



ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Διπλωματική εργασία

**Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΥΓΕΙΟΝΟΜΙΚΟΥ ΚΑΙ
ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΦΙΛ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΗΝ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΕΝ ΚΑΙΡΩ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ
COVID-19**

της

ΧΑΡΙΚΛΕΙΑΣ ΑΘ. ΤΣΑΜΗΤΡΟΥ

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ: ΒΑΣΙΛΙΚΗ ΓΡΟΥΓΙΟΥ

Υποβλήθηκε ως απαιτούμενο για την απόκτηση του μεταπτυχιακού διπλώματος στη
Διοίκηση Επιχειρήσεων

ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2022

Ευχαριστίες

Αρχικά θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά την επιβλέπουσα καθηγήτρια της διπλωματικής εργασίας, κα. Βασιλική Γρούγιου, η οποία σε όλες τις φάσεις της εργασίας ήταν δίπλα μου να με καθοδηγεί με τις γνώσεις και την εμπειρία της. Η ανταπόκριση και οι διορθώσεις της ήταν πάντα γρήγορες, άμεσες και στοχευμένες με αποτέλεσμα την διευκόλυνση μου σε όλα τα στάδια της διπλωματική εργασίας.

Επίσης, θέλω να ευχαριστήσω τους εργοδότες μου Ρωμανό και Νικόλαο Γκόρτσιο για όλες τις διευκολύνσεις και την αμέριστη συμπαράσταση που μου προσέφεραν κατά την διάρκεια της προηγούμενης χρονιάς, ώστε να μπορέσω να ολοκληρώσω με επιτυχία, τόσο τα μαθήματα, όσο και την διπλωματική μου εργασία.

Επιπλέον, θέλω να ευχαριστήσω όλους τους φίλους που μου στάθηκαν, τόσο σε ψυχολογικό, όσο και πρακτικό επίπεδο, προωθώντας το ερωτηματολόγιο της έρευνας με αποτέλεσμα να αποκτήσω ένα ικανοποιητικό μέρος του δείγματος σε σύντομο χρονικό διάστημα.

Τέλος, ευχαριστώ πολύ όλους αυτούς που θυσίασαν λίγο από τον πολύτιμο χρόνο τους και απάντησαν στο ερωτηματολόγιο, συνεισφέροντας έτσι στην διεξαγωγή της έρευνας.

Περίληψη

Η πανδημία Covid-19, η οποία εμφανίστηκε αναπάντεχα παγκοσμίως, έφερε αλλαγές στη καθημερινή ζωή και στα μελλοντικά ταξίδια των ανθρώπων. Η Ελλάδα αποτελεί έναν από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς πολιτισμού διεθνώς και πολλοί τουρίστες την επισκέπτονται κάθε χρόνο για να επωφεληθούν της πολιτιστικής της κληρονομιάς. Από την άλλη η Ελλάδα είναι μία χώρα, η οποία, λόγω της οικονομικής κρίσης που βιώνει τα τελευταία χρόνια, έχει αρκετά αποδυναμωμένο σύστημα υγείας, οπότε η πανδημία ήρθε να λειτουργήσει αθροιστικά στην ήδη υπάρχουσα κακή κατάσταση. Σκοπός της παρούσας έρευνας αποτελεί η μελέτη της επίδρασης του υγειονομικού και πολιτιστικού προφίλ της Ελλάδας στην τουριστική συμπεριφορά, να κατανοηθεί δηλαδή εάν και ποιο από τα δύο σχετίζεται περισσότερο με την πρόθεση επίσκεψης στη Ελλάδα εν μέσω πανδημίας Covid-19. Επιπροσθέτως η συγκεκριμένη έρευνα εξετάζει την επίδραση της συναισθηματικής και γνωστικής αντίληψης κινδύνου στην επιθυμία για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19 και εάν το πολιτιστικό και υγειονομικό προφίλ της Ελλάδας λειτουργεί μετριαστικά στην σχέση τους με την επιθυμία.

Η παρούσα μελέτη βασίστηκε στη διεθνή βιβλιογραφία, αρχικά, για να βρεθούν οι μεταβλητές, στη συνέχεια, για να δημιουργηθεί το εννοιολογικό μοντέλο και τέλος, για να παρουσιαστούν οι υποθέσεις της έρευνας. Έπειτα, πραγματοποιήθηκε εμπειρική έρευνα με 139 ξένους τουρίστες κατά την περίοδο της πανδημίας Covid-19. Για την εγκυρότητα της έρευνας, τα δεδομένα υπέστησαν έλεγχο αξιοπιστίας και στη συνέχεια πραγματοποιήθηκε Παλινδρόμηση των δεδομένων για την μελέτη των υποθέσεων. Από την ανάλυση των δεδομένων διαπιστώθηκε θετική σχέση μεταξύ της γνωστικής αντίληψης κινδύνου και της επιθυμίας για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19. Η συναισθηματική αντίληψη κινδύνου φαίνεται στη συγκεκριμένη έρευνα να μην σχετίζεται με την επιθυμία για ταξίδι εν μέσω πανδημίας Covid-19. Επίσης από τα αποτελέσματα προέκυψε ότι το υγειονομικό προφίλ της Ελλάδας δεν σχετίζεται με την πρόθεση για ταξίδι, ενώ αντίθετα το πολιτιστικό προφίλ της Ελλάδας σχετίζεται θετικά με την πρόθεση για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19. Τέλος διαπιστώθηκε ισχυρή θετική σχέση μεταξύ της επιθυμίας και της πρόθεσης για ταξίδι.

Λέξεις κλειδιά: Πολιτιστικό Προφίλ, Υγειονομικό Προφίλ, Επιθυμία, Πρόθεση επίσκεψης, Αντιληπτός Κίνδυνος, Συναισθηματική Αντίληψη Κινδύνου, Γνωστική Αντίληψη Κινδύνου, Covid-19

Abstract

The Covid-19 pandemic, which unexpectedly appeared worldwide, brought changes to people's daily lives and future travel. Greece is one of the most popular cultural destinations internationally and many tourists visit Greece every year to take advantage of its cultural heritage. On the other hand, Greece is a country that already had a weak healthcare system due to the economic crisis it has experienced in recent years, and the pandemic Covid-19 has come to make the existing poor situation even worse. This research aims to study the impact of Greece's health and cultural profile on tourists' behavior, to understand whether and which of the two variables is more related to the visit intention to Greece during the Covid-19 pandemic. In addition, this research examines the effect of affective and cognitive risk perception on the desire to travel during the pandemic and whether Greece's cultural or health profile acts as a moderator of their relationship with desire.

This study was based on the international literature, firstly, to find the variables, then, to create the conceptual model, and finally, to present the hypotheses of the research. Then, an empirical study was conducted with 139 foreign tourists during the Covid-19 pandemic. The data were subjected to a reliability check to ensure the consistency and integrity of the research. In addition, Regression and Moderation Analysis was performed to test the hypotheses. Data analysis revealed a positive relationship between cognitive risk perception and desire to travel during the Covid-19 pandemic. Affective risk perception is not related to the desire to travel during the Covid-19 pandemic. The results also showed that the health profile of Greece is not related to the visit intention, whereas the cultural profile of Greece is positively related to the visit intention during the Covid-19 pandemic. Finally, there is a strong positive relationship between desire and intention to travel during the Covid-19 pandemic.

Keywords: Cultural Profile, Health Profile, Desire, Visit Intention, Perceived Risk, Affective Risk Perception, Cognitive Risk Perception, Covid-19

Πίνακας Περιεχομένων

Ευχαριστίες.....	ii
Περίληψη.....	iii
Abstract.....	iv
Πίνακας Περιεχομένων	v
Κατάλογος Πινάκων.....	vii
Κατάλογος Γραφημάτων	viii
Κατάλογος Διαγραμμάτων	viii
Κεφάλαιο 1 : Εισαγωγή.....	1
Κεφάλαιο 2 : Μοντέλο BDI (Belief – Desire – Intention) και Ερευνητικές Υποθέσεις .	4
2.1 Εισαγωγή.....	4
2.2 Η χρήση του θεωρητικού μοντέλου BDI (Belief – Desire – Intention)	6
2.3 Εννοιολογικό Μοντέλο.....	8
2.4 Θεωρητική ανάπτυξη των ερευνητικών υποθέσεων	9
2.4.1 Αντιληπτός Κίνδυνος (Perceived Risk)	9
2.4.1.1. Γνωστική και Συναισθηματική αντίληψη κινδύνου (Cognitive and Affective risk perception).....	11
2.4.2 Υγειονομικό Προφίλ Ελλάδας και Πρόθεση για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.....	12
2.4.3 Πολιτιστικό Προφίλ Ελλάδας και Πρόθεση για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.....	15
2.4.4. Σύνδεση εικόνας προορισμού, αντίληψης κινδύνου και επιθυμίας για ταξίδι	18
2.4.5 Σύνδεση επιθυμίας και πρόθεσης επίσκεψης.....	20
2.5 Σύνοψη Κεφαλαίου	21
Κεφάλαιο 3 : Μεθοδολογία	22
3.1 Εισαγωγή.....	22
3.2 Παρουσίαση Μεθοδολογίας.....	22

3.3 Δειγματοληψία και Συλλογή Δεδομένων	24
3.4 Έλεγχος Αξιοπιστίας	24
3.5 Σύνοψη Κεφαλαίου	25
Κεφάλαιο 4: Ανάλυση Δεδομένων.....	26
4.1 Εισαγωγή.....	26
4.2 Δημογραφική Κατανομή	26
4.3 Περιγραφικά Μέτρα και Συσχετίσεις μεταξύ των μεταβλητών	33
4.4 Έλεγχος Υποθέσεων.....	38
4.5 Σύνοψη Κεφαλαίου	52
Κεφάλαιο 5 : Συζήτηση Αποτελεσμάτων.....	54
5.1 Εισαγωγή	54
5.2 Συζήτηση Αποτελεσμάτων.....	54
5.3 Σύνοψη Κεφαλαίου	60
Κεφάλαιο 6 : Συμπεράσματα – Προτάσεις και Περιορισμοί Έρευνας	61
6.1 Εισαγωγή	61
6.2 Θεωρητικά Συμπεράσματα.....	61
6.3 Προτάσεις για ανάκαμψη του τουρισμού.....	62
6.4 Περιορισμοί έρευνας και προτάσεις για περαιτέρω έρευνα.....	65
6.5 Σύνοψη Κεφαλαίου	66
Κεφάλαιο 7 : Συνοπτικά και Συμπερασματικά Σχόλια	67
Βιβλιογραφικές Αναφορές	68
Παράρτημα	79
I. Ερωτηματολόγιο Έρευνας	79

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 3.4.1 Έλεγχος Αξιοπιστίας	25
Πίνακας 4.3.1 : Περιγραφικά μέτρα.....	33
Πίνακας 4.3.2α : Πίνακας Συσχετίσεων.....	35
Πίνακας 4.3.2β : Πίνακας Συσχετίσεων.....	36
Πίνακας 4.3.2γ : Πίνακας Συσχετίσεων	36
Πίνακας 4.4.1α: Model Summary H1	38
Πίνακας 4.4.1.β: ANOVA H1	38
Πίνακας 4.4.1γ: Coefficients H1	39
Πίνακας 4.4.2α: Model Summary H2	41
Πίνακας 4.4.2β: ANOVA H2.....	41
Πίνακας 4.4.2γ: Coefficients H2	41
Πίνακας 4.4.3α: Model Summary H3	43
Πίνακας 4.4.3β: ANOVA H3.....	43
Πίνακας 4.4.3γ: Coefficients H3	43
Πίνακας 4.4.4α: Model Summary H4	45
Πίνακας 4.4.4β: ANOVA H4.....	45
Πίνακας 4.4.4γ: Coefficients H4	45
Πίνακας 4.4.5α: Model Summary H5	47
Πίνακας 4.4.5β: ANOVA H5.....	47
Πίνακας 4.4.5γ: Coefficients H5	47
Πίνακας 4.4.6α: Model Summary H6	49
Πίνακας 4.4.6β: ANOVA H6.....	49
Πίνακας 4.4.6γ: Coefficients H6.....	49
Πίνακας 4.4.7α: Model Summary H7	51
Πίνακας 4.4.7β: ANOVA H7.....	51
Πίνακας 4.4.7γ: Coefficients H7	51
Πίνακας 4.5: Συμπεράσματα Υποθέσεων	53

Κατάλογος Γραφημάτων

Γράφημα 4.2.1 : Φύλο (Gender)	26
Γράφημα 4.2.2 : Ηλικία (Age)	27
Γράφημα 4.2.3 : Εκπαιδευτικό επίπεδο (Education).....	28
Γράφημα 4.2.4 : Οικογενειακή κατάσταση (Marital Status).....	28
Γράφημα 4.2.5 : Επαγγελματική ιδιότητα (Employment)	29
Γράφημα 4.2.6 : Εισόδημα (Income)	30
Γράφημα 4.2.7 : Χώρα κατοικίας (Country of Residence)	30
Γράφημα 4.2.8 : Συχνότητα διεθνών ταξιδιών 2018 (Overseas Travel Frequency 2018)	31
Γράφημα 4.2.9 : Συχνότητα διεθνών ταξιδιών 2019 (Overseas Travel Frequency 2019)	31
Γράφημα 4.2.10 : Συχνότητα διεθνών ταξιδιών 2020 (Overseas Travel Frequency 2020)	31
Γράφημα 4.2.11 : Συχνότητα διεθνών ταξιδιών 2021 (Overseas Travel Frequency 2021)	31
Γράφημα 4.2.12 : Προηγούμενη επίσκεψη στην Ελλάδα (Prior visit to Greece)	32

Κατάλογος Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 2.3.1: Εννοιολογικό Μοντέλο	8
---	---

Κεφάλαιο 1 : Εισαγωγή

Μέχρι πρόσφατα, η τουριστική βιβλιογραφία είχε διερευνήσει τις αντιλήψεις για τους τουριστικούς προορισμούς μέσω δύο βασικών γραμμών έρευνας: εικόνας προορισμού (image destination) και αντίληψης κινδύνου (risk perception), συνήθως χωρίς να τις ενσωματώσει στην ίδια μελέτη (Chew & Jahari, 2014). Λίγοι ερευνητές έχουν διερευνήσει την εικόνα του προορισμού και την αντίληψη του κινδύνου στο πλαίσιο της ίδιας μελέτης (Alvarez & Campo, 2014; Becken, Jin, Zhang & Gao, 2016; Chew & Jahari, 2014; Khan, Chelliah & Ahmed, 2017; Loureiro & Jesus, 2019), και ορισμένοι υποστηρίζουν ότι οι αντιληπτοί κίνδυνοι (perceived risks) θα πρέπει να εξετάζονται παράλληλα με την εικόνα προορισμού (image destination) προκειμένου να κατανοηθεί καλύτερα η επιρροή τους στην ταξιδιωτική πρόθεση (Becken et al., 2016; Chew & Jahari, 2014), και ειδικότερα ο ρόλος των συναισθημάτων κατά την εξέταση προορισμών κινδύνου (Alvarez & Campo, 2014; Loureiro & Jesus, 2019). Δεδομένης αυτής της ανάγκης, η παρούσα μελέτη συμβάλλει στην τουριστική βιβλιογραφία συγχωνεύοντας κάτω από την ίδια μελέτη, τη γνωστική (cognitive) και συναισθηματική (affective) αντίληψη κινδύνου με την πολιτιστική και υγειονομική εικόνα της Ελλάδας και την επίδραση τους στην επιθυμία και την πρόθεση επίσκεψης. Έτσι, αυτή η μελέτη ακολουθεί την πρόσφατη κίνηση προς την ενοποίηση των εννοιών του αντιληπτού κινδύνου και της εικόνας της Ελλάδας, η οποία μπορεί να εννοείται από τα πλούσια και ποικίλα πολιτιστικά της στοιχεία, παράλληλα όμως, οι κίνδυνοι (π.χ. υγειονομικοί) είναι αρκετοί και ικανοί να επηρεάσουν την πρόθεση επίσκεψης (Sonmez & Graefe, 1998).

Η έρευνα για την εικόνα επικεντρώνεται γενικά στις θετικές πτυχές του προορισμού, ενώ ο κίνδυνος επικεντρώνεται συνήθως στις αρνητικές (Chew & Jahari, 2014). Η εξέταση των θετικών και αρνητικών χαρακτηριστικών ενός προορισμού, καθώς και η ανάλυση των αντιλήψεων κινδύνου των ταξιδιωτών για ένα συγκεκριμένο μέρος είναι ζωτικής σημασίας για την κατανόηση της ανταγωνιστικότητας του προορισμού. Η μελέτη της εικόνας προορισμού και των αντιλήψεων κινδύνου σε συνδυασμό, για να επιτρέψει στους διαχειριστές ενός προορισμού να αντιμετωπίσουν αρνητικές αντιλήψεις, έχει προταθεί από το Sonmez, ήδη από το 1998, ωστόσο, μόλις πρόσφατα οι ερευνητές ζήτησαν καλύτερη ενσωμάτωση της έρευνας εικόνων προορισμού με τη βιβλιογραφία κινδύνου (Chew & Jahari, 2014; Schroeder, Pennington-Gray, Kaplanidou & Zhan, 2013). Η λήψη μιας ευρύτερης άποψης, τόσο για την εικόνα, όσο και για τον κίνδυνο, μπορεί να είναι ιδιαίτερα σημαντική όταν ένας προορισμός αναπτύσσει τη φήμη ότι είναι μη ασφαλής ή

επικίνδυνος (George, 2003), όπως συμβαίνει στις μέρες μας, μετά από το ξέσπασμα της πανδημίας Covid-19, σχεδόν για όλους τους προορισμούς. Οι Chew & Jahari (2014) εξέτασαν τη σχέση μεταξύ τριών τύπων αντιληπτών κινδύνων, της εικόνας προορισμού και της πρόθεσης επίσκεψης στην Ιαπωνία μετά την καταστροφή της Φουκουσίμα. Πιο συγκεκριμένα, οι αντιληπτοί κοινωνικοψυχολογικοί και οικονομικοί κίνδυνοι ήταν σημαντικοί στην αναμόρφωση της εικόνας της Φουκουσίμα. Ο αντιληπτός σωματικός κίνδυνος (π.χ. ασθένεια ή τραυματισμός) επηρέασε μόνο άμεσα την πρόθεση του ταξιδιού, αλλά δεν επηρέασε την εικόνα του προορισμού.

Οι συγγραφείς κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι οι έννοιες των αντιλήψεων εικόνας και κινδύνου είναι πολύ χρήσιμο να ενσωματωθούν σε μια μελέτη επειδή οι αντιλήψεις για ένα τουριστικό προορισμό περιέχουν ένα μείγμα θετικών και αρνητικών πτυχών ταυτόχρονα (Chen & Kerstetter, 1999; Echtner & Ritchie, 2003; Isaac & Eid, 2019). Ως εκ τούτου, η εξέτασή τους από κοινού είναι κρίσιμη για την καλύτερη αξιολόγηση των τουριστικών προορισμών (George & Swart, 2012) καθώς και οι δύο έννοιες αφορούν τον ίδιο προορισμό και κατά συνέπεια, επηρεάζουν την μελλοντική ταξιδιωτική συμπεριφορά των ανθρώπων. Για να γεφυρώσει τα κενά στην τουριστική βιβλιογραφία η παρούσα διπλωματική εργασία προσπαθεί να προσεγγίσει τις αντιλήψεις προορισμού συγχωνεύοντας τις έννοιες της εικόνας του προορισμού, μέσα από την πολιτιστική και υγειονομική εικόνα της Ελλάδας, και του αντιληπτού κινδύνου (perceived risk) σε όρους γνωστικών (cognitive) και συναισθηματικών (affective) αξιολογήσεων και θέτει τρεις ερευνητικούς στόχους:

(1) Να εξετάσει την επίδραση της γνωστικής και συναισθηματικής αντίληψης κινδύνου (cognitive and affective risk perception) στη συνολική επιθυμία (desire) για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.

(2) Να διερευνηθεί η επίδραση του υγειονομικού και πολιτιστικού προφίλ της Ελλάδας στις γνωστικές (cognitive) και συναισθηματικές (affective) αξιολογήσεις του αντιληπτού κινδύνου αλλά και στην πρόθεση επίσκεψης (visit intention) εν μέσω πανδημίας Covid-19.

(3) Να εξετάσει εάν η επιθυμία (desire) που θα δημιουργηθεί θα είναι τόσο έντονη ώστε να έχει θετική επίδραση στην πρόθεση επίσκεψης (visit intention) στην Ελλάδα εν μέσω πανδημίας Covid-19.

Για να επιτευχθεί αυτό, χρησιμοποιήθηκε το μοντέλο BDI (Belief-Desire-Intention) (Bratman, 1988), ως ένα ολοκληρωμένο μοντέλο εμπιστοσύνης, αλληλεγγύης και

διαχείρισης κρίσεων για να συγκρίνει τις πεποιθήσεις με την επιθυμία υποστήριξης ενός προορισμού και την επιθυμία με τη μεταγενέστερη πρόθεση ταξιδιού.

Γενικά είναι σημαντικό να επανεξεταστεί ο ρόλος των συμπεριφορικών παραγόντων πίσω από τις ταξιδιωτικές αποφάσεις δεδομένου ότι ένα αναμενόμενο «νέο φυσιολογικό» κατά τη διάρκεια και μετά την πανδημία Covid-19 μπορεί να αμφισβητήσει ορισμένες παραδοχές που σχετίζονται με την ταξιδιωτική συμπεριφορά και θεωρήθηκαν δεδομένες σε προηγούμενες μελέτες (π.χ., Shin, Nicolau, Kang, Sharma & Lee, 2020).

Έτσι, στο Κεφάλαιο 2 μέσα από βιβλιογραφική ανασκόπηση θα παρουσιαστούν οι μεταβλητές, το εννοιολογικό μοντέλο και οι υποθέσεις της έρευνας. Στο Κεφάλαιο 3 θα παρουσιαστεί η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για την διεξαγωγή της έρευνας, ο τρόπος συλλογής των δεδομένων και ο έλεγχος αξιοπιστίας της έρευνας. Στη συνέχεια στο Κεφάλαιο 4 θα γίνει η ανάλυση των δεδομένων με τη βοήθεια του SPSS και της μεθόδου της Ανάλυσης Παλινδρόμησης, ώστε να συμπεράνουμε εάν οι υποθέσεις επιβεβαιώνονται ή απορρίπτονται. Έπειτα, στόχος του 5^{ου} Κεφαλαίου είναι η συζήτηση των αποτελεσμάτων που παρουσιάστηκαν στο Κεφάλαιο 4 συγκριτικά με προηγούμενες έρευνες. Στο Κεφάλαιο 6 θα αναλυθούν τα θεωρητικά συμπεράσματα της έρευνας, θα παρουσιαστούν μερικές προτάσεις για την ανάκαμψη του τουρισμού, οι περιορισμοί στους οποίους υπόκειται η έρευνα και τέλος θα αναφερθούν μερικές προτάσεις για μελλοντική έρευνα.

Κεφάλαιο 2 : Μοντέλο BDI (Belief – Desire – Intention) και Ερευνητικές Υποθέσεις

2.1 Εισαγωγή

Σε αυτό το κεφάλαιο θα γίνει μια προσπάθεια να παρουσιαστεί το Μοντέλο στο οποίο βασίστηκε η έρευνα. Επιπλέον, μέσα από βιβλιογραφική ανασκόπηση, θα βρεθούν αλλά και θα παρουσιαστούν οι μεταβλητές που θα χρησιμοποιηθούν στην παρούσα μελέτη και τέλος θα δημιουργηθούν οι υποθέσεις που θα διερευνηθούν παρακάτω.

Στον 21ο αιώνα, είδαμε αρκετές μολυσματικές ασθένειες να απειλούν τις ανθρώπινες ζωές και την παγκόσμια οικονομία. Δυστυχώς, μια νέα πανδημική ασθένεια εμφανίστηκε ξανά, και αυτό είχε ένα άνευ προηγουμένου αντίκτυπο στην παγκόσμια τουριστική βιομηχανία. Τον Δεκέμβριο του 2019, τα παγκόσμια ειδησεογραφικά μέσα ενημέρωσης άρχισαν να κάνουν αναφορά για έναν νέο κορονοϊό που μολύνει ανθρώπους στη Γουχάν, την πρωτεύουσα της επαρχίας Χουμπέι στην κεντρική Κίνα. Μέτρα απομόνωσης και καραντίνας εφαρμόστηκαν στη Γουχάν και αργότερα σε ολόκληρο τον κόσμο συμπεριλαμβανομένης και της Ελλάδας, λίγες μέρες μετά από το πρώτο επιβεβαιωμένο κρούσμα το οποίο εμφανίστηκε στις 26 Φεβρουαρίου του 2020. Τον Μάρτιο του 2020, ο ΠΟΥ κήρυξε την Covid-19 ως πανδημία φέρνοντας έτσι ολόκληρο τον κόσμο σε πρωτόγνωρες συνθήκες (Yang, Zhang & Rickly, 2021).

Στις 20 Μαΐου του 2020, και ενόψει της καλοκαιρινής τουριστικής σεζόν, οι υπουργοί εσωτερικών της ΕΕ σε συνεργασία με λοιμωξιολόγους, συζητούν για τις επόμενες ενέργειες τους και για την άρση των περιοριστικών μέτρων με ασφάλεια. Έτσι το καλοκαίρι του 2020 έγινε μια προσπάθεια από όλες τις χώρες για ασφαλή επανέναρξη της τουριστικής σεζόν. Ωστόσο, καθώς πλησίαζε ο Σεπτέμβριος του 2020, οι επιστήμονες υγείας άρχισαν να προειδοποιούν για ένα πιθανό δεύτερο κύμα λοιμώξεων καθώς το βόρειο ημισφαίριο ήταν έτοιμο να εισέλθει στο Φθινόπωρο (Papas, 2021). Πράγματι, τα ποσοστά μόλυνσης αυξήθηκαν τον Νοέμβριο (World Health Organization, 2020). Εν μέσω ανησυχίας για τις επερχόμενες διακοπές, πολλές κυβερνήσεις επανέφεραν το lockdown και επέβαλαν αυστηρότερους ταξιδιωτικούς κανονισμούς (World Health Organization, 2020) ενώ άρχισε να γίνεται αναφορά για μια νέα μετάλλαξη η οποία εμφανίστηκε στην Μεγάλη Βρετανία. Εντωμεταξύ, στις 21 Δεκεμβρίου ανακοινώθηκε από την Pfizer/ Biontech η δημιουργία του πρώτου εμβολίου προστασίας από τον νέο κορονοϊό Covid-19, δημιουργώντας ένα κλίμα αισιοδοξίας για μια πιθανή «επιστροφή

στην κανονικότητα» το 2021. Στο μεσοδιάστημα, και καθώς όλες οι χώρες προσπαθούσαν να επιβιώσουν από το τρίτο κύμα της πανδημίας, οι ηγέτες τους πάσχιζαν να διαχειριστούν όσο μπορούν καλύτερα την κρίση που βίωναν, κρατώντας σε ισχύ περιορισμούς για μη ουσιώδεις μετακινήσεις αλλά και προσπαθώντας να επιταχύνουν την έγκριση, παραγωγή και διανομή των εμβολίων και τέλος να πείσουν τους πολίτες να εμβολιαστούν μέσα από εκστρατείες εμβολιασμού. Στις 14 Απριλίου, και πάλι ενόψει της νέας τουριστικής σεζόν 2021, εγκρίθηκε από τις χώρες της ΕΕ η δημιουργία του πράσινου ψηφιακού πιστοποιητικού το οποίο θα διευκόλυνε την ελεύθερη και ασφαλή κυκλοφορία των ταξιδιωτών υποδεικνύοντας, όπου ήταν απαραίτητο, πιστοποιητικό εμβολιασμού, νόσησης ή αρνητικού αποτελέσματος Rapid ή PCR εξέτασης. Τον Ιούνιο όμως εμφανίζεται μια νέα μετάλλαξη, η μετάλλαξη Δέλτα η οποία είναι αρκετά πιο μεταδοτική, έχει πιο έντονα συμπτώματα, και προκαλεί γενικά μια νέα ανησυχία στο πεδίο της υγείας καθώς τίθενται ερωτηματικά σχετικά με την ασφάλεια και τον ρυθμό της επανεκκίνησης της τουριστικής και οικονομικής δραστηριότητας, ακόμη και σε περιοχές όπου τα ποσοστά εμβολιασμού είναι υψηλά. Έτσι το τέταρτο κύμα της πανδημίας ξεκινάει ήδη νωρίτερα από ότι το περίμεναν οι λοιμωξιολόγοι. Παρ' όλα αυτά, με σύμμαχο τα εμβόλια και το πράσινο ψηφιακό πιστοποιητικό η τουριστική ζήτηση στην Ελλάδα και η πληρότητα στα ξενοδοχεία ήταν αρκετά πιο αυξημένη συγκριτικά με το 2019 (Capital.gr, 2021; bankofgreece.gr, 2021).

Κατά τη στιγμή της γραφής, τα επιβεβαιωμένα κρούσματα Covid-19 παγκοσμίως έχουν ξεπεράσει τα 320 εκατομμύρια και οι θάνατοι τα 5,5 εκατομμύρια (World Health Organization, 2021). Ο αυξανόμενος αριθμός κρουσμάτων και θανάτων σε συνδυασμό με τις μεταλλάξεις, οι οποίες εμφανίζονται η μία πίσω από την άλλη, και η αβεβαιότητα για την αποτελεσματικότητα των εμβολίων απέναντι στις νέες μεταλλάξεις έχουν επαναφέρει σε υψηλές τιμές τα επίπεδα άγχους, φόβου και πανικού και όλα δείχνουν πως το μέλλον είναι ακόμα αβέβαιο για όλους τους κλάδους και ειδικά για τον τουρισμό, τις αερομεταφορές και την εστίαση (Papras, 2021).

Υπογραμμίζεται και από προηγούμενες μελέτες ότι όταν εμφανίζονται πανδημίες, ο τουρισμός μπορεί να επηρεαστεί δραματικά και η ανάκαμψη μπορεί να είναι αργή (Novelli, Burgess, Jones & Ritchie, 2018). Κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19, ο τουρισμός έχει υποστεί σοβαρές ζημιές λόγω του ότι τα ταξίδια θεωρούνται δραστηριότητες υψηλού κινδύνου. Δημιουργήθηκε φόβος και ανησυχία στους τουρίστες το οποίο οδήγησε σε σημαντική μείωση της τουριστικής ζήτησης, λόγω της γενικής

αβεβαιότητας αλλά και των παραπλανητικών πληροφοριών σχετικά με την πανδημία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Al Shehab, 2021).

Συγκεκριμένα στην Ελλάδα, το πρώτο κύμα της πανδημίας κατέστρεψε την βιομηχανία τουρισμού και φιλοξενίας, έναν τομέα που συνεισφέρει περίπου το 20% του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (ΑΕΠ) της χώρας. Μάλιστα κατά την περίοδο αιχμής της τουριστικής περιόδου (Ιούλιος-Σεπτέμβριος 2020), “το ποσοστό πληρότητας του τομέα φιλοξενίας δεν ξεπέρασε το 30%, με μέσο όρο 23% ανά μήνα (σε αντίθεση με το 71% το 2019, κατά την αντίστοιχη περίοδο)” (Ιωσηφίδης, 2020). Παρ' όλα αυτά, το 2021 θεωρήθηκε μια ανέλπιστα καλή χρονιά για τον τουρισμό “με τη μέση πληρότητα στα ξενοδοχεία εποχικής λειτουργίας να φτάνει σε μέγιστο ποσοστό 83,7% και με τις συνεχούς λειτουργίας μονάδες να φτάνουν το 70,8% σε πληρότητα” (Capital.gr, 2021). “Την περίοδο Ιανουαρίου-Σεπτεμβρίου 2021, το ταξιδιωτικό ισοζύγιο εμφάνισε πλεόνασμα 8.033 εκατ. ευρώ, έναντι πλεονάσματος 3.001 εκατ. ευρώ την αντίστοιχη περίοδο του 2020”. (Capital.gr, 2021; bankofgreece.gr, 2021). “Αύξηση κατά 5.097 εκατ. ευρώ (139,3%) παρουσίασαν οι ταξιδιωτικές εισπράξεις, οι οποίες διαμορφώθηκαν στα 8.758 εκατ. ευρώ, ενώ αύξηση κατά 66 εκατ. ευρώ (10,0%) παρατηρήθηκε και στις ταξιδιωτικές πληρωμές, οι οποίες διαμορφώθηκαν στα 725 εκατ. ευρώ. Η αύξηση των ταξιδιωτικών εισπράξεων οφείλεται στην άνοδο της εισερχόμενης ταξιδιωτικής κίνησης κατά 89,0%, καθώς και της μέσης δαπάνης ανά ταξίδι κατά 25,5%.” (Capital.gr, 2021; bankofgreece.gr, 2021).

Από τα παραπάνω γίνεται κατανοητό ότι, μαζί με την Ελλάδα, ολόκληρος ο κόσμος βρίσκεται σε μια συνεχώς μεταβαλλόμενη κατάσταση που χρήζει συνεχής παρακολούθησης και προσαρμογής σε νέα δεδομένα για την σωστή και άμεση αντιμετώπιση των επιπτώσεων της σε όλους τους κλάδους και ιδιαίτερα στο τουρισμό που έχει πληγεί σημαντικά από την αρχή της πανδημίας Covid-19.

