



ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ

Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων

Διπλωματική Εργασία

«Διερεύνηση της ικανοποίησης των Ατόμων με Αναπηρία (ΑμεΑ) από την προσβασιμότητα και τις παρεχόμενες υπηρεσίες στα ξενοδοχειακά καταλύματα στην Ελλάδα»

Άννα Φιλιπποπούλου

Επιβλέπουσα καθηγήτρια: Αικατερίνη Σταυριανέα

Πάτρα, Μάϊος 2026

Η παρούσα εργασία εκπονήθηκε από την φοιτήτρια Φιλιπποπούλου Άννα και αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία της. Στο πλαίσιο της πολιτικής ανοικτής πρόσβασης ο συγγραφέας/δημιουργός εκχωρεί στο ΕΑΠ, μη αποκλειστική άδεια χρήσης του δικαιώματος αναπαραγωγής, προσαρμογής, δημόσιου δανεισμού, παρουσίας στο κοινό και ψηφιακής διάχυσής τους διεθνώς, σε ηλεκτρονική μορφή και σε οποιοδήποτε μέσο, για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, άνευ ανταλλάγματος και για όλο το χρόνο διάρκειας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Η ανοικτή πρόσβαση στο πλήρες κείμενο για μελέτη και ανάγνωση δεν σημαίνει καθοπιονδήποτε τρόπο παραχώρηση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας του συγγραφέα/δημιουργού ούτε επιτρέπει την αναπαραγωγή, αναδημοσίευση, αντιγραφή, αποθήκευση, πώληση, εμπορική χρήση, μετάδοση, διανομή, έκδοση, εκτέλεση, «μεταφόρτωση» (downloading), «ανάρτηση» (uploading), μετάφραση, τροποποίηση με οποιονδήποτε τρόπο, τμηματικά ή περιληπτικά της εργασίας, χωρίς τη ρητή προηγούμενη έγγραφη συναίνεση του συγγραφέα/δημιουργού. Ο συγγραφέας/δημιουργός διατηρεί το σύνολο των ηθικών και περιουσιακών του δικαιωμάτων.



«Διερεύνηση της ικανοποίησης των Ατόμων με Αναπηρία (ΑμεΑ)
από την προσβασιμότητα και τις παρεχόμενες υπηρεσίες στα
ξενοδοχειακά καταλύματα στην Ελλάδα»

Άννα Φιλippoπούλου

Επιτροπή Επίβλεψης Πτυχιακής / Διπλωματικής Εργασίας

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια:
Αικατερίνη Σταυριανέα
Αν. Καθηγήτρια ΕΚΠΑ

Συν-Επιβλέπουσα Καθηγήτρια:
Άννα Κυριακάκη
Αν. Καθηγήτρια Π.ΑΙΓ.

Αφιερώνω την διπλωματική μου εργασία στην κόρη μου Πέρσα.

Περίληψη

Ο προσβάσιμος τουρισμός αποτελεί κρίσιμο πυλώνα της σύγχρονης τουριστικής βιομηχανίας, εδραιωμένος στις αρχές της κοινωνικής βιωσιμότητας και του δικαιώματος στην ισότιμη αναψυχή. Η παρούσα διπλωματική εργασία διερευνά το σύνθετο πλαίσιο του προσβάσιμου τουρισμού, εστιάζοντας στην ικανοποίηση των Ατόμων με Αναπηρία (ΑμεΑ) και των συνοδών τους από τα ξενοδοχειακά καταλύματα στην Ελλάδα.

Θεωρητικά, η εργασία στηρίζεται στις αρχές του Καθολικού Σχεδιασμού (Universal Design) και το μοντέλο της «Αλυσίδας Προσβασιμότητας», το οποίο αντιμετωπίζει το ταξίδι ως ένα αδιάσπαστο σύστημα. Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, η προσβασιμότητα δεν περιορίζεται σε κτιριακές υποδομές, αλλά αποτελεί μια ολιστική διάσταση που περιλαμβάνει την ψηφιακή πληροφόρηση, την επικοινωνία, την κατάρτιση του προσωπικού και τη συνολική διαχείριση της ταξιδιωτικής εμπειρίας. Στο πλαίσιο αυτό, η προσβασιμότητα υπερβαίνει τη νομική συμμόρφωση και αναδεικνύεται σε στρατηγική ποιότητας και κοινωνικής ισότητας.

Για την εμπειρική διερεύνηση, διενεργήθηκε ποσοτική έρευνα με τη χρήση δομημένων ερωτηματολογίου σε δείγμα 140 ατόμων. Τα ευρήματα αποκαλύπτουν ένα σημαντικό «χάσμα εφαρμογής» μεταξύ της θεωρητικής δέσμευσης και της πραγματικότητας. Ενώ ο ανθρώπινος παράγοντας και η φιλοξενία αναδεικνύονται ως το ισχυρότερο πλεονέκτημα, οι δομικές υποδομές, ιδιαίτερα στα δωμάτια και τους χώρους υγιεινής, υπολείπονται των απαιτήσεων του Καθολικού Σχεδιασμού. Παράλληλα, η ψηφιακή αναξιοπιστία αναγκάζει τους ταξιδιώτες να καταφεύγουν σε άμεση επικοινωνία προ κράτησης, περιορίζοντας την ψηφιακή τους αυτονομία.

Συμπερασματικά, η εργασία τεκμηριώνει ότι η μετάβαση σε ένα συμπεριληπτικό μοντέλο τουρισμού δεν συνιστά μόνο μια ηθική υποχρέωση, αλλά μια κρίσιμη επιχειρηματική ευκαιρία. Απαιτείται μια ριζική στροφή προς θεσμικά κίνητρα, αυστηρό έλεγχο, στοχευμένη επαγγελματική κατάρτιση και την ουσιαστική ενσωμάτωση των αρχών προσβασιμότητας στην τουριστική εκπαίδευση, μετατρέποντας το τουριστικό προϊόν σε μια πραγματική πράξη κοινωνικής προστασίας και πολιτισμού.

Λέξεις-κλειδιά: Προσβάσιμος Τουρισμός, Άτομα με Αναπηρία (ΑμεΑ), Ικανοποίηση Πελατών, Ξενοδοχειακά Καταλύματα, Αλυσίδα Προσβασιμότητας, Καθολικός Σχεδιασμός.

Abstract

Accessible tourism constitutes a critical pillar of the modern tourism industry, grounded in the principles of social sustainability and the right to equal leisure. The present dissertation investigates the complex framework of accessible tourism, focusing on the satisfaction of People with Disabilities and their companions regarding hotel accommodations in Greece.

Theoretically, the study is based on the principles of Universal Design and the "Accessibility Chain" model, which treats travel as an inseparable system. According to the literature, accessibility is not limited to building infrastructure; rather, it is a holistic dimension that encompasses digital information, communication, staff training, and the overall management of the travel experience. In this context, accessibility transcends legal compliance and emerges as a strategy for quality and social equality.

For the empirical investigation, quantitative research was conducted using a structured questionnaire on a sample of 140 individuals. The findings reveal a significant "implementation gap" between theoretical commitment and reality. While the human factor and hospitality emerge as the strongest advantage, structural infrastructures, particularly in rooms and sanitary facilities, fall short of Universal Design requirements. Simultaneously, digital unreliability forces travelers to resort to direct pre-booking communication, limiting their digital autonomy.

In conclusion, the dissertation documents that the transition to an inclusive tourism model is not only a moral imperative but also a critical business opportunity. A radical shift is required towards institutional incentives, strict monitoring, targeted professional training, and the substantial integration of accessibility principles into tourism education, thereby transforming the tourism product into a genuine act of social protection and culture.

Keywords: Accessible Tourism, People with Disabilities (PwD), Customer Satisfaction, Hotel Accommodations, Accessibility Chain, Universal Design.

Πίνακας περιεχομένων

Περίληψη	2
Abstract.....	3
Κατάλογος Πινάκων	6
Κατάλογος Γραφημάτων	6
Ακρωνύμια/Συντομογραφίες.....	7
Εισαγωγή	8
Κεφάλαιο 1. Τουρισμός, Αναπηρία και Κοινωνική Βιωσιμότητα	10
1.1 Η έννοια και η εξέλιξη του τουρισμού: κίνητρα, μορφές και η σημασία της προσβασιμότητας	10
1.2 Κοινωνική βιωσιμότητα στον τουρισμό: προσβασιμότητα, συμπερίληψη και καθολικός σχεδιασμός	11
1.3 Θεωρητικές προσεγγίσεις της αναπηρίας και η σημασία τους για τον προσβάσιμο τουρισμό	12
1.4 Τα δικαιώματα των ατόμων με αναπηρία στον τουρισμό και το θεσμικό πλαίσιο προστασίας τους.....	13
Κεφάλαιο 2. Προσβάσιμος Τουρισμός και Ικανοποίηση ΑμεΑ στα Ξενοδοχειακά Καταλύματα.....	15
2.1 Ορισμός και Βασικές Έννοιες.....	15
2.2 Η «αλυσίδα προσβασιμότητας» και το ταξίδι του τουρίστα με αναπηρία.....	16
2.3 Προσβασιμότητα στα ξενοδοχειακά καταλύματα: διαστάσεις, απαιτήσεις και διεθνή ερευνητικά ευρήματα.....	18
2.3.1 Η προσβασιμότητα στο ξενοδοχείο ως κρίκος της αλυσίδας	18
2.3.2 Φυσική/χωρική προσβασιμότητα: υποδομές και ασφάλεια	18
2.3.3 Προσβασιμότητα πληροφόρησης, επικοινωνίας και κράτησης πελατών με αναπηρία στα ξενοδοχειακά καταλύματα.....	19
2.3.4 Προσβασιμότητα υπηρεσιών και διαδικασιών	21
2.3.5 Ανθρώπινος παράγοντας: προσωπικό, εκπαίδευση και στάσεις.....	22
2.3.6 Ικανοποίηση, αντιλαμβανόμενη ποιότητα, πιστότητα και online επικοινωνία πελατών με αναπηρία στα ξενοδοχειακά καταλύματα.....	23
Κεφάλαιο 3. Το Περιβάλλον και οι βασικές διαστάσεις του προσβάσιμου τουρισμού στην Ελλάδα	26
3.1 Υποδομές και προσβασιμότητα σε επίπεδο προορισμού.....	27

3.2 Δραστηριότητες, καταλύματα και μεταφορές στην αλυσίδα αξίας του ταξιδιού	28
3.2.1 Πληροφόρηση και Κρατήσεις (Ιστοσελίδες και Ψηφιακές Πλατφόρμες)	28
3.2.2 Μεταφορές (Αεροπορικές, Θαλάσσιες, Σιδηροδρομικές, Ενοικιαζόμενα Οχήματα)	29
3.2.3 Καταλύματα (Ξενοδοχεία και Ενοικιαζόμενα Δωμάτια)	30
3.2.4 Δραστηριότητες και Αξιοθέατα (Μουσεία, Αρχαιολογικοί Χώροι, Φυσικές Τοποθεσίες)	32
Κεφάλαιο 4. Μεθοδολογία της Έρευνας	34
4.1 Σκοπός της Έρευνας και Ερευνητικά Ερωτήματα	34
4.2 Σχεδιασμός Ερωτηματολογίου	35
4.3 Τεχνικές Δειγματοληψίας	35
4.4 Συλλογή Δεδομένων	36
4.5 Ανάλυση Δεδομένων	36
Κεφάλαιο 5. Ανάλυση αποτελεσμάτων ερωτηματολογίου	37
5.1 Δημογραφικά στοιχεία	37
5.2 Στοιχεία ταξιδιού και διαμονής	41
5.3 Πηγές άντλησης πληροφοριών πριν τη κράτηση	43
5.4 Αξιολόγηση προσβασιμότητας και υπηρεσιών ξενοδοχειακού καταλύματος	46
5.5 Αντιλαμβανόμενη ποιότητα, ικανοποίηση, πιστότητα και online επικοινωνία	54
5.6 Online κριτική/σύσταση (e-Word-of-Mouth)	57
Κεφάλαιο 6 Συμπεράσματα, Μελλοντικές Στρατηγικές Κατευθύνσεις και Προτεινόμενες Παρεμβάσεις για τον Προσβάσιμο Τουρισμό	59
6.1 Συμπεράσματα και Ερμηνεία Ευρημάτων	59
6.1.1 Περιορισμοί της Έρευνας	61
6.2 Μελλοντικές Στρατηγικές Κατευθύνσεις και Προτεινόμενες Παρεμβάσεις για τον Προσβάσιμο Τουρισμό	62
6.2.1 Ο Τουρισμός του Μέλλοντος και η Αναγκαιότητα της Συμπερίληψης	62
6.2.2 Η Ενδυνάμωση, η Συμμετοχή και η Ενεργός Εμπλοκή των Ατόμων με Αναπηρία	63
6.2.3 Επιχειρησιακές Προσαρμογές και Βήματα για τις Διοικήσεις των Ξενοδοχείων ..	64
6.2.4 Πολιτικές Μεταρρυθμίσεις και Βήματα των Ελληνικών Δημόσιων Φορέων	65

6.2.5 Ο Αντίκτυπος της Προσβασιμότητας στην Εθνική Οικονομία και Κοινωνική Ευημερία της Ελλάδας	66
6.3 Προτάσεις για Μελλοντική Έρευνα	66
.....	67
Ελληνόγλωσση βιβλιογραφία.....	67
.....	71
Ξενόγλωσση βιβλιογραφία	71
Παράρτημα	84

Κατάλογος Πινάκων

<i>Πίνακας 1 Διαμονή σε ξενοδοχειακό κατάλυμα της Ελλάδας</i>	<i>37</i>
<i>Πίνακας 2 Δημογραφικά στοιχεία, φύλο</i>	<i>38</i>
<i>Πίνακας 3 Δημογραφικά στοιχεία, εθνικότητα</i>	<i>38</i>
<i>Πίνακας 4 Δημογραφικά στοιχεία, ηλικιακή ομάδα</i>	<i>39</i>
<i>Πίνακας 5 Δημογραφικά στοιχεία, ιδιότητα συμμετέχοντα</i>	<i>39</i>
<i>Πίνακας 6 Είδος αναπηρίας ή ανάγκες πρόσβασης (για τους συνοδούς/φροντιστές αφορά το άτομο που συνοδεύουν/φροντίζουν)</i>	<i>40</i>
<i>Πίνακας 7 Στοιχεία ταξιδιού, χρονικό διάστημα απο την τελευταία διαμονή σε ξενοδοχειακό κατάλυμα στην Ελλάδα</i>	<i>41</i>
<i>Πίνακας 8 Στοιχεία ταξιδιού, Κατηγορία Ξενοδοχειακού Καταλύματος στην Ελλάδα</i>	<i>41</i>
<i>Πίνακας 9 Στοιχεία ταξιδιού, συνοδός κατά το ταξίδι</i>	<i>42</i>
<i>Πίνακας 10 Πηγές άντλησης πληροφοριών πριν την κράτηση</i>	<i>43</i>
<i>Πίνακας 11 Πηγές άντλησης πληροφοριών, αξιόπιστες πηγές</i>	<i>44</i>
<i>Πίνακας 12 Πηγές άντλησης πληροφοριών, επικοινωνία πριν τη κράτηση</i>	<i>44</i>
<i>Πίνακας 13 Πηγές άντλησης πληροφοριών, πηγή που επηρέασε την τελική επιλογή του ξενοδοχειακού καταλύματος</i>	<i>45</i>

Κατάλογος Γραφημάτων

<i>Γράφημα 1 Πληροφόρηση, επικοινωνία και κράτηση Ι,α Ι,β Ι,γ</i>	<i>46</i>
---	-----------

Γράφημα 2 Αφιξη, είσοδος και μετακίνηση εντός του ξενοδοχείου 2,α 2,β.....	48
Γράφημα 3 Δωμάτιο και μπάνιο 3,α 3,β 3,γ	49
Γράφημα 4 Άλλες υπηρεσίες ξενοδοχειακού καταλύματος 4,α 4,β 4,γ	50
Γράφημα 5 Προσωπικό ξενοδοχειακού καταλύματος 5,α 5,β 5,γ	52
Γράφημα 6 Ποιότητα και αποτίμηση συνολικής εμπειρία 6,α 6,β 6,γ	54
Γράφημα 7 Ικανοποίηση 7,α 7,β.....	55
Γράφημα 8 Πιστότητα 8,α 8,β 8,γ	56
Γράφημα 9 Online κριτική/ σύσταση 9,α 9,β 9,γ 9,δ.....	58

Ακρωνύμια/Συντομογραφίες

AI Artificial Intelligence (Τεχνητή Νοημοσύνη)

ΑμεΑ Άτομα με Αναπηρία

e-WOM Electronic Word-of-Mouth (Ηλεκτρονική από στόμα σε στόμα πληροφόρηση)

ΕΣΑμεΑ Εθνική Συνομοσπονδία Ατόμων με Αναπηρία

ΕΣΠΑ Εταιρικό Σύμφωνο για το Πλαίσιο Ανάπτυξης

ENAT European Network for Accessible Tourism

ΙΝΣΕΤΕ Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων

ICF International Classification of Functioning, Disability and Health

ISO International Organization for Standardization

ΠΟΜΑμεΑ Περιφερειακή Ομοσπονδία Ατόμων με Αναπηρία

UNWTO United Nations World Tourism Organization

VR/AR Virtual Reality / Augmented Reality

WCAG Web Content Accessibility Guidelines

WHO World Health Organization

Εισαγωγή

Στη σύγχρονη και διαρκώς εξελισσόμενη παγκόσμια τουριστική πραγματικότητα, η έννοια της ανάπτυξης επαναπροσδιορίζεται ριζικά μέσα από τις αρχές της συμπερίληψης, της ισότητας και της κοινωνικής βιωσιμότητας (Higgins-Desbiolles, 2021; Korbiel, 2025). Για πολλές δεκαετίες, η τουριστική βιομηχανία αντιμετώπιζε τα Άτομα με Αναπηρία (ΑμεΑ) ως ένα περιθωριακό τμήμα της αγοράς, βασιζόμενη σε προκαταλήψεις που αμφισβητούσαν τόσο την επιθυμία όσο και την πρακτική τους ικανότητα να ταξιδέψουν (Darcy, 2010; Lu et al., 2025). Στην πραγματικότητα ωστόσο, ο προσβάσιμος τουρισμός, πέρα από τη δεδομένη δεοντολογική του βάση και την ανθρωπιστική του διάσταση, αντιπροσωπεύει μια από τις μεγαλύτερες και πιο δυναμικές ανεκμετάλλευτες αγορές παγκοσμίως, η αξία της οποίας αγγίζει τα 500 δισεκατομμύρια ευρώ σε ευρωπαϊκό επίπεδο (INΣΕΤΕ, 2023; Deloitte & INΣΕΤΕ, 2024). Σύμφωνα με διεθνή τεκμηριωμένα στοιχεία, περισσότεροι από 127.500.000 τουρίστες σε όλο τον κόσμο έχουν άμεση ανάγκη από προσβάσιμες υποδομές, με τα 89.300.000 εξ αυτών να διαθέτουν την οικονομική άνεση και την καταναλωτική διάθεση να πραγματοποιήσουν ταξίδια αναψυχής μεγάλων αποστάσεων (European Commission, 2014; UNWTO, 2016). Μάλιστα, εάν οι τουριστικοί προορισμοί και τα ξενοδοχειακά καταλύματα επένδυσαν συστηματικά στον απαραίτητο εξοπλισμό και στις κατάλληλες υποδομές, η ζήτηση στον τομέα αυτό εκτιμάται ότι θα σημείωνε εκθετική αύξηση της τάξης του 44% σε ετήσια βάση (European Commission, 2014; Kasimati, 2019).

Παρά το τεράστιο αυτό οικονομικό αντίκτυπο, ελάχιστες είναι οι τουριστικές επιχειρήσεις που έχουν συνειδητοποιήσει την ύπαρξη αυτής της έτοιμης πελατείας, της οποίας η μοναδική απαίτηση είναι η αυτονόητη διασφάλιση της προσβασιμότητας, ώστε να μπορεί να προσεγγίζει εύκολα έναν προορισμό και να μετακινείται με αυτονομία και ασφάλεια (Eichhorn & Buhalis, 2023; INΣΕΤΕ, 2023). Η ανάγκη αυτή για ένα περιβάλλον ελεύθερο από αποκλεισμούς ξεπερνά τα στενά όρια μιας εξειδικευμένης προνομιακής πολιτικής και μετατρέπεται σε μια οριζόντια, επιτακτική αναγκαιότητα που αφορά το σύνολο του κοινωνικού ιστού (Εθνική Αρχή Προσβασιμότητας, 2024), δεδομένου ότι η πιθανότητα να βρεθεί κάθε άνθρωπος στη θέση του εμποδιζόμενου ατόμου κατά την διάρκεια της ζωής του είναι σχεδόν βέβαιη (Lee, 2026).

Υπό αυτό το πρίσμα, αν και τα άτομα με αναπηρία έχουν υποστεί ιστορικά έντονες διακρίσεις και καλούνται να αντιμετωπίζουν καθημερινούς αποκλεισμούς, η σύγχρονη επιστημονική θεώρηση ξεκαθαρίζει ότι οι δυσκολίες αυτές δεν πηγάζουν από την ίδια την αναπηρία, αλλά παράγονται από τις κυρίαρχες κοινωνικές στάσεις και, κυρίως, από τις σοβαρές ελλείψεις του δομημένου περιβάλλοντος (Zientara, 2026). Όπως χαρακτηριστικά επισημαίνει ο Simon Darcy (2010), ο προσβάσιμος τουρισμός δεν έχει φιλανθρωπικού χαρακτήρα, αντιθέτως αποτελεί ένα ολοκληρωμένο θεσμικό και επιχειρησιακό πλαίσιο που

επιτρέπει στους ανθρώπους με ανάγκες πρόσβασης να λειτουργούν ανεξάρτητα, με ισότητα και αξιοπρέπεια, μέσω της υλοποίησης του Καθολικού Σχεδιασμού (Universal Design) στα τουριστικά προϊόντα, στις υπηρεσίες και στα περιβάλλοντα. Αναμφισβήτητα, οι άνθρωποι δεν έρχονται στον κόσμο με τις ίδιες ικανότητες, γεννιούνται όμως απόλυτα ίσοι ως προς τα δικαιώματα, στα οποία περιλαμβάνεται το δικαίωμα στο ταξίδι και την αναψυχή (UNWTO, 2016).

Η επιτυχής υλοποίηση αυτής της ταξιδιωτικής εμπειρίας εξαρτάται από τη λειτουργία ενός σύνθετου και αδιάσπαστου συστήματος, γνωστού στη διεθνή βιβλιογραφία ως «Αλυσίδα Προσβασιμότητας» (Buhalis & Darcy, 2011). Η αλυσίδα αυτή ξεκινά από την αναζήτηση έγκυρης online πληροφόρησης, εκτείνεται στα μέσα μεταφοράς και στους σταθμούς υποδοχής, και καταλήγει στις ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις και στα αξιοθέατα του προορισμού (Vila & Darcy, 2025), με την αστοχία έστω και ενός κρίκου να οδηγήσει στην πλήρη ακύρωση ολόκληρης της τουριστικής εμπειρίας (Michopoulou & Buhalis, 2013). Καθώς η διαμονή αποτελεί τον πυρήνα αυτού του συστήματος, δεδομένου ότι είναι ο χώρος όπου ο επισκέπτης περνά τις πιο προσωπικές και λειτουργικά απαιτητικές στιγμές του (Paramichail, 2012), η αλυσίδα προσβασιμότητας στο περιβάλλον του ξενοδοχειακού καταλύματος αναλύεται σε πέντε διαδοχικούς και αλληλένδετους κρίκους που χαρτογραφούν πλήρως την καταναλωτική συμπεριφορά του ταξιδιώτη καθ' όλη τη διάρκεια του ταξιδιωτικού του κύκλου, από το στάδιο του προγραμματισμού έως μέχρι και τη μετά τη διαμονή αξιολόγηση (Buhalis & Darcy, 2011; Michopoulou & Buhalis, 2013).

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να διερευνήσει την ικανοποίηση των ατόμων με αναπηρία (ΑμεΑ) και των φροντιστών τους από το επίπεδο προσβασιμότητας και τις παρεχόμενες υπηρεσίες των ξενοδοχειακών καταλυμάτων στην Ελλάδα. Παράλληλα, η μελέτη στοχεύει στην αξιολόγηση της συνολικής ξενοδοχειακής τους εμπειρίας, μέσα από την βαθύτερη κατανόηση και καταγραφή των συγκεκριμένων εμποδίων που καλούνται να αντιμετωπίσουν τα άτομα αυτά, τόσο κατά το στάδιο της οργάνωσης όσο και κατά το στάδιο της υλοποίησης του ταξιδιού τους. Τέλος με τα αποτελέσματα της μελέτης επιδιώκεται η αποτύπωσή της εμπειρίας που βίωσαν οι συμμετέχοντες του δείγματος, ο εντοπισμός των αδύναμων κρίκων της ξενοδοχειακής αλυσίδας και η αξιολόγηση της ποιότητας των υποδομών και της εξυπηρέτησης καθώς και το κατά πόσο επηρεάζονται οι μελλοντικές προθέσεις των καταναλωτών αυτών.

Η παρούσα διπλωματική εργασία διαρθρώνεται σε έξι κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο αναλύεται το θεωρητικό υπόβαθρο, εξετάζοντας τις έννοιες του τουρισμού, της αναπηρίας και της κοινωνικής βιωσιμότητας. Το δεύτερο κεφάλαιο εμβαθύνει στο πλαίσιο του προσβάσιμου τουρισμού και στην ικανοποίηση των ΑμεΑ εντός των ξενοδοχειακών καταλυμάτων, βασιζόμενο στο μοντέλο της «Αλυσίδας Προσβασιμότητας». Το τρίτο κεφάλαιο εστιάζει στο ελληνικό τουριστικό περιβάλλον, χαρτογραφώντας τις υποδομές και τις διαστάσεις προσβασιμότητας στη χώρα. Το τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζει τη μεθοδολογία της ποσοτικής έρευνας που διεξήχθη, ενώ στο πέμπτο κεφάλαιο ακολουθεί η αναλυτική παρουσίαση των ερευνητικών αποτελεσμάτων. Τέλος, το έκτο κεφάλαιο συνοψίζει τα συμπεράσματα της μελέτης και παραθέτει προτάσεις για μελλοντικές στρατηγικές κατευθύνσεις και παρεμβάσεις στον τομέα του προσβάσιμου τουρισμού καθώς και προτάσεις για μελλοντική έρευνα.

Κεφάλαιο 1. Τουρισμός, Αναπηρία και Κοινωνική Βιωσιμότητα

1.1 Η έννοια και η εξέλιξη του τουρισμού: κίνητρα, μορφές και η σημασία της προσβασιμότητας

Ο τουρισμός αποτελεί ένα σύνθετο κοινωνικό και οικονομικό φαινόμενο, το οποίο αναφέρεται στις μετακινήσεις των ατόμων για περιορισμένο χρονικό διάστημα, εκτός του τόπου μόνιμης κατοικίας τους, καθώς και τις δραστηριότητες που πραγματοποιούν (UN Tourism, 2024; Eurostat, 2023). Στο πλαίσιο αυτό, τα ταξιδιωτικά κίνητρα καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό την ανάπτυξη και διαφοροποίηση των ποικίλων μορφών τουρισμού. Ως εκ τούτου, η σύγχρονη αγορά μετατοπίζεται σταδιακά από την απλή παροχή τυποποιημένων υπηρεσιών στον ολιστικό σχεδιασμό τουριστικών προϊόντων, τα οποία εστιάζουν στη δημιουργία ποιοτικών εμπειριών σύμφωνα με τις προσωπικές ανάγκες και προτιμήσεις του επισκέπτη (Liu et al., 2025; Marciszewska & Wanagos, 2024).

Η υλοποίηση των εμπειριών αυτών βασίζεται άμεσα στην αξιοποίηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων ενός προορισμού, καθώς και στην ανάπτυξη υπηρεσιών υψηλού επιπέδου που να ανταποκρίνονται στις ανάγκες των επισκεπτών (Sharpley, 2022). Πέρα όμως από την οικονομική του διάσταση όπως η δημιουργία θέσεων εργασίας και η τόνωση των τοπικών οικονομιών, η ανάπτυξη του τουριστικού τομέα διαδραματίζει έναν βαθύτερο κοινωνικό ρόλο. Λειτουργεί ως ισχυρός μοχλός κοινωνικής βιωσιμότητας και συνοχής, ενισχύει την πολιτιστική αλληλεπίδραση και συμβάλλει στην ομαλή ενσωμάτωση διαφορετικών πληθυσμιακών ομάδων, προάγοντας την αμοιβαία κατανόησή τους (Higgins-Desbiolles, 2006; Higgins-Desbiolles et al., 2020).

Κατ' επέκταση των παραπάνω, ο τουρισμός διαδραματίζει ουσιαστικό κοινωνικό ρόλο, καθώς βοηθά τους ανθρώπους να γνωρίσουν άλλους πολιτισμούς, ενισχύει την πολιτιστική αλληλεπίδραση και συμβάλλει στην κοινωνική ένταξη διαφορετικών λαών και κοινωνικών ομάδων (Higgins-Desbiolles, 2006). Υπό αυτό το πρίσμα, η σύγχρονη ανθρωποκεντρική προσέγγιση του τουρισμού δεν μπορεί να περιορίζεται στην απλή κατανάλωση, αλλά επιβάλλει τη δυνατότητα ισότιμης συμμετοχής όλων των πολιτών στις ταξιδιωτικές δραστηριότητες (Pine & Gilmore, 2011).

Η στροφή αυτή προς τη συμπερίληψη συμβαδίζει με τις ευρύτερες αλλαγές που παρατηρούνται στην τουριστική βιομηχανία τα τελευταία χρόνια. Οι ταξιδιώτες επιδιώκουν ολοένα και περισσότερο εξατομικευμένες εμπειρίες που να ανταποκρίνονται στις προσωπικές τους ανάγκες και προτιμήσεις, γεγονός που οδηγεί στη διαφοροποίηση των προϊόντων και στην ανάπτυξη εξειδικευμένων μορφών τουρισμού (Novelli et al., 2022). Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, η προσβασιμότητα αποκτά όλο και μεγαλύτερη σημασία, καθώς αποτελεί βασική προϋπόθεση για να μπορούν όλα τα άτομα να

συμμετέχουν ισότιμα στις τουριστικές δραστηριότητες και για να διαμορφώνεται ένα πιο δίκαιο και συμπεριληπτικό τουριστικό περιβάλλον (Buhalis & Darcy, 2011). Πλέον, η διασφάλιση της προσβασιμότητας δεν λογίζεται ως μια προαιρετική ή εξειδικευμένη παροχή, αλλά ως αναγκαίο θεμέλιο για τη βιωσιμότητα και το ηθικό υπόβαθρο του σύγχρονου τουριστικού μοντέλου (ISO, 2021; UN Tourism, 2024).

Η ανάγκη για προσβάσιμες ταξιδιωτικές επιλογές, ωστόσο, δεν αφορά μια περιορισμένη ομάδα, αλλά επεκτείνεται σε μεγάλα τμήματα του πληθυσμού. Ως εκ τούτου, γίνεται σαφές ότι η ισότιμη συμπερίληψη των ατόμων με μόνιμες ή προσωρινές αναπηρίες αναδεικνύεται σε κρίσιμο στοιχείο για την σύγχρονη τουριστική ανάπτυξη, κάτι που προϋποθέτει την διασφάλιση προσβάσιμων υποδομών, υπηρεσιών και αξιόπιστης πληροφόρησης ώστε το ταξίδι τους να μπορεί να γίνεται με τη μέγιστη δυνατή αυτονομία και ασφάλεια (Achillas et al., 2024; Nyquist et al., 2025).

Η ισότιμη ενσωμάτωση των ατόμων αυτών απαιτεί τη θεσμική και πρακτική διασφάλιση προσβάσιμων υποδομών, προσαρμοσμένων υπηρεσιών και αξιόπιστης πληροφόρησης, ούτως ώστε η ταξιδιωτική εμπειρία να υλοποιείται με όρους λειτουργικής αυτονομίας και ασφάλειας (Achillas et al., 2024; Nyquist et al., 2025). Η αναγκαιότητα αυτή γίνεται ακόμη πιο εμφανής σε εξειδικευμένες μορφές, όπως ο τουρισμός υγείας και ευεξίας, όπου οι δραστηριότητες συνδέονται άμεσα με ανάγκες φροντίδας και αποκατάστασης (Lee, 2026). Συμπερασματικά, ο προσβάσιμος τουρισμός δεν αποτελεί μια απομονωμένη «ειδική μορφή» του κλάδου, αλλά μια οριζόντια και καθολική διάσταση που επηρεάζει καταλυτικά την ποιότητα ζωής και την κοινωνική συνοχή σε όλα τα επίπεδα της σύγχρονης τουριστικής ανάπτυξης (Santos-Silva et al., 2026; ISO, 2021).

1.2 Κοινωνική βιωσιμότητα στον τουρισμό: προσβασιμότητα, συμπερίληψη και καθολικός σχεδιασμός

Η έννοια της βιωσιμότητας στον τουρισμό δεν είναι μονοδιάστατη, αλλά βασίζεται στην διατήρηση μιας ισορροπίας μεταξύ οικονομικής ανάπτυξης, κοινωνικής διάστασης και της προστασίας του περιβάλλοντος, δηλαδή στους βασικούς πυλώνες ανάπτυξης του τουριστικού τομέα (Elkington & Rowlands, 1999). Υπό το πρίσμα αυτό, η κοινωνική πλευρά της βιωσιμότητας του τουρισμού συνδέεται με το κατά πόσο η τουριστική ανάπτυξη προάγει τη συμμετοχικότητα και μειώνει τους κοινωνικούς αποκλεισμούς, ενισχύοντας την κοινωνική συνοχή (Bramwell & Lane, 2011; Sharpley, 2022). Με αυτή τη λογική, η προσβασιμότητα δεν αποτελεί μια συμπληρωματική παροχή, αλλά δομικό στοιχείο της ποιότητας και της υπεύθυνης τουριστικής ανάπτυξης, η οποία ευθυγραμμίζεται με την ατζέντα των Ηνωμένων Εθνών για τη βιώσιμη ανάπτυξη (Frey & George, 2010; UN Tourism, 2024).

Η εφαρμογή μιας συμπεριληπτικής στρατηγικής, η οποία βασίζεται στις αρχές του Καθολικού Σχεδιασμού, δύναται να βελτιώσει σημαντικά την εμπειρία του τουρισμού για

πολύ περισσότερους ταξιδιώτες και όχι μόνο για μια συγκεκριμένη ομάδα (Darcy et al., 2010; ISO, 2021). Αυτή η προσέγγιση δεν αφορά μόνο τους ανθρώπους με αναπηρία αλλά και άλλων κοινωνικών ομάδων όπως τους ηλικιωμένους, τις οικογένειες με μικρά παιδιά ή τα άτομα με προσωρινούς περιορισμούς κινητικότητας ενδυναμώνοντας την κοινωνική διάσταση της βιωσιμότητας (Gillovic & McIntosh, 2020; UN Tourism, 2024).

Ειδικότερα, η κοινωνική βιωσιμότητα εστιάζει στη διασφάλιση της ισότητας και στην προώθηση της κοινωνικής δικαιοσύνης (Bramwell & Lane, 2012). Υπό αυτή την έννοια, ο προσβάσιμος τουρισμός συνδέεται άμεσα με την αρχή της ισότητας, καθώς στοχεύει στην άρση των εμποδίων που περιορίζουν την ενεργή συμμετοχή των ατόμων με αναπηρία (Buhalis & Michopoulou, 2011). Η ανάπτυξη ενός κοινωνικά βιώσιμου τουριστικού μοντέλου απαιτεί την υιοθέτηση πρακτικών που προάγουν την προσβασιμότητα σε όλη την αλυσίδα αξίας του ταξιδιού (ISO, 2021). Επιπλέον, η ενσωμάτωση τέτοιων προτύπων δεν βελτιώνει μόνο την ποιότητα ζωής, αλλά ενισχύει και την ανταγωνιστικότητα των προορισμών προσελκύοντας ένα ευρύτερο κοινό (Buhalis & Michopoulou, 2011; Leiras & Caamaño-Franco, 2024).

Τέλος, η κοινωνική διάσταση της τουριστικής βιωσιμότητας σχετίζεται με την διασφάλιση ίσων ευκαιριών πρόσβασης στις τουριστικές υπηρεσίες ανεξάρτητα από την κοινωνική, λειτουργική ή οικονομική κατάσταση του ατόμου. Για αυτό το λόγο, η ενσωμάτωση της προσβασιμότητας τόσο στον σχεδιασμό όσο και στην ανάπτυξη των τουριστικών υπηρεσιών αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για την προώθηση της κοινωνικής δικαιοσύνης (Higgins-Desbiolles, 2020). Ταυτόχρονα, μια βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη μπορεί να ενισχύσει την ποιότητα ζωής των επισκεπτών όσο και των τοπικών κοινωνιών που φιλοξενούν τις τουριστικές δραστηριότητες (Uysal & Sirgy, 2019). Κατά συνέπεια, οι τουριστικοί προορισμοί που εφαρμόζουν πρακτικές συμπερίληψης και καθολικού σχεδιασμού συμβάλλουν στη δημιουργία ενός πιο δίκαιου τουριστικού συστήματος που ανταποκρίνεται στις σύγχρονες ανθρώπινες ανάγκες (ISO, 2021; UN Tourism, 2024).

