



ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Διπλωματική εργασία

**ΕΡΕΥΝΑ ΕΠΙΡΡΟΗΣ ΤΟΥ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΟΥ
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ ΩΣ ΚΡΙΤΗΡΙΟ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΟΥ
ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ**

του

ΠΑΝΑΓΙΩΤΗ ΓΡΗΓΟΡΙΑΔΗ

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΓΡΟΥΓΙΟΥ ΒΑΣΙΛΙΚΗ

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

ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2022

Στους γονείς μου

Ευχαριστίες

Ευχαριστώ την επιβλέπουσα καθηγήτρια κα. Γρούγιου Βασιλική για τη συνεργασία και την κατανόηση.

Ευχαριστώ την οικογένεια και τους φίλους μου για την υποστήριξη και την υπομονή.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά, όλους όσους συμμετείχαν στην έρευνα, συμπληρώνοντας με προθυμία το ερωτηματολόγιο.

Περίληψη

Η παρούσα εργασία αφορά τον τουριστικό κλάδο. Σκοπός της εργασίας είναι να διερευνήσει τις επιπτώσεις των αντιλήψεων των τουριστών σχετικά με την πολιτική - οικονομική αστάθεια και τους κινδύνους της τρομοκρατίας, στην πρόθεση τους να ταξιδέψουν σε χώρες που συνδέονται με διάφορους κινδύνους, καθώς και το αν οι κοινωνικές συνθήκες στις οποίες ζούμε επηρεάζουν την απόφαση μας να επισκεφτούμε κάποιον προορισμό. Η εικόνα της πόλης μπορεί να επηρεάσει τη στάση και τις συμπεριφορές των κατοίκων και των τουριστών προς την πόλη, να αυξήσει την ικανοποίηση των τουριστών, αλλά παίζει επίσης βασικό ρόλο στη δημιουργία υποστήριξης των κατοίκων για περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη. Εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχει, τόσο των δημόσιων υπηρεσιών όσο και των τουριστικών εγκαταστάσεων

Η μελέτη χρησιμοποίησε το θεωρητικό μοντέλο SARF (Social Amplification of Risk Framework) καθώς και προηγούμενες εμπειρικές έρευνες από τη διεθνή βιβλιογραφία. Στα πλαίσια της εργασίας πραγματοποιήθηκε ποσοτική έρευνα μέσω ερωτηματολογίου και ανάλυση των αποτελεσμάτων με το πρόγραμμα στατιστικής ανάλυσης SPSS. Συνολικά συμπληρώθηκαν 280 ερωτηματολόγια. Τα συμπεράσματα της ερευνάς επιβεβαιώνουν τις ερευνητικές υποθέσεις, αναδεικνύοντας και τη συσχέτιση του αντιλαμβανόμενου κινδύνου και του περιβάλλοντος στον οποίο ζούμε, με την επιλογή τουριστικού προορισμού. Η διπλωματική ολοκληρώνεται με προτάσεις για την τουριστική αγορά και περαιτέρω έρευνα.

Λέξεις κλειδιά: τουρισμός, ασφάλεια, αντιληπτός κίνδυνος, επιλογή τουριστικού προορισμού

Abstract

This thesis concerns the tourism sector. The paper aims to investigate the effects of tourists' perceptions in relation to political-economic instability and the risks of terrorism, on their intention to travel to countries associated with various risks, as well as whether the social conditions, in which we live, may affect our decision to visit a particular destination. City image can impact residents' and tourists' attitudes and behaviors toward the city, increase tourist satisfaction and last but not least plays a key role in building residents' support for further tourism development. It mainly depends on the quality of services it provides, both public services and tourist facilities.

This study used the theoretical model SARF (Social Amplification of Risk Framework) as well as previous empirical research from the international literature. As part of the work, a quantitative survey was carried out through a questionnaire and analysis of the results with the SPSS statistical analysis program. A total of 280 questionnaires were completed. The research conclusions confirm the research hypotheses, highlighting the correlation of the perceived risk and the environment in which we live, with the choice of a tourist destination. The thesis concludes with suggestions for the tourism market and further research.

Keywords: tourism, safety, risk perception, tourist destination selection

Πίνακας Περιεχομένων

Περιεχόμενα

Ευχαριστίες.....	iii
Περίληψη.....	iv
Abstract.....	vi
Πίνακας Περιεχομένων	viii
Κατάλογος Εικόνων	x
Κατάλογος Διαγραμμάτων	x
Κατάλογος Γραφημάτων	x
Κατάλογος Πινάκων.....	xi
Κεφάλαιο 1. Εισαγωγή.....	1
1.1 Αιτιολόγηση του θέματος.....	1
1.2 Σκοπός.....	2
1.3 Ερευνητικά ερωτήματα	2
Κεφάλαιο 2. Βιβλιογραφική επισκόπηση.....	5
2.1 Τουρισμός και αντιληπτικός κίνδυνος.....	5
2.2 Το μοντέλο SARF.....	8
2.3 Προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης.....	11
2.4 Τουρισμός και κοινωνικοί παράγοντες	13
2.5 Τουρισμός και πολιτικοί παράγοντες	14
2.6 Συζήτηση υποθέσεων	16
2.6.1 Οικονομική κρίση, Πολιτική αστάθεια και Τρομοκρατία.....	16
2.6.2 Αναψυχή, Ασφάλεια, Δημοτικές εγκαταστάσεις και υπηρεσίες.....	19
2.6.3 Φύλο και Αντίληψη κινδύνων στον τουρισμό.....	21
Κεφάλαιο 3. Μεθοδολογία	25
3.1 Ερευνητική μέθοδος.....	25
3.2 Ερευνητικό περιβάλλον.....	26

3.3 Ερευνητικό εργαλείο (ερωτηματολόγιο).....	26
3.4 Έλεγχος αξιοπιστίας.....	27
Κεφάλαιο 4. Ανάλυση δεδομένων.....	29
4.1 Δημογραφικά στοιχεία.....	29
4.2 Τουριστικές συνήθειες.....	30
4.3 Περιγραφική στατιστική.....	32
4.4 Συσχετίσεις εξαρτημένων μεταβλητών.....	37
4.5 Συσχέτιση του «φύλου» με την «επιλογή ταξιδιωτικού προορισμού βάσει των κινδύνων».....	44
4.6 Σύνοψη Κεφαλαίου.....	45
Κεφάλαιο 5. Συζήτηση αποτελεσμάτων.....	47
5.1 Συζήτηση αποτελεσμάτων.....	47
5.2 Προτάσεις για τη διοίκηση της Τουριστικής Αγοράς σε ασταθή περιβάλλοντα .	48
Κεφάλαιο 6. Συμπεράσματα, Περιορισμοί και Προτάσεις για περαιτέρω Έρευνα.....	51
6.1 Γενικά συμπεράσματα.....	51
6.2 Περιορισμοί και προτάσεις για περαιτέρω έρευνα.....	51
Βιβλιογραφία.....	53
Παράρτημα.....	61
Ερωτηματολόγιο Έρευνας.....	61
Διαγράμματα.....	75

Κατάλογος Εικόνων

Εικόνα 1: Απλοποιημένη αναπαράσταση της Κοινωνικής Ενίσχυσης του Κινδύνου (Kasperson et al, 1988, p.182).....	10
Εικόνα 2: Πυλώνες δείκτη ανταγωνιστικότητας ταξιδιών και τουρισμού	11

Κατάλογος Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1: Μοντέλο Ερευνητικών Υποθέσεων.....	23
---	----

Κατάλογος Γραφημάτων

Διάγραμμα 4.2.1: Για ποιο λόγο ταξιδεύετε συνήθως.....	32
Διάγραμμα 4.2.2: Ποιο είναι το πιο σημαντικό κριτήριο επιλογής τουριστικού προορισμού.....	32

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 3.4.1: Δείκτες εσωτερικής συνέπειας Cronbach α	27
Πίνακας 4.1.1: Δημογραφικά στοιχεία συμμετεχόντων	30
Πίνακας 4.2.1: Τουριστικές συνήθειες συμμετεχόντων	31
Πίνακας 4.3.1: Μέσοι όροι και τυπικές αποκλίσεις ερωτήσεων της ενότητας «Πολιτικοί Παράγοντες».....	34
Πίνακας 4.3.2: Μέσοι όροι και τυπικές αποκλίσεις ερωτήσεων της ενότητας «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με τον τόπο της μόνιμης κατοικίας σας» και «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με την επιλογή τουριστικού προορισμού».....	37
Πίνακας 4.3.3: Συγκεντρωτικοί μέσοι όροι και τυπικές αποκλίσεις ενοτήτων.....	37
Πίνακας 4.4.1: ANOVA Test για τον έλεγχο της συσχέτισης των ενοτήτων «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με τον τόπο της μόνιμης κατοικίας σας», «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με την επιλογή τουριστικού προορισμού»	38
Πίνακας 4.4.2: Pearson r για τον έλεγχο της συσχέτισης των ενοτήτων «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με τον τόπο της μόνιμης κατοικίας σας», «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με την επιλογή τουριστικού προορισμού».....	38
Πίνακας 4.4.3: ANOVA Test για τον έλεγχο της συσχέτισης των ενοτήτων «Ποιότητα εγκαταστάσεων στον τόπο μόνιμης κατοικίας», «Ποιότητα εγκαταστάσεων στον ταξιδιωτικό προορισμό».....	38
Πίνακας 4.4.4: Pearson r για τον έλεγχο της συσχέτισης των ενοτήτων «Ποιότητα εγκαταστάσεων στον τόπο μόνιμης κατοικίας», «Ποιότητα εγκαταστάσεων στον ταξιδιωτικό προορισμό»	39
Πίνακας 4.4.5: ANOVA Test για τον έλεγχο της συσχέτισης των ενοτήτων «Ψυχαγωγία στον τόπο μόνιμης κατοικίας», «Ψυχαγωγία στον ταξιδιωτικό προορισμό».....	39
Πίνακας 4.4.6: Pearson r για τον έλεγχο της συσχέτισης των ενοτήτων «Ψυχαγωγία στον τόπο μόνιμης κατοικίας», «Ψυχαγωγία στον ταξιδιωτικό προορισμό».....	39
Πίνακας 4.4.7: ANOVA Test για τον έλεγχο της συσχέτισης των ενοτήτων «Ασφάλεια στον τόπο μόνιμης κατοικίας», «Ασφάλεια στον ταξιδιωτικό προορισμό»	40
Πίνακας 4.4.8: Pearson r για τον έλεγχο της συσχέτισης των ενοτήτων «Ασφάλεια στον τόπο μόνιμης κατοικίας», «Ασφάλεια στον ταξιδιωτικό προορισμό»	40
Πίνακας 4.4.9: ANOVA Test για τον έλεγχο της συσχέτισης των ενοτήτων «Παρεχόμενες υπηρεσίες στον τόπο διαμονής», «Παρεχόμενες υπηρεσίες στον ταξιδιωτικό προορισμό».....	40

Πίνακας 4.4.10: Pearson r για τον έλεγχο της συσχέτισης των ενοτήτων «Παρεχόμενες υπηρεσίες στον τόπο διαμονής», «Παρεχόμενες υπηρεσίες στον ταξιδιωτικό προορισμό».....	41
Πίνακας 4.4.11: Έλεγχος συσχέτισης των δηλώσεων «Τα ταξίδια σε χώρες με ασταθείς οικονομικές συνθήκες θα πρέπει να αποφεύγονται», «Δεν θα πήγαινα σε προορισμό όπου υπάρχουν ασταθείς οικονομικές συνθήκες».....	41
Πίνακας 4.4.12: Pearson r για τον έλεγχο της συσχέτισης των δηλώσεων «Τα ταξίδια σε χώρες με ασταθείς οικονομικές συνθήκες θα πρέπει να αποφεύγονται», «Δεν θα πήγαινα σε προορισμό όπου υπάρχουν ασταθείς οικονομικές συνθήκες»	41
Πίνακας 4.4.13: Έλεγχος συσχέτισης των δηλώσεων «Τα ταξίδια σε προορισμούς με πολιτική αστάθεια θα πρέπει να αποφεύγονται», «Δεν θα πήγαινα σε προορισμό όπου υπάρχει πολιτική αστάθεια»	42
Πίνακας 4.4.14: Pearson r για τον έλεγχο της συσχέτισης των δηλώσεων «Τα ταξίδια σε προορισμούς με πολιτική αστάθεια θα πρέπει να αποφεύγονται», «Δεν θα πήγαινα σε προορισμό όπου υπάρχει πολιτική αστάθεια».....	42
Πίνακας 4.4.15: Έλεγχος συσχέτισης των δηλώσεων «Τα ταξίδια σε προορισμούς όπου σημειώθηκε τρομοκρατική επίθεση, κατά τη διάρκεια του τρέχοντος έτους, θα πρέπει να αποφεύγονται.», «Δεν θα πήγαινα σε προορισμό όπου έχει σημειωθεί πρόσφατα τρομοκρατική επίθεση».....	42
Πίνακας 4.4.16: Pearson r για τον έλεγχο της συσχέτισης των δηλώσεων «Τα ταξίδια σε προορισμούς όπου σημειώθηκε τρομοκρατική επίθεση, κατά τη διάρκεια του τρέχοντος έτους, θα πρέπει να αποφεύγονται.», «Δεν θα πήγαινα σε προορισμό όπου έχει σημειωθεί πρόσφατα τρομοκρατική επίθεση»	43
Πίνακας 4.4.17: Pearson r για τον έλεγχο της συσχέτισης των επιμέρους ενοτήτων	44
Πίνακας 4.5.1: T Test για την συσχέτιση της ανεξάρτητης μεταβλητής «φύλο» με την εξαρτημένη μεταβλητή «επιλογή ταξιδιωτικού προορισμού βάσει των κινδύνων».....	44
Πίνακας 4.5.2: Συχνότητες και τυπικές αποκλίσεις για την συσχέτιση της ανεξάρτητης μεταβλητής «φύλο» με την εξαρτημένη μεταβλητή «επιλογή ταξιδιωτικού προορισμού βάσει των κινδύνων».....	45
Πίνακας 4.6.1: Συμπεράσματα υποθέσεων	46

Κεφάλαιο 1. Εισαγωγή

1.1 Αιτιολόγηση του θέματος

Η τουριστική βιομηχανία έχει ασκήσει και συνεχίζει να ασκεί μεγάλες επιπτώσεις στην παγκόσμια οικονομία για την ανάπτυξη κάθε έθνους (Milne & Ateljevic, 2001). Στη σύγχρονη εποχή, πολλές χώρες και ειδικότερα αυτές που δεν κατάφεραν να ανταπεξέλθουν εγκαίρως στον έντονο ανταγωνισμό των βιομηχανιών παραγωγής ή μεταποίησης υλικών αγαθών, στρέφονται σε βιομηχανίες παροχής υπηρεσιών (McKinsey Global Institute, 2019). Μεταξύ αυτών των υπηρεσιών, στη διεθνή αγορά φαίνεται ότι η τουριστική βιομηχανία βρίσκεται στο κέντρο του ενδιαφέροντος (IBIS World, 2021). Πρόκειται για μια βιομηχανία υπηρεσιών και περιλαμβάνει ένα πλήθος τομέων όπως είναι τα πρακτορεία τουρισμού, τα ξενοδοχεία, τα εστιατόρια και η ψυχαγωγία και συμβάλλει στην ανάπτυξη και την επέκταση των αγορών εργασίας (Smeral, 1998).

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UWNTO, 2022) “η παγκόσμια εξάπλωση του τουρισμού στα βιομηχανικά και ανεπτυγμένα κράτη έχει δημιουργήσει οικονομικά οφέλη και οφέλη για την απασχόληση σε πολλούς τομείς”. Ορισμένες χώρες αναγνώρισαν εγκαίρως τη μεγάλη σημασία της τουριστικής βιομηχανίας και την καθόρισαν ως κύρια πηγή του εισοδήματος και της οικονομικής τους ανάπτυξης. Αξίζει να αναφερθεί ότι πολλές χώρες, μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα, με σκοπό να προσελκύσουν ξένους επενδυτές, προβάλλοντας ελκυστικές κτηματομεσιτικές προτάσεις σε μέρη υψηλού τουριστικού ενδιαφέροντος και όχι μόνο (FDi Intelligence, 2018).

Ο τουρισμός αναμφίβολα βοηθά στην οικονομία (UNWTO, 2019) και της δικής μας χώρας, όμως, σε καθεμιά από τις περιπτώσεις που αναφέρονται στον τουρισμό υπάρχει μια σειρά παραγόντων επηρεασμού που οδηγούν στην έκβαση της οποιαδήποτε ενέργειας, είτε από την πλευρά του καταναλωτή είτε από την πλευρά του προσφέροντα την εκάστοτε τουριστική υπηρεσία. Είναι γνωστό ότι ιδιαίτερα τον πρώτο χρόνο της πανδημίας, ο τουρισμός στην Ελλάδα επηρεάστηκε αρνητικά από την πρόσφατη υγειονομική κρίση και όλες τις κοινωνικές επιπτώσεις που είχε αυτή παγκοσμίως (Medoná et al, 2021, Ushakov & Adreeva, 2021). Σχετικά με τους πολιτικούς παράγοντες, ποια θα ήταν η τύχη της Ελλάδας στον τουρισμό, αν είχαμε τραγικές εξελίξεις όπως τις πρόσφατες στην Ουκρανία; Διαφαίνεται δηλαδή ότι υπάρχει μια σειρά παραγόντων που επηρεάζουν την απόδοση μιας χώρας στον τομέα του τουρισμού και ξεφεύγουν της δικής της υπαιτιότητας και ικανότητας να ανταπεξέλθει σε κάποιο ζητούμενο επίπεδο τουριστικών παροχών. Όμως, σε ποιο βαθμό; Μπορεί δηλαδή να έχει όλες τις ζητούμενες υποδομές για να ικανοποιήσει τον εκάστοτε

επισκέπτη, μα να είναι τέτοιες οι κοινωνικές ή οι πολιτικές συνθήκες στο εσωτερικό της ή και διεθνώς, που να φέρουν τελικά αρνητικά αποτελέσματα στην προσέλευση επισκεπτών στους προορισμούς της;

Αναγνωρίζοντας τη σημασία των εξωτερικών παραγόντων που επηρεάζουν τη λειτουργία του τουρισμού, στην παρούσα διπλωματική εργασία, το ερευνητικό ενδιαφέρον είναι επικεντρωμένο σε δύο συγκεκριμένες κατηγορίες επηρεασμού των αποφάσεων των επισκεπτών, στις κοινωνικές και στις πολιτικές. Ως εκ τούτου, η ερευνητική εργασία εκπονείται από την οπτική της ζήτησης με απώτερο σκοπό να συνεισφέρει στο γενικότερο έργο για την καλύτερη δυνατή κατανόηση των αντιλήψεων και των επιδιώξεων των επισκεπτών. Με βάση τον αντιληπτικό κίνδυνο, σε τι αναφέρονται οι κοινωνικοί και πολιτικοί παράγοντες που επηρεάζουν τις αποφάσεις των επισκεπτών στην επιλογή τουριστικού προορισμού. Στην ενότητα που ακολουθεί εξετάζεται η έννοια του αντιληπτικού κινδύνου, καθώς και οι κοινωνικοί και πολιτικοί παράγοντες επηρεασμού των επισκεπτών.

1.2 Σκοπός

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να διερευνήσει αν οι κοινωνικοί και πολιτικοί παράγοντες που υφίστανται σε έναν προορισμό επηρεάζουν τις ταξιδιωτικές αποφάσεις των ανθρώπων που σκέφτονται να τον επισκεφθούν. Οι επισκέπτες από τις κρίσεις που παρακολουθούν στα μέσα μαζικής ενημέρωσης και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαμορφώνουν αντιλήψεις και αποκτούν στάσεις, που καθορίζουν την επιλογή τους και για προορισμούς που είναι σε κάποια κοινωνική κρίση ή πολιτική αστάθεια. Όμως, ο βαθμός επηρεασμού τους δεν είναι μονόδρομος και εξαρτάται από το περιβάλλον που προέρχονται οι εκάστοτε αποδέκτες αρνητικών μηνυμάτων (Kasperson et al, 1988).

1.3 Ερευνητικά ερωτήματα

Στην προσπάθεια να απαντηθεί ο ερευνητικός σκοπός, τα σχετικά ερευνητικά ερωτήματα είναι τα ακόλουθα:

1. Σε ποιο βαθμό επηρεάζουν οι κοινωνικοί παράγοντες την απόφαση του ταξιδιώτη στο να επισκεφθεί έναν προορισμό;
2. Σε ποιο βαθμό επηρεάζουν οι πολιτικοί παράγοντες την απόφαση του ταξιδιώτη στο να επισκεφθεί έναν προορισμό;

3. Επηρεάζεται η πρόθεση του επισκέπτη να ταξιδέψει σε έναν προορισμό από τρομοκρατικά περιστατικά που συμβαίνουν στον προορισμό αυτό;
4. Πόσο επηρεάζει το περιβάλλον στο οποίο ζούμε την επιλογή τουριστικού προορισμού;
5. Ποιος είναι ο ρόλος που διαδραματίζει το φύλο στις επιλογές των ταξιδιωτών;

Κεφάλαιο 2. Βιβλιογραφική επισκόπηση

Η ενότητα αυτή ξεκινά με την έννοια του αντιληπτικού κινδύνου και το ρόλο που διαδραματίζει στην τελική απόφαση των τουριστών να επισκεφτούν έναν προορισμό. Στη συνέχεια, ακολουθεί το μοντέλο SARF, κυρίως για να γίνει αντιληπτό ότι η αντίδραση του κοινού στον εκάστοτε κίνδυνο δεν πρέπει να θεωρείται δεδομένα αρνητική και τέλος, ανιχνεύονται οι κοινωνικοί και πολιτικοί παράγοντες που επηρεάζουν τους τουρίστες στην απόφασή τους να ταξιδέψουν σε κάποιον προορισμό.

2.1 Τουρισμός και αντιληπτικός κίνδυνος

Ο Pearce (1995) υποστηρίζει ότι ο τουρισμός είναι ένα φαινόμενο που σχετίζεται με τα ταξίδια και την προσωρινή διαμονή σε μια περιοχή, ενώ οι τουρίστες είναι άτομα που πραγματοποιούν τέτοια ταξίδια κυρίως για λόγους αναψυχής. Ο ίδιος διακρίνει τους τουρίστες σε άτομα που ταξιδεύουν για επαγγελματικούς, υγειονομικούς ή εκπαιδευτικούς λόγους και συνεχίζει ότι ο τουρισμός βρίσκεται στο τέλος ενός ευρέος φάσματος ευκαιριών αναψυχής, οπτική που ίσως να μην καλύπτει όλες τις περιπτώσεις των ικανοποιήσεων που ζητούνται από τους επισκέπτες ενός προορισμού. Άλλωστε, ο τουρισμός αναφέρεται στις διαδικασίες, τις δραστηριότητες και τα προϊόντα που προκύπτουν από τις συνδέσεις και τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ των τουριστών, της τουριστικής βιομηχανίας, των τοπικών κυβερνήσεων, των τοπικών κοινοτήτων και του περιβάλλοντος (Goeldner & Ritchie, 2011), ενώ ένας άλλος ορισμός του τουρισμού τονίζει ότι ο τουρισμός είναι ένα ταξίδι μακριά από το σπίτι για λόγους αναψυχής.

Ένας τέτοιος ορισμός που τονίζει τη σημασία της αναψυχής ως κύρια δραστηριότητα του τουρισμού χρησιμοποιείται και από τους Cooper et al (2008), οι οποίοι ορίζουν τον τουρισμό ως δραστηριότητες εκτός της συνήθους εργασίας και των κοινωνικών υποχρεώσεων, καθώς και το ταξίδι και τη μεταφορά στον προορισμό, τις δραστηριότητες στον προορισμό και τις εγκαταστάσεις για την ικανοποίηση των αναγκών των τουριστών. Κάτι με το οποίο συνηγορούν και οι Shaw και Williams (2012), υποστηρίζοντας ότι ο τουρισμός έχει διαφορετικές έννοιες για διαφορετικές ομάδες καταναλωτών και μπορεί να χρησιμοποιείται για την ικανοποίηση προσωπικών επιθυμιών ή για την παροχή ψυχικής αναζωογόνησης.

Σε κάθε περίπτωση, ο τουρισμός είναι μια βιομηχανία υπηρεσιών, δεδομένου ότι τα προϊόντα του αναφέρονται τελικά σε εμπειρίες, είναι άυλα (Tasci & Gartner, 2007) και ευάλωτα σε απειλές και κινδύνους όπως είναι η κοινωνικοπολιτική αστάθεια, οι φυσικές καταστροφές και όπως αποδείχθηκε τα τελευταία χρόνια, οι επιδημιολογικές κρίσεις. Τέτοιοι παράγοντες δημιουργούν

ευαλωτότητα και μπορούν ακόμη και να καταστρέψουν την εικόνα του εκάστοτε ταξιδιωτικού προορισμού (Sönmez, Apostolopoulos & Tarlow, 1999), αφού προκαλούν δυσκολίες και δεύτερες σκέψεις στους επισκέπτες, καθώς αξιολογούν την ελκυστικότητα ενός προορισμού και τελικά, βασίζονται περισσότερο στις αντιλήψεις τους και λιγότερο στην πραγματικότητα (Kim & Richardson, 2003, Baloglu & McCleary, 1999, Roehl & Fesenmaier, 1992, Echtner & Ritchie, 1991, Chon, 1990, 1992). Η εικόνα του προορισμού είναι σημαντική σε όσους απασχολούνται για έναν προορισμό, καθώς οι διάφοροι προορισμοί ανταγωνίζονται μεταξύ τους σε ό,τι αφορά την αντιλαμβανόμενη εικόνα (Baloglu & Mangaloglu, 2001) η οποία αποτελεί αναπαράσταση του πραγματικού προϊόντος, μα και απόδοση των φυσικών χαρακτηριστικών ενός προορισμού (Tasci & Gartner, 2007).

Συνεπώς, εκτός από τη διαμόρφωση της εικόνας του προορισμού, η αντίληψη των κινδύνων είναι ένας από τους πολλούς κρίσιμους παράγοντες επιλογής που καθορίζουν τα ταξίδια σε προτιμώμενους προορισμούς. Για παράδειγμα, με την αύξηση των φυσικών απειλών, όπως είναι οι επιδημικές ασθένειες και οι φυσικές καταστροφές, προκαλείται ανησυχία στους δυνητικούς επισκέπτες του εκάστοτε προορισμού και το ζητούμενο της ασφάλειας και της προστασίας είναι λογικό να αποτελεί προτεραιότητα (Poon & Adams, 2000).

Στον τουρισμό, η αντίληψη κινδύνου είναι άμεση συνάρτηση της αβεβαιότητας. Αν και ο κίνδυνος μπορεί να συνεπάγεται με θετικά ή αρνητικά αποτελέσματα, συχνά μελετάται ως ανεπιθύμητο αποτέλεσμα. Οι κίνδυνοι που εντοπίζονται περιλαμβάνουν απειλές για την υγεία (π.χ. τροφική δηλητηρίαση), τρομοκρατία ή πολιτική αστάθεια. Στο πλαίσιο πολυάριθμων κρίσεων που συμβαίνουν σε όλο τον κόσμο, η διαχείριση κινδύνων έχει καταστεί ζωτική πτυχή του τρόπου λειτουργίας των επιχειρήσεων εντός του τουρισμού. Τα μη διαχειριζόμενα, επικίνδυνα γεγονότα μπορούν να οδηγήσουν σε προβληματικές εικόνες ασφάλειας των τουριστικών προορισμών, γεγονός που αποτελεί σημαντικό περιορισμό για μια ακμάζουσα τουριστική βιομηχανία (Tarlow, 2014). Επομένως, είναι σημαντικό οι προορισμοί να διαθέτουν ολοκληρωμένες στρατηγικές διαχείρισης που αξιολογούν και ανταποκρίνονται στους κινδύνους με τρόπο που προστατεύει την ασφάλεια των επισκεπτών και του προσωπικού και μεγιστοποιεί τις δυνατότητες συνέχειας των επιχειρήσεων. Για την αντιμετώπιση αυτού του ζητήματος, έχουν δημιουργηθεί ορισμένα πλαίσια και οδηγίες για τη διαχείριση κρίσεων και καταστροφών στον τουρισμό (APEC, 2006).

Η τουριστική βιβλιογραφία προτείνει ότι ο αντιληπτός κίνδυνος εξαρτάται από μια σειρά τουριστικών χαρακτηριστικών. Προηγούμενες μελέτες διαπίστωσαν ότι οι αντιληπτές αξιολογήσεις κινδύνου μπορεί να διαφέρουν με βάση παράγοντες όπως το φύλο (Carr, 2001), την ηλικία (Kozak et al., 2007), την ταξιδιωτική εμπειρία (Sonmez & Graefe, 1998a), την εθνικότητα (Seddighi et al., 2001) και την προσωπικότητα (Lepp & Gibson, 2003). Πιο πρόσφατες μελέτες δείχνουν τη σημασία

για τον υποκειμενικό κίνδυνο θρησκείας (Adam, 2015), τις γνώσεις (Sharifpour et al., 2014), την ανοχή κινδύνου και ικανότητες σχετικές με τον κίνδυνο (Williams & Balaz, 2013).