2.2 Η χρήση του θεωρητικού μοντέλου BDI (Belief – Desire – Intention)

Η παρούσα έρευνα έχει ως γνώμονα τις βασικές αρχές του μοντέλου BDI (Belief - Desire - Intention) το οποίο αναπτύχθηκε από τον Bratman (1988) και ήταν μια ευρέως μελετημένη φιλοσοφική θεωρία πρακτικού συλλογισμού και συμπεριφορικής πρόθεσης (Bhattacharjee & Barfar, 2011; Jaques & Vicari, 2007; Koo, Joun, Han & Chung, 2016). Σύμφωνα με αυτό το μοντέλο, η πεποίθηση (Belief) αντιπροσωπεύει το «πληροφοριακό» συστατικό και αναφέρεται στην αντίληψη και τις πληροφορίες σχετικά με το πώς το

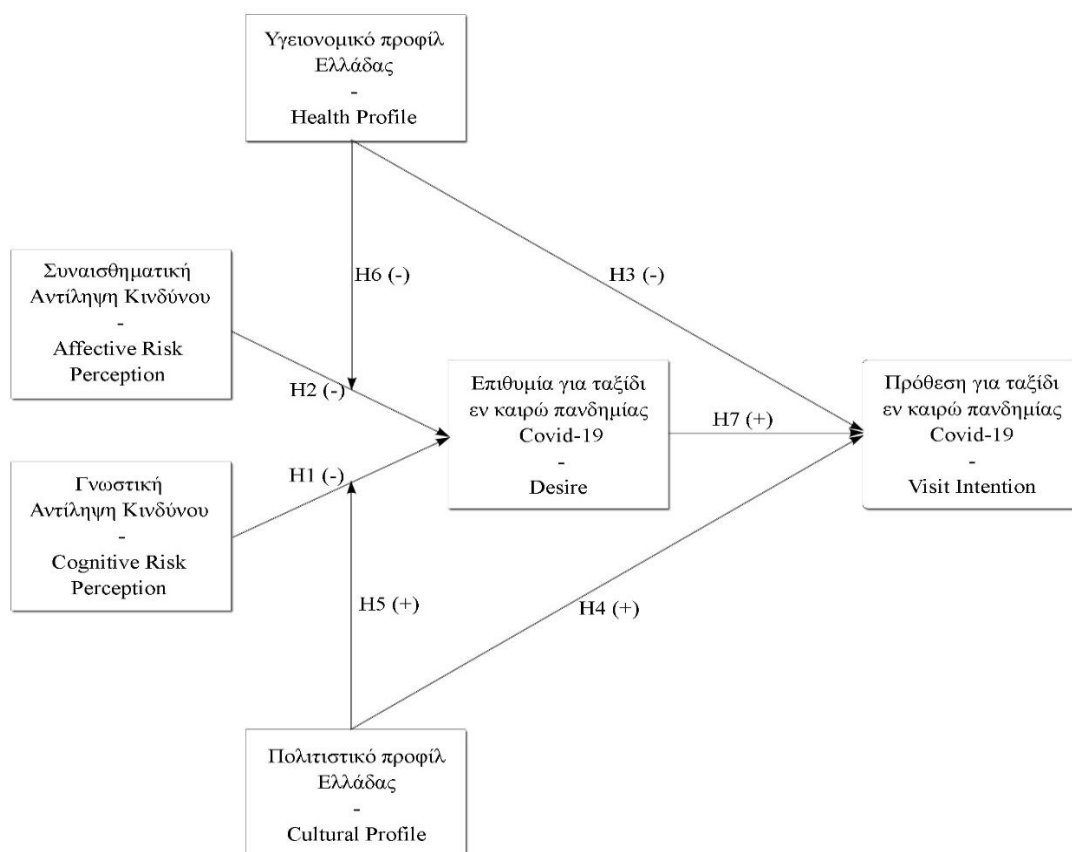
περιβάλλον ανταποκρίνεται σε συμπεριφορές και παρεμβάσεις (Bhattacharjee & Barfar, 2011). Η επιθυμία (Desire) αντιπροσωπεύει την «κατάσταση παρακίνησης» του συστήματος και αντικατοπτρίζει τους στόχους που πρέπει να επιτευχθούν με ενέργειες. Η πρόθεση (Intention) αποτυπώνει τη «διαβουλευτική κατάσταση» του συστήματος και αντικατοπτρίζει αυτό που ένα άτομο έχει επιλέξει να κάνει (Bratman, 1988).

Το μοντέλο BDI έχει χρησιμοποιηθεί ευρέως ως θεωρητικό πλαίσιο στη συμπεριφορά των καταναλωτών (Jaques & Vicari, 2007; Perugini & Bagozzi, 2004) και στην επιστήμη των υπολογιστών (Herzig, Lorini, Perrussel & Xiao, 2017). Οι τουριστικές μελέτες έχουν εφαρμόσει κυρίως το μοντέλο BDI για να εξηγήσουν συμπεριφορές που σχετίζονται με τα μέσα ενημέρωσης. Για παράδειγμα, στη μελέτη τους σχετικά με τις επιπτώσεις της έκθεσης των μέσων ενημέρωσης στην πρόθεση των τουριστών να επισκεφθούν τη Νότια Κορέα, οι Koo et al. (2016) υποστήριξαν ότι η έκθεση στα μέσα ενημέρωσης διεγείρει την προθυμία των υποψήφιων τουριστών να επισκεφθούν έναν προορισμό.

Η παρούσα μελέτη υιοθετεί αυτό το θεωρητικό πλαίσιο για να διερευνήσει πώς η διαχείριση της πανδημίας Covid-19 από μια χώρα σε συνδυασμό με το πολιτιστικό της προφίλ βοηθά στην δημιουργία πεποιθήσεων σχετικά με έναν προορισμό. Αυτές οι πεποιθήσεις μπορεί να αποτελέσουν το κίνητρο για να δημιουργηθεί η επιθυμία για επίσκεψη σε έναν προορισμό και στη συνέχεια η επιθυμία να οδηγήσει στην πρόθεση. Ο χειρισμός της πανδημίας του Covid-19 από μια χώρα καθώς και το σύστημα υγειονομικής περίθαλψης συνολικά επιδρούν σημαντικά στην αντίληψη που έχουν οι άνθρωποι για μια χώρα. Για παράδειγμα, μια μελέτη του ερευνητικού κέντρου Pew που αναφέρεται στην πανδημία του Covid-19 διαπίστωσε ότι η φήμη των ΗΠΑ έχει πέσει παγκοσμίως λόγω του χειρισμού του κορονοϊού (Wike, Fetterolf & Mordecai, 2020).

Κατά συνέπεια, αυτή η μελέτη στοχεύει στην ανάπτυξη ενός εννοιολογικού μοντέλου που συνδέει τον αντιληπτό κίνδυνο (γνωστικό και συναισθηματικό), το υγειονομικό προφίλ της Ελλάδας, το πολιτιστικό προφίλ της Ελλάδας με την επιθυμία για ταξίδι και κατ'επέκταση την πρόθεση για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας.

2.3 Εννοιολογικό Μοντέλο



Διάγραμμα 2.3.1: Εννοιολογικό Μοντέλο

Το μοντέλο που παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 2.3.1 αντικατοπτρίζει σχηματικά τις επτά (7) υποθέσεις προς μελέτη. Πιο συγκεκριμένα οι υποθέσεις που θα εξεταστούν στην παρούσα έρευνα είναι οι εξής:

Υπόθεση 1 – H1 : Η γνωστική αντίληψη κινδύνου εν μέσω πανδημίας Covid-19 επηρεάζει αρνητικά την επιθυμία για ταξίδι στην Ελλάδα.

Υπόθεση 2 – H2 : Η συναισθηματική αντίληψη κινδύνου εν μέσω πανδημίας Covid-19 επηρεάζει αρνητικά την επιθυμία για ταξίδι στην Ελλάδα.

Υπόθεση 3 – H3 : Το υγειονομικό προφίλ της Ελλάδας επηρεάζει αρνητικά την πρόθεση για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.

Υπόθεση 4 – H4 : Το πολιτιστικό προφίλ και η ταυτότητα του τόπου της Ελλάδας επηρεάζει θετικά την πρόθεση για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.

Υπόθεση 5 – H5 : Το πολιτιστικό προφίλ της Ελλάδας μετριάξει την σχέση που υπάρχει μεταξύ της γνωστικής αντίληψης κινδύνου και της επιθυμίας για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.

Υπόθεση 6 – H6 : Η συναισθηματική αντίληψη κινδύνου μπορεί να αυξηθεί όταν συνδυάζεται με ένα κακό υγειονομικό προφίλ και δεν οδηγεί σε επιθυμία για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.

Υπόθεση 7 – H7 : Η επιθυμία για ταξίδι επηρεάζει θετικά την πρόθεση για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.

Η θεωρητική συζήτηση της αναγκαιότητας των επτά υποθέσεων του παραπάνω μοντέλου ακολουθεί στην ενότητα 2.4.

2.4 Θεωρητική ανάπτυξη των ερευνητικών υποθέσεων

2.4.1 Αντιληπτός Κίνδυνος (Perceived Risk)

Ο αντιληπτός κίνδυνος (perceived risk) εξηγείται, ως η υποκειμενική αξιολόγηση του κινδύνου μιας απειλητικής κατάστασης με βάση τα χαρακτηριστικά και τη σοβαρότητα του (Moreira, 2008; Sjöberg, Moen & Rundmo, 2004), αναφέρεται στις αβεβαιότητες και τις κακοτυχίες οποιασδήποτε φύσης στις οποίες μπορεί να εκτεθεί ένα άτομο όταν ταξιδεύει σε έναν προορισμό (Chew & Jahari, 2014; Reichel, Fuchs & Uriely, 2007) και με βάση την αξιολόγησή του μπορεί να επηρεάσει τη μετέπειτα συμπεριφορά ενός ατόμου (Weinstein, 1988). Κατά συνέπεια, ο κίνδυνος γίνεται διαφορετικά αντιληπτός με βάση τα ατομικά χαρακτηριστικά (φύλο, ηλικία και προηγούμενη ταξιδιωτική εμπειρία) (Vlek & Stallen, 1981; Fischer et al., 1991), τις κοινωνικές και πολιτισμικές πεποιθήσεις (Boholm, 1998; Sjöberg et al., 2004). Για παράδειγμα, οι γυναίκες συχνά έχουν περισσότερες αρνητικές αντιλήψεις για τον κίνδυνο από τους άνδρες (Gustafson, 1998) σε σχέση με την υγεία και τα τρόφιμα (Lepp & Gibson, 2003). Επίσης, σε μια μελέτη για την αντίληψη κινδύνου σχετικά με το ταξίδι στους Ολυμπιακούς Αγώνες του Πεκίνου, οι Schroeder et al. (2013) ανακάλυψαν ότι οι νεότεροι ταξιδιώτες από τις ΗΠΑ είχαν υψηλότερη αντίληψη κινδύνου από τους μεγαλύτερους επισκέπτες, πιθανώς λόγω έλλειψης γνώσεων και εμπειρίας.

Υπάρχουν διάφοροι τύποι κινδύνου που επηρεάζουν τον αντιληπτό κίνδυνο ταξιδιού. Οι Sonmez & Graefe (1998) ταξινόμησαν τον αντιληπτό κίνδυνο σε χρηματοοικονομικό, ψυχολογικό, σωματικό, χρονικό, κοινωνικό, λειτουργικό, ενώ οι Maser & Weiermair (1998) ταξινόμησαν τους ταξιδιωτικούς κινδύνους σε φυσικές καταστροφές, ασθένειες, πολιτική αστάθεια, εγκλήματα και ατυχήματα, πολιτιστικές και γλωσσικές δυσκολίες καθώς και προβλήματα υγείας.

Η αντίληψη του κινδύνου στον τουρισμό συνδέεται με την αξιολόγηση μιας κατάστασης σχετικά με τον κίνδυνο λήψης ταξιδιωτικής απόφασης, αγοράς και κατανάλωσης ταξιδιωτικών προϊόντων ή εμπειριών (Reisinger & Mavondo, 2005). Στη τουριστική βιβλιογραφία, η αντίληψη κινδύνου είναι ένα θέμα που συζητείται ιδιαίτερα, όταν πρόκειται για διεθνή ταξίδια καθώς συνδέονται με υψηλότερους κινδύνους και αβεβαιότητες σχετικά με τα προσωπικά επίπεδα υγείας και ασφάλειας (Pine & McKercher, 2004; Schroeder et al., 2013).

Οι αντιλήψεις κινδύνου των τουριστών έχουν περιγραφεί ως ένας από τους κύριους παράγοντες λήψης αποφάσεων και προθέσεων συμπεριφοράς (Artuger, 2015; Hasan, Ismail & Islam, 2017; Wolff, Larsen & Ogaard, 2019). Ο αντιληπτός κίνδυνος ταξιδιού μπορεί να οδηγήσει σε μείωση της ταξιδιωτικής ζήτησης υπό συνθήκες τρομοκρατίας (Wilks & Moore, 2003), ασθένειας (Leggat, Brown, Aitken & Speare, 2010; Pine & McKercher, 2004; Yanni, Marano & Han, 2010), φυσικών καταστροφών (Park & Reisinger, 2010) και μεγάλων γεγονότων (Schroeder et al., 2013). Σε σχέση με τις προθέσεις ταξιδιού, η αντίληψη κινδύνου διαμορφώνεται από εμπειρίες του παρελθόντος, δημογραφικά, ψυχογραφικά χαρακτηριστικά και γνώσεις (Pennington-Grey & Pizam, 2011; Dryhurst et al., 2020).

Ως συνέπεια τέτοιων κινδύνων, οι συμπεριφορές των καταναλωτών του 21ου αιώνα και οι αντιλήψεις κινδύνου για τα διεθνή ταξίδια μπορεί να είναι γεμάτες ανησυχίες για την υγεία. Αν και η πανδημία Covid-19 επηρέασε σημαντικά τον τουρισμό και τη φιλοξενία μέσω ταξιδιωτικών περιορισμών σε διάφορες χώρες και περιοχές σε όλο τον κόσμο, η συμπεριφορά των τουριστών μετά το άνοιγμα εξαρτάται από τις αντιλήψεις τους για την ασφάλεια και τους κινδύνους που συνδέονται με διάφορες ταξιδιωτικές δραστηριότητες. (Dryhurst et al., 2020; Wen, Kozak & Yang, 2020).

Είναι πλέον σαφές ότι τα παγκόσμια πρότυπα ταξιδιού υφίστανται μια αλλαγή καθώς οι ανέμελες, περιπετειώδεις και εξωστρεφείς τουριστικές συμπεριφορές, που χαρακτήριζαν τα διεθνή ταξίδια, δίνουν τη θέση τους σε τάσεις αποτροπής κινδύνου (Reisinger & Mavondo, 2005). Κατά συνέπεια, οι άνθρωποι μπορεί να αποτραπούν από το ταξίδι, προκειμένου να ελαχιστοποιηθεί ο κίνδυνος (Widmar, Dominick, Ruple & Tyner, 2017), ή να αναγκαστούν να αναζητήσουν τεχνολογικά ασφαλή υποκατάστατα (Nanni & Ulqinaku, 2020).

2.4.1.1. Γνωστική και Συναισθηματική αντίληψη κινδύνου (Cognitive and Affective risk perception)

Μερικοί ερευνητές έχουν εξετάσει τον αντιληπτό κίνδυνο βασισμένο σε δύο διαστάσεις, τον γνωστικό και τον συναισθηματικό (Brug, Aro, Oenema, De Zwart, Richardus & Bishop, 2004). Η πρώτη ομάδα γνωστικών παραγόντων σχετίζεται με τη γνώση και τα χαρακτηριστικά προορισμού, την εξοικείωση μέσα από την κάλυψη από τα μέσα ενημέρωσης, τη βαρύτητα του κινδύνου και ο έλεγχος μέσα από τα μέτρα μετριασμού του κινδύνου (Brown, 2015; Paek & Hove, 2017). Η γνώση μπορεί να οριστεί ως η αντίληψη των ανθρώπων για το πόσο καλά γνωρίζουν έναν κίνδυνο (Slovic, 1999). Οι άνθρωποι μπορεί να θεωρούν έναν συγκεκριμένο κίνδυνο επικίνδυνο όταν είναι άγνωστος ή μη οικίος στους ίδιους (Fischhoff et al., 1987; Slovic et al., 1980; Chung & Yun, 2013). Ο Slovic (1987) έχει επίσης προτείνει ότι η έλλειψη εξοικείωσης οδηγεί τους απλούς πολίτες σε πανικό ακόμα και όταν η πραγματική βλάβη ενός κινδύνου μπορεί να είναι σχετικά χαμηλή. Κατά συνέπεια, η εξοικείωση αναφέρεται στον βαθμό στον οποίο οι άνθρωποι έχουν συνηθίσει σε έναν κίνδυνο (Slovic, 1999). Ένα άλλο σημαντικό χαρακτηριστικό που μπορεί να επηρεάσει την αντίληψη του κινδύνου είναι η δυνατότητα ελέγχου: εάν οι άνθρωποι αντιληφθούν ότι μπορούν να ελέγξουν έναν κίνδυνο, θα θεωρήσουν τον κίνδυνο λιγότερο σοβαρό (Renn, 2006). Είναι σαφές πλέον ότι ολόκληρος ο κόσμος βρίσκεται αντιμέτωπος, με μία πανδημία, η οποία είναι αβέβαιο μέχρι πότε θα διαρκέσει, μια πανδημία με συνεχείς μεταλλάξεις οι οποίες είναι άγνωστο για το πόσες θα είναι και πόσο χειρότερη συμπτωματολογία θα έχουν αλλά και αν θα τις καλύπτουν τα εμβόλια, και τέλος μια πανδημία με διαρκώς μεταβαλλόμενα δεδομένα για την διάρκεια της ανοσίας, είτε μετά από νόσηση, είτε μετά από εμβόλιο. Έτσι, γίνεται αντιληπτό πως η απουσία γνώσης, εξοικείωσης και ελέγχου των κινδύνων που έγκειται σε ένα μελλοντικό ταξίδι και ειδικά εν μέσω πανδημίας, θα λειτουργήσει αρνητικά στην επιθυμία για ταξίδι.

Υπόθεση 1 – H1 : Η γνωστική αντίληψη κινδύνου εν μέσω πανδημίας Covid-19 επηρεάζει αρνητικά την επιθυμία για ταξίδι στην Ελλάδα.

Προηγούμενες έρευνες επικεντρώθηκαν κυρίως στη γνωστική πλευρά της αντίληψης κινδύνου (Shim & You, 2015). Ωστόσο, οι Loewenstein, Weber, Hsee & Welch (2001) εισήγαγαν τη θεωρία κινδύνου ως συναισθήματα, η οποία τονίζει τον αντίκτυπο της συναισθηματικής αντίληψης κινδύνου σε μια συγκεκριμένη συμπεριφορά. Συγκεκριμένα δήλωσαν, ότι η συναισθηματική αντίληψη κινδύνου γίνεται πιο ισχυρός καθοριστικός παράγοντας για να εξηγήσει τις ανθρώπινες συμπεριφορές όταν ένα άτομο αντιμετωπίζει

έναν μεγάλο κίνδυνο (Peters & Slovic, 1996). Σύμφωνα με τους Bae & Chang (2020), η συναισθηματική αντίληψη κινδύνου ασκεί σημαντική αρνητική επίδραση στην επιθυμία. Με βάση αυτή την αντίληψη, η έρευνα έχει εντοπίσει ότι οι αντιλήψεις για αυξημένη πιθανότητα κινδύνου μπορεί να πυροδοτήσουν συναισθηματικές αντιδράσεις, συμπεριλαμβανομένου του φόβου, του τρόμου ή της ανησυχίας (Shim & You, 2015). Η ανησυχία, με τη σειρά της, οδηγεί σε ενισχυμένη προστατευτική συμπεριφορά, η οποία μπορεί να αποτρέψει την δημιουργία επιθυμίας για ταξίδι (Larsen, Brun & Øgaard, 2009).

Υπόθεση 2 – H2 : Η συναισθηματική αντίληψη κινδύνου εν μέσω πανδημίας Covid-19 επηρεάζει αρνητικά την επιθυμία για ταξίδι στην Ελλάδα.

Ωστόσο, υπάρχουν και διαφορετικές προσεγγίσεις σχετικά με το πώς οι τουρίστες αντιλαμβάνονται τον κίνδυνο. Σύμφωνα με την ορθολογιστική προσέγγιση ο συνήθως τουρίστας επιδιώκει να μεγιστοποιήσει τη γνώση και να μειώσει την αβεβαιότητα για να μειώσει την πιθανότητα αρνητικών γεγονότων ή αποτελεσμάτων (Williams & Balaz, 2015). Συνεπώς, οι αντιλήψεις κινδύνου συνδέονται επίσης με προστατευτική συμπεριφορά και με την αναζήτηση πληροφοριών (Jeuring & Becken, 2013). Η ορθολογιστική προσέγγιση εστιάζει στις γνωστικές διαδικασίες και βλέπει τον κίνδυνο ως αντικειμενικό και παρατηρήσιμο (Trumbo, Peek, Meyer, Marlatt, Grunfest, McNoldy & Schubert, 2016). Αντίθετα, η κοινωνική κονστρουξιονιστική προσέγγιση υποθέτει ότι οι τουρίστες συνδυάζουν τη λήψη αποφάσεων που βασίζονται σε γεγονότα με τη διαίσθηση. Οι κίνδυνοι υπόκεινται σε διαρκή διαπραγμάτευση και ερμηνεία σε μια πολύπλοκη διαδικασία διανοητικών και συναισθηματικών αξιολογήσεων (Williams & Balaz, 2015).

Πρόσφατες έρευνες αποδεικνύουν μάλιστα ότι η έννοια της αντίληψης κινδύνου είναι ένα γνωστικό-συναισθηματικό φαινόμενο (Becken et al., 2016; Shim & You, 2015; Trumbo et al., 2016). Οι αντιλήψεις κινδύνου, τόσο γνωστικές όσο και συναισθηματικές, μπορούν να επηρεάσουν τις θεμελιώδεις πεποιθήσεις για μια χώρα ή έναν τουριστικό προορισμό και ως αποτέλεσμα να διαμορφώσουν τις αντιλήψεις για τον προορισμό και την πρόθεση επίσκεψης (Nadeau, Heslop, O'Reilly & Luk, 2008).

2.4.2 Υγειονομικό Προφίλ Ελλάδας και Πρόθεση για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19

Προηγούμενη έρευνα (Grayson, Johnson & Chen, 2008), υποδηλώνει ότι η εμπιστοσύνη είναι μια έννοια πολλαπλών στρωμάτων που αποτελείται από τρία επίπεδα

εμπιστοσύνης: εμπιστοσύνη μακροεπιπέδου (πολιτική εμπιστοσύνη), εμπιστοσύνη μεσοεπιπέδου (εμπιστοσύνη προορισμού) και εμπιστοσύνη μικροεπιπέδου (αλληλεπιδραστική εμπιστοσύνη με άλλους ταξιδιώτες). Πιο συγκεκριμένα, ο βαθμός στον οποίο οι υποψήφιοι ταξιδιώτες εμπιστεύονται τις πολιτικές των κυβερνήσεων ως απάντηση στην αντιμετώπιση της πανδημίας Covid-19, η διαχείριση της ασφάλειας των προορισμών και η συμμόρφωση των άλλων ταξιδιωτών στην τήρηση των μέτρων, μπορεί να επηρεάσει την τουριστική απόφαση κατά τη διάρκεια της πανδημίας (Shin et al., 2020).

Επίσης, σύμφωνα με τον Mawby (2000), ο αντιληπτός κίνδυνος έχει μεγάλη επιρροή στον επισκέπτη κατά τη διάρκεια της παραμονής του σε έναν συγκεκριμένο προορισμό, επομένως είναι απαραίτητο να κατανοήσουμε τα βασικά στοιχεία σχετικά με την Covid-19 που διαμορφώνουν την αντίληψη του ταξιδιώτη για τον ταξιδιωτικό κίνδυνο και τα οποία είναι :

1. Ο αριθμός ενεργών κρουσμάτων και τα τεστ ανίχνευσης κορονοϊού

Ένας από τους τρεις δείκτες που προσδιορίστηκαν από τη μελέτη των Teeroovengadum et al. (2020) σχετικά με τη διάσταση της «κατάστασης Covid-19» σε κάθε χώρα είναι ο αριθμός των ενεργών κρουσμάτων στη χώρα προορισμού τη στιγμή του ταξιδιού. Στις περισσότερες περιπτώσεις, οι ερωτηθέντες ανέφεραν ότι μόνο μια πολύ χαμηλή και περιορισμένη εξάπλωση της νόσου, ιδανικά ένα μηδενικό σενάριο ενεργού κρούσματος Covid-19 για παρατεταμένο χρονικό διάστημα, στη χώρα προορισμού, θα μπορούσε να τους κάνει να σκεφτούν το ενδεχόμενο να ταξιδέψουν. Άλλοι δείκτες που αναφέρονται συνήθως κατά την αξιολόγηση του ταξιδιωτικού κινδύνου ήταν ο αριθμός των τεστ ανίχνευσης κορονοϊού που πραγματοποιήθηκαν, το ποσοστό θνησιμότητας και η γενική επιδημιολογική κατάσταση. Κάποια χώρα όμως μπορεί να κάνει αναφορά για χαμηλό αριθμό κρουσμάτων Covid-19, αλλά μερικές φορές αυτό να οφείλεται στον χαμηλό αριθμό τεστ που πραγματοποιούνται.

2. Εθνικά υγειονομικά μέτρα

Τα εθνικά υγειονομικά μέτρα που θεσπίστηκαν στον προορισμό είναι ένας ακόμη σημαντικός παράγοντας, καθώς είναι αυτά που περιορίζουν τον κίνδυνο διασποράς. Ανάμεσα στα πιο σημαντικά υγειονομικά μέτρα είναι: η χρήση προστατευτική μάσκας, υγιεινή των χεριών, τα μέτρα κοινωνικής αποστασιοποίησης, η καθαριότητα σε δημόσιους και τουριστικούς χώρους, οι έλεγχοι θερμοκρασίας και οι ανέπαφες υπηρεσίες ((Untaru & Han, 2020; World Health Organization, 2021).

3. Υπηρεσίες υγειονομικής περίθαλψης

Τα συστήματα υγειονομικής περίθαλψης σε πολλές χώρες αντιμετωπίζουν μεγάλη πίεση από την πανδημία του Covid-19, με εκείνα των χωρών χαμηλού και μεσαίου εισοδήματος με περιορισμένους πόρους να είναι εξαιρετικά πιεσμένα (Arab-Zozani & Hassanipour, 2020). Δεδομένου ότι ο κίνδυνος μόλυνσης εξακολουθεί να υπάρχει ακόμη, οι υποψήφιοι τουρίστες θα ήθελαν να είναι σίγουροι ότι, σε περίπτωση που μολυνθούν και αρρωστήσουν, θα λάβουν επαρκή υγειονομική περίθαλψη. Συνεπώς, η πανδημία Covid-19 εγείρει σημαντικά ερωτήματα σχετικά με την αποτελεσματικότητα του εθνικού συστήματος υγειονομικής περίθαλψης της κάθε χώρας (Busemeyer, 2020).

Ανάμεσα στα τέσσερα βασικά κριτήρια που είναι πιθανό να ληφθούν υπόψη από τους ταξιδιώτες για τις υπηρεσίες υγειονομικής περίθαλψης είναι η ποιότητα, η φήμη, η διαθεσιμότητα και το κόστος. Συνεπώς ο αριθμός κλινών, νοσοκομείων, υγειονομικού προσωπικού και οι δαπάνες υγείας ανά κεφαλή πληθυσμού, καθώς και η οικονομική προσιτότητα για την υγεία, μπορούν να διαδραματίσουν ζωτικό ρόλο στην καταπολέμηση της πανδημίας (Busemeyer, 2020).

Μπορεί να υποστηριχθεί λοιπόν ότι η εμπιστοσύνη και η αξιοπιστία στο σύστημα υγείας μιας χώρας μπορεί να επηρεάσει θετικά την προθυμία των ατόμων στο να την επισκεφθούν (Abubakar & Ilkan, 2016; Gille, Smith & Mays, 2020). Πολυάριθμες μελέτες δείχνουν ότι οι τουρίστες είναι πιο πιθανό να επισκεφθούν έναν προορισμό που νιώθουν ασφάλεια και που πιστεύουν ότι μπορεί να προσφέρει υπηρεσίες υψηλής ποιότητας (Gursoy, Joseph & Christina, 2014). Αντίθετα ένα μη αξιόπιστο σύστημα υγείας μπορεί να επηρεάσει αρνητικά την πρόθεση για ταξίδι κατά την διάρκεια της πανδημίας. Συγκεκριμένα μια πρόσφατη μελέτη από το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ, Bloom Consulting και D2-Analytics (2020), η οποία αξιολόγησε την πιθανή συμπεριφορά των ταξιδιωτών για το επόμενο έτος, ανέφερε, ότι η πλειονότητα των ταξιδιωτών θα άλλαζε τον προορισμό τους για έναν άλλον που είχε καλύτερο σύστημα υγείας.

Το δημόσιο σύστημα υγείας της Ελλάδας είναι ένας από τους πιο σημαντικούς πυλώνες για τη διασφάλιση της ευημερίας του κοινωνικού συνόλου. Η πανδημία Covid-19 βρήκε το ελληνικό σύστημα υγείας εξουθενωμένο ήδη από τη δεκαετή οικονομική κρίση και την εφαρμογή πολιτικών λιτότητας (Economou, 2019). Συγκεκριμένα σύμφωνα με την απογραφή του 2020 (apografi.gov.gr, 2020), “Το υγειονομικό προσωπικό του Δημόσιου Συστήματος Υγείας με σχέση εργασίας αορίστου χρόνου έχει μειωθεί από το 2019 στο

2020 κατά 2252 εργαζόμενους”, ενώ περίπου 7000 υγειονομικοί βγήκαν σε αναστολή εν μέσω πανδημίας Covid-19 καθώς αρνήθηκαν τον εμβολιασμό τους. (ΕΝ.ΑΠ. ΕΣΔΔΑ, 2021). “Η Ελλάδα διαθέτει 6,1 γιατρούς και 3,3 νοσηλευτές ανά 1000 άτομα πληθυσμού, έναντι 3,5 και 8,8 αντιστοίχως στις χώρες του ΟΟΣΑ. Τα νοσοκομεία λειτουργούν με πολύ λιγότερους νοσηλευτές ανά γιατρό από το μέσο όρο των χωρών του ΟΟΣΑ (ΟΟΣΑ, 2019). Τέλος, η χώρα μας έχει το τρίτο μεγαλύτερο ποσοστό αναφοράς ακάλυπτων υγειονομικών αναγκών του πληθυσμού στην ΕΕ (10,2% με μ.ο. ΕΕ 3,2%)” (ΕΝ.ΑΠ. ΕΣΔΔΑ, 2021). “Σύμφωνα με τα στοιχεία του Ιουνίου 2020 του Μηχανισμού Παρακολούθησης του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας και της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για το πώς ανταποκρίνονται τα συστήματα υγείας στην πανδημία (HSRM, Health System Response Monitor), η Ελλάδα κατατάσσεται σε χαμηλή θέση ανάμεσα στις ευρωπαϊκές χώρες για τις πρόσθετες δαπάνες ενίσχυσης του Εθνικού Συστήματος Υγείας. Η Ελλάδα είχε δαπανήσει μέχρι τότε 26 δολάρια ανά άτομο, τη στιγμή που η Λιθουανία είχε ξοδέψει 386 δολάρια ανά άτομο.” (ΕΝ.ΑΠ. ΕΣΔΔΑ, 2021). Καταδεικνύεται έτσι, ότι το υγειονομικό σύστημα της Ελλάδας ενδεχομένως δεν μπορεί να ανταποκριθεί στην ανάγκη για ένα ολοκληρωμένο και βιώσιμο σχέδιο ουσιαστικής αντιμετώπισης της πανδημίας. Έτσι τα συνεχώς αυξανόμενα κρούσματα σε συνδυασμό με ένα μέτριο υγειονομικό προφίλ συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες της Ευρώπης υποθέτουμε ότι θα λειτουργήσουν ανασταλτικά στην τουριστική πρόθεση. Έτσι μπορούμε να προτείνουμε ότι η εμπιστοσύνη στο σύστημα υγειονομικής περίθαλψης της Ελλάδας επηρεάζει αρνητικά την πρόθεση για ταξίδι εν μέσω πανδημίας Covid-19. Δεδομένης της υπάρχουσας βιβλιογραφίας και του μοντέλου BDI, προτείνεται η ακόλουθη υπόθεση:

Υπόθεση 3 – H3: Το υγειονομικό προφίλ της Ελλάδας επηρεάζει αρνητικά την πρόθεση για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.