1.3 Θεωρητικές προσεγγίσεις της αναπηρίας και η σημασία τους για τον προσβάσιμο τουρισμό

Στη σύγχρονη βιβλιογραφία παρατηρείται μια θεμελιώδης στροφή στον τρόπο αντίληψης της αναπηρίας, η οποία δεν αντιμετωπίζεται πλέον ως συνέπεια μιας ατομικής βιολογικής βλάβης (ιατρικό μοντέλο), αλλά ως αποτέλεσμα της αλληλεπίδρασης μεταξύ του ατόμου και του περιβάλλοντός του (κοινωνικό μοντέλο). Η προσέγγιση αυτή μετατοπίζει την «ευθύνη» της αναπηρίας από το άτομο στην ίδια την κοινωνία, υπογραμμίζοντας ότι οι περιορισμοί που βιώνουν οι άνθρωποι δεν προκύπτουν μόνο από τη σωματική ή λειτουργική τους κατάσταση. Αντιθέτως, η αναπηρία «κατασκευάζεται» από τα εμπόδια που δημιουργούνται από το φυσικό περιβάλλον, τις κοινωνικές αντιλήψεις και τον τρόπο οργάνωσης των υπηρεσιών, όταν αυτός δεν έχει σχεδιαστεί ώστε να ανταποκρίνεται στις διαφορετικές ανάγκες των ανθρώπων (WHO, 2001; Shakespeare, 2021; Fuente-Robles et al., 2020). Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, η αναπηρία παύει να θεωρείται ένα στατικό ιατρικό πρόβλημα που χρήζει θεραπείας και προσεγγίζεται ως

ένα δυναμικό κοινωνικό ζήτημα, όπου οι υποδομές και οι θεσμικές ρυθμίσεις μπορούν είτε να αποκλείουν είτε να διευκολύνουν τη συμμετοχή (Shakespeare, 2021).

Η ολιστική αυτή θεώρηση αποτυπώνεται και στο Διεθνές Σύστημα Ταξινόμησης της Λειτουργικότητας, Αναπηρίας και Υγείας (ICF), το οποίο βασίζεται στο βιοψυχοκοινωνικό μοντέλο της αναπηρίας. Σύμφωνα με αυτό, ο βαθμός στον οποίο ένα άτομο μπορεί να συμμετέχει ενεργά στην κοινωνική ζωή δεν είναι κάτι σταθερό, αλλά μια μεταβλητή που εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις διευκολύνσεις ή τα εμπόδια που συναντά στο περιβάλλον του (UNESCAP & WHO, 2008). Η οπτική αυτή είναι απαραίτητη για τον τουρισμό, καθώς καταρρίπτει τον μύθο της «ομοιογένειας» των ΑμεΑ, δηλαδή καταδεικνύει, ότι οι ταξιδιώτες με αναπηρία δεν αποτελούν μια ενιαία ομάδα, αλλά ένα σύνολο ανθρώπων με εξαιρετικά ποικίλες ανάγκες όπως κινητικές, αισθητηριακές ή νοητικές, που απαιτούν διαφοροποιημένο και εξειδικευμένο σχεδιασμό υπηρεσιών (WHO, 2001; Eichhorn & Buhalis, 2023).

Σε αντίθεση με το παραδοσιακό ιατρικό μοντέλο, η υιοθέτηση της κοινωνικής προσέγγισης καθιστά αναγκαία τη μετάβαση προς τον Καθολικό Σχεδιασμό. Η προσβασιμότητα παύει πλέον να νοείται ως μια «ειδική μεταχείριση» για λίγους και ενσωματώνεται στη βάση της συνολικής ποιότητας, αναγνωρίζοντας την ετερογένεια των ταξιδιωτών ως μια φυσική ανθρώπινη κατάσταση (Zientara, 2026; Persson et al., 2015). Στον τουριστικό τομέα, η αλλαγή αυτή σημαίνει ότι η λειτουργικότητα των ατόμων μπορεί να ενισχυθεί σημαντικά όταν το περιβάλλον και οι υπηρεσίες σχεδιάζονται προληπτικά. Όπως επισημαίνουν οι Darcy & Dickson (2009), παράγοντες όπως η αρχιτεκτονική των χώρων, η σαφής πληροφόρηση και η κατάρτιση του προσωπικού επηρεάζουν άμεσα την αυτονομία και την εμπειρία του επισκέπτη.

Συνεπώς, η αναγνώριση της αναπηρίας ως μια δυναμική έννοια που διαμορφώνεται από το περιβάλλον αποτελεί τον κεντρικό άξονα για τον επανασχεδιασμό πιο συμπεριληπτικών τουριστικών πολιτικών (Gillovic & McIntosh, 2020). Επενδύοντας στην ενίσχυση της προσβασιμότητας, σε μεταφορές, καταλύματα και αξιοθέατα, και επιχειρήσεις μειώνονται ουσιαστικά τα εμπόδια συμμετοχής και ενθαρρύνεται η ανεξάρτητη μετακίνηση και συμμετοχή όλων (Naniopoulos & Nalmpantis, 2022). Τελικά, μέσα από την αποδοχή της ποικιλίας των αναγκών, διαμορφώνεται ένα δίκαιο τουριστικό περιβάλλον όπου η πρόσβαση αντιμετωπίζεται ως θεμελιώδες δικαίωμα και ως ένας δείκτης ποιότητας για όλους τους επισκέπτες (Olim & Carvalho, 2022; Eichhorn & Buhalis, 2023).

1.4 Τα δικαιώματα των ατόμων με αναπηρία στον τουρισμό και το θεσμικό πλαίσιο προστασίας τους

Η προστασία των δικαιωμάτων των ατόμων με αναπηρία (ΑμεΑ) στον τουρισμό αποτελεί ένα πολυσύνθετο ζήτημα, το οποίο στηρίζεται σε ένα ευρύ πλαίσιο διεθνών συμβάσεων και

ευρωπαϊκών οδηγιών που αποσκοπούν στην ενίσχυση της προσβασιμότητας και της ισότητας (Darcy & Buhalis, 2011). Υπό αυτή την οπτική, ο τουρισμός αναγνωρίζεται ως σημαντικό στοιχείο της κοινωνικής ζωής που συμβάλλει στην ψυχαγωγία και την προσωπική ανάπτυξη των ανθρώπων. Συνεπώς, για τα άτομα με αναπηρία, η δυνατότητα συμμετοχής σε τουριστικές δραστηριότητες δεν αποτελεί απλώς θέμα αναψυχής, αλλά ένα θεμελιώδες ανθρώπινο δικαίωμα που σχετίζεται άμεσα με την ισότιμη ένταξη και τη μη διάκριση στην κοινωνική ζωή (Gillovic & McIntosh, 2020).

Σε παγκόσμια εμβέλεια, το πιο βασικό νομικό πλαίσιο που στηρίζει τα δικαιώματα των ατόμων με αναπηρίες είναι η Σύμβαση των Ηνωμένων Εθνών, η οποία υιοθετήθηκε το 2006. Λειτουργώντας ως βασικός μηχανισμός διασφάλισης, η Σύμβαση κατοχυρώνει την πλήρη συμμετοχή των ΑμεΑ σε όλους τους τομείς της καθημερινότητας. Ειδικότερα, το άρθρο 30 ορίζει ότι τα κράτη υποχρεούνται να εξασφαλίζουν την πρόσβαση σε χώρους πολιτισμού και αναψυχής, καθώς και στις σχετικές τουριστικές υπηρεσίες (United Nations, 2006).

Εναρμονισμένη με αυτές τις αρχές, η Ευρωπαϊκή Ένωση θέτει την ίση μεταχείριση ως βασική προτεραιότητα των πολιτικών της. Κομβικό σημείο αποτελεί η Ευρωπαϊκή Στρατηγική για τα Δικαιώματα των Ατόμων με Αναπηρία 2021–2030, η οποία δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην προσβασιμότητα των μεταφορών και των δημόσιων χώρων, διασφαλίζοντας ότι η τουριστική εμπειρία είναι διαθέσιμη για όλους (European Commission, 2021). Τη στρατηγική αυτή νομοθετεί η Οδηγία (ΕΕ) 2019/882 (European Accessibility Act), η οποία καθορίζει κοινές προδιαγραφές για προϊόντα και υπηρεσίες, όπως τα ψηφιακά συστήματα κρατήσεων. Ο κύριος στόχος της είναι να εξασφαλίσει την απαραίτητη πληροφόρηση και πρόσβαση για τον αποτελεσματικό σχεδιασμό και την πραγματοποίηση των ταξιδιών (European Parliament & Council of the European Union, 2019).

Συνοψίζοντας, το παραπάνω θεσμικό πλαίσιο δημιουργεί τις βάσεις για την προστασία των δικαιωμάτων των ΑμεΑ, ωστόσο η πλήρης υλοποίηση των πολιτικών αυτών απαιτεί την ενσωμάτωση της καθολικής σχεδίασης στις υποδομές και τη συστηματική εκπαίδευση των επαγγελματιών του κλάδου (Costa, 2024).

Κεφάλαιο 2. Προσβάσιμος Τουρισμός και Ικανοποίηση ΑμεΑ στα Ξενοδοχειακά Καταλύματα

2.1 Ορισμός και Βασικές Έννοιες

Ο προσβάσιμος τουρισμός (accessible tourism ή tourism for all) αναφέρεται στη συντονισμένη προσπάθεια διαμόρφωσης τουριστικών προορισμών, προϊόντων και υπηρεσιών έτσι ώστε να μπορούν να χρησιμοποιηθούν και να αξιοποιηθούν από όλους, ανεξάρτητα από την ηλικία ή την ύπαρξη αναπηρίας και των λειτουργικών περιορισμών (Buhalis, 2011; Korbiel, 2025). Υπό αυτή την έννοια, ο προσβάσιμος τουρισμός εξασφαλίζει την δυνατότητα όλων των ανθρώπων να συμμετέχουν σε τουριστικές δραστηριότητες με ασφάλεια, αξιοπρέπεια, αυτονομία και ισότιμη πρόσβαση (Eichhorn & Buhalis, 2023; Korbiel, 2025). Πέρα από τις βασικές αρχές, η κλασική βιβλιογραφία επισημαίνει ότι η προσβασιμότητα δεν περιορίζεται σε τεχνικές ή σε χωρικές προσαρμογές (π.χ. ράμπες), αλλά αποτελεί μια ολιστική ιδιότητα του τουριστικού συστήματος, η οποία περιλαμβάνει τις υποδομές, τις υπηρεσίες, τις διαδικασίες, την επικοινωνία και την πληροφόρηση (Darcy, 2006; Buhalis & Darcy, 2011). Η ολιστική αυτή προσέγγιση επιβεβαιώνεται και από τις σύγχρονες έρευνες, όπου η προσβασιμότητα αντιμετωπίζεται ως κρίσιμος παράγοντας για την συμπερίληψη και την ποιότητα της τουριστικής εμπειρίας, δίνοντας έμφαση στη συνολική δυνατότητα του ατόμου να ταξιδεύει χωρίς να συναντά εμπόδια (Vila & Darcy, 2025; Stankov et al., 2024).

Κύρια παράμετρος των παραπάνω βασικών αρχών του προσβάσιμου τουρισμού αποτελεί ο Καθολικός Σχεδιασμός (Universal Design). Σύμφωνα με αυτή την προσέγγιση, η προσβασιμότητα δεν πρέπει να θεωρείται μια μορφή «ειδικής μεταχείρισης», αλλά κάτι που πρέπει να ενσωματώνεται από την αρχή στον σχεδιασμό των προϊόντων, των υπηρεσιών και των χώρων, ώστε να μπορούν να χρησιμοποιηθούν από όσο το δυνατόν από περισσότερους ανθρώπους (Buhalis & Darcy, 2011; Darcy, 2010). Στη σύγχρονη εποχή, αυτή η λογική ενισχύεται ακόμη περισσότερο μέσα από πρότυπα και διαδικασίες τυποποίησης όπως το ISO 21902:2021, το οποίο καθορίζει τις απαιτήσεις και τις κατευθύνσεις για «προσβάσιμο τουρισμό για όλους», λειτουργώντας ως σημείο αναφοράς για οργανισμούς και επιχειρήσεις σε όλη την τουριστική αλυσίδα (ISO, 2021).

Παράλληλα με τις διαδικασίες τυποποίησης, πρόσφατες μελέτες επιχειρούν να μετατρέψουν την προσβασιμότητα από γενική αρχή σε πιο συγκεκριμένους μετρήσιμους δείκτες, διευκολύνοντας έτσι τη δυνατότητα αξιολόγησης και σύγκρισης προορισμών και υπηρεσιών (Porto et al., 2019). Ταυτόχρονα, η αυξανόμενη σημασία της ψηφιακής διάστασης όπως οι πλατφόρμες πληροφόρησης και πλοήγησης, δείχνει πώς η τεχνολογία μπορεί να υποστηρίξει την αυτονομία και τον σχεδιασμό του ταξιδιού, ιδιαίτερα για άτομα με ανάγκες πρόσβασης (Achillas et al., 2024).

Συνοψίζοντας τα ανωτέρω, ο προσβάσιμος τουρισμός αποτελεί πεδίο στο οποίο η προσβασιμότητα συνδέεται άμεσα με την ποιότητα υπηρεσιών, τη συμπερίληψη και τη συνολική τουριστική εμπειρία. Ειδικότερα, για τα ξενοδοχειακά καταλύματα, η ενσωμάτωση βασικών στοιχείων της προσβασιμότητας που αφορούν τις υποδομές, την πληροφορία, τις διαδικασίες και το προσωπικό, διαμορφώνει καθοριστικά την εμπειρία και την ικανοποίηση των επισκεπτών με αναπηρία (Eichhorn & Buhalis, 2023).

2.2 Η «αλυσίδα προσβασιμότητας» και το ταξίδι του τουρίστα με αναπηρία

Σύμφωνα με την έννοια της «αλυσίδας προσβασιμότητας», η προσβασιμότητα στον τουρισμό δεν αφορά ένα μεμονωμένο σημείο εξυπηρέτησης, αλλά μια αλληλουχία σταδίων που συνθέτουν συνολικά την ταξιδιωτική εμπειρία. Η προσέγγιση αυτή υπογραμμίζει ότι η πρόσβαση πρέπει να διασφαλίζεται σε όλα τα στάδια του ταξιδιού, καθώς μια αστοχία σε οποιοδήποτε σημείο μπορεί να μειώσει την αυτονομία του ταξιδιώτη και να επηρεάσει αρνητικά τη συνολική εμπειρία του (Buhalis & Darcy, 2011; López-del-Pino et al., 2026). Προς την κατεύθυνση αυτή, οι σύγχρονες πρακτικές εφαρμογής τονίζουν ότι η προσβασιμότητα πρέπει να είναι πραγματικά αποτελεσματική τόσο για τους προορισμούς όσο και για τις επιχειρήσεις (UNWTO, 2016; Vila & Darcy, 2025), δεδομένου ότι πρόσφατη έρευνα επιβεβαιώνει ότι οι περιορισμοί και τα εμπόδια μπορούν να εμφανίζονται σε πολλαπλά στάδια της ταξιδιωτικής διαδικασίας, επηρεάζοντας τόσο την τελική αξιολόγηση της εμπειρίας όσο και την ικανοποίηση του ταξιδιώτη (Nigg et al., 2025).

Στο αρχικό στάδιο πριν το ταξίδι, πολύ σημαντικό ρόλο παίζει η έγκαιρη και αξιόπιστη ενημέρωση σχετικά με τα χαρακτηριστικά προσβασιμότητας, καθώς και η δυνατότητα πραγματοποίησης κρατήσεων με ευκολία και χωρίς εμπόδια. Επισημαίνεται ότι ακόμη και όταν υπάρχουν κατάλληλες υποδομές, η έλλειψη σαφών και λεπτομερών πληροφοριών μπορεί να αυξήσει την αβεβαιότητα και τελικά να αποθαρρύνει τον ταξιδιώτη από την πραγματοποίηση του ταξιδιού (Eichhorn et al., 2008; Michopoulou & Buhalis, 2013). Η ανάγκη αυτή γίνεται ακόμη πιο επιτακτική καθώς η σύγχρονη βιβλιογραφία δείχνει ότι πέρα από την τεχνική συμμόρφωση των ιστοσελίδων, συχνά απουσιάζει το ουσιαστικό περιεχόμενο προσβασιμότητας (π.χ. ακρίβεια, πληρότητα, χρηστικότητα), γεγονός που επηρεάζει άμεσα τόσο την απόφαση ταξιδιού όσο και τον αποτελεσματικό προγραμματισμό του (Vila & Darcy, 2025).

Ακολούθως, το στάδιο της μεταφοράς και της άφιξης, περιλαμβάνει την προσβασιμότητα στις μετακινήσεις, στις υποδομές υποδοχής/άφιξης και στη μετάβαση προς το κατάλυμα. Η σημασία του σταδίου αυτού έγκειται στο ότι οι δυσκολίες στη μεταφορά ή η ύπαρξη εμποδίων (όπως η ανεπαρκής πληροφόρηση, οι μεγάλοι χρόνοι αναμονής ή η ελλιπής υποδομή στάσεων/σταθμών) μπορούν να ακυρώσουν στην πράξη την προσβασιμότητα που ενδεχομένως να υπάρχει στο κατάλυμα ή στον προορισμό, επηρεάζοντας αρνητικά τόσο

αίσθημα ασφάλειας όσο και την αυτονομία του ταξιδιώτη (UNWTO, 2016; Gotti et al., 2024; Mwaka et al., 2024).

Προχωρώντας στον κρίκο της διαμονής, το ξενοδοχειακό κατάλυμα αποτελεί συχνά το πλέον κρίσιμο σημείο της αλυσίδας, καθώς συνδυάζει ταυτόχρονα υποδομές, υπηρεσίες, διαδικασίες και τον ανθρώπινο παράγοντα. Η προσβασιμότητα εδώ δεν αφορά μόνο το δωμάτιο, αλλά περιλαμβάνει επίσης και την είσοδο, τις εσωτερικές διαδρομές, τους κοινόχρηστους χώρους, τη σήμανση, καθώς και τη λειτουργικότητα των υπηρεσιών με την εμπειρία των τουριστών με αναπηρία να επηρεάζεται καθοριστικά από την επάρκεια της πληροφόρησης και, κυρίως, από τη στάση του προσωπικού (Poria et al., 2011). Σύμφωνα με σύγχρονες εμπειρικές μελέτες, η ετοιμότητα και η εκπαίδευση των εργαζομένων, σε συνδυασμό με το επίπεδο προσβασιμότητας του περιβάλλοντος, επιβεβαιώνουν ότι η προσβασιμότητα είναι τόσο τεχνικό όσο και συστημικό ζήτημα (López-del-Pino et al., 2026). Επιπλέον, αναδεικνύεται η ανάγκη για συστηματική μέτρηση μέσω πολυδιάστατων αξιολογήσεων σε δομικό, επικοινωνιακό, οικονομικό και ψυχοκοινωνικό επίπεδο, χαρτογραφώντας τις υψηλές προσδοκίες των ατόμων με αναπηρία από τα «disabled-friendly» ξενοδοχειακά καταλύματα (Himmetoğlu et al., 2025).

Στο επόμενο στάδιο, αυτό των δραστηριοτήτων στον προορισμό, η πρόσβαση σε αξιοθέατα, εστίαση και υπηρεσίες αναψυχής είναι ιδιαίτερα σημαντική για την πληρότητα της εμπειρίας και την ισότιμη συμμετοχή (Darcy & Dickson, 2009; Nyquist et al., 2025). Προκειμένου να αποφευχθούν αποσπασματικές παρεμβάσεις, η διεθνής πρακτική επισημαίνει ότι η προσβασιμότητα πρέπει να διαχέεται σε όλους τους τομείς της τουριστικής προσφοράς (ENAT, 2007; UNWTO, 2016). Στο πλαίσιο αυτό, το ξενοδοχειακό κατάλυμα διαδραματίζει υποστηρικτικό ρόλο ως «κόμβος» πληροφόρησης, παρέχοντας σαφείς κατευθύνσεις και διευκόλυνση στην οργάνωση προσβάσιμων δραστηριοτήτων (Darcy & Dickson, 2009).

Τέλος, το στάδιο της αναχώρησης και της «μετά το ταξίδι» φάσης περιλαμβάνει την έξοδο από το κατάλυμα και τη συνολική αξιολόγηση της εμπειρίας, η οποία επηρεάζει άμεσα τον βαθμό ικανοποίησης, την πρόθεση επανεπίσκεψης καθώς και τη σύσταση σε τρίτους (word of mouth) (Stavrianea, 2023). Η διάσταση αυτή είναι κρίσιμη για τη διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και τη βιωσιμότητα των τουριστικών επιχειρήσεων (Iqbal et al., 2023; Wang & Li, 2023; Kim et al., 2025), δεδομένου ότι η ικανοποίηση λειτουργεί ως ισχυρός προγνωστικός παράγοντας πιστότητας για τα άτομα με αναπηρία (Alqraini & Alasim, 2026).

Συνοψίζοντας, η «αλυσίδα προσβασιμότητας» αποτυπώνει ότι η προσβασιμότητα στον τουρισμό λειτουργεί ως ενιαίο σύστημα, στο οποίο η ποιότητα της εμπειρίας εξαρτάται από τη συνοχή όλων των σταδίων του ταξιδιού (Buhalis & Darcy, 2011). Για τους σκοπούς της παρούσας ανάλυσης, ο ρόλος του ξενοδοχειακού καταλύματος αναδεικνύεται ως κρίσιμος κόμβος της αλυσίδας και τεκμηριώνεται η ανάγκη μέτρησης των επιμέρους διαστάσεων (υποδομές, πληροφόρηση, διαδικασίες, προσωπικό), διαμορφώνοντας έτσι το θεωρητικό υπόβαθρο για τη διερεύνηση της ικανοποίησης των ΑμεΑ από τις παρεχόμενες υπηρεσίες στα ξενοδοχειακά καταλύματα στην Ελλάδα.

2.3 Προσβασιμότητα στα ξενοδοχειακά καταλύματα: διαστάσεις, απαιτήσεις και διεθνή ερευνητικά ευρήματα

2.3.1 Η προσβασιμότητα στο ξενοδοχείο ως κρίκος της αλυσίδας

Η ξενοδοχειακή διαμονή θεωρείται ένας από τους πιο κρίσιμους «κρίκους» της αλυσίδας προσβασιμότητας, καθώς στο περιβάλλον του καταλύματος συνυπάρχουν και αλληλοεπιδρούν διαφορετικές παράμετροι, όπως η φυσική πρόσβαση στους χώρους, η λειτουργικότητα των υπηρεσιών, οι διαδικασίες εξυπηρέτησης και ο ανθρώπινος παράγοντας (Reindrawati et al., 2025). Στη κλασική βιβλιογραφία τονίζεται ότι η προσβασιμότητα πρέπει να αντιμετωπίζεται ολιστικά, ως ένα ενιαίο σύστημα υποδομών και παροχών που διαμορφώνει τη συνολική εμπειρία του επισκέπτη (Buhalis & Darcy, 2011; Darcy, 2010). Στο πλαίσιο αυτό, οι επιμέρους διαστάσεις της προσβασιμότητας γίνονται ιδιαίτερα εμφανείς σε καθημερινή βάση μέσα από δραστηριότητες όπως η άφιξη και η είσοδος, η μετακίνηση εντός των εγκαταστάσεων, η χρήση του μπάνιου, η πρόσβαση στον χώρο του πρωινού γεύματος ή την εστίαση, καθώς και η επικοινωνία με το προσωπικό.

Εξαιτίας αυτής της άμεσης αλληλεπίδρασης, ακόμη και φαινομενικά μικρές δυσλειτουργίες, όπως ένας μη λειτουργικός ανελκυστήρας, η ανεπαρκής πληροφόρηση ή η αδυναμία ανταπόκρισης σε κάποιο αίτημα, μπορούν να επηρεάσουν σε μεγάλο βαθμό την αυτονομία του επισκέπτη και την αντίληψη της συνολικής ποιότητας κατά τη διαμονή στο κατάλυμα (Poria et al., 2011; López-del-Pino et al., 2026). Προκειμένου να διασφαλιστεί η συνέπεια των υπηρεσιών αυτών, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται η ενίσχυση της τυποποίησης της προσβασιμότητας με πρότυπα όπως το ISO 21902:2021. Τα πρότυπα αυτά λειτουργούν ως βάση αναφοράς για τις επιχειρήσεις φιλοξενίας και άλλους φορείς της τουριστικής αλυσίδας, διευκολύνοντας τη μετάβαση από τις γενικές αρχές σε σαφείς και εφαρμόσιμες πρακτικές (International Organization for Standardization [ISO], 2021).

2.3.2 Φυσική/χωρική προσβασιμότητα: υποδομές και ασφάλεια

Η φυσική ή χωρική προσβασιμότητα αναφέρεται στη δυνατότητα του επισκέπτη να προσεγγίζει και να χρησιμοποιεί με ασφάλεια και αυτονομία τις εγκαταστάσεις του ξενοδοχειακού καταλύματος χωρίς να απαιτείται η συνεχής βοήθεια τρίτων. Ο φυσικός χώρος ως βασική διάσταση της προσβασιμότητας, καθορίζει σε μεγάλο βαθμό το κατά πόσο ο επισκέπτης μπορεί να κινηθεί λειτουργικά στο κατάλυμα και να αξιοποιήσει τις βασικές του υπηρεσίες (Buhalis & Darcy, 2011; ISO, 2021). Η εμπειρία αυτή ξεκινά σε επίπεδο εισόδου και εξωτερικού χώρου, όπου καθοριστικά στοιχεία αποτελούν η ύπαρξη κατάλληλων σημείων αποβίβασης/στάθμευσης, η πρόσβαση χωρίς σκαλοπάτια ή με κατάλληλες ράμπες, οι κατάλληλες επιφάνειες κίνησης και η σαφής σήμανση προς τη reception. Η φάση αυτή είναι ιδιαίτερα καθοριστική, διότι το «πρώτο εμπόδιο» μπορεί να περιορίσει εξ αρχής τη δυνατότητα ανεξάρτητης εισόδου, δημιουργώντας ένα αίσθημα ανασφάλειας ή την ανάγκη εξάρτησης από τρίτους. Αντίστοιχα, η συνέχεια της ανεμπόδιστης κυκλοφορίας μεταφέρεται στο εσωτερικό

περιβάλλον του κτιρίου, συνδεδεμένη άμεσα με το πλάτος των διαδρόμων, τις πόρτες, την ύπαρξη και λειτουργικότητα ανελκυστήρων, καθώς και τη δυνατότητα ομαλής μετάβασης από όροφο σε όροφο και από χώρο σε χώρο (ISO, 2021; UNWTO, 2023; Himmetoglu et al., 2025).

Επιπλέον, ιδιαίτερη σημασία έχει η προσβασιμότητα στο δωμάτιο και το μπάνιο, καθώς οι χώροι αυτοί σχετίζονται άμεσα με τον προσωπικό χώρο, την άνεση και την αυτονομία του επισκέπτη. Ένα προσβάσιμο δωμάτιο οφείλει να διαθέτει επαρκή χώρο κίνησης και ελιγμών (όπου απαιτείται), εύχρηστα χειριστήρια και κατάλληλη τοποθέτηση βασικών στοιχείων, όπως το κρεβάτι, οι πρίζες και οι διακόπτες. Ειδικότερα, το μπάνιο αποτελεί συχνά το πιο κρίσιμο σημείο λειτουργικότητας, καθώς συνδέεται άμεσα με την ασφάλεια (π.χ. κίνδυνος πτώσεων), την ανεξαρτησία και τη δυνατότητα καθημερινής αυτοεξυπηρέτησης. Συνεπώς, ο ορθός σχεδιασμός του δωματίου επηρεάζει άμεσα την πραγματική χρηστικότητα του (ISO, 2021; UNWTO, 2023; Himmetoglu et al., 2025).

Πέρα από τους ιδιωτικούς χώρους, η φυσική προσβασιμότητα επεκτείνεται και στους κοινόχρηστους χώρους του ξενοδοχείου, όπως η υποδοχή, το εστιατόριο, οι αίθουσες και οι χώροι αναψυχής ή ευεξίας (π.χ. πισίνα/σπα). Η πρόσβαση σε αυτούς είναι καθοριστική, δεδομένου ότι εάν ένας επισκέπτης παραμένει περιορισμένος στο δωμάτιο χωρίς τη δυνατότητα χρήσης των βασικών παροχών, τότε η προσβασιμότητα δεν λογίζεται ως ολοκληρωμένη και η συνολική εμπειρία επηρεάζεται αρνητικά (ISO, 2021; UNWTO, 2023; Himmetoglu et al., 2025).

Συνοψίζοντας, διεθνείς πρόσφατες μελέτες δείχνουν ότι, παρότι πολλές επιχειρήσεις δηλώνουν «φιλικές» προς άτομα με αναπηρία, στην πράξη συχνά καταγράφονται ελλείψεις στη λειτουργικότητα και στη συνέπεια των υποδομών (Reindrawati et al., 2025). Αυτό συμβαίνει διότι η ουσιαστική προσβασιμότητα συνδέεται με το κατά πόσο οι παρεμβάσεις είναι πραγματικά χρηστικές και όχι απλώς τυπικές (Darcy, 2010). Για παράδειγμα, μια ράμπα με λανθασμένη κλίση ή ένας στενός χώρος ελιγμών σε ένα «προσβάσιμο» μπάνιο καθιστούν το δωμάτιο μη λειτουργικό για έναν χρήστη αναπηρικού αμαξιδίου, ακυρώνοντας έτσι τον ίδιο τον σκοπό του σχεδιασμού (Poria et al., 2011).

2.3.3 Προσβασιμότητα πληροφόρησης, επικοινωνίας και κράτησης πελατών με αναπηρία στα ξενοδοχειακά καταλύματα

Η προσβασιμότητα στα ξενοδοχειακά καταλύματα δεν καθορίζεται μόνο από τις υλικές υποδομές, αλλά επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από την ποιότητα, την ακρίβεια και τη λειτουργικότητα της πληροφόρησης, τόσο πριν από το ταξίδι όσο και κατά τη διάρκεια της διαμονής (Domínguez Vila et al., 2018; Vila & Darcy, 2025). Για τους επισκέπτες με ανάγκες πρόσβασης, η πληροφόρηση είναι καταλυτική για την μείωση της ανασφάλειας, καθώς διευκολύνει τον προγραμματισμό της διαμονής και της αυτονομίας (Park et al., 2025). Στο πλαίσιο αυτό, η προσβασιμότητα στη πληροφορία και στην επικοινωνία, περιλαμβάνει σαφείς περιγραφές των προσβάσιμων χαρακτηριστικών (π.χ. προδιαγραφές μπάνιου/ντους, ύψος κρεβατιού, πλάτος θυρών, ύπαρξη

ραμπών/ανελκυστήρων), προσβάσιμο ιστότοπο και διαδικασία κράτησης, δυνατότητα εύκολης επικοινωνίας με το κατάλυμα (τηλέφωνο, email, chat), αλλά και κατάλληλη σήμανση/υποστήριξη προσανατολισμού στους εσωτερικούς χώρους του ξενοδοχειακού καταλύματος (International Organization for Standardization [ISO], 2021; Martin-Fuentes et al., 2021, Stavrianea & Kamenidou, 2021).

Πριν από τη διαμονή, η πληροφορία λειτουργεί ως βασικό «κριτήριο επιλογής» του καταλύματος, καθώς ο επισκέπτης χρειάζεται να γνωρίζει αν οι χώροι είναι πραγματικά λειτουργικοί για τις ανάγκες του και όχι απλώς δηλωμένοι ως προσβάσιμοι. Έρευνες δείχνουν ότι οι ταξιδιώτες με ανάγκες πρόσβασης βασίζονται ιδιαίτερα στην πληροφόρηση για να οργανώσουν το ταξίδι τους και να αισθανθούν ασφαλείς, ενώ η ανακριβής πληροφόρηση μπορεί να οδηγήσει είτε σε αποθάρρυνση της κράτησης είτε σε αρνητική αξιολόγηση ακόμη κι όταν υπάρχουν κάποιες υποδομές (Michoroulou & Buhalis, 2013). Για παράδειγμα, ο όρος «προσβάσιμο δωμάτιο» χωρίς τεχνικές λεπτομέρειες (π.χ. τύπος ντους, ύπαρξη λαβών, χώρος ελιγμών) δεν είναι επαρκής. Αντίστοιχα, φωτογραφικό υλικό χωρίς σαφή απεικόνιση κρίσιμων σημείων (είσοδος, μπάνιο, διαδρομές) συχνά δεν αρκεί για την αξιολόγηση της προσβασιμότητας.

Επιπλέον, η προσβασιμότητα της πληροφόρησης περιλαμβάνει και την ψηφιακή προσβασιμότητα: δηλαδή το κατά πόσο ο ιστότοπος ή η πλατφόρμα κράτησης είναι εύχρηστα από άτομα με διαφορετικές ανάγκες (π.χ. υποστηρικτικές τεχνολογίες, αναγνώστες οθόνης, σαφής δομή περιεχομένου). Όταν οι ψηφιακές διαδικασίες έχουν εμπόδια (π.χ. αδυναμία ολοκλήρωσης κράτησης, δυσκολία εντοπισμού πληροφοριών), μειώνεται τελικά η πιθανότητα επίσκεψης και η εμπιστοσύνη προς το ξενοδοχειακό κατάλυμα (ISO, 2021).

Σύμφωνα με πρόσφατες μελέτες, οι επίσημοι ιστότοποι των ξενοδοχείων παραμένουν η πρωταρχική πηγή άντλησης δεδομένων, ωστόσο η αξιοπιστία τους εξαρτάται άμεσα από την υιοθέτηση διεθνών προτύπων, όπως το ISO 21902:2021, το οποίο επιβάλλει την παροχή λεπτομερών μετρήσεων και τεχνικών προδιαγραφών αντί γενικών και ασαφών περιγραφών (ISO, 2021; Saltouridou & Poullos, 2023). Παράλληλα, η ψηφιακή προσβασιμότητα του ίδιου του ιστότοπου βάσει των οδηγιών WCAG 2.2 (Web Content Accessibility Guidelines / Οδηγίες Προσβασιμότητας Περιεχομένου Ιστού, Έκδοση 2.2) λειτουργεί ως ένας έμμεσος αλλά ισχυρός δείκτης για την ποιότητα των φυσικών υποδομών, καθώς οι χρήστες τείνουν να εγκαταλείπουν την αναζήτηση όταν οι ψηφιακές πλατφόρμες κράτησης παρουσιάζουν εμπόδια κατά την χρήση (Denizova, 2025; Παπαδοπούλου, 2022).

Πέρα από τις επίσημες πηγές, η σύγχρονη διεθνή βιβλιογραφία αναδεικνύει ότι οι ταξιδιώτες με αναπηρία τελικά εμπιστεύονται περισσότερο τις πληροφορίες και τις κριτικές άλλων χρηστών παρά τις επίσημες πηγές, θεωρώντας τις ως την πλέον αξιόπιστη βάση για τον προγραμματισμό των ταξιδιών τους. Οι κριτικές και κυρίως το φωτογραφικό υλικό που αναρτάται από χρήστες με ανάλογες ανάγκες προσβασιμότητας σε πλατφόρμες όπως το Google Maps και το TripAdvisor, προσφέρουν μια ρεαλιστική απεικόνιση της λειτουργικότητας των χώρων, αποκαλύπτοντας λεπτομέρειες που συχνά παραλείπονται από τη

διοίκηση των ξενοδοχειακών καταλυμάτων (Eusébio et al., 2020; Leiras & Caamaño-Franco, 2024). Επιπλέον, οι ταξιδιώτες στρέφονται ολοένα και περισσότερο σε εξειδικευμένες κοινότητες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπου η οπτική πληροφορία μέσω βίντεο επιτρέπει μια «εικονική προεπισκόπηση» των εμποδίων ή των διευκολύνσεων, ενισχύοντας το αίσθημα ασφάλειας πριν από την ολοκλήρωση της κράτησης (Vila & Darcy, 2025; Wang et al., 2023).

Ταυτόχρονα, η ανάπτυξη νέων τεχνολογιών όπως η Εικονική Πραγματικότητα (VR) και η Τεχνητή Νοημοσύνη (AI) αναδιαμορφώνει τον τρόπο με τον οποίο οι ΑμεΑ αντλούν πληροφορίες, επιτρέποντας στους χρήστες να περιηγηθούν ψηφιακά στα δωμάτια και να βεβαιωθούν για την λειτουργία των χώρων (Denizova, 2025; Lu et al., 2025). Η χρήση εξειδικευμένων εφαρμογών που παρέχουν επαληθευμένα δεδομένα προσβασιμότητας αποκτά επίσης βαρύνουσα σημασία, καθώς προσφέρει εξατομικευμένα φίλτρα ανάλογα με το συγκεκριμένο είδος αναπηρίας του χρήστη (Rickly & Hansen, 2025). Τέλος, παρά την ψηφιακή πρόοδο, η άμεση επικοινωνία με το κατάλυμα μέσω τηλεφώνου ή email παραμένει η τελική δικλίδα ασφαλείας, με την αξιοπιστία της να κρίνεται από το επίπεδο εκπαίδευσης του προσωπικού και την ικανότητά του να παρέχει ακριβείς απαντήσεις σε εξειδικευμένα ερωτήματα, επιβεβαιώνοντας έτσι τη συνολική ετοιμότητα της ξενοδοχειακής επιχείρησης να φιλοξενήσει άτομα με ανάγκες πρόσβασης (Eichhorn & Buhalis, 2023; Καραθανάση, 2019).

Κατά τη διάρκεια της διαμονής, η προσβασιμότητα στην πληροφόρηση συνδέεται και με την οργάνωση της πληροφορίας στον χώρο. Για παράδειγμα η σήμανση που διευκολύνει τον προσανατολισμό, πληροφορίες για τις διαδρομές (π.χ. προς εστιατόριο, ανελκυστήρες, τουαλέτες), η δυνατότητα επικοινωνίας με τη reception ή το προσωπικό για αιτήματα και τυχόν υποστήριξη. Σε αυτό το στάδιο, ο ρόλος της επικοινωνίας γίνεται εξίσου κρίσιμος με την ίδια την υποδομή: ακόμη και ένα προσβάσιμο περιβάλλον μπορεί να καταστεί δυσλειτουργικό όταν απουσιάζουν σαφείς οδηγίες, επαρκής σήμανση και διαθέσιμα μέσα εξυπηρέτησης (Flemmer & McIntosh, 2025).

Συνέπεια όλων των παραπάνω, η προσβασιμότητα προσεγγίζεται ολοένα και περισσότερο ως αλυσίδα αξίας, όπου η πληροφορία αποτελεί κρίσιμο κρίκο που επηρεάζει συνολικά το σύστημα (Vila & Darcy, 2025). Με άλλα λόγια, η πληροφορία δεν είναι απλώς ένα «συμπλήρωμα», αλλά σημαντικός παράγοντας που διαμορφώνει τόσο την προσδοκία όσο και την τελική αξιολόγηση της διαμονής.