Μια μεταβλητή που έχει λάβει λιγότερη προσοχή στο πλαίσιο της αντίληψης κινδύνου είναι η ψυχογραφική τυπολογία του Plog (1991), η οποία διαίρεσε τους καταναλωτές τουρισμού σε δύο ευρείες ομάδες αλλοκεντρικών και ψυχοκεντρικών. Σύμφωνα με τον Plog, οι ψυχοκεντρικοί χαρακτηρίζονται από το να είναι ανήσυχοι στην καθημερινή τους ζωή, να αποφεύγουν τον κίνδυνο και να προτιμούν να ταξιδεύουν οργανωμένα σε γνωστούς και συνηθισμένους προορισμούς. Επιπλέον, τείνουν να επισκέπτονται προορισμούς ηλιοθεραπείας και διασκέδασης που συμφωνούν με την προτίμησή τους για χαμηλά επίπεδα δραστηριότητας. Αντίθετα, οι αλλοκεντρικοί προτιμούν ταξίδια χωρίς δομή σε ασυνήθιστα μέρη και περισσότερη επαφή με τοπικούς πολιτισμούς. Είναι πιο σίγουροι, λιγότερο ανήσυχοι, παρακινούμενοι από διάθεση για καινοτομία, ανακάλυψη και αναζητούν διακοπές που τους επιτρέπουν να εξερευνήσουν τους φυσικούς και πολιτιστικούς κόσμους γύρω τους. Στην πραγματικότητα, η κατάσταση είναι πολύ πιο περίπλοκη, δηλαδή συνδυάζουν στοιχεία και των δύο τύπων, και ως εκ τούτου είναι δύσκολο να αναγνωριστούν διαφορετικοί τύποι.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας των Karuscinski & Richards (2016) οι τουρίστες μπορεί να είναι ιδιαίτερα ευαίσθητοι σε οποιαδήποτε πληροφορία σχετικά με την τρομοκρατία λόγω της διακριτικής φύσης της δραστηριότητας των διακοπών και της περιορισμένης γνώσης της χώρας. Σε αυτό το πλαίσιο, ενδέχεται να έχουν λιγότερα κίνητρα να εξετάσουν τα χαρακτηριστικά του συμβάντος, όπως δράστες και στόχους, και αντί αυτού να κρίνουν τον κίνδυνο βάσει του γεγονότος ότι μια επίθεση έχει συμβεί και μια άλλη είναι δυνατή. Αυτή η εξήγηση είναι αντίθετη με τα ευρήματα της έρευνας για την τρομοκρατία του Woods (2011), τα οποία δείχνουν ότι οι διαφορές στις πληροφορίες που αφορούν τους δράστες επηρεάζουν σημαντικά τον αντιληπτό κίνδυνο. Συμπερασματικά, παρά τις διαφορές στα χαρακτηριστικά των γεγονότων, μια τρομοκρατική επίθεση μπορεί να είναι πολύ πιο αποτρεπτικός παράγοντας, τουλάχιστον βραχυπρόθεσμα, από μια περίπτωση κινδύνου που φαίνεται να έχει περιορισμένο πεδίο εφαρμογής (Karuscinski & Richards, 2016).

Παρά τη σημασία του αντιλαμβανόμενου ταξιδιωτικού κινδύνου και της εικόνας του προορισμού, σχετικά λίγες μελέτες ασχολούνται με τις επιπτώσεις του αντιλαμβανόμενου ταξιδιωτικού κινδύνου στο σχηματισμό της εικόνας του προορισμού και το διαμεσολαβητικό ρόλο της εικόνας του προορισμού (Becken et al, 2017, Chew & Jahari, 2014, Chen et al, 2013). Ο κόσμος αντιμετωπίζει μια σειρά από διαφορετικές κρίσεις: η κλιματική αλλαγή, η τρομοκρατία και οι προσφυγικές ροές παραμένουν δυστυχώς τρεις από τις πιο επίκαιρες (United Nations, 2021). Αν η εικόνα ενός προορισμού αποδίδεται ως μια νοητική εικόνα που έχει ένα άτομο για έναν τόπο, από

την τουριστική υποδομή του μέχρι τα πολιτιστικά, φυσικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά του (Beerli & Martin, 2004), τότε ο αντιλαμβανόμενος κίνδυνος είναι ουσιαστικά ένα εμπόδιο στο εκάστοτε ταξίδι (Um & Crompton, 1992).

Το ζήτημα της ασφάλειας του προορισμού αποτελεί ένα όλο και πιο σημαντικό ζήτημα μεταξύ των ταξιδιωτών (Poon & Adams, 2000), καθώς ο αντιλαμβανόμενος κίνδυνος διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη διαδικασία λήψης αποφάσεων των επισκεπτών ενός προορισμού και μπορεί να επηρεάσει την ορθολογική λήψη αποφάσεων για την επιλογή ενός ταξιδιωτικού προορισμού (Soenmez & Graefe, 1998). Αντιλαμβανόμενος κίνδυνος ορίζεται ως η αντίληψη του καταναλωτή για την πιθανότητα μια ενέργεια να τον εκθέσει σε κίνδυνο και μπορεί να επηρεάσει τις ταξιδιωτικές του αποφάσεις εάν θεωρηθεί πολύ μεγάλος (Reichel et al., 2007). Οι Stone & Grønhaug (1993) προσδιόρισαν τον αντιλαμβανόμενο κίνδυνο ως την κατάσταση εκείνη που ενέχει τον κίνδυνο μιας πιθανής απώλειας. Επομένως, οι αντιλήψεις για τον ταξιδιωτικό κίνδυνο, όπως ο φυσικός κίνδυνος, ο ψυχολογικός κίνδυνος, ο οικονομικός κίνδυνος και ο κίνδυνος για την υγεία, μπορούν να προκύψουν από την αντιλαμβανόμενη πιθανή απώλεια λόγω φυσικών καταστροφών (Sharpley, 2005), επιδημιών (Rittichainuwat & Chakraborty, 2009), τρομοκρατίας (Soenmez et al, 1999) και πολιτικής αστάθειας (Richter, 1992).

Οι αντιλήψεις αυτές ενδέχεται να διαφέρουν από την πραγματικότητα (Roehl & Fesenmaier, 1992), καθώς τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, μέσω της διάδοσης πληροφοριών για τους προορισμούς, διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση των αντιλήψεων των καταναλωτών σε ό,τι αφορά τους κινδύνους. Κάτι που μπορεί να μην έχει απαραίτητα μόνο αρνητική συνέπεια για τον εκάστοτε προορισμό και για να γίνει περισσότερο κατανοητό αυτό, θα πρέπει να γίνει αναφορά στο θεωρητικό πλαίσιο SARF (Social Amplification of Risk Framework) (Kasperson et al, 1988) και στον τρόπο που αυτό λειτουργεί.

2.2 Το μοντέλο SARF

Η ειδησεογραφική κάλυψη των κινδύνων αναφέρεται συχνά ότι είναι κρίσιμης σημασίας για να αντιληφθούν τον κίνδυνο τα άτομα που σχετίζονται με αυτούς τους τουριστικούς προορισμούς. Παρά τη σημασία αυτού του ζητήματος για την παγκόσμια τουριστική βιομηχανία, σπάνια μελετάται η σχέση μεταξύ απεικονίσεων κινδύνων και υποδοχής κοινού. Η έρευνα των Karuscinski & Richards (2016) υιοθέτησε τη θεωρία διαμόρφωσης επιλογών για να αξιολογήσει την επίδραση των μέσων ενημέρωσης στην αντίληψη των τουριστών για τον κίνδυνο τρομοκρατικών περιστατικών και πολιτικών ασταθειών. Τα αποτελέσματα αποκάλυψαν ότι η χρήση του πλαισίου ενίσχυσης του κινδύνου και του πλαισίου μείωσης του κινδύνου οδηγεί σε εντονότερη και ασθενέστερη αντίληψη

κινδύνου αντίστοιχα. Επιπλέον, τα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά των τουριστών βρέθηκε ότι μετριάζουν την επίδραση των ειδήσεων στην αντίληψη του κινδύνου.

Τα μέσα μαζικής επικοινωνίας είναι βασικά για οποιαδήποτε στρατηγική διαχείρισης κινδύνου. Οι μελετητές τονίζουν την ανάγκη για προληπτική σχέση με τα μέσα ενημέρωσης, όπως η παροχή πληροφοριών σχετικά με την ασφάλεια στον προορισμό (Mansfeld, 2006; Ritchie et al., 2004). Για το σκοπό αυτό, η βιβλιογραφία σχετικά με τη διαχείριση κρίσεων και καταστροφών προτείνει στρατηγικές επικοινωνίας για τον τουρισμό για να εμπλέξουν τα μέσα ενημέρωσης στη διαδικασία μείωσης των αρνητικών αντιλήψεων (Avraham & Ketter, 2008, 2016; Beirmann, 2003; Ritchie, 2009).

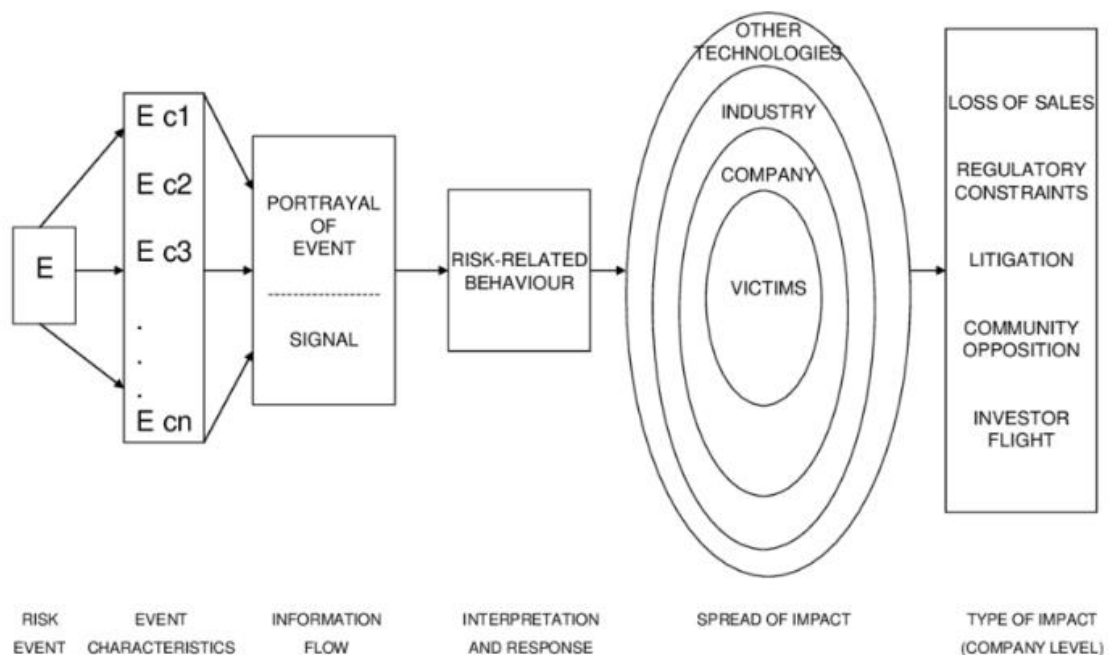
Τόσο οι κοινωνικοί όσο και οι πολιτικοί παράγοντες που υφίστανται σε έναν προορισμό μεταφέρουν μια σειρά πληροφοριών στους εκάστοτε δυνητικούς επισκέπτες. Στην θεωρία δηλαδή της επικοινωνίας, λειτουργούν ως μηνύματα τα οποία επεξεργάζονται και αναλύουν οι τουρίστες στη διαδικασία λήψης αποφάσεων (Aliperti & Cruz, 2019). Κάποια μηνύματα γίνονται αποδεκτά και κάποια απορρίπτονται, επειδή θεωρείται ότι ισχύουν υπό προϋποθέσεις και αλλάζει η βαρύτητά τους (Moscovici, 1980). Τι είναι όμως το μοντέλο SARF και πώς συνδέεται με την οπτική αυτή;

Η βασική θέση των Kaspersen et al. (1988) είναι ότι τα γεγονότα που μπορούν να οδηγήσουν σε καταστροφές, αλληλεπιδρούν με ψυχολογικές, κοινωνικές και πολιτισμικές διαδικασίες με ποικίλους τρόπους και μπορούν να αυξάνουν ή να μειώνουν την αντίληψη του κοινού για τον κίνδυνο και τελικά να αλλάζουν τη στάση του απέναντί του. Αυτές οι συμπεριφορές, με τη σειρά τους, οδηγούν σε δευτερογενείς κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις που μπορεί ακόμη και να αυξήσουν ή να μειώσουν τον ίδιο τον φυσικό κίνδυνο. Οι δευτερογενείς επιπτώσεις προκαλούν την απαίτηση για πρόσθετα μέτρα αντιμετώπισης και προστασίας από τους θεσμούς ή αντίθετα, στην περίπτωση μετριασμού του πραγματικού κινδύνου εμποδίζουν τα αναγκαία μέτρα προστασίας. Αυτές οι κοινωνικές δομές και διαδικασίες, η εμπειρία του κινδύνου, οι επακόλουθες συνέπειές του στις αντιλήψεις των ατόμων και των ομάδων και οι επακόλουθες επιπτώσεις των δημόσιων αντιδράσεων στην κοινωνία και την οικονομία έχουν συνοψιστεί από τους Kaspersen et al. (1988) υπό τον όρο κοινωνική ενίσχυση του κινδύνου, διεθνώς γνωστό ως Social Amplification of Risk Framework ή SARF.

Ουσιαστικά η κοινωνική ενίσχυση του κινδύνου (SARF) αφορά σε ένα θεωρητικό εργαλείο για την κατανόηση του τρόπου με τον οποίο οι κίνδυνοι γίνονται αντιληπτοί, ερμηνεύονται και ενισχύονται ή αμβλύνονται καθώς επικοινωνούνται σε ολόκληρη την κοινωνία (Duckett & Busby, 2013). Η έννοια της κοινωνικής ενίσχυσης του κινδύνου καταφέρει να αποδώσει ένα μηχανισμό διόρθωσης, με τον οποίο η τεχνική εκτίμηση του κινδύνου ευθυγραμμίζεται με την πραγματική (Duckett & Busby, 2013).

Κάθε μήνυμα που εκπέμπεται από έναν αποστολέα μπορεί να περιέχει στοιχεία που βασίζονται σε δεδομένα, ορισμένα στοιχεία που σχετίζονται με αξίες και κανόνες και άλλα που σχετίζονται με συμβολικές έννοιες (Kasperson et al, 1988). Μελέτες για παράδειγμα, έχουν δείξει ότι τα σύμβολα που περιέχονται σε ένα μήνυμα είναι κρίσιμα για το αν ενεργοποιείται ή όχι η προσοχή του δέκτη. Για να γίνει πιο κατανοητό, αν η πηγή της πληροφορίας είναι ένας ανεξάρτητος επιστήμονας ή μια ομάδα επιστημόνων που βραβεύθηκε με κάποιο σημαντικό βραβείο, όπως το Νόμπελ, τότε το περιεχόμενο του μηνύματος μπορεί πραγματικά να προσελκύσει την προσοχή του κοινού. Οι ειδήσεις από τέτοιες πηγές περνούν με επιτυχία τα φίλτρα επιλογής του αποστολέα και του παραλήπτη και γίνονται αντιληπτές ως αξιόπιστες (Sundar & Nass, 2001).

Όταν τα δεδομένα επαναλαμβάνονται και μάλιστα από διαφορετικές πηγές, τότε δημιουργείται εμπιστοσύνη στο κοινό σχετικά με την αλήθεια της πληροφορίας, ενώ οι αναλυτικές περιγραφές των συμπερασμάτων αποσπούν την προσοχή από τυχόν ανακριβείς υποκειμενικές παραδοχές. Όταν οι πηγές χαίρουν της εκτίμησης του κοινού τότε και τα μηνύματα γίνονται αποδεκτά, ακόμη και όταν είναι ελλιπής η τεκμηρίωση της τοποθέτησής τους. Αξίζει να αναφερθεί ότι η προσθήκη ή η διαγραφή συμβόλων μπορεί να αποτελέσει τον πιο ισχυρό τρόπο για την ενίσχυση ή την αποδυνάμωση του αρχικού μηνύματος. Όπως φαίνεται και στο Εικόνα 1, η κοινωνική ενίσχυση του κινδύνου απεικονίζει τον τρόπο με τον οποίο οι διαδικασίες πληροφόρησης, οι θεσμικές δομές, η συμπεριφορά των κοινωνικών ομάδων, αλλά και οι ατομικές αντιδράσεις διαμορφώνουν την κοινωνική εμπειρία του κινδύνου, συμβάλλοντας με τον τρόπο αυτό στις συνέπειές του (Kasperson et al, 1988).

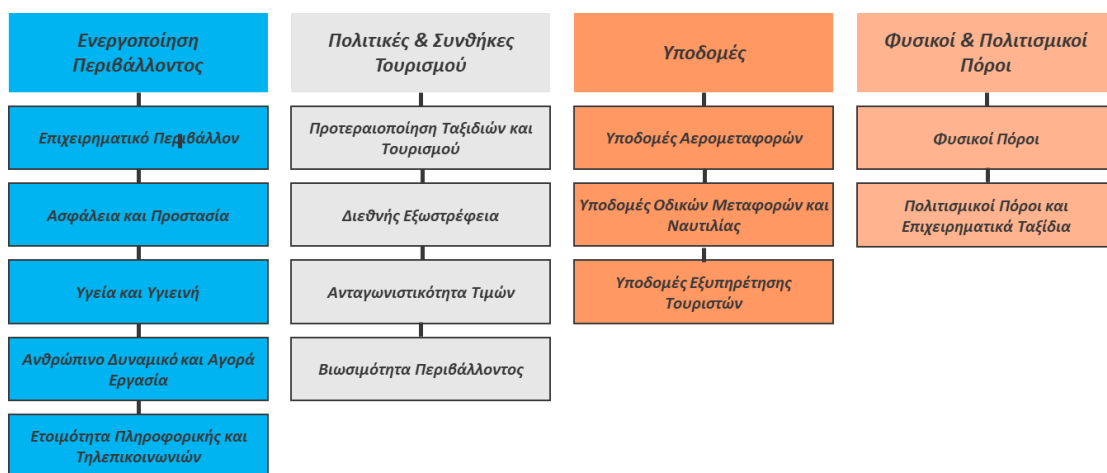


Εικόνα 1: Απλοποιημένη αναπαράσταση της Κοινωνικής Ενίσχυσης του Κινδύνου (Kasperson et al, 1988, p.182)

Επομένως, ένα σημαντικό γεγονός όπως είναι για παράδειγμα κάποια κοινωνική αναταραχή ή ένα τρομοκρατικό χτύπημα, θα αλληλοεπιδράσει με θεσμικές, ψυχολογικές και πολιτισμικές διαδικασίες με διάφορους τρόπους, οι οποίοι μπορούν είτε να ενισχύσουν είτε να αμβλύνουν τις αντιδράσεις των ανθρώπων στο γεγονός αυτό. Οι διαδικασίες αυτές μπορούν να επηρεάσουν τον τρόπο με τον οποίο τα άτομα βιώνουν διάφορα σημαντικά γεγονότα, όπως οι οικονομικές δυσκολίες, η διαβίωση σε μια πολιτικά ασταθή χώρα ή ακόμη και ζητήματα ασφαλείας που προκύπτουν από την τρομοκρατία (Shahrabani et al, 2019, Shakeela and Becken (2015).

2.3 Προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης

Η έκθεση «Ανταγωνιστικότητα ταξιδιού και τουρισμού» είναι ένα κορυφαίο προϊόν της πλατφόρμας του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ για τη διαμόρφωση του μέλλοντος της κινητικότητας η οποία εκδίδεται κάθε χρόνο. Αυτή η έκθεση χρησιμεύει ως στρατηγικό εργαλείο συγκριτικής αξιολόγησης για τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής, τις εταιρείες και τους συμπληρωματικούς τομείς για να προωθήσουν τη μελλοντική ανάπτυξη του τομέα Ταξιδιού & Τουρισμού, παρέχοντας μοναδικές πληροφορίες για τα δυνατά σημεία και τους τομείς ανάπτυξης κάθε χώρας / οικονομίας για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της βιομηχανίας. Επιπλέον, χρησιμεύει ως πλατφόρμα διαλόγου πολλών ενδιαφερομένων για την κατανόηση και την πρόβλεψη των αναδυόμενων τάσεων και κινδύνων στα παγκόσμια ταξίδια και τουρισμό, προσαρμογή των πολιτικών, πρακτικών και επενδυτικών αποφάσεών τους και επιτάχυνση νέων μοντέλων που διασφαλίζουν τη μακροζωία αυτού του σημαντικού τομέα. Η τελική βαθμολόγηση αποτελείται από τέσσερις ομάδες δεικτών, 14 δείκτες και 90 μεμονωμένους υπο-δείκτες, καταναμημένους μεταξύ των διαφόρων δεικτών. Στην Εικόνα 2 παρουσιάζονται οι 4 ομάδες δεικτών και οι αντίστοιχοι υπο-δείκτες του δείκτη ανταγωνιστικότητας. Οι 4 βασικοί πυλώνες είναι (World Economic Forum, 2019):



Εικόνα 2: Πυλώνες δείκτη ανταγωνιστικότητας ταξιδιών και τουρισμού

Σε ό,τι αφορά το σύνολο των προσδιοριστικών παραγόντων της τουριστικής ζήτησης, σύμφωνα με τον Λαγό (2018) αυτοί κατηγοριοποιούνται στους ακόλουθους:

- Οικονομικοί παράγοντες
- Κοινωνικοί παράγοντες
- Ψυχολογικοί παράγοντες
- Κοινωνιολογικοί παράγοντες
- Πολιτικοί παράγοντες
- Εξωτερικοί παράγοντες
- Πολιτιστικοί παράγοντες
- Θεσμικοί – οργανωτικοί παράγοντες
- Δημογραφικοί παράγοντες
- Τεχνολογικοί παράγοντες

Από αυτούς τους 10 παράγοντες που προσδιορίζουν την τουριστική ζήτηση ακολούθως αναφέρονται επιγραμματικά οι κοινωνικοί και οι πολιτικοί που αποτελούν ζητούμενο για τη συγκεκριμένη διπλωματική εργασία. Οι κοινωνιολογικοί παράγοντες αναφέρονται, προκειμένου να γίνει αντιληπτή η διαφοροποίησή τους από τους κοινωνικούς παράγοντες, ενώ οι εξωτερικοί παράγοντες διευκρινίζονται γιατί συμπεριλαμβάνουν μια παράμετρο που μπορεί να επηρεάσει και τους πολιτικούς παράγοντες που υφίστανται σε έναν προορισμό, τις διεθνείς τρομοκρατικές ενέργειες. Σύμφωνα με τον Λαγό (2018) οι κοινωνικοί παράγοντες αφορούν στο μικρότερο μέγεθος των οικογενειών, στην εργασιακή απασχόληση και των δύο συζύγων, στον αστικό τρόπο ζωής που ωθεί τα άτομα να πραγματοποιούν συχνότερα ταξίδια αναψυχής, στον διαθέσιμο ελεύθερο χρόνο, στο υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο, στη μεγαλύτερη εμπειρία σε ταξίδια που διαφοροποιεί τις καταναλωτικές προτιμήσεις, στην προτίμηση στις σύντομες διακοπές, στην επιμήκυνση της περιόδου των σπουδών, στη μετανάστευση που επιδρά σημαντικά στην κατεύθυνση ορισμένων κατηγοριών τουριστικών ροών και στον κύκλο ζωής των ανθρώπων που εκφράζει τις δυνατότητες πραγματοποίησης ταξιδιών αναψυχής ανά φάση οικογενειακής ζωής (γενιά), η οποία επηρεάζει την ταξιδιωτική τους συμπεριφορά. Ως κοινωνιολογικούς παράγοντες αναγνωρίζει τις κοινωνικές πιέσεις του σύγχρονου τρόπου ζωής που επηρεάζουν τους τουρίστες, οι οποίοι βλέπουν στα ταξίδια μια διέξοδο, τα νέα κοινωνικά και καταναλωτικά πρότυπα της μεταβιομηχανικής κοινωνίας που έχουν πλέον αναδείξει τον τουρισμό ως πεδίο έκφρασης των σύγχρονων αξιών, τις πολλαπλές ταξιδιωτικές εμπειρίες, την ταξιδιωτική μόδα, τις αθλητικές και πολιτιστικές δραστηριότητες και τα νέα στερεότυπα που δημιουργεί η προσωπικότητα του σύγχρονου τουρίστα, ο οποίος αξιοποιεί τον ελεύθερο χρόνο του και διαμορφώνει το δικό του τρόπο ζωής.

Οι πολιτικοί παράγοντες περιλαμβάνουν τις στρατιωτικές συγκρούσεις, τις πολιτικές σχέσεις μεταξύ των χωρών προέλευσης και υποδοχής τουριστών, τις πολιτικές αλλαγές, την ασταθή πολιτική κατάσταση, τις κοινωνικές αναταραχές και την πολιτική της οικονομικής ανάπτυξης. Όπως αναφέρθηκε και νωρίτερα, από τους εξωτερικούς παράγοντες, οι διεθνείς τρομοκρατικές ενέργειες στους τουριστικούς προορισμούς είναι ένας παράγοντας που θα μπορούσε να εξεταστεί αν θα μπορούσε να επηρεάσει και ως πολιτικός παράγοντας, ενώ άλλοι εξωτερικοί παράγοντες είναι το θέμα της υγείας των τουριστών και η ασφαλής μετακίνηση των τουριστών (Λαγός 2018). Η απόσταση μεταξύ δύο τουριστικών προορισμών χαρακτηρίζεται στους ίδιους παράγοντες, καθώς είναι γενικά αποδεκτό ότι υπάρχει μια τάση μείωσης της ζήτησης για έναν τουριστικό προορισμό όταν αυξάνει η απόσταση από αυτόν, λόγω του μεγαλύτερου κόστους και της έλλειψης πληροφόρησης και τέλος, ως τελευταίος παράγοντας στην κατηγορία αυτή αναφέρεται η εγκληματικότητα που επηρεάζει την εικόνα των τουριστικών προορισμών και μειώνει την επιθυμία των τουριστών για ταξίδια στις περιοχές αυτές.

2.4 Τουρισμός και κοινωνικοί παράγοντες

Κοινωνικοί παράγοντες, όπως είναι η κουλτούρα, η οικογένεια ή η κοινωνική τάξη, επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό τη συμπεριφορά, επειδή καθορίζουν σε κάποιο βαθμό τη συμπεριφορά του κάθε ατόμου (Beldona et al, 2009, Fitzsimons & Morwitz, 1996). Η κουλτούρα αναφέρεται στις παραδόσεις, τα ταμπού, τις αξίες και τις βασικές στάσεις μιας κοινωνίας (University of Minnesota, 2016). Είναι ένα πλαίσιο μέσα στο οποίο αναπτύσσονται τα άτομα και ο τρόπος ζωής τους, ενώ οι πολιτισμικοί κανόνες μπορούν να οριστούν ως κανόνες συμπεριφοράς.

Στο πλαίσιο της ανάπτυξης του τουρισμού, οι κοινωνικοί παράγοντες με την ευρύτερή τους έννοια, μπορούν να αποκομίσουν και να αποφέρουν πολλά οφέλη. Οφέλη όπως είναι η δημιουργία αναγκών στην τουριστική αγορά, η ανταλλαγή πολιτισμικών στοιχείων και η προώθηση των σχέσεων μεταξύ των χωρών. Άλλωστε, ο τουρισμός αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες παροχής υπηρεσιών στον κόσμο προσφέροντας θέσεις εργασίας, δημιουργώντας ισχυρές σχέσεις με άλλες βιομηχανίες, πολλαπλασιάζοντας την πρόοδο σε άλλους τομείς, βελτιώνοντας την κοινωνικοοικονομική κατάσταση και το βιοτικό επίπεδο της εκάστοτε κοινότητας (Ngoc and Trinh, 2015).

Η ανάπτυξη του τουρισμού εξασφαλίζει τη μείωση των κοινωνικών προβλημάτων, δημιουργώντας θέσεις εργασίας για τους ανθρώπους, προωθώντας την αλληλοκατανόηση και τον αλληλοσεβασμό μεταξύ διαφορετικών πολιτισμών και εμπλουτίζοντας την ποιότητα ζωής τόσο των μόνιμων κατοίκων όσο και των επισκεπτών (Tuan και Rajagopal, 2019). Λαμβάνοντας υπόψη ότι οι

κοινωνικοί παράγοντες συνδέονται με τους πολιτικούς (Kim, 2005), κρίνεται χρήσιμο να αναπτύσσεται με επιμέλεια και προσοχή κατάλληλη πολιτική στην κάθε χώρα, με σκοπό την αποτελεσματική και βιώσιμη εκμετάλλευση του τουρισμού. Λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υφίσταται κοινωνία χωρίς πολιτική και δεδομένου ότι είναι η δεύτερη κατηγορία παραγόντων που θα εξεταστούν στην παρούσα εργασία, στην ενότητα που ακολουθεί περιγράφονται οι πολιτικοί παράγοντες που μπορεί να επηρεάσουν την εισροή επισκεπτών σε έναν προορισμό.