2.4.3 Πολιτιστικό Προφίλ Ελλάδας και Πρόθεση για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19

Ο τουρισμός και η πολιτιστική κληρονομιά έχουν μια αλληλένδετα επωφελή σχέση η οποία ενισχύει την αυθεντικότητα και την ανταγωνιστικότητα των χωρών. Ο τουρισμός από την μία, είναι ένα σημαντικό μέσο για την ενίσχυση του πολιτισμού και τη δημιουργία εισοδήματος καθώς στηρίζει την πολιτιστική κληρονομιά. Η πολιτιστική κληρονομιά από την άλλη, είναι ένα σημαντικό κομμάτι του τουριστικού προϊόντος που χαρακτηρίζεται από δημιουργικότητα και έχει αυξητική πορεία στην παγκόσμια αγορά. Συνεπώς, η ισχυρή αυτή σχέση τουρισμού και πολιτιστικής κληρονομιάς βοηθάει τους

προορισμούς να γίνουν πιο ελκυστικά μέρη για να τα επισκεφτεί κανείς, να εργαστεί ακόμα και να επενδύσει (OECD, 2009).

Σύμφωνα με τον Richards (1996, σελ.24) «ο πολιτιστικός τουρισμός είναι η κίνηση των ανθρώπων σε πολιτιστικά αξιοθέατα μακριά από την μόνιμη κατοικία τους με την πρόθεση να συγκεντρώσουν νέες πληροφορίες και εμπειρίες, για να ικανοποιήσουν τις πολιτιστικές τους ανάγκες».

Μία από τις βασικές προθέσεις του τουρίστα είναι η επίσκεψη σε τουριστικά αξιοθέατα προκειμένου να γνωρίσει, να ανακαλύψει και να βιώσει την πολιτιστική κληρονομιά του εκάστοτε τουριστικού προορισμού. Αυτά τα τουριστικά αξιοθέατα σχετίζονται με τα χαρακτηριστικά μιας κοινωνίας που περιλαμβάνει τέχνες, αρχιτεκτονική, ιστορία και πολιτισμό, γαστρονομία, λογοτεχνία, θέατρο και μουσική.

Ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να ταξινομηθεί σε:

- Τουρισμό πολιτιστικής κληρονομιάς: Είναι μια από τις σημαντικότερες μορφές τουρισμού που αφορά τα πολιτιστικά μνημεία και τις τοποθεσίες που διασώθηκαν από το παρελθόν και θεωρούνται πολύτιμες και εκτιμητές στη σημερινή εποχή. (McKercher & Du Cros, 2002). Ο τουρισμός πολιτιστικής κληρονομιάς σύμφωνα με το Άρθρο 10 – Πολιτιστικός τουρισμός του Υπουργείου Τουρισμού αποτελείται από την υλική κληρονομιά, όπως τα μνημεία παγκόσμιας κληρονομιάς, αρχιτεκτονικά μνημεία, εθνικά και ιστορικά μνημεία. Αποτελείται από την άυλη κληρονομιά, όπως τέχνη και χειροτεχνία, ιστορία, ήθη και έθιμα, λαογραφία και λογοτεχνία, εκθέσεις και φεστιβάλ όπου ο ταξιδιώτης επιδιώκει να αποκτήσει από πρώτο χέρι εμπειρίες του τοπικού πολιτισμού και των παραδόσεων. Και τέλος αποτελείται από χώρους πολιτιστικής κληρονομιάς όπως θέατρα, μουσεία, βιβλιοθήκες.
- Πολιτιστικές θεματικές διαδρομές: Οι θεματικές διαδρομές αποτελούν σειρά φυσικών ή τεχνητών αξιοθέατων προσβάσιμα με διάφορα μέσα μεταφοράς γύρω από ένα επιλεγμένο θέμα. Η ανάπτυξη της θεματικής διαδρομής γίνεται με τέτοιο σχεδιασμό ώστε να προσαρμόζεται στα χαρακτηριστικά και τη μοναδικότητα του κάθε αξιοθέατου και συμπεριλαμβάνει όλες τις υπηρεσίες που ο τουρίστας αναζητά για την εξυπηρέτησή του (Tieng, 2019).

Στην Ελλάδα κύριοι προορισμοί πολιτιστικής κληρονομιάς, σύμφωνα με τον Κατάλογο Μνημείων Παγκόσμιας Κληρονομιάς της UNESCO είναι ο Ναός του Επικούριου Απόλλωνα (1986), ο Αρχαιολογικός Χώρος των Δελφών (1987), η Ακρόπολις Αθηνών (1987), το Άγιο Όρος (1988), ο Αρχαιολογικός Χώρος Επιδαύρου (1988), τα

Παλαιοχριστιανικά και Βυζαντινά μνημεία της Θεσσαλονίκης (1988), τα Μετέωρα (1988), η Μεσαιωνική πόλη της Ρόδου (1988), η Αρχαία Ολυμπία (1989), ο Μυστράς (1989), η Μονή Δαφνίου, η Μονή Οσίου Λουκά και Νέα Μονή Χίου (1990), η Δήλος (1990), το Πυθαγόρειον και Ηραϊόν Σάμου (1992), ο Αρχαιολογικός χώρος Αιγών (1996), το Ιστορικό Κέντρο της Πάτμου με τη Μονή του Αγίου Ιωάννου του Θεολόγου και το Σπήλαιο της Αποκάλυψης (1999), οι Αρχαιολογικοί Χώροι των Μυκηνών και της Τίρυνθας (1999), η Παλαιά Πόλη της Κέρκυρας (2007), ο Αρχαιολογικός Χώρος Φιλίππων (2016) (unesco.org, 2021).

Σε παγκόσμια κλίμακα, τα φεστιβάλ και οι εκδηλώσεις με έντονη πολιτιστική συνιστώσα αυξάνονται σημαντικά σε αριθμό (Katsoni & Stratigea, 2015). Εκτός από την ενίσχυση της ταυτότητας του προορισμού, ο πολιτιστικός τουρισμός συνδέεται στενά με άλλους κλάδους της οικονομίας υποστηρίζει συμπληρωματικές επιχειρήσεις και δημιουργεί έσοδα (Tieng, 2019). Καθώς οι προορισμοί γίνονται δημοφιλείς, προσελκύουν περισσότερους ταξιδιώτες, γεγονός που έχει θετικό οικονομικό και κοινωνικό αντίκτυπο για τον προορισμό (Long, Perdue & Allan, 1990) .

Ο πολιτιστικός τουρισμός αναδεικνύει μια χώρα στον παγκόσμιο χάρτη ενισχύοντας την εικόνα της χώρας, συμβάλλει στη διατήρηση του τοπικού πολιτισμού και της πολιτιστικής κληρονομιάς (McKercher & Du Cros, 2002). Επίσης, ο πολιτιστικός τουρισμός δημιουργεί έσοδα που αποτελούν σημαντική πηγή για τη διατήρηση των ιστορικών μνημείων. Αυξάνει την ευαισθητοποίηση των τοπικών πληθυσμών και τους ενθαρρύνει να προσέχουν τις επιπτώσεις των δραστηριοτήτων τους και των ενεργειών τους στο φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον. Τέλος, ο πολιτιστικός τουρισμός συμβάλλει στην επέκταση της τουριστικής περιόδου και ενισχύει περαιτέρω την τουριστική βιομηχανία (Tieng, 2019).

Σύμφωνα με τα παραπάνω γίνεται αντιληπτό πόσο σημαντικό είναι να δοθεί από τις κυβερνήσεις ιδιαίτερη έμφαση στην προώθηση και ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού. Για να γίνει αυτό όμως πρέπει πρώτα να κατανοηθούν τα τουριστικά κίνητρα που οδηγούν στον πολιτιστικό τουρισμό. Το τουριστικό κίνητρο παρέχει στοιχεία εξηγώντας τον λόγο της περιήγησης στα αξιοθέατα και συνδέεται με την ικανοποίηση της επιθυμίας του τουρίστα (Lee, Han & Kim, 2014). Το τουριστικό κίνητρο εμφανίζεται διαφορετικά ανάλογα με το ατομικό, νοητικό και εσωτερικό περιβάλλον του τουρίστα (Byun, 2011; Hsu, Cai & Li, 2009; Kozak, 2002). Δεδομένου ότι τα τουριστικά κίνητρα προέρχονται από εσωτερικούς παράγοντες του ίδιου του τουρίστα και τα χαρακτηριστικά του τουριστικού τύπου, η παρατήρηση των παραγόντων ώθησης και των παραγόντων

έλξης είναι σημαντική. Οι παράγοντες ώθησης είναι εσωτερικά κίνητρα όπως η απόδραση από τις απαιτήσεις της καθημερινής ζωής, η χαλάρωση, η περιπέτεια αλλά και η ασφάλεια. Οι παράγοντες έλξης είναι εξωτερικοί παράγοντες που μπορεί να εξηγηθούν με οπτικούς πόρους όπως η παραλία, οι εγκαταστάσεις αναψυχής και οι πολιτιστικοί πόροι και η ελκυστικότητα της τουριστικής τοποθεσίας (Kozak, 2002). Το τουριστικό κίνητρο μπορεί να είναι ένας σημαντικός παράγοντας που καθοδηγεί τη συμπεριφορά και επιτρέπει την πρόβλεψη της μελλοντικής συμπεριφοράς επειδή συνδέεται άμεσα με την ικανοποίηση της επιθυμίας του τουρίστα (Lee et al., 2014).

Η Ελλάδα, όπως είναι γνωστό, αποτελεί μία χώρα που διαθέτει πλούσια πολιτιστική και ειδικότερα αρχιτεκτονική κληρονομιά (Katsoni & Stratigea, 2015). Το πολιτιστικά μνημεία και κτίρια ιδιαίτερου αρχιτεκτονικού ενδιαφέροντος αποτελούν χαρακτηριστικές εικόνες της χώρας μας οι οποίες αναγνωρίζονται διεθνώς ως επιτεύγματα ιδιαίτερης ιστορικής σημασίας και καθιστούν την Ελλάδα ιδιαίτερος θελκτικό προορισμό (Katsoni & Stratigea, 2015). Είναι δε χαρακτηριστικό ότι στην χώρα μας υπάρχει πληθώρα πολιτιστικών αγαθών που αναφέρονται σε διαφορετικές χρονικές περιόδους και εκτείνονται από την κλασική αρχαιότητα μέχρι τους νεωτέρους χρόνους, επιβεβαιώνοντας την πλούσια ιστορία της Ελλάδας. Όλα τα παραπάνω μας οδηγούν στο συμπέρασμα ότι πολλοί τουρίστες προκειμένου να επωφεληθούν της πολιτιστικής κληρονομιάς της Ελλάδας είναι σε θέση να παραμερίσουν τον φόβο τους και εν τέλη να επισκεφτούν την Ελλάδα εν μέσω πανδημίας Covid-19. Έτσι μπορούμε να προτείνουμε ότι οι πεποιθήσεις που δημιουργούνται μέσα από το πολιτιστικό προφίλ της Ελλάδας επηρεάζουν θετικά την διάθεση και τελικά την πρόθεση του τουρίστα για να την επισκεφτεί. Δεδομένης της υπάρχουσας βιβλιογραφίας και του μοντέλου BDI, προτείνεται η ακόλουθη υπόθεση:

Υπόθεση 4 – H4 : Το πολιτιστικό προφίλ και η ταυτότητα του τόπου της Ελλάδας επηρεάζει θετικά την πρόθεση για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.

2.4.4. Σύνδεση εικόνας προορισμού, αντίληψης κινδύνου και επιθυμίας για ταξίδι

Η έννοια της εικόνας προορισμού εφαρμόζεται ευρέως στους τομείς του τουρισμού, του μάρκετινγκ και της επιστήμης της συμπεριφοράς και ορίστηκε ως «το άθροισμα των πεποιθήσεων, των ιδεών και των εντυπώσεων που έχει ένα άτομο για έναν προορισμό» (Crompton, 1979). Οι ερευνητές συμφωνούν ότι η εικόνα προορισμού αναφέρεται στις

αντιληπτές εικόνες που έχει ένα άτομο από έναν προορισμό όταν εξετάζει μια σειρά από χαρακτηριστικά και συναισθήματα (Baloglu & McCleary, 1999; Echtner & Ritchie, 2003; Tasci & Gartner, 2007), και ότι περιλαμβάνει τρία στοιχεία: τη γνώση (cognition), το συναίσθημα (affection) και την θέληση για δράση (conation) (Echtner & Ritchie, 2003; Pike & Ryan, 2004; Tasci, Gartner & Cavusgil, 2007). Η γνώση είναι το άθροισμα των γνωστών στοιχείων για έναν προορισμό. Το συναίσθημα αναφέρεται στα προσωπικά συναισθήματα του επισκέπτη για συγκεκριμένα μέρη, και η θέληση σχετίζεται με την πιθανότητα επίσκεψης σε ένα μέρος, η οποία είναι ανάλογη με τη συμπεριφορά, καθώς είναι το στοιχείο πρόθεσης ή δράσης (Pike & Ryan, 2004).

Οι περισσότερες μελέτες εικόνων προορισμού επικεντρώνονται σε θετικά χαρακτηριστικά, παρόλο που, θεωρητικά, οι αρνητικές πτυχές είναι επίσης πιθανό να διαμορφώσουν τις αντιλήψεις (Becken et al., 2016). Για παράδειγμα, μια πρόσφατη μελέτη που σχετίζεται με τον Covid-19 δείχνει ότι η διεθνής εικόνα των ΗΠΑ έπεσε κατακόρυφα λόγω του αναποτελεσματικού χειρισμού της πανδημίας, ενώ η προσέγγιση και ο χειρισμός της πανδημίας με επιτυχία από τη Νέα Ζηλανδία δημιούργησε θετική εικόνα στους τουρίστες (Wike et al., 2020).

Το γνωστικό στοιχείο αξιολογείται γενικά με βάση τα χαρακτηριστικά προορισμού, τα οποία περιγράφουν ένα μέρος ως τουριστικό προορισμό και αντιστοιχούν στους πόρους και τα αξιοθέατα του (Gallarza, Saura & Garcíá, 2002). Σύμφωνα με την εμπειρική έρευνα που πραγματοποιήθηκε από τους Campo-Martínez, Garau-Vadell & Martínez-Ruiz (2010), εάν ένας προορισμός καλύπτει τις προσδοκίες των ταξιδιωτών, τότε θα οδηγηθούν στην επίσκεψη. Όσον αφορά το ζήτημα της ικανοποίησης, η έρευνα πρέπει να λάβει υπόψη τα χαρακτηριστικά του ίδιου του προορισμού (Correia, Kozak & Ferradeira, 2013), μαζί με την ποιότητα και τα κίνητρα του επισκέπτη (Chen, Lee, Chen & Huang, 2011). Η αντίληψη των τουριστών για τα διαφορετικά χαρακτηριστικά του προορισμού, όπως τα αξιοθέατα, οι υποδομές και το περιβάλλον επιτρέπει τη μέτρηση της γνωστικής εικόνας του προορισμού. Όσον αφορά τα χαρακτηριστικά προορισμού, οι Chi & Qu (2008) κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι η ικανοποίηση από τα χαρακτηριστικά του κάθε προορισμού έχει σημαντική και θετική επίδραση στη πρόθεση επίσκεψης του τουρίστα.

Τέλος οι Li et al. (2010) διαπίστωσαν ότι η δημιουργία κινήτρων ταξιδιού επηρεάζουν τη γνωστική εικόνα. Η Ελλάδα, όπως αναφέρθηκε παραπάνω, είναι μια χώρα που παρέχει αρκετά κίνητρα να την επισκεφτεί κανείς, όπως η πλούσια αρχιτεκτονική και πολιτιστική κληρονομιά της, τα μνημεία και τα τοπία της. Έτσι το πολιτιστικό προφίλ της Ελλάδας

είναι ικανό να συμβάλει στον μετριασμό του γνωστικού αντιληπτού κινδύνου και παράλληλα να ενισχύσει την επιθυμία για ταξίδι εν μέσω πανδημίας Covid-19.

Υπόθεση 5 – H5 : Το πολιτιστικό προφίλ της Ελλάδας μετριάξει την σχέση που υπάρχει μεταξύ της γνωστικής αντίληψης κινδύνου και της επιθυμίας για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.

Ομοίως, η συναισθηματική αντίληψη κινδύνου, σε μια χώρα με ένα σχετικά μέτριο υγειονομικό προφίλ όπως η Ελλάδα, μπορεί να επεκταθεί συμπεριλαμβάνοντας συναισθήματα κινδύνου, όπως άγχος, ανησυχία, φόβο, αμφιβολία (Larsen et al., 2009; Reisinger & Mavondo, 2005) με αποτέλεσμα ενδεχομένως να δημιουργείται αρνητική διάθεση για ταξίδι εν μέσω πανδημίας.

Υπόθεση 6 – H6 : Η συναισθηματική αντίληψη κινδύνου μπορεί να αυξηθεί όταν συνδυάζεται με ένα κακό υγειονομικό προφίλ και δεν οδηγεί σε επιθυμία για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.

2.4.5 Σύνδεση επιθυμίας και πρόθεσης επίσκεψης

Σύμφωνα με τον Bagozzi, (1992, σελ. 184) η επιθυμία δημιουργείται από μια «κινητήρια δέσμευση» να κάνουμε κάτι. Οι προθέσεις, από μόνες τους, δεν φέρουν αυτή τη δέσμευση, αλλά χρειάζεται και η επιθυμία για να πραγματοποιηθεί μια ενέργεια, για παράδειγμα, εάν ένα άτομο σκοπεύει να φάει, πρέπει να θέλει να το κάνει (Davis, 1984). Οι επιθυμίες αντιπροσωπεύουν την κινητήρια κατάσταση του νου και έχουν την ικανότητα να μεταμορφώνουν εκτιμήσεις και λόγους (π.χ. στάσεις, υποκειμενικούς κανόνες και αντιληπτή επιθυμία) σε κίνητρο για να γίνει μια ενέργεια (Perugini & Bagozzi, 2001). Οι επιθυμίες διαφέρουν από τις προθέσεις: οι επιθυμίες είναι ψυχολογικές καταστάσεις που αντικατοπτρίζουν αυτό που θέλει ή επιθυμεί ένας άνθρωπος, ενώ οι προθέσεις είναι αυτό που σχεδιάζει κανείς να κάνει (Mellers & Chang, 1994). Έτσι, οι επιθυμίες δεν οδηγούν άμεσα στη δράση, αλλά επηρεάζουν τις προθέσεις – τη συνειδητή δέσμευση για δράση (Miller & Pasta, 1995). Η σχέση επιθυμίας-πρόθεσης έχει δοκιμαστεί σε διάφορα πλαίσια, όπως για παράδειγμα στην πρόθεση τεκνοποίησης ο πρωταρχικός καθοριστικός παράγοντας έχει βρεθεί ότι είναι η επιθυμία για τεκνοποίηση (Mellers & Chang, 1994).

Κατά τη διάρκεια της πανδημίας, η δημιουργία επιθυμίας για τον προορισμό θα είναι ακόμη πιο κρίσιμη για τον καθορισμό της συμμετοχής στο ταξίδι, καθώς οι υποψήφιοι ταξιδιώτες θα είναι λιγότερο πιθανό να ταξιδέψουν εάν δεν το επιθυμούν. Επιπλέον, εάν

τα άτομα δημιουργήσουν την επιθυμία είναι πιθανό να επηρεάσουν τον αντιληπτό κίνδυνο για το συγκεκριμένο προορισμό και έτσι να οδηγηθούν στην πρόθεση.

Η έννοια της επιθυμίας αναδύεται όταν τα άτομα έχουν ισχυρό κίνητρο για την επίτευξη στόχων ή την επίτευξη ορισμένων συμπεριφορών και ενεργειών (Perugini & Bagozzi 2004). Αρκετοί ερευνητές τονίζουν τη σημασία της επιθυμίας στην πραγματοποίηση των προθέσεων συμπεριφοράς και εντοπίζουν την επιθυμία ως άμεση αιτία της πρόθεσης (Lee, Song, Bendle, Kim & Han, 2012). Με βάση το σκεπτικό ότι η επιθυμία επηρεάζει σημαντικά την πρόθεση, και σύμφωνα με το μοντέλο BDI υποστηρίζεται στη συγκεκριμένη έρευνα ότι όσο ισχυρότερη είναι η επιθυμία για να ξεκινήσει μια ενέργεια, τόσο ισχυρότερη είναι η πρόθεση προς τον τελικό στόχο. Έτσι όσο μεγαλύτερη είναι η επιθυμία για ταξίδι, τόσο ισχυρότερη θα είναι τελικά και η πρόθεση για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.

Υπόθεση 7– H7 : Η επιθυμία για ταξίδι επηρεάζει θετικά την πρόθεση για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.

2.5 Σύνοψη Κεφαλαίου

Το παρόν κεφάλαιο προσπάθησε αρχικά να παρουσιάσει το Μοντέλο BDI στο οποίο βασίστηκε η έρευνα. Επιπλέον, έγινε μια προσπάθεια, μέσα από βιβλιογραφική ανασκόπηση, να βρεθούν αλλά και να παρουσιαστούν οι μεταβλητές που θα χρησιμοποιηθούν στην παρούσα έρευνα. Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, συμπεραίνουμε ότι, τόσο η γνωστική, όσο και η συναισθηματική αντίληψη κινδύνου επηρεάζουν αρνητικά την επιθυμία για ταξίδι κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19. Επιπλέον, από την μία το μέτριο υγειονομικό προφίλ της εντείνει τη συναισθηματική αντίληψη κινδύνου από την άλλη όμως το πλούσιο πολιτιστικό προφίλ της Ελλάδας την καθιστά αρκετά ελκυστικό προορισμό επηρεάζοντας θετικά την πρόθεση για ταξίδι. Τέλος, παρουσιάζονται οι υποθέσεις που θα διερευνηθούν παρακάτω στην παρούσα μελέτη.

Κεφάλαιο 3 : Μεθοδολογία

3.1 Εισαγωγή

Η έρευνα αυτή στοχεύει στη διερεύνηση της επίδρασης του υγειονομικού και πολιτιστικού προφίλ της Ελλάδας στην τουριστική συμπεριφορά κατά την περίοδο της πανδημίας Covid-19. Για το λόγο αυτό, δημιουργήθηκε και διαμοιράστηκε σε ξένους τουρίστες ερωτηματολόγιο το οποίο βασίστηκε σε προηγούμενες αξιόπιστες μελέτες. Το πλήρες ερωτηματολόγιο παρουσιάζεται στο Παράρτημα Ι. Στο κεφάλαιο αυτό θα αναλυθεί η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για τη συλλογή δεδομένων αλλά και ο τρόπος που θα αναλυθούν τα δεδομένα μετέπειτα.

3.2 Παρουσίαση Μεθοδολογίας

Σε αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζεται η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για τον σχεδιασμό της εμπειρικής ανάλυσης που πραγματοποιήθηκε στην ποσοτική αυτή μελέτη. Για την εγκυρότητα και αξιοπιστία της έρευνας έγινε χρήση διεθνούς βιβλιογραφίας. Το ερωτηματολόγιο, χωρίστηκε σε επτά (7) ενότητες, όπου η κάθε μία μελετά από μία μεταβλητή, έτσι ώστε να ερευνηθεί αν οι υποθέσεις που παρουσιάστηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο επιβεβαιώνονται ή απορρίπτονται.

Η πρώτη ενότητα του ερωτηματολογίου μελετάει την «Γνωστική Αντίληψη Κινδύνου» (“Cognitive Risk Perception”) που πιθανώς διαμορφώνει ο τουρίστας κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19. Η δεύτερη ενότητα εξετάζει την «Συναισθηματική Αντίληψη Κινδύνου» (“Affective Risk Perception”) που πιθανώς δημιουργεί ο τουρίστας εν μέσω της πανδημίας. Η τρίτη ενότητα αφορά το «Υγειονομικό Προφίλ» (“Health Profile”) της Ελλάδας, ενώ η τέταρτη ενότητα μελετά το «Πολιτιστικό Προφίλ» (“Cultural Profile”) της Ελλάδας. Η πέμπτη ενότητα εξετάζει την «Επιθυμία» (“Desire”) που πιθανώς δημιουργείται εν μέσω πανδημίας και εάν αυτή οδηγεί τελικά στην «Πρόθεση Επίσκεψης» (“Visit Intention”), μεταβλητή η οποία εξετάζεται στην έκτη ενότητα. Τέλος η έβδομη ενότητα αφορά τα «Δημογραφικά Χαρακτηριστικά» (“Demographic Characteristics”). Στις έξι πρώτες ενότητες οι ερωτήσεις ήταν κλίμακας Likert κατά τις οποίες οι ερωτηθέντες έπρεπε να απαντήσουν από το 1 έως το 5 (όπου 1= Διαφωνώ απόλυτα/ Totally Disagree, 2= Διαφωνώ/ Disagree, 3= Ούτε συμφωνώ - Ούτε διαφωνώ/ Neutral, 4= Συμφωνώ/ Agree, 5= Συμφωνώ απόλυτα/ Totally Agree), ενώ η έβδομη ενότητα περιείχε ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής.

Η «Γνωστική Αντίληψη Κινδύνου» (“Cognitive Risk Perception”), που αποτελεί το αντικείμενο μελέτης της πρώτης ενότητας, μελετήθηκε μέσα από επτά (7) ερωτήσεις από την έρευνα των Bae & Chang (2021). Οι ερωτήσεις αυτές προσπαθούν να ερευνηθούν κατά πόσο έχει δημιουργηθεί η γνωστική αντίληψη κινδύνου στους πιθανούς ταξιδιώτες.

Η δεύτερη ενότητα εξετάζει την «Συναισθηματική Αντίληψη Κινδύνου» (“Affective Risk Perception”), μέσα από μια σειρά επτά (7) ερωτήσεων οι οποίες αντλήθηκαν από την έρευνα των Zenker, Braun & Gyimothy (2021). Με τις συγκεκριμένες ερωτήσεις θα παρθούν συμπεράσματα για το αν και σε τι διάσταση υπάρχει συναισθηματική αντίληψη κινδύνου ώστε να καταλάβουμε μετέπειτα πως η γνωστική και η συναισθηματική αντίληψη κινδύνου επηρεάζει την επιθυμία για ταξίδι κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19.

Το «Υγειονομικό Προφίλ» (“Health Profile”) της Ελλάδας, αποτελεί αντικείμενο μελέτης της τρίτης ενότητας, μέσα από επτά (7) ερωτήσεις από την έρευνα των Rastegar, Seyfi & Rasoolimanesh (2021). Οι ερωτήσεις αυτές προσπαθούν να αναδείξουν την γνώμη που έχουν οι ξένοι τουρίστες για την υγειονομική κατάσταση στην χώρα.

Η τέταρτη ενότητα εξετάζει το «Πολιτιστικό Προφίλ» (“Cultural Profile”) της Ελλάδας και μελετήθηκε μέσα από έντεκα (11) ερωτήσεις από την έρευνα των Lee, Lee & Wicks (2004). Οι ερωτήσεις αυτές στοχεύουν στην κατανόηση της άποψης που έχουν οι ξένοι τουρίστες για τον πολιτιστικό τουρισμό και αν θα επισκεπτόντουσαν την Ελλάδα για να επωφεληθούν της πολιτιστικής της κληρονομιάς.

Η Πέμπτη ενότητα μελετάει την «Επιθυμία» (“Desire”), η οποία ερευνήθηκε μέσα από τέσσερις (4) ερωτήσεις από την έρευνα των Lee et al (2012). Οι ερωτήσεις αυτές θα μας δείξουν κατά πόσο έχει δημιουργηθεί η επιθυμία για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.

Η «Πρόθεση Επίσκεψης» (“Visit Intention”), αποτελεί αντικείμενο μελέτης της έκτης ενότητας, μέσα από πέντε (5) ερωτήσεις από την έρευνα των Lee et al (2012). Σκοπός της μεταβλητής αυτής είναι να κατανοήσουμε αν τελικά οι τουρίστες θα οδηγηθούν ή όχι στην πρόθεση για ταξίδι στην Ελλάδα εν μέσω πανδημίας Covid-19.

Τέλος, η έβδομη ενότητα αποτελείται από ερωτήσεις που σχετίζονται με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά. Η συγκεκριμένη ενότητα συγκροτείται από εννιά (9) ερωτήσεις και χρησιμοποιήθηκαν από την έρευνα των Kim, Bonn & Hall (2021).

3.3 Δειγματοληψία και Συλλογή Δεδομένων

Η διανομή του ερωτηματολογίου πραγματοποιήθηκε ηλεκτρονικά καθώς η έρευνα αφορούσε ξένους τουρίστες οι οποίοι δεν βρίσκονταν στον ελλαδικό χώρο ώστε να εξεταστεί η δημιουργία επιθυμίας και η πρόθεση επίσκεψης. Αν οι τουρίστες βρισκότουσαν εντός Ελλάδας τότε η δημιουργία επιθυμίας και η πρόθεση επίσκεψης δεν θα είχε νόημα να εξεταστούν καθώς σε αυτήν την περίπτωση θα ήταν δεδομένες. Η ηλεκτρονική διανομή έγινε με τη βοήθεια Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (LinkedIn και Facebook), όπου στάλθηκε σε προσωπικούς λογαριασμούς με προσωπικό μήνυμα αλλά και σε ομάδες συμπλήρωσης ερωτηματολογίων όπως το Thesis/Survey Questionnaire Filling Group, Research Survey Exchange Group, Research Survey filling.

Η διανομή του ερωτηματολογίου πραγματοποιήθηκε από τις 14 Δεκεμβρίου 2021 ως τις 9 Ιανουαρίου 2022. Το δείγμα που αποκτήθηκε είναι 139 ερωτηματολόγια. Καθώς η έρευνα έγινε εν μέσω πανδημίας Covid-19 και σε έντονη έξαρση κρουσμάτων, για την αποφυγή επαφής με πιθανά κρούσματα και την αποφυγή πιθανής διασποράς του ιού, η διάθεση του ερωτηματολογίου έγινε ηλεκτρονικά. Άλλα σημαντικά πλεονεκτήματα της ηλεκτρονικής διανομής του ερωτηματολογίου ήταν η ευκολία συμπλήρωσης του από διαφορετικά μέρη του κόσμου, αλλά και η μη ύπαρξη ελλιπώς συμπληρωμένων ερωτηματολογίων, καθώς η υποβολή απαντήσεων επιτρεπόταν μόνο αν ο ερωτώμενος απαντούσε υποχρεωτικά σε όλες τις ερωτήσεις.

Καθώς η έρευνα απευθυνόταν σε ξένους τουρίστες οι ερωτήσεις παρέμειναν στην αγγλική γλώσσα γεγονός που διατηρεί σε υψηλά επίπεδα την αξιοπιστία και την εγκυρότητα της έρευνας.

Το ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε αλλά και διανεμήθηκε βάσει του νόμου σχετικά με την Προστασία των Προσωπικών Δεδομένων (Ν. 4624/2019). Ως εκ τούτου, το ερωτηματολόγιο συμπληρώθηκε από τους ερωτώμενους ανώνυμα και οι απαντήσεις χρησιμοποιήθηκαν αποκλειστικά για την διεξαγωγή της συγκεκριμένης έρευνας.

3.4 Έλεγχος Αξιοπιστίας

Ο έλεγχος αξιοπιστίας πραγματοποιήθηκε με τη βοήθεια του δείκτη αξιοπιστίας Cronbach Alpha. Η κάθε μεταβλητή έχει τον δικό της δείκτη αξιοπιστίας, ο οποίος εξετάζει αν υπάρχει υψηλή συνοχή και συσχέτιση μεταξύ των ερωτήσεων της κάθε μεταβλητής. Για να θεωρηθεί μια μεταβλητή αξιόπιστη θα πρέπει ο δείκτης Cronbach Alpha να είναι μεγαλύτερος του 0,7. Εάν κάποια τιμή βρεθεί να είναι μικρότερη του 0,7

θα πρέπει να διαγραφεί κάποια από τις ερωτήσεις ώστε ο δείκτης αξιοπιστίας Cronbach Alpha να αποκτήσει μια επιτρεπόμενη τιμή για περαιτέρω ανάλυση. Στον πίνακα 3.4.1 παρουσιάζονται οι τιμές των δεικτών των μεταβλητών που χρησιμοποιήθηκαν στην έρευνα.

Πίνακας 3.4.1: Έλεγχος Αξιοπιστίας

Μεταβλητές (Variables)	Cronbach Alpha
Γνωστική Αντίληψη Κινδύνου (Cognitive Risk Perception)	0,779
Συναισθηματική Αντίληψη Κινδύνου (Affective Risk Perception)	0,901
Υγειονομικό Προφίλ (Health Profile)	0,918
Πολιτιστικό Προφίλ (Cultural Profile)	0,943
Επιθυμία (Desire)	0,897
Πρόθεση Επίσκεψης (Visit Intention)	0,946

Σύμφωνα με τον Πίνακα 3.4.1 όλες οι τιμές των δεικτών αξιοπιστίας Cronbach Alpha είναι μεγαλύτερες του 0,7 συνεπώς δεν χρειάστηκε να διαγραφεί καμία ερώτηση για να αυξηθεί η τιμή του δείκτη. Εν συνεχεία από τον έλεγχο αξιοπιστίας και αφού διαπιστώθηκε ότι οι μεταβλητές της έρευνας είναι αξιόπιστες, ακολουθεί η ανάλυση των αποτελεσμάτων και ο έλεγχος των υποθέσεων μέσω της Ανάλυσης Παλινδρόμησης.

3.5 Σύνοψη Κεφαλαίου

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο παρουσιάστηκε η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για την διεξαγωγή της έρευνας. Επιπλέον, επισημάνθηκε ο τρόπος συλλογής των δεδομένων και τέλος, παρουσιάστηκε ο έλεγχος αξιοπιστίας της έρευνας σύμφωνα με την οποία επιβεβαιώθηκε ότι οι μεταβλητές της παρούσας έρευνας είναι αξιόπιστες.

