

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
Α.Τ.Ε.Ι. ΚΡΗΤΗΣ
Σ.Δ.Ο.
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΘΕΜΑ: Τουρισμός και Οικονομική Κρίση



Έρευνα με ερωτηματολόγια στο αεροδρόμιο

Διαγόρας της Ρόδου



Σπουδαστές: Λαρδόπουλος Ανδρέας & Λαρδόπουλος Στυλιανός

Εισηγητές: Γεώργιος Απλαδάς & Αποστολάκης Αλέξανδρος

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ:

Εισαγωγή

Κεφάλαιο 1. Ο Τουρισμός και η σημασία του.

1.1 Ορισμοί του Τουρισμού

1.2 Ιστορική αναδρομή

1.3 Η οικονομική σημασία του τουρισμού για την Ελλάδα.

Κεφάλαιο 2. Η έρευνα.

2.1. Ο τύπος διεξαγωγής της έρευνας.

2.2. Το δείγμα.

2.3 Το Ερωτηματολόγιο.

Κεφάλαιο 3 Τα αποτελέσματα

Κεφάλαιο 4. Συμπέρασμα-Τουριστικό Προφίλ

4.1 Προφίλ Ελλήνων ταξιδιωτών

4.2 Προφίλ αλλοδαπών ταξιδιωτών

Βιβλιογραφία

Παράρτημα

Ευχαριστίες

Προτού ξεκινήσουμε την παρουσίαση της εργασίας, θεωρούμε υποχρέωση μας, να εκφράσουμε τις ευχαριστίες μας προς τους δύο καθηγητές μας, κυρίους Γεώργιο Απλαδά και Αποστολάκη Αλέξανδρο, για την συνεχή και ουσιαστική τους βοήθεια και καθοδήγηση, ειδικά στο κρίσιμο κομμάτι της διαμόρφωσης των ερωτήσεων που περιέχουν τα ερωτηματολόγια καθώς επίσης και στους εργαζόμενους της Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας του αεροδρομίου Διαγόρας της Ρόδου που μας έδωσαν την άδεια για την διεξαγωγή της έρευνας στο αεροδρόμιο.

Εισαγωγή

Η παρούσα εργασία στηρίζεται πρωτίστως στην προσωπική έρευνα από την συλλογή αποτελεσμάτων, από ερωτηματολόγια που διατέθηκαν στους ταξιδιώτες του αεροδρομίου Διαγόρας της Ρόδου κατά την τουριστική περίοδο του Μαΐου 2012 έως και τον Αύγουστο του 2012 και **αποτελούν την κύρια πηγή άντλησης πληροφοριών** και είναι διαθέσιμα στο παράρτημα.

Για τον λόγο αυτό, η χρήση άλλων βιβλιογραφικών πηγών και πληροφοριών περιορίζεται σε **γενικότερες έννοιες και στοιχεία σχετικά** με το θέμα της έρευνας μας.

Στις παρακάτω σελίδες, αφού ορίσουμε την έννοια του τουρισμού και την σημασία του για την οικονομική ζωή της χώρας, θα παρουσιάσουμε και θα αναλύσουμε **τις ερωτήσεις** των ερωτηματολογίων, **τη γλώσσα** στην οποία αυτά απαντήθηκαν (Αγγλικά-Ελληνικά), **το δείγμα** και τον τρόπο με τον οποίο αυτό επιλέχθηκε από εμάς, καθώς επίσης και **τα αποτελέσματα** που προέκυψαν από την έρευνά μας.

Πρώτα όμως θα αναφερθούμε στο μέρος , όπου έγινε η έρευνα, δηλαδή **τη Ρόδο και το αεροδρόμιο Διαγόρας**, δίνοντας τις απαραίτητες πληροφορίες που δικαιολογούν την επιλογή του εν λόγω αεροδρομίου ως τόπο διεξαγωγής της έρευνάς μας.

Κεφάλαιο 1. Ο Τουρισμός και η σημασία του.

1.1 Ορισμοί του Τουρισμού

Λόγω της πολυπλοκότητας του τουριστικού κλάδου και της τεράστιας σύνθεσης των ανθρωπογενών δραστηριοτήτων που αυτός περιλαμβάνει, δεν κατέστη ακόμα δυνατό να υπάρξει ένας σαφής ορισμός, **αποδεκτός απ' όλους, για το τι είναι ο τουρισμός.**

Έτσι λοιπόν υπάρχουν διάφοροι ορισμοί που προσπαθούν να περιγράψουν τον τουρισμό.

Η λέξη τουρισμός ουσιαστικά έχει προέλθει από τη Γαλλική λέξη «Tour» που σημαίνει γύρος και την Αγγλική «Touring» που έχει να κάνει με την επίσκεψη των ανθρώπων σε περιοχές με αξιοθέατα. Όπως αναφέρουν οι Ηγουμενάκης και συνεργάτες, (1999: 84) μία από τις πρώτες προσπάθειες ορισμού του φαινομένου ήταν αυτή των Hunziker και Krapf και είχε να κάνει με την άποψη ότι ο τουρισμός είναι «το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού σ' ένα προορισμό και τη διαμονή μη μόνιμων κατοίκων σ' αυτόν εφόσον δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή και δεν συνδέονται με οποιαδήποτε κερδοσκοπική δραστηριότητα».

Πάντως οι Ηγουμενάκης και συνεργάτες, (1999: 87 – 88) θεωρούν ότι «αν εξεταστεί προσεκτικά ο τουρισμός θα διαπιστωθεί ότι αποτελεί ένα σύνθετο δραστηριοτήτων, προϊόντων και παραγωγικών μονάδων που προσφέρει μια τουριστική εμπειρία σε μεμονωμένα άτομα ή ομάδες ατόμων που φεύγουν προσωρινά από τον τόπο μόνιμης διαμονής τους και ταξιδεύουν σε κάποιο τουριστικό προορισμό για να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες που όμως δεν είναι πάντα ανάγκες ή επιθυμίες ξεκούρασης, ψυχαγωγίας, διασκέδασης κλπ.

Ο τουρισμός δηλαδή περιλαμβάνει **όλους τους προμηθευτές τουριστικών προϊόντων** αλλά ταυτόχρονα κι εκείνους που σε καμία περίπτωση δε μπορούν να χαρακτηριστούν σαν τέτοιοι πλην όμως τα προϊόντα που προσφέρουν είναι λίγο – πολύ απαραίτητα στους τουρίστες κατά τη διάρκεια της πρόσκαιρης και βραχυχρόνιας διαμονής τους σ' ένα τουριστικό προορισμό ή ακόμα κατά τη μετακίνησή τους από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους στον τουριστικό προορισμό της επιλογής τους και αντίστροφα».

Ένας άλλος ορισμός έρχεται από τη Διεθνή Ακαδημία Τουρισμού (Α.Ι.Τ.) η οποία θεωρεί ότι «ο τουρισμός είναι το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και δραστηριοτήτων που προκύπτουν απ' αυτές που προκαλούνται από την εξωτερική και πραγματοποίησή του σε διάφορους βαθμούς και διάφορη ένταση, σε κάθε άτομο αδρανούντος πόθου και απόδρασης» (Ρούπας, 1993: 7).

Στον αντίποδα η Κοινωνία των Εθνών (1937) θεωρεί ότι τουρίστας αποκαλείται κάθε άτομο που ταξιδεύει για μια περίοδο μεγαλύτερη από 24 ώρες σε τόπο διαφορετικό από αυτό που έχει τη μόνιμη κατοικία του.

Οι Ρούπας και Λαούμης (1998: 33) θεωρούν ότι ο «τουρισμός είναι η πρόσκαιρη διακίνηση ατόμων από το γεωγραφικό περιβάλλον της μόνιμης διαμονής σε άλλο, με σκοπό την ψυχική ευχαρίστηση».

Ο Καλφιώτης (1976) πιστεύει ότι τουρισμός είναι η μετακίνηση των ατόμων που δημιουργεί κατανάλωση τουριστικών προϊόντων. (Νικόλαος Παπάς, *Τουρισμός 2008* σελ. 3)

1.2 Ιστορική αναδρομή

Η αρχική μορφή της τουριστικής μετακίνησης είναι τοποθετημένη στη στιγμή που ο άνθρωπος άρχισε να διακινείται από το μόνιμο τόπο της διαμονής του σε άλλους τόπους για πολλούς και διάφορους σκοπούς, όπως εμπορία, συμμετοχή σε

θρησκευτικές γιορτές, αθλητικές εκδηλώσεις, ικανοποίηση της έμφυτης περιέργειας του κ.α.

Στον Ελληνικό χώρο το αναπτυγμένο αίσθημα της ξενίας κατά την περίοδο της αρχαιότητας, μας μαρτυρά ότι τέτοιου είδους μετακινήσεις και με πολλαπλούς σκοπούς, υπήρχαν από τότε.

Το φαινόμενο του τουρισμού κατά την αρχαιότητα είχε διαφορετική μορφή από την σημερινή, αλλά τα βασικά στοιχεία του ήταν σχεδόν τα ίδια. Οι κύριοι λόγοι των μετακινήσεων ήταν θρησκευτικοί, αθλητικοί, υγείας καθώς και εμπορικοί. Η μεγάλη ανάπτυξη του τουρισμού αρχίζει μετά τον Α΄ Παγκόσμιο πόλεμο και ιδιαίτερα μετά τον Β'. Οι μεγάλες κοινωνικές μεταβολές που έγιναν μετά τον πόλεμο ήταν η βασική τονωτική ένεση στον τουρισμό, για να φθάσουμε στη σημερινή του μορφή.

Τα οικονομικά οφέλη από την εξάπλωση του τουρισμού σε όλο τον κόσμο, είναι τεράστια και γι' αυτό τον λόγο τόσο οι ιδιωτικοί όσο και οι κρατικοί φορείς των διαφόρων χωρών έχουν αναλάβει μεγάλες δραστηριότητες τουριστικού περιεχομένου, για να ικανοποιήσουν τα εκατομμύρια των τουριστών που διακινούνται καθημερινά σ' όλα τα μήκη και πλάτη του κόσμου. Σχετικά με την χώρα μας όσον αφορά την τουριστική ανάπτυξη, γνωρίζουμε ότι μέχρι τα μέσα της 10ετίας του 1950 ο διεθνής τουρισμός περιοριζόταν κυρίως σε τρεις ευρωπαϊκές χώρες την Ελβετία, την Ιταλία και την Αυστρία. Ο τουρισμός την εποχή αυτή έχει την μορφή του ατομικού τουρισμού. Στην 10ετία του 1960 η τουριστική αγορά άρχισε να περιλαμβάνει και άλλες χώρες. Μια από αυτές ήταν και η χώρα μας, που διέθετε ορισμένα συγκριτικά πλεονεκτήματα, έναντι άλλων χωρών. Έτσι άρχισε να αυξάνεται ο αριθμός των επισκεπτών και να δημιουργούνται οι προϋποθέσεις μιας νέας συναλλαγματοφόρου πηγής για την οικονομία μας.

Για να επιτευχθεί μια σωστή ανάπτυξη του τουρισμού, πέρα από τις αποφάσεις των διαφόρων αρμόδιων κέντρων, απαραίτητο στοιχείο είναι τα άτομα, που εργάζονται άμεσα ή έμμεσα στην τουριστική αγορά να έχουν αναπτυγμένη την τουριστική συνείδηση.

Με τον όρο τουριστική συνείδηση εννοείται το σύνολο των εργασιών που διαβάλλουν στην καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση των τουριστών, τη διευκόλυνσή τους και τη δημιουργία σε αυτούς ευχάριστης εντύπωσης κατά την πρόσκαιρη παραμονή τους στον επισκεπτόμενο τόπο. Η ύπαρξη της τουριστικής συνείδησης αποτελεί βασικό προσόν του λαού της χώρας υποδοχής τουριστών. Η απόκτησή της γίνεται με την σωστή παιδεία και την τόνωση της σημασίας του τουρισμού τόσο από οικονομικοκοινωνική όσο και από πολιτιστική άποψη. (Gartner, 2001)

1.3 Η οικονομική σημασία του τουρισμού για την Ελλάδα σήμερα.

Για να κατανοήσουμε το σημερινό ουσιώδες μέγεθος αλλά και τις δυνατότητες για περαιτέρω ανάπτυξη που μπορεί να προσφέρει ο τουρισμός στην οικονομική ζωή της Ελλάδας, παραθέτουμε τα βασικά οικονομικά μεγέθη της χώρας

μας σύμφωνα με τα στοιχεία του ΣΕΤΕ, που συνέλεξε από τις: ΕΛ.ΣΤΑΤ., UNWTO, WEF και αποτυπώνουν την θέση μας στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη.¹

Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2011	
Συμμετοχή στο ΑΕΠ	15,8% [WTTTC]
Συμμετοχή στην απασχόληση	17,6% της συνολικής απασχόλησης [WTTTC]
Συνολική Απασχόληση	720.600 [WTTTC]
Έσοδα	10,5 δισ. € [ΤΤΕ]
Αφίξεις Αλλοδαπών	16,4 εκατ.
Μέση κατά κεφαλή δαπάνη	639 €
Μερίδιο Αγοράς	1,7% Παγκόσμια, 3,2% Ευρώπη
Εποχικότητα	54% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο - Αύγουστο - Σεπτέμβριο
Συγκέντρωση Προσφοράς	66% των ξενοδοχειακών κλινών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές της Ελλάδας [ΞΕΕ]
Ξενοδοχειακή Υποδομή	9.648 ξενοδοχεία / 763.668 κλίνες [ΞΕΕ]
Top 5 αγορές	Γερμανία (2.240.481), Ην. Βασίλειο (1.758.093), ΠΓΔΜ (1.356.000), Γαλλία (1.149.388), Ιταλία (843.613) [ΤΤΕ]
Top 5 αεροδρόμια (σε αφίξεις αλλοδαπών)	Αθήνα (3.123.631), Ηράκλειο (2.137.230), Ρόδος (1.717.477), Θεσσαλονίκη (869.929), Κώς (843.171) [ΕΛ.ΣΤΑΤ.]

Επιδόσεις 2011

Ελλάδα - Ανταγωνιστές						
Δείκτες Απόδοσης 2011	Ελλάδα	Ισπανία	Κύπρος	Τουρκία	Αίγυπτος	Κροατία
Κατάταξη - Διεθνείς Αφίξεις	17η	4η	κάτω από την 50η	6η	26η	24η
Κατάταξη - Έσοδα	19η	2η	κάτω από την 50η	12η	33η	32η
Διεθνείς Αφίξεις 2011 (εκατ.)	16,4	56,7	2,4	29,3	9,5	9,9
Ποσοστιαία μεταβολή αφίξεων 2000 - 2011	32,3%	22,2%	- 11,1%	205,2%	86,3%	86,8%
Έσοδα - 2011 δις USD	14,6	59,9	2,5	23,0	8,7	9,2
Ποσοστιαία μεταβολή εσόδων 2000-2011	58,7%	99,7%	31,6%	202,6%	102,3%	228,6%

¹ <http://www.sete.gr/default.php?pname=GreekTourism2011&la=1>

Ελλάδα - Ανταγωνιστές						
Δείκτες Απόδοσης 2011	Ελλάδα	Ισπανία	Κύπρος	Τουρκία	Αίγυπτος	Κροατία
Μέση κατά κεφαλή Δαπάνη ανά ταξίδι σε USD	890	1.056	1.042	785	916	929
Μερίδιο αγοράς παγκόσμια σε Αφίξεις	1,7%	5,8%	0,2%	3,0%	1,0%	1,0%
Μερίδιο αγοράς παγκόσμια σε Έσοδα	1,4%	5,8%	0,2%	2,2%	0,8%	0,9%

Η συμβολή της τουριστικής οικονομίας το 2011 στο ΑΕΠ της Ελλάδας φτάνει το 15,8%, ενώ η συνολική απασχόληση στην τουριστική οικονομία (720.600 θέσεις εργασίας) αντιστοιχεί στο 17,6% των απασχολουμένων. Μέχρι το 2019 η απασχόληση στην τουριστική οικονομία **μπορεί να αυξηθεί τουλάχιστον κατά 360.000 άτομα, καλύπτοντας το 100% των ανέργων κατά το 2009.**

Συγκρινόμενος σε παγκόσμιο επίπεδο, ο ελληνικός τουρισμός καταγράφει ικανοποιητικές επιδόσεις. Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO), η Ελλάδα το 2011 ήταν 17η σε επίπεδο διεθνών αφίξεων και 19η σε επίπεδο εσόδων. Επίσης, σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (WEF) το 2011, η χώρα μας καταλαμβάνει την 29η θέση μεταξύ 139 χωρών στο Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας, ενώ στο Γενικό Δείκτη Ανταγωνιστικότητας καταλαμβάνει μόλις την 83η. Τα στοιχεία αυτά αποδεικνύουν ότι ο ελληνικός τουρισμός είναι ένας από τους ελάχιστους τομείς της εθνικής οικονομίας, ο οποίος είναι ανταγωνιστικός σε παγκόσμιο επίπεδο.²

Κεφάλαιο 2 Η έρευνα.

2.1. Ο τόπος διεξαγωγής της έρευνας.

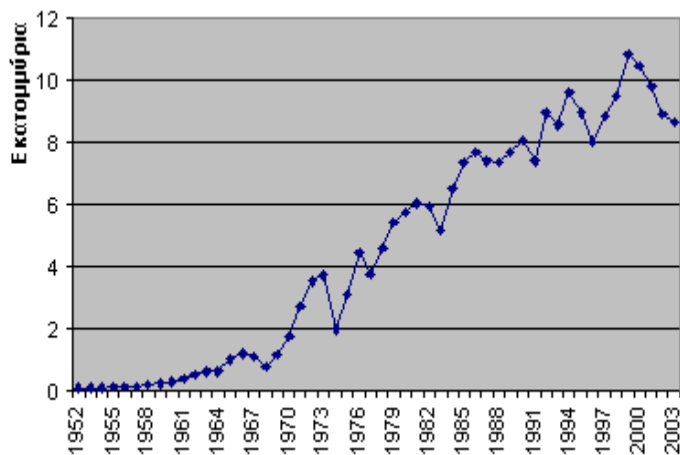
Όπως αναφέρθηκε και στην εισαγωγή, ο τόπος που επιλέχθηκε για την διεξαγωγή της έρευνας μας είναι το νησί της Ρόδου.

Η Ρόδος, έχει καταφέρει, εδώ και πολλά χρόνια, να καθιερωθεί σαν ένας από τους κορυφαίους τουριστικούς προορισμούς στην Ελλάδα, στηριζόμενη αρχικά στη φυσική ομορφιά της, τις πολλές καθαρές και κατάλληλες για κολύμπι και ηλιοθεραπεία παραλίες τις και συνάμα στο φιλόξενο χαρακτήρα των κατοίκων της. Αυτά ήταν τα πρώτα στοιχεία που κίνησαν το ενδιαφέρον στην τουριστική αγορά τη δεκαετία του 1970, όπως φαίνεται και στο σχεδιάγραμμα της ηλεκτρονικής εφημερίδας Traveldailynews³.

Σύνολο διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχειακά καταλύματα της Ρόδου 1952-2003

² <http://www.sete.gr/default.php?pname=GreekTourismMeaning2011&la=1>

³ <http://traveldailynews.gr/columns/article/892>



Το επόμενο βήμα ήταν οι εγκαταστάσεις υποδομής του νησιού. Πρώτον, ήταν ευτυχές γεγονός το ότι έγιναν σοβαρές και μεγάλες επενδύσεις για την τότε εποχή σε ξενοδοχειακά συγκροτήματα, τα οποία σήμερα επισήμως ξεπερνούν τις 80.000⁴ κλίνες σε ένα νησί 100.000 μόνιμων κατοίκων (απογραφή 2011)⁵. Δεύτερον, χάρη στο αεροδρόμιο Διαγόρας, στο οποίο το 2011, καταγράφηκαν 1.700.000 αφίξεις τουριστών⁶ από τις 11.500.000 συνολικές αφίξεις στα Ελληνικά αεροδρόμια⁷, καθώς είναι το τρίτο⁷ κατά σειρά αφιξεων μετά τα αεροδρόμια της Αθήνας και του Ηρακλείου Κρήτης καθώς αποτελεί επικοινωνιακό κόμβο και για τα υπόλοιπα νησιά της Δωδεκανήσου.

Ο κύριος όγκος των εξωτερικών αφίξεων του αεροδρομίου είναι από την Ευρώπη με πολύ δυναμική αύξηση τα τελευταία χρόνια και της Ρωσίας,³ με απευθείας πτήσεις Charter, χωρίς να λείπουν όμως και αφίξεις από κάποιες χώρες τις Μέσης Ανατολής. Και βεβαίως υπάρχει αξιοσημείωτος αριθμός επισκεπτών στο νησί από την Αμερική, την Ασία, και την Αυστραλία, με ενδιάμεσο σταθμό το διεθνές αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος στην Αθήνα.

Κρίναμε λοιπόν ότι σε ένα τέτοιο περιβάλλον, όπως το αεροδρόμιο Διαγόρας της Ρόδου, θα βρίσκαμε αν μη τι άλλο αντιπροσωπευτικό **δείγμα** για την έρευνά μας.

Ως δείγμα, ορίζεται η ομάδα του πληθυσμού από την οποία συλλέγουμε τις απαραίτητες πληροφορίες (Δημήτρης Φουσκάκης Εισαγωγή στη Στατιστική 2005)

Στην έρευνα μας, το δείγμα, θα είναι οι ταξιδιώτες του αεροδρομίου καθώς προέρχονται από πολλές διαφορετικές εθνικότητες, διαφορετικές οικονομίες και φυσικά έχουν διαφορετικές τουριστικές συνήθειες και επηρεάζονται διαφορετικά από ενδεχόμενες εξωτερικές μεταβολές (π.χ. οικονομική κρίση). Επιλέξαμε να

⁴<http://www.dimokratiki.gr/article.asp?articleID=4797&catID=18&pubID=1>

⁵<http://www.anko-eunet.gr/articles/el/News/readabout/elstat-episima-apotelesmata-apografis-nomimou-plithusmou-2011>

⁶[http://www.sete.gr/files/Media/Statistika/Greece/Tourist%20Arrivals/Arrivals%20Airports/120516_DEC_2011_10\(bilingual%20version\).pdf](http://www.sete.gr/files/Media/Statistika/Greece/Tourist%20Arrivals/Arrivals%20Airports/120516_DEC_2011_10(bilingual%20version).pdf)

⁷http://www.sete.gr/files/Media/Ebook/2012/120405_To%20profil%20tou%20tourismou%20sti%20Rodo%20vasi%20tis%20ereunas%20sinoron%20tis%20TtE.pdf

παραθέσουμε συγκριτικά τις απαντήσεις των ξένων ταξιδιωτών με αυτές των Ελλήνων, ώστε να δούμε εάν αποτυπώνεται κάποια διαφορά στην αντίληψη της έννοιας ‘κρίση’ και πώς αυτή δύναται να επηρεάσει την τουριστική συμπεριφορά ενός ταξιδιώτη και σε ποιο βαθμό.

