

ΚΙΝΗΤΡΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΣΕ ΥΠΑΙΘΡΙΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΥΨΗΛΩΝ  
ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΟΥΣ ΣΚΟΠΟΥΣ

της  
Παναγιώτας Πολατίδου

Μεταπτυχιακή διατριβή που υποβάλλεται στο καθηγητικό σώμα για τη μερική εκπλήρωση των υποχρεώσεων για την απόκτηση του μεταπτυχιακού τίτλου του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος «Άσκηση και Ποιότητα Ζωής» των Τμημάτων Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού του Δημοκρίτειου Παν/μιου Θράκης και του Παν/μιου Θεσσαλίας στην κατεύθυνση «Φυσική Δραστηριότητα και Αθλητική Αναψυχή»

Τρίκαλα  
2006

Εγκεκριμένο από το καθηγητικό σώμα:

1<sup>ος</sup> Επιβλέπων: Αλεξανδρής Κωνσταντίνος, Λέκτορας

---

2<sup>ος</sup> Επιβλέπων: Κουθούρης Χαρίλαος, Λέκτορας

---

3<sup>ος</sup> Επιβλέπων: Διγγελίδης Νικόλαος, Λέκτορας

---



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ  
ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ & ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ  
ΕΙΔΙΚΗ ΣΥΛΛΟΓΗ «ΓΚΡΙΖΑ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ»

Αριθ. Εισ.: 5131/1  
Ημερ. Εισ.: 12/12/2006  
Δωρεά: Συγγραφέα  
Ταξιθετικός Κωδικός: Δ  
790.019  
ΠΟΛ



© 2006

Παναγιωτα Πολατίδου  
ALL RIGHTS RESERVED

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Παναγιώτα Πολατίδου: Κίνητρα συμμετοχής σε υπαίθριες δραστηριότητες υψηλών απαιτήσεων για Φιλανθρωπικούς σκοπούς.

(Υπό την επίβλεψη του λέκτορα Κωνσταντίνου Αλεξανδρή)

Η εμπλοκή των φιλανθρωπικών ιδρυμάτων με τον τουρισμό αποτελεί μια ευρέως διαδεδομένη πολιτική συγκέντρωσης οικονομικών πόρων στο Ηνωμένο Βασίλειο. Σκοπό της παρούσας έρευνας αποτέλεσε η διερεύνηση των κινήτρων των ατόμων που συμμετέχουν σε προγράμματα υπαίθριων δραστηριοτήτων υψηλών απαιτήσεων, τα οποία οργανώνονται ως πηγή εσόδων από φιλανθρωπικά ιδρύματα και οργανισμούς, και η εξέταση διαφορών στα κίνητρα ανάμεσα σε δημογραφικές μεταβλητές. Στην έρευνα έλαβαν μέρος εκατόν σαράντα τρεις (N=143) συμμετέχοντες σε πέντε προγράμματα υπαίθριων δραστηριοτήτων, οργανωμένα από δύο φιλανθρωπικά ιδρύματα του Ηνωμένου Βασιλείου. Για την μέτρηση των κινήτρων χρησιμοποιήθηκε προσαρμοσμένο το ερωτηματολόγιο των Ray και Ryder (2003) που περιλάμβανε 50 θέματα, ταξινομημένα σε 6 διαστάσεις (πολιτιστικά χαρακτηριστικά, φυσικά χαρακτηριστικά, υπαίθριες δραστηριότητες, κοινωνικά κίνητρα, προσωπικά κίνητρα, κίνητρα μάθησης). Τα αποτελέσματα έδειξαν πως υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των κινήτρων συμμετοχής και των παραγόντων Εθνικότητα, Μορφωτικό επίπεδο, Ηλικία και Οικογενειακή κατάσταση, ενώ δεν παρουσιάστηκε καμία στατιστικά σημαντική διαφορά στον παράγοντα Φύλλο. Τα συμπεράσματα της έρευνας συνοψίζονται στην διαφοροποίηση των κινήτρων συμμετοχής στα προγράμματα αυτά σε σχέση με τους ανωτέρω παράγοντες, ώστε να οργανωθούν τα αντίστοιχα προγράμματα κατά τρόπο που θα ανταποκρίνονται στις προτιμήσεις και προσδοκίες των συμμετεχόντων.

**Λέξεις Κλειδιά:** Κίνητρα, Δραστηριότητες υψηλών απαιτήσεων, Φιλανθρωπικοί οργανισμοί.

## ABSTRACT

Panagiota Polatidou: Motives for Participation in Charity Adventure Challenge Programs.

(Under the supervision of Lecture Konstantinos Alexandris)

Charity organizations' involvement in tourism has been increased recently in UK, with the objective to raise money to achieve their goals. This study aimed to investigate the motives that drive individuals to participate in charity adventure challenge programs. One hundred and forty three (N=143) individuals, who had participated in five programs, and were members of two UK charity organizations, participated in the study and filled an adjusted version of Ray and Ryder's (2003) tourism motivation questionnaire. The questionnaire included 50 items which were categorized in 6 dimensions: Cultural features, natural features, natural activities, social motives, personal motives, learning motives. The results indicated statistically significant differences in the motivation dimensions between members of different nationalities, education levels, age and family status. No significant differences were revealed between males and females. The results are discussed in terms of organizing programs targeting the needs of different groups.

**Key words:** motives, adventure challenges, charity organizations

Στην μητέρα μου, που με τις προσωπικές της σπουδές και την προσωπικότητά της έθεσε τον πήχη ψηλά..

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Πηγή έμπνευσης για το θέμα της παρούσας εργασίας αποτέλεσαν τα Charity Adventure Challenges, εκδρομές με υπαίθριες δραστηριότητες υψηλού βαθμού δυσκολίας που ενέχουν το χαρακτήρα της «πρόκλησης συμμετοχής» και διοργανώνονται από φιλανθρωπικά ιδρύματα στο Ηνωμένο Βασίλειο. Ο σχεδιασμός, η οργάνωση, η υλοποίηση ενός τόσο ιδιαίτερου προγράμματος για 5 διαφορετικά φιλανθρωπικά ιδρύματα στον Εθνικό Δρυμό του Ολύμπου το καλοκαίρι και φθινόπωρο του 2004, καθώς και η συμμετοχή σε αυτά, αποτέλεσε την προσωπική μου «πρόκληση συμμετοχής». Θα ήθελα λοιπόν να ευχαριστήσω την Annaliese Broderick, Event Fundraiser του Scope Charity για τη βοήθειά της στη συλλογή των δεδομένων της εργασίας, καθώς και τους συμμετέχοντες των δύο φιλανθρωπικών οργανισμών του “Scope” (for People with Cerebral Palsy) και του “Hope” (for Disabled Children) για την συμμετοχή τους στην παρούσα έρευνα.

Τις θερμότερες ευχαριστίες μου στον κ. Αλεξανδρή Κωνσταντίνο για τις συμβουλές και την καθοδήγηση του κατά τη διάρκεια της σχεδίασης και συγγραφής της παρούσας εργασίας. Η συνεργασία μαζί του αποτελεί πολύτιμη εμπειρία. Παράλληλα, να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στον κ. Κουθούρη Χαρίλαο, ο οποίος με τη συμβολή του έκανε δυνατή την παραπάνω συνεργασία.

Θα ήθελα επίσης να δώσω τις θερμότερες ευχαριστίες μου στον κ. Γεωργίου Δημήτρη, ιδιοκτήτη της εταιρίας υπαιθρίων δραστηριοτήτων Εξπίριενς ΕΠΕ-Τrekking Hellas Κεντρικής Μακεδονίας όπου εργάζομαι, για την αμέριστη υποστήριξη και ανοχή του κατά τη διάρκεια των μεταπτυχιακών μου σπουδών. Τα 6 χρόνια της εργασίας μου στην εταιρία και της συνεργασίας μου μαζί του αποτελούν πολύτιμο εχέγγυο, ένα άτυπο αλλά πολύτιμο μεταπτυχιακό τίτλο...

Θεσσαλονίκη Ιούνιος 2006

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

	Σελίδα
COPY RIGHT.....	ii
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	iii
ABSTRACT.....	iv
ΑΦΙΕΡΩΣΕΙΣ.....	v
ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	vi
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	vii
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	ix
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΥΝΤΟΜΕΥΣΕΩΝ.....	x
I. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
Χρησιμότητα της έρευνας.....	7
Σκοπός της έρευνας.....	8
Ερευνητικές Υποθέσεις.....	8
Περιορισμοί έρευνας.....	9
II. ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ .....	11
Ορισμός .....	11
Θεωρία αυτό-αποτελεσματικότητας Bandura.....	11
Θεωρίες Ελέγχου.....	12
Εσωτερική και εξωτερική παρακίνηση.....	13
Θεωρία στόχων.....	15
Κίνητρα στο χώρο του τουρισμού.....	17
III. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ .....	28
Δείγμα.....	28
Όργανα μέτρησης.....	28



Σχεδιασμός της έρευνας.....	30
Δεοντολογικά Ζητήματα.....	32
<b>IV. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ.....</b>	<b>33</b>
Δημογραφικά χαρακτηριστικά .....	33
Φιλανθρωπική δράση .....	34
Συμμετοχή σε προγράμματα υπαίθριων δραστηριοτήτων υψηλών απαιτήσεων για φιλανθρωπικούς σκοπούς.....	34
Συμμετοχή σε υπαίθριες δραστηριότητες αναψυχής.....	35
Μεμονωμένα κίνητρα συμμετοχής σε προγράμματα υπαίθριων δραστηριοτήτων υψηλών απαιτήσεων για φιλανθρωπικούς σκοπούς.....	36
Κίνητρα συμμετοχής σε προγράμματα υπαίθριων δραστηριοτήτων υψηλών απαιτήσεων για φιλανθρωπικούς σκοπούς.....	38
Διερεύνηση διαφορών στα δημογραφικά χαρακτηριστικά του Δείγματος.....	38
Κοινωνικά κίνητρα.....	39
Προσωπικά κίνητρα.....	39
Φυσικά χαρακτηριστικά.....	39
Χαρακτηριστικά κουλτούρας.....	40
Κίνητρα μάθησης.....	40
Υπαίθριες δραστηριότητες.....	40
<b>V. ΣΥΖΗΤΗΣΗ.....</b>	<b>44</b>
<b>VI. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....</b>	<b>47</b>
<b>VII. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....</b>	<b>50</b>
<b>VII. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ .....</b>	<b>56</b>
Παράρτημα 1. Scope Charity: The Mount Olympus Challenge.....	56
Παράρτημα 2. Φωτογραφίες από Charity Adventure Challenges .....	68

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1. Δημογραφικά χαρακτηριστικά.....	33
Πίνακας 2. Ποσοστά συμμετοχής σε Φιλανθρωπικές δραστηριότητες.....	34
Πίνακας 3. Ποσοστά επισκεψιμότητας χωρών με συμμετοχή σε C.A.C.....	35
Πίνακας 4. Μέσοι όροι μεμονωμένων κινήτρων συμμετοχής.....	36
Πίνακας 5. Μέσοι όροι διαστάσεων των κινήτρων.....	38
Πίνακας 6. Συγκρίσεις στις διαστάσεις των κινήτρων ανάμεσα στις δημογραφικές μεταβλητές.....	41

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΩΝ

C.A.C. [Charity Adventure Challenges – Προγράμματα Υπαίθριων  
Δραστηριοτήτων Υψηλών Απαιτήσεων για Φιλανθρωπικούς Σκοπούς]

Η.Π.Α [ Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής]

Η.Β [Ηνωμένο Βασίλειο]

## **ΚΙΝΗΤΡΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΣΕ ΥΠΑΙΘΡΙΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΥΨΗΛΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΓΙΑ ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΟΥΣ ΣΚΟΠΟΥΣ.**

Περισσότεροι από εβδομήντα επτά μη κερδοσκοπικοί φιλανθρωπικοί οργανισμοί (charities) δραστηριοποιούνται σήμερα στο χώρο του τουρισμού στο Ηνωμένο Βασίλειο. Σύμφωνα με το Oxford Concise λεξικό (1995) ο όρος “charity” ερμηνεύεται ως «θεσμός με σκοπό την παροχή βοήθειας σε αυτούς που την χρειάζονται». Ο Ελληνικός όρος, «δωρεά- φιλανθρωπία – ευσπλαχνία», αποτελεί μια αξία η οποία πηγάζει, κατά κύριο λόγο, από αλτρουιστικά, ηθικά κίνητρα, χωρίς να έχει ως σκοπό το κέρδος. Η συμμετοχή των ατόμων σε φιλανθρωπικούς οργανισμούς- ιδρύματα βασίζεται στη δέσμευση και την αφοσίωση τους για την επιτυχία του σκοπού που έχει θέσει το φιλανθρωπικό ίδρυμα στα πλαίσια του οποίου δραστηριοποιούνται. Τα άτομα συνεισφέρουν τον προσωπικό τους χρόνο, οικονομικής φύσης βοήθεια, καθώς και άλλου είδους μορφές δραστηριοποίησης σε ένα φιλανθρωπικό οργανισμό γιατί πιστεύουν πως συμβάλλουν με τις πράξεις τους στο σκοπό του.

Οι φιλανθρωπικοί οργανισμοί βασίζονται κυρίως σε δωρεές οικονομικής φύσης για τη συγκέντρωση των απαραίτητων, για την επιβίωσή αλλά και την υλοποίηση των σκοπών τους, πόρων. Ωστόσο, κάθε φιλανθρωπικός οργανισμός αναπτύσσει τη δική του μεθοδολογία, βάση της οποίας αναπτύσσει την “found raising” (πολιτική συγκέντρωσης οικονομικών πόρων) φιλοσοφία του. Η διοργάνωση κοινωνικών εκδηλώσεων, όπως διάφορες εορταστικές κοινωνικές εκδηλώσεις και οι πολιτιστικές βραδιές, η εθελοντική προσφορά εργασίας, η προσφορά αντικειμένων σε παζάρια και λοταρίες, η ανακύκλωση παλαιών αντικειμένων και οι αγορές προϊόντων από τις boutique των φιλανθρωπικών ιδρυμάτων, αποτελούν ορισμένους από τους τρόπους συγκέντρωσης των απαραίτητων, για τη λειτουργία και τους σκοπούς τους, οικονομικών πόρων, πέρα από την άμεση δωρεά χρημάτων.

Πέρα από τις ανωτέρω μεθόδους συγκέντρωσης χρημάτων, πολλοί φιλανθρωπικοί οργανισμοί στράφηκαν στη βιομηχανία του τουρισμού για τη

συγκέντρωση των κονδυλίων που τους είναι απαραίτητα. Μονοήμερες αθλητικές εκδηλώσεις (όπως αθλητικοί μαραθώνιοι), ολιγοήμερα και κυρίως πολυήμερα ταξίδια, το πρόγραμμά των οποίων βασίζεται εξ' ολοκλήρου σε υπαίθριες δραστηριότητες, πραγματοποιούνται με μεγάλη συμμετοχή σε προορισμούς σε όλο τον κόσμο. Οι εκδηλώσεις αυτές συγκεντρώνουν μεγάλα χρηματικά ποσά για τους σκοπούς των φιλανθρωπικών οργανισμών που τις οργανώνουν, ενώ παράλληλα βοηθούν στην προβολή του προφίλ και του σκοπού τους, καθώς και στην εκπαίδευση των μελών τους.

“Τα τελευταία δύο χρόνια οι εκδρομές υπαίθριων δραστηριοτήτων υψηλών απαιτήσεων συμμετοχής για φιλανθρωπικούς σκοπούς, τα “charity tours”, αποτελούν έναν από τους πιο γρήγορα αναπτυσσόμενους τομείς της τουριστικής αγοράς” (Marriott, 1999). Εκδηλώσεις, όπως πεζοπορίες και εκδρομές με ποδήλατα, που διοργανώνονταν κυρίως από τοπικούς φορείς, αποτελούσαν ανέκαθεν στο Ηνωμένο Βασίλειο τρόπους συγκέντρωσης χρημάτων για φιλανθρωπικούς σκοπούς (Turner, Miller & Gilber, 2001). Σήμερα οι φιλανθρωπικοί οργανισμοί σε συνεργασία με εξειδικευμένα τουριστικά πρακτορεία οργανώνουν πλήρη τουριστικά πακέτα τα οποία έχουν ως κεντρικό θέμα τις υπαίθριες δραστηριότητες. Τα πακέτα αυτά περιλαμβάνουν, πέρα από τις υπαίθριες δραστηριότητες, τη διαμονή, τη διατροφή, τη μεταφορά, την ασφάλιση, πλήρη ιατροφαρμακευτική περίθαλψη, καθώς και όλο τον απαραίτητο υλικοτεχνικό εξοπλισμό.

Όπως ήδη αναφέραμε το επίκεντρο της πολυήμερης εκδήλωσης αποτελεί μια υπαίθρια δραστηριότητα. Η πεζοπορία, η ποδηλασία, οι καταβάσεις ποταμών, η ορειβασία, το mule & camel trekking, τα σαφάρι, επιλέγονται ανάλογα με τον προορισμό όπου το εκάστοτε φιλανθρωπικό ίδρυμα (charity) θα προτιμήσει για την υλοποίηση της εκδήλωσης του. Χώρες όπως η Βραζιλία, η Χιλή, η Κίνα, η Κόστα Ρίκα, το Εκουαδόρ, η Γουατεμάλα, η Ινδία, η Κένυα, το Μαρόκο, το Θιβέτ, το Νεπάλ, η Τυνησία, ο Βιετνάμ, το Περού, η Τανζανία, η Ελλάδα, η Ισλανδία, η Νέα Ζηλανδία αποτελούν ορισμένους από τους δημοφιλέστερους προορισμούς που επιλέγουν για την υλοποίηση των προγραμμάτων τους τα φιλανθρωπικά ιδρύματα.

Η ιδιαιτερότητα ωστόσο των προγραμμάτων αυτών, τα οποία δεν προωθούνται ως διακοπές αλλά ως προκλήσεις συμμετοχής (challenge events), βρίσκεται α) στο γεγονός ότι τα άτομα τα οποία συμμετέχουν βασίζονται

μεγαλύτερο ποσοστό της οικονομικής πλευράς της συμμετοχής τους σε χορηγίες και β) στην πρόκληση συμμετοχής (challenge). Μάλιστα, η επιλογή του όρου πρόκληση -challenge δεν είναι καθόλου τυχαία. Το επίπεδο δυσκολίας των δραστηριοτήτων ενός προγράμματος υπαίθριων δραστηριοτήτων για φιλανθρωπικούς σκοπούς είναι ιδιαίτερα υψηλό, καθώς τα μορφολογικά χαρακτηριστικά της περιοχής που επιλέγεται για την υλοποίηση του είναι ιδιόμορφα, σκληρά και δύσβατα. Παράλληλα, απαιτείται από πλευράς συμμετεχόντων έντονη ψυχική και σωματική προετοιμασία για να αντιμετωπίσουν τις απαιτήσεις του ενός τέτοιου προγράμματος. Αναβάσεις σε κορυφές βουνών όπως το Κιλιμάντζαρο και το Τoubkal, πεζοπορίες στα μονοπάτια του Annapurna, του Machu Picchu και του Base Camp του Everest αποτελούν ορισμένα από τα χαρακτηριστικότερα προγράμματα πρόκλησης και αναμέτρησης με τις προσωπικές δυνάμεις του κάθε συμμετέχοντα, τα οποία επιλέγουν να υλοποιήσουν τα φιλανθρωπικά ιδρύματα.

Ερευνώντας τα εξειδικευμένα τουριστικά πρακτορεία που ασχολούνται με τη διοργάνωση των προγραμμάτων αυτών, μπορούμε να δούμε πως μεγάλος αριθμός φιλανθρωπικών ιδρυμάτων υλοποιούν ιδιαίτερα συχνά και, το σημαντικότερο, με μεγάλη συμμετοχή τις υψηλού βαθμού δυσκολίας αποδράσεις αυτές. (The Ultimate travel company, 2004) Οι συμμετέχοντες λοιπόν αποφασίζουν να λάβουν μέρος σε ένα πολυήμερο πρόγραμμα ιδιαίτερα απαιτητικό, όχι μόνο από πλευράς φυσικής κατάστασης και ψυχικής ετοιμότητας, αλλά και οικονομικής. Μάλιστα, καθώς το κόστος συμμετοχής είναι τουλάχιστον διπλάσιο από την τιμή πώλησης ενός παρόμοιου προγράμματος στην τουριστική αγορά, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα κίνητρά που ωθούν τα άτομα στη συμμετοχή τους στα φιλανθρωπικά αυτά προγράμματα. Παράλληλα, ιδιαίτερο ενδιαφέρον, παρουσιάζει η δυνατότητα πρόβλεψης της συμμετοχής των ατόμων σε αντίστοιχα προγράμματα στο μέλλον, χρησιμοποιώντας ως παράγοντα πρόβλεψης τα κίνητρά τους.

Καθώς ο τουρισμός έχει αναχθεί σήμερα σε μια από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες παγκοσμίως, ο ρόλος που μπορούν να διαδραματίσουν τα φιλανθρωπικά ιδρύματα στα πλαίσια του διαφαίνεται καθαρά στη δήλωση του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Manila, 1980). Το άρθρο 20 αναφέρει πως ο σκοπός του τουρισμού είναι η υποστήριξη και διατήρηση της αυθεντικότητας, της

κουλτούρας, της ελευθερίας των ανθρώπων, της ισότητας όλων των προορισμών. Επισημαίνει, μάλιστα πως όλα τα ανωτέρω πνευματικά στοιχεία πρέπει να έχουν προτεραιότητα σε σχέση με τα υπόλοιπα τεχνικά και υλικά στοιχεία. Κάθε απαίτηση για τουριστικές δραστηριότητες δεν πρέπει να ζημιώνει τον τοπικό πληθυσμό ή να διακινδυνεύει τα ιστορικά, πολιτιστικά και θρησκευτικά στοιχεία ενός προορισμού (άρθρο 18), αλλά να ενεργεί σύμφωνα με τις δραστηριότητες και τις ανάγκες των τοπικών κοινωνιών (άρθρο 23). Τα φιλανθρωπικά ιδρύματα λοιπόν μπορούν να επωφεληθούν οικονομικά από τον τουρισμό και ταυτόχρονα, σύμφωνα με την εξ' ολοκλήρου φύση της φήμης τους για συγκέντρωση ανθρωπιστικών πόρων, να βοηθήσουν, με τις ενέργειες και τις πολιτικές που αναπτύσσουν, στη διασφάλιση πως όσα αναφέρονται στην προκήρυξη του Π.Ο.Τ δεν αποτελούν απλά λόγια, αλλά πως με τη δράση τους θα επηρεάσουν τη φύση της τουριστικής βιομηχανίας. (Turner, Miller & Gilber, 2001)

Σύμφωνα με τους Turner et al (2001) η εμπλοκή των charity με τον τουρισμό παρουσιάζεται με τρεις μορφές: α) Τα charity που λειτουργούν έξω (outside) από την τουριστική βιομηχανία, β) Τα charity που λειτουργούν εντός (within) της τουριστικής βιομηχανίας και γ) Τα charity που λειτουργούν υπεράνω (above) της τουριστικής βιομηχανίας. Τα charity που λειτουργούν εντός (within) της τουριστικής βιομηχανίας δραστηριοποιούνται κυρίως για εκπαιδευτικούς, περιβαλλοντολογικούς και επιστημονικούς σκοπούς. Αναπτύσσοντας εθελοντικές στρατηγικές, έχουν ως σκοπό να μετατρέψουν τον ελεύθερο χρόνο των εθελοντών τους σε πηγή εσόδων, εργασίας και ενημέρωσης για την επίτευξη των στόχων τους. Οι διακοπές εργασίας αποτελούν ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα το οποίο ενστερνίζονται πολλοί τουρίστες, οι οποίοι ενδιαφέρονται για την προστασία του περιβάλλοντος και επιλέγουν να συνδυάσουν τις διακοπές τους με τον εκπαιδευτικό αυτό χαρακτήρα.

