

Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Τουρισμού

Β.Α. Διοίκηση Τουρισμού (ΔΤ)

Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο

ΜΑΘΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

Ελένη Βογιατζή

A.M.: 1641/B

Επιβλέπωντας καθηγητής: Τερζάκης Δημήτριος

Ηράκλειο, Μάρτιος 2020

ΣΕΛΪΔΑ Copyright

Copyright © Ελένη Βογιατζή, 2020

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Τουρισμού του Ελληνικού Μεσογειακού Πανεπιστημίου δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΣΕΛΙΔΑ Copyright	i
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	ii
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ	1
ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	2
ΛΙΣΤΑ ΕΙΚΟΝΩΝ.....	2
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	4
ABSTRACT.....	4
1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	5
1.1. ΓΕΝΙΚΑ.....	5
1.2. ΣΚΟΠΟΣ ΈΡΕΥΝΑΣ & ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΣΤΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	7
1.3. ΠΛΑΝΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	8
2. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ	9
2.1. ΕΪΔΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	9
2.2. ΜΑΘΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	10
2.2.1. ΣΧΟΛΙΚΕΣ ΕΚΔΡΟΜΕΣ	11
2.2.2. ΕΠΙΛΟΓΗ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ	12
2.2.3. ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ.....	13
2.2.4. ΜΑΘΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ.....	13
2.2.5. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΜΑΘΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ..	14
3. ΤΡΕΧΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	16
3.1. ΕΛΛΆΔΑ.....	16
3.2. ΚΡΗΤΗ	16
3.3. ΡΕΘΥΜΝΟ	17
4. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ.....	19
4.1. ΕΠΙΛΟΓΗ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΗΣ ΜΕΘΟΔΟΥ	19
4.1.1. ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ.....	19
4.1.2. ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ.....	20
4.1.3. ΚΑΤΑΛΛΗΛΟΤΕΡΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ.....	21
4.2. ΕΠΙΛΟΓΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ & ΧΡΟΝΙΚΟ ΠΛΑΪΣΙΟ ΈΡΕΥΝΑΣ	21
4.3. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ	21
4.3.1. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	22
4.3.2. ΔΙΑΔΙΚΑΣΪΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΪΑΣ	23
4.4. ΔΕΪΓΜΑ	23

5. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ & ΣΥΖΗΤΗΣΗ.....	24
5.1. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ.....	24
5.1.1. ΕΙΔΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	24
5.1.2. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ & ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΜΑΘΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .	27
5.1.3. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΑΥΞΗΣΗΣ ΜΑΘΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	32
5.2. ΣΥΖΗΤΗΣΗ.....	33
6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	37
6.1. ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΣΤΗ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	37
6.2. ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	38
6.3. ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ & ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΕΡΕΥΝΑ	38
ΑΝΑΦΟΡΕΣ	39
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ	42
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: Εγγεγραμμένοι και αποφοιτήσαντες μαθητές κατά είδος σχολικής μονάδας και περιφέρεια (Γυμνάσια & Λύκεια).....	42
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β: Ποσοστιαία Κατανομή Επισκέψεων, Διανυκτερεύσεων και Εισπράξεων εισερχόμενων ταξιδιωτών ανά Περιφέρεια, 2017	43
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ: Ερωτηματολόγιο.....	44
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ: Δημογραφικά στοιχεία έρευνας	51

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Είδη τουρισμού προς εξέταση	22
Πίνακας 2: Πλεονεκτήματα & Μειονεκτήματα μαθητικού τουρισμού	23
Πίνακας 3: Κατάταξη ειδών τουρισμού	26
Πίνακας 4: Κατάταξη πλεονεκτημάτων μαθητικού τουρισμού ανά επάγγελμα	28
Πίνακας 5: Κατάταξη μειονεκτημάτων μαθητικού τουρισμού ανά επάγγελμα	31
Πίνακας 6: Αξιολόγηση ενδεχόμενης αύξησης μαθητικού τουρισμού ανά επάγγελμα..	32

ΛΙΣΤΑ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Σχέση μεταξύ Τουρισμού & Εκπαίδευσης	6
Εικόνα 2: Πρότυπο της Διαδικασίας Λήψης Αποφάσεων στον Τουρισμό	7
Εικόνα 3: Αξιολόγηση σημαντικότητας ειδών τουρισμού	24
Εικόνα 4: Αξιολόγηση πλεονεκτημάτων μαθητικού τουρισμού	27
Εικόνα 5: Αξιολόγηση μειονεκτημάτων μαθητικού τουρισμού.....	29

Εικόνα 6: Αξιολόγηση ενδεχόμενης αύξησης μαθητικού τουρισμού	32
Εικόνα 7: Εγγεγραμμένοι και αποφοιτήσαντες μαθητές κατά είδος σχολικής μονάδας & περιφέρεια (Γυμνάσια)	42
Εικόνα 8: Εγγεγραμμένοι και αποφοιτήσαντες μαθητές κατά είδος σχολικής μονάδας & περιφέρεια (Λύκεια)	42
Εικόνα 9: Ποσοστιαία Κατανομή Επισκέψεων, Διανυκτερεύσεων και Εισπράξεων εισερχόμενων ταξιδιωτών ανά Περιφέρεια, 2017	43

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Από τα υπάρχοντα στατιστικά στοιχεία φαίνεται πως ο "Μαθητικός Τουρισμός στην Κρήτη" είναι ένα είδος τουρισμού που δεν έχει αξιοποιηθεί σε μεγάλο βαθμό συγκριτικά με άλλους που παρουσιάζουν ιδιαίτερη ανάπτυξη και ενδιαφέρον στην χώρα μας.

Η παρούσα πτυχιακή εργασία, με τίτλο "Μαθητικός Τουρισμός", έχει ως κύριο σκοπό:

α) την κατάταξη του συγκεκριμένου είδους τουρισμού συγκριτικά με τα υπόλοιπα είδη, και

β) την αναγνώριση των πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων του συγκεκριμένου είδους τουρισμού από τους επαγγελματίες τουρισμού στην ευρύτερη περιοχή της Κρήτης.

Για την παρούσα έρευνα θα γίνει χρήση ποσοτικής μεθοδολογικής προσέγγισης με την αποστολή ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων για την συλλογή πρωτογενών δεδομένων. Το δείγμα της μελέτης περιλάμβανε 51 εμπλεκόμενους με τον τουρισμό, από την περιοχή του Ρεθύμνου.

Με τα αποτελέσματα που πρόέκυψαν από την έρευνα αυτή, οδήγησαν σε ορισμένα συμπεράσματα, που ήταν σύμφωνα με τις υποθέσεις που αναπτύχθηκαν όσον αφορά τις εναλλαγές και διαφοροποίηση της σημαντικότητας μεταξύ των διαφόρων ειδών τουρισμού, και τις διαφοροποιήσεις της σημαντικότητας μεταξύ των πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων του μαθητικού τουρισμού στο Ρέθυμνο. Τα αποτελέσματα αυτά αναφορικά με τον Μαθητικό Τουρισμό μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως γνώμονας για τις αποφάσεις και ενέργειες των εμπλεκόμενων με το τουρισμό, ώστε η ευρύτερη περιοχή του Ρεθύμνου να αποτελέσει έναν ελκυστικό προορισμό Μαθητικού Τουρισμού.

Λέξεις κλειδιά: Είδη τουρισμού, Μαθητικός τουρισμός, Κρήτη

ABSTRACT

Existing statistics show that "Student Tourism" is one of the types of tourism that has not been greatly explored in comparison with others that are of particular interest and development in our country.

This undergraduate thesis', entitled "Student Tourism in Crete", main purpose, is the:

(a) the classification of the particular type of tourism compared to the other types; and

b) the recognition of the pros and cons of this type of tourism by tourism professionals in the wider area of Crete.

The present research will use a quantitative methodological approach by sending electronic questionnaires to collect primary data. The sample of the study consisted of 51 tourism stakeholders from the area of Rethymno.

The results of this research led to some conclusions that were in line with the assumptions/hypotheses developed regarding the alternations and differentiation of importance between the different types of tourism, and the differences of importance between the advantages and disadvantages of student tourism in Rethymno. The obtained results on Student Tourism can be used to guide the decisions and actions of those involved in tourism, so that the wider area of Rethymno becomes an attractive destination for Student Tourism.

Key words: *Types of tourism, Student Tourism, Crete*

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1. ΓΕΝΙΚΑ

Οι περισσότεροι νέοι ταξιδιώτες (15 έως 29) προέρχονται σήμερα από δύο γενιές: η γενιά Y, που γεννήθηκε από τις αρχές της δεκαετίας του 1990 και του 2000 (millennials) και η γενιά Z, γεννημένη μετά το 2000. Περίπου το 50% των δύο αυτών γενιών κάνουν ταξίδια αναψυχής αναζητώντας νέες εμπειρίες στην προσπάθειά τους για μόρφωση και νέες ανακαλύψεις, ενώ το άλλο 50% πραγματοποιεί βιωματικές μετακινήσεις (π.χ. εργασία στο εξωτερικό, μελέτη διαφόρων γλωσσών, τριτοβάθμια εκπαίδευση, εθελοντισμό, κ.ά.). Αυτοί οι βιωματικοί νέοι ταξιδιώτες μένουν για μεγαλύτερα χρονικά διαστήματα και ξοδεύουν, αναλογικά με το εισόδημά τους, περισσότερα χρήματα κατά τη διάρκεια των ταξιδιών τους από κάθε άλλη ηλικιακή ομάδα στους προορισμούς της επιλογής τους (WYSE, 2020).

Σύμφωνα με έρευνα της Συνομοσπονδίας Ταξιδιών WYSE¹ σε συνεργασία με την UNWTO², η συνολική αξία της διεθνούς αγοράς ταξιδιών που πραγματοποιούν οι νέοι ήταν σχεδόν 190 δισεκατομμύρια δολάρια το 2009. Μέχρι το 2018 ο αριθμός αυτός αυξήθηκε σε περισσότερα από 333 δισεκατομμύρια δολάρια, με 2,867 € μέση δαπάνη ταξιδιού (WYSE, 2020). Επιπλέον, βάσει των προβλέψεων της UNWTO για την παγκόσμια τουριστική ανάπτυξη, εκτιμάται ότι έως το 2020 περίπου 370 εκατομμύρια νέοι ταξιδιώτες θα αντιπροσωπεύουν συνολική δαπάνη άνω των 400 δισεκατομμυρίων δολαρίων, επομένως, τα ταξίδια για νέους είναι μεγάλης αξίας (WYSE, 2020).

Ο πρώην Γενικός Γραμματέας, του UNWTO (2020), Taleb Rifai, δήλωσε:

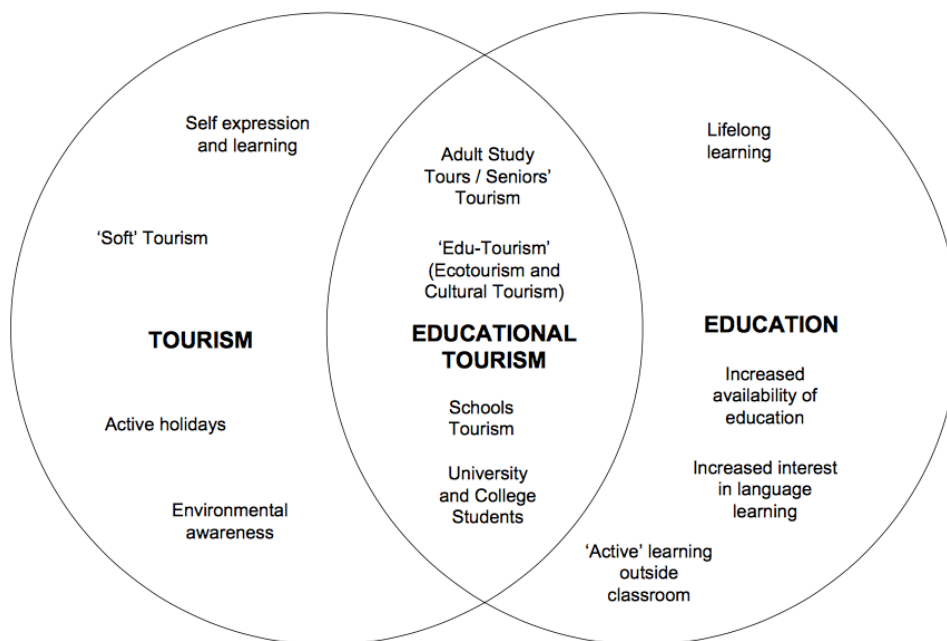
"Τα ταξίδια νέων έχουν γίνει ένα από τους ταχύτερους αναπτυσσόμενους κλάδους του διεθνούς τουρισμού, αντιπροσωπεύοντας πάνω από το 23% των περισσότερων από ένα δισεκατομμύριο τουριστών που ταξιδεύουν διεθνώς κάθε χρόνο. Η αύξηση αυτή αντιπροσωπεύει τεράστιες κοινωνικοοικονομικές ευκαιρίες για τις τοπικές κοινότητες, καθώς οι νέοι ταξιδιώτες δίνουν ώθηση στις τοπικές επιχειρήσεις που σχετίζονται με τον τουρισμό, καθώς ενθαρρύνουν την κοινωνική αλληλεπίδραση με τους ντόπιους και προασπίζουν την προστασία του περιβάλλοντος. Οι νέοι, έχουν αναγνωριστεί από τα Ηνωμένα Έθνη ως σημαντική δύναμη ανάπτυξης και κοινωνικής αλλαγής, έχοντας τη δυνατότητα να οδηγήσουν την αειφόρο ανάπτυξη στον τομέα του τουρισμού (UNWTO, 2020)."

¹ Η Παγκόσμια Παγκόσμια Φοιτητική και Εκπαιδευτική (World Youth Student and Educational) Συνομοσπονδία Ταξιδιών (WYSE) είναι ένας παγκόσμιος μη κερδοσκοπικός οργανισμός που ασχολείται με την προώθηση και ανάπτυξη ευκαιριών για τους νέους ταξιδιώτες και τη τουριστική βιομηχανία για νέους, σπουδαστές και εκπαιδευτικούς που τους εξυπηρετούν.

² Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (United Nations World Travel Organization – UNWTO) είναι ο εξειδικευμένος οργανισμός των Ηνωμένων Εθνών υπεύθυνος για την προώθηση υπεύθυνου, βιώσιμου και παγκοσμίως προσβάσιμου τουρισμού.

Ωστόσο, η παρούσα εργασία θα εστιάσει στην γενιά Z (γεννημένη μετά το 2000), και πιο συγκεκριμένα στους μαθητές της πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, και στον Μαθητικό Τουρισμό.

Είναι γεγονός, ότι οι μεταβολές στην βιομηχανία του τουρισμού τις τελευταίες δύο δεκαετίες, σε συνδυασμό με τις αλλαγές στην εκπαίδευση, προκάλεσαν τη σύγκλιση αυτών των δύο βιομηχανιών (Ritchie, 2003, βλ. Εικόνα 1)

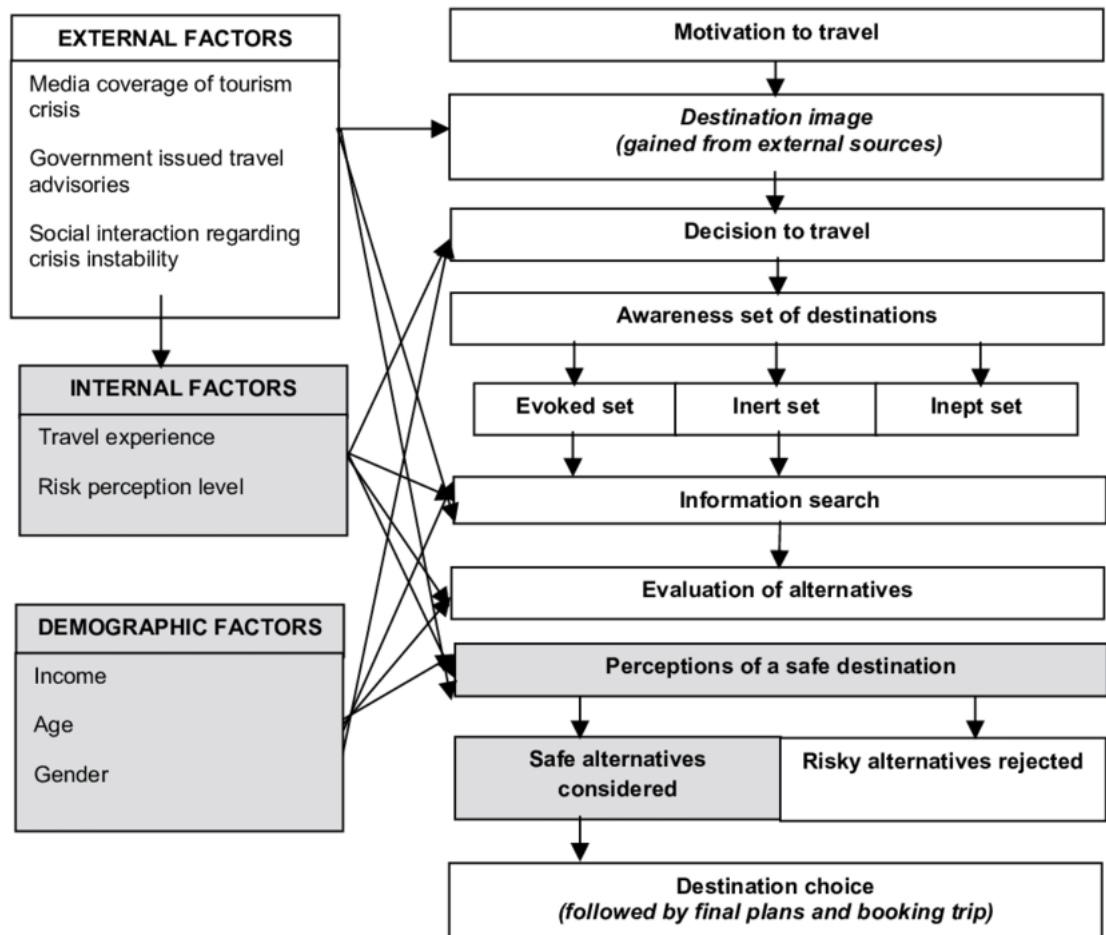


Εικόνα 1: Σχέση μεταξύ Τουρισμού & Εκπαίδευσης

Ο εκπαιδευτικός τουρισμός είναι η μορφή τουρισμού με κύριο σκοπό την μόρφωση και στοχεύει κυρίως παιδιά και μαθητές νεαρής ηλικίας, και συνήθεις προορισμούς τοποθεσίες με πλούσιο πολιτισμικό υπόβαθρο ή κάποια άλλη συσχέτιση με τις διδακτέες επιστήμες (Λαγός, 2005). Η εκπαίδευση προέτρεψε την κινητικότητα και την εκπαιδευτική πτυχή να αποτελούν σημαντικό μέρος της εμπειρίας του μαθητικού τουρισμού (Ritchie, 2003). Για την διεξαγωγή όμως των εκδρομών αυτών ακολουθείται μια διαδικασία λήψης αποφάσεων (decision-making process, βλ. Εικόνα 2)(Sönmez & Graefe, 1998), η οποία επηρεάζεται τόσο από ενδογενείς παράγοντες, όπως συμπεριφορά, κίνητρα, πεπιοθήσεις και προθέσεις, όσο και από εξωγενείς παράγοντες, όπως το χρονικό πλαίσιο και εποχικότητα, παράγοντες έλξης, και μάρκετινγκ (Sönmez & Graefe, 1998). Δεδομένου της πολυπλοκότητας και των αλληλεξαρτήσεων αυτών των μεταβλητών, οι διαδικασία επιλογής προορισμού μαθητικών εκδρομών είναι μια πολύπλοκη διαδικασία (Awaritefe, 2004; Abubakar et al., 2014).

Επιπροσθέτως, ένας τουριστικός προορισμός χαρακτηρίζεται από διάφορα χαρακτηριστικά, όπως ιστορικού ή πολιτιστικού περιεχομένου αξιοθέατα, δραστηριότητες, ξενοδοχειακές υποδομές, δίοδους πρόσβασης, κ.ά.. Τα άτομα που αναλαμβάνουν την οργάνωση ενός ταξιδιού, συγκρίνουν και αξιολογούν τους διάφορους διαθέσιμους προορισμούς κάνοντας μια σειρά ερωτήσεων, που συνιστά ένα σετ επιλογών, μέχρι να φτάσουν στην τελική τους επιλογή (Rolfe & Windle, 2003).