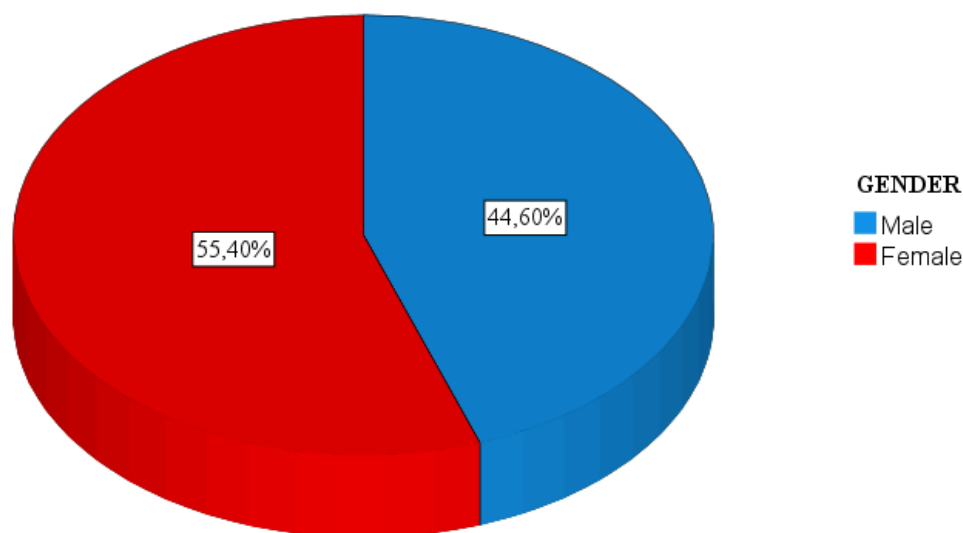
Κεφάλαιο 4: Ανάλυση Δεδομένων

4.1 Εισαγωγή

Στο παρόν κεφάλαιο θα παρουσιαστούν και θα αναλυθούν τα αποτελέσματα των ερωτηματολογίων. Αρχικά θα παρουσιαστούν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά της έρευνας, στη συνέχεια θα γίνει ανάλυση όλων των αποτελεσμάτων και τέλος θα διαπιστωθεί εάν οι υποθέσεις που παρουσιάστηκαν στο Κεφάλαιο 2 επιβεβαιώνονται ή απορρίπτονται.

4.2 Δημογραφική Κατανομή

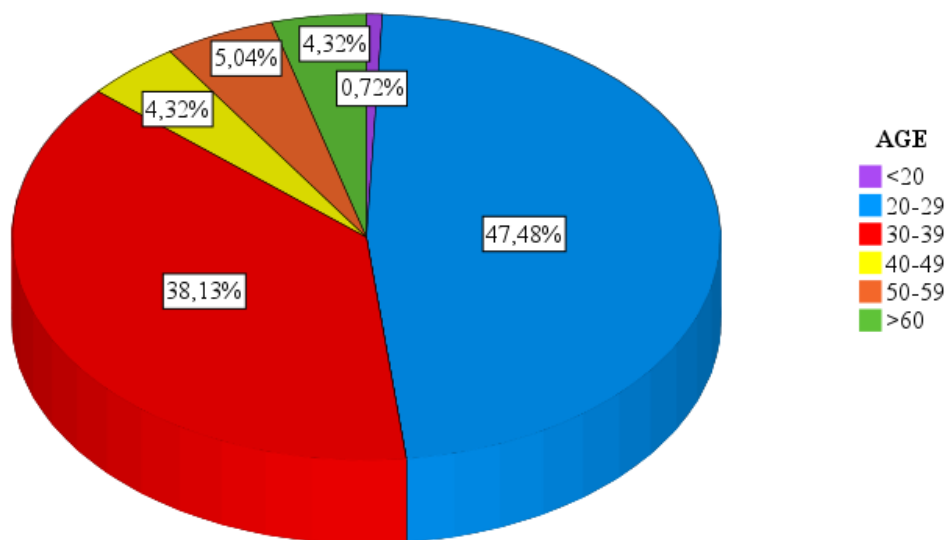
Το δείγμα που μελετήθηκε αποτελείται από 139 ερωτηθέντες, τόσο άντρες όσο και γυναίκες, με ηλικιακή κατανομή από 19 ετών έως άνω των 65 ετών, οι οποίοι είτε έχουν επισκεφτεί ξανά την Ελλάδα, είτε όχι. Το εκπαιδευτικό τους επίπεδο ποικίλει από απόφοιτους βασικής εκπαίδευσης έως και κατόχους Διδακτορικού Διπλώματος Σπουδών. Επίσης, η οικογενειακή τους κατάσταση διαφέρει από άγαμους, σε έγγαμους και διαζευγμένους/χήρους/συμβιούντες.



Γράφημα 4.2.1 : Φύλο (Gender)

Στο Γράφημα 4.2.1 παρουσιάζεται η φυλετική κατανομή των απαντήσεων. Από αυτό διαπιστώνεται ότι το δείγμα αποτελείται σε ποσοστό 55,4% από γυναίκες και σε ποσοστό 44,6% από άντρες. Αυτό σημαίνει ότι τόσο οι άντρες όσο και οι γυναίκες ήταν περίπου το ίδιο πρόθυμοι να συμμετέχουν στην έρευνα.

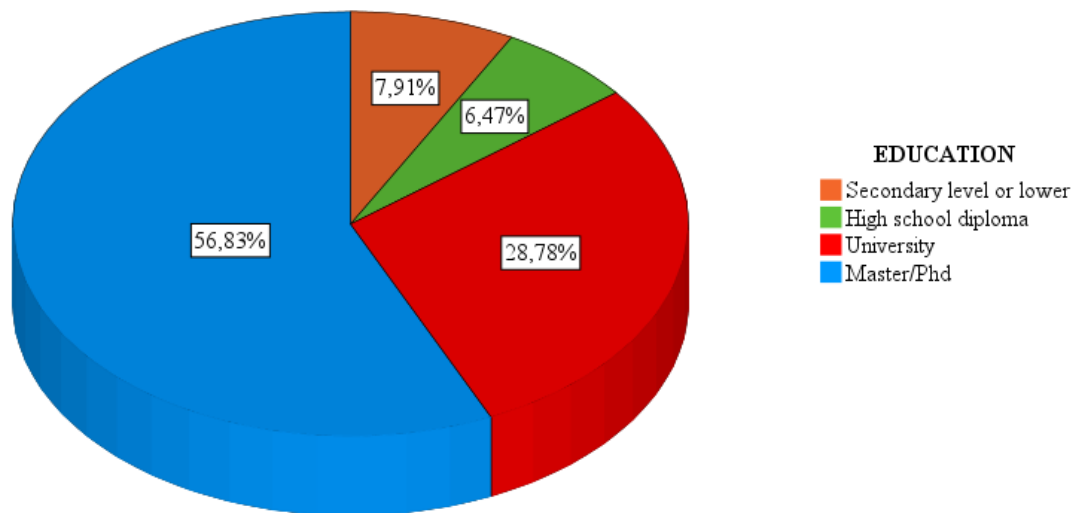
Οι ηλικίες των συμμετεχόντων τμηματοποιήθηκαν σε έξι κατηγορίες. Η πρώτη αφορά τους ταξιδιώτες έως 19 ετών. Η δεύτερη αποτελείται από συμμετέχοντες ηλικίας από 20 έως 29 ετών, η τρίτη από ηλικίες 30 έως 39 ετών, η τέταρτη από 40 έως 49 ετών, η πέμπτη από 50 έως 59 ετών και τέλος η έκτη κατηγορία αποτελείται από συμμετέχοντες ηλικίας 60 και άνω. Στο γράφημα 4.2.2 φαίνεται η κατανομή των απαντήσεων στις κατηγορίες αυτές.



Γράφημα 4.2.2 : Ηλικία (Age)

Όπως φαίνεται και από το Γράφημα 4.2.2 το 85,61% των ερωτηθέντων ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 20 έως 39, με ποσοστό 47,48% στην ηλικιακή ομάδα 20 έως 29 και 38,13% στην ηλικιακή ομάδα 30 έως 39 ετών. Μόνο ένα άτομο κάτω από 20 ετών συμμετείχε στην έρευνα και το υπόλοιπο ποσοστό (15%) μοιράζεται σχεδόν ισόποσα στις ηλικιακές ομάδες 40 έως 49, 50 έως 59 και τέλος στην ομάδα άνω των 60. Σύμφωνα με το γράφημα συμπεραίνουμε ότι οι νεότεροι ηλικιακά φάνηκαν πιο πρόθυμοι να θυσιάσουν λίγο από τον χρόνο τους και να συμμετέχουν στην έρευνα συγκριτικά με τους μεγαλύτερους σε ηλικία. Βέβαια όμως, καθώς το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε κυρίως από πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης είναι εξαιρετικά πιθανό οι μεγαλύτερες ηλικίες να μην είχαν το ίδιο πρόσβαση σε αυτό συγκριτικά με τους νεότερους.

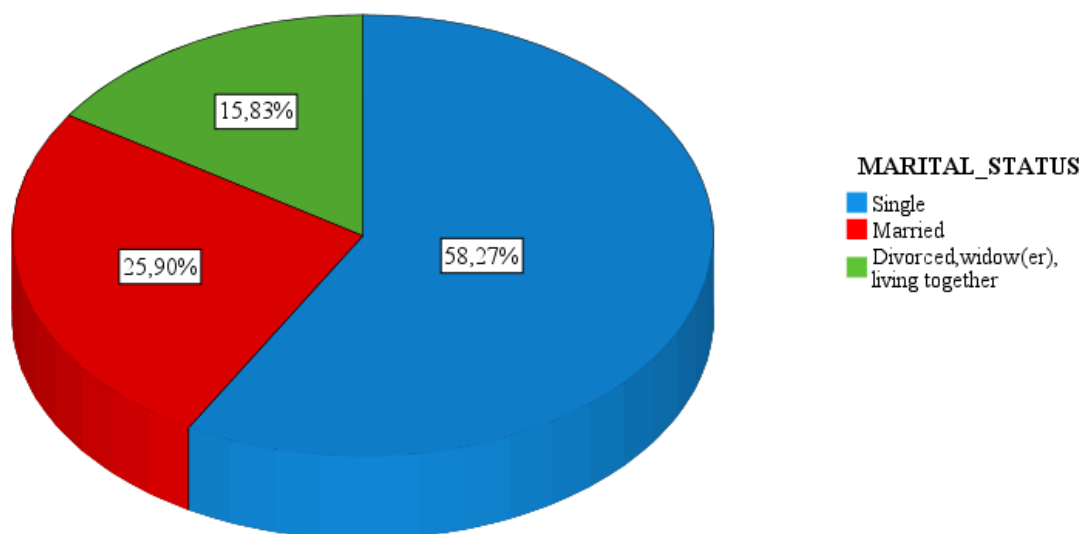
Στο Γράφημα 4.2.3 παρουσιάζεται η κατανομή των απαντήσεων στο διαφορετικό εκπαιδευτικό επίπεδο των συμμετεχόντων στην έρευνα αυτή.



Γράφημα 4.2.3 : Εκπαιδευτικό επίπεδο (Education)

Από το Γράφημα 4.2.3 φαίνεται ότι παραπάνω από τους μισούς συμμετέχοντες (56,83%) είναι κάτοχοι Μεταπτυχιακού/Διδακτορικού, ακολουθούν οι απόφοιτοι πανεπιστημίου με ποσοστό 28,78%, στη συνέχεια ακολουθούν οι απόφοιτοι γυμνασίου με ποσοστό 7,91% και τέλος οι απόφοιτοι λυκείου με ποσοστό 6,47%.

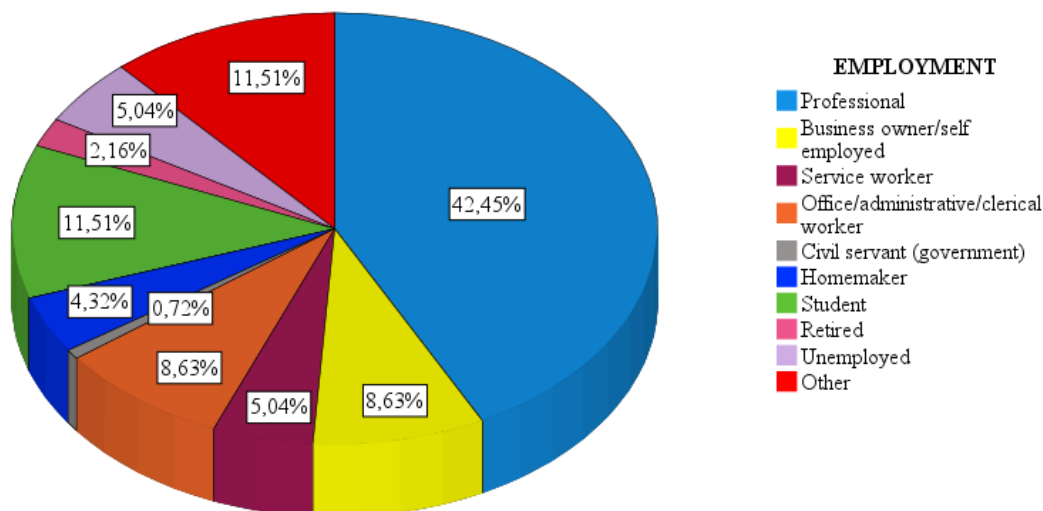
Οι συμμετέχοντες πέρα από το διαφορετικό μορφωτικό υπόβαθρο έχουν και διαφορετική οικογενειακή κατάσταση. Ορισμένοι από αυτούς είναι έγγαμοι, μερικοί αδέσμευτοι και άλλοι διαζευγμένοι/χήροι/συμβιούντες. Για την ανάγκη της έρευνας οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να δώσουν απάντηση για την οικογενειακή τους κατάσταση και τα αποτελέσματα των απαντήσεων αυτών παρουσιάζονται στο παρακάτω γράφημα (Γράφημα 4.2.4).



Γράφημα 4.2.4 : Οικογενειακή κατάσταση (Marital Status)

Το 58,27 % των ερωτηθέντων αποτελείται από αδέσμευτους ταξιδιώτες, ακολουθούν με ποσοστό 25,90% οι έγγαμοι και τέλος με ποσοστό 15,83% οι διαζευγμένοι/χήροι /συμβιούντες.

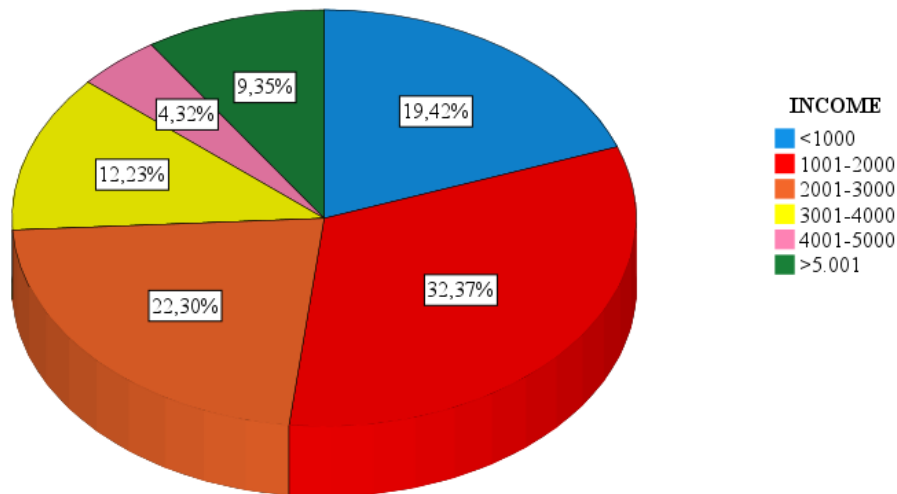
Οι συμμετέχοντες πέρα από τη διαφορετική οικογενειακή κατάσταση έχουν και διαφορετική επάγγελμα. Για την ανάγκη της έρευνας οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να δώσουν απάντηση για την επαγγελματική τους ιδιότητα και τα αποτελέσματα των απαντήσεων αυτών παρουσιάζονται στο παρακάτω γράφημα (Γράφημα 4.2.5).



Γράφημα 4.2.5 : Επαγγελματική ιδιότητα (Employment)

Το 42,45% των ερωτηθέντων αποτελείται από ελεύθερους επαγγελματίες, το 11,51% αποτελείται από φοιτητές, το 8,63% από υπαλλήλους γραφείου, το 8,63% από επιχειρηματίες/αυτοαπασχολούμενος, το 5,04% αποτελείται από εργάτες, το 5,04% από άνεργους, το 4,32% αποτελείται από άτομα που ασχολούνται με το νοικοκυριό, το 2,16% του δείγματος είναι συνταξιούχοι και μόνο το 0,72% είναι δημόσιοι υπάλληλοι, τέλος το 11,51% των ερωτηθέντων έδωσαν την απάντηση «Άλλο».

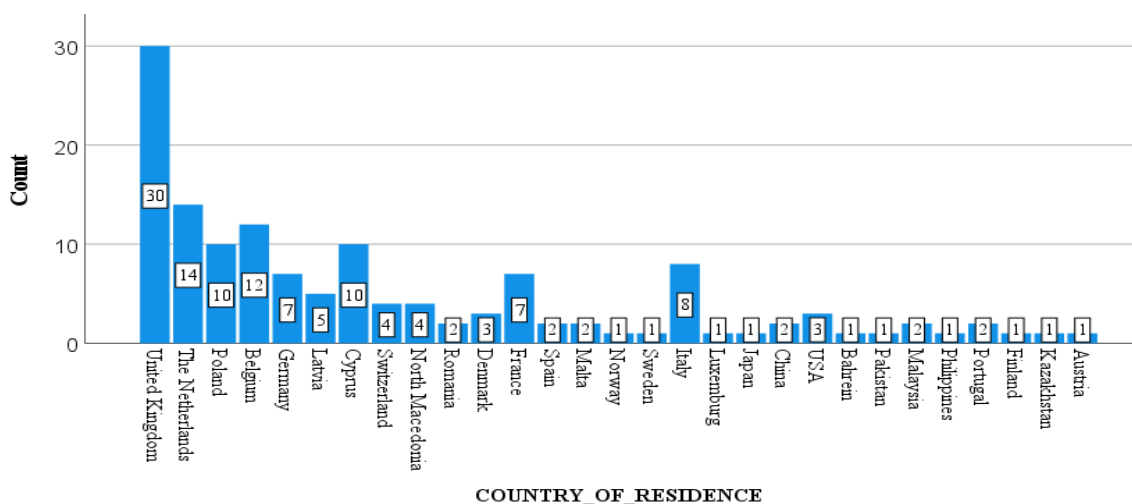
Το εισόδημα των συμμετεχόντων τμηματοποιήθηκαν σε έξι κατηγορίες. Η πρώτη αφορά τους ταξιδιώτες που το εισόδημα τους είναι μέχρι 1000 ευρώ. Η δεύτερη κατηγορία αφορά τους συμμετέχοντες που έχουν εισόδημα από 1001 έως 2000 ευρώ, η τρίτη αφορά τους συμμετέχοντες με εισόδημα από 2001 έως 3000 ευρώ, η τέταρτη κατηγορία τους συμμετέχοντες με εισόδημα από 3001 έως 4000 ευρώ, η πέμπτη από 4001 έως 5000 ευρώ και τέλος η έκτη κατηγορία αποτελείται από συμμετέχοντες με εισόδημα πάνω από 5001.



Γράφημα 4.2.6 : Εισόδημα (Income)

Όπως φαίνεται και από το Γράφημα 4.2.6 το 32,37% των ερωτηθέντων ανήκει στην ομάδα με εισόδημα από 1001 έως 2000 ευρώ, με ποσοστό 22,30% στην ομάδα με εισόδημα 2001 έως 3000 ευρώ, με ποσοστό 19,42% στην ομάδα με εισόδημα κάτω από 1000 ευρώ. Το 12,23% των ερωτηθέντων έχει εισόδημα 3001 έως 4000 ευρώ. Το 9,35% των συμμετεχόντων έχει εισόδημα πάνω από 5001 ευρώ και τέλος το 4,32% ανήκει στην κατηγορία με εισόδημα 4001 έως 5000 ευρώ.

Στο Γράφημα 4.2.7 παρουσιάζεται η κατανομή των απαντήσεων για τη χώρα κατοικίας των συμμετεχόντων.

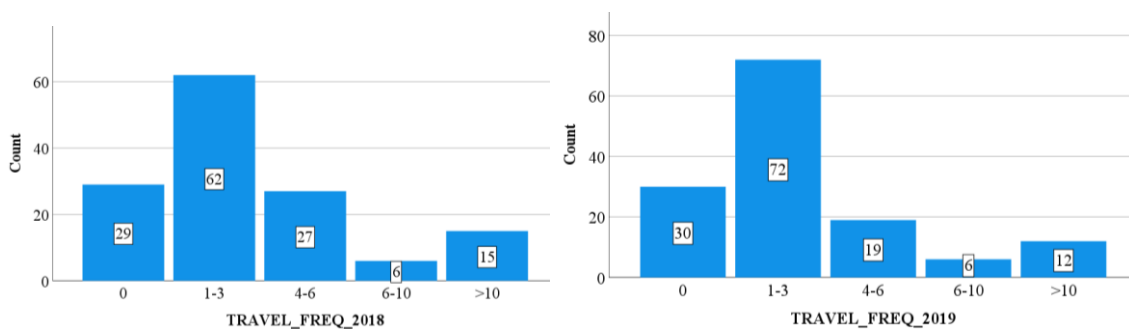


Γράφημα 4.2.7 : Χώρα κατοικίας (Country of Residence)

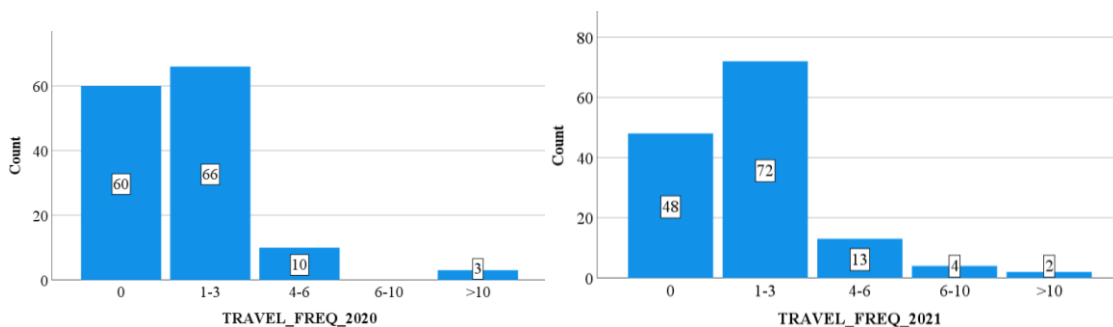
Από το γράφημα φαίνεται ότι υπήρξε συμμετοχή από 29 διαφορετικές χώρες. Είναι εμφανές ότι η χώρα με τις περισσότερες συμμετοχές (30) ήταν το Ηνωμένο Βασίλειο, δεκατέσσερις (14) συμμετέχοντες ήταν από την Ολλανδία, δώδεκα (12) από το Βέλγιο, δέκα (10) από την Πολωνία, δέκα (10) από την Κύπρο, οκτώ (8) από την Ιταλία, επτά

(7) από την Γερμανία, επτά (7) από την Γαλλία, πέντε (5) από την Λετονία, τέσσερις (4) από την Ελβετία, τέσσερις (4) από την Βόρεια Μακεδονία, τρεις (3) από την Δανία, τρεις (3) από τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, δυο (2) συμμετέχοντες ήταν από την Ρουμανία, την Ισπανία, την Πορτογαλία, την Μάλτα, την Κίνα και Μαλαισία και τέλος μία (1) συμμετοχή ήταν από Νορβηγία, Σουηδία, Φινλανδία, Αυστρία, Λουξεμβούργο, Ιαπωνία, Μπαχρέιν, Πακιστάν, Καζακστάν και Φιλιππίνες.

Στα παρακάτω γραφήματα βλέπουμε την συχνότητα των διεθνών ταξιδιών των ερωτηθέντων τα έτη 2018, 2019, 2020 και 2021. Για να μετρηθεί η συχνότητα των ταξιδιών των ερωτηθέντων δημιουργήθηκαν πέντε κατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία είναι για τους συμμετέχοντες που δεν έκαναν κανένα ταξίδι, η δεύτερη κατηγορία για ταξιδιώτες που πραγματοποίησαν από 1 έως 3 ταξίδια τον χρόνο, η τρίτη κατηγορία για αυτούς που έκαναν από 4 έως 6 ταξίδια το χρόνο, η τέταρτη κατηγορία για εκείνους που πραγματοποίησαν από 6 έως 10 ταξίδια τον χρόνο και τέλος η πέμπτη κατηγορία για ταξιδιώτες που έκαναν πάνω από δέκα ταξίδια τον χρόνο.



Γράφημα 4.2.8-9 : Συχνότητα διεθνών ταξιδιών 2018(αριστερά) και 2019(δεξιά) (Overseas Travel Frequency 2018-2019)



Γράφημα 4.2.10-11 : Συχνότητα διεθνών ταξιδιών 2020 (αριστερά) και 2021(δεξιά) (Overseas Travel Frequency 2020-2021)

Από τα Γραφήματα 4.2.8-9 φαίνεται ότι, τόσο το 2018, όσο και το 2019 σχεδόν ο ίδιος αριθμός ερωτηθέντων (29-30) δεν πραγματοποίησε κανένα ταξίδι ενώ το 2020 (Γράφημα 4.2.10) και εν μέσω πανδημίας Covid-19 τα άτομα που δεν ταξίδεψαν διεθνώς

διπλασιάζονται (60). Το 2021 (Γράφημα 4.2.11) φαίνεται πως τα άτομα που επέλεξαν να μην ταξιδέψουν εν μέσω πανδημίας άρχισαν να μειώνονται ξανά (48) χωρίς όμως να φτάνουν ξανά στα επίπεδα προ πανδημίας.

Από τα γραφήματα επίσης συμπεραίνεται ότι και τις τέσσερις χρονιές περίπου οι μισοί ερωτηθέντες του δείγματος πραγματοποίησαν από 1 έως 3 ταξίδια.

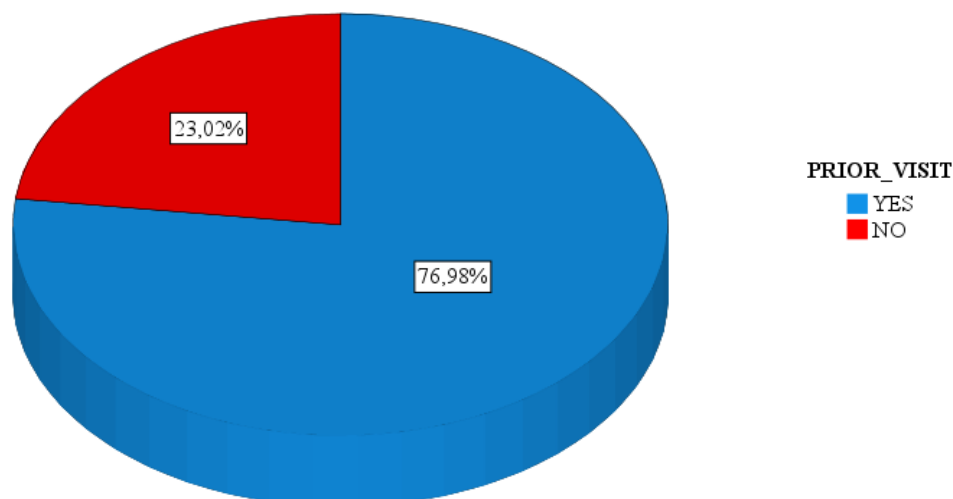
Οι ταξιδιώτες που κάναν από 4 έως 6 ταξίδια φαίνεται ότι το 2018 είναι 27, το 2019 μειώνονται στους 19, το 2020 και εν μέσω πανδημίας Covid-19 μειώνονται και άλλο και φτάνουν τους 10, ενώ το 2021 αυξάνονται λίγο και φτάνουν τα 13 άτομα.

Τόσο το 2018 όσο το 2019 οι ταξιδιώτες που έκαναν από 6 έως 10 ταξίδια είναι έξι, το 2020 δεν έκανε κανένας από τους ερωτηθέντες από 6 έως 10 ταξίδια, ενώ το 2021 τέσσερα μόνο άτομα έκαναν από 6 έως 10 ταξίδια.

Τέλος από τα παραπάνω γραφήματα φαίνεται ότι τα άτομα που πραγματοποίησαν πάνω από 10 ταξίδια το χρόνο, από 15 που ήταν το 2018, μειώνονται σε 12 το 2019. Το 2020 μειώνονται αισθητά στα 3 άτομα και τέλος το 2021 μειώνονται στα 2 άτομα.

Από τα παραπάνω μπορούμε να συμπεράνουμε ότι το 2020 και εν μέσω πανδημίας τα διεθνή ταξίδια έχουν μειωθεί αισθητά συγκριτικά με τα προηγούμενα χρόνια. Παρ'όλα αυτά το 2021 φαίνεται ότι αρχίζει να αυξάνεται ξανά η ταξιδιωτική πρόθεση. Επίσης φαίνεται ότι εν μέσω πανδημίας μειώθηκαν τα άτομα που έκαναν πολλά ταξίδια μέσα στο χρόνο, ενώ κρατήθηκε σταθερός ο αριθμός των ατόμων που έκαναν από 1-3 ταξίδια τον χρόνο παρά το ξέσπασμα της πανδημίας.

Τέλος, στο Γράφημα 4.2.12 παρουσιάζεται το ποσοστό από τους συμμετέχοντες που έχει ξανά επισκεφτεί την Ελλάδα.



Γράφημα 4.2.12 : Προηγούμενη επίσκεψη στην Ελλάδα (Prior visit to Greece)

Σύμφωνα με το Γράφημα 4.2.12, οι συμμετέχοντες που έχουν επισκεφτεί ξανά την Ελλάδα είναι σε ποσοστό 76,98%, ενώ το 23,02% δεν έχει έρθει ποτέ ξανά στην Ελλάδα.

4.3 Περιγραφικά Μέτρα και Συσχετίσεις μεταξύ των μεταβλητών

Ένα συνηθισμένο πρώτο βήμα στην ανάλυση δεδομένων είναι η σύνοψη των πληροφοριών σχετικά με τις μεταβλητές στο σύνολο των δεδομένων, όπως οι μέσοι όροι και οι τυπικές αποκλίσεις των μεταβλητών. Γι' αυτό το λόγο μελετήθηκαν τα Περιγραφικά Μέτρα των μεταβλητών με σκοπό την παρουσίαση των βασικών χαρακτηριστικών των δεδομένων.

Πίνακας 4.3.1 : Περιγραφικά Μέτρα

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GENDER	139	1,00	2,00	1,5540	,49888
AGE	139	1,00	6,00	2,7842	1,04786
MARITAL_STATUS	139	1,00	3,00	1,5755	,75160
EDUCATION	139	1,00	4,00	3,3453	,91455
EMPLOYMENT	139	1,00	10,00	3,9712	3,35560
INCOME	139	1,00	6,00	2,7770	1,48443
COUNTRY_OF_RESIDENCE	139	1,00	29,00	7,8489	7,43466
TRAVEL_FREQ_2018	139	1,00	5,00	2,3957	1,18333
TRAVEL_FREQ_2019	139	1,00	5,00	2,2662	1,11365
TRAVEL_FREQ_2020	139	1,00	5,00	1,7050	,78439
TRAVEL_FREQ_2021	139	1,00	5,00	1,8489	,81573
PRIOR_VISIT	139	1,00	2,00	1,2302	,42249
COGNITIVE_RISK_PER_MEAN	139	1,57	5,00	3,6218	,61406
AFFECTIVE_RISK_PER_MEAN	139	1,00	5,00	3,2621	,88442
HEALTH_MEAN	139	1,00	4,86	2,7975	,87421
CULTURAL_MEAN	139	1,00	5,00	3,8555	,79410
DESIRE_MEAN	139	1,00	5,00	4,3237	,74907
INTENTION_MEAN	139	1,00	5,00	3,9281	1,02773
Valid N (listwise)	139				

Στον Πίνακα 4.3.1. φαίνονται τα περιγραφικά στοιχεία του δείγματος για όλες τις μεταβλητές που περιλαμβάνονται στο μοντέλο. Στη στήλη με την ένδειξη N, καταγράφεται τον πλήθος των απαντήσεων (139) στην κάθε μεταβλητή. Πληροφορίες σχετικά με το εύρος των μεταβλητών περιέχονται στις στήλες Minimum (ελάχιστη τιμή) και Maximum (μέγιστη τιμή). Όλες οι ελάχιστες τιμές είναι 1 εκτός από την μεταβλητή

COGNITIVE_MEAN η οποία έχει ελάχιστη τιμή 1,57. Η μέγιστη τιμή ποικίλει από 2 έως 29 όπου η μεταβλητή με μέγιστη τιμή 2 είναι το φύλο των ερωτηθέντων και η προηγούμενη επίσκεψη στην Ελλάδα (1= άντρας, 2= γυναίκα και 1=Ναι, 2=Όχι) και η μεταβλητή με τη μέγιστη τιμή 29 δείχνει συνολικά τον αριθμό των διαφορετικών χωρών από όπου απάντησαν οι συμμετέχοντες.