Τα charity που λειτουργούν υπεράνω (above) της τουριστικής βιομηχανίας έχουν ως στόχο να επηρεάσουν την ιδεολογία των πολιτών και με αυτό τον τρόπο να έχουν αντίκτυπο στις κοινωνικές αποφάσεις. Με τις πράξεις τους προκαλούν τις αντιλήψεις που κυριαρχούν στο δημόσιο σκεπτικό σε τομείς της εκάστοτε πολιτικής στρατηγικής για τον τουρισμό, για τις βιομηχανικές πρακτικές, καθώς και για την εκπαίδευση που αφορά τον τουρισμό. Προωθούν την υιοθέτηση αξιών τις οποίες κάνουν γνωστές με διάφορες πρακτικές πίεσης, επικοινωνίας και ανθρωπίνης

αλληλεπίδρασης. Σημαντικό μέρος της δραστηριοποίησής τους επίσης καταλαμβάνει η προσπάθεια επιμόρφωσης των τουριστών. Τα ιδρύματα τα οποία δραστηριοποιούνται σε περιοχές, οι οποίες πολύ σύντομα εξελίσσονται σε προορισμούς για τους ταξιδιώτες που αναζητούν την ανέγγιχτη φύση, αναπτύσσουν ένα κώδικα επικοινωνίας απευθείας με τους ταξιδευτές. Αυτοί οι κώδικες επικοινωνίας έχουν ως στόχο τον περιορισμό της καταστροφής του περιβάλλοντος και της κουλτούρας του προορισμού, με απώτερο σκοπό να προάγουν έναν περισσότερο υπεύθυνο τουρισμό.

Τα charity που λειτουργούν έξω (outside) από την τουριστική βιομηχανία, τα οποία αποτελούν και το αντικείμενο της παρούσας μελέτης, χρησιμοποιούν τον τουρισμό αποκλειστικά ως ένα μέσο συγκέντρωσης οικονομικών πόρων. Στο Ηνωμένο Βασίλειο αποτελούν τα μεγαλύτερα σε οικονομικά έσοδα από τα επισήμως καταχωρημένα φιλανθρωπικά ιδρύματα. Οι μη κερδοσκοπικοί αυτοί οργανισμοί απευθύνονται σε εξειδικευμένα τουριστικά πρακτορεία για τη διοργάνωση εκδηλώσεων με υπαίθριες δραστηριότητες υψηλού βαθμού δυσκολίας, που ως κύριο στόχο έχουν, όπως αναφέραμε και νωρίτερα, τη συγκέντρωση οικονομικών πόρων. Ο τρόπος συγκέντρωσης των πόρων αυτών στις περιπτώσεις των εκδηλώσεων των charity tours γίνεται με τρεις κυρίως τρόπους: (Turner et al, 2001) α) Ένα καθορισμένο εξ' αρχής ποσό του κόστους της εκδρομής δίνεται απευθείας στο charity, (πχ 250 £ από της 2000 £ της τιμής συμμετοχής στο challenge tour πηγαίνουν στο charity). β) Κάθε υποψήφιος συμμετέχων συγκεντρώνει ένα ποσό από δωρεές το οποίο και αποδίδει στο charity για να κερδίσει ένα ποσοστό έκπτωσης από το ποσό της συμμετοχής στην εκδρομή. Ωστόσο, ο πιο συνηθισμένος και παράλληλα προσοδοφόρος τρόπος συγκέντρωσης χρημάτων είναι ο τρίτος. Ο φιλανθρωπικός οργανισμός καθορίζει ένα ελάχιστο ποσό εγγραφής για την εκδήλωση, το οποίο καταβάλει ο ενδιαφερόμενος με την εκδήλωση ενδιαφέροντος συμμετοχής στο πρόγραμμα. Το ποσό αυτό δεν επιστρέφεται ακόμα και στην περίπτωση μη συμμετοχής, τελικά, στην εκδήλωση. Στη συνέχεια, καθορίζεται ένα ελάχιστο ποσό χορηγίας που πρέπει το άτομο να συγκεντρώσει και να φέρει στο φιλανθρωπικό ίδρυμα, ώστε να συμμετάσχει στην εκδήλωση. Η διαφορά που προκύπτει από το ποσό χορηγίας που πρέπει το άτομο να συγκεντρώσει για τη συμμετοχή του και το κόστος της εκδήλωσης (στο οποίο περιλαμβάνονται όλα τα έξοδα για την υλοποίηση της





εκδήλωσης, καθώς και οι αμοιβές του τουριστικού πρακτορείου που έχει αναλάβει την οργάνωση της) αποτελεί το κέρδος του φιλανθρωπικού οργανισμού (Scope charity, 2004). Χαρακτηριστικά, η 5ήμερη εκδήλωση με τίτλο “Mt Olympus Challenge 3-7 June 2004” που οργάνωσε το φιλανθρωπικό ίδρυμα Scope (about cerebral palsy, for disabled people achieving equality) έχοντας ως σύνθημα τη φράση «Συμμετέχοντας στη δική μας Ολυμπιακή πρόκληση για το 2004 “πατώντας” την υψηλότερη κορυφή της Ελλάδας, Μύτικας, 2918 μέτρα» είχε ως ποσό εγγραφής (μη επιστρεφόμενο σε περίπτωση ακύρωσης ) 199€ και ελάχιστο ποσό χορηγίας για τη συμμετοχή στην εκδήλωση 1700€. Οι συμμετέχοντες γνώριζαν από την επίσημη ενημέρωση του φιλανθρωπικού ιδρύματος πως το καθαρό κόστος της συγκεκριμένης εκδήλωσης ήταν περίπου 500€ και εν γνώση τους αποφάσισαν τη συμμετοχή τους σε μια εκδήλωση όπου, η διαφορά της υπερκοστολόγησης των 1200€ πήγαινε για τους σκοπούς του φιλανθρωπικού οργανισμού.

Η πρακτική του συγκεκριμένου φιλανθρωπικού ιδρύματος, όπως και πολλών άλλων, είναι η παροχή με την εγγραφή ενός πακέτου χορηγίας όπως ονομάζεται (sponsor pack), το οποίο περιέχει όλα τα απαραίτητα παραστατικά, αλλά και τεχνικές συγκέντρωσης χρημάτων, ώστε ο συμμετέχων, αναπτύσσοντας την ανάλογη εραυική (fund raising) δράση, να μπορέσει να συγκεντρώσει το απαραίτητο, για τη συμμετοχή του στην εκδήλωση, ποσό. Στην εκδήλωση “Mt Olympus challenge” του Scope με συνολικά 60 συμμετέχοντες συγκέντρωσε το ποσό των 80.000€ για τους σκοπούς του. Το Scope, όπως και το V.S.O charity (Volunteering services Overseas, 2004) υλοποιούν 10-12 ανάλογες εκδηλώσεις κάθε χρόνο με προορισμούς σε ολόκληρο τον κόσμο και κυρίως στο Περού, το Κιλιμάντζαρο, τη Βραζιλία, την Κένυα, το Βιετνάμ και το Αηπαρνα circuit με μεγάλους αριθμούς συμμετεχόντων (40-60 άτομα), ώστε να πετυχαίνουν καλύτερες τιμές στο καθαρό κόστος της εκδήλωσης και μεγαλύτερα ποσά κέρδους για τους σκοπούς τους. Βέβαια, στο χώρο των προγραμμάτων υπαίθριων δραστηριοτήτων υψηλών απαιτήσεων συμμετοχής για φιλανθρωπικούς σκοπούς δραστηριοποιούνται και άλλα φιλανθρωπικά ιδρύματα, όπου οι εκδηλώσεις χαρακτήρα «πρόκλησης συμμετοχής» είναι πιο περιορισμένες (για παράδειγμα 1 φορά το χρόνο). Για παράδειγμα το “Hope charity, for disable children” (2004) χρηματοδοτεί τη λειτουργία του κέντρου που έχει υπό την εποπτεία του για την

εκπαίδευση παιδιών με αναπηρίες με κάποιες από τις μορφές συγκέντρωσης οικονομικών πόρων που αναφέρθηκαν στην αρχή της εργασίας αυτής, ενώ παράλληλα οργανώνει ταξίδια υπαίθριων δραστηριοτήτων υψηλών απαιτήσεων συμμετοχής μια φορά το χρόνο.

### ***Χρησιμότητα της έρευνας***

Η αγορά των υπαίθριων δραστηριοτήτων αναψυχής αποτελεί έναν ιδιαίτερο τομέα του τουρισμού. Παγκοσμίως οι λάτρεις της αναψυχής αναζητούν και επιλέγουν προορισμούς στους οποίους μπορούν να δραστηριοποιηθούν συμμετέχοντας όχι μόνο τις αγαπημένες τους δραστηριότητες, αλλά και σε αυτές τις οποίες προσφέρει η γεωγραφική μορφολογία της χώρας που επισκέπτονται. Δεν περιορίζονται μόνο σε επισκέψεις στα μεγάλα αστικά κέντρα, αλλά επιδιώκουν να βαδίζουν σε μονοπάτια τα οποία χάνονται μέσα στους αιώνες, αναζητώντας την επαφή με τον αυθεντικό πολιτισμό του προορισμού που επισκέπτονται, τους ανθρώπους και τις συνήθειες τους.

Η παρούσα έρευνα ασχολήθηκε με την ιδιαίτερη μορφή των προγραμμάτων υπαίθριων δραστηριοτήτων υψηλών απαιτήσεων συμμετοχής για φιλανθρωπικούς σκοπούς, βάση των οποίων αποτελούν οι υπαίθριες δραστηριότητες υψηλού βαθμού δυσκολίας. Ωστόσο, τα προγράμματα αυτά παρουσιάζουν ιδιαιτερότητες σε σχέση με τις τυπικές εκδρομές υπαίθριων δραστηριοτήτων, τόσο ως προς το χαρακτήρα όσο και ως προς τους στόχους τους. Η κατανόηση των κινήτρων των συμμετεχόντων στις υπαίθριες δραστηριότητες υψηλού βαθμού δυσκολίας για φιλανθρωπικό χαρακτήρα θα βοηθήσει στην καταγραφή των στοιχείων εκείνων που δίνουν στις εκδηλώσεις αυτές το μοναδικό τους χαρακτήρα. Με βάση αυτά τα στοιχεία μπορούν να σχεδιαστούν προγράμματα τα οποία θα αναδείξουν τις ομορφιές της ελληνικής φύσης και παράλληλα θα ανταποκριθούν στις απαιτήσεις της ιδιαίτερης αυτής αγοράς, ώστε η Ελλάδα να καθιερωθεί στα προγράμματά τους ως μόνιμος και όχι ως κατ' εξαίρεση προορισμός, λόγω της διοργάνωσης μεγάλων αθλητικών γεγονότων όπως για παράδειγμα αποτέλεσαν οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004.

## **Σκοπός της έρευνας**

Σκοπό της παρούσας έρευνας αποτέλεσε η διερεύνηση των κινήτρων των ατόμων που συμμετέχουν σε εκδηλώσεις υπαιθρίων δραστηριοτήτων υψηλών απαιτήσεων συμμετοχής, που διοργανώνονται από φιλανθρωπικούς οργανισμούς, η δυνατότητα πρόβλεψης της συμμετοχής των ατόμων σε μελλοντικά προγράμματα με βάση τα κίνητρα τους, καθώς και οι διαφοροποιήσεις των κινήτρων των συμμετεχόντων με βάση το φύλλο, την ηλικία, την εθνικότητα, το επίπεδο μόρφωσης και την οικογενειακή τους κατάσταση.

## **Ερευνητικές Υποθέσεις**

*1<sup>η</sup> Μηδενική υπόθεση:* Δεν υπάρχουν διαφορές στα κίνητρα συμμετοχής σε υπαίθριες δραστηριότητες υψηλών απαιτήσεων συμμετοχής για φιλανθρωπικούς σκοπούς και της συχνότητας συμμετοχής των ατόμων σε μελλοντικά αντίστοιχα προγράμματα

*1<sup>η</sup> Εναλλακτική υπόθεση:* Υπάρχουν διαφορές στα κίνητρα συμμετοχής σε υπαίθριες δραστηριότητες υψηλών απαιτήσεων συμμετοχής για φιλανθρωπικούς σκοπούς και της συχνότητας συμμετοχής των ατόμων σε μελλοντικά αντίστοιχα προγράμματα

*2<sup>η</sup> Μηδενική υπόθεση:* Δεν υπάρχουν διαφορές στα κίνητρα συμμετοχής σε υπαίθριες δραστηριότητες υψηλών απαιτήσεων συμμετοχής για φιλανθρωπικούς σκοπούς μεταξύ ανδρών και γυναικών.

*2<sup>η</sup> Εναλλακτική υπόθεση:* Υπάρχουν διαφορές στα κίνητρα συμμετοχής σε υπαίθριες δραστηριότητες υψηλών απαιτήσεων συμμετοχής για φιλανθρωπικούς σκοπούς μεταξύ ανδρών και γυναικών.

*3<sup>η</sup> Μηδενική υπόθεση:* Δεν υπάρχουν διαφορές στα κίνητρα συμμετοχής σε υπαίθριες δραστηριότητες υψηλών απαιτήσεων συμμετοχής για φιλανθρωπικούς σκοπούς μεταξύ ατόμων με διαφορετικό μορφωτικό επίπεδο.

*3<sup>η</sup> Εναλλακτική υπόθεση:* Υπάρχουν διαφορές στα κίνητρα συμμετοχής σε υπαίθριες δραστηριότητες υψηλών απαιτήσεων συμμετοχής για φιλανθρωπικούς σκοπούς μεταξύ ατόμων με διαφορετικό μορφωτικό επίπεδο

*4<sup>η</sup> Μηδενική υπόθεση:* Δεν υπάρχουν διαφορές στα κίνητρα συμμετοχής σε υπαίθριες δραστηριότητες υψηλών απαιτήσεων συμμετοχής για φιλανθρωπικούς σκοπούς σε σχέση με την οικογενειακή τους κατάσταση.

4<sup>η</sup> *Εναλλακτική υπόθεση*: Υπάρχουν διαφορές στα κίνητρα συμμετοχής σε υπαίθριες δραστηριότητες υψηλών απαιτήσεων συμμετοχής για φιλανθρωπικούς σκοπούς σε σχέση με την οικογενειακή τους κατάσταση.

5<sup>η</sup> *Μηδενική υπόθεση*: Δεν υπάρχουν διαφορές στα κίνητρα συμμετοχής σε υπαίθριες δραστηριότητες υψηλών απαιτήσεων συμμετοχής για φιλανθρωπικούς σκοπούς μεταξύ συμμετεχόντων διαφορετικών ηλικιακών κατηγοριών.

5<sup>η</sup> *Εναλλακτική υπόθεση*: Υπάρχουν διαφορές στα κίνητρα συμμετοχής σε υπαίθριες δραστηριότητες υψηλών απαιτήσεων συμμετοχής για φιλανθρωπικούς σκοπούς μεταξύ συμμετεχόντων διαφορετικών ηλικιακών κατηγοριών

6<sup>η</sup> *Μηδενική υπόθεση*: Δεν υπάρχουν διαφορές στα κίνητρα συμμετοχής σε υπαίθριες δραστηριότητες υψηλών απαιτήσεων συμμετοχής για φιλανθρωπικούς σκοπούς μεταξύ ατόμων διαφορετικών εθνότητων.

6<sup>η</sup> *Εναλλακτική υπόθεση*: Υπάρχουν διαφορές στα κίνητρα συμμετοχής σε υπαίθριες δραστηριότητες υψηλών απαιτήσεων συμμετοχής για φιλανθρωπικούς σκοπούς μεταξύ ατόμων διαφορετικών εθνότητων.

### **Περιορισμοί έρευνας**

Λόγω του περιορισμού του δείγματος σε δύο μόνο φιλανθρωπικούς οργανισμούς και τους εκατόν ενενήντα τρεις συνολικά συμμετέχοντες σε πέντε διαφορετικά προγράμματα, τα αποτελέσματα της συγκεκριμένης έρευνας δε μπορούν να γενικευτούν στο σύνολο των προγραμμάτων υπαίθριων δραστηριοτήτων υψηλών απαιτήσεων συμμετοχής για φιλανθρωπικούς σκοπούς. Πέρα όμως από τον μικρό αριθμό του δείγματος, περιορισμό στην παρούσα έρευνα αποτελεί και το γεγονός ότι οι συμμετέχοντες προσεγγίστηκαν μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, με το οποίο και εκλήθησαν να επιστρέψουν τα ερωτηματολόγια. Η επωνυμία στις απαντήσεις πιθανόν αποτελεί παράγοντα που επηρέασε ως ένα βαθμό τις απαντήσεις τους.

## ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

### **Ορισμός**

Παρακινούμαι σημαίνει δρω, κινούμαι με σκοπό να εκτελέσω κάτι. Ένα άτομό, το οποίο δε νιώθει την ανάγκη να δράσει και παράλληλα η συμπεριφορά του στερείται πρόθεσης και αίσθησης προσωπικής αφορμής, χαρακτηρίζεται ως δίχως κίνητρα, ενώ κάποιος που ενεργοποιείται και δρα προς ένα σκοπό χαρακτηρίζεται ως παρακινούμενος (Ryan & Deci, 2000). Οι περισσότερες θεωρίες της παρακίνησης αντιμετωπίζουν τα κίνητρα ως ένα ενιαίο φαινόμενο, το οποίο περικλείει από μικρά ως και μεγαλύτερα ποσοστά παρακίνησης για δράση. Ωστόσο, μια περισσότερο λεπτομερής διερεύνηση των θεωριών της παρακίνησης υποδηλώνει πως η παρακίνηση δεν αποτελεί απλά ένα ενιαίο φαινόμενο. Τα άτομα δε διαφέρουν μόνο στο ποσοστό παρακίνησής, αλλά και στον προσανατολισμό της, το είδος δηλαδή της παρακίνησης. Ο προσανατολισμός της παρακίνησης αφορά τις εσωτερικές στάσεις και σκοπούς που δίνουν την αφορμή για μια πράξη, εμπλέκοντας τα αίτια της πράξης (Ryan & Deci, 2000).

### **Θεωρία αυτό-αποτελεσματικότητας Bandura**

Μια από τις θεμελιώδεις αρχές που ερμηνεύουν τα κίνητρα αποτελεί η θεωρία της αυτό-αποτελεσματικότητας του Bandura, ο οποίος πρότεινε ένα κοινωνικό-γνωστικό μοντέλο στην παρακίνηση, προσανατολισμένο στο ρόλο της αποτελεσματικότητας και της ανθρώπινης ενέργειας. Όρισε την αυτό-αποτελεσματικότητα ως την εμπιστοσύνη των ατόμων στην ικανότητά τους για οργάνωση και εκτέλεση μιας σειράς πράξεων, ώστε να λυθεί ένα πρόβλημα ή να επιτευχθεί ένας στόχος. Την χαρακτηρίζει ως ένα πολυδιάστατο οικοδόμημα το οποίο διαφέρει στη δύναμη, τη γενίκευση και το επίπεδο ή τη δυσκολία. Έτσι κάποια άτομα έχουν μεγαλύτερη αίσθηση της αυτό-αποτελεσματικότητας, ενώ άλλα κάποια άλλα όχι. Παρομοίως, ορισμένα άτομα έχουν μεγάλη πίστη στην αποτελεσματικότητά τους και βασιζόμενα σε αυτή μπορούν να αντιμετωπίσουν πολλές καταστάσεις, ενώ κάποια άλλα όχι. Υπάρχουν άτομα τα οποία πιστεύουν

πως είναι αποτελεσματικά ακόμα και στους πιο δύσκολους στόχους, ενώ άλλα πως είναι αποτελεσματικά μόνο σε εύκολους στόχους. Όπως η θεωρία της προσδοκίας – αξίας και η θεωρία της απόδοσης, η θεωρία της αυτο-αποτελεσματικότητας του Bandura, εστιάζει στην προσδοκία της επιτυχίας. Ωστόσο ο Bandura διακρίνει δύο είδη προσδοκιών: α) την προσδοκία του αποτελέσματος, όπου ορισμένες συμπεριφορές οδηγούν σε συγκεκριμένα αποτελέσματα, και β) τις προσδοκίες της αποτελεσματικότητας, κατά πόσο δηλαδή κάποιος μπορεί με αποτελεσματικότητα να εκτελέσει την απαραίτητη συμπεριφορά, ώστε να παράγει το επιθυμητό αποτέλεσμα. Τα δύο αυτά είδη της προσδοκίας διαφέρουν, καθώς, ενώ τα άτομα πιστεύουν πως μια συγκεκριμένη συμπεριφορά μπορεί να παράγει ένα συγκεκριμένο αποτέλεσμα (προσδοκία αποτελέσματος), ενδέχεται να μην πιστεύουν ότι μπορούν να πετύχουν αυτή τη συμπεριφορά (προσδοκία αποτελεσματικότητας). Μάλιστα, ο Bandura προτείνει πως η προσδοκία της αποτελεσματικότητας των ατόμων καθορίζει σε μεγάλο βαθμό τον καθορισμό των στόχων, την επιλογή των δραστηριοτήτων, την επιθυμία για προσπάθεια και την επιμονή.

### **Θεωρίες Ελέγχου**

Επίκεντρο των θεωριών ελέγχου αποτελεί ένα άλλο είδος θεωρίας βασισμένη στις προσδοκίες (Crandall et al. 1965; Rotter, 1966). Σύμφωνα με τις θεωρίες ελέγχου, κάποιος μπορεί να προσδοκά την επιτυχία στο βαθμό που νιώθει πως έχει τον έλεγχο της επιτυχίας και της αποτυχίας. Μεταγενέστεροι υποστηρικτές της θεωρίας του ελέγχου εμπλούτισαν τα θεμελιώδη μοντέλα της θεωρίας αυτής. Πιο συγκεκριμένα, ο Connell (1985) προσέθεσε ως τρίτη κατηγορία ελέγχου τον «άγνωστο έλεγχο» και τόνισε πως ορισμένα άτομα (κυρίως μικρότερης ηλικίας παιδιά) είναι πολύ πιθανό να εντάσσονται στην κατηγορία αυτή. Απέδειξε επίσης πως η άγνοια της αιτίας που προκαλεί την επιτυχία ή την αποτυχία κάποιου υποσκάπτει τα κίνητρα της εργασίας του σε συναφής στόχους.

