραποίηση των εξαγόμενων συμπερασμάτων εξαιτίας υπερίσχυσης μόνο του ενός φύλου. Ταυτόχρονα, γίνεται αντιληπτό ότι το φύλο δεν παίζει ρόλο στην ανάπτυξη των περισσότερων αναπηριών.

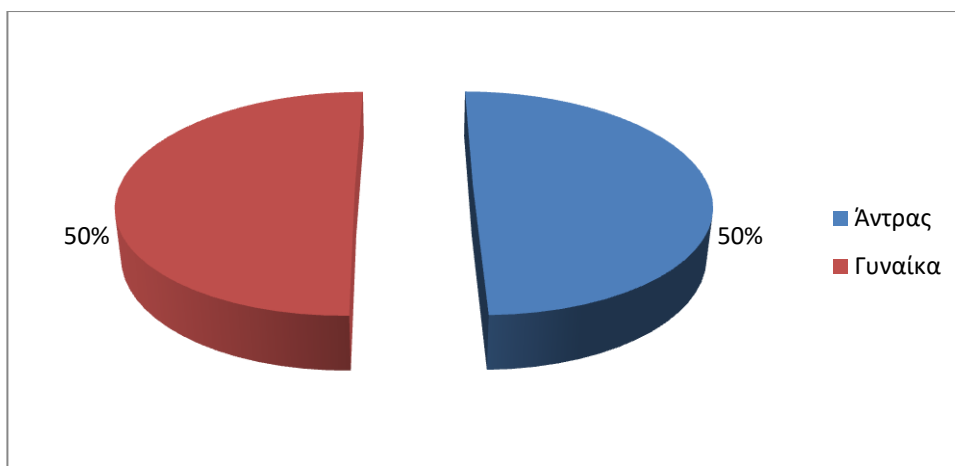


Figure 7: Φύλο

### Ερώτηση 3

Στο επίπεδο σπουδών των ερωτηθέντων παρατηρείται μία συγκέντρωση στους αποφοίτους ΑΕΙ – ΤΕΙ με 116 απαντήσεις. Ωστόσο, συνολικά 124 από τα 350 άτομα έχουν τελειώσει γυμνάσιο ή λύκειο και δεν έχουν συνεχίσει την ακαδημαϊκή τους ζωή.

Παρακαλώ επιλέξτε το επίπεδο σπουδών σας	Πλήθος Απαντήσεων
Δημοτικό	22
Γυμνάσιο / Λύκειο	102
ΙΕΚ / άλλη μεταλυκειακή σχολή	75
ΑΕΙ / ΤΕΙ	116
Μεταπτυχιακό	32
Διδακτορικό	3

Από τους ερωτηθέντες μόνο το 9% έχει αποκτήσει μεταπτυχιακό τίτλο σπουδών, ενώ μόνο το 1% έχει διδακτορικό. Τα ποσοστά αυτά συνάδουν με τη βιβλιογραφική μελέτη στην οποία παρουσιάστηκαν εκτενέστερα οι δυσκολίες πρόσβασης στην εκπαίδευση για τα ΑμεΑ.



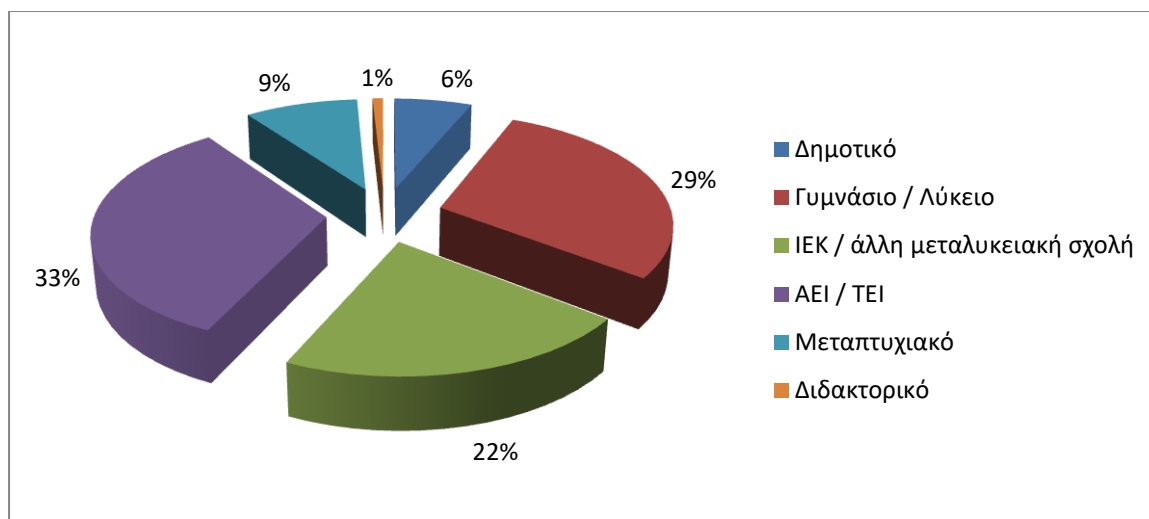


Figure 8: Παρακαλώ επιλέξτε το επίπεδο σπουδών σας

#### Ερώτηση 4

Όπως έγινε αντιληπτό ως τώρα ο τόπος κατοικίας για τα άτομα με αναπηρίες διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη ζωή τους. Από γεωγραφικής άποψης, οι απαντήσεις που συλλέχθηκαν παρουσιάζουν συσσώρευση των ατόμων με αναπηρίες στη Στερεά Ελλάδα και στη Μακεδονία.

Περιοχή μόνιμης κατοικίας	Πλήθος Απαντήσεων
Στερεά Ελλάδα	162
Μακεδονία	88
Πελοπόννησος	24
Κρήτη	22
Θεσσαλία	21
Νησιά Αιγαίου	15
Ήπειρος	8
Νησιά Ιονίου	5
Θράκη	4
Εξωτερικό	1

Από ποσοστιαία άποψη, η γεωγραφική κατανομή των ΑμεΑ, συνάδει με την πληθυσμιακή κατανομή της Ελλάδας.

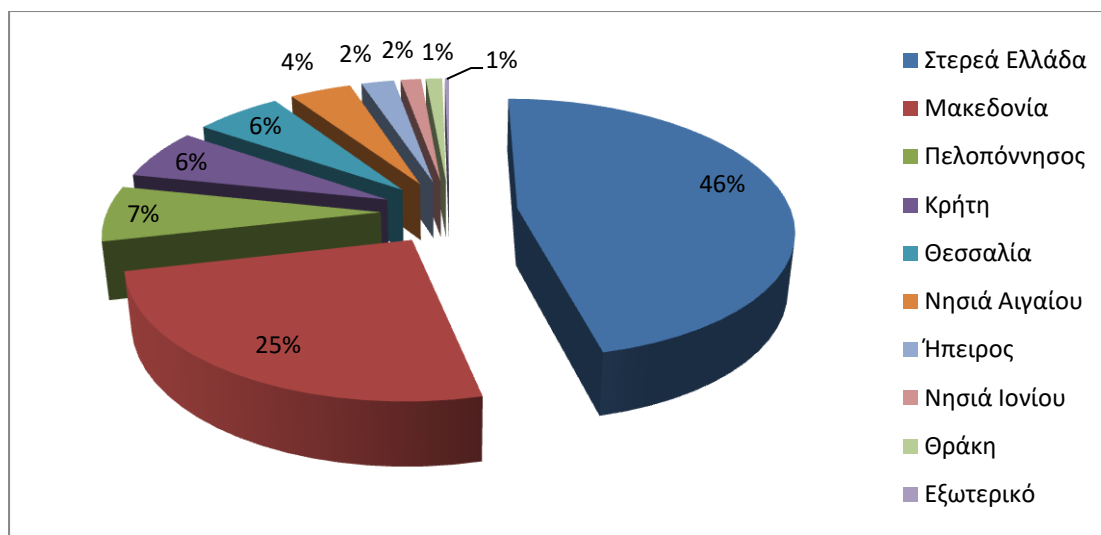


Figure 9: Περιοχή μόνιμης κατοικίας

#### Ερώτηση 5

Η επόμενη ερώτηση αφορά στο είδος της αναπηρίας που αντιμετωπίζει ο ερωτώμενος. Στη συγκεκριμένη ερώτηση, υπήρξε πληθώρα απαντήσεων, αφού ο κάθε ερωτώμενος είχε τη δυνατότητα επιλέγοντας την απάντηση “Άλλο” να συμπληρώσει τη μορφή αναπηρίας που προσωπικά αντιμετωπίζει εφόσον δεν καλύπτονταν από τις προτυπωμένες απαντήσεις. Οι απαντήσεις με μεγαλύτερη συχνότητα από αυτήν την επιλογή συλλέχθηκαν και προστέθηκαν στον πίνακα αποτελεσμάτων.

Ποιο είναι το είδος αναπηρίας που αντιμετωπίζετε;	Πλήθος Απαντήσεων
Κινητική Αναπηρία	121
Πολλαπλές Αναπηρίες	72
Τύφλωση	27
Κώφωση	16
Ψυχική Αναπηρία	14
Διαβήτης	11
Καρδιολογικό νόσημα	10
Νεφρική ανεπάρκεια	10
Νοητική Αναπηρία	8
Νόσος Crohn	8
Σκλήρυνση Κατά Πλάκας	4
Αυτισμός	3
Καρκίνος	3

Όπως προκύπτει από τα ποσοστά, το μεγαλύτερο μέρος των ερωτηθέντων βίωσαν κάποια μορφή κινητικής αναπηρίας σε ποσοστό 39%, με δεύτερη την επιλογή “πολλαπλές αναπηρίες” σε ποσοστό 23%. Τα στατιστικά αυτά συνάδουν με τη βιβλιογραφική έρευνα, αφού τα εμποδιζόμενα άτομα και τα άτομα με κινητικές αναπηρίες καλύπτουν ένα μεγάλο ποσοστό στο σύνολο των πασχόντων από αναπηρία. Σε αυτήν την ερώτηση, παρατηρείται αφενός η πολυμορφικότητα του φαινομένου της αναπηρίας αλλά και η διάθεση συμμετοχής ατόμων, ιδιαιτέρως εκείνων με τύφλωση ή μειωμένη όραση που είτε μέσω τρίτων, είτε μέσω βοηθητικών εφαρμογών θέλησαν να συνεισφέρουν στην έρευνα.