Από το δείγμα αυτό, θα συλλέξουμε, **Ποιοτικά Δεδομένα**, δηλαδή μετρήσεις που οι τιμές τους αποτελούν ποιοτικές διαβαθμίσεις (τιμές όπως θετικό-αρνητικό, λίγο-πολύ) και **Κατηγορικά Δεδομένα**, που οι μετρήσεις τους είναι τιμές που αποτελούν ονοματικούς χαρακτηρισμούς και διαφέρουν σε είδος (π.χ. φύλλο, ηλικία). (Γιώργος Μικρός, *Εισαγωγή στις Βασικές Στατιστικές Έννοιες*, 2007).

Τα αποτελέσματα που θα προκύψουν μπορούν να αποτελέσουν έναν βασικό οδηγό για επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τουρισμό, καθώς αποτυπώνουν ξεχωριστά το τουριστικό προφίλ των Ελλήνων και των αλλοδαπών ταξιδευτών στο νησί της Ρόδου.

Η παράθεσή τους, θα αποτελεί συνδυασμό **Περιγραφικής Στατιστικής και Στατιστικής Συμπερασματολογίας**.

Ως περιγραφική στατιστική ορίζεται γενικά η άθροιση και σύνοψη δεδομένων. Ειδικότερα αποτελεί ένα στατιστικό εργαλείο με σκοπό την συγκέντρωση, ταξινόμηση και παρουσίαση πρωτογενών δεδομένων σε κατανοητή μορφή. Γίνεται με την χρήση πινάκων (συχνοτήτων, διπλής εισόδου), γραφημάτων (ραβδογράμματα, θηκογράμματα, διασποράς), και στατιστικών μέτρων (μέτρα κεντρικής τάσης, μέτρα κύμανσης, και μεταβλητότητας).

Ως Στατιστική Συμπερασματολογία, ορίζεται η διεξαγωγή από τα δεδομένα, κανόνων και συμπερασμάτων των οποίων η ισχύς ξεπερνά το επίπεδο των παρατηρήσεων και αναφέρεται σε ένα διαφορετικό μοντέλο με σκοπό την καλύτερη και απλούστερη ερμηνεία των δεδομένων. (*Στατιστικά Πακέτα I, Στέλιος Ζήμερας, 2003*)

Αρχικά λοιπόν θα παραθέσουμε τα δεδομένα αριθμητικά και με την βοήθεια πινάκων και έπειτα θα προχωρήσουμε στην περαιτέρω ανάλυση των δεδομένων και θα συνθέσουμε το τουριστικό προφίλ των ταξιδιωτών και αυτό θα αποτελεί και το τελικό μας συμπέρασμα.

Έτσι, ένα τουριστικό πρακτορείο, ένα ξενοδοχείο, ή μια αεροπορική εταιρεία, λόγου χάρη, μπορούν να εστιάσουν σε τουριστικά πακέτα, προϊόντα και προσφορές που θα ήταν ελκυστικά σύμφωνα με το δείγμα, βάση των απαντήσεων και των προτιμήσεων που η έρευνά μας έδειξε και να μειώσουν το περιθώριο ρίσκου μιας ενέργειας που δεν θα είχε απήχηση στο συγκεκριμένο τουριστικό κοινό που επισκέφθηκε το νησί.

Γνωρίζοντας σημαντικά προσωπικά στοιχεία των ταξιδιωτών, (εισόδημα, ηλικία), σημαντικές τουριστικές τους συνήθειες, (πόσο συχνά ταξιδεύουν, διάρκεια παραμονής), μελλοντικές τουριστικές τάσεις και γενικότερες προσδοκίες τους

σχετικά με την οικονομική κατάσταση στην Ελλάδα (αισιόδοξοι, απαισιόδοξοι, πρόθυμοι να ξαναέρθουν ή όχι), μία τουριστική επιχείρηση μπορεί να προσαρμόσει κατάλληλα τις ενέργειες και τους στόχους της, ώστε να καταφέρει να έχει κέρδη ή να αποφύγει τις ζημιές από λανθασμένες εκτιμήσεις και υποθέσεις.

2.2 Το δείγμα.

Η πρώτη μας επιλογή όσον αφορά το δείγμα, ήταν να εστιάσουμε σε άτομα που έχουν ταξιδέψει πολύ πρόσφατα.

Έτσι, επιλέξαμε να διαθέσουμε τα ερωτηματολόγια μας σε ταξιδιώτες του αεροδρομίου Διαγόρας για τους λόγους που παραθέσαμε προηγουμένως αναφορικά με τον τόπο.

Για να είμαστε σίγουροι ότι τα ερωτηματολόγια μας θα απευθύνονταν αποκλειστικά σε ταξιδιώτες και όχι σε συγγενείς ή λοιπούς παρευρισκόμενους, σε συνεργασία με την Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας (Υ.Π.Α.), λάβαμε -αφού πρώτα εξακριβώθηκε η ταυτότητα και ο σκοπός μας, μέσω της σχολής- ειδική άδεια εισόδου για την αίθουσα αναμονής επιβίβασης των ταξιδιωτών.

Έτσι, δεχόμασταν σχεδόν καθημερινά την αναμονή και τον απαραίτητο σωματικό έλεγχο για να περάσουμε στον χώρο αναμονής επιβίβασης των ταξιδιωτών και να διαθέσουμε απευθείας εκεί τα ερωτηματολόγια μας.

Πέρα από τον πρώτο λόγο που αναφέραμε, στην αίθουσα αναμονής, είχαμε και τα ακόλουθα πλεονεκτήματα. Οι ταξιδιώτες εκτός ίσως από μια χειραποσκευή, δεν είχαν μαζί τους άλλες βαριές βαλίτσες, αφού αυτές είχαν παραδοθεί νωρίτερα στο check in και εκτός από το duty free δεν είχαν κάποια άλλη ουσιαστική ενασχόληση μέχρι την ώρα που θα άνοιγε η πύλη εξόδου τους προς το αεροπλάνο.

Έτσι, είχαμε την ευκαιρία να κερδίσουμε το ενδιαφέρον τους και να αφιερώσουν ποιοτικό χρόνο στο ερωτηματολόγιό μας, δίχως κάποιο άγχος που πιθανόν να οδηγούσε σε πρόχειρη απάντηση των ερωτήσεων και αλλοίωση των αποτελεσμάτων. Μάλιστα αρκετοί δήλωσαν πολύ πρόθυμοι να συνεργαστούν μαζί μας, ζητώντας περισσότερες πληροφορίες για τη δημοσίευση της έρευνας μας και πώς θα μπορούσαν και αυτοί να δουν τα τελικά αποτελέσματα.

Ένα ακόμα πλεονέκτημα της διάθεσης των ερωτηματολογίων στην αίθουσα αναμονής επιβίβασης ήταν ότι ανάλογα με την πύλη εξόδου, στην οποία βρισκόταν ο κάθε ταξιδιώτης, γνωρίζαμε την αεροπορική εταιρεία με την οποία θα ταξίδευε, καθώς και τον προορισμό του.

Έτσι, μπορούσαμε να κατανέμουμε ελεγχόμενα τα ερωτηματολόγια μας, χωρίς να απευθυνθούμε σε ταξιδιώτες μίας μόνο εταιρείας ή ενός προορισμού. Για την έρευνα μας, χρειαζόμασταν πληθώρα απόψεων, καθώς διαφορετικές απαντήσεις περιμέναμε από κάποιον που ταξίδευε με μία εταιρεία χαμηλού κόστους ή charter και διαφορετικές από κάποιον άλλον που ταξίδευε για τον ίδιο προορισμό και είχε επιλέξει να πετάξει με πτήση κανονικού δρομολογίου.

Κύριο μέλημά μας, όμως, ήταν η **αναλογική και δίκαιη κατανομή** των φυλλαδίων. Έτσι σε μία πύλη με αναμονή 200 ατόμων, λόγου χάρη, διαθέσαμε **αναλογικά** μεν, αλλά περισσότερα δε, ερωτηματολόγια από όσα σε μία άλλη πύλη με αναμονή 50 ή 20 ατόμων, με το σκεπτικό ότι οι ταξιδιώτες εκείνου του προορισμού αποτελούσαν και αντιπροσωπευτικότερο δείγμα των ταξιδιωτών στο νησί. Δεν θέλαμε, ένας μικρός σε προσέλευση ταξιδιωτών προορισμός, όπως το Καστελλόριζο, λόγου χάρη, να αποτυπώσει εντονότερα την άποψη του στα ερωτηματολόγια μας και να διαμορφώσει αυτός το αποτέλεσμα, όταν ο κύριος όγκος των αναχωρήσεων του αεροδρομίου, ταξίδευε για την Αθήνα.

Επόμενο μέλημά μας ήταν η σωστή διάθεση των ερωτηματολογίων στους ταξιδιώτες, με την έννοια ότι δεν θέλαμε να έχουμε πολλές απαντήσεις από μέλη του ίδιου γκρουπ ή της ίδιας οικογένειας, ακριβώς για τους λόγους που αναφέραμε παραπάνω. Έτσι, διαθέταμε 1 έως 2 ερωτηματολόγια σε μικρά γκρουπ 15-20 ατόμων, 1 ερωτηματολόγιο για ζευγάρια, 1 έως 2 για οικογένειες, ανάλογα αν ήταν 4 μελής (γονείς-παιδιά) ή με περισσότερα μέλη και διαφορετικής ηλικίας μεταξύ τους (γονείς με παππούδες και μικρά παιδιά ή γονείς με ενήλικα παιδιά) και κρίναμε ότι θα λαμβάναμε διαφορετικές απαντήσεις.

Γκρουπ μεγαλύτερα των 20-25 ατόμων τα προσεγγίζαμε κατά ομάδες ατόμων, άλλα δεν δίναμε περισσότερα από 2 ερωτηματολόγια, ενώ και σε μεγαλύτερα γκρουπ των 50 ή 100 ατόμων ποτέ δεν διαθέσαμε περισσότερα από 4 ερωτηματολόγια, καθώς δεν θα αφήναμε ένα και μόνο γκρουπ ατόμων, όσο μεγάλο και αν ήταν, να διαμορφώσει το συνολικό αποτέλεσμα των απαντήσεων.

Επίσης, κοιτάζαμε να έχουμε απαντήσεις από διαφορετικές ηλικίες και σε αυτές όμως τα φυλλάδια μοιράστηκαν κατά αναλογία με την διακριτή οπτική διαφορά, νεαρός, νέος, μέσης ηλικίας, μεγαλύτερος και γέρος.

Σε καμία περίπτωση δεν δόθηκε ερωτηματολόγιο σε έφηβο ή ανήλικο, ακόμα και στις περιπτώσεις εκείνες που οι γονείς δεν γνώριζαν καλά αγγλικά (ξένα ερωτηματολόγια) ή δεν αντιλαμβάνονταν καλά την ερώτηση δίναμε εμείς τις απαραίτητες διευκρινίσεις και αν ήθελαν να το κάνουν από κοινού ζητούσαμε ο γονέας να υπαγορεύσει την απάντηση και το παιδί απλά να την συμπληρώσει.

Επίσης, για αυτόν ακριβώς το λόγο, για να ελέγχουμε πάντα ποιος απαντά και να δίνουμε διευκρινίσεις, δεν μπορούσαμε να δώσουμε περισσότερα από 2 ερωτηματολόγια ο καθένας μας, κάτι που καθιστούσε την έρευνα χρονοβόρα μεν, αλλά εξασφάλιζε την ορθότητα των απαντήσεων. Το σύνηθες ήταν να δίνεται ένα ερωτηματολόγιο, να συμπληρώνεται πλήρως και **μετά** να επιλέγουμε το επόμενο άτομο που πληρούσε τα κριτήρια μας για να δώσουμε άλλο ερωτηματολόγιο.

Κεφάλαιο 2.3 Το Ερωτηματολόγιο.

Τα ερωτηματολόγια μας διατέθηκαν και χωρίστηκαν σε 2 γλώσσες:

Μια σειρά από 301 ερωτηματολόγια στα Ελληνικά και μια ακόμα σειρά με αντίστοιχο αριθμό ερωτηματολογίων γραμμένη στα Αγγλικά, δεδομένου, ότι θα βοηθούσαμε και εμείς όσους ταξιδιώτες δεν γνώριζαν να **διαβάζουν** καλά Αγγλικά, ώστε να μην έχουμε μόνο απαντήσεις από Άγγλους και όσους είχαν καλύτερη μόρφωση ή γνώριζαν την Αγγλική.

Σε κάθε περίπτωση, όμως, ο ταξιδευτής χρειαζόταν να έχει στοιχειώδεις γνώσεις της αγγλικής ή της γερμανικής γλώσσας, ώστε να μπορεί να συνομιλεί μαζί μας και να κατανοεί τις ερωτήσεις, οπότε, από ταξιδευτές που μιλούσαν μόνο την μητρική τους γλώσσα, χωρίς να γνωρίζουν λίγα αγγλικά ή έστω γερμανικά τα οποία μιλάμε εμείς, δυστυχώς δεν γινόταν να έχουμε απαντήσεις.

Το σύνολο των ερωτήσεων κάθε ερωτηματολογίου ήταν 27 και αυτές κατανεμήθηκαν σε 2 κάθετα εκτυπωμένα φύλλα Α4, ώστε το ερωτηματολόγιό μας να μην φαίνεται πολυσέλιδο και τρομάζει με τον όγκο του τον ταξιδιώτη, αλλά το πρώτο φύλλο ήταν εκτυπωμένο και από τις 2 του όψεις, (μπρός-πίσω), ώστε να μην συμπτυχθούν οι ερωτήσεις σε 2 φύλλα μονής όψεως και τα γράμματα των ερωτήσεων να είναι μικρά και δυσανάγνωστα. Επίσης, οι απαντήσεις των ερωτήσεων, έπρεπε να δοθούν με σύστημα πολλαπλής επιλογής, κάτι που ήταν αρκετά εύκολο και ξεκούραστο, για να πραγματοποιηθεί από τον ερωτώμενο ταξιδιώτη.

Ο **μέσος χρόνος** συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου ήταν τα 8 περίπου λεπτά, ενώ ο συνολικός χρόνος που διαρκούσε η **μέση συνομιλία** μας με τους ερωτηθέντες ταξιδιώτες ήταν τα 10 λεπτά ανά ερωτηματολόγιο, αν υπολογίσουμε τις απαραίτητες από εμάς συστάσεις και το χρόνο που χρειαζόταν ο κάθε ταξιδευτής να αποφασίσει εάν θέλει να συμμετάσχει στην έρευνα και να αρχίσει να συμπληρώνει απαντήσεις, μέχρι να πάρουμε πλήρως συμπληρωμένο το ερωτηματολόγιο στα χέρια μας, να ευχαριστήσουμε τον ταξιδιώτη και να του ευχηθούμε καλό ταξίδι.

Κεφάλαιο 3. Τα αποτελέσματα. Περιγραφική Στατιστική παρουσίαση.

Έπειτα από την επιλογή του δείγματος, την προσεκτική διάθεση των ερωτηματολογίων και την συμπλήρωσή τους, έπρεπε να γίνει η καταχώρηση των αποτελεσμάτων σε μία συγκεντρωτική και διαχειρίσιμη φόρμα στον υπολογιστή.

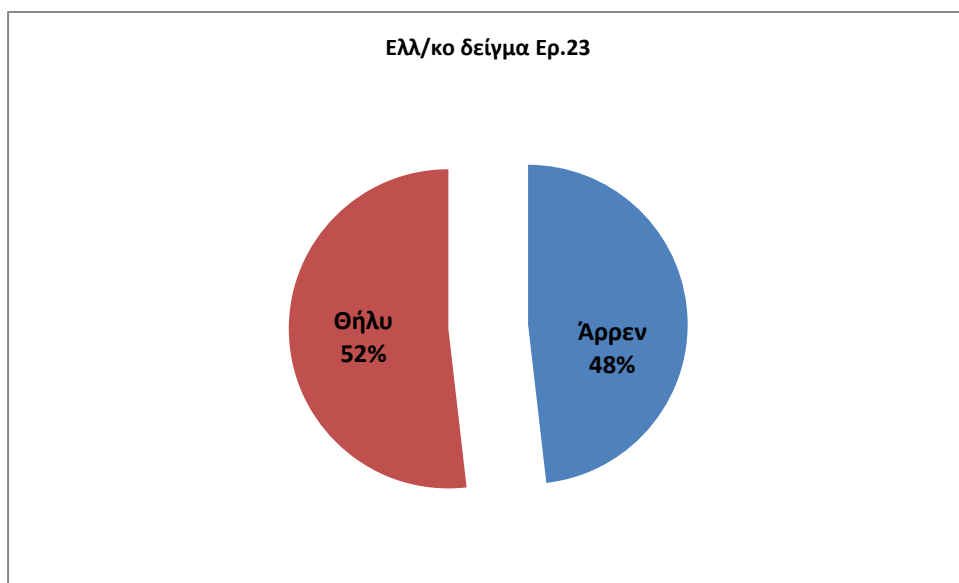
Τα ερωτηματολόγια αρχειοθετήθηκαν ένα προς ένα και οι απαντήσεις καταγράφηκαν σε μορφή excel στον υπολογιστή. Με κάθε θετικά συμπληρωμένη επιλογή να καταδεικνύεται με τον αριθμό 1 (ένα) ενώ οι μη συμπληρωμένες (αρνητικές) επιλογές για το ίδιο ερώτημα, με τον αριθμό (μηδέν). Έτσι για να εξάγουμε το τελικό αποτέλεσμα αθροίσαμε όλες τις φορές που κάθε επιλογή έλαβε θετική απάντηση και το συγκρίναμε ποσοτικά με τις υπόλοιπες επιλογές του ίδιου ερωτήματος.

Το πλήρες κείμενο των ερωτήσεων καθώς και ο συγκεντρωτικός πίνακας excel επισυνάπτονται στο παράρτημα.

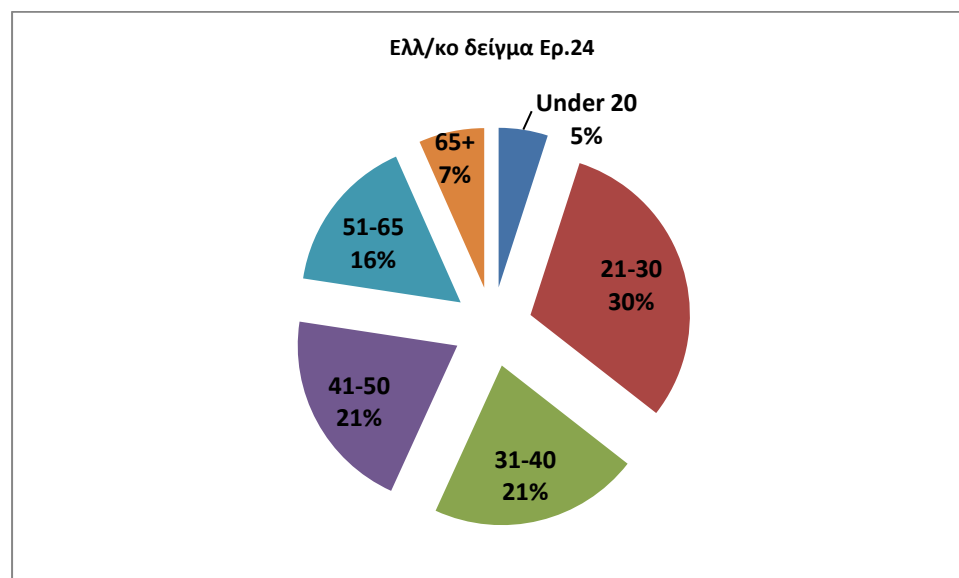
Ακολουθεί η παράθεση των αποτελεσμάτων.

Πρώτα θα παραθέσουμε με τη μορφή **γραφήματος**, εκείνα τα ποσοτικά αποτελέσματα των χαρακτηριστικών που προσδιορίζουν το δείγμα, δηλαδή **φύλλο, ηλικία, εισόδημα, επίπεδο μόρφωσης, οικογενειακή κατάσταση** και έπειτα θα εξετάσουμε τις απαντήσεις που έδωσε το δείγμα αυτό στις ερωτήσεις που του τέθηκαν, παραθέτοντας τες και αριθμητικά και σε ποσοστιαίο γράφημα.