Ωστόσο, ανεξαρτήτως προορισμού, οι μαθητές, οι γονείς και το σχολείο πρέπει να αισθάνονται ασφάλεια, πως είναι ευπρόσδεκτοι και μπορούν να συμμετάσχουν στα δρώμενα που προσφέρει ο προορισμός. Επιπροσθέτως, οι διαφορές μεταξύ σχολείων θέτουν επιπλέον περιορισμούς, βάσει των χαρακτηριστικών του σχολείου, στον προορισμό και την πρόσβαση σε αυτό, ή και τη χρηματοδότηση. Οι εκπαιδευτικές επισκέψεις σε χώρους τουρισμού και αναψυχής έχει δημιουργήσει την ανάγκη προσαρμογής των προμηθευτών και τουριστικών προϊόντων στις ανάγκες των σχολείων (π.χ. παροχή αίθουσας γεύματος στο ξενοδοχείο ή συγκεκριμένου χώρου σε εστιατόρια, χώρος στάθμευσης και εύκολη πρόσβαση στα σημεία ενδιαφέροντος, κ.ά.).



Εικόνα 2: Πρότυπο της Διαδικασίας Λήψης Αποφάσεων στον Τουρισμό

1.2. ΣΚΟΠΟΣ ΈΡΕΥΝΑΣ & ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΣΤΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Έχοντας γίνει σε γενικά πλαίσια αναφορά στον τουρισμό της Ελλάδας, φαίνεται και από τα υπάρχοντα στατιστικά στοιχεία πως ο “Μαθητικός Τουρισμός” είναι ένα είδος τουρισμού που δεν έχει αξιοποιηθεί σε μεγάλο βαθμό συγκριτικά με άλλους που παρουσιάζουν ιδιαίτερη ανάπτυξη.

Η παρούσα πτυχιακή εργασία, με τίτλο “Μαθητικός Τουρισμός”, έχει ως κύριο σκοπό:

α) την κατάταξη του συγκεκριμένου είδους τουρισμού συγκριτικά με τα υπόλοιπα είδη, και

β) την αναγνώριση των πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων του συγκεκριμένου είδους τουρισμού από τους επαγγελματίες τουρισμού στην ευρύτερη περιοχή της Κρήτης, και πιο συγκεκριμένα στο Ρέθυμνο.

Με τα αποτελέσματα που θα προκύψουν από την έρευνα αυτή, θα μπορέσουν να βγουν κάποια συμπεράσματα αναφορικά με τον "Μαθητικό Τουρισμό" που θα μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως γνώμονας για τις αποφάσεις και ενέργειες των εμπλεκόμενων με το τουρισμό, ώστε να προωθήσουν την ευρύτερη περιοχή της Κρήτης ως έναν ελκυστικό προορισμό Μαθητικού Τουρισμού.

1.3. ΠΛΑΝΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ύστερα από αυτή τη σύντομη περίληψη σχετικά με τις ξενοδοχειακές και γενικότερα τις τουριστικές υποδομές στην Κρήτη, καθώς και τον μαθητικό τουρισμό, ακολουθεί η βιβλιογραφική επισκόπηση στο Κεφάλαιο 2 που επικεντρώνεται αρχικά στα είδη τουρισμού, στον μαθητικό τουρισμό και τέλος στα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα αυτού του είδους τουρισμού. Στο κεφάλαιο αυτό, παράλληλα με την θεωρία, αναπτύσσονται και τα κύρια ερευνητικά ερωτήματα, και οι συγκεκριμένες υποθέσεις της παρούσας μελέτης.

Εν συνέχεια, στο Κεφάλαιο 3 αναφέρονται στοιχεία που σχετίζονται με τον ευρύτερο τουρισμό στην Ελλάδα, και πιο συγκεκριμένα στην περιοχή της Κρήτης,

Το Κεφάλαιο 4 επικεντρώνεται στην μεθοδολογία της έρευνας, με την περιγραφή των διαθέσιμων μεθοδολογικών μεθόδων και την επιλογή της καταλληλότερης μεθόδου για την συλλογή δεδομένων και την διερεύνηση των ερευνητικών ερωτημάτων, καθώς και την εξέταση των υποθέσεων που αναπτύχθηκαν στο Κεφάλαιο 2. Στο κεφάλαιο αυτό γίνεται επίσης λεπτομερείς περιγραφή των τακτικών που χρησιμοποιήθηκαν για την διεξαγωγή της έρευνας, και τέλος γίνεται περιγραφή του δείγματος.

Στο Κεφάλαιο που ακολουθεί (Κεφάλαιο 5) παρουσιάζονται αναλυτικά τα αποτελέσματα της έρευνας σε συνδυασμό με σχολιασμό που τα συνδέει με την θεωρία που αναλύθηκε στο κεφάλαιο της βιβλιογραφικής επισκόπησης (Κεφάλαιο 2), και προσδιορίζεται αν οι υποθέσεις υποστηρίζονται ή απορρίπτονται.

Τέλος, στα Συμπεράσματα, γίνεται η τελική συζήτηση επί του "Μαθητικού Τουρισμού" και παρουσιάζονται επιγραμματικά προτάσεις για την ανάπτυξη του σύμφωνα με τα αποτελέσματα. Σε αυτό το σημείο αναφέρονται επίσης και οι επιπτώσεις της παρούσας έρευνας και η συμβολή της στην ακαδημαϊκή, καθώς και επαγγελματική βιβλιογραφία. Τέλος, αναφέρονται οι περιορισμοί κατά την διεξαγωγή της μελέτης αυτής και γίνονται προτάσεις για περαιτέρω έρευνα.

2. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ

2.1. ΕΪΔΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Το Πανελλήνιο Σωματείο Καταστημάτων και Καταναλωτών Εστίασης και Διασκέδασης (ΠΑΣΚΕΔΙ) αναλύει τη «βιομηχανία» του τουρισμού και αναφέρει πως αυτή χωρίζεται αναλόγως τα κριτήρια που τίθενται από τους εκάστοτε καταναλωτές. Μερικά από τα πιο δημοφιλή είδη τουρισμού είναι:

- **Ο μαζικός τουρισμός**, με την οργάνωση να γίνεται κυρίως από τουριστικούς πράκτορες (διαδικτυακά ή μη) και με τους ταξιδιώτες να επιλέγουν τα πακέτα διακοπών που τους ταιριάζουν καλύτερα.
- **Ο ατομικός τουρισμός**, με την οργάνωση να αναλαμβάνεται αποκλειστικά από τον ταξιδιώτη, συμπεριλαμβανομένου των μέσων μετακίνησης, και διαμονής (τροχόσπιτα, σκάφη, κ.ά.)
- **Ο εγχώριος** (εσωτερικός) τουρισμός, με κύριους ενδιαφερόμενους τους μόνιμους κατοίκους όπου επιλέγουν ως προορισμό μέρη μέσα στην ίδια τη χώρα. Ωστόσο, η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού δεν συμβάλλει σημαντικά στις χρηματικές εισροές της χώρας.
- **Ο διεθνής τουρισμός** (εισερχόμενος/εξερχόμενος) αφορά τους κατοίκους μιας χώρας που ταξιδεύουν σε κάποια άλλη.
- **Ο εποχιακός τουρισμός**, αντίθετο του συνεχή τουρισμού, αναφέρεται στον τουρισμό που επηρεάζεται σε σημαντικό βαθμό από κλιματολογικές συνθήκες των διαφόρων προορισμών, και αυτό μπορεί να διαρκέσει ένα μικρό ή μεγαλύτερο χρονικό πλαίσιο ετησίως.
- **Ο στατικός τουρισμός**, με τους επισκέπτες να παραμένουν στην ξενοδοχειακή μονάδα, λόγω της φύσεως του ταξιδιού ή της έλλειψης χρόνου.
- **Ο κινητικός τουρισμός**, με τους επισκέπτες να είναι σε συνεχή κίνηση με σκοπό την εξερεύνηση του τόπου προορισμού.
- **Ο νεανικός τουρισμός**, με άτομα 18-29 τα οποία προτιμούν να ταξιδεύουν σε μέρη που προσελκύουν άτομα με έντονο τρόπο ζωής.
- **Ο τουρισμός 3ης ηλικίας**, με τους ηλικιωμένους επισκέπτες να ταξιδεύουν με οργανωμένα πακέτα και σε ομάδες, προτιμώντας άνεση και ησυχία.
- **Ο κοινωνικός τουρισμός**, που απευθύνεται σε άτομα με περιορισμένους πόρους, στα οποία μπορεί να δοθεί μερική κρατική χρηματοδότηση μέσω κοινωνικών προγραμμάτων.

Ωστόσο, σε μια εποχή όπου όλο και περισσότερη έμφαση δίνεται στις περιβαλλοντολογικές και κοινωνικές αλλαγές που μπορεί να προκαλέσει ο μαζικός τουρισμός, σε χώρες όπως η Ελλάδα, η οποία διαθέτει πλούσιο φυσικό περιβάλλον και αγροτική ανάπτυξη, έχουν ανατηχθεί εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως:

- **Ο αγροτουρισμός**, είναι μια μορφή τουρισμού η οποία στηρίζεται στους φυσικούς πόρους του περιβάλλοντος, και μπορεί να είναι είτε γεωργό-τουρισμός (κυρίως σε αγροκτήματα με αντίστοιχες δραστηριότητες), είτε

αγροτουρισμός (κυρίως σε αγροτικές περιοχές, με πληθώρα υπαίθριων δραστηριοτήτων και συνεχής επαφή με την φύση)

- **Ο συνεδριακός τουρισμός**, ο οποίος αφορά επισκέπτες με κοινά ενδιαφέροντα που αποζητούν την ανταλλαγή πληροφοριών και γνώσης μέσω συμμετοχής σε επαγγελματικά ή ακαδημαϊκά συνέδρια, σεμινάρια και εκθέσεις.
- **Ο αθλητικός τουρισμός**, αφορά είτε την ενεργητική, είτε την παθητική συμμετοχή σε αθλητικά δρώμενα, με την συμμετοχή ή παρακολούθηση αθλητικών εκδηλώσεων, διαγωνισμών, πρωταθλημάτων, διεθνών τουρνουά, ή και των Ολυμπιακών Αγώνων.
- **Ο ιατρικός τουρισμός**, αφορά άτομα που ψάχνουν εναλλακτικές μεθόδους για την αποκατάσταση της σωματικής και ψυχικής τους υγείας.
- **Ο θρησκευτικός τουρισμός**, αφορά την επίσκεψη σε εγχώριους ή διεθνής θρησκευτικούς προορισμούς και συμμετοχή σε θρησκευτικές εκδηλώσεις.
- **Ο περιπετειώδης τουρισμός**, που συνδυάζει εναλλακτικές μορφές τουρισμού (εξερεύνηση, περιπέτεια, διασκέδαση, κ.ά.) και απευθύνεται κυρίως σε νεαρής ηλικίας άτομα.

Ωστόσο, στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού μπορούμε να συμπεριλάβουμε και αυτές που αναφέρονται παρακάτω, πολλές από τις οποίες αποτελούν μέρος των παραπάνω (ΠΑΣΚΕΔΙ, 2018).

- Αλιευτικός τουρισμός
- Αρχαιολογικός τουρισμός
- Αρχιτεκτονικός τουρισμός
- Γαστρονομικός τουρισμός
- Θαλάσσιος τουρισμός
- Ιαματικός τουρισμός
- Λαϊκός τουρισμός
- Οικολογικός τουρισμός
- Οινοτουρισμός
- Πολιτιστικός τουρισμός

Η υπόθεση που προκύπτει από το αυτό το μέρος της θεωρίας είναι η παρακάτω:

Υπόθεση 1: Υπάρχουν σημαντικές εναλλαγές ως προς την σημαντικότητα των διαφόρων ειδών τουρισμού.

2.2. ΜΑΘΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Τα εκπαιδευτικά ταξίδια δεν είναι μια καινούρια έννοια. Πολλοί φιλόσοφοι, από την αρχή της καταγεγραμμένης ιστορίας, αναγνώρισαν και ενέκριναν το ταξίδι ως μέσο εκπαίδευσης. Τα εκπαιδευτικά ταξίδια είναι μια ευκαιρία εξερεύνησης νέων τόπων μέσω της άμεσης αλληλεπίδρασης με το νέο αυτό περιβάλλον.

Η «εκπαίδευση» είναι μια συνειδητή, προγραμματισμένη, διαδοχική και συστηματική διαδικασία, βασισμένη σε καθορισμένους μαθησιακούς στόχους, που χρησιμοποιεί συγκεκριμένες διαδικασίες μάθησης (Donaldson et al., 2005; Cohen et al., 2011). Μέσω των εκπαιδευτικών ταξιδιών οι νέοι μπορούν να λάβουν επιπλέον μάθηση ως προϊόν, ως διαδικασία, ως συνάρτηση ή ως ένα συνδυασμό αυτών (Huang, 2008).

Ο εκπαιδευτικός τουρισμός ορίζεται ως το σύνολο των σχολικών ταξιδιών/εκδρομών που οργανώνονται από τα σχολεία πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης για τους μαθητές ηλικίας μεταξύ 5-18 ετών (Ritchie, 2003).

Η εκπαίδευση φαίνεται να είναι μία από τις σημαντικότερες βιομηχανίες του κόσμου η οποία αναπτύσσεται συνεχώς ακολουθώντας τον παγκόσμιο φοιτητικό πληθυσμό που επεκτείνεται με μεγάλη ταχύτητα. Σε αυτές τις ραγδαίες αλλαγές στο εκπαιδευτικό τοπίο, φαίνεται ότι τα ταξίδια αποτελούν όλο και μεγαλύτερο μέρος των εκπαιδευτικών προγραμμάτων πολλών σχολείων, καθώς όλο και περισσότερα θέματα/σκοποί θεωρούνται ουσιώδεις για την εκπαίδευση των μαθητών (Ritchie, 2003).

Το μέγεθος της αγοράς μαθητικού τουρισμού υπολογίζεται από το σύνολο των μαθητών που φοίτησαν στην Ελλάδα κατά την σχολική χρονιά 2017/2018, τα οποία παρουσιάζονται πιο αναλυτικά στο Παράρτημα Α, με 1.823 σχολικές μονάδες Γυμνασίων και 1.345 Λυκείων, με 38.706 άτομα στα Γυμνάσια και 23.970 άτομα στα Λύκεια. Επιπλέον, οι εγγεγραμμένοι μαθητές κατά το σχολικό έτος 2017/2018 ανέρχονται σε 312.604 στα Γυμνάσια και σε 245.811 στα Λύκεια. Η περιφέρεια Αττικής φαίνεται να συγκεντρώνει το 34,4% του σχολικού πληθυσμού των Γυμνασίων και το 35,9% του σχολικού πληθυσμού των Λυκείων σε εθνικό επίπεδο (ELSTAT, 2019).

2.2.1. ΣΧΟΛΙΚΕΣ ΕΚΔΡΟΜΕΣ

Όπως αναφέρει ο Carr (2011), οι εμπειρίες εκτός σχολικής τάξης είναι υψίστης σημασίας για τους μαθητές και συμβάλλουν σημαντικά τόσο στην εκπαίδευση, αλλά και στον τουρισμό. Τα σχολικά ταξίδια και οι εκδρομές παρέχουν ποικίλα οφέλη στα παιδιά, καθώς τα ταξίδια που οργανώνονται βασισμένα στα προγράμματα σπουδών, και δομημένα γύρω από την διδακτέα ύλη, μπορούν να προσφέρουν μια αποτελεσματική εμπειρία βιωματικής μάθησης, που επιτρέπει στους μαθητές να δουν πώς λειτουργούν οι θεωρίες στην πραγματικότητα και δουν τα ιστορικά μνημεία και τοποθεσίες που επηρέασαν και διαμόρφωσαν τον κόσμο που ζούμε σήμερα (Carr, 2011). Τα ταξίδια αυτά επηρεάζουν επίσης, εκτός από την γνώση, και την ενεργή και βαθύτερη εκμάθηση περί κοινωνικών σχέσεων των μαθητών (Donaldson et al., 2005), διαμορφώνοντας νέες αντιλήψεις, δημιουργώντας εμπιστοσύνη και αλλάζοντας τη στάση των μαθητών απέναντι στο περιβάλλον, τους συνανθρώπους τους, αλλά και τους εαυτούς τους (Quezada, 2004).

Τα σχολικά ταξίδια χρησιμοποιούνται επίσης για να τονώσουν τα ενδιαφέροντα των παιδιών σε συγκεκριμένους κλάδους, με απώτερο σκοπό τις υψηλότερες ποιοτικές μαθησιακές εμπειρίες στην τάξη (Pitman et al., 2010), παρέχοντας στους μαθητές γνωστικά πλεονεκτήματα και αυξάνοντας σε σημαντικό βαθμό το ποσοστό μάθησης (Tal, 2001).

Η απόκτηση συγκεκριμένων εμπειριών, κατά τα λεγόμενα του Carr (2011), γίνεται συνήθως:

1. Ξεπερνώντας το μεταβατικό στάδιο μάθησης από πρωτογενείς σε δευτερογενείς έννοιες.
2. Αποκτώντας μια άμεση εμπειρία με συγκεκριμένα φαινόμενα και υλικά.
3. Εξασκώντας και βλέποντας πρακτικές δραστηριοτήτων για την συγκρότηση και ενίσχυση των αφηρημένων εννοιών.

Οι εκδρομές, ως πολύπλοκα περιβάλλοντα μάθησης, επιτρέπουν τη σύνδεση του προγράμματος σπουδών με το περιβάλλον και το συνδυασμό γνωστικών και συναισθηματικών πτυχών της μάθησης (Ritchie, 2003). Συνεπώς, οι εκδρομές επιτρέπουν επίσης τις παρατηρήσεις, σύντομες έρευνες και ομαδική συζήτηση σε ένα περιβάλλον άτυπης μάθησης, και συγχρόνως βοηθά τους μαθητές να εδραιώσουν και να εφαρμόσουν μάθηση στην τάξη αποκτώντας πρακτικές δεξιότητες, και συμβάλλοντας σε διαπροσωπικούς στόχους όπως η ανάπτυξη περιβαλλοντικών ευαισθητοποίησης και ανάπτυξη προσωπικών και κοινωνικών στάσεων.

Επί πλέον, οι αρμόδιες εκπαιδευτικές αρχές στις περισσότερες χώρες του κόσμου υποστηρίζουν τις επισκέψεις σε διάφορους προορισμούς και αξιοθέατα εκτός του σχολικού περιβάλλοντος, όχι μόνο για την ενθάρρυνση της «εκμάθησης εκτός σχολείου», αλλά γιατί η επίσκεψη μπορεί επίσης να ενσωματωθεί σε θέματα όπως η γεωγραφία, οι περιβαλλοντικές μελέτες και η βιολογία (Carr, 2011). Αυτό σημαίνει ότι οι τουριστικοί προορισμοί πρέπει να παρέχουν μια πραγματική εκπαιδευτική εμπειρία, εάν πρόκειται να ικανοποιήσουν με επιτυχία τα σχολεία, καθώς, η πλειοψηφία των σχολείων μπορεί να δικαιολογήσει μόνο μια επίσκεψη σε εκπαιδευτικούς ή μαθησιακούς λόγους (Jacobsen & Munar, 2012).

Οι σχολικές εκδρομές ή ταξίδια, τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό, μπορούν να χωριστούν σε δύο κατηγορίες. Πρώτον, υπάρχουν ταξίδια με βάση το πρόγραμμα σπουδών που συνδέονται άμεσα με τα μαθήματα της τάξης, αποτελούν αναπόσπαστο μέρος ή επέκταση της μαθησιακής εμπειρίας των μαθητών. Το δεύτερο μπορεί να οριστεί ως εξωσχολικό και δεν συνδέεται με συγκεκριμένο μάθημα τάξη και δεν χρειάζεται να ικανοποιεί τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών (Sinkova & Holzner, 2014). Αναφορικά με την πρώτη κατηγορία εκδρομών, από την άποψη των σχολείων και των εκπαιδευτικών, οι διοργανωτές πρέπει να είναι πεπεισμένοι για την προστιθέμενη αξία της επίσκεψης, και αυτό αποδεικνύεται συνήθως μέσω της παροχής εκπαιδευτικού υλικού.

Υπάρχουν διάφορα είδη μαθητικού τουρισμού καθώς ανάλογα το είδος της εκπαίδευσης, την ηλικία και τον στόχο της επίσκεψης, διαμορφώνεται το πρόγραμμα της εκδρομής. Πιο συγκεκριμένα, το είδος των επισκέψεων χωρίζεται σε πολυήμερες εκδρομές, εκδρομές μικρής διάρκειας και εκδρομές με εκπαιδευτικό ή διαγωνιστικό χαρακτήρα.