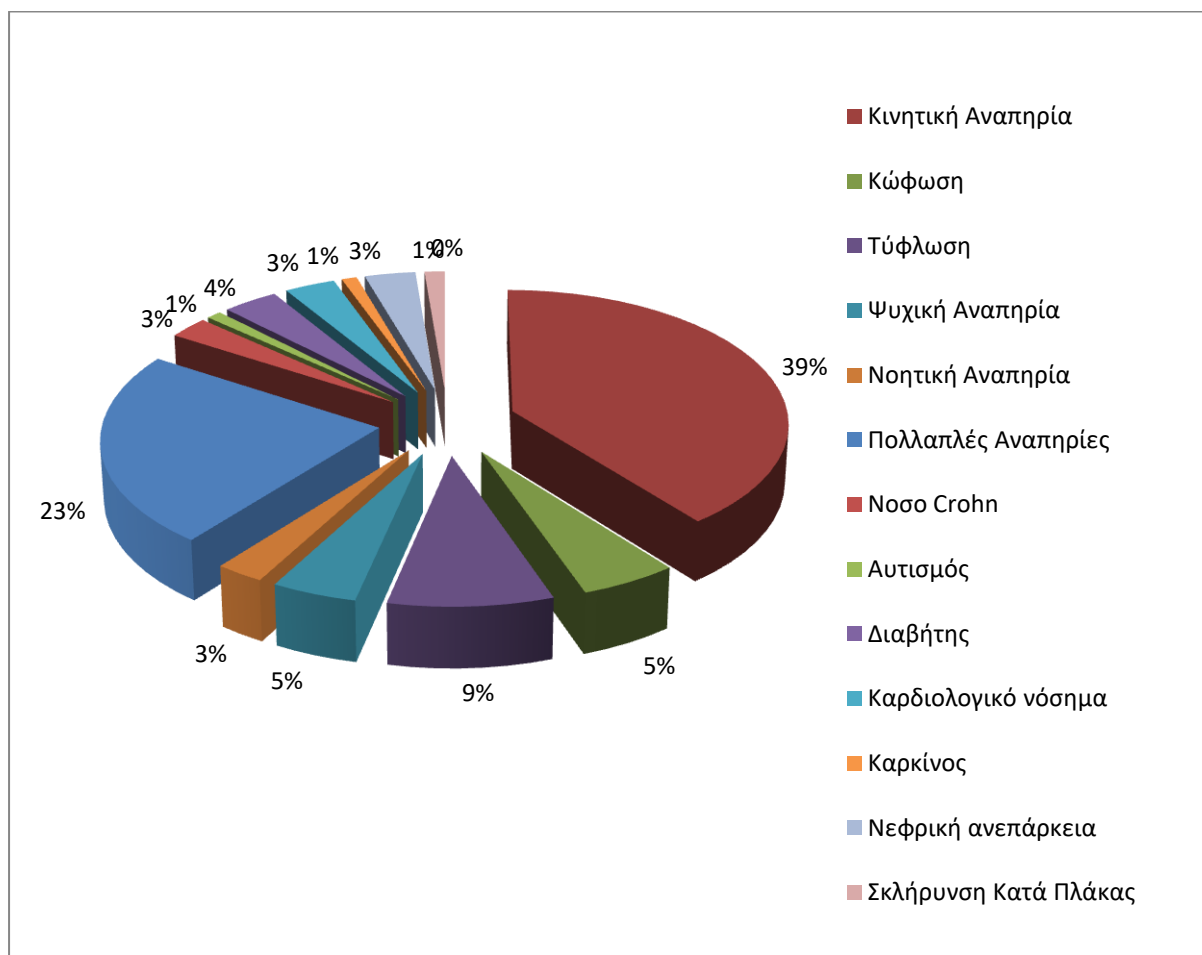


Figure 10: Ποιο είναι το είδος αναπηρίας που αντιμετωπίζετε;

## Ερώτηση 6

Στην ερώτηση τόπου κατοικίας βάσει πληθυσμιακής συγκέντρωσης το μεγαλύτερο μέρος των απαντήσεων συγκεντρώθηκε στην επιλογή “αστικό κέντρο”.

Κατοικείτε σε αστικό κέντρο ή επαρχία;	Πλήθος Απαντήσεων
Αστικό Κέντρο	179
Επαρχία	79

Τόσο βάσει πληθυσμιακής κατανομής και αστικοποίησης, όσο και βάσει υλικοτεχνικών υποδομών, κρατικών επενδύσεων και ιατροφαρμακευτικών υποδομών που είναι απαραίτητες για τη ζωή των ΑμεΑ, το στατιστικό αποτέλεσμα συνάδει με τη βιβλιογραφία.

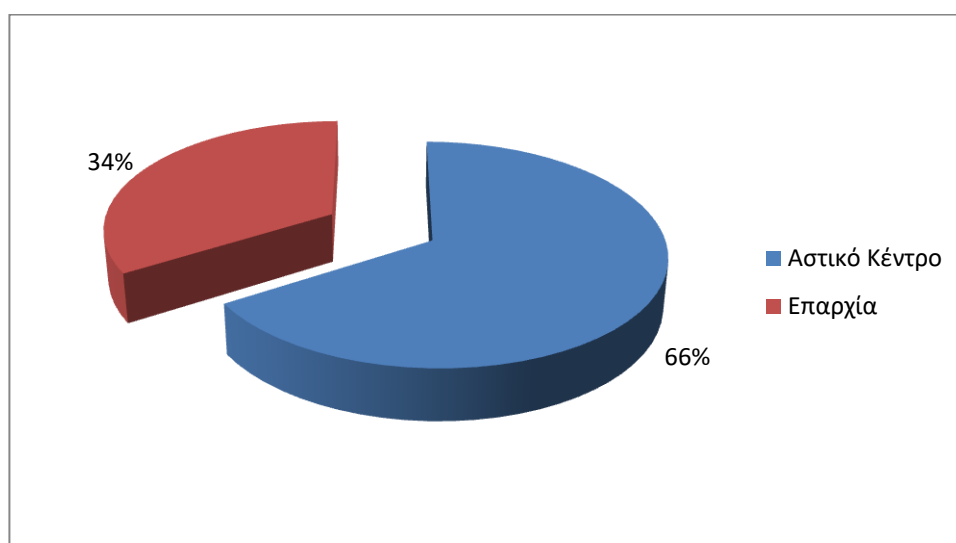


Figure 11: Κατοικείτε σε αστικό κέντρο ή επαρχία;

## Ερώτηση 7

Εργάζεστε αυτή την περίοδο;	Πλήθος Απαντήσεων
Ναι	67
Όχι	191

Στην ερώτηση αν εργάζονται, μόνο τα 67 άτομα απάντησαν θετικά ήτοι το 29% των ερωτηθέντων, ποσοστό που αποδεικνύει ότι για τα άτομα με αναπηρίες, οι ευκαιρίες εργασίας είναι μειωμένες, πολύ περισσότερο όταν κατοικούν σε μία χώρα που πλήττεται από οικονομική ύφεση και ανεργία.

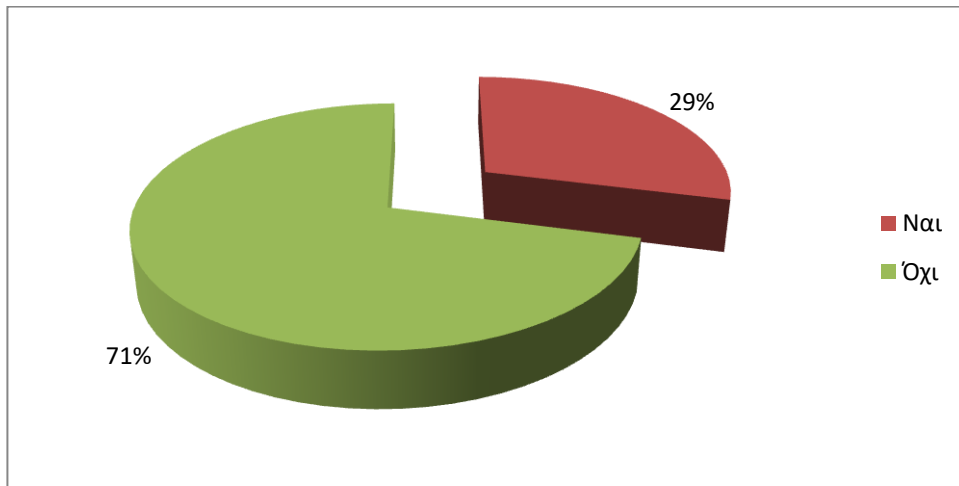


Figure 12: Εργάζεστε αυτή την περίοδο;

#### Ερώτηση 8

Στην ερώτηση αξιολόγησης του βαθμού που η περιοχή μόνιμης κατοικίας τους, εξυπηρετεί τις ανάγκες τους, μέσω των υποδομών που διαθέτει, οι ερωτώμενοι συγκέντρωσαν μέσο όρο 4,32 στα 10, αριθμός που υποδεικνύει ότι οι περισσότεροι από αυτούς δεν καλύπτονται στην καθημερινότητα τους από τις τοπικές κοινωνικές παροχές.



Figure 13: Η περιοχή που κατοικείτε σε τι βαθμό διαθέτει τις απαραίτητες υποδομές για εσάς;

## Ερώτηση 9

Πόσο συχνά ταξιδεύετε; (με διανυκτέρευση)	Πλήθος Απαντήσεων
Λιγότερο από μία φορά τον χρόνο	103
1-2 φορές τον χρόνο	118
2-3 φορές το χρόνο	55
Περισσότερες από 3 φορές τον χρόνο	74

Η ένατη ερώτηση αφορούσε στη συχνότητα με την οποία ταξιδεύουν τα άτομα με αναπηρίες. Σε συμφωνία με τη βιβλιογραφική μελέτη που προηγήθηκε, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων δεν ταξιδεύει συχνά. Συγκεκριμένα το 69% του δείγματος ή 221 άτομα ταξιδεύουν το πολύ 2 φορές το χρόνο.

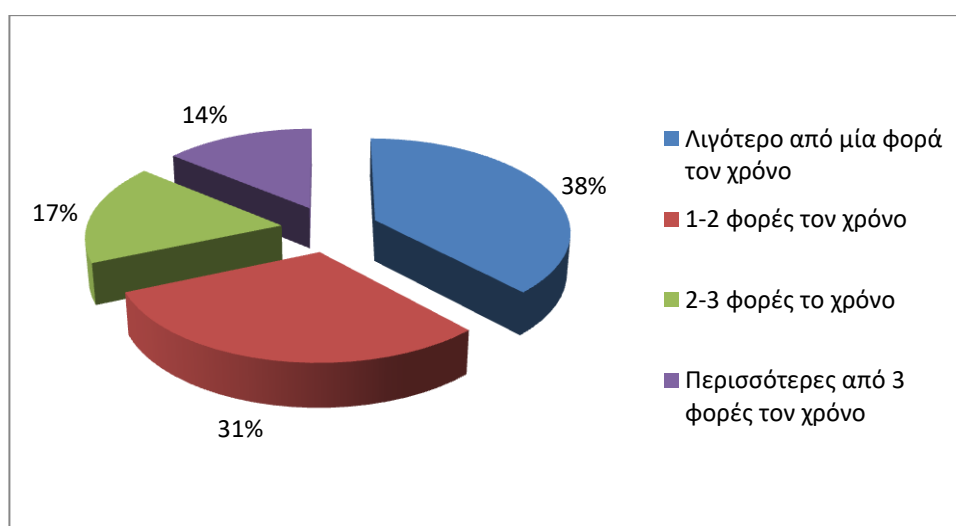


Figure 14: Πόσο συχνά ταξιδεύετε; (με διανυκτέρευση)

## Ερώτηση 10

Οι κύριοι λόγοι που οι ερωτώμενοι ταξιδεύουν είναι κυρίως ψυχαγωγικοί, ενώ αμέσως μετά ακολουθούν οι λόγοι υγείας και οι οικογενειακοί. Η συγκέντρωση των ποσοστών σε αυτές τις κατηγορίες συνάδουν με τη βιβλιογραφική έρευνα, αφού ο τουρισμός για τα άτομα είτε διαθέτουν κάποια αναπηρία, είτε όχι, αποτελεί βασική μορφή ψυχαγωγίας, ενώ όταν εστιάζει κανείς στα ΑμεΑ, οι λόγοι που αφορούν σε θέματα υγείας είναι εξίσου σημαντικοί για την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού.