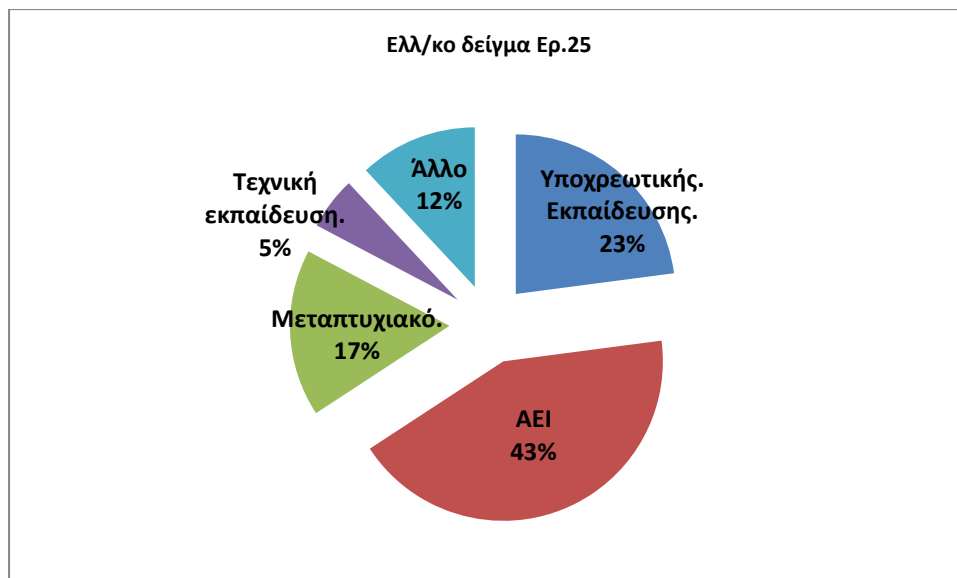
Το **φύλλο** του Ελληνικού δείγματος, χωρίστηκε σε:



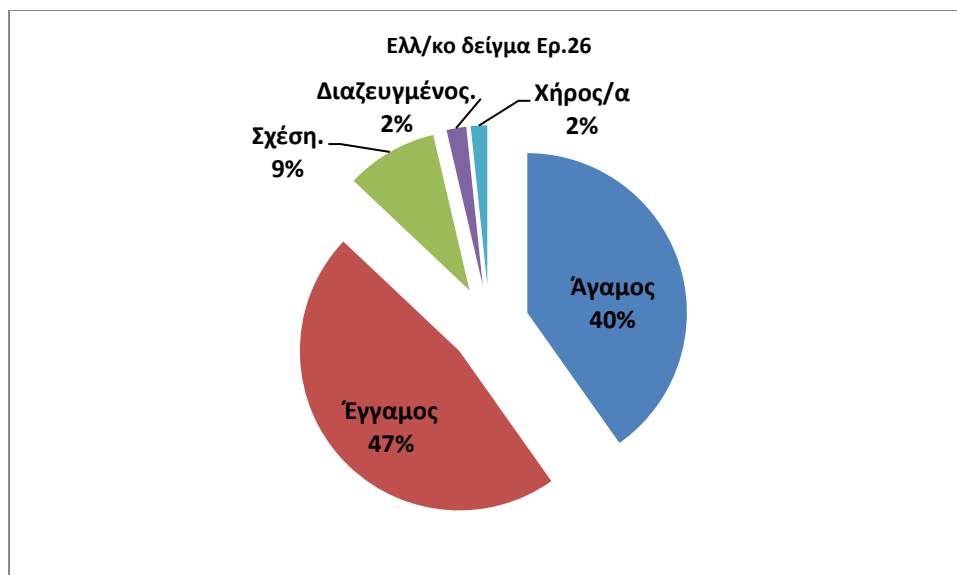
Η **ηλικία** του Ελληνικού δείγματος κατανέμεται ως ακολούθως:



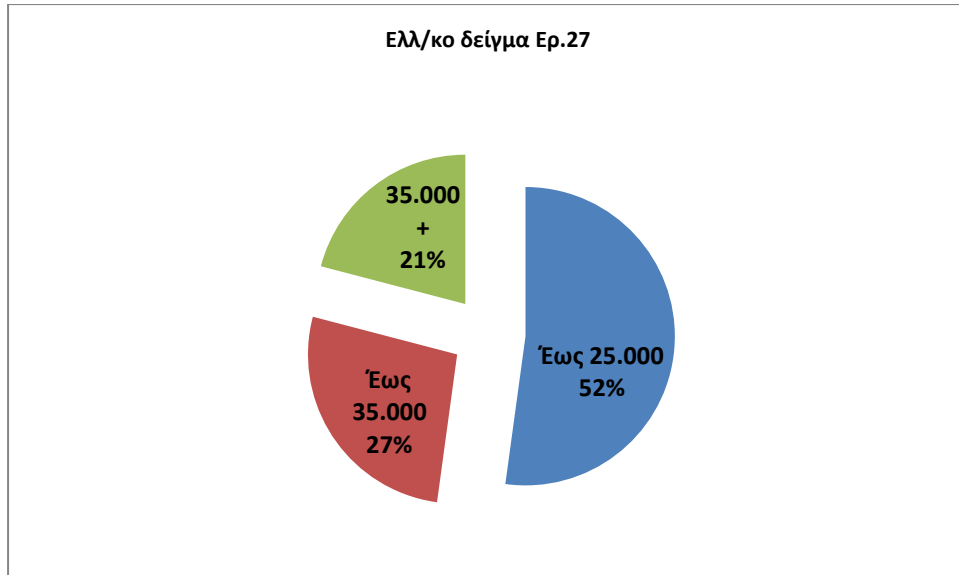
Το **μορφωτικό επίπεδο** του Ελληνικού δείγματος καταγράφηκε ως εξής:



Η **οικογενειακή κατάσταση** του Ελληνικού δείγματος, αποτυπώθηκε ως εξής:

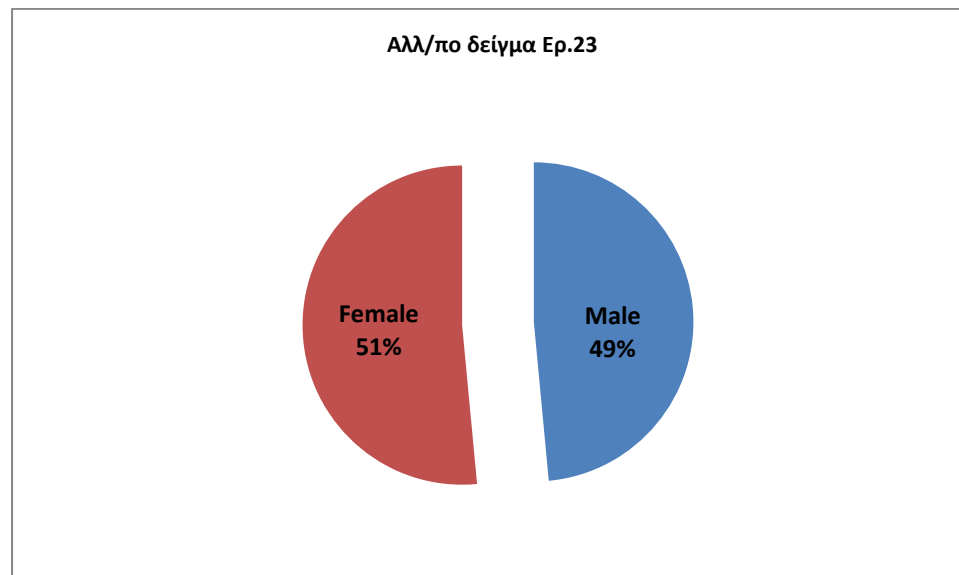


Και τέλος, τα **εισοδήματα** του δείγματος καταγράφηκαν ως εξής:

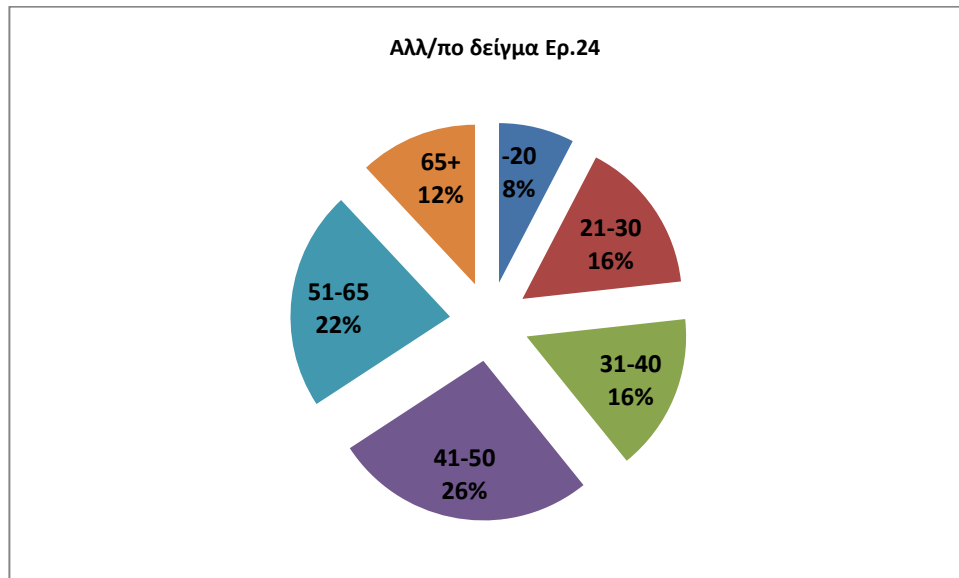


Ομοίως θα παρουσιάσουμε τα χαρακτηριστικά που προσδιορίζουν, το δείγμα των ξένων επισκεπτών.

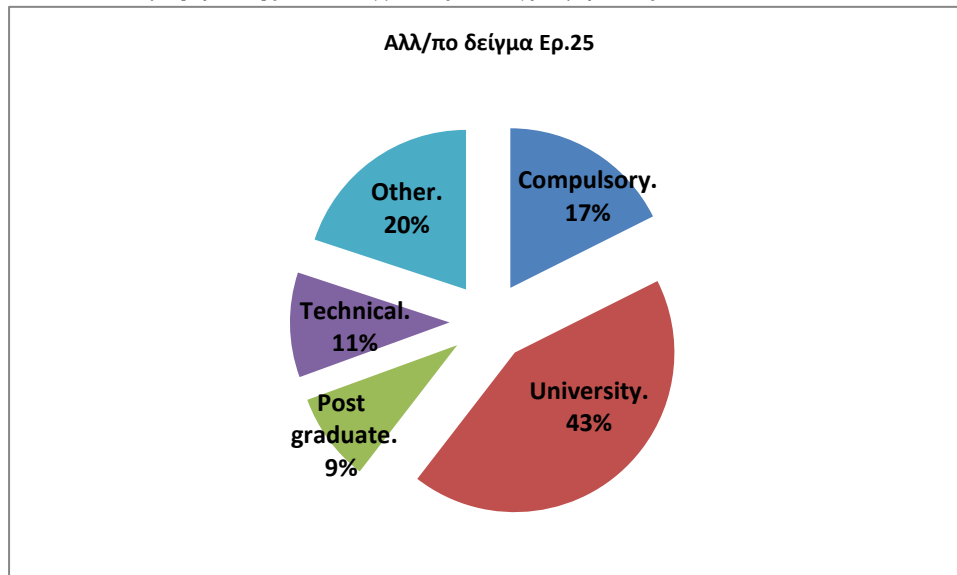
Το φύλλο τους χωρίστηκε σε:



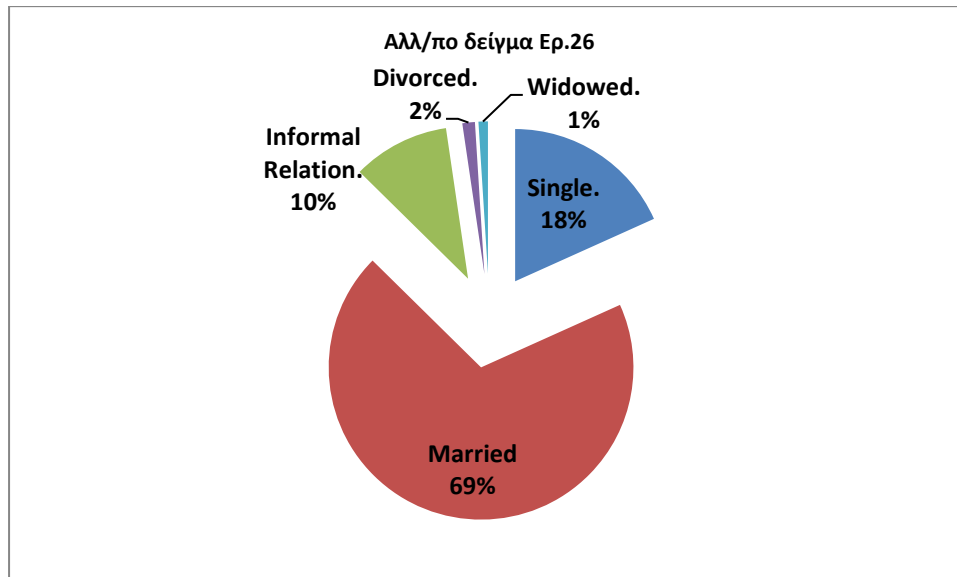
Η ηλικία του δείγματος των αλλοδαπών ταξιδιωτών διακυμάνθηκε ως :



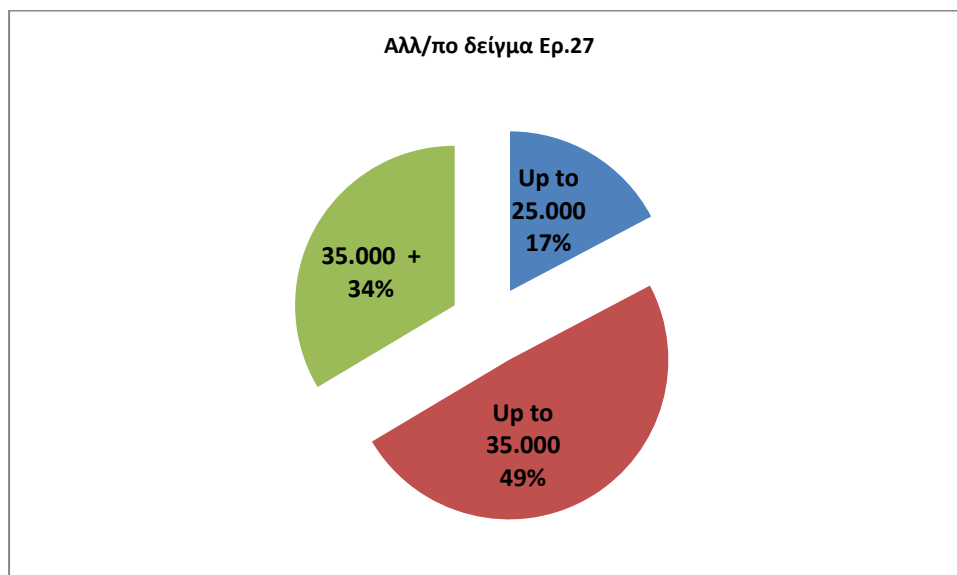
Το επίπεδο μόρφωσης του δείγματος καταγράφηκε ως:



Η οικογενειακή κατάσταση του δείγματος καταγράφηκε ως:



Και τέλος, τα εισοδήματα του δείγματος καταγράφηκαν ως εξής:



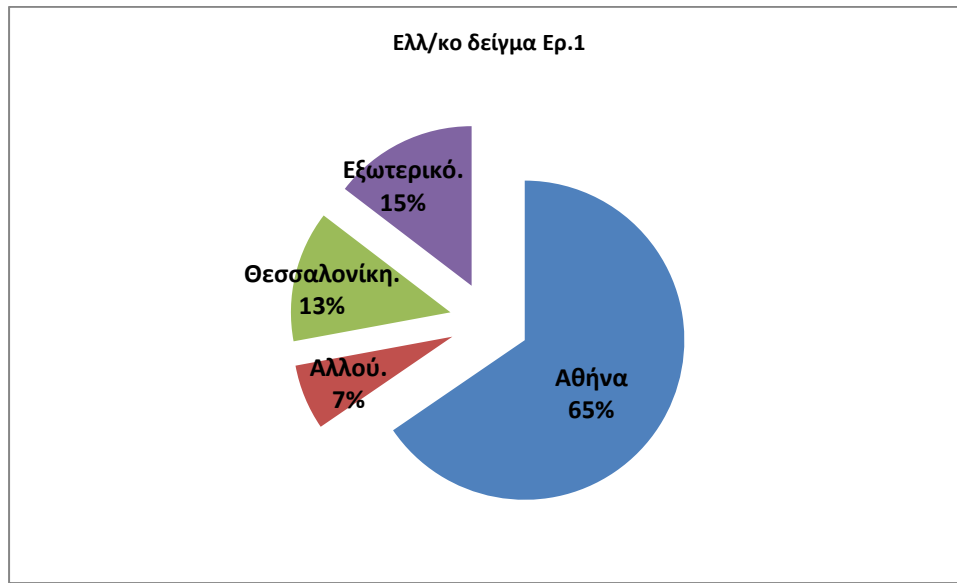
Περνάμε στην παράθεση των αποτελεσμάτων των ερωτήσεων.

Ερώτηση 1

Ερωτηματολόγια στα Ελληνικά

Απαντήσεις: a.197 b.2 c.40 d.44

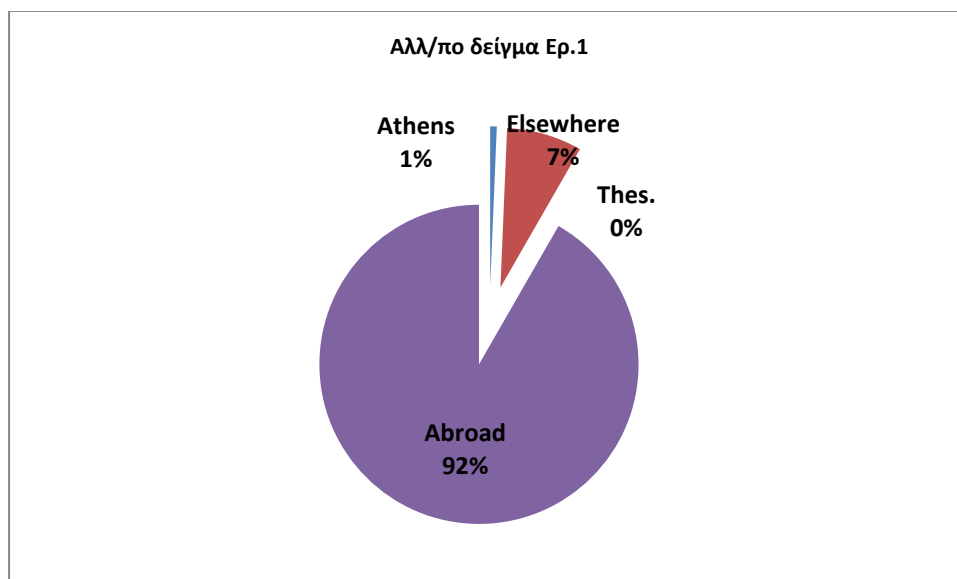
Γράφημα:



Ερωτηματολόγια στα Αγγλικά

Απαντήσεις: a.2 b.23 c.0 d.276

Γράφημα:



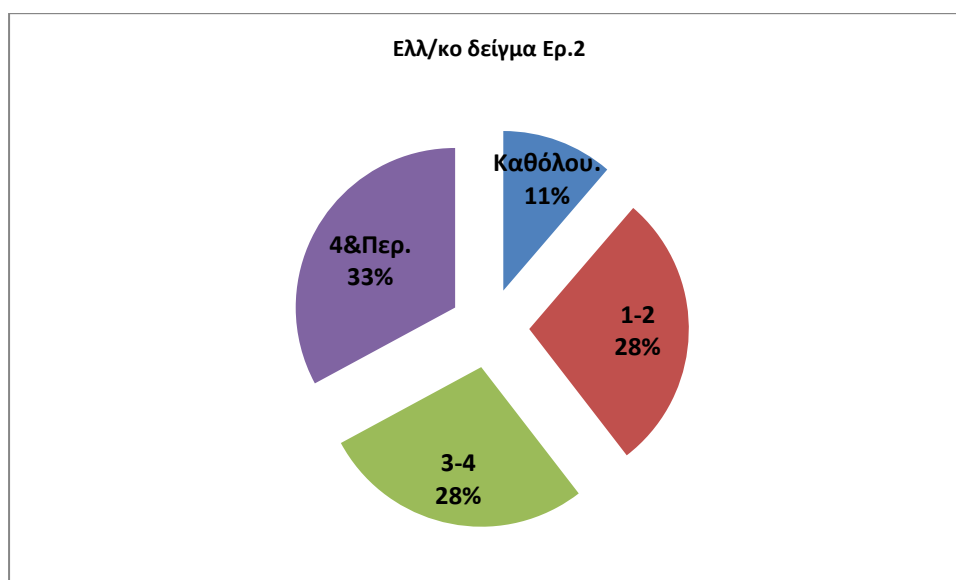
Βλέπουμε ότι στην πλειονότητά τους, οι Έλληνες ταξιδιώτες φεύγοντας από το αεροδρόμιο Διαγόρας της Ρόδου, κατευθύνονται προς την Αθήνα, με ποσοστό 65%, ενώ στην συντριπτική τους πλειοψηφία οι αλλοδαποί ταξιδιώτες αναχωρούν απευθείας για το εξωτερικό σε ποσοστό 92%. Μόλις το 1% των αλλοδαπών ταξιδεύει στην Αθήνα, το 7% ταξιδεύει σε κάποιο άλλο προορισμό στην Ελλάδα ενώ δεν υπάρχει ούτε ένας που να ταξιδεύει στην Θεσσαλονίκη. Αντίστοιχα οι Έλληνες σε ποσοστό 15% ταξιδεύουν στο εξωτερικό, 13% έχουν προορισμό την Θεσσαλονίκη, ενώ ένα 7% δηλώνει ότι ταξιδεύει σε άλλο προορισμό της Ελλάδας.

Ερώτηση 2

Ερωτηματολόγια στα Ελληνικά

Απαντήσεις: a.34 b.85 c.83 d.99

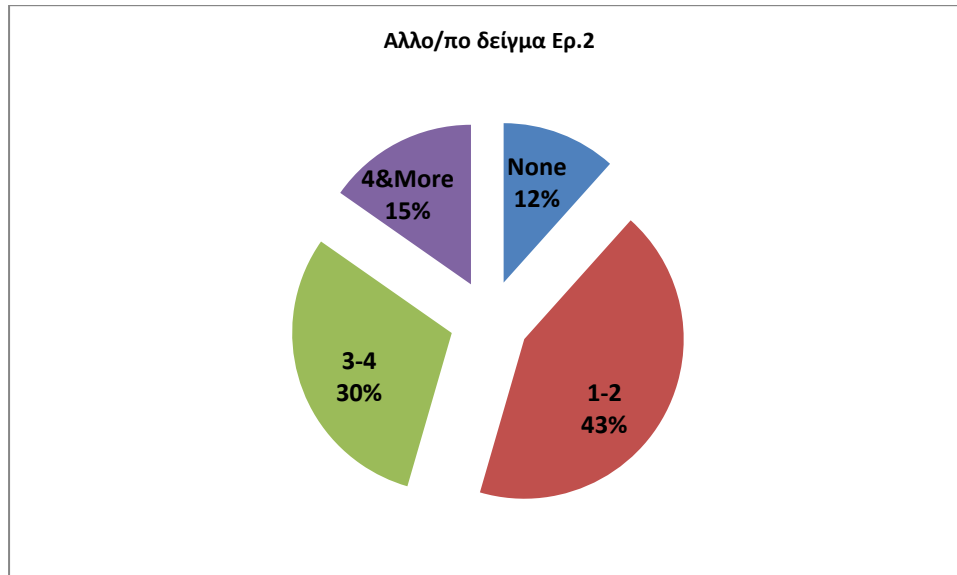
Γράφημα:



Ερωτηματολόγια στα Αγγλικά

Απαντήσεις: a.35 b.129 c.91 d.46

Γράφημα:



Στην 2^η ερώτηση, έχουμε το Ελληνικό δείγμα να δηλώνει σε ποσοστό 33% πως ταξίδεψε πάνω από 4 φορές την χρονιά που πέρασε και ένα επίσης υψηλό ποσοστό της τάξης του 28% πως ταξίδεψε 3-4 φορές τον χρόνο. Μόνο το 11% δήλωσε πως δεν ταξίδεψε καθόλου, ενώ το υπόλοιπο 28% δήλωσε ότι ταξίδεψε 1-2 φορές μέσα στο 2011.