2.3.4 Προσβασιμότητα υπηρεσιών και διαδικασιών

Πέρα από τις υλικές υποδομές, καθοριστικό ρόλο για μια πραγματικά προσβάσιμη ξενοδοχειακή εμπειρία αποτελεί η προσβασιμότητα των υπηρεσιών και των διαδικασιών εξυπηρέτησης. Η διάσταση αυτή αφορά το κατά πόσο η οργάνωση και η λειτουργία του ξενοδοχείου επιτρέπουν στον επισκέπτη να εξυπηρετηθεί ισότιμα, χωρίς να αντιμετωπίζει πρόσθετα εμπόδια σε πρακτικά ζητήματα της διαμονής. Ενδεικτικά, περιλαμβάνει διαδικασίες όπως το check-in/check-out, τη διαχείριση αιτημάτων, το room service, την πρόσβαση στην εστίαση, την ευελιξία και την υποστήριξη, αλλά και την αποτελεσματική αντιμετώπιση προβλημάτων. Για παράδειγμα, ένα check-in που απαιτεί παρατεταμένη ορθοστασία, η έλλειψη εναλλακτικών τρόπων επικοινωνίας για αιτήματα, ή διαδικασίες που δεν λαμβάνουν υπόψη διαφορετικές ανάγκες (π.χ. χρόνο εξυπηρέτησης,

σαφήνεια οδηγιών, προσβασιμότητα χώρων εστίασης) μπορούν να περιορίσουν την άνεση και την αυτονομία του επισκέπτη. Υπό αυτή την οπτική, η προσβασιμότητα συνδέεται με το κατά πόσο οι διαδικασίες έχουν σχεδιαστεί έτσι ώστε να μειώνουν τη δημιουργία πρόσθετων εμποδίων για τον επισκέπτη (International Organization for Standardization [ISO], 2021; Reindrawati et al., 2025).

Πράγματι, η σχετική βιβλιογραφία δείχνει ότι η αξιολόγηση της προσβασιμότητας συνδέεται στενά με την αντιλαμβανόμενη ποιότητα των υπηρεσιών, γεγονός που καθιστά αναγκαίο να συμπεριλαμβάνονται δείκτες που αφορούν τη λειτουργικότητα και την αποτελεσματικότητα των υπηρεσιών και διαδικασιών κατά τη διαμονή (Ferri Sanz et al., 2019). Επομένως, για το σχεδιασμό του ερευνητικού εργαλείου προσβασιμότητας, η διάσταση αυτή μπορεί να αποτυπωθεί σε ερωτήματα που αφορούν την ευκολία και την σαφήνεια των διαδικασιών, τη διαχείριση αιτημάτων, την προσβασιμότητα των υπηρεσιών εστίασης και την αποτελεσματικότητα αντιμετώπισης προβλημάτων (Eichhorn & Buhalis, 2023; ISO, 2021).

2.3.5 Ανθρώπινος παράγοντας: προσωπικό, εκπαίδευση και στάσεις

Ο ανθρώπινος παράγοντας αποτελεί μία από τις πιο καθοριστικές παραμέτρους της προσβάσιμης εμπειρίας στη φιλοξενία, καθώς λειτουργεί ως σύνδεσμος μεταξύ των υλικών υποδομών και της πραγματικής εμπειρίας του επισκέπτη. Ακόμη και όταν οι εγκαταστάσεις είναι τεχνικά προσβάσιμες, η καθημερινή λειτουργικότητά τους εξαρτάται από το κατά πόσο το προσωπικό μπορεί να αναγνωρίζει τις ιδιαίτερες ανάγκες, να επικοινωνεί αποτελεσματικά και να παρέχει υποστήριξη όταν χρειάζεται. Η κατάρτιση και η ετοιμότητα του προσωπικού, η ενσυναίσθηση καθώς και η αποτελεσματική επικοινωνία, επηρεάζουν άμεσα την άνεση και το αίσθημα ασφάλειας των επισκεπτών με αναπηρία (Chung et al., 2025).

Η σημασία του ανθρώπινου παράγοντα αποτυπώνεται σε τρία βασικά επίπεδα. Πρώτον, στην ικανότητα του προσωπικού να αναγνωρίζει και να προβλέπει ανάγκες (π.χ. κατανόηση διαφορετικών μορφών αναπηρίας και των διαφορετικών αναγκών τους κατά τη χρήση υπηρεσιών). Δεύτερον, στη λειτουργική υποστήριξη με πρακτικές λύσεις, όπως εναλλακτικές διαδικασίες check-in, ευελιξία στην διαχείριση αιτημάτων και αποτελεσματικό συντονισμό υπηρεσιών. Τρίτον, στις στάσεις και στις συμπεριφορές εξυπηρέτησης, που καθορίζουν αν ο επισκέπτης θα νιώσει σεβασμό, αποδοχή και ισότιμη μεταχείριση (Chung et al., 2025; Reindrawati et al., 2025). Σε αυτό το πλαίσιο, ο τρόπος επικοινωνίας (σαφήνεια, διαθεσιμότητα, υπομονή, κατάλληλος τόνος), είναι κρίσιμος, διότι επηρεάζει την ψυχολογία του ατόμου και μειώνει την αίσθηση εξάρτησης από άλλους (Hua, 2025).

Σύγχρονες μελέτες, οι οποίες εξετάζουν την αλυσίδα τουριστικής προσβασιμότητας επιβεβαιώνουν ότι η ετοιμότητα και η κατάλληλη κατάρτιση του προσωπικού, σε συνδυασμό με το επίπεδο προσβασιμότητας του περιβάλλοντος και την αξιοπιστία της πληροφόρησης, επηρεάζουν ουσιαστικά τόσο την επιλογή όσο και την αξιολόγηση της τουριστικής εμπειρίας (López-del-Pino et al., 2026). Παράλληλα,

πρόσφατη έρευνα για τις προσδοκίες από “disabled-friendly” ξενοδοχεία αναδεικνύει ότι οι επισκέπτες αξιολογούν την εμπειρία τους πολυδιάστατα. Δίνεται ιδιαίτερη βαρύτητα στην αποτελεσματική επικοινωνία, στο αίσθημα σεβασμού και ασφάλειας, καθώς και στη λειτουργική υποστήριξη καθ’ όλη τη διάρκεια της διαμονής (Himmetoğlu et al., 2025).

2.3.6 Ικανοποίηση, αντιλαμβανόμενη ποιότητα, πιστότητα και online επικοινωνία πελατών με αναπηρία στα ξενοδοχειακά καταλύματα

Ξεκινώντας από το γενικό θεωρητικό υπόβαθρο, έχει επιβεβαιωθεί ότι η ικανοποίηση των πελατών αποτελεί κεντρική μεταβλητή στη θεωρία του μάρκετινγκ υπηρεσιών, καθώς συνδέεται άμεσα με την πιστότητα, τη διαμόρφωση θετικής φήμης και τη μακροχρόνια βιωσιμότητα μιας επιχείρησης. Το γνωστικό υπόδειγμα του Richard L. Oliver (1980) ερμηνεύει την ικανοποίηση ως αποτέλεσμα της σύγκρισης ανάμεσα στις αρχικές προσδοκίες του πελάτη και στην αντιλαμβανόμενη απόδοση της υπηρεσίας. Στον κλάδο της φιλοξενίας, η ικανοποίηση και η αντιλαμβανόμενη ποιότητα των υπηρεσιών θεωρούνται κεντρικοί πυλώνες της πιστότητας, η οποία συνήθως εκφράζεται με την απόφαση των ατόμων να επιστρέψουν στο ίδιο ξενοδοχειακό κατάλυμα και τη θετική σύσταση του σε τρίτους (Stavrianea & Kamenidou, 2022b). Οι δύο αυτές προθέσεις είναι ιδιαίτερα κρίσιμες καθώς επηρεάζουν άμεσα τη φήμη, τη ζήτηση και τη μακροχρόνια ανταγωνιστικότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων (Wang & Li, 2023).

Δεδομένης της έντονης ανταγωνιστικότητας στον τουριστικό κλάδο, η διατήρηση σταθερών πελατών απαιτεί την στροφή από την απλή εξυπηρέτηση στην παροχή μιας ολοκληρωμένης και αξιομνημόνευτης ταξιδιωτικής εμπειρίας. Πρόσφατες έρευνες υποδεικνύουν ότι η εμπειρία του επισκέπτη δεν είναι πια μια αφηρημένη έννοια, αλλά το κεντρικό εργαλείο στρατηγικής διαφοροποίησης στην τουριστική αγορά. Η υιοθέτηση των αρχών της “Οικονομίας της Εμπειρίας” επιτρέπει στις επιχειρήσεις να ξεχωρίσουν, προσφέροντας κάτι παραπάνω από μια απλή υπηρεσία (Chang, 2018; Mwagana & Kinyua, 2023). Σύμφωνα με τις μελέτες των Mwagana & Kinyua, (2023) και Cetin (2016), η έρευνα της εμπειρίας επιτρέπει στις επιχειρήσεις να μετατοπίσουν το κέντρο βάρους από την απλή πώληση μιας υπηρεσίας στην προσφορά μιας μοναδικής αλληλεπίδρασης του πελάτη με το ξενοδοχειακό κατάλυμα. Η εμβάθυνση στον τρόπο με τον οποίο οι πελάτες εισπράττουν και επεξεργάζονται την εμπειρία τους, επιτρέπει στα στελέχη του μάρκετινγκ να σχεδιάζουν προσωποποιημένες καμπάνιες, μειώνοντας το κόστος απόκτησης νέων πελατών και αυξάνοντας την αξία της μάρκας (Brand Equity). Η στρατηγική αυτή, λειτουργεί ως εργαλείο πρόβλεψης της μελλοντικής συμπεριφοράς των πελατών, επιτρέποντας έτσι την ενίσχυση της πιστότητας.

Ειδικότερα για τους επισκέπτες με αναπηρία, η εμπειρία αυτή αποκτά ακόμη μεγαλύτερη βαρύτητα, καθώς επηρεάζεται έντονα από το κατά πόσο η εμπειρία διαμονής ήταν λειτουργική, ασφαλής και επαρκώς υποστηρικτική. Η ικανοποίηση σε αυτό το τμήμα της τουριστικής ζήτησης, αποτελεί ισχυρό προγνωστικό παράγοντα για τη δημιουργία σταθερής σχέσης με το κατάλυμα, μεσολαβώντας καταλυτικά ανάμεσα στην προσβασιμότητα και στις μελλοντικές προθέσεις των ταξιδιωτών (Alqraini & Alasim, 2026). Συμπερασματικά, η προσβασιμότητα αναδεικνύεται σε κεντρικό δείκτη ποιότητας για το σύνολο των επισκεπτών, καθώς ένα προσβάσιμο κατάλυμα εκλαμβάνεται από το ευρύ κοινό ως πιο ηθικό και

οργανωμένο, ενισχύοντας έτσι την αξιοπιστία του brand στο σύνολο της τουριστικής βιομηχανίας (Rubio-Escuderos et al., 2021).

Προκειμένου η προσβασιμότητα να μετατραπεί σε ένα βιώσιμο τουριστικό προϊόν με σαφές οικονομικό αντίκρισμα, η σύγχρονη έρευνα προτείνει συγκεκριμένα εργαλεία, όπως η συν-δημιουργία (co-creation) και η αξιοποίηση προηγμένων εργαλείων ψηφιακής απεικόνισης και προσομοίωσης (VR/AR). Κεντρικό ρόλο διαδραματίζει η συν-δημιουργία, η οποία προϋποθέτει την ενεργό εμπλοκή των ατόμων με αναπηρία στον σχεδιασμό δραστηριοτήτων, διασφαλίζοντας ότι η αξία ανταποκρίνεται στις πραγματικές τους προσδοκίες. Ταυτόχρονα, τα εργαλεία ψηφιακής απεικόνισης και προσομοίωσης αποτελούν βασικά μέσα τα οποία περιορίζουν την αβεβαιότητα, επιτρέποντας στους ταξιδιώτες να νιώθουν ασφάλεια για τις επιλογές τους. Για τους επισκέπτες με αναπηρία, η μείωση του αισθήματος κινδύνου αποτελεί το πρώτο βήμα προς μια θετική εμπειρία. Υπό αυτό το πρίσμα, τα εργαλεία αυτά προσφέρουν μια πολύτιμη ψηφιακή πληροφορία, διασφαλίζοντας στον χρήστη ότι το κατάλυμα ανταποκρίνεται στις ανάγκες του. Αυτός ο τρόπος λειτουργίας προσφέρει στον χρήστη τη σιγουριά που απαιτείται πριν από την ολοκλήρωση της συναλλαγής, αφού η τεχνολογία εγγυάται την ασφάλεια του (Darcy, 2010). Παράλληλα, η ικανοποίηση του πελάτη με αναπηρία ενισχύεται σημαντικά μέσω του καθολικού σχεδιασμού, της εκπαίδευσης και της ενσυναίσθησης του προσωπικού. Η κατάρτιση των εργαζομένων μπορεί συχνά να αντισταθμίσει μικρές κατασκευαστικές ατέλειες, κάνοντας τον επισκέπτη να αισθάνεται αληθινά ευπρόσδεκτος και όχι απλώς ένας «πελάτης με ειδικές ανάγκες» (Καραθανάση, 2019; Eichhorn & Buhalis, 2023; Eusébio et al., 2020).

Ωστόσο, η ποιότητα στον προσβάσιμο τουρισμό είναι συνάρτηση της συνέπειας σε ολόκληρη την αλυσίδα υπηρεσιών, καθώς μια και μόνο αστοχία μπορεί να υποβαθμίσει το σύνολο της εμπειρίας (ISO, 2021; Santos-Silva et al., 2026). Η διαχείριση κρίσεων μέσω του "Service Recovery Paradox" προσφέρει μια ευκαιρία για την ενίσχυση της αφοσίωσης των πελατών στο ξενοδοχειακό κατάλυμα. Αν η επιχείρηση αντιδράσει άμεσα με ενσυναίσθηση και διορθώσει ένα πρόβλημα που μπορεί να προκύψει, ο ταξιδιώτης με αναπηρία μπορεί να αναπτύξει βαθύτερη εμπιστοσύνη από ό,τι σε μια διαμονή χωρίς προβλήματα, καθώς έτσι επιβεβαιώνεται η αξιοπιστία του ξενοδοχειακού καταλύματος (Maxham, 2001). Όταν η αλυσίδα προσβασιμότητας «σπάει», η ικανοποίηση του πελάτη εξαρτάται αποκλειστικά από τα αντανakλαστικά και την ενδυνάμωση του προσωπικού. Η ικανότητα ενός υπαλλήλου πρώτης γραμμής να επιλύει προβλήματα επί τόπου μετατρέπει μια τυπική λύση σε πράξη σεβασμού της αξιοπρέπειας του επισκέπτη. Η αποκατάσταση των υπηρεσιών λειτουργεί ως ένας μηχανισμός άμεσης παρέμβασης, όπου η ταχύτητα και η ευστοχία της επίλυσης ενός προβλήματος προλαμβάνουν τη δημιουργία αρνητικών εντυπώσεων του πελάτη. Αντιθέτως, η καθυστερημένη ανταπόκριση προκαλεί δυσαρέσκεια και δύναται να καταστρέψει συνολικά την ταξιδιωτική εμπειρία του πελάτη. Σε αυτό το πλαίσιο, η αυθεντική ενσυναίσθηση δρα ως ένας μηχανισμός εξισορρόπησης της αρχικής έντασης με το αίσθημα εκτίμησης, αναβαθμίζοντας έτσι την αντιλαμβανόμενη ποιότητα (Maxham, 2001; Smith et al., 1999).

Στο πλαίσιο αυτό, η «ποιότητα της εμπειρίας» είναι ο παράγοντας που μετατρέπει έναν απλό επισκέπτη σε ένθερμο «πρεσβευτή» του καταλύματος (Vila & Darcy, 2025). Η επικοινωνία μετά τη διαμονή μέσω online κριτικών και social media αποτελεί πλέον το πιο ισχυρό «όπλο» για τη βελτίωση της φήμης ενός καταλύματος (Stankov et al., 2024). Για την κοινότητα των ΑμεΑ, μια θετική ή αρνητική κριτική που συνοδεύεται από φωτογραφικό υλικό θεωρείται η πλέον αξιόπιστη πηγή, καθώς οι ταξιδιώτες με αναπηρία αισθάνονται ηθική υποχρέωση προς την κοινότητά τους να αναφέρουν με ειλικρίνεια τόσο τις βέλτιστες πρακτικές όσο και τους περιορισμούς που συνάντησαν. Συνεπώς, το διαδίκτυο λειτουργεί ως ένας παγκόσμιος πίνακας που διαχωρίζει την πραγματική συμπερίληψη από το επιφανειακό μαρκεντινγκ (Stankov et al., 2024). Για την κοινότητα των ΑμεΑ, η κριτική είναι οδηγός, καθώς μια ερασιτεχνική φωτογραφία φέρει μεγαλύτερη αξιοπιστία από οποιαδήποτε επαγγελματική προβολή. Συνεπώς, οι ταξιδιώτες προστατεύουν τα μελλοντικά μέλη της κοινότητάς τους, δημιουργώντας ένα πλαίσιο διαφάνειας (Michopoulou et al., 2024; Wang et al., 2023). Τέλος από την πλευρά των επιχειρήσεων, οι κριτικές αυτές δεν αποτελούν απλώς παράπονα, αλλά μια πηγή πληροφοριών για τη διαρκή βελτίωση του προϊόντος τους. (Stankov et al., 2024).

Συμπερασματικά, η πιστότητα των επισκεπτών με αναπηρία υπερβαίνει την απλή τεχνική συμμόρφωση και βασίζεται στη συνέργεια υποδομών, τεχνολογίας και ανθρώπινης ενσυναίσθησης. Στο πλαίσιο της «Οικονομίας της Εμπειρίας», η προσβασιμότητα μετουσιώνεται από υποχρέωση σε στρατηγικό πλεονέκτημα, το οποίο διασφαλίζει την ψυχολογική ασφάλεια του ταξιδιώτη και ενισχύει την ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης.

Κεφάλαιο 3. Το Περιβάλλον και οι βασικές διαστάσεις του προσβάσιμου τουρισμού στην Ελλάδα

Ο προσβάσιμος τουρισμός στην Ελλάδα παρουσιάζει μια σταδιακή πορεία ανάπτυξης τα τελευταία χρόνια, εξελισσόμενος από μια περιφερειακή παροχή σε κεντρικό πυλώνα της εθνικής τουριστικής στρατηγικής «Ελλάδα 2030» (ΙΝΣΕΤΕ, 2023; Deloitte & ΙΝΣΕΤΕ, 2024). Ωστόσο, παρά την πρόοδο, εξακολουθούν να υφίστανται έντονες διαφοροποιήσεις μεταξύ των προορισμών και των επιμέρους κλάδων της τουριστικής δραστηριότητας (Υπουργείο Τουρισμού, 2021, Ελληνική Κυβέρνηση, 2025). Ως χώρα με ισχυρή διεθνή παρουσία και έντονο εποχικό χαρακτήρα, η Ελλάδα αντιμετωπίζει σύνθετες προκλήσεις που σχετίζονται με τη γεωγραφική διασπορά του προϊόντος και την ανομοιογένεια των υποδομών, στοιχείο που αναδεικνύεται ιδιαίτερα στις νησιωτικές περιοχές όπου η προσβασιμότητα στην «αλυσίδα μεταφοράς» παραμένει περιορισμένη (ΙΝΣΕΤΕ, 2024, Παπαδοπούλου & Καραθανάση, 2024).

Στο πλαίσιο της δημόσιας πολιτικής, η προσβασιμότητα αντιμετωπίζεται πλέον ως μια οριζόντια αρχή που ενσωματώνεται στο φυσικό και ψηφιακό περιβάλλον, στις μετακινήσεις και στην ενημέρωση. Η τάση αυτή ενισχύθηκε σημαντικά με την πλήρη εφαρμογή της Ευρωπαϊκής Πράξης για την Προσβασιμότητα (European Accessibility Act) στο ελληνικό δίκαιο, η οποία επιβάλλει αυστηρότερα πρότυπα στις ψηφιακές υπηρεσίες κρατήσεων και πληροφόρησης (Εθνική Αρχή Προσβασιμότητας, 2024; Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2025).

Ωστόσο, παρά τα θεσμικά βήματα και τη χρηματοδότηση μέσω του Ταμείου Ανάκαμψης για την αναβάθμιση παραλιών και υποδομών, η πρακτική εφαρμογή στην Ελλάδα παραμένει άνιση. Πρόσφατες αξιολογήσεις καταδεικνύουν ένα «χάσμα εφαρμογής» μεταξύ των μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων, που υιοθετούν διεθνή πρότυπα όπως το ISO 21902:2021, και των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που δυσκολεύονται να ανταπεξέλθουν στο κόστος των δομικών προσαρμογών (ΙΝΣΕΤΕ, 2023; Korbiel, 2025). Συνεπώς, η προσβασιμότητα στην Ελλάδα εξακολουθεί συχνά να χαρακτηρίζεται από αποσπασματικές παρεμβάσεις, καθιστώντας επιτακτική την ανάγκη για έναν ενιαίο μηχανισμό πιστοποίησης και ελέγχου (Εθνική Αρχή Προσβασιμότητας, 2024; Υπουργείο Τουρισμού, 2021).

3.1 Υποδομές και προσβασιμότητα σε επίπεδο προορισμού

Η προσβασιμότητα ενός τουριστικού προορισμού δεν περιορίζεται στις ξενοδοχειακές υποδομές, αλλά αφορά συνολικά τις μεταφορές, τον δημόσιο χώρο, τους πολιτιστικούς χώρους και τις υπηρεσίες που συνθέτουν την ταξιδιωτική εμπειρία. Επομένως, η αξιολόγησή της απαιτεί μια ολιστική προσέγγιση, καθώς συνδέεται με τη δυνατότητα μετακίνησης άνευ εμποδίων, να προσανατολίζεται σωστά και ο πελάτης να συμμετέχει σε όλα τα στάδια του ταξιδιού (ΙΝΣΕΤΕ, 2023; Εθνική Αρχή Προσβασιμότητας, 2024).

Στις αεροπορικές μεταφορές προβλέπονται βασικές υποδομές και υπηρεσίες για τους επιβάτες με αναπηρία ή/και μειωμένη κινητικότητα. Ωστόσο, η ποιότητα της εξυπηρέτησης δεν είναι πάντοτε ίδια, καθώς επηρεάζεται από τεχνικά ζητήματα, τους τρόπους λειτουργίας των υπηρεσιών και διάφορους οργανωτικούς παράγοντες (Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών, χ.χ.; Αρχή Πολιτικής Αεροπορίας, 2023).

Στις θαλάσσιες μεταφορές, η κατάσταση είναι πιο σύνθετη, ιδίως λόγω της νησιωτικότητας και της ανομοιογένειας των λιμένων στις υποδομές. Η επιβίβαση και αποβίβαση μπορεί να παραμένει προβληματική όταν απουσιάζουν οι κατάλληλες υποδομές ή ο επαρκής συντονισμός των υπηρεσιών. Συνεπώς, η προσβασιμότητα δεν εξαρτάται μόνο από τα πλοία ή τα λιμάνια, αλλά από το κατά πόσο υπάρχει συνοχή από την άφιξη στο λιμάνι μέχρι και τις μετακινήσεις στον τελικό προορισμό του επισκέπτη (Υπουργείο Ναυτιλίας και Νησιωτικής Πολιτικής, 2023, 2025).

Αντίστοιχα, στον αστικό δημόσιο χώρο, παρά τις επιμέρους βελτιώσεις, εξακολουθούν να παρατηρούνται εμπόδια στις προσβάσιμες διαδρομές και ελλείψεις στις απαραίτητες σημάνσεις ή στις τεχνικές προδιαγραφές. Για τα άτομα με οπτική αναπηρία, ιδιαίτερα σημαντικές είναι οι συνεχείς οδηγοί όδευσης τυφλών και η κατάλληλη ηχητική σήμανση, γεγονός που αναδεικνύει την ανάγκη για πιο οργανωμένο και καθολικό σχεδιασμό (Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας, 2022; Εθνική Αρχή Προσβασιμότητας, 2024).

Αντίστοιχα, στους πολιτιστικούς χώρους και στα μνημεία έχουν γίνει σημαντικές παρεμβάσεις προσβασιμότητας. Ωστόσο, η εφαρμογή αυτών των παρεμβάσεων δεν είναι πάντα εύκολη, καθώς πρέπει ταυτόχρονα να προστατεύεται και η πολιτιστική κληρονομιά. Έτσι, η εξισορρόπηση ανάμεσα στη διατήρηση των μνημείων και στην ίση πρόσβαση αποτελεί βασική πρόκληση (Υπουργείο Πολιτισμού, 2024, 2025a, 2025b).

Γενικά, η προσβασιμότητα ενός προορισμού είναι πολυσύνθετη και εξαρτάται από το κατά πόσο συνδέονται σωστά και λειτουργούν μαζί οι υποδομές, οι υπηρεσίες και οι χώροι. Για τον λόγο αυτό, η προώθηση του προσβάσιμου τουρισμού στην Ελλάδα απαιτεί ένα ενιαίο στρατηγικό σχεδιασμό και μια συστηματική εφαρμογή των αρχών της καθολικής προσβασιμότητας (Εθνική Αρχή Προσβασιμότητας, 2024).

3.2 Δραστηριότητες, καταλύματα και μεταφορές στην αλυσίδα αξίας του ταξιδιού

Η αλυσίδα αξίας του ταξιδιού περιλαμβάνει όλα τα στάδια της ταξιδιωτικής εμπειρίας, από την αναζήτηση πληροφοριών και τη μετακίνηση μέχρι τη διαμονή και τη συμμετοχή σε δραστηριότητες. Στον προσβάσιμο τουρισμό, κάθε στάδιο είναι σημαντικό, διότι η συνολική εμπειρία εξαρτάται από τη συνέχεια και τη σωστή σύνδεση όλων των επιμέρους στοιχείων. Οποιοδήποτε κενό ή ασυνέχεια σε έναν

«κρίκο» της αλυσίδας μπορεί να ακυρώσει ολόκληρη την εμπειρία του ταξιδιώτη με αναπηρία (Buhalis & Darcy, 2011).

Στην Ελλάδα, τα τουριστικά καταλύματα εμφανίζουν σημαντικές διαφορές ως προς το επίπεδο προσβασιμότητας. Οι μεγαλύτερες και πιο σύγχρονες μονάδες διαθέτουν συχνότερα βασικές προσαρμογές, όμως η ύπαρξη λίγων προσβάσιμων δωματίων δεν αρκεί, όταν οι κοινόχρηστοι χώροι και οι υπόλοιπες υπηρεσίες δεν είναι εξίσου προσβάσιμοι (ΙΝΣΕΤΕ, 2023; Υπουργείο Τουρισμού, 2021). Σύμφωνα με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2020), η εφαρμογή τεχνικών προδιαγραφών προσβασιμότητας παραμένει συχνά τυπική και όχι ουσιαστική, με αποτέλεσμα να μην καλύπτονται οι πραγματικές ανάγκες των χρηστών αναπηρικών αμαξιδίων. Επιπλέον, η διεθνής βιβλιογραφία αλλά και εγχώριες μελέτες υπογραμμίζουν ότι η προσβασιμότητα στα καταλύματα δεν πρέπει να περιορίζεται μόνο στις φυσικές υποδομές, αλλά και στην παροχή εξατομικευμένων υπηρεσιών από εκπαιδευμένο προσωπικό (Vila et al., 2015; Καραθανάση, 2019).

Ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο παίζουν και οι μεταφορές, καθώς η ασφαλής και αυτόνομη μετακίνηση επηρεάζει καθοριστικά τη συνολική εμπειρία του ταξιδιώτη. Οι δυσκολίες στις μεταφορές αποτελούν συχνά το μεγαλύτερο εμπόδιο για τον τουρισμό ατόμων με αναπηρία στην Ελλάδα, περιορίζοντας τη δυνατότητα αυθορμητισμού και αυτονομίας (Eichhorn et al., 2008; ΕΣΑμεΑ, 2022). Παρότι στα μεγάλα αστικά κέντρα υπάρχουν ορισμένες υποδομές και υπηρεσίες υποστήριξης, σε πολλές περιοχές της χώρας οι επιλογές προσβάσιμης μετακίνησης παραμένουν περιορισμένες ιδιαίτερα στην νησιωτική περιοχή της χώρας (ΟΑΣΑ, χ.χ.; ΣΤΑ.ΣΥ., χ.χ.; Εθνική Αρχή Προσβασιμότητας, 2024).

Συνολικά, ο προσβάσιμος τουρισμός στην Ελλάδα παρουσιάζει πρόοδο, αλλά εξακολουθεί να έχει σημαντικές αδυναμίες. Για αυτό απαιτείται ένας πιο ολοκληρωμένος σχεδιασμός, ώστε η προσβασιμότητα να αντιμετωπίζεται ως πρωταρχικό στοιχείο της ποιότητας, της ισότητας και της βιωσιμότητας του τουρισμού (Εθνική Αρχή Προσβασιμότητας, 2024; ΙΝΣΕΤΕ, 2023; Υπουργείο Τουρισμού, 2021).

3.2.1 Πληροφόρηση και Κρατήσεις (Ιστοσελίδες και Ψηφιακές Πλατφόρμες)

Η πληροφόρηση αποτελεί κρίσιμο στάδιο της ταξιδιωτικής αλυσίδας αξίας, καθώς επηρεάζει άμεσα τόσο τον προγραμματισμό όσο και την απόφαση για το ίδιο το ταξίδι. Για τα άτομα με αναπηρία, η πρόσβαση σε σαφείς και αξιόπιστες πληροφορίες σχετικά με την προσβασιμότητα προορισμών και καταλυμάτων είναι βασική προϋπόθεση για τη μείωση του αισθήματος αβεβαιότητας και κινδύνου (Michoroulou et al., 2015)

Στην ελληνική τουριστική πραγματικότητα, πολλές επιχειρήσεις πλέον διαθέτουν ψηφιακή παρουσία, όμως η πληροφόρηση για τις υποδομές προσβασιμότητας παραμένει συχνά γενική και όχι επαρκώς τεκμηριωμένη. Η απλή αναφορά ότι ένα κατάλυμα είναι «κατάλληλο για ΑμεΑ» δεν αρκεί, όταν δεν συνοδεύεται από σαφή στοιχεία για τις προδιαγραφές των δωματίων, των κοινόχρηστων χώρων καθώς και τα πρακτικά χαρακτηριστικά της πρόσβασης (ΙΝΣΕΤΕ, 2023; Υπουργείο Τουρισμού, 2021). Η έλλειψη λεπτομερούς πληροφόρησης αναγκάζει τους ταξιδιώτες να δαπανούν σημαντικό χρόνο σε επικοινωνία με τους παρόχους για επιβεβαίωση των στοιχείων (Michoroulou & Buhalis, 2013).

Εξίσου σημαντική είναι και η ψηφιακή προσβασιμότητα των ίδιων των ιστοσελίδων. Στο ελληνικό θεσμικό πλαίσιο, η συμμόρφωση με απαιτήσεις ψηφιακής προσβασιμότητας συνδέεται με τις κατευθύνσεις WCAG 2.1 και με την ευρύτερη υποχρέωση ενίσχυσης της καθολικής πρόσβασης στις ψηφιακές υπηρεσίες, όπως ορίζεται και από την Ευρωπαϊκή Πράξη Προσβασιμότητας (European Accessibility Act) (European Commission, 2019; gov.gr, χ.χ.; Εθνική Αρχή Προσβασιμότητας, 2024). Ωστόσο, στην πράξη αυτές οι αρχές δεν εφαρμόζονται με τον ίδιο τρόπο σε όλες τις ψηφιακές τουριστικές υπηρεσίες, κάτι που μπορεί να δυσκολεύει τους χρήστες κατά την αναζήτηση και αξιολόγηση των πληροφοριών που χρειάζονται για την υλοποίηση των ταξιδιών τους (ΙΝΣΕΤΕ, 2023; Παπαδοπούλου, 2022).

Συνολικά, η βελτίωση της πληροφόρησης και των διαδικασιών κράτησης αποτελεί βασικό πεδίο ενίσχυσης του προσβάσιμου τουρισμού στην Ελλάδα, καθώς η τεκμηριωμένη ενημέρωση, η ψηφιακή προσβασιμότητα και η αξιόπιστη επικοινωνία με τον πάροχο υπηρεσιών ενισχύουν τόσο την αυτονομία των ταξιδιωτών όσο και την αξιοπιστία του ίδιου τουριστικού προϊόντος (ΙΝΣΕΤΕ, 2023; Υπουργείο Τουρισμού, 2021).

3.2.2 Μεταφορές (Αεροπορικές, Θαλάσσιες, Σιδηροδρομικές, Ενοικιαζόμενα Οχήματα)

Οι μεταφορές αποτελούν βασικό κρίκο της τουριστικής αλυσίδας, καθώς επηρεάζουν άμεσα την αυτονομία, την ασφάλεια και τη συνολική εμπειρία του ταξιδιού για τα άτομα με αναπηρία. Στην Ελλάδα, η προσβασιμότητα στις μεταφορές παρουσιάζει βελτιώσεις, αλλά παραμένει άνιση μεταξύ διαφορετικών μέσων και περιοχών (Εθνική Αρχή Προσβασιμότητας, 2024).

Στις αεροπορικές μεταφορές, η Αρχή Πολιτικής Αεροπορίας παρέχει πληροφορίες για τα δικαιώματα επιβατών με αναπηρία ή μειωμένη κινητικότητα, ενώ στα μεγάλα αεροδρόμια λειτουργούν υπηρεσίες υποστήριξης και σχετικές υποδομές. Ωστόσο, η ποιότητα της εξυπηρέτησης μπορεί να διαφοροποιείται ανάλογα με την οργάνωση και τους διαθέσιμους πόρους του κάθε αερολιμένα (Αρχή Πολιτικής Αεροπορίας, χ.χ.).

Στις θαλάσσιες μεταφορές, η ιδιαιτερότητα της χώρας λόγω του μεγάλου αριθμού νησιών, καθιστά τα πλοία και τα λιμάνια κρίσιμο στοιχείο στα πλαίσια της προσβασιμότητας. Το Υπουργείο Ναυτιλίας έχει αναπτύξει ειδική πληροφόρηση για την προσβασιμότητα λιμένων και πλοίων, αναγνωρίζοντας παράλληλα την ανάγκη περαιτέρω παρεμβάσεων και υποχρεωτικών κανόνων προσβασιμότητας στην ακτοπλοΐα (Υπουργείο Ναυτιλίας και Νησιωτικής Πολιτικής, 2023, 2025).

Στις σιδηροδρομικές μεταφορές, η Hellenic Train προβλέπει υπηρεσίες και ρυθμίσεις για επιβάτες ΑμεΑ, όμως η συνολική εμπειρία εξαρτάται από τη λειτουργικότητα των σταθμών, τη διαθεσιμότητα υποστήριξης και την κατάσταση των υποδομών (Hellenic Train, χ.χ.). Συνολικά, η βελτίωση της συνέχειας μεταξύ διαφορετικών μέσων μετακίνησης και της αξιόπιστης πληροφόρησης αποτελεί βασική προϋπόθεση για έναν πιο συμπεριληπτικό τουρισμό στην Ελλάδα (Εθνική Αρχή Προσβασιμότητας, 2024).

3.2.3 Καταλύματα (Ξενοδοχεία και Ενοικιαζόμενα Δωμάτια)

Η επιλογή του καταλύματος αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για τη διαμόρφωση της συνολικής ταξιδιωτικής εμπειρίας. Είναι οι χώροι όπου οι ταξιδιώτες περνούν ένα μεγάλο κομμάτι της ημέρας τους, βιώνοντας έμπρακτα την φιλοξενία και την εξυπηρέτησή τους. Στο πλαίσιο του προσβάσιμου τουρισμού, η προσβασιμότητα δεν περιορίζεται μόνο στην κάλυψη των ελάχιστων τεχνικών προδιαγραφών, αλλά αφορά τη δυνατότητα ανεξάρτητης, ασφαλούς και αξιοπρεπούς χρήσης όλων των χώρων, υπηρεσιών και διαδικασιών της τουριστικής μονάδας από άτομα με διαφορετικές ανάγκες πρόσβασης. (Buhalis & Darcy, 2011; Darcy & Dickson, 2009).

Στην Ελλάδα καταγράφονται σημαντικές αποκλίσεις μεταξύ των μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων και των μικρότερων μορφών φιλοξενίας, όπως οικογενειακές επιχειρήσεις, ενοικιαζόμενα δωμάτια ή παραδοσιακά καταλύματα. Το INΣΕΤΕ επισημαίνει ότι ο προσβάσιμος τουρισμός στην Ελλάδα παραμένει πεδίο άνισης εφαρμογής, με σημαντικές αποκλίσεις ανάμεσα σε επιχειρήσεις και προορισμούς, ενώ το Υπουργείο Τουρισμού έχει αναγνωρίσει θεσμικά την ανάγκη ενίσχυσης της προσβασιμότητας μέσω του Σήματος Προσβάσιμης Τουριστικής Επιχείρησης. Η καθιέρωση μιας τέτοιας σήμανσης υπογραμμίζει το γεγονός ότι η προσβασιμότητα στα καταλύματα δεν είναι ακόμα αυτονόητη. Αντιθέτως, αποτελεί ακόμη στόχο που απαιτεί μεθοδικότητα, επίσημη πιστοποίηση και διαρκή, συστηματική υποστήριξη για να επιτευχθεί. (AccessibleEU, χ.χ.).

Οι μεγαλύτερες και πιο σύγχρονες μονάδες φιλοξενίας έχουν συνήθως περισσότερες δυνατότητες να ενσωματώσουν κατάλληλες υποδομές, όπως ευρύτερους χώρους κίνησης, κατάλληλο πλάτος θυρών, προσαρμοσμένα μπάνια, επίπεδες επιφάνειες ντους και λειτουργικές διαδρομές πρόσβασης (Papamichail, 2012). Ωστόσο, η ύπαρξη λίγων μόνο προσβάσιμων δωματίων δεν αρκεί, όταν σε άλλα βασικά σημεία της εμπειρίας παραμένουν εμπόδια, όπως στη ρεσεψιόν, στους χώρους εστίασης, στις αίθουσες πολλαπλών χρήσεων, στις πισίνες ή στους εξωτερικούς χώρους της μονάδας. Άλλωστε, το ελληνικό σήμα πιστοποίησης προσβάσιμης τουριστικής επιχείρησης έχει ακριβώς αυτόν τον προσανατολισμό: να ενθαρρύνει την πρόσβαση στο

πλήρες φάσμα των τουριστικών υπηρεσιών και όχι μόνο την αποσπασματική τροποποίηση ενός δωματίου (AccessibleEU, χ.χ.).

