



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ & ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

**Οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στις
τουριστικές προτιμήσεις των Ελλήνων**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Εισηγητής: Γιώργος Δικαίος

Επιβλέπων: Γεώργιος Μαστοράκης

©

2017



TECHNOLOGICAL EDUCATION INSTITUTE OF CRETE
SCHOOL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS
DEPARTMENT OF COMMERCE & MARKETING

DIPLOMA THESIS

Student: Giorgos Dikaios

Supervisor: Georgios Mastorakis

©

2017

Υπεύθυνη Δήλωση : Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνω ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του Τ.Ε.Ι. Κρήτης.

Ευχαριστίες

Ευχαριστώ θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή Γεώργιο Μαστοράκη και τον κύριο Νικόλαο Τριχά για τη συμπαράστασή τους και την κατανόηση για την ολοκλήρωση των σπουδών μου.

Περίληψη

Στην εργασία αυτή γίνεται προσπάθεια να διερευνηθούν οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στις διάφορες τουριστικές προτιμήσεις των Ελλήνων και να διαπιστωθεί πως διαμορφώνονται σχετικές επιλογές λαμβάνοντας υπόψη ένα σύνολο επιμέρους πληροφοριών που αφορούν για παράδειγμα τον τρόπο μετακίνησης, την επιλογή καταλύματος και το ύψος των συνολικών δαπανών που πραγματοποιούνται σε κάποιο ταξίδι. Για να επιτευχθεί ο σκοπός αυτός, δημιουργήθηκε για τις ανάγκες της εργασίας αυτής ένα ερωτηματολόγιο και οι απαντήσεις που συγκεντρώθηκαν αναλύθηκαν με τη βοήθεια του στατιστικού πακέτου SPSS. Έπειτα αναλύθηκαν τα αποτελέσματα της έρευνας και αξιολογήθηκαν διαπιστώνοντας σε σημαντικό βαθμό το γεγονός πως η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει σημαντικά τα κριτήρια των ατόμων σχετικά με τις τουριστικές τους επιλογές.

Λέξεις κλειδιά: οικονομική κρίση, τουρισμός, προτιμήσεις καταναλωτών

Abstract

In this thesis we make an effort to investigate how the economic crisis has affected the way Greek people approach and form their decisions about basic matters of touristic concern such as preferences about means of transportation to realize a trip, decision about accommodation and total vacation cost. For this purpose a survey was conducted through a questionnaire which recorded the basic factors affected by disposable income, place of vacation and total duration among other factors. The analysis of the data has been implemented by using SPSS tool. Assessment of results has shown that Greek people experience changes in their attitude towards the choices and decisions relating to holidays and tourism.

Keywords: economic crisis, tourism, consumer preferences

Πίνακας περιεχομένων

Ευχαριστίες.....	4
Περίληψη.....	5
Abstract	6
Περιεχόμενα Πινάκων.....	8
Περιεχόμενα Εικόνων.....	9
Κεφάλαιο 1. Εισαγωγή	10
Κεφάλαιο 2. Παγκόσμια και Ελληνική οικονομική κρίση	12
2.1. Παγκόσμια Οικονομική κρίση – Εξέλιξη	12
2.1.1. Επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης.....	14
2.2. Η κρίση στην Ελλάδα και οι επιπτώσεις της	15
Κεφάλαιο 3. Ο Τουρισμός	17
3.1. Το προφίλ του τουρίστα.....	18
3.2. Είδη και μορφές τουρισμού	19
3.3. Τουριστικές δαπάνες – Τουρισμός και οικονομία	20
3.4. Χαρακτηριστικά του τουρισμού.....	25
Κεφάλαιο 4. Μεθοδολογία Έρευνας.....	28
4.1. Μεθοδολογία Δειγματοληπτικής Έρευνας	28
4.2. Δημιουργία Ερωτηματολογίου - Ομαδοποίηση ερωτήσεων.....	28
4.3 Στατιστικό πακέτο SPSS.....	31
Κεφάλαιο 5. Ανάλυση Δεδομένων-Αξιολόγηση Αποτελεσμάτων	36
Κεφάλαιο 6. Συμπεράσματα	58
Βιβλιογραφία	60
Διαδικτυακές πηγές.....	60

Περιεχόμενα Πινάκων

Πίνακας 1: Αφίξεις, διανυκτερεύσεις και έσοδα από εισερχόμενο τουρισμό	24
Πίνακας 2: Άμεση και Έμμεση συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ	24
Πίνακας 3: Δημογραφικά στοιχεία - Φύλο	36
Πίνακας 4: Δημογραφικά στοιχεία - Ηλικία	36
Πίνακας 5: Δημογραφικά στοιχεία - Οικογενειακή κατάσταση	37
Πίνακας 6: Δημογραφικά στοιχεία - Μέγεθος νοικοκυριού	38
Πίνακας 7: Δημογραφικά στοιχεία - επίπεδο εκπαίδευσης	39
Πίνακας 8: Δημογραφικά στοιχεία - Επάγγελμα	40
Πίνακας 9: Λοιπά στοιχεία ερωτηθέντων - εισόδημα	41
Πίνακας 10: Επιρροή οικονομικής κρίσης στο πραγματικό διαθέσιμο εισόδημα	41
Πίνακας 11: Αριθμός ταξιδιών που πραγματοποιήθηκαν	42
Πίνακας 12: Λόγοι μη πραγματοποίησης ταξιδιών	43
Πίνακας 13: Κλίμακα διάρκειας ταξιδιών σε ημέρες	43
Πίνακας 14: Επιλογή προορισμού ταξιδιού	44
Πίνακας 15: Λόγοι πραγματοποίησης ταξιδιού	44
Πίνακας 16: Επιλογή καταλύματος	45
Πίνακας 17: Επιλογή τρόπου πραγματοποίησης κρατήσεων	46
Πίνακας 18: Επιλογή μέσου μετακίνησης	46
Πίνακας 19: Επιλογή πραγματοποίησης ταξιδιού την περίοδο των διακοπών	47
Πίνακας 20: Παράγοντες που επηρεάζουν τη διάρκεια	47
Πίνακας 21: Παράγοντες που επηρεάζουν τη διάρκεια 2	48
Πίνακας 22: Παράγοντες που επηρεάζουν τη διάρκεια 3	48
Πίνακας 23: Παράγοντες που επηρεάζουν τη διάρκεια 4	49
Πίνακας 24: Παράγοντες που επηρεάζουν 5	49
Πίνακας 25: Παράγοντες που επηρεάζουν 6	50
Πίνακας 26: Κλίμακα ύψους συνολικών δαπανών	50
Πίνακας 27: Βαθμός στον οποίο επηρεάζει η οικονομική κρίση τις τουριστικές προτιμήσεις	51
Πίνακας 28: Συνδυαστική ανάλυση δαπανών ανά κατηγορία φύλου	52
Πίνακας 29: Συνδυαστική ανάλυση διάρκειας ταξιδιού και μηνιαίου εισοδήματος	53
Πίνακας 30: Συνδυαστική ανάλυση προορισμού ταξιδιού και μηνιαίου εισοδήματος	54
Πίνακας 31: Συνδυαστική ανάλυση επηρεασμού τουριστικών προτιμήσεων και ηλικίας ερωτηθέντων	54
Πίνακας 32: Συνδυαστική ανάλυση επηρεασμού από την οικονομική κρίση ανά κατηγορία φύλου	55
Πίνακας 33: Συνδυαστική ανάλυση συνολικών δαπανών και επιλογή μέσου μετακίνησης	56
Πίνακας 34: Συνδυαστική ανάλυση διάρκειας ταξιδιού και ύψους δαπανών	57

Περιεχόμενα Εικόνων

Εικόνα 1: Πηγή ΣΕΤΕ	22
Εικόνα 2: Πηγή ΣΕΤΕ	22
Εικόνα 3: Αρχική εικόνα δημιουργίας ερωτηματολογίου GoogleForms	29
Εικόνα 4: Δημιουργία πρώτης ενότητας ερωτηματολογίου με ερωτήσεις για δημογραφικά στοιχεία	29
Εικόνα 5: Δημιουργία δεύτερης ενότητας ερωτηματολογίου με ερωτήσεις σχετικές με τις τουριστικές επιλογές	29
Εικόνα 6: Τύποι ερωτήσεων στο GoogleForms	30
Εικόνα 7: SPSS επεξεργασία δεδομένων	32
Εικόνα 8: Κωδικοποίηση ερωτήσεων στο SPSS.....	33
Εικόνα 9: Παρουσίαση Δεδομένων στο SPSS.....	34
Εικόνα 10: Διάγραμμα συνόλου απαντήσεων ανά φύλο	36
Εικόνα 11: Διάγραμμα συνόλου απαντήσεων ανά ηλικιακή ομάδα	37
Εικόνα 12: Διάγραμμα απαντήσεων ανά οικογενειακή κατάσταση.....	38
Εικόνα 13: Διάγραμμα παρουσίασης μεγέθους νοικοκυριού ανά κατηγορία	38
Εικόνα 14: Διάγραμμα παρουσίασης επιπέδου εκπαίδευσης ανά πλήθος απαντήσεων.....	39
Εικόνα 15: Διάγραμμα παρουσίασης επαγγέλματος ανά πλήθος απαντήσεων	40
Εικόνα 16: Διάγραμμα παρουσίασης εισοδήματος ανά πλήθος απαντήσεων	41
Εικόνα 17: Διάγραμμα παρουσίασης αριθμού ταξιδιών ανά πλήθος απαντήσεων ..	42
Εικόνα 19: Διάγραμμα παρουσίασης συνολικών δαπανών ανά πλήθος απαντήσεων	51
Εικόνα 20: Διάγραμμα κλίμακας επηρεασμού των τουριστικών προτιμήσεων.....	52

Κεφάλαιο 1. Εισαγωγή

Η οικονομική κρίση που αρχικά ξέσπασε στην Αμερική το 2007, έπληξε σε μεγάλο βαθμό τις οικονομίες αρκετών χωρών και στην περίπτωση της Ευρώπης. Στη χώρα μας η οικονομική ύφεση συνεχίζεται μέχρι και σήμερα, γεγονός το οποίο έχει ως αποτέλεσμα να έχει κλονιστεί η αγορά και να έχουν πληγεί σημαντικοί κλάδοι της οικονομίας της Ελλάδας.

Επιπτώσεις του φαινομένου αυτού μπορούμε να διαπιστώσουμε σε διάφορους επιμέρους τομείς της οικονομίας, στις επιχειρήσεις και στις τράπεζες, ο τρόπος λειτουργίας των οποίων έχει επίδραση και στην καθημερινή ζωή των ανθρώπων, επηρεάζοντας τις αποφάσεις τους και τις καταναλωτικές τους συνήθειες.

Πολλές επιχειρήσεις αναγκάστηκαν να κλείσουν, καθώς δεν κατάφεραν να προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα της ελληνικής οικονομίας, προκαλώντας αύξηση της ανεργίας. Σε αρκετές περιπτώσεις η εγχώρια αγορά παρουσίασε πτωτική τάση και κατ' επέκταση συρρικνώθηκε. Στο γεγονός αυτό συνέβαλε σε μεγάλο βαθμό ο συνεχής περιορισμός των διαθέσιμων εισοδημάτων των καταναλωτών, εξαιτίας της επιβολής βαριών φορολογικών μέτρων.

Στην εργασία αυτή προσπαθούμε να μελετήσουμε τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης αυτής, στην περίπτωση του τουρισμού. Πιο συγκεκριμένα, θέλουμε να διαπιστώσουμε πώς έχουν επηρεαστεί οι προτιμήσεις των Ελλήνων σε σχέση με τον τουρισμό, ως αποτέλεσμα της παραπάνω κρίσης. Μέσω της εμπειρικής διερεύνησης που πραγματοποιήθηκε με την στατιστική ανάλυση ερωτηματολογίων που συλλέχθηκαν από δείγμα Ελλήνων πολιτών, γίνεται προσπάθεια να εξετάσουμε την επίδραση της κρίσης στους Έλληνες όσον αφορά τις τουριστικές επιλογές και να αξιολογήσουμε τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής.

Το υπόλοιπο της εργασίας οργανώνεται ακολούθως: στο Κεφάλαιο 2 παρουσιάζεται η διεθνής οικονομική κρίση και η πορεία αυτής με αναφορές στην πορεία και τις κυριότερες επιπτώσεις της. Ειδικότερα αναφερόμαστε στην εξέλιξη της ελληνικής οικονομίας την περίοδο της κρίσης και αναλύονται βασικά οικονομικά προβλήματα αυτής. Στο Κεφάλαιο 3, αναλύεται ο κλάδος του τουρισμού στην Ελλάδα και συσχετίζεται η οικονομική κρίση με τον ελληνικό τουρισμό. Επίσης, καταγράφονται βασικές επιπτώσεις της κρίσης στον κλάδο αυτό και στη συμπεριφορά των Ελλήνων.

Έπειτα, στο Κεφάλαιο 4, παρουσιάζεται η μέθοδος που ακολουθήθηκε για τη συλλογή των δεδομένων της έρευνας καθώς επίσης γίνεται μια βασική ανάλυση του προφίλ του δείγματος. Επιπλέον, δίνεται μια σύντομη περιγραφή του εργαλείου στατιστικής ανάλυσης SPSS, που χρησιμοποιήθηκε για τη στατιστική

ανάλυση των δεδομένων. Στη συνέχεια στο Κεφάλαιο 5, παρατίθενται αποτελέσματα της ανάλυσης της έρευνας. Τέλος, ολοκληρώνεται η παρούσα εργασία στο Κεφάλαιο 6, στο οποίο συγκεντρώνονται και τα κυριότερα συμπεράσματα της εργασίας και συνοψίζονται τα αποτελέσματα που προέκυψαν από τη διεξαγωγή της έρευνας.

Κεφάλαιο 2. Παγκόσμια και Ελληνική οικονομική κρίση

2.1. Παγκόσμια Οικονομική κρίση – Εξέλιξη

Η οικονομική κρίση ξεκίνησε το 2007 – 2008 διάστημα στο οποίο παρατηρήθηκε πτώση των τιμών στην περίπτωση της αγοράς κατοικιών στις ΗΠΑ και πιο συγκεκριμένα, στην αγορά στεγαστικών δανείων. Το γεγονός αυτό, προκάλεσε έντονη οικονομική δυσλειτουργία στη δομή της οικονομίας της Αμερικής και οδήγησε σε κρίση ρευστότητας με αρκετές περιπτώσεις χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων να καταγράφουν απώλειες, αυξάνοντας για το λόγο αυτό τις δανειακές τους απαιτήσεις με αύξηση των επιτοκίων προκαλώντας μεγαλύτερη αβεβαιότητα στις αγορές.

Εμφανίστηκε ένας μεγάλος όγκος δανείων μη εξυπηρετούμενων και λοιπών περιουσιακών στοιχείων στις τράπεζες. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα να προκληθούν μεγάλες ζημιές και να μειωθεί σημαντικά η καθαρή αξία των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων. Περιορίστηκε με αυτόν τον τρόπο η προθυμία τους και η ικανότητά τους να χρηματοδοτήσουν τον ιδιωτικό τομέα και έτσι δημιουργήθηκε χρηματοπιστωτική κρίση και εξασθένησε η ρευστότητα στο χρηματοπιστωτικό σύστημα.

Τα υψηλά διατραπεζικά επιτόκια συνέχισαν να δημιουργούν προβλήματα ρευστότητας στις τράπεζες, οι οποίες σε πολλές περιπτώσεις δεν ήταν σε θέση να αποπληρώσουν τις δανειακές τους υποχρεώσεις, και ακολούθησαν κινήσεις συγχωνεύσεων και εξαγορών, ενώ μερικές από αυτές χρεοκόπησαν και έπαψαν τη λειτουργία τους.

Αυτό το γεγονός ακολούθησε η κατάρρευση πολλών χρηματοοικονομικών οργανισμών. Ορισμένες περιπτώσεις αφορούν την επενδυτική τράπεζα Lehman Brothers, καθώς επίσης και άλλες σημαντικές περιπτώσεις. Παράλληλα, οι τιμές του πετρελαίου στις παγκόσμιες αγορές αυξήθηκαν πολύ, και άρχισε να διολισθαίνει η συναλλαγματική ισοτιμία δολαρίου και ευρώ, με εμφανή αυξητική πορεία του ευρώ, γεγονός που αποτέλεσε πλήγμα για το εξωτερικό εμπόριο των Ευρωπαϊκών χωρών, με αποτέλεσμα ραγδαία μείωση της κατανάλωσης, και της παραγωγικής και εμπορικής κίνησης.

Ταυτόχρονα, οι επιχειρήσεις ήρθαν αντιμέτωπες με δυσκολίες στην άντληση κεφαλαίων για τη χρηματοδότησή τους, η ανεργία αυξήθηκε και το εισόδημα των πολιτών περιορίστηκε σημαντικά μειώνοντας τη συνολική αγοραστική δύναμη, ενώ ο κρατικός παρεμβατισμός ενισχύθηκε μέσω της άσκησης της νομισματικής πολιτικής.

Επηρέασε γρήγορα η κρίση την πραγματική οικονομία με επιπτώσεις όπως αναφέραμε στο εμπόριο αλλά και στις επενδύσεις, την κατανάλωση, την απασχόληση και στο συνολικό βιοτικό επίπεδο.

Η οικονομική κρίση, παρόλο που αρχικά εκδηλώθηκε όπως περιγράψαμε παραπάνω στις ΗΠΑ, γρήγορα εξαπλώθηκε και στις υπόλοιπες ανεπτυγμένες χώρες και κατ' επέκταση σε ολόκληρο τον κόσμο. Εξελίχθηκε επομένως το φαινόμενο αυτό σε παγκόσμια οικονομική κρίση με σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις για το τραπεζικό σύστημα και τις επιχειρήσεις.

Ανάλογο ήταν το κλίμα που δημιουργήθηκε και στις ευρωπαϊκές χώρες οι οποίες ωστόσο προσπάθησαν να υιοθετήσουν κοινές στρατηγικές αντιμετώπισης της κρίσης αυτής, επιδιώκοντας κυρίως την εισαγωγή ρευστότητας στην οικονομία, ούτως ώστε να τονωθεί η ζήτηση και να προωθηθούν οι επενδύσεις για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της ευρωπαϊκής οικονομίας (European Commission).

Η διεθνής οικονομική κρίση δημιουργήθηκε από έναν συνδυασμό διαφόρων παραγόντων και δε μπορεί να αποδοθεί αποκλειστικά στην κρίση της κτηματομεσιτικής αγοράς, γεγονός που θεωρείται βέβαια η αρχή για την απαξίωση του παγκοσμίου χρηματοπιστωτικού συστήματος. Στη συνέχεια παρουσιάζονται συνοπτικά οι βασικότερες αιτίες για την οικονομική κρίση αυτή και είναι οι παρακάτω (Hardouvelis, 2009):

Οι παγκόσμιες μακροοικονομικές ανισορροπίες:

Τα τελευταία τριάντα χρόνια η Κίνα πέτυχε μια εξαιρετική οικονομική ανάπτυξη μέσω των εξαγωγών βιομηχανικών αγαθών στις ΗΠΑ. Οι εξαγωγές αυτές οδήγησαν σε τεράστια πλεονάσματα το εμπορικό ισοζύγιο της Κίνας, τα οποία τοποθετήθηκαν σε ομόλογα των ΗΠΑ και άλλα αξιόγραφα. Με τον τρόπο αυτό διατηρήθηκε το δολάριο σε σχετικά υψηλά επίπεδα ενώ αντίθετα τα επιτόκια δανεισμού στις ΗΠΑ σε σχετικά χαμηλά επίπεδα. Το γεγονός αυτό οδήγησε σε ενίσχυση της ρευστότητας και του δανεισμού στις ΗΠΑ αλλά ταυτόχρονα και συγκράτηση του πληθωρισμού.