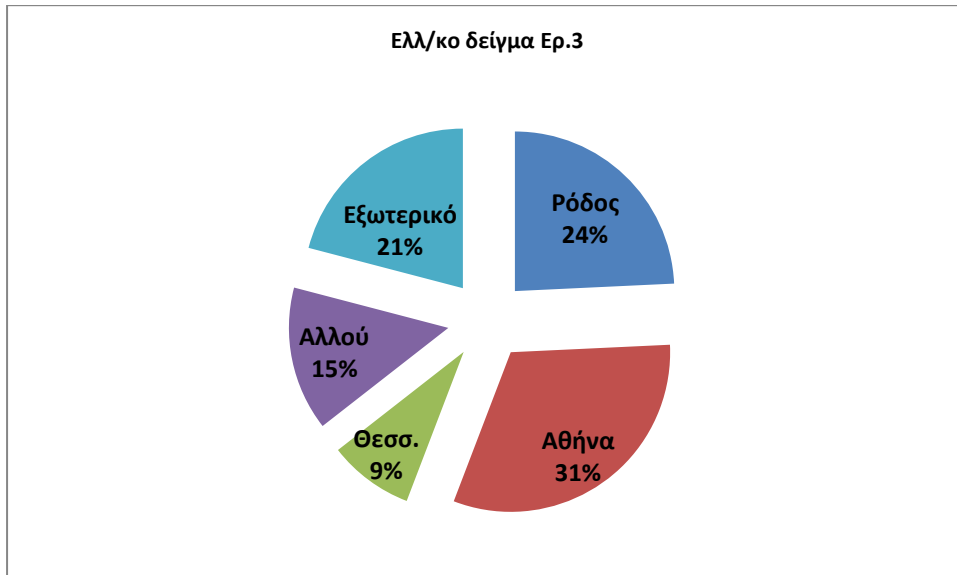
Στους αλλοδαπούς ταξιδιώτες τα αποτελέσματα δείχνουν την πλειοψηφία με ποσοστό 43% να έχουν ταξιδέψει μόνο 1-2 φορές τον χρόνο, 30% να έχουν ταξιδέψει 3-4 φορές τον χρόνο, μόνο το 15% να δηλώνει περισσότερο από 4 φορές και ένα ποσοστό της τάξης του 12% να μην έχουν ταξιδέψει καθόλου μέσα στο 2011.

Ερώτηση 3

Ερωτηματολόγια στα Ελληνικά

Απαντήσεις: a.73 b. 95 c.26 d.44 e.63

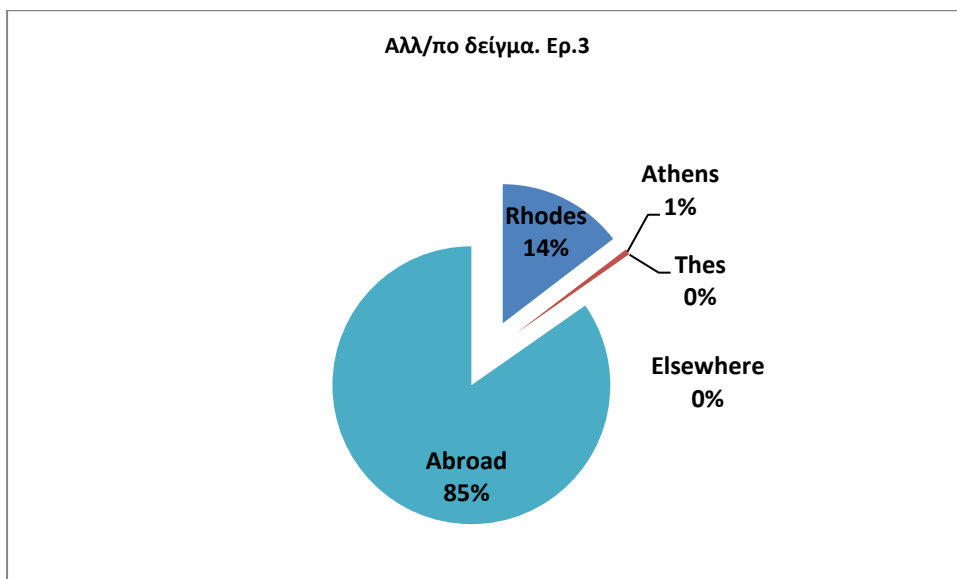
Γράφημα:



Ερωτηματολόγια στα Αγγλικά

Απαντήσεις: a.44 b.2 c.0 d.255

Γράφημα:



Στην 3^η ερώτηση βλέπουμε πως οι περισσότεροι Έλληνες ταξιδεύουν με τελικό προορισμό την Αθήνα με ποσοστό 31% και η αμέσως επόμενη σε αριθμό απάντηση με ποσοστό 24%, είναι πως το ταξίδι τους τελειώνει με την επιστροφή τους στην Ρόδο. Μόλις το 9% έχει τελικό προορισμό την Θεσσαλονίκη, το 21% το εξωτερικό και το 15% κάποιο άλλο προορισμό της Ελλάδας.

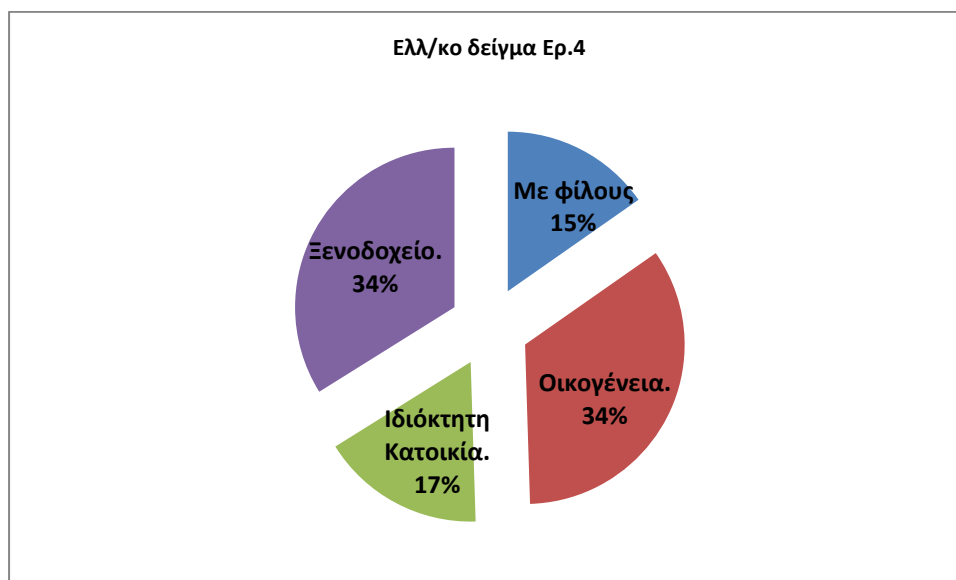
Όσον αφορά όμως τους αλλοδαπούς ταξιδιώτες βλέπουμε ότι το ταξίδι τους τελειώνει στο εξωτερικό σε ποσοστό 85%, μόλις για το 14% τελειώνει στην Ρόδο, ενώ κανένας δεν δήλωσε ως τελικό του προορισμό τη Αθήνα ή την Θεσσαλονίκη.

Ερώτηση 4

Ερωτηματολόγια στα Ελληνικά

Απαντήσεις: a.46 b.103 c.50 d.102

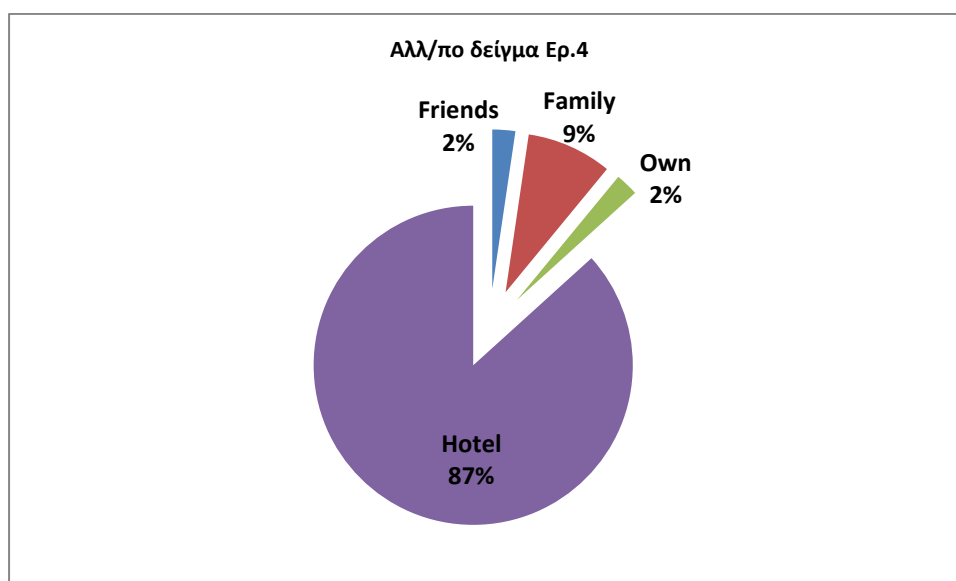
Γράφημα:



Ερωτηματολόγια στα Αγγλικά

Απαντήσεις: a.7 b.26 c.7 d.261

Γράφημα:



Στην 4^η ερώτηση που αναφέρεται στην διαμονή για το τρέχον ταξίδι, βλέπουμε πως οι Έλληνες ταξιδιώτες σαν πρώτη επιλογή έχουν την διαμονή σε ξενοδοχείο αλλά οριακά ισοβαθμεί με την διαμονή στην οικογένεια τους κατά μια απάντηση με κοινό ποσοστό όμως 34%, ακολουθεί η επιλογή της ιδιωτικής κατοικίας με 17%, και τέλος έχουμε την περίπτωση της διαμονής σε φίλο με 15%.

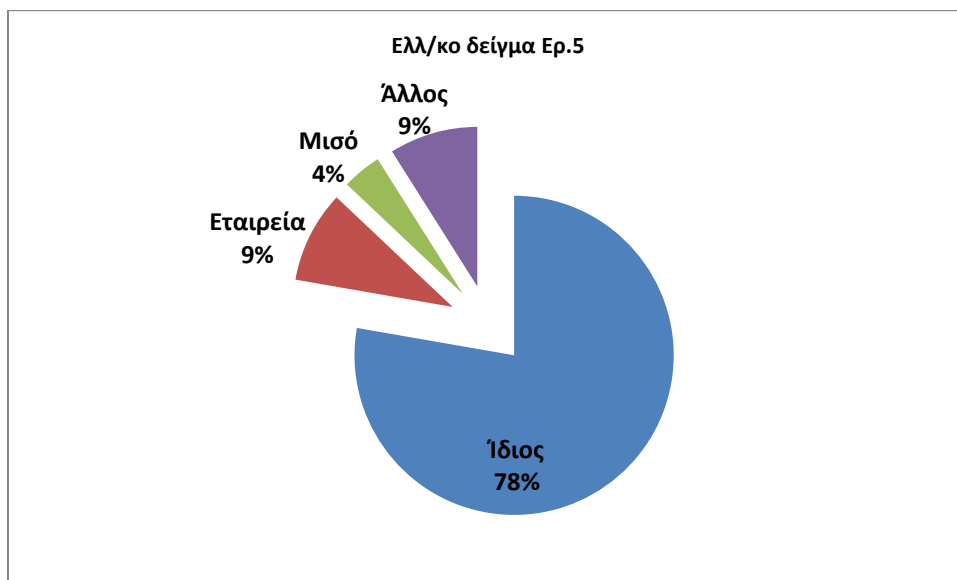
Για τους αλλοδαπούς όμως ταξιδιώτες η επιλογή της διαμονής σε ξενοδοχείο είναι η επικρατέστερη με ποσοστό 87%, μόνο ένα 9% είπε πως έμεινε στην οικογένεια του και από μόνο 2% είχαμε για τις απαντήσεις της διαμονής με φίλους και ιδιοκατοίκησης

Ερώτηση 5

Ερωτηματολόγια στα Ελληνικά

Απαντήσεις: a.234 b.28 c.12 d.27

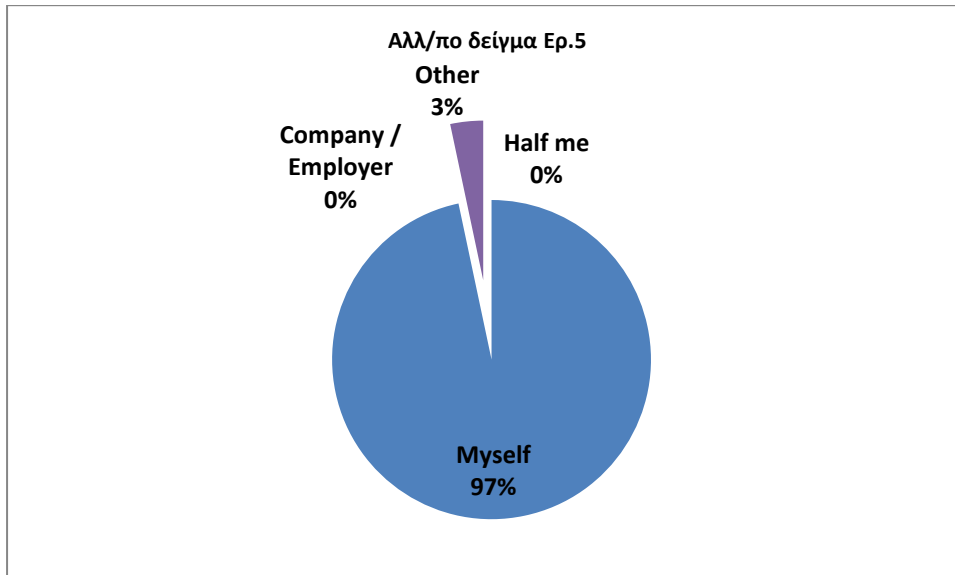
Γράφημα:



Ερωτηματολόγια στα Αγγλικά

Απαντήσεις: a.291 b.0 c.0 d.10

Γράφημα:



Στην 5^η ερώτηση βλέπουμε ότι στο Ελληνικό ερωτηματολόγιο η πλειοψηφία των ταξιδιωτών απάντησαν πως οι ίδιοι πληρώνουν για το ταξίδι τους με ποσοστό 78%, 9% δήλωσαν ότι τα έξοδα καλύπτονται από τον εργοδότη τους και με επίσης 9% έχουμε την απάντηση πως κάποιος άλλος πληρώνει τα έξοδα του ταξιδιού τους. Τέλος το 4% από αυτούς δηλώνει ότι τα έξοδα του ταξιδιού του καλύπτονται κατά το ήμισυ από τον εργοδότη του.

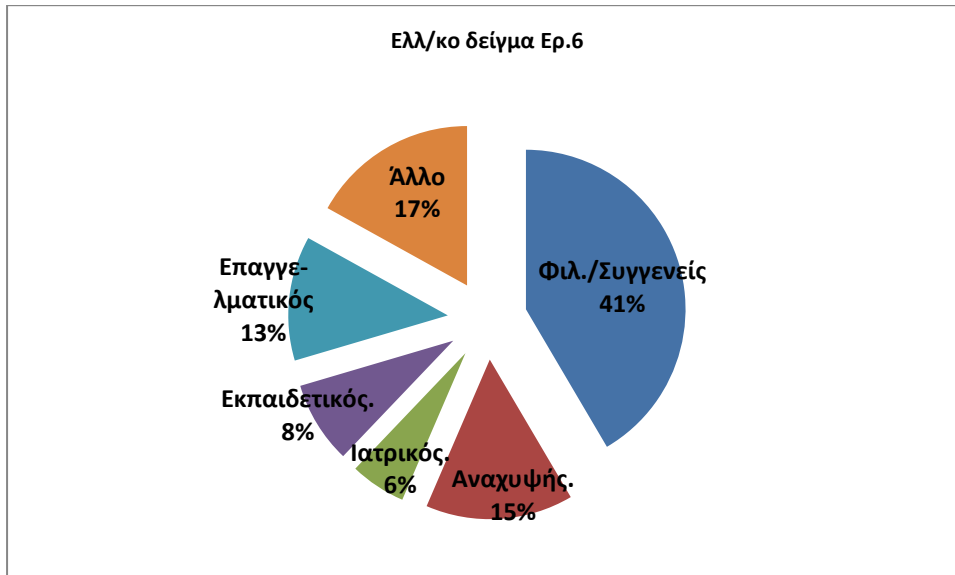
Στα ερωτηματολόγια των αλλοδαπών όμως κατά 97% η επικρατούσα απάντηση είναι να πληρώνει ο ίδιος για τα έξοδα του. Μόνο το 3% δήλωσε ότι το ταξίδι του καλύφθηκε από κάποιον άλλον, ενώ οι υπόλοιπες δυο επιλογές δεν έλαβαν καμία απάντηση.

Ερώτηση 6

Ερωτηματολόγια στα Ελληνικά

Απαντήσεις: a.125 b.45 c.17 d.25 e.38 f.51

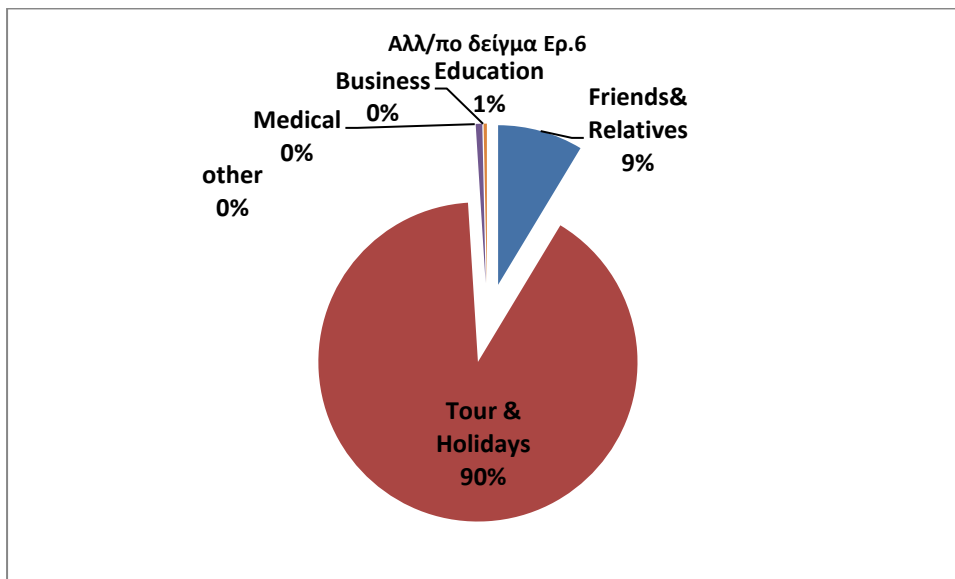
Γράφημα:



Ερωτηματολόγια στα Αγγλικά

Απαντήσεις: a.26 b.272 c.0 d.2 e.0 f.1

Γράφημα:



Στην 6^η ερώτηση βλέπουμε τους αλλοδαπούς ταξιδιώτες πως ταξίδεψαν για διακοπές σε ποσοστό 90%, κανένας για επαγγελματικό, ιατρικό, ή άλλο σκοπό, το 9% για επίσκεψη σε φίλους και συγγενείς ενώ μόλις δυο ερωτηθέντες απάντησαν ότι ταξιδεύουν για επιμορφωτικό σκοπό, και μόνο ένας για άλλο λόγο.

Στα ερωτηματολόγια όμως των Ελλήνων ταξιδιωτών η επικρατούσα απάντηση είναι η επίσκεψη σε συγγενείς και φίλους με ποσοστό 41%. Αυτό μπορούμε να το συνδέσουμε με τα αποτελέσματα της 4^{ης} ερώτησης που απάντηση της

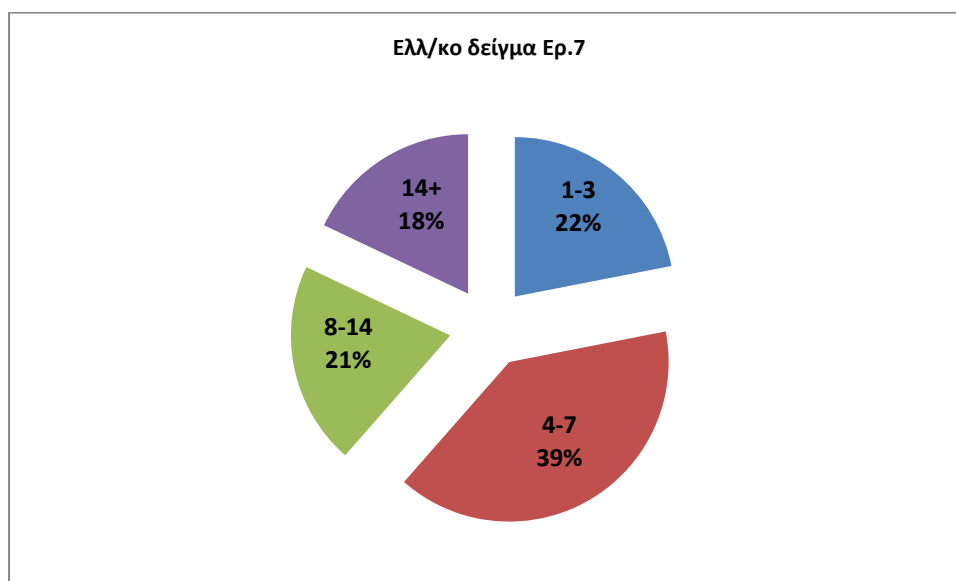
διαμονής με την οικογένεια είχε υψηλά ποσοστά. Μόνο το 15% απάντησε ότι ταξιδεύει για τουρισμό, το 8% για εκπαιδευτικούς λόγους, το 6% για ιατρικούς, το 13% για επαγγελματικό και το 17% για κάποιο άλλο σκοπό.