Οι πολυήμερες διακοπές εφαρμόζονται συνήθως σε μεγαλύτερες τάξεις της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, όπου σύμφωνα με τις προτιμήσεις και την οικονομική δυνατότητα των εκπαιδευτικών και των μαθητών, επιλέγονται μαθητικά πακέτα διακοπών με καθορισμένο ημερήσιο πρόγραμμα από τουριστικά γραφεία. Οι εκδρομές μικρής διάρκειας (1-3 διανυκτερεύσεις), βασίζονται κυρίως στην εκπαίδευση και τη μελέτη ενός αντικειμένου και συνήθως λαμβάνουν μέρος στο εσωτερικό της χώρας. Τέλος, οι εκδρομές με εκπαιδευτικό ή διαγωνιστικό χαρακτήρα, εφαρμόζονται κυρίως σε μικρές ομάδες μαθητών, οι οποίοι θέλουν να λάβουν μέρος σε διαγωνισμούς στο εσωτερικό ή στο εξωτερικό.

2.2.2. ΕΠΙΛΟΓΗ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

Η επιλογή ενός προορισμού γίνεται με ορισμένα κριτήρια ώστε να ταιριάζει καλύτερα στην κάθε σχολική ομάδα, φυσικά και με εκπαιδευτικό τρόπο. Αυτές οι αποφάσεις όσον αφορά την κάθε εκδρομή δεν παρουσιάζουν καμία ομοιογένεια. Μελέτες βρίσκουν σημαντικές διαφορές ανάμεσα στις επιλογές των εκπαιδευτικών πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης ως προς την επιλογή των τοποθεσιών για εκδρομές (Kazachinskiy et al., 2016; Dale, 2013). Διαφορές παρουσιάζονται επίσης και στους μαθησιακούς τομείς στους οποίους εστιάζουν τα διάφορα σχολεία, το οποίο έχει άμεση συσχέτιση με το εάν οι εκδρομές πραγματοποιούνται στην ίδια πόλη, ευρύτερη περιοχή, ή χώρα (Pitman et al., 2010).

Παρόλο που οι σχολικές ομάδες φαίνεται να οδηγούνται από την απόφαση ενός δασκάλου, δεν πρέπει να αγνοούμε την επιρροή των παιδιών/μαθητών στην λήψη αποφάσεων σχετικά με αυτές. Σύμφωνα με την μελέτη του Dale (2013) τα παιδιά επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό την επιλογή προορισμού μέσω σωματικών και άλλων ενδείξεων. Επίσης, ορισμένοι παράγοντες όπως τα διαθέσιμα καταλύματα, οι εγκαταστάσεις, καθώς και η απόσταση που απαιτείται για να ταξιδέψουν, θα

καθορίσουν εάν μια τοποθεσία είναι κατάλληλη για μια σχολική ομάδα να την επισκεφθεί.

Η μελέτη των Larsen & Jenssen (2004) διερευνά τα κίνητρα μαθητών ηλικίας 14 και 15 ετών, σχετικά με τις σχολικές εκδρομές, και διαπίστωσαν ότι αυτά τα κίνητρα ήταν ως επί το πλείστον κοινωνικά, εκμαθήσεως, αλλαγή παραστάσεων, ψυχαγωγίας και διασκέδασης. Ωστόσο, οι Larsen & Jenssen (2004) συμπέραναν ότι τα παιδιά που ταξιδεύουν με ενήλικες δεν καταφέρνουν να κάνουν πάντα τις προτιμώμενες δραστηριότητες. Αυτό είναι αναμενόμενο, καθώς οι μαθητές δεν λαμβάνουν υπόψη αρκετούς από τους παράγοντες που πρέπει να ληφθούν υπόψη κατά την επιλογή προορισμού και δραστηριοτήτων, όπου πρέπει τις περισσότερες φορές να είναι σύμφωνες με το σχολικό καθεστώς και την διδακτέα ύλη.

Η μελέτη του Bansal & Eiselt (2004) σχετικά με την επιλογή προορισμού αναγνωρίζει τους πιο σημαντικούς παράγοντες σύμφωνα με τους καθηγητές. Αυτοί μπορούν να χωριστούν σε οκτώ ευρείες ομάδες, ως εξής:

1. Απόσταση από το σχολείο
2. Ενημερωτικά κανάλια πληροφόρησης
3. Κόστος
4. Μέρος που να αποτελεί μέρος της διδακτέας ύλης
5. Να συμφωνεί με το καθεστώς/σχολικό περιβάλλον
6. Πρακτικές δραστηριότητες
7. Άλλες διαθέσιμες δραστηριότητες στην ευρύτερη περιοχή
8. Τοποθεσίες και αξιοθέατα εκπαιδευτικού περιεχομένου.

2.2.3. ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Παρά τις διαφορές μεταξύ των διαφόρων τομέων της αγοράς της εκπαίδευσης, σύμφωνα με τον Ritchie (2003), υπάρχουν τρεις βασικές αρχές που χαρακτηρίζουν το περιβάλλον εφοδιασμού της αγοράς των σχολείων. Αυτές είναι:

- Η κατανόηση των αναγκών των παιδιών/μαθητών
- Η κατανόηση του σχολικού προγράμματος/σπουδών, και
- Η κατανόηση του τρόπου διαχείρισης των σχολείων και της διαδικασίας λήψης αποφάσεων όταν πρόκειται για μια σχολική επίσκεψη/εκδρομή.

Τα ζητήματα που αφορούν την παροχή υπηρεσιών στην εκπαιδευτική αγορά ποικίλλουν ανάλογα με την ηλικία των παιδιών. Αυτό συμβαίνει διότι τα παιδιά διαφόρων ηλικιών έχουν διαφορετικές γνωστικές διαστάσεις, εκπαιδευτικές ανάγκες, ενέργεια, ενδιαφέροντα και είναι εξοικειωμένα με ορισμένα περιβάλλοντα (Dale, 2013), γεγονός που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη όταν δημιουργείται και οποιοδήποτε προϊόν/υπηρεσία για τα σχολεία και τις μαθησιακές εμπειρίες.

Η σαφής κατανόηση της φύσης του σχολικού προγράμματος/σπουδών είναι επίσης σημαντική για την παροχή προϊόντων και υπηρεσιών στην αγορά των σχολείων. Τα σχολεία πρέπει να είναι σε θέση να επιδείξουν σαφείς εκπαιδευτικούς στόχους που συνδέονται με την επίσκεψη/εκδρομή και με το πρόγραμμα σπουδών. Ωστόσο, οι εκδρομές αυτές πρέπει επίσης να διασφαλίζουν ότι η επίσκεψη είναι ευχάριστη, καθώς οι μαθητές και εκπαιδευτικοί αναζητούν διασκέδαση και ενσωμάτωση του κοινωνικού στοιχείου στην επίσκεψή τους.

2.2.4. ΜΑΘΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Τέλος, οι εκπαιδευτικές επισκέψεις αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της σχολικής ζωής και αποτελούν σημαντική πηγή επισκεπτών σε τουριστικά αξιοθέατα. Υπάρχουν σημαντικά οικονομικά κίνητρα για την ενθάρρυνση επισκέψεων/εκδρομών κατά τη διάρκεια της εβδομάδας ή εκτός εποχής αιχμής. Αυτές οι επισκέψεις μπορούν να αποτελέσουν σημαντική πηγή εσόδων για έναν τόπο μέσω των αξιοθέατων (Cooper & Latham 1989). Τα πιο δημοφιλή είδη αξιοθέατων φαίνεται να είναι ιστορικά κτίρια,

μουσεία και υπαίθριοι χώροι (Bansal & Eiselt, 2004). Ωστόσο, από οικονομική άποψη, οι εκπαιδευτικές επισκέψεις δεν αποτελούν το κύριο μέσο εσόδων λόγω των εκπτώσεων που προσφέρονται σε μαθητικά γκρουπ. Παρ'όλα αυτά, οι εκπτώσεις αυτές αποτελούν μέρος μιας επένδυσης στους μελλοντικούς ταξιδιώτες, εστιάζοντας σε μια νέα αγορά (Almeida-Santana & Moreno-Gil, 2018).

Επιπλέον, η σταθερή ροή των επισκεπτών/μαθητών κατά τη διάρκεια του σχολικού έτους, ή οποία για τους περισσότερους προορισμούς δεν είναι περίοδος αιχμής (εκτός και αν πρόκειται για εποχικό προορισμό), μπορεί να καλύψει το κενό της ενχώρας τουριστικής αγοράς (Dale, 2013). Τα οικονομικά κίνητρα είναι επίσης αυτά που ενθαρρύνουν τις εκπαιδευτικές επισκέψεις να πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια της εβδομάδας ή εκτός περιόδους αιχμής. Μακροπρόθεσμα, αυτές οι επισκέψεις μπορούν να αποτελέσουν σημαντική πηγή εσόδων, ακόμη και με μειωμένες εκπαιδευτικές τιμές (Cooper & Latham, 1989).

Σύμφωνα με τους Donaldson & Gatsinzi (2005) ορισμένα πρόσθετα οφέλη που προσφέρει η σχολική αγορά, τα οποία συχνά δεν λαμβάνονται υπόψη και συνδέονται με την οικονομία του τουρισμού, είναι τα εξής:

- Τα παιδιά/μαθητές είναι οι τουρίστες του μέλλοντος: οι επισκέψεις σε νεαρή ηλικία μπορούν να δημιουργήσουν πιστούς καταναλωτές/επισκέπτες αργότερα
- Οι σχολικές επισκέψεις πραγματοποιούνται σε περιόδους εκτός αιχμής, κάνοντας χρήση της πλεονάζουσας παραγωγικής ικανότητας και δημιουργώντας με αυτό τον τρόπο πρόσθετα έσοδα
- Τα παιδιά/επισκέπτες που επισκέπτονται ένα μέρος ως μέρος μιας σχολικής εκδρομής μπορούν να επηρεάζουν την απόφαση των οικογενειών τους να επισκεφθούν το ίδιο μέρος
- Ο μαθητικός τουρισμός και οι ποικιλία διαθέσιμων δραστηριοτήτων μπορούν να δημιουργήσουν θετική δημοσιότητα για έναν μέρος
- Οι σχολικές επισκέψεις προωθούν την αποδοχή τουριστικών δραστηριοτήτων από την τοπική κοινότητα και οδηγεί σε ανάπτυξη
- Τα παιδιά/επισκέπτες αποκομίζουν εισόδημα μέσω πρωτογενών δαπανών (μεταφορές, κατάλυμα, κ.ά.), καθώς και μέσω δευτερευουσών δαπανών (τοπικά καταστήματα κ.ά.)

2.2.5. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΜΑΘΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο μαθητικός τουρισμός ιδίως σε μικρές πόλεις φέρει πολλαπλά οφέλη. Κυρίως, ο τουρισμός εκτός εποχής σε μια πόλη που βασίζεται σε αυτόν για την ανάπτυξη της, στηρίζει τους κατοίκους και φέρνει έσοδα σε περιόδους όπου δεν υπάρχει μεγάλη ροή, δημιουργώντας σταθερές θέσεις εργασίας. Ακόμα, συμβάλλει στην κινητικότητα της ευρύτερης περιοχής, στηρίζοντας την τοπική οικονομία και κυρίως τα μικρά χωριά όπου δεν έχουν πολλαπλές πηγές εσόδων. Εν συνέχεια, τα έσοδα αυτά βοηθούν στην ανάπτυξη καινούριων υποδομών, οι οποίες χρησιμοποιούνται για την στήριξη του τουρισμού και εκτός εποχής και εντός. Τέλος, αλλά εξίσου σημαντική είναι η επαφή και η γνωριμία του τόπου από τους μαθητές, διευρύνοντας τους πνευματικούς τους ορίζοντες και ενισχύοντας τη γνώση τους, με πιθανό αποτέλεσμα την επιστροφή τους στον τόπο αυτό για περαιτέρω εξερεύνηση.

Εκτός τα οφέλη, μία μεγάλη συγκέντρωση νέων σε ένα μέρος δημιουργεί και αρκετά προβλήματα. Πιο συγκεκριμένα, η θορυβώδης όχληση που μπορεί να προκληθεί και ο βανδαλισμός των ξενοδοχείων ή των δημόσιων χώρων, εκτός από τις μεγάλες χρηματικές αποζημιώσεις που πρέπει να διατεθούν, προκαλείται και η κακή δυσφήμιση του τόπου. Ακόμα, η νεαρά ηλικία δεν διαθέτει μεγάλα χρηματικά ποσά όσο οι μεγαλύτερες ηλικίες, και το τα ποσά είναι περιορισμένα για τις ημέρες διαμονής

τους (Cooper, 1989). Συγκεκριμένα, εστιάζουν σε ορισμένα είδη εμπορίου, καθώς τα κριτήρια επιλογής αγορών τους να είναι πιο αυστηρά. Κατόπιν, η διάρκεια διαμονής τους είναι πολύ μικρή και οι απαιτήσεις ασφάλειας των παιδιών είναι αυξημένη. Τέλος, οι συνολικές τιμές των μαθητικών εκδρομών είναι σχετικά χαμηλές ανεξάρτητα τον προορισμό, με αποτέλεσμα οι μαθητές να επιλέγουν χώρες του εξωτερικού για επίσκεψη, αντί για τον τόπο τους.

Η υπόθεση που προκύπτει από το αυτό το δεύτερο σκέλος της θεωρίας είναι η παρακάτω:

Υπόθεση 2: Υπάρχουν σημαντικές εναλλαγές ως προς την σημαντικότητα των πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων του μαθητικού τουρισμού στο Ρέθυμνο.

3. ΤΡΈΧΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

3.1. ΕΛΛΑΔΑ

Στο νοτιοανατολικό άκρο της Ευρώπης, η Ελλάδα βρίσκεται στρατηγικά τοποθετημένη, και είναι ένας από τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως με περισσότερες από 33.000.000 ετήσιες αφίξεις επισκεπτών (Enterprise Greece, 2019). Με εκπληκτικά τοπία, ζεστό μεσογειακό κλίμα, πλούσιο πολιτισμό και ιστορία, η Ελλάδα είναι γνωστή για τα αξιοθέατα της και την πληθώρα δραστηριοτήτων για τους επισκέπτες της. Επίσης, η κουλτούρα της, με κεντρικό άξονα την «Ελληνική Φιλοξενία» και το αρχαιολογικό και πολιτιστικό της υπόβαθρο, με τον παγκόσμιο κατάλογο κληρονομιάς της UNESCO να συμπεριλαμβάνει 18 ελληνικά μνημεία. Υπάρχουν επίσης και Αρχαιολογικά, Βυζαντινά, Θρησκευτικά, Λαογραφικά, Ιστορικά, Τεχνολογίας, Τέχνης, Φυσικής Ιστορίας, Ιστορικά, Πολεμικά και Ναυτικά, και πολλά άλλα μουσεία σε όλη την Ελλάδα, που προσφέρουν πλούσιο εκπαιδευτικό περιεχόμενο (Visit Greece, 2020).

Η Ελλάδα για να καλύψει την ζήτηση και να φιλοξενήσει το μεγάλο μέγεθος του εισερχόμενου τουρισμού που ανέρχεται σε 4,8 εκ. τουρίστες, από τις πολλαπλές πύλες εισόδου, όπως αεροδρόμια, λιμάνια, και οδικούς άξονες (Enterprise Greece, 2019), έχει επενδύσει σε τουριστικές υποδομές, όπου σύμφωνα με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2019) συμπεριλαμβάνει περισσότερες από 9.873 ξενοδοχειακές μονάδες (425.973 δωμάτια, 835.773 κλίνες).

Ωστόσο, σε αντίθεση με τον αυξανόμενο αριθμό επισκεπτών, παρατηρείται μια τάση μείωσης που φτάνει το 30% στην Μέση κατά Κεφαλήν Δαπάνη στο χρονικό πλαίσιο 2015-18 (INSETE, 2019), καθώς και μείωση 3,2 ημερών στη Μέση Διάρκεια Παραμονής. Σε προγενέστερη μελέτη της INSETE (2018) (Παράρτημα Β), παρουσιάζονται οι εισερχόμενες τουριστικές ροές ανά περιφέρεια, με την Κρήτη να βρίσκεται στην 4^η θέση επισκέψεων, στην 2^η θέση διανυκτερεύσεων μαζί με την Κεντρική Μακεδονία, και στην 2^η θέση εισπράξεων, με αύξηση 23%.

Σύμφωνα με έρευνες ο τουρισμός το 2017 έφερε έσοδα περίπου 14.6 δισ. ευρώ, ενώ το 2018 υπήρξε αύξηση των εισπράξεων κατά 10%. Το πρώτο εξάμηνο του 2019, καταγράφηκε αύξηση των τουριστικών εισπράξεων κατά 3,3% σε σχέση με το τελευταίο εξάμηνο του 2018, ενώ το δεύτερο εξάμηνο του 2019. Τα υψηλότερα έσοδα προέρχονται από τουρίστες Γερμανούς και έπειτα από Βρετανούς και Γάλλους (MarketWatch, 2019).

3.2. ΚΡΗΤΗ

Ο τουρισμός στην Κρήτη είναι ένας αναπτυσσόμενος τομέας, καθώς η αύξηση ζήτησης έχει οδηγήσει σε σημαντικές ξενοδοχειακές επενδύσεις με κύριο σκοπό την αναβάθμιση των ξενοδοχειακών υποδομών, την ποιότητα υπηρεσιών και της εκπαίδευσης ανθρώπινου δυναμικού. Η Κρήτη προσφέρει στους επισκέπτες της καινούριες εμπειρίες που συνδυάζουν την πλούσια ιστορία και πολιτιστικής και

ιστορικής αξίας αξιοθέατα, την νησιωτική κουλτούρα, την μεσογειακή/κρητική κουζίνα και μαγευτικά τοπία.

Στην Κρήτη μπορεί κανείς να δει την αντίθεση του παλιού με το καινούριο, το παραδοσιακό με το μοντέρνο, το καταγάλανο της θάλασσας και τις άγριες βουνοκορφές, και για τον λόγο αυτό αποτελεί έναν από τους δημοφιλέστερους προορισμούς στην Ελλάδα και όχι μόνο. Οι διαθέσιμες επιλογές στο νησί έχει ανοίξει τις πόρτες του και σε διαφορετικές μορφές τουρισμού, όπως τον αγροτουρισμό, τον συνεδριακό, τον αθλητικό, τουρισμό θαλάσσιων σπορ, γαστρονομικό, θρησκευτικό, κ.ά.

Η τοποθέτηση της Κρήτης στο χάρτη θεωρείται ευνοϊκή καθώς βρίσκεται στη μεσόγειο και αποτελεί πέρασμα προς την Αφρική, την Ασία και την Ευρώπη. Το μέγεθός της καλύπτει περίπου 8.336 χλμ² με μήκος 260 χλμ και διαθέτει εκατοντάδες παραλίες για κολύμπι και θαλάσσιες δραστηριότητες. Ο πληθυσμός της εκτιμάται στους 621.340 κατοίκους σύμφωνα με τη τελευταία απογραφή το 2011.

Το νησί διασχίζει μια υψηλή οροσειρά από δυτικά προς τα ανατολικά με τα Λευκά όρη, τον Ψηλορείτη και το όρος Δίκη. Ακόμα, βρίσκονται διάφορα οροπέδια, σπήλαια και φαράγγια, όπως το διάσημο φαράγγι της Σαμαριάς, σε όλη της την επιφάνεια δίνοντας στους επισκέπτες τη δυνατότητα για πεζοπορία, ορειβασία και αναρρίχηση. Τέλος, το κλίμα της είναι ιδιαίτερα τροπικό καθώς χαρακτηρίζεται από πολλή υγρασία και υψηλές θερμοκρασίες.

Η φυσική της ομορφιά και συνδυασμός της παραθαλάσσιας και ορεινής φύσης προσελκύει εκατομμύρια τουριστών κάθε χρόνο. Εκτός όμως από την φυσική της ομορφιά, το νησί κατέχει ιστορικό ενδιαφέρον, από τον αρχαίο κόσμο της Μινωικής περιόδου έως και τώρα. Ο αρχαιολογικός χώρος της Κνωσού, το νησί της Σπιναλόγκας και άλλα ιστορικά αξιοθέατα είναι παγκοσμίως γνωστά για την ιστορική σημασία τους.

Η κρητική διατροφή θεωρείται ως μία από τις πιο υγιεινές και έχει βασιστεί σε αυτή το μεσογειακό πρότυπο διατροφής με βάση το ελαιόλαδο, την πληθώρα λαχανικών και γαλακτοκομικών. Τέλος, παράγονται και εξάγονται διάφορα είδη κρητικών προϊόντων όπως τη ρακή, το κρασί, το ελαιόλαδο, το μέλι και τα παξιμάδια.