Υπερβολική Πιστωτική Επέκταση και Μόχλευση:

Τα τελευταία δεκαπέντε χρόνια η πιστωτική επέκταση στις ΗΠΑ και στις περισσότερες ανεπτυγμένες οικονομίες υπήρξε εντυπωσιακή, προερχόμενη όχι μόνο από την σχετικά μεγάλη αύξηση της νομισματικής βάσης, αλλά και από την απίστευτη μόχλευση εντός και εκτός των ισολογισμών των πιστωτικών ιδρυμάτων και κυρίως των επενδυτικών τραπεζών. Η μόχλευση αυτή, όπως και σε άλλες χρηματοοικονομικές κρίσεις, υποθήκευσε τη χρηματοοικονομική σταθερότητα και άφησε το σύστημα εκτεθειμένο σε κινδύνους.

Ρυθμιστικά κενά και ελλιπής εποπτεία:

Στο διάστημα μετά το 1999, τόσο στις ΗΠΑ όσο και σε άλλες χώρες υπήρξε μια αποστροφή, η οποία είχε πολιτικό-ιδεολογικό υπόβαθρο, στην εφαρμογή ρυθμιστικών μέτρων αναφορικά με την επικινδυνότητα της ανεξέλεγκτης πιστωτικής επέκτασης και της μόχλευσης. Την ίδια περίοδο, οι χρηματοοικονομικοί νεωτερισμοί, ταχύτατα δημιούργησαν νέες αγορές, χωρίς όμως να συνοδεύονται από τους κατάλληλους κανόνες λογιστικής απεικόνισης και το αντίστοιχο ρυθμιστικό και εποπτικό πλαίσιο.

Συνοπτικά παρουσιάσαμε τα βασικά αίτια της οικονομικής κρίσης του 2008. Στη συνέχεια αναφέρουμε και κάποιους άλλους παράγοντες της κρίσης αυτής όπως την υπερβολική χρηματοδότηση επιχειρήσεων και νοικοκυριών από δανειακά κεφάλαια, την υιοθέτηση λανθασμένων πολιτικών από κρατικές αρχές και διακρατικούς θεσμούς και το χαλαρό νομοθετικό πλαίσιο σε ότι αφορά στις παγκόσμιες αγορές.

2.1.1. Επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης

Η μεγαλύτερη χρηματοπιστωτική κρίση μετά την οικονομική κατάρρευση του 1929 επέφερε σημαντικές αλλαγές στην παγκόσμια οικονομική κοινότητα και είχε τέτοιο μέγεθος που οι συνολικές της επιπτώσεις παραμένουν ακόμη. Εκτός από τα αρνητικά αποτελέσματα στο διεθνές χρηματοπιστωτικό σύστημα, οι συνολικοί ρυθμοί οικονομικής ανάπτυξης σημείωσαν σημαντική μείωση. Οι κυριότερες επιπτώσεις της διεθνούς οικονομικής κρίσης είναι οι παρακάτω:

- Χρεοκοπία μεγάλου αριθμού επιχειρήσεων
- Πραγματοποίηση μαζικών απολύσεων
- Αύξηση της ανεργίας
- Πτώση τιμών πρώτων υλών
- Μείωση της παραγωγής
- Περιορισμός των διεθνών επενδύσεων
- Μείωση ζήτησης, χρηματοδότησης, πιστώσεων για επενδύσεις και εμπόριο
- Μείωση του κύκλου εργασιών των επιχειρήσεων
- Μείωση κατανάλωσης
- Ανισορροπίες στην εξέλιξη των συναλλαγματικών ισοτιμιών
- Μείωση του αριθμού των εξαγωγών
- Πτώση εισροών συναλλάγματος από εξαγωγές και ξένες επενδύσεις
- Προβλήματα ρευστότητας σε τράπεζες και επιχειρήσεις
- Δυσκολία παροχής δανείων
- Εμπόδια στη διεθνή κίνηση συντελεστών παραγωγής
- Χαμηλά επίπεδα δημοσίων εσόδων

- Υψηλά επίπεδα χρέους

2.2. Η κρίση στην Ελλάδα και οι επιπτώσεις της

Η διεθνής χρηματοπιστωτική κρίση γρήγορα έπληξε και την Ελλάδα και την οικονομία της χώρας και έφερε στην επιφάνεια σημαντικές αδυναμίες της ελληνικής οικονομίας. Η χώρα σύντομα αναγκάστηκε να προσφύγει στο Διεθνές Νομισματικό Ταμείο (ΔΝΤ), στην Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα (ΕΚΤ) και στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) για να αποφευχθεί η στάση πληρωμών, εφαρμόζοντας δυσμενές δημοσιονομικό πρόγραμμα.

Επόμενο ήταν να αλλάξουν οι συνθήκες της αγοράς, καθώς άλλαξε το περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις. Το περιβάλλον αυτό χαρακτηρίζεται από υψηλή αβεβαιότητα και ένας μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων αναγκάζονται να επανεξετάσουν τα κόστη, το σύνολο των δραστηριοτήτων τους και πολλές από αυτές προβαίνουν σε μαζικές απολύσεις. Η χώρα αντιμετωπίζει σημαντικά προβλήματα σε σχέση με την ανταγωνιστικότητά της και τις δυνατότητες απασχόλησης του ανθρώπινου δυναμικού της. Πολλές κοινωνικές ομάδες βρέθηκαν σε δυσχερή οικονομική θέση και ως επακόλουθο ήταν να βρεθούν σε μία διαδικασία συνεχούς συμπίεσης του οικογενειακού προϋπολογισμού, μειώνοντας την αγοραστική δύναμη και περιορίζοντας σημαντικά την αγορά.

Η ελληνική οικονομία στο σύνολό της υπολείπεται των υπολοίπων ευρωπαϊκών χωρών σε κρίσιμα μεγέθη, όπως οι άμεσες ξένες επενδύσεις, η παραγωγικότητα εργασίας και ο βαθμός συμμετοχής του πληθυσμού στο εργατικό δυναμικό. Η ελληνική οικονομία δεν έχει τη δυνατότητα να προσφέρει ευκαιρίες απασχόλησης, κυρίως στην περίπτωση των νέων καθώς επίσης σε μεγάλο βαθμό και των γυναικών λόγω του ότι παρατηρείται χαμηλή κινητικότητα του εργατικού δυναμικού, γεγονός που δυσκολεύει ακόμη περισσότερο την εύρεση εργασίας για τους νέους στην αγορά. Με την πάροδο του χρόνου, η ύφεση μετατρέπεται σε κρίση απασχόλησης. Βασικά στοιχεία της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα που εμποδίζουν την ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας συγκεντρώνονται περιληπτικά και είναι τα εξής:

- Περιορισμός των ιδιωτικών και δημοσίων επενδύσεων.
- Ο Υπερδανεισμός και υπερκατανάλωση του δημοσίου έχει ως αποτέλεσμα την υπερκατανάλωση του ιδιωτικού τομέα δημιουργώντας σημαντικά ελλείμματα στην ανταγωνιστικότητα και την παραγωγικότητα.
- Η διόγκωση του δημοσίου χρέους έχει ως αποτέλεσμα τον έκτακτο δανεισμό για να χρηματοδοτηθούν οι μισθοί και οι συντάξεις.
- Η δομή και οι όροι της αγοράς εργασίας περιορίζουν την ευελιξία και την κινητικότητα του εργατικού δυναμικού
- Μεγάλη έκταση του όγκου της παραοικονομίας στη χώρα.

Η κρίση είχε τις επιπτώσεις της και στον τουριστικό τομέα, οδηγώντας σε ύφεση τη συνολική τουριστική δραστηριότητα. Η υποτίμηση του νομίσματος πολλών χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης εκτός της ζώνης του ευρώ, καθώς επίσης και χωρών της Ανατολικής Μεσογείου κατέστησε το τουριστικό προϊόν της Ελλάδας πιο ακριβό σε σχέση με τις ανταγωνίστριες χώρες και περιόρισε επομένως σημαντικά τον αριθμό των αφίξεων τουριστών στη χώρα. Πιο λεπτομερώς παρουσιάζεται ο τομέας του τουρισμού και οι σχετικές με αυτόν έννοιες στο Κεφάλαιο που ακολουθεί.

Κεφάλαιο 3. Ο Τουρισμός

Ο τουρισμός είναι ένα φαινόμενο που έχει προσελκύσει το ενδιαφέρον αρκετών επιστημόνων, οι οποίοι έχουν προσπαθήσει να αποδώσουν έναν επιστημονικό ορισμό και να ερμηνεύσουν το φαινόμενο αυτό.

Προσεγγίζεται λοιπόν η έννοια του τουρισμού και συνδέεται στενά με κάποιες επιμέρους επιστήμες και ερευνητικά πεδία, όπως δηλαδή, η γεωγραφία, η ιστορία, η οικολογία, η ανθρωπολογία, η κοινωνιολογία, οι οικονομικές επιστήμες, η οικολογία, αναπτύσσοντας η κάθε μία τη δική της προσέγγιση και ερμηνεία για το φαινόμενο αυτό.

Για να αποδοθεί επαρκές περιεχόμενο σε κάθε επιμέρους έννοια που συνδέεται με τον τουρισμό, λαμβάνονται υπόψη διάφοροι παράγοντες, όπως για παράδειγμα το κίνητρο του ανθρώπου που επιλέγει να ταξιδέψει, η διάρκεια και ο τόπος της μετακίνησης κ.ά.

Για να κατανοήσουμε περισσότερο την έννοια του τουρισμού ακολουθούμε τον ορισμό όπως έχει δοθεί από το Λαγό (2005) σύμφωνα με τον οποίο τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί ένα κοινωνικό, ψυχολογικό και ταυτόχρονα οικονομικό φαινόμενο το οποίο συντελείται όταν κάποιος άνθρωπος αποφασίσει να πραγματοποιήσει ένα ταξίδι σε μια διαδικασία αλλαγής παραστάσεων από τη συνήθη καθημερινότητα του ατόμου αυτού (Λαγός, 2005, Goeldner&Ritchie, 2009).

Κατά το ταξίδι αυτό, η μετακίνηση πραγματοποιείται σε προορισμούς διαφορετικούς από το σημείο της μόνιμης κατοικίας του ατόμου, εκτός δηλαδή του συνηθισμένου περιβάλλοντός του, όπου επιδιέχεται σε δραστηριότητες της επιλογής του με σκοπό την ψυχαγωγία και την αναψυχή, είτε για επαγγελματικούς λόγους (Παγκόσμιος ορισμός τουρισμού, WorldTourismOrganisation)¹.

Το φαινόμενο του τουρισμού, στην περίπτωση των ταξιδιών αναψυχής, έχει παρουσιαστεί στις αρχές περίπου του 20^{ου} αιώνα κυρίως στο Δυτικό κόσμο και ιδιαίτερα μετά το δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο. Η αύξηση του ρεύματος του τουρισμού οφείλεται και σε παράγοντες όπως η χορήγηση αδειών και η σημαντική τεχνολογική εξέλιξη των μέσων μεταφοράς με την ανάπτυξη των αερομεταφορών και των αυτοκινήτων ιδιωτικής χρήσης στο ευρύ κοινό γεγονός που κατέστησαν σημαντικά πιο εύκολη τη μετακίνηση των ανθρώπων.

Η αύξηση της ροής των μετακινήσεων έχει εμφανείς επιδράσεις στην οικονομία της κάθε χώρας. Το γεγονός αυτό αντανακλάται σε οικονομικά στοιχεία όπως τα έσοδα από τις τουριστικές αφίξεις και οι συνολικές εισπράξεις από τα τουριστικά ταξίδια.

¹<http://www2.unwto.org/en>

Προτού εξηγήσουμε τη σημασία του τουρισμού στην οικονομία θα προσπαθήσουμε να προσδιορίσουμε το προφίλ του ανθρώπου που πραγματοποιεί κάποιο ταξίδι, δηλαδή, του τουρίστα.

3.1. Το προφίλ του τουρίστα

Σύμφωνα με τον Οργανισμό Ηνωμένων Εθνών² (ΟΗΕ) και τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, μπορούμε να διακρίνουμε τις παρακάτω κατηγορίες τουριστών σε διεθνές επίπεδο:

- Επισκέπτης (visitor): Με τον όρο αυτό αναφερόμαστε σε όσα άτομα ταξιδεύουν σε κάποια χώρα διαφορετική από τη χώρα στην οποία βρίσκεται η μόνιμη κατοικία και για λόγο που δεν αφορά αμειβόμενη εργασία. Διευρύνοντας τον όρο αυτό, μπορούμε να αναφέρουμε πως περιλαμβάνει και τα άτομα τα οποία ταξιδεύουν εντός των ορίων μιας χώρας, σε διαφορετική ωστόσο περιοχή.
- Τουρίστας (tourist): Προσδιορίζεται ως τουρίστας κάθε επισκέπτης ο οποίος παραμένει σε κάποια χώρα ή περιοχή για χρονικό διάστημα που ξεπερνά τις 24 ώρες. Στο χρονικό αυτό όριο απαραίτητα πρέπει να περιλαμβάνεται και μία διανυκτέρευση.
- Εκδρομέας (excursionist): Στην περίπτωση των εκδρομέων το χρονικό διάστημα παραμονής σε κάποια χώρα ή περιοχή εντός της χώρας, είναι λιγότερο από 24 ώρες και δεν πραγματοποιείται διανυκτέρευση, γεγονός που αποτελεί και το βασικό διαχωρισμό του εκδρομέα από τον τουρίστα.

Οι λόγοι για τους οποίους πραγματοποιείται κάποια επίσκεψη σε επίπεδο χώρας ή στο εξωτερικό είναι ποικίλοι και μπορεί να αφορούν επαγγελματικά ταξίδια όπως για παράδειγμα συμμετοχή σε συνέδρια, οικογενειακές επισκέψεις σε συγγενείς και φίλους που βρίσκονται σε άλλη περιοχή, ψυχαγωγικά ταξίδια και ταξίδια αναψυχής ακόμη και ταξίδια που αφορούν σπουδές. Σε κάθε περίπτωση όπως υπάρχει η πρόθεση επιστροφής στον τόπο της μόνιμης κατοικίας μέσα σε χρονικό διάστημα ημερών, εβδομάδων ή μηνών.

Για κάθε μία από τις περιπτώσεις που περιγράψαμε παραπάνω, μπορούμε να διαπιστώσουμε και επιμέρους δευτερεύουσες διακρίσεις όπως για παράδειγμα, άτομα που ταξιδεύουν μόνα τους ή ως παρέες και ομάδες. Επιπλέον, μπορούμε να διακρίνουμε οργανωμένους τουρίστες οι οποίοι πραγματοποιούν ταξίδια μέσω τουριστικών πρακτορείων ή ακόμη και απλούς τουρίστες που αναλαμβάνουν την οργάνωση και διεκπεραίωση ενός ταξιδιού οι ίδιοι.

²<http://www.un.org/>

3.2. Είδη και μορφές τουρισμού

Έχοντας προσπαθήσει να εξηγήσουμε και να ορίσουμε την έννοια του τουρισμού και τις βασικές διακρίσεις των ατόμων που πραγματοποιούν μια μετακίνηση, συνεχίζουμε στο σημείο αυτό με τον προσδιορισμό των διαφορετικών μορφών τουρισμού. Πιο συγκεκριμένα, παρουσιάζουμε τα βασικά στοιχεία που συνθέτουν κάθε επιμέρους κατηγορία. Επομένως, ο τουρισμός, μπορεί να διακριθεί ως εξής (Κοτούλας, 2015):

- Εσωτερικός τουρισμός: Αφορά τουρίστες που ταξιδεύουν εντός των ορίων της χώρας τους.
- Διεθνής τουρισμός: Αφορά τουρίστες που ταξιδεύουν στο εξωτερικό, σε κάποια άλλη χώρα. Ο διεθνής τουρισμός μπορεί επιμέρους να διακριθεί σε:
 - Εισερχόμενο: Στην περίπτωση αυτή, εξετάζεται ο τουρισμός από τη σκοπιά μιας χώρας και αφορά το σύνολο των αλλοδαπών τουριστών που επισκέπτονται τη συγκεκριμένη χώρα.
 - Εξερχόμενο: Περιλαμβάνει το σύνολο των τουριστών της εξεταζόμενης χώρας που ταξιδεύουν στο εξωτερικό.

Επιμέρους διαχωρισμός του τουρισμού μπορεί γίνει σε μαζικό τουρισμό και εναλλακτικό τουρισμό. Ειδικότερα, για την περίπτωση του μαζικού τουρισμού, προφανές είναι πως η εισοδηματική εξέλιξη μετά τη Βιομηχανική Επανάσταση έχει καταστήσει τα ταξίδια προνόμιο όχι μόνο των λίγων και οικονομικά ευκατάστατων, αλλά μια τάση που έχει ως αποτέλεσμα την εξέλιξη της τουριστικής βιομηχανίας και την αύξηση των τουριστικών μεγεθών. Ο μεγάλος αριθμός των τουριστών σε συγκεκριμένες περιοχές και χρονικές στιγμές του χρόνου έχει αρνητικές επιπτώσεις κυρίως στο περιβάλλον και για το λόγο αυτό προτείνονται νέες μορφές τουρισμού που αποτελούν τον εναλλακτικό τουρισμό.

Η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού λοιπόν, είναι μια προσπάθεια αναζήτησης μορφών τουρισμού, οι οποίες να είναι πιο φιλικές στο περιβάλλον διαφυλάσσοντας τους φυσικούς πόρους του κάθε τουριστικού προορισμού και ταυτόχρονα πιο ανθρωποκεντρικές προτάσσοντας την ικανοποίηση πιο ανθρώπινων αναγκών των ατόμων. Σκοπός αυτής της προσέγγισης είναι να αντιμετωπιστούν οι κοινωνικές και περιβαλλοντολογικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού.

Μπορούμε ωστόσο να διακρίνουμε και κάποιες κατηγορίες ειδών τουρισμού οι οποίες προσδιορίζονται με βάση τους λόγους και τα κίνητρα αυτού που θέλει να πραγματοποιήσει κάποιο ταξίδι σε άλλο μέρος. Επομένως έχουμε τις εξής περιπτώσεις μορφών τουρισμού:

- Επαγγελματικός τουρισμός: Αφορά εκείνον που ταξιδεύει για τις ανάγκες του επαγγέλματός του και λαμβάνει μέρος σε συνέδρια ή παρακολουθεί επαγγελματικές εκθέσεις σε διάφορα μέρη του κόσμου.

- Εκπαιδευτικός τουρισμός: Στην περίπτωση αυτή πραγματοποιείται κάποιο ταξίδι για σπουδές σε μια άλλη πόλη ή χώρα για περαιτέρω βελτίωση του εκπαιδευτικού επιπέδου του ατόμου.
- Αθλητικός τουρισμός: Περιλαμβάνει τα άτομα που μετακινούνται σε κάποια χώρα με σκοπό είτε την ενεργή συμμετοχή, είτε την παρακολούθηση κάποιου αθλητικού γεγονότος.
- Αγροτουρισμός: Σε περιοχές που χαρακτηρίζονται αγροτικές. Προσδιορίζεται η μορφή αυτή τουρισμού από τη διαμονή σε καταλύματα παραδοσιακού χαρακτήρα σε αγροκτήματα και δραστηριοποιούνται σε γεωργικές, αγροτικές και κτηνοτροφικές δραστηριότητες της υπαίθρου.
- Θαλάσσιος τουρισμός: Αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων που μπορούν να πραγματοποιηθούν σε θαλάσσιο περιβάλλον όπως για παράδειγμα στην περίπτωση των κρουαζιερών και ταξιδιών με ιστιοφόρα.
- Οικολογικός τουρισμός: Πρόκειται για περιπτώσεις φυσιολατρών τουριστών, που θέλουν να ταξιδεύουν με τρόπο οικολογικό και φιλικό πάντα προς το περιβάλλον επιδιόκμενοι σε ανάλογες δραστηριότητες οικολογικού χαρακτήρα.
- Τουρισμός υγείας: Πραγματοποιείται για ιατρικούς λόγους με σκοπό τη λήψη εξειδικευμένης ιατρικής βοήθειας σε κάποια άλλη χώρα.
- Θρησκευτικός τουρισμός: Ο τουρίστας με θρησκευτικά ενδιαφέροντα πραγματοποιεί κάποιο ταξίδι με σκοπό να επισκεφτεί τοποθεσίες και μέρη θρησκευτικής σημασίας ιδιαίτερα περιόδους του έτους θρησκευτικών εορτασμών.
- Πολιτιστικός τουρισμός: Στην περίπτωση αυτή πραγματοποιείται κάποιο ταξίδι σε έναν προορισμό με σκοπό την επίσκεψη πολιτιστικών μνημείων και χώρων πολιτιστικής κληρονομιάς, όπως ιστορικά μνημεία αλλά παράλληλα επιδιώκεται και η συμμετοχή σε διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις.
- Αρχαιολογικός τουρισμός: Αποτελεί πιο εξειδικευμένη περίπτωση του πολιτιστικού τουρισμού με βασικό αντικείμενο την επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους και μνημεία.