2.5 Τουρισμός και πολιτικοί παράγοντες

Οι Gray και Wilson (2009) υποστηρίζουν ότι οι πολιτικοί κίνδυνοι θεωρούνται πιο επικίνδυνοι από φυσικές καταστροφές. Αυτό μπορεί να αποδίδεται στη συναισθηματική επιβάρυνση που προκαλείται από τέτοια γεγονότα. Ο Theocharous (2010) περιγράφει τον αντιληπτό κίνδυνο ως μια κατάσταση όπου ένα πολιτικό σύστημα υπόκειται σε προκλήσεις ή αλλαγές στη μορφή εσωτερικής ή εξωτερικής αλλαγής. Η τρομοκρατία ασχολείται με την εκ προθέσεως χρήση βίας εναντίον προσεκτικά επιλεγμένων στόχων για την επικοινωνία ενός μηνύματος και την ικανοποίηση συγκεκριμένων στόχων και θεωρείται μία εξωτερική αλλαγή σε ένα ήρεμο πολιτικό και κοινωνικό περιβάλλον (Rubin et al, 2007).

Ενώ ορισμένοι ερευνητές σημειώνουν ότι η τρομοκρατία και ο αντιληπτός κίνδυνος δεν αποτελούν πάντα μεγάλη ανησυχία για τους τουρίστες (Fuchs et al., 2013; Rittichainuwat & Chakraborty, 2009) η βιβλιογραφία είναι πλούσια σε περιπτώσεις όπου η ζήτηση για τουριστικά προϊόντα μειώνεται ως αποτέλεσμα αυτών των κινδύνων. Ανεξάρτητα από το αν το μέγεθος του κινδύνου που ενέχει η επίσκεψη σε έναν προορισμό είναι υψηλό, οι άνθρωποι τείνουν να αποφεύγουν μέρη που θεωρούν μη ασφαλή, επειδή στην τουριστική αντίληψη είναι πραγματικότητα όταν πρόκειται για τη λήψη αποφάσεων (Santana, 2001). Αυτές οι μελέτες υπογραμμίζουν ότι η κατανόηση του τρόπου με τον οποίο οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται και αντιδρούν σε αυτούς τους κινδύνους παραμένει μια σοβαρή ανησυχία για την τουριστική βιομηχανία.

Όταν οι τουρίστες αντιλαμβάνονται ότι ένας προορισμός είναι πιθανό να αποτελέσει στόχο επίθεσης, τείνουν να τον αποφεύγουν (Floyd et al., 2003, Sönmez & Graefe, 1998). Κατά συνέπεια, όταν οι αναφορές για τρομοκρατικές επιθέσεις επαναλαμβάνονται συνεχώς μέσω της τηλεόρασης και άλλων μέσων μαζικής ενημέρωσης, τότε ο φόβος και το άγχος αυξάνονται στους δυνητικούς ταξιδιώτες και οδηγούν στο να μην γίνονται κρατήσεις και σε ακυρώσεις (Sönmez et al, 1999, Tarlow, 2006). Παγκόσμια και τοπικά γεγονότα, συμπεριλαμβανομένης της τρομοκρατίας, των επιδημιών και των πολιτικών αναταραχών, απεικονίζονται στα μέσα μαζικής επικοινωνίας και επηρεάζουν τη φαντασία και τις αντιλήψεις που σχετίζονται με έναν τόπο. Η δημοσιογραφική

κάλυψη των καταστροφών οδηγεί σε αρνητική δημοσιότητα για τον εκάστοτε προορισμό, μειώνοντας τη συνολική φήμη για την ασφάλεια και την ελκυστικότητά του (Sönmez et al, 1999). Αξίζει να αναφερθεί ότι οι αντιλαμβανόμενοι κίνδυνοι τρομοκρατίας έχουν επίσης αναγνωριστεί ως ιδιαίτερα επιδραστικοί στην αλλαγή των ταξιδιωτικών προθέσεων ακόμη και στις περιπτώσεις εμπειρών ταξιδιωτών (Sönmez & Graefe, 1998).

Από την άλλη πλευρά, ενώ οι άνθρωποι δηλώνουν ότι η ασφάλεια είναι σημαντική γι' αυτούς, αυτό δεν επηρεάζει πάντοτε τις αποφάσεις τους σχετικά με την επίσκεψη ενός συγκεκριμένου προορισμού, καθώς ορισμένοι τουρίστες, ιδίως οι επαναλαμβανόμενοι ταξιδιώτες, επιστρέφουν σε προορισμούς παρά τους κινδύνους (Shoemaker, 1994). Σύμφωνα με τον Rittichainuwat (2006), λόγω των προσωπικών σχέσεων που δημιουργήσαν με τον προορισμό, οι τραγικές εικόνες και τα συγκλονιστικά γεγονότα δεν απέτρεψαν τους πιστούς πελάτες να επιστρέψουν σε έναν τουριστικό προορισμό που επλήγη από το τσουνάμι. Τέτοιες προηγούμενες έρευνες δείχνουν ότι όσο αυξάνεται η επαφή και η εμπειρία των επισκεπτών με έναν προορισμό, τόσο μειώνεται το επίπεδο αντίληψης του κινδύνου και βελτιώνεται η στάση τους απέναντι στον διεθνή τουρισμό (Sönmez & Graefe, 1998). Η προηγούμενη ταξιδιωτική εμπειρία σε έναν συγκεκριμένο προορισμό ενισχύει επίσης το αίσθημα ασφάλειας και τα άτομα που είχαν επισκεφθεί στο παρελθόν έναν προορισμό τείνουν να αναφέρουν ότι δεν θα απέφυγαν τον εν λόγω προορισμό στο μέλλον (Roehl and Fesenmaier, 1992).

Στο πλαίσιο αυτό, αξίζει να αναφερθεί η έρευνα των Alvarez and Korzay (2008), που μελέτησαν την περίπτωση της Τουρκίας. Πρόκειται για μια χώρα για την οποία γίνονται συχνά αναφορές στα μέσα μαζικής επικοινωνίας για μια σειρά αρνητικών θεμάτων: τα τουρκικά πολιτικά θέματα, θέματα ασφαλείας, όπως είναι η τρομοκρατία, η αστάθεια στην πολιτική σκηνή, ο θρησκευτικός φονταμενταλισμός, οι ανησυχίες για τα ανθρώπινα δικαιώματα, οι έντονες διαφωνίες και οι παραβιάσεις στην Ελλάδα και στην Κύπρο. Όλα αυτά τα θέματα προκύπτει ότι έχουν επηρεάσει αρνητικά τις αντιλήψεις των Δυτικών σε σχέση με την Τουρκία και τα πολιτικά θέματα επιβαρύνουν την εικόνα της χώρας. Παρόλα αυτά, από την έρευνα για τη χώρα ως προορισμό σε Ισπανούς επισκέπτες προέκυψε ως αποτέλεσμα ότι αυτοί παρά την αρνητική εικόνα που έχουν για την ίδια τη χώρα, δεν επηρεάζονται στην επιλογή τους να την προτιμήσουν ως προορισμό διακοπών. Κάτι που αποδεικνύει ότι υπάρχει διαφορά μεταξύ της εικόνας μιας χώρας όπως προκύπτει από τα οικονομικά, πολιτικά και γεωγραφικά της δεδομένα και της εικόνας της ως ταξιδιωτικό προορισμό, ενώ ταυτόχρονα δημιουργεί το ερώτημα αν ισχύει αυτό γενικά ή υπό προϋποθέσεις.

2.6 Συζήτηση υποθέσεων

2.6.1 Οικονομική κρίση, Πολιτική αστάθεια και Τρομοκρατία

Οι Ιωαννίδης και Αποστολόπουλος (1999) εξετάζουν τις αποκλίνουσες πτυχές της τουριστικής βιομηχανίας στο διχασμένο νησί της Κύπρου και συζητούν τις προοπτικές διαχείρισης και ανάκαμψης κρίσεων σε έναν προορισμό με ασταθές πολιτικό περιβάλλον. Το ελληνοκυπριακό κράτος γνώρισε ένα οικονομικό θαύμα λόγω της ταχείας τουριστικής ανάπτυξης, ενώ αντιθέτως, ο τουρισμός στο βόρειο τουρκοκυπριακό μέρος έχει δυσκολευτεί λόγω των διεθνώνμποϊκοτάζ. Οι προοπτικές μιας αναπτυσσόμενης τουριστικής βιομηχανίας της Κύπρου μπορούν να θεωρηθούν μόνο στο πλαίσιο ενός αποστρατικοποιημένου ενιαίου νησιωτικού έθνους με ένα αναδιαρθρωμένο και διαφοροποιημένο προϊόν. Ένα ανταγωνιστικό ενιαίο κυπριακό τουριστικό προϊόν θα μπορούσε να φέρει τις δύο κοινότητες πιο κοντά και να χρησιμεύσει ως καταλύτης για την ανάπτυξη του δυναμικού αειφόρου ανάπτυξης της Κύπρου. Όμως, παρά το κοινό όφελος που προκύπτει από ενέργειες προσέλκυσης τουριστών, η δυσπιστία μεταξύ των δύο κοινοτήτων, για να μην αναφερθεί η προπαγάνδα από εξτρεμιστικές ομάδες και στις δύο πλευρές του νησιού, δεν έχει συμβάλει στην αποκατάσταση των σχέσεων (Ioannides and Apostolopoulos, 1999).

Το 2014, οι Chew και Jahari (2014) εξετάζουν τις επιπτώσεις των αντιληπτών κινδύνων στην «εικόνα» ενός ταξιδιωτικού προορισμού και την επανεξέταση της πρόθεσης των επαναλαμβανόμενων τουριστών σε έναν επικίνδυνο προορισμό. Αυτή η μελέτη συμβάλλει στην υπάρχουσα γνώση του τουρισμού με δύο τρόπους. Πρώτον, αυτή η έρευνα επιβεβαίωσε τη σχέση μεταξύ των αντιληπτών ταξιδιωτικών κινδύνων και της εικόνας προορισμού. Σχετικά λίγες μελέτες αντιμετωπίζουν το ρόλο των αντιληπτών ταξιδιωτικών κινδύνων στη διαμόρφωση της εικόνας προορισμού. Όταν οι κίνδυνοι εξετάζονται μαζί, δύο από τους τρεις δοκιμασμένους τύπους αντιληπτών ταξιδιωτικών κινδύνων, συγκεκριμένα, οι κοινωνικο-ψυχολογικοί και οικονομικοί κίνδυνοι, ήταν σχετικοί με τους επαναλαμβανόμενους επισκέπτες στην Ιαπωνία για να επαναπροσδιορίσουν την εικόνα της χώρας που επλήγη από την καταστροφή. Δεύτερον, αυτή προάγει την γνώση εξετάζοντας τον μεσολαβητικό ρόλο της εικόνας προορισμού στην απόφαση των ταξιδιωτών. Τα εμπειρικά ευρήματα περιγράφουν τον βαθμό στον οποίο οι ταξιδιωτικοί κίνδυνοι και η εικόνα προορισμού γίνονται αντιληπτές από τους επαναλαμβανόμενους ταξιδιώτες σε περιβάλλον μετά την καταστροφή.

Το πρώτο σημαντικό εύρημα αυτής της μελέτης είναι ο προσδιορισμός της σχέσης μεταξύ των αντιληπτών ταξιδιωτικών κινδύνων και της εικόνας προορισμού. Αυτή η μελέτη ανέπτυξε ένα σθεναρό ερευνητικό πλαίσιο, που υποστηρίζεται από εννοιολογικά και εμπειρικά στοιχεία, για να

εξετάσει τον αντιληπτό ταξιδιωτικό κίνδυνο μαζί με την εικόνα προορισμού ως μεμονωμένα χαρακτηριστικά για την κατανόηση της αντίστοιχης επιρροής τους στη συμπεριφορά του ταξιδιού. Οι επαναλαμβανόμενοι επισκέπτες είναι πιθανό να επηρεαστούν τόσο από τον κοινωνιο-ψυχολογικό κίνδυνο όσο και από τον οικονομικό κίνδυνο για την αναμόρφωση των γνωστικών και συναισθηματικών εικόνων του προορισμού. Ωστόσο, ο αντιληπτός φυσικός κίνδυνος δεν επηρεάζει ούτε τη γνωστική ούτε τη συναισθηματική εικόνα προορισμού. Τα ευρήματα αντικατοπτρίζουν παρόμοιες ανησυχίες από τους τουρίστες στη μελέτη Moreira (2007) ότι η σταδιακή υποβάθμιση του περιβάλλοντος θεωρήθηκε ως μεγαλύτερος κίνδυνος από την πιθανότητα ξαφνικής εκδήλωσης καταστροφής.

Το δεύτερο σημαντικό εύρημα αυτής της μελέτης είναι η αποκάλυψη δύο όψεων της εικόνας προορισμού ως βασικών διαμεσολαβητών μεταξύ των αντιληπτών ταξιδιωτικών κινδύνων και της επανεξέτασης της πρόθεσης. Αυτή η μελέτη διαπίστωσε ότι η εικόνα προορισμού αποτελεί σημαντικό διαμεσολαβητή μεταξύ των αντιληπτών ταξιδιωτικών κινδύνων και της πρόθεσης επανεξέτασης. Συγκεκριμένα, οι γνωστικές και συναισθηματικές εικόνες διαδραματίζουν βασικούς διαμεσολαβητικούς ρόλους για δύο τύπους ταξιδιωτικών κινδύνων, συγκεκριμένα, τον κοινωνιοψυχολογικό κίνδυνο και τον οικονομικό κίνδυνο. Τα εμπειρικά στοιχεία δείχνουν ότι όταν οι αντίληψεις αυτών των ταξιδιωτικών κινδύνων οδηγούν σε αρνητικό σχηματισμό εικόνων προορισμού, οι επαναλαμβανόμενοι τουρίστες τείνουν να μειώνουν τις προθέσεις τους για επίσκεψη.

Παρόμοια κατάσταση εντοπίζεται στον τομέα του τουρισμού, όπου παρατηρείται η αυξανόμενη παρουσία τουριστικών κινδύνων. Αυτή η ανάπτυξη ήταν πιο αισθητή μετά την τρομοκρατική επίθεση της 11ης Σεπτεμβρίου το 2001, ακολουθούμενη από πολλά τραγικά συμβάντα τόσο σε παγκόσμιο όσο και σε περιφερειακό επίπεδο, όπως το ξέσπασμα του SARS το 2003, το τσουνάμι στον Ινδικό Ωκεανό το 2004, οι εξεγέρσεις της Αραβικής Άνοιξης το 2010, τις πρόσφατες επιθέσεις στο Παρίσι το 2015 και την επίθεση στο αεροδρόμιο Atatürk στην Κωνσταντινούπολη το 2016. Αυτά τα περιστατικά έχουν προκαλέσει σοβαρές επιπτώσεις στον διεθνή και περιφερειακό τουρισμό (Avraham, 2015; Kovari & Zimanyi, 2011). Έκτοτε, οι μελετητές του τουρισμού έχουν αναγνωρίσει τον αντίκτυπο της αντίληψης του κινδύνου στη συμπεριφορά και την απόφαση του ταξιδιού, επειδή οι τουρίστες είναι πιθανό να αποφύγουν προορισμούς με μεγαλύτερο αντιληπτό κίνδυνο (Kozak, Crofts, & Law, 2007).

Το 2018, ο Rittichainuwat με την ομάδα του διαπίστωσε ότι η αντίληψη του τουριστικού κινδύνου σχετίζεται με τη συχνότητα εμφάνισης φυσικής καταστροφής. Σε αυτήν τη μελέτη χρησιμοποιήθηκαν συνολικά 916 συμπληρωμένα ερωτηματολόγια από πέντε επαναλαμβανόμενες έρευνες. Τα δείγματα συγκεντρώθηκαν στην Ταϊλάνδη, την Ιαπωνία, την Αυστραλία και την Ινδονησία. Περισσότερο από το 50% των ερωτηθέντων των οποίων η χώρα είχε επηρεαστεί από το

τσουνάμι του Ινδικού Ωκεανού το 2004 δεν είχε αντιληφθεί τον κίνδυνο ακόμα κι όταν πέρασαν 10 χρόνια. Αυτή η μελέτη επιβεβαιώνει τη θεωρία της πιθανότητας ότι η χαμηλή συχνότητα μιας φυσικής καταστροφής οδηγεί σε απρόβλεπτους κινδύνους.

Ενώ η βιβλιογραφία διαπίστωσε ότι οι κάτοικοι των επικίνδυνων περιοχών τείνουν να είναι αισιόδοξοι για τον τόπο όπου ζουν, η μελέτη επεκτείνει τη θεωρία της αισιόδοξης οπτικής, για να δείξει ότι η ίδια αισιόδοξη πρόθεση ισχύει για τους τουρίστες. Ακόμα κι αν ο προορισμός τους είχε ιστορικό τσουνάμι, ο αντιλαμβανόμενος κίνδυνος για τουρίστες να συμβεί παρόμοιο συμβάν κατά την επίσκεψή τους είναι χαμηλός.

Κατά την τελευταία δεκαετία, οι διεθνείς κρίσεις που επηρεάζουν τον τουρισμό, όπως οι επιδημίες, οι πολιτικές αναταραχές και οι οικονομικές κρίσεις, έχουν γίνει πιο συχνές και η επιρροή τους έχει διευρυνθεί σε τέτοιο βαθμό που οι περισσότερες χώρες έχουν βιώσει τις συνέπειες τέτοιων γεγονότων (Keller and Bieger, 2011; Neumayer, 2004; Teitler- Regev et al., 2014; Yang and Wong, 2012a; Hugo and Miller, 2017). Οι Wolff και Larsen (2016) υποστηρίζουν ότι η επιρροή τέτοιων ακραίων γεγονότων εξαρτάται από την εξέχουσα θέση τους στην επίγνωση των τουριστών, καθώς αυτά τα γεγονότα γίνονται πιο διαδεδομένα και έχουν ισχυρότερο αντίκτυπο στην επιλογή προορισμών των τουριστών.

Η έρευνα των Shahrabani et al (2019) εστιάζει στην ταξιδιωτική πρόθεση φοιτητών από 3 χώρες. Συγκεκριμένα η έρευνα διεξάχθηκε σε Ελλάδα, Πορτογαλία και Ισραήλ. Οι συγκεκριμένοι τρεις τουριστικοί προορισμοί επιλέχθηκαν λόγω των πολλών ομοιοτήτων τους. Και οι τρεις χώρες δίνουν έμφαση στη σημασία της οικογένειας (Hofstede, 1983), είναι διάσημοι προορισμοί για διακοπές στη θάλασσα και τον ήλιο, ενώ προσφέρουν επίσης ιστορικούς και θρησκευτικούς χώρους καθώς και αγροτουρισμό. Επιπλέον, κατά την τελευταία δεκαετία και οι τρεις χώρες έχουν βιώσει ποικίλες κρίσεις. Η Πορτογαλία και η Ελλάδα έχουν βιώσει οικονομικές κρίσεις, ενώ τα προβλήματα ασφάλειας του Ισραήλ (συμπεριλαμβανομένης της τρομοκρατίας) συμβάλλουν στη διεθνή εικόνα του για πολιτική αστάθεια. Επιπλέον, δεδομένου ότι η οικονομική κρίση στην Ελλάδα συνοδεύτηκε από ταραχές στους δρόμους, η χώρα έχει εμφανίσει επίσης μια διεθνή εικόνα πολιτικής αστάθειας.

Τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν ότι άτομα από την Πορτογαλία που απέδιδαν μεγαλύτερη σημασία στις οικονομικές κρίσεις έχουν μικρότερες προθέσεις να ταξιδέψουν στην Ελλάδα (μια χώρα που χαρακτηρίζεται επίσης από οικονομική κρίση). Επιπλέον, άτομα από την Ελλάδα και την Πορτογαλία (πολιτικά ασταθείς χώρες) που απέδιδαν μεγαλύτερη σημασία στην πολιτική αστάθεια έχουν χαμηλότερες προθέσεις να ταξιδέψουν στο Ισραήλ (πιθανόν επειδή το Ισραήλ θεωρείται χώρα με πολιτική αναταραχή). Επιπλέον, όσοι από τους Έλληνες συμμετέχοντες ένιωσαν πιο έντονα ότι τα ταξίδια σε προορισμούς με κίνδυνο τρομοκρατίας θα έπρεπε να

αποφεύγονται έχουν χαμηλότερες προθέσεις να ταξιδέψουν στο Ισραήλ (μια χώρα που χαρακτηρίζεται από τρομοκρατία).

Η μελέτη υποδεικνύει ότι οι νέοι τουρίστες (φοιτητές) βασίζουν τις κρίσεις τους για τους προορισμούς σε μερικές πληροφορίες και επηρεάζονται από διαφορετικούς παράγοντες στην αξιολόγηση των παραγόντων κινδύνου έναντι των παραγόντων προσέλκυσης ενός συγκεκριμένου προορισμού. Οι κρίσεις τους σχετίζονται κυρίως με τις εμπειρίες τους στις χώρες καταγωγής τους (όπως οικονομικές κρίσεις, πολιτική αστάθεια και τρομοκρατικές επιθέσεις) και σε κάποιο βαθμό συνδέονται με τις γενικευμένες πληροφορίες που προβάλλονται στα μέσα ενημέρωσης.

Βάσει των παραπάνω, οι υποθέσεις που θα εξεταστούν είναι:

- *H1: Η αυξημένη αντιλαμβανόμενη σημασία των οικονομικών κρίσεων μετριάξει την πρόθεση επιλογής ενός προορισμού που ταλανίζεται από οικονομική κρίση.*
- *H2: Η αυξημένη αντιλαμβανόμενη σημασία της πολιτικής αστάθειας μετριάξει την πρόθεση επιλογής ενός προορισμού που χαρακτηρίζεται από πολιτική αστάθεια.*
- *H3: Η αυξημένη αντιλαμβανόμενη σημασία των τρομοκρατικών επιθέσεων μετριάξει την πρόθεση επιλογής ενός προορισμού που λαμβάνουν χώρα τρομοκρατικές επιθέσεις.*

2.6.2 Αναψυχή, Ασφάλεια, Δημοτικές εγκαταστάσεις και υπηρεσίες

Οι Ramkissoon & Nunkoo (2014) απέδειξαν πως τα κοινωνικά χαρακτηριστικά ενός προορισμού και οι υποδομές επηρεάζουν το επίπεδο υποστήριξης της τουριστικής βιομηχανίας. Τα οφέλη της τουριστικής ανάπτυξης θα πρέπει να διατίθενται στην τοπική κοινότητα (Ngoc and Trinh, 2015, Milne and Ateljevic, 2001, Phan and Vo, 2017) και οι υπεύθυνοι λήψης αποφάσεων θα πρέπει να διασφαλίζουν ότι τέτοια οφέλη μοιράζονται δίκαια μεταξύ κατοίκων από όλα τα κοινωνικά στρώματα και τάξεις, συμπεριλαμβανομένων των μειονοτικών και των μειονεκτούντων ομάδων. Ειδικότερα, σύμφωνα με την έρευνα των Rumkissoon and Nunkoo (2011) προτείνονται αρχικά τέσσερα χαρακτηριστικά της εικόνας της πόλης ως ανεξάρτητες δομές που επηρεάζουν τις αντιλήψεις των κατοίκων ως προς το συνολικό αντίκτυπο της τουριστικής ανάπτυξης. Τα χαρακτηριστικά αυτά είναι τα κοινωνικά, των μεταφορών, των δημόσιων υπηρεσιών και των αγορών. Τα αποτελέσματα της έρευνάς τους έδειξαν ότι τα αντιλαμβανόμενα επίπεδα των κατοίκων για τα κοινωνικά χαρακτηριστικά της πόλης, τα χαρακτηριστικά των αγορών και των μεταφορών επηρεάζουν το επίπεδο της υποστήριξής τους στην τουριστική βιομηχανία, ενώ η υπόθεση που

συνδέει τα χαρακτηριστικά των μεταφορών με τις επιπτώσεις του τουρισμού δεν αποδείχθηκε σημαντική.

Επίσης δείχνουν (Rumkissoon and Nunkoo, 2011) ότι η ευνοϊκή στάση απέναντι στον τουρισμό επηρεάζει την υποστήριξη για την τουριστική ανάπτυξη, επιβεβαιώνοντας ότι οι στάσεις των κατοίκων είναι ζωτικής σημασίας για την οικοδόμηση των πεποιθήσεών τους για την τουριστική ανάπτυξη του τόπου τους. Τα ευρήματα αποκαλύπτουν επίσης ότι οι αντιλήψεις των κατοίκων απέναντι στην εικόνα της πόλης είναι καθοριστικοί παράγοντες για το επίπεδο των αντιληπτών επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης και της επακόλουθης υποστήριξης στη βιομηχανία. Αυτό υποδηλώνει τη σημασία της εικόνας των κατοίκων για τη θέση τους στη διαμόρφωση της στάσης τους απέναντι στην τουριστική ανάπτυξη. Η θετική εικόνα είναι πιθανό να οδηγήσει σε υψηλότερη υποστήριξη για την τουριστική ανάπτυξη σε έναν προορισμό.

Συμπερασματικά, τα ευρήματα των Rumkissoon and Nunkoo (2011) δείχνουν ότι η τουριστική πολιτική πρέπει να στοχεύει στη βελτίωση της εικόνας των κατοίκων για το αστικό περιβάλλον, καθώς είναι πιθανό να υποστηρίξουν την τουριστική ανάπτυξη εάν έχουν θετικές αντιλήψεις για το αστικό περιβάλλον. Οι αναπτυξιακές προσπάθειες στην πόλη πρέπει επίσης να προσανατολιστούν στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων, στις εμπορικές και επιχειρηματικές δραστηριότητες και στην ενίσχυση της κοινωνικής σύνδεσης των κατοίκων με το περιβάλλον της πόλης. Το επίκεντρο αυτών των στρατηγικών αναγέννησης θα μπορούσε να είναι η ενίσχυση των κοινωνικών, κυβερνητικών και αγοραστικών χαρακτηριστικών της πόλης σε μια προσπάθεια να συμβάλει στην ανάπτυξη της εικόνας της πόλης και να αποκτήσει την υποστήριξη των κατοίκων για την τουριστική ανάπτυξη.

Παρόμοια έρευνα διεξήχθη και από τους Baratta et al (2017) με στόχο να εξετάσει την 'εικόνα' της πόλης Βερόνα στην Ιταλία, από την οπτική των κατοίκων της καθώς και από την οπτική των επισκεπτών της, με βάση 6 βασικές κατηγορίες. Κριτήρια αξιολόγησης αποτελούν οι δημοτικές εγκαταστάσεις της πόλης, οι διαθέσιμες επιλογές για την αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου, η πρόσβαση σε χώρους διασκέδασης και αναψυχής, το αίσθημα ασφάλειας, οι δημόσιες υπηρεσίες και τέλος τα οικονομικά οφέλη των μόνιμων κατοίκων. Στα συμπεράσματα της έρευνας αναδεικνύεται η ανάγκη βελτίωσης της ποιότητας ζωής των κατοίκων και της εμπλοκής τους σε θέματα ανάπτυξης του τουρισμού, καθώς δυνητικά υπάρχει κίνδυνος μείωσης της θετικής τους στάσης απέναντι στους επισκέπτες, με αποτέλεσμα μακροπρόθεσμα την βιωσιμότητα του ως τουριστικό προορισμό.

Βάσει των παραπάνω, οι υποθέσεις που θα εξεταστούν είναι:

- *H4: Όσο πιο ικανοποιημένοι είναι οι κάτοικοι από τις παρεχόμενες κοινωνικές υπηρεσίες στον τόπο διαμονής τους, τόσο πιο σημαντικός είναι ο παράγοντας αυτός ως κριτήριο επιλογής τουριστικού προορισμού.*

- *H5: Όσο πιο ικανοποιημένοι είναι οι κάτοικοι από την ποιότητα εγκαταστάσεων στον τόπο διαμονής τους, τόσο πιο σημαντικός είναι ο παράγοντας αυτός ως κριτήριο επιλογής τουριστικού προορισμού.*
- *H6: Όσο μεγαλύτερο το αίσθημα ασφάλειας των κατοίκων στον τόπο διαμονής τους, τόσο πιο σημαντικό κριτήριο αποτελεί γι' αυτούς όταν επιλέγουν τουριστικό προορισμό.*
- *H7: Όσο περισσότερες οι επιλογές ψυχαγωγίας στον τόπο διαμονής, τόσο πιο σημαντικός είναι ο παράγοντας αυτός ως κριτήριο επιλογής τουριστικού προορισμού.*

2.6.3 Φύλο και Αντίληψη κινδύνων στον τουρισμό

Ορισμένες μελέτες αποκαλύπτουν διαφορές φύλου στην αντίληψη του τουριστικού κινδύνου και στη συμπεριφορά ανάληψης κινδύνων. Συγκεκριμένα, οι γυναίκες τουρίστες βρέθηκαν να είναι πιο ευαίσθητες και ευάλωτες σε συγκεκριμένους τύπους κινδύνων, όπως σωματικός κίνδυνος (π.χ. σεξουαλική παρενόχληση και επίθεση), όταν χρησιμοποιούν τον τουριστικό χώρο (Pritchard & Morgan, 2000). Το 2016, η έρευνα της ομάδας του Yang (Yang et al., 2016) διερευνά συστηματικά τη βιβλιογραφία κινδύνου του τουρισμού από την πλευρά του φύλου, με στόχο να χαρτογραφηθεί τι είναι γνωστό για τον κίνδυνο ταξιδιού και τι πρέπει να εξερευνηθεί περαιτέρω.