Οι Connell & Wellborn (1991) περιέλαβαν τις θεωρίες ελέγχου σε ένα ευρύτερο θεωρητικό πλαίσιο, προτείνοντας τρεις βασικές ψυχολογικές ανάγκες: α) την ικανότητα, β) την αυτονομία και γ) την αρμονική σχέση. Συνέδεσαν τις πεπειθήσεις ελέγχου με την ανάγκη της ικανότητας. Άτομα (παιδιά στην μελέτη τους) που πίστευαν ότι έλεγχαν τα αποτελέσματα των κατορθωμάτων τους

ένιωθαν μεγαλύτερη ικανότητα. Οι ερευνητές υπέθεσαν πως ο βαθμός με τον οποίο οι ανάγκες αυτές ικανοποιούνται, επηρεάζεται από τα χαρακτηριστικά της οικογένειας, του κοινωνικού και σχολικού περιβάλλοντος και πρότειναν πως ο τρόπος με τον οποίο αυτές οι ανάγκες ικανοποιούνται, καθορίζει την εμπλοκή σε διαφορετικές δραστηριότητες. Έτσι, όταν οι ανάγκες ικανοποιούνται πλήρως, τότε τα παιδιά θα εμπλακούν ολοκληρωτικά, ενώ όταν κάποιες δεν ικανοποιηθούν, τα παιδιά θα χάσουν την εμπιστοσύνη και την παρακίνησή τους (Connell, Spencer & Aber 1994; Sninner & Belmont 1993).

Ένα περισσότερο περίπλοκο μοντέλο του αντιλαμβανόμενου ελέγχου παρουσίασαν σε μελέτη τους η Skinner και οι συνεργάτες της (Skinner 1995; Skinner, Zimmer-Gemback & Connell 1998). Εστίασαν στην κατανόηση του στόχου της δραστηριότητας και περιέγραψαν τρεις κρίσιμες απόψεις: α) τις αρχές των μέσων-σκοπών (means – ends), β) τις αρχές ελέγχου (control beliefs) και γ) τις αρχές της ενέργειας (agency beliefs). Οι αρχές των μέσων -σκοπών πρεσβεύουν την προσδοκία πως ορισμένες αιτίες μπορούν να επιφέρουν συγκεκριμένα αποτελέσματα. Αυτές οι αιτίες περιλαμβάνουν σύμφωνα με τον Weiner (1985) την τυχαία απόδοση και άγνωστο έλεγχο. Οι αρχές ενέργειας βασίζονται στην προσδοκία πως κάποιος έχει πρόσβαση στα μέσα που χρειάζονται για να παραχθούν τα διάφορα αποτελέσματα, ενώ οι αρχές ελέγχου βασίζονται στις προσδοκίες των ατόμων πως μπορούν να δημιουργήσουν τα επιθυμητά αποτελέσματα. Οι τρεις αυτές θεωρίες σύμφωνα με τους ερευνητές, επηρεάζουν την επίδοση στους στόχους που έχουν τεθεί.

### ***Εσωτερική και εξωτερική παρακίνηση.***

Οι θεωρίες που ασχολούνται με την ικανότητα, την προσδοκία και τις αρχές ελέγχου επεξηγούν με επιτυχία την απόδοση των ατόμων σε διάφορα ήδη στόχων. Ωστόσο, δεν μελετούν συστηματικά τους λόγους για τους οποίους τα άτομα εμπλέκονται σε διάφορους στόχους επίτευξης (achievement tasks). Είναι λοιπόν δυνατό, ενώ τα άτομα είναι σίγουρα πως μπορούν να ανταποκριθούν σε ένα στόχο, να μην έχουν κάποιον λόγο που να τα παρακινεί. Ορισμένες θεωρίες λοιπόν εστιάζουν στην διαφορά μεταξύ της εσωτερικής και εξωτερικής παρακίνησης. Η εσωτερική παρακίνηση αφορά ενέργειες οι οποίες πραγματοποιούνται καθώς από τη φύση τους είναι ενδιαφέρουσες και

απολαυστικές, ενώ η εξωτερική παρακίνηση αναφέρεται σε ενέργειες που πραγματοποιούνται, γιατί οδηγούν σε συγκεκριμένα αποτελέσματα με κάποιας μορφής επιβράβευση. (Deci & Ryan, 1985)

Πιο συγκεκριμένα, η εσωτερική παρακίνηση ορίζεται ως η πραγματοποίηση μια δραστηριότητας για την έμφυτη ευχαρίστηση που προσφέρει, παρά για τα αποτελέσματα της. Όταν ένα άτομο παρακινείται εσωτερικά, δρα για την ευχαρίστηση ή για την πρόκληση που συνεπάγεται της δράσης του και όχι εξαιτίας εξωτερικών πιέσεων και ανταμοιβών. Αυτή η αυθόρμητη συμπεριφορά, ακόμα και αν επιφέρει ωφέλειες στο άτομο, δε γίνεται για κάποιον εμφανή χρήσιμο λόγο, αλλά κυρίως για τις θετικές εμπειρίες οι οποίες σχετίζονται με την εξάσκηση και την επέκταση των δυνατοτήτων των ατόμων. Βέβαια, η εσωτερική παρακίνηση δεν αποτελεί το μοναδικό είδος παρακίνησης για τα άτομα, αποτελεί ωστόσο, ένα από τα πιο σημαντικά. Η φυσική αυτή κινητήρια τάση αποτελεί ένα κρίσιμο στοιχείο στην γνωστική, κοινωνική και φυσική εξέλιξη, καθώς λόγω της ανάπτυξης δράσης στους τομείς των έμφυτων και εσωτερικών του ενδιαφερόντων, το άτομο εξελίσσει τις γνωστικές και άλλες ικανότητες του.

Παρά το εμφανές γεγονός ότι τα άτομα ελεύθερα επωφελούνται από την τάση της εσωτερικής παρακίνησης, η κλίση αυτή φαίνεται πως εκφράζεται μόνο υπό ορισμένες καταστάσεις. Η έρευνα στην εσωτερική παρακίνηση έχει δώσει για αυτό το λόγο μεγάλη έμφαση στους παράγοντες που συμπεραίνουν, διατηρούν και προάγουν αυτό το είδος της παρακίνησης, σε αντίθεση με αυτούς που τον μειώσουν. Η θεωρία του αυτό – προσδιορισμού των Deci & Ryan είναι ειδικά σχεδιασμένη σύμφωνα με κοινωνικούς και περιβαλλοντολογικούς παράγοντες, οι οποίοι διευκολύνουν χωρίς να φθείρουν την εσωτερική παρακίνηση. Παρουσίασαν επίσης τη θεωρία της Γνωστικής αποτίμησης (Cognitive evaluation Theory) καθορίζοντας λεπτομερώς τους παράγοντες του κοινωνικού περιβάλλοντος που παράγουν τη μεταβλητότητα της εσωτερικής παρακίνησης. Έτσι λοιπόν, η θεωρία της Γνωστικής αποτίμησης, η οποία θεωρείται υποκατηγορία της θεωρίας του αυτό – προσδιορισμού, τονίζει πως οι διαπροσωπικές δομές και τα γεγονότα τα οποία συντελούν στην αίσθηση της επάρκειας κατά τη διάρκεια της δράσης μπορούν να προάγουν την εσωτερική παρακίνηση για τη συγκεκριμένη δράση, καθώς επιτρέπουν την ικανοποίηση της βασικής ψυχολογικής ανάγκης για επάρκεια.



Παρά τη σημαντικότητα της εσωτερικής παρακίνησης, οι περισσότερες δραστηριότητες των ατόμων, ειδικότερα μετά την παιδική ηλικία, δεν είναι εσωτερικά παρακινούμενες, καθώς οι κοινωνικές απαιτήσεις και ρόλοι απαιτούν από τα άτομα να αναλάβουν τις ευθύνες τους για μη εσωτερικά υποκινούμενους και ενδιαφέροντες σκοπούς. Η εξωτερική παρακίνηση λοιπόν χαρακτηρίζει μια δραστηριότητα η οποία λαμβάνει χώρα με σκοπό να αποκομιστούν ορισμένες ωφέλειες, σε αντίθεση με την εσωτερική παρακίνηση. Ωστόσο, ενώ ορισμένες οπτικές αντιμετωπίζονται ως μη αυτόνομη τη συμπεριφορά που απορρέει από την εξωτερική παρακίνηση, η θεωρία του αυτό-προσδιορισμού προτείνει πως η εξωτερική παρακίνηση μπορεί να περιέχει μεγάλη ποικιλία στο βαθμό αυτονομίας της. Καθώς όμως πολλές δραστηριότητες δεν είναι σχεδιασμένες με στόχο να είναι εσωτερικά ενδιαφέρουσες, τίθεται το θέμα του τρόπου παρακίνησης των ατόμων με σκοπό να εκτιμήσουν αυτές τις δραστηριότητες και να τις φέρουν σε πέρας χωρίς εξωτερικές πιέσεις. Σύμφωνα με τους Deci & Ryan (1985) το πρόβλημα αυτό περιγράφεται στη θεωρία της αυτό-αποτελεσματικότητας σε σχέση με την καλλιέργεια της εσωτερικής και της σταδιακής ανάμειξης των αξιών και των κανονισμών της συμπεριφοράς. Η εσωτερική είναι η διαδικασία αντίληψης της αξίας ή των κανόνων, ενώ η σταδιακή ανάμειξη είναι η διαδικασία με την οποία τα άτομα μετασχηματίζουν πλήρως τους κανονισμούς σε εσωτερικούς, με αποτέλεσμα να πηγάζουν πλέον από την αίσθηση του εαυτού τους. Διαμέσου λοιπόν αυτής της συνέχειας η ιδέα της εσωτερικής περιγράφει πως τα κίνητρα της συμπεριφοράς μπορούν να διακυμανθούν από την κατάσταση της έλλειψης παρακίνησης ή της απροθυμίας, στην παθητική συμμόρφωση και εν τέλει στη προσωπική δέσμευση.

### **Θεωρία στόχων.**

Οι ερευνητές των θεωριών της παρακίνησης ενδιαφέρθηκαν πάρα πολύ για την επίτευξη των στόχων των παιδιών και τη σχέση τους με την συμπεριφορά της επίτευξης. Σύμφωνα με τους Bandura, (1997) και Schunk (1990) συγκεκριμένοι, προσεγγίσιμοι και προκλητικοί στόχοι συμβάλλουν θετικά στην αυτό-αποτελεσματικότητα και τη βελτιωμένη απόδοση. Άλλοι ερευνητές προσδιόρισαν και αναζήτησαν ευρύτερα τους προσανατολισμούς των στόχων. Ο Nicholls και οι συνεργάτες (1990) του καθόρισαν δύο μεγάλες κατηγορίες σχετικές με την

παρακίνηση πρότυπα και προσανατολισμούς στόχων. Τους στόχους που εμπλέκουν α) το Εγώ (Ego-involved goals) και τους στόχους που εμπλέκουν β) την αποστολή (task involved goals). Άτομα με στόχους που βασίζονται στο Εγώ, αναζητούν την μεγιστοποίηση της ευνοϊκής αξιολόγησης της ικανότητάς τους και τον περιορισμό της αρνητικής. Αντίθετα, στους στόχους που βασίζονται στην αποστολή, τα άτομα εστιάζουν στην κατάκτηση της αποστολής και στην αύξηση των ικανοτήτων τους. Η Dweck και οι συνεργάτες της (1999) παρουσίασαν μια συμπληρωματική ανάλυση πραγματοποιώντας διαχωρισμό μεταξύ των στόχων απόδοσης και των στόχων μάθησης. Στα ίδια πλαίσια κινούμενος ο Ames (1992) πραγματοποίησε το διαχωρισμό μεταξύ της σχέσης της απόδοσης και της κατάκτησης στόχων ταυτόχρονα με την επιλογή απόδοσης και στόχων. Με τους στόχους που βασίζονται στο εγώ (ή διαφορετικά και στόχους απόδοσης) τα παιδιά προσπαθούν να υπερκεράσουν τους άλλους, εκτελώντας, με μεγάλη πιθανότητα, στόχους που τα ίδια γνωρίζουν πως βρίσκονται στα πλαίσια των δυνατοτήτων. Τα παιδιά που προσανατολίζονται στο στόχο επιλέγουν πιο προκλητικούς στόχους, ενδιαφέρονται περισσότερο για τη δική τους πρόοδο παρά να προσπεράσουν με την επίδοσή τους τα άλλα παιδιά.

Από τις σημαντικότερες επίσης θεωρίες στο χώρο αυτό είναι ο διαχωρισμός μεταξύ των στόχων που προσεγγίζουν την απόδοση και αυτών που αποφεύγουν την απόδοση. (Elliot & Church, 1997; Midgley et al., 1998; Skaalvit, 1997). Ο διαχωρισμός αυτός πραγματοποιήθηκε κυρίως λόγω των αντιφατικών αποδείξεων σχετικά με την επίδραση των στόχων απόδοσης σε διάφορα αποτελέσματα. Οι στόχοι που προσεγγίζουν την απόδοση υποδηλώνουν την εμπλοκή σε στόχους επίτευξης για λόγους απόδοσης, ενώ οι στόχοι αποφυγής της απόδοσης αφορούν την απεμπλοκή με σκοπό να μην φανούν ανεπαρκείς. Γενικότερα, οι στόχοι που προσεγγίζουν την απόδοση φαίνεται πως επιδρούν θετικά στην παρακίνηση και την επίτευξη από ότι οι στόχοι αποφυγής της απόδοσης. Ωστόσο υπάρχουν αντιρρήσεις μεταξύ των θεωριών των στόχων, όπως αυτή που εκφράζει ο Midgley και οι συνεργάτες του (Midgley et al., 2001), αναφορικά με τις θετικές επιδράσεις των στόχων προσέγγισης της επίδοσης.

Διάφοροι ερευνητές υιοθέτησαν πιο περίπλοκες απόψεις σχετικά με τους στόχους και την παρακίνηση. Ο Ford (1992) πρότεινε ένα πιο περίπλοκη θεωρία βασισμένη στην υπόθεση ότι τα άτομα είναι προσανατολισμένα στους στόχους και

αυτό- οργανωμένα. Όρισε τους στόχους ως επιθυμητές εκφράσεις στόχων τις οποίες τα άτομα προσπαθούν να επιτύχουν μέσω γνωστικών, συναισθηματικών και βιοχημικών διεργασιών της συμπεριφοράς τους. Επιπρόσθετα ο Ford θεώρησε τους στόχους ως ένα μόνο τμήμα της παρακίνησης, καθώς στο μοντέλο του η παρακίνηση ορίζεται ως η παραγωγή στόχων, συναισθημάτων και προσωπικών πεποιθήσεων.

Οι Ford & Nichols (1987) πέρα από τη σκιαγράφηση μιας εκτενούς ταξινόμησης των στόχων, προχώρησαν σε ένα πιο ευρύ διαχωρισμό. Ο διαχωρισμός βασίζεται σε εσωτερικούς στόχους του ατόμου, επιθυμητά δηλαδή αποτέλεσμα τα οποία πηγάζουν εσωτερικά του ατόμου, και ατομικούς περιβαλλοντολογικούς στόχους, την επιθυμητή σχέση μεταξύ των ατόμων και του περιβάλλοντός τους. Οι εσωτερικοί στόχοι του ατόμου περιλαμβάνουν τους συναισθηματικούς στόχους (ευτυχία, φυσική ευρωστία), τους γνωστικούς (πνευματική δημιουργικότητα) και τους προσωπικούς οργανωτικούς στόχους (αρμονική συνεργασία, υπερβατικότητα). Αυτοί οι στόχοι ενέχουν α) αυτό-διαβεβαιωτικούς στόχους (self assertive goals) όπως ο αυτό –προσδιορισμός και η ατομικότητα, β) ενσωματωτικούς στόχους κοινωνικών σχέσεων (integrative social relationship goals) όπως η κοινωνική ευθύνη, γ) και στόχους κατάκτησης όπως τα υλικά αγαθά, η ασφάλεια και η υπεροχή.

### ***Κίνητρα στο χώρο του τουρισμού.***

Παρά το γεγονός ότι τα κίνητρα αποτελούν μια μόνο από τις παραμέτρους που ερμηνεύουν τη συμπεριφορά των ατόμων και κατ' επέκταση των τουριστών, θεωρούνται από τις πιο σημαντικές, καθώς αποτελούν τις κινητήριες αλλά και τις ανασταλτικές δυνάμεις (impelling & compelling forces) πίσω από κάθε συμπεριφορά. (Crompton, 1979; Iso Ahola, 1982). Μια από τις θεωρίες που μελετούν τα κίνητρα των τουριστών και είναι ευρέως αποδεκτή από πολλούς μελετητές, (Chon, 1989; Crompton, 1979; Dann, 1982; Yuan, Uysal & Hagan, 1993) είναι αυτή των παραγόντων έλξης και ώθησης (pull & push factors). Οι άνθρωποι ταξιδεύουν γιατί ωθούνται και έλκονται από ορισμένες δυνάμεις. Οι δυνάμεις αυτές, περιγράφουν πώς τα άτομα ωθούνται από αυτές τις μεταβλητές κινήτρων στη λήψη της απόφασης να ταξιδέψουν και πώς έλκονται από τον τόπο προορισμού.

Σύμφωνα λοιπόν με την θεωρία αυτή τα κίνητρα ώθησης (push factors), τα οποία ωθούν τα άτομα μακριά από τον τόπο κατοικίας τους, εξηγούν την επιθυμία να ταξιδέψουν, να βρεθούν κάπου αλλού, χωρίς ωστόσο να προσδιορίζουν που ακριβώς. Αντίθετα, τα κίνητρα έλξης εξηγούν την επιλογή του προορισμού, καθώς είναι αυτά τα οποία έλκουν προς ένα προορισμό (Bansal & Eiselt, 2004). Ως παράγοντες ώθησης χαρακτηρίζονται τα κοινωνιολογικά και ψυχολογικά χαρακτηριστικά που προδιαθέτουν τα άτομα να ταξιδέψουν. Έχουν εσωτερική προέλευση και αποτελούν απροσδιόριστες και εσωτερικές επιθυμίες των ταξιδιωτών όπως η επιθυμία για αλλαγή περιβάλλοντος, για ανάπαυση και χαλάρωση, υγεία και άθληση, περιπέτεια, κύρος και κοινωνικές σχέσεις. Παραδοσιακά, τα κίνητρα ώθησης χρησιμοποιούνταν για την ερμηνεία της ανάγκης να πάει κάποιος διακοπές, σε αντίθεση με τα κίνητρα έλξης τα οποία χρησιμοποιούνταν για την ερμηνεία της επιλογής του προορισμού. Πιο συγκεκριμένα, οι παράγοντες έλξης είναι αυτοί που έλκουν τα άτομα σε κάποιο συγκεκριμένο προορισμό, αφού η απόφαση για ταξίδι έχει πλέον ληφθεί. Έρχονται στο προσκήνιο ως αποτέλεσμα της θελκτικότητας ενός προορισμού όπως ακριβώς τον αντιλαμβάνεται κάθε ταξιδιώτης. Αποτελούν τα χειροπιαστά – αντιληπτά στοιχεία του, όπως οι παραλίες, τα ιστορικά και αρχαιολογικά στοιχεία, οι υπηρεσίες αναψυχής, καθώς και η αντίληψη και προσδοκίες του ταξιδιώτη (Uysal & Hagan, 1993).

Βασιζόμενοι στη θεωρία των παραγόντων έλξης και ώθησης, οι Yuan & Mc Donald σε μελέτη τους (1990) σχετικά με τα κίνητρα ταξιδιωτών 4 διαφορετικών εθνικοτήτων, προσδιόρισαν 5 παράγοντες ώθησης: την απόδραση, το κύρος, την επιθυμία αναζήτησης του νέου, τη σύσφιξη των συγγενικών σχέσεων και τη χαλάρωση/ χόμπυ, καθώς και επτά παράγοντες έλξης: ο πολιτισμός και η ιστορία, η άγρια φύση, η ευκολία στο ταξίδι, το οικονομικό budget, το κοσμοπολίτικο περιβάλλον και το κυνήγι. Από τα αποτελέσματα της έρευνας τους φάνηκε πως η επιθυμία αναζήτησης του νέου, είναι ο πιο σημαντικός παράγοντας ώθησης στην απόφαση για διακοπές, ενώ παράλληλα διαπιστώθηκε πως τα άτομα και των τεσσάρων εθνικοτήτων της μελέτης τους ταξίδεψαν για σχεδόν παρόμοιους λόγους, αν και οι λόγοι της τελικής επιλογής του προορισμού και το επίπεδο σημαντικότητας του κάθε παράγοντα μπορεί να είναι διαφορετικά για κάθε εθνικότητα. (Chul, Uysal & Weaver, 1995)

Εξέχουσα θέση στις θεωρίες των κινήτρων έλξης κατέχουν με μελέτη τους οι Williams & Zelinsky (1970). Εξήγησαν την διεθνή ροή τουρισμού με τον όρο "Heliotropic", συνώνυμο όρο με τον αυτόν του Gray (1970) "sunlust" που αποδίδει παραπλήσια το ίδιο φαινόμενο: διακοπές οι οποίες παρακινούνται από την επιθυμία της εμπειρίας διαφορετικών και καλύτερων παροχών και από αυτές που είναι διαθέσιμες στο περιβάλλον το οποίο φυσιολογικά ζουν. Κυρίως είναι η αναζήτηση για διαφορές δραστηριότητες όπως σπορ, αλλά και κυριολεκτικά η αναζήτηση για ήλιο. Παράλληλα με τον όρο sunlust, ο Gray (1970) εισηγείται και έναν ακόμη όρο τον οποίο και ικανοποιούν οι προορισμοί, ονομάζοντας τον "wandelust", «Αποτελεί γνώρισμα της ανθρώπινης φύσης που προκαλεί σε ορισμένα άτομα την επιθυμία να αφήσουν πίσω πράγματα τα οποία γνωρίζουν και να φεύγουν για να δουν από κοντά διαφορετικές κουλτούρες και τόπους, ερείπια αρχαίων πολιτισμών, μνημεία και αρχαιολογικούς χώρους».