Η μέση τιμή της κάθε μεταβλητής παρατηρείται στη στήλη Mean (Μέσος όρος). Η μέση τιμή είναι ένα μέτρο θέσης το οποίο μας δείχνει το σημείο ισορροπίας της κατανομής επειδή το άθροισμα των αποστάσεων κάτω από τον μέσο είναι ίσο με το άθροισμα πάνω από τον μέσο όρο.

Η μεταβλητότητα μπορεί να εκτιμηθεί εξετάζοντας τις τιμές στη στήλη Std. Deviation (Τυπική Απόκλιση). Η τυπική απόκλιση μας δείχνει την διασπορά των απαντήσεων από την μέση τιμή, δηλαδή πόσο μακριά βρίσκονται οι τιμές από τον μέσο τους. Έτσι όταν οι τιμές του δείγματος διαφέρουν πολύ από τον μέσο τους, η τυπική απόκλιση είναι μεγάλη, αντίθετα η τυπική απόκλιση μικραίνει όσο λιγότερο οι τιμές του δείγματος απέχουν από τον μέσο τους. Στον Πίνακα 4.3.1 βλέπουμε ότι η διασπορά των απαντήσεων στις περισσότερες μεταβλητές είναι κάτω από 1,00, εκτός από τέσσερις μεταβλητές οι οποίες έχουν τιμές λίγο πάνω από 1,00 (AGE, INCOME, TRAVEL_FREQ_2018, TRAVEL_FREQ_2019). Οι τιμές αυτές δείχνουν ότι υπάρχει χαμηλή διασπορά δεδομένων στις μεταβλητές. Δύο μεταβλητές μόνο έχουν σχετικά μεγάλη τυπική απόκλιση (EMPLOYMENT, COUNTRY_OF_RESIDENCE) οπότε έχουν και σχετικά υψηλή διασπορά δεδομένων.

Στους Πίνακες 4.3.2α., 4.3.2β και 4.3.2γ παρουσιάζονται οι συσχετισμοί μεταξύ όλων των μεταβλητών που μελετήθηκαν στην συγκεκριμένη μελέτη. Παρατηρείται ότι οι μεταβλητές μεταξύ τους έχουν, τόσο θετικές συσχετίσεις, όσο και αρνητικές. Η τιμή 1 δείχνει την τέλεια θετική συσχέτιση μεταξύ των μεταβλητών, οι τιμές από 0,3 έως 0,7 δείχνουν μέτρια συσχέτιση, τιμές κάτω από 0,3 δείχνουν ασθενή συσχέτιση μεταξύ των μεταβλητών, ενώ μηδενικές τιμές δείχνουν καμία συσχέτιση μεταξύ των μεταβλητών. Οι θετικές τιμές του πίνακα αποδεικνύουν θετικές συσχετίσεις μεταξύ των μεταβλητών. Συνεπώς, όταν αυξάνεται η μια μεταβλητή αυξάνεται και η δεύτερη. Το αρνητικό πρόσημο στις τιμές δείχνει τις αρνητικές συσχετίσεις που υπάρχουν μεταξύ των μεταβλητών, γεγονός που σημαίνει ότι όταν μια μεταβλητή αυξάνεται, τότε η δεύτερη μεταβλητή μειώνεται. Το σύμβολο «*» δίπλα από την τιμή της μεταβλητής δείχνει αν είναι ισχυρή η συσχέτιση στο επίπεδο σημαντικότητας 0,05, ενώ το σύμβολο «**» δείχνει ότι οι μεταβλητές υφίστανται ισχυρή συσχέτιση σε επίπεδο σημαντικότητας 0,01.

Πίνακας 4.3.2α : Πίνακας Συσχετίσεων

	GENDER	AGE	MARITAL STATUS	EDUCATION	EMPLOYMENT	INCOME	COUNTRY_OF_RESIDENCE
GENDER	1						
AGE	-,047	1					
MARITAL STATUS	,052	,389**	1				
EDUCATION	,070	-,254**	-2,81**	1			
EMPLOYMENT	,044	,033	-,005	-2,92**	1		
INCOME	-,126	-,025	,161	,201*	-,266**	1	
COUNTRY_OF_RESIDENCE	-,020	,120	-,010	,145	-,058	-,015	1
TRAVEL_FREQ_2018	-,079	,017	-,005	,188*	-,192*	,216*	,125
TRAVEL_FREQ_2019	-,085	,031	-,003	,158	,167*	,194*	,169*
TRAVEL_FREQ_2020	-,153	-,140	-,165	,103	-,105	,074	,140
TRAVEL_FREQ_2021	,011	-,106	-,176*	,158	-,184*	,104	,104
PRIOR_VISIT	,078	,015	,173*	-,113	,132	-,056	,210*
COGNITIVE_RISK_PERCEPTION	-,048	,197*	,071	-,002	-,046	,081	,047
AFFECTIVE_RISK_PERCEPTION	,147	,085	,175*	,005	-,060	-,022	,090
HEALTH_MEAN	,083	,236**	,065	-,113	-,003	-,033	,105
CULTURAL_MEAN	,069	-,138*	-,022	-,015	,032	,185*	,002
DESIRE_MEAN	,161	-,157	-,227**	,246**	-,158	,155	,011
INTENTION_MEAN	,025	-,074	-,177*	,264**	-,083	,234**	,033

Πίνακας 4.3.2β : Πίνακας Συσχετίσεων (Συνέχεια)

	TRAVEL_F REQ_2018	TRAVEL_F REQ_2019	TRAVEL_F REQ_2020	TRAVEL_F REQ_2021	PRIOR _VISIT
TRAVEL_FREQ_2018	1				
TRAVEL_FREQ_2019	,876**	1			
TRAVEL_FREQ_2020	,462**	,497**	1		
TRAVEL_FREQ_2021	,535**	,563**	,655**	1	
PRIOR_VISIT	-,111	-,039	-,078	-,067	1
COGNITIVE_RISK_P RCEPTION	,183*	,215*	,091	,176*	,177*
AFFECTIVE_RISK_P RCEPTION	-,010	-,010	-,138	-,117	,150
HEALTH_MEAN	,050	,110	,022	-0,64	,183*
CULTURAL_MEAN	,127	,121	,020	,069	,184*
DESIRE_MEAN	,202*	,154	,127	,110	-,037
INTENTION_MEAN	,195*	,137	,103	,189*	-,138

Πίνακας 4.3.2γ : Πίνακας Συσχετίσεων (Συνέχεια)

	COGNITIVE_ RISK_PERCE PTION	AFFECTIVE_ RISK_PERCE PTION	HEALTH_ _MEAN	CULTU RAL_M EAN	DESIRE_ MEAN	INTENT ION_M EAN
COGNITIVE_ RISK_PERCE PTION	1					
AFFECTIVE_ RISK_PERCE PTION	,371**	1				
HEALTH_ME AN	,173*	,144	1			
CULTURAL_ MEAN	,042	,101	,267**	1		
DESIRE_ME AN	,140*	-,050	,000	,168*	1	
INTENTION_ MEAN	,084	-,098	-,013	,149*	,630**	1

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Συνοπτικά, στους Πίνακες 4.3.2α, 4.3.2β και 4.3.2γ παρουσιάζονται θετικές αλλά και αρνητικές συσχετίσεις στο επίπεδο σημαντικότητας 0,01. Οι θετικές συσχετίσεις αφορούν την οικογενειακή κατάσταση με την ηλικία τους, το υγειονομικό προφίλ της

Ελλάδας με την ηλικία των ερωτηθέντων. Το πολιτιστικό προφίλ της Ελλάδας σχετίζεται θετικά με το υγειονομικό προφίλ της Ελλάδας. Η επιθυμία έχει θετική συσχέτιση με την εκπαίδευση. Η συχνότητα ταξιδιών το 2018, 2019, 2020 και 2021 σχετίζονται θετικά μεταξύ τους. Η γνωστική αντίληψη κινδύνου σχετίζεται θετικά με την συναισθηματική αντίληψη κινδύνου. Τέλος, η πρόθεση επίσκεψης σχετίζεται θετικά με το εκπαιδευτικό επίπεδο, το εισόδημα και την επιθυμία. Οι μεταβλητές που αναφέρθηκαν παραπάνω σχετίζονται μεταξύ τους θετικά, δηλαδή όταν αυξάνεται η μία τότε αυξάνεται και η δεύτερη.

Στο ίδιο επίπεδο σημαντικότητας (0,01) εμφανίζονται και αρνητικές συσχετίσεις μεταξύ τους, όπως φαίνεται στους παραπάνω πίνακες. Αρχικά, η εκπαίδευση σχετίζεται αρνητικά με την ηλικία, την οικογενειακή κατάσταση και το επάγγελμα των συμμετεχόντων. Επίσης, το εισόδημα των συμμετεχόντων σχετίζεται αρνητικά με το επάγγελμα τους. Τέλος, η επιθυμία σχετίζεται αρνητικά με την οικογενειακή κατάσταση. Σύμφωνα με την αρνητική συσχέτιση που παρουσίασαν αυτές οι μεταβλητές, όταν η μια μεταβλητή αυξάνεται τότε η δεύτερη μειώνεται.

Επιπρόσθετα, υπάρχουν θετικές αλλά και αρνητικές συσχετίσεις στο επίπεδο εμπιστοσύνης 0,05. Οι θετικές συσχετίσεις περιλαμβάνουν τη σχέση του εισοδήματος με την εκπαίδευση των συμμετεχόντων. Η συχνότητα των ταξιδιών των ερωτηθέντων το 2018 έχει θετική συσχέτιση με την εκπαίδευση και το εισόδημα τους. Η συχνότητα των ταξιδιών των ερωτηθέντων το 2019 έχει θετική συσχέτιση με το επάγγελμα, το εισόδημα και την χώρα κατοικίας τους. Το γεγονός αν έχουν επισκεφτεί ξανά την Ελλάδα η συμμετέχοντες ή όχι σχετίζεται θετικά με την οικογενειακή κατάσταση και την χώρα κατοικίας τους. Η γνωστική αντίληψη κινδύνου σχετίζεται θετικά με την ηλικία, το υγειονομικό προφίλ της Ελλάδας, την προηγούμενη επίσκεψη στην Ελλάδα, και την συχνότητα των ταξιδιών των συμμετεχόντων το 2018, το 2019 και το 2021. Η συναισθηματική αντίληψη κινδύνου σχετίζεται θετικά με την οικογενειακή κατάσταση. Το υγειονομικό και πολιτιστικό προφίλ της Ελλάδας σχετίζεται θετικά με το αν οι συμμετέχοντες είχαν επισκεφτεί ξανά την Ελλάδα. Το πολιτιστικό προφίλ της Ελλάδας σχετίζεται θετικά με την ηλικία και το εισόδημα των συμμετεχόντων. Η επιθυμία σχετίζεται θετικά με τη συχνότητα των ταξιδιών το 2018, το πολιτιστικό προφίλ της Ελλάδας και την γνωστική αντίληψη κινδύνου. Τέλος, η πρόθεση επίσκεψης σχετίζεται θετικά με το πολιτιστικό προφίλ της Ελλάδας, με τη συχνότητα των ταξιδιών το 2018 και το 2021.

Οι αρνητικές συσχετίσεις στο επίπεδο εμπιστοσύνης 0,05 αφορούν τη σχέση του επαγγέλματος και της συχνότητας των ταξιδιών το 2018. Η συχνότητα των ταξιδιών των ερωτηθέντων το 2021 σχετίζεται αρνητικά με την οικογενειακή κατάσταση και το επάγγελμα. Τέλος η πρόθεση σχετίζεται αρνητικά με την οικογενειακή κατάσταση.

4.4 Έλεγχος Υποθέσεων

Ο Έλεγχος Υποθέσεων γίνεται με τη βοήθεια της Ανάλυσης Παλινδρόμησης όπου εξετάζεται η σχέση μιας εξαρτημένης μεταβλητής με μία ή περισσότερες ανεξάρτητες μεταβλητές. Στην ενότητα αυτή, μέσω της Πολλαπλής Παλινδρόμησης θα επιβεβαιωθούν ή θα απορριφθούν οι υποθέσεις που δημιουργήθηκαν στο Κεφάλαιο 2.

❖ **Υπόθεση 1 – H1 : Η γνωστική αντίληψη κινδύνου εν μέσω πανδημίας Covid-19 επηρεάζει αρνητικά την επιθυμία για ταξίδι στην Ελλάδα.**

Στους Πίνακες 4.4.1α, 4.4.1β και 4.4.1γ παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης παλινδρόμησης που πραγματοποιήθηκε έτσι ώστε να εξεταστεί αν η πρώτη υπόθεση H1 επιβεβαιώνεται ή απορρίπτεται.

Πίνακας 4.4.1α: Model Summary H1

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,456 ^a	,208	,146	,69235	2,187

a. Predictors: (Constant), Zscore(TRAVEL_FREQ_2021), Zscore(GENDER), Zscore(AGE), Zscore(INCOME), COGNITIVE_RISK_PER_MEAN, Zscore(EMPLOYMENT), Zscore(EDUCATION), Zscore(MARITAL_STATUS), Zscore(TRAVEL_FREQ_2018), Zscore(TRAVEL_FREQ_2020)

b. Dependent Variable: DESIRE_MEAN

Πίνακας 4.4.1.β: ANOVA H1

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16,075	10	1,608	3,354	,001 ^b
	Residual	61,357	128	,479		
	Total	77,432	138			

a. Dependent Variable: DESIRE_MEAN

b. Predictors: (Constant), Zscore(TRAVEL_FREQ_2021), Zscore(GENDER), Zscore(AGE), Zscore(INCOME), COGNITIVE_RISK_PER_MEAN, Zscore(EMPLOYMENT), Zscore(EDUCATION), Zscore(MARITAL_STATUS), Zscore(TRAVEL_FREQ_2018), Zscore(TRAVEL_FREQ_2020)

Πίνακας 4.4.1γ: Coefficients H1

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,633	,369		9,845	,000		
COGNITIVE_RISK_PER_MEAN	,191	0,97	,156	1,969	,049	,911	1,098
Zscore(GENDER)	,169	,062	,226	2,739	,007	,908	1,101
Zscore(AGE)	-,056	,067	-,074	-,833	,406	,781	1,281
Zscore(MARITAL_STATUS)	-,178	,069	-,237	-2,585	,011	,736	1,358
Zscore(EDUCATION)	,055	,068	,074	,817	,415	,757	1,321
Zscore(EMPLOYMENT)	-,065	,064	-,087	-1,019	,310	,846	1,182
Zscore(INCOME)	,109	,065	,146	1,686	,094	,830	1,205
Zscore(TRAVEL_FREQ_2018)	,130	,074	,174	1,766	,080	,637	1,570
Zscore(TRAVEL_FREQ_2020)	,077	,082	,103	,944	,347	,521	1,921
Zscore(TRAVEL_FREQ_2021)	-,130	,086	-,173	-1,501	,136	,466	2,145

a. Dependent Variable: DESIRE_MEAN

Θα ξεκινήσουμε την ανάλυση από τον Πίνακα 4.4.1.β ANOVA για να δούμε αν το μοντέλο είναι συνολικά στατιστικά σημαντικό, για να εξετάσουμε δηλαδή τη δυνατότητα του μοντέλου να εξηγήσει ένα μέρος της διακύμανσης της εξαρτημένης μεταβλητής. Εάν το μοντέλο είναι σημαντικό τότε έχει νόημα να συνεχίσουμε περαιτέρω στην ερμηνεία των υπόλοιπων στοιχείων. Στη στήλη Sig. μετριέται το p-value το οποίο είναι μικρότερο από 0,01 οπότε συμπεραίνουμε ότι το μοντέλο συνολικά είναι στατιστικά σημαντικό, με $F(10, 128) = 3,354$ και $p < 0,01$.

Στον Πίνακα 4.4.1α βλέπουμε την περίληψη του μοντέλου. Σημαντικό ενδιαφέρον έχει η στήλη «R square» και «Adjusted R Square». Η τιμή της στήλης «Adjusted R Square» είναι πάντα μικρότερη από την τιμή της στήλης «R square». Η λογική πίσω από αυτό είναι ότι η τιμή «R square» αυξάνεται πάντα όταν αυξάνεται ο αριθμός των μεταβλητών. Αυτό σημαίνει ότι ακόμη και αν προστεθεί μια άχρηστη μεταβλητή στο μοντέλο η τιμή «R square» θα αυξηθεί. Έτσι είναι καλύτερο να χρησιμοποιείται η στήλη «Adjusted R Square» όταν συγκρίνονται μοντέλα που έχουν διαφορετικό αριθμό μεταβλητών, καθώς επικεντρώνονται στους παράγοντες διακύμανσης της ανεξάρτητης μεταβλητής απομονώνοντας τους τυχαίους παράγοντες που πιθανόν το επηρεάζουν.

Η τιμή «Adjusted R Square» χρησιμοποιείται για να υπολογίσουμε το ποσοστό της διακύμανσης της εξαρτημένης μεταβλητής που εξηγείται από το συνολικό μοντέλο. Στην

συγκεκριμένη περίπτωση στον Πίνακα 4.4.1α βλέπουμε ότι το «Adjusted R Square» ισούται με 0,146 αυτό συνεπάγεται ότι το μοντέλο εξηγεί 14,6% της διακύμανσης της εξαρτημένης μεταβλητής, δηλαδή 14,6% της διακύμανσης της επιθυμίας των ταξιδιωτών εξηγείται από τον γνωστικό αντιληπτό κίνδυνο και τις υπόλοιπες ανεξάρτητες μεταβλητές του μοντέλου. Στη στήλη «Std. Error of the Estimate» υπολογίζεται η τυπική απόκλιση η οποία ισούται με 0,69235, ο συγκεκριμένος αριθμός ιδανικά πρέπει να είναι μικρός αριθμός, οπότε ικανοποιείται και το συγκεκριμένο κριτήριο.

Επίσης μέσω του κριτηρίου Durbin-Watson, και την στήλη με το συγκεκριμένο όνομα, μπορούμε να ελέγξουμε την προϋπόθεση της κανονικότητας και της μη αυτοσυσχέτισης των σφαλμάτων. Τιμές κοντά στο 2 δηλώνουν κανονικότητα και μη αυτοσυσχέτιση των σφαλμάτων και πράγματι με τιμή 2,187 η προϋπόθεση τηρείται όπως φαίνεται και στο Πίνακα 4.4.1α.

Συνεχίζοντας, πηγαίνουμε στον Πίνακα 4.4.1γ για να δούμε αν τηρείται η υπόθεση της πολυσυγγραμμικότητας ελέγχοντας τις τιμές στις στήλες Tolerance και VIF. Οι τιμές στην στήλη VIF πρέπει να είναι μικρότερες του 10, ενώ οι τιμές στην στήλη Tolerance πρέπει να είναι μεγαλύτερες από 0,2. Αν δεν ισχύουν οι παραπάνω προϋποθέσεις τότε το μοντέλο θεωρείται μη αξιόπιστο. Οι συγκεκριμένες προϋποθέσεις τηρούνται, οπότε το μοντέλο δεν έχει πρόβλημα και θεωρείται αξιόπιστο.

Παραμένοντας στον Πίνακα 4.4.1γ, εξετάζουμε την στήλη Sig. που δηλώνει την στατιστική σημαντικότητα της κάθε μεταβλητής στην πρόβλεψη της εξαρτημένης μεταβλητής. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της στήλης Sig. για την μεταβλητή του γνωστικού αντιληπτού κινδύνου (COGNITIVE_RISK_PER_MEAN) παρατηρείται ότι ο εκτιμώμενος συντελεστής B της μεταβλητής COGNITIVE_RISK_PER_MEAN είναι στατιστικά σημαντικός καθώς η τιμή είναι μικρότερη από 0,05. Έτσι η μελέτη του Πίνακα 4.4.1γ δείχνει ότι η επιθυμία και η γνωστική αντίληψη κινδύνου έχουν στατιστικά σημαντική σχέση. Στη στήλη B μπορούμε από το πρόσημο των τιμών των μεταβλητών να συμπεράνουμε αν σχετίζονται θετικά οι ανεξάρτητες μεταβλητές με την εξαρτημένη μεταβλητή. Το πρόσημο της μεταβλητής της γνωστικής αντίληψης κινδύνου είναι θετικό, οπότε δηλώνει θετική σχέση με την εξαρτημένη μεταβλητή, δηλαδή την επιθυμία.

Σύμφωνα με όλα τα παραπάνω προκύπτει ότι η πρώτη υπόθεση απορρίπτεται καθώς παρόλο που υπάρχει συσχέτιση μεταξύ γνωστικής αντίληψης κινδύνου και επιθυμίας, από το μοντέλο φαίνεται ότι αυτές οι μεταβλητές σχετίζονται θετικά, ενώ στην υπόθεση δηλώνεται αρνητική σχέση μεταξύ των μεταβλητών.

❖ **Υπόθεση 2 – H2 : Η συναισθηματική αντίληψη κινδύνου εν μέσω πανδημίας Covid-19 επηρεάζει αρνητικά την επιθυμία για ταξίδι στην Ελλάδα.**

Η εγκυρότητα της δεύτερης υπόθεσης H2 θα εξεταστεί με τη μελέτη της ανάλυσης της παλινδρόμησης και των στοιχείων που παρουσιάζονται στους Πίνακες 4.4.2α, 4.4.2β και 4.4.2γ.

Πίνακας 4.4.2α: Model Summary H2

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,431 ^a	,186	,129	,69904	2,317
a. Predictors: (Constant), Zscore(TRAVEL_FREQ_2020), Zscore(INCOME), AFFECTIVE_RISK_PER_MEAN, Zscore(EDUCATION), Zscore(GENDER), Zscore(EMPLOYMENT), Zscore(MARITAL_STATUS), Zscore(TRAVEL_FREQ_2018), Zscore(TRAVEL_FREQ_2021)					
b. Dependent Variable: DESIRE_MEAN					

Πίνακας 4.4.2β: ANOVA H2

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14,394	9	1,599	3,273	,001 ^b
	Residual	63,038	129	,489		
	Total	77,432	138			
a. Dependent Variable: DESIRE_MEAN						
b. Predictors: (Constant), Zscore(TRAVEL_FREQ_2020), Zscore(INCOME), AFFECTIVE_RISK_PER_MEAN, Zscore(EDUCATION), Zscore(GENDER), Zscore(EMPLOYMENT), Zscore(MARITAL_STATUS), Zscore(TRAVEL_FREQ_2018), Zscore(TRAVEL_FREQ_2021)						

Πίνακας 4.4.2γ: Coefficients H2

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,453	,236		18,895	,000		
	AFFECTIVE_RISK_PER_MEAN	-,040	,070	-,047	-,567	,572	,926	1,080
	Zscore(GENDER)	,172	,063	,229	2,736	,007	,899	1,112
	Zscore(MARITAL_STATUS)	-,181	,067	-,241	-2,713	,008	,800	1,250
	Zscore(EDUCATION)	,063	,068	,084	,935	,351	,775	1,290
	Zscore(EMPLOYMENT)	-,067	,065	-,090	-1,034	,303	,841	1,189
	Zscore(INCOME)	,111	,065	,149	1,702	,091	,828	1,207
	Zscore(TRAVEL_FREQ_2018)	,141	,074	,189	1,904	,059	,643	1,554
	Zscore(TRAVEL_FREQ_2021)	-,113	,087	-,151	-1,302	,195	,471	2,121

Zscore(TRAVEL_FREQ_2020)	,073	,082	,098	,895	,372	,526	1,902
a. Dependent Variable: DESIRE_MEAN							

Από τον Πίνακα 4.4.2β ANOVA και στη στήλη Sig. μετρίεται το p-value το οποίο είναι μικρότερο από 0,01 οπότε συμπεραίνουμε ότι το μοντέλο συνολικά είναι στατιστικά σημαντικό, με $F(9, 129) = 3,273$ και $p < 0,01$.

Επίσης η τιμή 2,317 στη στήλη Durbin-Watson του Πίνακα 4.4.2α δηλώνει κανονικότητα και μη αυτοσυσχέτιση των σφαλμάτων.

Έπειτα πηγαίνουμε στον Πίνακα 4.4.2γ και συμπεραίνουμε ότι τηρείται η προϋπόθεση της πολυσυγγραμμικότητας, καθώς οι τιμές στην στήλη VIF είναι μικρότερες του 10 και οι τιμές στην στήλη Tolerance είναι μεγαλύτερες από 0,2. Εφόσον λοιπόν, οι συγκεκριμένες προϋποθέσεις τηρούνται, το μοντέλο δεν έχει πρόβλημα και θεωρείται αξιόπιστο, οπότε μετά τους παραπάνω ελέγχους έχει νόημα να συνεχίσουμε περαιτέρω στην ερμηνεία των υπόλοιπων στοιχείων.

Στον Πίνακα 4.4.2α παρατηρείται ότι η τιμή «Adjusted R Square» ισούται με 0,129. Αυτό συνεπάγεται ότι το μοντέλο εξηγεί 12,9% της διακύμανσης της εξαρτημένης μεταβλητής, δηλαδή 12,9% της διακύμανσης της επιθυμίας των ταξιδιωτών εξηγείται από τον συναισθηματικό αντιληπτό κίνδυνο και τις υπόλοιπες ανεξάρτητες μεταβλητές του μοντέλου. Στη στήλη «Std. Error of the Estimate» υπολογίζεται η τυπική απόκλιση η οποία ισούται με 0,69904. Ο συγκεκριμένος αριθμός ιδανικά πρέπει να είναι μικρός αριθμός οπότε ικανοποιείται και το συγκεκριμένο κριτήριο.

Στον Πίνακα 4.4.2γ εξετάζουμε τα αποτελέσματα της στήλης Sig για την μεταβλητή της συναισθηματικής αντίληψης κινδύνου (AFFECTIVE_RISK_PER_MEAN) και παρατηρείται ότι ο εκτιμώμενος συντελεστής B της μεταβλητής AFFECTIVE_RISK_PER_MEAN δεν είναι στατιστικά σημαντικός καθώς η τιμή είναι μεγαλύτερη από 0,05.

Η μελέτη του Πίνακα 4.4.2γ δείχνει ότι η επιθυμία και η συναισθηματική αντίληψη κινδύνου δεν έχουν στατιστικά σημαντική σχέση, ενώ αντίθετα το φύλο (GENDER) και η οικογενειακή κατάσταση (MARITAL_STATUS) επηρεάζουν σημαντικά την επιθυμία.

Σύμφωνα με όλα τα παραπάνω προκύπτει ότι η δεύτερη υπόθεση απορρίπτεται και συνεπώς η συναισθηματική αντίληψη κινδύνου δεν επηρεάζει την επιθυμία για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.

❖ **Υπόθεση 3 – H3 : Το υγειονομικό προφίλ της Ελλάδας επηρεάζει αρνητικά την πρόθεση για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.**

Προκειμένου να εξεταστεί η εγκυρότητα της τρίτης υπόθεσης H3 πραγματοποιήθηκε ανάλυση παλινδρόμησης και τα αποτελέσματα αυτής παρουσιάζονται στους παρακάτω πίνακες (Πίνακας 4.4.3α, 4.4.3β και 4.4.3γ).

Πίνακας 4.4.3α: Model Summary H3

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,402 ^a	,162	,103	,97326	1,923

a. Predictors: (Constant), Zscore(PRIOR_VISIT), Zscore(TRAVEL_FREQ_2019), Zscore(MARITAL_STATUS), Zscore(EMPLOYMENT), HEALTH_MEAN, Zscore(INCOME), Zscore(EDUCATION), Zscore(TRAVEL_FREQ_2021), Zscore(TRAVEL_FREQ_2018)

b. Dependent Variable: INTENTION_MEAN

Πίνακας 4.4.3β: ANOVA H3

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23,567	9	2,619	2,764	,005 ^b
	Residual	122,193	129	,947		
	Total	145,761	138			

a. Dependent Variable: INTENTION_MEAN

b. Predictors: (Constant), Zscore(PRIOR_VISIT), Zscore(TRAVEL_FREQ_2019), Zscore(MARITAL_STATUS), Zscore(EMPLOYMENT), HEALTH_MEAN, Zscore(INCOME), Zscore(EDUCATION), Zscore(TRAVEL_FREQ_2021), Zscore(TRAVEL_FREQ_2018)

Πίνακας 4.4.3γ: Coefficients H3

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,753	,289		12,982	,000		
	HEALTH_MEAN	,062	,099	,053	,631	,529	,916	1,092
	Zscore(MARITAL_STATUS)	-,136	,092	-,132	-1,472	,143	,810	1,234
	Zscore(EDUCATION)	,176	,094	,171	1,875	,063	,784	1,276
	Zscore(EMPLOYMENT)	,067	,091	,066	,743	,459	,836	1,196
	Zscore(INCOME)	,218	,090	,212	2,421	,017	,847	1,181
	Zscore(TRAVEL_FREQ_2018)	,227	,177	,221	1,284	,201	,220	4,546
	Zscore(TRAVEL_FREQ_2019)	-,192	,180	-,187	-1,067	,288	,211	4,738

Zscore(TRAVEL_FREQ_2021)	,118	,105	,115	1,123	,263	,625	1,600
Zscore(PRIOR_VISIT)	-,080	,087	-,078	-,918	,360	,902	1,108
a. Dependent Variable: INTENTION_MEAN							

Από τον Πίνακα 4.4.3β ANOVA και στη στήλη Sig. μετريέται το p-value το οποίο είναι μικρότερο από 0,01, οπότε συμπεραίνουμε ότι το μοντέλο συνολικά είναι στατιστικά σημαντικό, με $F(9, 129) = 2,764$ και $p < 0,01$.

Επίσης η τιμή 1,923 στη στήλη Durbin-Watson του Πίνακα 4.4.3α δηλώνει κανονικότητα και μη αυτοσυσχέτιση των σφαλμάτων.

Από τον Πίνακα 4.4.3γ συμπεραίνουμε ότι τηρείται η προϋπόθεση της πολυσυγγραμμικότητας καθώς οι τιμές στην στήλη VIF είναι μικρότερες του 10 και οι τιμές στην στήλη Tolerance είναι μεγαλύτερες από 0,2. Εφόσον λοιπόν, οι συγκεκριμένες προϋποθέσεις τηρούνται, το μοντέλο δεν έχει πρόβλημα και θεωρείται αξιόπιστο, οπότε μπορούμε να συνεχίσουμε περαιτέρω στην ερμηνεία των υπόλοιπων στοιχείων.

Στον Πίνακα 4.4.3α παρατηρείται ότι η τιμή «Adjusted R Square» ισούται με 0,103 αυτό συνεπάγεται ότι το μοντέλο εξηγεί 10,3% της διακύμανσης της εξαρτημένης μεταβλητής, δηλαδή 10,3% της διακύμανσης της πρόθεσης επίσκεψης των ταξιδιωτών εξηγείται από τον υγειονομικό προφίλ της χώρας και τις υπόλοιπες ανεξάρτητες μεταβλητές του μοντέλου. Στη στήλη «Std. Error of the Estimate» υπολογίζεται η τυπική απόκλιση, η οποία ισούται με 0,97326. Ο συγκεκριμένος αριθμός ιδανικά πρέπει να είναι μικρός αριθμός οπότε ικανοποιείται και το συγκεκριμένο κριτήριο.

Παραμένοντας στον Πίνακα 4.4.3γ εξετάζουμε τα αποτελέσματα της στήλης Sig για την μεταβλητή του υγειονομικού προφίλ της Ελλάδας (HEALTH_MEAN) και παρατηρείται ότι ο εκτιμώμενος συντελεστής B της μεταβλητής HEALTH_MEAN δεν είναι στατιστικά σημαντικός, καθώς η τιμή είναι μεγαλύτερη από 0,05.

Η μελέτη του Πίνακα 4.4.3γ δείχνει ότι η πρόθεση επίσκεψης και το υγειονομικό προφίλ της Ελλάδας δεν έχουν στατιστικά σημαντική σχέση, ενώ αντίθετα, το εισόδημα (INCOME) επηρεάζει σημαντικά την πρόθεση επίσκεψης.

Σύμφωνα με όλα τα παραπάνω προκύπτει ότι η τρίτη υπόθεση απορρίπτεται και συνεπώς το υγειονομικό προφίλ της Ελλάδας δεν επηρεάζει την πρόθεση για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.

❖ **Υπόθεση 4 – H4 : Το πολιτιστικό προφίλ και η ταυτότητα του τόπου της Ελλάδας επηρεάζει θετικά την πρόθεση για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.**

Στους Πίνακες 4.4.4α, 4.4.4β και 4.4.4γ παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης παλινδρόμησης που πραγματοποιήθηκε έτσι ώστε να εξεταστεί αν η τέταρτη υπόθεση H4 επιβεβαιώνεται ή απορρίπτεται.