Ποιοι είναι οι κύριοι λόγοι που ταξιδεύετε?	Πλήθος Απαντήσεων
Ψυχαγωγικοί	148
Θέματα υγείας	66
Οικογενειακοί	64
Δεν ταξιδεύω	22
Επαγγελματικοί	15
Εκπαιδευτικοί	11
Άλλο-Περισσότεροι από ένας	14

Από ποσοστιαίας πλευράς, η ψυχαγωγία ως κίνητρο περαίωσης ενός ταξιδιού συγκέντρωσε το 44% των απαντήσεων ενώ οι λόγοι υγείας και οι οικογενειακοί λόγοι, το 19% έκαστος.

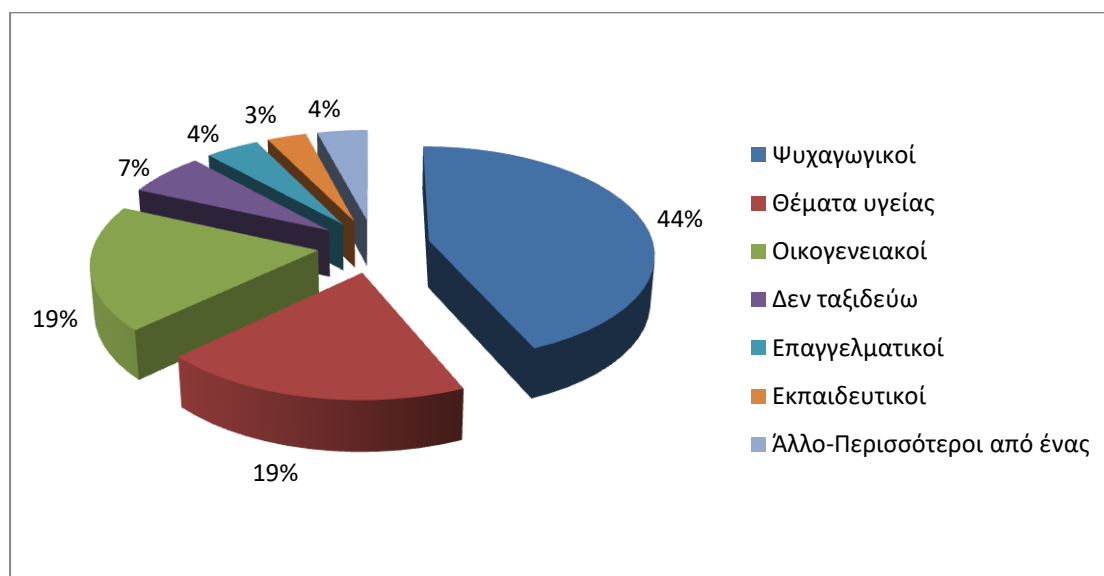


Figure 15: Ποιοι είναι οι κύριοι λόγοι που ταξιδεύετε?

#### Ερώτηση 11

Για παραπάνω από τους μισούς ερωτηθέντες η μορφή αναπηρίας τους επηρεάζει άμεσα την επιλογή του ταξιδιωτικού τους προορισμού. Συναρτήσει της προηγούμενης ερώτησης και δεδομένου ότι ένα μεγάλο ποσοστό ΑμεΑ ταξιδεύει για θέματα υγείας ο μέσος όρος που προκύπτει συμφωνεί με τους λόγους πραγματοποίησης των ταξιδιών τους.

### Σε τι βαθμό η αναπηρία που έχετε καθορίζει τον προορισμό σας;

Average: 5.68

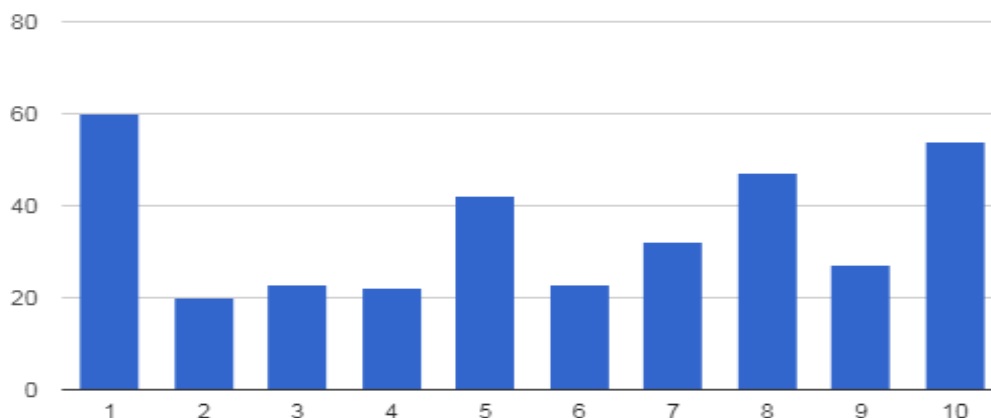


Figure 16: Σε τι βαθμό η αναπηρία που έχετε καθορίζει τον προορισμό σας;

### Ερώτηση 12

Συνήθως ταξιδεύετε (προορισμός)	Πλήθος Απαντήσεων
Στην Ελλάδα	291
Στο εξωτερικό	33
Δεν ταξιδεύω	22
Άλλο - Και στα δύο	4

Στην ερώτηση πού ταξιδεύουν συνήθως, τα άτομα του δείγματος απάντησαν σε ποσοστό 83% ότι επιλέγουν την Ελλάδα ως προορισμό, ενώ μόνο το 10% προτιμάει το εξωτερικό. Το 6% δεν πραγματοποιεί ταξίδια ενώ το υπόλοιπο 1% ταξιδεύει εξίσου εντός και εκτός Ελλάδας. Η συγκέντρωση των απαντήσεων σε προορισμούς εντός Ελλάδας συνάδει με τη βιβλιογραφία, δεδομένων των δυσμενών συνθηκών που επικρατούν από την άποψη των μεταφορών για τα άτομα με αναπηρίες, των οικονομικών περιορισμών που έχουν και τη δυσκολία προσαρμογής σε ένα εντελώς διαφορετικό περιβάλλον από εκείνο της μόνιμης κατοικίας τους.



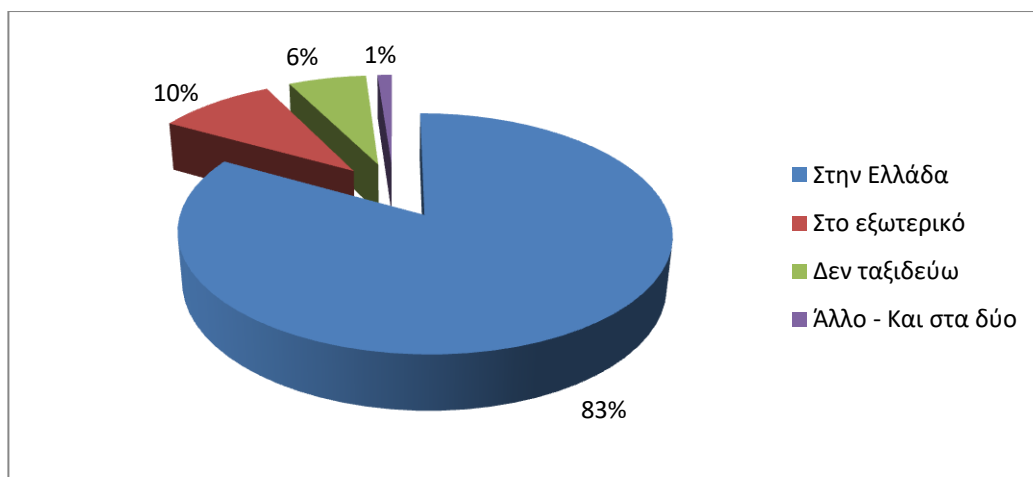


Figure 17: Συνήθως ταξιδεύετε (προορισμός)

### Ερώτηση 13

Για τους περισσότερους ερωτηθέντες, το ταξίδι γίνεται με κάποιο ακόμα άτομο κάτι που είναι αναμενόμενο αφού τα ταξίδια των ερωτηθέντων έχουν χαρακτήρα ψυχαγωγικό, υγείας και οικογενειακό στην πλειοψηφία τους.

Συνήθως ταξιδεύετε	Πλήθος Απαντήσεων
Με κάποιο μέλος της οικογένειας μου	209
Με παρέα - φίλους	69
Μόνος	32
Δεν ταξιδεύω	20
Με συνοδό - οδηγό	18
Άλλο	2

Με την οικογένεια τους, επιλέγει να ταξιδέψει το 60% των ερωτηθέντων και με φίλους το 20%, ενώ μόνοι τους ταξιδεύουν μόνο 32 από τα 350 άτομα ήτοι 9%. Για την πραγματοποίηση του ταξιδιού τους χρησιμοποιούν συνοδό ή οδηγό 18 άτομα ή 5%.

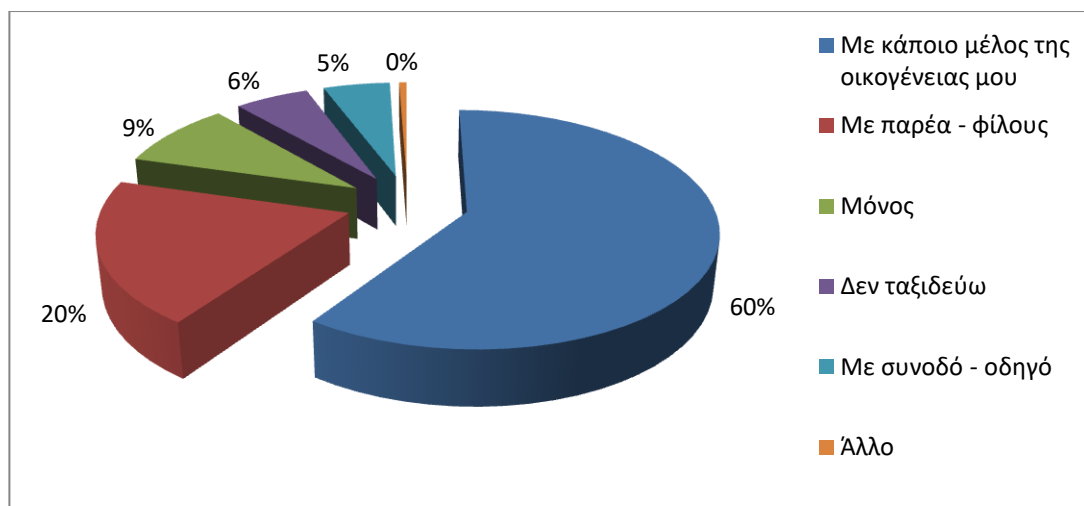


Figure 18: Συνήθως ταξιδεύετε (άτομα)

#### Ερώτηση 14

Στο προτιμώμενο μέσο μαζικής μεταφοράς, οι ερωτηθέντες ξεχώρισαν το αεροπλάνο για την εξυπηρέτηση των αναγκών τους ενώ ένας μεγάλος αριθμός ατόμων, δήλωσαν ότι καμία από τις αναγραφόμενες επιλογές δεν εξυπηρετεί τις ανάγκες τους. Στην παρούσα ερώτηση η επιλογή “αυτοκίνητο” συγκεντρώθηκε μέσω της επιλογής “άλλο” καθώς η διατύπωση της αφορούσε κυρίως στα μέσα μεταφοράς κοινής χρήσης και όχι στα ιδιωτικά. Ωστόσο, η συγκέντρωση απαντήσεων στην επιλογή “κανένα από τα παραπάνω” ενδέχεται να καταδεικνύει την έλλειψη επιλογής “αυτοκίνητο”.