Σε μελέτη του το 1979 ο Crompton θέλησε να προσδιορίσει τα κίνητρα που επηρεάζουν τους ταξιδιώτες στην επιλογή ενός προορισμού. Σύμφωνα με την αρχή της διαρκούς ισορροπίας, που υποστηρίζεται από πολλές θεωρίες κινήτρων, (McNeal, 1973) η ανάπτυξη μιας ανάγκης προκαλεί διαταραχή της ισορροπίας και ένταση στο σύστημα κινήτρων. Αυτή η διαταραχή οδηγεί τον οργανισμό στην ανάπτυξη μιας σειράς ενεργειών με τις οποίες αναμένεται να ικανοποιηθεί η ανάγκη που έχει δημιουργηθεί και να αποκατασταθεί ξανά η ισορροπία (Howart & Sheth, 1968). Βασιζόμενος στη θεωρία αυτή ο Crompton θέλησε να προσδιορίσει τις καταστάσεις έντασης και τις αιτίες της έλλειψης ισορροπίας που προκαλούν, ως ανταπόκριση, τις αποφάσεις για την επιλογή συγκεκριμένων προορισμών. Μέσα από μία σειρά συνεντεύξεων δομημένων έτσι ώστε να αποκαλυφθούν κυρίως τα κίνητρα των ερωτώμενων, προσδιόρισε συνολικά εννέα κίνητρα. Κατηγοριοποίησε τα επτά ως κοινωνικό- ψυχολογικά. Η απόδραση από το αντιλαμβανόμενο κοσμικό περιβάλλον, η εξερεύνηση και αποτίμηση του εαυτού, η ξεκούραση, το κύρος, η σύσφιξη των συγγενικών σχέσεων, η διευκόλυνση της κοινωνικής αλληλεπίδρασης, η επιθυμία να νιώσεις νέος αποτελούν τα κίνητρα που κατευθύνουν τη συμπεριφορά των διακοπών ευχαρίστησης. Από την άλλη η επιθυμία αναζήτησης του νέου και η εκπαίδευση διαμορφώνουν την "πολιτιστική" κατηγορία η οποία, στη συγκεκριμένη μελέτη του Crompton, αποτελεί την κατηγορία των κινήτρων έλξης. Με βάση τα παραπάνω ευρήματα ο Crompton

πρότεινε πως η τουριστική βιομηχανία οφείλει να δώσει μεγαλύτερη σημασία στον τομέα των κοινωνικό- ψυχολογικών κινήτρων και να στηρίξει σε αυτά τις στρατηγικές δημιουργίας και προώθησης των τουριστικών προϊόντων της, ξεπερνώντας την αντίληψη πως οι τουρίστες ταξιδεύουν απλά και μόνο για να δουν και να κάνουν πράγματα μοναδικά πράγματα, αλλά και γιατί επιζητούν ένα προορισμό που θα είναι ως φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον διαφορετικό από αυτό που βιώνουν καθημερινά. Μάλιστα, σύμφωνα με τους Chul et al (1995) η συγκεκριμένη προσέγγιση εξέτασης των κινήτρων υποδηλώνει πως ο προορισμός μπορεί να έχει ένα βαθμό επίδρασης στην συμπεριφορά των διακοπών, ώστε να καλυφθεί η ανάγκη που έχει προκύψει (Chul et al, 1995).

Δύο ακόμα μελετητές οι Lundberg (1971) και Shoemaker (1994) όρισαν μια λίστα με τα πιο σημαντικά κίνητρα για ταξίδι, περιλαμβάνοντας τους παράγοντες ώθησης και έλξης. Βασιζόμενος σε μια ανασκόπηση μελετών που έγιναν στο χώρο της συμπεριφοράς των τουριστών, ο Lundberg δημιούργησε μια λίστα 18 παραγόντων κινήτρων, που περιλαμβάνει εκπαιδευτικά κίνητρα (όπως παρακολούθηση ειδικών εκδηλώσεων και επισκέψεις σε ιστορικές τοποθεσίες), κίνητρα ξεκούρασης και αναζήτησης της ευχαρίστησης (για ρομαντικές εμπειρίες και για να περάσει καλά), εθνολογικά κίνητρα (για να γνωρίσουν νέους τόπους, ή τον τόπο καταγωγής τους), καθώς και μια σειρά άλλων τρίτων κινήτρων (συμμετοχή σε σπορ, κ.α). Ο Shoemaker από την άλλη σύμφωνα με την αντίληψη του καταμερισμού των ωφελειών προσδιόρισε τρία ξεχωριστά τμήματα αγοράς μεταξύ των τουριστών, με βάση τις αντιλαμβανόμενες ωφέλειες που «έβλεπαν» πως θα αποκόμιζαν από ένα συγκεκριμένο προορισμό. Έτσι λοιπόν, η απόφασή τους να επιλέξουν ένα προορισμό επηρεάζεται από το αν ανήκουν στους “Οικογενειάρχες” (get-away- family travelers), στους Περιπετειώδεις (Adventurous travelers) ή τους Τζογαδόρους (Gambler / Fun travelers) ταξιδιώτες. Διαχωρισμός που συμφωνεί με προηγούμενες μελέτες που είχαν διαχωρίσει τους ταξιδιώτες βασιζόμενες στα κίνητρά τους (Bansal & Eiselt, 2004).

Σε ανασκοπική του μελέτη πάνω στα κίνητρα των τουριστών ο Dann, αφού επεσήμανε πως όλοι οι μελετητές που έχουν ασχοληθεί με τα κίνητρα των μεμονωμένων ατόμων κινούνται σε δύο κυρίως άξονες α)τον προσδιορισμό του οικείου περιβάλλοντος του τουρίστα και την επίδρασή του σε αυτόν, παρουσιάζοντας τις διάφορες ανάγκες και πιέσεις που διαθέτουν τον πιθανό

τουρίστα απέναντι στο ταξίδι και β) την ανάλυση της επακόλουθης πράξης του ταξιδιού ή και του επιλεγμένου προορισμού ως απάντηση σε αυτές τις ανάγκες και πιέσεις, παρουσίασε επτά διαφορετικές αλλά πολλές φορές αλληλεπιδρώμενες ερμηνείες των κινήτρων του τουρισμού. 1) Το ταξίδι ως απάντηση σε αυτό που λείπει και είναι επιθυμητό, καθώς ο σύγχρονος άνθρωπος αποζητά έθιμα, συνήθειες και αξιοθέατα διαφορετικά από αυτά στα οποία ζει γιατί απλά γιατί είναι διαφορετικά (Cohen, 1972). 2) Τους παράγοντες έλξης ενός προορισμού (με τα χαρακτηριστικά του όπως ήλιος, χαλάρωση, φιλικοί κάτοικοι, ιστορικά μνημεία, ποιότητα ξενοδοχειακών μονάδων κ.α) και τους παράγοντες ώθησης, τους κοινωνικό- ψυχολογικούς εκείνους παράγοντες που ωθούν τα άτομα στην απόφαση για να ταξιδέψουν (Crompton 1979; Dann 1977). 3) Την Ονειροπόληση (η ονειροπόληση πολύ συχνά αναφέρεται ως διαφυγή Haulot 1970; Rivers 1972, 1973; Rubenstein 1980, μια και επιτρέπει το πέρασμα από τον πραγματικό στον φανταστικό κόσμο), καθώς τα άτομα αντιλαμβάνονται πως παρεκκλίνουσες επιθυμίες και ταμπού της καθημερινής τους ζωής μπορούν να πραγματοποιηθούν κάπου αλλού και υπό μια σειρά περισσότερο ανώνυμων και ανεκτικών συνθηκών. 4) Το σκοπό του ταξιδιού, όπου τα κίνητρα για το ταξίδι ταξινομούνται σε κίνητρα με γενικό στόχο (για την ευχαρίστηση), και σε κίνητρα με ειδικούς στόχους, όπως η περιήγηση και η διακοπές (Cohen, 1974). 5) Τις τυπολογίες κινήτρων, όπως διάφορες κατηγοριοποιήσεις σε τομείς του τουρισμού (όπως σε θέματα συμπεριφοράς, στο διαχωρισμό των τουριστών) οι οποίες είναι χρήσιμες μια και προσφέρουν μια πρωταρχική ταξινόμηση ενός ιδιαίτερα πολυσύνθετου φαινομένου. 6) Τις εμπειρίες των τουριστών οι οποίοι προσπαθούν να ζήσουν την αυθεντικότητα στον προορισμό που επισκέπτονται. Εμπειρίες οι οποίες σύμφωνα με τον Cohen (1979) διαχωρίζονται σε εμπειρικές, πειραματικές και υπαρξιακές. 7) Ο προσωπικός προσδιορισμός των κινήτρων, μια και ο τρόπος με τον οποίο ο τουρίστας αποδίδει τις καταστάσεις επιτρέπει την κατανόηση των πράξεων και κινήτρων του σε μεγάλο βαθμό από ότι μια μόνο απόλυτη εξέταση των συμπεριφορών του. (Dann, 1981)

Σχολιάζοντας ωστόσο την ανωτέρω μελέτη του Dann, ο Iso –Aholia επισημαίνει πως παρά τη σωστή λογική στην οποία κινείται, θα έπρεπε να περιλαμβάνει στα πλαίσιά της όχι αποκλειστικά και μόνο κοινωνιολογικές προσεγγίσεις των κινήτρων του τουρισμού, αλλά και ψυχολογικές. Σύμφωνα με τον

Iso- Ahola τα κίνητρα αποτελούν κυρίως ψυχολογική και όχι κοινωνική παράμετρο. Υποστηρίζει λοιπόν πως οι ψυχολογικές προσεγγίσεις για τα κίνητρα του τουρισμού θα έπρεπε να έχουν θέση στη μελέτη του Dann, αν μάλιστα αναλογιστούμε πως αποτελούν κομμάτι των γενικότερων κινήτρων αναψυχής. Σύμφωνα με το ψυχολογικό μοντέλο κινήτρων που αναλύει, οι δύο κινητήριες δυνάμεις του τουρισμού, που αποτελούν τους καθοριστικούς παράγοντες της τουριστικής συμπεριφοράς και ταυτοχρόνως επηρεάζουν τα άτομα είναι: α) η επιθυμία να αφήσουν πίσω τους το καθημερινό περιβάλλον και β) η επιθυμία να αποκτήσουν ψυχολογική (εσωτερική) επιβράβευση από το ταξίδι σε ένα διαφορετικό περιβάλλον. Η επιλογή μίας από τις δύο ή ακόμα και των δυο αυτών δυνάμεων ως τον κύριο λόγο ή σκοπό για το ταξίδι, καθορίζει και την επιλογή των καθορισμένων σχεδίων και συμπεριφορών για να επιτύχουν τον στόχο τους. Για να αποφασίσει το άτομο την σπουδαιότητα μιας εκ των δύο δυνάμεων αντιμετωπίζει τις προσωπικές και διαπροσωπικές τους διαστάσεις. Μπορεί να αποδράσει από τον προσωπικό (προσωπικά προβλήματα, δυσκολίες και αποτυχίες) και διαπροσωπικό του (οικογένεια, φίλους, γείτονες) κόσμο και μπορεί να αναζητήσει προσωπικές (ξεκούραση, χαλάρωση, αίσθηση υπεροχής, αυτοπραγμάτωση και κύρος) και διαπροσωπικές (κοινωνικές σχέσεων, σχέσεις με ντόπιους ή άλλους συνταξιδευτές) επιβραβεύσεις.

Τα κίνητρα ως θεμέλιο συστατικό του τουρισμού ερμηνεύονται από πολλές μελέτες ως συμπεριφορά μίας κατεύθυνσης (unidimensional manner). Έτσι λοιπόν έχουν αντιμετωπιστεί είτε ως συμπεριφορική είτε ως γνωστική διεργασία. Οι μελετητές επιχείρησαν να προσδιορίσουν και να κατηγοριοποιήσουν το εύρος της παρακίνησης το οποίο θα έπρεπε να αποδοθεί σε κάθε μια από τις δύο οπτικές. (Crompton 1979; Krippendorf 1987). Μετέπειτα μελέτες αμφισβήτησαν ωστόσο την θεωρητική βάση αυτής της μίας διάστασης, καθώς και τις μεθόδους που χρησιμοποιούνται για την μέτρησή της. (Pearce, 1993)

Όπως είδαμε και παραπάνω μελέτες των Dann (1977) και Iso- Ahola (1982) αναγνωρίζουν ως στοιχεία κλειδιά στην παρακίνηση την α)ανάγκη για απόδραση (από το εργασιακό περιβάλλον, το μουντό οικογενειακό περιβάλλον κ.α) και β) την ανάγκη για αναζήτηση (για ευχάριστες νέες εμπειρίες κ.α). Ωστόσο παραμένει ευρεία η αποδοχή της προσέγγισής της μιας διάστασης της παρακίνησης με βάση ότι μια ευρεία ποικιλία συμπεριφορών μπορεί να ερμηνευτεί ως η λειτουργία ενός



μικρότερου αριθμού αναγκών (Ryan, 1997). Αυτή είναι και η κυρίαρχη άποψη παρά τις εισηγήσεις πως οι παραδοσιακές αντιλήψεις για την παρακίνηση μπορεί να είναι πλέον ξεπερασμένες, καθώς η διαδικασία της απόφασης είναι αποτέλεσμα προηγούμενων εμπειριών και γνώσης των προορισμών (Perrinello, 1993). Μάλιστα ο Brown (1992) αναγνώρισε την αλληλεπίδραση μεταξύ της παρακίνησης και τη συμβολική κατανάλωση της τουριστικής εμπειρίας για την κοινωνική ή ηδονική αξία παρά για την λειτουργική ωφέλεια.

Σε πιο πρόσφατη μελέτη ο Gnoth (1997) πρότεινε το θεωρητικό διαχωρισμό μεταξύ α) των κινήτρων τουρισμού και β) της παρακίνησης, με σκοπό να διαφωτίσει τη μονοδιαστατικότητα των προηγούμενων μελετών και να βεβαιώσει την αξία της έρευνας ως ένα τρόπο κατανόησης της εμπειρικής συμπεριφοράς. Ο Gnoth σχηματοποίησε το θεωρητικό διαχωρισμό μεταξύ α) των κινήτρων, ως την διαρκή διάθεση των τουριστών η οποία μάλιστα επανεμφανίζεται με κυκλική συχνότητα (συμπεριφορική προσέγγιση) και β) της παρακίνησης η οποία καταδεικνύει αντικειμενικές και ειδικές προτιμήσεις, δίνοντας έμφαση σε σχετικές παραμέτρους στις οποίες τα κίνητρα εκφράζονται (γνωστική προσέγγιση). Με τον διαχωρισμό αυτό εναρμονίζεται και μελέτη του McCabe (1997), σύμφωνα με την οποία η απόφαση για την πραγματοποίηση μιας ημερήσιας εκδρομής βασίζεται σε μια διαδικασία δύο φάσεων, όπου και οι δύο φάσεις είναι παρακινούμενες. Η πρώτη είναι η απόφαση για δράση, όπως υποδηλώνεται από τη συμπεριφορική προσέγγιση των αναγκών και χαρακτηρίζεται από τον Gnoth ως κίνητρο. Η δεύτερη είναι η τοποθεσία, ή οι αποφάσεις σχετικές με τις δραστηριότητες, όπως υποδηλώνονται από τη γνωστική προσέγγιση της παρακίνησης. Σύμφωνα επίσης με την ίδια μελέτη, οι αποφάσεις που παρακινούνται από τις ανάγκες ίσως πηγάζουν περισσότερο εσωτερικά από τα άτομα, ενώ οι αποφάσεις που βασίζονται στους ανασταλτικούς παράγοντες έχουν δημιουργηθεί μέσα σε ένα περιβάλλον διαπροσωπικών σχέσεων και χαρακτηρίζονται από μια διαπραγματευτική ποιότητα.

Σε μελέτη του ο Bruner (1991) αναφέρει πως η αναζήτηση των τουριστών για το εξωτικό και το διαφορετικό έχει γίνει αντιληπτή από τον MacCannel (1976) ως μια αναζήτηση για την αυθεντικότητα. Ο MacCannel παραδέχεται το μύθο της Ευρωπαϊκής παρακμής, θέτοντας ως επιχείρημα πως αποξενωμένα άτομα από τη Δύση, ανίκανα να βρουν την ικανοποίηση και την αυθεντικότητα στη δική τους

κοινωνία την αναζητούν αλλού, σε μέρη που θεωρούν πως είναι πιο αυθεντικά. Ωστόσο ο Bruner βασιζόμενος σε δεδομένα μελέτης του υποστηρίζει το αντίθετο. Οι περισσότεροι τουρίστες είναι αρκετά ικανοποιημένοι από την κοινωνία τους, δεν είναι αλλοτριωμένοι και δεν αναζητούν απαραίτητα της αυθεντική εμπειρία κάπου αλλού. Μένουν ικανοποιημένοι από μια αυθεντική και καλής ποιότητας αναπαράσταση της τοπικής πραγματικότητας, αλλά αγανακτούν από μια άσχημη και ψεύτικη παρουσίαση των πραγμάτων. Σύμφωνα πάντα με τον Bruner, η αυθεντικότητα είναι μια έννοια που βρίσκεται περισσότερο στο μυαλό των Δυτικών κοινωνικό-θεωρητικών του τουρισμού παρά στο μυαλό των περισσότερων τουριστών και ντόπιων. Προϋποθέτει την ύπαρξη ενός πραγματικού αρχετύπου, ενός αυθεντικού και οι Γάλλοι μετά στρουκτουραλιστές απέδειξαν πως δεν υπάρχουν αυθεντικά, παρά μόνο ατελείωτες αναπαραγωγές, καθώς όλοι μπαίνουμε στην κοινωνία στη διάρκειά της.

Οι Errington & Gewertz (1989b) υποστηρίζουν επίσης πως οι τουρίστες, είτε είναι μεγαλύτερης ηλικίας και συμμετέχουν σε πολυτελείς ομαδικές περιηγήσεις, είτε είναι νεότερης ηλικίας και προτιμούν να αυτοαποκαλούνται ταξιδευτές, φτιάχνοντας παράλληλα μόνοι το πρόγραμμα που θα ακολουθήσουν, αναζητούν την εμπλοκή με το πρωτόγονο. Οι νεότεροι ταξιδευτές αναζητούν το πρωτόγονο, παγωμένο στο χρόνο, ενώ οι τουρίστες είναι πρόθυμοι να αναγνωρίσουν τις αλλαγές, αλλά θέλουν να είναι σίγουροι πως έχουν έρθει έγκαιρα, πριν να είναι αργά, πριν από την αναπόφευκτη καταστροφή του βάρβαρου πολιτισμού.

Σύμφωνα με την γνωστική κοινωνική ψυχολογία τα κίνητρα είναι πολύπλοκα συνδεδεμένα με αναμενόμενα αποτελέσματα συμπεριφοράς. Πολύ συχνά, αν και όχι πάντα, η συμπεριφορά αναμένεται να αποφέρει προσωπική ευχαρίστηση. Η γενική αυτή προσέγγιση της παρακίνησης τα τελευταία χρόνια έχει βρει υπέρμαχους τους Deci (1975) και Deci & Ryan (1985, 1987) οι οποίοι και την έχουν προεκτείνει. Ο Deci επισημαίνει πως τα κίνητρα είναι ένας εσωτερικός παράγοντας που μπορεί να προσομοιωθεί με τη γνώση μια πιθανής ικανοποίησης σε μελλοντικές καταστάσεις, γεγονός που σημαίνει πως τα κίνητρα είναι γνωστικές αναπαραστάσεις μελλοντικών καταστάσεων. Αυτή η παρακίνηση αναφέρεται στην αυτόνομη μύηση ή στον αυτό-προσδιορισμό της συμπεριφοράς και αναμένεται να οδηγήσει σε προσωπικές εμπειρίες ικανοποίησης (Deci & Ryan 1987). Τα κίνητρα και η ικανοποίηση λοιπόν συσχετίζονται θετικά μεταξύ τους, δε μπορούν ωστόσο

να εξισωθούν καθώς τα κίνητρα εξ ορισμού λαμβάνουν χώρα πριν από την εμπειρία, ενώ η ικανοποίηση μετά. Όπως έχει αποδειχτεί και εμπειρικά, αν τα κίνητρα της αναψυχής μετρηθούν πριν από μια δραστηριότητα αναψυχής, τα αποτελέσματα είναι πολύ διαφορετικά από ότι αν η ίδια μέτρηση λάβει χώρα μετά από την εμπειρία της δραστηριότητας αναψυχής και ειδικά αν η εμπειρία χαρακτηριστεί ως αρνητική ή θετική. (Iso- Ahola & Allen 1982).

Σύμφωνα με την θεωρία του Deci, έχει προταθεί (Iso- Ahola 1982, 1984, 1990) πως η απόδραση και η αναζήτηση αποτελούν βασικές διαστάσεις της παρακίνησης στη συμπεριφορά αναψυχής. Συνεπώς, δύο είναι οι κινητήριες δυνάμεις που ταυτόχρονα επηρεάζουν την συμπεριφορά αναψυχής των ατόμων. Από τη μία οι δραστηριότητες αναψυχής αναζητούνται γιατί παρέχουν την καινοτομία ή την αλλαγή από την καθημερινή ρουτίνα και το στρες. Με την απόδραση από το καθημερινό περιβάλλον, ένα άτομο μπορεί να αφήσει πίσω τον προσωπικό και διαπροσωπικό κόσμο. Να ξεφύγει δηλαδή από τα προσωπικά προβλήματα δυσκολίες και αποτυχίες ή απλά τον καθημερινό διαπροσωπικό κόσμο του κόσμο (συναδέρφους, φίλους, οικογένεια). Η δεύτερη κινητήρια δύναμη είναι η τάση του ατόμου να αναζητεί ψυχολογική ( εσωτερική) επιβράβευση από τη συμμετοχή σε δραστηριότητες αναψυχής. Η εσωτερική επιβράβευση που τα άτομα επιδιώκουν μπορεί επίσης να χωριστεί σε προσωπική και διαπροσωπική. Η προσωπική επιβράβευση βασίζεται περισσότερο στον αυτό-προσδιορισμό, την αίσθηση της ικανότητας, την πρόκλησης, της μάθησης, της εξερεύνησης και της χαλάρωσης. Βέβαια, τα άτομα πολλές φορές συμμετέχουν σε δραστηριότητες αναψυχής για κοινωνικές επαφές. Μεταφερόμενη στον τουρισμό αυτή η θεωρία σημαίνει πως τα ψυχολογικά οφέλη από τα ταξίδια αναψυχής πηγάζουν από την αλληλεπίδραση των δύο κινητήριων δυνάμεων: την απόδραση από τη ρουτίνα ή από ένα στρεσογόνο περιβάλλον και την αναζήτηση ευκαιριών για συγκεκριμένη ψυχολογική επιβράβευση.

Δεν είναι ωστόσο σαφές πότε και υπό ποιες καταστάσεις μια κινητήρια διάσταση είναι πιο κυρίαρχη από την άλλη. Η θεωρία της εξερευνητικής συμπεριφοράς του Berlyne (1960) θα πρότεινε γενικά ότι στην περίπτωση μιας υποδιέγερσης, η τάση για αναζήτηση είναι κυρίαρχη, ενώ στην περίπτωση της υπερδιέγερσης η τάση για απόδραση θα πρέπει να είναι αναμενόμενη. Οι Wahlers & Etzel (1985) υποστηρίζουν με δεδομένα την ανωτέρω θεωρία και δείχνουν πως

τα άτομα χρησιμοποιούν την εμπειρία του τουρισμού για τη διέγερση της αναζήτησης και ελάττωση, στην προσπάθεια να πετύχουν ένα ατομικό κατάλληλο επίπεδο ανύψωσης.