Πίνακας 4.4.4α: Model Summary H4

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,394 ^a	,156	,124	,96202	1,898
a. Predictors: (Constant), Zscore(PRIOR_VISIT), Zscore(INCOME), CULTURAL_MEAN, Zscore(EDUCATION), Zscore(MARITAL_STATUS)					
b. Dependent Variable: INTENTION_MEAN					

Πίνακας 4.4.4β: ANOVA H4

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22,672	5	4,534	4,899	,000 ^b
	Residual	123,089	133	,925		
	Total	145,761	138			
a. Dependent Variable: INTENTION_MEAN						
b. Predictors: (Constant), Zscore(PRIOR_VISIT), Zscore(INCOME), CULTURAL_MEAN, Zscore(EDUCATION), Zscore(MARITAL_STATUS)						

Πίνακας 4.4.4γ: Coefficients H2

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,170	,416		7,621	,000		
	CULTURAL_MEAN	,197	,100	,152	1,975	,048	,950	1,052
	Zscore(MARITAL_STATUS)	-,141	,089	-,138	-1,587	,115	,844	1,185
	Zscore(EDUCATION)	,179	,089	,175	2,026	,045	,856	1,169
	Zscore(INCOME)	,207	,087	,201	2,386	,018	,891	1,122
	Zscore(PRIOR_VISIT)	-,115	,085	-,112	-1,345	,181	,923	1,084
a. Dependent Variable: INTENTION_MEAN								

Από τον Πίνακα 4.4.4β ANOVA και στη στήλη Sig. μετريέται το p-value το οποίο είναι μικρότερο από 0,001, οπότε συμπεραίνουμε ότι το μοντέλο συνολικά είναι στατιστικά σημαντικό, με $F(5,133) = 4,899$ και $p < 0,001$.

Επίσης, η τιμή 1,898 στη στήλη Durbin-Watson του Πίνακα 4.4.4α δηλώνει κανονικότητα και μη αυτοσυσχέτιση των σφαλμάτων.

Συνεχίζοντας, πηγαίνουμε στον Πίνακα 4.4.4γ και συμπεραίνουμε ότι τηρείται η προϋπόθεση της πολυσυγγραμμικότητας, καθώς οι τιμές στην στήλη VIF είναι μικρότερες του 10 και οι τιμές στην στήλη Tolerance είναι μεγαλύτερες από 0,2. Ως συνέπεια των παραπάνω ελέγχων μπορούμε να συνεχίσουμε περαιτέρω στην ερμηνεία των υπόλοιπων στοιχείων καθώς το μοντέλο θεωρείται αξιόπιστο.

Στον Πίνακα 4.4.4α παρατηρείται ότι η τιμή «Adjusted R Square» ισούται με 0,124, αυτό συνεπάγεται ότι το μοντέλο εξηγεί 12,4% της διακύμανσης της εξαρτημένης μεταβλητής, δηλαδή 12,4% της διακύμανσης της πρόθεσης επίσκεψης των ταξιδιωτών εξηγείται από τον πολιτιστικό προφίλ της χώρας και τις υπόλοιπες ανεξάρτητες μεταβλητές του μοντέλου. Στη στήλη «Std. Error of the Estimate» υπολογίζεται η τυπική απόκλιση, η οποία ισούται με 0,96202. Ο συγκεκριμένος αριθμός ιδανικά πρέπει να είναι μικρός αριθμός οπότε ικανοποιείται και το συγκεκριμένο κριτήριο.

Παραμένοντας στον Πίνακα 4.4.4γ εξετάζουμε τα αποτελέσματα της στήλης Sig για την μεταβλητή του πολιτιστικού προφίλ της Ελλάδας (CULTURAL_MEAN) και παρατηρείται ότι ο εκτιμώμενος συντελεστής B της μεταβλητής CULTURAL_MEAN είναι στατιστικά σημαντικός καθώς η τιμή είναι μικρότερη από 0,05.

Από το πρόσημο της στήλης B συμπεραίνουμε ότι η εξαρτημένη με την ανεξάρτητη μεταβλητή σχετίζονται θετικά, οπότε σύμφωνα με όλα τα παραπάνω, προκύπτει ότι η τέταρτη υπόθεση επιβεβαιώνεται και συνεπώς το πολιτιστικό προφίλ της Ελλάδας επηρεάζει θετικά την πρόθεση για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.

❖ Υπόθεση 5 – H5 : Το πολιτιστικό προφίλ της Ελλάδας μετριάξει την σχέση που υπάρχει μεταξύ της γνωστικής αντίληψης κινδύνου και της επιθυμίας για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.

Η υπόθεση πέντε H5, αναλύθηκε με τη μέθοδο της παλινδρόμησης και τα αποτελέσματα της ανάλυσης παρουσιάζονται στους παρακάτω πίνακες (Πίνακας 4.4.5α, Πίνακας 4.4.5β και Πίνακας 4.4.5γ).

Πίνακας 4.4.5α: Model Summary H5

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,460 ^a	,211	,143	,69345	2,163

a. Predictors: (Constant), Zscore(TRAVEL_FREQ_2021), Zscore(GENDER), Zscore(AGE), Zscore(INCOME), MODERATOR_COGX CUL, Zscore(EMPLOYMENT), Zscore(EDUCATION), Zscore(MARITAL_STATUS), Zscore(TRAVEL_FREQ_2018), COGNITIVE_RISK_PER_MEAN, Zscore(TRAVEL_FREQ_2020)

b. Dependent Variable: DESIRE_MEAN

Πίνακας 4.4.5β: ANOVA H5

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16,360	11	1,487	3,093	,001 ^b
	Residual	61,071	127	,481		
	Total	77,432	138			

a. Dependent Variable: DESIRE_MEAN

b. Predictors: (Constant), Zscore(TRAVEL_FREQ_2021), Zscore(GENDER), Zscore(AGE), Zscore(INCOME), MODERATOR_COGX CUL, Zscore(EMPLOYMENT), Zscore(EDUCATION), Zscore(MARITAL_STATUS), Zscore(TRAVEL_FREQ_2018), COGNITIVE_RISK_PER_MEAN, Zscore(TRAVEL_FREQ_2020)

Πίνακας 4.4.5γ: Coefficients H5

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,640	,370		9,846	,000		
	MODERATOR_COGX CUL	,016	,021	,081	,770	,443	,558	1,791
	COGNITIVE_RISK_PER_MEAN	,127	,130	,104	,977	,330	,545	1,834
	Zscore(GENDER)	,167	,062	,223	2,689	,008	,905	1,105
	Zscore(AGE)	-,053	,067	-,071	-,794	,429	,779	1,284
	Zscore(EDUCATION)	,059	,068	,079	,870	,386	,753	1,328
	Zscore(MARITAL_STATUS)	-,175	,069	-,233	-2,533	,013	,734	1,362
	Zscore(EMPLOYMENT)	-,068	,064	-,091	-1,056	,293	,844	1,185
	Zscore(INCOME)	,104	,065	,139	1,605	,111	,823	1,215
	Zscore(TRAVEL_FREQ_2018)	,123	,075	,165	1,653	,101	,627	1,596
	Zscore(TRAVEL_FREQ_2020)	,081	,082	,108	,983	,327	,519	1,927
	Zscore(TRAVEL_FREQ_2021)	-,130	,086	-,173	-1,502	,135	,466	2,145

a. Dependent Variable: DESIRE_MEAN

Από τον Πίνακα 4.4.5β ANOVA και στη στήλη Sig. μετريέται το p-value το οποίο είναι μικρότερο από 0,01, οπότε συμπεραίνουμε ότι το μοντέλο συνολικά είναι στατιστικά σημαντικό με $F(11,127) = 3,093$ και $p < 0,01$.

Επίσης, η τιμή 2,163 στη στήλη Durbin-Watson του Πίνακα 4.4.5α δηλώνει κανονικότητα και μη αυτοσυσχέτιση των σφαλμάτων.

Συνεχίζοντας, στον Πίνακα 4.4.5γ βλέπουμε ότι τηρείται η προϋπόθεση της πολυσυγγραμμικότητας και το μοντέλο θεωρείται αξιόπιστο, καθώς οι τιμές στην στήλη VIF είναι μικρότερες του 10 και οι τιμές στην στήλη Tolerance είναι μεγαλύτερες από 0,2. Σύμφωνα με τα παραπάνω έχει νόημα να συνεχίσουμε περαιτέρω στην ερμηνεία των υπόλοιπων στοιχείων.

Στον Πίνακα 4.4.5α παρατηρείται ότι η τιμή «Adjusted R Square» ισούται με 0,143 αυτό συνεπάγεται ότι το μοντέλο εξηγεί 14,3% της διακύμανσης της εξαρτημένης μεταβλητής, δηλαδή 14,3% της διακύμανσης της επιθυμίας των ταξιδιωτών εξηγείται από τις ανεξάρτητες μεταβλητές του μοντέλου. Στη στήλη «Std. Error of the Estimate» υπολογίζεται η τυπική απόκλιση, η οποία ισούται με 0,69345. Ο συγκεκριμένος αριθμός είναι μικρός αριθμός οπότε ικανοποιείται και το συγκεκριμένο κριτήριο.

Παραμένοντας στον Πίνακα 4.4.5γ εξετάζουμε τα αποτελέσματα της στήλης Sig. για την μετριάζουσα μεταβλητή MODERATOR_COGX CUL και παρατηρείται ότι η τιμή της είναι μεγαλύτερη από 0,05 οπότε η συγκεκριμένη μεταβλητή δεν είναι στατιστικά σημαντική, ενώ αντίθετα το φύλο (GENDER) και η οικογενειακή κατάσταση (MARITAL_STATUS) επηρεάζουν σημαντικά την επιθυμία όπως είδαμε και στον έλεγχο της υπόθεσης H2.

Σύμφωνα με όλα τα παραπάνω προκύπτει ότι η πέμπτη υπόθεση απορρίπτεται και συνεπώς το πολιτιστικό προφίλ της Ελλάδας δεν μετριάζει την σχέση που υπάρχει μεταξύ της γνωστικής αντίληψης κινδύνου και της επιθυμίας για ταξίδι.

❖ **Υπόθεση 6 – H6 : Η συναισθηματική αντίληψη κινδύνου μπορεί να αυξηθεί όταν συνδυάζεται με ένα κακό υγειονομικό προφίλ και δεν οδηγεί σε επιθυμία για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.**

Στους Πίνακες 4.4.6α, 4.4.6β και 4.4.6γ παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης παλινδρόμησης που πραγματοποιήθηκε έτσι ώστε να εξεταστεί αν η τέταρτη υπόθεση H4 επιβεβαιώνεται ή απορρίπτεται.

Πίνακας 4.4.6α: Model Summary H6

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,436 ^a	,190	,113	,70548	2,311

a. Predictors: (Constant), Zscore(PRIOR_VISIT), Zscore(AGE), Zscore(INCOME), Zscore(GENDER), Zscore(TRAVEL_FREQ_2021), AFFECTIVE_RISK_PER_MEAN, Zscore(EMPLOYMENT), Zscore(EDUCATION), Zscore(MARITAL_STATUS), Zscore(TRAVEL_FREQ_2018), Zscore(TRAVEL_FREQ_2020), MODERATOR_AFxHEALTH

b. Dependent Variable: DESIRE_MEAN

Πίνακας 4.4.6β: ANOVA H6

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14,720	12	1,227	2,465	,006 ^b
	Residual	62,711	126	,498		
	Total	77,432	138			

a. Dependent Variable: DESIRE_MEAN

b. Predictors: (Constant), Zscore(PRIOR_VISIT), Zscore(AGE), Zscore(INCOME), Zscore(GENDER), Zscore(TRAVEL_FREQ_2021), AFFECTIVE_RISK_PER_MEAN, Zscore(EMPLOYMENT), Zscore(EDUCATION), Zscore(MARITAL_STATUS), Zscore(TRAVEL_FREQ_2018), Zscore(TRAVEL_FREQ_2020), MODERATOR_AFxHEALTH

Πίνακας 4.4.6γ: Coefficients H6

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,471	,240		18,619	,000		
	MODERATOR_AFxHEALTH	,009	,021	,047	,411	,682	,481	2,077
	AFFECTIVE_RISK_PER_MEAN	-,070	,095	-,082	-,732	,466	,507	1,972
	Zscore(GENDER)	,166	,064	,222	2,600	,010	,885	1,130
	Zscore(AGE)	-,035	,069	-,047	-,510	,611	,766	1,306
	Zscore(EDUCATION)	,061	,069	,081	,881	,380	,753	1,329
	Zscore(MARITAL_STATUS)	-,174	,072	-,232	-2,421	,017	,701	1,427
	Zscore(EMPLOYMENT)	-,070	,066	-,094	-1,069	,287	,830	1,204
	Zscore(INCOME)	,111	,066	,149	1,688	,094	,828	1,208
	Zscore(TRAVEL_FREQ_2018)	,145	,076	,193	1,914	,058	,629	1,589
	Zscore(TRAVEL_FREQ_2020)	,066	,084	,088	,788	,432	,513	1,948
	Zscore(TRAVEL_FREQ_2021)	-,110	,088	-,147	-1,251	,213	,464	2,155
	Zscore(PRIOR_VISIT)	,028	,064	,037	,435	,664	,888	1,126

a. Dependent Variable: DESIRE_MEAN

Από τον Πίνακα 4.4.6β ANOVA και στη στήλη Sig. μετριέται το p-value το οποίο είναι μικρότερο από 0,01, οπότε συμπεραίνουμε ότι το μοντέλο συνολικά είναι στατιστικά σημαντικό με $F(12, 126) = 2,465$ και $p < 0,01$.

Επίσης η τιμή 2,311 στη στήλη Durbin-Watson του Πίνακα 4.4.6α δηλώνει κανονικότητα και μη αυτοσυσχέτιση των σφαλμάτων.

Συνεχίζοντας στον Πίνακα 4.4.6γ βλέπουμε ότι τηρείται η προϋπόθεση της πολυσυγγραμμικότητας και το μοντέλο θεωρείται αξιόπιστο καθώς οι τιμές στην στήλη VIF είναι μικρότερες του 10 και οι τιμές στην στήλη Tolerance είναι μεγαλύτερες από 0,2. Οπότε έχει νόημα να συνεχίσουμε περαιτέρω στην ερμηνεία των υπόλοιπων στοιχείων καθώς το μοντέλο συνολικά είναι στατιστικά σημαντικό.

Στον Πίνακα 4.4.6α παρατηρείται ότι η τιμή «Adjusted R Square» ισούται με 0,113 αυτό συνεπάγεται ότι το μοντέλο εξηγεί 11,3% της διακύμανσης της εξαρτημένης μεταβλητής, δηλαδή 11,3% της διακύμανσης της επιθυμίας των ταξιδιωτών εξηγείται από τις ανεξάρτητες μεταβλητές του μοντέλου. Στη στήλη «Std. Error of the Estimate» υπολογίζεται η τυπική απόκλιση η οποία ισούται με 0,70548. Ο συγκεκριμένος αριθμός είναι μικρός αριθμός οπότε ικανοποιείται και το συγκεκριμένο κριτήριο.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του Πίνακα 4.4.6γ της στήλης Sig. για την μετριάζουσα μεταβλητή MODERATOR_AFFxHEALTH παρατηρείται ότι η τιμή της είναι μεγαλύτερη από 0,05 οπότε η συγκεκριμένη μεταβλητή δεν είναι στατιστικά σημαντική, ενώ αντίθετα το φύλο (GENDER) και η οικογενειακή κατάσταση (MARITAL_STATUS) επηρεάζουν σημαντικά την επιθυμία όπως είδαμε και στον έλεγχο των υποθέσεων H2 και H5. Σύμφωνα με όλα τα παραπάνω προκύπτει ότι η έκτη υπόθεση απορρίπτεται.

❖ ***Υπόθεση 7– H7 : Η επιθυμία για ταξίδι επηρεάζει σημαντικά την πρόθεση για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.***

Η υπόθεση αυτή εξετάστηκε με τη μέθοδο της πολλαπλής παλινδρόμησης και τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στους πίνακες (Πίνακας 4.7.1α, Πίνακας 4.7.1β, Πίνακας 4.7.1γ).

Πίνακας 4.4.7α: Model Summary H7

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,685 ^a	,469	,427	,77774	1,902

a. Predictors: (Constant), Zscore(PRIOR_VISIT), Zscore(AGE), Zscore(TRAVEL_FREQ_2019), Zscore(GENDER), Zscore(EMPLOYMENT), DESIRE_MEAN, Zscore(INCOME), Zscore(EDUCATION), Zscore(TRAVEL_FREQ_2020), Zscore(TRAVEL_FREQ_2021)

b. Dependent Variable: INTENTION_MEAN

Πίνακας 4.4.7.β: ANOVA H7

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	68,335	10	6,834	11,297	,000 ^b
	Residual	77,425	128	,605		
	Total	145,761	138			

a. Dependent Variable: INTENTION_MEAN

b. Predictors: (Constant), Zscore(PRIOR_VISIT), Zscore(AGE), Zscore(TRAVEL_FREQ_2019), Zscore(GENDER), Zscore(EMPLOYMENT), DESIRE_MEAN, Zscore(INCOME), Zscore(EDUCATION), Zscore(TRAVEL_FREQ_2020), Zscore(TRAVEL_FREQ_2021)

Πίνακας 4.4.7γ: Coefficients H7

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,260	,416		,624	,534		
	DESIRE_MEAN	,848	,095	,618	8,930	,000	,865	1,156
	Zscore(GENDER)	-,089	,070	-,087	-1,270	,206	,885	1,130
	Zscore(AGE)	,055	,070	,053	,777	,439	,882	1,134
	Zscore(EDUCATION)	,119	,074	,116	1,603	,111	,796	1,257
	Zscore(EMPLOYMENT)	,119	,072	,116	1,645	,102	,839	1,192
	Zscore(INCOME)	,128	,071	,125	1,804	,074	,865	1,156
	Zscore(TRAVEL_FREQ_2019)	-,065	,085	-,063	-,763	,447	,612	1,634
	Zscore(TRAVEL_FREQ_2020)	-,113	,093	-,110	-1,219	,225	,511	1,957
	Zscore(TRAVEL_FREQ_2021)	,224	,096	,218	2,329	,021	,472	2,118
	Zscore(PRIOR_VISIT)	-,104	,067	-,101	-1,546	,125	,967	1,035

a. Dependent Variable: INTENTION_MEAN

Από τον Πίνακα 4.4.7β ANOVA και στη στήλη Sig. μετريέται το p-value το οποίο είναι μικρότερο από 0,001, οπότε συμπεραίνουμε ότι το μοντέλο συνολικά είναι στατιστικά σημαντικό με $F(10, 128) = 11,297$ και $p < 0,001$.

Επίσης η τιμή 1,902 στη στήλη Durbin-Watson του Πίνακα 4.4.7α δηλώνει κανονικότητα και μη αυτοσυσχέτιση των σφαλμάτων.

Συνεχίζοντας στον Πίνακα 4.4.7γ βλέπουμε ότι τηρείται η προϋπόθεση της πολυσυγγραμμικότητας και το μοντέλο θεωρείται αξιόπιστο, καθώς οι τιμές στην στήλη VIF είναι μικρότερες του 10 και οι τιμές στην στήλη Tolerance είναι μεγαλύτερες από 0,2. Έτσι συμπεραίνουμε ότι το μοντέλο συνολικά είναι στατιστικά σημαντικό, οπότε μπορούμε να συνεχίσουμε περαιτέρω στην ερμηνεία των υπόλοιπων στοιχείων.

Στον Πίνακα 4.4.7α παρατηρείται ότι η τιμή «Adjusted R Square» ισούται με 0,427 αυτό συνεπάγεται ότι το μοντέλο εξηγεί 42,7% της διακύμανσης της εξαρτημένης μεταβλητής, δηλαδή 42,7% της διακύμανσης της πρόθεσης των ταξιδιωτών εξηγείται από την επιθυμία και τις υπόλοιπες ανεξάρτητες μεταβλητές του μοντέλου. Στη στήλη «Std. Error of the Estimate» υπολογίζεται η τυπική απόκλιση η οποία ισούται με 0,77774.

Παραμένοντας στον Πίνακα 4.4.7γ εξετάζουμε τα αποτελέσματα της στήλης Sig για την μεταβλητή της επιθυμίας (DESIRE_MEAN) παρατηρείται ότι ο εκτιμώμενος συντελεστής B της μεταβλητής DESIRE_MEAN είναι στατιστικά σημαντικός καθώς η τιμή είναι μικρότερη από 0,05. Έτσι η μελέτη του Πίνακα 4.4.7γ δείχνει ότι η επιθυμία και η πρόθεση επίσκεψης έχουν στατιστικά σημαντική σχέση.

Από το πρόσημο της στήλης B συμπεραίνουμε ότι η εξαρτημένη με την ανεξάρτητη μεταβλητή σχετίζονται θετικά, οπότε σύμφωνα με όλα τα παραπάνω προκύπτει ότι η έβδομη υπόθεση επιβεβαιώνεται και συνεπώς η επιθυμία για ταξίδι επηρεάζει θετικά την πρόθεση για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.

4.5 Σύνοψη Κεφαλαίου

Στόχος του συγκεκριμένου κεφαλαίου ήταν η ανάλυση των δεδομένων με τη βοήθεια του SPSS και της μεθόδου της Ανάλυσης Παλινδρόμησης. Οι υποθέσεις που τέθηκαν υπό διερεύνηση σε προηγούμενο κεφάλαιο ακολούθησαν τη μέθοδο αυτή ώστε να προκύψει το συμπέρασμα εάν η κάθε υπόθεση επιβεβαιώνεται ή απορρίπτεται.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα που παρουσιάστηκαν συμπεράναμε ότι η γνωστική αντίληψη κινδύνου σχετίζεται θετικά με την επιθυμία για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας

Covid-19. Η συναισθηματική αντίληψη κινδύνου φάνηκε να μην σχετίζεται με την επιθυμία για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19. Επίσης από τα αποτελέσματα προέκυψε ότι το υγειονομικό προφίλ της Ελλάδας δεν σχετίζεται με την πρόθεση για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19, ενώ αντίθετα το πολιτιστικό προφίλ της Ελλάδας σχετίζεται θετικά με την πρόθεση επίσκεψης. Το πολιτιστικό προφίλ της Ελλάδας φαίνεται να μην επηρεάζει την σχέση που υπάρχει μεταξύ της γνωστικής αντίληψης κινδύνου και της επιθυμίας για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19. Επίσης, το υγειονομικό προφίλ της Ελλάδας φαίνεται να μην επηρεάζει την σχέση μεταξύ συναισθηματικής αντίληψης κινδύνου και επιθυμίας για ταξίδι. Τέλος η επιθυμία για ταξίδι σχετίζεται θετικά με την πρόθεση για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.

Ο Πίνακας 4.5 δείχνει επιγραμματικά αν επιβεβαιώνεται ή απορρίπτεται η εκάστοτε υπόθεση.

Πίνακας 4.5: Συμπεράσματα Υποθέσεων

Υποθέσεις	Επιβεβαιώνεται /Απορρίπτεται
H1 : Η γνωστική αντίληψη κινδύνου εν μέσω πανδημίας Covid-19 επηρεάζει αρνητικά την επιθυμία για ταξίδι στην Ελλάδα.	Απορρίπτεται
H2 : Η συναισθηματική αντίληψη κινδύνου εν μέσω πανδημίας Covid-19 επηρεάζει αρνητικά την επιθυμία για ταξίδι στην Ελλάδα.	Απορρίπτεται
H3 : Το υγειονομικό προφίλ της Ελλάδας επηρεάζει αρνητικά την πρόθεση για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.	Απορρίπτεται
H4 : Το πολιτιστικό προφίλ και η ταυτότητα του τόπου της Ελλάδας επηρεάζει θετικά την πρόθεση για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.	Επιβεβαιώνεται
H5 : Το πολιτιστικό προφίλ της Ελλάδας μετριάξει την σχέση που υπάρχει μεταξύ της γνωστικής αντίληψης κινδύνου και της επιθυμίας για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.	Απορρίπτεται
H6 : Η συναισθηματική αντίληψη κινδύνου μπορεί να αυξηθεί όταν συνδυάζεται με ένα κακό υγειονομικό προφίλ και δεν οδηγεί σε επιθυμία για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.	Απορρίπτεται
H7 : Η επιθυμία για ταξίδι επηρεάζει θετικά την πρόθεση για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.	Επιβεβαιώνεται

Κεφάλαιο 5 : Συζήτηση Αποτελεσμάτων

5.1 Εισαγωγή

Στόχος αυτού του κεφαλαίου είναι η συζήτηση των αποτελεσμάτων που παρουσιάστηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο (Κεφάλαιο 4). Να συγκριθούν με ευρήματα άλλων θεωρητικών και εμπειρικών μελετών, έτσι ώστε να ερμηνευτούν και να συζητηθούν τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας με σκοπό την επέκταση της θεωρίας.

5.2 Συζήτηση Αποτελεσμάτων

Η ερμηνεία των υποθέσεων προκύπτει έπειτα από τη στατιστική τους ανάλυση έτσι ώστε να κατανοηθεί εάν αυτές επιβεβαιώνονται ή απορρίπτονται. Επίσης έχουν διεξαχθεί αρκετές παρόμοιες έρευνες, όπως θα δούμε παρακάτω, οι οποίες αποδεικνύουν, είτε την ισχυρή, είτε την αδύναμη σχέση μεταξύ των μεταβλητών.

Η πρώτη υπόθεση (H1) της έρευνας υποστήριζε ότι η γνωστική αντίληψη κινδύνου εν μέσω πανδημίας Covid-19 επηρεάζει αρνητικά την επιθυμία. Τα αποτελέσματα από την ανάλυση των δεδομένων, και συγκεκριμένα ο Πίνακας 4.4.1γ, αποδεικνύει πως ενώ υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των συγκεκριμένων μεταβλητών, η σχέση μεταξύ της γνωστικής αντίληψης κινδύνου και της επιθυμίας διαπιστώθηκε θετική σε αντίθεση με την αρχική υπόθεση, οπότε η υπόθεση H1 απορρίφτηκε.

Προηγούμενη έρευνα έχει δείξει ότι ο αντιληπτός κίνδυνος καθορίζει την επιθυμία, η οποία με τη σειρά της επηρεάζει την πρόθεση επίσκεψης (Ajzen, 1985; Quintal et al., 2010). Ο Baker (2014) επεσήμανε ότι οι αντιλήψεις του τουριστικού κινδύνου έχουν ισχυρές αρνητικές επιπτώσεις στη στάση απέναντι σε έναν προορισμό. Η βιβλιογραφία για την αντίληψη του κινδύνου έχει επικεντρωθεί στην αξιολόγηση των γνωστικών χαρακτηριστικών, αναφερόμενη στους κινδύνους και τα προβλήματα που μπορεί να αντιμετωπίσει κάθε ταξιδιώτης σε οποιοδήποτε στάδιο οποιουδήποτε ταξιδιού (Reichel et al., 2007). Η γνωστική αντίληψη κινδύνου όπως αναφέρθηκε και στο Κεφάλαιο 2 σχετίζεται με τη γνώση, την βαρύτητα και την εξοικείωση του κινδύνου. (Brown, 2015; Paek & Hove, 2017). Καθώς όμως ακόμα βρισκόμαστε σε μία συνεχώς μεταβαλλόμενη κατάσταση όπου υπάρχει μεγάλη πιθανότητα ο ταξιδιώτης εν μέσω πανδημίας να συναντήσει επιπρόσθετα προβλήματα σε ένα μελλοντικό του ταξίδι χωρίς να είναι ικανός να έχει τα επιθυμητά επίπεδα γνώσης και ελέγχου, δημιουργήθηκε η υπόθεση ότι η γνωστική αντίληψη κινδύνου θα επηρεάσει αρνητικά την επιθυμία για ταξίδι. Στα

αποτελέσματα όμως που αντλήθηκαν από την συγκεκριμένη έρευνα φαίνεται ότι η γνωστική αντίληψη κινδύνου, δεν εμποδίζει τα άτομα να δημιουργήσουν θετική στάση απέναντι στα ταξίδια κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Αυτό μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι το 76,98% των συμμετεχόντων έχουν επισκεφτεί ξανά την Ελλάδα. Οι Lemée et al. (2019) διαπίστωσαν ότι οι τουρίστες με προηγούμενη ταξιδιωτική εμπειρία σε έναν συγκεκριμένο προορισμό έχουν διαφορετικά επίπεδα ανθεκτικότητας στον ταξιδιωτικό κίνδυνο και στις μελλοντικές προθέσεις επανεπίσκεψης του προορισμού σε σύγκριση με εκείνους που είχαν μικρή ή και καθόλου προηγούμενη εμπειρία σε έναν συγκεκριμένο προορισμό. Πράγματι από τον Πίνακα Συσχετίσεων 4.3.2β φαίνεται ότι η γνωστική αντίληψη κινδύνου σχετίζεται θετικά με την προηγούμενη επίσκεψη στην Ελλάδα. Επίσης από τον Πίνακα Συσχετίσεων 4.3.2α φαίνεται ότι η γνωστική αντίληψη κινδύνου σχετίζεται θετικά με την ηλικία. Σε παρόμοιο κλίμα η έρευνα των Fischer et al. (1991) έδειξαν ότι η αντίληψη κινδύνου σε έναν άνθρωπο είναι συνάρτηση της ηλικίας, με τα ηλικιωμένα άτομα να φαίνεται να έχουν μεγαλύτερη γνωστική αντίληψη κινδύνου.

Η δεύτερη υπόθεση (H2) της έρευνας εξέτασε τη σχέση μεταξύ συναισθηματικής αντίληψης κινδύνου και επιθυμίας κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19. Τα αποτελέσματα από την διεξαγωγή της έρευνας και συγκεκριμένα ο Πίνακας 4.4.2γ αποδεικνύει πως δεν υπάρχει συσχέτιση μεταξύ της συναισθηματικής αντίληψης κινδύνου και της επιθυμίας.

Τα περισσότερα υγιή άτομα βιώνουν μέτρια επίπεδα άγχους σε συνδυασμό με θετική διέγερση πριν και κατά τη διάρκεια των διακοπών. Τέτοιες παροδικές αντιδράσεις σε αγχωτικές καταστάσεις κανονικά έχουν μικρή επίδραση στις προθέσεις και τις αποφάσεις για ένα μελλοντικό ταξίδι. Ωστόσο, οι συγκεκριμένες συνθήκες ταξιδιού που αναγκάζονται κάποιος να ταξιδέψει εν μέσω πανδημίας επιφορτίζουν τον μελλοντικό ταξιδιώτη με συναισθηματικές αντιδράσεις όπως φόβο, άγχος, αμφιβολία και ανησυχία (Shim & You, 2015). Η ανησυχία, με τη σειρά της, οδηγεί σε ενισχυμένη προστατευτική συμπεριφορά, η οποία μπορεί να αποτρέψει την δημιουργία επιθυμίας για ταξίδι (Larsen, Brun & Øgaard, 2009). Οι Loewenstein et al. (2001) δήλωσαν ότι η συναισθηματική αντίληψη κινδύνου γίνεται ισχυρός καθοριστικός παράγοντας για να εξηγήσει τις ανθρώπινες συμπεριφορές όταν ένα άτομο αντιμετωπίζει έναν μεγάλο κίνδυνο. Επίσης στη μελέτη των Perriña, Prats & Camprubí (2020), τα συναισθήματα είχαν ισχυρό αντίκτυπο στις συνολικές αντιλήψεις και στην πρόθεση επίσκεψης. Ωστόσο, από τα αποτελέσματα της συγκεκριμένης έρευνας και σε αντίθεση με την αρχική υπόθεση, φαίνεται πως η συναισθηματική αντίληψη κινδύνου δεν ασκεί επίδραση στην επιθυμία.

Δηλαδή, οι συναισθηματικές ανησυχίες και ο φόβος δεν δημιουργήθηκαν έντονα στους συμμετέχοντες της έρευνας ώστε να τους εμποδίσει να δημιουργήσουν την επιθυμία για ταξίδι στην Ελλάδα. Αυτό ενδεχομένως να οφείλεται στο γεγονός ότι το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος αποτελείται από νέα και αδέσμευτα, από οικογενειακές υποχρεώσεις, άτομα. Στον Πίνακα Συσχετίσεων 4.3.2α φαίνεται μάλιστα, ότι η συναισθηματική αντίληψη κινδύνου σχετίζεται θετικά με την οικογενειακή κατάσταση, το οποίο σημαίνει ότι οι παντρεμένοι και οι συμβιούντες οδηγούνται σε υψηλότερα επίπεδα φόβου ενώ αντίθετα οι αδέσμευτοι οδηγούνται σε χαμηλότερα επίπεδα ανησυχίας για τα μελλοντικά ταξίδια.

Η τρίτη υπόθεση (H3) της έρευνας εξέτασε το υγειονομικό προφίλ της Ελλάδας με την πρόθεση επίσκεψης κατά την διάρκεια της πανδημίας Covid-19. Τα αποτελέσματα από την ανάλυση δεδομένων και συγκεκριμένα ο Πίνακας 4.4.3γ αποδεικνύει πως δεν υπάρχει συσχέτιση μεταξύ του υγειονομικού προφίλ της Ελλάδας και της πρόθεσης επίσκεψης.