Στα μικρότερα ή παραδοσιακά καταλύματα, τα εμπόδια είναι συχνά πιο έντονα. Η αρχιτεκτονική ιστορικών ή νησιωτικών κτισμάτων, οι στενές σκάλες, οι υψομετρικές διαφορές και οι περιορισμοί του χώρου δυσχεραίνουν την πλήρη προσαρμογή των εγκαταστάσεων. Αυτό δεν μειώνει την πολιτιστική ή αισθητική τους αξία, αλλά περιορίζει πρακτικά τις διαθέσιμες επιλογές διαμονής για επισκέπτες με κινητικές δυσκολίες, ειδικά όταν δεν προβλέπονται εναλλακτικές λύσεις ή επαρκής ενημερώσεις πριν από την κράτηση (Darcy, 2010; Paramichail, 2012). Η ευρωπαϊκή

εμπειρία έχει δείξει ότι οι περιοχές και οι επιχειρήσεις με ισχυρότερη οικονομική και οργανωτική βάση υιοθετούν ταχύτερα πρότυπα προσβασιμότητας, ενώ άλλες υστερούν, δημιουργώντας χωρικές και λειτουργικές ανισότητες και στον τουριστικό τομέα (European Network for Accessible Tourism [ENAT], 2007).

Εντούτοις, η έννοια της προσβασιμότητας υπερβαίνει τα όρια των κτιριακών υποδομών και των εγκαταστάσεων. Για τα άτομα με οπτική αναπηρία είναι κρίσιμη η ύπαρξη σαφούς σήμανσης, υψηλής χρωματικής αντίθεσης και πληροφόρησης που να μπορεί να αναγνωσθεί από υποστηρικτικές τεχνολογίες, ενώ για άτομα με ακουστική αναπηρία έχουν ιδιαίτερη σημασία τα οπτικά συστήματα ειδοποίησης και οι εναλλακτικές μορφές επικοινωνίας. Αντίστοιχα, για τα άτομα με γνωστικές ή ψυχικές αναπηρίες, η σαφήνεια οδηγιών, η προβλεψιμότητα των διαδικασιών και η μείωση περιττών αισθητηριακών εμποδίων ενισχύουν την αυτονομία και το αίσθημα ελέγχου (Naniopoulos & Nalmpantis, 2022). Οι αρχές αυτές συνδέονται τόσο με τα πρότυπα WCAG για την ψηφιακή προσβασιμότητα όσο και με τη γενικότερη κατεύθυνση της ελληνικής Εθνικής Στρατηγικής για τα Δικαιώματα των Ατόμων με Αναπηρία, η οποία αντιμετωπίζει την προσβασιμότητα ως οριζόντια αρχή σε φυσικό, ψηφιακό και πληροφοριακό επίπεδο (World Wide Web Consortium [W3C], 2023; Εθνική Αρχή Προσβασιμότητας, 2024).

Εξίσου καθοριστικός είναι ο ρόλος του ανθρώπινου δυναμικού. Ακόμη και όταν υπάρχουν τεχνικά κατάλληλες υποδομές, η ποιότητα της εμπειρίας μπορεί να υπονομευθεί, εάν το προσωπικό δεν διαθέτει την απαραίτητη εκπαίδευση, δεν γνωρίζει τις διαφορετικές μορφές αναπηρίας ή δεν ξέρει πώς να προσφέρει υποστήριξη με σεβασμό και χωρίς στερεότυπα. Η διεθνής βιβλιογραφία έχει δείξει ότι η αντιλαμβανόμενη ποιότητα της υπηρεσίας συνδέεται στενά με τον τρόπο αλληλεπίδρασης του προσωπικού με τον πελάτη, ιδίως όταν πρόκειται για ζητήματα αυτονομίας, διακριτικής υποστήριξης και σεβασμού της επιλογής του ατόμου (Darcy, 2006). Στην ίδια κατεύθυνση, το ελληνικό πλαίσιο πιστοποίησης για τις προσβάσιμες τουριστικές επιχειρήσεις προβλέπει ότι σε κάθε βάρδια το προσωπικό που εξυπηρετεί το κοινό πρέπει να έχει λάβει εξειδικευμένη εκπαίδευση για την εξυπηρέτηση ατόμων με αναπηρία (AccessibleEU, χ.χ.).

Η κατάρτιση του προσωπικού των ελληνικών ξενοδοχείων ως προς την εξυπηρέτηση ατόμων με αναπηρία αποτελεί κρίσιμο αλλά ακόμη μη επαρκώς ανεπτυγμένο πεδίο

του προσβάσιμου τουρισμού. Παρότι σε θεσμικό επίπεδο αναγνωρίζεται η σημασία της εκπαίδευσης, στην πράξη η εικόνα παραμένει άνιση και με αρκετά κενά.

Επιπλέον, η ελληνική βιβλιογραφία υπογραμμίζει ότι η προσβασιμότητα δεν πρέπει να αντιμετωπίζεται μόνο ως τεχνική προδιαγραφή κτιρίων, αλλά ως κουλτούρα εξυπηρέτησης που απαιτεί εκπαιδευμένο προσωπικό ικανό να διαχειριστεί την πολυμορφία των αναγκών των επισκεπτών (Καραθανάση, 2019; Υπουργείο Τουρισμού, 2023). Παράλληλα, εμπειρική έρευνα σε τουριστικές επιχειρήσεις στη διασυννοριακή περιοχή της Βόρειας Ελλάδας έδειξε ότι, παρόλο που οι συμμετέχοντες δήλωσαν σε μεγάλο βαθμό ότι διαθέτουν κάποια γνώση ή εμπειρία ως προς τη διαχείριση πελατών με αναπηρία, μόνο το 19,0% των επιχειρήσεων στην ελληνική πλευρά ανέφερε ότι είχε συμμετάσχει σε σχετικό πρόγραμμα εκπαίδευσης, στοιχείο που αναδεικνύει σαφές έλλειμμα οργανωμένης κατάρτισης (Kourkouridis & Salepaki, 2023).

Τέλος, ουσιαστική πτυχή της προσβασιμότητας στα καταλύματα αποτελεί και η αξιόπιστη πληροφόρηση πριν από την κράτηση. Η διεθνής έρευνα έχει επισημάνει ότι οι ταξιδιώτες με αναπηρία δεν αρκούνται σε γενικές δηλώσεις του τύπου «κατάλληλο για ΑμεΑ», αλλά χρειάζονται αναλυτική, επαληθεύσιμη και συγκεκριμένη περιγραφή των λειτουργικών χαρακτηριστικών του καταλύματος, ώστε να εκτιμήσουν αν καλύπτονται οι προσωπικές τους ανάγκες (Buhalis & Darcy, 2011; Υπουργείο Τουρισμού, 2025). Στην Ελλάδα, η έλλειψη λεπτομερών δεδομένων στις ιστοσελίδες των καταλυμάτων αναδεικνύεται ως ένας από τους κύριους ανασταλτικούς παράγοντες για την πραγματοποίηση του ταξιδιού, καθώς αυξάνει το αίσθημα της ανασφάλειας (ΕΣΑμεΑ, 2022; INΣΕΤΕ, 2023).

Στην ίδια κατεύθυνση, το INΣΕΤΕ συνδέει άμεσα τον προσβάσιμο τουρισμό με την αξιόπιστη πληροφόρηση, τη συμπερίληψη και τη συνολική εμπειρία του επισκέπτη, ενώ η Εθνική Στρατηγική για τα Δικαιώματα των Ατόμων με Αναπηρία αντιμετωπίζει την ενημέρωση και την πρόσβαση σε υπηρεσίες ως βασικές προϋποθέσεις ίσης συμμετοχής (INΣΕΤΕ, 2023; Εθνική Αρχή Προσβασιμότητας, 2024). Ως εκ τούτου, η ουσιαστική προσβασιμότητα στα καταλύματα απαιτεί μια ολιστική προσέγγιση: ενιαίο σχεδιασμό χώρων, λειτουργική συνοχή υπηρεσιών, εκπαιδευμένο προσωπικό και αναλυτική, διαφανή ενημέρωση πριν από την άφιξη του επισκέπτη.

3.2.4 Δραστηριότητες και Αξιοθέατα (Μουσεία, Αρχαιολογικοί Χώροι, Φυσικές Τοποθεσίες)

Οι δραστηριότητες και τα αξιοθέατα αποτελούν βασικό στοιχείο της τουριστικής εμπειρίας και στον προσβάσιμο τουρισμό. Η ισότιμη συμμετοχή σε πολιτιστικές και φυσιολατρικές δράσεις συνδέεται με τη συμπερίληψη και την ποιότητα του τουριστικού προϊόντος. Στην ελληνική περίπτωση, η ενίσχυση της προσβασιμότητας αναγνωρίζεται ως μέρος της ευρύτερης στρατηγικής για έναν τουρισμό χωρίς αποκλεισμούς (INΣΕΤΕ, 2023).

Τα τελευταία χρόνια, στα μουσεία και στους αρχαιολογικούς χώρους έχουν γίνει παρεμβάσεις όπως διαμορφωμένες διαδρομές, χώροι θέασης και βελτιώσεις για εμποδιζόμενα άτομα. Ενδεικτικά, το Υπουργείο Πολιτισμού αναφέρει ότι στην Αρχαία Αγορά και τον Κεραμεικό αποκαθίσταται το δίκτυο διαδρομών με πρόβλεψη για ΑμεΑ και εμποδιζόμενα άτομα, ενώ και σε άλλες παρεμβάσεις, όπως στον Μόλυβο, έχουν δημιουργηθεί προσβάσιμες διαδρομές για όλους (Υπουργείο Πολιτισμού, 2025; Υπουργείο Πολιτισμού, 2023).

Παράλληλα, η προσβασιμότητα δεν περιορίζεται στη φυσική είσοδο σε έναν χώρο. Το ερωτηματολόγιο πιστοποίησης μουσείων του Υπουργείου Πολιτισμού περιλαμβάνει ως κριτήρια υπηρεσίες όπως ακουστική ξενάγηση, απτικά εκθέματα ή διαδρομές, έντυπο υλικό σε γραφή Braille, αισθητηριακό χάρτη και διαθεσιμότητα προσωπικού υποστήριξης. Αυτό δείχνει ότι η πολυαισθητηριακή προσέγγιση αντιμετωπίζεται πλέον ως ουσιαστικό στοιχείο της προσβασιμότητας, χωρίς όμως να σημαίνει ότι εφαρμόζεται με τον ίδιο τρόπο σε όλους τους πολιτιστικούς χώρους (Υπουργείο Πολιτισμού, 2025).

Στις φυσικές τοποθεσίες, και ιδιαίτερα στις παραλιακές περιοχές, το Υπουργείο Τουρισμού έχει χρηματοδοτήσει παρεμβάσεις για την βελτίωση της προσβασιμότητας στις ελληνικές παραλίες, γεγονός που αποτυπώνει μία πρόοδο αλλά και την ανάγκη περαιτέρω γεωγραφικής επέκτασης των παρεμβάσεων αυτών. Συνολικά, η προσβασιμότητα σε δραστηριότητες και αξιοθέατα στην Ελλάδα εμφανίζει βήματα προόδου, αλλά παραμένει άνιση, στοιχείο που αναδεικνύει την ανάγκη συστηματικότερου σχεδιασμού (ΙΝΣΕΤΕ, 2023, Εθνική Αρχή Προσβασιμότητας, 2024).

Κεφάλαιο 4. Μεθοδολογία της Έρευνας

4.1 Σκοπός της Έρευνας και Ερευνητικά Ερωτήματα

Η παρούσα μελέτη βασίστηκε σε ποσοτική μεθοδολογική προσέγγιση για τη συλλογή και ανάλυση δεδομένων, στοχεύοντας να εξετάσει την εμπειρία της διαμονής των ατόμων με αναπηρία ή/και των ατόμων με ανάγκες πρόσβασης σε ξενοδοχειακά καταλύματα στην Ελλάδα. Η μεθοδολογία σχεδιάστηκε με τρόπο που να εξασφαλίζει την επιστημονική εγκυρότητα, την αξιοπιστία των ευρημάτων, καθώς και την τήρηση των κανόνων ερευνητικής δεοντολογίας.

Συγκεκριμένα, η έρευνα διερευνά θέματα που συνδέονται με την προσβασιμότητα των ξενοδοχειακών υποδομών και υπηρεσιών. Η ποσοτική μεθοδολογία που επιλέχθηκε ήταν η πλέον κατάλληλη, καθώς δίνει την ευκαιρία να συλλεχθούν με συστηματικό τρόπο τα δεδομένα μέσα από ένα δομημένο ερωτηματολόγιο, να επεξεργαστούν στατιστικά οι απαντήσεις και να εξαχθούν αποτελέσματα που θα συγκρίνουν τις εμπειρίες των συμμετεχόντων. Χρησιμοποιώντας ποσοτικές μεταβλητές, ήταν εφικτό να αποτυπωθεί ο βαθμός αξιολόγησής τους αναφορικά με τις διάφορες διαστάσεις της προσβάσιμης φιλοξενίας.

Για την πληρέστερη επίτευξη του σκοπού της, η μελέτη δομείται θεωρητικά και μεθοδολογικά γύρω από την έννοια της «αλυσίδας προσβασιμότητας», προσεγγίζοντας την τουριστική εμπειρία ως ένα αδιάσπαστο συνεχές που ξεκινά από την αναζήτηση πληροφοριών, προχωρά στη βιωματική εμπειρία εντός του καταλύματος και καταλήγει στη μετα-αγοραστική συμπεριφορά (loyalty / e-WOM).

Με βάση αυτό το πλαίσιο και για την ορθή καθοδήγηση της στατιστικής ανάλυσης, η έρευνα οργανώθηκε γύρω από τέσσερα κεντρικά ερευνητικά ερωτήματα:

Ερευνητικό Ερώτημα 1: Ο πρώτος κρίκος της αλυσίδας (Πληροφόρηση & Κράτηση): Ποιες είναι οι πρωταρχικές πηγές άντλησης πληροφοριών για τα Άτομα με Αναπηρία και κατά πόσο η σαφήνεια, η αξιοπιστία της διαδικτυακής πληροφόρησης και η επικοινωνία πριν την άφιξη επηρεάζουν την τελική επιλογή του καταλύματος;

Ερευνητικό Ερώτημα 2: Ο φυσικός κρίκος της αλυσίδας (Υποδομές & Διαμονή): Σε ποιο βαθμό η λειτουργικότητα και η ασφάλεια των φυσικών υποδομών από την άφιξη και τους κοινόχρηστους χώρους έως τη διαρρύθμιση του δωματίου και του μπάνιου, καθορίζουν την αντιλαμβανόμενη ποιότητα και τη συνολική ικανοποίηση του επισκέπτη;

Ερευνητικό Ερώτημα 3: Ο ανθρώπινος κρίκος της αλυσίδας (Προσωπικό): Πώς η στάση του ανθρώπινου δυναμικού, με έμφαση στον σεβασμό, την ενσυναίσθηση και την επαρκή εκπαίδευση σε θέματα προσβασιμότητας, επιδρά στην τουριστική εμπειρία;

Ερευνητικό Ερώτημα 4: Μετα-αγοραστική Συμπεριφορά (Πιστότητα & e-WOM): Πώς η αντιλαμβανόμενη ποιότητα και η ικανοποίηση από τη διαμονή μεταφράζονται σε μελλοντική πιστότητα (loyalty) προς το ξενοδοχείο, και πώς διαμορφώνουν την πρόθεση των επισκεπτών για δημόσια διαδικτυακή σύσταση ή κριτική (online review);

4.2 Σχεδιασμός Ερωτηματολογίου

Στο πλαίσιο του συμπεριληπτικού τουρισμού (Tourism for All), η προσβασιμότητα δεν αντιμετωπίζεται πλέον ως ένα μεμονωμένο χαρακτηριστικό των κτιριακών εγκαταστάσεων αλλά ως μια δυναμική και πολυεπίπεδη διαδικασία, η οποία αποτυπώνεται διεθνώς μέσω της έννοιας της «Αλυσίδας Προσβασιμότητας», από την οποία διαρθρώθηκε η δομή των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου με την μορφή της πενταβάθμιας κλίμακας Likert (Buhalis & Darcy, 2011). Προκειμένου να εξασφαλιστεί η ισότιμη συμπερίληψη όλων των ερωτώμενων, ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου βασίστηκε στις αρχές της ευχρηστίας και της σαφήνειας, ώστε να διασφαλιστεί η δίκαιη και ισότιμη συμμετοχή του κάθε ατόμου.

4.3 Τεχνικές Δειγματοληψίας

Η συλλογή των δεδομένων έγινε με μη τυχαία δειγματοληψία ευκολίας (convenience sampling), καθώς ο υπό εξέταση πληθυσμός-στόχος, δηλαδή τα άτομα με αναπηρία που ταξιδεύουν, παρουσιάζει αντικειμενικές δυσκολίες εντοπισμού και προσέγγισης. Παρά τις περιορισμένες δυνατότητες γενίκευσης των αποτελεσμάτων, η συγκεκριμένη μέθοδος κατέστησε εφικτή την άντληση ενός χαρακτηριστικού δείγματος από τον πληθυσμό αναφοράς. Το δείγμα περιελάμβανε 140 συμμετέχοντες, οι οποίοι επιλέχθηκαν μέσω οργανώσεων ΑμεΑ και διαδικτυακών πλατφορμών.

4.4 Συλλογή Δεδομένων

Η συλλογή δεδομένων έγινε μέσω διαδικτύου. Το ερωτηματολόγιο διατέθηκε σε ηλεκτρονική μορφή μέσω ηλεκτρονικής αλληλογραφίας (email), των κοινωνικών δικτύων και μέσω ανάρτησης σε ηλεκτρονικές πλατφόρμες μελών των ατόμων ΑμεΑ. Η επιλογή της ηλεκτρονικής συλλογής δεδομένων προτιμήθηκε λόγω της δυνατότητας εύκολης διανομής και της μείωσης του κόστους. Συνολικά, έγιναν επαφές και το ερωτηματολόγιο προωθήθηκε στους κάτωθι φορείς και συλλογικότητες:

- Περιφερειακή Ομοσπονδία Ατόμων με Αναπηρία Δυτικής Ελλάδας & Νοτίων Ιονίων Νήσων (ΠΟΜΑμεΑ ΔΕ & ΝΙΝ)
- Εθνική Συνομοσπονδία Ατόμων με Αναπηρία Ε.Σ.Α.μεΑ Πατρών
- Κέντρο Δημιουργικής Απασχόλησης Ατόμων με Αναπηρία Δήμου Πατρέων
- [Ενιαίο Ειδικό Επαγγελματικό Γυμνάσιο Λύκειο Πατρών](#)
- Σύλλογος ΑμεΑ Ναυπακτίας και Δωρίδας «Η Αλκυόνη»
- ErgoSEN AMKE
- Διακοπές με παιδιά (δημόσια ομάδα στο facebook)
- Ομάδα υποστήριξης ΑμεΑ (δημόσια ομάδα στο facebook)
- Dis-Abled Travellers (δημόσια ομάδα στο facebook)
- The world is accessible (δημόσια ομάδα στο facebook)
- Disabled Accessible Travel (δημόσια ομάδα στο facebook)
- Accessible Travel Netherlands (δημόσια ομάδα στο facebook)

4.5 Ανάλυση Δεδομένων

Για την ποσοτική επεξεργασία και την ερμηνεία των δεδομένων που συγκεντρώθηκαν από τα 142 ερωτηματολόγια, εφαρμόστηκε η μέθοδος της Περιγραφικής Στατιστικής Ανάλυσης. Η επιλογή της συγκεκριμένης μεθόδου κρίθηκε ως η πλέον κατάλληλη για το αρχικό στάδιο της έρευνας, καθώς επιτρέπει τη συνοπτική και ουσιαστική οργάνωση, ομαδοποίηση και παρουσίαση του μεγάλου όγκου των πληροφοριών.

Για τη χαρτογράφηση του δημογραφικού και καταναλωτικού προφίλ του δείγματος (φύλο, ηλικιακή ομάδα, εθνικότητα, ιδιότητα, είδος αναπηρίας, κατηγορία καταλύματος) αξιοποιήθηκε η κατανομή συχνοτήτων. Συγκεκριμένα, υπολογίστηκαν οι Απόλυτες Συχνότητες για την καταμέτρηση των απαντήσεων ανά ερώτηση και τα Ποσοστά (%) για την αποτύπωση της αναλογικής συμμετοχής κάθε κατηγορίας επί του συνόλου.

Για τις ενότητες του ερωτηματολογίου που αφορούσαν την αξιολόγηση των επιμέρους κρίκων της Αλυσίδας Προσβασιμότητας (ψηφιακή πληροφόρηση, υποδομές άφιξης, λειτουργικότητα δωματίων/μπάνιων, συμπεριφορά προσωπικού, online κριτικές), χρησιμοποιήθηκαν ο Μέσος Όρος ως δείκτης κεντρικής τάσης, προκειμένου να αποτυπωθεί το γενικό επίπεδο ικανοποίησης συμμετεχόντων και η Τυπική Απόκλιση ως δείκτης διασποράς ώστε να διαπιστωθεί η ομοιογένεια ή η διαφοροποίηση των απόψεων εντός του δείγματος.

Κεφάλαιο 5. Ανάλυση αποτελεσμάτων ερωτηματολογίου

5.1 Δημογραφικά στοιχεία

Πίνακας 1 Διαμονή σε ξενοδοχειακό κατάλυμα της Ελλάδας

Έχετε διαμείνει σε ξενοδοχειακό κατάλυμα στην Ελλάδα κατά τους τελευταίους 24 μήνες;		
Επιλογή Απάντησης	Συχνότητα	Ποσοστό (%)
Ναι	140	98,6%
Όχι	2	1,4%
Σύνολο	142	100,0%

Ευρήματα: Η έρευνα ξεκίνησε εξετάζοντας αν οι συμμετέχοντες είχαν διαμείνει σε ξενοδοχειακό κατάλυμα στην Ελλάδα τους τελευταίους 24 μήνες. Η ανταπόκριση ήταν σχεδόν καθολική, καθώς το 98,6% απάντησε θετικά, επιβεβαιώνοντας ότι έχουν πολύ πρόσφατες εμπειρίες, αφήνοντας ένα ελάχιστο 1,4% που δεν είχε καμία εμπειρία διαμονής μέσα στους τελευταίους 24 μήνες και αποκλείστηκε αυτόματα από τη συνέχεια της συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου.

Πίνακας 2 Δημογραφικά στοιχεία, φύλο

Φύλο		
Επιλογή Απάντησης	Συχνότητα	Ποσοστό (%)
Γυναίκα	68	48,6%
Άνδρας	49	35,0%
Δεν επιθυμώ να απαντήσω	23	16,4%
Σύνολο	140	100,0%

Ευρήματα: Η κατανομή των συμμετεχόντων με βάση το φύλο, καταγράφει μια σαφέστατη υπεροχή του γυναικείου φύλου, το οποίο ανέρχεται σε ποσοστό 48,6%, έναντι του ανδρικού που διαμορφώνεται στο 35%. Επιπλέον, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι το 16,4% των συμμετεχόντων που απάντησαν στην ερώτηση του φύλου επέλεξε την απάντηση "Δεν επιθυμώ να απαντήσω". Η καταγραφή αυτή χρήζει ιδιαίτερης προσοχής καθώς το εύρημα αυτό υποδηλώνει ότι ένα σημαντικό τμήμα του δείγματος επέλεξε να συμμετάσχει ενεργά στην αξιολόγηση των υπηρεσιών, θεωρώντας το φύλο ως μια δευτερεύουσα ή μη σχετική πληροφορία για την αξιολόγηση της ξενοδοχειακής τους εμπειρίας (Buhalis et al., 2012).

Πίνακας 3 Δημογραφικά στοιχεία, εθνικότητα

Εθνικότητα		
Επιλογή Απάντησης	Συχνότητα	Ποσοστό (%)
Ελληνική	79	56,4%
Ευρωπαϊκή	43	30,7%
Άλλη	18	12,9%
Σύνολο	140	100,0%

Ευρήματα: Η

κατανομή του δείγματος δείχνει ότι περισσότεροι από τους μισούς συμμετέχοντες (56,4%) εκπροσωπούν τον εγχώριο ελληνικό τουρισμό. Το υπόλοιπο 43,6% αφορά τον εισερχόμενο διεθνή τουρισμό, με το 30,7% να έχει ευρωπαϊκή προέλευση και το 12,9% να ανήκει σε άλλες εθνικότητες. Αυτή η στατιστική ανάλυση αναδεικνύει μια σχετικά ισορροπημένη κατανομή μεταξύ του εγχώριου πληθυσμού και του εισερχόμενου διεθνούς τουρισμού.

Πίνακας 4 Δημογραφικά στοιχεία, ηλικιακή ομάδα

Ηλικιακή ομάδα		
Επιλογή Απάντησης	Συχνότητα	Ποσοστό (%)
30–44 ετών	52	37,1%
45–59 ετών	50	35,7%
60–74 ετών	24	17,1%
18–29 ετών	14	10,0%
Σύνολο	140	100,0%

Ευρήματα: Όσον αφορά την ηλικιακή διάρθρωση του δείγματος, προκύπτει ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων με ποσοστό 72,8% είναι άνθρωποι μεταξύ 30 και 59 ετών (37,1% οι ηλικίες 30–44 και 35,7% οι ηλικίες 45–59). Ακολουθούν οι ηλικίες 60–74 με 17,1% και οι νεότεροι 18–29 με 10%. Αυτό το εύρημα είναι πολύ σημαντικό, καθώς δείχνει ότι οι απαντήσεις προέρχονται από ένα ενεργό κοινό ταξιδιωτών, καταρρίπτοντας την αντίληψη ότι ο προσβάσιμος τουρισμός αφορά αποκλειστικά άτομα της τρίτης ηλικίας. Στη σύγχρονη βιβλιογραφία, δίνεται έμφαση στο ότι η αγορά των ταξιδιωτών με ανάγκες πρόσβασης χαρακτηρίζεται από έντονη ηλικιακή ανομοιογένεια, με τους οικονομικά αυτόνομους μεσήλικες να αποτελούν ένα ζωτικής σημασίας κομμάτι της αγοράς (Darcy & Dickson, 2009).

Πίνακας 5 Δημογραφικά στοιχεία, ιδιότητα συμμετέχοντα

Ιδιότητα συμμετέχοντα

Επιλογή Απάντησης Συχνότητα	Ποσοστό (%)	
Άτομο με αναπηρία	53	37,9%
Συνοδός / φροντιστής ατόμου με αναπηρία	48	34,3%
Άτομο με ανάγκες πρόσβασης	30	21,4%
Δεν επιθυμώ να απαντήσω	9	6,4%
Σύνολο	140	100,0%

Ευρήματα: Σχετικά με την ιδιότητα των ερωτώμενων, το 37,9% είναι άτομα με αναπηρία, το 34,3% συνοδοί/φροντιστές και το 21,4% άτομα με ανάγκες πρόσβασης, ενώ το 6,4% επέλεξε να μην απαντήσει. Για τη διερεύνηση της ικανοποίησης από τα ξενοδοχειακά καταλύματα, η κατανομή αυτή επιβεβαιώνει ότι η προσβασιμότητα αφορά μια διευρυμένη ομάδα ταξιδιωτών. Οι απαντήσεις δείχνουν τόσο τις εμπειρίες των ίδιων των ατόμων με αναπηρία (συνολικά 59,3%) όσο και των φροντιστών τους. Σύμφωνα με την μελέτη των Gladwell, Bedini, Byrd, και Cardenas (2010), οι συνοδοί και τα μέλη της οικογένειας των ταξιδιωτών με αναπηρία δεν λειτουργούν ως απλοί παρατηρητές, αλλά έρχονται αντιμέτωποι με τους ίδιους ακριβώς περιορισμούς, γεγονός που επιτρέπει την αποτύπωση διαφορετικών οπτικών σχετικά με την εμπειρία διαμονής στα ξενοδοχειακά καταλύματα.

Πίνακας 6 Είδος αναπηρίας ή ανάγκες πρόσβασης (για τους συνοδούς/φροντιστές αφορά το άτομο που συνοδεύουν/φροντίζουν)

Είδος αναπηρίας ή ανάγκης πρόσβασης (για τους συνοδούς/φροντιστές αφορά το άτομο που συνοδεύουν/φροντίζουν)		
Είδος Αναπηρίας / Ανάγκης Πρόσβασης	Συχνότητα	Ποσοστό (%)
Κινητική	50	35,2%
Χρόνια πάθηση / κατάσταση υγείας	36	25,4%
Αισθητηριακή	36	25,4%
Νοητική / γνωστική	18	14,0%
Σύνολο	140	100,0%

Ευρήματα: Αναλύοντας το είδος αναπηρίας των συμμετεχόντων του υπό εξέταση δείγματος, το 35,2% αντιμετωπίζει κινητικές δυσκολίες, εύρημα που εξηγεί γιατί η φυσική προσβασιμότητα όπως ράμπες και ανελκυστήρες είναι πρωταρχικής σημασίας. Παράλληλα, το υπόλοιπο του δείγματος κατανέμεται σε άτομα με χρόνιες παθήσεις (25,4%), αισθητηριακές (25,4%) και νοητικές/γνωστικές αναπηρίες (14%). Το εύρημα αυτό είναι εξαιρετικά κρίσιμο

για τη μελέτη, καθώς αναδεικνύει ότι η έννοια της προσβασιμότητας στα ελληνικά ξενοδοχειακά καταλύματα δεν πρέπει να περιορίζεται μόνο στα τεχνικά εμπόδια, αλλά οφείλει να περιλαμβάνει και τις ανάγκες των ατόμων με λιγότερο "εμφανής" αναπηρίες (Zientara, 2026).

5.2 Στοιχεία ταξιδιού και διαμονής

Πίνακας 7 Στοιχεία ταξιδιού, χρονικό διάστημα από την τελευταία διαμονή σε ξενοδοχειακό κατάλυμα στην Ελλάδα

Πόσο πρόσφατη ήταν η τελευταία σας διαμονή;		
Επιλογή Απάντησης	Συχνότητα	Ποσοστό (%)
Πριν από 12–24 μήνες	56	40,0%
Κατά τους τελευταίους 6 μήνες	42	30,0%
Πριν από 6–12 μήνες	34	24,3%
Δεν γνωρίζω	8	5,7%
Σύνολο	140	100,0%

Ευρήματα: Όπως αποτυπώνεται από τα παραπάνω γραφήματα, σχεδόν όλοι οι συμμετέχοντες διαθέτουν εμπειρία διαμονής σε ξενοδοχειακό κατάλυμα στην Ελλάδα κατά τους τελευταίους 24 μήνες, γεγονός που καθιστά τις απαντήσεις περισσότερο αξιόπιστες, καθώς βασίζονται σε πραγματική και πρόσφατη εμπειρία. Από τα παραπάνω προκύπτει ότι το 54,3 % των ερωτώμενων (30% τους τελευταίους 6 μήνες και 24,3% το τελευταίο έτος) πραγματοποίησε το ταξίδι του πολύ πρόσφατα, ενώ το 40% ταξίδεψε μέσα στην προηγούμενη διετία. Για τη μελέτη, τα ευρήματα αυτά είναι καθοριστικά καθώς διασφαλίζουν ότι οι αξιολογήσεις τους για την ποιότητα των υποδομών και της εξυπηρέτησης και ανταποκρίνονται στην τρέχουσα κατάσταση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Πίνακας 8 Στοιχεία ταξιδιού, Κατηγορία Ξενοδοχειακού Καταλύματος στην Ελλάδα

Κατηγορία καταλύματος		
Επιλογή Απάντησης	Συχνότητα	Ποσοστό (%)
4–5 αστέρια	46	32,9%

1–3 αστέρια	41	29,3%
Ενοικιαζόμενα δωμάτια / άλλη κατηγορία	37	26,4%
Οργανωμένες Τουριστικές Κατασκηνώσεις (Camping)	12	8,6%
Δεν γνωρίζω	4	2,8%
Σύνολο	140	100,0%

Ευρήματα: Εξετάζοντας τον τύπο του καταλύματος όπου διέμειναν οι ερωτώμενοι, το 32,9% επέλεξε ξενοδοχεία 4-5 αστέρων, τα οποία συνήθως διαθέτουν τους πόρους για καλύτερες υποδομές και καταρτισμένο προσωπικό. Ωστόσο, μια σημαντική μερίδα του δείγματος (55,7% συνολικά) διέμεινε σε καταλύματα 1-3 αστέρων (29,3%) και ενοικιαζόμενα δωμάτια (26,4%), όπου τα δομικά εμπόδια στην Ελλάδα παραμένουν έντονα (ΕΣΑμεΑ.,2021). Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει επίσης το γεγονός ότι το 8,6% του δείγματος επέλεξε για τη διαμονή του οργανωμένες τουριστικές κατασκηνώσεις (Camping). Όλα τα παραπάνω μας δείχνουν ότι οι αξιολογήσεις που ακολουθούν στην έρευνα αντιπροσωπεύουν την πραγματική κατάσταση της χώρας τόσο των μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων όσο και των μικρότερων ξενοδοχειακών καταλυμάτων.

Πίνακας 9 Στοιχεία ταξιδιού, συνοδός κατά το ταξίδι

Ταξιδέψατε με συνοδό ή βοηθό;		
Επιλογή Απάντησης	Συχνότητα	Ποσοστό (%)
Ναι, ορισμένες φορές	55	39,3%
Ναι, πάντα	53	37,9%
Όχι	32	22,8%
Σύνολο	140	100%

Ευρήματα: Σχετικά με την παρουσία συνοδού κατά τη διάρκεια του ταξιδιού, η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτώμενων (77,2%) επιλέγει να μην ταξιδεύει μεμονωμένα. Πιο αναλυτικά, το 39,3% δήλωσε ότι ταξιδεύει με συνοδό ή βοηθό "ορισμένες φορές", ενώ το 37,9% «πάντα». Αντίθετα, μόλις το 22,8% του δείγματος πραγματοποιεί τα ταξίδια του εντελώς αυτόνομα, χωρίς κάποια βοήθεια. Τα ευρήματα αυτά επιβεβαιώνουν ότι η τουριστική εμπειρία για

τα ΑμεΑ στην Ελλάδα είναι κατά βάση μια κοινή βιωματική εμπειρία (Gladwell, Bedini, Byrd, & Cardenas, 2010).

5.3 Πηγές άντλησης πληροφοριών πριν τη κράτηση

Πίνακας 10 Πηγές άντλησης πληροφοριών πριν την κράτηση

Πηγές άντλησης πληροφόρησης (δυνατότητα επιλογής έως τρεις απαντήσεις)		
Επιλογή	Συχνότητα	Ποσοστό (%)
Πλατφόρμες κρατήσεων	98	25,1%
Ιστοσελίδα του ξενοδοχείου	87	22,3%
Google / διαδικτυακή αναζήτηση	75	19,2%
Διαδικτυακές κριτικές άλλων επισκεπτών	68	17,4%
Σύλλογοι / φορείς ΑμεΑ	29	7,4%
Σύσταση από φίλους / γνωστούς	22	5,6%
Μέσα κοινωνικής δικτύωσης του ξενοδοχείου	12	3,0%
Σύνολο	391	100,0%

Ευρήματα: Αναλύοντας τις πηγές άντλησης πληροφόρησης των συμμετεχόντων, γίνεται σαφές ότι το διαδίκτυο αποτελεί βασικό εργαλείο στον προγραμματισμό του ταξιδιού. Οι πλατφόρμες κρατήσεων (π.χ. Booking) βρίσκονται στην πρώτη θέση με 25,1%, ακολουθούμενες από την ιστοσελίδα του ξενοδοχείου με 22,3%, ενώ η γενική διαδικτυακή αναζήτηση στη Google συγκεντρώνει 19,2%. Ακολουθούν οι διαδικτυακές κριτικές άλλων επισκεπτών με 17,4%, οι σύλλογοι/φορείς ΑμεΑ με 7,4%, ενώ οι συστάσεις από φίλους (5,6%) και τα social media των καταλυμάτων (3,0%) καταγράφουν χαμηλότερα ποσοστά. Τα παραπάνω ευρήματα επισημαίνουν την σχεδόν αποκλειστικά ψηφιακή αναζήτηση των ερωτώμενων για τα ξενοδοχειακά καταλύματα.

Πίνακας 11 Πηγές άντλησης πληροφοριών, αξιόπιστες πηγές

Πιο αξιόπιστη πηγή πληροφόρησης		
Επιλογή Απάντησης	Συχνότητα	Ποσοστό (%)
Σύλλογοι / φορείς ΑμεΑ	46	32,9%
Διαδικτυακές κριτικές	29	20,7%
Πλατφόρμες κρατήσεων	20	14,3%
Ιστοσελίδα του ξενοδοχειακού καταλύματος	19	13,6%
Άμεση επικοινωνία με το ξενοδοχείο	14	10,0%
Σύσταση από άλλους ταξιδιώτες	12	8,5%
Σύνολο	140	100,0%

Ευρήματα: Εξετάζοντας τον βαθμό αξιοπιστίας των πηγών, προκύπτει μια εξαιρετικά ενδιαφέρουσα αντίφαση σε σχέση με τους τρόπους αναζήτησης. Ενώ οι πλατφόρμες κρατήσεων και οι ιστοσελίδες χρησιμοποιούνται συχνότερα για την εύρεση καταλύματος, οι σύλλογοι/φορείς ΑμεΑ με ποσοστό 32,9% και οι διαδικτυακές κριτικές με 20,7% θεωρούνται οι μόνες πραγματικά αξιόπιστες πηγές. Για τη μελέτη της προσβασιμότητας, αυτό το εύρημα αποκαλύπτει μια έλλειψη αξιοπιστίας προς τις τουριστικές επιχειρήσεις, καθώς οι επίσημες ιστοσελίδες των ξενοδοχείων κρίνονται αξιόπιστες μόλις από το 13,6%. Οι ταξιδιώτες ΑμεΑ, γνωρίζοντας ότι η έννοια της προσβασιμότητας συχνά παρερμηνεύεται από τους ξενοδόχους, επιλέγουν να εμπιστευτούν τελικά εξωτερικούς, αντικειμενικούς φορείς και βιωματικές κριτικές άλλων ατόμων με αναπηρία για να διασταυρώσουν την πραγματική κατάσταση των υποδομών (Darcy & Dickson, 2009).