Ποιο-α μέσα μαζικής μεταφοράς θεωρείτε ότι είναι καλύτερα προσαρμοσμένα στις ανάγκες σας;	Πλήθος Απαντήσεων
Αεροπλάνο	131
Κανένα από τα παραπάνω	76
Μετρό	75
Ταξί	71
Πλοίο	57
Λεωφορείο	48
Τρένο	31
Αυτοκίνητο	12
Όλα	3

Η συγκέντρωση του υψηλότερου ποσοστού στην επιλογή “αεροπλάνο” εξηγείται καθώς η εναέριες μεταφορές και υποδομές ακολουθούν όλα τα πρότυπα που απαιτούνται προκειμένου να εξυπηρετούνται όλες οι κοινωνικές ομάδες.

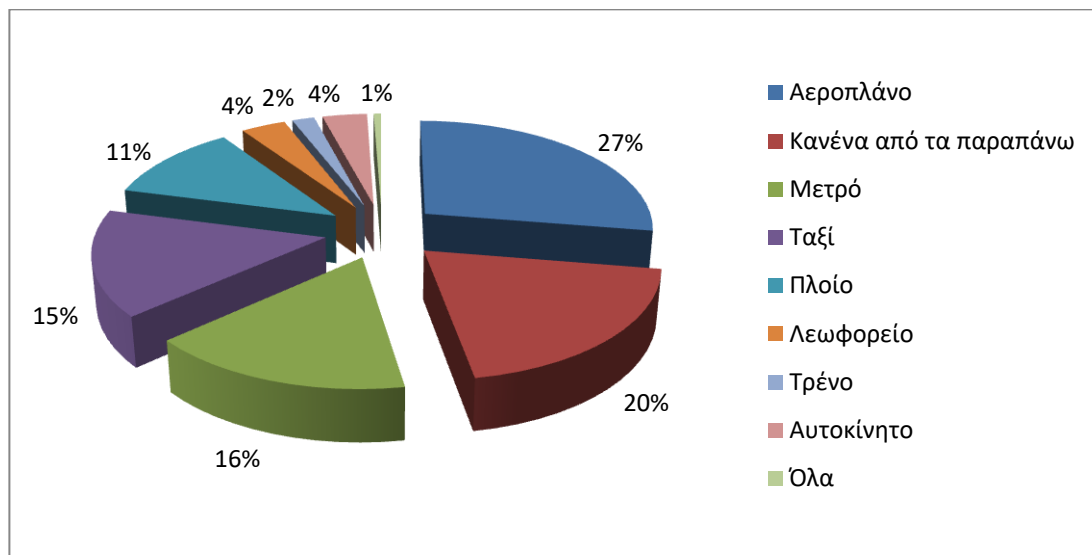


Figure 19: Ποιο-α μέσα μαζικής μεταφοράς θεωρείτε ότι είναι καλύτερα προσαρμοσμένα στις ανάγκες σας;

#### Ερώτηση 15

Στην ερώτηση αν τα ΑμεΑ ενημερώνονται για τις εγκαταστάσεις που διαθέτει ένας χώρος πριν τον επισκεφτούν, οι απαντήσεις σχεδόν μοιράστηκαν, με 165 άτομα να ενημερώνονται πολύ συχνά ή πάντα ενώ 185 σπάνια ή ποτέ.

Πριν την επίσκεψη σας σε έναν χώρο ενημερώνεστε για τις εγκαταστάσεις που διαθέτει για τα ΑμεΑ;	Πλήθος Απαντήσεων
Ποτέ	67
Σπάνια	118
Πολύ Συχνά	72
Πάντα	93

Ο τρόπος που διαμορφώθηκαν αυτές οι απαντήσεις έγκειται τόσο στο γεγονός ότι πολλοί από τους ερωτηθέντες δεν έχουν κάποιο κινητικό πρόβλημα που να καθιστά απαραίτητη την ενημέρωσή τους για το σημείο που θέλουν να επισκεφτούν, όσο και στο γεγονός ότι τις περισσότερες φορές, η διαθέσιμη ενημέρωση για αυτά τα άτομα είναι ελλιπής, παραπλανητική ή και ανύπαρκτη.

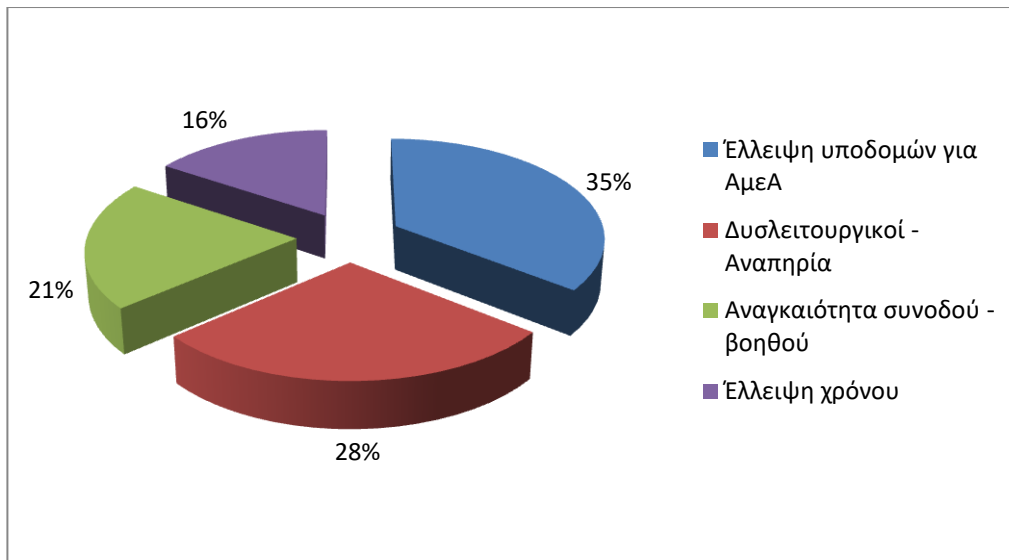


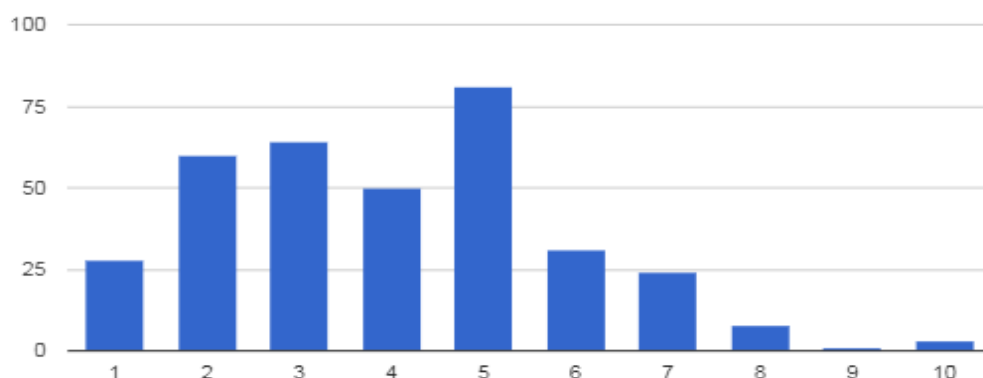
Figure 20: Πριν την επίσκεψη σας σε έναν χώρο ενημερώνεστε για τις εγκαταστάσεις που διαθέτει για τα ΑμεΑ;

#### Ερώτηση 16

Σε αυτήν την ερώτηση, οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να αξιολογήσουν τις τουριστικές υποδομές της Ελλάδας από την άποψη προσβασιμότητας για τα ΑμεΑ. Ο χαμηλός μέσος όρος που συγκέντρωσαν οι απαντήσεις κυμαίνεται στο 4,01 στα 10 και έρχεται σε αντιδιαστολή με την προτίμηση των ερωτηθέντων στην Ελλάδα ως ταξιδιωτικό προορισμό, ωστόσο, μπορεί να δικαιολογηθεί ως η γενική εικόνα και αντίληψη που έχει η πλειοψηφία του δείγματος για τις υπάρχουσες τοπικές τουριστικές υποδομές.

**Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι οι τουριστικές εγκαταστάσεις (ξενοδοχεία, αεροδρόμια, λιμάνια, αξιοθέατα, εστιατόρια κοκ) της Ελλάδας πληρούν τα κριτήρια προσβασιμότητας για τα ΑμεΑ;**

Average: 4.01



**Figure 21: Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι οι τουριστικές εγκαταστάσεις (ξενοδοχεία, αεροδρόμια, λιμάνια, αξιοθέατα, εστιατόρια κοκ) της Ελλάδας πληρούν τα κριτήρια προσβασιμότητας για τα ΑμεΑ;**

#### Ερώτηση 17

Στην ερώτηση σχετικά με τους λόγους που θα μπορούσαν να τους αποτρέψουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού, οι ερωτηθέντες εστίασαν κυρίως στους οικονομικούς και εν συνεχεία στην έλλειψη υποδομών για ΑμεΑ, ενώ η τρίτη επιλογή ήταν οι δυσλειτουργία που μπορεί να παρουσιάζουν εξαιτίας της αναπηρίας που διαθέτουν. Η συγκέντρωση απαντήσεων σε λόγους οικονομικής υφής συνάδει με τη βιβλιογραφική μελέτη, αφού η ανεργία επικρατεί στα ΑμεΑ, οι δαπάνες για την ιατροφαρμακευτική τους περίθαλψη είναι πολλές και οι υπηρεσίες που παρέχονται από πληθώρα τουριστικών επιχειρήσεων και είναι προσαρμοσμένες στις ανάγκες των ΑμεΑ, συχνά έχουν πρόσθετο κόστος.

**Ποιος-οι είναι οι βασικοί λόγοι που θα σας αποθάρρυναν να πραγματοποιήσετε ένα ταξίδι;**

Ποιος-οι είναι οι βασικοί λόγοι που θα σας αποθάρρυναν να πραγματοποιήσετε ένα ταξίδι;	Πλήθος Απαντήσεων
Οικονομικοί	212
Έλλειψη υποδομών για ΑμεΑ	100
Δυσλειτουργικοί - Αναπηρία	79
Αναγκαιότητα συνοδού - βοηθού	58
Έλλειψη χρόνου	44
Άλλο	3

### Ερώτηση 18

Η πιθανότητα να επιλέξουν και άλλη φορά ένα κατάλυμα που θα εξυπηρετεί τις ανάγκες τους τα ΑμεΑ, είναι αρκετά υψηλή με μέσο όρο 8,14/10. Ο αριθμός αυτός εξηγείται βάσει δύο βασικών παραγόντων. Ο πρώτος αφορά στη δυσκολία εύρεσης καταλύματος επαρκώς σχεδιασμένου και προετοιμασμένου να φιλοξενήσει τα εν λόγω άτομα και ο δεύτερος στο μοτίβο της καταναλωτικής συμπεριφοράς που δείχνει ότι ένας καταναλωτής εφόσον μείνει ικανοποιημένος από ένα προϊόν ή υπηρεσία ενδέχεται να προσηλωθεί σε αυτό.