Το νησί αποτελεί ύψιστης σημασίας για τον ελληνικό τουρισμό καθώς μόλις τη σεζόν του 2019 στο αεροδρόμιο του Ηρακλείου κατέφθασαν περίπου 1.150.000 τουρίστες και στην Χανίων περίπου 432.000. Σύμφωνα με έρευνες οι περισσότεροι τουρίστες είναι Γερμανικής, Βρετανικής και Γαλλικής υπηκοότητας, με μέσο όρο διαμονής 8,4 ημέρες και μέση δαπάνη 599,4 ευρώ (Tour Market, 2018).

3.3. ΡΕΘΥΜΝΟ

Το Ρέθυμνο της Κρήτης βρίσκεται δυτικά του νησιού ανάμεσα από το νομό Χανίων και Ηρακλείου. Θεωρείται η τρίτη μεγαλύτερη πόλη της Κρήτης με συνολικό πληθυσμό να ανέρχεται περίπου στους 85.609 κατοίκους σύμφωνα με την τελευταία απογραφή το 2011. Η πόλη επισκιάζεται από το μεγαλύτερο βουνό της Κρήτης, τον Ψηλορείτη με ύψος, 2456 μ.Χ πόλη του Ρεθύμνου συνδυάζει τα στοιχεία της οθωμανικής αυτοκρατορίας, του ελληνικού πολιτισμού και στοιχεία από την κυριαρχία των Βενετών, αρμονικά προσαρμοσμένα, προκαλώντας το ενδιαφέρον των επισκεπτών της προς εξερεύνηση.

Η πλούσια συλλογή της από καλοδιατηρημένα μνημεία και αξιοθέατα την καθιστά ιδιαίτερα ελκυστική στον τουρισμό. Ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να διανύσει τα όμορφα πλακόστρωτα στην παλιά πόλη του Ρεθύμνου, να ανακαλύψει μεσαιωνικά κτίρια και να θαυμάσει το στολίδι της Φορτέτζας που στέκεται επιβλητικά στην άκρη της θάλασσας. Το τζαμί στο κέντρο της πόλης, η οδός της Αρκαδίου, το αρχαιολογικό και

το λαογραφικό μουσείο, βρίσκονται εκεί για να θυμίζουν την μακριά ιστορία του Ρεθύμνου και την εξέλιξή του έως και σήμερα.

Η πόλη περιβάλλεται από πολλά μικρά και παραδοσιακά χωριά τα οποία προσκαλούν τους επισκέπτες να γνωρίσουν την κρητική παράδοση, τα έθιμα που έχουν κρατήσει στο πέρασμα των χρόνων και την κρητική γαστρονομία, η οποία αποτελείται από φυσικά και χειροποίητα προϊόντα. Η μονή του Αρκαδίου, το κέντρο κεραμικής στις Μαργαρίτες και άλλα αξιοθέατα προσελκύουν δεκάδες χιλιάδες τουριστών κάθε χρόνο. Ακόμα, η φυσική ομορφιά του, με τις παραλίες του στο νότο και τα ψηλά βουνά το καθιστούν επισκέψιμο όλο το χρόνο για κάθε είδος τουρισμού. Τέλος, η νυχτερινή ζωή του Ρεθύμνου φημίζεται καθώς μαζεύονται φοιτητές από όλα τα μέρη της Ελλάδας για να διασκεδάσουν τα νυχτερινά μαγαζιά και για να γιορτάσουν το καρναβάλι που διεξάγεται κάθε τέλος του χειμώνα.

Η ανάπτυξη του Ρεθύμνου βασίζεται στον τουρισμό και επομένως έχουν δημιουργηθεί πολλαπλές μονάδες φιλοξενίας και θέρετρα τουρισμού, συμβάλλοντας έτσι στην ανάπτυξη της πόλης και στη δημιουργία θέσεων εργασίας. Ακόμα, ο δήμος Ρεθύμνου συμβάλλει ενεργά, παρασκευάζοντας ποδηλατοδρόμους, πλατείες και άλλες δομές για τη διευκόλυνση και οργάνωση του τόπου, καθιστώντας ένα όμορφο κλίμα και μέρος χαλάρωσης για τους επισκέπτες και τους κατοίκους του.

Η χρονιά του 2019 υπήρξε ιδιαίτερα κερδοφόρα για το Ρέθυμνο, σύμφωνα με την αποτίμηση του Επιμελητηρίου, καθώς παρά τη μείωση των αφίξεων, δεν παρατηρήθηκε μείωση των εισπράξεων γεγονός που οδηγεί στο συμπέρασμα ότι ο μέσος όρος των τουριστών κατανάλωσε μεγαλύτερα ποσά, συγκριτικά με τις προηγούμενες χρονιές. Παρόλα αυτά ο τζίρος των εμπορικών καταστημάτων παρουσίασαν μία μείωση κατά 20%. Το επιμελητήριο δηλώνει πως για την απώλεια αυτή ευθύνεται η μείωση των Ρώσων τουριστών το 2019, διότι καταναλώνουν μεγάλα ποσά στις εμπορικές επιχειρήσεις, σε αντίθεση με τουρίστες άλλων εθνικοτήτων (Visit Greece, 2020).

4. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Στο κεφάλαιο αυτό αναλύεται η μεθοδολογία που επιλέχθηκε για τη διεξαγωγή της παρούσας μελέτης σχετικά με τα είδη τουρισμού και τα πλεονεκτήματα/μειονεκτήματα του μαθητικού τουρισμού στην Κρήτη. Αρχικά, συζητούνται οι διαθέσιμοι μεθοδολογικοί μέθοδοι ώστε να γίνει επιλογή του καταλληλότερου για την διεξαγωγή της παρούσας έρευνας. Έχοντας υπόψη τα ερευνητικά ερωτήματα και υποθέσεις που αναπτύχθηκαν στο Κεφάλαιο 4, γίνεται επιλογή στρατηγικής και συζητείται το χρονικό πλαίσιο διεξαγωγής της έρευνας, καθώς και ο ερευνητικός σχεδιασμός και θέματα δεοντολογίας που μπορεί να προκύψουν. Ακολουθεί ο αναλυτικός σχεδιασμός της έρευνας και περιγράφεται η διαδικασία δειγματοληψίας. Τέλος, αναλύεται το δείγμα που χρησιμοποιήθηκε στην μελέτη αυτή.

4.1. ΕΠΙΛΟΓΗ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΗΣ ΜΕΘΟΔΟΥ

Στο παρακάτω σημείο θα συζητηθούν οι διαθέσιμες μεθοδολογικές μέθοδοι και θα παρουσιαστούν τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της ποιοτικής, της ποσοτικής, και της μικτής μεθοδολογικής μεθόδου, έτσι ώστε στο τέλος να γίνει επιλογή της μεθόδου που θα χρησιμοποιηθεί.

4.1.1. ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ

Η ποσοτική έρευνα βασίζεται σε μετρήσεις φαινομένων, ακολουθούμενη από τη στατιστική ανάλυση του συνόλου των δεδομένων. Η βασικότερη πρόκληση της ποσοτικής ανάλυσης είναι η εγκυρότητα και αξιοπιστία των αριθμητικών μεγεθών με σκοπό την γενικευσιμότητα των υποθέσεων που αναπτύσσονται από τους ερευνητές σχετικά με τα αίτια που προκαλούν ένα φαινόμενο (Thornhill et al., 2009).

Οι ποσοτικές έρευνες στηρίζονται σε αριθμητικά δεδομένα, και μελετώνται με μεθόδους της Περιγραφικής και Επαγωγικής Στατιστικής. Οι έρευνες αυτές είναι κατάλληλες για διερεύνηση του «πως» εξελίσσεται ένα φαινόμενο. Για το λόγο αυτό ο σχεδιασμός τους πρέπει να είναι καλά οργανωμένος, με ξεκάθαρες παραμέτρους και μεταβλητών.

Ορισμένα από τα πλεονεκτήματα της ποσοτικής μεθοδολογικής μεθόδου αναγράφονται παρακάτω:

- Σαφήνεια αναφορικά με το αντικείμενο της μελέτης
- Ξεκάθαρες ανεξάρτητες και εξαρτημένες μεταβλητές
- Συγκεκριμένος στόχος και αντικειμενικότερα συμπεράσματα
- Αύξηση αξιοπιστίας δεδομένων
- Εξάλειψη ή ελαχιστοποίηση υποκειμενικότητας των αποτελεσμάτων

Ωστόσο, αυτή η μεθοδολογική προσέγγιση έχει και ορισμένα μειονεκτήματα, όπως αναφέρονται παρακάτω:

- Ανεπάρκεια πληροφοριών σχετικά με το πλαίσιο όπου λαμβάνει χώρα το φαινόμενο
- Αδυναμία ελέγχου του περιβάλλοντος των ερωτηθέντων και επιρροής αυτού στις απαντήσεις
- Περιορισμός αποτελεσμάτων, εξαιτίας του κλειστού τύπου και δομημένης μορφής ερωτηματολογίων

4.1.2. ΠΟΙΟΤΙΚΉ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΉ ΜΈΘΟΔΟΣ

Η ποιοτική ερευνητική μέθοδος εστιάζει στην περιγραφή ακρίβειας, στην αποκωδικοποίηση και ερμηνεία έννοιες ορισμένων φαινομένων που διαδραματίζονται στον κοινωνικό περίγυρο. Η ποιοτική έρευνα επικεντρώνεται, λοιπόν, στην διερεύνηση της πολυπλοκότητας καθώς και της κοινής υποκειμενικής θεώρησης ανάμεσα στον ερευνητή και τον ερωτούμενο (Cohen et al., 2011)

Οι ποιοτικές μελέτες ακολουθούν το ερμηνευτικό επιστημονικό παράδειγμα, και βασίζονται σε ερμηνείες, στοχεύοντας στην εξήγηση και περιγραφή των φαινομένων από τους ερωτηθέντες.

Ορισμένα από τα πλεονεκτήματα της ποιοτικής μεθοδολογικής μεθόδου αναγράφονται παρακάτω:

- Ευελιξία δομής, με εναλλαγές στα ερωτήματα, στο δείγμα και στον τρόπο συλλογής των δεδομένων.
- Μελέτη περιορισμένου αριθμού ερωτηθέντων
- Παραγωγή κατηγοριών για την ανάπτυξη υποθέσεων για μελλοντικές ποσοτικές/ποιοτικές μελέτες
- Έμφαση στη διαδικασία και επεξήγηση ενός φαινομένου παρά στα τελικά πορίσματα
- Θεωρητική τεκμηρίωση των αποτελεσμάτων

Ωστόσο, η ποιοτική μεθοδολογική προσέγγιση έχει και ορισμένα μειονεκτήματα, όπως αναφέρονται παρακάτω:

- Αποστασιοποίηση από τον αρχικό αντικείμενο της μελέτης
- Δημιουργία διαφορετικών συμπερασμάτων ανάλογα με την ιδιοσυγκρασία του μελετητή
- Αδυναμία διερεύνησης συνάφειας μεταξύ των διαφόρων μεταβλητών
- Δυσκολία επεξήγησης ποιοτικών και ποσοτικών διαφορών μεταξύ των διαφόρων ερωτηθέντων

- Απαίτηση μεγάλης ερευνητικής εμπειρίας για την εξαγωγή πληροφοριών από τους ερωτηθέντες αποφεύγοντας την μεροληψία

4.1.3. ΚΑΤΑΛΛΗΛΟΤΕΡΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ

Για την παρούσα έρευνα, η καταλληλότερη μεθοδολογική προσέγγιση είναι η ποσοτική, καθώς ο πρωτεύων σκοπός της μελέτης αυτής είναι η κατάταξη του μαθητικού τουρισμού σε σχέση με τα υπόλοιπα είδη, και την διερεύνηση των πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων του μαθητικού τουρισμού από επαγγελματίες που ασχολούνται σε διάφορους τομείς του τουρισμού στην ευρύτερη περιοχή της Κρήτης, και πιο συγκεκριμένα του Ρεθύμνου. Εφόσον δεν επικεντρωνόμαστε στο «γιατί», αλλά στο «πώς», και εστιάζουμε σε κατάταξη και αριθμητικά μεγέθη η ποσοτική προσέγγιση υπερτερεί της ποιοτικής.

4.2. ΕΠΙΛΟΓΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ & ΧΡΟΝΙΚΟ ΠΛΑΪΣΙΟ ΈΡΕΥΝΑΣ

Γενικά, η στρατηγική είναι το σχέδιο δράσης που ακολουθείται για να πετύχουμε ένα στόχο, οπότε μια ερευνητική στρατηγική αποτελεί το σχέδιο για το πώς ένας ερευνητής απαντήσει στις ερευνητικές υποθέσεις που έχει θέσει

Η επαγωγική μεθοδολογική προσέγγιση, τείνει να χρησιμοποιείται για ερευνητικές και περιγραφικές στρατηγικές έρευνας κάνοντας εκτεταμένη χρήση ερωτηματολογίων, χάρης των οποίων διευκολύνεται η συλλογή δεδομένων τυποποιημένης φύσεως από έναν μεγαλύτερο δείγμα, απ'ότι εάν κάναμε χρήση συνεντεύξεων. Η συλλογή των δεδομένων γίνεται με σχετικά χαμηλό, έως και μηδενικό κόστος. Η οργανωτική φύση των ερωτηματολογίων επιτρέπει επίσης την ευκολία σύγκρισης μεταξύ αυτών, και την παρουσίαση τους σε πίνακες και γραφήματα.

Το χρονικό πλαίσιο που πραγματοποιήθηκε η έρευνα ήταν από τον Ιανουάριο μέχρι μέσα Φεβρουαρίου 2020. Το κύριο δείγμα αποτελούταν από άτομα που σχετίζονται εργασιακά, επιχειρηματικά, ή με κάποιον άλλο τρόπο με τον τουρισμό στην περιοχή του Ρεθύμνου.

Η επιλογή της περιόδου αυτής ήταν σημαντική, καθώς η τουριστική κίνηση είναι ελαττωμένη συγκριτικά με τους υπόλοιπους μήνες. Αυτό δίνει επίσης σε ένα μεγάλο μέρος του δείγματος που στοχεύει η παρούσα έρευνα αρκετό διαθέσιμο χρόνο και περισσότερη προθυμία να απαντήσει στα ερωτηματολόγια, απ'ότι κατά τη διάρκεια της ενεργής τουριστικής σεζόν.

4.3. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Ο σχεδιασμός της παρούσας έρευνας επικεντρώνεται στη συλλογή δεδομένων από τους άμεσα εμπλεκόμενους από τον τουρισμό, (π.χ. των εργαζομένων σε ξενοδοχεία, εστίαση, καταστήματα, μεταφορές κ.ά.). Για να γίνει αυτό σχεδιάστηκε ένα ερωτηματολόγιο (Παράρτημα Γ).

Για τη διεξαγωγή της παρούσας έρευνας, προκειμένου να είμαστε δεοντολογικά συνεπής, τονίζουμε το γεγονός ότι ακολουθούμε όλες τις ερευνητικές ηθικές διαδικασίες για τη διεξαγωγή της παρούσας έρευνας στο αρχικό κείμενο που συνοδεύει το ερωτηματολόγιο, όπου εξασφαλίζεται πως τα δεδομένα που συλλέγονται θα είναι ανώνυμα και θα χρησιμοποιηθούν μόνο στα πλαίσια της στατιστικής ανάλυσης της παρούσας μελέτης.

4.3.1. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Μέσω Google Forms, ενός δωρεάν για τους εγγεγραμμένους χρήστες προγράμματος, σχεδιάστηκε ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο το οποίο αποτελείται από έξι (6) μέρη.

Το πρώτο μέρος του ερωτηματολογίου αποτελείται από ένα κείμενο όπου αναφέρεται ο σκοπός της έρευνας, συνοδευόμενο από βεβαίωση ότι η έρευνα είναι ανώνυμη και εμπιστευτική και οι απαντήσεις θα χρησιμοποιηθούν μόνο στο πλαίσιο της στατιστικής ανάλυσης της παρούσας έρευνας, όπως αναφέρεται στο μέρος 4.3.. Στο κείμενο αυτό αναφέρεται ενδεικτικά ο χρόνος συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου (5 λεπτά), καθώς επίσης και την ηλεκτρονική διεύθυνση του ερευνητή, σε περίπτωση που κάποιος ερωτηθέντας θέλει να θέσει περαιτέρω ερωτήματα ή να ζητήσει διευκρινίσεις.

Το δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου αποτελείται από δύο ερωτήσεις ελέγχου σχετικά με το δείγμα (συσχέτιση με τον τουρισμό και τόπος διαμονή (Ρέθυμνο)), όπου όταν οι απαντήσεις ήταν «Όχι» ο ερωτηθέντας μεταφερόταν στο τέλος του ερωτηματολογίου, χωρίς να το συμπληρώσει, εφόσον δεν ανήκε στο δείγμα του οποίου την γνώμη θέλαμε να εξετάσουμε. Στο τρίτο μέρος δημογραφικά στοιχεία (γένος, ηλικία, εκπαίδευση, επάγγελμα).

Το τέταρτο μέρος του ερωτηματολογίου περιλαμβάνει 12 είδη τουρισμού (Βλ. Πίνακα 1), τα οποία ο ερωτηθέντας καλείτε να αξιολογήσει ως προς την σημαντικότητα τους σε κλίμακα likert scale από το 1 μέχρι το 5, με το 1 να είναι «Καθόλου σημαντική», το 2 «Λίγο σημαντική», το 3 «Σημαντική», το 4 «Αρκετά σημαντική» και το 5 «Πάρα πολύ σημαντική».

Πίνακας 1: Είδη τουρισμού προς εξέταση

Μαζικός τουρισμός
Μαθητικός / Εκπαιδευτικός τουρισμός
Τουρισμός 3ης ηλικίας
Κοινωνικός τουρισμός
Αγροτουρισμός/ Οικοτουρισμός (περιβάλλον)
Αθλητικός τουρισμός
Πολιτιστικός τουρισμός
Συνεδριακός τουρισμός
Κρουαζιέρα / Θαλάσσιος τουρισμός
Οινοτουρισμός / Γαστρονομικός τουρισμός
Θρησκευτικός τουρισμός
Ιαματικός / Ιατρικός τουρισμός

Στο επόμενο μέρος γίνεται αξιολόγηση των πλεονεκτημάτων και των μειονεκτημάτων του μαθητικού τουρισμού. Καθεμία από τις δύο αυτές ερωτήσεις περιλαμβάνει οκτώ περιοχές (Βλ. Πίνακα 2).

Στο τελευταίο μέρος του ερωτηματολογίου, τίθεται η ερώτηση «Πως θα αξιολογούσατε εντέλει μια ενδεχόμενη αύξηση του μαθητικού τουρισμού στο Ρέθυμνο;», όπου ο ερωτηθέντας καλείτε να αξιολογήσει ως προς την σημαντικότητα τους σε κλίμακα likert scale από το 1 μέχρι το 5, με το 1 να είναι «Καθόλου σημαντική», το 2 «Λίγο σημαντική», το 3 «Σημαντική», το 4 «Αρκετά σημαντική» και το 5 «Πάρα πολύ σημαντική», όπως και στις παραπάνω ερωτήσεις.

Πίνακας 2: Πλεονεκτήματα & Μειονεκτήματα μαθητικού τουρισμού

Πλεονεκτήματα	Μειονεκτήματα
Ενίσχυση τοπικής οικονομίας	Χαμηλό Budget
Κινητικότητα ευρύτερης περιοχής	Ανταγωνιστικοί προορισμοί του εξωτερικού
Διατήρηση θέσεων εργασίας	Δυσκολία εμπορικής προσέγγισης/ κλειστή αγορά
Πιθανότητα επιστροφής στον προορισμό	Μικρή διάρκεια διακοπών
Ανάπτυξη υποδομών	Κακή δημοσιότητα για τον προορισμό
Μη εποχική τουριστική ζήτηση	Αυξημένες απαιτήσεις ασφαλείας
Επαφή και γνωριμία τόπου και παράδοσης	Βανδαλισμοί ξενοδοχείων/ δημόσιων χώρων
Εκπαιδευτικός χαρακτήρας επισκέψεων	Όχληση / Ευτράπελα

4.3.2. ΔΙΑΔΙΚΑΣΪΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ

Πριν από τη διανομή του ερωτηματολογίου πραγματοποιήθηκε δοκιμαστική αποστολή σε τέσσερα άτομα. Κυρίως στόχος ήταν η δοκιμή του ερωτηματολογίου που συντάχθηκε αναφορικά με την αντίληψη του από τους ερωτηθέντες και άλλα πιθανά σημεία προς βελτίωση. Οι μόνες παρατηρήσεις που έγιναν ήταν για ορισμένα λεκτικά και τυπογραφικά λάθη.