Πίνακας 12 Πηγές άντλησης πληροφοριών, επικοινωνία πριν τη κράτηση

Πριν από την κράτηση, επικοινωνήσατε με το ξενοδοχειακό κατάλυμα για διευκρινίσεις σχετικά με την προσβασιμότητα;		
Επιλογή Απάντησης	Συχνότητα	Ποσοστό (%)
Ναι, τηλεφωνικά	50	35,7%
Ναι, μέσω email / chat	46	32,9%

Όχι	27	19,3%
Ναι, με περισσότερους από έναν τρόπους	17	12,1%
Σύνολο	140	100,0%

Ευρήματα: Αναλύοντας τις απαντήσεις των συμμετεχόντων σχετικά με την επικοινωνία πριν τη κράτηση, προκύπτει ότι η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος (80,7% συνολικά) αισθάνθηκε την ανάγκη να επικοινωνήσει με το κατάλυμα πριν την οριστικοποίηση της κράτησης του. Συγκεκριμένα, το 35,7% επικοινωνήσε τηλεφωνικά, το 32,9% γραπτώς (μέσω email/chat), ενώ το 12,1% χρησιμοποίησε περισσότερους από έναν τρόπους. Αντίθετα, μόλις το 19,3% των ερωτώμενων προχώρησε σε κράτηση χωρίς να επικοινωνήσει πριν από αυτήν.

Πίνακας 13 Πηγές άντλησης πληροφοριών, πηγή που επηρέασε την τελική επιλογή του ξενοδοχειακού καταλύματος

Ποιος παράγοντας επηρέασε περισσότερο την τελική επιλογή του ξενοδοχειακού καταλύματος;		
Επιλογή Απάντησης	Συχνότητα	Ποσοστό (%)
Οι πληροφορίες στην ιστοσελίδα	42	30,0%
Οι διαδικτυακές κριτικές	32	22,8%
Οι φωτογραφίες / περιγραφές των χώρων	26	18,6%
Η άμεση επικοινωνία με το ξενοδοχείο	21	15,0%
Η σύσταση από άλλους	19	13,6%
Σύνολο	140	100,0%

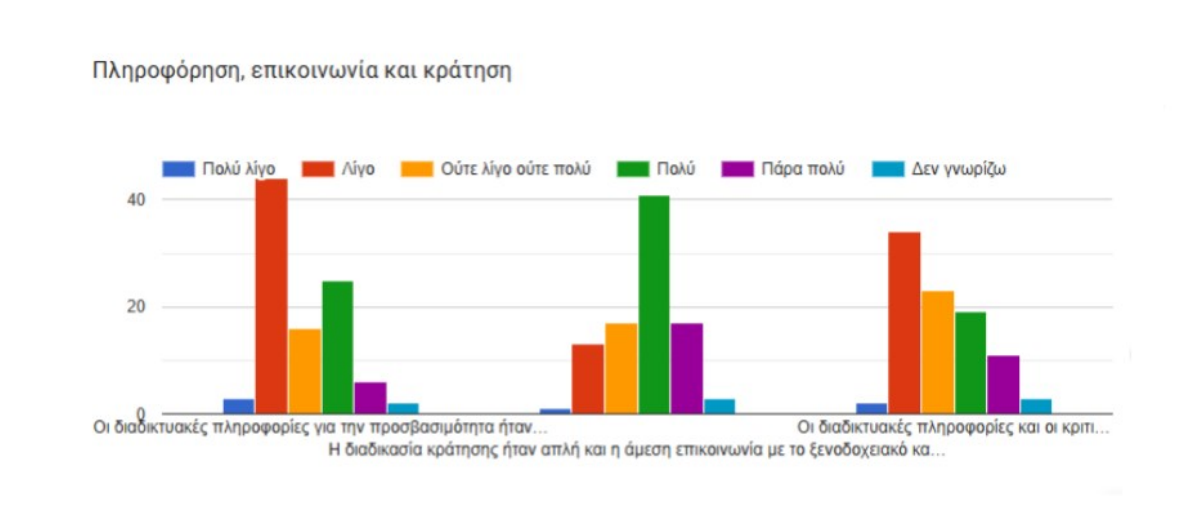
Ευρήματα: Ως προς τους παράγοντες που επηρέασαν περισσότερο την τελική επιλογή ξενοδοχείου, τα γραφήματα δείχνουν ότι οι συμμετέχοντες στρέφονται ξεκάθαρα στο διαδίκτυο για να ενημερωθούν. Πιο αναλυτικά, οι πληροφορίες που παρέχονται στην επίσημη ιστοσελίδα του ξενοδοχείου αποτέλεσαν την κυριότερη πηγή για το 30% του δείγματος, γεγονός που αποδεικνύει ότι το site του ξενοδοχειακού καταλύματος αποτελεί σημαντικό εργαλείο των ατόμων ΑμεΑ.

Στη δεύτερη θέση ακολουθούν οι διαδικτυακές κριτικές με ποσοστό 22,8%, δείχνοντας ότι σχεδόν ένας στους τέσσερις ερωτώμενους βασίζεται στην πραγματική εμπειρία προηγούμενων επισκεπτών πριν την επιλογή του καταλύματος.

Παράλληλα, οι φωτογραφίες και οι λεπτομερείς περιγραφές των χώρων καθόρισαν την τελική απόφαση για το 18,6% των συμμετεχόντων, ενώ η άμεση επικοινωνία με το ξενοδοχείο και οι προσωπικές συστάσεις από φίλους ή γνωστούς συγκέντρωσαν παρόμοια ποσοστά, με 15,0% και 13,6% αντίστοιχα. Τα δεδομένα αυτά αποτυπώνουν το πώς οι ταξιδιώτες με ανάγκες πρόσβασης καθώς και οι φροντιστές τους λαμβάνουν την τελική επιλογή, με κύριο στόχο να περιορίσουν κάθε πιθανό ρίσκο (Eichhorn & Buhalis, 2023).

5.4 Αξιολόγηση προσβασιμότητας και υπηρεσιών ξενοδοχειακού καταλύματος

Γράφημα 1 Πληροφόρηση, επικοινωνία και κράτηση 1,α 1,β 1,γ

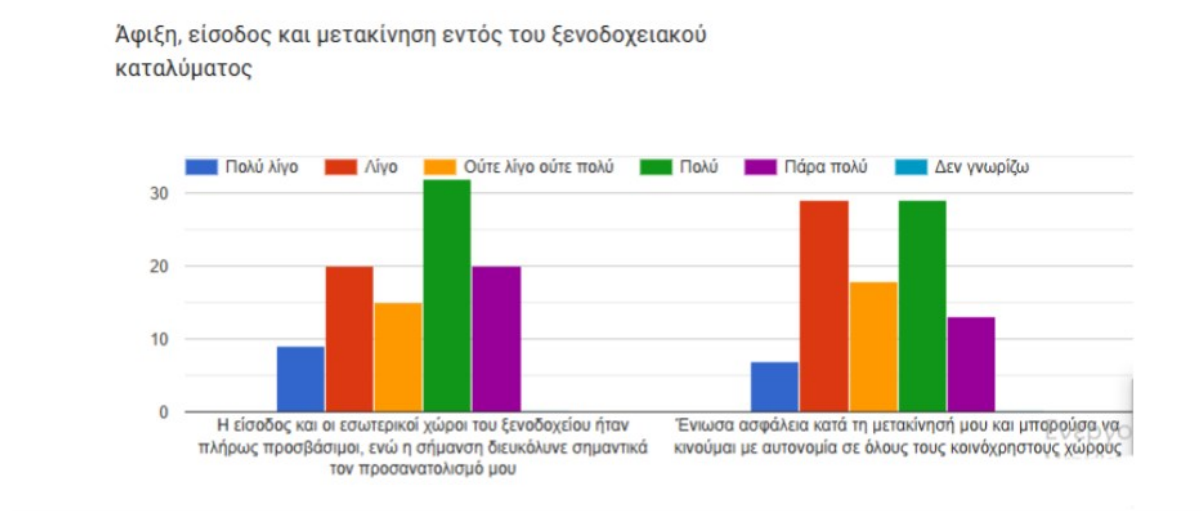


Ευρήματα γραφήματος (1, α): Αναφορικά με την αξιολόγηση του βαθμού στον οποίο οι διαδικτυακές πληροφορίες για την προσβασιμότητα ήταν σαφείς, πλήρεις και ανταποκρίνονταν στην πραγματική κατάσταση των υποδομών, τα ευρήματα δείχνουν μια σαφή τάση προς τις χαμηλές βαθμίδες της κλίμακας. Πιο συγκεκριμένα, η πλειοψηφία του δείγματος εξέφρασε έντονη επιφυλακτικότητα, καθώς το 45,8% δήλωσε «Λίγο» και το 3,2% «Πολύ λίγο», διαμορφώνοντας ένα συνολικό ποσοστό χαμηλής ανταπόκρισης της τάξεως του 48,8%. Αντιθέτως, οι υψηλές βαθμίδες συγκέντρωσαν αθροιστικά το 32%, με το 26% των ερωτώμενων να απαντά «Πολύ» και μόλις το 6% «Πάρα πολύ», ενώ το 16,7% υιοθέτησε μια ενδιάμεση στάση επιλέγοντας «ούτε λίγο ούτε πολύ» και το 2,1% δεν απάντησε. Η τάση αυτή επιβεβαιώνεται στατιστικά και από τη Μέση Τιμή 2,86, επιβεβαιώνοντας ότι η online πληροφόρηση στην Ελλάδα κρίνεται ως ελλιπής, ενώ η Τυπική Απόκλιση 1,05 υποδηλώνει ικανοποιητικό βαθμό ομοιογένειας, με τις τιμές να συμπίπτουν κυρίως γύρω από τις χαμηλές βαθμίδες.

Ευρήματα γραφήματος (1, β): Σχετικά με την απλότητα της διαδικασίας της κράτησης και την αποτελεσματική επικοινωνία με το κατάλυμα πριν την άφιξη, τα ευρήματα καταγράφουν μια ισχυρή θετική τάση. Πιο συγκεκριμένα, η πλειοψηφία του δείγματος απάντησε θετικά, με το 44,6% να δηλώνει «Πολύ» και το 18,5% «Πάρα πολύ», διαμορφώνοντας έτσι ένα υψηλό συνολικό ποσοστό θετικής αξιολόγησης της τάξεως του 63,1%. Από την άλλη, οι χαμηλές βαθμίδες της κλίμακας συγκέντρωσαν χαμηλά ποσοστά, καθώς μόλις το 14,1% των ερωτώμενων απάντησε «Πολύ λίγο» και το 1,1% «Λίγο» (σύνολο 15,2%), ενώ το 18,5% υιοθέτησε μια ενδιάμεση στάση επιλέγοντας «Μέτρια» και ένα 3,3% επέλεξε το «Δεν γνωρίζω». Η σαφής αυτή στροφή προς τις θετικές αξιολογήσεις επιβεβαιώνεται στατιστικά από τη Μέση Τιμή 3,67, η οποία υπερβαίνει αισθητά το θεωρητικό ουδέτερο μέσο όρο (3) της πενταβάθμιας κλίμακας, ενώ η Τυπική Απόκλιση 0,99 υποδηλώνει ικανοποιητική ομοιογένεια, με τις απαντήσεις να συσπειρώνονται με σαφήνεια γύρω από τις υψηλές βαθμίδες. Τα συγκεκριμένα ευρήματα είναι ιδιαίτερα βαρύνουσας σημασίας, καθώς αποτελούν την απάντηση στο έλλειμμα ψηφιακής πληροφόρησης που εντοπίστηκε σε προηγούμενες ερωτήσεις. Ενώ οι ταξιδιώτες ΑμεΑ δηλώνουν σε μεγάλο βαθμό δυσαρεστημένοι από την ασάφεια και την ανακρίβεια των online πληροφοριών των ελληνικών ξενοδοχείων, η άμεση και προσωπική επικοινωνία έρχεται να αποκαταστήσει την ισορροπία.

Ευρήματα γραφήματος (1, γ): Όσον αφορά τη διερεύνηση του βαθμού στον οποίο οι διαδικτυακές πληροφορίες και οι κριτικές άλλων επισκεπτών σχετικά με την προσβασιμότητα επηρέασαν καθοριστικά την τελική απόφαση των συμμετεχόντων, τα αποτελέσματα αποκαλύπτουν έναν σαφή διαχωρισμό και μια σχετικά ισορροπημένη διασπορά των απόψεων του δείγματος. Ειδικότερα, η μεγαλύτερη συγκέντρωση παρατηρείται στις χαμηλές βαθμίδες της κλίμακας, με το 37,0% να δηλώνει «Πολύ λίγο» και το 2,2% «Λίγο», διαμορφώνοντας ένα αθροιστικό ποσοστό μικρής επιρροής της τάξεως του 39,2%. Αντίθετα, οι θετικές απαντήσεις συγκέντρωσαν αθροιστικά το 32,7%, με το 20,7% των ερωτώμενων να απαντά «Πολύ» και το 12,0% «Πάρα πολύ», ενώ το 25,0% του δείγματος υιοθέτησε ουδέτερη στάση επιλέγοντας «Ούτε λίγο ούτε πολύ» και το 3,3% να μην γνωρίζει. Η τάση αυτή αποτυπώνεται στη Μέση Τιμή 3.03, η οποία ταυτίζεται σχεδόν απόλυτα με το θεωρητικό ουδέτερο μέσο όρο 3 της πενταβάθμιας κλίμακας Likert, δείχνοντας ότι η επίδραση των online κριτικών δεν είναι η ίδια για όλους. Παράλληλα, η υψηλή τιμή της Τυπικής Απόκλισης 1.09 επιβεβαιώνει τη σημαντική ανομοιογένεια, δείχνοντας ότι οι ερωτώμενοι χωρίζονται σε διαφορετικές κατηγορίες καταναλωτών. Τα παραπάνω ευρήματα συνδέονται άμεσα με το γεγονός ότι οι μεγάλες πλατφόρμες, όπως το Booking και το TripAdvisor, στερούνται εξειδικευμένων φίλτρων αναζήτησης για ΑμεΑ, την ώρα που ο μέσος τουρίστας σχολιάζει αποκλειστικά γενικές παροχές, όπως η καθαριότητα ή η θέα, με αποτέλεσμα οι online κριτικές να μην δίνουν ουσιαστική πληροφορία για τις τεχνικές λεπτομέρειες της προσβασιμότητας.

Γράφημα 2 Αφιξη, είσοδος και μετακίνηση εντός του ξενοδοχείου 2,α,β

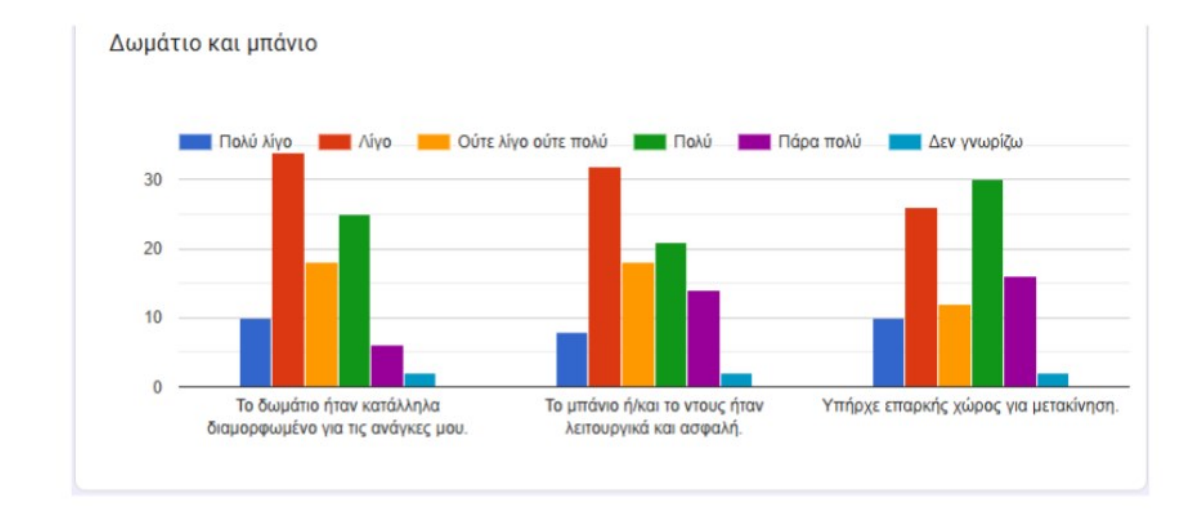


Ευρήματα (2, α): Σχετικά με το αν η είσοδος και οι εσωτερικοί χώροι των ξενοδοχειακών καταλυμάτων ήταν πλήρως προσβάσιμοι και αν οι ταμπέλες βοηθούσαν στον προσανατολισμό, ενώ η σήμανση διευκόλυνε σημαντικά τον προσανατολισμό, τα ευρήματα αποτυπώνουν μια συγκρατημένα θετική τάση, αλλά εντοπίζεται ένας έντονος διχασμός ανάμεσα στους συμμετέχοντες. Πιο συγκεκριμένα, η πλειοψηφία του δείγματος αξιολόγησε θετικά τις φυσικές υποδομές των καταλυμάτων, με το 33,3% να δηλώνει «Πολύ» και το 20,8% «Πάρα πολύ», διαμορφώνοντας ένα συνολικό ποσοστό ικανοποίησης της τάξεως του 54,1%. Από την άλλη πλευρά, ένα σημαντικό κομμάτι του δείγματος εξέφρασε αρνητική άποψη, καθώς το 20,8% απάντησε «Πολύ λίγο» και το 9,4% «Λίγο», συγκεντρώνοντας ένα συνολικό ποσοστό αρνητικών απόψεων για την προσβασιμότητα, της τάξεως του 30,2%, ενώ το 15,6% τήρησε ουδέτερη στάση επιλέγοντας τη βαθμίδα «Ούτε λίγο ούτε πολύ». Η γενική αυτή τάση αποτυπώνεται στη Μέση Τιμή 3,35, η οποία υπερβαίνει ελαφρώς τον θεωρητικό μέσο όρο (3) της πενταβάθμιας κλίμακας, επιβεβαιώνοντας ότι σε γενικές γραμμές οι υποδομές κρίνονται άνω του μετρίου. Ωστόσο, η υψηλή τιμή της Τυπικής Απόκλισης 1,28 μαρτυρά έντονη ανομοιογένεια και μεγάλη διασπορά στις εμπειρίες των ερωτώμενων, δείχνοντας ότι οι συνθήκες που αντιμετώπισαν διέφεραν κατά πολύ από κατάλυμα σε κατάλυμα. Η ερμηνεία των παραπάνω αποτελεσμάτων είναι εξαιρετικά κομβική, καθώς φέρνει στην επιφάνεια το μεγαλύτερο ίσως πρόβλημα των ελληνικών ξενοδοχείων, την έλλειψη κοινών κανόνων και τυποποίησης (INSETE, 2023).

Ευρήματα (2, β): Αναφορικά με τη διερεύνηση του βαθμού στον οποίο οι συμμετέχοντες ένιωσαν ασφάλεια κατά τη μετακίνησή τους και είχαν τη δυνατότητα να κινούνται με αυτονομία σε όλους τους κοινόχρηστους χώρους του ξενοδοχείου, τα αποτελέσματα παρουσιάζουν μια έντονα μοιρασμένη εικόνα με τις θετικές γνώμες να υπερέχουν ελάχιστα.

Συγκεκριμένα, η θετική αξιολόγηση συγκέντρωσε συνολικά το 43,7%, με το 30,2% των ερωτώμενων να απαντά «Πολύ» και το 13,5% «Πάρα πολύ». Αντιθέτως, ένα σχεδόν ισοδύναμο τμήμα του δείγματος είχε αρνητική εμπειρία, καθώς το 30,2% δήλωσε «Πολύ λίγο» και το 7,3% «Λίγο», διαμορφώνοντας ένα συνολικό ποσοστό περιορισμένης αυτονομίας της τάξεως του 37,5%, ενώ το 18,8% τήρησε ουδέτερη στάση επιλέγοντας τη βαθμίδα «Ούτε λίγο ούτε πολύ». Η ισορροπημένη αυτή κατανομή αντικατοπτρίζεται από την Μέση Τιμή 3,12, υποδηλώνοντας μια μετριοπάθεια των σχετικών απαντήσεων. Ωστόσο, η υψηλή τιμή της Τυπικής Απόκλισης 1,20 επιβεβαιώνει τη σημαντική διασπορά και την έλλειψη ομοιογένειας στις απαντήσεις, γεγονός που δείχνει ότι οι εμπειρίες των ταξιδιωτών ΑμεΑ διέφεραν ριζικά ανάλογα με το ξενοδοχειακό κατάλυμα στο οποίο διέμεναν. Ερμηνεύοντας τα συγκεκριμένα ευρήματα αγγίζει την ουσία του προσβάσιμου τουρισμού, δηλαδή στην διασφάλιση μιας ενιαίας αλυσίδας προσβασιμότητας (accessibility chain) σε όλο το εύρος της τουριστικής εμπειρίας (AccessibleEU, χ.χ.).

Γράφημα 3 Δωμάτιο και μπάνιο 3,α 3,β 3,γ



Ευρήματα (3,α) : Ως προς την αξιολόγηση των δωματίων διαμονής για το αν ήταν κατάλληλα διαμορφωμένα για τις ανάγκες των συμμετεχόντων, τα ευρήματα καταγράφουν μια σαφώς αρνητική τάση, βγάζοντας στην επιφάνεια σοβαρές ελλείψεις στις εξειδικευμένες υποδομές των ελληνικών ξενοδοχείων. Ειδικότερα, περισσότεροι από τους μισούς ερωτώμενους εξέφρασαν αρνητική άποψη σχετικά με τη διαμόρφωση του δωματίου, με το 41,1% να δηλώνει «Πολύ λίγο» και το 10,5% «Λίγο», διαμορφώνοντας ένα υψηλό συνολικό ποσοστό αρνητικής αποτίμησης της τάξεως του 51,6%. Από την άλλη πλευρά, οι θετικές αξιολογήσεις κινήθηκαν σε πολύ χαμηλότερα επίπεδα, καθώς μόλις το 21,1% του δείγματος απάντησε «Πολύ» και το 6,3% «Πάρα πολύ» (συνολικά 27,4%), ενώ το 18,9% είχε μια ουδέτερη στάση επιλέγοντας «Ούτε λίγο ούτε πολύ» και ένα 2,1% που επέλεξε το «Δεν γνωρίζω». Αυτή η ξεκάθαρη στροφή προς τις αρνητικές απαντήσεις φαίνεται καθαρά και από τη Μέση Τιμή 2,71 από την οποία επιβεβαιώνεται ότι η προσβασιμότητα των δωματίων αποτελεί το πιο προβληματικό σημείο της διαμονής. Παράλληλα, η Τυπική Απόκλιση 1,12 υποδηλώνει ότι, παρά τη δεδομένη διασπορά που προκύπτει από τις διαφορετικές προδιαγραφές κάθε καταλύματος, υπάρχει η

κοινή διαπίστωση της ανεπάρκειας των παρεχόμενων διευκολύνσεων. Τα ευρήματα αυτά είναι ιδιαίτερα κρίσιμα καθώς τα δωμάτια αποτελούν τον πυρήνα της ξενοδοχειακής εμπειρίας. Οι χαμηλές αξιολογήσεις των ερωτώμενων δείχνουν την επιφανειακή συμμόρφωση των ελληνικών ξενοδοχείων στη νομοθεσία με βάση τις αρχές του Καθολικού Σχεδιασμού (Εθνική Αρχή Προσβασιμότητας, 2024).

Ευρήματα (3,β): Την ίδια στιγμή, η αξιολόγηση του μπάνιου ή/και του ντους του ξενοδοχειακού καταλύματος για το αν ήταν λειτουργικά και ασφαλή, τα ευρήματα υπογραμμίζουν εκ νέου μια σαφή αρνητική τάση, επιβεβαιώνοντας ότι οι χώροι υγιεινής αποτελούν ένα από τα μεγαλύτερα ελλείμματα στην εμπειρία διαμονής των ατόμων με ανάγκες πρόσβασης. Ειδικότερα, το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος εξέφρασε έντονο προβληματισμό, με το 36,8% να δηλώνει «Πολύ λίγο» και το 8,4% «Λίγο», διαμορφώνοντας ένα υψηλό συνολικό ποσοστό δυσαρεστημένων επισκεπτών της τάξεως του 45,2%. Αντίθετα, οι θετικές αξιολογήσεις έπεσαν στο 33,7% στο σύνολο, με το 21,1% των ερωτώμενων να απαντά «Πολύ» και το 12,6% «Πάρα πολύ», ενώ το 18,9% τήρησε ουδέτερη στάση επιλέγοντας τη βαθμίδα «Ούτε πολύ ούτε λίγο» και ένα 2,1% δεν εξέφρασε κάποια άποψη. Η τάση αυτή φαίνεται καθαρά στη Μέση Τιμή 2,92, πιστοποιώντας τις βασικές ελλείψεις στους συγκεκριμένους χώρους. Παράλληλα, η υψηλή τιμή της Τυπικής Απόκλισης 1,21 φανερώνει έντονη ανομοιογένεια, γεγονός που υποδηλώνει την διαφοροποίηση των προδιαγραφών των χώρων υγιεινής από κατάλυμα σε κατάλυμα. Η ασυνέπεια των χώρων αυτών δημιουργεί το αίσθημα της έντονης αβεβαιότητας των ατόμων με αναπηρία την υποβάθμιση του τουριστικού προϊόντος (Michopoulou & Buhalis, 2013).

Ευρήματα (3, γ): Οι γνώμες των συμμετεχόντων εμφανίζονται αρκετά χωρισμένες, σχετικά με το αν ο χώρος μετακίνησης ήταν αρκετός, αποτυπώνοντας μια μοιρασμένη εικόνα, με μια ελαφρώς αρνητική όμως τάση στο σύνολό της. Οι γνώμες των συμμετεχόντων εμφανίζονται αρκετά χωρισμένες με την μεγαλύτερη ομάδα, που αντιστοιχεί στο 30,2%, να επιλέγει το «Πολύ λίγο», ενώ ένα επιπλέον 10,4% δήλωσε απόλυτη δυσαρέσκεια επιλέγοντας τον βαθμό «Λίγο». Αυτό σημαίνει ότι το 40,6% των ερωτηθέντων αντιμετώπισε πρόβλημα στενότητας των χώρων. Αντιθέτως, βέβαια, υπήρξε και μια εξίσου δυνατή ομάδα συμμετεχόντων που έμειναν ικανοποιημένοι. Συγκεκριμένα, το 29,2% βαθμολόγησε την εμπειρία του με «Πολύ» και το 15,6% με «Πάρα πολύ». Στην απάντηση του «Ούτε λίγο ούτε πολύ», στάθηκε το 12,5% του δείγματος, ενώ οι ακραίες τιμές απόλυτης ικανοποίησης ή διαφωνίας κινήθηκαν σε πολύ χαμηλά επίπεδα, αγγίζοντας μόλις το 2,1%.

Γράφημα 4 Άυλες υπηρεσίες ξενοδοχειακού καταλύματος 4,α 4,β 4,γ



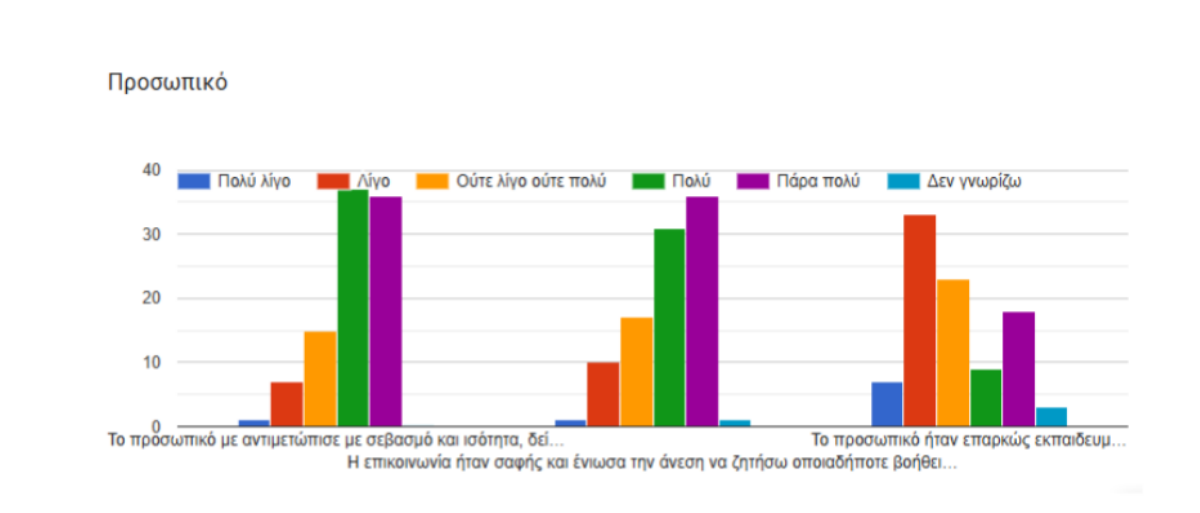
Ευρήματα (4,α): Όσον αφορά την πρόταση για το αν οι διαδικασίες του check-in και του check-out ήταν σαφείς και αν οι υπηρεσίες που προσφέρθηκαν ταίριαζαν με τις πληροφορίες που είχαν δοθεί, τα αποτελέσματα αυτή τη φορά δείχνουν μια σαφώς πιο θετική εικόνα, καθώς οι περισσότεροι από τους συμμετέχοντες δήλωσαν ικανοποιημένοι. Συγκεκριμένα, η επικρατούσα τιμή εντοπίζεται στην επιλογή «Πολύ» με ποσοστό 38,5%, ενώ ένα επιπλέον 13,5% απάντησε «Πάρα πολύ». Από την άλλη πλευρά, οι αρνητικές απαντήσεις συγκεντρώνουν μικρότερα ποσοστά, αν και παραμένουν υπολογίσιμες. Το 24,0% δήλωσε «Πολύ λίγο» και το 4,2% «Λίγο», διαμορφώνοντας ένα συνολικό ποσοστό χαμηλής ικανοποίησης της τάξης του 28,2%. Παράλληλα, το 18,8% τήρησε ουδέτερη στάση επιλέγοντας το «Ούτε λίγο ούτε πολύ». Η μέση τιμή διαμορφώνεται στο 3,34, ξεπερνώντας το ουδέτερο σημείο και επιβεβαιώνοντας τη γενικότερη τάση ικανοποίησης των χρηστών. Τέλος, η τυπική απόκλιση είναι 1,12, γεγονός που υποδηλώνει μια σχετικά μαζεμένη διασπορά γύρω από τον μέσο όρο. Αυτό δείχνει ότι, παρά τις όποιες διαφωνίες, υπάρχει μια αρκετά συμπαγής τάση των ερωτηθέντων προς τις θετικές αξιολογήσεις. Αυτό φανερώνει ότι, παρά τις όποιες επιμέρους διαφωνίες, υπάρχει μια αρκετά σταθερή τάση των συμμετεχόντων προς τις θετικές βαθμολογίες. Συμπερασματικά, τα δεδομένα δείχνουν ότι οι διαδικασίες check-in και check-out, καθώς και η αξιοπιστία των παρεχόμενων πληροφοριών, λειτούργησαν αποτελεσματικά για το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος, αφήνοντας ωστόσο ένα ξεκάθαρο περιθώριο βελτίωσης για το 28% των επισκεπτών που δεν έμειναν ικανοποιημένοι.

Ευρήματα(4,β): Σχετικά με την πρόταση για το αν η ανταπόκριση στα αιτήματα των πελατών ήταν γρήγορη και αν οι χώροι εστίασης ήταν πλήρως προσβάσιμοι, οι απαντήσεις δείχνουν μια εξίσου θετική εικόνα, με την πλειοψηφία των ερωτηθέντων να δηλώνει ικανοποιημένη από την ταχύτητα εξυπηρέτησης και την προσβασιμότητα της εστίασης. Η κατανομή των απαντήσεων παρουσιάζει μια ισχυρή τάση προς τις θετικές βαθμίδες της κλίμακας. Η πιο συχνή απάντηση εντοπίζεται στην επιλογή «Πολύ» με το μεγαλύτερο ποσοστό του 42,7%, ενώ ένα επιπλέον 14,6% δήλωσε «Πάρα πολύ». Αυτό σημαίνει ότι περισσότεροι από τους μισούς συμμετέχοντες (57,3%) αξιολόγησαν πολύ θετικά τη συγκεκριμένη διάσταση. Αντιθέτως, οι αρνητικές απαντήσεις περιορίστηκαν σε χαμηλότερα επίπεδα. Μόλις το 13,5% απάντησε «Πολύ λίγο» και ένα μικρό 5,2% επέλεξε το «Λίγο», διαμορφώνοντας ένα συνολικό ποσοστό χαμηλής ικανοποίησης της τάξης του 18,7%. Συγχρόνως, το 24,0% τήρησε ουδέτερη στάση επιλέγοντας το «Ούτε λίγο ούτε πολύ». Η μέση τιμή επιβεβαιώνει την καλή εικόνα αγγίζοντας

το 3,48, πιο κοντά στο «Πολύ». Αυτό αποδεικνύει ότι ο συνολικός πληθυσμός της έρευνας τείνει να είναι επαρκώς ικανοποιημένος με τις υπηρεσίες των καταλυμάτων. Τέλος, η τυπική απόκλιση είναι 1,07, η οποία είναι χαμηλή και δείχνει μια ομοιογένεια των απαντήσεων των συμμετεχόντων, με τις απόψεις να συγκλίνουν γύρω από τις θετικές αξιολογήσεις. Συμπερασματικά, η γρήγορη εξυπηρέτηση των αιτημάτων και η προσβασιμότητα στην εστίαση αποτελούν ένα από τα δυνατά σημεία της αξιολόγησης.

Ευρήματα (4,γ): Εν συνεχεία των παραπάνω ευρημάτων, η πρόταση για το αν το ξενοδοχείο έδειξε την απαραίτητη ευελιξία και αντιμετώπισε αποτελεσματικά όποια προβλήματα εμφανίστηκαν, τα αποτελέσματα δείχνουν επίσης ιδιαίτερα θετική εικόνα, με την πλειοψηφία των ερωτηθέντων να αναγνωρίζει την ετοιμότητα και την προσαρμοστικότητα του καταλύματος. Συγκεκριμένα, η πιο συχνή απάντηση βρίσκεται στην επιλογή «Πολύ» με ποσοστό 36,5%, ενώ ένα σημαντικό 20,8% δήλωσε «Πάρα πολύ». Στην ενδιάμεση, ουδέτερη ζώνη στάθηκε το 26,0% επιλέγοντας το «Ούτε λίγο ούτε πολύ». Από την άλλη πλευρά, οι αρνητικές απαντήσεις κινήθηκαν σε αρκετά χαμηλά επίπεδα, καθώς το 12,5% απάντησε «Πολύ λίγο» και μόλις το 3,1% επέλεξε το «Λίγο», διαμορφώνοντας ένα συνολικό ποσοστό χαμηλής ικανοποίησης της τάξης του 15,6%. Η μέση τιμή διαμορφώνεται στο 3,60, γεγονός που δείχνει ότι ο γενικός μέσος όρος ξεπερνά αισθητά το ουδέτερο σημείο και κινείται σταθερά προς την θετική αξιολόγηση. Επιπλέον, η τυπική απόκλιση είναι 1,06, η οποία είναι χαμηλή και δείχνει την ομοιογένεια των απαντήσεων, με τις απόψεις του δείγματος να συγκεντρώνονται γύρω από τη θετική αξιολόγηση. Καταλήγοντας, η αποτελεσματικότητα στην επίλυση προβλημάτων και η ευελιξία αναδεικνύονται σε ένα από τα ισχυρά πλεονεκτήματα του καταλύματος, καθώς η συντριπτική πλειοψηφία των χρηστών τις έκρινε από επαρκείς έως εξαιρετικές.

Γράφημα 5 Προσωπικό ξενοδοχειακού καταλύματος 5,α 5,β 5,γ



Ευρήματα (5,α): Εξετάζοντας το κατά πόσο το προσωπικό των ξενοδοχειακών καταλυμάτων αντιμετώπισε τους συμμετέχοντες με σεβασμό και ισότητα, επιδεικνύοντας πλήρη κατανόηση των αναγκών τους, τα αποτελέσματα αποτυπώνουν μια ενθαρρυντική θετική τάση, η οποία αποτελεί ένα από τα πιο αισιόδοξα ευρήματα της έρευνας. Συγκεκριμένα, η πλειοψηφία του δείγματος αξιολόγησε θετικά τη συμπεριφορά του ανθρώπινου δυναμικού, με το 38,5% να δηλώνει «Πολύ» και το 37,5% «Πάρα πολύ», διαμορφώνοντας ένα υψηλότατο συνολικό ποσοστό ικανοποίησης της τάξεως του 76,0%. Οι αρνητικές απαντήσεις κινήθηκαν σε σχεδόν μηδαμινά επίπεδα, καθώς το 7,3% των ερωτώμενων απάντησε «Πολύ λίγο» και το 1,0% «Λίγο» ενώ το 15,6% τήρησε ουδέτερη στάση επιλέγοντας το «Ούτε λίγο ούτε πολύ». Η Μέση Τιμή 4,04 ξεπερνά κατά πολύ τη βάση και πλησιάζει την απόλυτη ικανοποίηση. Η χαμηλή τιμή της Τυπικής Απόκλισης 0,96 δείχνει ότι οι απόψεις των συμμετεχόντων ταυτίζονται σε μεγάλο βαθμό στην θετική αξιολόγηση της καλής συμπεριφορά του προσωπικού. Η ερμηνεία αυτού του ευρήματος είναι μεγάλης σημασίας καθώς δείχνει ότι η ενσυναίσθηση του προσωπικού ξεπερνά τα φυσικά εμπόδια των εγκαταστάσεων (Darcy & Dickson, 2009).