Figure 22: Εφόσον μείνετε ικανοποιημένος-η από ένα τουριστικό κατάλυμα που διαθέτει κατάλληλες υποδομές για εσάς, πόσο πιθανό είναι να το προτιμήσετε πάλι;

### Ερώτηση 19

Στην ερώτηση αν ένα κατάλυμα θα μπορούσε να αποτελέσει το βασικό λόγο επιλογής του ίδιου τουριστικού προορισμού, οι ερωτώμενοι απάντησαν στην πλειοψηφία τους θετικά διαμορφώνοντας ένα μέσο όρο 7,04 στα 10. Γίνεται αντιληπτό πως όταν ένα κατάλυμα καλύπτει τις ανάγκες του ΑμεΑ, μπορεί από μόνο του να αποτελέσει κίνητρο επιλογής του τουριστικού προορισμού.

**Μπορεί ένα τουριστικό κατάλυμα να είναι ο βασικός λόγος που θα επιλέξετε τον ίδιο προορισμό για κάποιο μελλοντικό ταξίδι σας;**  
Average: 7.04

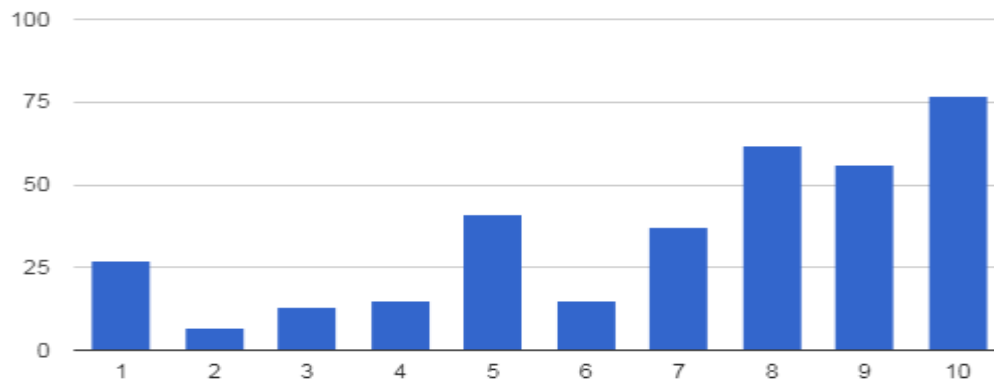
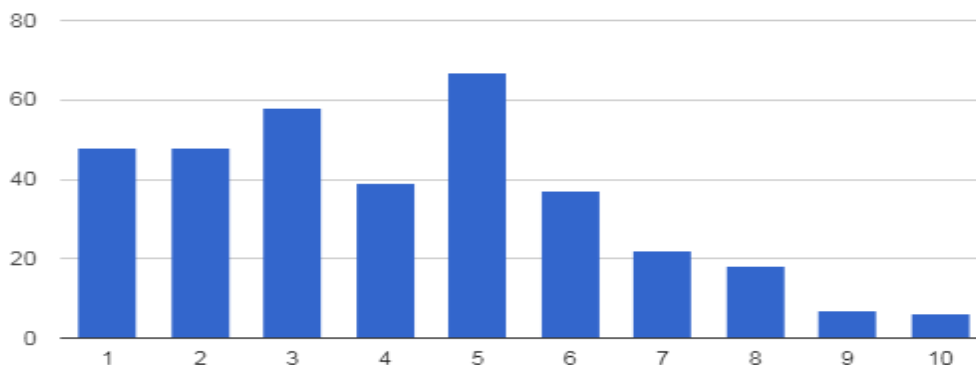


Figure 23: Μπορεί ένα τουριστικό κατάλυμα να είναι ο βασικός λόγος που θα επιλέξετε τον ίδιο προορισμό για κάποιο μελλοντικό ταξίδι σας;

## Ερώτηση 20

Η τελευταία ερώτηση της έρευνας αφορούσε στη γενική εικόνα των ερωτηθέντων για τη σχέση ΑμεΑ και τουρισμού και συγκεκριμένα στο βαθμό ευκολίας ή δυσκολίας (βάσει αποτελέσματος) που αντιμετωπίζει κάποιο άτομο με αναπηρία ή εμποδιζόμενο άτομο για να βιώσει την εμπειρία του τουρισμού. Στην πλειοψηφία τους, οι ερωτηθέντες θεωρούν δύσκολο για ένα ΑμεΑ να κάνει τουρισμό αφού στην επιλογή “εξαιρετικά εύκολο”, στο 10 συγκεντρώθηκαν μόνο 6 απαντήσεις, ενώ στο 1 “εξαιρετικά δύσκολο” 48 απαντήσεις. Ο τελικός μέσος όρος διαμορφώθηκε στο 4,15 στα 10.

**Σε γενικές γραμμές πόσο εύκολο θεωρείτε για ένα ΑμεΑ σήμερα να ταξιδέψει και να κάνει τουρισμό;**  
Average: 4.15



**Figure 24:** Σε γενικές γραμμές πόσο εύκολο θεωρείτε για ένα ΑμεΑ σήμερα να ταξιδέψει και να κάνει τουρισμό;

### Εξαγόμενα συμπεράσματα για τα άτομα με κινητικές αναπηρίες

Δεδομένου ότι η αναπηρία έχει πολλές εκφάνσεις και μορφές και τα άτομα με κινητικές αναπηρίες ή τα εμποδιζόμενα άτομα, συναντώνται συχνότερα, η έρευνα ταματοποιήθηκε περαιτέρω για αυτή την κατηγορία. Συγκεκριμένα, λήφθηκαν υπόψη οι 121 απαντήσεις από τις 350 που αφορούσαν σε άτομα που αντιμετωπίζουν κινητικά προβλήματα και αναλύθηκαν ως επιμέρους δείγματα τα ευρήματα του οποίου παρατίθενται παρακάτω.

Η περιοχή κατοικίας των ατόμων με κινητική αναπηρία συνάδει με την πληθυσμιακή κατανομή της Ελλάδας και την κατανομή των μεγαλύτερων αστικών κέντρων ανά γεωγραφικό διαμέρισμα.

Περιοχή μόνιμης κατοικίας	Πλήθος Απαντήσεων
Στερεά Ελλάδα	56
Μακεδονία	28
Θεσσαλία	10
Κρήτη	10
Πελοπόννησος	8
Νησιά Αιγαίου	5
Ήπειρος	2



Θράκη	1
Νησιά Ιονίου	1

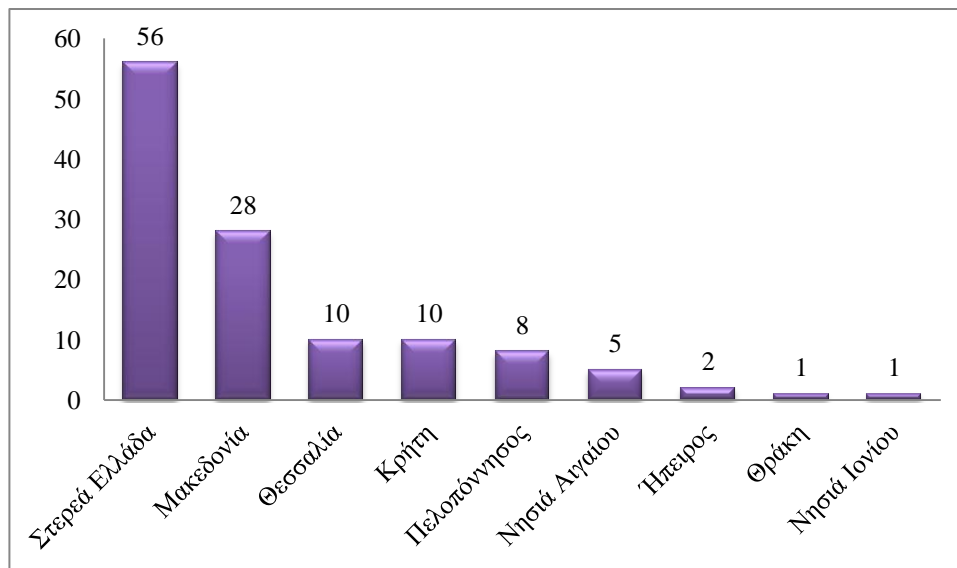


Figure 25: Περιοχή μόνιμης κατοικίας

Η συγκέντρωση των ατόμων με κινητικές αναπηρίες σε αστικά κέντρα, επίσης συνάδει με τη βιβλιογραφική μελέτη και τη φύση της αναπηρίας που έχουν, αφού τα αστικά κέντρα διαθέτουν αρχικά περισσότερο πληθυσμό και εν συνεχεία περισσότερες υποδομές για τα ΑμεΑ

Κατοικείτε σε αστικό κέντρο ή επαρχία;	Πλήθος Απαντήσεων
Αστικό Κέντρο	80
Επαρχία	41

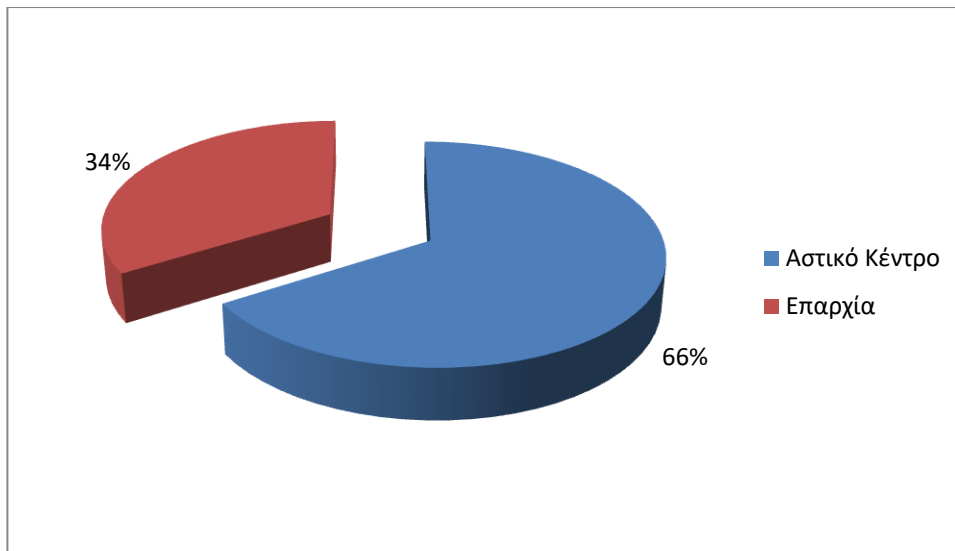


Figure 26: Κατοικείτε σε αστικό κέντρο ή επαρχία;

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων με κινητική αναπηρία ήτοι 71% δεν εργάζεται επί του παρόντος γεγονός που οφείλεται στην έλλειψη υποδομών για να φιλοξενήσουν σε συνεχή βάση τα εν λόγω άτομα, αφού η πλειοψηφία των ελληνικών επιχειρήσεων είναι πολύ μικρές ή μικρές σε μέγεθος και οικογενειακές.