Ερώτηση 7

Ερωτηματολόγια στα Ελληνικά

Απαντήσεις: a.66 b.119 c.62 d.54

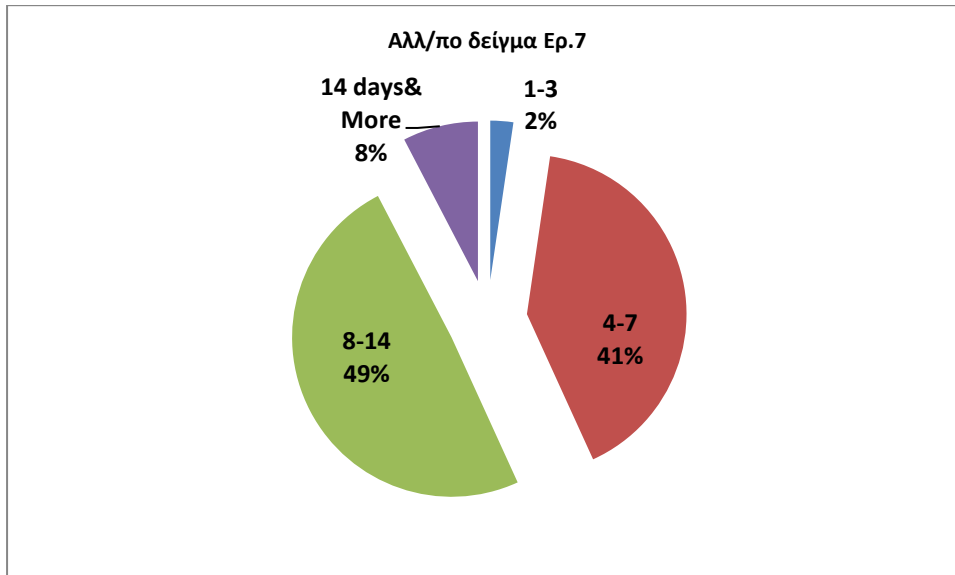
Γράφημα:



Ερωτηματολόγια στα Αγγλικά

Απαντήσεις: a.7 b.123 c.148 d.23

Γράφημα:



Στην 7η ερώτηση για την διάρκεια της διαμονής, οι Έλληνες ταξιδιώτες κατά την πλειοψηφία τους παραμένουν από 4 έως 7 ημέρες με ποσοστό 39%, το 22% μένει από 1-3 μέρες, το 21% από 8-14 μέρες ενώ μόλις το 8% από 14 ημέρες και άνω.

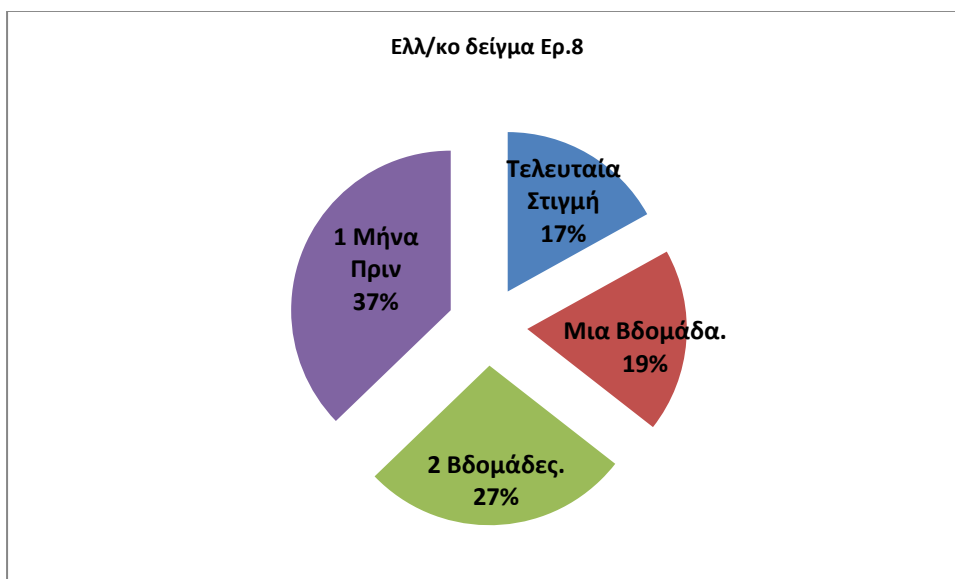
Στους αλλοδαπούς όμως ταξιδιώτες, βλέπουμε ότι κατά πλειοψηφία μένουν για περισσότερο διάστημα με το 49% να μένει από 8 έως 14 ημέρες το 41% μένει από 4-7 και μόλις το 2% από 1-3 ημέρες. Τέλος από 8-14 ημέρες δήλωσε ότι μένει το 8%.

Ερώτηση 8

Ερωτηματολόγια στα Ελληνικά

Απαντήσεις: a.51 b.56 c.82 d.112

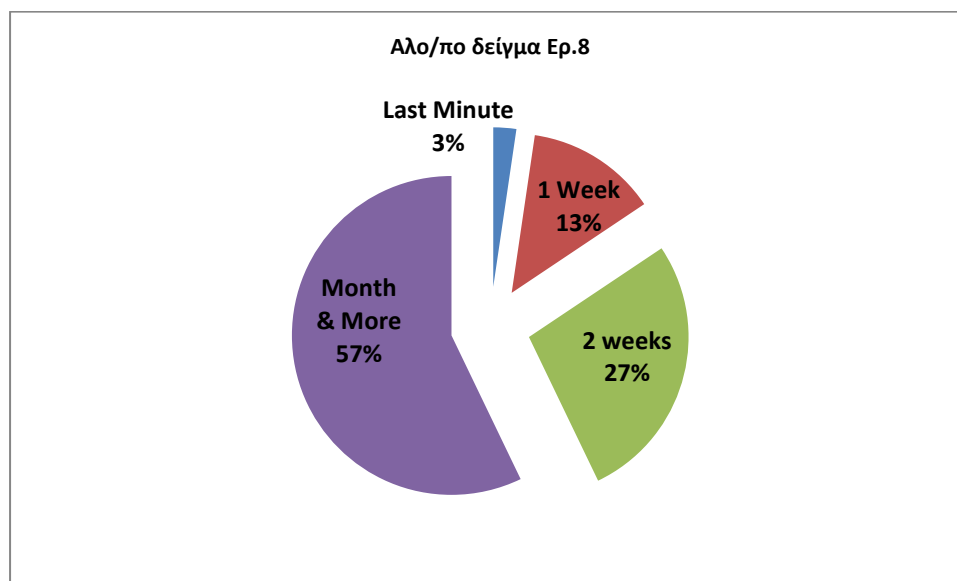
Γράφημα:



Ερωτηματολόγια στα Αγγλικά

Απαντήσεις: a.7 b.40 c.82 d.172

Γράφημα:



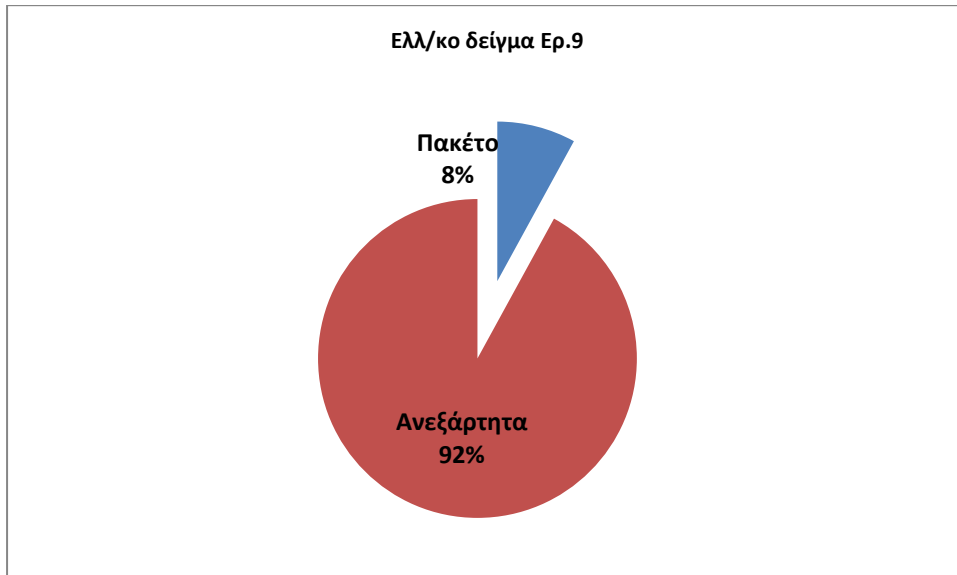
Στην 8^η ερώτηση που αφορά τον χρόνο κράτησης των εισιτηρίων η επικρατούσα απάντηση και από τα δύο δείγματα είναι το κλείσιμο των εισιτηρίων περισσότερο από έναν μήνα πριν με ποσοστό 37% για τους Έλληνες και 57% για τους αλλοδαπούς. Δεύτερη σε σειρά προτίμησης είναι οι δύο εβδομάδες νωρίτερα με ποσοστό 27% για το κάθε δείγμα, το 19% των Ελλήνων κλείνουν μια εβδομάδα νωρίτερα με τους αλλοδαπούς να πράττουν το ίδιο σε ποσοστό 13% και όσον αφορά την κράτηση της τελευταίας στιγμής αποτελεί την μικρότερη επιλογή για τους αλλοδαπούς με 3%, ενώ για τους Έλληνες ταξιδιώτες αποτελεί πιο ελκυστική επιλογή λαμβάνοντας ποσοστό 17%.

Ερώτηση 9

Ερωτηματολόγια στα Ελληνικά

Απαντήσεις: a.24 b.277

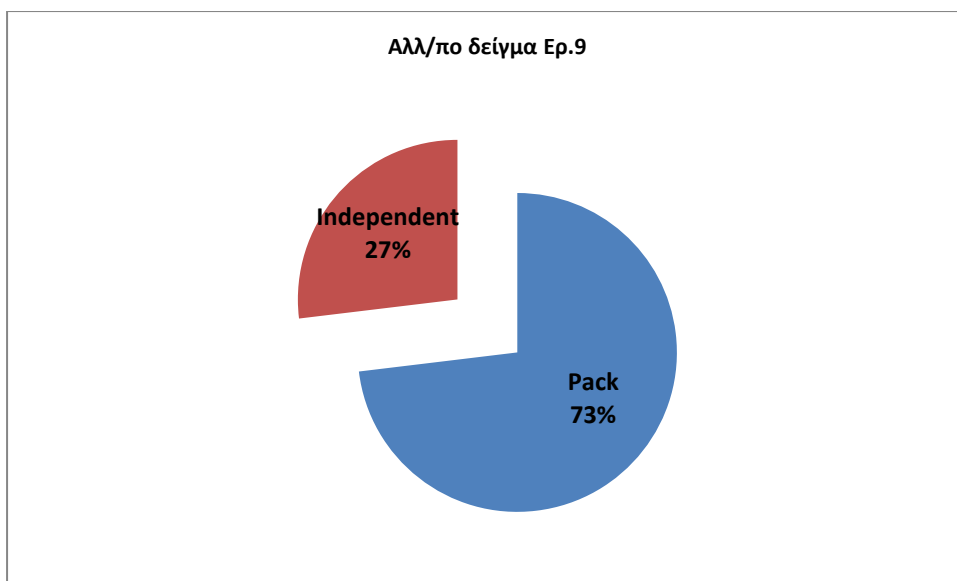
Γράφημα:



Ερωτηματολόγια στα Αγγλικά

Απαντήσεις: a.220 b.81

Γράφημα:



Στην 9^η ερώτηση αποτυπώνεται ξεκάθαρα η διαφορά τουριστικής νοοτροπίας μεταξύ αλλοδαπών και Ελλήνων ταξιδευτών αναφορικά με τον τρόπο σχεδιασμού του ταξιδιού τους, καθώς τα 2 δείγματα, επέλεξαν αντίθετες μεταξύ τους απαντήσεις. Για το μεν Ελληνικό δείγμα, επικρατέστερη απάντηση με 92%, ήταν πως επιλέγει μόνο του να σχεδιάσει το ταξιδιωτικό του πακέτο (Ταξίδι, διαμονή) και μόνο το 8% να επιλέγει κάποιο έτοιμο πακέτο, ενώ οι αλλοδαποί ταξιδιώτες κατά 73% επέλεξαν να εμπιστευθούν ένα έτοιμο τουριστικό πακέτο για το ταξίδι τους και να μην μπουν στην διαδικασία της εξατομικευμένης επιλογής. Ακόμα και αν δικαιολογήσουμε το

γεγονός ότι πολλοί από τους Έλληνες ταξιδιώτες δήλωσαν ότι έμειναν με την οικογένειά τους ή φίλους (φιλοξενία) στην 4^η ερώτηση και συνεπώς δεν χρειαζόταν να μπουν στην διαδικασία επιλογής κάποιου πακέτου, που θα περιείχε διαμονή, διατροφή ή κάποιο αυτοκίνητο για τις μετακινήσεις τους, δεν μπορούμε να παραβλέψουμε ότι από το 34% που δήλωσε ότι έμεινε σε ξενοδοχείο φαίνεται πως προτίμησε να σχεδιάσει μόνο του το τουριστικό του πακέτο με βάση τα αποτελέσματα.

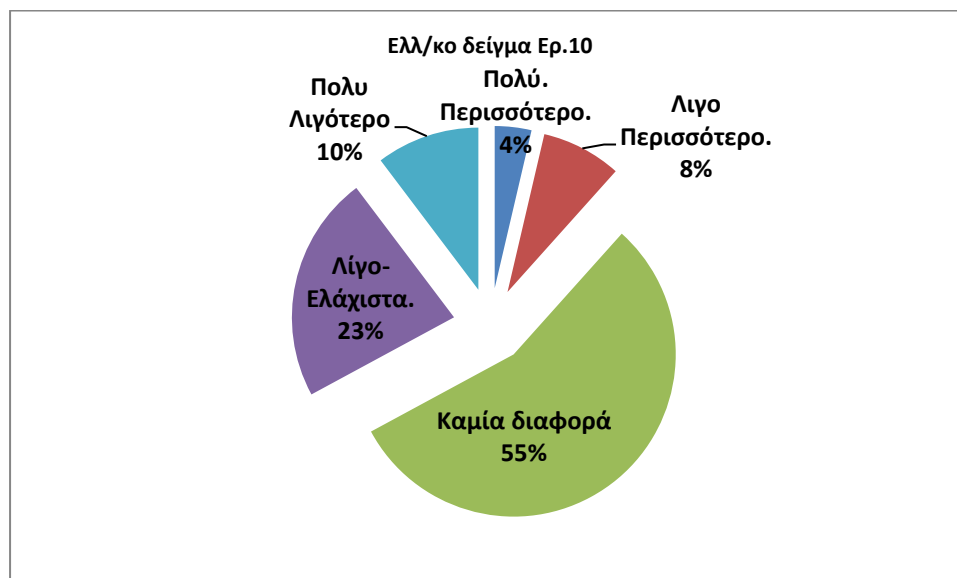
Περνάμε τώρα στην παρουσίαση του δεύτερου σκέλους των ερωτήσεων για το δείγμα μας που αφορά την επίδραση της οικονομικής κρίσης και παραθέτουμε τις απαντήσεις του.

Ερώτηση 10

Ερωτηματολόγια στα Ελληνικά

Απαντήσεις a.11 b.24 c.167 d.68 e.31

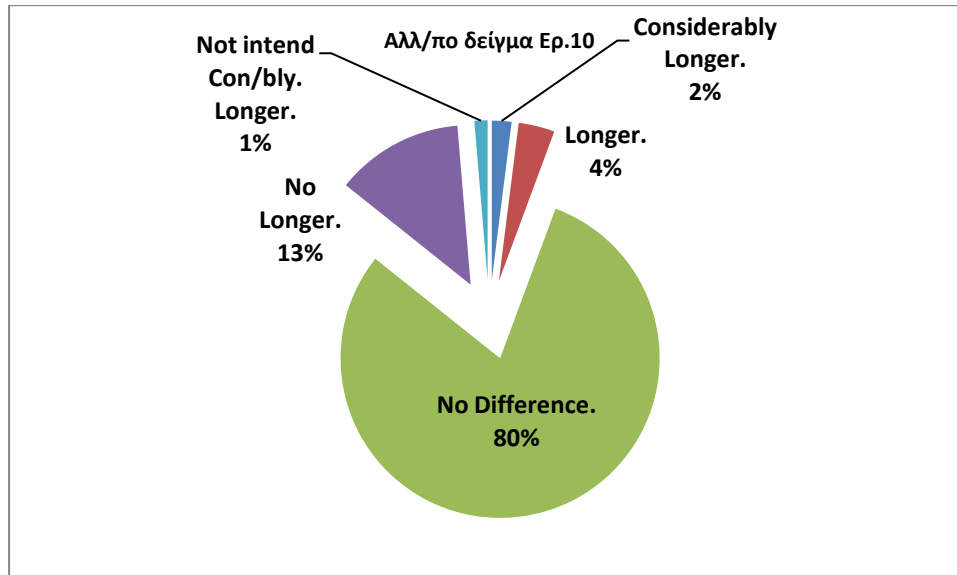
Γράφημα:



Ερωτηματολόγια στα Αγγλικά

Απαντήσεις a.6 b.11 c. 241 d.39 e.4

Γράφημα:



Με την ερώτηση αριθμό 10 βλέπουμε πως οι αλλοδαποί ταξιδιώτες φαίνεται να επηρεάστηκαν λιγότερο αναφορικά με την διαμονή στο ταξίδι σε σχέση με παλαιότερα, καθώς το ποσοστό των Ελλήνων ταξιδιωτών που απάντησε θετικά στις επιλογές α με 4% και β με 8% είναι το διπλάσιο σε σχέση με τους αλλοδαπούς ταξιδιώτες 2% και 4% αντίστοιχα.

Σαν απόλυτο νούμερο όμως οι δύο αυτές απαντήσεις δεν συγκεντρώνουν μεγάλο αριθμό ατόμων.

Στα Ελληνικά ερωτηματολόγια 35 άτομα από τα 301 επέλεξαν αυτές τις δυο απαντήσεις, ενώ ο αντίστοιχος αριθμός στα ερωτηματολόγια για τους αλλοδαπούς περιορίστηκε μόλις στα 17. Η πλειοψηφία και των δυο δήλωσε πως δεν είχε κάποια διαφορά σε ποσοστό 80% για τους αλλοδαπούς και 55% για τους Έλληνες, λίγο λιγότερο απάντησε το 23% των Ελλήνων το 13% των αλλοδαπών.

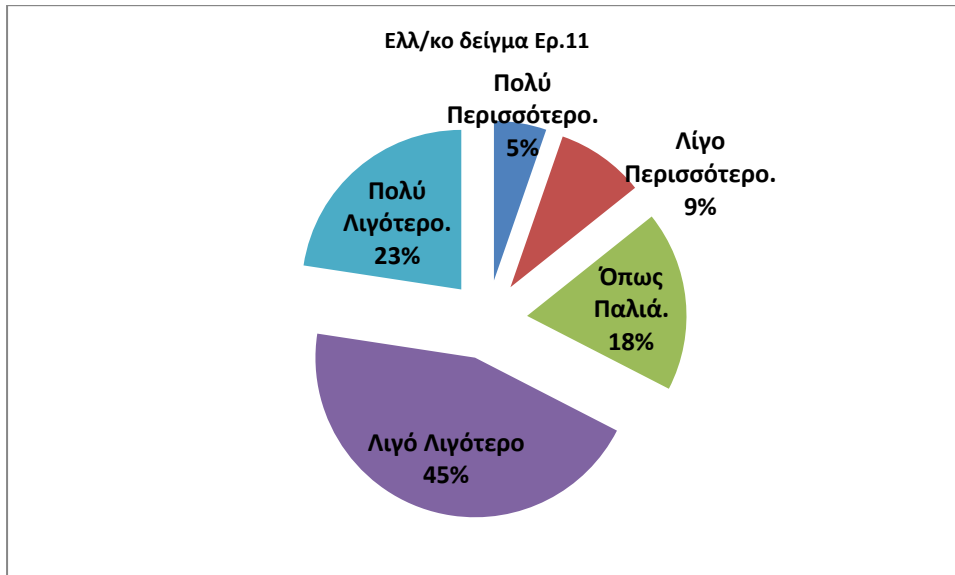
Τέλος στην απάντηση ε, πολύ λιγότερο, έχουμε 10% για τους Έλληνες και μόνο 1% για τους αλλοδαπούς.