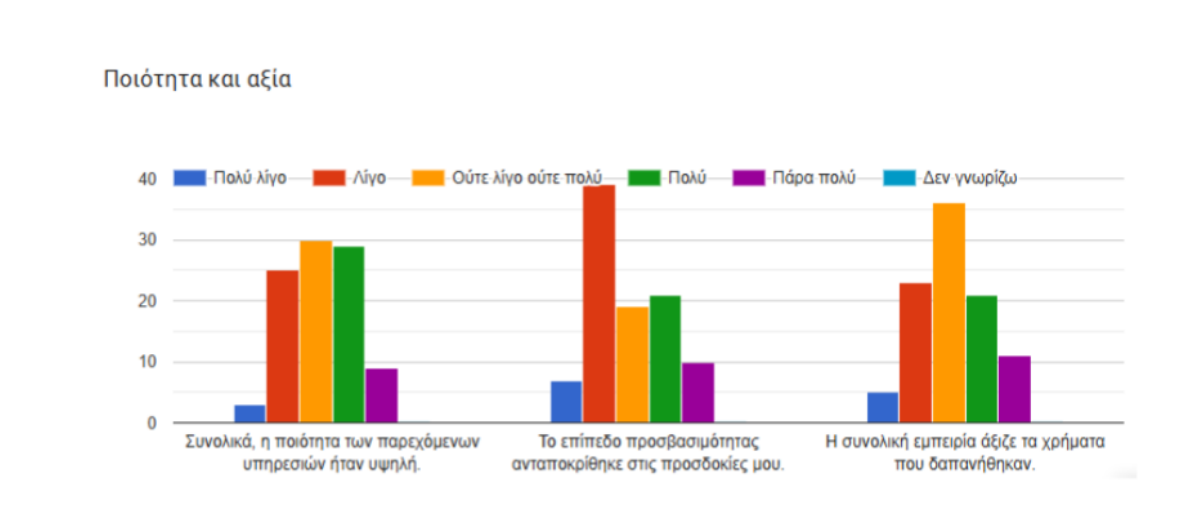
Ευρήματα (5,β): Εξίσου θετική ήταν η αξιολόγηση της επικοινωνίας με το προσωπικό, επιβεβαιώνοντας την υψηλή ποιότητα των διαπροσωπικών σχέσεων που αναπτύσσονται εντός των καταλυμάτων. Ειδικότερα, η πλειοψηφία του δείγματος με το ποσοστό του 37,5% να δηλώνει «Πάρα πολύ» και το 32,3% «Πολύ», διαμορφώνει ένα σημαντικό ποσοστό ικανοποίησης της τάξεως του 69,8%. Αντίθετα, οι αρνητικές απαντήσεις περιορίστηκαν στο ποσοστό 10,4% των ερωτώμενων που απάντησε «Πολύ λίγο» και μόλις το 1,0% «Λίγο», ενώ το 17,7% είχε μια ουδέτερη στάση επιλέγοντας τη βαθμίδα «Ούτε λίγο ούτε πολύ». Όλα τα παραπάνω αποτυπώνονται στην υψηλή Μέση Τιμή 3,96. Παράλληλα, η Τυπική Απόκλιση 1,04 δείχνει την σύγκλιση των απαντήσεων γύρω από τις θετικές εμπειρίες, με μια μικρή διασπορά.

Ευρήματα (5,γ): Κατά την εξέταση της άποψης των συμμετεχόντων για το αν το προσωπικό των ξενοδοχειακών καταλυμάτων ήταν κατάλληλα εκπαιδευμένο σε θέματα προσβασιμότητας και αν ήξερε πώς να προσφέρει ουσιαστική βοήθεια, τα αποτελέσματα δείχνουν μια απόλυτη αρνητική αλλά και έντονα διχασμένη εικόνα. Η μεγαλύτερη συγκέντρωση των απαντήσεων παρατηρείται στις χαμηλές βαθμίδες της κλίμακας, με το 35,5% των συμμετεχόντων να δηλώνει «Πολύ λίγο» και το 7,5% «Λίγο», διαμορφώνοντας ένα υψηλό συνολικό ποσοστό της τάξεως του 43%. Αντίθετα, η θετική αξιολόγηση συγκέντρωσε συνολικά το 29,1%, με το 19,4% να απαντά «Πάρα πολύ» και το 9,7% «Πολύ», ενώ το 24,7% του δείγματος τήρησε ουδέτερη στάση επιλέγοντας «Ούτε λίγο ούτε πολύ» και ένα 3,2% δήλωσε «Δεν γνωρίζω». Συνεπώς, η Μέση Τιμή 2,98, βρίσκεται οριακά κάτω από το ουδέτερο μέσο όρο (3), ενώ η υψηλή τιμή της Τυπικής Απόκλισης 1,26 πιστοποιεί τη σημαντική διασπορά και την έλλειψη ομοιογένειας στο δείγμα.

5.5 Αντιλαμβανόμενη ποιότητα, ικανοποίηση, πιστότητα και online επικοινωνία

Γράφημα 6: Ποιότητα και αξία 6,α 6,β 6,γ

Γράφημα 6 Ποιότητα και αποτίμηση συνολικής εμπειρία 6,α 6,β 6,γ



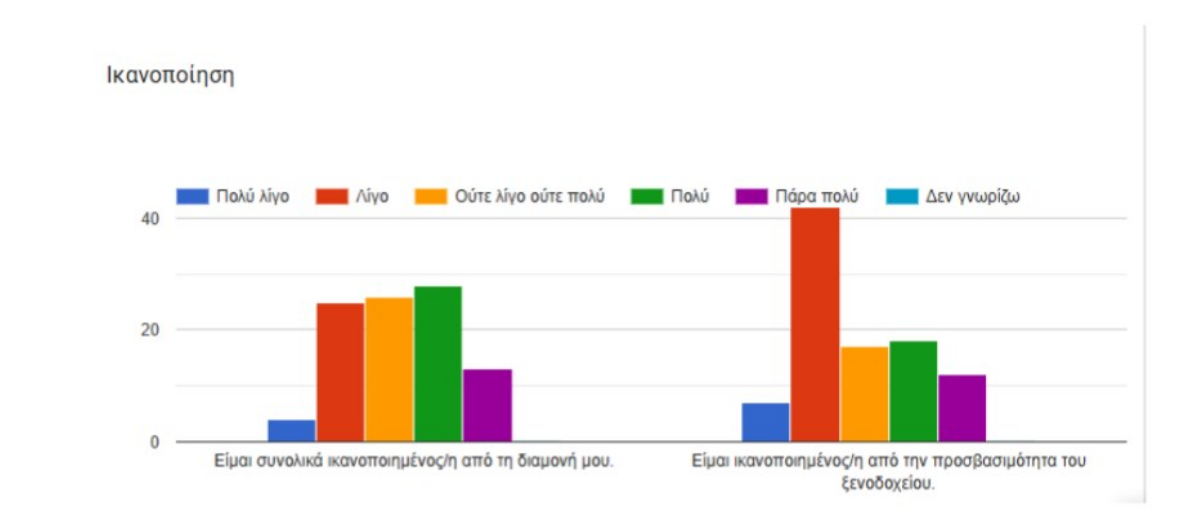
Ευρήματα (6,α): Αναφορικά με την τελική αξιολόγηση της συνολικής ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών στα ελληνικά ξενοδοχειακά καταλύματα, τα ευρήματα αποτυπώνουν μια συκρατημένη και μετριοπαθή στάση των συμμετεχόντων, με τις απαντήσεις να συσπειρώνονται γύρω από τον κεντρικό άξονα της κλίμακας. Η θετική αποτίμηση συγκέντρωσε συνολικά το 39,6%, με το 30,2% των ερωτώμενων να απαντά «Πολύ» και το 9,4% «Πάρα πολύ». Αντίθετα, η αρνητική τάση διαμορφώθηκε στο 29,1%, καθώς το 26,0% δήλωσε «Πολύ λίγο» και το 3,1% «Λίγο», ενώ η σχετική πλειονότητα του δείγματος (31,2%) επέλεξε την ουδέτερη βαθμίδα «Ούτε λίγο ούτε πολύ». Η κατανομή αυτή αντανακλάται στην Μέση Τιμή 3,17, δείχνοντας μια οριακά θετική αλλά επιφυλακτική γενική εντύπωση. Παράλληλα, η Τυπική Απόκλιση 1,02 επιβεβαιώνει ότι οι απαντήσεις του δείγματος συγκλίνουν κυρίως προς τις μετριοπαθείς βαθμίδες αξιολόγησης.

Ευρήματα (6,β): Στην αξιολόγηση της προσβασιμότητας του ξενοδοχείου και του κατά πόσο ανταποκρίθηκε στις προσδοκίες των συμμετεχόντων, τα αποτελέσματα καταγράφουν μια σαφώς αρνητική τάση, φανερώνοντας μια μεγάλη απόσταση ανάμεσα στις προσδοκίες των ταξιδιωτών και σε αυτό που συναντούν στην πραγματικότητα. Πιο συγκεκριμένα, το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος εξέφρασε την έντονη απογοήτευση του, με το 40,6% να δηλώνει «Πολύ λίγο» και το 7,3% «Λίγο», διαμορφώνοντας ένα υψηλό συνολικό ποσοστό αρνητικής αξιολόγησης της τάξεως του 47,9%. Οι θετικές αξιολογήσεις κινήθηκαν σε χαμηλότερα επίπεδα, καθώς το 21,9% απάντησε «Πολύ» και το 10,4% «Πάρα πολύ» (σύνολο 32,3%), ενώ το 19,8% διατήρησε ουδέτερη στάση επιλέγοντας «Ούτε λίγο ούτε πολύ». Η αρνητική αυτή τάση των απαντήσεων επιβεβαιώνεται στατιστικά από τη Μέση Τιμή 2,88, πιστοποιώντας ότι οι παρεχόμενες διευκολύνσεις υπολείπονταν των αρχικών προσδοκιών των

πελατών. Παράλληλα, η υψηλή τιμή της Τυπικής Απόκλισης 1,15 μαρτυρά έντονη στατιστική διασπορά.

Ευρήματα (6,γ): Ως προς την αξιολόγηση της συνολικής εμπειρίας διαμονής και το αν άξιζε τα χρήματα που δαπανήθηκαν, τα ευρήματα αποτυπώνουν μια ουδέτερη και μοιρασμένη στάση εκ μέρους των συμμετεχόντων, δείχνοντας έντονο προβληματισμό γύρω από τη σχέση ποιότητας-τιμής (value for money) των ελληνικών ξενοδοχείων για τους ταξιδιώτες των ΑμεΑ. Η σχετική πλειοψηφία του δείγματος (36,5%) επέλεξε την ενδιάμεση βαθμίδα «Ούτε λίγο ούτε πολύ», αποφεύγοντας να πάρει σαφή θέση. Την ίδια στιγμή, οι θετικές γνώμες έφτασαν συνολικά στο 30,2%, με το 21,9% να δηλώνει «Πολύ» και το 8,3% «Πάρα πολύ», ενώ οι αρνητικές απαντήσεις κινήθηκαν σε σχεδόν ίδια επίπεδα αγγίζοντας συνολικά το 33,3% (το 28,1% απάντησε «Πολύ λίγο» και το 5,2% «Λίγο»). Αυτή η απόλυτη ισορροπία μεταξύ ικανοποιημένων και δυσαρεστημένων συμμετεχόντων αποτυπώνεται στη Μέση Τιμή 3 και η Τυπική Απόκλιση 1,03 επιβεβαιώνει την ουδετερότητα των απαντήσεων του δείγματος.

Γράφημα 7 Ικανοποίηση 7,α 7,β

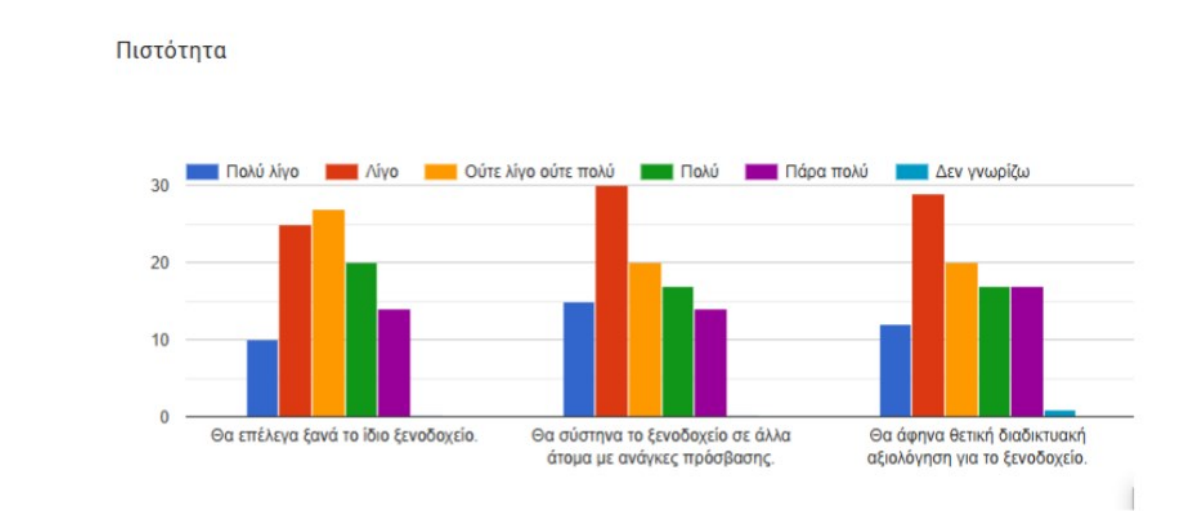


Ευρήματα (7,α): Η τελική αξιολόγηση της συνολικής ικανοποίησης από τη διαμονή, τα αποτελέσματα καταγράφουν μια μετριοπαθή και εξαιρετικά μοιρασμένη στάση του δείγματος κάτι που αποτυπώνει τις διαφορετικές εμπειρίες των ατόμων με ανάγκες πρόσβασης στα ελληνικά ξενοδοχεία. Ειδικότερα, οι θετικές απαντήσεις με ποσοστό 39,6%, με το 29,2% των ερωτώμενων να δηλώνει «Πολύ» και το 10,4% «Πάρα πολύ», ενώ οι συνολικά αρνητικές αγγίζουν στο σύνολο το 33,4% (με το 29,2% να επιλέγει «Πολύ λίγο» και το 4,2% «Λίγο») και το 27,1% του δείγματος διατήρησε ουδέτερη στάση επιλέγοντας τη βαθμίδα «Ούτε λίγο ούτε πολύ». Η κατανομή αυτή αντικατοπτρίζεται με ακρίβεια στη Μέση Τιμή 3,12, η οποία

ξεπερνά οριακά το θεωρητικό μέσο όρο (3), αποκαλύπτοντας μια οριακά θετική αλλά συγκρατημένη γενική ικανοποίηση. Παράλληλα, η Τυπική Απόκλιση 1,08 υποδηλώνει διασπορά, επιβεβαιώνοντας ότι οι απόψεις των συμμετεχόντων είναι μοιρασμένες. |

Ευρήματα(7,β): Στην εξέταση της ικανοποίησης από την προσβασιμότητα του ξενοδοχειακού καταλύματος, τα ευρήματα δείχνουν μια ξεκάθαρα αρνητική στάση εκ μέρους των συμμετεχόντων, επιβεβαιώνοντας ότι το δομικά χαρακτηριστικά των καταλυμάτων υστερούν σημαντικά. Πιο συγκεκριμένα, η πλειοψηφία του δείγματος εξέφρασε τη δυσαρέσκειά της, με το 43,8% να δηλώνει «Πολύ λίγο» και το 7,3% «Λίγο», διαμορφώνοντας ένα υψηλό συνολικό ποσοστό αρνητικών απαντήσεων της τάξεως του 51,1%. Από την άλλη πλευρά, οι θετικές αποκρίσεις περιορίστηκαν συνολικά στο 31,3%, με το 18,8% των ερωτώμενων να απαντά «Πολύ» και το 12,5% «Πάρα πολύ», ενώ το 17,7% είχε μια ουδέτερη στάση επιλέγοντας τη βαθμίδα «Ούτε λίγο ούτε πολύ». Η αρνητική αυτή τάση αποτυπώνεται στη Μέση Τιμή 2,85, η οποία είναι κάτω από το ουδέτερο μέσο όρο (3) της κλίμακας, ενώ η υψηλή τιμή της Τυπικής Απόκλισης 1,19 φανερώνει έντονη ανομοιογένεια στις εμπειρίες των ερωτώμενων.

Γράφημα 8 Πιστότητα 8,α 8,β 8,γ



Ευρήματα(8,α): Η πρόθεση των συμμετεχόντων, όπως αυτή εκφράζεται μέσα από το αν θα επέλεγαν ξανά το ίδιο ξενοδοχείο, τα ευρήματα καταγράφουν μια έντονα ανομοιογενή και οριακά ουδέτερη τάση, δείχνοντας τον προβληματισμό γύρω από το ζήτημα της πιστότητας (loyalty). Η σχετική πλειοψηφία των ερωτώμενων (28,1%) υιοθέτησε μια ουδέτερη στάση επιλέγοντας τη βαθμίδα «Ούτε λίγο ούτε πολύ». Παράλληλα, οι αρνητικές απαντήσεις συγκέντρωσαν συνολικά το 36,4%, με το 26,0% να δηλώνει «Πολύ λίγο» και το 10,4% «Λίγο». Αντιθέτως, για το αν οι συμμετέχοντες θα ξαναπροτιμούσαν το κατάλυμα το 20,8% απάντησε «Πολύ» και το 14,6% «Πάρα πολύ». Αυτή η σχεδόν απόλυτη ισορροπία ανάμεσα σε εκείνους που θα επέστρεφαν στο κατάλυμα και σε εκείνους που θα το

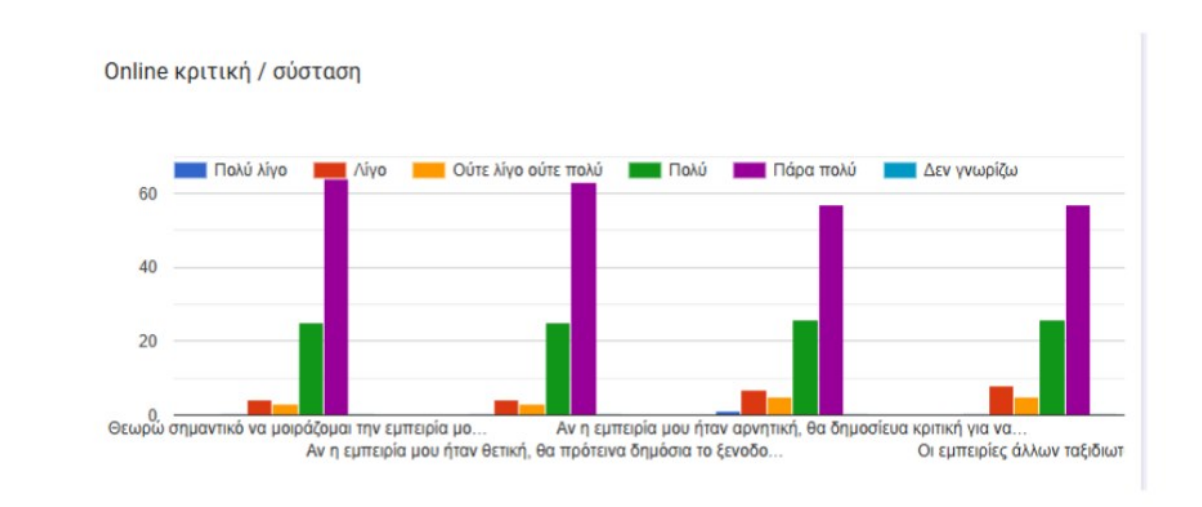
απέφευγαν φαίνεται στη Μέση Τιμή 3,03. Επιπλέον, η υψηλή τιμή της Τυπικής Απόκλισης 1,22 επιβεβαιώνει τη σημαντική διασπορά των απαντήσεων και την έντονη ανομοιογένεια τους.

Ευρήματα(8,β): Σχετικά με το αν οι συμμετέχοντες του δείγματος θα σύστηναν το ξενοδοχειακό κατάλυμα σε άλλα άτομα με ανάγκες πρόσβασης, τα ευρήματα δείχνουν μια σαφώς αρνητική και έντονα διασκορπισμένη τάση, τονίζοντας την επιφυλακτικότητα των συμμετεχόντων στο να δώσουν θετικές συστάσεις (Word-of-Mouth). Συγκεκριμένα, οι αρνητικές απαντήσεις συγκέντρωσαν το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος, με το 31,2% να δηλώνει «Πολύ λίγο» και το 15,6% «Λίγο», διαμορφώνοντας ένα υψηλό συνολικό ποσοστό της τάξεως του 46,8%. Από την άλλη πλευρά, οι θετικές απαντήσεις περιορίστηκαν συνολικά στο 32,3%, με το 17,7% των ερωτώμενων να απαντά «Πολύ» και το 14,6% «Πάρα πολύ», ενώ το 20,8% διατήρησε ουδέτερη στάση επιλέγοντας τη βαθμίδα «Ούτε λίγο ούτε πολύ». Η αρνητική αυτή στροφή αποτυπώνεται στη Μέση Τιμή 2,84 και η ιδιαίτερα υψηλή τιμή της Τυπικής Απόκλισης 1,30 πιστοποιεί τη μεγάλη στατιστική διασπορά των απαντήσεων, επιβεβαιώνοντας την έντονη ανομοιογένεια του δείγματος.

Ευρήματα(8,γ): Όσον αφορά την εξέταση για το αν οι συμμετέχοντες του δείγματος θα άφηναν θετική διαδικτυακή αξιολόγηση για το ξενοδοχειακό κατάλυμα, τα αποτελέσματα καταγράφουν μια οριακά αρνητική και έντονα πολωμένη στάση, αποτυπώνοντας τη διστακτικότητα των συμμετεχόντων να υποστηρίξουν την ψηφιακή φήμη των καταλυμάτων. Πιο συγκεκριμένα, η αρνητικές απαντήσεις συγκέντρωσαν το μεγαλύτερο ποσοστό, με το 30,2% να δηλώνει «Πολύ λίγο» και το 12,5% «Λίγο», διαμορφώνοντας ένα συνολικό ποσοστό της τάξεως του 42,7% που εμφανίζεται απρόθυμο να προχωρήσει σε μια θετική ηλεκτρονική κριτική. Στον αντίποδα, οι θετικές προθέσεις κινήθηκαν σε παρεμφερή αλλά ελαφρώς χαμηλότερα επίπεδα, με το 35,4%, με τις απαντήσεις να μοιράζονται ισομερώς μεταξύ της βαθμίδας «Πολύ» (17,7%) και «Πάρα πολύ» (17,7%), ενώ το 20,8% του δείγματος τήρησε ουδέτερη στάση επιλέγοντας «Ούτε λίγο ούτε πολύ». Η γενική αυτή επιφυλακτικότητα αποτυπώνεται στη Μέση Τιμή με τιμή 2,98 ενώ η υψηλή τιμή της Τυπικής Απόκλισης 1,31 δείχνει την έντονη διασπορά.

5.6 Online κριτική/σύσταση (e-Word-of-Mouth)

Γράφημα 9 Online κριτική/ σύσταση 9,α 9,β 9,γ 9,δ



Ευρήματα(9,α): Στην ερώτηση των συμμετεχόντων για το αν θεωρούν σημαντικό να μοιράζονται την εμπειρία τους σχετικά με την προσβασιμότητα, ώστε να βοηθούν άλλους ταξιδιώτες, τα ευρήματα καταγράφουν μια καθολική και εξαιρετικά δυναμική θετική στροφή προς την θετική πλευρά, δείχνοντας την ανταλλαγή των πληροφοριών ως κυρίαρχη αξία για την συγκεκριμένη ομάδα. Πιο ειδικά, η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος είναι υπέρ της ενεργού συμμετοχής, με το εντυπωσιακό ποσοστό του 66,7% των ερωτώμενων να δηλώνει «Πάρα πολύ» και το 26,0% «Πολύ». Αντιθέτως, οι αρνητικές απαντήσεις υπήρξαν σχεδόν μηδαμινές, καθώς μόλις το 4,2% απάντησε «Πολύ λίγο» και το 0% «Λίγο», ενώ ένα 3,1% διατήρησε ουδέτερη στάση. Η καθολική αυτή σύγκλιση αποτυπώνεται ξεκάθαρα στη Μέση Τιμή 4,55, η οποία είναι μία από τις υψηλότερες ολόκληρης της έρευνας. Παράλληλα, η εξαιρετικά χαμηλή τιμή της Τυπικής Απόκλισης 0,75, επιβεβαιώνει την απόλυτη ομοιογένεια του δείγματος γύρω από αυτή τη στάση.

Ευρήματα (9,β): Αναφορικά με την αξιολόγηση για το αν η εμπειρία ήταν θετική, κατα πόσο θα πρότειναν δημόσια το ξενοδοχείο», τα αποτελέσματα υπογραμμίζουν την υψηλή τάση των συμμετεχόντων να διαδώσουν θετικές ψηφιακές κριτικές όταν ικανοποιούνται οι ανάγκες τους. Η πλειοψηφία του δείγματος τοποθετήθηκε υπέρ της θετικής κριτικής με το 66,3% να δηλώνει «Πάρα πολύ» και το 26,3% «Πολύ», διαμορφώνοντας ένα εντυπωσιακό συνολικό ποσοστό της τάξεως του 92,6%. Από την άλλη πλευρά, οι αρνητικές τοποθετήσεις κινήθηκαν σε πάρα πολύ χαμηλά επίπεδα, καθώς μόλις το 4,2% των ερωτώμενων απάντησε «Πολύ λίγο» καμία απάντηση στο «Λίγο», ενώ ένα μικρό ποσοστό της τάξεως του 3,2% διατήρησε ουδέτερη στάση. Όλα τα παραπάνω αποτυπώνονται στη Μέση Τιμή 4,55, ενώ η ιδιαίτερα χαμηλή τιμή της Τυπικής Απόκλισης 0,75 επιβεβαιώνει τη συσπείρωση των απαντήσεων.

Ευρήματα (9,γ): Όταν οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να σχολιάσουν την άποψη «Αν η εμπειρία μου ήταν αρνητική, θα δημοσίευα κριτική για να ενημερώσω άλλους ταξιδιώτες», τα αποτελέσματα έδειξαν εξίσου ισχυρή τάση συμφωνίας, επιβεβαιώνοντας πάλι την ενεργή τους ψηφιακή αντίδρασης απέναντι στις ελλείψεις υπηρεσίες. Το ποσοστό της τάξεως 59,4% επιλέγει

τη βαθμίδα «Πάρα πολύ» και το 27,1% τη βαθμίδα «Πολύ», διαμορφώνοντας ένα υψηλότατο συνολικό ποσοστό του 86,5%. Αντίθετα οι αρνητικές απαντήσεις με το 7,3% των ερωτώμενων απάντησε «Πολύ λίγο» και μόλις το 1% «Λίγο», ενώ το 5,2% τήρησε ουδέτερη στάση. Όλα αυτά επικυρώνονται στη Μέση Τιμή 4,36, η οποία κινείται σε υψηλά επίπεδα, ενώ η χαμηλή τιμή της Τυπικής Απόκλισης 0,95, δείχνει υψηλή ομοιογένεια και τη σύγκλιση των απαντήσεων.

Ευρήματα(9,δ): Κατά την εξέταση της άποψης για το αν οι εμπειρίες άλλων ταξιδιωτών γύρω από την προσβασιμότητα επηρεάζουν την εμπιστοσύνη τους για ένα ξενοδοχείο, οι απαντήσεις δείχνουν να συμφωνούν κατά πολύ. Το στοιχείο αυτό αναδεικνύει τις κριτικές από άλλους ανθρώπους με αναπηρία ως έναν καθοριστικό παράγοντα για τη διαμόρφωση της ψυχολογίας. Πιο συγκεκριμένα, η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος επιβεβαίωσε αυτή την τάση, με το 59,4% να δηλώνει «Πάρα πολύ» και το 27,1% «Πολύ», διαμορφώνοντας ένα υψηλότατο συνολικό ποσοστό συμφωνίας της τάξεως του 86,5%. Οι αρνητικές απαντήσεις διαμόρφωσαν το 8,3% των ερωτώμενων να απαντά «Πολύ λίγο», κανένας «Λίγο», ενώ το 5,2%. Η σαφής αυτή στροφή προς τις ανώτερες βαθμίδες αποτυπώνεται στη Μέση Τιμή 4,38, η οποία κινείται πάνω από το επίπεδο του «Πολύ». Παράλληλα, η χαμηλή τιμή της Τυπικής Απόκλισης 0,92, όντας κάτω από τη μονάδα, πιστοποιεί την υψηλή ομοιογένεια του δείγματος.

Κεφάλαιο 6 Συμπεράσματα, Μέλλοντικές Στρατηγικές Κατευθύνσεις και Προτεινόμενες Παρεμβάσεις για τον Προσβάσιμο Τουρισμό

6.1 Συμπεράσματα και Ερμηνεία Ευρημάτων

Συνοψίζοντας τα δεδομένα της παρούσας έρευνας, προκύπτει το γενικό συμπέρασμα ότι το δείγμα των συμμετεχόντων απαρτίζεται από ένα ενεργό, πολυδιάστατο και αντιπροσωπευτικό προφίλ, το οποίο αντικατοπτρίζει τη σύγχρονη πραγματικότητα της αγοράς του προσβάσιμου τουρισμού. Η επικράτηση των γυναικών με ποσοστό 48,6% και η ισορροπημένη εκπροσώπηση μεταξύ εγχώριου (56,4%) και εισερχόμενου τουρισμού (43,6%) διασφαλίζουν

μια σφαιρική εικόνα των ταξιδιωτικών εμπειριών. Το πλέον αξιοσημείωτο στοιχείο εντοπίζεται στην ηλικιακή συγκέντρωση, καθώς το 72,8% του δείγματος ανήκει στις ηλικίες μεταξύ 30 και 59 ετών, καταρρίπτοντας την αντίληψη ότι ο προσβάσιμος τουρισμός αφορά αποκλειστικά άτομα της τρίτης ηλικίας. Παράλληλα, τα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων υπογραμμίζουν ότι η έννοια της προσβασιμότητας δεν εξαντλείται στις υποδομές για αναπηρικά αμαξίδια. Η σημαντική παρουσία των συνοδών/φροντιστών (34,3%) δίπλα στα άτομα με αναπηρία και ανάγκες πρόσβασης (συνολικό ποσοστό 59,3%) επιβεβαιώνει ότι η τουριστική εμπειρία βιώνεται και αξιολογείται ως μια συλλογική διαδικασία, κατά την οποία όλοι οι εμπλεκόμενοι έρχονται αντιμέτωποι με παρόμοια εμπόδια. Επιπλέον, το γεγονός ότι το 64,8% των αναφερόμενων αναπηριών αφορά μη κινητικές δυσκολίες και συγκεκριμένα χρόνιες παθήσεις (25,4%), αισθητηριακές βλάβες (25,4%) και νοητικές/γνωστικές ιδιαιτερότητες (14,1%), αποδεικνύει ότι οι σύγχρονες ανάγκες προσβασιμότητας είναι σύνθετες και συχνά «κρυφές».

Εξετάζοντας τα στοιχεία ταξιδιού και διαμονής, διαπιστώνεται ότι σχεδόν όλοι οι συμμετέχοντες (94,3% εντός της τελευταίας διετίας, με 54,3% εντός του τελευταίου έτους) διέθεταν πρόσφατη εμπειρία, γεγονός που ενισχύει την εγκυρότητα των αξιολογήσεων. Η έρευνα αποτυπώνει επιτυχώς το εύρος του ελληνικού ξενοδοχειακού κλάδου, καθώς οι συμμετέχοντες διέμεναν τόσο σε πολυτελείς μονάδες όσο και σε καταλύματα 1–3 αστέρων και ενοικιαζόμενα δωμάτια, όπου τα δομικά εμπόδια παραμένουν έντονα. Η υψηλή αναλογία των ατόμων που δεν ταξιδεύουν μόνα τους (77,2%) αναδεικνύει την κοινωνική διάσταση του ταξιδιού, καθώς για ένα άτομο με αναπηρία ή ανάγκες πρόσβασης το ταξίδι δεν είναι μια μοναχική υπόθεση, αλλά μια συλλογική διαδικασία. Ο συνοδός συχνά γίνεται ο άνθρωπος που θα συμβάλλει ώστε να ξεπεραστούν οι ελλείψεις των υποδομών, ενώ η τελική ικανοποίηση από το ταξίδι διαμορφώνεται μέσα από την κοινή εμπειρία όλων (Gladwell, Bedini, Byrd, & Cardenas, 2010). Αντίθετα, το ποσοστό 22,8% των συμμετεχόντων που κινείται εντελώς αυτόνομα επιβεβαιώνει την ετερογένεια και τις διαφορετικές απαιτήσεις της αγοράς (Buhalis & Darcy, 2011).

Σε επίπεδο πληροφόρησης και αναζήτησης, αναδεικνύεται μια κρίσιμη αντίφαση. Ενώ οι πλατφόρμες κρατήσεων (25,1%) και οι επίσημες ιστοσελίδες των ξενοδοχείων (22,3%) χρησιμοποιούνται μαζικά για την αρχική χαρτογράφηση, η εμπιστοσύνη των χρηστών προς αυτές είναι χαμηλή. Η συμπεριφορά αυτή των ταξιδιωτών αντανακλά την προετοιμασία του ταξιδιού σε δύο φάσεις: αυτήν του εντοπισμού και αυτή της επιβεβαίωσης. Οι ταξιδιώτες αξιοποιούν τις ιστοσελίδες των ξενοδοχείων και τις μεγάλες πλατφόρμες κράτησης για μια πρώτη «χαρτογράφηση» των διαθέσιμων επιλογών. Ωστόσο, επειδή η έννοια της προσβασιμότητας συχνά παρερμηνεύεται από την πλευρά των τουριστικών επιχειρήσεων, οι χρήστες αναζητούν μια δεύτερη δικλείδα ασφαλείας, αξιοποιώντας τις βιωματικές εμπειρίες άλλων χρηστών. Αντίθετα, οι σύλλογοι ΑμεΑ (32,9%) και οι διαδικτυακές κριτικές (20,7%) θεωρούνται οι πλέον αξιόπιστες πηγές. Λόγω της απουσίας ενός ώριμου, θεσμοθετημένου ψηφιακού δικτύου κριτικών προσβασιμότητας στην Ελλάδα και της παραπλανητικής online προβολής των επιχειρήσεων, οι ταξιδιώτες αναγκάζονται να καταφύγουν μαζικά στην άμεση προ-κρατησιακή επικοινωνία (σε ποσοστό 81%). Αυτή η στρατηγική μείωσης του ταξιδιωτικού ρίσκου στερεί από τα άτομα με αναπηρία την ψηφιακή αυτονομία που απολαμβάνει ο γενικός πληθυσμός, αναγκάζοντας τον να καταβάλλει πρόσθετο κόπο και χρόνο για να διασφαλίσει τη διαμονή του (Eichhorn & Buhalis, 2023).

Αναλύοντας την ποιότητα των υποδομών και των υπηρεσιών, αποκαλύπτεται ένα χάσμα μεταξύ της τυπικής συμμόρφωσης των ξενοδοχείων και της ουσιαστικής εφαρμογής του Καθολικού Σχεδιασμού (Universal Design). Στα δωμάτια και τα μπάνια εντοπίζονται σοβαρά κατασκευαστικά λάθη, δημιουργώντας μια «σπασμένη αλυσίδα προσβασιμότητας». Ωστόσο, το ανθρώπινο δυναμικό και οι άυλες υπηρεσίες λειτουργούν ως το ισχυρότερο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα των ελληνικών ξενοδοχείων. Η αυθεντική ελληνική φιλοξενία, ο σεβασμός και η πρόθεση εξυπηρέτησης από πλευράς προσωπικού μετριάζουν τις αρνητικές εντυπώσεις, παρόλο που καταγράφεται έλλειψη εξειδικευμένης επαγγελματικής κατάρτισης σε θέματα αναπηρίας (Buhalis & Michopoulou, 2011). Η ισορροπία αυτή αντανακλάται και στη συνολική ικανοποίηση, όπου, παρά τις κτιριακές αστοχίες και την αίσθηση ότι η σχέση ποιότητας-τιμής δεν είναι πάντα δίκαιη, οι επισκέπτες διατηρούν μια συγκρατημένη θετική στάση χάρη στην ανθρώπινη προσέγγιση.

Αυτή η λεπτή ισορροπία επηρεάζει άμεσα τη μετα-αγοραστική συμπεριφορά και την πιστότητα. Οι ταξιδιώτες ΑμεΑ επιδεικνύουν υψηλό αίσθημα κοινωνικής ευθύνης και αλληλεγγύης. Ενώ η θετική στάση του προσωπικού μπορεί να τους ωθήσει συναισθηματικά σε μια επανεπίσκεψη, είναι ιδιαίτερα φειδωλοί στις δημόσιες συστάσεις και στις online κριτικές τους. Διαχωρίζουν την προσωπική τους ανεκτικότητα από την ευθύνη απέναντι στην κοινότητά τους, γνωρίζοντας ότι μια ανακριβής θετική αξιολόγηση μπορεί να εκθέσει τρίτους σε σοβαρά προβλήματα. Έτσι, το ηλεκτρονικό «στόμα με στόμα» (e-WOM) λειτουργεί ως ασπίδα προστασίας, προσφέροντας στις τουριστικές επιχειρήσεις είτε μια τεράστια ευκαιρία προβολής είτε υψηλό επιχειρηματικό ρίσκο σε περίπτωση ασυνέπειας (Michopoulou & Buhalis, 2013).