3.3. Τουριστικές δαπάνες – Τουρισμός και οικονομία

Στην παρούσα εργασία θα ασχοληθούμε εκτενέστερα με την περίπτωση του εθνικού τουρισμού, δηλαδή μετακινήσεις από κατοίκους της χώρας μας εντός και εκτός της Ελλάδας. Στην παράγραφο αυτή θα προσπαθήσουμε να εξετάσουμε την περίπτωση των τουριστικών καταναλωτικών δαπανών στην περίπτωση λοιπόν του εθνικού τουρισμού.

Στα πλαίσια των τουριστικών δαπανών περιλαμβάνεται ένα πλήθος τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών. Οι δαπάνες αυτές μπορεί να πραγματοποιηθούν από κατοίκους μιας χώρας και εντός της χώρας αυτής επομένως, αφορούν εγχώριες

δαπάνες. Επιπλέον, υπάρχουν και οι δαπάνες που πραγματοποιούνται από κατοίκους μιας χώρας σε άλλες χώρες (εξερχόμενες δαπάνες).

Διαπιστώνουμε ότι ένας μέσος τουρίστας κατά την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού, χρειάζεται να πραγματοποιήσει μια σειρά από δαπάνες τόσο κατά τη μετακίνηση όσο και στον τόπο υποδοχής. Πιο συγκεκριμένα, κατά την παραμονή του στον τόπο υποδοχής επιδίδεται σε διάφορες δραστηριότητες οι οποίες αφορούν την επιλογή καταλύματος και τις δαπάνες για διατροφή ακόμη και κατά την εικοσιτετράωρη παραμονή. Επιπλέον, πραγματοποιούνται και κάποιες μετακινήσεις εντός των ορίων του τόπου της τουριστικής διαμονής και για το λόγο αυτό χρησιμοποιούνται τοπικά μεταφορικά μέσα.

Η δραστηριότητα του τουρισμού επιδρά λοιπόν, σε πολλούς κλάδους της οικονομίας, όπως μεταφορές (π.χ. ταξίδι με αεροπλάνο και μεταφορά με λεωφορείο), διαμονής (σε ξενοδοχείο ή άλλο κατάλυμα), εστίασης (σε ταβέρνες, εστιατόρια ή μπαρ εντός ή εκτός του χώρου διαμονής), διασκέδασης (περιλαμβανομένων των επισκέψεων σε αξιοθέατα, μουσεία και εκθεσιακούς χώρους) και κατανάλωσης σε καταστήματα για την αγορά τουριστικών προϊόντων και σουβενίρ, καθώς επίσης αγορά ειδών λαϊκής τέχνης και λοιπών τοπικών προϊόντων (τρόφιμα και ποτά).

Είναι γεγονός πως ο τουρισμός αποτελεί μία από τις σημαντικότερες αγορές τόσο παγκοσμίως, όσο και στην περίπτωση της Ελλάδας. Είναι γνωστό ότι ο τουρισμός συμβάλλει σε εξαιρετικά μεγάλο βαθμό στη διαμόρφωση του ΑΕΠ της χώρας. Επιπλέον, λόγω της διασποράς των τουριστικών προορισμών ανά τη χώρα, ο τουρισμός στην Ελλάδα παίζει καθοριστικό ρόλο στην διαμοίραση του εισοδήματος σε διάφορες τουριστικές περιφέρειες της χώρας. Από την άλλη πλευρά, λαμβάνοντας υπόψη πως ο τουρισμός αποτελεί εποχιακή δραστηριότητα επόμενο είναι να επιβαρύνονται φυσικοί πόροι και ανθρώπινοι πόροι (απασχολούμενο προσωπικό) τους μήνες αιχμής και να τίθενται στη συνέχεια σε αχρηστία κατά τη χειμερινή περίοδο.

Επιπλέον, η εποχιακή δραστηριότητα μπορεί να συνδεθεί στην περίπτωση αυτή με εποχιακή μόνο απασχόληση, επόμενο είναι λοιπόν, να μην απασχολούνται εργαζόμενοι στον τουριστικό τομέα για μεγάλες χρονικές περιόδους, με αποτέλεσμα την αβεβαιότητα σε σχέση με την εύρεση εργασίας και την αστάθεια στο εισόδημα, αλλά και σημαντικές επιπτώσεις στην κοινωνική δραστηριότητα στις τουριστικές περιοχές. Η ανάπτυξη του τουρισμού με τη δημιουργία σημαντικών επενδύσεων κεφαλαίου σε τουριστικά έργα, έχει πολλαπλά οφέλη για την οικονομία ενώ παράλληλα στηρίζει και την περιφερειακή ανάπτυξη.

Στην Εικόνα 1 και Εικόνα 2 που ακολουθεί παρουσιάζονται βασικά οικονομικά μεγέθη του ελληνικού τουρισμού³ τις χρονιές 2014 και 2015. Στη συνέχεια αναλύονται τα οικονομικά στοιχεία αυτά.

Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2014		2014
Συμμετοχή στο ΑΕΠ	17,3% [WTC]	
Συμμετοχή στην απασχόληση	17,3% της συνολικής απασχόλησης [WTC]	
Συνολική Απασχόληση	699.000 [WTC]	
Έσοδα	13 δισ. € (δεν περιλαμβάνονται τα έσοδα από κρουαζιέρα) [ΤΕ]	
Αφίξεις Αλλοδαπών	22 εκατ. (δεν περιλαμβάνονται οι αφίξεις από κρουαζιέρα)	
Μέση κατά κεφαλή δαπάνη	590 € (δεν περιλαμβάνονται τα ποσά κρουαζιέρας)	
Μερίδιο Αγοράς	1,8% Παγκόσμια, 3,8% Ευρώπη	
Εποχικότητα	56% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο - Αύγουστο - Σεπτέμβριο	
Συγκέντρωση Προσφοράς	70% των ξενοδοχειακών κτινών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές της Ελλάδας [ΕΕ]	
Ξενοδοχειακή Υποδομή	9.851 ξενοδοχεία / 792.304 κλίνες [ΕΕ]	
Τop 5 αγορές	Γερμανία (2.459.228), Ην. Βασίλειο (2.089.529), Γαλλία (1.463.159), Ρωσία (1.250.174), Ιταλία (1.117.711) [ΤΕ]	
Τop 5 αεροδρόμια (σε αφίξεις αλλοδαπών)	Αθήνα (3.388.647), Ηράκλειο (2.595.702), Ρόδος (1.926.675), Θεσσαλονίκη (1.569.814), Κέρκυρα (1.074.289) [ΔΑΑ & ΥΠΑ.]	

Εικόνα 1: Πηγή ΣΕΤΕ

Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2015		2015
Συμμετοχή στο ΑΕΠ	18,5% [WTC]	
Συμμετοχή στην απασχόληση	23,1% της συνολικής απασχόλησης [WTC]	
Συνολική Απασχόληση	821.900 [WTC]	
Έσοδα	13,6 δισ. € (δεν περιλαμβάνονται τα έσοδα από κρουαζιέρα) [ΤΕ]	
Αφίξεις Αλλοδαπών	23,6 εκατ. (δεν περιλαμβάνονται οι αφίξεις από κρουαζιέρα)	
Μέση κατά κεφαλή δαπάνη	580 € (δεν περιλαμβάνονται τα ποσά κρουαζιέρας)	
Μερίδιο Αγοράς	2% Παγκόσμια, 3,1% Ευρώπη	
Εποχικότητα	55% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο - Αύγουστο - Σεπτέμβριο	
Συγκέντρωση Προσφοράς	69% των ξενοδοχειακών κτινών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές της Ελλάδας [ΕΕ]	
Ξενοδοχειακή Υποδομή	9.757 ξενοδοχεία / 784.315 κλίνες [ΕΕ]	
Τop 5 αγορές	Γερμανία (2.610.350), Ην. Βασίλειο (2.397.169), Γαλλία (1.822.100), Ιταλία (1.355.327), Ρωσία (512.789) [ΤΕ]	
Τop 5 αεροδρόμια (σε αφίξεις αλλοδαπών)	Αθήνα (4.158.330), Ηράκλειο (2.559.803), Ρόδος (1.902.051), Θεσσαλονίκη (1.569.224), Κέρκυρα (1.092.647) [ΔΑΑ & ΥΠΑ.]	

Εικόνα 2: Πηγή ΣΕΤΕ

³ <http://sete.gr/el/stratigiki-gia-ton-tourismo/vasika-megethi-tou-ellinikoy-tourismoy/>

Από τον παραπάνω πίνακα (Εικόνα 1) βλέπουμε πως το 2014 η συμβολή της τουριστικής οικονομίας στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν ήταν στο 17,3% και τα έσοδα ανήλθαν σε 13 δις ευρώ.

Παρατηρούμε μία αύξηση στις αντίστοιχες τιμές για το 2015 με το ποσοστό της συμμετοχής στο ΑΕΠ να ανέρχεται σε 18,5% ενώ τα έσοδα 13,6 δις ευρώ (Πίνακας 2). Επιπλέον το ποσοστό απασχόλησης στον κλάδο (άμεσα και έμμεσα) αντιστοιχεί στο 17,3% της συνολικής απασχόλησης της χώρας (669.000 θέσεις εργασίας), για το 2014, ποσοστό που αυξάνεται την επόμενη χρονιά σε 23,1% (821.900 θέσεις εργασίας). Αξίζει να σημειώσουμε την αύξηση των αφίξεων αλλοδαπών στη χώρα τη χρονιά 2015 στα 23,6 εκατ. σε σχέση με τα 22 εκατ. που ήταν η αντίστοιχη τιμή την προηγούμενη χρονιά. Ωστόσο, μείωση παρατηρείται στην περίπτωση της μέσης κατά κεφαλήν δαπάνης, από 590 ευρώ σε 580 ευρώ το 2015. Διαπιστώνουμε και τις δύο χρονιές τα μεγάλα ποσοστά εποχικότητας του τουρισμού στη χώρα. Στις αεροπορικές μεταφορές η αντίστοιχη συνεισφορά είναι μειωμένη παρά το γεγονός ότι το μεγαλύτερο μέρος των αφίξεων πραγματοποιείται με το συγκεκριμένο μεταφορικό μέσο.

Συνολικά, ο τομέας του τουρισμού σημειώνει εντυπωσιακές επιδόσεις το 2014 και το 2015, τόσο όσον αφορά τις αφίξεις μη κατοίκων στη χώρα, όσο και τα έσοδα από τον εισερχόμενο τουρισμό και την κρουαζιέρα και αναμένεται να είναι ένας από τους βασικούς τομείς με σημαντική συμβολή στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας στα επόμενα χρόνια, λαμβάνοντας υπόψη την προσέλκυση επενδύσεων, και τη συμβολή στην ανάκαμψη και των άλλων κλάδων της οικονομίας καθώς επίσης και στην αύξηση της απασχόλησης.

Ειδικότερα, μελετώντας στοιχεία του ΣΕΤΕ⁴ και την περιοδική μελέτη για τον τουρισμό, διαπιστώνουμε τη σημαντική αυτή συμβολή του τουρισμού στην αποτροπή της ύφεσης και στην ανάκαμψη της ελληνικής οικονομίας και στη σημαντική αύξηση της απασχόλησης το 2015, και παρατηρούμε που σημειώθηκε νέα αύξηση: α) στις αφίξεις μη-κατοίκων στη χώρα κατά 7,6%, β) στα έσοδα από τον εξωτερικό τουρισμό κατά 5,5%.

Πιο συγκεκριμένα, το 2014 και το 2015 σημειώθηκε σημαντική αύξηση των αφίξεων από τις κύριες χώρες προέλευσης του ελληνικού τουρισμού στην Ευρώπη, ενώ στο δίμηνο Ιανουαρίου – Φεβρουαρίου 2016 σημειώθηκε πτώση των αφίξεων από την Ευρωπαϊκή Ένωση-28 κατά -15,3%. Επίσης σημειώθηκε σημαντική αύξηση των αφίξεων από μεγάλες χώρες όπως οι ΗΠΑ, Καναδά και Αυστραλία. Παράλληλα, εντυπωσιακή ήταν η αύξηση των αφίξεων από τις χώρες της Κεντρικής Ευρώπης και από τις γειτονικές Βαλκανικές χώρες (Τουρκία, Βουλγαρία, Σερβία, Αλβανία, Ρουμανία κ.ά.), κυριότερα οδικώς.

⁴http://sete.gr/media/5444/periodiki-meleti-ellinikos-tourismos_teyhos-1.pdf

Πίνακας 1: Αφίξεις, διανυκτερεύσεις και έσοδα από εισερχόμενο τουρισμό

Χώρες	Αφίξεις	Διανυκτ/εις	Διανυκτ/εις ταξιδιώτη	Έσοδα	Έσοδα ταξιδιώτη	Έσοδα/ Διανυκτ/ση
Χώρες ΕΕ-28	14,972,200	132,842,300	8.9	9,403,300	628	71
Αυστρία	327,100	3,182,500	9.7	300,500	919	94
Βέλγιο	482,500	4,596,500	9.5	373,100	773	81
Βουλγαρία	1,900,600	6,618,600	3.5	195,600	103	30
Γαλλία	1,522,100	14,410,700	9.5	1,194,300	785	83
Γερμανία	2,810,300	31,365,900	11.2	2,244,600	799	72
Δανία	237,700	2,126,000	8.9	142,200	598	67
Ηνωμένο Βασίλειο	2,397,200	23,772,600	9.9	2,019,500	842	85
Ιταλία	1,355,300	11,965,800	8.8	832,700	614	70
Κύπρος	470,100	4,998,000	10.6	249,200	530	50
Ολλανδία	639,100	6,727,400	10.5	438,800	687	65
Σουηδία	351,600	3,195,100	9.1	220,700	628	69
Ελβετία	391,200	3,875,900	9.9	374,800	958	97
Ρωσία	512,800	5,465,600	10.7	421,300	822	77
ΠΓΔΜ	3,023,100	6,216,800	2.1	247,100	82	40
ΗΠΑ	750,300	8,559,900	11.4	943,300	1,257	110
Σύνολο εκτός της Κρουαζιέρας	23,599,500	185,027,100	7.8	13,679,200	580	74
Κρουαζιέρες	2,514,500	2,984,800	1.2	446,600	178	150
Σύνολο	26,114,200	188,012,000	7.2	14,125,800	541	75
Στόχος 2021	34,800,000	250,000,000	7.2	19,600,000	563	78

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος, Τουριστικό Ισοζύγιο (Απρίλιος 2016) - εκτιμήσεις SETE Intelligence

Πίνακας 2: Άμεση και έμμεση συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ

Κατηγορία Δαπάνης	2013 € Εκατ.	2014 € Εκατ.	2015 € Εκατ.
Δαπάνη Εισερχόμενων Τουριστών	11,707.0	13,005.1	13,679.2
Δαπάνη Τουριστών Κρουαζιέρας	445.2	388.0	446.6
Δαπάνη Εταιρειών Κρουαζιέρας	216.0	191.0	210.0
Αερομεταφορές	1,077.0	1,177.0	1,250.0
Θαλάσσιες μεταφορές	148.0	151.0	145.0
Εγχώριος τουρισμός: Καταλύματα - Εστίαση	1,195.0	1,315.0	1,312.0
Επενδύσεις	200.0	200.0	200.0
Συνολική Εγχώρια δαπάνη	14,988.2	16,427.1	17,242.8
ΑΕΠ Τρέχουσες Τιμές	180,389.0	177,559.4	176,022.7
Άμεση % Συμβολή	8.3%	9.3%	9.8%
Πολλαπλασιαστής 2,2	2.2	2.2	2.2
Πολλαπλασιαστής 2,65	2.7	2.7	2.7
Συνολική Επίπτωση (με πολλαπλασιαστή 2,2)	32,974	36,140	37,934
Συνολική Επίπτωση (με πολλαπλασιαστή 2,65)	39,719	43,532	45,693
Συνολική % Συμβολή στο ΑΕΠ (Πολ.: 2,2)	18.3%	20.4%	21.6%
Συνολική % Συμβολή στο ΑΕΠ (Πολ.: 2,65)	22.0%	24.5%	26.0%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Τράπεζα της Ελλάδος και Εκτιμήσεις INZETE.

Η άμεση συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ εκτιμάται στο 9,8% του ΑΕΠ το 2015 με τον εσωτερικό τουρισμό και τις επενδύσεις στον τουρισμό να διαμορφώνονται σε πολύ χαμηλά επίπεδα εξαιτίας της βαθιάς ύφεσης και της αβεβαιότητας για τα μελλοντικά εισοδήματα στην ελληνική οικονομία. Παρατηρείται, πως η ζήτηση που δημιουργείται από την ανάπτυξη του εξωτερικού τουρισμού στην εγχώρια οικονομία, παίζει σημαντικό ρόλο για την κάλυψη της ενεργούς ζήτησης στην

ελληνική οικονομία, δεδομένου ότι ο εξωτερικός τουρισμός σημειώνει ανάπτυξη, την ίδια περίοδο που η εγχώρια ζήτηση βρίσκεται σε μεγάλη πτώση.

Η υπέρμετρη επιβάρυνση από πλευράς φορολογίας και πιο συγκεκριμένα, η μεγάλη αύξηση των φορολογικών συντελεστών στον ΦΠΑ, κυρίως για τα προϊόντα καταλύματος και εστίασης από τον Σεπτέμβριο του 2015, μπορούμε να θεωρήσουμε πως σχετίζονται παρατηρώντας την ξαφνική πτώση του Δείκτη Κύκλου Εργασιών στον συγκεκριμένο κλάδο κατά -8,0% στο 4ο τρίμηνο 2015, έναντι της αντίστοιχης αύξησής του κατά 3,4%, 8,7% και 5,2% το 2015 (ΙΝΣΕΤΕ, 2016).

Οι φορολογικές αυτές επιβαρύνσεις είναι γεγονός πως αποτελούν σημαντικό αντικίνητρο για την περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα σε σχέση με τις υπόλοιπες ανταγωνίστριες χώρες. Λαμβάνοντας υπόψη και την αστάθεια στο φορολογικό και οικονομικό περιβάλλον της χώρας επόμενο είναι οι παράγοντες αυτοί να επιδρούν και να επηρεάζουν τις αποφάσεις τόσο των τουριστικών επιχειρήσεων, όσο και των ίδιων των τουριστών.

Έχει παρατηρηθεί σημαντική μείωση των τουριστικών δαπανών κυρίως στην περίπτωση των Ελλήνων τουριστών, γεγονός που κατά κύριο λόγο οφείλεται στη μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος εξαιτίας της συνολικής αύξησης της έμμεσης και της άμεσης φορολογίας.