Ερώτηση 11

Ερωτηματολόγια στα Ελληνικά

Απαντήσεις a.16 b.27 c.55 d.135 e.68

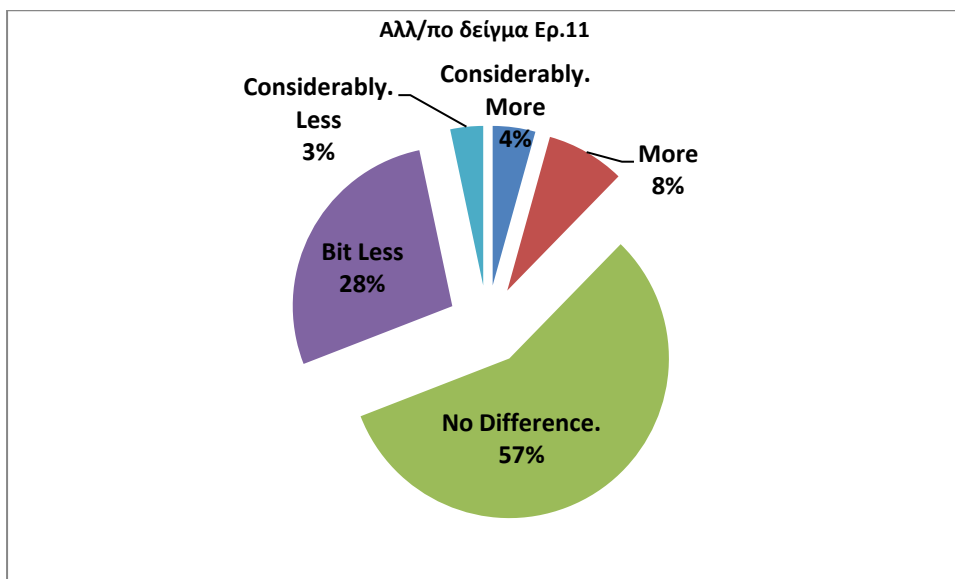
Γράφημα:



Ερωτηματολόγια στα Αγγλικά

Απαντήσεις: a.13 b.24 c.171 d.83 e.10

Γράφημα:



Στην ερώτηση αριθμό 11 αναφορικά με το χρηματικό ποσό που δαπάνησαν οι ταξιδιώτες σε αυτό το ταξίδι σε σύγκριση με παλαιότερα βλέπουμε πως το μεγαλύτερο ποσοστό των Ελλήνων, με 45% δήλωσε πως ξόδεψε λίγο λιγότερα χρήματα και η αμέσως επόμενη απάντηση με ποσοστό 23% ήταν πολύ λιγότερα.

Το 5% των Ελλήνων δήλωσε πολύ περισσότερα ενώ το αντίστοιχο των αλλοδαπών είναι 4%. Λίγο περισσότερα δήλωσε το 9% των Ελλήνων και το 8% των αλλοδαπών.

Οι αλλοδαποί ταξιδιώτες δήλωσαν σε ποσοστό 57% πως δεν υπήρξε διαφοροποίηση στο ποσό που δαπάνησαν ενώ σε ποσοστό 28% απάντησαν πως ξόδεψαν λίγο λιγότερα σε αυτό το ταξίδι.

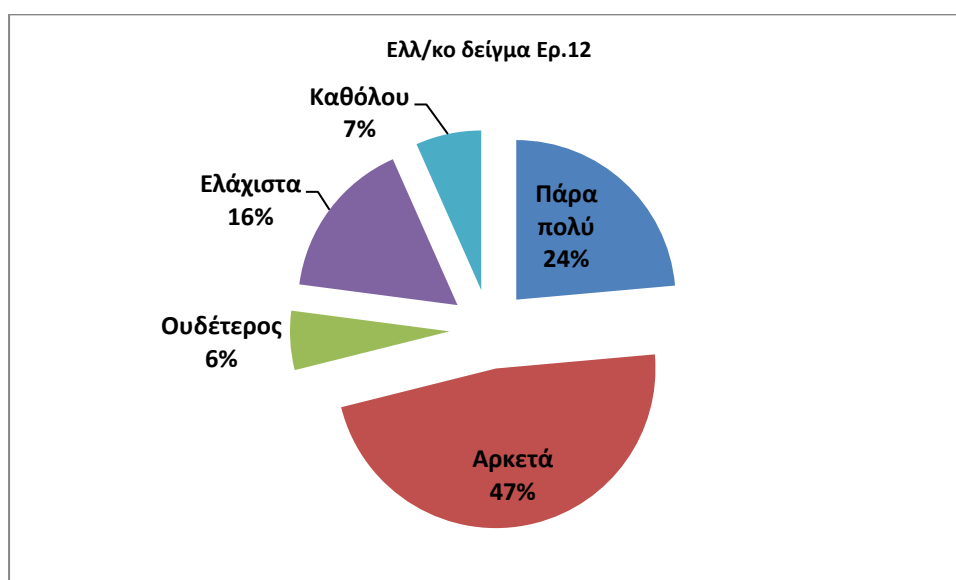
Μεγάλη διαφορά εντοπίζεται στην ερώτηση e (πολύ λιγότερο), όπου αποτελεί την τελευταία επιλογή για τους αλλοδαπούς με ποσοστό μόλις 3%, έναντι 23% για τους Έλληνες ταξιδιώτες που ήταν η δεύτερη αριθμητικά επιλογή.

Ερώτηση 12

Ερωτηματολόγια στα Ελληνικά

Απαντήσεις: a.71 b.143 c.18 d.49 e.20

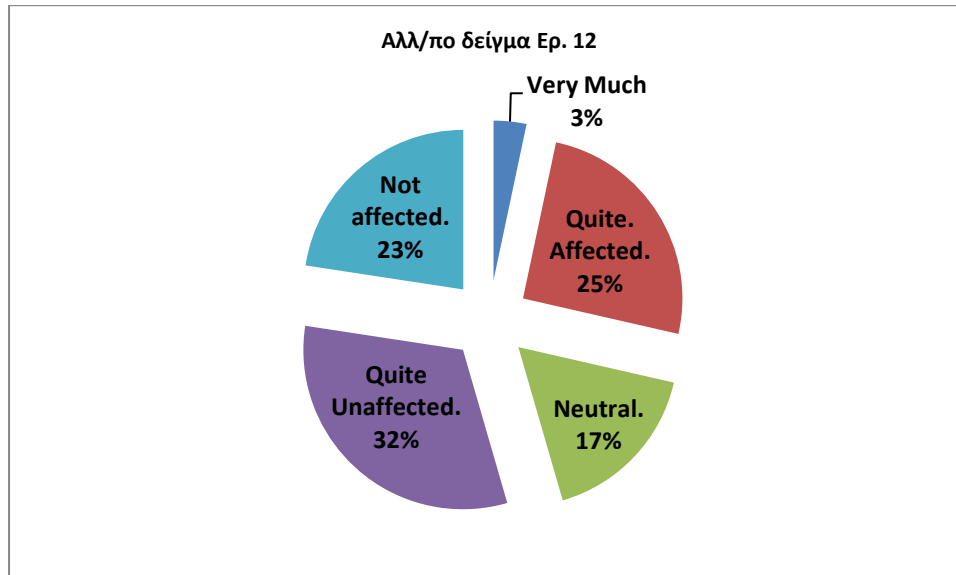
Γράφημα:



Ερωτηματολόγια στα Αγγλικά

Απαντήσεις: a.10 b.76 c.51 d.96 e.68

Γράφημα:



Στην ερώτηση 12 αναφορικά με τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στο συνολικό εισόδημα των ταξιδιωτών, βλέπουμε πως το ποσοστό των αλλοδαπών ταξιδιωτών που δεν επηρεάστηκε καθόλου από την κρίση ανέρχεται στο τριπλάσιο σε σχέση με τους Έλληνες.

Δηλαδή μόλις το 7% των Ελλήνων ταξιδιωτών δεν επηρεάστηκε εισοδηματικά από την κρίση έναντι 23% των αλλοδαπών ταξιδιωτών. Το ποσοστό των αλλοδαπών που επηρεάστηκαν λίγο (ελάχιστα) είναι το διπλάσιο (32% έναντι 16%) των Ελλήνων ενώ σχεδόν οι διπλάσιοι Έλληνες ταξιδιώτες δήλωσαν πως επηρεάστηκαν αρκετά (ποσοστό 47% έναντι 25%) σε σχέση με τους αλλοδαπούς. Αυτή ήταν και η πρώτη σε αριθμό απάντηση των Ελλήνων. Δεύτερη σε αριθμό υπήρξε η επιλογή ε, δηλαδή πάρα πολύ με ποσοστό 24% ενώ την αντίστοιχη επιλογή στους αλλοδαπούς απάντησε το 3%.

Βλέπουμε δηλαδή ότι αθροιστικά το 71% των Ελλήνων ταξιδιωτών δήλωσε πως τα εισοδήματά του επηρεάστηκαν από την κρίση, ενώ το αντίστοιχο συνολικό ποσοστό των αλλοδαπών που επηρεάστηκε εισοδηματικά ανέρχεται μόλις στο 28%.

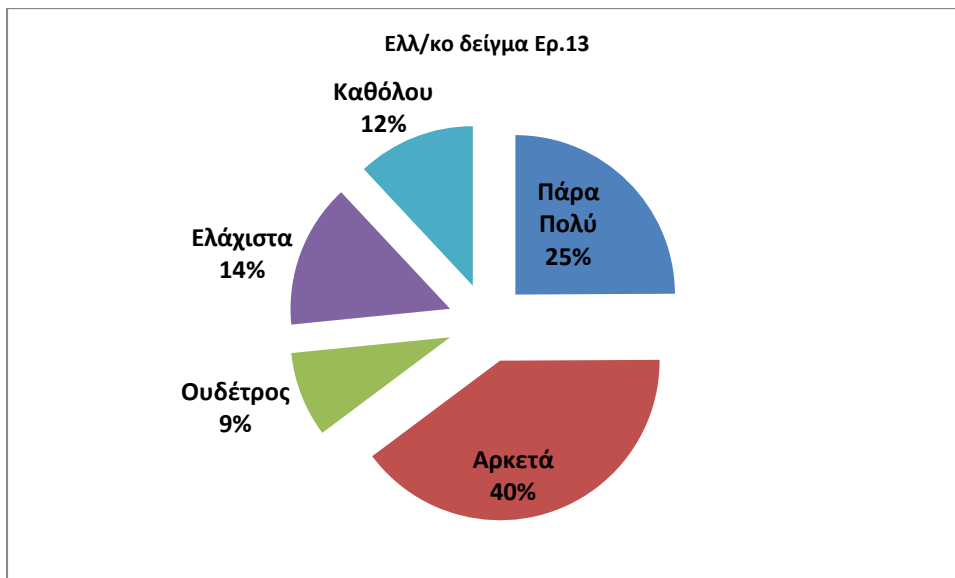
Η ερώτηση έχει και σαν επιλογή την απάντηση c, ουδέτερος. Αυτή την απάντηση επέλεξαν τα άτομα που ή δεν μπορούσαν να προσδιορίσουν το εισόδημά τους ή όσοι μας δήλωναν πως τα συνολικά τους εισοδήματά παρά την οικονομική κρίση ήταν περισσότερα. Εκεί η διαφορά ήταν και πάλι σχεδόν η τριπλάσια με τους Έλληνες ταξιδιώτες να την απαντούν σε ποσοστό 6% και τους αλλοδαπούς με 17%.

Ερώτηση 13

Ερωτηματολόγια στα Ελληνικά

Απαντήσεις: a.75 b.120 c.26 d.44 e.36

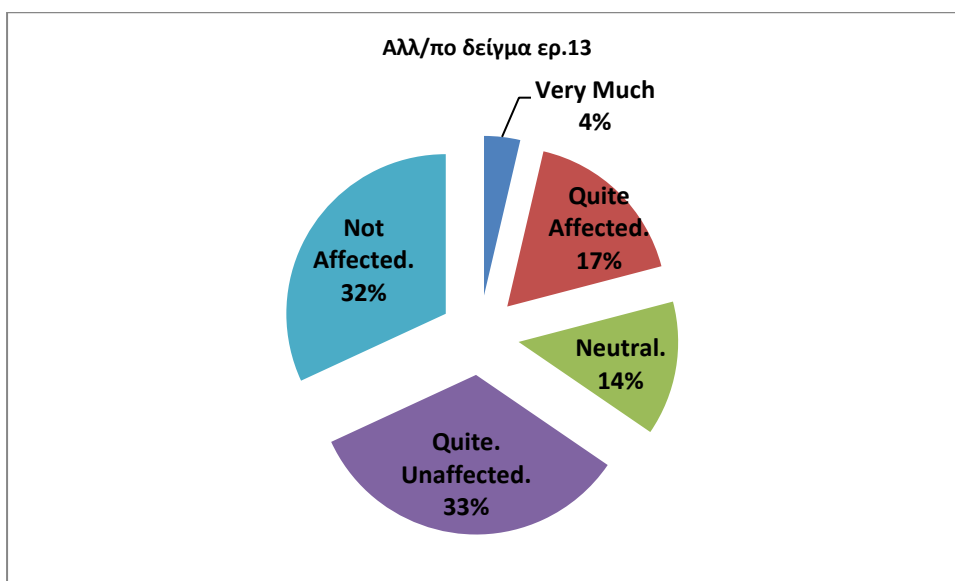
Γράφημα:



Ερωτηματολόγια στα Αγγλικά

Απαντήσεις: a.11 b.52 c.41 d.101 e.68

Γράφημα:



Στην 13^η ερώτηση αναφορικά με την επίδραση της οικονομικής κρίσης στα περσινά τουριστικά σχέδια των ταξιδιωτών βλέπουμε ότι ήδη οι Έλληνες είχαν επηρεαστεί αρκετά περισσότερο από τους αλλοδαπούς ταξιδιώτες με ποσοστά 40% στην επιλογή, αρκετά και με 25% στην επιλογή a πάρα πολύ, ενώ τα αντίστοιχα ποσοστά στους αλλοδαπούς ταξιδιώτες ήταν 17% για την επιλογή b και μόλις 4% για την επιλογή a.

Ως πρώτη απάντηση σε αριθμό από τους αλλοδαπούς ταξιδιώτες ήταν η επιλογή d με ποσοστό 33% με οριακή διαφορά από την e που έλαβε ποσοστό 32% ενώ στην επιλογή a στους αλλοδαπούς έχουμε μόλις ένα 4%. Βλέπουμε λοιπόν ότι αθροιστικά το 65% των Ελλήνων δήλωσε **πως επηρεάστηκαν** τα τουριστικά τους σχέδια από τις ερωτήσεις a και b, ενώ **το ίδιο** ποσοστό 65% των αλλοδαπών ταξιδιωτών δήλωσε πως **δεν είχε** υποστεί κάποια επίδραση.

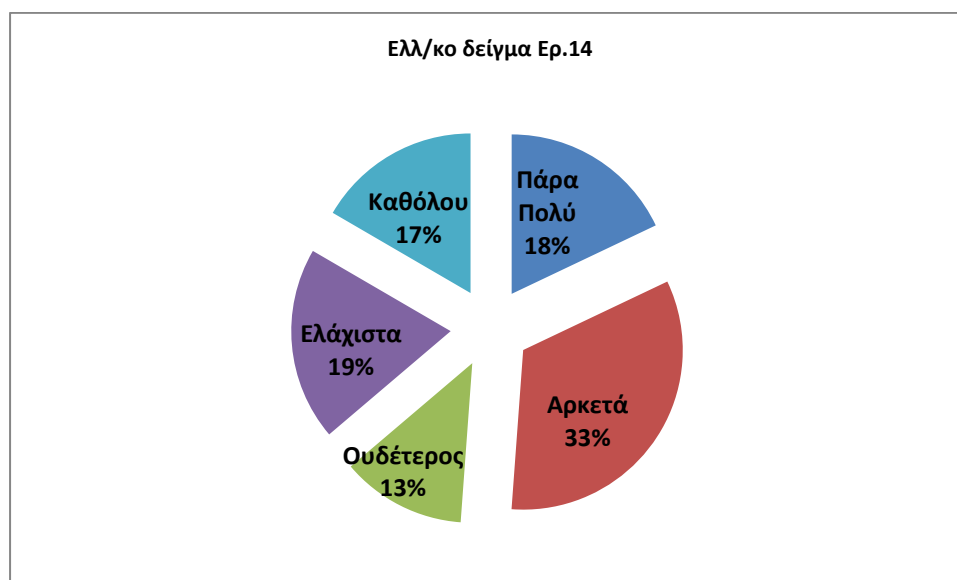
Τέλος το 9% των Ελλήνων και 14% των αλλοδαπών επέλεξαν την ερώτηση c ουδέτερος/neutral.

Ερώτηση 14

Ερωτηματολόγια στα Ελληνικά

Απαντήσεις: a.54 b.100 c.38 d.59 e.50

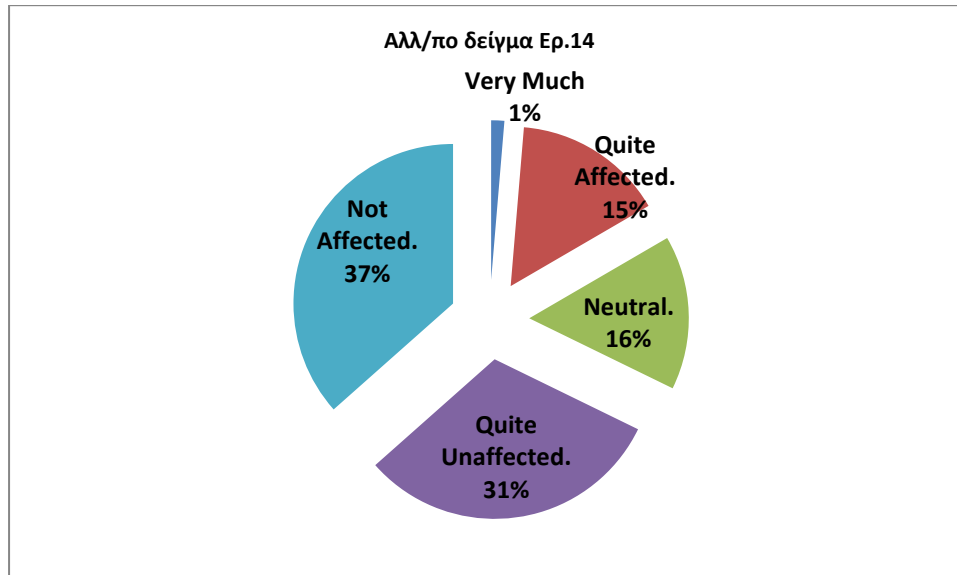
Γράφημα:



Ερωτηματολόγια στα Αγγλικά

Απαντήσεις: a.4 b.46 c.47 d.94 e.110

Γράφημα:



Στο ίδιο πνεύμα με την ερώτηση 13 βλέπουμε ότι κινούνται και οι απαντήσεις στην ερώτηση 14, όπου αναφέρεται στη συχνότητα των περσινών ταξιδιών. Και εδώ οι Έλληνες δηλώνουν ότι έχουν επηρεαστεί αρκετά περισσότερο σε σχέση με τους αλλοδαπούς ταξιδιώτες δίνοντας ποσοστά 18% και 33% στις ερωτήσεις a και b ενώ τα αντίστοιχα ποσοστά των αλλοδαπών ταξιδιωτών ήταν μόλις 1% για την a και 15% για την b.

Οι περισσότεροι από τους αλλοδαπούς ταξιδιώτες σε ποσοστό 37% επέλεξαν την απάντηση e δηλαδή πως δεν επηρεάστηκε η συχνότητα των ταξιδιών τους καθόλου.

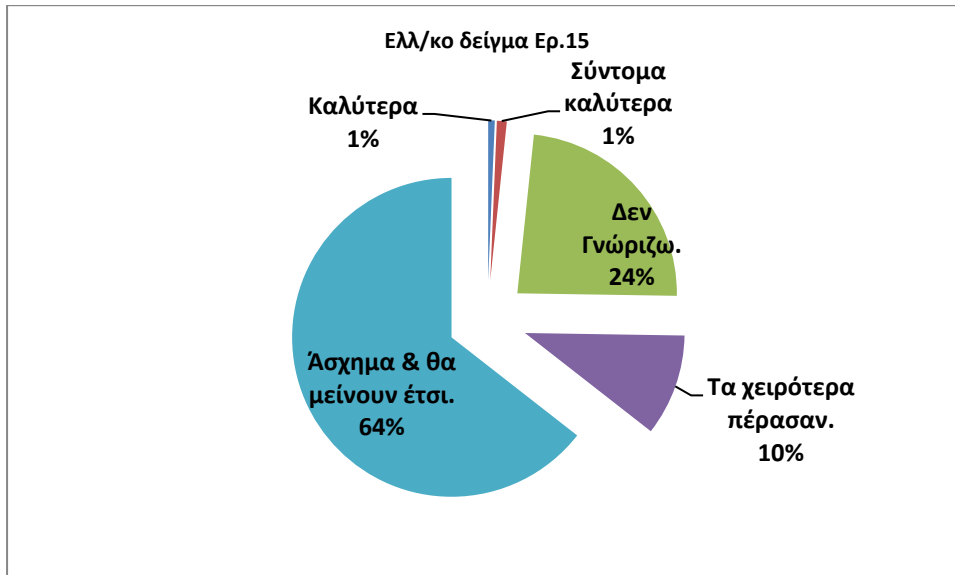
Περνάμε στην παρουσίαση του τρίτου σκέλους των ερωτήσεων, που ερευνά τις μελλοντικές προσδοκίες για το δείγμα μας.

Ερώτηση 15

Ερωτηματολόγια στα Ελληνικά

Απαντήσεις: a.2 b.3 c.71 d.31 e.194

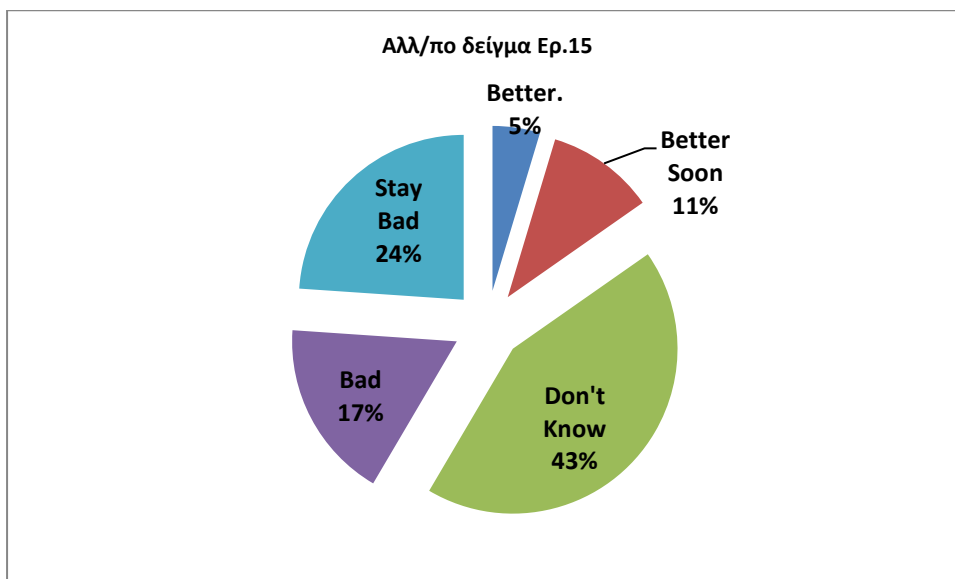
Γράφημα:



Ερωτηματολόγια στα Αγγλικά

Απαντήσεις: a.14 b.32 c.130 d.53 e.72

Γράφημα:



Στην πρώτη ερώτηση αυτού του τύπου βλέπουμε ότι και στους Έλληνες και στους αλλοδαπούς ταξιδιώτες κυριαρχεί η απαισιοδοξία αναφορικά με τις μελλοντικές προσδοκίες για την Ελληνική οικονομία αλλά σε διαφορετικό βαθμό.