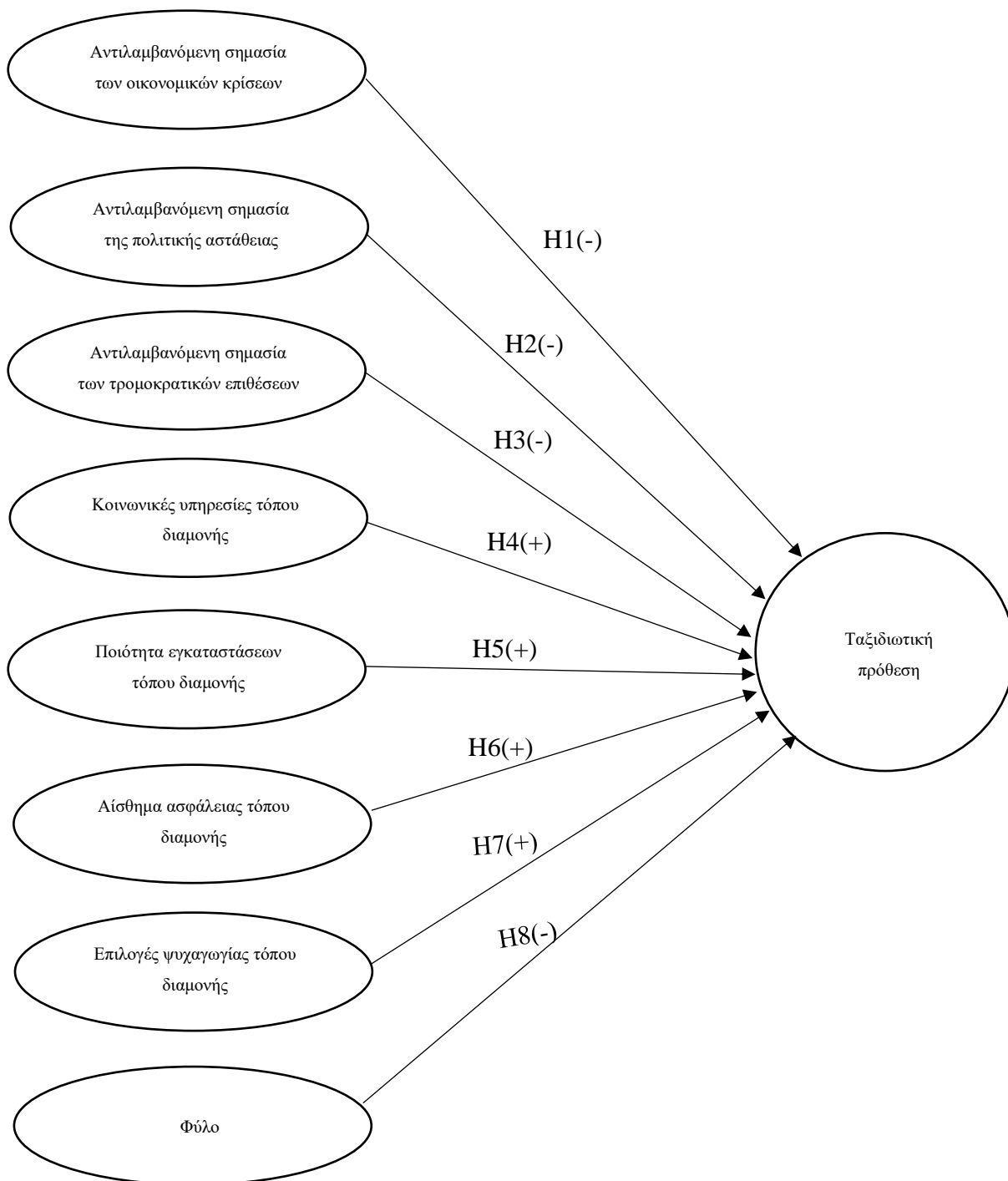
Σε αυτήν την ανασκόπηση, η διαφορά φύλου αναλύθηκε σύμφωνα με το πλαίσιο κινδύνου του φύλου Gustafson (1998) που αποτελείται από τρεις πτυχές: τη δύναμη ή τον βαθμό του αντιληπτού κινδύνου, την τυπολογία κινδύνου και την έννοια που σχετίζεται με τον κίνδυνο. Τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν ότι οι διαφορές μεταξύ των φύλων στην εμπειρία του τουριστικού κινδύνου εντοπίστηκαν στην πλειονότητα των μελετών (70,9%). Σχεδόν όλες οι μελέτες που έχουν παρατηρήσει μια διαφορά φύλου στον βαθμό κινδύνου έδειξαν ότι οι γυναίκες τουρίστες αντιλήφθηκαν μεγαλύτερο κίνδυνο, ήταν πιο δυσμενείς και / ή είχαν μικρότερο κίνδυνο από τους άνδρες.

Αρκετές μελέτες διαπίστωσαν ότι γυναίκες και άνδρες τουρίστες διέφεραν ως προς τους τύπους κινδύνου που αντιλαμβάνονται. Συγκεκριμένα, οι γυναίκες τουρίστες αντιλήφθηκαν μεγαλύτερους φυσικούς κινδύνους, όπως βία, προσωπική ασφάλεια και σεξουαλική παρενόχληση ή επίθεση. Στον τομέα του τουρισμού περιπέτειας, μερικές μελέτες περιέγραψαν πώς η ανάληψη κινδύνων είναι μια επιχείρηση φύλου με αρσενική προέλευση (Bott, 2013). Πολλές μελέτες υπογράμμισαν ότι το φύλο δεν ήταν ο μόνος παράγοντας που καθορίζει την αντίληψη του τουριστικού κινδύνου. Άλλοι παράγοντες όπως η σύνθεση της ομάδας ταξιδιών, ο τουριστικός ρόλος, το πολιτιστικό υπόβαθρο και η εμπειρία του παρελθόντος θα πρέπει να ληφθούν υπόψη (Chiu

& Lin, 2011). Ως αποτέλεσμα, ενδέχεται να υπάρχουν διαφορές στην αντίληψη κινδύνου εντός της ίδιας ομάδας φύλου.

Βάσει των παραπάνω, οι υποθέσεις που θα εξεταστούν είναι:

- H8: *Το φύλο έχει σημαντικό αντίκτυπο στην αντίληψη κινδύνου των τουριστών: οι γυναίκες τουρίστριες επηρεάζονται σε μεγαλύτερο βαθμό από παράγοντες κινδύνου σε σύγκριση με τους άντρες.*



Διάγραμμα 1: Μοντέλο Ερευνητικών Υποθέσεων

Κεφάλαιο 3. Μεθοδολογία

Στην ενότητα που ακολουθεί περιγράφονται η ερευνητική μέθοδος που ακολουθήθηκε για τη συλλογή των απαντήσεων και το ερευνητικό περιβάλλον. Πριν όμως από την ανάλυση αυτή, παρατίθεται ο ακόλουθος πίνακας, το ερώτημα προς διερεύνηση, την ερευνητική στόχευση και τους ερευνητικούς στόχους, ως μια σύντομη καταγραφή των θεμάτων στα οποία προτίθεται να συνεισφέρει η παρούσα διπλωματική εργασία:

Ερώτημα προς διερεύνηση (Research Question)	Επηρεάζουν οι κοινωνικοί και πολιτικοί παράγοντες που υφίστανται σε έναν προορισμό τις ταξιδιωτικές προτιμήσεις των δυνητικών επισκεπτών τους;
Ερευνητική στόχευση (Research Aim)	Η καταγραφή του βαθμού επηρεασμού των δυνητικών επισκεπτών από τους κοινωνικούς και πολιτικούς παράγοντες μιας χώρας.
Ερευνητικοί στόχοι (Research Objectives)	<ol style="list-style-type: none">1. Καταγραφή του βαθμού επιρροής κοινωνικών παραγόντων που επηρεάζουν την ταξιδιωτική πρόθεση των επισκεπτών.2. Καταγραφή του βαθμού επιρροής των πολιτικών παραγόντων που επηρεάζουν την ταξιδιωτική πρόθεση των επισκεπτών.3. Καταγραφή του ρόλου που διαδραματίζει το φύλο στην εν λόγω ταξιδιωτική πρόθεση.

3.1 Ερευνητική μέθοδος

Οι ερευνητικές μέθοδοι είναι τα μέσα με τα οποία συλλέγονται τα δεδομένα, προκειμένου να απαντηθούν τα ερωτήματα που προκύπτουν και διακρίνονται σε δύο είδη: την ποιοτική και την ποσοτική μέθοδο. Η ποσοτική μέθοδος, προσφέρει αριθμητικά δεδομένα και στοχεύει στην απόδοση της σχέσης αιτίου και αποτελέσματος μεταξύ δύο ή περισσότερων μεταβλητών (Hair, 2009) και γι' αυτό το λόγο επιλέχθηκε ως καταλληλότερη. Βασίζεται σε ένα δομημένο ερωτηματολόγιο που αποτελείται από ερωτήσεις κλειστού τύπου, όπως θα αναλυθεί και στις

ενότητες που ακολουθούν. Για την υλοποίηση της συλλογής δεδομένων, η διαδικασία που ακολουθήθηκε ήταν η ακόλουθη:

1. Διατυπώθηκαν τα ερευνητικά ερωτήματα με σκοπό να εξυπηρετείται ο ερευνητικός σκοπός.
2. Με βάση τον αριθμό των συμμετεχόντων, διαμορφώθηκε το δείγμα της έρευνας.
3. Διαρθρώθηκε το ερευνητικό εργαλείο.
4. Διανεμήθηκε το ερωτηματολόγιο στους συμμετέχοντες.
5. Καταχωρήθηκαν τα αποτελέσματα στο SPSS
6. Έγινε η απαραίτητη στατιστική ανάλυση και ερμηνεύτηκαν τα αποτελέσματα που προέκυψαν.

3.2 Ερευνητικό περιβάλλον

Ο πληθυσμός του ερωτηματολογίου αποτελείται από άνδρες και γυναίκες που κατοικούν στην Ελλάδα, ηλικιών 18-60+, ανεξαρτήτου μορφωτικού επιπέδου, οικογενειακής κατάστασης και επαγγελματικής απασχόλησης. Η έρευνα βασίστηκε σε δείγμα 280 απαντήσεων και διεξήχθη τον Ιούλιο του 2022.

3.3 Ερευνητικό εργαλείο (ερωτηματολόγιο)

Το ερωτηματολόγιο διαμορφώθηκε βάσει προηγούμενων ερευνών από τη διεθνή βιβλιογραφία. Δημιουργήθηκε με την χρήση Google Forms και διανεμήθηκε ηλεκτρονικά μέσω e-mail και μέσω κοινωνικής δικτύωσης. Έγιναν κοινοποιήσεις ώστε να διανεμηθεί σε όσο το δυνατόν ετερόκλητο κοινό με στόχο τη μεγαλύτερη αξιοπιστία των αποτελεσμάτων. Αποτελείται συνολικά από 5 ενότητες μέσω των οποίων ελήφθησαν οι απαντήσεις για τις ερευνητικές υποθέσεις.

Η πρώτη ενότητα περιλαμβάνει ερωτήσεις σχετικές με τα δημογραφικά στοιχεία των ερωτηθέντων.

Στη δεύτερη ενότητα οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να απαντήσουν σε ερωτήσεις σχετικά με τις τουριστικές τους συνήθειες, καθώς και για τα κριτήρια τα οποία θεωρούν σημαντικά στην επιλογή τουριστικού προορισμού.

Η τρίτη ενότητα του ερωτηματολογίου εξετάζει τους παράγοντες πολιτικής αστάθειας και το βαθμό που επηρεάζει τους δυνητικούς τουρίστες. Μέσω αυτής της ενότητας απαντήθηκαν οι ερευνητικές υποθέσεις 1-3. Οι ερωτήσεις καθώς και οι μεταβλητές της ενότητας βασίστηκαν στην

έρευνα των Shahrabani et al (2019). Οι απαντήσεις σε αυτές τις ερωτήσεις λαμβάνουν τις τιμές 1-5 (5-βάθμια κλίμακα Likert), όπου το 1 δείχνει απόλυτη διαφωνία και το 5 απόλυτη συμφωνία.

Η τέταρτη ενότητα μελετάει το βαθμό ικανοποίησης των ερωτηθέντων από τις κοινωνικές παροχές του τόπου διαμονής τους, καθώς και το επίπεδο των τουριστικών εγκαταστάσεων του, την καθαριότητα, το οδικό δίκτυο κ.α.

Η πέμπτη και τελευταία ενότητα του ερωτηματολογίου περιλαμβάνει τις ίδιες ερωτήσεις με την τέταρτη, με την διαφορά ότι οι ερωτηθέντες αξιολόγησαν τη σημαντικότητα των παραγόντων αυτών ως κριτήριο επιλογής τουριστικού προορισμού.

Μέσω της ανάλυσης των αποτελεσμάτων των ενοτήτων 4 και 5 του ερωτηματολογίου θα επιβεβαιωθούν ή θα απορριφθούν οι ερευνητικές υποθέσεις 4-7 του προηγούμενου κεφαλαίου. Οι ερωτήσεις καθώς και οι μεταβλητές της ενότητας βασίστηκαν στην έρευνα των Ramkissoo & Nunkoo (2014) καθώς και στην έρευνα “City Image. Comparing residents’ and tourists’ perceived image of Verona” των Baratta et al (2017). Οι απαντήσεις σε αυτές τις ενότητες λαμβάνουν τιμές από 1-5 (5-βάθμια Likert), όπου το 1 χαμηλό επίπεδο εγκαταστάσεων ή καθόλου σημαντικό και το 5 πολύ υψηλό επίπεδο ή πολύ σημαντικό.

3.4 Έλεγχος αξιοπιστίας

Όπως διαφαίνεται από τον Πίνακα 3.4.1 οι δείκτες εσωτερικής συνέπειας των επιμέρους ενοτήτων και του ερωτηματολογίου συνολικά είναι σε υψηλό βαθμό ($\alpha > 0,7$). Πιο συγκεκριμένα, ο δείκτης εσωτερικής συνέπειας της μεταβλητής «Πολιτικοί παράγοντες» υιοθετήθηκε από τους Shahrabani, et., Al. (Shahrabani et. Al., 2019) ενώ η τιμή Cronbach’s $\alpha = ,814$, της μεταβλητής «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με τον τόπο της μόνιμης κατοικίας» που υιοθετήθηκε από τους Baratta et. Al. (Baratta et. Al., 2017) είναι (Cronbach’s $\alpha = ,838$), της μεταβλητής «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με την επιλογή τουριστικού προορισμού» που υιοθετήθηκε από τους Baratta et. Al. (Baratta et. Al., 2017) είναι (Cronbach’s $\alpha = ,904$) και τέλος ο δείκτης εσωτερικής συνέπειας ολόκληρου του ερωτηματολογίου (από «Τουριστικές συνήθειες έως κοινωνικοί παράγοντες ταξιδιωτικών προορισμών») είναι (Cronbach’s $\alpha = ,890$).

Μεταβλητές	Cronbach Alpha
Πολιτικοί παράγοντες	,814
Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με τον τόπο της μόνιμης κατοικίας σας	,838
Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με την επιλογή τουριστικού προορισμού	,904

Πίνακας 3.4.1: Δείκτες εσωτερικής συνέπειας Cronbach α

Κεφάλαιο 4. Ανάλυση δεδομένων

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται και αναλύονται τα αποτελέσματα της έρευνας όπως προέκυψαν από τις απαντήσεις του ερωτηματολογίου. Για την ανάλυση χρησιμοποιήθηκε το πρόγραμμα SPSS. Αρχικά παρουσιάζονται τα δημογραφικά στοιχεία και οι τουριστικές συνήθειες των ερωτηθέντων, ενώ εν συνεχεία η ανάλυση των απαντήσεων σχετικά με τους πολιτικούς και κοινωνικούς παράγοντες. Τέλος γίνεται ο έλεγχος των ερευνητικών υποθέσεων.

4.1 Δημογραφικά στοιχεία

Σύμφωνα με τον Πίνακα 4.1.1 στην συγκεκριμένη έρευνα συμμετείχαν 280 άτομα (138 «άνδρες» και 142 «γυναίκες»), από τους οποίους οι 18 (6,4%) ανήκαν στην ηλικιακή ομάδα «18-25 ετών», οι 76 (27,1%) στην «26-35 ετών», οι 121 (43,2%) στην «36-45 ετών», οι 51 (18,2%) στην «46-60 ετών» και οι υπόλοιποι 14 (5,0%) στην «61 και άνω». Όσον αφορά την οικογενειακή κατάσταση των συμμετεχόντων, οι 103 (36,8%) είναι «Άγαμοι», οι 156 (55,7%) «Έγγαμοι» και οι 21 (7,5%) «Διαζευγμένοι / χήροι». Αναφορικά με το επίπεδο εκπαίδευσης τους, οι 4 (1,4%) τελείωσαν μέχρι και την «Πρωτοβάθμια εκπαίδευση», οι 29 (10,4%) μέχρι την «Δευτεροβάθμια εκπαίδευση», οι 123 (43,9%) μέχρι την «Τριτοβάθμια εκπαίδευση» και οι 124 (44,3%) την «Μεταπτυχιακή εκπαίδευση (MSc, PhD)». Τέλος, όσον αφορά την «απασχόληση τους», οι 12 (4,3%) είναι «Φοιτητές», οι 22 (7,9%) «Δημόσιοι υπάλληλοι», οι 210 (75,0%) «Ιδιωτικοί υπάλληλοι», οι 17 (6,1%) «Ελεύθεροι επαγγελματίες / αυτοαπασχολούμενοι / ιδιοκτήτης επιχείρησης», οι 8 (2,9%) «άνεργοι», οι 3 (1,1%) «Οικιακά» και οι υπόλοιποι 8 (2,9%) «Συνταξιούχοι».

		Συχνότητα	Ποσοστό (%)
Φύλο	Άνδρας	138	49,3%
	Γυναίκα	142	50,7%
Ηλικία	18-25	18	6,4%
	26-35	76	27,1%
	36-45	121	43,2%
	46-60	51	18,2%
	61 και άνω	14	5,0%
Οικογενειακή κατάσταση	Άγαμος/η	103	36,8%
	Έγγαμος/η	156	55,7%
	Διαζευγμένος/η – Χήρος/α	21	7,5%
Επίπεδο εκπαίδευσης	Πρωτοβάθμια εκπαίδευση	4	1,4%
	Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	29	10,4%
	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	123	43,9%
	Μεταπτυχιακή εκπαίδευση (MSc, PhD)	124	44,3%
Απασχόληση	Φοιτητής/τρια	12	4,3%
	Δημόσιος Υπάλληλος	22	7,9%
	Ιδιωτικός Υπάλληλος	210	75,0%
	Ελεύθερος επαγγελματίας / Αυτοαπασχολούμενος / Ιδιοκτήτης επιχείρησης	17	6,1%
	Άνεργος	8	2,9%
	Οικιακά	3	1,1%
	Συνταξιούχος	8	2,9%

Πίνακας 4.1.1: Δημογραφικά στοιχεία συμμετεχόντων

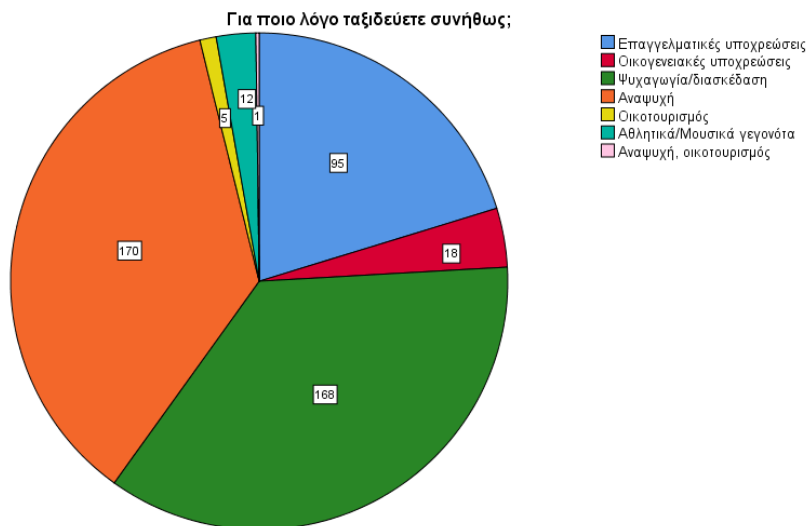
4.2 Τουριστικές συνήθειες

Σύμφωνα με τον Πίνακα 4.2.1 και τα Γράφημα 4.2.1 και 4.2.2 στο ερώτημα «Πόσα ταξίδια κάνατε στο εξωτερικό την τελευταία 5ετία;» απάντησαν 58 (20,7%) «Κανένα», 103 (36,8%) «1-2», 71 (25,4%) «3-5» και οι υπόλοιποι 48 (17,1%) «6+». Παράλληλα, στο ερώτημα «Με ποιους συνηθίζετε να ταξιδεύετε;» οι 26 (9,3%) απάντησαν «Μόνοι», οι 103 (36,8%) «Με σύντροφο / σύζυγο», οι 70 (25,0%) «Με φίλους», οι 77 (27,5%) «Με οικογένεια» και 4 (1,4%) με «Οργανωμένες εκδρομές (group)». Επιπλέον, στο ερώτημα «Σε τι είδους καταλύματα διαμένετε συνήθως;», οι 203

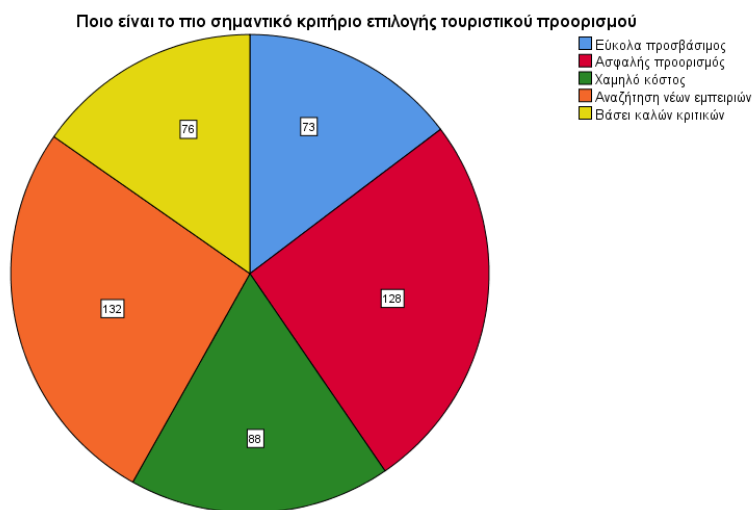
(72,5%) απάντησαν «Ξενοδοχείο», 45 (16,1%) απάντησε «Μισθωμένη κατοικία (AirBnb)», οι 9 (3,2%) «Κοινά δωμάτια (hostel)» και οι 23 (8,2%) «Οικία συγγενών ή φίλων». Επιπρόσθετα, σχετικά με την ερώτηση «Για ποιο λόγο ταξιδεύετε συνήθως;», οι 171 (36,46%) δήλωσαν «Αναψυχή», οι 168 (35,82%) δήλωσαν «Ψυχαγωγία/διασκέδαση», οι 95 (20,26%) «Επαγγελματικές υποχρεώσεις», οι 18 (3,84%) «Οικογενειακές υποχρεώσεις», οι 12 (2,56%) «Αθλητικά/Μουσικά γεγονότα» και 5 (1,07%) «Οικοτουρισμό». Τέλος, όσον αφορά το ερώτημα «Ποιο είναι το πιο σημαντικό κριτήριο επιλογής τουριστικού προορισμού;» οι 132 (26,56%) δήλωσαν «Αναζήτηση νέων εμπειριών», οι 128 (25,75%) «Ασφαλής προορισμός», οι 88 (17,71%) «Χαμηλό κόστος», οι 76 (15,29%) «Βάσει καλών κριτικών και οι 73 (14,69%) «Εύκολα προσβάσιμος».

		Συχνότητα	Ποσοστό (%)
Πόσα ταξίδια κάνατε στο εξωτερικό την τελευταία 5ετία;	Κανένα	58	20,7%
	1-2	103	36,8%
	3-5	71	25,4%
	6+	48	17,1%
Με ποιους συνηθίζετε να ταξιδεύετε;	Μόνος/η	26	9,3%
	Με σύντροφο/σύζυγο	103	36,8%
	Με φίλους	70	25,0%
	Με οικογένεια	77	27,5%
	Οργανωμένες εκδρομές (group)	4	1,4%
Σε τι είδους καταλύματα διαμένετε συνήθως;	Ξενοδοχείο	203	72,5%
	Μισθωμένη κατοικία (AirBnb)	45	16,1%
	Κοινά δωμάτια (hostel)	9	3,2%
	Οικία συγγενών ή φίλων	23	8,2%

Πίνακας 4.2.1: Τουριστικές συνήθειες συμμετεχόντων



Διάγραμμα 4.2.1: Για ποιο λόγο ταξιδεύετε συνήθως



Διάγραμμα 4.2.2: Ποιο είναι το πιο σημαντικό κριτήριο επιλογής τουριστικού προορισμού

4.3 Περιγραφική στατιστική

Στον Πίνακα 4.3.1 παρουσιάζονται οι μέσοι όροι και οι τυπικές αποκλίσεις της ενότητας «Πολιτικοί παράγοντες επιρροής». Πιο συγκεκριμένα, τα αποτελέσματα δηλώνουν ότι οι συμμετέχοντες «Συμφωνούν» στο ότι δεν θα πήγαιναν σε προορισμούς που φέρουν «ασταθείς οικονομικές συνθήκες, ενδεχόμενους υγειονομικούς κινδύνους, πολιτική αστάθεια, που σημειώθηκαν τρομοκρατικές επιθέσεις, που έχουν ενδεχόμενο ρίσκο σεισμού ή άλλων φυσικών καταστροφών» (Mean=3,61 SD=,78), (Mean=3,58 SD=,91). Παράλληλα, αναφορικά με την

ενότητα «Αξιολογείστε τη βαρύτητα των παρακάτω συνθηκών για το ταξίδι σας σε κάποιο προορισμό», οι συμμετέχοντες δήλωσαν «Σημαντική» την «Υψηλή πιθανότητα τρομοκρατικής επίθεσης» (Mean=3,95 SD=1,18), τους «Υγειονομικούς κινδύνους» (Mean=4,12 SD=1,04), το «Υψηλό ποσοστό εγκληματικότητας» (Mean=4,08 SD=,98), το «Ο προορισμός είναι αρκετά ακριβός» (Mean=3,55 SD=1,09) και την «Υψηλή πιθανότητα κοινωνικής αναταραχής» (Mean=3,57 SD=1,07), ενώ απάντησαν «Μέτρια σημαντικό» στον «Κίνδυνος σεισμού ή άλλων φυσικών καταστροφών» (Mean=3,21 SD=1,18) και στην «Πολιτική αστάθεια» (Mean=3,34 SD=1,10).

Τέλος, αναφορικά με την «Πρόθεση των συμμετεχόντων για να ταξιδέψουν σε ορισμένους προορισμούς», δήλωσαν ότι «Ενδιαφέρονται» για όλους τους καταγεγραμμένους προορισμούς «Ισραήλ, Τουρκία, Μεξικό, Αίγυπτο, Ρωσία».