Συμπερασματικά, οι στόχοι της έρευνας εκπληρώθηκαν, αναδεικνύοντας την επιτακτική ανάγκη οι ελληνικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις να υπερβούν την επιφανειακή νομοθετική κάλυψη και να επενδύσουν ουσιαστικά στον Καθολικό Σχεδιασμό. Μόνο έτσι η κοινότητα των ΑμεΑ θα αντιμετωπιστεί ως ένα δυναμικό, ετερογενές κοινό, διασφαλίζοντας την ισότητα, την αυθεντική προσβασιμότητα και την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

6.1.1 Περιορισμοί της Έρευνας

Παρά τα σημαντικά της ευρήματα, η παρούσα έρευνα υπόκειται σε ορισμένους περιορισμούς που πρέπει να ληφθούν υπόψη. Ο βασικότερος περιορισμός εντοπίζεται στο μέγεθος και τη σύνθεση του δείγματος των 140 συμμετεχόντων, το οποίο, αν και επαρκές για την εξαγωγή ποιοτικών τάσεων, δεν επιτρέπει την πλήρη γενίκευση των αποτελεσμάτων για το σύνολο του πληθυσμού των ταξιδιωτών ΑμεΑ στην Ελλάδα. Επιπρόσθετα, η έρευνα αντιμετώπισε την αναπηρία ως μια ενιαία κατηγορία, χωρίς να προχωρήσει σε εξειδικευμένες αναλύσεις ανάλογα με το συγκεκριμένο είδος της (π.χ. κινητική, οπτική, ακουστική), γεγονός που ενδέχεται να αποκρύπτει διαφοροποιημένες ανάγκες και απαιτήσεις προσβασιμότητας. Τέλος, η συλλογή των δεδομένων βασίστηκε αποκλειστικά στις υποκειμενικές αντιλήψεις και τις εμπειρίες των ίδιων των ταξιδιωτών, χωρίς να συνδυαστεί με μια αντικειμενική αξιολόγηση

των φυσικών χώρων των ξενοδοχείων, κάτι που θα μπορούσε να προσφέρει μια ακόμη πιο ακριβή αποτύπωση του χάσματος μεταξύ της τυπικής και της λειτουργικής προσβασιμότητας.

6.2 Μελλοντικές Στρατηγικές Κατευθύνσεις και Προτεινόμενες Παρεμβάσεις για τον Προσβάσιμο Τουρισμό

6.2.1 Ο Τουρισμός του Μέλλοντος και η Αναγκαιότητα της Συμπερίληψης

Κοιτάζοντας προς τις επόμενες δεκαετίες, γίνεται σαφές ότι η παγκόσμια τουριστική βιομηχανία βρίσκεται μπροστά σε μια μη αναστρέψιμη πραγματικότητα, η οποία καθορίζεται από τη ραγδαία δημογραφική γήρανση του πληθυσμού και την παράλληλη αύξηση του ποσοστού των ατόμων με αναπηρία διεθνώς (Lee, 2026). Οι μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες θα αποτελούν το πολυπληθέστερο, πιο δυναμικό και οικονομικά αυτόνομο τμήμα της τουριστικής ζήτησης, μετατοπίζοντας την προσβασιμότητα από μια στενή κοινωνική πολιτική σε μια οριζόντια οικονομική αναγκαιότητα για τη μελλοντική επιβίωση του τουρισμού (διαΝΕΟσις, 2021). Ειδικότερα για την Ελλάδα, η πληθυσμιακή εξέλιξη δείχνει ότι το ποσοστό των ατόμων ηλικίας 65 ετών και άνω εκτιμάται ότι θα προσεγγίσει το 30% με 33% έως το έτος 2050 (διαΝΕΟσις, 2016). Η τάση αυτή επιφέρει μια προοδευτική αύξηση των ταξιδιωτών με λειτουργικούς περιορισμούς, καθιστώντας τον προσβάσιμο τουρισμό τη νέα πραγματικότητα της αγοράς (ITEΠ, 2021; Korbiel, 2025).

Υπό το πρίσμα αυτό, αναδεικνύεται μια σαφής λειτουργική σύγκλιση αναγκών, καθώς οι ηλικιωμένοι ταξιδιώτες, λόγω της φυσιολογικής μείωσης της κινητικότητας ή των αισθητηριακών τους ικανοτήτων, εμφανίζουν τις ίδιες ακριβώς απαιτήσεις για ποιοτικές και προσβάσιμες υποδομές με τα Άτομα με Αναπηρία (Lee, 2026). Συνεπώς, η εφαρμογή των αρχών του Καθολικού Σχεδιασμού στα ξενοδοχειακά καταλύματα παύει να αποτελεί μια εξειδικευμένη παροχή και καθίσταται απαραίτητη για το ένα τρίτο τουλάχιστον των μελλοντικών τουριστών (Gillovic & McIntosh, 2020; ISO, 2021). Παράλληλα με τη λειτουργική αυτή διάσταση, η δημογραφική μεταβολή εμπεριέχει μια ισχυρή οικονομική δυναμική που σχετίζεται άμεσα με την άμβλυνση της εποχικότητας. Οι ταξιδιώτες της τρίτης ηλικίας διαθέτουν την οικονομική άνεση και τον απαραίτητο ελεύθερο χρόνο να πραγματοποιούν ταξίδια εκτός των περιόδων αιχμής, συμβάλλοντας καθοριστικά στην εξισορρόπηση της τουριστικής ζήτησης και στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου στην Ελλάδα (ΙΝΣΕΤΕ, 2023; UNWTO, 2016).

Πέρα όμως από τις οικονομικές παραμέτρους, αναδεικνύεται μια βαθύτερη διάσταση που αφορά την ίδια την ανθρώπινη φύση, καθώς το ενδεχόμενο, όλοι οι άνθρωποι στην πορεία του βίου τους να βρεθούν αντιμέτωποι με την ανάγκη για προσβασιμότητα, είναι σχεδόν βέβαιο (Lee, 2026). Αναλογιζόμενοι τις κοινωνικές και πληθυσμιακές κατηγορίες με ανάγκες πρόσβασης, συμπεραίνει κανείς ότι όλοι σε κάποια δεδομένη στιγμή της ζωής τους, είτε για σύντομο είτε για μονιμότερο χρονικό διάστημα, ενδέχεται να βρεθούν αντιμέτωποι με

ανάλογους λειτουργικούς περιορισμούς. Εκτός των πολιτών με εκ γενετής αναπηρίες, η προσβασιμότητα θεωρείται απαραίτητη στα άτομα που αντιμετωπίζουν κάποιου είδους προσωρινή αναπηρία, για παράδειγμα μετά από ένα ατύχημα, σε γονείς με μικρά παιδιά που κάνουν χρήση παιδικών καροτσιών, σε γυναίκες που διανύουν την περίοδο της κύησης τους, καθώς και σε παιδιά ως την ηλικία των 5 ετών. Τα άτομα με αναπηρία αποτελούν ευαίσθητες κοινωνικά ομάδες που έχουν υποστεί διακρίσεις σε πολλούς τομείς της ζωής τους, ενώ παράλληλα καλούνται να αντιμετωπίσουν και πολλές δυσκολίες στην καθημερινότητά τους (Zientara, 2026). Οι δυσκολίες αυτές σε μεγάλο βαθμό οφείλονται στις σοβαρές ελλείψεις που παρουσιάζει το δομημένο περιβάλλον, καθιστώντας σαφές ότι η προσβασιμότητα αποτελεί μια καθολική ανθρώπινη ανάγκη (Gillovic & McIntosh, 2020; ISO, 2021).

6.2.2 Η Ενδυνάμωση, η Συμμετοχή και η Ενεργός Εμπλοκή των Ατόμων με Αναπηρία

Η άμεση συμμετοχή των ατόμων με αναπηρία και των οργανώσεων που τα εκπροσωπούν είναι καθοριστικής σημασίας για την ανατροπή αυτών των αποκλεισμών και τη διασφάλιση των δικαιωμάτων τους (Darcy, 2010). Οι πολίτες με διάφορες μορφές αναπηρίας καλούνται να συνεισφέρουν και να συμμετέχουν ενεργά σε όλες τις δραστηριότητες που σχετίζονται με τον σχεδιασμό και την εφαρμογή της προσβασιμότητας, δίνοντας τις γνώσεις και τις βιωματικές τους απόψεις (Rickly & Hansen, 2025). Μέσω της ενεργού εμπλοκής τους σε θέματα που τους ενδιαφέρουν, μπορεί να παραδοθεί ένα τουριστικό προϊόν υψηλότερης ποιότητας, με ακριβή κατανόηση των αναγκών των ατόμων με αναπηρία ως τουρίστες (Lu et al., 2025).

Συνεπώς, υπάρχει επιτακτική ανάγκη οι αρχές και οι επιχειρήσεις να γνωρίζουν καλύτερα τα οικονομικά και κοινωνικά οφέλη που θα προκύψουν από τη συμμετοχή αυτών των ατόμων στη λήψη αποφάσεων σε διάφορους τομείς της τουριστικής βιομηχανίας (Porto, 2019). Τα ίδια τα άτομα με αναπηρία και οι φροντιστές τους κατανοούν τις ανάγκες και τις επιθυμίες τους όσον αφορά τις ταξιδιωτικές συνήθειες καλύτερα από οποιονδήποτε άλλον (Gladwell et al., 2010). Η ενεργός αυτή εμπλοκή λειτουργεί ως μοχλός ενδυνάμωσης, επιτρέποντας στην κοινότητα να μετατραπεί από παθητικό καταναλωτή σε καθοριστικό παράγοντα που επηρεάζει και κατευθύνει τις σύγχρονες τάσεις του τουριστικού κλάδου. Μέσα από τη συλλογική τους δράση, την έντονη παρουσία τους στο διαδίκτυο, την υπεύθυνη χρήση των ψηφιακών κριτικών (eWOM) και τη συνεργασία με θεσμικούς φορείς, τα ΑμεΑ και οι συνοδοί τους αναγκάζουν τις τουριστικές επιχειρήσεις να εγκαταλείψουν τις πρόχειρες πρακτικές και να σεβαστούν την ανεξαρτησία και την αξιοπρέπεια κάθε ταξιδιώτη (Darcy, 2010; Filieri et al., 2015; Stankov et al., 2024). Παράλληλα, καθίσταται επιτακτική η αναγνώριση του ρόλου του φροντιστή ως συν-ταξιδιώτη καθώς η ικανοποίησή τους παύει να θεωρείται δευτερεύουσα από τη μεριά της διοίκησης των ξενοδοχειακών καταλυμάτων αλλά αναδεικνύεται σε κρίσιμο στρατηγικό κριτήριο για τη διαμόρφωση της πιστότητας (loyalty).

6.2.3 Επιχειρησιακές Προσαρμογές και Βήματα για τις Διοικήσεις των Ξενοδοχείων

Για τη μετάβαση σε αυτό το συμπεριληπτικό μοντέλο, οι διοικήσεις των ξενοδοχείων στην Ελλάδα οφείλουν να υιοθετήσουν μια σειρά από πρακτικά μέτρα, ξεκινώντας από την ανάγκη για ψηφιακή ειλικρίνεια και διαφάνεια (Eichhorn & Buhalis, 2023). Οι ξενοδόχοι πρέπει να καταλάβουν ότι η «επιφανειακή» ή παραπλανητική online προβολή, για παράδειγμα, το να δηλώνουν το ξενοδοχείο προσβάσιμο απλώς επειδή διαθέτει μια ράμπα στην είσοδο, δεν φέρνει το επιθυμητό αποτέλεσμα, καθώς η κοινότητα των ΑμεΑ διασταυρώνει τα πάντα ψηφιακά (Vila & Darcy, 2025). Συνεπώς, οι επιχειρήσεις οφείλουν να παρέχουν στις ιστοσελίδες τους, λεπτομερείς φωτογραφίες και ακριβή δεδομένα, γλιτώνοντας τον υποψήφιο πελάτη από το άγχος της συνεχούς τηλεφωνικής ή γραπτής επιβεβαίωσης και ενισχύοντας την ψηφιακή του αυτονομία (Michoroulou & Buhalis, 2013).

Ωστόσο, η ψηφιακή αυτή διαφάνεια παραμένει μετέωρη εάν δεν υποστηρίζεται από μια ανάλογη υλική πραγματικότητα στις φυσικές εγκαταστάσεις των ξενοδοχείων. Για τον λόγο αυτό, απαιτείται παράλληλα μια συγκροτημένη στρατηγική επενδύσεων βάσει του Καθολικού Σχεδιασμού, καθώς η θεωρία και η πράξη αποδεικνύουν ότι το δωμάτιο και το μπάνιο αποτελούν τον πυρήνα των προβλημάτων προσβασιμότητας (ISO, 2021; Papamichail, 2012). Οι ξενοδόχοι δεν μπορούν να βασίζονται αποκλειστικά στην ευγένεια και το φιλότιμο του προσωπικού πρώτης γραμμής για να καλύπτουν τα δομικά και κατασκευαστικά λάθη των εγκαταστάσεων (Chung et al., 2025; Nguyen & Do, 2024). Προκειμένου να εδραιώσουν την πιστότητα αυτού του κοινού και να εξασφαλίσουν θετικές κριτικές, οι επιχειρήσεις οφείλουν να προχωρήσουν σε ουσιαστικές κτιριακές επενδύσεις (Maxham, 2001; Himmetoğlu et al., 2025).

Εντούτοις, η χωρική αυτή αναβάθμιση εντός των ξενοδοχειακών τειχών δεν επαρκεί εάν ο ευρύτερος προορισμός παρουσιάζει αστοχίες. Ως ο κεντρικός πυρήνας της συνολικής ταξιδιωτικής εμπειρίας, το ξενοδοχειακό κατάλυμα οφείλει να λειτουργεί ως μοχλός κινητοποίησης και πίεσης προς τις υπόλοιπες τουριστικές επιχειρήσεις και τους εμπλεκόμενους φορείς της περιοχής του. Η προσβασιμότητα δεν δύναται να υφίσταται ως μια μεμονωμένη και αποκομμένη νησίδα φιλοξενίας, αλλά προϋποθέτει τη λειτουργική διασύνδεση και τον συγχρονισμό όλων των εμπλεκόμενων σε επίπεδο προορισμού.

Η υιοθέτηση μιας τέτοιας ολιστικής προσέγγισης και η συνακόλουθη επενδυτική δραστηριότητα δεν συνιστούν απλώς μια υποχρέωση, αλλά αποκαλύπτουν ένα τεράστιο ανεκμετάλλευτο επιχειρηματικό περιθώριο και μια σημαντική οικονομική ευκαιρία, καθώς τα ΑμεΑ και οι φροντιστές τους συγκροτούν ένα εξαιρετικά πιστό και συσπειρωμένο καταναλωτικό κοινό (Alqraini & Alasim, 2026; Porto, 2019). Εάν ένα ξενοδοχείο καταφέρει να συνδυάσει την αυθεντική φυσική προσβασιμότητα με την παραδοσιακή ελληνική φιλοξενία, οι πελάτες αυτοί θα μετατραπουν αυτόματα στους πιο ισχυρούς «πρεσβευτές» και διαφημιστές του ξενοδοχειακού καταλύματος στο διαδίκτυο, αυξάνοντας μακροπρόθεσμα την κερδοφορία και την ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης (Kasimati, 2019; Wang & Li, 2023).

6.2.4 Πολιτικές Μεταρρυθμίσεις και Βήματα των Ελληνικών Δημόσιων Φορέων

Από την πλευρά του Ελληνικού Κράτους και των δημόσιων φορέων, η παρούσα εργασία τεκμηριώνει ότι το θέμα του προσβάσιμου τουρισμού έχει αντιμετωπιστεί μάλλον αποσπασματικά. Παρόλο που η κρατική πρωτοβουλία έχει οδηγήσει σε ορισμένες καλές πρακτικές στο παρελθόν, παραμένει συνεπής ως προς την ενσωμάτωση της προσβασιμότητας στις κύριες στρατηγικές για την τουριστική ανάπτυξη. Παρά τις υφιστάμενες κατευθυντήριες γραμμές, υπάρχει ασθενής δέσμευση και περιορισμένες επενδύσεις στον προσβάσιμο τουρισμό στην πράξη, γεγονός που αποδεικνύει την αργή πρόοδο στη βελτίωση της προσβασιμότητας στους περισσότερους τουριστικούς προορισμούς (Buhalis, Darcy & Ambrose, 2012). Για την επίτευξη των στόχων της εθνικής στρατηγικής, το κράτος οφείλει να εντείνει τις προσπάθειές του αναπτύσσοντας ένα ολοκληρωμένο, αυστηρό νομικό πλαίσιο που να προστατεύει τα δικαιώματα των δικαιούχων του Προσβάσιμου Τουρισμού (Εθνική Αρχή Προσβασιμότητας, 2024; Ελληνική Κυβέρνηση, 2025). Η νομοθεσία αυτή οφείλει να εξελίσσεται παράλληλα με τις όποιες μεταβολές σημειώνονται στον κλάδο, λαμβάνοντας υπόψη τις νέες συνθήκες ταξιδιού και τη συχνή αναθεώρηση των νόμων (European Commission, 2019).

Προς την κατεύθυνση αυτή, απαιτείται άμεσα η θεσμοθέτηση ενός ενιαίου μηχανισμού ελέγχου, μέσω της σύνδεσης του επίσημου «Σήματος Προσβάσιμης Τουριστικής Επιχείρησης» (ΦΕΚ 1159/Β'/12.03.2025) με το σύστημα μοριοδότησης και κατηγοριοποίησης των ξενοδοχείων σε αστέρια, μετατρέποντας την ουσιαστική προσβασιμότητα σε υποχρεωτικό κριτήριο (Υπουργείο Τουρισμού, 2025). Σε δεύτερο επίπεδο, κρίνεται αναγκαία η παροχή στοχευμένων οικονομικών κινήτρων μέσω της δημιουργίας ειδικών επιδοτούμενων προγραμμάτων από το ΕΣΠΑ και το Ταμείο Ανάκαμψης, για την κάλυψη του υψηλού κόστους των δομικών προσαρμογών σε μικρομεσαία καταλύματα και παραδοσιακά ή διατηρητέα κτίρια (ΙΝΣΕΤΕ, 2023).

Παράλληλα, επιβάλλεται η κρατική χρηματοδότηση προγραμμάτων κατάρτισης με τον σχεδιασμό υποχρεωτικών προγραμμάτων εκπαίδευσης για τους εργαζόμενους πρώτης γραμμής, σε συνεργασία με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, ώστε η εξυπηρέτηση να βασίζεται σε τεχνική γνώση και όχι μόνο στο έμφυτο φιλότιμο τους (Καραθανάση, 2019; Kourkouridis & Salepaki, 2023). Σε άμεση συνάρτηση με την επαγγελματική αυτή κατάρτιση, κρίνεται εξίσου αναγκαία η ενσωμάτωση της προσβασιμότητας στην ανώτατη τουριστική εκπαίδευση, μέσω της αναδιάρθρωσης των προγραμμάτων σπουδών των Δημόσιων Σχολών Τουριστικής Εκπαίδευσης και των αντίστοιχων Πανεπιστημιακών Τμημάτων της χώρας. Στο πλαίσιο αυτό, ο «Καθολικός Σχεδιασμός στις Τουριστικές Υπηρεσίες» και η «Διοίκηση Προσβάσιμου Τουρισμού» πρέπει να εισαχθούν ως αυτόνομα, υποχρεωτικά διδακτικά αντικείμενα συμβάλλοντας στη δημιουργία μιας νέας γενιάς στελεχών που αντιλαμβάνονται την προσβασιμότητα ως στρατηγική ποιότητας και όχι ως μια τυπική διαδικαστική υποχρέωση. Τέλος, για την ολοκλήρωση αυτών των παρεμβάσεων, είναι απαραίτητη η διασφάλιση της συνέχειας των δημόσιων υποδομών με την υλοποίηση οριζόντιων παρεμβάσεων στους δημόσιους χώρους, στα πεζοδρόμια, στα λιμάνια και στα μέσα

μεταφοράς, εξαλείφοντας τις ασυνέχειες της ταξιδιωτικής αλυσίδας (Υπουργείο Ναυτιλίας, 2023; Υπουργείο Περιβάλλοντος, 2022).

6.2.5 Ο Αντίκτυπος της Προσβασιμότητας στην Εθνική Οικονομία και Κοινωνική Ευημερία της Ελλάδας

Η συνολική και συστηματική βελτίωση της προσβασιμότητας σε όλα τα επίπεδα θα αποφέρει ανυπολόγιστα οφέλη, επιτρέποντας στην Ελλάδα να αναδιαμορφώσει ριζικά το τουριστικό της προφίλ. Η ανάπτυξη του προσβάσιμου τουρισμού αποτελεί μια μεγάλη στρατηγική στροφή που επιτρέπει στην Ελλάδα να ξεφύγει οριστικά από το κλασικό, παραδοσιακό τουριστικό προϊόν του μαζικού μοντέλου «Ήλιος και Θάλασσα», το οποίο χαρακτηρίζεται από έντονη εποχικότητα και προκαλεί κορεσμό στις υποδομές κατά τους καλοκαιρινούς μήνες (ΙΝΣΕΤΕ, 2023; UNWTO, 2016).

Το τελικό όφελος από αυτή τη μεταρρύθμιση διαχέεται στην οικονομία και στην κοινωνική ευημερία της χώρας (Porto, 2019; Uysal & Sirgy, 2019). Η ανάπτυξη υποδομών, μεταφορών, ψηφιακών υπηρεσιών και δημόσιων χώρων με βάση τις αρχές του Καθολικού Σχεδιασμού αναβαθμίζει άμεσα την ποιότητα ζωής των ίδιων των μόνιμων κατοίκων της χώρας, των Ελλήνων ΑμεΑ, των εμποδιζόμενων ατόμων και των ηλικιωμένων, προάγοντας την ελληνική κοινωνική δικαιοσύνη (Εθνική Αρχή Προσβασιμότητας, 2024; Higgins-Desbiolles, 2020). Με τον τρόπο αυτό, ο προσβάσιμος τουρισμός αναδεικνύεται από μια επιχειρηματική ευκαιρία σε μια πράξη συλλογικής προστασίας, πολιτισμού και ισότητας. Εδραιώνει ένα σύγχρονο, υπεύθυνο και συμπεριληπτικό μοντέλο ανάπτυξης, όπου η τουριστική ανταγωνιστικότητα δεν αποτελεί αυτοσκοπό, αλλά εξυπηρετεί άμεσα την κοινωνική συνοχή και την ευημερία ολόκληρης της ελληνικής κοινωνίας (Buhalis & Darcy, 2011; ISO, 2021).

6.3 Προτάσεις για Μελλοντική Έρευνα

Η παρούσα έρευνα, αναδεικνύοντας κρίσιμα ζητήματα σχετικά με την προσβασιμότητα στον ελληνικό ξενοδοχειακό κλάδο, αποτελεί μια σημαντική αφετηρία για περαιτέρω διερεύνηση, ανοίγοντας νέους ορίζοντες στην ακαδημαϊκή μελέτη του προσβάσιμου τουρισμού. Αξιοποιώντας τους περιορισμούς που καταγράφηκαν, προτείνεται μια σειρά από κατευθύνσεις που θα ενισχύσουν τη βιβλιογραφία και θα προσφέρουν πιο στοχευμένες λύσεις. Πρωτίστως, κρίνεται σκόπιμη η διενέργεια μελετών που θα συνδυάζουν τις υποκειμενικές εμπειρίες των ταξιδιωτών με αντικειμενικές αξιολογήσεις των φυσικών χώρων από ειδικούς εμπειρογνώμονες. Η σύζευξη των δύο αυτών προσεγγίσεων θα επιτρέψει τη χαρτογράφηση του ακριβούς χάσματος μεταξύ της «δηλωμένης» και της «πραγματικής» προσβασιμότητας, προσφέροντας δεδομένα υψηλής τεχνικής εγκυρότητας. Παράλληλα, ενώ η παρούσα μελέτη εξέτασε την αναπηρία ως ενιαία κατηγορία, η περαιτέρω εξειδίκευση σε μελλοντικές έρευνες ανάλογα με το είδος της αναπηρίας (π.χ. αισθητηριακές, κινητικές ή νευροαναπτυξιακές

διαταραχές) είναι επιβεβλημένη, καθώς οι ανάγκες των χρηστών διαφέρουν ριζικά και απαιτούν εξατομικευμένες λύσεις προσβασιμότητας.

Επιπλέον, η εστίαση στην πλευρά της προσφοράς αποτελεί κεντρικό πυλώνα για μελλοντική διερεύνηση. Η μελέτη των απόψεων των ίδιων των επιχειρηματιών του τουρισμού σχετικά με τα οικονομικά, γραφειοκρατικά και γνωστικά εμπόδια που τους αποτρέπουν από την επένδυση στον Καθολικό Σχεδιασμό θα προσέφερε μια ολιστική εικόνα του ζητήματος, εντοπίζοντας τα σημεία που απαιτούν κρατική παρέμβαση ή στοχευμένη ενημέρωση. Τέλος, στον τομέα της τεχνολογίας, η διερεύνηση του ρόλου των σύγχρονων ψηφιακών εργαλείων όπως η Τεχνητή Νοημοσύνη (AI), οι εξειδικευμένες πλατφόρμες διασταύρωσης δεδομένων ή η επαυξημένη πραγματικότητα μπορούν να αποτελέσουν τη λύση για την αποκατάσταση της εμπιστοσύνης των ταξιδιωτών ΑμεΑ. Η ανάπτυξη τέτοιων ψηφιακών συστημάτων υπόσχεται να προσφέρει στους επισκέπτες τη χαμένη τους ψηφιακή αυτονομία, μετασχηματίζοντας το τοπίο του προσβάσιμου τουρισμού στην Ελλάδα προς μια κατεύθυνση πραγματικής συμπερίληψης, βιωσιμότητας και κοινωνικής δικαιοσύνης.

Ελληνόγλωσση βιβλιογραφία

AccessibleEU. (χ.χ.). *Accessible Tourism Enterprise Certification - Greece*. Ανακτήθηκε 1
Απριλίου, 2026, από https://accessible-eu-centre.ec.europa.eu/accessible-tourism-enterprise-certification-greece_en?prefLang=et

Αρχή Πολιτικής Αεροπορίας. (2023, 17 Αυγούστου). *Κανονισμός επιθεωρήσεων της Αρχής Πολιτικής Αεροπορίας* (ΦΕΚ Β' 5103/2023). Ανακτήθηκε 1 Οκτωβρίου, 2026 από https://books.google.gr/books?hl=el&lr=&id=nPRyPrFrNBcC&oi=fnd&pg=PP2&dq=+Tourism+business+frontiers:+Consumers,+products+and+industry.+Oxford,+UK:+Butterworth-Heinemann.++&ots=nF9ue-E01b&sig=PMZ4bltrDyibra7kfIAW-QKKGD4&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false https://hcaa.gov.gr/sites/default/files/documents/2023-08-17-kanonismos-epitheoriseon-apa-fek-2023-tefxos-b-05103-downloaded-17_08_2023.pdf

Deloitte & INΣΕΤΕ. (2024). *Στρατηγικό Σχέδιο Τουρισμού 2030 - Η σημασία της συμπερίληψης*. Αθήνα. Ανακτήθηκε 13 Οκτωβρίου, 2026 από https://insete.gr/wp-content/uploads/2024/10/TTO_Thessaloniki_Action_Plan.pdf

διαΝΕΟσις. (2016). *Η πληθυσμιακή εξέλιξη της Ελλάδας (2015–2050)*. Αθήνα. Ανακτήθηκε 20 Οκτωβρίου, 2026 από https://www.dianeosis.org/wp-content/uploads/2016/10/EKTHESH_A_KEF_1_2_11_10.pdf

διαΝΕΟσις. (2021). *Η ανάπτυξη του τουρισμού τρίτης ηλικίας και ο ρόλος του τουρισμού υγείας στη μετα-COVID-19 εποχή*. Αθήνα. Ανακτήθηκε 15 Οκτωβρίου, 2026 από https://www.dianeosis.org/wp-content/uploads/2021/07/Senior_tourismHealth_tourism.pdf

Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών. (χ.χ.). *Ταξίδι με παροχή συνδρομής*. Αθήνα. Ανακτήθηκε 1 Οκτωβρίου, 2026 από <https://www.aia.gr/el/traveller/eidikh-yposthriksh?contentTabId=tab-14056>

Εθνική Αρχή Προσβασιμότητας. (2024). *Εθνική στρατηγική για τα δικαιώματα των ατόμων με αναπηρία 2024–2030: Μια Ελλάδα με όλους, για όλους*. Αθήνα. Ανακτήθηκε 10 Οκτωβρίου, 2026 από <https://amea.gov.gr/strategy/strategy-2024-2030>

Ελληνική Κυβέρνηση. (2025). *Εθνική Στρατηγική για τα Άτομα με Αναπηρία 2024-2030*. Αθήνα. Ανακτήθηκε 10 Οκτωβρίου, 2026 από <https://amea.gov.gr/strategy/strategy-2024-2030>

ΕΣΑμεΑ (Εθνική Συνομοσπονδία Ατόμων με Αναπηρία). (2022). *Ετήσια Έκθεση για την Αναπηρία στην Ελλάδα: Εμπόδια στην προσβασιμότητα και κοινωνικός αποκλεισμός*. Αθήνα. Ανακτήθηκε 28 Οκτωβρίου, 2026

από <https://www.esamea.gr/el?fbclid=IwAR0bfLXaarTKjprm4TgMF5ohT4BU7dThlvitHrq2RT3Zu79HR5TAdiG0XAs>

Ευρωπαϊκή Επιτροπή. (2025). *Report on the implementation of the European Accessibility Act in the Mediterranean member states*. Brussels, Belgium. Ανακτήθηκε 19 Οκτωβρίου, 2026 από <https://eud.eu/wp-content/uploads/2025/06/D2.4-Report-on-the-implementation-of-the-European-Accessibility-Act.pdf>

gov.gr. (χ.χ.). *Δήλωση προσβασιμότητας*. Ανακτήθηκε 9 Μαΐου, 2026, από <https://www.gov.gr/info/dilosi-prosvasimotitas>

ΙΝΣΕΤΕ. (2023, Νοέμβριος). *Ταξίδια χωρίς αποκλεισμούς: Διαφορετικότητα, ισότητα και συμπερίληψη στον τουρισμό*. Αθήνα. Ανακτήθηκε 1 Οκτωβρίου, 2026 από https://insete.gr/wp-content/uploads/2023/12/23_12-Taxidia_xwris_apokleismous.pdf

ΙΝΣΕΤΕ (Ινστιτούτο ΣΕΤΕ). (2022). *Ελληνικός Τουρισμός 2030 | Σχέδια Δράσης: Προτεινόμενες Στρατηγικές Κατευθύνσεις ανά άξονα και προϊόν*. Αθήνα: Συγγραφέας. Ανακτήθηκε 10 Φεβρουαρίου από <https://insete.gr/wp-content/uploads/2022/08/Προτεινόμενες-Στρατηγικές-Κατευθύνσεις-final.pdf>

ΙΝΣΕΤΕ. (2024, Ιούλιος). *Ακτινογραφία εισερχόμενου τουρισμού 2019–2023*. Αθήνα. Ανακτήθηκε 26 Οκτωβρίου, 2026 από https://insete.gr/wp-content/uploads/2025/08/25-9_X-Ray_2023-2024.pdf

ΙΤΕΠ (Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων). (2021, 14 Ιουλίου). *Ερευνα για την προσβασιμότητα των ελληνικών ξενοδοχείων*. Αθήνα. Ανακτήθηκε 1 Οκτωβρίου, 2026 από https://www.grhotels.gr/app/uploads/2021/07/02_ITEP_Hotel-Accessibility-Survey_2021_07_14_Hmerida-Niarxos.pdf

Καραθανάση, Α. (2019). *Προσβάσιμος Τουρισμός και Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων: Η σημασία της εκπαίδευσης του προσωπικού* (Μεταπτυχιακή Εργασία). Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Ρόδος.

ΟΑΣΑ. (χ.χ.). *ΑμεΑ πληροφόρηση*. Αθήνα. Ανακτήθηκε 1 Μαρτίου, 2026 από <https://www.oasa.gr/%CE%B5%CE%BE%CF%85%CF%80%CE%B7%CF%81%CE%AD%CF%84%CE%B7%CF%83%CE%B7-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CE%B2%CE%B1%CF%84%CF%8E%CE%BD/%CE%B1%CE%BC%CE%B5%CE%B1/%CE%B1%CE%BC%CE%B5%CE%B1-%CF%80%CE%BB%CE%B7%CF%81%CE%BF%CF%86%CF%8C%CF%81%CE%B7%CF%83%CE%B7/>

Παπαδάκη, Μ. (2023). *Οικονομική αξιολόγηση παρεμβάσεων προσβασιμότητας σε υφιστάμενες ξενοδοχειακές μονάδες* (Διπλωματική Εργασία). Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος, Θεσσαλονίκη.

Παπαδοπούλου, Μ. (2022). *Ψηφιακή Προσβασιμότητα στις Τουριστικές Επιχειρήσεις στην Ελλάδα: Αξιολόγηση ιστοσελίδων βάσει των προτύπων WCAG* (Διπλωματική Εργασία). Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα.

Παπαδοπούλου, Μ., & Καραθανάση, Α. (2024). *Προσβασιμότητα και Νησιωτικότητα στην Ελλάδα: Προκλήσεις και Προοπτικές*. Αθήνα: Συγγραφέας.

ΣΤΑ.ΣΥ. (χ.χ.). *Προσβασιμότητα*. Αθήνα. Ανακτήθηκε 1 Μαρτίου, 2026 από <https://www.stasy.gr/%CE%B5%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B5%CE%AF%CE%B1/%CF%80%CF%81%CE%BF%CF%83%CE%B2%CE%B1%CF%83%CE%B9%CE%BC%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1/>

Συμεωνίδη, Χ. (2021). *Προσβάσιμος τουρισμός στην Ελλάδα: Προκλήσεις και προοπτικές για την επίτευξη της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης* (Διπλωματική Εργασία). Πειραιάς: Πανεπιστήμιο Πειραιώς.