Εργάζεστε αυτή την περίοδο;	Πλήθος Απαντήσεων
Ναι	35
Όχι	86

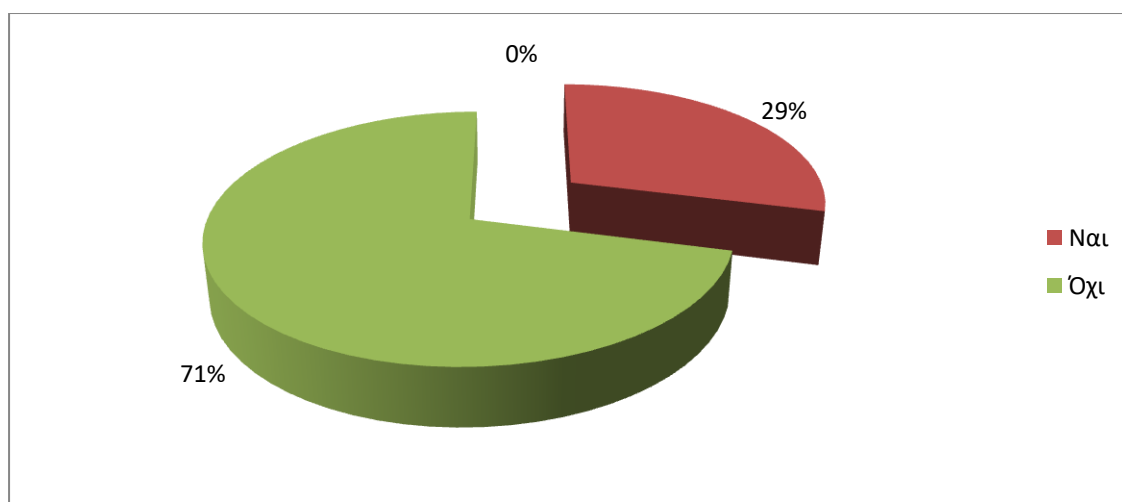


Figure 27: Εργάζεστε αυτή την περίοδο;

Ο μέσος όρος που σχηματίστηκε από την ερώτηση “σε τι βαθμό η περιοχή που κατοικείτε διαθέτει τις απαραίτητες υποδομές για εσάς” είναι εξαιρετικά χαμηλός και διαμορφώνεται στο 3,36 στα 10, γεγονός που αποδεικνύει πως ακόμα και όταν πρόκειται κατά βάση για αστικά κέντρα, οι υποδομές της χώρας για την εξυπηρέτηση των καθημερινών αναγκών των ατόμων με κινητικές αναπηρίες παραμένουν ελάχιστες.



Figure 28: Η περιοχή που κατοικείτε σε τι βαθμό διαθέτει τις απαραίτητες υποδομές για εσάς;

Ο προορισμός των ατόμων με κινητικές αναπηρίες διαμορφώνεται σε μεγάλο βαθμό από τη μορφή αναπηρίας τους συγκεντρώνοντας μέσο όρο 6,29 στα 10.



Figure 29: Σε τι βαθμό η αναπηρία που έχετε καθορίζει τον προορισμό σας;

Τα άτομα με αναπηρίες κινητικής φύσης φαίνεται πως ταξιδεύουν πολύ λιγότερο από τα άτομα με άλλες αναπηρίες. Συγκεκριμένα 46 ή 38% από τους 121 ερωτηθέντες, ταξιδεύουν το πολύ μία φορά τον χρόνο, γεγονός που συνάδει με τις προαναφερθείσες δυσκολίες που αντιμετωπίζουν τόσο στη μετακίνηση, όσο και στη διαμονή τους.

<b>Πόσο συχνά ταξιδεύετε; (με διανυκτέρευση)</b>	<b>Πλήθος Απαντήσεων</b>
<b>Λιγότερο από μία φορά τον χρόνο</b>	46
<b>1-2 φορές τον χρόνο</b>	37
<b>2-3 φορές το χρόνο</b>	21
<b>Περισσότερες από 3 φορές τον χρόνο</b>	17

Figure 30: Πόσο συχνά ταξιδεύετε; (με διανυκτέρευση)

Σε ότι αφορά την ενημέρωση τους πριν επισκεφτούν ένα χώρο, τα άτομα με κινητικές αναπηρίες φαίνεται ότι σχεδόν πάντα επιλέγουν να ενημερωθούν για τις διαθέσιμες υποδομές και εγκαταστάσεις του σημείου ενδιαφέροντος τους.

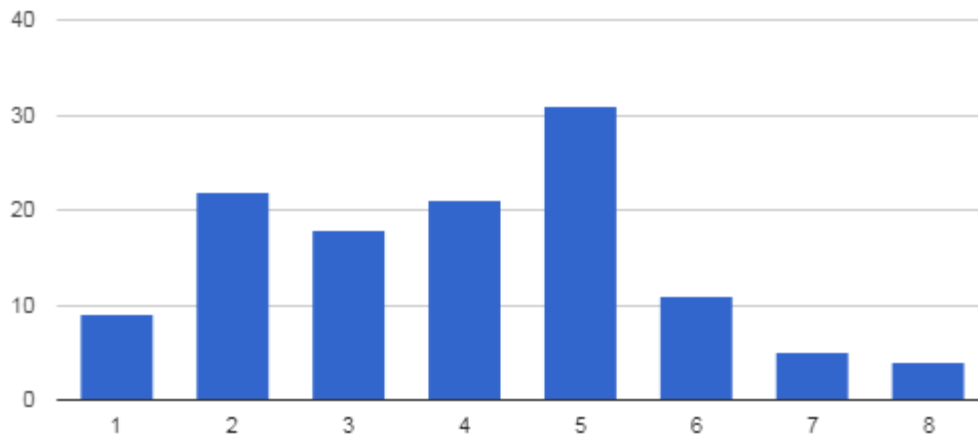
<b>Πριν την επίσκεψη σας σε έναν χώρο ενημερώνεστε για τις εγκαταστάσεις που διαθέτει για τα ΑμεΑ;</b>	<b>Πλήθος Απαντήσεων</b>
<b>Ποτέ</b>	10
<b>Σπάνια</b>	30
<b>Πολύ Συχνά</b>	24
<b>Πάντα</b>	57

Figure 31: Πριν την επίσκεψη σας σε έναν χώρο ενημερώνεστε για τις εγκαταστάσεις που διαθέτει για τα ΑμεΑ;

Τα άτομα με κινητικές αναπηρίες όπως προκύπτει από το δείγμα στο μεγαλύτερο ποσοστό τους, θεωρούν πως οι τουριστικές εγκαταστάσεις της Ελλάδας δεν πληρούν τα απαραίτητα κριτήρια προσβασιμότητας για αυτά αφού ο μέσος όρος ικανοποίησης τους κυμαίνεται στο 3,96 στα 10.

**Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι οι τουριστικές εγκαταστάσεις (ξενοδοχεία, αεροδρόμια, λιμάνια, αξιοθέατα, εστιατόρια κοκ) της Ελλάδας πληρούν τα κριτήρια προσβασιμότητας για τα ΑμεΑ;**

Average: 3.96



**Figure 32: Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι οι τουριστικές εγκαταστάσεις (ξενοδοχεία, αεροδρόμια, λιμάνια, αξιοθέατα, εστιατόρια κοκ) της Ελλάδας πληρούν τα κριτήρια προσβασιμότητας για τα ΑμεΑ;**

Στα εξαγόμενα αποτελέσματα όλων των ερωτηθέντων του δείγματος πρωταρχικό ρόλο αποθάρρυνσης στη διενέργεια ταξιδιού καταλάμβαναν οι οικονομικοί λόγοι. Για τα άτομα με κινητικές αναπηρίες ωστόσο, ο βασικός λόγος που θα τους αποθάρρυνε να πραγματοποιήσουν ένα ταξίδι είναι η έλλειψη υποδομών, ενώ οι λόγοι οικονομικής φύσης έρχονται δεύτεροι. Ακολουθούν τα προβλήματα δυσλειτουργίας που μπορεί να αντιμετωπίζουν εξαιτίας της κινητικής τους αναπηρίας.

<b>Ποιος-οι είναι οι βασικοί λόγοι που θα σας αποθάρρυναν να πραγματοποιήσετε ένα ταξίδι;</b>	<b>Πλήθος Απαντήσεων</b>
Οικονομικοί	49
Έλλειψη υποδομών για ΑμεΑ	59
Δυσλειτουργικοί - Αναπηρία	34
Αναγκαιότητα συνοδού - βοηθού	33
Έλλειψη χρόνου	7
Άλλο	2

**Figure 33: Ποιος-οι είναι οι βασικοί λόγοι που θα σας αποθάρρυναν να πραγματοποιήσετε ένα ταξίδι;**

Για τα άτομα με κινητικές αναπηρίες, η επιλογή καταλύματος που διαθέτει τις κατάλληλες υποδομές για την κάλυψη των αναγκών τους παίζει πρωταρχικό ρόλο. Εφόσον τα εν λόγω άτομα μείνουν ικανοποιημένα από αυτές τις παροχές είναι σχεδόν βέβαιο ότι θα επιλέξουν πάλι το ίδιο κατάλυμα για τη διαμονή τους.

**Εφόσον μείνετε ικανοποιημένος-η από ένα τουριστικό κατάλυμα που διαθέτει κατάλληλες υποδομές για εσάς, πόσο πιθανό είναι να το προτιμήσετε πάλι;**

Average: 8.44

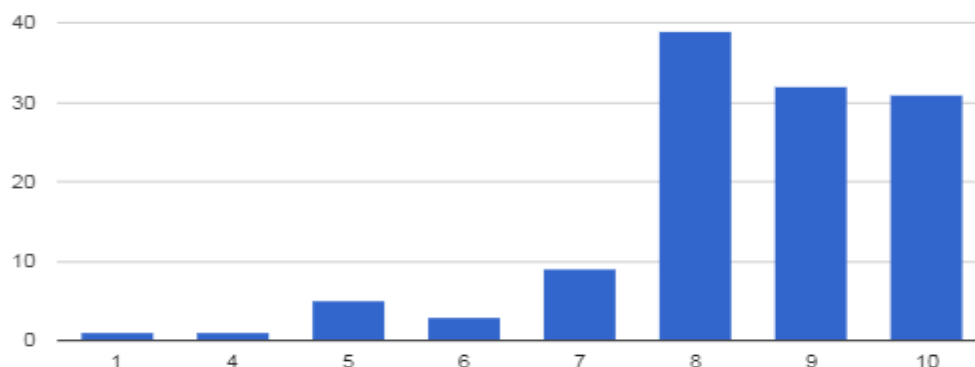


Figure 34: Εφόσον μείνετε ικανοποιημένος-η από ένα τουριστικό κατάλυμα που διαθέτει κατάλληλες υποδομές για εσάς, πόσο πιθανό είναι να το προτιμήσετε πάλι;

Στην ερώτηση αν ένα κατάλυμα μπορεί να επηρεάσει την επιλογή προορισμού τους, τα άτομα με κινητικές αναπηρίες απάντησαν κυρίως θετικά διαμορφώνοντας έτσι έναν μέσο όρο 6,92 στα 10. Από αυτό το ποσό φαίνεται η σημαντικότητα του καταλύματος για την ταξιδιωτική εμπειρία των ατόμων με κινητικές δυσκολίες.