	Mean	Std. Dev..
Τα ταξίδια σε χώρες με ασταθείς οικονομικές συνθήκες θα πρέπει να αποφεύγονται.	3,03	1,09
Τα ταξίδια σε προορισμούς με ενδεχόμενους υγειονομικούς κινδύνους (π.χ. ασθένειες, λοιμώξεις) θα πρέπει να αποφεύγονται.	4,32	,90
Τα ταξίδια σε προορισμούς με πολιτική αστάθεια θα πρέπει να αποφεύγονται.	3,80	1,10
Τα ταξίδια σε προορισμούς όπου σημειώθηκε τρομοκρατική επίθεση, κατά τη διάρκεια του τρέχοντος έτους, θα πρέπει να αποφεύγονται.	3,83	1,14
Τα ταξίδια σε προορισμούς με ενδεχόμενο ρίσκο σεισμού ή άλλων φυσικών καταστροφών θα πρέπει να αποφεύγονται.	3,09	1,21
ΣΥΝΟΛΙΚΑ	3,61	,78
Υποθέτοντας ότι σας δίνεται η δυνατότητα να ταξιδέψετε στο εξωτερικό		
Δεν θα πήγαινα σε προορισμό με ταξιδιωτική οδηγία για θέματα ασφαλείας.	3,96	1,14
Δεν θα πήγαινα σε προορισμό με ταξιδιωτική οδηγία για υγειονομικούς κινδύνους (γρίπη κ.λπ.).	4,10	1,03
Δεν θα πήγαινα σε προορισμό με ταξιδιωτική οδηγία για ενδεχόμενες φυσικές καταστροφές (τυφώνας κ.λπ.).	3,68	1,20
Δεν θα πήγαινα σε προορισμό όπου έχει σημειωθεί πρόσφατα τρομοκρατική επίθεση.	3,60	1,24
Δεν θα πήγαινα σε προορισμό όπου υπάρχουν ασταθείς οικονομικές συνθήκες.	2,85	1,16
Δεν θα πήγαινα σε προορισμό όπου υπάρχει πολιτική αστάθεια.	3,31	1,17
ΣΥΝΟΛΙΚΑ	3,58	,91
Παρακαλώ αξιολογήστε την πρόθεσή σας να ταξιδέψετε στους παρακάτω προορισμούς		
Ισραήλ	2,71	1,33
Τουρκία	2,78	1,27
Μεξικό	3,20	1,38
Αίγυπτος	3,26	1,24
Ρωσία	2,79	1,45

Αν δεν επιθυμείτε να ταξιδέψετε σε κάποιον προορισμό, παρακαλώ αξιολογήστε τη βαρύτητα των παρακάτω συνθηκών		
Υψηλή πιθανότητα τρομοκρατικής επίθεσης.	3,95	1,18
Υγειονομικοί κίνδυνοι.	4,12	1,04
Υψηλό ποσοστό εγκληματικότητας.	4,08	,98
Ο προορισμός είναι αρκετά ακριβός.	3,55	1,09
Κίνδυνος σεισμού ή άλλων φυσικών καταστροφών.	3,21	1,18
Υψηλή πιθανότητα κοινωνικής αναταραχής.	3,57	1,07
Πολιτική αστάθεια.	3,34	1,10
ΣΥΝΟΛΙΚΑ	3,69	,78

Πίνακας 4.3.1: Μέσοι όροι και τυπικές αποκλίσεις ερωτήσεων της ενότητας «Πολιτικοί Παράγοντες»

Στον Πίνακα 4.3.2 παρουσιάζονται οι απαντήσεις των συμμετεχόντων στις ενότητες «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με τον τόπο της μόνιμης κατοικίας σας» και «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με την επιλογή τουριστικού προορισμού».

Στην ενότητα «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με τον τόπο της μόνιμης κατοικίας σας» στο υπό-κεφάλαιο «Ποιότητα εγκαταστάσεων» κατά μέσο όρο οι συμμετέχοντες δήλωσαν «Ενδιαφέρομαι» (Mean=3,48 SD=,70), στο υπό-κεφάλαιο «Ψυχαγωγία» κατά μέσο όρο οι συμμετέχοντες δήλωσαν «Ενδιαφέρομαι» (Mean=3,43 SD=,82), στο υπό-κεφάλαιο «Ασφάλεια» κατά μέσο όρο οι συμμετέχοντες δήλωσαν «Ενδιαφέρομαι πολύ» (Mean=3,96 SD=,80) και στο υπό-κεφάλαιο «Παρεχόμενες υπηρεσίες» κατά μέσο όρο οι συμμετέχοντες δήλωσαν «Ενδιαφέρομαι» (Mean=3,49 SD=,87).

Παράλληλα, στην ενότητα «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με την επιλογή τουριστικού προορισμού» στο υπό-κεφάλαιο «Ποιότητα εγκαταστάσεων» κατά μέσο όρο οι συμμετέχοντες δήλωσαν «Ενδιαφέρομαι πολύ» (Mean=3,79 SD=,68), στο υπό-κεφάλαιο «Ψυχαγωγία» κατά μέσο όρο οι συμμετέχοντες δήλωσαν «Ενδιαφέρομαι» (Mean=3,29 SD=,76), στο υπό-κεφάλαιο «Ασφάλεια» κατά μέσο όρο οι συμμετέχοντες δήλωσαν «Ενδιαφέρομαι πολύ» (Mean=3,90 SD=,74), στο υπό-κεφάλαιο «Παρεχόμενες υπηρεσίες» κατά μέσο όρο οι συμμετέχοντες δήλωσαν «Ενδιαφέρομαι» (Mean=3,49 SD=,83) και τέλος στο υπό-κεφάλαιο «Τουρισμός και αναψυχή» κατά μέσο όρο οι συμμετέχοντες δήλωσαν «Ενδιαφέρομαι πολύ» (Mean=3,67 SD=,65).

	Mean	Std. Dev.
Παρακαλώ αξιολογήστε τους παρακάτω παράγοντες του τόπου μόνιμης κατοικίας σας		
Ποιότητα εγκαταστάσεων		
Επαρκής φωτισμός τη νύχτα.	3,75	,93
Επάρκεια μέσων μαζικής μεταφοράς.	3,33	1,26
Καλό οδικό δίκτυο και πεζοδρόμια.	3,29	1,17
Εύκολη επικοινωνία με τοπικές υπηρεσίες (πχ αστυνομία).	3,51	1,06
Χώροι πρασίνου.	3,24	1,08
Καθαριότητα.	3,69	1,03
Χαμηλή ατμοσφαιρική ρύπανση.	3,57	1,12
ΣΥΝΟΛΙΚΑ	3,48	,70
Ψυχαγωγία		
Τουριστικές εγκαταστάσεις (π.χ. διαμονή, εστιατόρια).	3,62	1,08
Είναι ή βρίσκεται κοντά σε μεγάλες πόλεις.	4,05	,95
Βραδινά κέντρα διασκέδασης.	3,14	1,20
Κέντρα απασχόλησης παιδιών.	2,91	1,33
ΣΥΝΟΛΙΚΑ	3,43	,82
Ασφάλεια		
Ησυχία.	3,79	1,04
Ασφάλεια.	4,22	,88
Χαμηλό βαθμό εγκληματικότητας.	4,12	,91
Μειωμένος συνωστισμός.	3,71	1,10
ΣΥΝΟΛΙΚΑ	3,96	,80
Παρεχόμενες υπηρεσίες		
Επαρκή παραρτήματα τραπεζών – ATM.	3,52	1,14
Πληθώρα εμπορικών καταστημάτων.	3,19	1,12
Επαρκείς εγκαταστάσεις υγειονομικής περίθαλψης.	3,32	1,25
Σούπερ μάρκετ σε βολικά σημεία.	3,91	,99
ΣΥΝΟΛΙΚΑ	3,49	,87

Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με την επιλογή τουριστικού προορισμού

Ποιότητα εγκαταστάσεων

Επαρκής φωτισμός τη νύχτα.	3,66	1,00
Επάρκεια μέσων μαζικής μεταφοράς.	4,03	,95
Καλό οδικό δίκτυο και πεζοδρόμια.	3,71	,99
Εύκολη επικοινωνία με τοπικές υπηρεσίες (πχ αστυνομία).	3,61	1,03
Χώροι πρασίνου.	3,74	,95
Καθαριότητα.	4,27	,82
Χαμηλή ατμοσφαιρική ρύπανση.	3,52	,99
ΣΥΝΟΛΙΚΑ	3,79	,68

Ψυχαγωγία

Τουριστικές εγκαταστάσεις (π.χ. διαμονή, εστιατόρια).	4,34	,84
Είναι ή βρίσκεται κοντά σε μεγάλες πόλεις.	3,68	1,04
Βραδινά κέντρα διασκέδασης.	2,91	1,10
Κέντρα απασχόλησης παιδιών.	2,24	1,30
ΣΥΝΟΛΙΚΑ	3,29	,76

Ασφάλεια

Ησυχία.	3,49	1,08
Ασφάλεια.	4,44	,77
Χαμηλό βαθμό εγκληματικότητας.	4,29	,89
Μειωμένος συνωστισμός.	3,36	1,07
ΣΥΝΟΛΙΚΑ	3,90	,74

Παρεχόμενες υπηρεσίες

Επαρκή παραρτήματα τραπεζών – ΑΤΜ.	3,46	1,07
Πληθώρα εμπορικών καταστημάτων.	3,29	1,00
Επαρκείς εγκαταστάσεις υγειονομικής περίθαλψης.	3,81	,99
Σούπερ μάρκετ σε βολικά σημεία.	3,41	1,07
ΣΥΝΟΛΙΚΑ	3,49	,83

Τουρισμός και αναψυχή

Ιστορικά μνημεία.	4,03	,92
Πολιτιστική κληρονομιά.	4,06	,94
Διαφορετικοί τύποι εστιατορίων, κέντρα αναψυχής.	3,87	,90

Αθλητισμός (αθλητικά γεγονότα).	2,68	1,14
Πολιτιστικές δραστηριότητες (θέατρα, μουσεία).	3,73	1,02
ΣΥΝΟΛΙΚΑ	3,67	,65

Πίνακας 4.3.2: Μέσοι όροι και τυπικές αποκλίσεις ερωτήσεων της ενότητας «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με τον τόπο της μόνιμης κατοικίας σας» και «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με την επιλογή τουριστικού προορισμού»

Βάσει των αποτελεσμάτων του Πίνακα 4.3.3 διαπιστώνεται ότι κατά μέσο όρο οι συμμετέχοντες «Συμφωνούν» στο ότι οι «Πολιτικοί παράγοντες επιδρούν στην επιλογή του ταξιδιωτικού προορισμού» (Mean=3,63 SD=,74), καθώς και στο ότι είναι «Σημαντικοί» οι «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με τον τόπο της μόνιμης κατοικίας σας» (Mean=3,57 SD=,55), καθώς και οι «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με την επιλογή τουριστικού προορισμού» (Mean=3,65 SD=,56).

	Πολιτικοί παράγοντες	Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με τον τόπο της μόνιμης κατοικίας σας	Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με την επιλογή τουριστικού προορισμού
Mean	3,63	3,57	3,65
Std. Deviation	,74	,55	,56

Πίνακας 4.3.3: Συγκεντρωτικοί μέσοι όροι και τυπικές αποκλίσεις ενότητων

4.4 Συσχετίσεις εξαρτημένων μεταβλητών

Από τον Πίνακα 4.4.1 διαπιστώνουμε ότι υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των εξαρτημένων μεταβλητών «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με τον τόπο της μόνιμης κατοικίας σας» και «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με την επιλογή τουριστικού προορισμού» (Sig.=,000<,05). Παράλληλα, μέσω του ελέγχου Person r (Πίνακας 4.4.2) διαπιστώνουμε ότι η συσχέτιση αυτή είναι ισχυρή (Sig.<,01) και είναι ανάλογη, δηλαδή όσο καλύτερη είναι η υπάρχουσα κατάσταση των «κοινωνικών παραγόντων στον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους» τόσο αυξάνονται και οι απαιτήσεις τους στους «Κοινωνικούς παράγοντες σχετικά με την επιλογή τουριστικού προορισμού» (Pearson $r=,57$).

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	45,98	59	,78	4,39	,000
Within Groups	39,10	220	,18		
Total	85,08	279			

Πίνακας 4.4.1: ANOVA Test για τον έλεγχο της συσχέτισης των ενοτήτων «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με τον τόπο της μόνιμης κατοικίας σας», «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με την επιλογή τουριστικού προορισμού»

	2. «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με την επιλογή τουριστικού προορισμού»
1. «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με τον τόπο της μόνιμης κατοικίας σας»	,57**
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).	

Πίνακας 4.4.2: Pearson r για τον έλεγχο της συσχέτισης των ενοτήτων «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με τον τόπο της μόνιμης κατοικίας σας», «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με την επιλογή τουριστικού προορισμού»

Από τον Πίνακα 4.4.3 διαπιστώνουμε ότι υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των εξαρτημένων μεταβλητών «Ποιότητα εγκαταστάσεων στον τόπο μόνιμης κατοικίας» και «Ποιότητα εγκαταστάσεων στον ταξιδιωτικό προορισμό» (Sig.=,000<,05). Η συσχέτιση αυτή και πάλι φαίνεται να είναι ισχυρή και ανάλογη (Πίνακας 4.4.4) – δηλαδή όσο καλύτερη είναι η υπάρχουσα κατάσταση αναφορικά με την «Ποιότητα εγκαταστάσεων στον τόπο μόνιμης κατοικίας» αυξάνονται και οι απαιτήσεις στην «Ποιότητα εγκαταστάσεων στον ταξιδιωτικό προορισμό» (Pearson r=,42).

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	38,93	24	1,62	4,65	,000
Within Groups	88,94	255	,35		
Total	127,87	279			

Πίνακας 4.4.3: ANOVA Test για τον έλεγχο της συσχέτισης των ενοτήτων «Ποιότητα εγκαταστάσεων στον τόπο μόνιμης κατοικίας», «Ποιότητα εγκαταστάσεων στον ταξιδιωτικό προορισμό»

	2. «Ποιότητα εγκαταστάσεων στον ταξιδιωτικό προορισμό»
1. «Ποιότητα εγκαταστάσεων στον τόπο μόνιμης κατοικίας»	,42**
** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).	

Πίνακας 4.4.4: Pearson r για τον έλεγχο της συσχέτισης των ενοτήτων «Ποιότητα εγκαταστάσεων στον τόπο μόνιμης κατοικίας», «Ποιότητα εγκαταστάσεων στον ταξιδιωτικό προορισμό»

Από τον Πίνακα 4.4.5 διαπιστώνουμε ότι υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των εξαρτημένων μεταβλητών «Ψυχαγωγία στον τόπο μόνιμης κατοικίας» και «Ψυχαγωγία στον ταξιδιωτικό προορισμό» (Sig.=,000<,05). Παράλληλα από τον Πίνακα 4.4.6 διαπιστώνουμε ότι η συσχέτιση αυτή είναι ισχυρή και ανάλογη – δηλαδή όσο καλύτερη είναι η προϋπάρχουσα κατάσταση στον τομέα της «Ψυχαγωγίας στον τόπο μόνιμης κατοικίας» τόσο αυξάνονται οι απαιτήσεις για «Ψυχαγωγία στον ταξιδιωτικό προορισμό» (Pearson r =,34).

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	38,54	15	2,57	5,55	,000
Within Groups	122,20	264	,46		
Total	160,74	279			

Πίνακας 4.4.5: ANOVA Test για τον έλεγχο της συσχέτισης των ενοτήτων «Ψυχαγωγία στον τόπο μόνιμης κατοικίας», «Ψυχαγωγία στον ταξιδιωτικό προορισμό»

	2. «Ψυχαγωγία στον ταξιδιωτικό προορισμό»
1. «Ψυχαγωγία στον τόπο μόνιμης κατοικίας»	,34**
**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).	

Πίνακας 4.4.6: Pearson r για τον έλεγχο της συσχέτισης των ενοτήτων «Ψυχαγωγία στον τόπο μόνιμης κατοικίας», «Ψυχαγωγία στον ταξιδιωτικό προορισμό»

Από τον Πίνακα 4.4.7 διαπιστώνουμε ότι υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των εξαρτημένων μεταβλητών «Ασφάλεια στον τόπο μόνιμης κατοικίας» και «Ασφάλεια στον ταξιδιωτικό προορισμό» (Sig.=,000<,05). Η συσχέτιση αυτή φαίνεται να είναι ισχυρή και ανάλογη (Πίνακας 4.4.8), δηλαδή όσο καλύτερη είναι η παρούσα κατάσταση αναφορικά με την «Ασφάλεια στον τόπο μόνιμης κατοικίας», τόσο αυξάνονται οι απαιτήσεις των συμμετεχόντων σχετικά με την «Ασφάλεια στον ταξιδιωτικό προορισμό» (Pearson r=,52).

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	48,72	15	3,25	8,25	,000
Within Groups	103,89	264	,39		
Total	152,62	279			

Πίνακας 4.4.7: ANOVA Test για τον έλεγχο της συσχέτισης των ενοτήτων «Ασφάλεια στον τόπο μόνιμης κατοικίας», «Ασφάλεια στον ταξιδιωτικό προορισμό»

	2. «Ασφάλεια στον ταξιδιωτικό προορισμό»
1. «Ασφάλεια στον τόπο μόνιμης κατοικίας»	,52**
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).	

Πίνακας 4.4.8: Pearson r για τον έλεγχο της συσχέτισης των ενοτήτων «Ασφάλεια στον τόπο μόνιμης κατοικίας», «Ασφάλεια στον ταξιδιωτικό προορισμό»

Από τον Πίνακα 4.4.9 διαπιστώνουμε ότι υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των εξαρτημένων μεταβλητών «Παρεχόμενες υπηρεσίες στον τόπο διαμονής» και «Παρεχόμενες υπηρεσίες στον ταξιδιωτικό προορισμό» (Sig.=,000<,05). Η συσχέτιση αυτή φαίνεται να είναι ισχυρή (Sig.<,01) και ανάλογη, δηλαδή όσο καλύτερες «Παρεχόμενες υπηρεσίες έχουν οι συμμετέχοντες στην μόνιμη κατοικία τους» τόσο περισσότερες απαιτήσεις έχουν για αξιόλογες «Παρεχόμενες υπηρεσίες στον ταξιδιωτικό προορισμό» κατά (Pearson $r=,42$) – Πίνακας 4.4.10.

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	56,83	16	3,55	6,91	,000
Within Groups	135,15	263	,51		
Total	191,97	279			

Πίνακας 4.4.9: ANOVA Test για τον έλεγχο της συσχέτισης των ενοτήτων «Παρεχόμενες υπηρεσίες στον τόπο διαμονής», «Παρεχόμενες υπηρεσίες στον ταξιδιωτικό προορισμό»

	2. «Παρεχόμενες υπηρεσίες στον ταξιδιωτικό προορισμό»
1. «Παρεχόμενες υπηρεσίες στον τόπο διαμονής»	,42**
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).	

Πίνακας 4.4.10: Pearson r για τον έλεγχο της συσχέτισης των ενοτήτων «Παρεχόμενες υπηρεσίες στον τόπο διαμονής», «Παρεχόμενες υπηρεσίες στον ταξιδιωτικό προορισμό»

Όπως διαπιστώνεται από τον Πίνακα 4.4.11 υπάρχει σημαντική συσχέτιση (ανάλογη – Πίνακας 4.4.12) της «αντιλαμβανόμενης σημασίας των οικονομικών κρίσεων» και της «πρόθεσης για επιλογή ενός προορισμού που ταλανίζεται από οικονομική κρίση» (Sig.=,001<,05, Pearson $r=,70$).

	Paired Differences		T	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation			
Τα ταξίδια σε χώρες με ασταθείς οικονομικές συνθήκες θα πρέπει να αποφεύγονται. - Δεν θα πήγαινα σε προορισμό όπου υπάρχουν ασταθείς οικονομικές συνθήκες	,18	,88	3,40	279	,001

Πίνακας 4.4.11: Έλεγχος συσχέτισης των δηλώσεων «Τα ταξίδια σε χώρες με ασταθείς οικονομικές συνθήκες θα πρέπει να αποφεύγονται», «Δεν θα πήγαινα σε προορισμό όπου υπάρχουν ασταθείς οικονομικές συνθήκες»

	2. «Δεν θα πήγαινα σε προορισμό όπου υπάρχουν ασταθείς οικονομικές συνθήκες»
1. «Τα ταξίδια σε χώρες με ασταθείς οικονομικές συνθήκες θα πρέπει να αποφεύγονται»	,70**
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).	

Πίνακας 4.4.12: Pearson r για τον έλεγχο της συσχέτισης των δηλώσεων «Τα ταξίδια σε χώρες με ασταθείς οικονομικές συνθήκες θα πρέπει να αποφεύγονται», «Δεν θα πήγαινα σε προορισμό όπου υπάρχουν ασταθείς οικονομικές συνθήκες»

Όπως διαπιστώνεται από τον Πίνακα 4.4.13 υπάρχει σημαντική συσχέτιση (ανάλογη – Πίνακας 4.4.14) της «αντιλαμβανόμενης σημασίας της πολιτικής αστάθειας» και της «πρόθεσης για επιλογή ενός προορισμού που ταλανίζεται από πολιτική αστάθεια» (Sig.=,000<,05 Pearson $r=,66$).

	Paired Differences		T	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation			
Τα ταξίδια σε προορισμούς με πολιτική αστάθεια θα πρέπει να αποφεύγονται. - Δεν θα πήγαινα σε προορισμό όπου υπάρχει πολιτική αστάθεια	,49	,94	8,75	279	,000

Πίνακας 4.4.13: Έλεγχος συσχέτισης των δηλώσεων «Τα ταξίδια σε προορισμούς με πολιτική αστάθεια θα πρέπει να αποφεύγονται», «Δεν θα πήγαινα σε προορισμό όπου υπάρχει πολιτική αστάθεια»

	2. «Δεν θα πήγαινα σε προορισμό όπου υπάρχει πολιτική αστάθεια»
1. «Τα ταξίδια σε προορισμούς με πολιτική αστάθεια θα πρέπει να αποφεύγονται»	,66**
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).	

Πίνακας 4.4.14: Pearson r για τον έλεγχο της συσχέτισης των δηλώσεων «Τα ταξίδια σε προορισμούς με πολιτική αστάθεια θα πρέπει να αποφεύγονται», «Δεν θα πήγαινα σε προορισμό όπου υπάρχει πολιτική αστάθεια»

Όπως διαπιστώνεται από τον Πίνακα 4.4.15 υπάρχει σημαντική συσχέτιση (ανάλογη – Πίνακας 4.4.16) της «αντιλαμβανόμενης σημασίας των τρομοκρατικών επιθέσεων» και της «πρόθεσης για επιλογή ενός προορισμού που ταλανίζεται από τρομοκρατικές επιθέσεις» (Sig.=,000<,05, Pearson r=,75).

	Paired Differences		T	Df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation			
Τα ταξίδια σε προορισμούς όπου σημειώθηκε τρομοκρατική επίθεση, κατά τη διάρκεια του τρέχοντος έτους, θα πρέπει να αποφεύγονται. - Δεν θα πήγαινα σε προορισμό όπου έχει σημειωθεί πρόσφατα τρομοκρατική επίθεση	,23	,84	4,46	279	,000

Πίνακας 4.4.15: Έλεγχος συσχέτισης των δηλώσεων «Τα ταξίδια σε προορισμούς όπου σημειώθηκε τρομοκρατική επίθεση, κατά τη διάρκεια του τρέχοντος έτους, θα πρέπει να αποφεύγονται.», «Δεν θα πήγαινα σε προορισμό όπου έχει σημειωθεί πρόσφατα τρομοκρατική επίθεση»

	2. «Δεν θα πήγαινα σε προορισμό όπου έχει σημειωθεί πρόσφατα τρομοκρατική επίθεση»
1. «Τα ταξίδια σε προορισμούς όπου σημειώθηκε τρομοκρατική επίθεση, κατά τη διάρκεια του τρέχοντος έτους, θα πρέπει να αποφεύγονται»	,75**
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).	

Πίνακας 4.4.16: Pearson r για τον έλεγχο της συσχέτισης των δηλώσεων «Τα ταξίδια σε προορισμούς όπου σημειώθηκε τρομοκρατική επίθεση, κατά τη διάρκεια του τρέχοντος έτους, θα πρέπει να αποφεύγονται.», «Δεν θα πήγαινα σε προορισμό όπου έχει σημειωθεί πρόσφατα τρομοκρατική επίθεση»

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του Πίνακα 4.4.17 φαίνεται να υπάρχει (ανάλογη – όσο αυξάνεται η μία αυξάνεται και η άλλη και όσο μειώνεται η μία μειώνεται και η άλλη) ισχυρή συσχέτιση μεταξύ των ενοτήτων «Πολιτικοί παράγοντες» και «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με τον τόπο της μόνιμης κατοικίας σας» (Sig.=,000<,01 Pearson r=,39). Παράλληλα, φαίνεται να υπάρχει (ανάλογη) ισχυρή συσχέτιση μεταξύ των ενοτήτων «Πολιτικοί παράγοντες» και «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με την επιλογή τουριστικού προορισμού» (Sig.=,000<,01 Pearson r=,44). Τέλος, υπάρχει (ανάλογη) ισχυρή συσχέτιση μεταξύ των ενοτήτων «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με την επιλογή τουριστικού προορισμού» και «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με τον τόπο της μόνιμης κατοικίας σας» (Sig.=,000<,01 Pearson r=,57).

Στον Πίνακα 4.4.17 διακρίνονται οι παράγοντες επιρροής επιλογής ταξιδιωτικού προορισμού από τους συμμετέχοντες. Πιο συγκεκριμένα, διαπιστώνεται ότι οι υπάρχοντες «κοινωνική παράγοντες στον τόπο μόνιμης κατοικίας των συμμετεχόντων» επηρεάζουν την επιλογή τουριστικού προορισμού βάσει των «πολιτικών παραγόντων». Παράλληλα όπως διαπιστώνεται, «οι πολιτικοί παράγοντες» επηρεάζουν και τους «κοινωνικούς παράγοντες» στην επιλογή ταξιδιωτικού προορισμού και οι «κοινωνικοί παράγοντες που επικρατούν στον χώρο μόνιμης κατοικίας των συμμετεχόντων» επηρεάζουν ισχυρά την «επιλογή τουριστικού προορισμού βάσει κοινωνικών παραγόντων».

		1. Πολιτικοί παράγοντες	2. Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με τον τόπο της μόνιμης κατοικίας σας	3. Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με την επιλογή τουριστικού προορισμού
1.	Pearson Correlation	1	,39**	,44**
	Sig. (2-tailed)	-	,000	,000
2.	Pearson Correlation	-	1	,57**
	Sig. (2-tailed)	-	-	,000
3.	Pearson Correlation	-	-	1
	Sig. (2-tailed)	-	-	-

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

Πίνακας 4.4.17: Pearson r για τον έλεγχο της συσχέτισης των επιμέρους ενοτήτων

4.5 Συσχέτιση του «φύλου» με την «επιλογή ταξιδιωτικού προορισμού βάσει των κινδύνων»

Από τον Πίνακα 4.5.1 διαπιστώνουμε ότι υπάρχει συσχέτιση μεταξύ της ανεξάρτητης μεταβλητής «φύλο» και της εξαρτημένης μεταβλητής «επιλογή ταξιδιωτικού προορισμού βάσει των κινδύνων» (Sig.=,004<,05). Φαίνεται δηλαδή πως οι γυναίκες επηρεάζονται σε μεγαλύτερο βαθμό από τους «κινδύνους που υπάρχουν σε κάθε ταξιδιωτικό προορισμό», σε σχέση με τους άνδρες (Πίνακας 4.5.2).

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
Equal variances assumed	,03	,85	-2,87	278	,004
Equal variances not assumed			-2,87	276,46	,004

Πίνακας 4.5.1: T Test για την συσχέτιση της ανεξάρτητης μεταβλητής «φύλο» με την εξαρτημένη μεταβλητή «επιλογή ταξιδιωτικού προορισμού βάσει των κινδύνων»

Φύλο	Mean	Std. Deviation
Άνδρας	3,40	,52
Γυναίκα	3,57	,50

Πίνακας 4.5.2: Συχνότητες και τυπικές αποκλίσεις για την συσχέτιση της ανεξάρτητης μεταβλητής «φύλο» με την εξαρτημένη μεταβλητή «επιλογή ταξιδιωτικού προορισμού βάσει των κινδύνων»

4.6 Σύνοψη Κεφαλαίου

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάστηκαν τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου. Μέσω της μεθόδου Ανάλυσης Παλινδρόμησης διερευνήθηκε κάθε ερευνητικό ερώτημα, που τέθηκε στο κεφάλαιο 2, με αποτέλεσμα την επιβεβαίωση ή την απόρριψη του. Τα ευρήματα της έρευνας συνοψίζονται στον παρακάτω πίνακα:

Υπόθεση	Επιβεβαίωση / Απόρριψη
<i>H1: Η αυξημένη αντιλαμβανόμενη σημασία των οικονομικών κρίσεων μετριάξει την πρόθεση επιλογής ενός προορισμού που ταλανίζεται από οικονομική κρίση.</i>	Επιβεβαιώνεται
<i>H2: Η αυξημένη αντιλαμβανόμενη σημασία της πολιτικής αστάθειας μετριάξει την πρόθεση επιλογής ενός προορισμού που χαρακτηρίζεται από πολιτική αστάθεια.</i>	Επιβεβαιώνεται
<i>H3: Η αυξημένη αντιλαμβανόμενη σημασία των τρομοκρατικών επιθέσεων μετριάξει την πρόθεση επιλογής ενός προορισμού που λαμβάνουν χώρα τρομοκρατικές επιθέσεις.</i>	Επιβεβαιώνεται
<i>H4: Όσο πιο ικανοποιημένοι είναι οι κάτοικοι από τις παρεχόμενες κοινωνικές υπηρεσίες στον τόπο διαμονής τους, τόσο πιο σημαντικός είναι ο παράγοντας αυτός ως κριτήριο επιλογής τουριστικού προορισμού.</i>	Επιβεβαιώνεται
<i>H5: Όσο πιο ικανοποιημένοι είναι οι κάτοικοι από την ποιότητα εγκαταστάσεων στον τόπο διαμονής τους, τόσο πιο σημαντικός είναι ο παράγοντας αυτός ως κριτήριο επιλογής τουριστικού προορισμού.</i>	Επιβεβαιώνεται

<p><i>H6: Όσο μεγαλύτερο το αίσθημα ασφάλειας των κατοίκων στον τόπο διαμονής τους, τόσο πιο σημαντικό κριτήριο αποτελεί γι' αυτούς όταν επιλέγουν τουριστικό προορισμό.</i></p>	<p>Επιβεβαιώνεται</p>
<p><i>H7: Όσο περισσότερες οι επιλογές ψυχαγωγίας στον τόπο διαμονής, τόσο πιο σημαντικός είναι ο παράγοντας αυτός ως κριτήριο επιλογής τουριστικού προορισμού.</i></p>	<p>Επιβεβαιώνεται</p>
<p><i>H8: Το φύλο έχει σημαντικό αντίκτυπο στην αντίληψη κινδύνου των τουριστών: οι γυναίκες τουρίστριες επηρεάζονται σε μεγαλύτερο βαθμό από παράγοντες κινδύνου σε σύγκριση με τους άντρες.</i></p>	<p>Επιβεβαιώνεται</p>

Πίνακας 4.6.1: Συμπεράσματα υποθέσεων

Κεφάλαιο 5. Συζήτηση αποτελεσμάτων

5.1 Συζήτηση αποτελεσμάτων

Τα αποτελέσματα της ερευνητικής μας μελέτης φαίνεται να συμφωνούν με τα αποτελέσματα των περισσότερων ερευνητικών μελετών που αναλύθηκαν παραπάνω, τόσο σχετικά με την επιρροή των «Κοινωνικών παραγόντων» στην επιλογή τουριστικού προορισμού, όσο και με τη σύνδεση των «Κοινωνικών» με τους «Πολιτικούς» παράγοντες, τονίζοντας ότι οι «Θετικοί κοινωνικοί παράγοντες» επιδρούν θετικά στην επιλογή του τουριστικού προορισμού και οι «Κοινωνικοί παράγοντες» ενός προορισμού συνδέονται άμεσα με τους «Πολιτικούς παράγοντες» επιλογής ταξιδιωτικού προορισμού (Beldona et al, 2009. Fitzsimons & Morwitz, 1996. Kim, 2005).