Καθώς κάποιος θα μπορούσε να υποστηρίξει πως η διάσταση της απόδρασης είναι γενικά η επικρατούσα στον τουρισμό εξαιτίας της έμφυτης φύσης του για απόδραση, όλες οι εμπειρίες του τουρισμού δεν είναι όμοιες. Οι Ross & Iso- Ahola (1991) υποστηρίζουν πως για παράδειγμα οι εκδρομές περιήγησης (sightseeing) σε αξιοθέατα διαφέρουν από τις παραδοσιακές οικογενειακές διακοπές. Ακόμα και οι εκδρομές περιήγησης διαφέρουν μεταξύ τους όχι μόνο ως προς τη διάρκειά τους, αλλά κυρίως για τον τόπο υλοποίησης και το στόχο της κάθε περιήγησης. Υποστηρίζουν ακόμα πως ο παράγοντας της αναζήτησης είναι ο πιο σημαντικός στους περιηγητές τουρίστες και όχι ο παράγοντας της απόδρασης, καθώς αν οι τουρίστες αυτοί αναζητούσαν τη χαλάρωση ή τις οικογενειακές διακοπές, δε θα ενδιαφέρονταν και κατά συνέπεια δε θα επέλεγαν εκδρομές περιήγησης. Όπως ακριβώς αναφέρει και η ονομασία τους, οι εκδρομές περιήγησης απαιτούν από τους συμμετέχοντες την αναζήτηση πληροφοριών και τη γνώση των συγκεκριμένων περιοχών. Βέβαια, αυτό δε σημαίνει πως διάσταση της απόδρασης δεν είναι παρούσα ως κινητήρια δύναμη. Αντιθέτως και οι δύο είναι συνασμένες: Τα άτομα αναζητούν δραπετεύοντας και δραπετεύουν αναζητώντας. (Iso- Ahola, 1990) Ωστόσο, η τάση για αναζήτηση πιθανότερα είναι πιο αληθινή στις εκδρομές περιήγησης, οι οποίες και είναι έτσι ρυθμισμένες ώστε να παρέχουν νέες εικόνες και πληροφορίες, σε αντίθεση με άλλες στις οποίες δίνεται έμφαση στην αισθητική εμπειρία.

Στηριζόμενοι στην ανωτέρω θεωρία οι Ross & Iso- Ahola (1991) θέλησαν να προσδιορίσουν εκείνες τις διαστάσεις των κινήτρων οι οποίες είναι σημαντικές για τους περιηγητές τουρίστες. Με βάση το ερωτηματολόγιο που διανεμήθηκε σε τρία είδη τουριστών (εκδρομικών με γκρουπ, μεμονωμένων εκδρομικών και γκρουπ αντιπροσώπων και παντρεμένων) και περιείχε είκοσι ερωτήσεις κινήτρων, εξήχθησαν έξι διαστάσεις κινήτρων: Οι γενικές γνώσεις, οι κοινωνικές σχέσεις, η απόδραση, οι ειδικές γνώσεις, τα ψώνια για σουβενίρ και οι ενστικτώδης απόφαση. Η διάσταση γενικές γνώσεις ήταν αυτή που συγκέντρωσε το 20% της διακύμανσης με τις μεταβλητές αναζήτηση νέων γνώσεων, να δω διάσημες πόλεις και να επισκεφτώ μέρη τα οποία θέλω να δω να συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο ποσοστό

των απαντήσεων. Η διάσταση κοινωνικές σχέσεις ήταν αυτή που συγκέντρωσε το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό, με τρίτο τον παράγοντα απόδραση, τέταρτο τον παράγοντα αυθόρμητη αντίδραση, πέμπτο τον παράγοντα ειδικές γνώσεις και τέλος τον παράγοντα ψώνια για σουβενίρ. Τα αποτελέσματα τους λοιπόν, επιβεβαίωσαν την θεωρία πως η διάσταση της αναζήτησης είναι ιδιαίτερα σημαντική κινητήρια δύναμη στους περιηγητές τουρίστες, μια και οι παράγοντας της γνώσης ταξινομήθηκε ως πρώτος. Ωστόσο, ο παράγοντας της απόδρασης ο οποίος συγκέντρωσε μόνο το 7,1% έδειξε πως οι τουρίστες δεν αναζητούν απλώς, αλλά παράλληλα θέλουν να ξεφύγουν από την καθημερινότητά τους.

Σε μελέτη του με σκοπό την διαπίστωση των διαφορών των κινήτρων μεταξύ τουριστών που προέρχονται από την ίδια χώρα αλλά επισκέπτονται διαφορετικούς προορισμούς, ο Kozak (2002) βασίστηκε στη θεωρία των παραγόντων έλξης και ώθησης. Το ερωτηματολόγιο του περιλάμβανε δεκατέσσερα πιθανά κίνητρα ώθησης για την επιλογή ενός συγκεκριμένου προορισμού. Τα αποτελέσματα αποκάλυψαν τέσσερις παράγοντες που ο μελετητής ονόμασε: α) κουλτούρα, β) Αναζήτηση ευχαρίστησης – φαντασία, γ) Χαλάρωση και δ) φυσικός – σωματικός. Οι παράγοντες Χαλάρωση και Αναζήτηση ευχαρίστησης κατηγοριοποιήθηκαν ως τα πιο σημαντικά κίνητρα για την λήψη της απόφασης για ταξίδι, επιβεβαιώνοντας το γεγονός ότι η χαλάρωση και η ευχαρίστηση αποτελούν τους κυρίως λόγους τουριστικών δραστηριοτήτων το καλοκαίρι.

Παρόμοια αποτελέσματα παρουσιάζει σε μελέτη του και ο Goodall (1988). Κατηγοριοποιεί τα κίνητρα σε τέσσερις διαστάσεις, τρεις από τις οποίες συμφωνούν με την ανωτέρω μελέτη του Kozak: α) σωματικά (αναζήτηση για χαλάρωση, υγεία και άθληση), β) κουλτούρα (επιθυμία για μάθηση ξένων τόπων), γ) φαντασία (απόδραση από την παρούσα πραγματικότητα). Διαφοροποιείται όμως στην τέταρτη διάσταση (ο Kozak αναφέρει την χαλάρωση) την οποία ονομάζει κοινωνική και αφορά επισκέψεις σε συγγενείς και φίλους για λόγους κύρους.

## ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

### **Δείγμα**

Το δείγμα αποτέλεσαν οι εκατόν σαράντα τρεις (n=143) συμμετέχοντες σε προγράμματα υπαίθριων δραστηριοτήτων υψηλού βαθμού δυσκολίας που οργανώθηκαν τα έτη 2004 και 2005 από δύο φιλανθρωπικούς οργανισμούς του Ηνωμένου Βασιλείου, το Scope charity (for people with cerebral palsy) και το Hope charity (for disable children). Πιο συγκεκριμένα το ερωτηματολόγιο εστάλη με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο στους είκοσι τέσσερις συμμετέχοντες του India Bike Ride που διοργανώθηκε το 2004, στα δέκα επτά άτομα του Nepal trek που διοργανώθηκε 2005, στα είκοσι τρία άτομα του Egypt Trek που διοργανώθηκε το 2005, στα σαράντα άτομα του Kilimanjaro Trek που διοργανώθηκε 2005 και στα ογδόντα εννέα άτομα του Mount Olympus Trek που διοργανώθηκε το 2004. Το ερωτηματολόγιο αυτό κλήθηκαν να συμπληρώσουν και να επιστρέψουν με mail στην ερευνήτρια.

### **Όργανα μέτρησης**

Για το σκοπό της παρούσας έρευνας δημιουργήθηκε ένα ερωτηματολόγιο με τέσσερα επιμέρους τμήματα. Στο πρώτο τμήμα περιλήφθηκαν ερωτήσεις οι οποίες πραγματεύτηκαν το είδος της σχέσης που οι ερωτώμενοι έχουν με τις φιλανθρωπικές δραστηριότητες και τα προγράμματα υπαίθριων δραστηριοτήτων υψηλών απαιτήσεων - charity adventure challenges. Ποιο συγκεκριμένα οι συμμετέχοντες ερωτήθηκαν α) σε ποιες μορφές φιλανθρωπικών εκδηλώσεων δραστηριοποιούνται, β) πόσες φορές έχουν συμμετάσχει στο παρελθόν σε charity adventure challenges, γ) ποιες χώρες έχουν επισκεφτεί με αυτά, δ) ποιες χώρες θα ήθελαν να επισκεφτούν συμμετέχοντας μελλοντικά σε παρόμοια ανάλογα προγράμματα, καθώς και τη συχνότητα συμμετοχής τους σε charity adventure challenges.

Ο στόχος του δεύτερου τμήματος του ερωτηματολογίου ήταν η διερεύνηση των κίνητρων που ωθούν στη συμμετοχή των ατόμων σε υπαίθριες

δραστηριότητες υψηλών απαιτήσεων για φιλανθρωπικούς σκοπούς. Επιλέχθηκαν συνολικά 50 θέματα σχετικά με τα κίνητρά συμμετοχής, τα οποία βασίστηκαν σε προηγούμενο ερωτηματολόγιο αναζήτησης κινήτρων ταξιδιών των Ray & Ryder (2003). Το ερωτηματολόγιο αυτό περιλάμβανε εννέα διαστάσεις κινήτρων οι οποίες ήταν α) τα πολιτιστικά χαρακτηριστικά, β) τα φυσικά χαρακτηριστικά, γ) οι δραστηριότητες στη φύση, δ) άλλης μορφής θέλγητρα, ε) τα κοινωνικά κίνητρα, στ) τα προσωπικά κίνητρα, ζ) τα κίνητρα μάθησης, η) η διαμονή και διατροφή και θ) άλλης μορφής κίνητρα. Στο ερωτηματολόγιο της παρούσας έρευνας περιλήφθηκαν ερωτήσεις από οκτώ από τις εννέα διαστάσεις του ερωτηματολογίου των Ray & Ryder, προσαρμοσμένες στις παρούσες ανάγκες. Οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να απαντήσουν με βάση 5βάθμια κλίμακα του Likert (1 καθόλου σημαντικό – 5 πολύ σημαντικό) πόσο σημαντικός ήταν ο κάθε ένας από τους παράγοντες που ακολουθούσε στην απόφαση για συμμετοχή σε υπαίθριες δραστηριότητες υψηλών απαιτήσεων για φιλανθρωπικούς σκοπούς.

Πιο συγκεκριμένα, α) για τη διάσταση “πολιτιστικά χαρακτηριστικά” επιλέχθηκαν τέσσερα θέματα που αφορούσαν τη σπουδαιότητα ιστορικών μνημείων, αρχαιολογικών χώρων, τοπικών φεστιβάλ και άλλων γεγονότων, κέντρων με ντόπιους ανθρώπους, β) για τη διάσταση “φυσικά χαρακτηριστικά” επιλέχθηκαν εννέα θέματα που αφορούσαν τη σπουδαιότητα της άγριας φύσης, πουλιών, θηλαστικών, της ύπαρξης φυσικού ανάγλυφου όπως βουνά, λίμνες και φαράγγια, εθνικά πάρκα, δέντρα και άγρια λουλούδια, παρά-ωκεάνιων περιοχών, γ) για τη διάσταση “υπαίθριες δραστηριότητες” τα οκτώ θέματα που αφορούσαν τη συμμετοχή σε δραστηριότητες όπως φωτογράφιση τοπιών και της άγριας ζωής, η ορειβασία, το ψάρεμα, η ιππασία, το καγιάκ, η ιστιοπλοΐα, η κατάβαση ποταμών, το κυνήγι, δ) για τη διάσταση “άλλης μορφής θέλγητρα” τα πέντε θέματα που επιλέχθηκαν αφορούσαν τη σημαντικότητα της ύπαρξης νυχτερινής ζωής και διασκέδασης, της ύπαρξης παραλιών, μικρών κωμοπόλεων και χωριών, η επισκέψεις σε φάρμες, σε αγροτικές περιοχές, ε) για τη διάσταση “κοινωνικά κίνητρα” τα επτά θέματα αφορούσαν τη συναναστροφή με άτομα με κοινά ενδιαφέροντα, την ανάπτυξη σχέσεων με ντόπιους, τη συμμετοχή σε αθλήματα, την επίσκεψη σε περιοχές που νιώθουν ασφάλεια, την οικονομική υποστήριξη των φιλανθρωπικών οργανώσεων, τη συζήτηση για το πρόγραμμα υπαίθριων δραστηριοτήτων που συμμετείχαν μετά το τέλος του, την εθελοντική εργασία, την

δημιουργία μακρόχρονων φιλικών και σχέσεων, στ) για τη διάσταση “προσωπικά κίνητρα”, τα οκτώ θέματα αφορούσαν τη διατήρηση της καλής φυσικής κατάστασης, την αλλαγή από το πολυάσχολο εργασιακό περιβάλλον, την εμπειρία νέων τρόπων ζωής, την εμπειρία συγκινήσεων και περιπέτειας, την ανάσυρση από τη μνήμη παλιότερων καλών στιγμών, την αύξηση της αυτοπεποίθησης μέσα από τη συμμετοχή σε προκλητικά δύσκολες δραστηριότητες, ζ) για τη διάσταση “κίνητρα μάθησης”, τα τέσσερα θέματα που επιλέχθηκαν αφορούσαν την απόκτηση γνώσεων σχετικά με την φύση της επισκεπτόμενης περιοχής, νέες γεύσεις, διαφορετικούς τρόπους ζωής, νέες επιδεξιότητες στις υπαίθριες δραστηριότητες, και τέλος η) για τη διάσταση “διαμονή και διατροφή”, τα τέσσερα θέματα που επιλέχθηκαν αφορούσαν την επιλογή οικονομικών καταλυμάτων, ξενοδοχείων πρώτης κατηγορίας, υψηλής ποιότητας εστιατορίων, φθηνών γευμάτων. Ωστόσο, οι διαστάσεις Άλλης μορφής θέλητρα και Διαμονή και Διατροφή διαγράφησαν, καθώς παρουσίασαν χαμηλό συντελεστή  $\alpha$  του Cronbach στον έλεγχο εσωτερικής συνοχής.

Στο τρίτο τμήμα του ερωτηματολογίου περιλάμβανε δύο ερωτήσεις οι οποίες αφορούσαν α) την πιθανότητα συμμετοχής σε μελλοντικά προγράμματα υπαίθριων δραστηριοτήτων υψηλών απαιτήσεων για φιλανθρωπικούς σκοπούς και β) την πιθανότητα να εμποδίσουν τη συμμετοχή τους διάφοροι ανασταλτικοί παράγοντες. Οι απαντήσεις δοθήκαν με βάση επταβάθμια κλίμακα όπου στο 1 αναλογούσε ο χαρακτηρισμός “πολύ χαμηλός” ενώ στο 7 ο χαρακτηρισμός “πολύ υψηλός”.

Στο τελευταίο τμήμα του ερωτηματολογίου οι ερωτήσεις αφορούσαν τις υπαίθριες δραστηριότητες με τις οποίες ασχολούνται οι συμμετέχοντες στον ελεύθερό τους χρόνο, ποιες από αυτές θα ήθελαν να περιληφθούν σε ένα μελλοντικό charity adventure event, ενώ παράλληλα υπήρχε και μία σειρά ερωτήσεων για τη συλλογή δημογραφικών στοιχείων.

### **Σχεδιασμός της έρευνας**

Για τη διερεύνηση της πρώτης μηδενικής υπόθεσης χρησιμοποιήθηκε η ανάλυση διακύμανσης για ανεξάρτητες μετρήσεις ως προς ένα παράγοντα (Ανονα). Τα κίνητρα συμμετοχής σε υπαίθριες δραστηριότητες υψηλών απαιτήσεων για φιλανθρωπικούς σκοπούς αποτέλεσαν τον εξαρτημένο παράγοντα, ενώ η καταγραφή της συχνότητας συμμετοχής σε μελλοντικά



προγράμματα τον ανεξάρτητο παράγοντα με τρεις βαθμίδες (κάθε 2 χρόνια, κάθε ενάμιση χρόνο, μια με δύο φορές το χρόνο).

Οι διαφορές στα κίνητρα συμμετοχής σε υπαίθριες δραστηριότητες υψηλών απαιτήσεων για φιλανθρωπικούς σκοπούς μεταξύ ανδρών και γυναικών (Ho2) διερευνήθηκαν με t-test. Τα κίνητρα συμμετοχής αποτέλεσαν τον εξαρτημένο παράγοντα, ενώ οι άνδρες και γυναίκες αποτέλεσαν τις δύο ανεξάρτητες υποομάδες του φύλου.

Για τη διερεύνηση της τρίτης μηδενικής υπόθεσης χρησιμοποιήθηκε η ανάλυση διακύμανσης για ανεξάρτητες μετρήσεις ως προς ένα παράγοντα (Απονα). Τα κίνητρα συμμετοχής σε υπαίθριες δραστηριότητες υψηλών απαιτήσεων για φιλανθρωπικούς σκοπούς αποτέλεσαν τον εξαρτημένο παράγοντα, ενώ το διαφορετικό μορφωτικό επίπεδο των συμμετεχόντων τον ανεξάρτητο παράγοντα με 3 βαθμίδες (Ανώτατη εκπαίδευση, Ανώτερη εκπαίδευση, βασική εκπαίδευση)

Οι διαφορές στα κίνητρα συμμετοχής σε υπαίθριες δραστηριότητες υψηλών απαιτήσεων για φιλανθρωπικούς σκοπούς με βάση την οικογενειακή τους κατάσταση (Ho4) διερευνήθηκε με t- test. Τα κίνητρα συμμετοχής αποτέλεσαν τον εξαρτημένο παράγοντα, ενώ η οικογενειακή κατάσταση αποτέλεσε την ανεξάρτητη μεταβλητή με δύο υποομάδες, έγγαμους και άγαμους.

Για τη διερεύνηση της πέμπτης μηδενικής υπόθεσης χρησιμοποιήθηκε η ανάλυση διακύμανσης για ανεξάρτητες μετρήσεις ως προς ένα παράγοντα (Απονα). Τα κίνητρα συμμετοχής σε υπαίθριες δραστηριότητες υψηλών απαιτήσεων για φιλανθρωπικούς σκοπούς αποτέλεσαν την εξαρτημένη μεταβλητή, ενώ οι ηλικιακές κατηγορίες την ανεξάρτητη μεταβλητή με 4 υποομάδες (20-30, 31-40, 41-50, 51-60)

Οι διαφορές στα κίνητρα συμμετοχής σε υπαίθριες δραστηριότητες υψηλών απαιτήσεων για φιλανθρωπικούς σκοπούς με βάση την εθνικότητα (Ho6) διερευνήθηκε με t- test. Τα κίνητρα συμμετοχής αποτέλεσαν την εξαρτημένη μεταβλητή, ενώ η εθνικότητα το ανεξάρτητο δείγμα της ανάλυσης με δύο υποομάδες, τους υπηκόους Ηνωμένου Βασιλείου και τους υπηκόους Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής.

### **Δεοντολογικά Ζητήματα**

Οι συμμετέχοντες στην έρευνα αποτελούν πελάτες εταιρίας υπαιθρίων δραστηριοτήτων αναψυχής του Ηνωμένου Βασιλείου, το οποίο δραστηριοποιείται στον χώρο των charity adventure event. Έτσι λοιπόν, η εταιρία T.U.T.C ενημερώθηκε για την έρευνα και για την επικοινωνία που θα πραγματοποιούνταν με τα δύο charity τα οποία έλαβαν μέρος στην εκδήλωση. Στη συνέχεια, τα charity ενημερώθηκαν για το σκοπό της παρούσας έρευνας, ενώ παράλληλα τους εστάλη το ερωτηματολόγιο της έρευνας, ώστε να έχουν γνώση του περιεχομένου του και να επιτρέψουν την διεξαγωγή της. Μετά τη συναίνεση των δύο φιλανθρωπικών ιδρυμάτων, ακολούθησε η αποστολή των mail στις διευθύνσεις των συμμετεχόντων του Hope charity. Η προσέγγιση των συμμετεχόντων του Scope charity έγινε με την αποστολή του ερωτηματολογίου από το ίδιο το φιλανθρωπικό ίδρυμα στους συμμετέχοντες του Olympus Trek, αλλά και στους συμμετέχοντες άλλων 4 προγραμμάτων, όπως ακριβώς αναφέρεται στην παράγραφο της συλλογής του δείγματος.

## ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Στην ερευνητήρια επεστράφησαν συνολικά εκατόν σαράντα τρία ερωτηματολόγια από τα εκατόν ενενήντα τρία (ποσοστό 74.01%) που εστάλησαν στις διευθύνσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομείου των συμμετεχόντων στα προγράμματα των δύο φιλανθρωπικών ιδρυμάτων.

### ***Δημογραφικά χαρακτηριστικά.***

Πενήντα οκτώ από τους συμμετέχοντες στην έρευνα ήταν γυναίκες και ογδόντα πέντε άνδρες. Το 58.7% δήλωσαν έγγαμοι (84 άτομα), ενώ το 37.8 % των συμμετεχόντων βρίσκεται στην ηλικιακή κατηγορία των 31-40 ετών. Εκατόν είκοσι εννέα από τους συμμετέχοντες (ποσοστό 90.2%) είναι υπήκοοι Ηνωμένου Βασιλείου, ενώ δεκατέσσερα άτομα αποτελούν υπηκόους των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής (ποσοστό 9.8%). Το 69.2% αποτελείται από απόφοιτους πανεπιστημιακών ιδρυμάτων, το 14.7 % έχει συνεχίσει τις σπουδές του σε μεταπτυχιακό και διδακτορικό επίπεδο, ενώ το 16.1% αποτελείται από απόφοιτους λυκείων και διαφόρων τεχνικών σχολών.

### ***Φιλανθρωπική δράση.***

Το σύνολο των συμμετεχόντων έχει αναπτύξει στην καθημερινότητά του διαφόρων μορφών φιλανθρωπικές δράσεις (Πίνακας 2). Στην ερώτηση ποιες φιλανθρωπικές δραστηριότητες προτιμούν περισσότερο, το 98.6% δήλωσε ως πρώτη προτίμηση τα προγράμματα υπαιθρίων δραστηριοτήτων υψηλού βαθμού δυσκολίας, το 22.4 % και 21% δήλωσε ως δεύτερη προτίμηση την δωρεά αντικειμένων και την παροχή εθελοντικών υπηρεσιών αντίστοιχα, ενώ ως τρίτη προτίμηση με 33.6% δηλώθηκε η ανακύκλωση διάφορων αντικειμένων.