Η βελτιωμένη, και τελική μορφή του ερωτηματολογίου, αποστάλθηκε χρησιμοποιώντας τεχνικές χιονοστιβάδας και αυτό-επιλογής. Αρχικά, το ερωτηματολόγιο διατέθηκε στις προσωπικές επαφές του ερευνητή μέσω κοινωνικών δικτύων, και προσωπικών γραπτών μηνυμάτων με τη μορφή υπέρ-συνδέσμων.

4.4. ΔΕΪΓΜΑ

Η μελέτη ολοκληρώθηκε από 51 άτομα από το ευρύ κοινό. Το 47.1% των ερωτηθέντων ήταν γυναίκες και 52.8% άνδρες. Το ηλικιακό εύρος 35-44 αντιπροσωπεύει το 29.4% του δείγματος, το 25-34 το 31.4% και το 18-24 το 7.8%, ενώ το 25.5% και 5.9% του συνολικού αριθμού των ερωτηθέντων άνηκαν στην ηλικιακή ομάδα 45-55, και 56-67 αντίστοιχα.

Αναφορικά την εκπαίδευση του δείγματος, το 25.5% είχε προπτυχιακό και 21.6% έχει λάβει δευτεροβάθμια εκπαίδευση, το 23.5% είχε μεταπτυχιακό, άτομα με πτυχίο επαγγελματικής εκπαίδευσης αντιπροσώπευαν το 21.6%, και το 7.8% κατείχε διδακτορικό τίτλο σπουδών.

Το 25.5% απασχολούνταν με το εμπόριο, το 21.6% απασχολούνταν σε επαγγέλματα εστίασης, και το 23.5% εργάζονταν σε ξενοδοχεία και άλλες επιχειρήσεις φιλοξενίας. Επίσης, το 11.8% του δείγματος αποτελούνταν από τουριστικούς πράκτορες, ενώ το 7.8% εργάζονταν σε τουριστικές μεταφορές. Τέλος, σε λοιπούς τομείς απασχόλησης σχετικές με τον τουρισμό απασχολούνταν το 9.8% (Παράρτημα Δ).

5. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ & ΣΥΖΗΤΗΣΗ

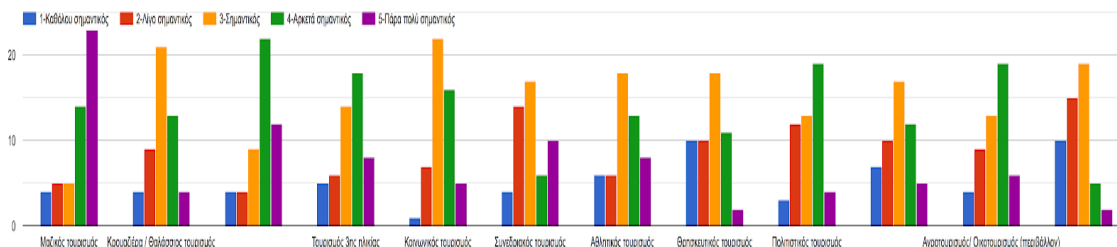
Το κεφάλαιο αυτό αποτελείται από δύο κύρια μέρη, τα αποτελέσματα και την συζήτηση. Στο πρώτο μέρος των αποτελεσμάτων γίνεται περιγραφική ανάλυση των απαντήσεων των ερωτηματολογίων που συγκεντρώθηκαν από τους απασχολούμενους με τον τουρισμό στο Ρέθυμνο. Στο δεύτερο μέρος τα αποτελέσματα αυτά αναλύονται περεταίρω, και γίνεται σύνδεση μεταξύ αυτών και τις προαναφερθέντας στα Κεφάλαια 2 & 3 θεωρίας.

5.1. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

5.1.1. ΕΪΔΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Για τα αποτελέσματα αξιολόγησης σημαντικότητας των ειδών τουρισμού (βλ. Εικόνα 3) παρατηρούμε ότι ο μαζικός τουρισμός βαθμολογείται ως πάρα πολύ σημαντικός από το 45% των ερωτηθέντων, αρκετά σημαντικός από το 29%, ενώ θεωρήθηκε σημαντικός και λίγο σημαντικός από το 9%, και τέλος καθόλου σημαντικός από το 7% του συνολικού δείγματος.

Αξιολόγηση σημαντικότητας των παρακάτω ειδών τουρισμού.



Εικόνα 3: Αξιολόγηση σημαντικότητας ειδών τουρισμού

Ο θαλάσσιος τουρισμός και η κρουαζιέρα κρίθηκαν σημαντικοί από το 41%, αρκετά σημαντικοί από το 25%, λίγο σημαντικοί από το 17%, και πάρα πολύ σημαντικός από το 7%, καθώς επίσης και καθόλου σημαντικός από το ίδιο ποσοστό του δείγματος.

Ο μαθητικός τουρισμός στον οποίο εστιάζουμε, από το 43% κρίθηκε αρκετά σημαντικός, από το 23% πάρα πολύ σημαντικός, από το 17% σημαντικός, ενώ κρίθηκε λίγο σημαντικός και καθόλου σημαντικός αντίστοιχα από το υπόλοιπο 14%.

Το 35% έκρινε τον τουρισμό τρίτης ηλικίας αρκετά σημαντικό, το 27% σημαντικό, το 15% πάρα πολύ σημαντικό και το υπόλοιπο 20% λίγο σημαντικό έως και καθόλου σημαντικό.

Ο κοινωνικός τουρισμός κρίθηκε από το 43% των συνολικών ερωτηθέντων του δείγματος σημαντικός, από το 31% αρκετά σημαντικός, από το 13% λίγο σημαντικός από το 9% πάρα πολύ σημαντικός, ενώ μόλις μόνο 1% έκρινε πως δεν ήταν καθόλου σημαντικός.

Ο συνεδριακός τουρισμός χαρακτηρίστηκε σημαντικός από το 33%, λίγο σημαντικός από το 27%, πάρα πολύ σημαντικός από το 19%, αρκετά σημαντικός από το 11% και καθόλου σημαντικός από μόλις το 7% του δείγματος της έρευνας.

Αναφορικά με τον αθλητικό τουρισμό, μόνο το 35% τον χαρακτήρισε ως σημαντικό, το 25% αρκετά σημαντικό, το 15% πάρα πολύ σημαντικό, ενώ το υπόλοιπο 22% λίγο σημαντικό έως και καθόλου.

Επίσης, ο θρησκευτικός τουρισμός χαρακτηρίστηκε σημαντικός από το 35% αρκετά σημαντικός από το 21%, πάρα πολύ σημαντικός από το 3% και λίγο έως καθόλου σημαντικός από το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος (38%).

Ο πολιτιστικός τουρισμός χαρακτηρίστηκε αρκετά σημαντικός από το 37% του δείγματος, σημαντικό και λίγο σημαντικός από το 48% πάρα πολύ σημαντικός από το 8% και καθόλου σημαντικός από το 6%.

Ο οινoturισμός/γαστρονομικός τουρισμός χαρακτηρίζεται ως σημαντικός από το 33% του δείγματος, αρκετά σημαντικός από το 23%, λίγο σημαντικός από το 19%, καθόλου σημαντικός από το 13%, και τέλος, πάρα πολύ σημαντικός από το 9%.

Ο αγροτουρισμός αξιολογείται από το 37% ως αρκετά σημαντικός, από το 25% λίγο σημαντικός, από το 17% πάρα πολύ σημαντικός, από το 11% Και καθόλου σημαντικό από το 8%.

Τέλος ο ιαματικός ιατρικός τουρισμός χαρακτηρίζεται σημαντικός από το 37%, λίγο σημαντικός από το 29%, καθόλου σημαντικός από το 19%, αρκετά σημαντικός από το 9%, και τέλος πάρα πολύ σημαντικός από το 3%.

Στον παρακάτω πίνακα (βλ. Πίνακα 3), ύστερα από ανάλυση και περεταίρω επεξεργασία των αποτελεσμάτων, βλέπουμε την κατάταξη των ειδών τουρισμού που εξετάσαμε στην παρούσα έρευνα. Παρατηρούμε πως τα πιο δημοφιλή είδη τουρισμού είναι ο μαζικός τουρισμός, ο μαθητικός εκπαιδευτικός τουρισμός, ο τουρισμός τρίτης ηλικίας, ο κοινωνικός τουρισμός και ο αγροτουρισμός-οικοτουρισμός που σχετίζεται με το περιβάλλον. Τα επόμενα στην κατάταξη αυτή των ειδών τουρισμού που ακολουθούν, είναι ο αθλητικός τουρισμός, ο πολιτιστικός, ο συνεδριακός τουρισμός και τέλος ακολουθούν η κρουαζιέρα-θαλάσσιος τουρισμός, ο οινoturισμός-γαστρονομικός τουρισμός, ο θρησκευτικός και ο ιαματικός-ιατρικός τουρισμός.

Χωρίζοντας το δείγμα μας σύμφωνα με το επάγγελμα καταλήγουμε στο εμπόριο, εστίασης, ξενοδοχεία-επιχειρήσεις φιλοξενίας, τουριστικές μεταφορές και άλλα. Παρατηρούμε πως η παραπάνω κατάταξη διαφοροποιείται αλλά όχι σε πολύ σημαντικό βαθμό. Πιο συγκεκριμένα, το μέρος του δείγματος που ασχολείται με το εμπόριο 13 ερωτηθέντες κατέταξαν τα είδη τουρισμού με τον παρακάτω τρόπο: πρώτος ήταν ο μαζικός τουρισμός ακολουθούμενος από κρουαζιέρα και θαλάσσιο τουρισμό, ο μαθητικός-εκπαιδευτικός τουρισμός ήρθε τρίτος, ακολουθούμενος από τον κοινωνικό και τουρισμό τρίτης ηλικίας, ενώ ο αγροτουρισμός ήρθε στην έκτη θέση. Ο συνεδριακός και ο οινoturισμός-γαστρονομικός τουρισμός βρίσκονται στην έβδομη θέση, ακολουθούμενοι από τον θρησκευτικό και ιαματικό-ιατρικό τουρισμό.

Το μέρος του δείγματος που ασχολείται με την εστίαση, δηλαδή το 22% κατατάσσει τα είδη τουρισμού όπως αναφέρονται παρακάτω. Στην πρώτη θέση έρχεται ο μαθητικός-εκπαιδευτικός τουρισμός, μαζί με τον μαζικό και ακολουθούμενος από τον κοινωνικό τουρισμό, αγροτουρισμό-οικοτουρισμό, τουρισμό τρίτης ηλικίας και θαλάσσιος. Στην πέμπτη θέση της κατάταξης αυτής βρίσκεται ο αθλητικός τουρισμός, στην έκτη ο

συνεδριακός ενώ στην έβδομη και την όγδοη βρίσκεται αντίστοιχα ο θρησκευτικός και ιαματικός-ιατρικός τουρισμός.

Οι ερωτηθέντες που ασχολούνται με επιχειρήσεις φιλοξενίας και ξενοδοχεία κατατάσσουν τα είδη τουρισμού ως εξής: στην πρώτη θέση έρχεται ο μαζικός τουρισμός και ακολουθείται από τον συνεδριακό, στην τρίτη θέση βρίσκεται ο μαθητικός-εκπαιδευτικός τουρισμός μαζί με τον αθλητικό και ακολουθείται από τον τουρισμό τρίτης ηλικίας στην τέταρτη θέση. Στην πέμπτη βρίσκεται ο αγροτουρισμός και στην έκτη ο πολιτιστικός ενώ στη συνέχεια βρίσκεται ο οινοτουρισμός-γαστρονομικός τουρισμός, ο θρησκευτικός, η κρουαζιέρα και θαλάσσιος τουρισμός και στην τελευταία θέση ο ιαματικός-ιατρικός τουρισμός.

Πίνακας 3: Κατάταξη ειδών τουρισμού

	Συνολο δείγματος (N=51)	Εμπόριο (N=13)	Εστίαση (N=11)	Ξενοδοχεία - Επιχειρήσεις φιλοξενίας (N=12)	Τουριστικές μεταφορές (N=10)	Άλλο (N=5)
Μαζικός τουρισμός	1	1	1	1	1	1
Μαθητικός / Εκπαιδευτικός τουρισμός	2	3	1	3	3	2
Τουρισμός 3ης ηλικίας	3	5	4	4	2	4
Κοινωνικός τουρισμός	4	4	2	8	4	3
Αγροτουρισμός/ Οικοτουρισμός (περιβάλλον)	5	6	3	5	5	4
Αθλητικός τουρισμός	6	4	5	3	7	6
Πολιτιστικός τουρισμός	7	6	4	6	6	4
Συνεδριακός τουρισμός	8	7	6	2	9	6
Κρουαζιέρα / Θαλάσσιος τουρισμός	9	2	4	9	9	5
Οινοτουρισμός / Γαστρονομικός τουρισμός	10	7	5	7	9	6
Θρησκευτικός τουρισμός	11	8	7	8	8	8
Ιαματικός / Ιατρικός τουρισμός	12	9	8	10	10	7

Το 19,6% του δείγματος που ασχολείται με τις τουριστικές μεταφορές στην ευρύτερη περιοχή του Ρεθύμνου κατέταξαν τα είδη τουρισμό όπως αναφέρονται παρακάτω: στην

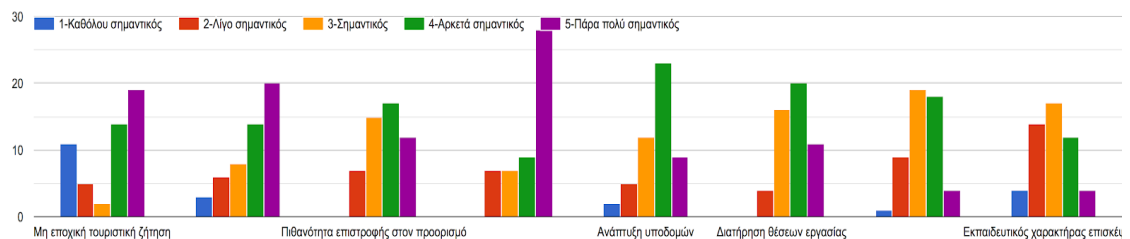
πρώτη θέση βρίσκεται ο μαζικός τουρισμός ενώ στην δεύτερη ο τουρισμός τρίτης ηλικίας. Στην τρίτη θέση βρίσκεται ο μαθητικός-εκπαιδευτικός, ακολουθούμενος από τον κοινωνικό, τον αγροτουρισμό και πολιτιστικό τουρισμό. Την έβδομη θέση καταλαμβάνει ο αθλητικός τουρισμός, την όγδοη ο θρησκευτικός ενώ ο συνεδριακός, η κρουαζιέρα-θαλάσσιος τουρισμός και ο οινοτουρισμός-γαστρονομικός τουρισμός βρίσκονται στην ένατη θέση ακολουθούμενοι από τον ιαματικό-ιατρικό τουρισμό.

Τέλος το 9,8% του δείγματος στην κατηγορία άλλου επαγγέλματος κατατάσσει τα είδη τουρισμό ως εξής: στην πρώτη θέση μαζικός τουρισμός, στην δεύτερη μαθητικός-εκπαιδευτικός, στην τρίτη ο κοινωνικός ενώ στην τέταρτη βρίσκεται ο τουρισμός τρίτης ηλικίας και αγροτουρισμός μαζί με τον πολιτιστικό. Στην πέμπτη θέση βρίσκεται η κρουαζιέρα ενώ στην έκτη ο συνεδριακός και ο οινοτουρισμός-γαστρονομικός τουρισμός. Τέλος, στην έβδομη θέση βρίσκεται ο ιαματικός-ιατρικός, ακολουθούμενος από τον θρησκευτικό.

5.1.2. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ & ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΜΑΘΗΤΙΚΟΎ ΤΟΥΡΙΣΜΟΎ

Σύμφωνα με την αξιολόγηση των πλεονεκτημάτων του μαθητικού τουρισμού (βλ. Εικόνα 4), αρχικά η εποχική τουριστική ζήτηση αξιολογήθηκε πάρα πολύ σημαντική από το 37% του δείγματος, αρκετά σημαντική από το 27% και καθόλου σημαντική από το 21%. Το υπόλοιπο 15% την χαρακτήρισε ως σημαντική και λίγο σημαντική.

Αξιολόγηση πλεονεκτημάτων μαθητικού τουρισμού.



Εικόνα 4: Αξιολόγηση πλεονεκτημάτων μαθητικού τουρισμού

Η κινητικότητα της ευρύτερης περιοχής χαρακτηρίστηκε πάρα πολύ σημαντική από το 39%, αρκετά σημαντική από το 27% και σημαντική έως και καθόλου σημαντική από το 14% αντίστοιχα.

Η πιθανότητα επιστροφής στον προορισμό αξιολογείται αρκετά σημαντική από το 33% του δείγματος, σημαντική από το 29%, πάρα πολύ σημαντική από το 23% και λίγο σημαντική από το υπόλοιπο 13%.

Η ενίσχυση της τοπικής οικονομίας θεωρείται πάρα πολύ σημαντική από την πλειοψηφία του δείγματος (54%), αρκετά σημαντική από το 17% και σημαντική έως και λίγο σημαντική από το υπόλοιπο 29%.

Επιπλέον, η ανάπτυξη υποδομών θεωρείται αρκετά σημαντική από το 45%, πάρα πολύ σημαντική από το 17%, και σημαντική έως καθόλου σημαντική από το υπόλοιπο 37%.

Αναφορικά με την διατήρηση θέσεων εργασίας, 39% των ερωτηθέντων χαρακτήρισαν το πλεονέκτημα αυτό ως σημαντικό, το 31% ως αρκετά σημαντικό, το 22% ως πάρα πολύ σημαντικό, και τέλος λίγο σημαντικό από το 8%.

Η αξιολόγηση της επαφής και γνωριμίας τόπου και της τοπικής παράδοσης εκτιμήθηκε σημαντική από το 37%, αρκετά σημαντική από το 35%, λίγο σημαντική από το 17%, πάρα πολύ σημαντική από το 7% και καθόλου σημαντική από το 2%.

Τέλος ο εκπαιδευτικός χαρακτήρας των επισκέψεων χαρακτηρίστηκε ως σημαντικός από το 33%, λίγο σημαντικός από τα 27%, αρκετά σημαντικός από το 24%, πάρα πολύ σημαντικός από το 7% και καθόλου σημαντικός από το υπόλοιπο 7%.

Στον πίνακα που ακολουθεί (βλ. Πίνακα 4), ύστερα από ανάλυση και περεταίρω επεξεργασία των αποτελεσμάτων, βλέπουμε την κατάταξη των πλεονεκτημάτων του μαθητικού τουρισμού.

Πίνακας 4: Κατάταξη πλεονεκτημάτων μαθητικού τουρισμού ανά επάγγελμα

Κατάταξη πλεονεκτημάτων μαθητικού τουρισμού ανά επάγγελμα						
	Συνολο δείγματος (N=51)	Εμπόριο (N=13)	Εστίαση (N=11)	Ξενοδοχεία - Επιχειρήσεις φιλοξενίας (N=12)	Τουριστικές μεταφορές (N=10)	Άλλο (N=5)
Ενίσχυση τοπικής οικονομίας	1	3	1	1	1	3
Κινητικότητα ευρύτερης περιοχής	2	1	5	2	4	1
Διατήρηση θέσεων εργασίας	3	1	2	4	3	1
Πιθανότητα επιστροφής στον προορισμό	4	3	4	3	2	3
Ανάπτυξη υποδομών	5	2	3	5	2	2
Μη εποχική τουριστική ζήτηση	6	4	6	3	3	4
Επαφή και γνωριμία τόπου και παράδοσης	7	5	4	6	5	5
Εκπαιδευτικός χαρακτήρας επισκέψεων	8	6	7	7	6	6

Για το σύνολο του δείγματος η κατάταξη των πλεονεκτημάτων του μαθητικού τουρισμού ήταν η εξής: το πιο σημαντικό φαίνεται να είναι η ενίσχυση της τοπικής οικονομίας ακολουθούμενο από την κινητικότητα της ευρύτερης περιοχής. Στην τρίτη θέση έρχεται η διατήρηση θέσεων εργασίας, ενώ στην τέταρτη η πιθανότητα επιστροφής στον προορισμό. Εν συνεχεία βλέπουμε την ανάπτυξη υποδομών και μη εποχική τουριστική ζήτηση ενώ η επαφή και γνωριμία τόπου και παράδοσης και ο

εκπαιδευτικός χαρακτήρας των επισκέψεων βρίσκεται στην έβδομη και όγδοη θέση αντίστοιχα.