Επιπρόσθετα, ο «Κίνδυνος των τρομοκρατικών επιθέσεων» μίας χώρας μειώνει την επιλογή της ως τουριστικό προορισμό και το αίσθημα «ασφάλειας» σε έναν προορισμό αυξάνει την πιθανότητα επιλογής του (Rittichainuwat & Chakraborty, 2009. Floyd et al., 2004. Sönmez & Graefe, 1998. Sönmez et al, 1999. Shahrabani et al., 2019. Rittichainuwat, 2009). Εκτός από τα παραπάνω, σε συμφωνία αναφορικά με την επίδραση της πολιτικής αστάθειας στην επιλογή ταξιδιωτικού προορισμού έρχεται και η ερευνητική μελέτη των Chew & Jahari (2014). Ωστόσο, μια άλλη ερευνητική μελέτη που έρχεται σε αντίθεση με τα αποτελέσματα της ερευνητικής μας εργασίας, αλλά και με τα αποτελέσματα των παραπάνω αναφερόμενων ερευνητικών μελετών, αναφέρει ότι αρκετοί τουρίστες δεν επηρεάζονται από την «ασφάλεια» για την επιλογή ενός τουριστικού προορισμού (Shoemaker, 1994. Rittichainuwat, 2009).

Παράλληλα, από τα ευρήματα της εργασίας μας σχετικά με τη διερεύνηση της συσχέτισης του φύλου με την «Επιλογή ταξιδιωτικού προορισμού βάσει των κινδύνων», διαπιστώθηκε ότι οι γυναίκες τουρίστριες λαμβάνουν περισσότερο υπόψιν τους «Τους κινδύνους προκειμένου να επιλέξουν ταξιδιωτικό προορισμό». Τα αποτελέσματα αυτά συμφωνούν με την ερευνητική μελέτη των Pritchard & Morgan (2001), οι οποίοι διαπίστωσαν ότι οι γυναίκες τουρίστες είναι πιο ευαίσθητες και ευάλωτες σε συγκεκριμένους τύπους κινδύνων (π.χ. σεξουαλική παρενόχληση) και γι' αυτό λαμβάνουν υπόψιν τους κινδύνους αυτούς (Pritchard & Morgan, 2001). Την ίδια διαφοροποίηση στο φύλο των συμμετεχόντων εντόπισαν και ο ερευνητής Gustafson (2006) (Gustafson, 2006). Ωστόσο, στην ερευνητική εργασία των Chiu & Lin (2011), διαπιστώθηκε ότι το φύλο δεν είναι ο μοναδικός παράγοντας που επηρεάζει την επιλογή τουριστικού προορισμού βάσει κινδύνων, αλλά υπάρχουν και άλλοι παράγοντες επίδρασης όπως η σύνθεση της ομάδας ταξιδιών, το πολιτιστικό υπόβαθρο και οι εμπειρίες του παρελθόντος (Chiu & Lin, 2011).

Επιπλέον, οι επιμέρους ενότητες συσχετίζονται ισχυρά μεταξύ τους, με τους «Πολιτικούς παράγοντες» να επηρεάζονται ανάλογα με τους «Κοινωνικούς παράγοντες», τους «Πολιτικούς παράγοντες» να επηρεάζονται ανάλογα με τους «Κοινωνικούς παράγοντες σχετικά με την επιλογή τουριστικού προορισμού» και οι «Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με την επιλογή τουριστικού προορισμού» να επηρεάζονται ανάλογα με τους «Κοινωνικούς παράγοντες σχετικά με τον τόπο της μόνιμης κατοικίας». Επιπρόσθετα, ο «Τουρισμός και η αναψυχή» ενός προορισμού υποδηλώνεται ως σημαντική προϋπόθεση στην επιλογή ενός τουριστικού προορισμού.

Σύμφωνα με την ανάλυση λοιπόν, όσο πιο ικανοποιημένοι είναι οι κάτοικοι από τις παρεχόμενες «Κοινωνικές υπηρεσίες στον τόπο διαμονής τους», τόσο πιο σημαντικός είναι ο παράγοντας αυτός ως κριτήριο επιλογής τουριστικού προορισμού και όσο πιο ικανοποιημένοι είναι οι κάτοικοι από την «ποιότητα εγκαταστάσεων», την «ασφάλεια», την «ψυχαγωγία» και τις «καλές παρεχόμενες υπηρεσίες» στον τόπο διαμονής τους, τόσο πιο σημαντικοί είναι οι παράγοντες αυτοί ως κριτήριο επιλογής τουριστικού προορισμού.

Συνεπώς οι ερευνητικές υποθέσεις που προέκυψαν μέσα από την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας φαίνεται να επιβεβαιώνεται και από την ερευνητική μας μελέτη.

5.2 Προτάσεις για τη διοίκηση της Τουριστικής Αγοράς σε ασταθή περιβάλλοντα

Γενικότερα όπως διαπιστώνεται οι χώρες με ασταθή κοινωνικό και πολιτικό περιβάλλον, διαμορφώνουν αρνητικές αντιλήψεις στους ανθρώπους και δεν επιλέγονται ως ταξιδιωτικοί προορισμοί. Αυτό συμβαίνει καθώς οι περισσότεροι πολίτες τείνουν να επιλέγουν ταξιδιωτικούς προορισμούς βάσει κριτηρίων ασφαλείας και σταθερότητας, καθώς έτσι νιώθουν περισσότερη σιγουριά και ασφάλεια.

Τα Μ.Μ.Ε. αποτελούν μέσα στρατηγικών διαχείρισης κινδύνου, καθώς αυτά παρέχουν πληροφορίες για τους διάφορους ταξιδιωτικούς προορισμούς και συγχρόνως προβάλλουν τις θετικές και τις αρνητικές συνθήκες των προορισμών αυτών, διαμορφώνοντας έτσι τις αντιλήψεις των πολιτών (Mansfeld, 2006. Ritchie et al., 2004. Avraham & Ketter, 2008. Beirmann, 2003. Ritchie, 2009). Τα μέσα πληροφόρησης λοιπόν, έχουν τη δυνατότητα μετάδοσης επικίνδυνων καταστάσεων, είτε μέσω της ενίσχυσης ή αποδυνάμωσης της πληροφορίας που λαμβάνουν οι κοινωνικές ομάδες σχετικά με τα γεγονότα, είτε φιλτράροντας τις μεταδιδόμενες ειδήσεις που μεταφέρουν. Σε περιπτώσεις ακραίων πολιτικών κρίσεων π.χ πολεμικές συγκρούσεις, τα γεγονότα αναπόφευκτα θα προκαλέσουν ζημία στον τουρισμό, αλλά ακόμα και σε πιο ήπιες πολιτικές κρίσεις π.χ ειρηνικές διαδηλώσεις, η διαστρέβλωση και η αλλοίωση των γεγονότων όπως παρουσιάζονται από τα Μ.Μ.Ε.

μπορεί επίσης να πλήξει τον τουρισμό καθώς θα επηρεάσει την ψυχολογία του δυνητικού επισκέπτη. Σε αυτές τις περιπτώσεις η κρατική μέριμνα θα πρέπει να λαμβάνει μέτρα για την άμβλυνση τέτοιων φαινομένων.

Χρειάζεται συνεπώς οι χώρες με ασταθή περιβάλλοντα είτε αυτά αφορούν τον πολιτικό τομέα ήταν τον κοινωνικό-οικονομικό, να εξελιχθούν θετικά ώστε να μπορέσουν να αναπτύξουν την τουριστική τους αγορά. Για να το επιτύχει αυτό εύλογα η κάθε χώρα θα προσπαθήσει να υιοθετήσει πολιτική και οικονομική σταθερότητα και παράλληλα μέσα από κοινωνικό-πολιτισμικά έργα να προωθήσει τον τουρισμό. Αυτό όμως μπορεί να επιτευχθεί μόνο μέσω μιας γενικότερης ολοκληρωμένης στρατηγικής στον τρόπο προώθησης της χώρας. Ορισμένες προτάσεις για βελτιωτικές ενέργειες που θα μπορούσαν να περιλαμβάνονται στο πλάνο, είναι η προσπάθεια εξάλειψης κινδύνων και γεγονότων που μπορεί να προκαλέσουν αστάθεια, η ανάδειξη της ιστορίας και των πολιτισμικών χαρακτηριστικών της χώρας καθώς και η γενικότερη βελτίωση της εικόνας των πόλεων.

Βάσει των αποτελεσμάτων της έρευνας συμπεραίνουμε ότι το μοντέλο SARF επιβεβαιώνεται καθώς οι πολιτικές, κοινωνικές και θεσμικές αστάθειες μιας χώρας επιδρούν στην ψυχοσύνθεση αλλά και στην ψυχολογία τόσο των πολιτών της όσο και των εν δυνάμει επισκεπτών της. Η πλειονότητα των ταξιδιωτών δεν έχει τη δυνατότητα να αναλύσει την πολυπλοκότητα των ενδεχόμενων κινδύνων, χρησιμοποιώντας πιο απλοποιημένους μηχανισμούς ανάγνωσης των σημάτων κινδύνου. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα σε κάποιες περιπτώσεις, να δημιουργούνται προκαταλήψεις, οι οποίες μπορεί να μεταφέρονται ακόμα και σε επόμενες γενιές (Kasperson et. al., 1988).

Τα ίδια αποτελέσματα προέκυψαν και από άλλες ερευνητικές μελέτες, όπως για παράδειγμα στη μελέτη των Shahrabani et al, 2019. Shakeela and Becken (2015), οι οποίοι κατέληξαν στο ότι οι αστάθειες μπορούν να επηρεάσουν τον τρόπο με τον οποίο τα άτομα βιώνουν διάφορα σημαντικά γεγονότα, όπως οι οικονομικές δυσκολίες, η διαβίωση ή ακόμη και ζητήματα ασφαλείας που προκύπτουν από την τρομοκρατία, τα οποία συμβάλλουν και στην επιλογή τουριστικού προορισμού (Shahrabani et al, 2019, Shakeela and Becken (2015)).

Κεφάλαιο 6. Συμπεράσματα, Περιορισμοί και Προτάσεις για περαιτέρω Έρευνα

6.1 Γενικά συμπεράσματα

Συμπερασματικά στην ερευνητική αυτή μελέτη αναφορικά με την επιρροή των κοινωνικών και πολιτικών παραγόντων ως παράγοντες επιλογής ταξιδιωτικού προορισμού, διαπιστώθηκε ότι «όσο πιο ευχαριστημένοι είναι οι συμμετέχοντες από τον τόπο μόνιμης κατοικίας τους, τόσο περισσότερες απαιτήσεις έχουν αναφορικά με την επιλογή ταξιδιωτικού προορισμού, με τους παράγοντες «επιθετικότητα», «οικονομία» και «πολιτική κατάσταση» που επικρατούν στην χώρα να αποτελούν σημαντικά κριτήρια επιλογής. Παράλληλα όπως προέκυψε, οι γυναίκες επιλέγουν τον ταξιδιωτικό προορισμό τους «βάσει κινδύνων», ενώ οι άνδρες δεν επηρεάζονται τόσο από τον παράγοντα αυτό. Συνεπώς, κατά την επιλογή ενός ταξιδιωτικού προορισμού φαίνεται να αναπτύσσονται διαφορετικοί παράγοντες / διαφορετικά κριτήρια για κάθε άτομο, ανάλογα με τον «τόπο μόνιμης κατοικίας του» και με τις γυναίκες να είναι πιο προσεκτικές σε παράγοντες που αφορούν ασφάλεια και επικινδυνότητα. Ωστόσο, είναι σημαντικό να υλοποιηθεί περαιτέρω ερευνητική μελέτη επί του θέματος, με σκοπό να καλυφθούν τόσο ορισμένα σημαντικά σημεία, όσο και να ξεπεραστούν οι περιορισμοί της ερευνητικής μας μελέτης.

6.2 Περιορισμοί και προτάσεις για περαιτέρω έρευνα

Αναφορικά με τους περιορισμούς της παρούσας εργασίας, αυτοί εντοπίζονται κυρίως στους συμμετέχοντες καθώς η διαμονή του ερωτηματολογίου έγινε μέσω διαδικτύου, e-mail και μέσω κοινωνικής δικτύωσης με αποτέλεσμα το δείγμα να είναι αρκετά συγκεντρωτικό σε ηλικίες 36-45 ετών (ποσοστό 43,2%), εργαζομένων στο ιδιωτικό τομέα (ποσοστό 75%), με υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης (τριτοβάθμια και μεταπτυχιακής εκπαίδευση ποσοστό 88,2%).

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στην Ελλάδα, καθώς και το ερωτηματολόγιο ήταν στην Ελληνική γλώσσα. Το γεγονός αυτό δημιουργεί γεωγραφικό περιορισμό στο δείγμα, καθώς οι ερωτηθέντες ήταν κατά βάση Έλληνες, έχουν παρόμοια κουλτούρα λόγω του περιβάλλοντος στο οποίο διαμένουν καθώς και παρόμοιες εμπειρίες ως προς τις γενικότερες κοινωνικοπολιτικές καταστάσεις που βιώνουν. Σύμφωνα με εμπειρικές μελέτες που χρησιμοποιήθηκαν στην μελέτη, το περιβάλλον στο οποίο ζούμε επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό τον αντιληπτό κίνδυνο. Συνεπώς, ιδιαίτερο

ενδιαφέρον θα παρουσίαζε η διεξαγωγή της έρευνας σε διάφορες χώρες και η σύγκριση των αποτελεσμάτων τους.

Παράλληλα, μπορεί να μελετηθεί και η επιρροή των ΜΜΕ ως κριτήριο επιλογής ενός ταξιδιωτικού προορισμού, και να διερευνηθεί και ο παράγοντας συμβολής των ΜΜΕ στην επιλογή αυτή. Θα μπορούσε δηλαδή να διερευνηθεί το θέμα «της επιρροής των κοινωνικών και πολιτικών παραγόντων ως κριτήριο επιλογής ταξιδιωτικού προορισμού» μέσα από τις απόψεις ατόμων με ταξιδιωτικά γραφεία και εταιρειών που διοργανώνουν εκδρομές σε ποικίλους ταξιδιωτικούς προορισμούς, προκειμένου να συγκριθούν οι απόψεις των ταξιδιωτών και των επαγγελματιών διοργάνωσης ταξιδιωτικών προορισμών.

Τέλος, θα μπορούσαν να μελετηθούν οι διαφοροποιήσεις των δηλώσεων των συμμετεχόντων σε σχέση με την ηλικία και την επαγγελματική τους κατάσταση, προκειμένου να εντοπιστούν και άλλοι τυχόν παράγοντες που συμβάλλουν στην επιλογή ταξιδιωτικού προορισμού.

Βιβλιογραφία

1. Aliperti, G., and Cruz, A. M. (2019). Investigating tourists' risk information processing. *Annals of Tourism Research*, Vol. 79. doi: 10.1016/j.annals.2019.102803
2. Alvarez, M.D. and Korzay, M. (2008), Influence of politics and media in the perceptions of Turkey as a tourism destination, *Tourism Review*, Vol. 63 No. 2, pp. 38-46. doi: 10.1108/16605370810883932
3. Baloglu, S., & Mangalolu, M. (2001). Tourism destination images of Turkey, Egypt, Greece, and Italy as perceived by US-based tour operators and travel agents, *Tourism management*, Vol. 22, No.1, pp. 1-9. doi: 10.1016/S0261-5177(00)00030-3
4. Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation, *Annals of tourism research*, Vol. 26, No. 4, pp. 868-897. doi: 10.1016/S0160-7383(99)00030-4
5. Becken, S., Jin, X., Zhang, C., & Gao, J. (2017). Urban air pollution in China: Destination image and risk perceptions. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(1), 130-147. doi: 10.1080/09669582.2016.1177067
6. Beerli, A., & Martin, J. D. (2004). "Factors influencing destination image." *Annals of tourism research*, Vol. 31 No. 3, pp. 657-681. doi: 10.1016/j.annals.2004.01.010
7. Beldona, S., Nusair, K., and Demicco, F. (2009). Online travel purchase behavior of generational cohorts: a longitudinal study. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(4), 406-420. doi: 10.1080/19368620902799627
8. Carneiro, P. and J.J. Heckman. (2003). Human capital policy. In *Inequality in America: What Role for Human Capital Policies?* J.J. Heckman, A.B. Krueger & B.M. Friedman, Eds.: 77–239. MIT Press. Cambridge, MA .
9. Chen, P. J., Hua, N., & Wang, Y. (2013). Mediating perceived travel constraints: The role of destination image. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(3), 201-221. doi: 10.1080/10548408.2013.774914
10. 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*, Vol. 40, pp. 382-393. doi: 10.1016/j.tourman.2013.07.008
11. Chon, K. (1990). "The role of destination image in tourism: A review and discussion", *The Tourist Review*, Vol. 45, No. 2, pp. 2-9. doi: 10.1108/eb058040
12. Chon, K. (1992). "The role of destination image in tourism: An extension", *The Tourist Review*, Vol. 47, No. 1, pp. 2-8. doi: 10.1108/eb058086

13. Choy, L. T. (2014). The strengths and weaknesses of research methodology: Comparison and complimentary between qualitative and quantitative approaches. *IOSR journal of humanities and social science*, 19(4), 99-104.
14. Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhil, S. (2008). *Tourism: Principles and Practice*. Harlow, England: Prentice Hall Financial Times.
15. Duckett, D., and Busby, J. (2013). Risk amplification as social attribution. *Risk Management*, 15(2), 132-153. doi: 10.1057/rm.2013.2
16. Echtner, C. M., & Ritchie, J. B. (1991). The meaning and measurement of destination image. *Journal of tourism studies*, Vol. 2 No. 2, pp. 2-12.
https://www.academia.edu/1799708/The_meaning_and_measurement_of_destination_image?auto=citations&from=cover_page
17. Fitzsimons, G. J., and Morwitz, V. G. (1996). The effect of measuring intent on brand-level purchase behavior. *Journal of Consumer Research*, 23(1), 1-11. doi: 10.1086/209462
18. Floyd, M. F., Gibson, H., Pennington-Gray, L., & Thapa, B. (2004). The effect of risk perceptions on intentions to travel in the aftermath of September 11, 2001. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 15(2-3), 19-38. doi: 10.1300/J073v15n02_02
19. Fodness, D. (1992). The Impact of Family Life Cycle on the Vacation Decision-making Process. *Journal of Travel Research*, 31(2), 8–13. doi: 10.1177/004728759203100202
20. Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. (2011). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (12 ed.). Jersey: John Wiley and Sons New.
21. Gottfredson, L. S. (2002). Gottfredson's theory of circumscription, compromise, and self-creation. *Career choice and development*, 4, 93-100. ISBN: 0787966525, 9780787966522
22. Heckman, J. J. (2008). Role of income and family influence on child outcomes. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1136(1), 307-323. doi: 10.1196/annals.1425.031
23. Joseph F., et al. (2009) *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. 7th ed. Upper Saddle River: Prentice Hall, 2009.
24. Kasperson, R.E., Renn, O., Slovic, P., Brown, H.S., Emel, J., Goble, R., Kasperson, J.X. and Ratick, S. (1988), The Social Amplification of Risk: A Conceptual Framework. *Risk Analysis*, Vol. 8, No.2, pp. 177-187. <https://doi.org/10.1111/j.1539-6924.1988.tb01168.x>
25. Kim, J.-Y. (2005). "Bowling Together" isn't a Cure-All: The Relationship between Social Capital and Political Trust in South Korea. *International Political Science Review*, 26(2), 193–213. <https://doi.org/10.1177/0192512105050381>
26. Kim, H., & Richardson, S. L. (2003). Motion picture impacts on destination images. *Annals of tourism research*, 30(1), 216-237. doi: 10.1016/S0160-7383(02)00062-2

27. Khuong, M. N and Nguyen. T. T. (2015). Factors Affecting Tourists' Return Intention towards Vung Tau City, Vietnam-A Mediation Analysis of Destination Satisfaction. *Journal of Advanced Management Science*,
28. Lenhart, A., Purcell, K., Smith, A. and Zickur, K. (2010) Social Media & Mobile Internet use among teens and young adults. Available at <http://pewinternet.org/Reports/2010/Social-Media-and-Young-Adults.aspx>
29. Medová, N., Macková, L., & Harmacek, J. (2021). The Impact of COVID-19 on Hospitality Industry in Greece and Its Treasured Santorini Island. *Sustainability*, 13(14), 7906. doi: 10.3390/su13147906
30. Milne, Simon, and Irena Ateljevic (2001), "Tourism, Economic Development and the Global-local Nexus: Theory Embracing Complexity" *Tourism Geographies*, Vol. 3 No. 4, 369-393. doi: 10.1080/146166800110070478
31. Moscovici, S. (1980). Toward a theory of conversion behavior. In *Advances in experimental social psychology*, Vol. 13, pp. 209-239. Academic Press. doi: 10.1016/S0065-2601(08)60133-1
32. Ngoc, K. M., & Trinh, N. T. (2015). Factors affecting tourists' return intention towards Vung Tau City, Vietnam-A mediation analysis of destination satisfaction. *Journal of Advanced Management Science* Vol. 3, No. 4, pp 292-298. doi: 10.12720/joams.3.4.292-298
33. Oldenburg, R. (1989). *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlors, General Stores, Bars, Hangouts, and How They Get You Through the Day*, New York: Paragon House.
34. Oppermann, Dr. Martin (1995). Family Life Cycle and Cohort Effects. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 4(1), 23–44. doi: 10.1300/j073v04n01_02
35. Pearce, D. (1995). *Tourism Today: A Geographical Analysis* (2 ed.). Essex, UK: Longman Scientific & Technical
36. 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. doi: 10.1177/0047287507299580
37. Richter, L. K. (1992). Political instability and tourism in the Third World. *Political instability and tourism in the Third World.*, 35-46. <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19921896801>

38. Roehl, W. S., & Fesenmaier, D. R. (1992). Risk perceptions and pleasure travel: An exploratory analysis. *Journal of Travel research*, Vol. 30 No. 4, pp 17-26.
doi:10.1177/004728759203000403
39. Phan. H. X and Vo. V. T. (2017). Some issues for sustainable tourism development in Vietnam. *Scientific journal of Van Lang University*. Vol 5, pp 21-32.
40. Poon, A., & Adams, E. (2000). *How the British will travel 2005*. Germany: International Bielefeld.
41. Rapoport, R., & Rapoport, R. N. (2019). *Leisure and the family life cycle*. Routledge. ISBN: 9780367140755
42. Rittichainuwat, B. N. (2006). Tsunami Recovery: A Case Study of Thailand's Tourism. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 47(4), 390–404. doi: 10.1177/0010880406289994
43. Rittichainuwat, B. N., & Chakraborty, G. (2009). Perceived travel risks regarding terrorism and disease: The case of Thailand. *Tourism management*, 30(3), 410-418. doi: 10.1016/j.tourman.2008.08.001
44. Roehl, W. S., & Fesenmaier, D. R. (1992). Risk Perceptions and Pleasure Travel: An Exploratory Analysis. *Journal of Travel Research*, 30(4), 17–26. doi: 10.1177/004728759203000403
45. Shahrabani, S., Teitler-Regev, S., Syna, H. D., Tsoukatos, E., Ambrosio, V., Loureiro, S. M. C., & Voulgaris, F. (2019). The effects of socio-political context on Tourism. *EuroMed Journal of Business*.15(1), pp.22-38
46. Shakeela, A., and Becken, S. (2015). Understanding tourism leaders' perceptions of risks from climate change: An assessment of policy-making processes in the Maldives using the social amplification of risk framework (SARF). *Journal of Sustainable Tourism*, 23(1), 65-84. doi: 10.1080/09669582.2014.918135
47. Sharpley, R. (2005). The tsunami and tourism: A comment. *Current issues in Tourism*, 8(4), 344-349. doi: 10.1080/13683500508668222
48. Shaw, G., & Williams, A. M. (2012). *Tourism and Tourism Spaces*. London: SAGE Publications Ltd.
49. Shoemaker, S. (1994). Segmenting the U.S. Travel Market According to Benefits Realized. *Journal of Travel Research*, Vol. 32 No. 3, pp. 8–21. doi: 10.1177/004728759403200303
50. Smeral, E. (1998). The impact of globalization on small and medium enterprises: new challenges for tourism policies in European countries. *Tourism management*, 19(4), 371-380. doi: 10.1016/S0261-5177(98)00036-3

51. (2016). *The Elements of Culture in Introduction to Sociology: Understanding and Changing the Social World*, University of Minnesota Libraries Publishing, ISBN: 978-1-946135-24-7
52. Sönmez, S. F., Apostolopoulos, Y., & Tarlow, P. (1999). Tourism in Crisis: Managing the Effects of Terrorism. *Journal of Travel Research*, Vol. 38 No.1, pp. 13–18. doi: 10.1177/004728759903800104
53. Sönmez, S. F., & Graefe, A. R. (1998). Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. *Annals of tourism research*, 25(1), 112-144.
54. Sundar, S. S., & Nass, C. (2001). Conceptualizing sources in online news. *Journal of communication*, 51(1), 52-72. doi: 10.1111/j.1460-2466.2001.tb02872.x
55. Tarlow, P. E. (2006b). Terrorism and tourism. In J. Wilks, D. Pendergast, & P. Leggat (Eds.), *Tourism in turbulent times towards safe experiences for visitors* (pp. 80–92). Oxford: Elsevier.
56. Tasci, A. D. A., & Gartner, W. C. (2007). Destination image and its functional relationships. *Journal of travel research*, Vol. 45, No. 4, 413-425. doi: 10.1177/0047287507299569
57. Tuan, V. K., & Rajagopal, P. (2019). Analyzing factors affecting tourism sustainable development towards Vietnam in the new era. *European Journal of Business and Innovation Research*, 7(1), 30-42. Print ISSN: 2053-4019(Print), Online ISSN: 2053-4027(Online)
58. Um, S., & Crompton, J. L. (1992). The roles of perceived inhibitors and facilitators in pleasure travel destination decisions. *Journal of travel research*, 30(3), 18-25. doi:10.1177/004728759203000303
59. Ushakov, D., & Andreeva, E. (2021). Multiplier and accumulating uselessness as new reality of tourism economy under pandemic. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 39(4spl), 1363–1370. doi: 10.30892/gtg.394spl06-779
60. Veal, A. J., (2011). *Research Methods for Leisure & Tourism: A Practical Guide*, 4th edition. Gosport, Pearson Education.
61. Wells, W. D., & Gubar, G. (1966). Life Cycle Concept in Marketing Research. *Journal of Marketing Research*, 3(4), 355–363. <https://doi.org/10.1177/002224376600300403>
62. Beldona, S., Nusair, K., & Demicco, F. (2009). Online travel purchase behavior of generational cohorts: a longitudinal study. *Journal of hospitality marketing & management*, 18(4), 406-420. doi: 10.1080/19368620902799627.
63. 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. doi: 10.1016/j.tourman.2013.07.008.