**Πίνακας 1.** Δημογραφικά χαρακτηριστικά.

Δημογραφικά Χαρακτ/κά n=143	Ποσοστό %	Δημογραφικά Χαρακτ/κά n=143	Ποσοστό %
<b>Φύλο</b>		<b>Μορφωτικό Επίπεδο</b>	
Άνδρες	59.4	Μεταπτυχιακό - Διδακτορικό	14.7
Γυναίκες	40.6	Πανεπιστήμιο	69.2
		Βασική Εκπαίδευση	16.1
<b>Ηλικία</b>		<b>Οικογενειακή Κατάσταση</b>	
20-30	13.3	Έγγαμοι	58.7
31-40	37.8	Άγαμοι	41.3
41-50	35.7	<b>Εθνικότητα</b>	
51-60	13.3	Ηνωμένο Βασίλειο	90.2
		Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής	9.8

**Πίνακας 2.** Ποσοστά συμμετοχής σε Φιλανθρωπικές δραστηριότητες

Είδος φιλανθρωπικής δραστηριότητας	Ποσοστό συμμετοχής %
Δωρεά χρημάτων	72.0 %
Δωρεά αντικειμένων	59.4 %
Ταξίδια περιπέτειας	98.6 %
Εθελοντικές υπηρεσίες	49.7 %
Βραδιές όπερας	11.9 %
Εορταστικά δείπνα- εκδηλώσεις	28.0 %
Αγορές από τα καταστήματα του ιδρύματος	54.5 %
Ανακύκλωση αντικειμένων	57.3 %

### **Συμμετοχή σε προγράμματα υπαιθρίων δραστηριοτήτων υψηλών απαιτήσεων για φιλανθρωπικούς σκοπούς**

Το σύνολο των συμμετεχόντων στην έρευνα (ποσοστό 100%) έχει λάβει μέρος στο παρελθόν σε κάποιο πρόγραμμα C.A.C για τους σκοπούς των δύο φιλανθρωπικών ιδρυμάτων. Ποσοστό 24.5% δήλωσε ότι συμμετέχει σε C.A.C μία φορά κάθε δύο χρόνια, το 28% μια φορά κάθε ενάμιση χρόνο, ενώ ποσοστό 47.6%

δήλωσε ότι πραγματοποιεί ένα τέτοιο ταξίδι μια φορά το χρόνο. Η Ελλάδα, η Τανζανία, το Μαρόκο, το Νεπάλ και το Περού αποτελούν τους δημοφιλέστερους προορισμούς που έχουν επισκεφτεί οι ερωτώμενοι συμμετέχοντας σε ένα C.A.C πρόγραμμα. (Αναλυτικά τα ποσοστά συμμετοχής βρίσκονται στον πίνακα 3). Ωστόσο το υψηλό ποσοστό 57.3% που συγκεντρώνει η Ελλάδα οφείλεται στο γεγονός ότι το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος που χρησιμοποιήθηκε για τους σκοπούς της έρευνας αποτέλεσαν οι συμμετέχοντες του προγράμματος ανάβασης στον Όλυμπο, πρόγραμμα που υλοποίησαν τα δύο φιλανθρωπικά ιδρύματα για πρώτη φορά. Στην ερώτηση ποιο προορισμό θα ήθελαν να επισκεφτούν συμμετέχοντας σε ένα μελλοντικό C.A.C, οι συμμετέχοντες δήλωσαν ως πρώτη προτίμηση με ποσοστά 23.8% και 17.5% την Κένυα και το Νεπάλ αντίστοιχα, ως δεύτερη προτίμηση με ποσοστά 18.9% και 13.3% την Ελλάδα και το Περού, ενώ ως τρίτη προτίμηση με ποσοστό 10.5% τη Γουατεμάλα.

### ***Συμμετοχή σε υπαίθριες δραστηριότητες αναψυχής.***

Αγαπητές υπαίθριες δραστηριότητες, στις οποίες λαμβάνουν μέρος στον ελεύθερο τους χρόνο οι συμμετέχοντες στην έρευνα, αποτελούν, σύμφωνα με τις απαντήσεις τους στη σχετική ερώτηση, η πεζοπορία, η ορειβασία, η αναρρίχηση, η παρατήρηση της άγριας φύσης, η ποδηλασία και η φωτογράφιση φυσικών τοπίων. Οι προτιμήσεις αυτές μάλιστα αντικατοπτρίζονται και στην ερώτηση που αφορά τις υπαίθριες δραστηριότητες που θα προτιμούσαν να περιέχει το επόμενο C.A.C στο οποίο θα συμμετάσχουν. Με ποσοστό 52.7% και 21.7% η πεζοπορία και η ορειβασία αντίστοιχα αποτελούν την πρώτη προτίμηση των συμμετεχόντων. Ακολουθούν ως δεύτερη προτίμηση η παρατήρηση της άγριας φύσης με ποσοστό 14% και η ποδηλασία με 13.3%, ενώ ως τρίτη προτίμηση το 21% δηλώνει τη φωτογράφιση φυσικών τοπίων.

**Πίνακας 3.** Ποσοστά επισκεψιμότητας χωρών με συμμετοχή σε C.A.C

Χώρα	Ποσοστό επισκεψιμότητας
Βραζιλία	5.6 %
Ινδία	18.9 %
Περού	22.4%
Ελλάδα	57.3 %
Κένυα	8.4 %
Νεπάλ	24.5 %
Τανζανία	30.1%
Κίνα	4.9 %
Αίγυπτος	4.9 %
Μαρόκο	46.9 %

***Μεμονωμένα κίνητρα συμμετοχής σε προγράμματα υπαιθρίων δραστηριοτήτων υψηλών απαιτήσεων για φιλανθρωπικούς σκοπούς***

Η διερεύνηση των μεμονωμένων κινήτρων συμμετοχής σε προγράμματα υπαιθρίων δραστηριοτήτων υψηλών απαιτήσεων για φιλανθρωπικούς σκοπούς φανέρωσε πως η παροχή οικονομικού οφέλους για το φιλανθρωπικό ίδρυμα παρουσιάζει το μεγαλύτερο μέσο όρο με 4.64. Ακολούθησαν η ορειβασία, τα βουνά, οι λίμνες και τα φαράγγια, οι ιστορικές τοποθεσίες, η απόδραση από την ένταση της εργασίας, η άγρια φύση, η συναναστροφή με άτομα που έχουν κοινά ενδιαφέροντα, η ανάγκη να βρίσκονται σε καλή φυσική κατάσταση και η αλληλεπίδραση με τους κατοίκους των περιοχών. Η νυχτερινή ζωή, το ψάρεμα και το κυνήγι συγκέντρωσαν τους χαμηλότερους μέσους όρους. Αναλυτικά οι μέσοι όροι των κινήτρων παρουσιάζονται στον πίνακα 4.

**Πίνακας 4.** Μέσοι όροι μεμονωμένων κινήτρων συμμετοχής.

Κίνητρα	N	Mean	Std. Deviation
Για να προσφέρω οικονομική βοήθεια στο φιλανθρωπικό ίδρυμα	143	4,64	,623
Ορειβασία	143	4,17	,842
Βουνά	143	4,17	,888

Λίμνες και φαράγγια	143	4,10	,664
Ιστορικές τοποθεσίες	143	4,08	,655
Αλλαγή από το πολυάσχολο εργασιακό περιβάλλον	143	4,08	,697
Άγρια – αδιατάρακτη φύση.	143	4,06	,619
Γνωριμία με άτομα με κοινά ενδιαφέροντα	143	4,05	,842
Διατήρηση φυσικής κατάστασης	143	4,03	,974
Επικοινωνία με ντόπιους κατοίκους	143	3,92	,677
Συγκλονιστικές και Συναρπαστικές εμπειρίες	143	3,85	1,144
Εθνικά πάρκα	143	3,85	,561
Για την εμπειρία διαφορετικών τρόπων ζωής	143	3,81	,778
Γνώση νέων τρόπων ζωής	143	3,80	,765
Συζήτηση για το φιλανθρωπικό πρόγραμμα μετά την επιστροφή	143	3,79	,786
Για να είμαι τολμηρός και περιπετειώδης	143	3,78	1,044
Επίσκεψη σε μέρη όπου νιώθω ασφάλεια	143	3,75	,726
Αύξηση της αυτοπεποίθησης μέσω προκλητικών δραστηριοτήτων	143	3,72	,773
Εθελοντική εργασία	143	3,64	,892
Ύπαιθρος	143	3,60	,733
Τροπικά δάση	143	3,57	,623
Μικρές πόλεις και χωριά	143	3,51	,638
Δημιουργία μακροχρόνιων φιλιών και σχέσεων	143	3,50	,926
Ωκεανός	143	3,46	,669
Για να δω δέντρα και άγρια λουλούδια	143	3,44	,698
Φωτογράφιση φυσικών τοπίων και άγριας πανίδας	143	3,44	,869
Αρχαιολογικοί χώροι	143	3,44	,747
Γνώση νέας κουζίνας	143	3,41	,762
Ζωντάνεμα όμορφων αναμνήσεων	143	3,37	,917
Φθηνά καταλύματα	143	3,36	,974
Γνώση της τοπικής φύσης	143	3,35	,762

Θηλαστικά	143	3,34	,896
Φθηνά γεύματα	143	3,30	,823
Γνώση νέων επιδεξιότητων στην ύπαιθρο	143	3,24	1,041
Τοπικά φεστιβάλ και εκδηλώσεις	143	3,23	,811
Κέντρα ντόπιων κατοίκων	143	3,22	,817
Συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες	143	3,12	1,097
Πουλιά	143	3,07	,962
Παραλίες	143	3,02	,876
Επίσκεψη σε μέρη που δεν έχουν επισκεφτεί οι φίλοι	143	3,02	,945
Περιηγήσεις και διανυκτερεύσεις σε φάρμες	143	2,81	,702
Καταβάσεις ποταμών	143	2,73	1,119
Ποιοτικά εστιατόρια	143	2,49	,926
Καγιάκ	143	2,48	1,150
Ιστιοπλοΐα	143	2,39	1,042
Πρώτης κατηγορίας καταλύματα	143	2,20	,900
Ιππασία	143	2,19	1,034
Νυχτερινή ζωή και διασκέδαση	143	1,95	,959
Ψάρεμα	143	1,73	,731
Κυνήγι	143	1,28	,598
Valid N (listwise)	143		

***Κίνητρα συμμετοχής σε προγράμματα υπαίθριων δραστηριοτήτων υψηλών απαιτήσεων για φιλανθρωπικούς σκοπούς.***

Η εσωτερική συνοχή των διαστάσεων των κινήτρων εξετάστηκε με τον υπολογισμό του συντελεστή  $\alpha$  του Cronbach. Οι συντελεστές για τις 6 διαστάσεις ήταν: 1) Πολιτιστικά χαρακτηριστικά  $\alpha=.72$ , 2) Φυσικά χαρακτηριστικά  $\alpha=.79$ , 3)

Υπαίθριες δραστηριότητες  $\alpha=.75$ , 4) Κοινωνικά κίνητρα  $\alpha=.76$ , 5) Προσωπικά κίνητρα  $\alpha=.81$ , 6) Κίνητρα μάθησης  $\alpha=.63$ . Οι δύο διαστάσεις Άλλης μορφής θέλητρα και Διαμονή και Διατροφή, όπως έχει αναφερθεί στη μεθοδολογία, διαγράφησαν, καθώς παρουσίασαν χαμηλό συντελεστή  $\alpha$  του Cronbach στον έλεγχο εσωτερικής συνοχής



Τα αποτελέσματα της έρευνας μας έδειξαν πως η διάσταση κοινωνικά κίνητρα είναι αυτή που παρουσιάζει το μεγαλύτερο μέσο όρο με 3.80 (.476), ενώ ακολουθούν τα προσωπικά κίνητρα με 3.71 (.601), τα φυσικά χαρακτηριστικά με 3.67 (.455), τα χαρακτηριστικά της κουλτούρας με 3.49 (.561), τα κίνητρα μάθησης με 3.45 (.546) και οι υπαίθριες δραστηριότητες με 2.55 (.541). (Πίνακας 5)

**Πίνακας 5.** Μέσοι όροι διαστάσεων των κινήτρων.

<b>Διαστάσεις κινήτρων</b>	<b>N</b>	<b>Mean</b>	<b>Std. Deviation</b>
1) Κοινωνικά κίνητρα	143	3,80	,476
2) Προσωπικά κίνητρα	143	3,71	,601
3)Φυσικά χαρακτηριστικά	143	3,67	,455
4)Χαρακτηριστικά κουλτούρας	143	3,49	,561
5) Κίνητρα μάθησης	143	3,45	,546
6)Υπαίθριες δραστηριότητες	143	2,55	,566
Valid N (listwise)	143		

#### ***Διερεύνηση διαφορών στα δημογραφικά χαρακτηριστικά του Δείγματος.***

Οι έξι διαστάσεις των κινήτρων αποτέλεσαν τον εξαρτημένο παράγοντα στη στατιστική ανάλυση t- test με ανεξάρτητο παράγοντα α) το φύλλο, με δύο βαθμίδες άνδρες –γυναίκες, β) την οικογενειακή κατάσταση, με δύο βαθμίδες, έγγαμοι και άγαμοι, γ) την εθνικότητα, με δύο βαθμίδες, υπηκόους Ηνωμένων Πολιτειών και υπηκόους Ηνωμένου Βασιλείου. Αποτέλεσαν επίσης τον εξαρτημένο παράγοντα στην ανάλυση διακύμανσης για ανεξάρτητες μετρήσεις ως προς ένα παράγοντα (Απονα), με ανεξάρτητο παράγοντα α) τη συχνότητα συμμετοχής σε μελλοντικά προγράμματα, με τρεις βαθμίδες (κάθε 2 χρόνια, κάθε ενάμιση χρόνο, μια με δύο φορές το χρόνο), β) το μορφωτικό επίπεδο, με 3 βαθμίδες (doctora-master, university- college, A- level), γ) η ηλικία, με 4 βαθμίδες (20-30 ετών, 31-40 ετών, 41-50 ετών, 51-60 ετών). Τα αποτελέσματα των στατιστικών αναλύσεων για κάθε διάσταση παρουσιάζονται στον πίνακα έξι.

### ***Κοινωνικά κίνητρα.***

Στην διάσταση Κοινωνικά κίνητρα στατιστικά σημαντική διαφορά παρουσιάστηκε μόνο στον ανεξάρτητο παράγοντα οικογενειακή κατάσταση  $t = -2.32$ ,  $p < 0.05$  και τον ανεξάρτητο παράγοντα εθνικότητα με  $t = 3.08$ ,  $p < 0.001$ .

### ***Προσωπικά κίνητρα.***

Στη διάσταση προσωπικά κίνητρα στατιστικά σημαντικές διαφορές παρουσιάστηκαν στους ανεξάρτητους παράγοντες οικογενειακή κατάσταση  $t = -3.70$   $< 0.001$ , εθνικότητα με  $t = 2.9$   $p < 0.005$  και ηλικία  $F_{(3,139)} = 3.951$ ,  $p < 0.01$ . Για τον εντοπισμό των στατιστικά σημαντικών διαφορών μεταξύ των βαθμίδων της ηλικίας εφαρμόστηκε το τεστ πολλαπλών συγκρίσεων Sheffe, όπου διαπιστώθηκε στατιστικά σημαντική διαφορά μόνο μεταξύ της βαθμίδας 20-30 και 51-60 ετών με  $p < 0.05$ .

### ***Φυσικά χαρακτηριστικά.***

Στη διάσταση φυσικά χαρακτηριστικά στατιστικά σημαντική διαφορά παρουσίασαν μόνο οι ανεξάρτητοι παράγοντες συχνότητα συμμετοχής σε μελλοντικά προγράμματα με  $F_{(2,140)} = 4.155$ ,  $p < 0.05$  και ηλικία με  $F_{(3,139)} = 6.272$ ,  $p < 0.001$ . Για τον εντοπισμό των στατιστικά σημαντικών διαφορών μεταξύ των βαθμίδων της συχνότητας συμμετοχής εφαρμόστηκε το τεστ πολλαπλών συγκρίσεων Sheffe. Στατιστικά σημαντικές διαφορές παρουσιάστηκαν μόνο μεταξύ της βαθμίδας “μια φορά κάθε δύο χρόνια” και “μια φορά το χρόνο” με  $p < 0.05$ . Για τον εντοπισμό των στατιστικά σημαντικών διαφορών μεταξύ των βαθμίδων της ηλικίας εφαρμόστηκε επίσης το τεστ πολλαπλών συγκρίσεων Sheffe, όπου διαπιστώθηκε στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ της βαθμίδας 20-30 και 51-60 ετών με  $p < 0.05$  και της βαθμίδας 41-50 και 51-60 ετών με  $p < 0.005$ .

### ***Χαρακτηριστικά κουλτούρας.***

Στη διάσταση Χαρακτηριστικά κουλτούρας στατιστικά σημαντική διαφορά παρουσίασαν οι ανεξάρτητοι παράγοντες οικογενειακή κατάσταση με  $t = 2.60$ ,  $p < 0.001$ , συχνότητα συμμετοχής σε μελλοντικά προγράμματα με  $F_{(2,140)} = 6.742$ ,  $p < 0.05$  και ηλικία με  $F_{(3,139)} = 8.097$ ,  $p < 0.001$ . Για τον εντοπισμό των στατιστικά σημαντικών διαφορών μεταξύ των βαθμίδων της συχνότητα συμμετοχής

εφαρμόστηκε το τεστ πολλαπλών συγκρίσεων Sheffe. Στατιστικά σημαντικές διαφορές παρουσιάστηκαν μεταξύ της βαθμίδας “μια φορά κάθε δύο χρόνια” και των βαθμίδων “μια φορά κάθε ενάμιση χρόνο” με  $p < 0.05$  και “μια φορά το χρόνο” με  $p < 0.005$ . Το τεστ πολλαπλών συγκρίσεων Sheffe εφαρμόστηκε και για τον εντοπισμό των στατιστικά σημαντικών διαφορών μεταξύ των βαθμίδων της ηλικίας. Διαπιστώθηκε στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ της βαθμίδας 20-30 ετών και των βαθμίδων 31-40 ετών με  $p < 0.05$ , 41-50 ετών με  $p < 0.001$  και 51-60 ετών με  $p < 0.005$ .

### ***Κίνητρα μάθησης.***

Στη διάσταση κίνητρα μάθησης στατιστικά σημαντική διαφορά παρουσίασε μόνο ο ανεξάρτητος παράγοντας μορφωτικό επίπεδο με  $F_{(2,140)} = 3.754$ ,  $p < 0,05$ . Το τεστ πολλαπλών συγκρίσεων Sheffe παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές στις βαθμίδες University και A- Level με  $p < .05$ .

### ***Υπαίθριες δραστηριότητες.***

Στη διάσταση Υπαίθριες δραστηριότητες στατιστικά σημαντική διαφορά παρουσίασαν οι ανεξάρτητοι παράγοντες οικογενειακή κατάσταση με  $t = -4.49$ ,  $p < 0.001$ , εθνικότητα με  $t = -4.72$ ,  $p < 0.001$  και ηλικία με  $F_{(3,139)} = 6,458$ ,  $p < 0,001$ . Για τον εντοπισμό των στατιστικά σημαντικών διαφορών μεταξύ των βαθμίδων της ηλικίας εφαρμόστηκε το τεστ πολλαπλών συγκρίσεων Sheffe, όπου διαπιστώθηκε στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ της βαθμίδας 51-60 και 20-30 ετών με  $p < 0.005$ , και της βαθμίδας 51-60 και 31-40 ετών με  $p < 0.05$ .

Πίνακας 6: Συγκρίσεις στις διαστάσεις των κινήτρων ανάμεσα στις δημογραφικές μεταβλητές

Διαστάσεις Κινήτρων												
Εθνικότητα	Χαρακ/κά κοιλούρας		Φυσικά χαρακ/κά		Υπαίθριες Δραστήριες		Κοινωνικά κίνητρα		Προσωπικά κίνητρα		Κίνητρα Μάθησης	
	M.O	S.D	M.O	S.D	M.O	S.D	M.O	S.D	M.O	S.D	M.O	S.D
H.B	3.49	.57	3.67	.44	2.50	.57	3.83	.46	3.76	.59	3.46	.55
H.Π.A	3.54	.43	3.66	.59	2.97	.32	3.43	.50	3.28	.57	3.36	.49
	n.s.		n.s.		t=-4.72, p<.001		t= 3.08, p<.001		t= 2.9, p<.005		n.s.	
<b>Φύλο</b>												
Άνδρες	3.49	.47	3.64	.42	2.61	.54	3.78	.43	3.66	.74	3.44	.39
Γυναίκες	3.51	.68	3.72	.50	2.47	.59	3.82	.53	3.79	.48	3.47	.72
	n.s.		n.s.		n.s.		n.s.		n.s.		n.s.	
<b>Οικογενειακή κατάσταση</b>												
Έγγαμοι	3.59	.47	3.62	.41	2.38	.56	3.73	.52	3.56	.61	3.39	.45
Άγαμοι	3.35	.64	3.74	.50	2.79	.48	3.90	.39	3.92	.51	3.53	.65
	t= 2.60, p<.001		n.s.		t= -4.49, p<.001		t= -2.32, p<.05		t= -3.70, p<.001		n.s.	



Πανεπ/κή	3.48	.59	3.68	.42	2.51	.55	3.78	.47	3.6	.55	3.37	.54
εκπαίδευση	3.37	.37	3.50	.58	2.71	.60	3.77	.59	3.73	.78	3.54	.62
Μεταππ/κές σπουδές	n.s	n.s	n.s	n.s	n.s	n.s	n.s	n.s	n.s	n.s	$F_{(2,140)}=3.7$ $p<.05$	

## ΣΥΖΗΤΗΣΗ

Ξεκινώντας τη συζήτηση από το δείγμα θα πρέπει να αναφερθεί ότι το υψηλό ποσοστό (74.01%) των ερωτηματολογίων που επεστράφησαν δικαιολογείται κυρίως από το γεγονός ότι η ερευνήτρια αποτέλεσε ταυτόχρονα και συνοδό του προγράμματος που υλοποίησαν τα δύο φιλανθρωπικά ιδρύματα στον Εθνικό Δρυμό του Ολύμπου. Ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό (90.02) αποτέλεσε επίσης ο αριθμός των συμμετεχόντων που δήλωσαν υπήκοοι του Ηνωμένου Βασιλείου. Το αποτέλεσμα αυτό στην παρούσα έρευνα δικαιολογείται καθώς η εμπλοκή των φιλανθρωπικών ιδρυμάτων με τον τουρισμό είναι κυρίως “Βρετανικό φαινόμενο” (Turner, Miller, & Gilber, 2001). Τα 2 φιλανθρωπικά ιδρύματα που περιλήφθηκαν στην έρευνα ήταν Βρετανικά.

Οι διαστάσεις Κοινωνικά Κίνητρα και Προσωπικά Κίνητρα παρουσίασαν τους δύο υψηλότερους μέσους όρους από τις έξι διαστάσεις οι οποίες διερευνήθηκαν στα πλαίσια της παρούσας έρευνας. Οι περισσότερες από τις έρευνες που ασχολούνται με τα κίνητρα συμμετοχής στον τουρισμό γενικότερα, περιλαμβάνουν στα πλαίσιά τους τις διαστάσεις αυτές, ενώ παράλληλα έχουν δείξει ότι αποτελούν ιδιαίτερα σημαντικούς παράγοντες έλξης και ώθησης στη λήψη της απόφασης για τουρισμό (Dann 1981, Oh, Uysal, & Weaver 1995; Thapa, Confer, & Mendelsohn, 2004; Uysal & Hagan, 1993). Οι δύο αυτές διαστάσεις παρουσιάζουν υψηλούς μέσους όρους και βρίσκονται συνήθως μεταξύ των διαστάσεων με τους υψηλότερους μέσους όρους της εκάστοτε έρευνας. Όπως γίνεται φανερό και από το κίνητρο το οποίο συγκέντρωσε τον υψηλότερο μέσο όρο «για να παρέχω οικονομική βοήθεια στο φιλανθρωπικό ίδρυμα», οι δύο αυτές διαστάσεις, κοινωνικά και προσωπικά κίνητρα, με τους υψηλούς μέσους όρους που συγκέντρωσαν, φανερώνουν τη διαφορετικότητα των προγραμμάτων υπαιθρίων δραστηριοτήτων υψηλών απαιτήσεων για φιλανθρωπικούς σκοπούς σε σχέση με τα κοινά τουριστικά προγράμματα, είτε αυτά περιλαμβάνουν υπαίθριες δραστηριότητες, είτε όχι. Κυρίαρχο στόχο αποτελεί η συνεισφορά στο έργο του φιλανθρωπικού οργανισμού, κυρίως οικονομική, και όχι η ξεκούραση και οι διακοπές.