Σε προηγούμενες έρευνες, υποστηρίχθηκε ότι η εμπιστοσύνη στο σύστημα υγείας μιας χώρας μπορεί να επηρεάσει θετικά την προθυμία των ατόμων στο να την επισκεφτούν (Abubakar & Ilkan, 2016; Gille et al., 2020). Αντίθετα ένα μη αξιόπιστο σύστημα υγείας μπορεί να επηρεάσει αρνητικά την πρόθεση για ταξίδι κατά την διάρκεια της πανδημίας. Σχετικά με την Ελλάδα, τα συνεχώς αυξανόμενα κρούσματα, σε συνδυασμό με ένα μέτριο υγειονομικό προφίλ, συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες της Ευρώπης, υποθέσαμε ότι θα λειτουργούσε ανασταλτικά στην πρόθεση των ξένων τουριστών για να την επισκεφτούν. Παρ'όλα αυτά, από τα αποτελέσματα της συγκεκριμένης έρευνας φαίνεται να μην υπάρχει σχέση μεταξύ του υγειονομικού προφίλ της Ελλάδας και της πρόθεσης επίσκεψης εν μέσω πανδημίας Covid-19. Πράγματι και από τις απαντήσεις του ερωτηματολογίου φαίνεται οι συμμετέχοντες να κρατούν μια πιο ουδέτερη στάση σχετικά με το υγειονομικό προφίλ της Ελλάδας. Το γεγονός αυτό μπορεί να οφείλεται στην μειωμένη ή ημιτελής πληροφόρηση που μπορεί να έχουν για την υγειονομική κατάσταση της χώρας οι ξένοι τουρίστες, καθώς η εικόνα που έχουν για το υγειονομικό προφίλ της Ελλάδας και τις τακτικές καταπολέμησης της πανδημίας Covid-19 είναι αυτή που τα μέσα μαζικής ενημέρωσης προβάλλουν (Lee & Kim, 2020), και ας μην ξεχνάμε ότι στο πρώτο κύμα της πανδημίας, όπου όλος ο κόσμος ήθελε να μείνει συνεχώς ενήμερος για την εξέλιξη της πανδημίας παγκοσμίως, η Ελλάδα είχε καθημερινά πολύ λίγα κρούσματα και κατ'επέκταση νεκρούς με αποτέλεσμα να έχει αποκομίσει θετικά σχόλια από τα διεθνή μέσα ενημέρωσης, οπότε λογικό είναι να συμπεράνουμε πως

διαφορετικά αντιλαμβάνεται ο ντόπιος την υγειονομική κατάσταση της χώρας στην οποία ζει καθημερινά τα γεγονότα και διαφορετικά την αντιλαμβάνεται ο ξένος τουρίστας, που συνήθως, η άποψη και η εικόνα που αποκτά για μια διαφορετική χώρα, είναι αυτή που τα μέσα μαζικής ενημέρωσης προωθούν. Επιπροσθέτως, καθώς η Ελλάδα ανήκει στην Ε.Ε., καθοδηγείται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή για μια κοινή ευρωπαϊκή αντιμετώπιση της έξαρσης του κορονοϊού ακολουθώντας κοινά περιοριστικά μέτρα και οδηγίες για τον περιορισμό της έξαρσης της πανδημίας, γεγονός που ενδεχομένως κάνει τους μελλοντικούς τουρίστες να νιώθουν μια σχετική ασφάλεια και να μην τους ενδιαφέρει τόσο για την υγειονομική κατάσταση της χώρας που θα επισκεφτούν μελλοντικά. Επίσης, από τον Πίνακα 4.3.2α το υγειονομικό προφίλ της Ελλάδας φαίνεται να σχετίζεται θετικά με την ηλικία, με τα άτομα σε μεγαλύτερη ηλικία να ενδιαφέρονται περισσότερο για την υγειονομική κατάσταση της χώρας. Παρόμοια αποτελέσματα διαπιστώθηκαν και στην έρευνα των Kim, Park & Kang (2018) με τους νεότερους να κρίνουν τον αντιληπτό κίνδυνο για την υγεία ως μικρότερο, συγκριτικά με τους μεγαλύτερους ηλικιακά. Επίσης η μελέτη του Πίνακα 4.4.3γ και η μελέτη της συγκεκριμένης υπόθεσης, έδειξε ότι το εισόδημα (INCOME) επηρέασε θετικά την πρόθεση επίσκεψης, που σημαίνει ότι, όσο μεγαλύτερο εισόδημα είχαν οι συμμετέχοντες, τόσο μεγαλύτερη ήταν η πρόθεση τους για ταξίδι στην Ελλάδα εν μέσω πανδημίας.

Η τέταρτη υπόθεση (H4) της έρευνας εξετάζει τη σχέση μεταξύ του πολιτιστικού προφίλ της Ελλάδας και της πρόθεσης επίσκεψης εν μέσω πανδημίας Covid-19. Τα αποτελέσματα από την ανάλυση δεδομένων και συγκεκριμένα ο Πίνακας 4.4.4γ αποδεικνύει πως υπάρχει θετική συσχέτιση μεταξύ του πολιτιστικού προφίλ της Ελλάδας και της πρόθεσης επίσκεψης.

Η Ελλάδα είναι μία χώρα με πλούσια πολιτιστική κληρονομιά. Η κληρονομιά αποτελείται από ένα πλήθος αρχαιολογικών χώρων, μουσείων και μνημείων σε όλη την ελληνική επικράτεια. Όσον αφορά τους τουρίστες του πολιτιστικού τουρισμού έχουν υψηλό μορφωτικό επίπεδο και ανήκουν σε υψηλές κλίμακες εισοδήματος (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011), το οποίο διαπιστώθηκε και από την μελέτη του Πίνακα Συσχετίσεων 4.3.2α, όπου φαίνεται το πολιτιστικό προφίλ της Ελλάδας να σχετίζεται θετικά με το εισόδημα. Επίσης αν και έρευνες έχουν δείξει ότι ο πολιτιστικός τουρίστας ανήκει στις μεσαίες και μεγαλύτερες ηλικίες, τελευταία παρατηρείται σχετική αύξηση και στις νεότερες ηλικιακές ομάδες (Καφούρος, 2015), το οποίο φαίνεται και από την μελέτη του Πίνακα Συσχετίσεων 4.3.2α αλλά και από το γεγονός ότι το δείγμα της

συγκεκριμένης έρευνας αποτελείται σε ποσοστό 85,61% από άτομα ηλικίας 20 έως 39 ετών.

Μελετώντας την σχέση της γνωστικής αντίληψης κινδύνου με την δημιουργία επιθυμίας για ταξίδι στην Ελλάδα εν καιρώ πανδημίας Covid-19 δημιουργήθηκε η ανάγκη περαιτέρω μελέτη της. Για τον λόγο αυτό, εξετάστηκε στην πέμπτη υπόθεση (H5) ο μετριαστικός ρόλος του πολιτιστικού προφίλ της Ελλάδας στην γνωστική αντίληψη κινδύνου και την επιθυμία.

Όπως αναφέρθηκε και στη βιβλιογραφική ανασκόπηση του Κεφαλαίου 2, το γνωστικό στοιχείο αξιολογείται με βάση τα χαρακτηριστικά προορισμού, τα οποία περιγράφουν ένα μέρος ως τουριστικό προορισμό και αντιστοιχούν στους πόρους και τα αξιοθέατα του (Gallarza, Saura & Garcíá, 2002). Όσον αφορά τα χαρακτηριστικά προορισμού, οι Chi & Qu (2008) κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι η ικανοποίηση από τα χαρακτηριστικά του κάθε προορισμού έχει σημαντική και θετική επίδραση στη πρόθεση επίσκεψης του τουρίστα. Τα πλούσια χαρακτηριστικά της Ελλάδας την καθιστούν ιδιαίτερος ελκυστικό τουριστικό προορισμό. Έτσι θεωρήθηκε ότι οι γνώσεις και το κέρδος που θα λάμβανε κάποιος από την επίσκεψη στα πολιτιστικά μέρη και δρώμενα της Ελλάδας θα ήταν ικανά να επηρεάσουν την γνωστική αντίληψη κινδύνου και παράλληλα να ενισχύσουν την επιθυμία για ταξίδι στην Ελλάδα εν μέσω πανδημίας Covid-19.

Σύμφωνα με την παρούσα έρευνα διαπιστώθηκε ότι το πολιτιστικό προφίλ της Ελλάδας δεν μετριάζει την σχέση που υπάρχει μεταξύ της γνωστικής αντίληψης κινδύνου και της επιθυμίας για ταξίδι καθώς ήδη από την μελέτη της πρώτης υπόθεσης (H1) διαπιστώθηκε ότι υπάρχει θετική σχέση μεταξύ της γνωστικής αντίληψης κινδύνου και της επιθυμίας οπότε το πολιτιστικό προφίλ όπως είναι φυσιολογικό και μετά την απόρριψη της πρώτης υπόθεσης δεν μπορεί να λειτουργεί σαν μετριαστικός παράγοντας.

Εξετάζοντας την σχέση της συναισθηματικής αντίληψης κινδύνου με την δημιουργία επιθυμίας για ταξίδι στην Ελλάδα εν καιρώ πανδημίας Covid-19 δημιουργήθηκε επίσης η ανάγκη περαιτέρω μελέτη της. Για τον λόγο αυτό εξετάστηκε στην έκτη υπόθεση (H6) ο ενισχυτικός ρόλος του υγειονομικού προφίλ της Ελλάδας στην συναισθηματική αντίληψη κινδύνου και την επιθυμία.

Συναισθήματα κινδύνου, όπως άγχος, ανησυχία, φόβο, αμφιβολία είναι ήδη ενισχυμένα λόγω της πανδημίας παγκοσμίως. Ειδικά σε μια χώρα με ένα σχετικά μέτριο υγειονομικό προφίλ όπως η Ελλάδα, η συναισθηματική αντίληψη κινδύνου, μπορεί να ενισχυθεί (Larsen et al., 2009; Reisinger & Mavondo, 2005) με αποτέλεσμα ενδεχομένως να

δημιουργείται περαιτέρω αρνητική διάθεση για ταξίδι εν μέσω πανδημίας. Τα αποτελέσματα από την ανάλυση δεδομένων της συγκεκριμένης έρευνας και συγκεκριμένα ο Πίνακας 4.4.6γ αποδεικνύει ότι το υγειονομικό προφίλ της Ελλάδας δεν ενισχύει την σχέση που υπάρχει μεταξύ της συναισθηματικής αντίληψης κινδύνου και της επιθυμίας για ταξίδι καθώς ήδη από την μελέτη της δεύτερης υπόθεσης (H2) διαπιστώθηκε ότι δεν υπάρχει σχέση μεταξύ της συναισθηματικής αντίληψης κινδύνου και της επιθυμίας οπότε το υγειονομικό προφίλ της Ελλάδας, όπως είναι φυσιολογικό και μετά την απόρριψη της δεύτερης υπόθεσης, δεν μπορεί να λειτουργεί σαν ενισχυτικός παράγοντας στη σχέση τους.

Πέρα από την θετική συσχέτιση μεταξύ της επιθυμίας και της γνωστικής αντίληψης κινδύνου που διαπιστώθηκε μετά την μελέτη της πρώτης υπόθεσης (H1), από την μελέτη των υποθέσεων H1, H2, H5 και H6 διαπιστώθηκε ότι η επιθυμία σχετίζεται θετικά με το φύλο και αρνητικά με την οικογενειακή κατάσταση. Από την ανάλυση δεδομένων φάνηκε δηλαδή, ότι οι αδέσμευτοι έχουν δημιουργήσει μεγαλύτερη επιθυμία για ταξίδι εν μέσω πανδημίας Covid-19 και αυτό είναι φυσιολογικό καθώς δεν έχουν υποχρεώσεις απέναντι σε άλλα πρόσωπα συγκριτικά με τους παντρεμένους που ενδεχομένως, πέρα από σύζυγο, έχουν και παιδιά. Σε παρόμοιο πνεύμα, οι Widmar et al. (2017) έδειξαν στην μελέτη τους ότι οι άνθρωποι που αποφεύγουν να ταξιδεύουν σε προορισμούς δυνητικά μολυσμένους ήταν μορφωμένοι και είχαν παιδιά στο σπίτι.

Τέλος η έβδομη υπόθεση (H7) της έρευνας εξετάζει τη σχέση μεταξύ της επιθυμίας και της πρόθεσης επίσκεψης στην Ελλάδα εν μέσω πανδημίας Covid-19. Τα αποτελέσματα από την ανάλυση δεδομένων και συγκεκριμένα ο Πίνακας 4.4.7γ αποδεικνύει πως υπάρχει θετική σχέση μεταξύ της επιθυμίας και της πρόθεσης επίσκεψης.

Αρκετοί ερευνητές τονίζουν τη σημασία της επιθυμίας στην πραγματοποίηση των προθέσεων συμπεριφοράς και εντοπίζουν την επιθυμία ως άμεση αιτία της πρόθεσης (Lee et al., 2012). Με βάση το σκεπτικό ότι η επιθυμία επηρεάζει σημαντικά την πρόθεση, και σύμφωνα με το μοντέλο BDI, υποστηρίζεται στη συγκεκριμένη έρευνα ότι όσο μεγαλύτερη είναι η επιθυμία για ταξίδι, τόσο ισχυρότερη θα είναι τελικά και η πρόθεση για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19, το οποίο επιβεβαιώθηκε και από την συγκεκριμένη έρευνα καθώς φάνηκε πως η επιθυμία οδηγεί τους τουρίστες σε αυξημένη πρόθεση. Αυτό συνεπάγεται τον σημαντικό ρόλο της επιθυμίας ως σημαντικού διαμεσολαβητή μεταξύ της αντίληψης κινδύνου και της πρόθεσης.

5.3 Σύνοψη Κεφαλαίου

Το παρόν κεφάλαιο ανέλυσε τα ευρήματα της έρευνας που παρουσιάστηκαν στο Κεφάλαιο 4. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα παρατηρήθηκε ότι η γνωστική αντίληψη κινδύνου σχετίζεται θετικά με την επιθυμία. Επίσης σχετίζεται θετικά με την προηγούμενη επίσκεψη στην Ελλάδα και με την ηλικία των συμμετεχόντων. Η συναισθηματική αντίληψη κινδύνου φαίνεται να μην σχετίζεται με την επιθυμία, ενώ σχετίζεται θετικά με την οικογενειακή κατάσταση. Το πολιτιστικό προφίλ της Ελλάδας σχετίζεται θετικά με την πρόθεση επίσκεψης εν μέσω πανδημίας Covid-19, με το εισόδημα και το φύλο. Επίσης, το υγειονομικό προφίλ της Ελλάδας φαίνεται να μην σχετίζεται με την πρόθεση επίσκεψης, ενώ σχετίζεται θετικά με την ηλικία των συμμετεχόντων. Επίσης δεν διαπιστώθηκε ο ενισχυτικός ρόλος του υγειονομικού προφίλ της Ελλάδας στην σχέση της συναισθηματικής αντίληψης κινδύνου και της επιθυμίας, ούτε διαπιστώθηκε ο μετριαστικός ρόλος του πολιτιστικού προφίλ της Ελλάδας στην σχέση της γνωστικής αντίληψης κινδύνου και της επιθυμίας. Επίσης στην συγκεκριμένη έρευνα αποδείχτηκε ότι η επιθυμία σχετίζεται θετικά με την πρόθεση όπως επίσης φάνηκε ότι και το εισόδημα των συμμετεχόντων σχετίζεται θετικά με την πρόθεση επίσκεψης. Τέλος διαπιστώθηκε ότι και οι νεότερες ηλικίες είναι πρόθυμες να επισκεφτούν την Ελλάδα για πολιτιστικό τουρισμό.

Κεφάλαιο 6 : Συμπεράσματα – Προτάσεις και Περιορισμοί

Έρευνας

6.1 Εισαγωγή

Το παρόν κεφάλαιο έχει ως στόχο να παρουσιάσει τα θεωρητικά συμπεράσματα που βρέθηκαν έπειτα από την έρευνα που διεξήχθη, παρουσιάστηκε και αναλύθηκε στα παραπάνω κεφάλαια. Επίσης, προσπαθεί να θέσει μερικές προτάσεις, οι οποίες θα βοηθήσουν τον τουρισμό να ανακάμψει. Τέλος, αναφέρει τους περιορισμούς της έρευνας και μερικές προτάσεις για μελλοντική έρευνα.

6.2 Θεωρητικά Συμπεράσματα

Αυτή η μελέτη παρέχει μια έγκαιρη και ουσιαστική συζήτηση για την επίδραση του υγειονομικού και πολιτιστικού προφίλ της Ελλάδας στην πρόθεση των τουριστών να επισκεφτούν την Ελλάδα εν μέσω πανδημίας Covid-19. Με βάση την έγκαιρη συλλογή και ανάλυση δεδομένων, προσφέρει αρκετές θεωρητικές προεκτάσεις στο αποκορύφωμα της πανδημίας. Πρώτον, αυτή η μελέτη προσπαθεί να συμβάλει στην τουριστική βιβλιογραφία ερμηνεύοντας το παγκόσμιο τρέχον ζήτημα της πανδημίας που έχει προκαλέσει σοβαρές ανατροπές στην παγκόσμια κοινωνία και τη ζωή των ανθρώπων. Δεύτερον, αυτή η μελέτη επέκτεινε τη θεωρία του μοντέλου BDI με τις μεταβλητές της γνωστικής και συναισθηματικής αντίληψης κινδύνου. Επιπλέον, επιβεβαίωσε την θετική σχέση μεταξύ επιθυμίας (Desire) και πρόθεσης (Intention). Εξέτασε τις πεποιθήσεις (Beliefs) που έχουν σχηματίσει οι τουρίστες για την Ελλάδα μέσα από το πολιτιστικό και υγειονομικό της προφίλ αλλά και την επίδρασή τους στην σχέση μεταξύ γνωστικής και συναισθηματικής αντίληψης κινδύνου και της επιθυμίας. Επιβεβαίωσε με αυτό τον τρόπο πόσο σημαντικός είναι ο πολιτιστικός τουρισμός για την Ελλάδα. Επιβεβαίωσε ότι οι πολιτιστικοί τουρίστες είναι άτομα υψηλού μορφωτικού επιπέδου και εισοδήματος αλλά και ότι, πέρα από τις μεγαλύτερες ηλικίες, και οι νεότερες ηλικίες επιθυμούν να επισκεφτούν την Ελλάδα για να επωφεληθούν της πολιτιστικής της κληρονομιάς.

Τα αποτελέσματα της συγκεκριμένης έρευνας δεν μπόρεσαν να υποστηρίξουν την επίδραση του συστήματος υγειονομικής περίθαλψης στην μελλοντική ταξιδιωτική πρόθεση υποδεικνύοντας τη μικρότερη σημασία αυτού του παράγοντα και ενισχύοντας παράλληλα τη σημασία του πολιτιστικού στοιχείου ως σημαντικού παράγοντα επιρροής της πρόθεσης για ταξίδι στην Ελλάδα. Αυτό το εύρημα έρχεται σε αντίθεση με τη

βιβλιογραφική ανασκόπηση σχετικά με τον σημαντικό ρόλο του συστήματος υγειονομικής περίθαλψης στην πρόθεση ταξιδιού των ατόμων. Για παράδειγμα, παρά τη βιβλιογραφία που υποδηλώνει χαμηλή εμπιστοσύνη των ατόμων σε χώρες με περιορισμένους πόρους και μη αποδοτικό σύστημα υγειονομικής περίθαλψης, ιδιαίτερα την εποχή της πανδημίας (Gille et al., 2020), παίζοντας σημαντικό ρόλο στην ελκυστικότητα του προορισμού και την πρόθεση ταξιδιού (Abubakar & Ikan, 2016), τα ευρήματα αυτής της μελέτης δεν επιβεβαίωσαν την παρουσία τέτοιου φαινομένου στην Ελλάδα. Ωστόσο, η πανδημία του COVID-19 και οι σχετικές επιπτώσεις δεν έχουν τελειώσει ακόμη. Καθώς η κατάσταση της πανδημίας COVID-19 εξακολουθεί να εκτυλίσσεται σε όλες τις χώρες, οι άνθρωποι μπορούν σταδιακά να χτίζουν άλλες προτεραιότητες. Παράγοντες που με το ξέσπασμα της πανδημίας ήρθαν σε προτεραιότητα σιγά σιγά επανέρχονται στην προηγούμενη κατάσταση, και αυτό είναι το επιθυμητό, καθώς έχουν περάσει δύο χρόνια από την έναρξη της πανδημίας.

Επίσης ορισμένες μελέτες σχετικά με τους αντιληπτούς κινδύνους υποστηρίζουν τις πιθανές σχέσεις μεταξύ, ενός κινδύνου από μια μεταδοτική ασθένεια, της επιθυμίας και της πρόθεσης (Brug et al., 2004; Reisinger & Mavondo, 2005; Sonmez & Graefe, 1998; Wu et al., 2010). Οι Sonmez & Graefe (1998) δήλωσαν ότι οι αντιληπτοί κίνδυνοι παίζουν κρίσιμο ρόλο στην αλλαγή της διαδικασίας λήψης αποφάσεων ενός τουρίστα. Οι Reisinger & Mavondo (2005) ισχυρίστηκαν ότι οι κίνδυνοι που αντιλαμβάνονται οι τουρίστες επηρεάζουν αρνητικά την ταξιδιωτική τους πρόθεση, επομένως είναι πιθανό να αλλάξουν τον προορισμό ή την διάθεσή τους απέναντι σε ένα συγκεκριμένο προορισμό αν αντιληφθούν υψηλό αντιληπτό κίνδυνο. Στην συγκεκριμένη έρευνα δεν επιβεβαιώθηκε η αρνητική επίδραση της συναισθηματικής αντίληψης κινδύνου στην δημιουργία επιθυμίας για ταξίδι, ενώ από την άλλη διαπιστώθηκε θετική συσχέτιση μεταξύ της γνωστικής αντίληψης κινδύνου και της επιθυμίας για ταξίδι στην Ελλάδα.

Τέλος τα αποτελέσματα αυτής της μελέτης θα δώσουν αξιοσημείωτες γνώσεις σχετικά με τις τουριστικές συμπεριφορές κατά τη διάρκεια μολυσματικών ασθενειών στο μέλλον.

6.3 Προτάσεις για ανάκαμψη του τουρισμού

Από την συγκεκριμένη έρευνα αναδείχθηκε ο σημαντικός ρόλος της επιθυμίας ως σημαντικού διαμεσολαβητή μεταξύ της γνωστικής αντίληψης κινδύνου και της πρόθεσης επίσκεψης. Γι' αυτό το λόγο ιδιαίτερη έμφαση πρέπει να δοθεί στους τρόπους με τους οποίους μπορεί να δημιουργηθεί η επιθυμία.

Η έρευνα αυτή επιβεβαιώνει επίσης, τη σπουδαιότητα του πολιτιστικού τουρισμού για την Ελλάδα. Κατά συνέπεια, ο πολιτιστικός τουρισμός θα μπορούσε να αποτελέσει αποτελεσματική λύση μάρκετινγκ με βασικούς στόχους, την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και την αύξηση του χρόνου παραμονής και της δαπάνης των τουριστών στην Ελλάδα. Ο πολιτιστικός τουρισμός οφείλει να αποτελεί στρατηγική προτεραιότητα για την Ελλάδα και μέσο παρότρυνσης των τουριστών για επίσκεψη, με στόχο την συλλογή εμπειριών και εικόνων από καινούργιους και ανεξερεύνητους προορισμούς. Ο σχεδιασμός της στρατηγικής με βάση τον πολιτιστικό τουρισμό θα πρέπει να είναι ορθολογικός ώστε η ελληνική πολιτιστική κληρονομιά να μπορεί να αξιοποιηθεί αλλά με σεβασμό και με σύγχρονες μεθόδους προστασίας ώστε το αποτέλεσμα να μην είναι η ανεξέλεγκτη ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού, δεδομένου κιόλας ότι ακόμα βρισκόμαστε σε κατάσταση πανδημίας.

Οι Zeppal & Hall (1991) δίνουν έμφαση στα κίνητρα, και δηλώνουν ότι «ο τουρισμός πολιτιστικής κληρονομιάς βασίζεται στην νοσταλγία για το παρελθόν και την επιθυμία να βιώσουν οι τουρίστες διαφορετικά πολιτιστικά τοπία και πολιτιστικές μορφές». Πράγματι στις ερωτήσεις που έγιναν στην ενότητα για το πολιτιστικό προφίλ της Ελλάδας περίπου το 75% των συμμετεχόντων απάντησε πως επιθυμεί να επισκεφτεί την Ελλάδα για να απολαύσει τον πολιτισμό στο ιστορικό της περιβάλλον, να γνωρίσει τοπικά ήθη και έθιμα, να απολαύσει τη γιορτινή διάθεση, τη μοναδική ατμόσφαιρα της Ελλάδας και νέες εμπειρίες με ντόπιους. Συνεπώς, η στρατηγική θα πρέπει να στοχεύει στην δημιουργικότητα, δηλαδή στην δημιουργία ατμόσφαιρας, ζωντάνιας, περιεχομένου και δραστηριότητας. Να περιλαμβάνει δηλαδή αυθεντικές εμπειρίες στις οποίες οι τουρίστες θα μπορούν να γίνουν συνδημιουργοί με τους ντόπιους και τον πολιτισμό τους. Για παράδειγμα, θα μπορούσαν να αναδειχθούν σε όλη την Ελλάδα πολιτιστικές διαδρομές με μονοπάτια που αναδεικνύουν τοπία, αρχιτεκτονήματα, αρχαιολογικούς χώρους, ναούς, μνημεία, εργαστήρια, παραδοσιακά μαγαζιά με παράλληλη υπόδειξη και αφήγηση ιστοριών από ντόπιους.

Επίσης δεδομένου ότι από την συγκεκριμένη έρευνα διαπιστώθηκε η θετική στάση των νέων απέναντι στον πολιτιστικό τουρισμό, είναι σημαντικό να τεθεί σε εφαρμογή μια νέα προσέγγιση για την επικοινωνία της πολιτιστικής κληρονομιάς, μέσω ισχυρών εκστρατειών, μέσων ενημέρωσης, μέσων κοινωνικής δικτύωσης και διαδικτυακών εργαλείων για την μεγαλύτερη αύξηση του ενδιαφέροντος τους. Για παράδειγμα, θα μπορούσε να γίνει μια συνεργασία με έλληνες και ξένους instagrammers, οι οποίοι θα φιλοξενηθούν για μερικές μέρες σε μέρη πολιτιστικού ενδιαφέροντος στην Ελλάδα, ώστε

να πραγματοποιήσουν διάφορες ενέργειες, να δημιουργήσουν φωτογραφικό υλικό για να το ανεβάσουν στις δικές τους πλατφόρμες κοινωνική δικτύωσης με συγκεκριμένο hashtag και να καλέσουν και άλλους νέους να βιώσουν αντίστοιχα την δική τους εμπειρία.

Καθώς στην συγκεκριμένη έρευνα διαπιστώθηκε η επίδραση της γνωστικής αντίληψης κινδύνου στην επιθυμία, η στρατηγική που θα δημιουργηθεί θα πρέπει να στοχεύει στην εύκολη και γρήγορη πρόσβαση στην γνώση και την πληροφορία για τη μείωση της γνωστικής ασυμφωνίας μεταξύ των προσδοκιών και των μη αναμενόμενων αποτελεσμάτων του ταξιδιού των τουριστών. Η μελέτη των Pennington-Gray et al. (2012) διαπίστωσε ότι όταν οι τουρίστες ανησυχούν περισσότερο για πιθανούς κινδύνους, τείνουν να καταβάλλουν μεγαλύτερες προσπάθειες για την αναζήτηση πληροφοριών σχετικά με αυτούς τους κινδύνους (Roehl & Fesenmaier, 1992). Προκειμένου να διαχειριστούν το ταξίδι τους με ελάχιστα επίπεδα αντιληπτού κινδύνου, οι τουρίστες αναζητούν περισσότερες πληροφορίες όταν προγραμματίζουν το ταξίδι τους (Jacobsen & Munar, 2012). Έτσι συμπεραίνουμε ότι η παροχή γρήγορης και εύκολης πρόσβασης στην γνώση από την κυβέρνηση, για παράδειγμα μέσα από την δημιουργία μιας επίσημης διαδικτυακής πλατφόρμας με όλα τα πολιτιστικά μέρη και γεγονότα που μπορεί να συναντήσει ένας τουρίστας, την κράτηση δραστηριοτήτων που θα παρέχονται από μία πληθώρα επιχειρήσεων-οργανισμούς σε όλη την Ελλάδα, αλλά και πιθανούς κινδύνους που ενδεχομένως να αντιμετωπίσει, θα πρέπει να είναι πρωταρχικός στόχος καθώς μειώνει την αβεβαιότητα για ενδεχόμενους αντιληπτούς κινδύνους.

Εν κατακλείδι, θεωρώντας τον πολιτιστικό τουρισμό ως παράγοντα τουριστικής ανάπτυξης, το οποίο πηγάζει και από την συγκεκριμένη έρευνα, πρέπει να γίνουν προσεκτικές ενέργειες για την ανάδειξη του πολιτιστικού τουρισμού στην Ελλάδα. Όλες οι χώρες, που έχουν σημαντική πολιτιστική κληρονομιά οφείλουν να εστιάζουν στη διατήρηση των μνημείων καθώς προσελκύουν τουρίστες όλο το χρόνο (Lozato & Giolart, 1996). Για να γίνει πραγματικότητα αυτό θα πρέπει να δημιουργηθεί εθνική στρατηγική, να συνεργαστούν όλες οι αρμόδιες υπηρεσίες και να υπάρξει συνεργασία με τον ιδιωτικό τομέα με πρωταρχικό μέλημα τον πολιτιστικό τουρισμό και την παροχή γρήγορης και εύκολης γνώσης.

6.4 Περιορισμοί έρευνας και προτάσεις για περαιτέρω έρευνα

Η παρούσα έρευνα ήταν φυσιολογικό να έρθει αντιμέτωπη με ορισμένους περιορισμούς. Πρώτον, λόγω της πανδημίας αλλά και επειδή η έρευνα απευθυνόταν σε ξένους τουρίστες το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε μέσα από πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης με αποτέλεσμα κυρίως νεότερης ηλικίας άτομα να συμμετέχουν στην έρευνα. Ως επακόλουθο, τα συμπεράσματα είναι εστιασμένα και αφορούν κυρίως τους νέους από 20 έως 39 ετών. Μια μελλοντική έρευνα λοιπόν, θα μπορούσε είτε να εστιάσει σε μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες, είτε να διεξαχθεί με τέτοιο τρόπο ώστε να μπορεί να υπάρχει ικανοποιητικό δείγμα από όλες τις ηλικιακές ομάδες και κατά συνέπεια να μπορούν να γενικευτούν τα αποτελέσματα.

Επίσης, αυτή η μελέτη είναι μια εμπειρική έρευνα που εφάρμοσε ποσοτική ανάλυση για να εξηγήσει τις σχέσεις μεταξύ του Εννοιολογικού Μοντέλου που δημιουργήθηκε στο Κεφάλαιο 2. Μια μελλοντική έρευνα προτείνεται να επεκτείνει το πεδίο της έρευνας με εναλλακτικές μεθόδους συλλογής δεδομένων, όπως ποιοτικές ή μεικτές αναλύσεις, για να επιβεβαιώσει τα αποτελέσματα της παρούσας μελέτης.

Ένας σημαντικός περιορισμός αποτελεί το χρονικό διάστημα κατά το οποίο πραγματοποιήθηκε. Το ερωτηματολόγιο απαντήθηκε κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19 σε ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Η πρόθεση συμπεριφοράς κατά τη διάρκεια της πανδημίας μπορεί να αλλάξει μέχρι το τέλος της πανδημίας. Συνεπώς, οι ερευνητές θα πρέπει να συλλέξουν επιπλέον δεδομένα κατά τη διάρκεια διαφορετικών χρονικών περιόδων, για διαχρονική εξέταση του ζητήματος.

Η έρευνα απευθυνόταν σε ξένους τουρίστες και οι συμμετέχοντες ήταν κυρίως από ευρωπαϊκές χώρες. Το γεγονός αυτό, από την μία δεν θέτει γεωγραφικό περιορισμό του δείγματος που απάντησε στην έρευνα, από την άλλη οι απαντήσεις από κάθε χώρα δεν είχαν ικανοποιητικό μέγεθος ώστε να μπορούν να αντληθούν συγκεκριμένα συμπεράσματα για κάθε χώρα. Συνεπώς, ιδιαίτερο ερευνητικό ενδιαφέρον θα είχε η διεξαγωγή της ίδιας έρευνας σε διαφορετικές χώρες, αλλά με μεγαλύτερο αριθμό συμμετεχόντων, ώστε να μπορέσει να θεωρηθεί το δείγμα αντιπροσωπευτικό για κάθε χώρα.

Επίσης τα διαφορετικά γεωγραφικά όρια έχουν διαφορετικές πολιτικό-οικονομικές συνθήκες. Η μελλοντική έρευνα ενδεχομένως να είχε διαφορετικά αποτελέσματα αν εστιαζόταν σε χώρες με χαμηλό βιοτικό επίπεδο καθώς, όπως διαπιστώθηκε και από την

συγκεκριμένη έρευνα, η πρόθεση επίσκεψης σχετίζεται με την εκπαίδευση και το εισόδημα των συμμετεχόντων.