**Μπορεί ένα τουριστικό κατάλυμα να είναι ο βασικός λόγος που θα επιλέξετε τον ίδιο προορισμό για κάποιο μελλοντικό ταξίδι σας;**

Average: 6.92

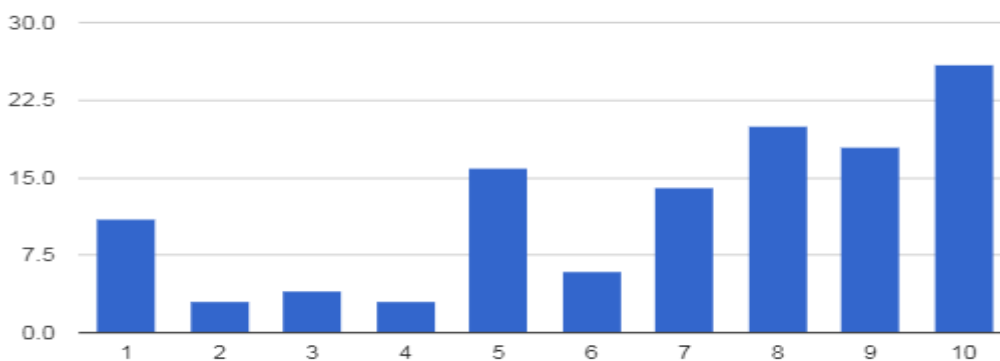
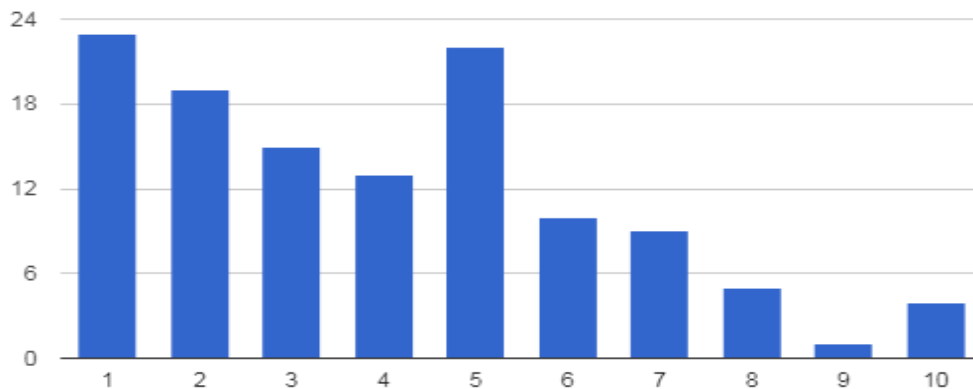


Figure 35: Μπορεί ένα τουριστικό κατάλυμα να είναι ο βασικός λόγος που θα επιλέξετε τον ίδιο προορισμό για κάποιο μελλοντικό ταξίδι σας;

Για τα άτομα με κινητικές αναπηρίες ο τουρισμός ως εμπειρία κρίνεται ιδιαίτερα δύσκολος, διαμορφώνοντας μέσο όρο κάτω από 4 στα 10, γεγονός που συνάδει με τα μέχρι τώρα εξαγόμενα συμπεράσματα και τη βιβλιογραφική μελέτη.

**Σε γενικές γραμμές πόσο εύκολο θεωρείτε για ένα ΑμεΑ σήμερα να ταξιδέψει και να κάνει τουρισμό;**  
Average: 3.97



**Figure 36:** Σε γενικές γραμμές πόσο εύκολο θεωρείτε για ένα ΑμεΑ σήμερα να ταξιδέψει και να κάνει τουρισμό;

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η δειγματοληπτική έρευνα που πραγματοποιήθηκε, επιβεβαίωσε τη βιβλιογραφική μελέτη που προηγήθηκε. Τα αποτελέσματα που προέκυψαν παρουσιάζουν τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν τα ΑμεΑ στην καθημερινότητα τους και σε θέματα που άπτονται των δυνητικών τουριστικών τους εμπειριών. Τα ΑμεΑ στο μεγαλύτερο ποσοστό τους δεν εργάζονται και αντιμετωπίζουν οικονομικά προβλήματα και περιορισμούς εξαιτίας της ανεργίας, των υψηλών ιατροφαρμακευτικών δαπανών και της ελλιπούς κρατικής μέριμνας. Δεν είναι λίγες οι φορές που η κοινωνική αντιμετώπιση των ΑμεΑ τα οδηγεί σε αποκλεισμό με αποτέλεσμα το επίπεδο σπουδών τους να μην είναι εξίσου ανταγωνιστικό με το μορφωτικό επίπεδο των ατόμων χωρίς αναπηρίες. Τα ΑμεΑ στην πλειοψηφία τους, κατοικούν σε αστικά κέντρα, ενώ η κατανομή τους στα γεωγραφικά διαμερίσματα της χώρας, συνάδει με τη συνολική πληθυσμιακή κατανομή. Οι αναπηρίες που μπορεί να αντιμετωπίζουν ποικίλουν, όμως συχνότερα εμφανίζουν αναπηρίες κινητικής φύσης. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ΑμεΑ θεωρεί ότι οι υποδομές στην περιοχή μόνιμης κατοικίας τους είναι ανεπαρκείς για να καλύψουν τις καθημερινές τους ανάγκες. Σε ότι αφορά τα ταξίδια και τον τουρισμό, τα άτομα με αναπηρίες ταξιδεύουν στην πλειοψηφία τους το πολύ δύο φορές το χρόνο ενώ οι κυριότεροι λόγοι για να πραγματοποιήσουν ένα ταξίδι είναι ψυχαγωγικοί ή λόγοι υγείας. Τα ΑμεΑ αποφεύγουν να ταξιδεύουν μόνα τους, επιλέγουν κατά βάση την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό αν και δεν θεωρούν ότι διαθέτει επαρκή μέριμνα στα θέματα προσιτού τουρισμού από όλους, ενώ η εξυπηρέτηση και η ικανοποίηση που τους παρέχει ένα κατάλυμα φαίνεται πως παίζει ρόλο στη μελλοντική επανεπιλογή του ίδιο προορισμού. Ως καταλληλότερο μέσο μετακίνησης θεωρούν το αεροπλάνο και τις περισσότερες φορές πριν την επίσκεψη τους σε κάποιον προορισμό ενημερώνονται για τις εγκαταστάσεις του. Η γενική εικόνα που έχουν τα περισσότερα άτομα με αναπηρίες ως προς την υλοποίηση ταξιδιών και γενικότερα τουριστικών δράσεων είναι αρνητική, άποψη που αιτιολογείται συναρτήσει όλων των προαναφερθέντων.



## ΕΠΙΛΟΓΟΣ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η παρούσα εργασία είχε ως θέμα της την τμηματοποίηση της αγοράς ΑμεΑ στην αγορά καταλυμάτων με έμφαση στα άτομα με κινητικές αναπηρίες. Μέσα από τη μελέτη της εργασίας, ο αναγνώστης είχε την ευκαιρία και τη δυνατότητα να λάβει πληθώρα πληροφοριών σχετικά με τον κλάδο του τουρισμού, τα άτομα με αναπηρίες και το συνδυασμό των δύο. Τα άτομα με αναπηρίες αποτελούν ένα πολύ μεγάλο και αναπόσπαστο τμήμα του παγκόσμιου πληθυσμού και έχουν ακριβώς τα ίδια συνταγματικά δικαιώματα με τα άτομα δίχως αναπηρίες. Ωστόσο, ακόμα και σε οργανωμένες κοινωνίες, τόσο οι υλικοτεχνικές υποδομές, όσο και η κοινωνική αντίληψη δεν είναι οι αναμενόμενες. Τα ΑμεΑ εισπράττουν καθημερινά την αδιαφορία της πολιτείας και την περιθωριοποίηση της κοινωνίας παρά το γεγονός ότι αποτελούν ένα κομμάτι της κοινωνίας που έχει πολλά να προσφέρει. Η εκπαίδευση, η εργασία, η ιατροφαρμακευτική περίθαλψη και η ψυχαγωγία δεν “μοιράζονται” με τον ίδιο τρόπο σε όλη τα μέλη της κοινωνίας με αποτέλεσμα τα άτομα που πάσχουν παροδικά ή μόνιμα από κάποια αναπηρία να μη χαίρουν ίσων ευκαιριών και δικαιωμάτων. Η τουριστική βιομηχανία όντας ένας από τους σημαντικότερους κλάδους της παγκόσμιας οικονομίας φαίνεται πως δεν μπορεί στο σύνολο της να καλύψει τα κενά που η ίδια η πολιτεία οξύνει κάτι που έχει ως αποτέλεσμα τα ΑμεΑ να δυσκολεύονται να ικανοποιήσουν την ανάγκη τους για ψυχαγωγία και τουρισμό. Η Ελλάδα αποτελεί δημοφιλή τουριστικό προορισμό όμως η πλειοψηφία των παρόχων τουριστικών υπηρεσιών στη χώρα μας δεν έχουν ακόμη αντιληφθεί την οικονομική και κοινωνική σημασία του προσβάσιμου τουρισμού ή Τουρισμού για όλους, όπως έχει επικρατήσει ως όρος. Η ανάπτυξη στρατηγικής και πολιτικών για τη διασφάλιση προσβάσιμων υποδομών και εκπαιδευμένων στελεχών, είναι κάτι το οποίο αποδεδειγμένα λείπει από την Ελλάδα και πολλές φορές δεν επαρκεί ακόμα και σε πιο αναπτυγμένες χώρες. Οι μοναδικοί τρόποι που μπορούν να υπερκεραστούν οι κοινωνικές διακρίσεις απέναντι στα ΑμεΑ, είναι μέσω της παιδείας, της ενημέρωσης, των κρατικών επενδύσεων και των αναγκαίων ελέγχων και επιτήρησης. Η πολυετής και συνεχής εφαρμογή των ανωτέρω θα οδηγήσει σε οργανωμένες και λειτουργικές κοινωνίες για όλους.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### **ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ – ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ**

- Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., 1999, Εισαγωγή στον τουρισμό, Εύδοξος
- Καραγιάννη, Π. και Ζώνιου-Σιδέρη, Α. (2006). «Το κοινωνικό μοντέλο της αναπηρίας. Θεωρία και ερευνητική πρακτική. Αντιφάσεις και ερωτήματα», Μακεδόν, τεύχος 15
- Κεντέλλα Ε., Κόντα Μ. (2016). Έρευνα ικανοποίησης τουριστών ΑΜΕΑ. Η περίπτωση του Ηρακλείου Κρήτης. Τμήμα Διοίκησης και Επιχειρήσεων, Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Τεχνολογικό Ίδρυμα Κρήτης. Ηράκλειο Κρήτης.
- Μαλλιάρης Π., 2001, Εισαγωγή στο μάρκετινγκ, Εκδόσεις Σταμούλη Α.Ε.
- Σταθόπουλος, Π. (2005). Κοινωνική Πρόνοια- Ιστορική εξέλιξη-Νέες κατευθύνσεις, Αθήνα: ΠΑΠΑΖΗΣΗ.
- Συμβουλίου των Υπουργών της Ευρωπαϊκής Ένωσης (93/136/ΕΟΚ), Εφημερίδα Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (9/3/93)
- Σφακιανάκης Μ., 2000, Εναλλακτικές μορφές του τουρισμού, Έλλην
- Τσάρτας Π., 1996, Τουρίστες, ταξίδια, τόποι, Εξάντας
- Τσάρτας Π., Κοκκώσης Χ., 2011, Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού: ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού, Εύδοξος

### **ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ – ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ**

- Baretje R. Defert P., 1972, Aspects économiques du tourisme, Berger-Levrault
- Bowe, F. G. (1978). Handicapping America: Barriers to disabled people
- Buhalis, D., 2000. Marketing the Competitive Destination of the Future. Tourism Management
- Buhalis, D., 2003. eTourism: Information Technology for Strategic Tourism Management. London: Pearson (Financial Times/Prentice Hall)