Όταν το δείγμα αναλύεται ανά επάγγελμα, οι ερωτηθέντες που ασχολούνται με το εμπόριο θεωρούν ως πιο σημαντικά πλεονεκτήματα την κινητικότητα της ευρύτερης περιοχής και την διατήρηση θέσεων εργασίας. Ακολουθεί η ανάπτυξη υποδομών στην δεύτερη θέση και η ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και πιθανότητα επιστροφής στον προορισμό στην τρίτη θέση. Η μη εποχική τουριστική ζήτηση, έρχεται στην τέταρτη θέση ακολουθούμενο από την επαφή και γνωριμία τόπου και παράδοσης και τέλος ως λιγότερο σημαντικό, βρίσκεται ο εκπαιδευτικός χαρακτήρας επισκέψεων.

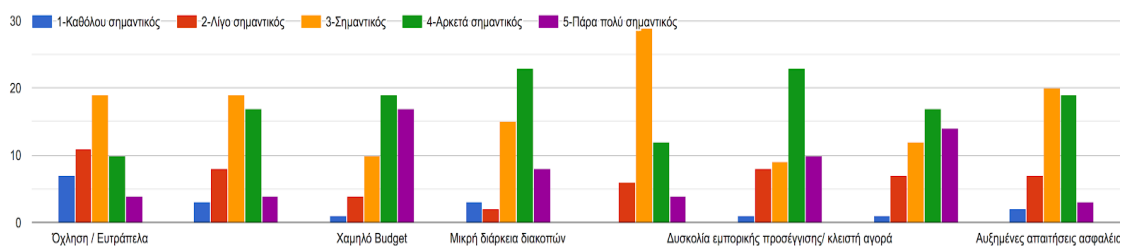
Το μέρος του δείγματος που ασχολείται με την εστίαση, αξιολόγησε ως πολύ σημαντικό την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας, την διατήρηση θέσεων εργασίας, την ανάπτυξη υποδομών και στην τέταρτη θέση την πιθανότητα επιστροφής τον προορισμό και την επαφή και γνωριμία τόπου και παράδοσης. Λιγότερο σημαντικά φαίνονται να είναι: η κινητικότητα ευρύτερης περιοχής, η μη εποχική τουριστική ζήτηση και ο εκπαιδευτικός χαρακτήρας των επισκέψεων.

Αναφορικά με το δείγμα που ασχολείται με τις επιχειρήσεις φιλοξενίας και τα ξενοδοχεία, η ενίσχυση της τοπικής οικονομίας, η κινητικότητα, η πιθανότητα επιστροφής στον προορισμό, η μη εποχική τουριστική ζήτηση και η διατήρηση θέσεων εργασίας, φαίνεται να είναι τα πιο σημαντικά πλεονεκτήματα του μαθητικού τουρισμού. Αντίθετα, λιγότερο σημαντικά φαίνεται να είναι η ανάπτυξη υποδομών, η επαφή και γνωριμία τόπου και παράδοσης και τέλος ο εκπαιδευτικός χαρακτήρας των επισκέψεων.

Οι απασχολούμενοι με τις τουριστικές μεταφορές, αξιολόγησαν τα πλεονεκτήματα του μαθητικού τουρισμού ως εξής: την πρώτη θέση καταλαμβάνει η ενίσχυση της τοπικής οικονομίας, ενώ στην δεύτερη θέση βρίσκεται η πιθανότητα επιστροφής στον προορισμό και η ανάπτυξη υποδομών. Στην τρίτη θέση η μη εποχική τουριστική ζήτηση και στην τέταρτη η κινητικότητα της ευρύτερης περιοχής. Για το μέρος του δείγματος αυτού, λιγότερο σημαντική φαίνεται να είναι η επαφή και γνωριμία του τόπου και παράδοσης καθώς και ο εκπαιδευτικός χαρακτήρας των επισκέψεων.

Τέλος στα μη προσδιορισμένα επαγγέλματα που σχετίζονται με τον τουρισμό, τα πλεονεκτήματα του μαθητικού τουρισμού είναι τα εξής: πιο σημαντικά φαίνεται να είναι η κινητικότητα της ευρύτερης περιοχής και η διατήρηση θέσεων εργασίας, ακολουθούμενο από την ανάπτυξη υποδομών και ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και πιθανότητα επιστροφής στον προορισμό. Ωστόσο, λιγότερο σημαντικό φαίνεται να είναι η μη εποχική τουριστική ζήτηση, η επαφή και γνωριμία τόπου και παράδοσης και τέλος, ο εκπαιδευτικός χαρακτήρας των επισκέψεων.

Αξιολόγηση μειονεκτημάτων μαθητικού τουρισμού.



Εικόνα 5: Αξιολόγηση μειονεκτημάτων μαθητικού τουρισμού

Αντίθετα τα μειονεκτήματα του μαθητικού τουρισμού (βλ. Εικόνα 5) με πρώτο την όχληση αξιολογήθηκε από το 38% σημαντική, το 22% λίγο σημαντική, το 19% αρκετά σημαντική, το 8% πάρα πολύ σημαντική και από το υπόλοιπο 13% καθόλου σημαντική.

Έπειτα, οι βανδαλισμοί των ξενοδοχείων κρίθηκαν σημαντικοί από το 37%, αρκετά σημαντικοί από το 34%, πάρα πολύ σημαντικοί από το 7% και λίγο σημαντικοί έως καθόλου από το υπόλοιπο 22%.

Το χαμηλό budget των μαθητών θεωρήθηκε αρκετά σημαντικό μειονέκτημα από το 38%, πάρα πολύ σημαντικό από το 33% και σημαντικό έως καθόλου σημαντικό από το υπόλοιπο 29%.

Κατόπιν, η μικρή διάρκεια διαμονής των μαθητών χαρακτηρίστηκε αρκετά σημαντική από το 46%, πάρα πολύ σημαντική από το 16%, σημαντική από το 29% και καθόλου σημαντική έως λίγο σημαντική από το 9%.

Ενώ, η κακή δημοσιότητα κρίθηκε σημαντική από το 56%, αρκετά σημαντική από το 24% πάρα πολύ σημαντική από το 8% και λίγο σημαντική από το 12%.

Η κλειστή αγορά που προορίζεται στους μαθητές φαίνεται να είναι αρκετά σημαντική για το 45%, πάρα πολύ σημαντική για το 19% και σημαντική έως καθόλου σημαντική για το 35%.

Στη συνέχεια, αξιολογήθηκε ο ανταγωνισμός με τους προορισμούς του εξωτερικού και θεωρήθηκε αρκετά σημαντικός από το 33%, πάρα πολύ σημαντικός από το 28%, σημαντικός από το 23%, λίγο σημαντικός από το 14% και καθόλου σημαντικός από μόνο 2%.

Οι αυξημένες απαιτήσεις ασφαλείας για τους μαθητές χαρακτηρίζεται σημαντική για το 39%, αρκετά σημαντική για το 37%, λίγο σημαντική για το 14%, καθόλου σημαντική για το 4% και πάρα πολύ σημαντική για το 6%.

Τέλος, στον Πίνακα 5, ύστερα από ανάλυση και περαιτέρω επεξεργασία των αποτελεσμάτων, βλέπουμε την κατάταξη των μειονεκτημάτων του μαθητικού τουρισμού από τους εμπλεκόμενους με τον τουρισμό στο Ρέθυμνο.

Αναφορικά με τα μειονεκτήματα του μαθητικού τουρισμού για το σύνολο του δείγματος, παρατηρούμε πως το χαμηλό budget, οι ανταγωνιστικοί προορισμοί του εξωτερικού, η δυσκολία εμπορικής προσέγγισης (κλειστή αγορά) και η μικρή διάρκεια διακοπών, φαίνεται να είναι από τα πιο σημαντικά. Ωστόσο, λιγότερο σημαντικά μειονεκτήματα που σχετίζονται με το μαθητικό τουρισμό, φαίνονται να είναι η κακή δημοσιότητα για τον προορισμό, οι αυξημένες απαιτήσεις ασφαλείας, οι βανδαλισμοί ξενοδοχείων ή άλλων δημόσιων χώρων και τέλος η όχληση.

Αναλύοντας το δείγμα ανά επάγγελμα, παρατηρούμε ότι για τους ερωτηθέντες που ασχολούνται με το εμπόριο, το χαμηλό budget και η δυσκολία εμπορικής προσέγγισης φαίνεται να είναι τα πιο σημαντικά, ενώ η ανταγωνιστικοί προορισμοί εξωτερικού, η μικρή διάρκεια διακοπών και η κακή δημοσιότητα που μοιράζονται την ίδια θέση με τους βανδαλισμούς ξενοδοχείων δείχνουν να τους επηρεάζουν σε λιγότερο βαθμό. Τέλος, οι αυξημένες απαιτήσεις ασφαλείας και η όχληση δείχνουν να είναι τα λιγότερο σημαντικά μειονεκτήματα του συγκεκριμένου είδους τουρισμού.

Για το μέρος του δείγματος που ασχολείται με την εστίαση, το χαμηλό budget, η δυσκολία εμπορικής προσέγγισης, οι ανταγωνιστικοί προορισμοί εξωτερικού, η μικρή διάρκεια διακοπών και η κακή δημοσιότητα για τον προορισμό, φαίνεται να είναι επίσης τα κύρια μειονεκτήματα του μαθητικού τουρισμού ενώ λιγότερο σημαντικά φαίνεται να είναι οι αυξημένες απαιτήσεις ασφαλείας, η όχληση και οι βανδαλισμοί.

Πίνακας 5: Κατάταξη μειονεκτημάτων μαθητικού τουρισμού ανά επάγγελμα

Κατάταξη μειονεκτημάτων μαθητικού τουρισμού ανά επάγγελμα						
	Συνολο δείγματος (N=51)	Εμπόριο (N=13)	Εστίαση (N=11)	Ξενοδοχεία - Επιχειρήσεις φιλοξενίας (N=12)	Τουριστικές μεταφορές (N=10)	Άλλο (N=5)
Χαμηλό Budget	1	1	1	1	3	1
Ανταγωνιστικοί προορισμοί του εξωτερικού	2	2	3	4	1	1
Δυσκολία εμπορικής προσέγγισης/ κλειστή αγορά	3	1	2	6	2	2
Μικρή διάρκεια διακοπών	4	3	3	3	5	2
Κακή δημοσιότητα για τον προορισμό	5	4	3	7	4	3
Αυξημένες απαιτήσεις ασφαλείας	5	5	4	5	2	3
Βανδαλισμοί ξενοδοχείων/ δημόσιων χώρων	6	4	6	2	6	4
Όχληση / Ευτράπελα	7	6	5	6	7	5

Για εκείνους που ασχολούνται με επιχειρήσεις φιλοξενίας και ξενοδοχεία, η κατάταξη είναι λίγο διαφορετική. Το πιο σημαντικό μειονέκτημα του μαθητικού τουρισμού φαίνεται να είναι το χαμηλό budget και δεύτερο οι βανδαλισμοί ξενοδοχείου και δημόσιων χώρων. Στην τρίτη θέση της κατάταξης, βρίσκεται η μικρή διάρκεια των διακοπών, στην τέταρτη οι ανταγωνιστικοί προορισμοί του εξωτερικού, ενώ στην πέμπτη οι αυξημένες απαιτήσεις ασφαλείας. Τα μειονεκτήματα του μαθητικού τουρισμού που μοιράζονται την έκτη θέση, είναι η δυσκολία εμπορικής προσέγγισης λόγω της κλειστής αγοράς και η όχληση, ενώ στην τελευταία θέση βρίσκεται η κακή δημοσιότητα για τον προορισμό.

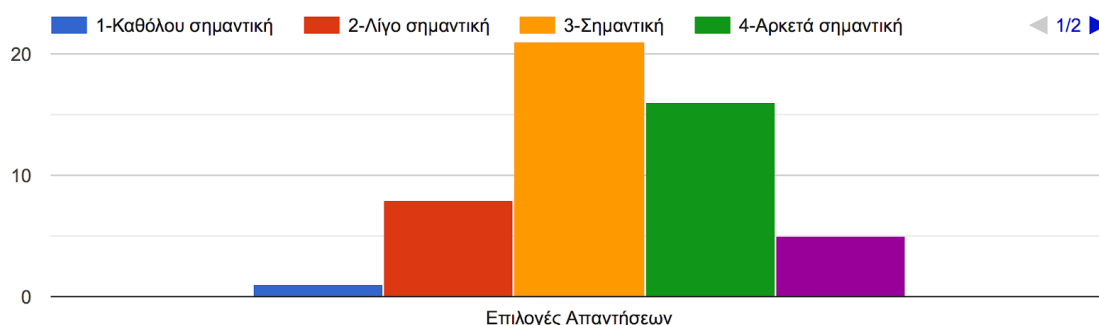
Οι απασχολούμενοι με τις τουριστικές μεταφορές, θεωρούν ως το πιο σημαντικό μειονέκτημα του μαθητικού τουρισμού τους ανταγωνιστικούς προορισμούς του εξωτερικού, την δυσκολία εμπορικής προσέγγισης και τις αυξημένες απαιτήσεις ασφαλείας. Το χαμηλό budget, η κακή δημοσιότητα για τον προορισμό και η μικρή διάρκεια διακοπών, δείχνουν να είναι εξίσου σημαντικά. Τέλος οι βανδαλισμοί ξενοδοχείων και άλλων δημόσιων χώρων, καθώς και η όχληση, κατατάσσονται ως τα λιγότερο σημαντικά μειονεκτήματα.

Τέλος, για τους λοιπούς ερωτηθέντες που ασχολούνται με τον τουρισμό, το χαμηλό budget και οι ανταγωνιστικοί προορισμοί του εξωτερικού, είναι από τα πιο σημαντικά μειονεκτήματα, ενώ στην δεύτερη θέση βρίσκεται η δυσκολία εμπορικής προσέγγισης και η μικρή διάρκεια διακοπών. Ισόβαθα επίσης, στην τρίτη θέση, βρίσκεται η κακή δημοσιότητα για τον προορισμό και οι αυξημένες απαιτήσεις ασφαλείας, ενώ στην

τέταρτη και πέμπτη θέση βρίσκονται οι βανδαλισμοί ξενοδοχείων ή δημόσιων χώρων και η όχληση αντίστοιχα.

5.1.3. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΑΎΞΗΣΗΣ ΜΑΘΗΤΙΚΟΎ ΤΟΥΡΙΣΜΟΎ

Πως θα αξιολογούσατε εντέλει μια ενδεχόμενη αύξηση του μαθητικού τουρισμού στο Ρέθυμνο;



Εικόνα 6: Αξιολόγηση ενδεχόμενης αύξησης μαθητικού τουρισμού

Αναφορικά με την αξιολόγηση μιας ενδεχόμενης αύξησης του μαθητικού τουρισμού στην περιοχή του Ρεθύμνου, οι ερωτηθέντες την θεώρησαν κυρίως σημαντική με 41%, αρκετά σημαντική με 31%, πάρα πολύ σημαντική με 9% και λίγο έως καθόλου σημαντική από το υπόλοιπο 17%.

Πίνακας 6: Αξιολόγηση ενδεχόμενης αύξησης μαθητικού τουρισμού ανά επάγγελμα

Επάγγελμα	Μέσος όρος
Συνολο δείγματος (N=51)	3,31
Τουριστικές μεταφορές (N=10)	3,80
Ξενοδοχεία - Επιχειρήσεις φιλοξενίας (N=12)	3,58
Εμπόριο (N=13)	3,46
Εστίαση (N=11)	2,64
Άλλο (N=5)	2,8

Σε περαιτέρω ανάλυση της αξιολόγησης ενδεχόμενης αύξησης του μαθητικού τουρισμού στην ευρύτερη περιοχή του Ρεθύμνου (Βλ. Πίνακα 6), ο μέσος όρος του συνόλου του δείγματος είναι 3,31. Όταν γίνεται διαχωρισμός του δείγματος ανά επάγγελμα, ο μέσος όρος παρουσιάζει σημαντικές εναλλαγές. Ο μεγαλύτερος μέσος όρος με 3,8 προέρχεται από τους ερωτηθέντες που ασχολούνται με τις τουριστικές μεταφορές, ενώ με 3,58 μέσο όρο απαντούν οι ερωτηθέντες που απασχολούνται σε επιχειρήσεις φιλοξενίας και ξενοδοχεία. Η αμέσως επόμενη ομάδα ερωτηθέντων που ασχολούνται με το εμπόριο, αξιολογούν την ενδεχόμενη αύξηση με ΜΟ 3,46. Τέλος, οι

επαγγελματίες εστίασης αξιολογούν την ενδεχόμενη αύξηση του μαθητικού τουρισμού με 2,64 ενώ τα λοιπά επαγγέλματα που σχετίζονται με τον τουρισμό με 2,8.

5.2. ΣΥΖΗΤΗΣΗ

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου της παρούσας έρευνας, είναι ασφαλές να υποθέσουμε πως υπάρχουν εναλλαγές ως προς την σημαντικότητα των διαφόρων ειδών τουρισμού. Από την κατάταξη του συνόλου του δείγματος μπορούμε να βγάλουμε κάποια γενικά συμπεράσματα για τα διαθέσιμα είδη τουρισμού. Στην κορυφή, βρίσκεται ο μαζικός τουρισμός και στο σύνολο του δείγματος, αλλά και όταν το δείγμα χωρίζεται ανά επάγγελμα καθώς η οργάνωση του είδους αυτού γίνεται κυρίως από τουριστικούς πράκτορες με διαδικτυακά μέσα και με τους ταξιδιώτες να κάνουν τις επιλογές τους μέσα από μια γκάμα πακέτων διακοπών που ανταποκρίνονται στις ανάγκες τους.

Σε δεύτερη θέση σημαντικότητας για το σύνολο του δείγματος, βρίσκεται ο μαθητικός εκπαιδευτικός τουρισμός, όπου παρατηρείται επίσης υψηλή θέση και μετά την κατηγοριοποίηση ανά επάγγελμα, με υψηλότερες θέσεις στην εστίαση και στα λοιπά επαγγέλματα τουρισμού καθώς η ζήτηση για χώρους για φαγητό (ποτό) διαθέσιμα για μεγάλες ομάδες μαθητών αυξάνεται, όπως και πολλές άλλες ανάγκες. Οι μαθητικές εκδρομές λόγω του εκπαιδευτικού τους χαρακτήρα, κάνουν επίσης χρήση των τουριστικών πόρων και υπηρεσιών, όπως οι μεταφορές σε διάφορα μνημεία και άλλα σημεία ενδιαφέροντος, και το εμπόριο που εστιάζει σε τοπικά προϊόντα και αναμνηστικά.

Ο τουρισμός τρίτης ηλικίας βρίσκεται στην τρίτη θέση για το σύνολο του δείγματος, στην δεύτερη θέση για τους ερωτηθέντες που ασχολούνται με τις τουριστικές μεταφορές, καθώς αυτό το είδος τουρισμού περιλαμβάνει κυρίως εκδρομές σε αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία και άλλα αξιοθέατα, και στην τέταρτη θέση για το μέρος του δείγματος που ασχολείται με την εστίαση, τα ξενοδοχεία, τα λοιπά επαγγέλματα ίσως επειδή ο τουρισμός αυτός προγραμματίζεται σε γενικές γραμμές περιόδους με χαμηλότερη εποχική ζήτηση, το οποίο είναι λογικό, καθώς άτομα μεγαλύτερων ηλικιών αποζητούν χαλάρωση και μέρη δίχως συνωστισμό.

Ο κοινωνικός τουρισμός βρίσκεται σταθερά τόσο στο σύνολο του δείγματος, όσο και για τα επαγγέλματα του εμπορίου και των τουριστικών μεταφορών στην τέταρτη θέση. Ωστόσο, παρατηρείται μεγάλη διαφορά ανάμεσα στην εστίαση όπου κατατάσσεται στη δεύτερη θέση, ίσως επειδή είναι αναγκαίο και επίσης στην περιοχή της Κρήτης ενθαρρύνεται η κατανάλωση φαγητού/ποτού, καθώς αποτελεί ένα μεγάλο μέρος της κουλτούρας του τόπου. Ωστόσο, στις επιχειρήσεις φιλοξενίας ο κοινωνικός τουρισμός βρίσκεται στην όγδοη θέση, γεγονός που μπορεί μόνο να εξηγηθεί από τις περιορισμένες υπηρεσίες που αποζητούν από τα ξενοδοχεία και άλλα καταλύματα οι τουρίστες αυτοί.

Ο αγροτουρισμός που βρίσκεται στην πέμπτη θέση για το σύνολο του δείγματος, φαίνεται να έχει σχεδόν την ίδια σημαντικότητα με πολύ μικρές εναλλαγές αναλόγως το επάγγελμα των ερωτηθέντων όντας σημαντικότερος για εκείνους που ασχολούνται με την εστίαση, γεγονός που συνδέεται και πάλι με την Κρητική κουζίνα και την σημαντικότητά της στην κουλτούρα του τόπου.