Στα μεν Ελληνικά ερωτηματολόγια, οι οπτιμιστικές απαντήσεις a και b λαμβάνουν πολύ χαμηλά ποσοστά της τάξης του 1% η κάθε μια, ενώ στα αντίστοιχα ερωτηματολόγια των αλλοδαπών ταξιδιωτών παρατηρούμε μια σχετικά μεγαλύτερη αισιοδοξία με τα ποσοστά της a να είναι στο 5% και τα ποσοστά της b να κυμαίνονται στο 11% του δείγματος.

Η πρώτη σε αριθμό επιλογή για τους αλλοδαπούς ήταν η c με 43% όπου δηλώνει **την άγνοια του δείγματος ή την έλλειψη ενημέρωσης** για το μέγεθος και τις πραγματικές διαστάσεις του προβλήματος στη χώρα μας, ενώ η ερώτηση d που δηλώνει **αναγνώριση** του προβλήματος αλλά έχει **αρκετή δόση αισιοδοξίας**, ήταν η τρίτη σε αριθμό απάντηση με ποσοστό 17%.

Αθροιστικά λοιπόν βλέπουμε ότι το 76% του αλλοδαπού δείγματος έχει οπτιμιστική ή ουδέτερη (ερώτηση c) άποψη επί του θέματος, ενώ μόνο το 24% δηλώνει απολύτως απαισιόδοξο στην ερώτηση d.

Το Ελληνικό όμως δείγμα εμφανίζεται πλήρως απαισιόδοξο, σε ποσοστό 64% (ερώτηση d), ενώ η ερώτηση c με ποσοστό 24% εξέφραζε σύμφωνα με τα όσα μας έλεγαν περισσότερο **αγανάκτηση και όχι άγνοια** επί του θέματος όπως συνέβαινε με τους αλλοδαπούς ταξιδιώτες.

Υπήρχε δηλαδή διαφορετική ερμηνεία της απάντησης c από το κάθε δείγμα.

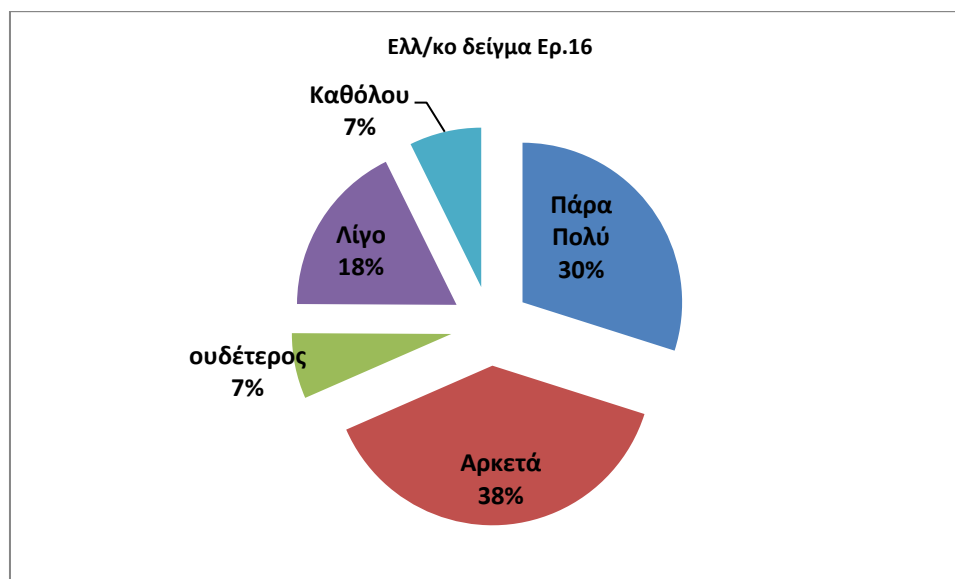
Επίσης ένα 10% πιστεύει ότι τα χειρότερα έχουν περάσει. Συνολικά, όσον αφορά τις οπτιμιστικές ερωτήσεις a, b, και d για το Ελληνικό δείγμα, συγκεντρώνουν μόλις το 12%.

Ερώτηση 16

Ερωτηματολόγια στα Ελληνικά

Απαντήσεις: a.90 b.116 c.20 d.53 e.22

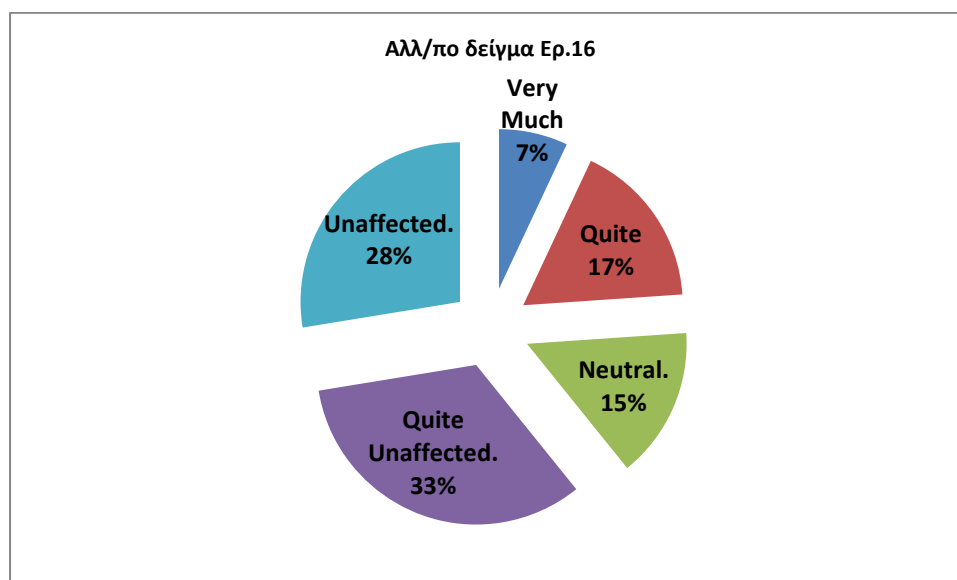
Γράφημα:



Ερωτηματολόγια στα Αγγλικά

Απαντήσεις: a.21 b.51 c.46 d.100 e.83

Γράφημα:



Η ερώτηση 16 βολιδοσκοπεί τις άμεσες ταξιδιωτικές διαθέσεις του δείγματος για τουρισμό, αναψυχής/διακοπών.

Και εδώ η τάση που επικρατεί είναι οι αλλοδαποί ταξιδιώτες να επηρεάζονται λιγότερο από την οικονομική κρίση με ποσοστά 33% για την απάντηση d και 28% για την απάντηση e. Δηλαδή συνολικά το 61% του δείγματος δηλώνει ότι μένει πρακτικά ανεπηρέαστο. Το 15% κρατά ουδέτερη στάση για το θέμα, το 17% του δείγματος επηρεάζεται λίγο, και μόλις τα 7% να δηλώνει ότι επηρεάζεται πάρα πολύ.

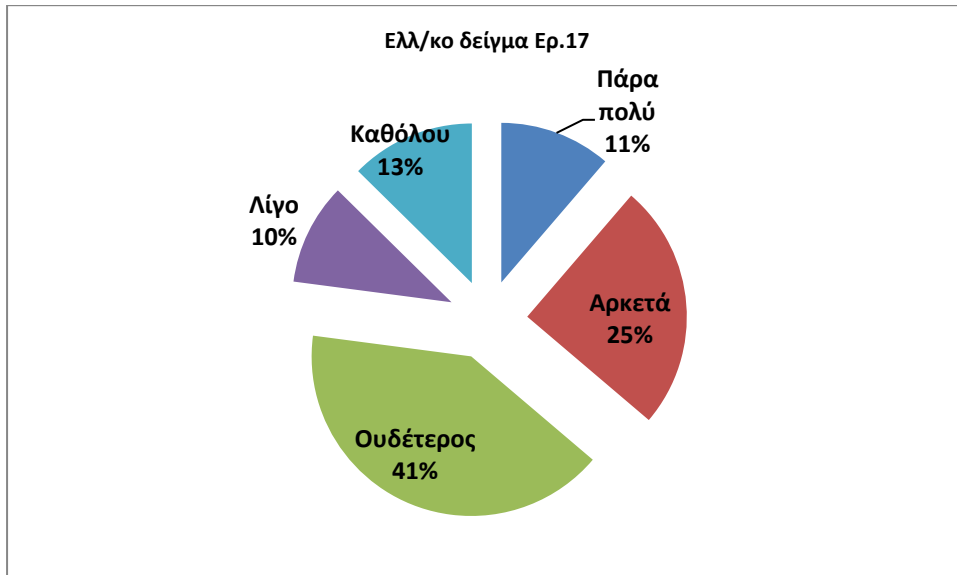
Ακριβώς αντίστροφα είναι τα αποτελέσματα για το Ελληνικό δείγμα με συνολικά το 68% να επηρεάζεται, το 30% να επιλέγει την απάντηση a, 38% την απάντηση b, το 7% να κρατά ουδέτερη στάση όσον αφορά στις κοντινές εκτιμήσεις του, το 18% να δηλώνει ότι επηρεάζεται λίγο και μόλις ένα 7% του συνολικού δείγματος να δηλώνει ότι επηρεάζεται λίγο.

Ερώτηση 17

Ερωτηματολόγια στα Ελληνικά

Απαντήσεις: a.34 b.75 c.123 d.31 e.38

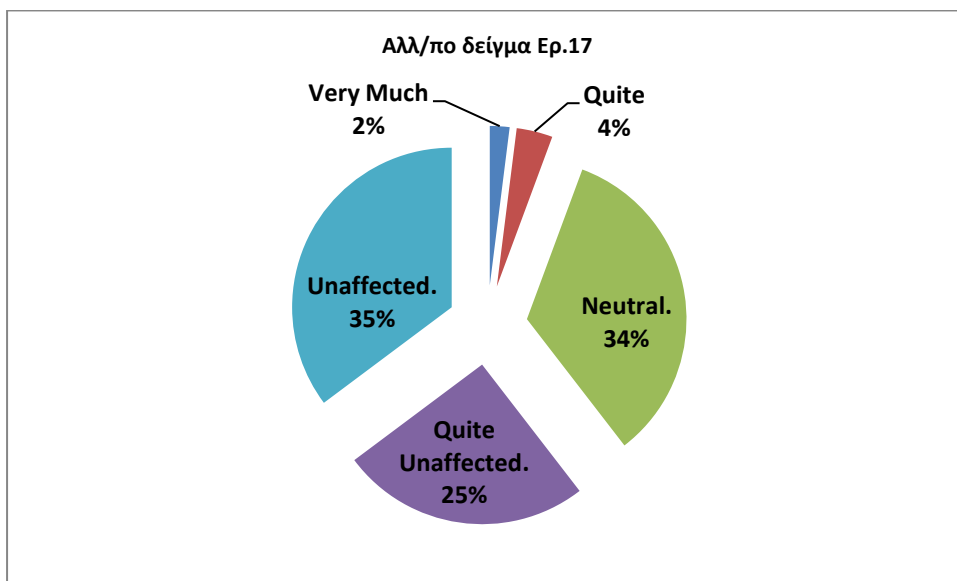
Γράφημα:



Ερωτηματολόγια στα Αγγλικά

Απαντήσεις: a.6 b.11 c.102 d.76 e.106

Γράφημα:



Η ερώτηση 17 βολιδοσκοπεί τις άμεσες ταξιδιωτικές διαθέσεις του δείγματος για επαγγελματικό σκοπό.

Εδώ βλέπουμε ότι και στο Ελληνικό και στο αλλοδαπό δείγμα η απάντηση c ουδέτερος, συγκεντρώνει πολύ μεγάλο αριθμό απαντήσεων αφού με 41% από το Ελληνικό δείγμα και με 34% από το αλλοδαπό δείγμα, καταλαμβάνει την πρώτη και οριακά την δεύτερη θέση αντίστοιχα στις προτιμήσεις τους.

Η εξήγηση έχει δύο λόγους. Ο πρώτος είναι ότι μέρος του δείγματος δεν ταξιδεύουν καθόλου για επαγγελματικό σκοπό όπως μας δήλωσαν, ενώ αρκετοί και

από όσους ταξιδεύουν για επαγγελματικό σκοπό δεν ήταν σε θέση να απαντήσουν για τις μελλοντικές αποφάσεις του εργοδότη τους.

Από εκεί και πέρα, βλέπουμε πως η έως τώρα τάση, που θέλει τους αλλοδαπούς ταξιδιώτες να επηρεάζονται λιγότερο από την κρίση συνεχίζεται, αφού σε ποσοστό 35% δηλώνουν ανεπηρέαστοι (πρώτη σε αριθμό απάντηση) και με 25% ότι σχεδόν δεν επηρεάζονται.

Μόλις το 4% δηλώνει ότι επηρεάζεται σε κάποιο βαθμό και μόνο το 2% ότι επηρεάζεται πάρα πολύ.

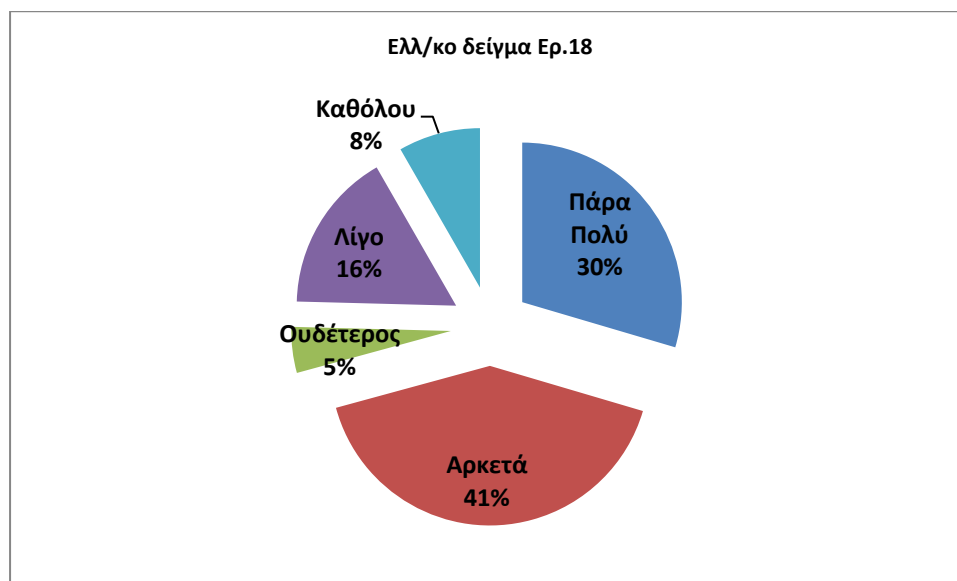
Τα αντίστοιχα ποσοστά για τους Έλληνες είναι 10% ότι επηρεάζεται λίγο, 13% ότι μένει ανεπηρέαστο, 25% ότι επηρεάζεται σε κάποιο βαθμό και 11% ότι επηρεάζεται πάρα πολύ.

Ερώτηση 18

Ερωτηματολόγια στα Ελληνικά

Απαντήσεις: a.89 b.124 c.14 d.49 e.25

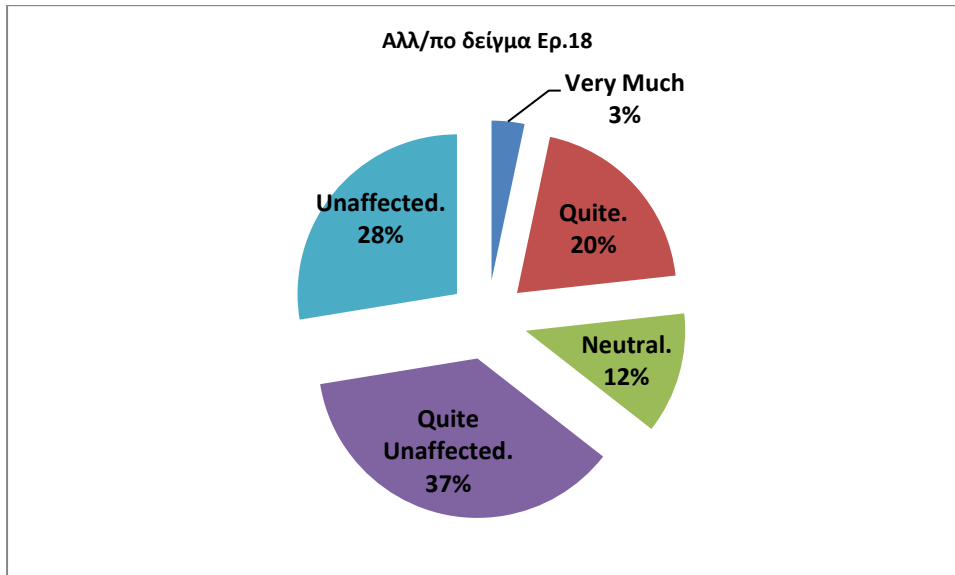
Γράφημα:



Ερωτηματολόγια στα Αγγλικά

Απαντήσεις: a.10 b.60 c.37 d.111 e.83

Γράφημα:



Η ερώτηση 18 βρίσκεται σε συνέχεια της ερώτησης 16 θέτοντας ένα ερώτημα που προσδιορίζει το ύψος της δαπάνης των ταξιδιωτών για τουρισμό αναψυχής/διακοπών.

Αυτό το ερώτημα έχει βαρύνουσα σημασία καθώς από τα γνωστά διαθέσιμα στοιχεία της περσινής τουριστικής κατανάλωσης μπορεί κάποιος να υπολογίσει τα έσοδα που μπορεί να αναμένει για τον φετινό χρόνο.

Οι απαντήσεις που δόθηκαν δείχνουν ότι το 37% των αλλοδαπών θα επηρεαστεί λίγο στα ταξιδιωτικά του έξοδα, το 28% καθόλου, το 12% δηλώνει ουδέτερο, το 20% επηρεάζεται λίγο και μόλις το 3% επηρεάζεται πάρα πολύ.

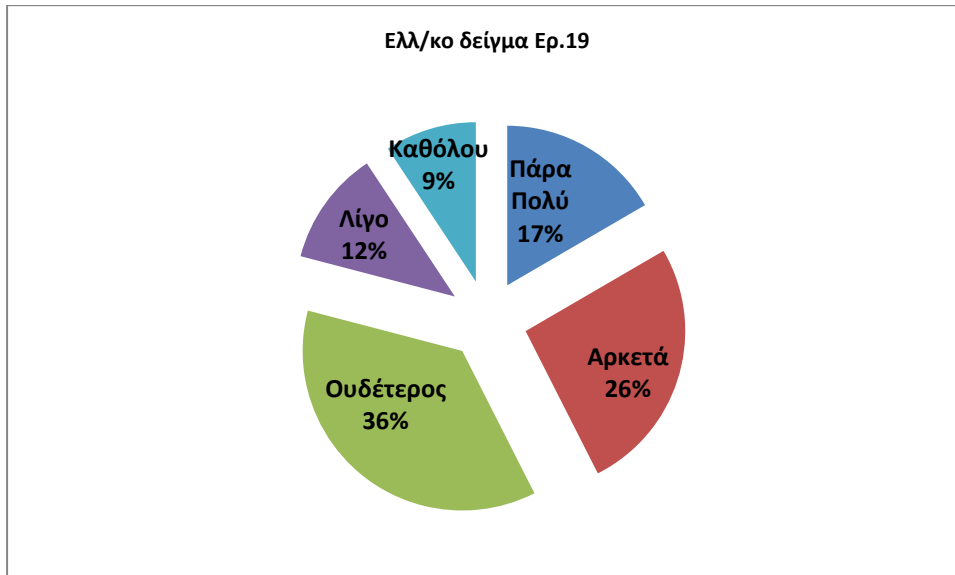
Τα αποτελέσματα από το Ελληνικό δείγμα είναι ότι το 30% επηρεάζεται πάρα πολύ, το 41% ότι επηρεάζεται, το 5% παραμένει ουδέτερο, το 16% επηρεάζεται λίγο και το 8% παραμένει ανεπηρέαστο.

Ερώτηση 19

Ερωτηματολόγια στα Ελληνικά

Απαντήσεις: a.50 b.78 c.110 d.35 e.28

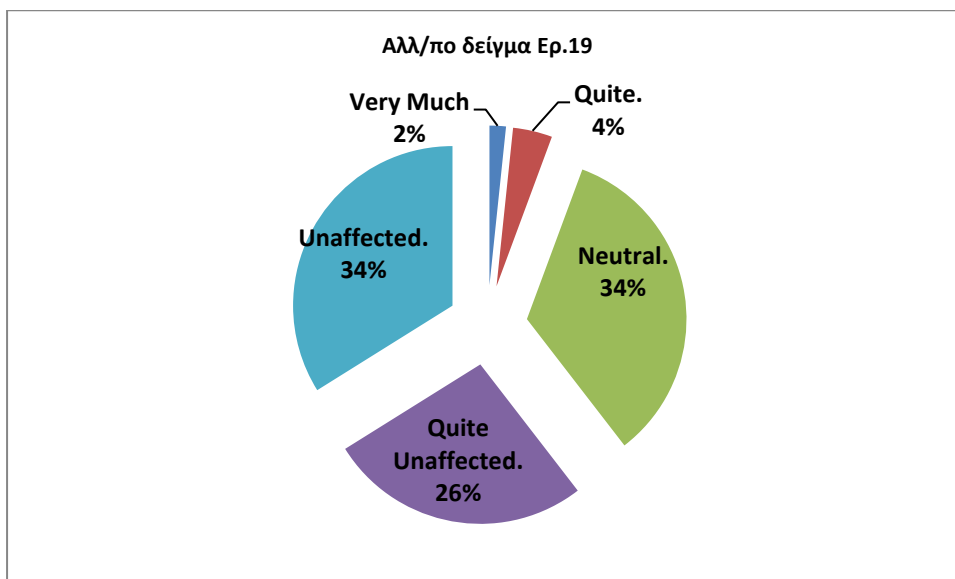
Γράφημα:



Ερωτηματολόγια στα Αγγλικά

Απαντήσεις: a.5 b.12 c.102 d.80 e.102

Γράφημα:



Η αντίστοιχη ερώτηση σε συνέχεια της 17 που αφορά τον επαγγελματικό τουρισμό, έχει τα ακόλουθα αποτελέσματα για το κάθε δείγμα.