- Buhalis, D., E. Michopoulou, V. Eichhorn and G. Miller, 2005. Accessibility Market and Stakeholder Analysis, One-Stop-Shop for Accessible Tourism in Europe (OSSATE). Surrey: University of Surrey
- Buhalis D, Darcy S., 2012 (ed.). Accessible Tourism. Concepts and Issues. Bristol: Channel View Publications
- BMWA (2004), “Federal Ministry of Economic and Labour – economic impulses of accessible tourism for all”, Report, Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, Berlin, December 2003.
- Brault, M.W., Hootman, J., Helmick, C.G., Theis, K.A. and Armour, B.S. (2009), “Prevalence and most common causes of disability among adults-United States, 2005”, Morbidity and Mortality Weekly Report, Vol. 58 No. 16, pp. 421-6
- Crompton, J. L., 1979, Motivations for Pleasure Vacation., Annals of Tourism Research
- Darcy, S., Cameron, B., Pegg, S. and Packer, T. (2008a), “Technical report 90042: developing business cases for accessible tourism”, STCRC Technical Report, available at [www.crctourism.com.au/BookShop/BookDetail.aspx?d/4582](http://www.crctourism.com.au/BookShop/BookDetail.aspx?d/4582)
- Darcy, S. and S. Pegg, 2011, Towards Strategic Intent: Perceptions of Disability Service Provision Amongst Hotel Accommodation Managers. International Journal of Hospitality Management
- Disability Discrimination Act, 1995. [online]. [cit. 10th February 2016]. Accessible <http://www2.le.ac.uk/offices/.../protected.../disability.../disability.pdf> from:
- Disabled People’s International
- Eurobarometer (2001), “Attitudes of Europeans to disability”, European Commission, Brussels, available at:
- Euromonitor (2013), “Tourism flows outbound in Germany”, available at: [www.euromonitor.com/tourismflows-outbound-in-germany/report](http://www.euromonitor.com/tourismflows-outbound-in-germany/report)
- Eurostat (2005), “Population and social conditions: percentual distribution of types of disability by sex and age group”, available at: <http://epp.eurostat.cec.eu.int>

- Fishbein M. & Ajzen I., 1975, Attitude, intention and behavior, Wesley Publishing Co.
- Foggin, B., 2011. Tourism in the Leisure Lives of People with Disability, Channel View Publications
- Fost, D. (1998), “The fun factor: marketing recreation to the disabled”, American Demographics, Vol. 20 No. 2
- Horner, S. and J. Swarbrooke, 2004. Tourism and Travellers with Disabilities. International Cases in Tourism Management
- Ieng Loi, K. and W. Hang Kong, 2015. People with Disability (PwD) in the Tourism Industry Concepts and Issues
- International Classification of Functioning, Disability and Health, FINAL DRAFT, Full Version - World Health Organization 2001
- Jefferson, A. & Lickorish, L. J., 1988, Marketing tourism : a practical guide, Longman
- Leiper, N., 1995. Tourism Management. Melbourne: RMIT Press
- Luiza, S.M. (2010), “Accessible tourism – the ignored opportunity”, Annals of Faculty of Economics, Vol. 1 No. 2, pp. 1154-7.
- Medlik, S., & Middleton, V. T. C. , 1973, The tourist product and its marketing implications, International Tourism Quarterly
- Minnaert, L., Maitland, R. and Miller, G. (2011), “What is social tourism?”, Current Issues in Tourism, Vol. 14 No. 5
- Porter, M. E., & Teisberg, E. O. 2006, Redefining health care: creating value-based competition on results. Harvard Business Press.
- Robert C Lewis; Richard E Chambers, 1989, Marketing leadership in hospitality : foundations and practices, Van Nostrand Reinhold
- Rosenberg, D., Bombardier, C., Hoffman, J. and Belza, B. (2011), “Physical activity among persons ageing with mobility disabilities: shaping a research agenda”, Journal of Ageing Research, Vol. 2011
- Rumetshofer, H., & Wöß, W. 2004. Tourism information systems promoting barrier-free tourism for people with disabilities. In International Conference on Computers for Handicapped Persons, Springer, Berlin, Heidelberg.
- Shakespeare, T., 2013, Disability rights and wrongs revisited. Routledge

- Shaw, G. and Coles, T. (2004), “Disability, holiday making and the tourism industry in the UK: a preliminary survey”, *Tourism Management*, Vol. 25 No. 3
- Shaw, G., Veitch, C. and Coles, T.I.M. (2005), “Access, disability, and tourism: changing responses in the United Kingdom”, *Tourism Review International*, Vol. 8 No. 3
- Smith, R.W., 1978, *Leisure of Disabled Tourist. Barriers to Participation*. *Annals of Tourism Research*
- Smith, S. L. J., 1994, *The tourism product*, *Annals of Tourism Research*
- Stavrakis D., 1979, *Le phénomène touristique international- demande, organization, problématique, tendance futures*. Ed. d’Aujourd’hui, Col. Thèses et Recherches
- The World Bank (2014), “International tourism receipts”, available at: <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD>
- Union of Physically Impaired Against Segregation
- Who, 1980, *International Classification of Impairment, Disability, and Handicap*
- Wilson, K. I. (1992). *Treatment accessibility for physically and mentally handicapped people--a review of the literature*. *Community dental health*
- WTTC, 2018 travel & tourism economic impact 2018 Greece

## **ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΙ ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ**

- [el.wikipedia.org/wiki](http://el.wikipedia.org/wiki)
- [e-physician.blogspot.com](http://e-physician.blogspot.com)
- [ec.europa.eu/eurostat](http://ec.europa.eu/eurostat)
- [neaprosvasinomothesia.blogspot.com](http://neaprosvasinomothesia.blogspot.com)
- [www.amea-care.gr](http://www.amea-care.gr)
- [www.bbc.com](http://www.bbc.com)
- [www.disabled-world.com](http://www.disabled-world.com)
- [www.eoppep.gr](http://www.eoppep.gr)

- [www.esamea.gr](http://www.esamea.gr)
- [www.gnto.gov.gr](http://www.gnto.gov.gr)
- [www.gov.uk](http://www.gov.uk)
- [www.independent.co.uk](http://www.independent.co.uk)
- [www.noesi.gr](http://www.noesi.gr)
- [www.odigostoupoliti.eu](http://www.odigostoupoliti.eu)
- [www.who.int](http://www.who.int)

# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

## Έρευνα στα ΑμεΑ

Στα πλαίσια του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών "Μάνατζμεντ Τουριστικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών"

Οι σκοποί του παρόντος ερωτηματολογίου είναι ακαδημαϊκοί και η έρευνα γίνεται ανώνυμα

\* Απαιτείται

### 1. Παρακαλώ επιλέξτε την ηλικία σας \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Έως 18
- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-65
- 65 και άνω

### 2. Φύλο \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Άντρας
- Γυναίκα

### 3. Παρακαλώ επιλέξτε το επίπεδο σπουδών σας \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Δημοτικό
- Γυμνάσιο / Λύκειο
- ΙΕΚ - άλλη μεταλυκειακή σχολή
- ΑΕΙ - ΤΕΙ
- Μεταπτυχιακό
- Διδακτορικό

**4. Περιοχή μόνιμης κατοικίας \***

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- Στερεά Ελλάδα
- Μακεδονία
- Πελοπόννησος
- Θεσσαλία
- Ήπειρος
- Θράκη
- Κρήτη
- Νησιά Ιονίου
- Νησιά Αιγαίου
- Εξωτερικό

**5. Ποιο είναι το είδος αναπηρίας που αντιμετωπίζετε; \***

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- Κινητική Αναπηρία
- Κώφωση
- Τύφλωση
- Ψυχική Αναπηρία
- Νοητική Αναπηρία
- Πολλαπλές Αναπηρίες
- Άλλο: \_\_\_\_\_

**6. Κατοικείτε σε αστικό κέντρο ή επαρχία; \***

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- Αστικό Κέντρο
- Επαρχία

**7. Εργάζεστε αυτή την περίοδο; \***

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- Ναι
- Όχι

**8. Η περιοχή που κατοικείτε σε τι βαθμό διαθέτει τις απαραίτητες υποδομές για εσάς; \***

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Δεν διαθέτει καθόλου υποδομές για ΑμεΑ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Όλες όσες χρειάζεται



**9. Πόσο συχνά ταξιδεύετε; (με διανυκτέρευση) \***

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- Λιγότερο από μία φορά τον χρόνο
- 1-2 φορές τον χρόνο
- 2-3 φορές τον χρόνο
- Περισσότερες από 3 φορές τον χρόνο

**10. Ποιοι είναι οι κύριοι λόγοι που ταξιδεύετε? \***

*Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.*

- Ψυχαγωγικοί
- Επαγγελματικοί
- Οικογενειακοί
- Θέματα υγείας
- Εκπαιδευτικοί
- Δεν ταξιδεύω
- Άλλο: \_\_\_\_\_

**11. Σε τι βαθμό η αναπηρία που έχετε καθορίζει τον προορισμό σας; \***

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Καθόλου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Εξ ολοκλήρου

**12. Συνήθως ταξιδεύετε (προορισμός) \***

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- Στην Ελλάδα
- Στο εξωτερικό
- Δεν ταξιδεύω
- Άλλο: \_\_\_\_\_

**13. Συνήθως ταξιδεύετε \***

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- Μόνος
- Με κάποιο μέλος της οικογένειας μου
- Με παρέα - φίλους
- Με συνοδό - οδηγό
- Δεν ταξιδεύω
- Άλλο: \_\_\_\_\_

14. Ποιο-α μέσα μαζικής μεταφοράς θεωρείτε ότι είναι καλύτερα προσαρμοσμένα στις ανάγκες σας; \*

Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.

- Αεροπλάνο
- Τρένο
- Πλοίο
- Λεωφορείο
- Ταξί
- Μετρό
- Κανένα από τα παραπάνω
- Άλλο: \_\_\_\_\_

15. Πριν την επίσκεψή σας σε έναν χώρο ενημερώνεστε για τις εγκαταστάσεις που διαθέτει για τα ΑμεΑ; \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Πάντα
- Πολύ συχνά
- Σπάνια
- Ποτέ

16. Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι οι τουριστικές εγκαταστάσεις (ξενοδοχεία, αεροδρόμια, λιμάνια, αξιοθέατα, εστιατόρια κοκ) της Ελλάδας πληρούν τα κριτήρια προσβασιμότητας για τα ΑμεΑ; \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Καθόλου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Απόλυτα

17. Ποιος-οι είναι οι βασικοί λόγοι που θα σας αποθάρρυναν να πραγματοποιήσετε ένα ταξίδι; \*

Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.

- Οικονομικοί
- Έλλειψη χρόνου
- Δυσλειτουργικοί - Αναπηρία
- Έλλειψη υποδομών για ΑμεΑ
- Αναγκαιότητα συνοδού - βοηθού
- Άλλο: \_\_\_\_\_

18. Εφόσον μείνετε ικανοποιημένος-η από ένα τουριστικό κατάλυμα που διαθέτει κατάλληλες υποδομές για εσάς, πόσο πιθανό είναι να το προτιμήσετε πάλι; \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Καθόλου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Εξαιρετικά

19. Μπορεί ένα τουριστικό κατάλυμα να είναι ο βασικός λόγος που θα επιλέξετε τον ίδιο προορισμό για κάποιο μελλοντικό ταξίδι σας; \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Όχι δεν είναι αρκετό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Είναι εξαιρετικά πιθανό


20. Σε γενικές γραμμές πόσο εύκολο θεωρείτε για ένα ΑμεΑ σήμερα να ταξιδέψει και να κάνει τουρισμό; \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Εξαιρετικά Δύσκολο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Εξαιρετικά Εύκολο

**Ευχαριστώ πολύ για το χρόνο και τη συμβολή σας**

---

Με την υποστήριξη της  
 Google Forms