Όλο και περισσότεροι τουρίστες προσπαθούν να περιορίσουν τις τουριστικές δαπάνες, επιλέγοντας οικονομικότερες λύσεις από πλευράς καταλύματος και χαμηλότερου συνολικού κόστους μετακινήσεις, σε μία προσπάθεια να προσαρμόσουν τις προτιμήσεις τους και να τις διαμορφώσουν με βάση τα χαμηλότερα επίπεδα των πραγματικών μισθών. Άλλοι μεν, επέλεξαν να περιορίσουν το πλήθος των διαθέσιμων για διακοπές ημερών συμβάλλοντας με αυτόν τον τρόπο στη μείωση των τουριστικών δαπανών.

Αρκετοί δε, είναι και εκείνοι που αναγκάζονται να εγκαταλείψουν τελείως την ιδέα πραγματοποίησης τουριστικών ταξιδιών ακόμη και τις περιόδους των διακοπών και τις περιόδους κατά το παρελθόν που χαρακτηρίζονται από υψηλή τουριστική δραστηριότητα όπως δηλαδή, τους καλοκαιρινούς μήνες.

3.4. Χαρακτηριστικά του τουρισμού

Στην παράγραφο αυτή θα αναφερθούμε στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρονται από πλευράς των τουριστικών επιχειρήσεων και θα προσπαθούμε να προσδιορίσουμε τους βασικούς παράγοντες που επηρεάζουν τις αποφάσεις των καταναλωτών σχετικά με το τουριστικό προϊόν γενικά και διαμορφώνουν τελικά την τουριστική ζήτηση.

Έτσι λοιπόν, στην περίπτωση της τουριστικής ζήτησης βασικές προϋποθέσεις για τη λήψη αποφάσεων είναι το εισόδημα των τουριστών, ο διαθέσιμος ελεύθερος χρόνος, ο τύπος των τουριστικών διακοπών καθώς επίσης, ο προορισμός της επιλογής. Παρόλα αυτά κυριότερος παράγοντας που διαμορφώνει σε σημαντικό βαθμό την τουριστική ζήτηση είναι το εισόδημα και οι τιμές των προσφερόμενων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών (Κοτούλας, 2015).

Αναγνωρίζουμε ως ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης την εποχικότητα, την υψηλή ελαστικότητα ζήτησης ως προς το εισόδημα και τις τιμές καθώς επίσης και τον υψηλό βαθμό υποκατάστατων για τα τουριστικά προϊόντα. Στη συνέχεια επεξηγούμε κάθε μία από τις περιπτώσεις αυτές.

Εποχικότητα

Ειδικότερα, η εποχικότητα του τουριστικού προϊόντος και υπηρεσίας έχει σημαντική επίδραση στις ανάληψη επιχειρηματικών δράσεων και επενδυτικών κινήσεων των τουριστικών επιχειρήσεων καθώς όπως αναφέραμε ο τουρισμός και ιδιαίτερα ο τουρισμός στην Ελλάδα, αποτελεί εποχιακή δραστηριότητα που συνήθως πραγματοποιείται κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, στοιχείο που δεν αποτελεί έκπληξη λόγω του κλίματος και της δεδομένης πληθώρας φυσικών στοιχείων της χώρας που υποστηρίζουν αυτόν τον τύπο επιλογών. Στο γεγονός αυτό συμβάλλουν και οι σχολικές διακοπές κατά τους τρεις καλοκαιρινούς μήνες που διευκολύνουν και διαμορφώνουν κυρίως τις τουριστικές επιλογές των οικογενειών.

Ελαστικότητα ζήτησης

Η τουριστική ζήτηση χαρακτηρίζεται από υψηλή ελαστικότητα ως προς τις τιμές των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών. Αυτό σημαίνει πως σε οποιαδήποτε αύξηση στις τιμές αυτές έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση της ζήτησης και αντιστρόφως. Το εισόδημα των τουριστών είναι ένας ακόμη παράγοντας ο οποίος επηρεάζει την ελαστικότητα ζήτησης καθώς με βάση το εισόδημα καθορίζεται το ύψος των τουριστικών δαπανών.

Υποκατάστατα

Στην περίπτωση του τουρισμού αναγνωρίζουμε νέες μορφές τουρισμού, σε μια προσπάθεια να καλυφθούν καλύτερα οι προτιμήσεις των τουριστών μέσα από ένα πλήθος νέων τουριστικών επιλογών. Έτσι, εισέρχονται στην αγορά νέα τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες και δημιουργούνται νέες τάσεις που προσελκύουν το ενδιαφέρον των τουριστών. Επίσης σημαντική παρατήρηση αποτελεί και το γεγονός πως προκύπτουν για το λόγο αυτό νέοι τουριστικοί προορισμοί όχι απαραίτητα ίδιας ποιότητας και αξίας που προσφέρουν παρόμοιο τουριστικό προϊόν σε ανταγωνιστικά καλύτερες τιμές (π.χ. Τουρκία, Κροατία).

Οι τουρίστες έρχονται αντιμέτωποι με μια πληθώρα τουριστικών επιλογών και μεταβάλλεται με τον τρόπο αυτό η τουριστική ζήτηση.

Στο επόμενο κεφάλαιο θα παρουσιάσουμε τα επιμέρους στάδια της μεθοδολογίας που ακολουθήσαμε για να διαπιστώσουμε πως διαμορφώνονται οι προτιμήσεις των Ελλήνων τουριστών την περίοδο της κρίσης και να βγάλουμε με αυτό τον τρόπο συμπεράσματα για την τουριστική ζήτηση στην Ελλάδα.

Κεφάλαιο 4. Μεθοδολογία Έρευνας

4.1. Μεθοδολογία Δειγματοληπτικής Έρευνας

Στα πλαίσια της παρούσας εργασίας, κυριότερος σκοπός ήταν να προσδιορίσουμε τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στις τουριστικές προτιμήσεις και επιλογές των Ελλήνων και να δείξουμε πώς η κρίση έχει επηρεάσει τις τουριστική κατανάλωση των ελληνικών νοικοκυριών. Για τη διεξαγωγή και ολοκλήρωση της έρευνας, η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε, περιλαμβάνει τα εξής δύο στάδια:

- Σύνταξη ερωτηματολογίου και συλλογή δεδομένων: Σχεδιάστηκε ερωτηματολόγιο προκειμένου να συλλεχθούν πληροφορίες σχετικές με το αντικείμενο της έρευνας και να αξιολογηθούν τα αποτελέσματα. Το ερωτηματολόγιο παρατίθεται στο παράρτημα της εργασίας αυτής. Για την κατασκευή του ερωτηματολογίου βασιστήκαμε σε προηγούμενες εμπειρικές μελέτες και στην Ελληνική Στατιστική Αρχή⁵.
- Υλοποίηση: Στατιστική ανάλυση και επεξεργασία δεδομένων.

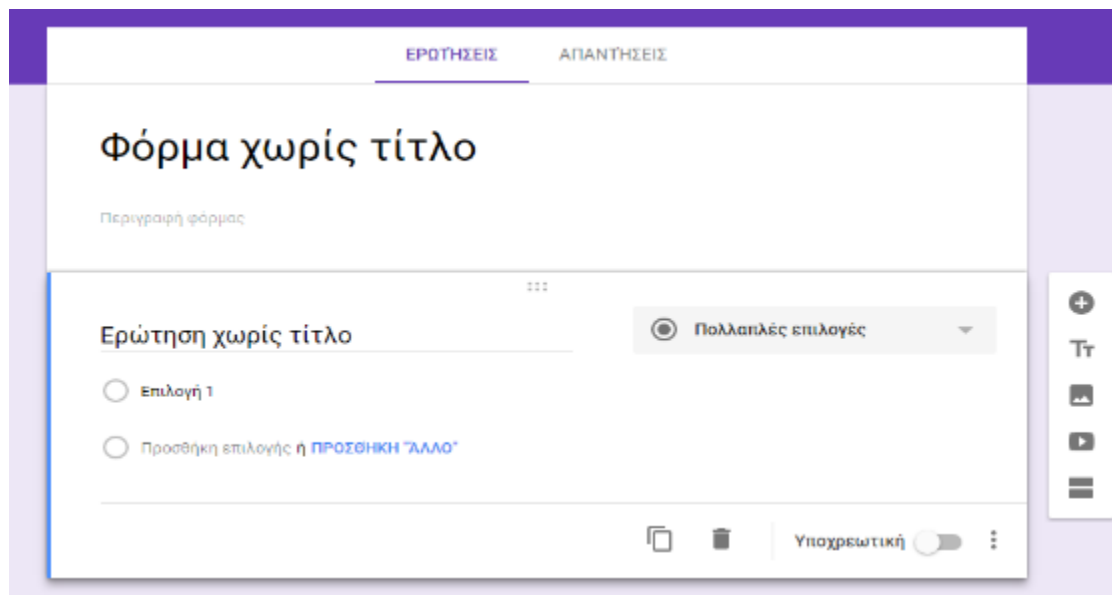
4.2. Δημιουργία Ερωτηματολογίου - Ομαδοποίηση ερωτήσεων

Η δημιουργία του ερωτηματολογίου πραγματοποιήθηκε με τη βοήθεια της φόρμας google⁶. Το google forms είναι μια υπηρεσία που προσφέρεται από τη Google και δίνει τη δυνατότητα δημιουργίας επαγγελματικών και εμφανίσιμων ερωτηματολογίων για τη διεξαγωγή της έρευνας. Βασικό πλεονέκτημα αυτής της επιλογής είναι η δυνατότητα διαμοιρασμού και εύκολης συμπλήρωσης των ερωτηματολογίων online.

Για τη δημιουργία του ερωτηματολογίου απαραίτητη είναι η σύνδεση με λογαριασμό στο gmail, στη σελίδα google.docs.com και η επιλογή της δημιουργίας φόρμας. Στη συνέχεια, δίνεται όνομα στη φόρμα και βασική περιγραφή του περιεχομένου του και προστίθενται οι επιμέρους ενότητες του ερωτηματολογίου. Στην παρακάτω Εικόνα 3, παρουσιάζεται η αρχική σελίδα της δημιουργίας του ερωτηματολογίου.

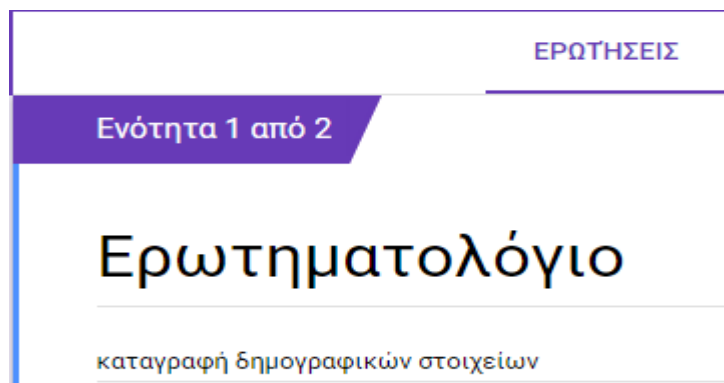
⁵ <http://www.statistics.gr/statistics/-/publication/STO15/>

⁶ <https://docs.google.com/>

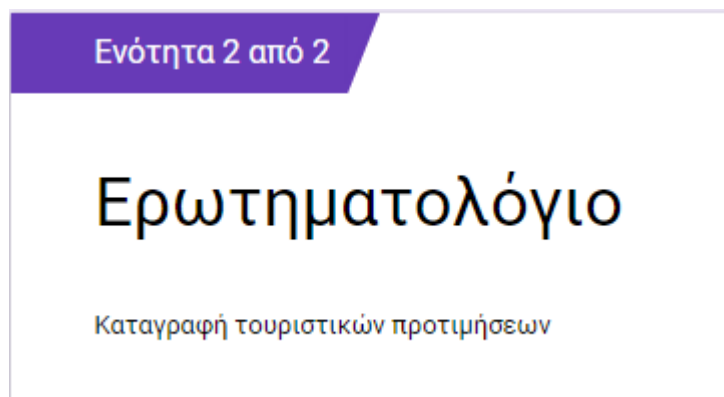


Εικόνα 3: Αρχική εικόνα δημιουργίας ερωτηματολογίου GoogleForms

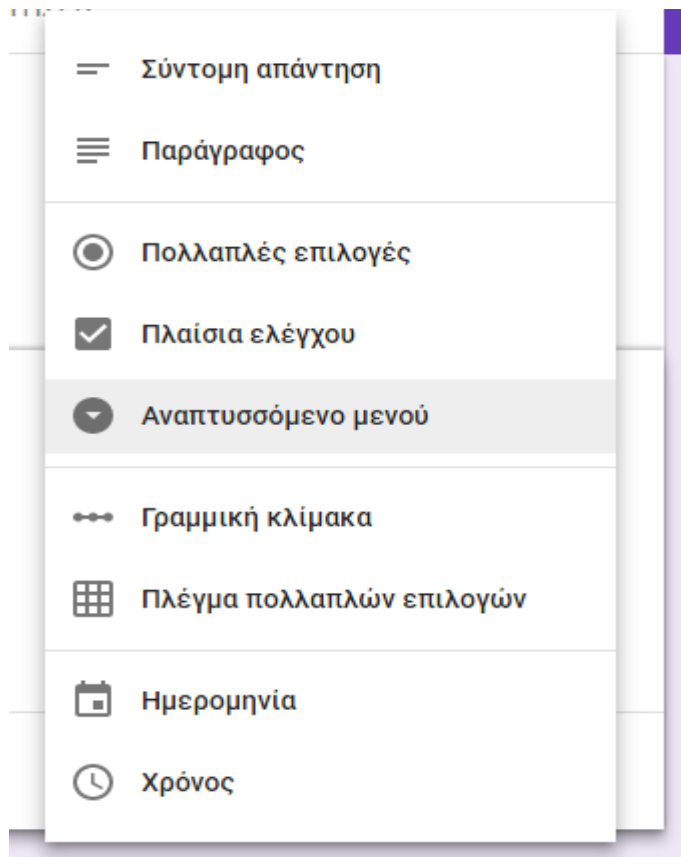
Επόμενο βήμα, είναι η ανάπτυξη των ερωτήσεων μέσα από μια σειρά επιμέρους επιλογών τύπου ερώτησης (κείμενο, σύντομη απάντηση, πολλαπλή επιλογή, πλαίσιο ελέγχου, επιλογή από λίστα, κλίματα, πλέγμα απαντήσεων, ημερομηνία και ώρα).



Εικόνα 4: Δημιουργία πρώτης ενότητας ερωτηματολογίου με ερωτήσεις για δημογραφικά στοιχεία



Εικόνα 5: Δημιουργία δεύτερης ενότητας ερωτηματολογίου με ερωτήσεις σχετικές με τις τουριστικές επιλογές



Εικόνα 6: Τύποι ερωτήσεων στο GoogleForms

Επιπλέον, δίνεται η επιλογή δημιουργίας υπολογιστικού φύλλου στο οποίο συγκεντρώνονται οι απαντήσεις για περαιτέρω επεξεργασία των ερωτήσεων. Τέλος, για να γίνει ευρέως γνωστή η φόρμα και να υπάρχει η δυνατότητα υποβολής απαντήσεων από τους ερωτηθέντες, επιλέγεται η αποστολή της φόρμας και καταχωρείται το λινκ (σύνδεσμος) για την κοινή χρήση του ερωτηματολογίου. Τα αποτελέσματα της έρευνας συγκεντρώνονται και παρουσιάζονται με τη βοήθεια διαγραμμάτων.

Η μορφή του ερωτηματολογίου που δημιουργήθηκε ήταν απλή και περιλαμβάνει συνολικά 20 ερωτήσεις κλειστού τύπου. Έγινε επιμέρους διαχωρισμός και ομαδοποίηση των ερωτήσεων σε δύο ξεχωριστές ενότητες. Η πρώτη ενότητα περιλαμβάνει πληροφορίες σχετικές με τα δημογραφικά στοιχεία των ερωτηθέντων (Εικόνα 4). Στη δεύτερη ενότητα συγκεντρώνονται ερωτήσεις σχετικές με ορισμένες τουριστικές επιλογές των ερωτηθέντων γενικά, καθώς επίσης και για τη χρονιά 2016 (Εικόνα 5).

Ειδικότερα, στο πρώτο μέρος εξετάστηκαν στοιχεία όπως το φύλο, η ηλικία, η οικογενειακή κατάσταση και το μέγεθος του νοικοκυριού. Επίσης, στην ενότητα αυτή συμπεριλαμβάνονται ερωτήσεις που αφορούν το επίπεδο του μηνιαίου εισοδήματος και τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στη διαμόρφωση του επιπέδου αυτού.

Στο δεύτερο μέρος, ο σχεδιασμός των ερωτήσεων που ακολουθήθηκε, στόχο είχε να εξετάσει επιμέρους στοιχεία για τις επιλογές των ερωτηθέντων που αφορούσαν τουριστικές πληροφορίες. Ενδεικτικά, στο σύνολό τους οι ερωτηθέντες καλούνται να απαντήσουν σε ερωτήσεις για τις προτιμήσεις τους σχετικά με τον τύπο καταλύματος, την επιλογή μεταφορικού μέσου, ενώ έγινε και ένας διαχωρισμός του είδους των ταξιδιών με βάση τα προσωπικά κίνητρα των ατόμων.

Παράλληλα, περιλαμβάνονται ερωτήσεις σχετικά με το χρονικό διάστημα πραγματοποίησης ενός ταξιδιού, ενώ εξετάζεται συνολικά και η επίδραση της οικονομικής κρίσης στη ζήτηση των ερωτηθέντων για τον τουρισμό.

Με τη συγκέντρωση των ερωτηματολογίων ακολουθεί η κωδικοποίηση και περαιτέρω επεξεργασία των δεδομένων και η εισαγωγή τους στο στατιστικό πακέτο SPSS. Πιο συγκεκριμένα, η στατιστική επεξεργασία και η ανάλυση των δεδομένων έγινε με τη χρήση του προγράμματος IBMSPSSStatistics 24.

4.3 Στατιστικό πακέτο SPSS

Στην παράγραφο αυτή γίνεται περιγραφή της διαδικασίας που ακολουθήσαμε για τη στατιστική επεξεργασία των δεδομένων. Η στατιστική ανάλυση περιλαμβάνει επιμέρους βήματα όπως η αρχική προετοιμασία της βάσης δεδομένων, η καταχώρηση των δεδομένων, ο έλεγχος συσχετίσεων μεταξύ κάποιων μεταβλητών και τέλος, η έκδοση των αποτελεσμάτων.

Για τις ανάγκες της στατιστικής επεξεργασίας των ερωτηματολογίων στην εργασία αυτή, χρησιμοποιούμε το εργαλείο SPSSStatistics 24 .Το SPSS (Statistical Package for Social Sciences) είναι ένα στατιστικό πρόγραμμα με ευρύτατη χρήση σε όλους τους ερευνητικούς χώρους.