Από 34% λαμβάνουν στο αλλοδαπό δείγμα οι απαντήσεις ουδέτερος και ανεπηρέαστος, 26% σχεδόν ανεπηρέαστος και μόλις 2% και 4% για τις απαντήσεις πολύ επηρεασμένος, λίγο επηρεασμένος.

Για το δε Ελληνικό δείγμα έχουμε ποσοστό 17% ότι επηρεάστηκε πάρα πολύ, 26% ότι επηρεάστηκε αρκετά, 36% παρέμεινε ουδέτερο, 12% δηλώνει λίγο επηρεασμένος και μόλις 9% ότι δεν επηρεάζεται καθόλου.

Ερώτηση 20

Ερωτηματολόγια στα Ελληνικά

Απαντήσεις: a.78 b.116 c.20 d.43 e.44

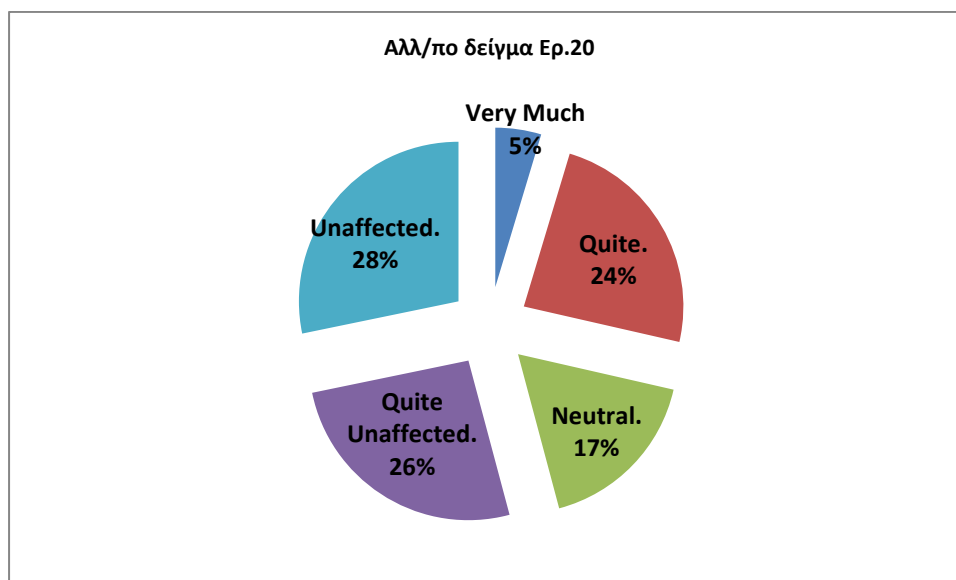
Γράφημα:



Ερωτηματολόγια στα Αγγλικά

Απαντήσεις: a.14 b.72 c.52 d.78 e.85

Γράφημα:



Στην τρίτη κατά σειρά ερώτηση αναφορικά με τις διακοπές αναψυχής/διακοπών που αυτή τη φορά εστιάζει στον προβλεπόμενο χρόνο παραμονής των ταξιδιωτών, έχουμε το 26% του αλλοδαπού δείγματος να δηλώνει ότι δεν επηρεάζεται πάρα πολύ, το 28% ότι δεν επηρεάζεται καθόλου, το 17% να

δηλώνει ουδέτερο επί του θέματος, το 24% να δηλώνει ότι προβλέπει η διάρκεια των διακοπών του να επηρεαστεί σε κάποιο βαθμό και μόλις το 5% ότι θα επηρεαστεί πάρα πολύ η διάρκεια των διακοπών του σε σχέση με πέρυσι.

Για το Ελληνικό δείγμα, το 26% προβλέπει ότι θα μειώσει την διάρκεια των διακοπών του, εξαιτίας της οικονομικής κρίσης, το 38% ότι θα επηρεαστεί λίγο, το 7% δηλώνει ουδέτερο, το 14% προβλέπει ότι θα επηρεαστεί λίγο και το 15% πως θα παραμείνει ανεπηρέαστο.

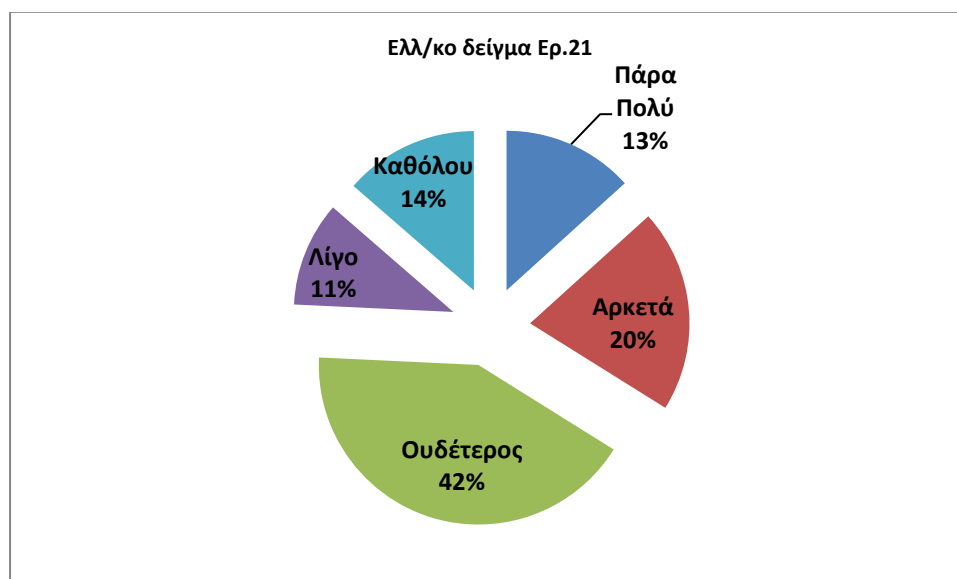
Εδώ θα πρέπει να θυμίσουμε την 7^η ερώτηση του ερωτηματολογίου μας, όπου η διάρκεια του ταξιδιού των Ελλήνων ταξιδιωτών ήταν **ούτως η άλλως περιορισμένη** σε σχέση με τους αλλοδαπούς, γεγονός που δεν αφήνει πολλά περιθώρια μείωσης των ημερών παραμονής τους.

Ερώτηση 21

Ερωτηματολόγια στα Ελληνικά

Απαντήσεις: a.40 b.62 c.126 d.32 e.41

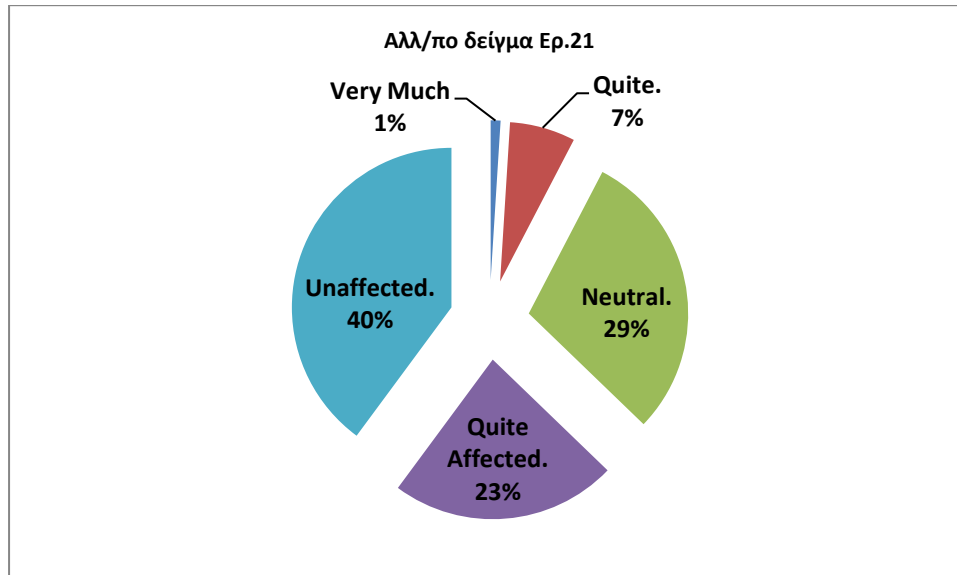
Γράφημα:



Ερωτηματολόγια στα Αγγλικά

Απαντήσεις: a.3 b.20 c.89 d.69 e.120

Γράφημα:



Αντίστοιχα και για το τρίτο σκέλος των ερωτήσεων σχετικά με τον επαγγελματικό τουρισμό έχουμε το 13% των Ελλήνων να δηλώνουν πως θα επηρεαστεί πάρα πολύ η διάρκεια των επαγγελματικών του ταξιδιών, το 20 % ότι θα επηρεαστεί αρκετά, το 42% να δηλώνει ουδέτερο, το 11% να δηλώνει σχετικά ανεπηρέαστο και το 14% πως δεν θα επηρεαστεί καθόλου.

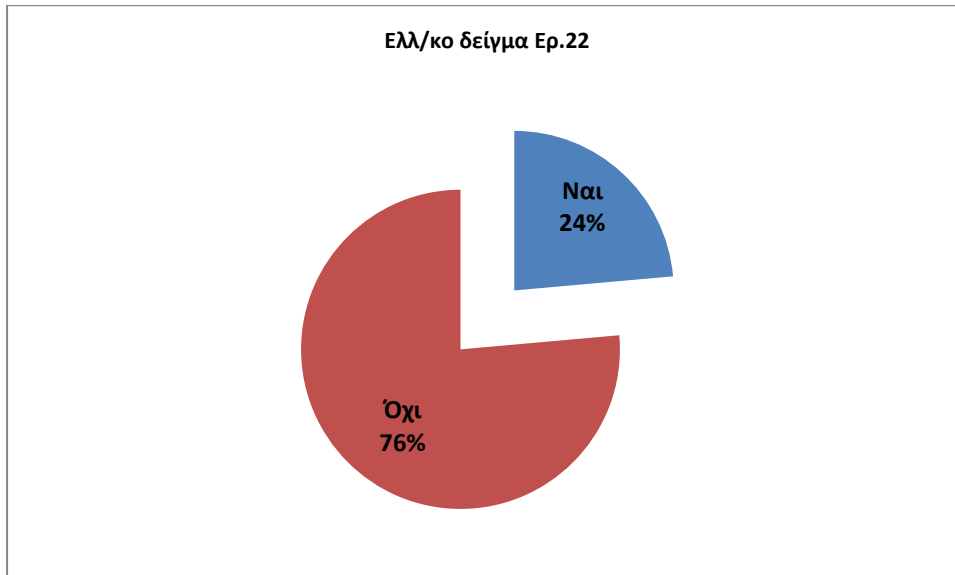
Για τους αλλοδαπούς ταξιδιώτες έχουμε μόλις το 1% να δηλώνει ότι θα επηρεαστεί πάρα πολύ, το 7% να επηρεάζεται αρκετά, το 29% να παραμένει ουδέτερο, το 23% πως θα μείνει σχετικά ανεπηρέαστο και το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος με ποσοστό 40% να δηλώνει πως θα μείνει τελείως ανεπηρέαστο.

Ερώτηση 22

Ερωματολογία στα Ελληνικά

Απαντήσεις: a.71 b.230

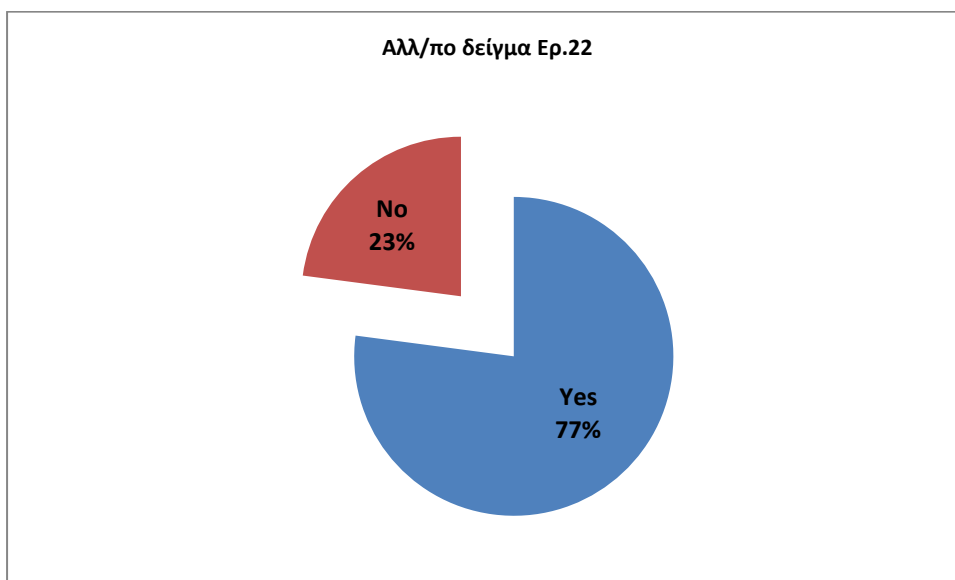
Γράφημα:



Ερωτηματολόγια στα Αγγλικά

Απαντήσεις: a.232 b.69

Γράφημα:



Στην ερώτηση 22 παρατηρούμε την διαφορά στον τρόπο ταξιδιού των δυο δειγμάτων, καθώς η πλειοψηφία των Ελλήνων δεν επιλέγει ασφάλεια με ποσοστό 76% , ενώ αντίθετα το 77% των αλλοδαπών απαντά ότι επιλέγει ασφάλεια με το αντίστοιχο ποσοστό των Ελλήνων να βρίσκεται στο 24% γεγονός που σχετίζεται πιθανότατα στο ότι πολλοί από τους Έλληνες ταξιδιώτες, δεν έχουν ολοκληρωμένο τουριστικό πακέτο.

Κεφάλαιο 4. Συμπέρασμα-Τουριστικό Προφίλ

4.1 Προφίλ Ελλήνων ταξιδιωτών

Αφού παραθέσαμε αριθμητικά και με ποσοστιαίο γράφημα τις απαντήσεις των δυο δειγμάτων, θα προχωρήσουμε στην σύνθεση της τουριστικής εικόνας (τουριστικό προφίλ) που παρουσιάζει το κάθε δείγμα όπως προκύπτει από τον συνδυασμό των δεδομένων που λάβαμε.

Για το μεν ελληνικό δείγμα παρατηρούμε ότι συνηθίζει να ταξιδεύει συχνά αλλά η διάρκεια παραμονής του δεν είναι πολύ μεγάλη, τείνει να σχεδιάζει το ταξίδι του αρκετά νωρίς, χωρίς ωστόσο να αποκλείονται οι κρατήσεις της τελευταίας στιγμής. Επίσης, οι Έλληνες δεν συνηθίζουν να χρησιμοποιούν ασφαλιστική κάλυψη, προτιμούν να οργανώνουν μόνοι τους το τουριστικό τους πακέτο και κατά βάση να πληρώνουν οι ίδιοι γι' αυτό, έχοντας ως κύριο σκοπό του ταξιδιού τους την επίσκεψή σε συγγενείς και φίλους, ως δεύτερο σκοπό, διάφορους (άλλους) λόγους, ενώ τα ταξίδια για λόγους αναψυχής βρίσκονται στην τρίτη κατά σειρά από τις προτιμήσεις τους. Ακολουθούν σε σειρά προτίμησης τα ταξίδια για επαγγελματικούς λόγους και έπονται τα ταξίδια για εκπαιδευτικούς και ιατρικούς, ενώ ως προς τη διαμονή τους, επικρατούν με ισάριθμα ποσοστά οι επιλογές του ξενοδοχείου και της φιλοξενίας από την οικογένεια.

Επιπροσθέτως, όσον αφορά το τρέχον ταξίδι, κύριος προορισμός τους ήταν η Αθήνα και η πλειοψηφία του δείγματος δήλωσε πως αυτός ήταν και ο τελικός της προορισμός, με τη Ρόδο να ακολουθεί στη δεύτερη θέση σ' αυτήν την απάντηση.

Περνώντας στο δεύτερο κομμάτι των ερωτήσεών μας, **σχετικά με την επίδραση της οικονομικής κρίσης**, βλέπουμε ότι η διάρκεια παραμονής του ελληνικού δείγματος παραμένει κατά βάση αμετάβλητη, αν και δεν ήταν ποτέ ιδιαίτερα μεγάλη ώστε να υπάρχει κάποιο περιθώριο ιδιαίτερα αισθητής μείωσής της, όπως τονίσαμε προηγουμένως. Όσον αφορά τα χρήματα που δαπάνησαν, ήταν λιγότερα αυτήν την φορά, σε σχέση με το παρελθόν και αυτό εξηγείται από το γεγονός πως τα συνολικά τους εισοδήματα επηρεάστηκαν αρκετά και δυστυχώς, όπως προβλέπουν, αυτό θα έχει αντίκτυπο και στα μελλοντικά τουριστικά τους σχέδια.

Τέλος η άποψη τους σχετικά με την Ελληνική οικονομία διακατέχεται από απαισιοδοξία και η ίδια αυτή απαισιοδοξία αποτυπώνεται ξεκάθαρα στις μελλοντικές τους εκτιμήσεις για τα ταξίδια που θα ακολουθήσουν και τις δαπάνες που προβλέπουν να κάνουν σε αυτά.

4.2 Προφίλ αλλοδαπών ταξιδιωτών

Για τους αλλοδαπούς ταξιδιώτες που χρησιμοποιήσαμε ως δείγμα στο αεροδρόμιο Διαγόρας της Ρόδου, βλέπουμε ότι οι ταξιδιωτικές τους συνήθειες είναι να ταξιδεύουν λιγότερο συχνά σε σχέση με τους Έλληνες ερωτηθέντες, αλλά η διάρκεια της διαμονής τους, να είναι μεγαλύτερη. Ταξιδεύουν κυρίως για αναψυχή

και κάνουν την κράτηση του ταξιδιού τους πάρα πολύ νωρίς αποφεύγοντας τις κρατήσεις της τελευταίας στιγμής. Προτιμούν να αγοράζουν ολοκληρωμένα τουριστικά πακέτα, να μένουν σε ξενοδοχείο, να ταξιδεύουν με ασφάλιση και να πληρώνουν οι ίδιοι τα έξοδά τους.

Όσον αφορά το τρέχον ταξίδι τους, η συντριπτική πλειοψηφία δήλωσε πως κύριος και τελικός προορισμός της ήταν το εξωτερικό.

Σχετικά με την επίδραση της οικονομικής κρίσης, η εικόνα που μας έδειξε το δείγμα των αλλοδαπών ταξιδιωτών, είναι πως γενικά δεν υπήρξε κάποια σημαντική μεταβολή στις τουριστικές και ταξιδιωτικές τους συνήθειες, αφού η διάρκεια, η συχνότητα, η δαπάνη και τα φετινά τουριστικά τους σχέδια, επηρεάστηκαν είτε λίγο είτε καθόλου σε σχέση με παλαιότερα, ενώ παράλληλα δηλώνουν πως η οικονομική τους κατάσταση διατηρείται σταθερή, γεγονός που αντικατοπτρίζεται στα μελλοντικά τουριστικά τους σχέδια τα οποία δεν προβλέπουν ότι θα διαφοροποιηθούν σε σημαντικό βαθμό

Φαίνεται δηλαδή πως θα συνεχίσουν να είναι μια ενεργή τουριστική αγορά με διαθέσιμο εισόδημα τέτοιο ώστε να τους επιτρέπει να διατηρήσουν τις τουριστικές τους συνήθειες, σε αντίθεση με τους Έλληνες ταξιδιώτες που λόγω του περιορισμού των εισοδημάτων τους αλλάζουν και τις επιλογές τους.

Όσον αφορά τις προσδοκίες τους σχετικά με την Ελληνική οικονομία, παρόλο που δεν εκφράζουν αισιοδοξία, δείχνουν ουδέτερη στάση, γεγονός που μεταφράσαμε ως θετικό. Θα ήταν χειρότερο κατά την άποψη μας να παγιωθεί η εικόνα της οικονομίας μας ως κάτι αρνητικό στο μυαλό των ξένων ταξιδιωτών. Γνωρίζουν πως δεν είναι καλή, αλλά καταλαβαίνουν πως βρίσκεται σε ένα μεταβατικό στάδιο.

Βιβλιογραφία-Πηγές

Νικόλαος Παπάς, Τουρισμός 2008.

Δημήτρης Φουσκάκης, Εισαγωγή στη Στατιστική 2005

Γιώργος Μικρός, Εισαγωγή στις Βασικές Στατιστικές Έννοιες 2007

Στέλιος Ζήμερας, 2003, Στατιστικά Πακέτα Ι, Πανεπιστημιακές Παραδόσεις, Τμήμα Στατιστικής και Αναλογιστικής Επιστήμης, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Σάμος.

Gartner C.W. Τουριστική Ανάπτυξη, Αρχές, Διαδικασίες και Πολιτικές, Εκδόσεις «Έλλην», Αθήνα 2001

Ηλεκτρονική Εφημερίδα Travel Daily News

Τοπική Εφημερίδα Δημοκρατική

<http://traveldailynews.gr/columns/article/892>

<http://www.sete.gr/default.php?pname=GreekTourism2011&la=1>

<http://www.sete.gr/default.php?pname=GreekTourismMeaning2011&la=1>

<http://www.dimokratiki.gr/article.asp?articleID=4797&catID=18&pubID=1>

<http://www.anko-eunet.gr/articles/el/News/readabout/elstat-episima-apotelesmata-apografis-nomimou-plithusmou-2011>

[http://www.sete.gr/files/Media/Statistika/Greece/Tourist%20Arrivals/Arrivals%20Airports/120516_DEC_2011_10\(bilingual%20version\).pdf](http://www.sete.gr/files/Media/Statistika/Greece/Tourist%20Arrivals/Arrivals%20Airports/120516_DEC_2011_10(bilingual%20version).pdf)

http://www.sete.gr/files/Media/Ebook/2012/120405_To%20profil%20tou%20tourismou%20siti%20Rodo%20vasi%20tis%20ereunas%20sinoron%20tis%20TtE.pdf