Όπως μάλιστα μια συμμετέχουσα σημείωσε στο τέλος του ερωτηματολογίου της *“Συμμετέχουμε στα προγράμματα αυτά σαν μια πραγματική «πρόκληση» με σκοπό να συγκεντρώσουμε χρήματα για τη βοήθεια άλλων. Αν και η τουριστική τους πλευρά αποτελεί ένα ελκυστικό προϊόν, ωστόσο δεν αποτελεί το λόγο συμμετοχής. Εάν αναζητούσα διακοπές σε μια συγκεκριμένη περιοχή για να παρατηρήσω πτηνά ή κάτι ανάλογο, θα διάλεγα τέτοιου είδους διακοπές”* Η παροχή οικονομικής βοήθειας στο φιλανθρωπικό ίδρυμα, οι κοινωνικές σχέσεις που αναπτύσσονται, αλλά και η προσωπική ικανοποίηση και ευχαρίστηση που απορρέει από τη συμμετοχή, σε συνδυασμό με την απόλαυση του φυσικού περιβάλλοντος, αποτελούν τα σημαντικότερα κίνητρα για τη συμμετοχή σε προγράμματα υψηλών απαιτήσεων για φιλανθρωπικούς σκοπούς. Ιδιαίτερα σημαντικό στοιχείο αποτελεί πως, ενώ το επίκεντρο των προγραμμάτων είναι μια υπαίθρια δραστηριότητα, ωστόσο η διάσταση υπαίθριες δραστηριότητες είχε τον χαμηλότερο μέσο όρο. Κάτι τέτοιο έρχεται σε αντίθεση με τα αποτελέσματα ερευνών στο χώρο του τουρισμού, όπου σε προγράμματα που το επίκεντρό τους είναι τα διάφορα σπορ, οι αθλητικές δραστηριότητες έχουν υψηλά ποσοστά μέσων όρων (Awaritefe, 2004, Kim, Prideaux, 2005, Thapa, Confer, & Mendelson, 2004).

Ιδιαίτερα σημαντική είναι η μη εύρεση διαφορών στα κίνητρα των δύο φύλλων. Ενώ στις περισσότερες έρευνες τόσο σε προγράμματα αναψυχής, αλλά και στον τουρισμό γενικότερα παρουσιάζονται διαφορές κινήτρων άμεσα στα δύο φύλλα, στα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας δεν εμφανίστηκε καμία διαφορά. Ο φιλανθρωπικός χαρακτήρας των προγραμμάτων φαίνεται πως υπερισχύει ακόμα σε διαφορές που πιθανά θα υπήρχαν αν τα άτομα συμμετείχαν σε κλασικά τουριστικά πακέτα (Thapa, Confer, & Mendelsohn, 2004). Ωστόσο, η σύγκριση των κινήτρων μεταξύ των δύο εθνικοτήτων των συμμετεχόντων παρουσίασε διαφορές. Οι υπήκοοι των Η.Π.Α έδωσαν μεγαλύτερη βαρύτητα στις υπαίθριες δραστηριότητες των προγραμμάτων και μικρότερη στα προσωπικά και κοινωνικά κίνητρα σε σχέση με αυτούς του Η.Β, ενώ για τους υπηκόους του Η.Β τα προσωπικά και κοινωνικά κίνητρα αποτελούν σημαντικότερους παράγοντες. σε σχέση με τους υπηκόους των Η.Π.Α. Βέβαια, το χαμηλό ποσοστό συμμετεχόντων με υπηκοότητα Η.Π.Α στην παρούσα έρευνα (9.8%) δεν επιτρέπει τη γενίκευση των συμπερασμάτων μας.



Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι διαφορές που βρέθηκαν στη σύγκριση του μορφωτικού επιπέδου των συμμετεχόντων. Τα άτομα που ολοκλήρωσαν μόνο το βασικό κύκλο σπουδών παρουσίασαν μεγαλύτερο ενδιαφέρον μάθησης για τις επισκεπτόμενες περιοχές σε σχέση με τα άτομα που αποφοίτησαν από πανεπιστημιακά ιδρύματα. Τα κίνητρα μάθησης λοιπόν ενδιαφέρουν περισσότερο τους συμμετέχοντες με χαμηλότερο μορφωτικό επίπεδο.

Συγκρίνοντας τους συμμετέχοντες σύμφωνα με την οικογενειακή τους κατάσταση, βλέπουμε πως οι έγγαμοι συμμετέχοντες ενδιαφέρονται περισσότερο για την κουλτούρα της περιοχής που επισκέπτονται (αρχαιολογικούς – ιστορικούς χώρους κ.α) σε αντίθεση με τους άγαμους, οι οποίοι είναι περισσότερο ριψοκίνδυνοι, μια και τους ενδιαφέρουν περισσότερο οι υπαίθριες δραστηριότητες των προγραμμάτων. Ακόμα στους άγαμους συμμετέχοντες ιδιαίτερα ανεπτυγμένα είναι τα προσωπικά και κοινωνικά κίνητρα, καθώς σε αντίθεση με τους έγγαμους, ενδιαφέρονται περισσότερο για τη γνωριμία με άλλα άτομα, τη δημιουργία νέων φιλιών, αλλά και να ζήσουν κάτι νέο και συνταρακτικό, αυξάνοντας παράλληλα τον αυτοπεποίθησή τους.

Ο παράγοντας ηλικία είναι αυτός που φανέρωσε τις περισσότερες διαφορές στα κίνητρα συμμετοχής. Η ηλικία 20-30 παρουσίασε υψηλές διαφορές σε σχέση με όλες τις υπόλοιπες ηλικιακές κατηγορίες, γεγονός που συμφωνεί με παρόμοιες έρευνες στο χώρο, καθώς οι μικρότερες ηλικίες παρουσιάζονται πιο δραστήριες στις αθλητικές δραστηριότητες, αναζητώντας σε μεγαλύτερο βαθμό τη γνωριμία με το καινούργιο και επιδιώκοντας την αυτό-επιβεβαίωση. Στην παρούσα έρευνα λοιπόν δείχνουν μικρότερο ενδιαφέρον για χαρακτηριστικά κουλτούρας, αλλά ιδιαίτερα υψηλό για τα φυσικά χαρακτηριστικά και τις υπαίθριες δραστηριότητες. Η ηλικιακή κατηγορία 51-60 ακολουθεί παρουσιάζοντας διαφορές κυρίως με τις κατηγορίες 20-30, αλλά και τις κατηγορίες 31-40 και 41-50. Πιο συγκεκριμένα, η ηλικιακή κατηγορία 51-60 ενδιαφέρεται περισσότερο για τα Χαρακτηριστικά κουλτούρας, σε αντίθεση με τους παράγοντες Φυσικά χαρακτηριστικά, Υπαίθριες δραστηριότητες και Προσωπικά κίνητρα, τα οποία φαίνεται πως ενδιαφέρουν περισσότερο τις υπόλοιπες κατηγορίες.. Τα Άτομα ηλικίας 31-40 ακολουθούν την ηλικιακή κατηγορία 20-30 στις προτιμήσεις για τις υπαίθριες δραστηριότητες, ενώ τα άτομα ηλικίας 41-50 φαίνεται πως προτιμούν τα φυσικά χαρακτηριστικά περισσότερο από τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Τα πρόγραμμα υπαίθριων δραστηριοτήτων υψηλών απαιτήσεων συμμετοχής για φιλανθρωπικούς σκοπούς αποτελούν ένα εξειδικευμένο προϊόν στα πλαίσια της τουριστικής αγοράς αναψυχής. Η παρούσα έρευνα αποτέλεσε μια πρώτη, περιορισμένη ωστόσο σε έκταση προσπάθεια καταγραφής των κινήτρων των συμμετεχόντων στα προγράμματα αυτά, καθώς η συμμετοχή δύο φιλανθρωπικών ιδρυμάτων σε συνδυασμό με το μικρό αριθμό των εξεταζόμενων δε μπορούν να δώσουν μια πλήρη εικόνα τόσο των προγραμμάτων όσο και των κινήτρων συμμετοχής σε αυτά.

Παράλληλα, η προσπάθεια καταγραφής των κινήτρων βασίστηκε σε κλίμακα διερεύνησης κινήτρων τουρισμού. Εύλογα, λοιπόν, είναι πιθανό να μην καλύφθηκε πλήρως το εύρος των κινήτρων των συμμετεχόντων σε προγράμματα υπαίθριων δραστηριοτήτων υψηλών απαιτήσεων συμμετοχής για φιλανθρωπικούς σκοπούς με βάση την κλίμακα αυτή. Ωστόσο τα αποτελέσματά απέδωσαν σε σημαντικό βαθμό τη διαφορετικότητα των εξεταζόμενων προγραμμάτων από τα αντίστοιχα κλασσικά τουριστικά πακέτα διακοπών: Τη συμμετοχή σε ένα ιδιαίτερης φύσης πρόγραμμα υπαίθριων δραστηριοτήτων με υψηλό βαθμό δυσκολίας με κυρίαρχο σκοπό την συνεισφορά στο έργο του φιλανθρωπικού ιδρύματος.

Οι διαφοροποιήσεις που βρέθηκαν στα κίνητρα συμμετοχής, κυρίως σε σχέση με την ηλικία και την οικογενειακή κατάσταση των συμμετεχόντων, δίνουν ενδιαφέρουσες πληροφορίες για τις προτιμήσεις τους. Βέβαια, δεν αναιρούν την πρόκληση για συμμετοχή με σκοπό την οικονομική ενίσχυση στο έργο του φιλανθρωπικού ιδρύματος, η οποία συνεχίζει να αποτελεί το κυρίαρχο κίνητρο όλων. Όμως, ο εμπλουτισμός και η διαφοροποίησή των προγραμμάτων, ανάλογα με τις ανάγκες της κάθε ομάδας του κοινού στο οποίο απευθύνονται, μπορεί να οδηγήσει στη συνολική αναβάθμισή τους και παράλληλα να δώσει ώθηση στην αύξηση της συχνότητας συμμετοχής των ήδη «αφοσιωμένων» συμμετεχόντων, αυξάνοντας την ικανοποίησή τους, μια και θα συμμετέχουν σε προγράμματα που χωρίς να χάνουν το χαρακτήρα τους, θα τους εκφράζουν πλήρως. Πέρα όμως από

τη διατήρηση των αφοσιωμένων συμμετεχόντων, η προσέλκυση νέων αποτελεί σημαντικό στόχο των φιλανθρωπικών ιδρυμάτων. Η προσθήκη λοιπόν νέων χαρακτηριστικών στα ήδη υπάρχοντα προγράμματα, αλλά και η δημιουργία νέων προορισμών, με βάση τις προτιμήσεις που εκδήλωσαν οι συμμετέχοντες συμβάλει προς την κατεύθυνση αυτή.

Μια πιο σφαιρική εικόνα των προγραμμάτων υπαίθριων δραστηριοτήτων υψηλών απαιτήσεων συμμετοχής για φιλανθρωπικούς σκοπούς θα μπορούσε να δοθεί με ένα ερωτηματολόγιο το οποίο θα διερευνήσει τα κίνητρα εθελοντικής προσφοράς των συμμετεχόντων, παράλληλα με τους παράγοντες εσωτερικής παρακίνησης τους για τη συμμετοχή στα προγράμματα αυτά. Με αυτό τον τρόπο θα διαφωτιστούν περισσότερο οι εσωτερικοί παράγοντες που οδηγούν τα άτομα στην απόφασή τους να συνεισφέρουν στους σκοπούς του φιλανθρωπικού ιδρύματος, όχι όμως μέσω της δραστηριοποίησής τους σε πιο απλές και σαφέστερα λιγότερο κοπιαστικές ενέργειες, όπως συνηθίζεται στα περισσότερα φιλανθρωπικά ιδρύματα, αλλά αντίθετα συμμετέχοντας στα προγράμματα υπαίθριων δραστηριοτήτων υψηλών απαιτήσεων τα οποία απαιτούν προσωπική δέσμευση, έντονη ψυχική και σωματική προετοιμασία και έχουν ιδιαίτερα υψηλό κόστος.

Πέρα όμως από τα κίνητρα των συμμετεχόντων ιδιαίτερο ενδιαφέρον θα παρουσίαζε η διερεύνηση της πίστης, της αφοσίωσης και της εμπλοκής των συμμετεχόντων στα προγράμματα αυτά. Αν μάλιστα αναλογιστούμε πως στα πλαίσια της υλοποίησης προγραμμάτων υπαίθριων αναψυχής για φιλανθρωπικούς σκοπούς υλοποιούνται προγράμματα οικονομικής ενίσχυσης των ιδρυμάτων, τα οποία όμως δεν ενέχουν δραστηριότητες υψηλού βαθμού δυσκολίας, αλλά ο χαρακτήρας τους είναι περισσότερο ψυχαγωγικός, τότε η ενσυνείδητη επιλογή των προγραμμάτων «πρόκλησης συμμετοχής» από ορισμένα άτομα και οι διαφορές τους με τα άτομα που επιλέγουν τη συμμετοχή σε προγράμματα ψυχαγωγικού χαρακτήρα αποκτά περισσότερο ενδιαφέρον.

Μια ακόμα ενδιαφέρουσα διάσταση των προγραμμάτων υπαίθριων δραστηριοτήτων υψηλών απαιτήσεων συμμετοχής για φιλανθρωπικούς σκοπούς αποτελεί η διερεύνηση των κινήτρων, εσωτερικών και εξωτερικών, των ατόμων που, ενώ δε συμμετέχουν στα προγράμματα αυτά, ωστόσο χορηγούν τους συμμετέχοντες, συνεισφέροντας οικονομικά στην προσπάθεια συγκέντρωσης του

απαιτούμενου και ιδιαίτερα υψηλού ποσού της συμμετοχής τους. Όπως μάλιστα ένας συμμετέχων σημείωσε στο ερωτηματολόγιό του: *“Προσωπικά θα αντιμετώπιζα μεγάλες δυσκολίες στη συγκέντρωση χρημάτων για ένα καλό σκοπό, αν το πρόγραμμα δεν ήταν πραγματικά μια «πρόκληση» τέτοιου επιπέδου που πολλά άτομα αισθάνονται ότι δεν μπορούν να τα καταφέρουν, για αυτό το λόγο και με χορηγούν εάν θέλω να προσπαθήσω. Πιστεύω ότι αυτό είναι το σημείο που μελλοντικά ίσως υπάρξει πρόβλημα. Υπάρχουν τόσες ευκαιρίες για ταξίδια με φιλανθρωπικά ιδρύματα και ορισμένα από αυτά δεν περιέχουν κάποιου είδους πρόκληση, με αποτέλεσμα πολλοί άνθρωποι αισθάνονται μια γνήσια απροθυμία να χορηγήσουν κάποιον ώστε να συμμετέχει σε αυτά ”*



## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Ames, C. (1992). Classrooms: Goals, structures, and student motivation. *Journal of Educational Psychology*, 84, 261-271.
- Awaritefe, O.D. (2004). Motivation and Other Considerations in Tourism Destination Choice: A case Study of Nigeria. *Tourism Geographies*, 6, 3, 303-330
- Bandura, A. (1997). Self-efficacy: *The exercise of control*. New York: W. H. Freeman.
- Bandura, A. & Locke, E. (2003). Negative Self – Efficacy and Goals Effects Revisited. *Journal of Applied Psychology* 88, 87-99
- Bansal, H. & Eiselt, H. A. (2004). Exploratory research of tourist motivations and planning. *Tourism Management*, 25, 387-396.
- Connell, J.P. (1985). A new multidimensional measure of children's perception of control. *Child Development*, 56, 1018-1041.
- Connell, J.P., Spencer, M.B. & Aber, J.L. (1994). Educational risk and resilience in African American Youth: Context, self, and action outcomes in school. *Child Development*, 65, 493-506.
- Connell, J.P. & Wellborn, J.G. (1991). Competence, autonomy, and relatedness: A motivational analysis of self-system processes. In M Gunnar, LA Sroufe (Eds), *Minnesota symposia on child psychology* (23, pp. 43-77). Hillsdale, NJ: Lawrence ErlbaumAssociates.
- Crandall, V.C., Katkovsky, W. & Crandall, V.J. (1965). Children's beliefs in their own control of reinforcements in intellectual-academic achievement situations. *Child Development*, 36, 91-109.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for Pleasure Vacations. *Annals of Tourism Research* 6, 4, 408-424.
- Dann, G. (1981). Tourism Motivation: An Appraisal. *Annals of Tourism Research* 8, (2), 187-219.
- Deci, E.L. & Ryan, R.M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York: Plenum Press.
- Deci, E.L., Koestner, R. & Ryan, R.M. (1999). A meta-analytic review of experiments examining the effects of extrinsic rewards on intrinsic motivation. *Psychological Bulletin*, 125, 627-668.

- Dweck, C. (1999). *Self-theories: Their role in motivation, personality, and development*. Philadelphia: Psychology Press.
- Eccles, J. & Wingfield A. (2002). Motivational Beliefs, Values and Goals. *Annual Review of Psychology*, 109-132
- Elliott, A. & Church, M. (1997). A hierarchical model of approach and avoidance achievement motivation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 218-232.
- Ford, M.E. (1992). *Human motivation: Goals, emotions, and personal agency beliefs*. Newbury Park, CA: Sage.
- Ford, M.E. & Nichols, C.W. (1987). A taxonomy of human goals and some possible application. In ME. Ford, DH Ford (Eds.), *Humans as self-constructing living systems: Putting the framework to work (pp. 289-311)*. Hillsdale NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gnoth, J. (1997). Tourism Motivation and Expectation Formation. *Annals of Tourism Research*, 24, 2, 283-304
- Hanqin, Z.Q. & Lam T. (1998). An analysis of Mainland Chinese visitors' motivations to visit Hong Kong. *Tourism Management*, 20, 587-594
- Hills, P., Argyle, M. & Reeves, R. (2000) Individual differences in leisure satisfactions: an investigation of four theories motivation. *Personality and Individual Difference*, 28, 763-779
- Iso –Ahola, S.E. (1982). Towards a Social psychological Theory of Tourism Motivation: A Rejoinder. *Annals of Tourism Research*, 12, 1, p 256-262.
- Kim S.S. & Prideaux B. (2003). Marketing implications arising from a comparative study of international pleasure tourist motivations and other travel-related characteristics of visitors to Korea. *Tourism Management*, 26, 347-357
- Kozak, M. (2002). Comparative analysis of tourist motivation by nationality and destinations. *Tourism Management*, 23, 221-232
- Kyle, G., Bricker, K., Graefe, A. & Wickham,T. (2004). An Examination of Recreationists' Relationships with Activities and Settings. *Leisure Sciences*, 26, 123-142.
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R. & Bacon, J. (2004). Predictor of behavioral Loyalty among Hikers along the Appalachian Trail. *Leisure Sciences*, 26, 99-118.
- Lundberg, D. E. (1971). Why tourists travel. *Cornell HRA Quarterly*, February, 75-81.

- Matsumoto, H. & Takenaka, K. (2004). Motivational Profiles and Stages of Exercise Behavior Change. *International Journal of Sport and Health Science*, 2, 89-96
- Midgley., C., Kaplan, A. & Middleton, M. (2001). Performance – approach goals: Good for what, for whom, under what circumstances, and at what cost? *Journal of Educational Psychology*, 93, 77-86.
- Midgley, C., Kaplan, A., Middleton, M., Maehr, M.L. & Urdan, T. (1998). The development and validation of scales assessing students' goal orientations. *Contemporary Educational Psychology*, 23: 113-131
- Nicholls, J.G., Cobb, P., Yackel, E., Wood, T. & Wheatley, G. (1990). Students' theories of mathematics and their mathematical knowledge: Multiple dimensions of assessment. In G Kulm (Ed.). *Assessing higher order thinking in mathematics* (pp. 137-154). Washington, DC: American Association for the Advancement of Science.
- Oxford Concise Dictionary (1995). (9<sup>th</sup> Ed.), Oxford: Oxford University Press.
- Oh, H.C., Uysal, M. & Weaver, P.A. (1995). Product bundles and market segments based on travel motivations: a canonical correlation approach. *Int. J. Hospitality management*, 14, 2, 123-137
- Ray, N.M. & Ryder, M.E. (2003). "Eibilities" tourism: an exploratory discussion of the travel needs and motivations of the mobility-disabled. *Tourism management*, 24, 57-72
- Rotter, J.B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs*, 80, 1-28
- Ryan, C. & Glendon, I. (1997). Application of Leisure Motivation Scale to Tourism. *Annals of Tourism Research*, 25, 169-184.
- Ryan, R.M. & Deci, E. L. (2000). Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development and Well-Being. *American Psychologist*, 55, 1, 68-78
- Ryan, R.M. & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and Extrinsic Motivations: *Classic Definitions and New Directions Contemporary Educational Psychology*, 25, 54-67
- Ross, E.L.D. & Iso-Ahola, S.E. (1991). Sightseeing Tourists' motivation and satisfaction. *Annals of Tourism Research*, 18, 226-237.
- Shepherd, R. (2003). Fieldwork without Remorse: Travel Desires in a Tourist Word. *Consumption, Markets and Culture*, 6, 2, 133-144

- Scope charity. (2004). About Cerebral Palsy: For disabled people achieving equality. [www.scope.org.uk/adventures](http://www.scope.org.uk/adventures).
- Schunk, D.H. (1990). Goal setting and self-efficacy during self-regulated learning. *Educational Psychologist*, 25, 71-86
- Skaalvik, E. (1997). Self-enhancing and self-defeating ego orientation: Relations with task and avoidance orientation, achievement, self-perception, and anxiety. *Journal of Educational Psychology*, 89, 71-81.
- Skinner, E.A. (1995). *Perceived control, motivation, and coping*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1995.
- Skinner, E.A. & Belmont, M.J. (1993). Motivation in the classroom: Reciprocal effects of teacher behavior and student engagement across the school year. *Journal of Educational Psychology*, 85, 571-581.
- Skinner, E.A., Zimmer-Gembeck, M.J. & Connell, J.P. (1998). Individual differences and the development of perceived control. *Monographs of the Society for Research in Child Development*, 63, 254, 2-3.
- Shoemaker, S. (1994). Segmenting the US travel market according to benefits realized. *Journal of Travel Research*, 32, 8-21.
- Thapa, B., Confer, J. & Mendelsohn, J. (2004). Trop motivations among water-based recreationists. <http://melita.fi/juikaisut/workingpapers/2004/mwp002.htm>
- The Ultimate Travel Company. (2005). Charuty events and Challenges. <http://www.utcharitychallenges.co.uk>
- Turner, R., Miller G. & Gilbert, D. (2001). The role of UK charities and the tourism industry. *Tourism management*, 22, 463-472
- Walker, G. & Dieser, R. (2001). Ethnicity, Acculturation, Self-Construal and Motivation for Outdoor Recreation. *Leisure Science*, 23, 263-283.
- Weber, K. (2001). Outdoor adventure tourism: A review of Research Approaches. *Annals of Tourism Research*, 28, 2, 360-377
- Weiner, B. (1992). *Human motivation: Metaphors, theories, and research*. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- World Tourism Organization (1980). The Manila declaration on world tourism.
- Uysal, M., & Hagan, L. A. R. (1993). Motivation of Pleasure Travel and Tourism. In M. Khan & M. Olsen, T. Var (Eds.), *Encyclopedia of Hospitality and Tourism*. (pp. 798-810).