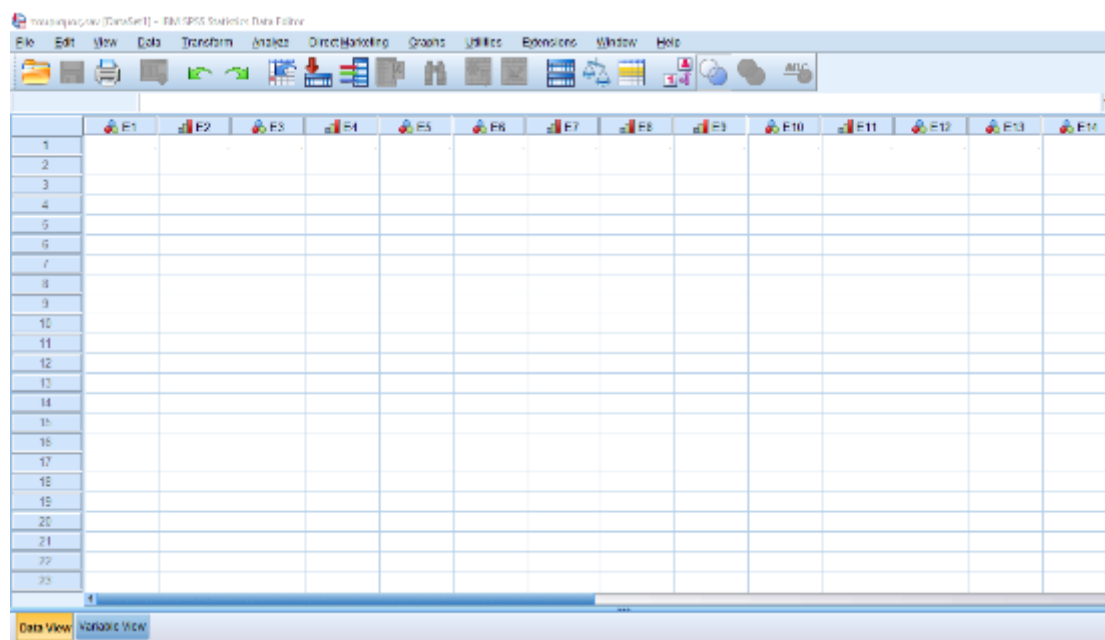
Το SPSS DataEditor έχει 2 φύλλα εργασίας, όπως φαίνονται στο κάτω αριστερό μέρος της οθόνης, όπου εμφανίζονται οι 2 επιλογές (Εικόνα 7):

- Data View (Προβολή Δεδομένων)
- Variable View (Προβολή Μεταβλητών)

Αρχικά, εμφανίζεται πάντα το DataView που έχει τη μορφή λογιστικού φύλλου, όπου μπορούμε να εισάγουμε και να τροποποιήσουμε δεδομένα. Κάθε γραμμή αντιπροσωπεύει τις απαντήσεις ενός συμμετέχοντα στην έρευνα, ενώ κάθε στήλη παρουσιάζει μία και μόνον μία μεταβλητή.

Αφού συμπληρωθούν τα ερωτηματολόγια, γίνεται η κατάλληλη προετοιμασία για την εισαγωγή των στοιχείων τους και περαιτέρω επεξεργασία τους με τη βοήθεια του προγράμματος SPSS. Πιο συγκεκριμένα, για τη στατιστική επεξεργασία ερωτηματολογίων δημιουργούμε έναν πίνακα κωδικοποίησης των μεταβλητών στο

φύλλο εργασίας της προβολής μεταβλητών (VariableView). Ο πίνακας αυτός αντιστοιχίζει κάθε ερώτηση του ερωτηματολογίου σε μια μεταβλητή.



Εικόνα 7: SPSS επεξεργασία δεδομένων

Οι πιθανοί τύποι της κάθε μεταβλητής μπορεί να είναι τρεις και αφορούν την κλίμακα στην οποία μπορεί να μετρηθεί η κάθε μεταβλητή:

- Scale (κλίμακα ισοδιαστημάτων): Προκαθορίζονται διαστήματα ή διαφορές μεταξύ των κατηγοριών σε οποιοδήποτε τμήμα της κλίμακας.
- Ordinal (κλίμακα τάξης): Οι μεταβλητές σε αυτή την κατηγορία ταξινομούνται σε απαντήσεις - κατηγορίες που ακολουθούν σειρά φυσική αύξουσα ή φθίνουσα, βάσει λογικής παραδοχής.
- Nominal (ονομαστική κλίμακα): Χρησιμοποιείται αποκλειστικά για όλες σχεδόν τις ποιοτικές μεταβλητές.

Ειδικότερα, η ερώτηση «E1» της Εικόνας 7, αντιστοιχίζεται στη μεταβλητή «Φύλο». Οι μεταβλητές μπορούν να λαμβάνουν διάφορες τιμές. Η μεταβλητή «Φύλο» έχει δύο πιθανές τιμές: «Άνδρας», «Γυναίκα». Στον πίνακα κωδικοποίησης αντιστοιχίζουμε σε κάθε τιμή μιας μεταβλητής έναν αριθμό, για παράδειγμα, στην τιμή «Άνδρας» μπορούμε να αντιστοιχήσουμε τον αριθμό «1» και στην τιμή «Γυναίκα» τον αριθμό «2».

Η ερώτηση «E2», αντιστοιχίζεται στη μεταβλητή «Ηλικία», η οποία σύμφωνα με τη σχεδίαση του ερωτηματολογίου παίρνει πιθανές τιμές εύρους ηλικιών όπως για παράδειγμα 18-24, 25-34 κ.ά. Έτσι λοιπόν για την περίπτωση αυτή αντιστοιχίζουμε αριθμούς ανάλογους με το πλήθος των απαντήσεων και καθορίζουμε και τον τύπο της μεταβλητής με βάση τις παραπάνω πιθανές κλίμακες τιμών.

Στην ειδική περίπτωση των ερωτήσεων πλέγματος, οι οποίες συνδυάζουν διαφορετικές επιλογές απαντήσεων με επιμέρους διαβάθμιση για την κάθε απάντηση, έχουμε θεωρήσει τις πιθανές αυτές απαντήσεις που έχει η ερώτηση, ως ξεχωριστές μεταβλητές και έχουμε ορίσει τις πιθανές τιμές για κάθε μία μεταβλητή της περίπτωσης αυτής. Παράδειγμα αυτού φαίνεται στις γραμμές 18 έως 22 στην Εικόνα 8 που ακολουθεί και αφορά την Ερώτηση 18 του ερωτηματολογίου.

Με βάση τα παραπάνω, ο πίνακας κωδικοποίησης που μπορούμε να δημιουργήσουμε για το ερωτηματολόγιό μας είναι ο παρακάτω (Εικόνα 8).

	Name	Type	Width	Decimals	Label	Values	Missing	Columns	Align	Measure	Role
1	E1	Numeric	8	0	φύλο	{1, ανδρας}...	999	8	Right	Nominal	Input
2	E2	Numeric	8	0	ηλικια	{1, 18-24}...	999	8	Right	Ordinal	Input
3	E3	Numeric	8	0	οικονομικη κατασταση	{1, χαμηλο}...	999	8	Right	Nominal	Input
4	E4	Numeric	8	0	νοικοκυριο	{1, ταπεινο}...	999	8	Right	Ordinal	Input
5	E5	Numeric	8	0	εκπαιδευση	{1, σχ δημο}...	999	8	Right	Nominal	Input
6	E6	Numeric	9	0	επαγγελμα	{1, δημοσιος}...	999	8	Right	Nominal	Input
7	E7	Numeric	8	0	μηναιο εισοδημα	{1, 0-500}...	999	8	Right	Ordinal	Input
8	E8	Numeric	8	0	πραγματικο διαβασμα...	{1, καθολου}...	999	8	Right	Ordinal	Input
9	E9	Numeric	8	0	ταξιδια	{1, κανενα}...	999	8	Right	Ordinal	Input
10	E10	Numeric	8	0	κανενα ταξιδι	{1, οικονομ}...	999	8	Right	Nominal	Input
11	E11	Numeric	8	0	διαρκεια ταξιδιου	{1, 1-3}...	999	8	Right	Ordinal	Input
12	E12	Numeric	8	0	προσβασιμος ταξιδιου	{1, Ελλαδα}...	999	8	Right	Nominal	Input
13	E13	Numeric	8	0	λαγοι ταξιδιου	{1, επαγγελμ}...	999	8	Right	Nominal	Input
14	E14	Numeric	8	0	επιλογη καταλυματος	{1, ξενοδοχι}...	999	8	Right	Nominal	Input
15	E15	Numeric	8	0	τροπος κρατησης	{1, αμεση κ}...	999	8	Right	Nominal	Input
16	E16	Numeric	8	0	μεσημερικο μεση	{1, ωραριομ}...	999	8	Right	Nominal	Input
17	E17	Numeric	8	0	ταξιδια στις διακοπες	{1, ναι}...	999	8	Right	Nominal	Input
18	E18a	Numeric	8	0	παράγοντες που στηρ...	{1, καθολου}...	999	8	Right	Ordinal	Input
19	E18b	Numeric	8	0	παράγοντες που κληρ	{1, καθολου}...	999	8	Right	Ordinal	Input
20	E18c	Numeric	8	0	παράγοντες που στηρ...	{1, καθολου}...	999	8	Right	Ordinal	Input
21	E18d	Numeric	8	0	παράγοντες που στηρ...	{1, καθολου}...	999	8	Right	Ordinal	Input
22	E18e	Numeric	8	0	παράγοντες που στηρ...	{1, καθολου}...	999	8	Right	Ordinal	Input
23	E18f	Numeric	8	0	παράγοντες που στηρ...	None	999	8	Right	Ordinal	Input
24	E19	Numeric	8	0	συνολικη δαπανη	{1, 0-300}...	999	8	Right	Ordinal	Input

Εικόνα 8: Κωδικοποίηση ερωτήσεων στο SPSS

Στον επεξεργαστή δεδομένων του SPSS (DataEditor) και αφού έχουμε πλέον ορίσει τον πίνακα με τις μεταβλητές για το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο, επόμενο βήμα είναι να περαστούν τα δεδομένα σε ένα νέο αρχείο SPSS.

Με τον τρόπο αυτό δημιουργείται ένας συνολικός πίνακας, στον οποίο συγκεντρώνονται όλα τα δεδομένα από τις σχετικές απαντήσεις του ερωτηματολογίου. Στον πίνακα δεδομένων από το SPSS, κάθε γραμμή του πίνακα αντιστοιχεί σε ένα ερωτηματολόγιο, ενώ κάθε στήλη αντιστοιχεί σε μία μεταβλητή. Στη συγκεκριμένη περίπτωση της παρούσας έρευνας, δεδομένου ότι συγκεντρώθηκαν 46 ερωτηματολόγια οι γραμμές στο φύλλο εργασίας Προβολής Δεδομένων (DataView) ανέρχονται σε 46. Η καταγραφή των δεδομένων στο SPSS φαίνεται στην εικόνα που ακολουθεί.

	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15
Γυνα...	25-34	Άγα...	1 άτ...	Κάτο...	Άνερ...	0-500	Πάρ...	Λιγό...		6	4-7	Ελλάδα	Ανάπ...	Κάμπι...	Άμεση...
Άνδρ...	55-64	Έγγ...	4 άτ...	Πτυχ...	Συντ...	501-...	Λίγο	Κανένα	Οικον...		4	3	Ανάπ...	Ενοικι...	Άμεση...
Γυνα...	55-64	Έγγ...	3 άτ...	Πτυχ...	Συντ...	501-...	Πάρ...	Λιγό...	Οικον...		4-7	Ελλάδα	Επίσκ...	Μη εν...	Άμεση...
Γυνα...	25-34	Άγα...	2 άτ...	Πτυχ...	Ιδιωτ...	0-500	Άρκε...	Λιγό...		6	1-3	Ελλάδα	Ανάπ...	Ενοικι...	Άμεση...
Γυνα...	25-34	Άγα...	1 άτ...	Από...	Ιδιωτ...	0-500	Πάρ...	Κανένα	Οικον...		4	3	Ανάπ...	Κάμπι...	Άμεση...
Γυνα...	18-24	Άγα...	1 άτ...	Από...	Φοιτ...	0-500	Πάρ...	Λιγό...		6	4-7	Εξώτε...	Επίσκ...	Μη εν...	Άμεση...
Άνδρ...	18-24	Άγα...	4 άτ...	Πτυχ...	Φοιτ...	0-500	Λίγο	Κανένα	Οικον...		1-3	Εξώτε...	Εκπαι...	5	Μέσω ...
Άνδρ...	25-34	Άγα...	4 άτ...	Πτυχ...	Ιδιωτ...	501-...	Πολύ	Λιγό...	Οικον...		1-3	Ελλάδα	Προσ...	Ξενοδ...	Άμεση...
Άνδρ...	25-34	Άγα...	4 άτ...	Πτυχ...	Ιδιωτ...	501-...	Πολύ	Λιγό...	Οικον...		1-3	Ελλάδα	Προσ...	Ξενοδ...	Άμεση...
Άνδρ...	25-34	Άγα...	4 άτ...	Πτυχ...	Ιδιωτ...	501-...	Πολύ	Λιγό...	Οικον...		1-3	Ελλάδα	Προσ...	Ξενοδ...	Άμεση...
Άνδρ...	25-34	Άγα...	1 άτ...	Από...	Ιδιωτ...	501-...	Πολύ	Λιγό...		6	1-3	3	Επαγ...	Ξενοδ...	Άμεση...

Εικόνα 9: Παρουσίαση Δεδομένων στο SPSS

Για την ευκολία της ανάλυσης πραγματοποιήθηκε έλεγχος των απαντήσεων κατά το στάδιο της προεπεξεργασίας και εντοπίστηκαν τυχόν κενά στοιχεία και πεδία στα οποία δε δόθηκε κάποια απάντηση από τους ερωτηθέντες, δεδομένου ότι οι απαντήσεις σε ένα σύνολο ερωτήσεων δεν ήταν υποχρεωτικές. Με βάση επομένως την προηγούμενη κωδικοποίηση των απαντήσεων αντιμετωπίστηκαν και τα κενά πεδία με την ετικέτα Missing values με ξεχωριστή σε κάθε περίπτωση κωδικοποίηση. Στην εικόνα 9 ένα τέτοιο παράδειγμα αποτελούν οι τιμές 6 στην περίπτωση της μεταβλητής E10, 4 στην περίπτωση της μεταβλητής E11, 3 στην μεταβλητή E12 και 5 στη μεταβλητή E14.

Ύστερα την ολοκλήρωση του σταδίου της προεπεξεργασίας των απαντήσεων, ακολούθησε η επεξεργασία και ανάλυση των διαθέσιμων αυτών δεδομένων με την επιλογή περιγραφικής στατιστικής (descriptivestatistics). Μέσω της δυνατότητας αυτής δημιουργείται για κάθε ξεχωριστή μεταβλητή ένας πίνακας στον οποίο δίνονται πληροφορίες σχετικά με τη συχνότητα εμφάνισης (frequency) κάθε απάντησης στο σύνολο των έγκυρων απαντήσεων και ποσοστό (percent) που αντιστοιχεί σε κάθε κατηγορία. Επίσης, δίνεται και ένα συγκεντρωτικό ποσοστό (cumulativepercent).

Για τις ανάγκες της έρευνας αυτής δημιουργήθηκαν και συνδυαστικοί πίνακες που συγκεντρώνουν τα αποτελέσματα δύο ερωτήσεων, ούτως ώστε να διαπιστωθούν πιο συγκεκριμένα παράγοντες που διαμορφώνουν τις προτιμήσεις και επιλογές των ατόμων σε σχέση με τον τουρισμό. Εξετάζεται για παράδειγμα ο τρόπος με τον οποίο διαμορφώνονται οι απαντήσεις των ερωτηθέντων σχετικά με το ύψος των συνολικών δαπανών για τους άνδρες και για τις γυναίκες. Επίσης, η αντιστοίχιση των απαντήσεων σε σχέση με τη διάρκεια του ταξιδιού και του μηνιαίου εισοδήματος καθώς επίσης και η επιλογή του προορισμού σε σχέση με το μηνιαίο εισόδημα.

Παράλληλα, παρατηρούμε πως διαμορφώνονται οι τουριστικές προτιμήσεις για κάθε ηλικία των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα και τις απαντήσεις των ατόμων σχετικά με το αν έχουν επηρεαστεί οι τουριστικές προτιμήσεις τους με βάση το φύλο τους. Επιπλέον, παρουσιάζουμε πως διαμορφώνονται οι αντίστοιχες απαντήσεις σχετικά με τις συνολικές δαπάνες και την επιλογή μέσων μεταφοράς.

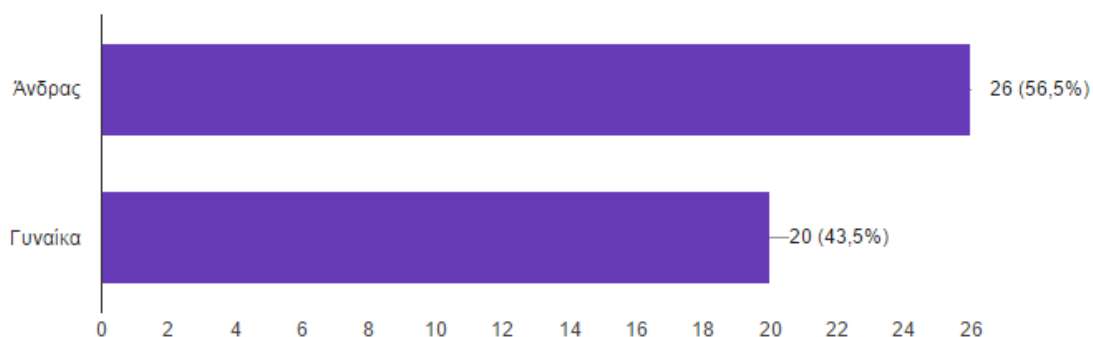
Τα αποτελέσματα της διαδικασίας αυτής πιο συγκεκριμένα, συγκεντρώνονται και αναλύονται, στο Κεφάλαιο 5 που ακολουθεί.

Κεφάλαιο 5. Ανάλυση Δεδομένων-Αξιολόγηση Αποτελεσμάτων

Στο Κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της στατιστικής ανάλυσης, όπως προκύπτουν από την επεξεργασία του συνόλου των ερωτηματολογίων με το στατιστικό πακέτο SPSS. Πιο συγκεκριμένα, τα ερωτηματολόγια που συγκεντρώθηκαν, συμπληρώθηκαν επιτυχώς από 46 άτομα. Όπως παρατηρούμε στον Πίνακα 3 που ακολουθεί το 56,5% του δείγματος αποτελείται από άντρες ενώ το 43,5% αποτελείται από γυναίκες. Έπονται οι ηλικιακές ομάδες, όπου παρατηρούμε πως το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος ανήκει στη δεύτερη ηλικιακή ομάδα 25-34 με ποσοστό 52,2%, ενώ επόμενη είναι η ηλικιακή ομάδα των 18-24 με ποσοστό 37% αντίστοιχα.

Πίνακας 3: Δημογραφικά στοιχεία - Φύλο

1. Φύλο					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άνδρας	26	56,5	56,5	56,5
	Γυναίκα	20	43,5	43,5	100,0
	Total	46	100,0	100,0	



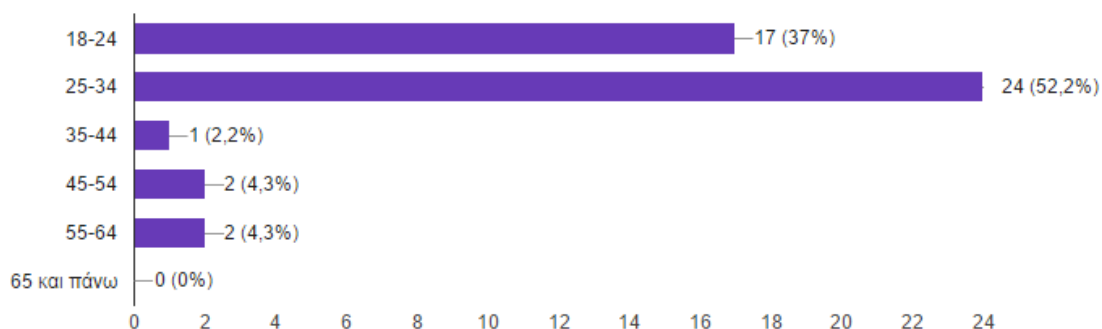
Εικόνα 10: Διάγραμμα συνόλου απαντήσεων ανά φύλο

Διαπιστώνουμε από τον Πίνακα 4 πως πολύ μικρή συμμετοχή με ποσοστό 2,2% είχε η ηλικιακή ομάδα 35-44 η οποία αφορά έναν συμμετέχοντα, ενώ οι ηλικιακές ομάδες 45-54 και 55-64 έχουν ίδιο ποσοστό 4,3%. Από το διάγραμμα που παρουσιάζεται στην Εικόνα 11 διαπιστώνουμε πως δεν υπήρξε συμμετέχοντας με ηλικία μεγαλύτερη των 65 χρόνων καθώς δεν υπάρχει αντίστοιχη απάντηση παρά την ύπαρξη της επιλογής.