64. Chiu, S., P. & Lin, Y., S. (2011). Study on risk representations of international tourists in India. *African journal of business management*, 5(7), 2742-2752. DOI: 10.5897/AJBM10.1099.
65. Fitzsimons, G. J. & Morwitz, V. G. (1996). The effect of measuring intent on brand-level purchase behavior. *Journal of consumer research*, 23(1), 1-11. doi: 10.1086/209462.
66. Floyd, M. F., Gibson, H., Pennington-Gray, L., & Thapa, B. (2004). The effect of risk perceptions on intentions to travel in the aftermath of September 11, 2001. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 15(2-3), 19-38. doi: 10.1300/J073v15n02_02.
67. Gustafson, P. (2006). Work-related travel, gender, and family obligations. *Work, employment and society*, 20(3), 513–530. doi:10.1177/0950017006066999.
68. Kim, J.-Y. (2005). “Bowling Together” isn’t a cure-all: The Relationship between social capital and political trust in South Korea. *International political science review*, 26(2), 193–213. <https://doi.org/10.1177/0192512105050381>.
69. Pritchard, A. & Morgan, N., J. (2001). Culture, identity, and tourism representation: marketing Cymru or Wales? *Tourism management*, 22(2), 167-179. DOI:10.1016/S0261-5177(00)00047-9.
70. Rittichainuwat, B. N. & Chakraborty, G. (2009). Perceived travel risks regarding terrorism and disease: The case of Thailand. *Tourism management*, 30(3), 410-418. doi: 10.1016/j.tourman.2008.08.001.
71. Shahrabani, S., Teitler-Regev, S., Syna, H. D., Tsoukatos, E., Ambrosio, V., Loureiro, S., M. C., & Voulgaris, F. (2019). The effects of socio-political context on Tourism. *EuroMed Journal of business*, 15(1), 22-38.
72. Shoemaker, S. (1994). Segmenting the U.S. Travel market according to benefits realized. *Journal of travel research*, 32(3), 8–21. doi: 10.1177/004728759403200303.
73. Sönmez, S. F., Apostolopoulos, Y., & Tarlow, P. (1999). Tourism in crisis: managing the effects of terrorism. *Journal of travel research*, 38(1), 13–18. doi: 10.1177/004728759903800104.
74. Sönmez, S. F., & Graefe, A. R. (1998). Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. *Annals of tourism research*, 25(1), 112-144. doi: 10.1016/S0160-7383(97)00072-8.
75. Baratta, R., Cassia F., Vigolo V., Ugolini M. (2017). City Image. Comparing residents’ and tourists’ perceived image of Verona

Ιστοσελίδες

1. FDI Intelligence (2018), «Greece's world of untapped opportunities»
2. Διαθέσιμο:<https://www.fdiintelligence.com/article/72666?saveConsentPreferences=success> (Πρόσβαση: 19 Μαρτίου 2022)
3. IBIS World (2021), «Industry Statistics- Global»
4. Διαθέσιμο:<https://www.ibisworld.com/global/market-size/global-tourism/> (Πρόσβαση 19 Μαρτίου 2022)
5. McKinsey Global Institute, (2019), «Globalization in transition: The future of trade and value chains»
6. Διαθέσιμο:<https://www.mckinsey.com/featured-insights/innovation-and-growth/globalization-in-transition-the-future-of-trade-and-value-chains> (Πρόσβαση 19 Μαρτίου 2022)
7. United Nations, (2021), «People, Countries Impacted by Climate Change Also Vulnerable to Terrorist Recruitment, Violence, Speakers Tell Security Council in Open Debate»
8. Διαθέσιμο: <https://www.un.org/press/en/2021/sc14728.doc.htm> (Πρόσβαση 20 Μαρτίου 2022)
9. UNWTO, (2019), «Global and Regional Tourism Performance»
10. Διαθέσιμο:<https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance> (Πρόσβαση 20 Φεβρουαρίου 2022)
11. UNWTO (2022), «Tourism- an economic and Social Phenomenon: Why Tourism?»
12. Διαθέσιμο: <https://www.unwto.org/why-tourism> (Πρόσβαση 20 Φεβρουαρίου 2022)

Παράρτημα

Ερωτηματολόγιο Έρευνας



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Το παρόν ερωτηματολόγιο αποτελεί εργαλείο έρευνας για την εκπόνηση της διπλωματικής εργασίας του Παναγιώτη Γρηγοριάδη στο πλαίσιο του προγράμματος μεταπτυχιακών σπουδών στο τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας.

Η έρευνα πραγματοποιείται την επιρροή κοινωνικών και πολιτικών παραγόντων στην επιλογή τουριστικού προορισμού.

Η συμμετοχή στην έρευνα είναι εθελοντική και ανώνυμη. Τα δημογραφικά στοιχεία που ζητούνται αποσκοπούν μόνο στη συλλογή στατιστικών στοιχείων και καλύπτονται από πλήρη εχεμύθεια και προστασία των προσωπικών σας δεδομένων. Σημειώνουμε ότι τα στοιχεία θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για τους σκοπούς της συγκεκριμένης έρευνας και είναι απόλυτα εμπιστευτικά.

Για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου απαιτούνται περίπου 5 λεπτά.

Σας ευχαριστώ για τον χρόνο σας και τη συμβολή σας στην ολοκλήρωση αυτής της έρευνας.

* Απαιτείται

Δημογραφικά Στοιχεία

1. Φύλο *

Άντρας

Γυναίκα

2. Ηλικία *

18-25

26-35

36-45

46-60

>61

3. Οικογενειακή κατάσταση *

Άγαμος/η

Έγγαμος/η

Διαζευγμένος/η - Χήρος/α

4. Επίπεδο εκπαίδευσης *

Πρωτοβάθμια εκπαίδευση

Δευτεροβάθμια εκπαίδευση

Τριτοβάθμια εκπαίδευση

Μεταπτυχιακή εκπαίδευση (MSc, PhD)

5. Απασχόληση *

- Φοιτητής/τρια
- Δημόσιος Υπάλληλος
- Ιδιωτικός Υπάλληλος
- Ελεύθερος επαγγελματίας/Αυτοαπασχολούμενος/Ιδιοκτήτης επιχείρησης
- Άνεργος
- Οικιακά
- Συνταξιούχος

Γενικές πληροφορίες ταξιδιών (τουριστικές συνήθειες)

6. Πόσα ταξίδια κάνατε στο εξωτερικό την τελευταία 5ετία; *

- Κανένα
- 1-2
- 3-5
- 6+

7. Με ποιους συνηθίζετε να ταξιδεύετε; *

- Μόνος/η
- Με σύντροφο/σύζυγο
- Με φίλους
- Με οικογένεια
- Οργανωμένες εκδρομές (group)

8. Σε τι είδους καταλύματα διαμένετε συνήθως; *

- Ξενοδοχείο
- Κοινά δωμάτια (hostel)
- Μισθωμένη κατοικία (AirBnb)
- Οικία συγγενών ή φίλων

9. Για ποιο λόγο ταξιδεύετε συνήθως; *

Μπορείτε να επιλέξετε μέχρι 2 επιλογές.

Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.

- Επαγγελματικές υποχρεώσεις
- Οικογενειακές υποχρεώσεις
- Ψυχαγωγία/διασκέδαση
- Αναψυχή
- Οικοτουρισμός
- Αθλητικά/Μουσικά γεγονότα

10. Ποιο είναι το πιο σημαντικό κριτήριο επιλογής τουριστικού προορισμού *

Μπορείτε να επιλέξετε μέχρι 2 επιλογές.

Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.

- Εύκολα προσβάσιμος
- Ασφαλής προορισμός
- Χαμηλό κόστος
- Αναζήτηση νέων εμπειριών
- Βάσει καλών κριτικών

Πολιτικοί παράγοντες

11. Τα ταξίδια σε χώρες με ασταθείς οικονομικές συνθήκες θα πρέπει να αποφεύγονται. *

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

12. Τα ταξίδια σε προορισμούς με ενδεχόμενους υγειονομικούς κινδύνους (π.χ. ασθένειες, λοιμώξεις) θα πρέπει να αποφεύγονται. *

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

13. Τα ταξίδια σε προορισμούς με πολιτική αστάθεια θα πρέπει να αποφεύγονται.*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

14. Τα ταξίδια σε προορισμούς όπου σημειώθηκε τρομοκρατική επίθεση, κατά τη διάρκεια του τρέχοντος έτους, θα πρέπει να αποφεύγονται. *

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

15. Τα ταξίδια σε προορισμούς με ενδεχόμενο ρίσκο σεισμού ή άλλων φυσικών καταστροφών θα πρέπει να αποφεύγονται. *

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

16. Υποθέτοντας ότι σας δίνεται η δυνατότητα να ταξιδέψετε στο εξωτερικό *

1: Διαφωνώ απόλυτα - 5: Συμφωνώ απόλυτα

	1	2	3	4	5
Δεν θα πήγαινα σε προορισμό με ταξιδιωτική οδηγία για θέματα ασφαλείας	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Δεν θα πήγαινα σε προορισμό με ταξιδιωτική οδηγία για υγειονομικούς κινδύνους (γρίπη κ..λπ.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Δεν θα πήγαινα σε προορισμό με ταξιδιωτική οδηγία για ενδεχόμενες φυσικές καταστροφές (τυφώνας κ..λπ.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Δεν θα πήγαινα σε προορισμό όπου έχει σημειωθεί πρόσφατα τρομοκρατική επίθεση	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Δεν θα πήγαινα σε προορισμό όπου υπάρχουν ασταθείς οικονομικές συνθήκες	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Δεν θα πήγαινα σε προορισμό όπου υπάρχει πολιτική αστάθεια	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Παρακαλώ αξιολογήστε την πρόθεσή σας να ταξιδέψετε στους παρακάτω προορισμούς. *

1: Δεν ενδιαφέρομαι καθόλου - 5: Ενδιαφέρομαι πάρα πολύ

	1	2	3	4	5
Ισραήλ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Τουρκία	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μεξικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αίγυπτος	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ρωσία	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. Αν δεν επιθυμείτε να ταξιδέψετε σε κάποιον προορισμό, παρακαλώ αξιολογήστε τη βαρύτητα των παρακάτω συνθηκών. *

1: Καθόλου σημαντικό - 5: Πολύ σημαντικό

	1	2	3	4	5
Υψηλή πιθανότητα τρομοκρατικής επίθεσης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υγειονομικοί κίνδυνοι	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υψηλό ποσοστό εγκληματικότητας	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ο προορισμός είναι αρκετά ακριβός	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κίνδυνος σεισμού ή άλλων φυσικών καταστροφών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υψηλή πιθανότητα κοινωνικής αναταραχής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Πολιτική αστάθεια

Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με τον τόπο της μόνιμης κατοικίας σας

19. Παρακαλώ αξιολογήστε τους παρακάτω παράγοντες του τόπου μόνιμης κατοικίας σας. *

Ποιότητα εγκαταστάσεων

	1	2	3	4	5
Επαρκής φωτισμός τη νύχτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Επάρκεια μέσων μαζικής μεταφοράς	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Καλό οδικό δίκτυο και πεζοδρόμια	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Εύκολη επικοινωνία με τοπικές υπηρεσίες (πχ αστυνομία)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Χώροι πρασίνου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Καθαριότητα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Χαμηλή ατμοσφαιρική ρύπανση	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. Παρακαλώ αξιολογήστε τους παρακάτω παράγοντες του τόπου μόνιμης κατοικίας σας. *

Ψυχαγωγία

	1	2	3	4	5
Τουριστικές εγκαταστάσεις (π.χ. διαμονή, εστιατόρια)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Είναι ή βρίσκεται κοντά σε μεγάλες πόλεις	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Βραδινά κέντρα διασκέδασης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κέντρα απασχόλησης παιδιών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21. Παρακαλώ αξιολογήστε τους παρακάτω παράγοντες του τόπου μόνιμη κατοικίας σας. *

Ασφάλεια

	1	2	3	4	5
Ησυχία	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ασφάλεια	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Χαμηλό βαθμό εγκληματικότητας	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μειωμένος συνωστισμός	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22. Παρακαλώ αξιολογήστε τους παρακάτω παράγοντες του τόπου μόνιμης κατοικίας σας. *

Παρεχόμενες υπηρεσίες

	1	2	3	4	5
Επαρκή παραρτήματα τραπεζών – ATM	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Πληθώρα εμπορικών καταστημάτων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Επαρκείς εγκαταστάσεις υγειονομικής περίθαλψης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Σούπερ μάρκετ σε βολικά σημεία	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Κοινωνικοί παράγοντες σχετικά με την επιλογή τουριστικού προορισμού

23. Παρακαλώ αξιολογήστε τη σημαντικότητα των παρακάτω παραγόντων στην επιλογή τουριστικού προορισμού. *

Ποιότητα εγκαταστάσεων

	1	2	3	4	5
Επαρκής φωτισμός τη νύχτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Επάρκεια μέσων μαζικής μεταφοράς	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Καλό οδικό δίκτυο και πεζοδρόμια	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Εύκολη επικοινωνία με τοπικές υπηρεσίες (πχ αστυνομία)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Χώροι πρασίνου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Καθαριότητα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Χαμηλή ατμοσφαιρική ρύπανση	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

24. Παρακαλώ αξιολογήστε τη σημαντικότητα των παρακάτω παραγόντων στην επιλογή τουριστικού προορισμού. *

Ψυχαγωγία

	1	2	3	4	5
Τουριστικές εγκαταστάσεις (π.χ. διαμονή, εστιατόρια)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Είναι ή βρίσκεται κοντά σε μεγάλες πόλεις	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Βραδινά κέντρα διασκέδασης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κέντρα απασχόλησης παιδιών	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

25. Παρακαλώ αξιολογήστε τη σημαντικότητα των παρακάτω παραγόντων στην επιλογή τουριστικού προορισμού. *

Ασφάλεια

	1	2	3	4	5
Ησυχία	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ασφάλεια	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Χαμηλό βαθμό εγκληματικότητας	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μειωμένος συνωστισμός	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

26. Παρακαλώ αξιολογήστε τη σημαντικότητα των παρακάτω παραγόντων στην επιλογή τουριστικού προορισμού. *

Παρεχόμενες υπηρεσίες

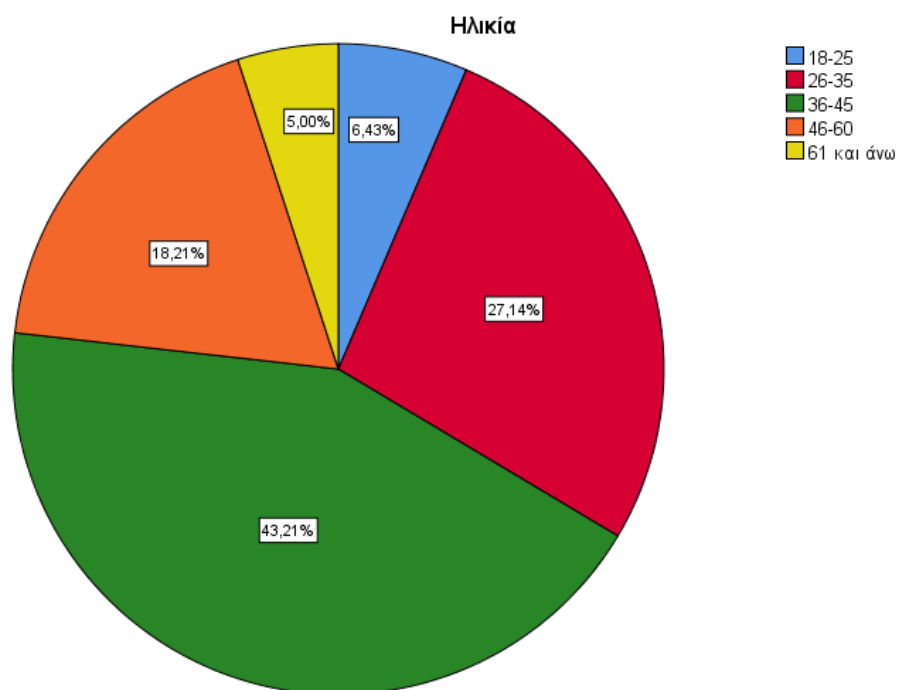
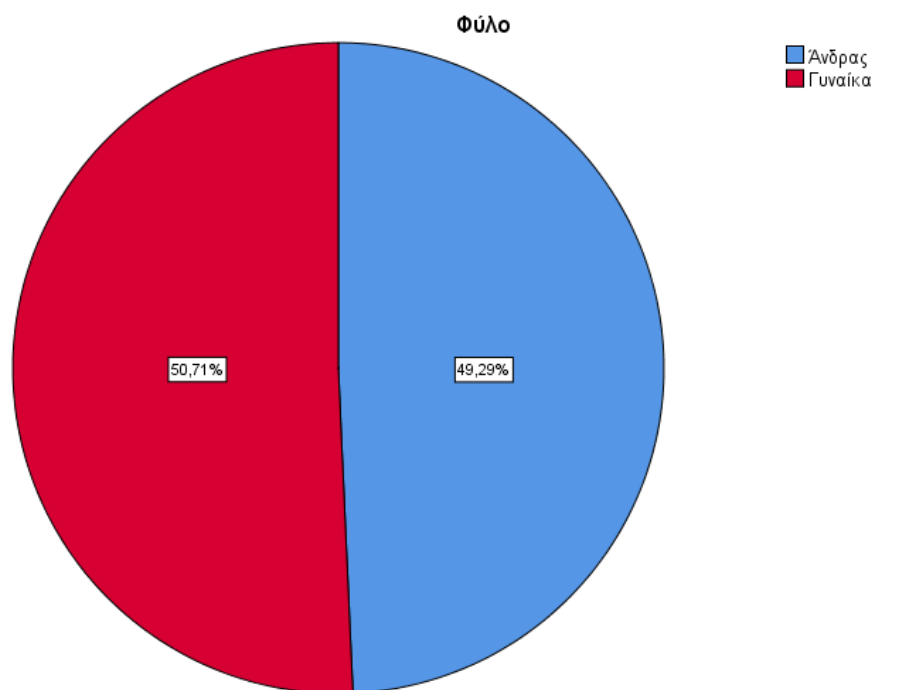
	1	2	3	4	5
Επαρκή παραρτήματα τραπεζών – ATM	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Πληθώρα εμπορικών καταστημάτων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Επαρκείς εγκαταστάσεις υγειονομικής περίθαλψης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Σούπερ μάρκετ σε βολικά σημεία	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

27. Παρακαλώ αξιολογήστε τη σημαντικότητα των παρακάτω παραγόντων στην επιλογή τουριστικού προορισμού. *

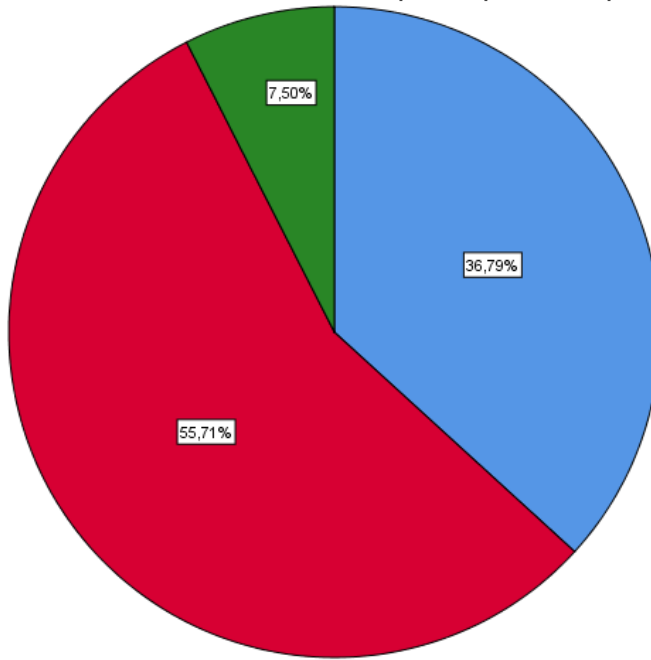
Τουρισμός και αναψυχή

	1	2	3	4	5
Ιστορικά μνημεία	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Πολιτιστική κληρονομιά	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Διαφορετικοί τύποι εστιατορίων,, κέντρα αναψυχής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αθλητισμός (αθλητικά γεγονότα)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Πολιτιστικές δραστηριότητες (θέατρα,, μουσεία)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Διαγράμματα

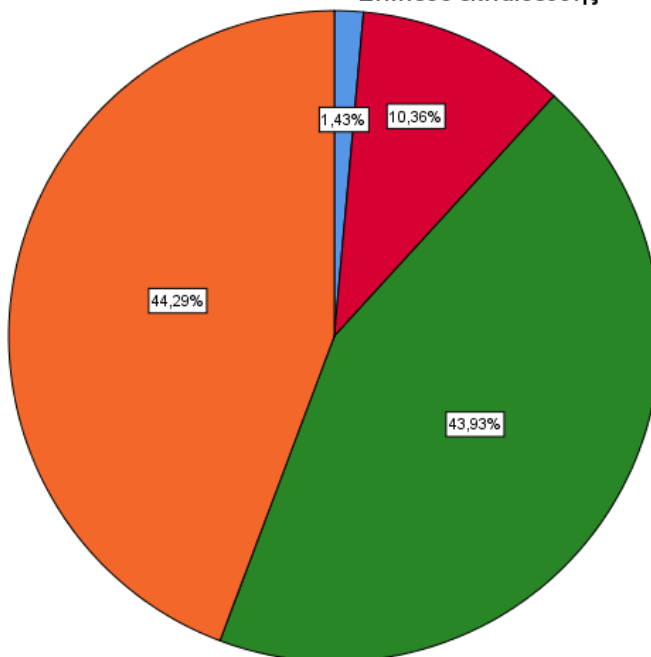


Οικογενειακή κατάσταση

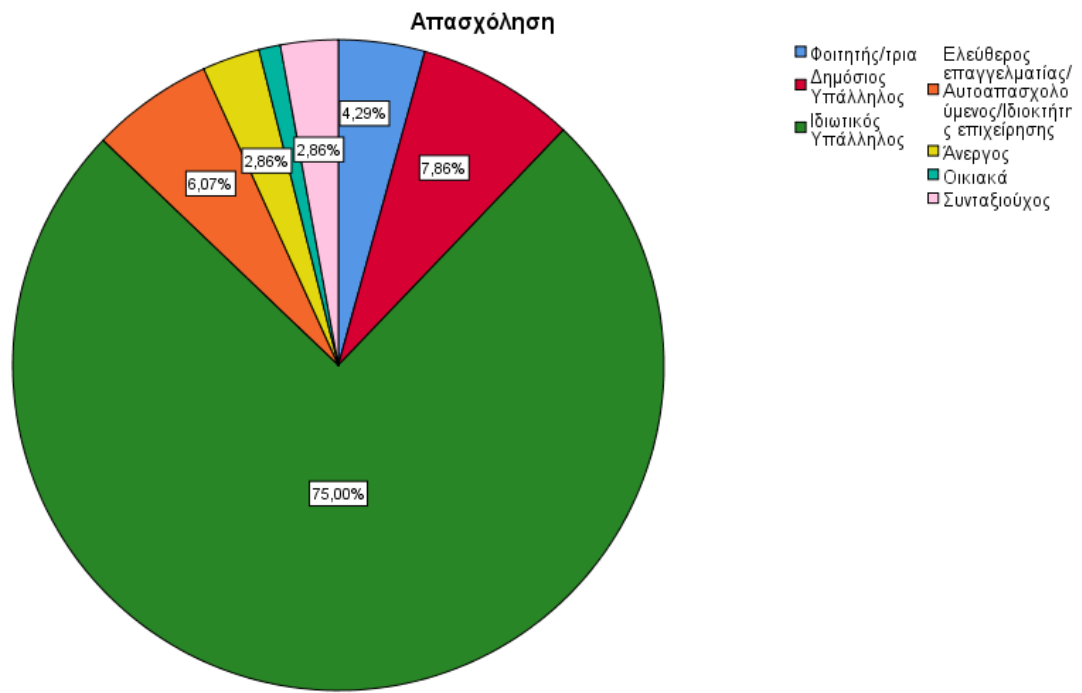


- Αγαμος/η
- Εγγαμος/η
- Διαζευγμένος/η - Χήρος/α

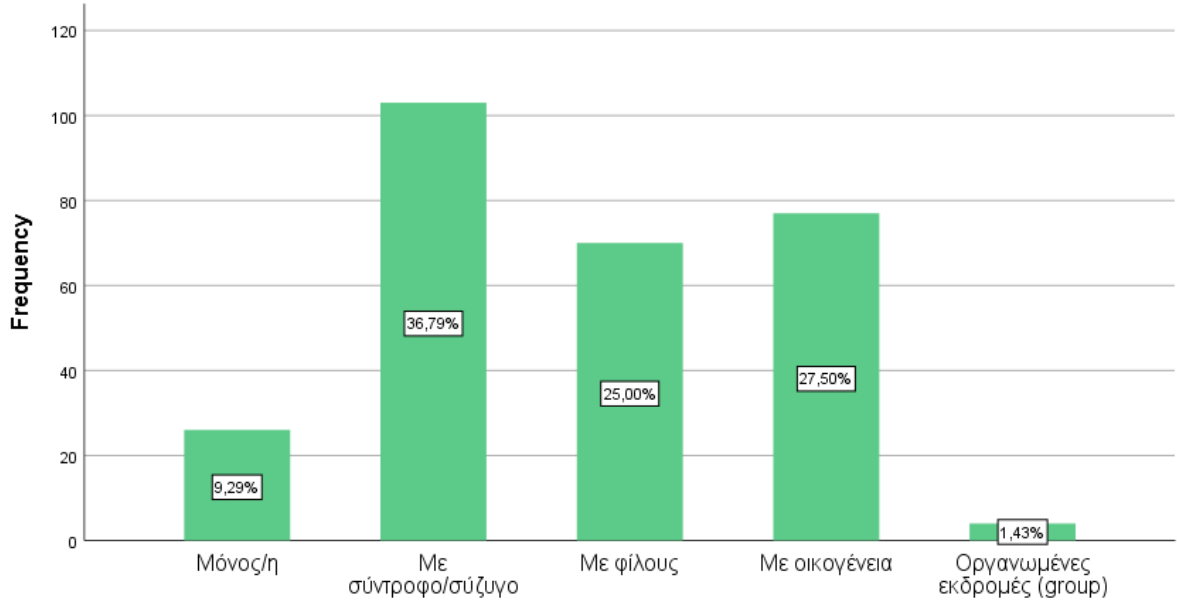
Επίπεδο εκπαίδευσης



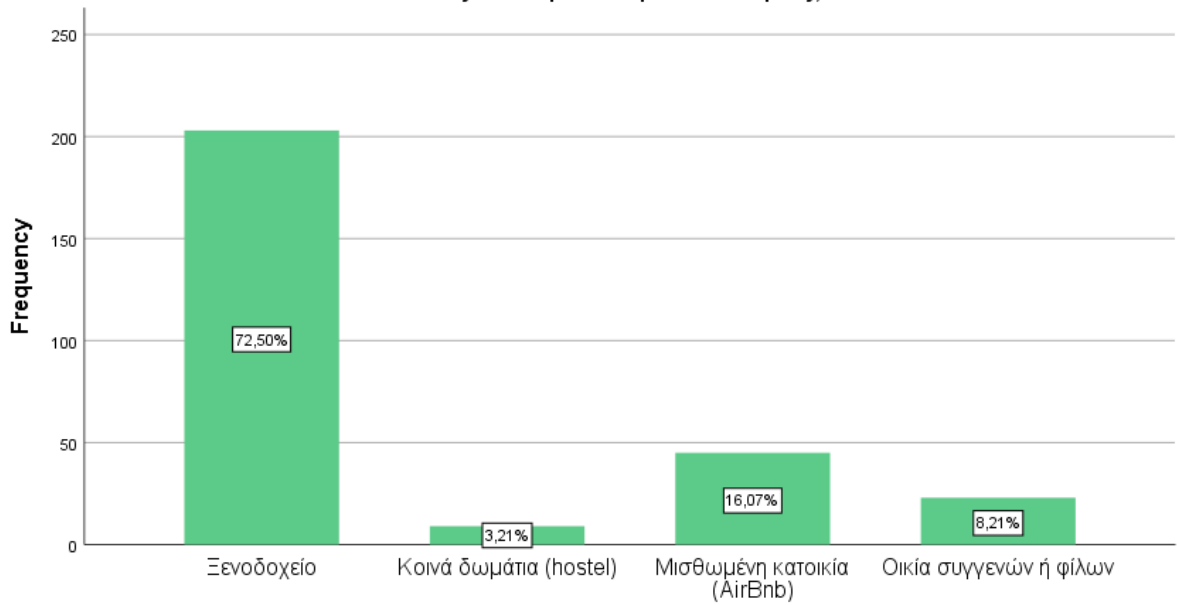
- Πρωτοβάθμια εκπαίδευση
- Δευτεροβάθμια εκπαίδευση
- Τριτοβάθμια εκπαίδευση
- Μεταπτυχιακή εκπαίδευση (MSc, PhD)