Αναφορικά με τον αθλητικό τουρισμό μεγάλη εναλλαγή στην σημαντικότητα φαίνεται να υπάρχει μόνο για τις επιχειρήσεις φιλοξενίας από που αξιολογείται και κατατάσσεται στην τρίτη θέση. Οι ομάδες που αποτελούνται από πολυάριθμα μέλη (αθλητές, προπονητές, διοικητικό ή ιατρικό προσωπικό) περνούν πολύ μεγάλο μέρος της ημέρας τους εντός της ξενοδοχειακής μονάδας, προτιμώντας να συμπεριλαμβάνεται και σίτιση, για να μην ξοδεύουν οι ομάδες αυτές άσκοπο χρόνο και ενέργεια σε μετακινήσεις σε

μακρινότερα μέρη εστίασης, αποσπώντας έτσι την προσοχή των αθλητών από τον σκοπό του ταξιδιού τους.

Άλλες σημαντικές παρατηρήσεις ως προς την σημαντικότητα των ειδών τουρισμού είναι αυτή του συνεδριακού τουρισμού όπου αξιολογείται και κατατάσσεται στην δεύτερη θέση για τα ξενοδοχεία και τις επιχειρήσεις φιλοξενίας, καθώς και σε αυτή την περίπτωση το μεγαλύτερο εάν όχι όλο το μέρος της διαμονής των επισκεπτών είναι εντός της ξενοδοχειακής μονάδας, με το πρωινό, τα σύντομα διαλείμματα για καφέ και τα κύρια γεύματα να πραγματοποιούνται στον ίδιο χώρο. Για όλα τα άλλα επαγγέλματα και για το σύνολο του δείγματος ο συνεδριακός τουρισμός κατατάσσεται αρκετά χαμηλότερα.

Επίσης, στην κρουαζιέρα και στον θαλάσσιο τουρισμό οι ερωτηθέντες που ασχολούνται με το εμπόριο και την εστίαση φαίνεται να αξιολογούν αυτό το είδος υψηλότερα, καθώς οι επιβάτες των κρουαζιερόπλοιων έχουν αρκετά μεγάλα χρονικά περιθώρια για να εξερευνήσουν τον κάθε προορισμό, δίνοντας τους την δυνατότητα να κάνουν της αγορές τους και να δοκιμάσουν την τοπική κουζίνα.

Αναφορικά με τον οιντουρισμό και τον γαστρονομικό τουρισμό, οι απασχολούμενοι στην εστίαση των βαθμολογούν σε μεγαλύτερα επίπεδα από όλα τα άλλα επαγγέλματα, επειδή το είδος αυτού του τουρισμού βασίζεται στις εγκαταστάσεις εστίασης. Αλλά, γενικώς το είδος αυτό δεν είναι τόσο διαδεδομένο στη Κρήτη όπως σε άλλες περιοχές της Ελλάδος (Τύρναβο, Νεμέα, κ.ά.) και του εξωτερικού (Bordeaux-Γαλλία, Napa-ΗΠΑ, Catalonia-Ισπανία, Tuscany-Ιταλία, κ.ά.)

Τέλος, ο θρησκευτικός τουρισμός και ιαματικός-ιατρικός τουρισμός φαίνεται να βρίσκεται χαμηλότερα τόσο στο σύνολο του δείγματος όσο και σε όλα τα υπόλοιπα επαγγέλματα που αναφέρονται, και αυτό ίσως οφείλεται στην ελάχιστη προώθηση του τουρισμού αυτού και η απόσταση και η πρόσβαση από τα μεγάλα αστικά κέντρα.

Γενικώς παρατηρείται πως η σημαντικότητα του κάθε είδους τουρισμού συνδέεται και με το πόσο δημοφιλής είναι, αλλά επηρεάζεται και από το μέγεθος της αγοράς που απευθύνεται.

Αναλύοντας τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του μαθητικού τουρισμού, τα αποτελέσματα που καταγράφηκαν είναι πολύ ενδιαφέροντα. Εστιάζοντας περαιτέρω και κάνοντας την διαφοροποίηση σε ένα επάγγελμα οι εναλλαγές των αποτελεσμάτων μας δίνουν περισσότερες πληροφορίες ως προς την σημαντικότητα για τους διαφορετικούς κλάδους του τουρισμού. Γενικώς παρατηρείται ότι η ενίσχυση της τοπικής οικονομίας βαθμολογείται αρκετά υψηλά καθώς επίσης και η διατήρηση των θέσεων εργασίας και η κινητικότητα της ευρύτερης περιοχής. Αλλά πλεονεκτήματα, όπως η πιθανότητα επιστροφής στον προορισμό που κατατάσσεται στην τέταρτη θέση του συνόλου του δείγματος, αξιολογείται αρκετά σημαντικό για τους ερωτηθέντες των τουριστικών μεταφορών. Η ανάπτυξη υποδομών ενώ για το σύνολο του δείγματος βρίσκεται στην πέμπτη θέση, για τους ερωτηθέντες που ασχολούνται με το εμπόριο, τις τουριστικές μεταφορές και τα λοιπά τουριστικά επαγγέλματα, αξιολογείται και κατατάσσεται στην δεύτερη θέση ενώ για εκείνους που απασχολούνται στην εστίαση βρίσκεται στην τρίτη. Η μη εποχική τουριστική ζήτηση, μπορεί να είναι ένα σχετικά μη σημαντικό πλεονέκτημα του μαθητικού τουρισμού αλλά αξιολογείται υψηλότερα από τις επιχειρήσεις φιλοξενίας και τουριστικών μεταφορών ενώ η επαφή και γνωριμία του τόπου και παράδοσης φαίνεται να είναι πιο σημαντικό για τους ερωτηθέντες που ασχολούνται με την εστίαση. Τέλος, ο εκπαιδευτικός χαρακτήρας των επισκέψεων έχει βαθμολογηθεί τόσο στο σύνολο του δείγματος όσο και από όλα τα άλλα επαγγέλματα ως το λιγότερο σημαντικό πλεονέκτημα του μαθητικού τουρισμού ανά επάγγελμα.

Όσον αφορά τα μειονεκτήματα του μαθητικού τουρισμού όπως φαίνεται στα αποτελέσματα, το budget παίζει πολύ σημαντικό ρόλο και είναι ένα από τα κύρια μειονεκτήματα του συνόλου του δείγματος. Το budget φαίνεται να κατατάσσεται στην

μεσαία θέση σημαντικότητας από εκείνους που ασχολούνται με τις τουριστικές μεταφορές. Επίσης, οι ανταγωνιστικοί προορισμοί του εξωτερικού αξιολογούνται ως σημαντικό μειονέκτημα ωστόσο, παρατηρείται ότι για τις επιχειρήσεις φιλοξενίας αυτό δεν φαίνεται να είναι από τα σημαντικότερα. Η κλειστή αγορά του μαθητικού τουρισμού βάζει φραγμούς σε αρκετούς τομείς του τουρισμού και σημαντικότερα στο εμπόριο, στην εστίαση και στις τουριστικές μεταφορές, καθώς τα πακέτα που προορίζονται για το μαθητικό τουρισμό είναι πολύ συγκεκριμένα. Το συγκεκριμένο μειονέκτημα όμως αξιολογείται έως καθόλου σημαντικό από την πλειοψηφία των ερωτηθέντων που ασχολούνται με τις επιχειρήσεις φιλοξενίας. Άλλα άξια αναφοράς σημεία σχετικά με την κατάταξη μειονεκτημάτων του μαθητικού τουρισμού είναι κακή δημοσιότητα για τον προορισμό, η οποία αξιολογείται ως καθόλου σημαντική για τις επιχειρήσεις φιλοξενίας. Εν συνεχεία, οι αυξημένες απαιτήσεις ασφαλείας φαίνεται να είναι ένα σημαντικό μειονέκτημα για τις τουριστικές μεταφορές καθώς είναι γνωστό πως στην ευρύτερη περιοχή της Κρήτης υπάρχουν πολλά οδικά ατυχήματα. Ένα άλλο μειονέκτημα που ενώ για το σύνολο του δείγματος και τα περισσότερα επαγγέλματα αξιολογείται ως λιγότερο σημαντικό, ενώ για τα ξενοδοχεία και τις επιχειρήσεις φιλοξενίας είναι το δεύτερο σημαντικότερο, είναι οι βανδαλισμοί ξενοδοχείων και άλλων δημόσιων χώρων. Τέλος, αναφορικά με την όχληση αυτό το μειονέκτημα κατατάσσεται αρκετά χαμηλά στη λίστα μειονεκτημάτων του μαθητικού τουρισμού και αυτό ίσως ευθύνεται λόγω των μικρότερων σε αριθμό ομάδων με οικονομική δυνατότητα να παρευρεθούν και να συμμετάσχουν στις συγκεκριμένες πολυήμερες εκδρομές.

Τέλος, στην ερώτηση πως θα αξιολογούσατε εν τέλει μία ενδεχόμενη αύξηση του μαθητικού τουρισμού στο Ρέθυμνο παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία των απαντήσεων κυμαίνεται από το τρία (3) σημαντική μέχρι το τέσσερα (4) αρκετά σημαντική με μέσο όρο 3,31. Για τους ερωτηθέντες που ασχολούνται με τις τουριστικές μεταφορές, με τις επιχειρήσεις φιλοξενίας και με το εμπόριο, το ποσοστό αυτό υπερβαίνει το μέσο όρο καθώς αυτοί είναι οι τομείς της τουριστικής οικονομίας που επηρεάζονται περισσότερο από τον μαθητικό τουρισμό. Ενώ η εστίαση και τα λοιπά επαγγέλματα που σχετίζονται με τον τουρισμό, βαθμολογούνται με χαμηλότερο μέσο όρο ως προς την σημαντικότητά, λόγω της ετήσιας ζήτησής τους και από την τοπική αγορά.

Συνεπώς, με τα αποτελέσματα που περιγράφονται και αναλύονται παραπάνω, και οι δύο υποθέσεις που αναπτύχθηκαν στο Κεφάλαιο 2,

Υπόθεση 1: Υπάρχουν σημαντικές εναλλαγές ως προς την σημαντικότητα των διαφορών ειδών τουρισμού.

Υπόθεση 2: Υπάρχουν σημαντικές εναλλαγές ως προς την σημαντικότητα των πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων του μαθητικού τουρισμού στο Ρέθυμνο.

υποστηρίζονται από τα επιτευχθέντα αποτελέσματα.

Επίσης, όπως αναφέρεται και παρουσιάζεται παραπάνω, οι εναλλαγές αυτές φαίνονται να διαφοροποιούνται και ανά επαγγελματικό τομέα των ερωτηθέντων του δείγματος.

Συνδυάζοντας την θεωρία του τουρισμού και της εκπαίδευσης, καθώς επίσης και θεωρίες που σχετίζονται με την διαδικασία λήψης αποφάσεων και επιλογής προορισμού, μπορεί να γίνει ένας σοβαρός και ουσιώδης σχεδιασμός της προώθησης του Ρεθύμνου ως ενός ελκυστικού προορισμού για τις εκπαιδευτικές εκδρομές, πολυήμερες ή μη, των μαθητών της πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Επίσης οι παράγοντες που επηρεάζουν την λήψη αποφάσεων και επιλογή προορισμού εκπαιδευτικών εκδρομών είναι γνωστή μέσω της σχετικής βιβλιογραφίας μπορούν να

χρησιμεύσουν συνδυαστικά με τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του μαθητικού τουρισμού που αναγνωρίζονται από τους εμπλεκόμενους στην παρούσα έρευνα, για την δημιουργία νέων εκπαιδευτικών τουριστικών μοντέλων που θα είναι προς όφελος των μαθητών και του ευρύτερου τουρισμού στην περιοχή.

Τέλος, η αναγνώριση σημαντικότητας των διαφόρων ειδών τουρισμού μπορεί να χρησιμεύσει ως γνώμονας προωθητικών ενεργειών, ώστε τα είδη που βαθμολογήθηκαν χαμηλότερα να προωθηθούν με καλύτερο τρόπο προς όφελος και πάλι των επισκεπτών και των εμπλεκομένων με τον τουρισμό στην περιοχή του Ρεθύμνου, Κρήτης. Για παράδειγμα, μπορεί να γίνει προώθηση της ευρύτερης περιοχής της Κρήτης, καθώς, συνδυάζει την παράδοση με το μοντερνισμό τη θάλασσα με το βουνό, ενώ παράλληλα προσφέρει δραστηριότητες εκπαιδευτικού και μη χαρακτήρα. Το μέγεθος του νησιού δίνει επίσης τη δυνατότητα στους επισκέπτες να επισκεφτούν πολλά μέρη και σημεία ενδιαφέροντος και να γνωρίσουν τον διαφορετικό από άλλα μέρη της Ελλάδος πολιτισμό και κουλτούρα. Προώθηση μπορεί να γίνει επίσης και στα τοπικά προϊόντα και άλλων πτυχών της κριτικής φιλοξενίας. Πιο συγκεκριμένα στην περιοχή του Ρεθύμνου υπάρχει μια πληθώρα δραστηριοτήτων και σημείο αναφοράς ιστορική σημασίας που μπορούν να συμπεριληφθούν στον τουριστικό σχεδιασμό της προώθησης του τόπου αυτού, όπως η παλιά πόλη, το τζάμι και τα διάφορα μουσεία και τοπία που δύσκολα βρίσκει κανείς σε άλλα μέρη συνδυαστικά με το μεσογειακό ήπιο κλίμα και πλούσιο φυσικό περιβάλλον.

6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο «Μαθητικός Τουρισμός» είναι ένα είδος τουρισμού που δεν έχει αξιοποιηθεί σε μεγάλο βαθμό συγκριτικά με άλλους που παρουσιάζουν ιδιαίτερη ανάπτυξη στη χώρα μας. Σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας είχε δύο κύριους σκοπούς. Ο πρώτος ήταν η κατάταξη του συγκεκριμένου είδους τουρισμού συγκριτικά με τα υπόλοιπα διαθέσιμα είδη, και δεύτερον, την αναγνώριση των πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων του συγκεκριμένου είδους τουρισμού από τους επαγγελματίες τουρισμού στο Ρεθύμνο.

Τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την έρευνα αυτή, μας οδήγησαν σε ορισμένα συμπεράσματα αναφορικά με τον «Μαθητικό Τουρισμό», όπως η σημαντικότητα του από τους εμπλεκόμενους με τον τουρισμό, καθώς βαθμολογήθηκε και κατατάχθηκε στην 2^η θέση στα είδη τουρισμού, με μόνο 14% να μην τον θεωρεί σημαντικό. Εν συνέχεια, αποτελέσματα τα αποτελέσματα σχετικά με την αναγνώριση των κυρίων πλεονεκτημάτων του μαθητικού τουρισμού που είναι η ενίσχυση της τοπικής οικονομίας, η διατήρηση των θέσεων εργασίας και η κινητικότητα της ευρύτερης περιοχής, και των μειονεκτημάτων όπως το budget, οι ανταγωνιστικοί προορισμοί του εξωτερικού και η κλειστή αγορά του μαθητικού τουρισμού η οποία βάζει φραγμούς σε αρκετούς τομείς του τουρισμού και σημαντικότερα στο εμπόριο, στην εστίαση και στις τουριστικές μεταφορές, καθώς τα πακέτα που προορίζονται για το μαθητικό τουρισμό είναι πολύ συγκεκριμένα, δίνουν πληροφορίες και μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως κατευθυντήριες γραμμές για τις μελλοντικές αποφάσεις, επιχειρηματικές ενέργειες και δράσεις των εμπλεκόμενων με το τουρισμό, με σκοπό την προώθηση της ευρύτερης περιοχής του Ρεθύμνου ως έναν ελκυστικό προορισμό εκπαιδευτικών εκδρομών.

Στις μέρες μας με την ευκολία των μεταφορών, το μέγεθος της αγοράς αυτής έχει ήδη, και έχει την δυνατότητα να αυξηθεί περεταίρω. Έτσι, πρέπει να πραγματοποιηθούν ενέργειες από την τοπική κοινωνία, τους αρμόδιους τουριστικούς φορείς, καθώς και τους επιχειρηματίες για την προβολή και προώθηση των διαθέσιμων δραστηριοτήτων.

Μέσω της αναγνώρισης των κυρίων πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων του μαθητικού τουρισμού από τους άμεσα εμπλεκόμενους με τον τουρισμό του Ρεθύμνου, σε συνδυασμό με τους γνωστούς παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή προορισμού μαθητικών εκδρομών, όπως η απόσταση, τα διαθέσιμα ενημερωτικά στοιχεία, το κόστος, η εκπαιδευτική φύση του προορισμού, οι διαθέσιμες δραστηριότητες και η ασφάλεια των μαθητών (Bansal & Eiselt, 2004), μπορούν να σχεδιαστούν πλάνα και να διαμορφωθούν μαθητικά τουριστικά πακέτα που να είναι προς όφελος των μαθητών, των σχολείων, των γονέων/κηδεμόνων, και συνεπώς των εμπλεκόμενων με τον τουρισμό στην περιοχή του Ρεθύμνου.

6.1. ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΣΤΗΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Η παρούσα έρευνα συμβάλλει στη γενικότερη βιβλιογραφία του τουρισμού που σχετίζεται με την Ελλάδα και την Κρήτη, καθώς και στη βιβλιογραφία του μαθητικού τουρισμού, εφόσον αυτό το είδος συγκρίνεται και αναλύεται σε συνδυασμό με τα υπόλοιπα που παρουσιάζονται στη χώρα μας.

6.2. ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Η εργασία αυτή μπορεί να συμβάλλει στον τουρισμό στην ευρύτερη περιοχή της Κρήτης και σε επαγγελματικό επίπεδο, καθώς μέσα από τις απαντήσεις, τα συμπεράσματα και τις προτάσεις που αναφέρονται, ο μαθητικός τουρισμός μπορεί να βελτιωθεί σε μεγάλο βαθμό και να αποτελέσει σημαντική πηγή εσόδων για το νησί τους μήνες όπου η ζήτηση δεν είναι αυξημένη (off-season), καθώς επίσης και να προωθήσει αξιοθέατα, μνημεία και άλλα σημεία ενδιαφέροντος μέσω των «τουριστών του μέλλοντος».

Η παρούσα έρευνα εστιάζει στη συγκεκριμένη περιοχή και κάνει την σύνδεση μεταξύ του συγκεκριμένου προορισμού και των αναγκών του μαθητικού τουρισμού. Τα πορίσματα και οι προτάσεις μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τις αρμόδιες υπηρεσίες αναφορικά με τις πιθανές βελτιώσεις και λήψη εναλλακτικών αποφάσεων που σχετίζονται με την προσέλκυση μαθητικών τουριστικών εισροών.

6.3. ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ & ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΕΡΕΥΝΑ

Παρά την συνεισφορά στη θεωρία της παρούσας μελέτης, υπάρχουν και αρκετοί περιορισμοί. Αρχικά, λόγω περιορισμένων πόρων (χρονικών και πηγών πρωτογενών δεδομένων), το δείγμα περιορίζεται σε μόνο 51 ερωτηθέντες, το οποίο περιορίζει σημαντικά την γενικευσιμότητα των αποτελεσμάτων (Thorhill, 2011).

Περαιτέρω ερευνητικές προτάσεις για μελέτη σχετικά με τον μαθητικό τουρισμό στην Κρήτη, θα μπορούσαν να πραγματοποιηθούν χρησιμοποιώντας μεγαλύτερο δείγμα από την ίδια περιοχή, η και να γινόταν επέκταση και σε άλλους νομούς της Κρήτης (ή άλλες περιοχές της Ελλάδος), έτσι ώστε να γίνει σύγκριση των αποτελεσμάτων και να εμβαθύνουμε την έρευνα περί μαθητικού τουρισμού.