Υπουργείο Ναυτιλίας και Νησιωτικής Πολιτικής. (2023, 9 Μαΐου). *Πληροφόρηση για υποδομές και υπηρεσίες εξυπηρέτησης ΑμεΑ σε λιμενικές υποδομές της χώρας*. Πειραιάς. Ανακτήθηκε 1 Οκτωβρίου, 2026 από <https://www.ynanp.gr/el/gr-epikoinwnias-enhmerwshs/plhroforhsh-gia-ypodomes-kai-yphresies-e3yphrethshs-amea-se-limenikes-ypodomes-ths-xwras/>

Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας. (2022, 7 Δεκεμβρίου). *Υ.Α. οικ. ΥΠΕΝ/ΔΜΕΑΑΠ/124964/1561/2022* (ΦΕΚ 6213/Β'/7.12.2022). Αθήνα. Ανακτήθηκε 1 Οκτωβρίου, 2026 από <https://www.elinyae.gr/ethniki-nomothesia/ya-oik-ypendmeaap12496415612022-fek-6213b-7122022>

Υπουργείο Πολιτισμού. (2023, 28 Νοεμβρίου). *Αρχαιολογικός περίπατος στον Μόλυβο αναδεικνύει την άγνωστη Αρχαία Μήθυμνα*. Αθήνα. Ανακτήθηκε 13 Μαρτίου 2026 από <https://www.culture.gov.gr/el/Information/SitePages/view.aspx?nID=4790>

Υπουργείο Πολιτισμού. (2025a, 10 Ιανουαρίου). *Νέες διαδρομές και νέοι χώροι θέασης στην Αρχαία Αγορά*. Αθήνα. Ανακτήθηκε 3 Οκτωβρίου, 2026 από <https://www.culture.gov.gr/el/Information/SitePages/view.aspx?nID=5218>

Υπουργείο Τουρισμού. (2021, Μάιος). *Σχέδιο Τομεακού Προγράμματος Ανάπτυξης Τουρισμού 2021-2025 (ΕΠΑ ΤΠΑ 2021-2025)*. Αθήνα. Ανακτήθηκε 28 Οκτωβρίου, 2026 από <https://mintour.gov.gr/wp-content/uploads/2021/05/tomeako-programma-anaptyksis-tourismou-2021-2025.pdf>

Υπουργείο Τουρισμού. (2021b, 3 Δεκεμβρίου). *Β. Κικίλιας: Βελτιώνουμε την προσβασιμότητα στους τουριστικούς προορισμούς, θεσμοθετούμε σήμα προσβάσιμης τουριστικής επιχείρησης*. Αθήνα. Ανακτήθηκε 25 Μαρτίου, 2026 από <https://mintour.gov.gr/v-kikilias-veltionoume-tin-prosvasimotita-stoys-toyristikoy-s-proorismoys-thesmothetoyme-sima-prosvasimis-toyristikis-epicheirisis/>

Υπουργείο Τουρισμού. (2023). *Προδιαγραφές για την απονομή του Σήματος Προσβάσιμου Τουρισμού*. Αθήνα. Ανακτήθηκε 10 Μαρτίου 2026 από https://mitos.gov.gr/index.php/%CE%94%CE%94:%CE%A3%CE%AE%CE%BC%CE%B1_%CF%80%CF%81%CE%BF%CF%83%CE%B2%CE%AC%CF%83%CE%B9%CE%BC%CE%BF%CF%85_%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CF%8D_%CF%80%CF%81%CE%BF%CE%BF%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D

Υπουργείο Τουρισμού. (2025, 12 Μαρτίου). *Απόφαση 3003: Καθορισμός των κριτηρίων και των προϋποθέσεων απονομής του Σήματος Προσβάσιμης Τουριστικής Επιχείρησης (ΦΕΚ 1159/Β'/12.03.2025)*. Αθήνα. Ανακτήθηκε 10 Φεβρουαρίου από <https://sete.gr/wp-content/uploads/2025/04/fek-v-1159-sima-prosvasimis-toyristikis-epicheirisis.pdf>

Υπουργείο Τουρισμού. (2026, 14 Ιανουαρίου). *Βελτίωση και τροποποίηση της προσβασιμότητας στις ελληνικές παραλίες (Κωδικός ΟΠΣ ΤΑ 5157146) της Δράσης 16931 «Τουριστική Ανάπτυξη»*. Αθήνα. Ανακτήθηκε 23 Μαρτίου, 2026 από

Ξενόγλωσση βιβλιογραφία

Achillas, C., Aidonis, D., Folinas, D., & Bochtis, D. (2024). Empowering tourism accessibility: A digital revolution in accessible tourism experience: The Pieria region case study. *Applied Sciences*, 14(23), pp. 11136-11137. doi: 10.3390/app142311136

Algraini, F. M., & Alasim, K. N. (2026). Accessibility and service quality as predictors of tourist satisfaction and revisit intention among persons with disabilities in Saudi Arabia. *Acta Psychologica*, 264, pp. 106422. doi: 10.1016/j.actpsy.2026.106422

Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), pp. 411-421. doi: 10.1080/09669582.2011.580586

Buhalis, D., & Costa, C. (2006). *Tourism business frontiers: Consumers, products and industry*. Oxford, UK: Routledge. Ανακτήθηκε 1 Οκτωβρίου, 2026 από https://books.google.gr/books?hl=el&lr=&id=nPRyPrFrNBcC&oi=fnd&pg=PP2&dq=+Tourism+business+frontiers:+Consumers,+products+and+industry.+Oxford,+UK:+Butterworth-Heinemann.++&ots=nF9ue-E01b&sig=PMZ4bltrDyibra7kfIAW-QKKGD4&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Buhalis, D., & Darcy, S. (Eds.). (2011). *Accessible tourism: Concepts and issues*. Bristol, UK: Channel View Publications. Ανακτήθηκε 1 Οκτωβρίου, 2026 από [https://books.google.gr/books?hl=el&lr=&id=5_OBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR12&dq=+Buhalis,+D.,+%26+Darcy,+S.+\(Eds.\).+\(2011\).+Accessible+tourism:+Concepts+and+issues.+Bristol,+UK:+Channel+View+Publications.++&ots=jbDot_Q35u&sig=xAtlhrAPvCgczeKiwNX8V4qq-M&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.gr/books?hl=el&lr=&id=5_OBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR12&dq=+Buhalis,+D.,+%26+Darcy,+S.+(Eds.).+(2011).+Accessible+tourism:+Concepts+and+issues.+Bristol,+UK:+Channel+View+Publications.++&ots=jbDot_Q35u&sig=xAtlhrAPvCgczeKiwNX8V4qq-M&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

Buhalis, D., Darcy, S., & Ambrose, I. (Eds.). (2012). *Best practice in accessible tourism: Inclusion, disability, ageing population and tourism*. Bristol, UK: Channel View Publications. Ανακτήθηκε 1 Σεπτεμβρίου, 2026 από [https://books.google.gr/books?hl=el&lr=&id=j4kxjlvtE3YC&oi=fnd&pg=PR1&dq=+Buhalis,+D.,+Darcy,+S.,+%26+Ambrose,+I.+\(Eds.\).+\(2012\).+Best+practice+in+accessible+tourism:+Inclusion,+disability,+ageing+population+and+tourism.+Bristol,+UK:+Channel+View+Publications.&ots=s9YOc_R6H_&sig=yicWTtLX1mlXYdEAjW8caBI27k&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.gr/books?hl=el&lr=&id=j4kxjlvtE3YC&oi=fnd&pg=PR1&dq=+Buhalis,+D.,+Darcy,+S.,+%26+Ambrose,+I.+(Eds.).+(2012).+Best+practice+in+accessible+tourism:+Inclusion,+disability,+ageing+population+and+tourism.+Bristol,+UK:+Channel+View+Publications.&ots=s9YOc_R6H_&sig=yicWTtLX1mlXYdEAjW8caBI27k&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

Buhalis, D., & Michopoulou, E. (2011). Information-enabled tourism destination marketing: addressing the accessibility market. *Current issues in Tourism*, 14(2), pp. 145-168. Doi: [10.1080/13683501003653361](https://doi.org/10.1080/13683501003653361)

Cetin, G., & Walls, A. (2016). Understanding the customer experiences from the perspective of guests and hotel managers: Empirical findings from luxury hotels in Istanbul, Turkey. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 25(4), pp. 395-424. Doi: [1080/19368623.2015.1034395](https://doi.org/10.1080/19368623.2015.1034395)

Chang, S. (2018). Experience economy in hospitality and tourism: Gain and loss values for service and experience. *Tourism management*, 64, pp. 55-63. doi: [10.1016/j.tourman.2017.08.004](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.08.004)

Chung, J., Park, E., & Kim, S. B. (2025). Navigating the spectrum of service in hospitality: hotel employees' experiences toward guests with disabilities. *Current Issues in Tourism*, 28(16), pp. 2683-2701. Doi: [10.1080/13683500.2024.2404995](https://doi.org/10.1080/13683500.2024.2404995)

Darcy, S. (2010). Inherent complexity: Disability, accessible tourism and accommodation information preferences. *Tourism Management*, 31(6), pp. 816–826. doi: [10.1016/j.tourman.2009.08.010](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.010)

Darcy, S., & Buhalis, D. (2011). Conceptualising disability and accessible tourism. In D. Buhalis & S. Darcy (Eds.), *Accessible tourism: Concepts and issues* pp. 21–44. Bristol, UK: Channel View Publications. doi: [10.21832/9781845411626-005](https://doi.org/10.21832/9781845411626-005)

Darcy, S., Cameron, B., & Pegg, S. (2010). Accessible tourism and sustainability: A discussion and case study. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), pp. 515–537. doi: [10.1080/09669581003690668](https://doi.org/10.1080/09669581003690668)

Darcy, S., & Dickson, T. (2009). A whole-of-life approach to tourism: The case for accessible tourism experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16(1), pp. 32–44. doi: [10.1375/jhtm.16.1.32](https://doi.org/10.1375/jhtm.16.1.32)

Denizova, V. (2025). *Tourism for all: Digital solutions for improving accessibility in tourism* (Διδακτορική Διατριβή). University of National and World Economy, Sofia, Bulgaria. Ανακτήθηκε 5 Σεπτεμβρίου, 2026 από <https://ideas.repec.org/a/nwe/natrud/y2025i4p95-115.html>

Domínguez Vila, T., Alén-González, E., & Darcy, S. (2018). Website accessibility in the tourism industry: An analysis of the national tourism organizations' websites. *Disability and Rehabilitation*, 40(24), pp. 2890–2900. doi: [10.1080/09638288.2017.1362709](https://doi.org/10.1080/09638288.2017.1362709)

Eichhorn, V., & Buhalis, D. (2023). *Accessible tourism: Concepts and issues* (2η έκδ.). Bristol, UK: Channel View Publications. Ανακτήθηκε 5 Σεπτεμβρίου, 2026

από https://www.researchgate.net/publication/235993170_Accessible_Tourism_Concepts_and_Issues

Eichhorn, V., Miller, G., Michopoulou, E., & Buhalis, D. (2008). Enabling access to tourism through information schemes? *Annals of Tourism Research*, 35(1), pp.189–210. doi: 10.1016/j.annals.2007.07.005

Elkington, J., & Rowlands, I. H. (1999). Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business. *Alternatives Journal*, 25(4), 42. Ανακτήθηκε 5 Σεπτεμβρίου, 2026 από <https://dn721609.ca.archive.org/0/items/BusinessMoneyBooksarchive/Cannibals%20With%20Forks%20-%20The%20Triple%20Bottom%20Line%20of%2021st%20Century%20Business.pdf>

ENAT (European Network for Accessible Tourism). (2007). *Services and facilities for accessible tourism in Europe (Study 2)*. Athens, Greece Ανακτήθηκε 5 Σεπτεμβρίου, 2026 από https://www.accessibletourism.org/resources/enat_study-2_services_and_facilities_en.pdf

European Commission. (2014). *Economic impact and travel patterns of accessible tourism in Europe*. Final Report, Directorate-General for Enterprise and Industry. Brussels: European Union.

European Commission. (2019). Directive (EU) 2019/882 of the European Parliament and of the Council of 17 April 2019 on the accessibility requirements for products and services. *Official Journal of the European Union*, L 151, 70–115. Ανακτήθηκε 10 Σεπτεμβρίου, 2026 από <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2019/882/oj>

European Commission. (2021). *Union of equality: Strategy for the rights of persons with disabilities 2021–2030*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Ανακτήθηκε 15 Σεπτεμβρίου, 2026 από <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1484>

European Parliament and Council of the European Union. (2019). Directive (EU) 2019/882 of the European Parliament and of the Council of 17 April 2019 on the accessibility requirements for products and services. *Official Journal of the European Union*, L 151, 70–115. Ανακτήθηκε 19 Σεπτεμβρίου, 2026 από <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2019/882/oj>

Eurostat. (2023). *Tourism statistics*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Ανακτήθηκε 19 Σεπτεμβρίου, 2026 από https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics

Eusébio, C., Teixeira, L., Moura, A., Kastenholz, E., & Carneiro, M. J. (2020, October). The relevance of internet as an information source on the accessible tourism market. In *International Conference on Tourism, Technology and Systems* (pp. 120-132). Singapore: Springer

2026
Ανακτήθηκε 5 Σεπτεμβρίου, 2026
από https://dlwqtxts1xzle7.cloudfront.net/79728496/978-981-33-4256-9_11-libre.pdf?1643365827=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DThe_Relevance_of_Internet_as_an_Informat.pdf&Expires=1778414886&Signature=aoQtgzqNwYwhgE2-dAC5A9gI4nqlkwFv6vI-gfhTzKu-v81--TQPwCR4mrVnzysy6saLRUcRTI~88eu9qOXfvMWu09YngYF8uuqbm~L2TMnvOumk-iYMrkSxNgltLlekCOlgY0jVdulzfUoylq6pFXSON7Y7g3VFTRftYAI5JgUBtc50hLVe6VirNagzUSI31RYuzD15esitrKPub76nB7Z7MPsD8Mvyc4izh4lajrOFgA2kU-P5WM2a5wbxfgVLLUIKBiKHYXWuZyNXE6bHmRaGiA2yOfvl82di6B5mCvWmi0iSqWit1OTqPivqUUwvjcuNo0BU~2zTCAqSNvwbFg__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Ferri Sanz, M., Durá Ferrandis, E., & Garcés Ferrer, J. (2019). Service quality scales and tourists with special needs: A systematic review. *Sustainability*, 11(14), pp. 3844. doi: 10.3390/su11143844

Filieri, R., Alguezaui, S., & McLeay, F. (2015). Why do travelers trust TripAdvisor? Antecedents of trust and usefulness of hotel reviews in the sharing economy. *Journal of Travel Research*, 54(2), pp. 174-188. DOI: [10.1016/j.tourman.2015.05.007](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.05.007)

Flemmer, C., & McIntosh, A. (2025). Perceptions of people with disabilities on the accessibility of New Zealand's built environment. *Disabilities*, 5.3 pp. 75. Ανακτήθηκε 19 Σεπτεμβρίου, 2026 από <https://www.mdpi.com/2673-7272/5/3/75>

Frey, N., & George, R. (2010). Responsible tourism management: The missing link between business owners' attitudes and behaviour in the Cape Town tourism industry. *Tourism Management*, 31(5), 621–628. doi: 10.1016/j.tourman.2009.06.017

Fuente-Robles, Y. M. D. L., Muñoz-de-Dios, M. D., Mudarra-Fernández, A. B., & Ricoy-Cano, A. J. (2020). Understanding stakeholder attitudes, needs and trends in accessible tourism: A systematic review of qualitative studies. *Sustainability*, 12(24), pp. 10507. Doi: [10.3390/su122410507](https://doi.org/10.3390/su122410507)

Gladwell, N. J., Bedini, L. A., Byrd, E. T., & Cardenas, D. A. (2010). Family caregivers: an untapped travel market. *Journal of Unconventional Parks, Tourism & Recreation Research*, 3(1), pp. 8-10. Ανακτήθηκε 26 Μαΐου, 2026, από <http://www.juptrr.org/>

Gillovic, H., & McIntosh, A. (2020). Accessibility and inclusive tourism development: Current state and future agenda. *Sustainability*, 12(22), pp. 9722. doi: 10.3390/su12229722

Gotti, D. G., Morales, E. M., Routhier, F. R., Riendeau, J. R., & Hadj Hassen, A. H. (2024). Dehumanizing air travel: A scoping review on accessibility and inclusion of people with disabilities in international airports. *Frontiers in Rehabilitation Sciences*, 4, pp. 1305191. doi: 10.3389/fresc.2024.1305191

Higgins-Desbiolles, F. (2006). More than an “industry”: The forgotten power of tourism as a social force. *Tourism Management*, 27(6), pp. 1192–1208. doi: 10.1016/j.tourman.2005.05.020

Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Annals of Tourism Research*, 82, pp. 102928. doi: 10.1080/14616688.2020.1757748

Higgins-Desbiolles, F., Doering, A., & Bigby, B. C. (2021). Introduction: Socialising tourism: Reimagining tourism's purpose. In *Socialising tourism* (pp. 1-21). Routledge. Ανακτήθηκε 5 Σεπτεμβρίου, 2026, από <https://www.taylorfrancis.com/chapters/oa-edit/10.4324/9781003164616-1/introduction-freya-higgins-desbiolles-adam-doering-bobbie-chew-bigby>

Himmetoğlu, A., Erkaya, B., Akıncı, Z., Yurcu, G., Ajanovic, E., Aybek, G., & Kutlu, D. A Scale Development Study on the Expectation of a Disabled Friendly Hotel in the Context of Accessible Tourism. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, (Advanced Online Publication). DOI: [10.30519/ahtr.1646799](https://doi.org/10.30519/ahtr.1646799)

Hua, C. (2025). Conceptualizing ableism in tourism and hospitality. *Journal of Travel Research*. doi: 10.1177/00472875251370387

Iqbal, U. P., Hamza, V. K., Nooney, L. K., et al. (2023). Exploring the determinants of destination satisfaction: A multidimensional approach. *Future Business Journal*, 9, 59. doi: 10.1186/s43093-023-00240-1

ISO (International Organization for Standardization). (2021). *ISO 21902:2021. Tourism and related services — Accessible tourism for all — Requirements and recommendations*. Geneva, Switzerland. Ανακτήθηκε 22 Σεπτεμβρίου, 2026 από <https://www.iso.org/obp/ui/en/#iso:std:iso:21902:ed-1:v1:en>

Kasimati, E., & Ioakeimidis, P. (2019). Accessible tourism in Greece: What is the current status?. *Journal of Economy*, 1(1), 33-42. Ανακτήθηκε 5 Σεπτεμβρίου, 2025, από https://www.academia.edu/65321060/Accessible_tourism_in_Greece_What_is_the_current_status

Kim, B., Liu, A., & Ling, E. C. (2025). Effects of disability employment on guest perceptions and behavioral intentions in the hotel sector. *International Journal of Hospitality Management*, 124, pp. 103993. doi: 10.1016/j.ijhm.2024.103993

Korbiel, K. (2025). A review of research on inclusive tourism. *Sustainability*, 17(14), pp. 6521. doi: 10.3390/su17146521

Kourkouridis, D., & Salepaki, A. (2023). Cooperative tourism marketing in accessible tourism development: The case of the cross-border area of Greece–Republic of Northern Macedonia. *Sustainability*, 15(19), pp.14093. doi: 10.3390/su151914093

Lee, T. J. (2026). The role of tourism in healthy aging: interdisciplinary perspectives on well-being, accessibility and their policy implications. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 38(1), pp. 126-147. Doi: [10.1108/APJML-08-2024-1209](https://doi.org/10.1108/APJML-08-2024-1209)

Leiras, A., & Caamaño-Franco, I. (2024). Search strategies in accessible tourism, barrier-free tourism, disabled tourism and easy access tourism literature. *Tourism Review*, 79(4), pp. 981–999. doi [10.1108/TR-04-2023-0241](https://doi.org/10.1108/TR-04-2023-0241)

Liu, B., Moyle, B., & Kralj, A. (2025). A decade of progress in tourist experience research: Five macro-level trends. *Anatolia*, 36(2), pp. 252-268. Doi: [10.1080/13032917.2024.2404903](https://doi.org/10.1080/13032917.2024.2404903)

López-del-Pino, F., Grisolia, J. M., & Ortúzar, J. de D. (2026). Understanding the elements of the tourism accessibility chain. *Travel Behaviour and Society*, 42, pp. 101161. doi: 10.1016/j.tbs.2025.101161

Lu, S. E., Yang, E. C. L., Moyle, B., & Reid, S. (2025). Inclusive research in tourism: are we enabling or disabling people with disability?. *Tourism Geographies*, 27(7), pp. 1399-1423. Doi: [10.1080/14616688.2025.2546533](https://doi.org/10.1080/14616688.2025.2546533)

Marciszewska, B., & Wanagos, M. (2024). Development of tourism products and the concept of experience economy. *European Research Studies Journal*, 27(2), 868–883. DOI: [10.35808/ersj/3823](https://doi.org/10.35808/ersj/3823)

Martin-Fuentes, E., Marine-Roig, E., & Ferrer-Rosell, B. (2021). Accessibility in inclusive tourism? Hotels distributed through online channels. *Social Sciences*, 10(2), 34. Ανακτήθηκε 5 Σεπτεμβρίου, 2025, από <https://www.mdpi.com/2075-4698/11/2/34>

Maxham, J. G. (2001). Service recovery's influence on consumer satisfaction and purchase intentions. *Journal of Business Research*, 54(1), pp. 11-24. doi: 10.1016/S0148-2963(00)00114-4

Michopoulou, E., & Buhalis, D. (2013). Information provision for challenging markets: The case of the accessibility requiring market in the context of tourism. *Information & Management*, 50(5), pp. 229–239. doi: 10.1016/j.im.2013.04.001

Michopoulou, E., Darcy, S., Ambrose, I., & Buhalis, D. (2015). Accessible tourism futures: the world we want to see – perspectives and implications. *Tourism Planning & Development*, 12(1), 1-12. Ανακτήθηκε 25 Σεπτεμβρίου, 2025, από https://www.researchgate.net/publication/283698155_Accessible_tourism_futures_the_world_we_dream_to_live_in_and_the_opportunities_we_hope_to_have

Mwagana, M. N., & Kinyua, G. M. (2023). Organizational performance from the perspective of customer experience management: A critical review of literature. *International Journal of Education and Research*, 11(9), 101–124.

Mwaka, C. R., Best, K. L., Cunningham, C., Gagnon, M., & Routhier, F. (2024). Barriers and facilitators of public transport use among people with disabilities: a scoping review. *Frontiers in Rehabilitation Sciences*, 4, pp. 1336514. doi: [10.3389/fresc.2023.1336514](https://doi.org/10.3389/fresc.2023.1336514)

Naniopoulos, A., & Nalmpantis, D. (2022). *Accessible tourism: The route to empowerment and social inclusion*. Boca Raton, FL: CRC Press.

Porto, N., Clara, R. A., Simon, D., Noelia, G., & Barbara, A. (2019). Critical elements in accessible tourism for destination competitiveness and comparison: Principal component analysis from Oceania and South America. *Tourism Management*, 75, pp. 169-185. doi: [10.1016/j.tourman.2019.04.012](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.04.012)

Nigg, J. J., et al. (2025). Leisure constraints towards accessible tourism. *Current Issues in Tourism*. doi: 10.1080/13683500.2024.2394965

Novelli, M., Cheer, J. M., Dolezal, C., Jones, A., & Milano, C. (2022). Introduction to niche tourism-contemporary trends and development. *Handbook of niche tourism*, xxiii-xxxii. Ανακτήθηκε 25 Σεπτεμβρίου, 2025, από <https://www.elgaronline.com/edcollchap/book/9781839100185/front-7.xml>

Nyquist, T. E. H., Jahnsen, R. B., Bliksvaer, T., Koncul, A., & Antonsen, K. M. (2025). Accessible tourism—Nature-based activities for all, needs for assistive devices and information among people with disabilities. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 52, 100982. Ανακτήθηκε 10 Σεπτεμβρίου, 2025, από <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2213078025001288>

Olim, L. R. D., & Carvalho, A. N. P. (2022). Promoting accessibility and inclusion: Analyzing good practices in accessible tourism in the Autonomous Region of Madeira. *Journal of Law and Corruption Review*, 4, e061. Ανακτήθηκε 10 Σεπτεμβρίου, 2025, από https://scholar.google.com/scholar?hl=el&as_sdt=0%2C5&as_ylo=2022&q=Olim%2C+L.+R.+D.%2C+%26+Carvalho%2C+A.+N.+P.+%282022%29.+Promoting+accessibility+and+inclusion%3A+Analyzing+good+practices+in+accessible+tourism+in+the+Autonomous+Region+of+Madeira.+Journal+of+Law+and+Corruption+Review%2C+4%2C+e061&btnG=

Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), pp. 460–469. doi:[10.1177/002224378001700405](https://doi.org/10.1177/002224378001700405)

Papamichail, K. (2012). Accessible hotels: Design essentials. In D. Buhalis, S. Darcy, & I. Ambrose (Eds.), *Best practice in accessible tourism: Inclusion, disability, ageing population and tourism* (pp. 241–261). Bristol, UK: Channel View Publications.

Park, H., Park, E., Costa, R., & Lee, M. (2025). Travelers with disabilities: How online information search reduces uncertainty about service accessibility in hospitality and tourism. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 49(6), 1159-1174.

Persson, H., Åhman, H., Yngling, A. A., & Gulliksen, J. (2015). Universal design, inclusive design, accessible design, design for all: Different concepts—One goal? On the concept of accessibility—Historical, methodological and philosophical aspects. *Universal Access in the Information Society*, 14(4), pp. 505–526. doi: 10.1007/s10209-014-0358-z

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). *The experience economy*. Boston, MA: Harvard Business Press. Ανακτήθηκε 10 Σεπτεμβρίου, 2025, από https://www.researchgate.net/publication/260917972_The_experience_economy_past_present_and_future

Poria, Y., Reichel, A., & Brandt, Y. (2011). Dimensions of hotel experience of people with disabilities: an exploratory study. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(5), 571-591. Ανακτήθηκε 10 Σεπτεμβρίου, 2025, από https://www.researchgate.net/publication/254188763_Dimensions_of_hotel_experience_of_people_with_disabilities_An_exploratory_study

Rickly, J., & Hansen, M. (2025). Advancing accessible tourism geographies. *Tourism Geographies*, 27(7), pp. 1363-1376. doi: [10.1080/14616688.2025.2593982](https://doi.org/10.1080/14616688.2025.2593982)

Reindrawati, D. Y., Noviyanti, U. D. E., Azmi, A., & Wiranti, D. A. (2025). Disability-friendly hospitality services as a catalyst for empowering inclusive tourism in Indonesia. *Sustainability*, 17(9), pp. 3785. doi: [10.3390/su17093785](https://doi.org/10.3390/su17093785)

Rubio-Escuderos, L., García-Andreu, H., & de La Ros, J. U. (2021). Accessible tourism: origins, state of the art and future lines of research. *European Journal of Tourism Research*, 28, pp. 2803-2803. doi: [10.54055/ejtr.v28i.2237](https://doi.org/10.54055/ejtr.v28i.2237)

Saltouridou, D., & Poullos, I. (2023, September). Inclusion and sensory accessibility in hotels and its importance for branding. In *The International Conference on Strategic Innovative Marketing and Tourism* (pp. 731-738). Cham: Springer Nature Switzerland. Ανακτήθηκε 10 Σεπτεμβρίου, 2025, από https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-51038-0_79

Santos-Silva, L. C., Shimosakai, R. N., Mondo, T. S., Sthapit, E., Garrod, B., & Coca-Stefaniak, J. A. (2026). Adapting the TOURQUAL scale for accessible tourism: assessing service quality for people with physical disabilities. *Strategic Business Research*, 100062. Ανακτήθηκε 10 Σεπτεμβρίου, 2025, από https://www.researchgate.net/publication/400022823_Adapting_the_TOURQUAL_scale_for_accessible_tourism_Assessing_service_quality_for_people_with_physical_disabilities

Shakespeare, T. (2021). The social model of disability. In *The Routledge handbook of disability studies* (pp. 197–210). London, UK: Routledge. Ανακτήθηκε 10 Σεπτεμβρίου, 2026, από http://thedigitalcommons.org/docs/shakespeare_social-model-of-disability.pdf

Sharpley, R. (2022). *Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability?* London, UK: Earthscan. Ανακτήθηκε 10 Σεπτεμβρίου, 2025, από <https://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/28323/1/173.pdf.pdf>

Smith, A. K., et al. (1999). A model of customer satisfaction with service recovery efforts. *Journal of Marketing Research*, 36(3), 356-372. Ανακτήθηκε 10 Απριλίου, 2026, από https://www.academia.edu/487238/A_model_of_customer_satisfaction_with_service_encounters_involving_failure_and_recovery

Stankov, U., Vujičić, M. D., Orero, P., & Gretzel, U. (2024). Accessibility of tourism 4.0—Designing more meaningful and inclusive tourist experiences. *Universal Access in the Information Society*, 23, pp. 1503–1506. doi: 10.1007/s10209-024-01109-y

Stavrianea, A., & Kamenidou, I. (2021). Complying with digital transformation in online booking through experiential values of generation Z. *European Journal of Tourism Research*, 30, 3003.

Stavrianea, A. (2023, September). The effects of memorable tourism experiences dimensions on revisit intentions. In *The international conference on strategic innovative marketing and tourism* (pp. 131-140). Cham: Springer Nature Switzerland.

Stavrianea, A., and Kamenidou, I. (2022). Profiling Monastery Tourists based on Memorable Experiences, Place Identity, Satisfaction, Intention to Revisit and Intention to Recommend, *Review of Integrative Business and Economics Research* 11(1).

UN Tourism. (2024). *World Tourism Barometer and Inclusion Guidelines*. Madrid, Spain: World Tourism Organization. Ανακτήθηκε 27 Απριλίου, 2026 από <https://www.untourism.int/un-tourism-world-tourism-barometer-data>

UNESCAP & WHO. (2008). Disability statistics. Στο *Training manual on disability statistics* (Chapter 2). Bangkok, Thailand: United Nations. Ανακτήθηκε 1 Απριλίου, 2026 από <https://www.unescap.org/sites/default/files/Chapter2-Disability-Statistics-E.pdf>

United Nations. (2006). Convention on the Rights of Persons with Disabilities. *Treaty Series*, 2515, 3. Ανακτήθηκε 20 Οκτωβρίου, 2025 από <https://www.un.org/disabilities/documents/convention/convoptprot-e.pdf>

United Nations World Tourism Organization. (2013). *Recommendations on accessible tourism for all*. Madrid, Spain. Ανακτήθηκε 20 Απριλίου, 2026 από https://www.accessibletourism.org/resources/accessibilityen_2013_unwto.pdf

United Nations World Tourism Organization. (2016). *Manual on Accessible Tourism for All: Principles, Tools and Best Practices*. Madrid:

UNWTO. Ανακτήθηκε 2 Ιουνίου, 2026

από [https://www.e-](https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418077)[unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418077](https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418077)

Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2019). Quality-of-life indicators as performance measures in tourism. In *Handbook of tourism performance management*. Bingley, UK: Emerald Publishing. Ανακτήθηκε 1

Απριλίου, 2026

από https://www.researchgate.net/publication/345500848_Quality-of-life_indicators_as_performance_measures

Vila, T. D., & Darcy, S. (2025). Beyond technical website compliance: Identifying and assessing accessible tourism value chain information content on national tourism organisation websites. *Tourism Management Perspectives*, 55, 101332.. doi: 10.1016/j.tmp.2024.101332

Wang, W., Watanabe, M., Zhou, D., & Ono, K. (2023). Environmental and Community Regeneration: Exploring Design Approach for Inclusive Tourism Based on Visualization Methods. *Sustainability*, 15(5), 4540. Ανακτήθηκε 3 Φεβρουαρίου, 2026

από https://scholar.google.gr/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=Environmental+and+Community+Regeneration%3A+Exploring+Design+Approach+for+Inclusive+Tourism+Based+on+Visualization+Methods&btnG=

Wang, L., & Li, X. (2023). The five influencing factors of tourist loyalty: A meta-analysis. *PLOS ONE*, 18(4), e0283963. doi: 10.1371/journal.pone.0283963

World Health Organization. (2001). *International classification of functioning, disability and health (ICF)*. Geneva, Switzerland. Ανακτήθηκε 10 Ιανουαρίου, 2026, από <https://www.who.int/standards/classifications/international-classification-of-functioning-disability-and-health>

World Health Organization. (2011). *World report on disability*. Geneva, Switzerland. Ανακτήθηκε 10 Μαΐου, 2026, από <https://www.who.int/teams/noncommunicable-diseases/sensory-functions-disability-and-rehabilitation/world-report-on-disability>

World Health Organization. (2023). Disability and health fact sheet. Ανακτήθηκε 8 Μαΐου, 2026, από <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/disability-and-health>

World Wide Web Consortium (W3C). (2023). Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.2. Ανακτήθηκε 8 Μαΐου, 2026, από <https://www.w3.org/TR/WCAG22/>

Zientara, P. (2026). Invisible disabilities and tourism: Rethinking accessibility through chronic illness. *Tourism Management*, 115, pp. 105411. Doi: [10.1016/j.tourman.2026.105411](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2026.105411)

Παράρτημα

Ερωτηματολόγιο

Εισαγωγή – Συναίνεση

Το παρόν ερωτηματολόγιο αφορά την αξιολόγηση της προσβασιμότητας και της εμπειρίας διαμονής σε ξενοδοχειακά καταλύματα στην Ελλάδα από άτομα με αναπηρία, από άτομα με ανάγκες πρόσβασης και συνοδούς/φροντιστές. Η συμμετοχή είναι εθελοντική και ανώνυμη. Οι απαντήσεις θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για ακαδημαϊκούς σκοπούς.

- ☐ Συμφωνώ να συμμετάσχω εθελοντικά
- ☐ Δεν συμφωνώ

Οδηγία απάντησης (Κλίμακα Likert)

Για τις παρακάτω δηλώσεις σημείωσε τον βαθμό ικανοποίησης σου:

1 = Πολύ λίγο 2 = Λίγο 3 = Ούτε λίγο ούτε πολύ 4 = Πολύ 5 = Πάρα πολύ

Έχετε διαμείνει σε ξενοδοχειακό κατάλυμα στην Ελλάδα κατά τους τελευταίους 24 μήνες;

- Ναι
- Όχι

Ενότητα 1: Δημογραφικά στοιχεία

Φύλο

- Γυναίκα
- Άνδρας
- Δεν επιθυμώ να απαντήσω

Εθνικότητα

- Ελληνική
- Ευρωπαϊκή
- Άλλη

Ηλικιακή ομάδα

- 30–44 ετών
- 45–59 ετών
- 60–74 ετών
- 18–29 ετών

Ιδιότητα συμμετέχοντα

- Συνοδός / φροντιστής ατόμου με αναπηρία
- Άτομο με αναπηρία
- Άτομο με ανάγκες πρόσβασης
- Δεν επιθυμώ να απαντήσω

Είδος αναπηρίας ή ανάγκης πρόσβασης

- Κινητική
- Χρόνια πάθηση / κατάσταση υγείας
- Αισθητηριακή
- Νοητική / γνωστική

Ενότητα 2: Στοιχεία ταξιδιού και διαμονής

Πόσο πρόσφατη ήταν η τελευταία σας διαμονή;

- Πριν από 12–24 μήνες
- Κατά τους τελευταίους 6 μήνες
- Πριν από 6–12 μήνες
- Δεν γνωρίζω

Ποια ήταν η κατηγορία του καταλύματος, εφόσον τη γνωρίζετε;

- 4–5 αστέρια
- 1–3 αστέρια
- Ενοικιαζόμενα δωμάτια
- Οργανωμένες Τουριστικές Κατασκηνώσεις (Camping)
- Δεν γνωρίζω

Ταξιδέψατε με συνοδό ή βοηθό;

- Ναι, ορισμένες φορές
- Ναι, πάντα
- Όχι

Ενότητα 3: Πηγές άντλησης πληροφορίας πριν τη κράτηση

Από

ποιες πηγές αντλήσατε πληροφορίες σχετικά με την προσβασιμότητα του ξενοδοχειακού καταλύματος;

- Πλατφόρμες κρατήσεων
- Ιστοσελίδα του ξενοδοχείου
- Διαδικτυακές κριτικές άλλων επισκεπτών
- Google / διαδικτυακή αναζήτηση
- Σύλλογοι / φορείς ΑμεΑ
- Σύσταση από φίλους / γνωστούς
- Μέσα κοινωνικής δικτύωσης του ξενοδοχείου

Ποια από τις παρακάτω πηγές θεωρείτε πιο αξιόπιστη για πληροφορίες σχετικές με την προσβασιμότητα;

- Σύλλογοι / φορείς ΑμεΑ
- Διαδικτυακές κριτικές
- Πλατφόρμες κρατήσεων
- Ιστοσελίδα του ξενοδοχειακού καταλύματος
- Άμεση επικοινωνία με το ξενοδοχείο
- Σύσταση από άλλους ταξιδιώτες

Πριν από την κράτηση, επικοινωνήσατε με το ξενοδοχειακό κατάλυμα για διευκρινίσεις σχετικά με την προσβασιμότητα;

- Ναι, τηλεφωνικά
- Ναι, μέσω email / chat
- Όχι
- Ναι, με περισσότερους από έναν τρόπους

Ποιος παράγοντας επηρέασε περισσότερο την τελική επιλογή του ξενοδοχειακού καταλύματος;

- Οι πληροφορίες στην ιστοσελίδα
- Οι διαδικτυακές κριτικές
- Οι φωτογραφίες / περιγραφές των χώρων
- Η άμεση επικοινωνία με το ξενοδοχείο
- Η σύσταση από άλλους

Ενότητα 4: Αξιολόγηση προσβασιμότητας και υπηρεσιών ξενοδοχειακού καταλύματος

4.1 Πληροφόρηση, επικοινωνία και κράτηση

Οι διαδικτυακές πληροφορίες για την προσβασιμότητα ήταν σαφείς, πλήρεις και ανταποκρίνονταν στην πραγματική κατάσταση του ξενοδοχειακού.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Η διαδικασία κράτησης ήταν απλή και η άμεση επικοινωνία με το ξενοδοχειακό κατάλυμα πριν την άφιξη ενίσχυσε την εμπιστοσύνη μου.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Οι διαδικτυακές πληροφορίες και οι κριτικές άλλων επισκεπτών σχετικά με την προσβασιμότητα επηρέασαν καθοριστικά την απόφασή μου.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

4.2 Άφιξη, είσοδος και μετακίνηση εντός του ξενοδοχειακού καταλύματος

Η είσοδος και οι εσωτερικοί χώροι του ξενοδοχειακού καταλύματος ήταν πλήρως προσβάσιμοι, ενώ η σήμανση διευκόλυνε σημαντικά τον προσανατολισμό μου.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Ένιωσα ασφάλεια κατά τη μετακίνησή μου και μπορούσα να κινούμαι με αυτονομία σε όλους τους κοινόχρηστους χώρους

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

4.3 Δωμάτιο και μπάνιο

Το δωμάτιο ήταν κατάλληλα διαμορφωμένο για τις ανάγκες μου.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Το μπάνιο ή/και το ντους ήταν λειτουργικά και ασφαλή. |

|
☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 |

Υπήρχε επαρκής χώρος για μετακίνηση. |

|
☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 |

Οι διαδικασίες (check-in/out) ήταν σαφείς και υπήρξε πλήρης συνέπεια μεταξύ των υπηρεσιών που προσφέρθηκαν και των πληροφοριών που μου δόθηκαν |

|
☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 |

Η ανταπόκριση στα αιτήματά μου ήταν άμεση και οι υπηρεσίες εστίασης ήταν πλήρως προσβάσιμες. |

|
☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 |

Το ξενοδοχειακό κατάλυμα έδειξε την απαραίτητη ευελιξία και αντιμετώπισε αποτελεσματικά τυχόν προβλήματα που προέκυψαν. |

|
☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 |

4.4 Προσωπικό |

Το προσωπικό με αντιμετώπισε με σεβασμό και ισότητα, δείχνοντας πλήρη κατανόηση για τις ανάγκες μου. |

|
☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 |

Η επικοινωνία ήταν σαφής και ένιωσα την άνεση να ζητήσω οποιαδήποτε βοήθεια χωρίς δυσκολία. |

|
☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 |

Το προσωπικό ήταν επαρκώς εκπαιδευμένο (π.χ. σε θέματα προσβασιμότητας) και γνώριζε
πώς να με βοηθήσει αποτελεσματικά.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Ενότητα 5: Αντιλαμβανόμενη ποιότητα, ικανοποίηση, πιστότητα και online επικοινωνία

5.1 Ποιότητα και αξία

Συνολικά, η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών ήταν υψηλή.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Το επίπεδο προσβασιμότητας ανταποκρίθηκε στις προσδοκίες μου.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Η συνολική εμπειρία άξιζε τα χρήματα που δαπανήθηκαν.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

5.2 Ικανοποίηση

Είμαι συνολικά ικανοποιημένος/η από τη διαμονή μου

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Είμαι ικανοποιημένος/η από την προσβασιμότητα του ξενοδοχείου.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

5.3 Πιστότητα

Θα επέλεγα ξανά το ίδιο ξενοδοχείο.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Θα σύστηνα το ξενοδοχείο σε άλλα άτομα με ανάγκες πρόσβασης.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Θα άφηνα θετική διαδικτυακή αξιολόγηση για το ξενοδοχείο

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Ενότητα 6: Online κριτική / σύσταση

Θεωρώ σημαντικό να μοιράζομαι την εμπειρία μου σχετικά με την προσβασιμότητα, ώστε να βοηθώ άλλους ταξιδιώτες.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Αν η εμπειρία μου ήταν θετική, θα πρότεινα δημόσια το ξενοδοχείο.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Αν η εμπειρία μου ήταν αρνητική, θα δημοσίευα κριτική για να ενημερώσω άλλους ταξιδιώτες.

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Οι εμπειρίες άλλων ταξιδιωτών σχετικά με την προσβασιμότητα επηρεάζουν την εμπιστοσύνη μου προς ένα ξενοδοχείο

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Υπεύθυνη Δήλωση Συγγραφέα:

Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν.1599/1986, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής μου εργασίας, δεν προσβάλλει κάθε μορφής δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας, προσωπικότητας και προσωπικών δεδομένων τρίτων, δεν περιέχει έργα/εισφορές τρίτων για τα οποία απαιτείται άδεια των δημιουργών/δικαιούχων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον και πληρούν τους κανόνες της επιστημονικής παράθεσης.