- Yoon, Y. & Uysal M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism management*, 26, 45-56
- Yuan, S. & Mc Donald, C. (1990) Motivational Determinants of International Pleasure Time. *Journal of Travel Research*, 24, 1, 42-44.



# The Mount Olympus Challenge

3–7 June 2004

Take part in your own Olympic challenge for 2004!  
Summit Greece's highest peak, **Mount Olympus**, 2,917m



## A challenge fit for the Gods!



“ Take part in your own Olympic challenge in 2004 – summit Mount Olympus and help raise money for Scope! ”

**Kelly Holmes**  
Olympic and World medallist  
at 800m and 1,500m

**SCOPE**  
FOR PEOPLE WITH CEREBRAL PALSY



# Mount Olympu

Join us on this amazing three-day hiking challenge which will take you through the dramatic and beautiful scenery of Greece's most carefully preserved national park to the summit of Mount Olympus – the mystical home of the Greek Gods!

## Day 1 Thursday

### Flight to Thessaloniki, Greece

Afternoon flight direct to Thessaloniki. We arrive late evening and transfer by bus to our hotel just outside Litochoro village at the foot of Mount Olympus.

## Day 2 Friday

### St Dionisios – Spilios Agapitos

5–6 hours trekking

After breakfast we have our full trek briefing about the challenge ahead. Late morning we transfer to the old monastery of St Dionisios. From here our challenge begins! Surrounded by fresh alpine air we enter the Enipeas gorge on a trail that takes us past cooling waterfalls and river pools with crystal clear waters. As we trek amongst the shady beach and fir forests of Greece's oldest national park we can expect to see a variety of woodland birds, flowers and butterflies. The climb is steady as we reach Prionia at 1,000m after approx. 1–2 hours where we stop for a packed lunch. We continue trekking for a further 3–4 hours past another waterfall as we ascend up to 2,100m to our refuge of Spilios Agaritos, where we will spend the night below the awe-inspiring peak of Mount Olympus.

## Day 3 Saturday

### Mount Olympus Ascent

6–7 hours trekking

*Spilios Agapitos - Skala – Skolio – Mitikas – Spilios Agapitos*

An early start! Our summit ascent begins soon after breakfast. This is a long, rugged trek today as our path continues up the cliffs to Skala at 2,882m. From here we'll make the optional side-trip to Mitikas 2,917m, Greece's highest peak. This involves some scrambling on a marked route. The hard trek will be more than worth it when we finally reach the top as on a clear day

# Challenge 2004



the exhilarating views across the neighbouring peaks and down to the deep, blue sea are spectacular. After a well-earned rest and some celebration photos we will begin our descent back down to Spilios Agapitos where we'll enjoy a hearty meal and well-deserved drink! (Those who don't wish to tackle the summit of Mitikas can continue trekking to the summit of Skolio at 2911m, Mount Olympus' second highest peak, and enjoy the same great views from there.)

## Day 4 Sunday

### Plateau of the Muses

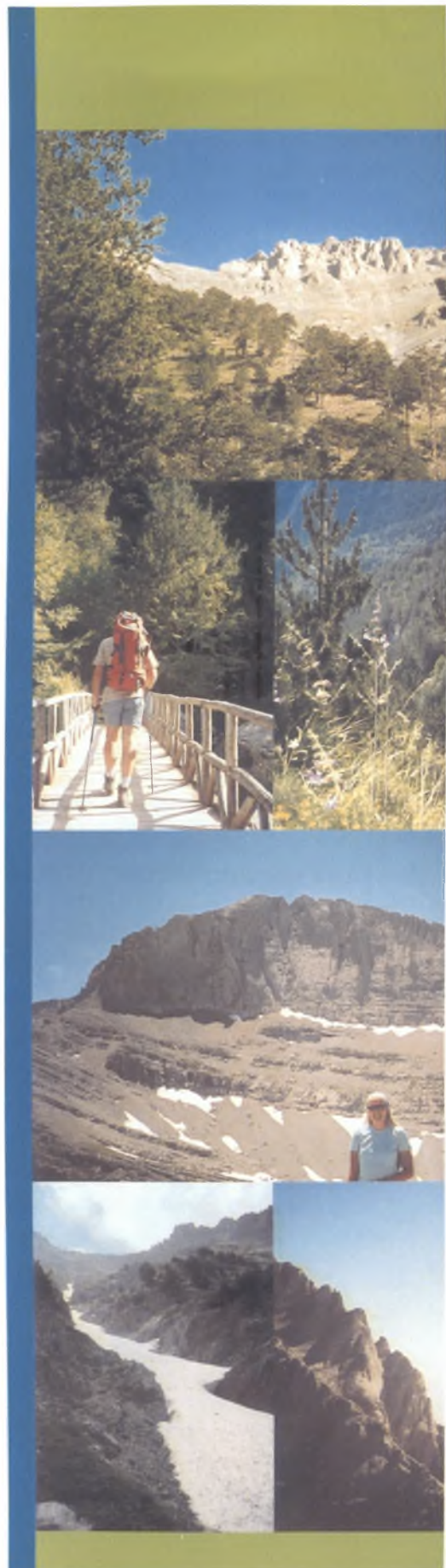
5 hours trekking

We leave the refuge after breakfast and retrace our steps for a while back up towards the summits, but soon taking another path towards the Plateau of the Muses. Our trail leads us across a glacier and skirts a backdrop of peaks silhouetted against the blue Mediterranean sky. We reach the second refuge of Yiosos Apostolidis at 2,700m, where we stop and rest for a while with a packed lunch. The dramatic peak of Stefani, the throne of Zeus, from which he was reputed to have hurled thunderbolts down at mankind, dominates the plateau. From here we continue descending through the peaceful alpine forests to Diastavrosi, where we transfer by bus to our hotel in Lithoro. After a refreshing swim in the sea we'll celebrate our achievements and enjoy traditional Greek food and wine at our special 'End of Trek' Gala dinner.

## Day 5 Monday

Transfer to the airport for our mid-afternoon flight back to the UK.

*This is a complex itinerary and subject to change.*





With eight years' experience in organising overseas trekking and biking events, Scope has an excellent reputation in this field. From the moment you sign up you will be in the capable hands of professional fundraisers who will support you from start to finish.

With every step you take in Greece, you will be changing lives back in the UK... it may change your life, too!

What previous Scope Hikers have said about their challenges:

**"A fantastic weekend packed with exhilaration and euphoria"**

**"The sense of achievement will last with me forever"**

**"A totally unbelievable experience, I loved every second of it!"**

**"Fantastic! Simply breathtaking."**



## Why Choose Scope?

"The CP Helpline is that first vital contact. It's so much more than just a phone line, it's the door to all of Scope and the opportunities, expertise and support it offers. We couldn't be without it."

**Jo, mother of Georgie**



Every year, Scope's Cerebral Palsy Helpline offers initial counselling to thousands of families after they learn that their children have cerebral palsy. This is just one of the ways in which Scope is making a positive impact on the lives of disabled people, their families and carers.

## For further details please contact

**SCOPE**  
FOR PEOPLE WITH CEREBRAL PALSY

### Scope

#### Event Fundraising

6 Market Road

London N7 9PW

Tel 020 7619 7100

Fax 020 7619 7380

[www.scope.org.uk/adventures/](http://www.scope.org.uk/adventures/)

## Tour and travel arranged by



THE ULTIMATE TRAVEL COMPANY

The Ultimate Travel Company

27 Vanston Place

London SW6 1AZ

Tel 020 7386 4646

Fax 020 7381 0836



equality for disabled people

**Event Fundraising**

Scope  
6 Market Road  
London N7 9PW

Tel 020 7619 7100  
Fax 020 7619 7380  
Email [events@scope.org.uk](mailto:events@scope.org.uk)

[www.scope.org.uk/adventures/](http://www.scope.org.uk/adventures/)



# The Mount Olympus Challenge

**3–7 June 2004**

**A challenge fit for the Gods!**

Hello from the Events Team and thank you for your interest in Scope's spectacular Mount Olympus Challenge!

Inside this leaflet you will find answers to some of the questions most commonly asked by Scope event participants. On the back page you will find a list of what is provided plus details about the extras you will need to provide in order to take part in this event. Please read through all the paperwork carefully.

The minimum required sponsorship is £1,300 and raising this cash for Scope will take time and planning – so the sooner you sign up, the sooner you can get started! Once you are signed up we'll provide you with a detailed fundraising pack including sponsor forms, fundraising ideas, sample letters, press releases, an id badge and a t-shirt.

Scope events are always very popular so to avoid disappointment you need to reserve your place as soon as possible. To do this you need to send us your completed application form, medical form, the non-refundable entry fee of £100 (cheque payable to Scope) and two passport photos.

If you have any queries about the event, then please do call us. We hope you can join us in Greece in 2004 and look forward to hearing from you.

Yours faithfully

Annaliese Broderick (020 7619 7289)

Event Fundraiser

Scope is a registered charity no. 208231

Scope is registered under the Data Protection Act 1998. The details you have given us will be held by Scope and will be used to update you about our work, other fundraising appeals and our trading activities (by post, phone or email) unless you request otherwise by contacting Event Fundraising, Scope, 6 Market Road, London N7 9PW. We will not pass your details to other organisations.

# Your questi

## **What's the average age?**

People of all ages from 18 – 70 take part in Scope events. Most will be between 30 – 55.

## **Will I be able to keep up?**

This is not a race – the aim is to complete the challenge, at your pace. However you should be aware that this event is designed to suit people who are fit and have trained.

## **How much training will I need to do?**

This is not just a walk, it is a demanding trek and you will need to train. You will receive a complete training guide when you enter which you must follow in order to enjoy and complete the event. Remember you will be trekking for three consecutive days.

## **What's provided?**

Flights, accommodation, experienced guides and meals.

## **Do I need specialist kit?**

We supply you with a list of what you will need to take, but apart from a good pair of walking boots, waterproofs and sleeping bag liner/sheet there is no other specialist kit.

## **What is the terrain like?**

The route is challenging and is not flat! No special expertise is required however it is a long, hard hike which becomes fairly steep towards the top of the mountain.

## **What happens if I get tired?**

There will be plenty of rest-stops, but it is not a problem if you want more. A guide will be with you at all times.

## **What sort of back-up is there?**

We provide medics, professionally trained guides, transport for your luggage on trek and English-speaking group leaders.

## **What will the weather be like?**

In June the weather is typically hot and sunny with temperatures around 20 – 25°C. However, it is possible that the weather may turn cloudy and windy, particularly on the summit, so waterproofs and a thin fleece will be needed.

## **Where will we stay?**

The accommodation will be shared. During the trek we will be sleeping in communal rooms in a mountain refuge. There will be very basic washing and toilet facilities. The first and last night of the trek will be spent in a hotel (twin rooms) with a beach and sea view.

## **What will the food be like?**

The food will mainly consist of bread, soup, pasta, rice, vegetables and salad, plus some meat. There will be a vegetarian option at every mealtime.

## **What do we do in the evenings?**

Firstly have a drink, wash and rest! After that enjoy the food and company of fellow trekkers in our cosy refuge. On our final night we will have an end of trek party – an evening to remember!

## **Will I have to carry my own kit?**

No. Your luggage will be carried by mules. All you need to carry is a day-pack containing drinks and basic supplies.

## **Can I stay on?**

Yes. We will put you in touch with our tour operator The Ultimate Travel Company. You must get in touch with them by 10 January 2004 at the latest. Early booking is advisable and there will be a small surcharge of approximately £35 to change your return flight.

# is answered

## How do I go about raising the minimum £1,300 sponsorship?

We will send you a comprehensive sponsor pack to make your fundraising as easy as possible and we will be in regular contact with you to discuss your fundraising ideas and plans. Here are just a few ideas to get you up to £1,000:

Ask ten work colleagues for £10	£100
Car boot sale	£100
Non school uniform day at local school	£200
Raffle/sweepstake at local pub	£100
Fancy dress pub crawl	£200
Ask 10 business suppliers/clients for £30	£300

## Can I raise more?

Yes! Fundraisers who raise £2,500 or over will have the option of having their entry fee refunded.

## What happens if I can't raise the money?

The minimum £1,300 must be paid to Scope eight weeks prior to departure. At this time all tour and travel costs will be paid to the tour operator and you will be issued with an ATOL receipt. If you cannot raise the £1,300 we will ask you to make up the balance yourself, in order to keep your place on the event. If you do have to cancel from the event, we can refund your sponsor money directly to your donors if required. Please do phone us for advice and ideas, if you are experiencing difficulties.

## How much does the event cost?

With an event like this, there are costs of travel, accommodation, equipment etc. Some of the non-travel costs will be met by your registration fee and the remainder – around £500 – will come from part of your sponsorship. This means £800 will come direct to Scope. If you feel unhappy that part of the money raised is used to meet costs, you may like to think about paying part or all of the costs yourself. Please make sure your sponsors are aware that part of their sponsor money is used to meet costs.

## Tell me more about Scope

Scope is a national disability organisation whose focus is people with cerebral palsy. Cerebral palsy is a physical condition that affects movement. It occurs when part of the brain fails to develop before, during or just after birth. Cerebral palsy affects more than 1,500 babies born in the UK each year and there is no cure.

The services Scope provides include pre-school, education, training, housing, employment programmes and campaigning on behalf of disabled people.

Scope's aim is that disabled people achieve equality: a society in which they are as valued, and have the same civil and human rights as everyone else.

The Mount Olympus Challenge is taking place in order to raise much-needed funds to enable Scope's vital services to continue.

**For more information, please visit our website: [www.scope.org.uk](http://www.scope.org.uk)**



## **YOUR PACKAGE INCLUDES**

- **Scheduled return flights London – Thessaloniki**
- **Coach transfers throughout**
- **Transfer of luggage throughout**
- **Shared accommodation in a refuge and hotel**
- **Full board throughout, except drinks at the refuge**
- **Services of highly trained English-speaking guides throughout**
- **Full medical back-up and professional support staff and porters**

## **EXTRAS YOU WILL NEED TO PROVIDE**

- **Registration fee of £100 (optionally refunded if sponsorship of £2,500 or more is raised)**
- **Gratuities**
- **Personal expenses**
- **Drinks during meals except on the final night where there will be Greek wine**
- **Personal travel insurance**
- **Your own kit: good walking boots, sleeping bag liner (blankets provided), waterproofs etc.**

TR05/03



# The Mount Olympus Challenge

3–7 June 2004

A challenge fit for the Gods!

## APPLICATION FORM

- I apply to take part in the Mount Olympus Challenge and undertake to abide by the rules and conditions of this event.
- I make a commitment to raise a minimum of £1,300 and send it to Scope by Friday 19 March 2004.
- I undertake to raise as much sponsorship as possible.
- I enclose a cheque for the registration fee of £100 (payable to Scope). I understand this is non-refundable.



**Please read and complete the remainder of this form and then return it to:**

Event Fundraising  
Scope  
6 Market Road  
London  
N7 9PW

Tel 020 7619 7100  
Fax 020 7619 7380  
Email [events@scope.org.uk](mailto:events@scope.org.uk)

**SCOPE**

equality for disabled people

## To register

Before completing this form, please read it carefully. We advise taking a photocopy for your own records.

There is an initial non-refundable registration fee of £100 which is solely to cover non-travel costs. To register please read and complete this form in full and send it, together with your cheque for £100 (payable to Scope) to: Event Fundraising, Scope, 6 Market Road, London N7 9PW. Every person must fill in and sign their own registration form. When we receive your registration fee we will confirm your place and send you further fundraising details. All tour and travel arrangements for this event are being booked through The Ultimate Travel Company (ATOL protected No 5111).

## Previous participation

Have you taken part in a Scope event before?  Yes  No

If so, where and when: \_\_\_\_\_

A name and address list will be sent out prior to the event. Please tick this box if you **DO NOT** wish your name and address details to be passed onto other participants

## Personal details

Title (Mr/Mrs/Ms/Miss) \_\_\_\_\_ Surname (as in your passport) \_\_\_\_\_

Forenames \_\_\_\_\_

Name by which you prefer to be known \_\_\_\_\_

Address \_\_\_\_\_

Postcode \_\_\_\_\_

Home tel \_\_\_\_\_ Work tel \_\_\_\_\_ Mobile \_\_\_\_\_

Company name \_\_\_\_\_ Email \_\_\_\_\_

Occupation \_\_\_\_\_ Your marital status \_\_\_\_\_

Place of birth \_\_\_\_\_ Date of birth \_\_\_\_\_

## Next of kin

Name \_\_\_\_\_ Relationship \_\_\_\_\_

Address \_\_\_\_\_

Postcode \_\_\_\_\_

Daytime tel \_\_\_\_\_ Evening tel \_\_\_\_\_

## Dietary

Do you require vegetarian meals?  Yes  No

Other requirements (eg. food or nut allergies) \_\_\_\_\_

## Passport details

Nationality \_\_\_\_\_ Passport no. \_\_\_\_\_

Date & place of issue \_\_\_\_\_ Date of expiry \_\_\_\_\_

It is essential we have the above information. If you do not have a passport at the moment, just send in your entry form and let us have the details as soon as you can. **Note: Your passport must be valid until 6 months after the start of the event.**

## T-shirts *Please tick size.*

We will provide 3 T-shirts for you to wear while hiking. S M L XL XXL

## Friends/room sharing

Please give the names of any friends who are taking part. On trek accommodation will be shared, with varying numbers of beds. It may be mixed sex and conditions may be basic. Tick box if you would like to share with your friends.

Name(s) \_\_\_\_\_

## Other details

Are you being sponsored by/representing a company or organisation? Yes No

If yes, please give details:

Company/organisation name \_\_\_\_\_

Contact \_\_\_\_\_

Address \_\_\_\_\_

Postcode \_\_\_\_\_

Daytime tel \_\_\_\_\_

## Where did you see the event advertised?

Please state name of magazine, date and type of newspaper, radio station etc. \_\_\_\_\_

## Medical information

Trekking Mount Olympus is a strenuous activity and you should, therefore, be reasonably fit and enjoy sufficient good health to participate.

If you are not a regular hiker, you should hike two or three times a week for several weeks before departure, gradually increasing the distance you cover. Remember, you will be hiking for several hours a day over steep terrain.

**Enclosed is our medical form, which you must complete and return with this application. Please understand that it is essential our medical personnel in Greece are fully briefed on every person participating, so we need accurate and honest medical information. Until this form is completed and approved, we cannot guarantee your participation on the trek. If you are over 60 years of age, or have a medical condition that could be adversely affected by exercise particularly a heart condition or high blood pressure, your GP must sign this medical form, giving their agreement that you are fit enough to undertake this challenge.**

All medical information will be treated with confidentiality. If you have any concerns you would like to discuss with us prior to completing this form then please contact us. You must fully complete and return the enclosed medical form. Your place on the event will only be confirmed when your form has been approved.

## Vaccinations

No immunisations are necessary to enter Greece, but we recommend that your polio and tetanus boosters are up to date and the Hepatitis A vaccination is advisable. Please always consult and follow the advice of your GP.

## Insurance

It is **your** responsibility to organise your own personal travel insurance policy covering health, accidents and loss. The tour operator's recommended policy will be included in the sponsor pack.

## Passport and visas

British nationals do not require a visa to enter Greece for up to three months' stay. Other nationalities may require a visa and should contact the Greek Embassy, 1A Holland Park, London, W11 3TP. Tel. (020) 7221 6467. You must have a valid passport for the duration of your stay.

## Photographs

Using paper-clips, please attach two passport size photographs. Please write your name clearly on the back of each photograph.

## Referee

Please give details of one referee who is well known to you.

Name \_\_\_\_\_

Address \_\_\_\_\_

Postcode \_\_\_\_\_

Daytime tel \_\_\_\_\_

## Conditions of entry

- 1 For this event, we require a registration fee of £100 (**non-refundable**). You must also undertake to raise a minimum of £1,300 in sponsorship money for Scope. £1,300 of your sponsorship must be received by Scope 8 weeks prior to departure. If you raise over £2,500 your registration fee of £100 will be returned to you if you wish.
- 2 If you are unable to meet these sponsorship requirements, you may forfeit your place on the event – or you may choose to make up the balance yourself.
- 3 Should you, for whatever reason, not take up your place, all sponsorship forms and sponsorship monies collected should be forwarded to Scope or returned to your sponsors.
- 4 You must be at least 18 before the departure date of the event.
- 5 Greece has strict entry conditions. You must not suffer from alcohol or drug dependency. You should not have any criminal convictions. Your passport must have at least six months to run from date of entry.
- 6 All funds raised for Scope through the event must be payable to Scope.
- 7 You must wear Scope T-shirts and identification tags for recognition and security reasons.
- 8 You must be covered by insurance for health, accident and loss.
- 9 All participants take part at their own risk.
- 10 For health and safety reasons the tour operator, ground agents and/or medical staff reserve the right to stop any participant from hiking.
- 11 I consent to Scope contacting me via telephone, fax, letter or email for any matter relating to my fundraising and my participation in this event.
- 12 I have enclosed my **non-refundable** registration fee of £100. I have read and agree to the above conditions.

Signed \_\_\_\_\_

Date \_\_\_\_\_

## Recommend a friend!

If you would like details of this event to be sent to any of your friends, please complete the section below.

Name \_\_\_\_\_

Address \_\_\_\_\_

Postcode \_\_\_\_\_

Daytime tel \_\_\_\_\_

Evening tel \_\_\_\_\_

**Please note: The information contained in this application form was correct at time of going to press. Where relevant, you should check the current situation prior to departure.**

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β



**Φωτογραφία 1.** Scope Charity: The Mt Olympus Challenge 2-7 Ιουνίου 2006.  
Αναμνηστική φωτογραφία συμμετεχόντων στο Α΄ Καταφύγιο



**Φωτογραφία 2.** Scope Charity: Η «πρόκληση συμμετοχής» στο βουνό των Θεών.



**Φωτογραφία 3.** Hope Charity: Στο δρόμο για την κορυφή του Μύτικα



**Φωτογραφία 4.** Hope charity: «Η πρόκληση συμμετοχής» στο Βουνό των Θεών.



**Φωτογραφία 5.** Hope Charity: Στην κορυφή Μύτικας στα 2.918μ.



**Φωτογραφία 6.** VSO Charity: Ξεκούραση στην κορυφή Σκάλα.





**Φωτογραφία 7.** VSO Charity: «Πατώντας» την ψηλότερη κορυφή της Ελλάδας.



**Φωτογραφία 8.** VSO Charity: Στο φαράγγι του Ενιπέα.