ΑΝΑΦΟΡΕΣ

1. Abubakar, A.M., Shneikat, B.H.T. and Oday, A., 2014. Motivational factors for educational tourism: A case study in Northern Cyprus. *Tourism Management Perspectives*, 11, pp.58-62. <<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211973614000191>>
2. Almeida-Santana, A., & Moreno-Gil, S. (2018). Understanding tourism loyalty: Horizontal vs. destination loyalty. *Tourism Management*, 65, 245-255.
3. Awaritefe, O., 2004. Motivation and other considerations in tourist destination choice: A case study of Nigeria. *Tourism geographies*, 6(3), pp.303-330. <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461668042000249638>>
4. Bansal, H. and Eiselt, H.A., 2004. Exploratory research of tourist motivations and planning. *Tourism management*, 25(3), pp.387-396.
5. Carr, N. (ed) 2011, *Children's and Families' Holiday Experiences*, Routledge, London and New York, pp. 201.
6. Cohen, L., Manion, L. and Morrison, K., 2011. Planning educational research. *Research methods in education*. New York: Routledge Editors.
7. Cooper, C. and Latham, J. 1989, 'Market Profile: Educational Visits to Tourist Attractions', *Insights*, , pp. B6-1-B6-10.
8. Dale, N., 2013. *Destination choice by school excursion groups in Australia: Understanding the factors that influence preference*. University of Canberra. <[http://www.academia.edu/download/31565550/Naomi Dale PhD Thesis final bo und copy.pdf](http://www.academia.edu/download/31565550/Naomi_Dale_PhD_Thesis_final_bo und_copy.pdf)>
9. Donaldson, R. and Gatsinzi, J., 2005. Foreign students as tourists: Educational tourism, a market segment with potential. *Africa insight*, 35(3), pp.19-24. <<https://journals.co.za/content/afrins/35/3/EJC17438>>
10. ELSTAT (2019). Έρευνες Δευτεροβαθμιας Γενικής Εκπαίδευσης (Γυμνασία Και Λυκεία) Λήξης Σχολικού Έτους 2017/2018. Retrieved from: https://www.statistics.gr/el/statistics?p_p_id=documents_WAR_publicationsportlet_INSTANCE_qDQ8fBKKo4IN&p_p_lifecycle=2&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_cacheability=cacheLevelPage&p_p_col_id=column-2&p_p_col_count=4&p_p_col_pos=1&documents_WAR_publicationsportlet_INSTANCE_qDQ8fBKKo4IN javax.faces.resource=document&documents_WAR_publicationsportlet_INSTANCE_qDQ8fBKKo4IN ln=downloadResources&documents_WAR_publicationsportlet_INSTANCE_qDQ8fBKKo4IN documentID=398772&documents_WAR_publicationsportlet_INSTANCE_qDQ8fBKKo4IN locale=el
11. Enterprise Greece. (2019). Tourism sector: a central pillar of the Greek economy. Retrieved from: <https://www.enterprisegreece.gov.gr/files/pdf/roadshow2019/5-Tourism-Teaser.pdf>
12. Huang, R., 2008. «Mapping Educational Tourists» Experience in the UK: understanding international students', *Third World Quarterly*.
13. INSETE (2019). Η Μέση κατά Κεφαλήν Δαπάνη των εισερχόμενων τουριστών στην Ελλάδα, 2005 – 2018, εξέλιξη και σύγκριση με Ισπανία. Retrieved

from:http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/01/2019/2019_Average_Spend_MKD_2005-2018.pdf

14. INSETE. (2018). Ανάλυση εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα ανά Περιφέρεια και ανά αγορά, 2017. Retrieved from:https://sete.gr/media/10886/2018_balance_of_travel_services_by_region_2017.pdf
15. Jacobsen, J.K.S. and Munar, A.M., 2012. Tourist information search and destination choice in a digital age. *Tourism management perspectives*, 1, pp.39-47. <<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211973611000080>>
16. Kazachinskiy, V.P., Stepanovskaya, G.V., Khasheva, Z.M., Lazovskaya, S.V. and Nikitina, I.A., 2016. Tourism destinations as the basis for the development of educational tourism in Kuban. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 6(NVSPCL), p.2612.<http://www.tojdac.org/tojdac/VOLUME6-NOVSPCL_files/tojdac_v060NVSE166.pdf>
17. Larsen, S. and Jenssen, D. 2004, 'The School Trip: Travelling with, not to or from', *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, vol. 4, no. 1, pp. 43-57.
18. MarketWatch. (2019). Online Travel Market (13.16% CAGR) 2017-2023: Global Business Growth, Size and Forecast. Retrieved from: <https://www.marketwatch.com/press-release/online-travel-market-1316-cagr-2017-2023-global-business-growth-size-and-forecast-2019-11-06>
19. Pitman, T., Broomhall, S., McEwan, J. and Majocha, E., 2010. Adult learning in educational tourism. *Australian Journal of Adult Learning*, 50(2), pp.219-238. <<https://eric.ed.gov/?id=EJ952229>>
20. Quezada, R.L., 2004. Beyond educational tourism: Lessons learned while student teaching abroad. *International Education Journal*, 5(4), pp.458-465. <<https://eric.ed.gov/?id=EJ903870>>
21. Ritchie, B.W., Carr, N. and Cooper, C.P., 2003. Managing educational tourism (Vol. 10). Channel View Publications. <https://books.google.gr/books?hl=en&lr=lang_en&id=ptdXNo2i3D0C&oi=fnd&pg=PR7&dq=educational+tourism&ots=HfCqXAzWJ0&sig=xINIEu_VzUq4cbfZYYqufF_Mu8g&redir_esc=y#v=onepage&q=educational%20tourism&f=false>
22. Rolfe, J. and Windle, J. 2003, 'Valuing the Protection of Aboriginal Cultural Heritage Sites', *The Economic Record*, vol. 79, no. Special Issue June, pp. s85-s95.
23. Šimková, E. and Holzner, J., 2014. Motivation of tourism participants. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 159, pp.660-664. <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814065859>>
24. Sönmez, S.F. and Graefe, A.R., 1998. Determining future travel behavior from past travel experience and perceptions of risk and safety. *Journal of travel research*, 37(2), pp.171-177.
25. Statista (2019). Share of individuals who use the internet for travel and accommodation services in Greece from 2005 to 2017. Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/380989/online-travel-and-accommodation-usage-in-greece/>

26. Tal, R.T. 2001, 'Incorporating Field Trips as Science Learning Environment Enrichment - An Interpretive Study', Learning Environments Research, vol. 4, pp. 25-49.
27. Thornhill, A., Saunders, M. and Lewis, P., 2009. Research methods for business students. Prentice Hall: London.
28. Tour Market (2018). *Η Ελλάδα κορυφαίος προορισμός εκπαιδευτικού τουρισμού 2019* » Tour-market.gr. [online] Tour-market.gr. Available at: <https://www.tour-market.gr/i-ellada-koryfeos-proorismos-ekpedeftikou-tourismou-2019/> [Accessed 10 Jan. 2020].
29. UNWTO (2020). *Home | UNWTO*. [online] Unwto.org. Available at: <https://www.unwto.org> [Accessed 4 Jan. 2020].
30. Visit Greece (2020). *Visit Greece | Μουσεία*. [online] Visit Greece | The Official website of the Greek Tourism Organisation. Available at: <http://www.visitgreece.gr/el/culture/museums> [Accessed 9 Jan. 2020].
31. WYSE (2020). *WYSE Travel Confederation - World Youth, Student and Educational Travel Confederation*. [online] WYSE Travel Confederation. Available at: <https://www.wysetc.org> [Accessed 1 Jan. 2020].
32. Λαγός Δ., 2005. Τουριστική οικονομική, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.
33. Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος. (2018). ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΕΛΛΑΔΑΣ. Retrieved from: <https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/FMfcgxwGCGxCRgXdVHvBqStlJnJNkMXq?projector=1&messagePartId=0.1>
34. ΠΑΣΚΕΔΙ (2018). Ποια είναι όλα τα είδη τουρισμού και ποιες οι μορφές εναλλακτικού τουρισμού - ΠΑΣΚΕΔΙ - Σωματείο Καταστημάτων, Καταναλωτών, Εστίασης & Διασκέδασης. [online] Paskedi.gr. Available at: https://www.paskedi.gr/article/poia_einai_ola_ta_eidh_toyrismoy_kai_poies_oi_morfes_enallaktikoy_toyrismoy [Accessed 9 Jan. 2020].

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: Εγγεγραμμένοι και αποφοιτήσαντες μαθητές κατά είδος σχολικής μονάδας και περιφέρεια (Γυμνάσια & Λύκεια)

Κατά Είδος Σχολικής Μονάδας						
Σχολικές Μονάδες	Σύνολο εγγεγραμμένων			Σύνολο αποφοιτησάντων		
	2016/17	2017/18	Μεταβολή (%)	2016/17	2017/18	Μεταβολή (%)
Δημόσιες	298.287	297.293	-0,3	96.269	95.130	-1,2
Ιδιωτικές	14.843	15.311	3,2	4.711	4.867	3,3
ΣΥΝΟΛΟ	313.130	312.604	-0,2	100.980	99.997	-1,0
Κατά Περιφέρεια						
Περιφέρειες	Σύνολο εγγεγραμμένων			Σύνολο αποφοιτησάντων		
	2016/17	2017/18	Μεταβολή (%)	2016/17	2017/18	Μεταβολή (%)
Ανατολική Μακεδονία και Θράκη	17.580	17.297	-1,6	5.382	5.322	-1,1
Κεντρική Μακεδονία	55.834	55.295	-1,0	18.286	17.773	-2,8
Δυτική Μακεδονία	8.069	7.901	-2,1	2.696	2.654	-1,6
Θεσσαλία	20.991	20.831	-0,8	6.813	6.566	-3,6
Ήπειρος	8.584	8.662	0,9	2.815	2.716	-3,5
Ιόνιοι Νήσοι	6.410	6.560	2,3	1.988	2.056	3,4
Δυτική Ελλάδα	20.081	19.726	-1,8	6.470	6.342	-2,0
Στερεά Ελλάδα	14.804	14.818	0,1	4.792	4.863	1,5
Πελοπόννησος	15.818	15.981	1,0	5.027	5.086	1,2
Αττική	107.288	107.609	0,3	34.769	34.438	-1,0
Βόρειο Αιγαίο	5.514	5.463	-0,9	1.805	1.758	-2,6
Νότιο Αιγαίο	10.963	11.109	1,3	3.500	3.614	3,3
Κρήτη	21.194	21.352	0,7	6.637	6.809	2,6
ΣΥΝΟΛΟ	313.130	312.604	-0,2	100.980	99.997	-1,0

Εικόνα 7: Εγγεγραμμένοι και αποφοιτήσαντες μαθητές κατά είδος σχολικής μονάδας & περιφέρεια (Γυμνάσια)

Κατά Είδος Σχολικής Μονάδας						
Σχολικές Μονάδες	Σύνολο εγγεγραμμένων			Σύνολο αποφοιτησάντων		
	2016/17	2017/18	Μεταβολή (%)	2016/17	2017/18	Μεταβολή (%)
Δημόσιες	230.581	231.610	0,4	72.303	75.371	4,2
Ιδιωτικές	13.805	14.201	2,9	4.597	4.516	-1,8
ΣΥΝΟΛΟ	244.386	245.811	0,6	76.900	79.887	3,9
Κατά Περιφέρεια						
Περιφέρειες	Σύνολο εγγεγραμμένων			Σύνολο αποφοιτησάντων		
	2016/17	2017/18	Μεταβολή (%)	2016/17	2017/18	Μεταβολή (%)
Ανατολική Μακεδονία και Θράκη	12.332	12.292	-0,3	3.874	4.030	4,0
Κεντρική Μακεδονία	44.040	43.930	-0,2	14.005	14.367	2,6
Δυτική Μακεδονία	6.403	6.225	-2,8	2.091	2.093	0,1
Θεσσαλία	15.840	16.098	1,6	5.036	5.216	3,6
Ήπειρος	7.389	7.219	-2,3	2.436	2.386	-2,1
Ιόνιοι Νήσοι	5.121	5.146	0,5	1.577	1.682	6,7
Δυτική Ελλάδα	14.952	15.185	1,6	4.617	5.021	8,8
Στερεά Ελλάδα	11.665	11.729	0,5	3.598	3.787	5,3
Πελοπόννησος	12.644	12.668	0,2	3.870	4.193	8,3
Αττική	87.141	88.323	1,4	27.521	28.600	3,9
Βόρειο Αιγαίο	4.238	4.245	0,2	1.321	1.396	5,7
Νότιο Αιγαίο	7.528	7.625	1,3	2.334	2.331	-0,1
Κρήτη	15.093	15.126	0,2	4.620	4.785	3,6
ΣΥΝΟΛΟ	244.386	245.811	0,6	76.900	79.887	3,9

Εικόνα 8: Εγγεγραμμένοι και αποφοιτήσαντες μαθητές κατά είδος σχολικής μονάδας & περιφέρεια (Λύκεια)

Πηγή: ELSTAT, 2019

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β: Ποσοστιαία Κατανομή Επισκέψεων, Διανυκτερεύσεων και Εισπράξεων εισερχόμενων ταξιδιωτών ανά Περιφέρεια, 2017

Ποσοστιαία Κατανομή Επισκέψεων, Διανυκτερεύσεων και Εισπράξεων εισερχόμενων ταξιδιωτών ανά Περιφέρεια, 2017			
	Επισκέψεις	Διανυκτερεύσεις	Εισπράξεις
Νότιο Αιγαίο	19%	22%	26%
Κεντρική Μακεδονία	23%	19%	13%
Κρήτη	15%	19%	23%
Αττική	17%	14%	15%
Ιόνια Νησιά	10%	12%	12%
Αν. Μακεδονία & Θράκη	4%	3%	2%
Πελοπόννησος	2%	2%	2%
Θεσσαλία	2%	2%	2%
Ήπειρος	2%	2%	2%
Βόρειο Αιγαίο	1%	2%	1%
Δυτική Ελλάδα	2%	1%	1%
Στερεά Ελλάδα	1%	1%	1%
Δυτική Μακεδονία	1%	0%	0%

Εικόνα 9: Ποσοστιαία Κατανομή Επισκέψεων, Διανυκτερεύσεων και Εισπράξεων εισερχόμενων ταξιδιωτών ανά Περιφέρεια, 2017

Πηγή: INSETE (2018)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ: Ερωτηματολόγιο

1/3/2020

Ο Μαθητικός Τουρισμός και η θέση του στο τουριστικό μείγμα του Ρεθύμνου Κρήτης

Ο Μαθητικός Τουρισμός και η θέση του στο τουριστικό μείγμα του Ρεθύμνου Κρήτης

Αγαπητέ συμμετέχοντα,

Θα ήθελα να σας προσκαλέσω να συμμετάσχετε στην έρευνα που διεξήχθη για τη μελέτη των ειδών τουρισμού στην ευρύτερη περιοχή της Κρήτης, και πιο συγκεκριμένα του Ρεθύμνου. Η έρευνα είναι ανώνυμη και εμπιστευτική και οι απαντήσεις θα χρησιμοποιηθούν μόνο στο πλαίσιο της στατιστικής ανάλυσης αυτής της έρευνας. Η συμβολή σας είναι εθελοντική, αλλά και ιδιαίτερα σημαντική για την επιτυχή διεξαγωγή αυτής της έρευνας. Θα χρειαστείτε περίπου πέντε (5) λεπτά για να συμπληρώσετε το ερωτηματολόγιο.

Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για τη συμβολή και το χρόνο σας.

Με εκτίμηση,
Ελένη Βογιατζή
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Τουρισμού
Β.Α. Διοίκηση Τουρισμού (ΔΤ)
Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο

(Εάν έχετε οποιαδήποτε ερωτήσεις ή χρειάζεστε κάποια διευκρίνιση πριν ή μετά την ολοκλήρωση αυτής της έρευνας, στείλτε μου e-mail στο: yogiatzieleni@gmail.com)
***Required**

Ερωτήσεις ελέγχου

1. Συσχετίζεται το επάγγελμά σας με τον Τουρισμό: *

Mark only one oval.

Ναι

Όχι

2. Είναι το Ρέθυμνο ο τόπος διαμονής σας; *

Mark only one oval.

Ναι

Όχι

Skip to question 3

Δημογραφικά στοιχεία

3. Γένος *

Mark only one oval.

Άνδρας

Γυναίκα

4. Ηλικία *

Mark only one oval.

18-24

25-34

35-44

45-55

56-67

67+

5. Επίπεδο εκπαίδευσης *

Mark only one oval.

- Υποχρεωτική εκπαίδευση
- Επαγγελματική εκπαίδευση
- Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση
- Προπτυχιακό
- Μεταπτυχιακό
- Διδακτορικό

6. Επάγγελμα: *

Mark only one oval.

- Ξενοδοχεία - Επιχειρήσεις φιλοξενίας
- Εστίαση
- Τουριστικός πράκτορας
- Εμπόριο
- Τουριστικές μεταφορές
- Άλλο

Είδη τουρισμού

7. Αξιολόγηση σημαντικότητας των παρακάτω ειδών τουρισμού. *

Mark only one oval per row.

	1-Καθόλου σημαντικός	2-Λίγο σημαντικός	3- Σημαντικός	4-Αρκετά σημαντικός	5-Πάρα πολύ σημαντικός
Μαζικός τουρισμός	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κρουαζιέρα / θαλάσσιος τουρισμός	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μαθητικός / Εκπαιδευτικός τουρισμός	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Τουρισμός 3ης ηλικίας	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κοινωνικός τουρισμός	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Συνεδριακός τουρισμός	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αθλητικός τουρισμός	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Θρησκευτικός τουρισμός	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Πολιτιστικός τουρισμός	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Οινοτουρισμός / Γαστρονομικός τουρισμός	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αγροτουρισμός/ Οικοτουρισμός (περιβάλλον)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ιαματικός / Ιατρικός τουρισμός	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Μαθητικός Τουρισμός

8. Αξιολόγηση πλεονεκτημάτων μαθητικού τουρισμού. *

Mark only one oval per row.

	1-Καθόλου σημαντικός	2-Λίγο σημαντικός	3- Σημαντικός	4-Αρκετά σημαντικός	5-Πάρα πολύ σημαντικός
Μη εποχική τουριστική ζήτηση	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κινητικότητα ευρύτερης περιοχής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Πιθανότητα επιστροφής στον προορισμό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ενίσχυση τοπικής οικονομίας	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ανάπτυξη υποδομών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Διατήρηση θέσεων εργασίας	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Επαφή και γνωριμία τόπου και παράδοσης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Εκπαιδευτικός χαρακτήρας επισκέψεων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Αξιολόγηση μειονεκτημάτων μαθητικού τουρισμού. *

Mark only one oval per row.

	1-Καθόλου σημαντικός	2-Λίγο σημαντικός	3- Σημαντικός	4-Αρκετά σημαντικός	5-Πάρα πολύ σημαντικός
Όχληση / Ευτράπελα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Βανδαλισμοί ξενοδοχείων/ δημόσιων χώρων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Χαμηλό Budget	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μικρή διάρκεια διακοπών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κακή δημοσιότητα για τον προορισμό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Δυσκολία εμπορικής προσέγγισης/ κλειστή αγορά	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ανταγωνιστικοί προορισμοί του Εξωτερικού	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αυξημένες απαιτήσεις ασφαλείας	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

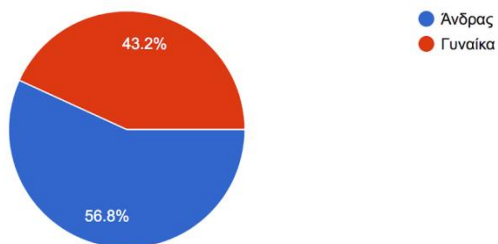
9. Αξιολόγηση μειονεκτημάτων μαθητικού τουρισμού. *

Mark only one oval per row.

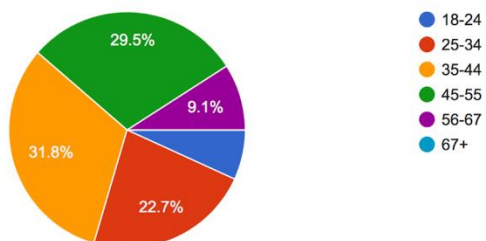
	1-Καθόλου σημαντικός	2-Λίγο σημαντικός	3- Σημαντικός	4-Αρκετά σημαντικός	5-Πάρα πολύ σημαντικός
Όχληση / Ευτράπελα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Βανδαλισμοί ξενοδοχείων/ δημόσιων χώρων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Χαμηλό Budget	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μικρή διάρκεια διακοπών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κακή δημοσιότητα για τον προορισμό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Δυσκολία εμπορικής προσέγγισης/ κλειστή αγορά	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ανταγωνιστικοί προορισμοί του Εξωτερικού	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αυξημένες απαιτήσεις ασφαλείας	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ: Δημογραφικά στοιχεία έρευνας

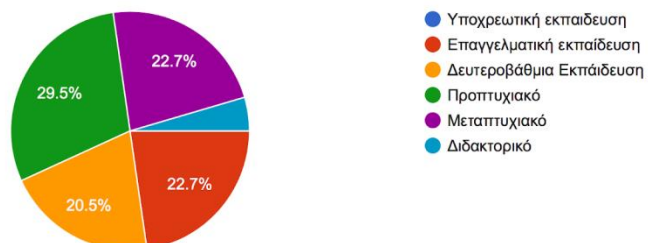
Γένος
44 responses



Ηλικία
44 responses



Επίπεδο εκπαίδευσης
44 responses



Επάγγελμα:
44 responses