Πίνακας 4: Δημογραφικά στοιχεία - Ηλικία

2. Ηλικία				
	Frequency	Percent	Valid	Cumulative

				Percent	Percent
Valid	18-24	17	37,0	37,0	37,0
	25-34	24	52,2	52,2	89,1
	35-44	1	2,2	2,2	91,3
	45-54	2	4,3	4,3	95,7
	55-64	2	4,3	4,3	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

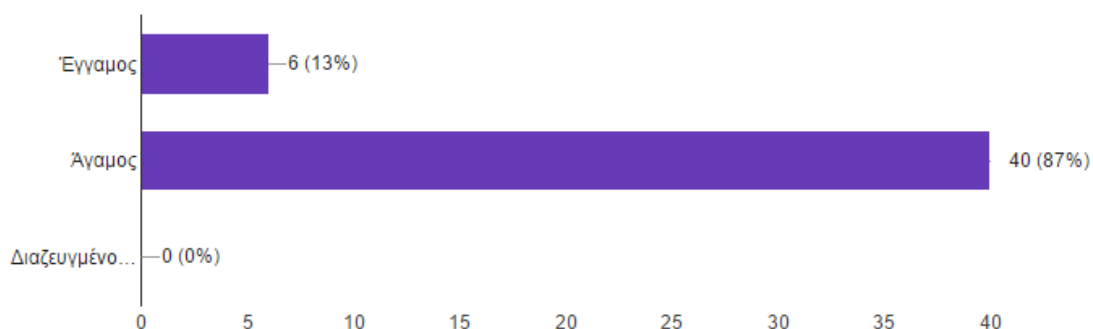


Εικόνα 11: Διάγραμμα συνόλου απαντήσεων ανά ηλικιακή ομάδα

Ας δούμε στη συνέχεια πως διαμορφώνονται και τα αποτελέσματα σχετικά με ένα ακόμη δημογραφικό στοιχείο, την οικογενειακή κατάσταση των συμμετεχόντων. Με βάση τα σχετικά αποτελέσματα που φαίνονται στον Πίνακα 5, το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος με ποσοστό 87% (40 άτομα από 46) δεν είναι έγγαμοι ενώ μόνο το 13% των συμμετεχόντων ανήκουν στη συγκεκριμένη κατηγορία. Ωστόσο από το διάγραμμα που ακολουθεί, διαπιστώνουμε ότι δεν υπήρξε απάντηση για την τελευταία κατηγορία των διαζευγμένων.

Πίνακας 5: Δημογραφικά στοιχεία - Οικογενειακή κατάσταση

3. Οικογενειακή κατάσταση					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άγαμος	40	87,0	87,0	87,0
	Έγγαμος	6	13,0	13,0	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

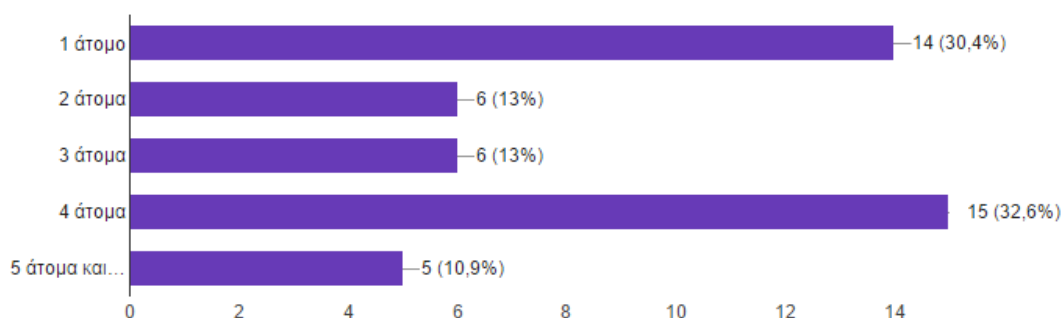


Εικόνα 12: Διάγραμμα απαντήσεων ανά οικογενειακή κατάσταση

Σε ότι αφορά το μέγεθος του νοικοκυριού των ερωτηθέντων, οι πλειοψηφία των ατόμων φαίνεται να ανήκει στην κατηγορία με 4 άτομα με ποσοστό 32,6% (15 απαντήσεις) αντίστοιχα. Επόμενη είναι η κατηγορία μεγέθους νοικοκυριού του ενός ατόμου με ποσοστό 30,4% , ενώ ίδια ποσοστά (13%) παρουσιάζουν οι κατηγορίες των δύο και τριών ατόμων.

Πίνακας 6: Δημογραφικά στοιχεία - Μέγεθος νοικοκυριού

4. Μέγεθος νοικοκυριού					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 άτομο	14	30,4	30,4	30,4
	2 άτομα	6	13,0	13,0	43,5
	3 άτομα	6	13,0	13,0	56,5
	4 άτομα	15	32,6	32,6	89,1
	5 άτομα και πάνω	5	10,9	10,9	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

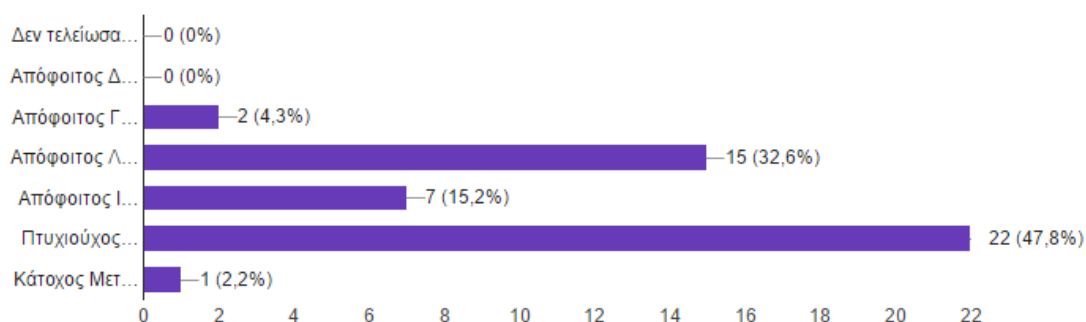


Εικόνα 13: Διάγραμμα παρουσίασης μεγέθους νοικοκυριού ανά κατηγορία

Σχετικά με το εκπαιδευτικό επίπεδο των ερωτηθέντων (Πίνακας 7) την πρώτη θέση κατέχουν οι πτυχιούχοι ΑΕΙ/ΤΕΙ με ποσοστό 45,7%, ενώ ακολουθούν οι απόφοιτοι λυκείου με ποσοστό 32,6%. Πολύ μικρότερο ποσοστό συγκέντρωσαν οι κατηγορίες των αποφοίτων ΙΕΚ/Τεχνικής Σχολής και αποφοίτων γυμνασίου με ποσοστά 13% και 4,3% αντίστοιχα. Τέλος, με ποσοστό μόλις 2,2% ακολουθούν οι κάτοχοι μεταπτυχιακού ή και διδακτορικού τίτλου. Από το αντίστοιχο διάγραμμα, διαπιστώνουμε πως δεν υπήρξε συμμετέχων στην έρευνα χωρίς να έχει ολοκληρώσει την υποχρεωτική εκπαίδευση.

Πίνακας 7: Δημογραφικά στοιχεία - επίπεδο εκπαίδευσης

5. Επίπεδο εκπαίδευσης					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Απόφοιτος Γυμνασίου	2	4,3	4,4	4,4
	Απόφοιτος ΙΕΚ/Τεχνικής Σχολής	6	13,0	13,3	17,8
	Απόφοιτος Λυκείου	15	32,6	33,3	51,1
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού/Διδακτορικού	1	2,2	2,2	53,3
	Πτυχιούχος ΑΕΙ/ΤΕΙ	21	45,7	46,7	100,0
	Total	45	97,8	100,0	
Missing	6	1	2,2		
Total		46	100,0		



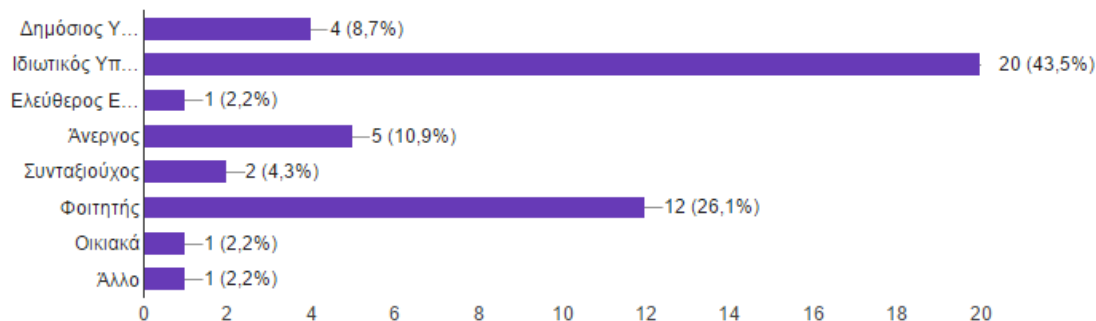
Εικόνα 14: Διάγραμμα παρουσίασης επιπέδου εκπαίδευσης ανά πλήθος απαντήσεων

Παρατηρώντας τον Πίνακα 8, διαπιστώνουμε πως με ποσοστό 43,5% στην πλειοψηφία τους οι ερωτηθέντες απασχολούνται στον ιδιωτικό τομέα, ενώ με ποσοστό 26,1% ακολουθεί η κατηγορία των φοιτητών.

Η αμέσως επόμενη κατηγορία με ποσοστό 10,9%, είναι αυτή των ανέργων, ενώ ακολουθούν και οι υπόλοιπες κατηγορίες δημοσίων υπαλλήλων (8,7%), ελεύθεροι επαγγελματίες (2,2%), συνταξιούχοι (4,3%) καθώς επίσης υπάρχει και απάντηση αγρότης ως επιλογή στην κατηγορία “άλλο” όπως φαίνεται και στο σχετικό διάγραμμα που ακολουθεί τον Πίνακα.

Πίνακας 8: Δημογραφικά στοιχεία - Επάγγελμα

6. Επάγγελμα					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Αγρότης	1	2,2	2,2	2,2
	Άνεργος	5	10,9	10,9	13,0
	Δημόσιος Υπάλληλος	4	8,7	8,7	21,7
	Ελεύθερος Επαγγελματίας	1	2,2	2,2	23,9
	Ιδιωτικός Υπάλληλος	20	43,5	43,5	67,4
	Οικιακά	1	2,2	2,2	69,6
	Συνταξιούχος	2	4,3	4,3	73,9
	Φοιτητής	12	26,1	26,1	100,0
	Total	46	100,0	100,0	



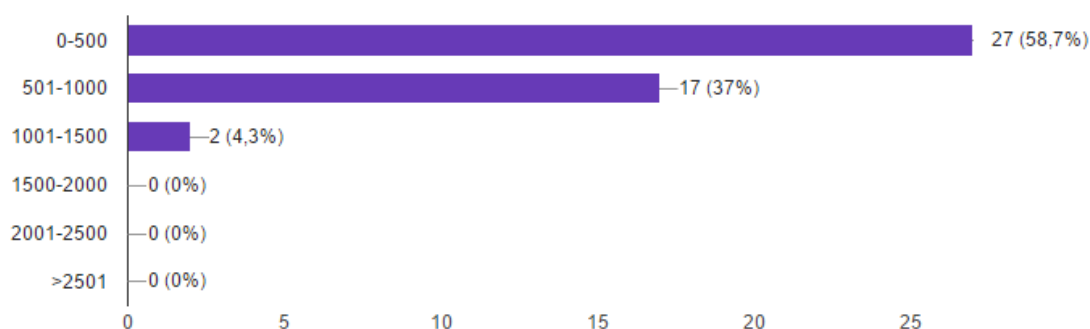
Εικόνα 15: Διάγραμμα παρουσίασης επαγγέλματος ανά πλήθος απαντήσεων

Στον επόμενο Πίνακα, παρατίθενται τα αποτελέσματα σχετικά με τις απαντήσεις που δόθηκαν από τους ερωτηθέντες όσον αφορά στο μηνιαίο εισόδημά τους. Διαπιστώνουμε επομένως, πως το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων λαμβάνει πολύ χαμηλό εισόδημα ή και καθόλου όπως δείχνει η κατηγορία με το μεγαλύτερο ποσοστό, δηλαδή 0-500 Ευρώ, με ποσοστό 58,7%, πάνω από το μισό πληθυσμό του δείγματος. Ακολουθεί η αμέσως επόμενη κατηγορία στην εισοδηματική κλίμακα που διαμορφώθηκε για τις ανάγκες της έρευνας αυτής και είναι αυτή των 501-1000 Ευρώ, η οποία συγκεντρώνει ποσοστό 37%.

Τέλος, η επόμενη κατηγορία 1001-1500 Ευρώ με δύο απαντήσεις και ποσοστό 4,3%. Διαπιστώνουμε από το σχετικό διάγραμμα της Εικόνας 16 πως δεν υπήρχαν απαντήσεις για τις πιο υψηλές κατηγορίες μηνιαίων εισοδημάτων.

Πίνακας 9: Λοιπά στοιχεία ερωτηθέντων - εισόδημα

7. Μηνιαίο εισόδημα σε Ευρώ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0-500	27	58,7	58,7	58,7
	1001-1500	2	4,3	4,3	63,0
	501-1000	17	37,0	37,0	100,0
	Total	46	100,0	100,0	



Εικόνα 16: Διάγραμμα παρουσίασης εισοδήματος ανά πλήθος απαντήσεων

Στην ερώτηση σχετικά με τη μείωση του εισοδήματος των ατόμων εξαιτίας της οικονομικής κρίσης, το μεγαλύτερο μέρος των συμμετεχόντων απάντησαν ότι έχει μειωθεί αρκετά το εισόδημά τους με ποσοστό 32,6%, ενώ ορισμένοι απάντησαν πως η μείωση είναι πολλή και πάρα πολλή με ίδιο ποσοστό της τάξης του 21,7%. Λιγότεροι ήταν εκείνη που απάντησαν πως δεν έχει μειωθεί το εισόδημά τους εξαιτίας της οικονομικής κρίσης ή έχει μειωθεί λίγο με ποσοστό 8,7% και 15,2% αντίστοιχα.

Πίνακας 10: Επιρροή οικονομικής κρίσης στο πραγματικό διαθέσιμο εισόδημα

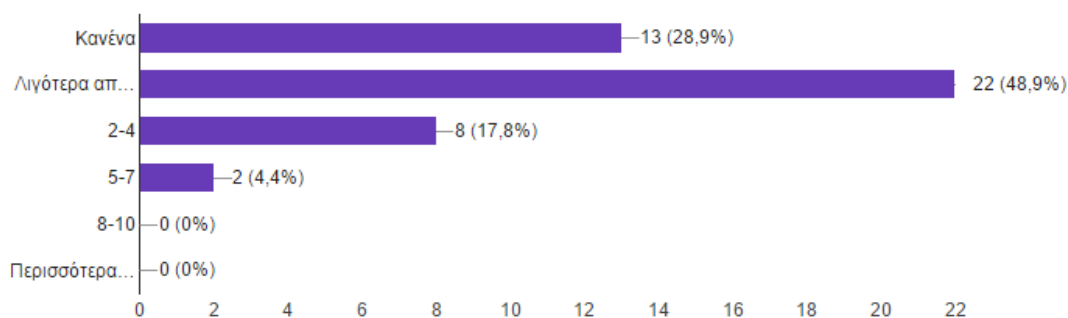
8. Το πραγματικό διαθέσιμο εισόδημά σας έχει μειωθεί εξαιτίας της οικονομικής κρίσης;					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	4	8,7	8,7	8,7
	Λίγο	7	15,2	15,2	23,9
	Αρκετά	15	32,6	32,6	56,5
	Πολύ	10	21,7	21,7	78,3
	Πάρα	10	21,7	21,7	100,0

	πολύ				
	Total	46	100,0	100,0	

Για να έχουμε μια καλύτερη και πιο σαφή εικόνα σχετικά με το βαθμό στον οποίο έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση τις επιλογές και αποφάσεις των Ελλήνων δημιουργήσαμε και ερωτήσεις σχετικές με ορισμένες επιλογές κατά περιπτώσεις. Πιο συγκεκριμένα, για να διαπιστώσουμε τη συχνότητα που ταξιδεύουν οι Έλληνες την περίοδο αυτή ζητήσαμε από τους συμμετέχοντες να απαντήσουν στην παρακάτω ερώτηση σχετικά με τον αριθμό ταξιδιών που πραγματοποίησαν την προηγούμενη χρονιά. Όπως φαίνεται από τα αποτελέσματα στον Πίνακα 11, το μεγαλύτερο μέρος των ερωτηθέντων πραγματοποίησε λιγότερα από δύο ταξίδια την προηγούμενη χρονιά με ποσοστό 47,8%. Μεγάλο είναι το ποσοστό εκείνων οι οποίοι δεν πραγματοποίησαν κανένα ταξίδι τη χρονιά αυτή, ενώ ακολουθούν με ποσοστό 17,4% 2-4 ταξίδια και με ακόμη μικρότερο ποσοστό 5-7 ταξίδια (4,3%).

Πίνακας 11: Αριθμός ταξιδιών που πραγματοποιήθηκαν

9. Πόσα ταξίδια πραγματοποίησατε τη χρονιά 2016;					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2-4	8	17,4	17,8	17,8
	5-7	2	4,3	4,4	22,2
	Κανένα	13	28,3	28,9	51,1
	Λιγότερα από 2	22	47,8	48,9	100,0
	Total	45	97,8	100,0	
Missing	5	1	2,2		
Total		46	100,0		



Εικόνα 17: Διάγραμμα παρουσίασης αριθμού ταξιδιών ανά πλήθος απαντήσεων

Σχετικά με τους λόγους για τους οποίους δεν πραγματοποιήθηκε κάποιο ταξίδι την προηγούμενη χρονιά διαπιστώνουμε ότι ήταν κυρίως οικονομικοί καθώς η απάντηση αυτή συγκεντρώνει το μεγαλύτερο ποσοστό 47,8% σε σχέση με τις υπόλοιπες απαντήσεις που δόθηκαν. Η έλλειψη χρόνου ήταν η επόμενη επιλογή στις απαντήσεις των ερωτηθέντων με ποσοστό 10,9%.

Πίνακας 12: Λόγοι μη πραγματοποίησης ταξιδιών

10. Για ποιο λόγο δεν πραγματοποιήσατε κανένα ταξίδι;					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Δεν μου πολύ αρέσουν	1	2,2	3,3	3,3
	Έλλειψη χρόνου	5	10,9	16,7	20,0
	Οικονομικοί λόγοι	22	47,8	73,3	93,3
	Πραγματοποίησα	1	2,2	3,3	96,7
	Στρατός	1	2,2	3,3	100,0
	Total	30	65,2	100,0	
Missing	6	16	34,8		
Total		46	100,0		

Στη συνέχεια, οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να απαντήσουν στην ερώτηση σχετικά με τη διάρκεια των ταξιδιών που πραγματοποίησαν. Με βάση τα αποτελέσματα της ανάλυσης που παρουσιάζονται στον Πίνακα 13, παρατηρούμε πως το μεγαλύτερο ποσοστό 50%, δηλαδή οι μισοί συμμετέχοντες, απάντησαν πως η διάρκεια του ταξιδιού σε ημέρες ήταν 1-3 επιλέγοντας την πρώτη κατηγορία. Ορισμένοι επέλεξαν την αμέσως επόμενη κατηγορία στην κλίμακα 4-7 ημέρες με ποσοστό 26,1%. Διαπιστώνουμε από τα αποτελέσματα αυτά πως στην πλειοψηφία τους οι συμμετέχοντες πραγματοποίησαν ταξίδια μικρής διάρκειας.