Επιπροσθέτως το γεγονός ότι το 76,98% των συμμετεχόντων έχουν επισκεφτεί ξανά την Ελλάδα μπορεί να επιδρά θετικά στην πρόθεση επίσκεψης καθώς προηγούμενες έρευνες έδειξαν ότι ταξιδιώτες με προηγούμενη ταξιδιωτική εμπειρία σε έναν συγκεκριμένο προορισμό έχουν διαφορετικά επίπεδα ανθεκτικότητας στον ταξιδιωτικό κίνδυνο και στις μελλοντικές προθέσεις επανεπίσκεψης του προορισμού συγκριτικά με εκείνους που είχαν μικρή ή και καθόλου προηγούμενη ταξιδιωτική εμπειρία σε έναν συγκεκριμένο προορισμό (Jarumaneerat, 2021). Οπότε μια μελλοντική έρευνα θα μπορούσε να στοχεύει σε άτομα που δεν έχουν επισκεφτεί ξανά την Ελλάδα για να διαπιστωθεί η πρόθεση επίσκεψης και των ξένων τουριστών χωρίς προηγούμενη ταξιδιωτική εμπειρία.

Τέλος, από την μελέτη της αντίληψης κινδύνου διαπιστώθηκε ότι δεν υπάρχει μια ολοκληρωμένη θεωρία που να εξηγεί με σαφήνεια τους παράγοντες και τον τρόπο με τον οποίο επηρεάζουν τον γνωστικό και συναισθηματικό κίνδυνο αλλά και γενικά τον αντιληπτό κίνδυνο. Οι έως τώρα μελέτες έχουν δώσει σημαντικά στοιχεία που φωτίζουν διάφορες πτυχές του αντιληπτού κινδύνου, όμως καμιά δεν κατάφερε να εξηγήσει πλήρως τη συγκεκριμένη έννοια. Οπότε σημαντικό θα ήταν σε μελλοντικές έρευνες να γίνει μια περισσότερο εμπειριστατωμένη έρευνα με όλους τους παράγοντες που επηρεάζουν τον αντιληπτό κίνδυνο, ώστε να μοντελοποιηθεί πλήρως η συγκεκριμένη έννοια.

6.5 Σύνοψη Κεφαλαίου

Στο έκτο κεφάλαιο αναλύθηκαν τα θεωρητικά συμπεράσματα της έρευνας. Επιπλέον, παρουσιάστηκαν κάποιες προτάσεις για την ανάκαμψη του τουρισμού μέσα από την ανάδειξη και προώθηση του πολιτιστικού τουρισμού. Επίσης, παρατέθηκαν οι περιορισμοί στους οποίους υπόκειται η έρευνα και τέλος παρουσιάστηκαν μερικές προτάσεις για μελλοντική έρευνα.

Κεφάλαιο 7 : Συνοπτικά και Συμπερασματικά Σχόλια

Η παρούσα διπλωματική εργασία προσπάθησε να εξετάσει την επίδραση του υγειονομικού και πολιτιστικού προφίλ της Ελλάδας στην πρόθεση επίσκεψης εν μέσω πανδημίας Covid-19.

Αρχικά, προσπάθησε να παρουσιάσει το Μοντέλο BDI στο οποίο βασίστηκε η έρευνα. Έπειτα, έγινε μια προσπάθεια μέσα από βιβλιογραφική ανασκόπηση, να βρεθούν αλλά και να παρουσιαστούν οι μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν στην παρούσα έρευνα και τέλος προσπάθησε να δημιουργήσει τις υποθέσεις προς διερεύνηση.

Ακολούθως παρουσιάστηκε η μεθοδολογία της έρευνας και ο τρόπος συλλογής των δεδομένων. Στη συνέχεια έγινε η ανάλυση των δεδομένων με την μέθοδο της Πολλαπλής Παλινδρόμησης και διαπιστώθηκε ότι η γνωστική αντίληψη κινδύνου εν καιρώ πανδημίας Covid-19 σχετίζεται θετικά με την επιθυμία για ταξίδι ενώ η συναισθηματική αντίληψη κινδύνου φαίνεται να μην σχετίζεται με την επιθυμία για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19. Επίσης από τα αποτελέσματα προέκυψε ότι το υγειονομικό προφίλ της Ελλάδας δεν σχετίζεται με την πρόθεση για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19, ενώ αντίθετα το πολιτιστικό προφίλ της Ελλάδας σχετίζεται θετικά με την πρόθεση επίσκεψης. Το πολιτιστικό προφίλ της Ελλάδας φαίνεται να μην λειτουργεί σαν μετριαστικός παράγοντας μεταξύ της γνωστικής αντίληψης κινδύνου και της επιθυμίας για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19. Επίσης το υγειονομικό προφίλ της Ελλάδας φαίνεται να μην λειτουργεί ενισχυτικά στη σχέση μεταξύ της συναισθηματικής αντίληψης κινδύνου και της επιθυμίας. Τέλος διαπιστώθηκε ότι υπάρχει ισχυρή θετική σχέση μεταξύ της επιθυμίας και της πρόθεσης για ταξίδι εν καιρώ πανδημίας Covid-19.

Επιπλέον, προσπάθησε να αναλύσει τα ευρήματα της έρευνας που διεξήχθη αλλά και να τα συγκρίνει με τα ευρήματα της διεθνούς βιβλιογραφίας. Τέλος, παρέθεσε προτάσεις για περαιτέρω μελέτη αλλά και τους περιορισμούς που αντιμετώπισε κατά την διάρκεια της έρευνας.

Βιβλιογραφικές Αναφορές

Αγγλική βιβλιογραφία

- Abubakar, A. M., & Ilkan, M. (2016). Impact of online WOM on destination trust and intention to travel: A medical tourism perspective. *Journal of Destination Marketing & Management*, 5(3), 192–201.
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In Kuhl Julius & Beckmann Jürgen (Eds.). *Action control*, 11–39. Berlin: Springer.
- Al Shehab, N. A. (2021). The Dark Side of Social Media: Spreading Misleading Information during COVID-19 Crisis. *Studies in Systems, Decision and Control*, 378, 277-306.
- Alvarez, M. D., & Campo, S. (2014). The influence of political conflicts on country image and intention to visit: A study of Israel's image. *Tourism Management*, 40, 70–78.
- Arab-Zozani, M. & Hassanipour, S. (2020). Sharing solidarity experiences to overcome COVID-19. *Annals of Global Health*, 86 (1), 114-114.
- Artuger, S. (2015). The effect of risk perceptions on tourists' revisit intentions. *European Journal of Business and Management*, 7(2), 36-43.
- Bae, S. Y., & Chang, P. J. (2021). The effect of coronavirus disease-19 (COVID-19) risk perception on behavioural intention towards 'untact' tourism in South Korea during the first wave of the pandemic (March 2020). *Current Issues in Tourism*, 24(7), 1017-1035.
- Bagozzi, R. (1992). The self-regulation of attitudes, intentions and behavior. *Social Psychology Quarterly*, 55(2), 178-204.
- Baker, D. (2014). The effects of terrorism on the travel and tourism industry. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 2(1), 58-67.
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868-897.
- Becken, S., Jin, X., Zhang, C., & Gao, J. (2016). Urban air pollution in China: Destination image and risk perceptions. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(1), 130-147.

- Bhattacharjee, A., & Barfar, A. (2011). Information technology continuance research: Current state and future directions. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 21(2), 1–18.
- Boholm, A. (1998). Comparative studies of risk perception: A review of twenty years of research. *Journal of Risk Research*, 1(2), 135–163.
- Bratman, M. E. (1988). *Intentions, plans, and practical reason*. Harvard: Harvard University Press.
- Brown, C. B. (2015). Tourism, crime and risk perception: an examination of broadcast media's framing of negative Aruban sentiment in the Natalee Holloway case and its impact on tourism demand. *Tourism Management Perspectives*, 16, 266-277.
- Brug, J., Aro, A. R., Oenema, A., De Zwart, O., Richardus, J. H., & Bishop, G. D. (2004). SARS risk perception, knowledge, precautions, and information sources, the Netherlands. *Emerging Infectious Diseases*, 10(8), 1486–1489.
- Busemeyer, M. R. (2020). Source of healing or bone of contention? Trust in the German healthcare system during the coronavirus crisis. *Policy Paper*, 04, University of Konstanz, Cluster of Excellence "The Politics of Inequality", Das Progressive Zentrum e.V., Konstanz, Berlin.
- Byun, C. B. (2011). The impact of independent travelers' cultural motive, novelty seeking, sensation seeking on their temporal destination loyalty—Focus on the mediating effect of authenticity. *Journal of Tourism Research*, 26(3), 189–209.
- Campo-Martínez, S., Garau-Vadell, J., & Martínez-Ruiz, M. (2010). Factors influencing repeat visits to a destination: The influence of group composition. *Tourism Management*, 31(6), 662–870.
- Chew, E. Y. T., & Jahari, S. A. (2014). Destination image as a mediator between perceived risks and revisit intention: A case of post-disaster Japan. *Tourism Management*, 40, 382–393.
- Chen, P.-J., & Kerstetter, D. (1999). International Students' Image of Rural Pennsylvania as a Travel Destination. *Journal of Travel Research*, 37(3), 256-266.
- Chen, C. M., Lee, H. T., Chen, S. H., & Huang, T. H. (2011). Tourist behavioural intentions in relation to service quality and customer satisfaction in Kinmen National Park, Taiwan. *International Journal of Tourism Research*, 13, 416–432.

- Chi, C. G.-Q. & Qu, H. (2008). Examining the structural relationship of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, 29(4), 624–636.
- Chung, J. B., & Yun, G. W. (2013). Media and social amplification of risk: BSE and H1N1 cases in South Korea. *Disaster Prevention & Management*, 22, 148–159.
- Correia, A., Kozak, M., & Ferradeira, J. (2013). From tourist motivations to tourist satisfaction. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(4), 411–424.
- Crompton, J. (1979). Motivations for Pleasure Vacation. *Annals of Tourism Research*, 6, 408-424.
- Davis, W. (1984). Two senses of desire. *Philosophical Studies: An International Journal for Philosophy in the Analytic Tradition*, 45(2), 181-195.
- Dryhurst, S., Schneider, C.R., Kerr, J., Freeman, A.L., Recchia, G., Van Der Bles, A.M., Spiegelhalter, D., & Van der Linden, S. (2020). Risk perceptions of COVID-19 around the world. *Journal of Risk Research*, 23(7-8), 994-1006.
- Echtner, C. M., & Ritchie, J. B. (2003). The meaning and measurement of destination image. *Journal of Tourism Studies*, 14(1), 37-48.
- Economou, C. (2010). Greece: Health system review. *Health Systems in Transition*, 12(7), 1–180.
- Fischhoff, B., Slovic, P., Lichtenstein, S., Read, S., & Combs, B. (1978). How safe is safe enough? A psychometric study of attitudes towards technological risks and benefit. *Policy Sciences*, 9, 127-152.
- Fischer, G. W., Morgan, M. G., Fischhoff, B., Nair, I., & Lave, L. B. (1991). What risks are people concerned about? *Risk Analysis*, 11(2), 303-314.
- Gallarza, M.G., Saura, I.G., & García, H.C. (2002). Destination image: Towards a conceptual framework. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 56-78.
- George, R. (2003). Tourist's perceptions of safety and security while visiting Cape Town. *Tourism Management*, 24(5), 575-585.

- George, R., & Swart, K. (2012). International tourists' perceptions of crime–risk and their future travel intentions during the 2010 FIFA World Cup™ in South Africa. *Journal of Sport & Tourism, 17*(3), 201-223.
- Gille, F., Smith, S., & Mays, N. (2020). What is public trust in the healthcare system? A new conceptual framework developed from qualitative data in England. *Social Theory & Health, 19*(1), 1–20.
- Grayson K., Johnson D., & Chen D.F.R. (2008). Is firm trust essential in a trusted environment? How trust in the business context influences customers. *Journal of Marketing Research, 45*(2), 241–256.
- Gursoy, D., Joseph, S. C., & Christina, G. C. (2014). Theoretical examination of destination loyalty formation. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 26*(5), 809–827.
- Gustafson, P. E. (1998). Gender differences in risk perception: Theoretical and methodological perspectives. *Risk Analysis, 18*(6), 805-811.
- Hasan, M. K., Ismail, A. R., & Islam, M. F. (2017). Tourist risk perceptions and revisit intention: a critical review of literature. *Cogent Business & Management, 4*(1), 1412874.
- Herzig, A., Lorini, E., Perrussel, L., & Xiao Z. (2017). BDI logics for BDI architectures: Old problems, new perspectives. *KI-Künstliche Intelligenz, 31*(1), 73-83.
- Hsu, C. H., Cai, L.A., & Li, M. (2009). Expectation, motivation, and attitude: A tourist behavioral model. *Journal of Travel Research, 49*(3), 282–296.
- Isaac, R. K., & Eid, T. A. (2019). Tourists' destination image: An exploratory study of alternative tourism in Palestine. *Current Issues in Tourism, 22*(12), 1499–1522.
- Jacobsen, J., & Munar, A. (2012). Tourist information search and destination choice in a digital age. *Tourism Management Perspectives, 1*, 39–47.
- Jarumaneerat, T. (2021). Segmenting International Tourists Based on the Integration of Travel Risk Perceptions and Past Travel Experience, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*.
- Jaques, P. A., & Vicari, R. M. (2007). A BDI approach to infer student's emotions in an intelligent learning environment. *Computers & Education, 49*(2), 360-384.

- Jeuring, J., & Becken, S. (2013). Tourists and extreme weather events. The role of locus of responsibility in protective behaviour. *Tourism Management*, 37, 193-202.
- Katsoni, V., & Stratigea A. (2015). Tourism and Culture in the Age of Innovation. Second International Conference IACuDiT, Athens 2015.
- Khan, M. J., Chelliah, S., & Ahmed, S. (2017). Factors influencing destination image and visit intention among young women travellers: role of travel motivation, perceived risks, and travel constraints. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(11), 1139-1155.
- Kim, M. J., Bonn, M., & Hall, C. M. (2021). Traveler Biosecurity Behavior during the COVID-19 Pandemic: Effects of Intervention, Resilience, and Sustainable Development Goals. *Journal of Travel Research*, 00(0), 1-20.
- Kim, Y., Park, I., & Kang, S. (2018). Age and gender differences in health risk perception. *Cent Eur J Public Health*, 26 (1), 54–59.
- Koo, C., Joun, Y., Han, H., & Chung, N. (2016). A structural model for destination travel intention as a media exposure. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(7), 1338–1360.
- Kozak, M. (2002). Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations. *Tourism Management*, 23(3), 221–232.
- Larsen, S., Brun, W., & Øgaard, T. (2009). What tourists worry about-construction of a scale measuring tourist worries, *Tourism Management*, 30(2), 260-265.
- Lee, S. T., & Kim, H. S. (2020). Nation branding in the COVID-19 era: South Korea's pandemic public diplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 17(4), 382–396.
- Lee, C.-K., Lee, Y.-K., & Wicks, B., E. (2004). Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction, *Tourism Management*, 25(1), 61-70.
- Lee, J. K., Han, K. H., & Kim, J. G. (2014). A comparative study on the motivation & behavioral intentions according to visit experience of tourism—Comparison between first-time visitors and repeat visitors. *Korean Journal of Tourism Research*, 28(3), 269–289.
- Lee, C.-K., Song, H.-J., Bendle, L. J., Kim, M.-J., & Han, H. (2012). The impact of non-pharmaceutical interventions for 2009 H1N1 influenza on travel intentions: A model of goal-directed behavior. *Tourism Management*, 33(1), 89-99.

- Leggat, P. A., Brown, L. H., Aitken, P., & Speare, R. (2010). Level of concern and precaution taking among Australians regarding travel during pandemic (H1N1) 2009: Results from the 2009 Queensland social survey. *Journal of Travel Medicine*, 17(5), 291–295.
- Lemée, C., Guillard, M., Fleury-Bahi, G., Krien, N., Chadenas, C., Chauveau, E. & Navarro, O. (2019). What meaning do individuals give to coastal risks? Contribution of the social representation theory. *Marine Policy*, 108, 103629.
- Lepp, A., & Gibson, H. (2003). Tourist roles, perceived risk and international tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 606624.
- Li, M., Cai A. L., Lehto X. Y. & Huang J. (2010). A Missing Link in Understanding Revisit Intention—The Role of Motivation and Image. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(4), 335-348.
- Loewenstein, G.F., Weber, E.U., Hsee, C.K., & Welch, N. (2001). *Risk as feelings*. *Psychological Bulletin*, 127(2), 267-286.
- Long, P. T., Perdue, R. R., & Allen, L. (1990). Rural resident tourism perceptions and attitudes by community level of tourism. *Journal of Travel Research*, 28(3), 3–9.
- Loureiro, S. M. C., & Jesus, S. (2019). How perceived risk and animosity towards a destination may influence destination image and intention to revisit: The case of Rio de Janeiro. *Anatolia*, 30(4), 497-512.
- Lozato, J., & Giolart, P. (1996). *Tourist Geography*, publ. Inerbooks, Athens, pp 243.
- Maser, B., & Weiermair, K. (1998). Travel decision-making: From the vantage point of perceived risk and information preferences. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 7(4), 107-121.
- Mawby, R. I. (2000). Tourists' Perceptions of Security: The Risk—Fear Paradox. *Tourism Economics*, 6(2), 109-121.
- Mckercher, B., & Du Cros, H. (2002). *Cultural Tourism: The Partnership between Tourism and Cultural Heritage Management*, New York: Haworth Hospitality Press, 2002.
- Mellers, B., & Chang, S.-J. (1994). Representations of risk judgments. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 57(2), 167-184.

- Miller, W., & Pasta, D. (1995). Behavioral intentions: Which one predict fertility behavior in married couples? *Journal of Applied Psychology*, 25(6), 530-555.
- Moreira, P. (2008). Stealth risks and catastrophic risks: On risk perception and crisis recovery strategies. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 23(2-4), 15-27.
- Nadeau, J., Heslop, L., O'Reilly, N., & Luk, P. (2008). Destination in a country image context. *Annals of Tourism Research*, 35(1), 84-106.
- Nanni, A., & Ulqinaku, A. (2020). Mortality threats and technology effects on tourism. *Annals of Tourism Research*, 86, 102942.
- Novelli, M., Burgess, L. G., Jones, A., & Ritchie, B. W. (2018). 'No Ebola... still doomed'—The Ebola-induced tourism crisis. *Annals of Tourism Research*, 70, 76-87.
- OECD. (2009). *The Impact of Culture on Tourism*, OECD, Paris, 17.
- Paek, H. J., & Hove, T. (2017). Risk perceptions and risk characteristics. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*, Oxford University Press, Oxford, 1-16.
- Park, K., & Reisinger, Y. (2010). Differences in the perceived influence of natural disasters and travel risk on international travel. *Tourism Geographies*, 12(1), 1-24.
- Papas, N. (2021). COVID19: Holiday intentions during a pandemic. *Tourism Management*, 84, 104287.
- Pennington-Gray, L., & Pizam, A. (2011). Destination crisis management. *Destination marketing and management: theories and applications*, 19, 314.
- Pennington-Gray, L., Kaplanidou, K., & Schroeder, A. (2012). Drivers of social media use among African Americans in the event of a crisis. *Natural Hazards*, 66(1), 77-95.
- Perpiña, L., Prats, L., & Camprubí, R. (2021). Image and risk perceptions: an integrated approach. *Current Issues in Tourism*, 24(3), 367-384.
- Perugini, M., & Bagozzi, R. (2001). The role of desires and anticipated emotions in goal-directed behaviours: Broadening and deepening the theory of planned behaviour. *British Journal of Social psychology*, 40(1), 79-98.
- Perugini, M., & Bagozzi, R. P. (2004). The distinction between desires and intentions. *European Journal of Social Psychology*, 34(1), 69-84.

- Peters, E., & Slovic, P. (1996). The role of affect and worldviews as orienting dispositions in the perception and acceptance of nuclear power 1. *Journal of Applied Social Psychology, 26*(16), 1427–1453.
- Pike, S., & Ryan, C. (2004). Destination positioning analysis through a comparison of cognitive, affective, and conative perceptions. *Journal of Travel Research, 42*(4), 333–342.
- Pine, R., & McKercher, B. (2004). The impact of SARS on Hong Kong's tourism industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 16*(2), 139–143.
- Quintal, V. A., Lee, J. A., & Soutar, G. N. (2010). Risk, uncertainty and the theory of planned behavior: A tourism example. *Tourism Management, 31*(6), 797–805.
- Rastegar, R., Seyfi, S., & Rasoolimanesh, S. M. (2021). How COVID-19 case fatality rates have shaped perceptions and travel intention? *Journal of Hospitality and Tourism Management, 47*, 353–364.
- Reichel, A., Fuchs, G., & Uriely, N. (2007). Perceived risk and the non-institutionalized tourist role: The case of Israeli student ex-backpackers. *Journal of Travel Research, 46*(2), 217–226.
- Reisinger, Y., & Mavondo, F. (2005). Travel anxiety and intentions to travel internationally: implications of travel risk perception. *Journal of Travel Research, 43*(3), 212–225.
- Renn, O. (2006). Risk communication—consumers between information and irritation. *Journal of Risk Research, 9*(8), 833–849.
- Roehl, W., & Fesenmaier, D. (1992). Risk perceptions and pleasure travel: An exploratory analysis. *Journal of Travel Research, 30*(4), 17–26.
- Richards, G. (1996). *Cultural Tourism in Europe*. CABI, Wallingford.
- Shim, M., & You, M. (2015). Cognitive and affective risk perceptions toward food safety outbreaks: Mediating the relation between news use and food consumption intention. *Asian Journal of Communication, 25*(1), 48–64.
- Shin, H., Nicolau, J. L., Kang, J., Sharma, A., & Lee, H. (2020). Travel decision determinants during and after COVID-19: The role of tourist trust, travel constraints, and attitudinal factors. *Tourism Management, 88*, 104–428.

- Schroeder, A., Pennington-Gray, L., Kaplanidou, K., & Zhan, F. (2013). Destination risk perceptions among U.S. residents for London as the host city of the 2012 summer Olympic Games. *Tourism Management*, 38, 107-119.
- Sjöberg, L., Moen, B. E., & Rundmo, T. (2004). Explaining risk perception. An evaluation of the psychometric paradigm in risk perception research. *Rotunde*, 84, 1–33.
- Slovic, P., Fischhoff, B., & Lichtenstein, S. (1980). Facts and fears: Understanding perceived risk. In R C Swing & W A Alberts, Jr (ed), *Societal risk assessment: How safe is safe enough?* (pp 181-216). New York: Plenum.
- Slovic, P. (1987). Perception of risk. *Science*, 236, 280–285.
- Slovic, P. (1999). Trust, emotion, sex, politics, and science: Surveying the risk-assessment battlefield. *Risk Analysis*, 19(4), 689–701.
- Sonmez, S.F., & Graefe, A.R. (1998). Determining future travel behavior from past travel experience and perceptions of risk and safety. *Journal of Travel Research*, 37(2), 171-177.
- Tasci, A. D. A., & Gartner, W. C. (2007). Destination image and its functional relationships. *Journal of Travel Research*, 45(4), 413–425.
- Tasci, A. D. A., Gartner, W. C., & Cavusgil, S. T. (2007). Conceptualization and operationalization of destination image. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 31(2), 194–223.
- Teeroovengadum, V., Seetanah, B., Bindah, E., Pooloo, A., & Veerasawmy, I. (2021). Minimising perceived travel risk in the aftermath of the COVID-19 pandemic to boost travel and tourism. *Tourism Review*, 76(4), 910-928.
- Tieng, S. (2019). *Cultural Tourism*. Business & Economics.
- Trumbo, C.W., Peek, L., Meyer, M.A., Marlatt, H.L., Gruntfest, E., McNoldy, B.D., & Schubert, W.H. (2016). A cognitive-affective scale for hurricane risk perception. *Risk Analysis*, 36(12), 2233-2246.
- Unesco.org (2021). World Heritage List. Available at: <http://whc.unesco.org/en/list/&order=country#alphaG>.

- Untaru, E., N., & Han, H. (2020). Protective measures against COVID-19 and the business strategies of the retail enterprises: Differences in gender, age, education, and income among shoppers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60, 102446.
- Vlek, C., & Stallen, P. J. (1981). Judging risks and benefits in the small and in the large. *Organizational Behavior and Human Performance*, 28(2), 235-271.
- Weinstein, N. (1988). The precaution adoption process. *Health Psychology*, 7(4), 355–386.
- Wen, J., Kozak, M., Yang, S., & Liu, F. (2020). COVID-19: potential effects on Chinese citizens' lifestyle and travel. *Tourism Review*, 76(1), 74-87.
- Widmar, N. J. O., Dominick, S. R., Ruple, A., & Tyner, W. E. (2017). The influence of health concern on travel plans with focus on the Zika virus in 2016. *Preventive Medicine Reports*, 6, 162–170.
- Wike, R., Fetterolf, J., & Mordecai, M. (2020). U.S. image plummets internationally as most say country has handled coronavirus badly. Pew Research Center.
- Williams, A., & Balaz, V. (2015). Tourism risk and uncertainty: Theoretical reflections. *Journal of Travel Research*, 54(3), 271-287.
- Wilks, J., & Moore, S. (2003). *Tourism risk management for the Asia Pacific region: An authoritative guide for managing crises and disasters*. APEC International Centre for Sustainable Tourism (AICST).
- Wolff, K., Larsen, S., & Øgaard, T. (2019). How to define and measure risk perceptions. *Annals of Tourism Research*, 79, 102759.
- World Health Organization. (2021). Available at: <https://www.who.int/>.
- Wu, E., Law, R., & Jiang, B. (2010). The impact of infectious diseases on hotel occupancy rate based on independent component analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 29(4), 751-753.
- Yang, Y., Zhang, C. X., & Rickly, J. M. (2021). A review of early COVID-19 research in tourism: Launching the Annals of Tourism Research's Curated Collection on coronavirus and tourism. *Annals of tourism Research*, 91, 103313.

Yanni, E. A., Marano, N., & Han, P. (2010). Knowledge, attitudes, and practices of US travelers to Asia regarding seasonal influenza and H5N1 avian influenza prevention measures. *Journal of Travel Medicine*, 17(6), 374–381.

Zenker, S., Braun, E., & Gyimothy, S. (2021). Too afraid to Travel? Development of a Pandemic (COVID-19) Anxiety. *Tourism Management*, 84, 104286.

Zeppal, H., & Hall C. (1991). Selling Art and History: Cultural Heritage and Tourism. *Tourism Studies*, 2, 47–55.

Ελληνική βιβλιογραφία

Bankofgreece.gr. (2021). Εξελίξεις στο ταξιδιωτικό ισοζύγιο πληρωμών: Σεπτέμβριος 2021. Available at: <https://www.bankofgreece.gr/enimerosi/grafeio-typoy/anazhthsh-enhmerwsewn/enhmerwseis?announcement=e756e44c-c469-408b-8ef4-bb13b17b1f4d>.

Capital.gr. (2021). ΤτΕ: "Άλμα" 139,3% των ταξιδιωτικών εισπράξεων στο εννεάμηνο. Available at: <https://www.capital.gr/oikonomia/3596633/tte-alma-139-3-ton-taxidiotikon-eispraxeon-sto-enneamino>.

Ένωση Αποφοίτων Εθνικής Σχολής Δημόσιας Διοίκησης & Αυτοδιοίκησης ΕΝ.ΑΠ. ΕΣΔΔΑ. (2021). Το Δημόσιο Σύστημα Υγείας στην εποχή της πανδημίας. Αθήνα.

Καφούρος, Β. (2015). Προτάσεις για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού στην Ελλάδα.

Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π., & Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού: Ζήτηση και Προσφορά Νέων Προϊόντων Τουρισμού. Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.

Ιωσηφίδης, Τ. (2020). Ο αντίκτυπος του COVID-19 στον ελληνικό τουρισμό. Available at: https://www.ey.com/el_gr/covid-19/covid-19-s-impact-on-the-greek-tourism-sector.

ΟΟΣΑ/Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο για τα Συστήματα και τις Πολιτικές Υγείας. (2019). Ελλάδα: Προφίλ Υγείας 2019, Η Κατάσταση της Υγείας στην ΕΕ. ΟΟΣΑ. Παρίσι/Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο για τα Συστήματα και τις Πολιτικές Υγείας, Βρυξέλλες.

Παράρτημα

I. Ερωτηματολόγιο Έρευνας



**QUESTIONNAIRE: The impact of Greece's (cultural and health) profile on
tourist behavior during Covid-19 pandemic**

This questionnaire is part of Tsamitrou Charikleia's diploma thesis in the University of Macedonia MBA program. The existing questionnaire investigates the impact of Greece's (cultural and health) profile on tourist behavior during the Covid-19 pandemic.

You will need less than 10 minutes to complete the survey. The study adheres to personal data law protection.

Thank you in advance for your time.

1st Section: COGNITIVE RISK PERCEPTION (Bae & Chang, 2021)

How much do you agree or disagree with the following statements?

	Totally Disagree (1)	Disagree (2)	Neutral (3)	Agree (4)	Totally Agree (5)
Cognitive Risk Perception					
1. I understand that COVID-19 is a dangerous and risky virus					
2. I think COVID-19 is more severe than flu					
3. I believe I can protect myself against COVID-19					
4. There is a high likelihood of acquiring COVID-19 when traveling					
5. There is a high likelihood that I will acquire COVID-19 compared to other people					
6. There is a high likelihood of acquiring COVID-19 compared to other diseases					
7. There is a high likelihood of dying from COVID-19					

2nd Section: AFFECTIVE RISK PERCEPTION (Zenker, et al., 2021)

How much do you agree or disagree with the following statements?

	Totally Disagree (1)	Disagree (2)	Neutral (3)	Agree (4)	Totally Agree (5)
Affective Risk Perception					
1. COVID-19 has made me fearful					
2. COVID-19 has increased my anxiety level					
3. COVID-19 makes me worry a lot about my normal ways of travelling					
4. It makes me uncomfortable to think about COVID-19 while planning my vacation					
5. I am afraid to risk my life when I travel, because of COVID-19					
6. When watching news about COVID-19, I become nervous or anxious in regards to travel					
7. I do not feel safe to travel due to COVID-19					

3rd Section: HEALTH PROFILE (Rastegar et al., 2021)

How much do you agree or disagree with the following statements?

	Totally Disagree (1)	Disagree (2)	Neutral (3)	Agree (4)	Totally Agree (5)
Health Profile					
1. I believe the healthcare system of Greece is reliable and robust					
2. I admire the timely and early diagnosis and treatment of Covid-19 by the authorities of Greece					
3. I admire the timely and fast tracking of those exposed to COVID-19 in Greece					
4. I admire the high-capacity for COVID-19 testing in Greece					
5. I trust the information and communication provided by the Greek government about the infection and mortality rate of COVID-19					
6. I would characterize Greek the government as honest in their response to COVID-19					
7. My level of trust in the information and					

communication provided by the Greek government has increased since the start of the COVID-19 outbreak					
---	--	--	--	--	--

4th Section: CULTURAL PROFILE (Lee et al., 2004)

How much do you agree or disagree with the following statements?

	Totally Disagree (1)	Disagree (2)	Neutral (3)	Agree (4)	Totally Agree (5)
Cultural Profile					
1. I will visit Greece to increase my cultural knowledge					
2. I will visit Greece to know about the cultural events					
3. I will visit Greece to enjoy arts and crafts					
4. I will visit Greece to experience local customs and cultures					
5. I will visit Greece to experience foreign cultures					
6. I will visit Greece to enjoy new experiences					
7. I will visit Greece to enjoy art and folk performances					

8. I will visit Greece to enjoy culture in its cultural/historical setting					
9. I will visit Greece to enjoy special events with locals					
10. I will visit Greece to enjoy the festival mood					
11. I will visit Greece to enjoy unique atmosphere					

5th Section: **DESIRE** (Lee et al., 2012)

How much do you agree or disagree with the following statements?

	Totally Disagree (1)	Disagree (2)	Neutral (3)	Agree (4)	Totally Agree (5)
Desire					
1. I want to travel in the near future					
2. I wish to travel in the near future					
3. I am eager to travel in the near future					
4. My wish to travel in the near future can be described desirably					

6th Section: VISIT INTENTION (Lee et al., 2012)

How much do you agree or disagree with the following statements?

	Totally Disagree (1)	Disagree (2)	Neutral (3)	Agree (4)	Totally Agree (5)
Visit intention					
1. I am planning to travel internationally in the near future.					
2. I intend to travel to Greece in the near future.					
3. I will make an effort to travel to Greece in the near future.					
4. I will certainly invest time and money to travel to Greece in the near future.					
5. I am willing to travel to Greece in the near future.					

7th Section: DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS (Kim et al., 2021)

1. Sex

Male (1)

Female (2)

2. Age

Below 20 (1)

20-29 (2)

30-39 (3)

40-49 (4)

50-59 (5)

60 and older (6)

3. Marital status

Single (1)

Married (2)

Divorced, widow(er), living together (3)

4. Educational level

Secondary level or lower (1)

High School diploma (2)

University (3)

Master/Phd (4)

5. Employment/Current activity

Professional (e.g., attorney, engineer) (1)

Business owner/self-employed (2)

Service worker (3)

Office/administrative/clerical worker (4)

Civil servant (government) (5)

Homemaker (6)

Student (7)

Retired (8)

Unemployed (9)

Other (10)

6. Monthly household income:

<1000€ (1)

1001–2000 € (2)

2001–3000 € (3)

3001–4000 € (4)

4001–5000 € (5)

>5001 € (6)

7. Country of residence:

8. Overseas travel frequency in the past 4 years

	0 (1)	1-3 (2)	4-6 (3)	6-10 (4)	10 and more (5)
2018					
2019					
2020					
2021					

9. Prior visit to Greece

Yes (1)

No (2)

Thank you very much for your participation!