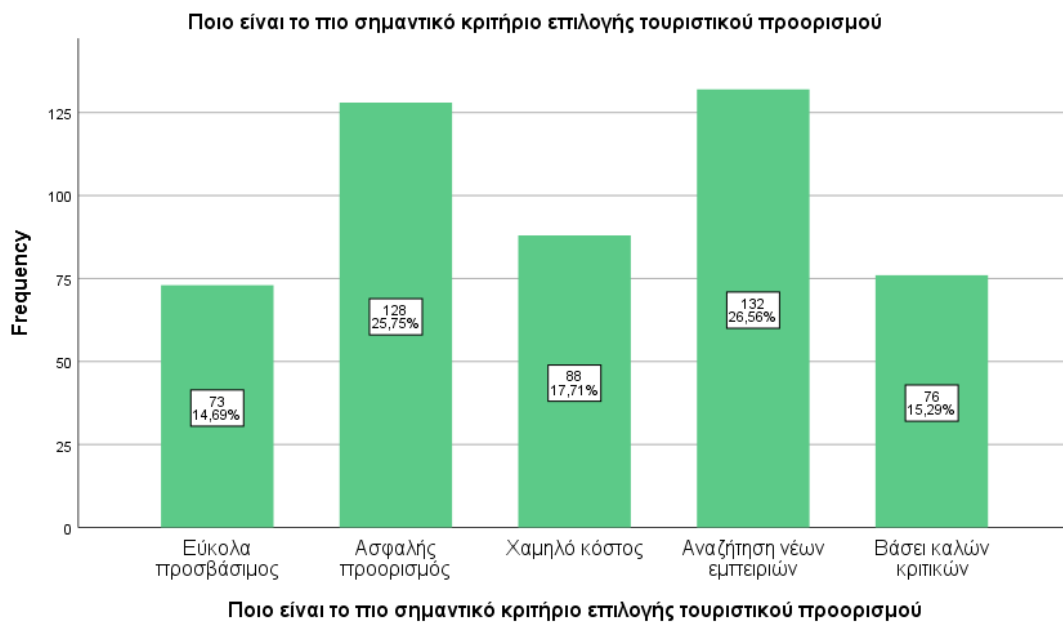
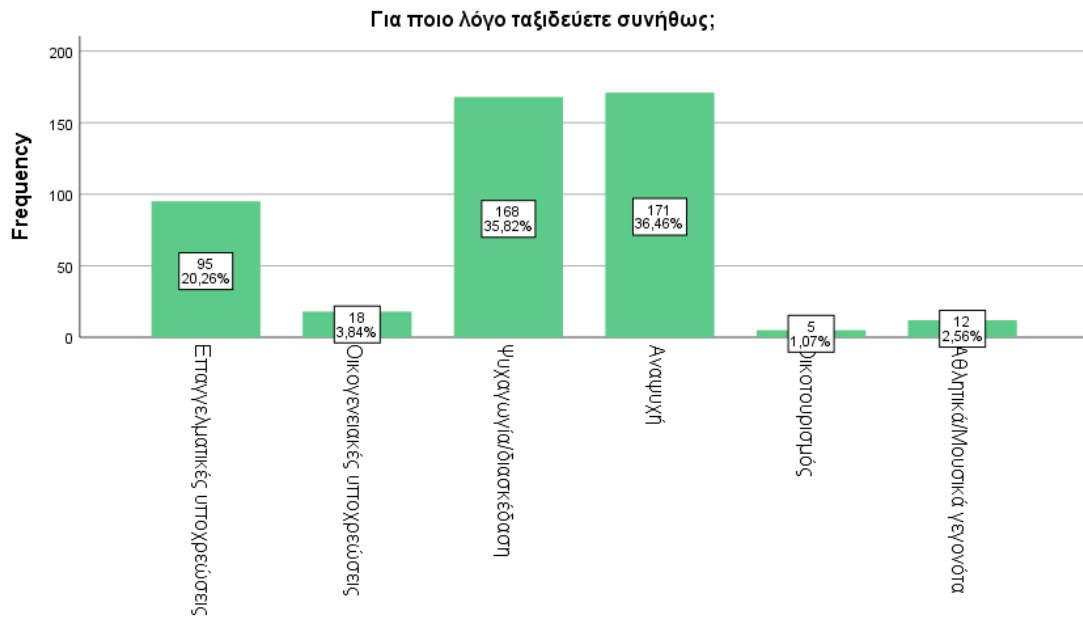
Με ποιους συνηθίζετε να ταξιδεύετε;



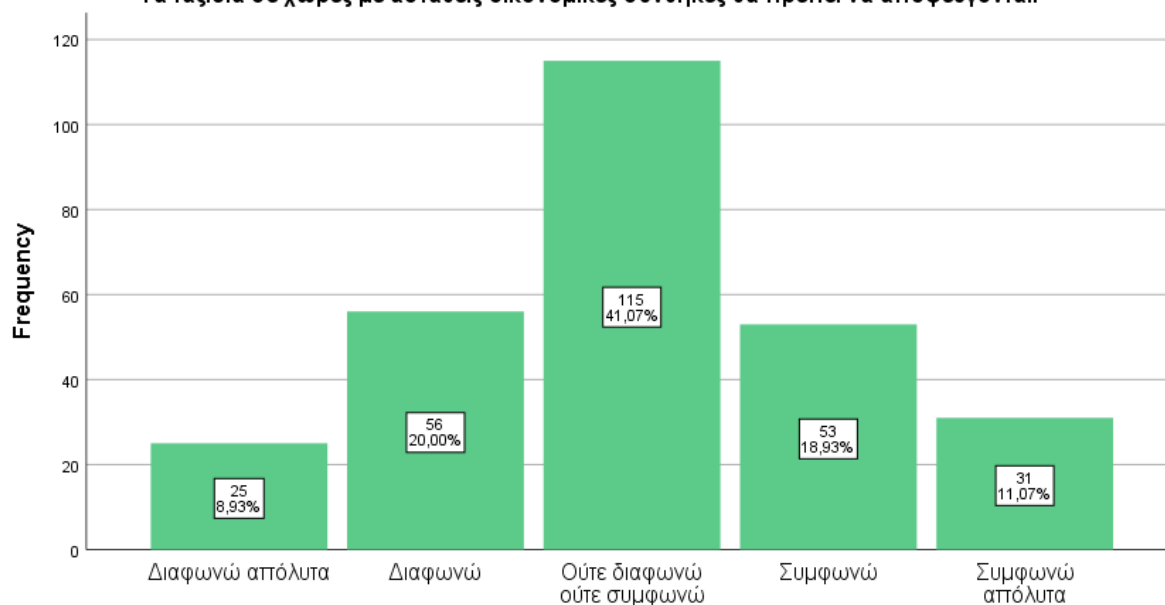
Σε τι είδους καταλύματα διαμένετε συνήθως;



Σε τι είδους καταλύματα διαμένετε συνήθως;

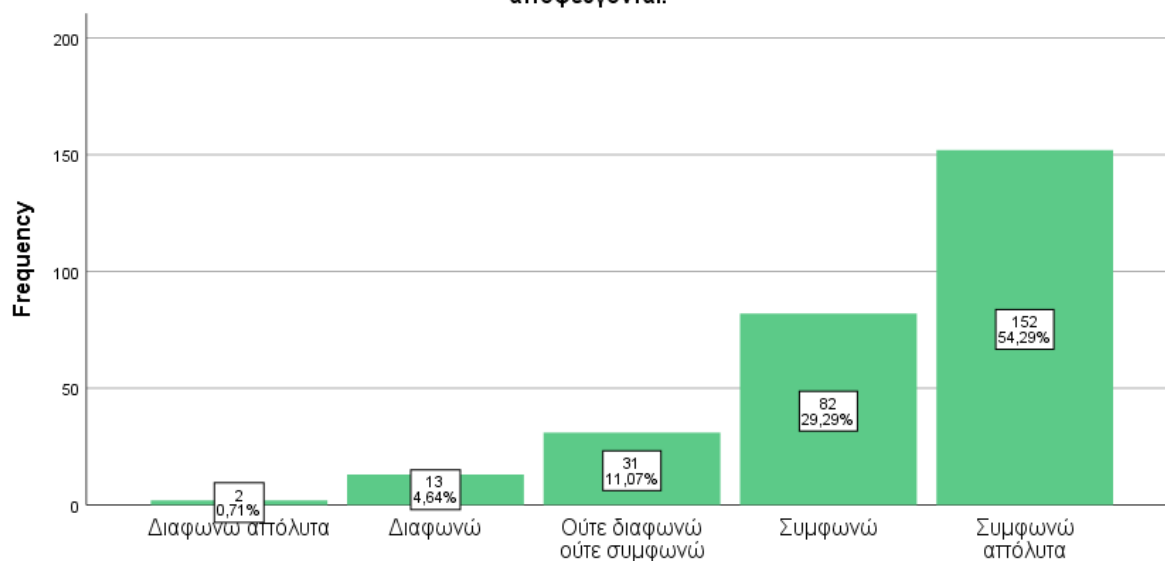


Τα ταξίδια σε χώρες με ασταθείς οικονομικές συνθήκες θα πρέπει να αποφεύγονται.



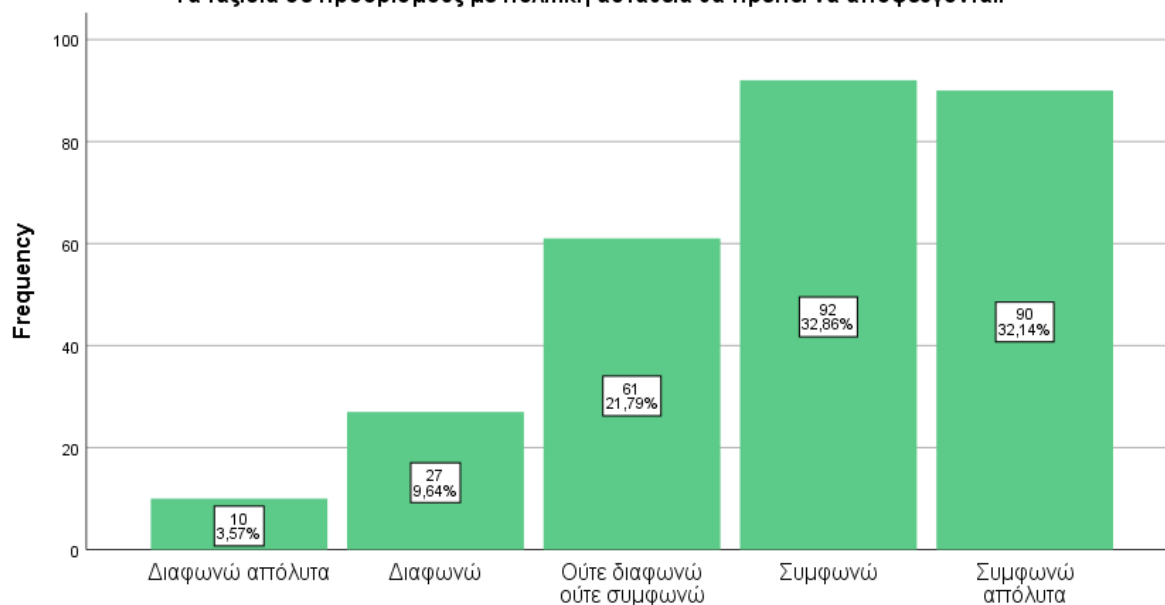
Τα ταξίδια σε χώρες με ασταθείς οικονομικές συνθήκες θα πρέπει να αποφεύγονται.

Τα ταξίδια σε προορισμούς με ενδεχόμενους υγειονομικούς κινδύνους (π.χ. ασθένειες, λοιμώξεις) θα πρέπει να αποφεύγονται.



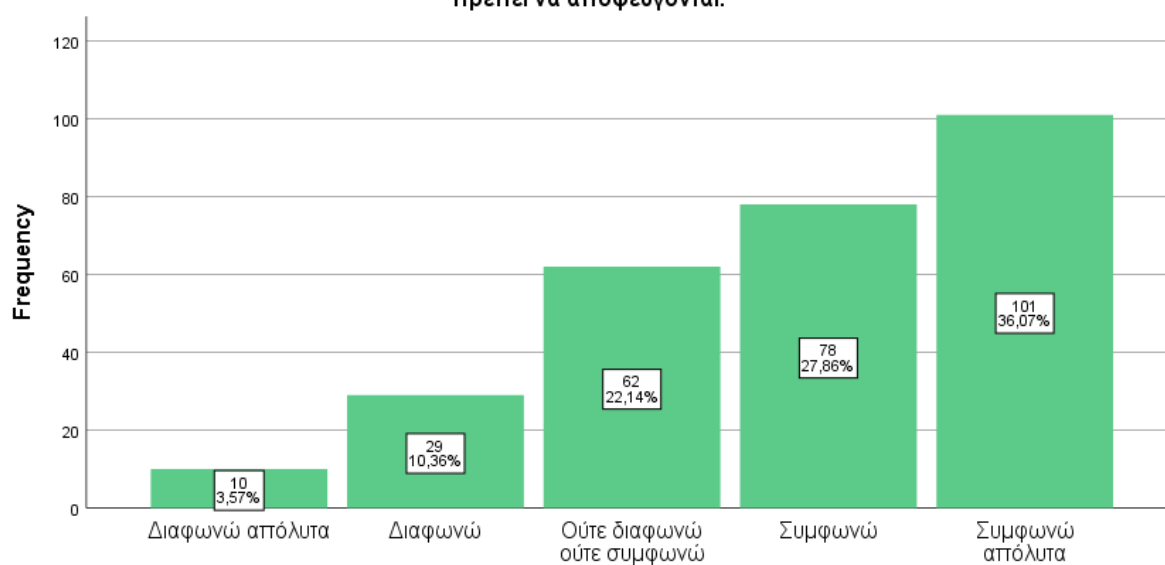
Τα ταξίδια σε προορισμούς με ενδεχόμενους υγειονομικούς κινδύνους (π.χ. ασθένειες, λοιμώξεις) θα πρέπει να αποφεύγονται.

Τα ταξίδια σε προορισμούς με πολιτική αστάθεια θα πρέπει να αποφεύγονται.



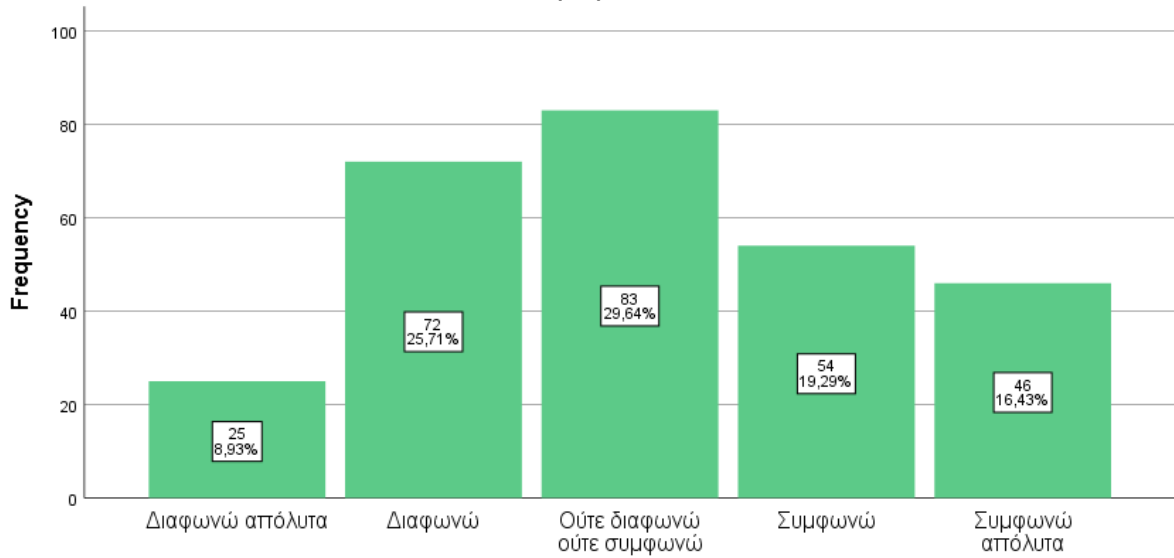
Τα ταξίδια σε προορισμούς με πολιτική αστάθεια θα πρέπει να αποφεύγονται.

Τα ταξίδια σε προορισμούς όπου σημειώθηκε τρομοκρατική επίθεση, κατά τη διάρκεια του τρέχοντος έτους, θα πρέπει να αποφεύγονται.



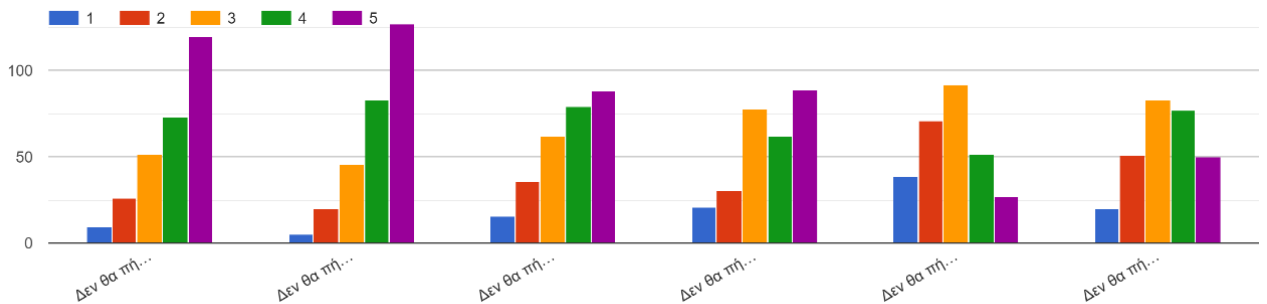
Τα ταξίδια σε προορισμούς όπου σημειώθηκε τρομοκρατική επίθεση, κατά τη διάρκεια του τρέχοντος έτους, θα πρέπει να αποφεύγονται.

Τα ταξίδια σε προορισμούς με ενδεχόμενο ρίσκο σεισμού ή άλλων φυσικών καταστροφών θα πρέπει να αποφεύγονται.

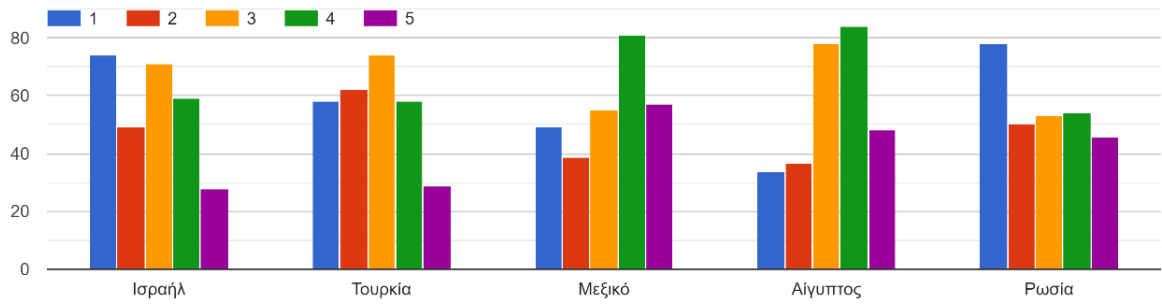


Τα ταξίδια σε προορισμούς με ενδεχόμενο ρίσκο σεισμού ή άλλων φυσικών καταστροφών θα πρέπει να αποφεύγονται.

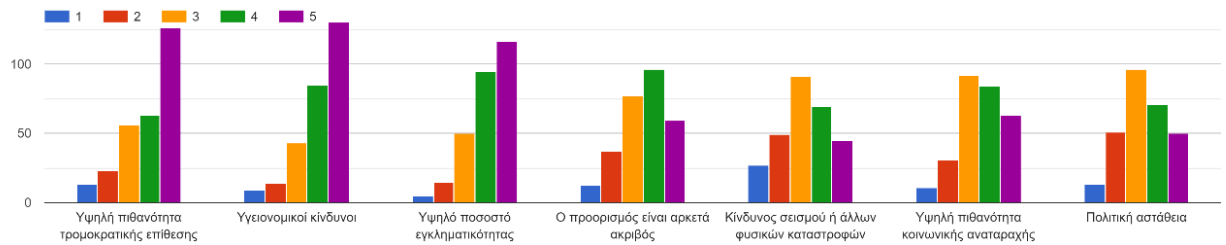
Υποθέτοντας ότι σας δίνεται η δυνατότητα να ταξιδέψετε στο εξωτερικό



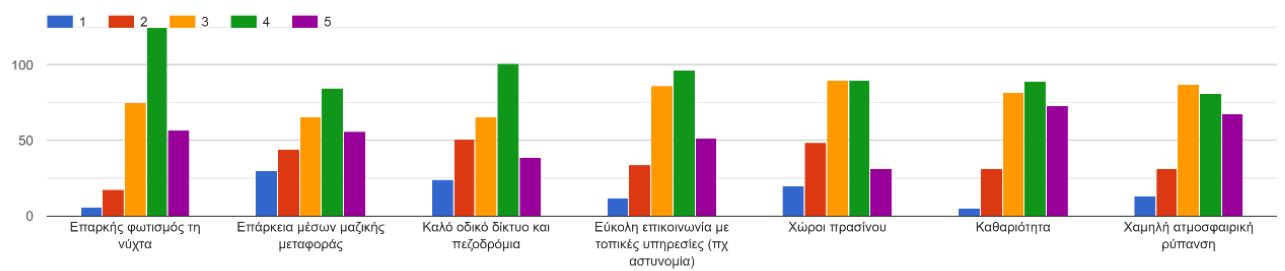
Παρακαλώ αξιολογήστε την πρόθεσή σας να ταξιδέψετε στους παρακάτω προορισμούς.



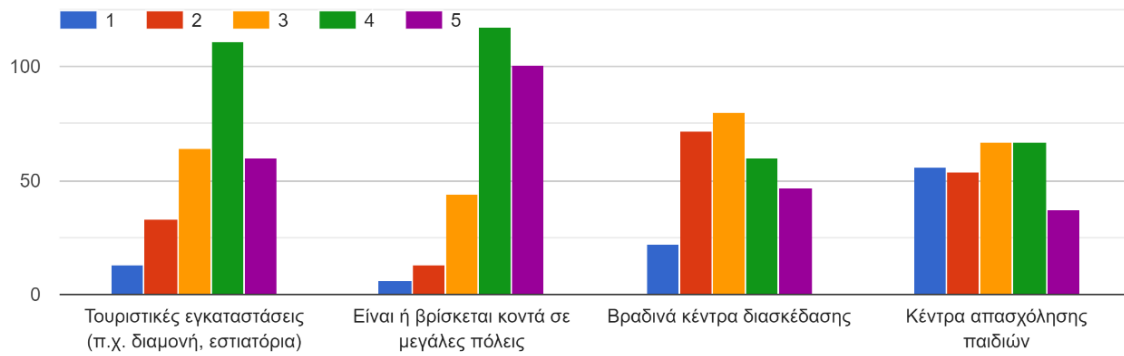
Αν δεν επιθυμείτε να ταξιδέψετε σε κάποιον προορισμό, παρακαλώ αξιολογήστε τη βαρύτητα των παρακάτω συνθηκών.



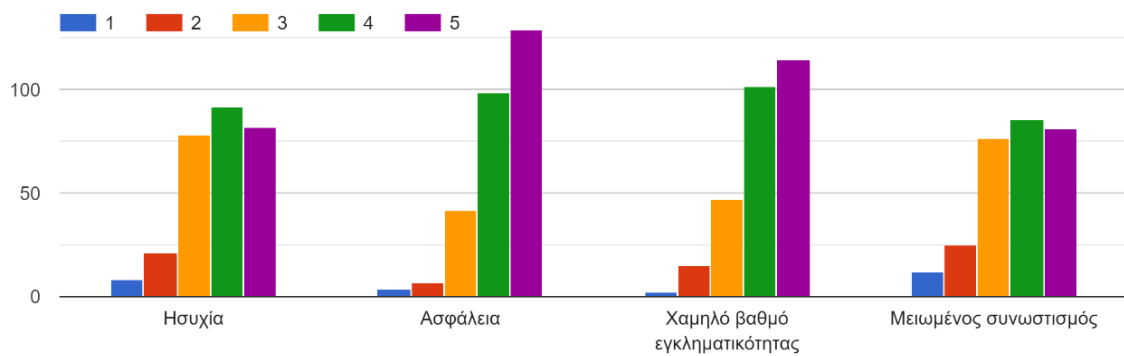
Παρακαλώ αξιολογήστε τους παρακάτω παράγοντες του τόπου μόνιμης κατοικίας σας.



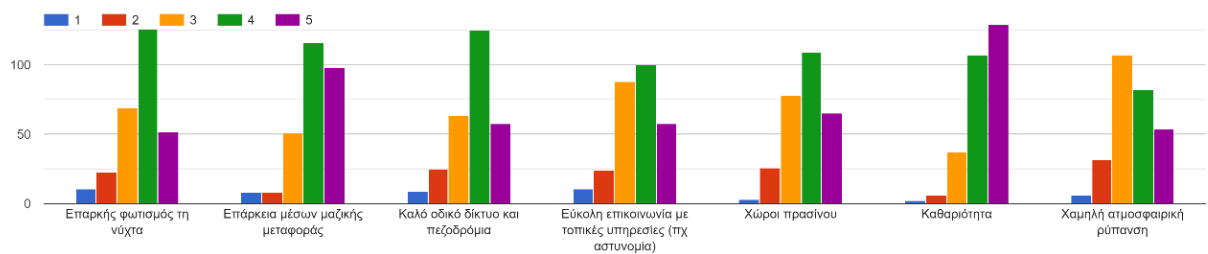
Παρακαλώ αξιολογήστε τους παρακάτω παράγοντες του τόπου μόνιμης κατοικίας σας.



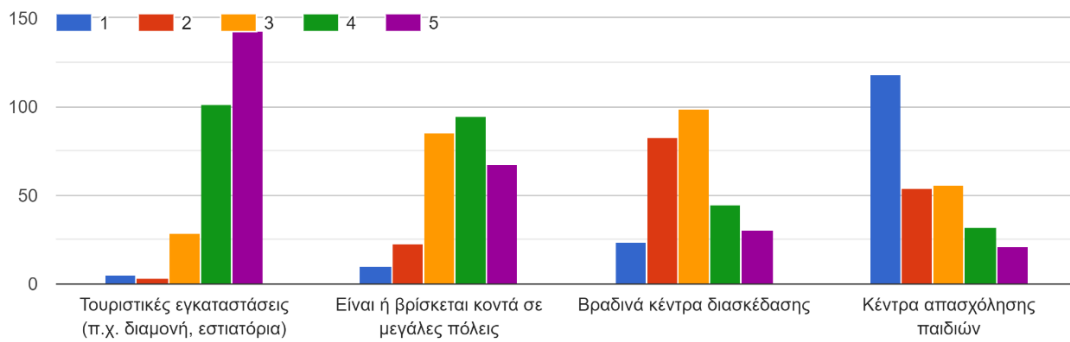
Παρακαλώ αξιολογήστε τους παρακάτω παράγοντες του τόπου μόνιμης κατοικίας σας.



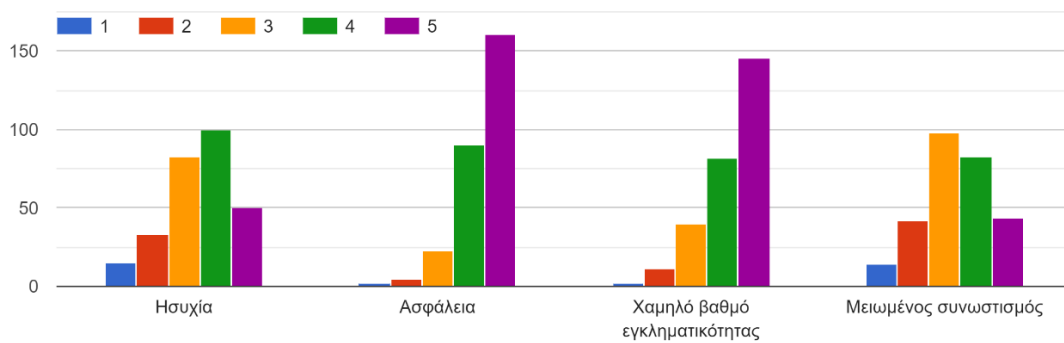
Παρακαλώ αξιολογήστε τη σημαντικότητα των παρακάτω παραγόντων στην επιλογή τουριστικού προορισμού.



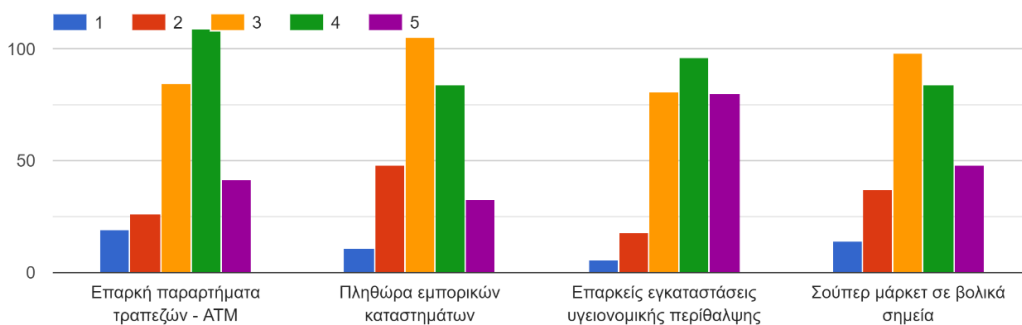
Παρακαλώ αξιολογήστε τη σημαντικότητα των παρακάτω παραγόντων στην επιλογή τουριστικού προορισμού.



Παρακαλώ αξιολογήστε τη σημαντικότητα των παρακάτω παραγόντων στην επιλογή τουριστικού προορισμού.



Παρακαλώ αξιολογήστε τη σημαντικότητα των παρακάτω παραγόντων στην επιλογή τουριστικού προορισμού.



Παρακαλώ αξιολογήστε τη σημαντικότητα των παρακάτω παραγόντων στην επιλογή τουριστικού προορισμού.