Πίνακας 13: Κλίμακα διάρκειας ταξιδιών σε ημέρες

11. Ποιά ήταν η διάρκεια του ταξιδιού (σε ημέρες);					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
valid	1-3	23	50,0	63,9	63,9
	15 και άνω	1	2,2	2,8	66,7
	4-7	12	26,1	33,3	100,0
	Total	36	78,3	100,0	
Missing	4	10	21,7		
Total		46	100,0		

Ως επιλογή σχετικά με τον προορισμό ταξιδιού παρατηρούμε πως η Ελλάδα έρχεται στην πρώτη θέση συγκεντρώνοντας την πλειοψηφία των απαντήσεων των ερωτηθέντων με ποσοστό 67,4% καθώς από τους περισσότερους να αντιμετωπίζεται ως οικονομικότερη επιλογή και από την άποψη των δαπανών για μετακινήσεις από και προς τον προορισμό, ενώ το εξωτερικό βρίσκεται στην επόμενη θέση με ποσοστό 10,9%.

Πίνακας 14: Επιλογή προορισμού ταξιδιού

12. Επιλέξτε προορισμό ταξιδιού					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ελλάδα	31	67,4	86,1	86,1
	Εξωτερικό	5	10,9	13,9	100,0
	Total	36	78,3	100,0	
Missing	3	10	21,7		
Total		46	100,0		

Πίνακας 15: Λόγοι πραγματοποίησης ταξιδιού

13. Για ποιους λόγους ταξιδεύετε κυρίως;					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ανάπαυση, αναψυχή, διακοπές	20	43,5	46,5	46,5
	Ανάπαυση, αναψυχή, διακοπές, Επίσκεψη σε συγγενείς και φίλους	3	6,5	7,0	53,5
	Ανάπαυση, αναψυχή, διακοπές, Λοιπά ταξίδια (προσκύνημα, αγωγή υγείας)	1	2,2	2,3	55,8
	Εκπαιδευτικοί, Ανάπαυση, αναψυχή, διακοπές	1	2,2	2,3	58,1
	Επαγγελματικοί, Ανάπαυση, αναψυχή, διακοπές	2	4,3	4,7	62,8
	Επαγγελματικοί, Εκπαιδευτικοί	1	2,2	2,3	65,1
	Επαγγελματικοί, Επίσκεψη σε συγγενείς και φίλους	1	2,2	2,3	67,4

	Επαγγελματικοί, Προσωπικοί, Αθλητικοί	1	2,2	2,3	69,8
	Επίσκεψη σε συγγενείς και φίλους	5	10,9	11,6	81,4
	Προσωπικοί	6	13,0	14,0	95,3
	Προσωπικοί, Επίσκεψη σε συγγενείς και φίλους	2	4,3	4,7	100,0
	Total	43	93,5	100,0	
Missing	12	3	6,5		
	Total	46	100,0		

Στον πίνακα 15 παρουσιάζονται οι λόγοι για τους οποίους οι ερωτηθέντες επέλεξαν να πραγματοποιήσουν κάποιο ταξίδι. Όπως παρατηρούμε λοιπόν, οι λόγοι που παρακίνησαν τα άτομα ήταν κυρίως για ανάπαυση, αναψυχή και ψυχαγωγία με ποσοστό 43,5%. Αρκετοί είναι εκείνοι που απάντησαν ότι κυρίως προσωπικοί λόγοι είναι αυτοί που τους ωθούν να πραγματοποιήσουν ταξίδια με ποσοστό 13%, ενώ πολύ ήταν οι συμμετέχοντες στην έρευνα που έδωσαν συνδυαστικές απαντήσεις στη συγκεκριμένη ερώτηση όπως για παράδειγμα Επαγγελματικοί λόγοι, προσωπικοί και αθλητικοί με ποσοστό 2,2%.

Σχετικά με την επιλογή καταλύματος, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων προτιμά ξενοδοχεία και παρόμοια καταλύματα σε ποσοστό 52,2%, ενώ τα ενοικιαζόμενα δωμάτια έρχονται δεύτερα στις προτιμήσεις με ποσοστό 17,4%. Ακολουθούν οι περιπτώσεις καταλύματος που παρέχονται δωρεάν από συγγενείς και φίλους με ποσοστό 10,9% και τέλος, το κάμπινγκ με ποσοστό 4,3%.

Πίνακας 16: Επιλογή καταλύματος

14. Συνήθως επιλέγω ως κατάλυμα					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ενοικιαζόμενα δωμάτια	8	17,4	20,5	20,5
	Κάμπινγκ	2	4,3	5,1	25,6
	Μη ενοικιαζόμενα καταλύματα (παρέχονται δωρεάν από συγγενείς και	5	10,9	12,8	38,5
	Ξενοδοχεία και παρόμοια καταλύματα	24	52,2	61,5	100,0
	Total	39	84,8	100,0	
Missing	5	7	15,2		
	Total	46	100,0		

Παρατηρούμε εξετάζοντας τον Πίνακα 17, πως επιλέγεται σε πολύ μεγάλο ποσοστό της τάξης του 80,4%, ο άμεσος τρόπος κράτησης σε αντίθεση με την πραγματοποίηση κρατήσεων μέσω ταξιδιωτικού γραφείου που συγκεντρώνει ποσοστό 4,3% με μόλις δύο απαντήσεις από το σύνολο των 39 έγκυρων απαντήσεων.

Πίνακας 17: Επιλογή τρόπου πραγματοποίησης κρατήσεων

15. Επιλέγω συνήθως τον παρακάτω τρόπο κράτησης					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άμεση κράτηση/Ελεύθερες διακοπές	37	80,4	94,9	94,9
	Μέσω ταξιδιωτικού γραφείου/Οργανωμένες διακοπές	2	4,3	5,1	100,0
	Total	39	84,8	100,0	
Missing	3	7	15,2		
Total		46	100,0		

Στον Πίνακα 18 που ακολουθεί παρατηρούμε τα αποτελέσματα σχετικά με την επιλογή μεταφορικού μέσου για την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού. Πιο συγκεκριμένα, διαπιστώνουμε πως το 43,5% των ερωτηθέντων επιλέγει τη μετακίνηση οδικώς ως πιο οικονομική επιλογή ενώ, όμοιο είναι το ποσοστό των δύο επόμενων επιλογών αεροπορικώς και θαλασσίως (15,2%) στο σύνολο των 34 έγκυρων απαντήσεων.

Πίνακας 18: Επιλογή μέσου μετακίνησης

16. Επιλογή μεταφορικού μέσου					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Αεροπορικώς	7	15,2	20,6	20,6
	Θαλασσίως (Πλοία, Καράβια)	7	15,2	20,6	41,2
	Οδικώς (Λεωφορεία, ΙΧ αυτοκίνητα, Μηχανή)	20	43,5	58,8	100,0
	Total	34	73,9	100,0	
Missing	4	12	26,1		
Total		46	100,0		

Σχετικά με την περίοδο στην οποία πραγματοποιούνται ταξίδια (Πίνακας 19), διαπιστώνουμε πως με ποσοστό 52,2% δόθηκε η απάντηση από τους ερωτηθέντες, πως δεν επιλέγουν να πραγματοποιήσουν ταξίδια μόνο κατά την περίοδο των διακοπών δηλαδή, Χριστούγεννα, Πάσχα και Καλοκαίρι, γεγονός που μπορεί να σημαίνει ότι αποφεύγουν τις ακριβότερες διακοπές κυρίως τις περιόδους των διακοπών. Στην αντίθετη περίπτωση το 41,3% απάντησε πως όντως πραγματοποιεί ταξίδια τις συγκεκριμένες χρονικές περιόδους των διακοπών.

Πίνακας 19: Επιλογή πραγματοποίησης ταξιδιού την περίοδο των διακοπών

17. Πραγματοποιήσατε ταξίδια μόνο κατά την περίοδο των διακοπών (Χριστούγεννα, Πάσχα, Καλοκαίρι);					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	19	41,3	44,2	44,2
	OXI	24	52,2	55,8	100,0
	Total	43	93,5	100,0	
Missing	3	3	6,5		
Total		46	100,0		

Στην ερώτηση που ακολουθεί οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να απαντήσουν σχετικά με τους παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν την επιλογή μια τουριστικής περιοχής και τη σημασία καθενός από αυτούς για τους ερωτηθέντες. Με βάση τις απαντήσεις που παρουσιάζονται στον Πίνακα 20 διαπιστώνουμε πως το είδος του τουριστικού καταλύματος είναι ένας παράγοντας που επηρεάζει λίγο τις επιλογές των ατόμων σε ποσοστό 30,4%, ενώ σε ποσοστό 28,3% επηρεάζονται αρκετά από το συγκεκριμένο παράγοντα. Εξίσου μεγάλο ποσοστό ήταν εκείνο που δήλωσε πως δεν επηρεάζεται καθόλου από το είδος του τουριστικού καταλύματος με ποσοστό 15,2%.

Πίνακας 20: Παράγοντες που επηρεάζουν τη διάρκεια

18. [Είδος Τουριστικού καταλύματος]					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Αρκετά	13	28,3	31,0	31,0
	Καθόλου	7	15,2	16,7	47,6
	Λίγο	14	30,4	33,3	81,0
	Πάρα πολύ	3	6,5	7,1	88,1
	Πολύ	5	10,9	11,9	100,0
	Total	42	91,3	100,0	
Missing	6	4	8,7		
Total		46	100,0		

Ο επόμενος παράγοντας που εξετάστηκε είναι αυτός του τουριστικού προορισμού. Η ανάλυση των σχετικών απαντήσεων παρουσιάζεται στον Πίνακα 21, με βάση τις οποίες παρατηρούμε πως επίσης είναι ένας παράγοντας χωρίς ιδιαίτερη σημασία για τα άτομα αφού με ποσοστό 26,1% απάντησαν πως του επηρεάζει λίγο ή αρκετά.

Πίνακας 21: Παράγοντες που επηρεάζουν τη διάρκεια 2

18. [Είδος τουριστικού προορισμού]					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Αρκετά	12	26,1	29,3	29,3
	Καθόλου	5	10,9	12,2	41,5
	Λίγο	12	26,1	29,3	70,7
	Πάρα πολύ	3	6,5	7,3	78,0
	Πολύ	9	19,6	22,0	100,0
	Total	41	89,1	100,0	
Missing	6	5	10,9		
Total		46	100,0		

Στην παρακάτω περίπτωση ωστόσο, που παρουσιάζεται στον Πίνακα 22, παρατηρούμε πως οι προσιτές τιμές είναι ένας σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει τις επιλογές των ατόμων σε ποσοστό 39,1%. Ωστόσο, στο σύνολό τους γενικά οι απαντήσεις δείχνουν διαφοροποίηση σχετικά με τη σημασία του συγκεκριμένου παράγοντα.

Πίνακας 22: Παράγοντες που επηρεάζουν τη διάρκεια 3

18. [Προσιτές τιμές]					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Αρκετά	18	39,1	41,9	41,9
	Καθόλου	1	2,2	2,3	44,2
	Λίγο	9	19,6	20,9	65,1
	Πάρα πολύ	9	19,6	20,9	86,0
	Πολύ	6	13,0	14,0	100,0
	Total	43	93,5	100,0	
Missing	6	3	6,5		
Total		46	100,0		

Πίνακας 23: Παράγοντες που επηρεάζουν τη διάρκεια 4

18. [Φύση (παραλίες, βουνά)]					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Αρκετά	14	30,4	32,6	32,6
	Καθόλου	5	10,9	11,6	44,2
	Λίγο	6	13,0	14,0	58,1
	Πάρα πολύ	8	17,4	18,6	76,7
	Πολύ	10	21,7	23,3	100,0
	Total	43	93,5	100,0	
Missing	6	3	6,5		
Total		46	100,0		

Παρατηρώντας τα αποτελέσματα που συγκεντρώνονται στον παραπάνω πίνακα 23 διαπιστώνουμε πως αρκετά σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει τις επιλογές των ατόμων αποτελούν και οι φυσικές ομορφιές μια συγκεκριμένης περιοχής που θεωρούνται αρκετά σημαντικές σε ποσοστό 30,4%, πολύ σημαντικές και πάρα πολύ σημαντικές σε ποσοστό 21,7% και 17,4% αντίστοιχα.

Στη συνέχεια στον Πίνακα 24 βλέπουμε τα σχετικά αποτελέσματα που αφορούν τον παράγοντα της ποιότητας του τουριστικού καταλύματος με μεγαλύτερο ποσοστό 30,4% να θεωρεί αρκετά σημαντικό το συγκεκριμένο παράγοντα. Σε ποσοστό 28,3% θεωρείται ένας παράγοντας με λίγη σημασία, ενώ σε ποσοστό 17,4 θεωρείται από τους ερωτηθέντες ένας πολύ σημαντικός παράγοντας.

Πίνακας 24: Παράγοντες που επηρεάζουν 5

18. [Ποιότητα τουριστικού καταλύματος]					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Αρκετά	14	30,4	34,1	34,1
	Καθόλου	3	6,5	7,3	41,5
	Λίγο	13	28,3	31,7	73,2
	Πάρα πολύ	3	6,5	7,3	80,5
	Πολύ	8	17,4	19,5	100,0
	Total	41	89,1	100,0	
Missing	6	5	10,9		
Total		46	100,0		

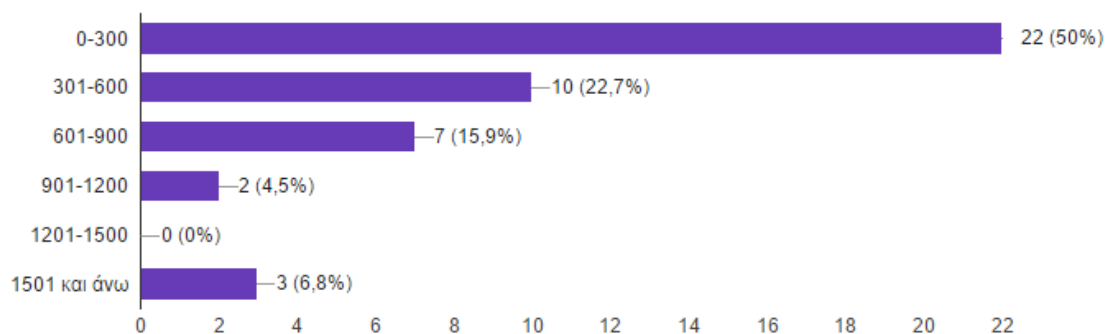
Πίνακας 25: Παράγοντες που επηρεάζουν 6

18. [Ποιότητα περιοχής]					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Αρκετά	15	32,6	36,6	36,6
	Καθόλου	1	2,2	2,4	39,0
	Λίγο	9	19,6	22,0	61,0
	Πάρα πολύ	4	8,7	9,8	70,7
	Πολύ	12	26,1	29,3	100,0
	Total	41	89,1	100,0	
Missing	6	5	10,9		
Total		46	100,0		

Σε ότι αφορά την συνολική ποιότητα μιας περιοχής σε ποσοστό 32,6% οι συμμετέχοντες στην έρευνα δίνουν αρκετή σημασία στο συγκεκριμένο παράγοντα, ενώ τα υπόλοιπα ποσοστά διαμορφώνονται όπως παρουσιάζονται στον παραπάνω Πίνακα 25.

Πίνακας 26: Κλίμακα ύψους συνολικών δαπανών

19. Πόσα χρήματα σε Ευρώ δαπανήσατε συνολικά στις διακοπές σας τη χρονιά 2016;					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0-300	22	47,8	50,0	50,0
	1501 και άνω	3	6,5	6,8	56,8
	301-600	10	21,7	22,7	79,5
	601-900	7	15,2	15,9	95,5
	901-1200	2	4,3	4,5	100,0
	Total	44	95,7	100,0	
Missing	6	2	4,3		
Total		46	100,0		



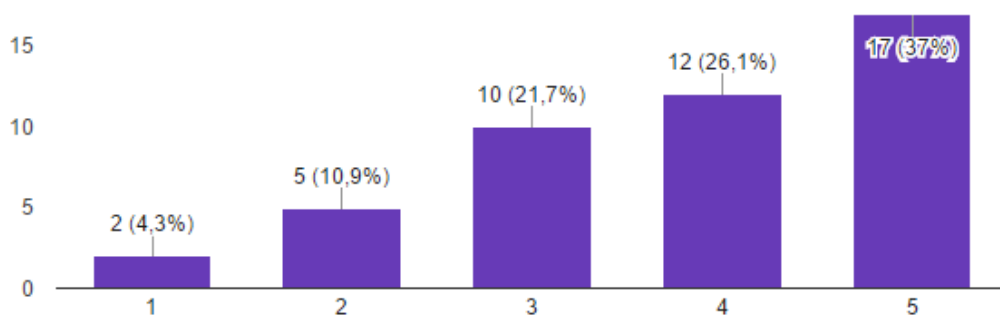
Εικόνα 18: Διάγραμμα παρουσίασης συνολικών δαπανών ανά πλήθος απαντήσεων

Στη συνέχεια εξετάστηκε το συνολικό ποσό που δαπανήθηκε από τα άτομα κατά τη διάρκεια των διακοπών την προηγούμενη χρονιά. Τα σχετικά αποτελέσματα συγκεντρώνονται στον Πίνακα 26 και στο αντίστοιχο διάγραμμα της Εικόνας 19. Ειδικότερα, διαπιστώνουμε παρατηρώντας τα αποτελέσματα αυτά πως σε ποσοστό 47,8% δόθηκε η απάντηση με βάση το πρώτο επίπεδο της κλίμακας δαπανών δηλαδή 0-300 Ευρώ. Επόμενη απάντηση που συγκεντρώνει μεγάλο ποσοστό της τάξης του 21,7% είναι η αμέσως επόμενη κλίμακα δαπανών 301-600 Ευρώ. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα αυτά μπορούμε να συμπεράνουμε πως στην πλειοψηφία των περιπτώσεων είναι σχετικά μικρό το ποσό που δαπανάται συνολικά στις διακοπές των ατόμων αυτών.

Τέλος, οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να δώσουν απάντηση σχετικά με το βαθμό στον οποίο έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση τις τουριστικές προτιμήσεις τους για διακοπές. Τα αποτελέσματα από την ανάλυση των σχετικών απαντήσεων παρατίθενται στον Πίνακα 27 που ακολουθεί. Διαπιστώνουμε επομένως, πως σε ποσοστό 37%, έχουν επηρεαστεί πάρα πολύ οι προτιμήσεις των τουριστών ενώ πολύ μικρός μέρος των ερωτηθέντων απάντησαν πως έχουν επηρεαστεί λίγο ή καθόλου οι προτιμήσεις τους εξαιτίας της κρίσης με ποσοστά 10,9% και 4,3% αντίστοιχα.

Πίνακας 27: Βαθμός στον οποίο επηρεάζει η οικονομική κρίση τις τουριστικές προτιμήσεις

20. Έχει επηρεάσει συνολικά η οικονομική κρίση της τουριστικές προτιμήσεις σας για διακοπές;					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	2	4,3	4,3	4,3
	Λίγο	5	10,9	10,9	15,2
	Αρκετά	10	21,7	21,7	37,0
	Πολύ	12	26,1	26,1	63,0
	Πάρα πολύ	17	37,0	37,0	100,0
	Total	46	100,0	100,0	



Εικόνα 19: Διάγραμμα κλίμακας επηρεασμού των τουριστικών προτιμήσεων

Στο επόμενο στάδιο της μελέτης των αποτελεσμάτων προχωράμε στην ανάλυση συνδυαστικών στοιχείων για να κατανοήσουμε καλύτερα τους συμμετέχοντες και τον τρόπο με τον οποίο διαμορφώνονται οι προτιμήσεις τους καθώς επίσης και ποια στοιχεία τις επηρεάζουν. Ειδικότερα, στον Πίνακα 28 παρουσιάζουμε την ανάλυση των απαντήσεων σχετικά με τις συνολικές δαπάνες στις διακοπές την προηγούμενη χρονιά, σε σχέση με το φύλο του κάθε ερωτηθέντα. Πιο συγκεκριμένα, βλέπουμε το πλήθος των σχετικών απαντήσεων ανά κατηγορία φύλου και συνολικές δαπάνες με βάση την αντίστοιχη κλίμακα. Για παράδειγμα στην πρώτη περίπτωση της χαμηλότερης κλίμακας δαπανών 0-300 Ευρώ, στο σύνολο των 22 απαντήσεων για τη συγκεκριμένη περίπτωση 12 από αυτές δόθηκαν από άνδρες ενώ οι υπόλοιπες 10 από γυναίκες.

Πίνακας 28: Συνδυαστική ανάλυση δαπανών ανά κατηγορία φύλου

E19*E1 Cross Tabulation					
		1. Φύλο		Total	
		Ανδρας	Γυναίκα		
19. Πόσα χρήματα σε Ευρώ δαπανήσατε συνολικά στις διακοπές σας τη χρονιά 2016;	0-300	Count	12	10	22
		%within E19	54,5%	45,5%	
		% within E1	50,0%	50,0%	
	1501 και άνω	count	2	1	3
		% within E19	66,7%	33,3%	
		% within E1	8,3%	5,0%	
	301-600	Count	4	6	10
		% within E19	40,0%	60,0%	
		% within E1	16,7%	30,0%	
	601-900	Count	5	2	7
		% within E19	71,4%	28,6%	
		% within E1	20,8%	10,0%	
901-1200	Count	1	1	2	
	% within E19	50,0%	50,0%		
	% within E1	4,2%	5,0%		
Total		Count	24	20	44

Μια βασική παρατήρηση σχετικά με την πραγματοποίηση της συγκεκριμένης έρευνας, αποτελεί η διαπίστωση του βαθμού στον οποίο η διάρκεια ενός ταξιδιού επηρεάζεται από το ύψος του μηνιαίου εισοδήματος. Δημιουργήθηκε για το λόγο αυτό, ο παρακάτω Πίνακας 29, στον οποίο παρουσιάζονται τα σχετικά αποτελέσματα της ανάλυση του συνδυασμού των αντίστοιχων ερωτήσεων. Μπορούμε με βάση τα αποτελέσματα αυτά να διαπιστώσουμε πως στις περιπτώσεις των χαμηλών εισοδημάτων με βάση την αντίστοιχη κλίμακα (0-500 Ευρώ, 12 άτομα) ήταν αντίστοιχα περιορισμένη η διάρκεια του ταξιδιού (1-3 ημέρες) για τα άτομα που ανήκουν στις κατηγορίες αυτές της εισοδηματικής κλίμακας. Λίγα ήταν τα άτομα που παρά το υψηλότερο εισόδημά τους επέλεξαν να κάνουν ταξίδι μεγαλύτερης διάρκειας εξαιτίας ενδεχομένως έλλειψης χρόνου ή και προσπάθειας εξοικονόμησης χρημάτων αποφεύγοντας τις σχετικές δαπάνες για διακοπές.

Πίνακας 29: Συνδυαστική ανάλυση διάρκειας ταξιδιού και μηνιαίου εισοδήματος

E7*E11 Cross Tabulation						
			11. Ποιά ήταν η διάρκεια του ταξιδιού (σε ημέρες);			Total
			1-3	15 και άνω	4-7	
7. Μηνιαίο εισόδημα σε Ευρώ	0-500	Count	12	0	9	21
		% within E7	57,1%	0,0%	42,9%	
		% within E11	52,2%	0,0%	75,0%	
	1001-1500	Count	1	0	1	2
		% within E7	50,0%	0,0%	50,0%	
		% within E11	4,3%	0,0%	8,3%	
	501-1000	Count	10	1	2	13
		% within E7	76,9%	7,7%	15,4%	
		% within E11	43,5%	100,0%	16,7%	
Total		Count	23	1	12	36

Στον Πίνακα 30 που ακολουθεί, παρουσιάζεται η επιλογή προορισμού για κάθε περίπτωση μηνιαίου εισοδήματος με βάση τις αντίστοιχες απαντήσεις που δόθηκαν. Παρατηρώντας τα αποτελέσματα στον συγκεκριμένο Πίνακα, σε κάθε περίπτωση της εισοδηματικής κλίμακας, οι ερωτηθέντες κυρίως επιλέγουν την Ελλάδα ως προορισμό ταξιδιού, ενώ ορισμένοι επιλέγουν το εξωτερικό παρά το χαμηλό επίπεδο του μηνιαίου εισοδήματος κυρίως στην πρώτη περίπτωση της κλίμακας (0-500 Ευρώ). Το γεγονός αυτό μπορεί να οφείλεται στην δυνατότητα φιλοξενίας των ατόμων αυτών από φίλους ή συγγενείς στο εξωτερικό αποφεύγοντας με τον τρόπο αυτό τις δαπάνες για διαμονή και διατηρώντας το σύνολο των δαπανών σε χαμηλά επίπεδα δεδομένου του περιορισμένου μηνιαίου εισοδήματος.

Πίνακας 30: Συνδυαστική ανάλυση προορισμού ταξιδιού και μηνιαίου εισοδήματος

E7*E12 Cross Tabulation					
			12. Επιλέξτε προορισμό ταξιδιού		Total
			Ελλάδα	Εξωτερικό	
7. Μηνιαίο εισόδημα σε Ευρώ	0-500	Count	18	4	22
		% within E7	81,8%	18,2%	
		% within E12	58,1%	80,0%	
	1001-1500	Count	2	0	2
		% within E7	100,0%	0,0%	
		% within E12	6,5%	0,0%	
	501-1000	Count	11	1	12
		% within E7	91,7%	8,3%	
		% within E12	35,5%	20,0%	
Total		Count	31	5	36

Πίνακας 31: Συνδυαστική ανάλυση επηρεασμού τουριστικών προτιμήσεων και ηλικίας ερωτηθέντων

E2*E20 Cross Tabulation								
		20. Έχει επηρεάσει συνολικά η οικονομική κρίση της τουριστικές προτιμήσεις σας για διακοπές;					Total	
		Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ		
2. Ηλικία	18-24	Count	2	3	7	1	4	17
		% within E2	11,8%	17,6%	41,2%	5,9%	23,5%	
		% within E20	100,0%	60,0%	70,0%	8,3%	23,5%	
	25-34	Count	0	1	3	9	11	24
		% within E2	0,0%	4,2%	12,5%	37,5%	45,8%	
		% within E20	0,0%	20,0%	30,0%	75,0%	64,7%	
	35-44	Count	0	1	0	0	0	1
		% within E2	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
		% within E20	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
	45-54	Count	0	0	0	1	1	2
		% within E2	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	
		% within E20	0,0%	0,0%	0,0%	8,3%	5,9%	
	55-64	Count	0	0	0	1	1	2
		% within E2	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	
		% within E20	0,0%	0,0%	0,0%	8,3%	5,9%	
Total		Count	2	5	10	12	17	46

Στον παραπάνω Πίνακα 31 συγκεντρωτικά παρουσιάζεται ο βαθμός στον οποίο έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση τις τουριστικές προτιμήσεις για διακοπές, με βάση την ηλικία των συμμετεχόντων στην έρευνα. Σύμφωνα επομένως με τα αποτελέσματα αυτά, διαπιστώνουμε πως στις μικρότερες ηλικίες της πρώτης περίπτωσης της ηλικιακής κλίμακας (18-24), λίγοι είναι αυτοί που έχουν επηρεαστεί σε μεγάλο βαθμό από την οικονομική κρίση σε σχέση με τις προτιμήσεις τους για διακοπές. Στην αμέσως επόμενη περίπτωση της ηλικιακής κλίμακας (25-34) είναι περισσότερα τα άτομα που δήλωσαν πως έχουν επηρεαστεί οι προτιμήσεις τους αρκετά έως πάρα πολύ από την οικονομική κρίση (3, 9 και 11 άτομα αντίστοιχα). Στις μεγαλύτερες ηλικίες, παρά το γεγονός πως στο σύνολό τους ήταν λίγα τα άτομα που ανήκουν στις κατηγορίες αυτές, ωστόσο, διαπιστώνουμε παρατηρώντας τον παραπάνω Πίνακα πως έχουν επηρεαστεί περισσότερο οι προτιμήσεις τους από την οικονομική κρίση είτε πολύ είτε πάρα πολύ κατά περίπτωση.

Πίνακας 32: Συνδυαστική ανάλυση επηρεασμού από την οικονομική κρίση ανά κατηγορία φύλου

E20*E1 Cross Tabulation					
		1. Φύλο			Total
		Άνδρας	Γυναίκα		
20. Έχει επηρεάσει συνολικά η οικονομική κρίση της τουριστικές προτιμήσεις σας για διακοπές;	Καθόλου	Count	1	1	2
		% within E20	50,0%	50,0%	
		% within E1	3,8%	5,0%	
	Λίγο	Count	1	4	5
		% within E20	20,0%	80,0%	
		% within E1	3,8%	20,0%	
	Αρκετά	Count	5	5	10
		% within E20	50,0%	50,0%	
		% within E1	19,2%	25,0%	
	Πολύ	Count	8	4	12
		% within E20	66,7%	33,3%	
		% within E1	30,8%	20,0%	
	Πάρα πολύ	Count	11	6	17
		% within E20	64,7%	35,3%	
		% within E1	42,3%	30,0%	
Total		Count	26	20	46

Στον Πίνακα 32 παρουσιάζουμε το βαθμό στον οποίο έχουν επηρεαστεί οι τουριστικές προτιμήσεις των ατόμων με βάση το φύλο τους. Διαπιστώνουμε με βάση τα σχετικά αποτελέσματα ότι περισσότεροι άνδρες δήλωσαν πως επηρεάστηκαν οι προτιμήσεις τους για διακοπές από την οικονομική κρίση με 11 από αυτούς να δηλώνουν πάρα πολύ ενώ 8 από αυτούς να δηλώνουν πολύ, σε αντίθεση με τις γυναίκες των οποίων οι απαντήσεις μοιράζονται σε περισσότερες κατηγορίες της κλίμακας.

Στον Πίνακα 33 που ακολουθεί παρατίθενται τα αποτελέσματα της συνδυαστικής ανάλυσης που αφορά το σύνολο των δαπανών στις διακοπές και την επιλογή του μεταφορικού μέσου για τη μετακίνηση. Με βάση τα αντίστοιχα στοιχεία του Πίνακα, διαπιστώνουμε πως στις περιπτώσεις που το ύψος των συνολικών δαπανών είναι χαμηλό αντίστοιχα, έχει επιλεγεί η μετακίνηση οδικώς είτε με λεωφορεία, αυτοκίνητα ή μηχανές γεγονός που είναι λογικό καθώς θεωρείται από την πλειοψηφία των ατόμων ως οικονομικότερος τρόπος μετακίνησης. Στις περιπτώσεις που αυξάνεται το ύψος των συνολικών δαπανών έχουν δοθεί απαντήσεις από τους ερωτηθέντες οι οποίες αφορούν και την επιλογή πιο ακριβών τρόπων μετακίνησης όπως για παράδειγμα αεροπορικώς.

Πίνακας 33: Συνδυαστική ανάλυση συνολικών δαπανών και επιλογή μέσου μετακίνησης

E19*E16 Cross tabulation						
			16. Επιλογή μεταφορικού μέσου			Total
			Αεροπορικώς	Θαλασσίως (Πλοία, Καράβια)	Οδικώς (Λεωφορεία, ΙΧ αυτοκίνητα, Μηχανή)	
19. Πόσα χρήματα σε Ευρώ δαπανήσατε συνολικά στις διακοπές σας τη χρονιά 2016;	0-300	Count	0	3	13	16
		% within E19	0,0%	18,8%	81,3%	
		% within E16	0,0%	42,9%	68,4%	
	1501 και άνω	Count	1	0	0	1
		% within E19	100,0%	0,0%	0,0%	
		% within E16	14,3%	0,0%	0,0%	
	301-600	Count	3	2	4	9
		% within E19	33,3%	22,2%	44,4%	
		% within E16	42,9%	28,6%	21,1%	
	601-900	Count	3	2	1	6
		% within E19	50,0%	33,3%	16,7%	
		% within E16	42,9%	28,6%	5,3%	
901-1200	Count	0	0	1	1	
	% within E19	0,0%	0,0%	100,0%		
	% within E16	0,0%	0,0%	5,3%		
Total		Count	7	7	19	33

Τέλος, ολοκληρώνουμε την ανάλυση με τον Πίνακα 34, στον οποίο παρουσιάζεται η διάρκεια του ταξιδιού σε ημέρες σε σχέση με το συνολικό ποσό των δαπανών που πραγματοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια του ταξιδιού. Με βάση τα αποτελέσματα αυτά διαπιστώνουμε στο σύνολο των περιπτώσεων το χαμηλό συνολικό επίπεδο των δαπανών 0-300 Ευρώ.

Ωστόσο, συνδυάζοντας τα υπόλοιπα αποτελέσματα μπορούμε να συμπεράνουμε πως είναι συγκεκριμένο το ύψος των χρημάτων που επιλέγει ο καθένας να δαπανήσει για ορισμένη διάρκεια ταξιδιού καθώς υπάρχουν περιπτώσεις που δαπανήθηκαν περισσότερα χρήματα με βάση την αντίστοιχη κλίμακα δαπανών για τον ίδιο αριθμό ημερών (301-600 Ευρώ, 1-3 ημέρες, σύνολο απαντήσεων 6) ή και λιγότερα χρήματα για μεγαλύτερο αριθμό ημερών (0-300 Ευρώ, 4-7 ημέρες, σύνολο απαντήσεων 5). Αυτό μας οδηγεί στο συμπέρασμα πως κατά κύριο λόγο οι δαπάνες στις διακοπές διαμορφώνονται βάσει ενός προϋπολογισμού των ατόμων.

Πίνακας 34: Συνδυαστική ανάλυση διάρκειας ταξιδιού και ύψους δαπανών

E19*E11 Cross Tabulation						
			11. Ποιά ήταν η διάρκεια του ταξιδιού (σε ημέρες);			Total
			1-3	15 και άνω	4-7	
19. Πόσα χρήματα σε Ευρώ δαπανήσατε συνολικά στις διακοπές σας τη χρονιά 2016;	0-300	Count	12	0	5	17
		% within E19	70,6%	0,0%	29,4%	
		% within E11	63,2%	0,0%	55,6%	
	1501 και άνω	Count	1	1	1	3
		% within E19	33,3%	33,3%	33,3%	
		% within E11	5,3%	100,0%	11,1%	
	301-600	Count	6	0	3	9
		% within E19	66,7%	0,0%	33,3%	
		% within E11	31,6%	0,0%	33,3%	
Total		Count	19	1	9	29

Κεφάλαιο 6. Συμπεράσματα

Στα πλαίσια της εργασίας αυτής μελετήσαμε την περίπτωση της οικονομικής κρίσης των τελευταίων χρόνων σε παγκόσμιο επίπεδο και συγκεκριμένα στην περίπτωση της Ελλάδας. Παράλληλα αναλύσαμε βασικές έννοιες και διακρίσεις του τουρισμού σε μία προσπάθεια να κατανοήσουμε καλύτερα τις ωθεί τα άτομα σε συγκεκριμένες επιλογές. Επίσης, περιγράψαμε την υπάρχουσα κατάσταση στην περίπτωση του τουρισμού δεδομένης της συνολικής οικονομικής κατάστασης που επικρατεί στη συνολική αγορά αλλά και στο συγκεκριμένο κλάδο.

Ως επόμενο στάδιο της έρευνας, προσπαθήσαμε να διαπιστώσουμε το βαθμό στον οποίο έχουν επηρεαστεί οι προτιμήσεις των Ελλήνων, αναφορικά με τις τουριστικές τους επιλογές, εξαιτίας της οικονομικής κρίσης στη χώρα. Για το σκοπό αυτό, δημιουργήθηκε ένα ερωτηματολόγιο με τη βοήθεια του GoogleForms και μοιράστηκε μέσω διαδικτύου. Συγκεντρώθηκαν 46 ερωτηματολόγια και στη συνέχεια ακολούθησε η ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας στο στατιστικό πακέτο SPSS.

Με βάση τα αποτελέσματα της ανάλυσης τα περισσότερα άτομα έρχονται αντιμέτωπα με τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης καθώς στο σύνολο των απαντήσεων η πλειοψηφία αφορούσε το χαμηλότερο επίπεδο της κλίμακας του μηνιαίου εισοδήματος.

Πιο συγκεκριμένα, παρατηρήθηκε πως πραγματοποιήθηκαν τη χρονιά που πέρασε λιγότερα ταξίδια σε αριθμό ενώ αρκετοί ήταν εκείνη σύμφωνα με τα αποτελέσματα, οι οποίοι δεν πραγματοποίησαν κανένα ταξίδι. Το γεγονός πως οι οικονομική κρίση σε σημαντικό βαθμό έχει επηρεάσει τις τουριστικές προτιμήσεις των Ελλήνων, ενισχύεται σε αυτή την περίπτωση και εξετάζοντας τους λόγους για τους οποίους τα άτομα δεν πραγματοποίησαν κανένα ταξίδι ή πραγματοποίησαν λίγα ταξίδια, και ήταν κυρίως οικονομικοί. Από τη διαδικασία της ανάλυσης, μπορέσαμε να διακρίνουμε επίσης και το γεγονός πως ακόμη και η διάρκεια του ταξιδιού στην πλειοψηφία των περιπτώσεων είναι περιορισμένη στις 1-3 ημέρες ενώ διευρύνοντας το συμπέρασμα αυτό μπορούμε να θεωρήσουμε πως στην πλειοψηφία δεν ξεπερνά τις επτά ημέρες.

Η κρίση φαίνεται να έχει επηρεάσει και την επιλογή τουριστικού προορισμού, με το πλήθος των ατόμων να επιλέγουν την Ελλάδα ως προορισμό ταξιδιού, ενδεχομένως λόγω του χαμηλότερου κόστους μετακίνησης σε συνδυασμό με την αδυναμία πραγματοποίησης ταξιδιών μεγαλύτερης διάρκειας κάτι που διευκολύνει τη μετακίνηση εντός των συνόρων της χώρας. Στο γεγονός αυτό προστίθεται και η επιλογή από το μεγαλύτερο μέρος των συμμετεχόντων της μεταφοράς οδικώς.

Ο συγκεκριμένος τρόπος μετακίνησης είναι γεγονός πως αντιμετωπίζεται από πολλούς ως ο πιο οικονομικός. Παράλληλα, σημαντικό μέρος των ατόμων, διαπιστώθηκε πως επιλέγει να πραγματοποιήσει κάποιο ταξίδι εκτός περιόδου διακοπών είτε Χριστουγέννων, είτε Πάσχα είτε καλοκαίρι. Μελετώντας το αποτέλεσμα της περίπτωσης αυτής μπορούμε εύκολα να συμπεράνουμε πως η επιλογή αυτή εξασφαλίζει ενδεχομένως μικρότερο ύψος δαπανών, καθώς στην αντίθετη περίπτωση πρόκειται για περιόδους υψηλής τουριστικής ζήτησης με αποτέλεσμα το κόστος διαμονής συνήθως να σημειώνει αύξηση τις περιόδους αυτές.

Επιπλέον, παρατηρούμε από τα αποτελέσματα της συγκεκριμένης έρευνας, ότι οι συνολικές δαπάνες των ατόμων που πραγματοποιούν κάποιο ταξίδι διατηρούνται σε χαμηλά επίπεδα της τάξης των τριακοσίων ευρώ, ενώ στην πλειοψηφία των περιπτώσεων δεν ξεπερνούν τα εξακόσια ευρώ.

Δεδομένου ότι ο στόχος της παρούσας έρευνας ήταν να διαπιστωθεί το κατά πόσο και αν η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει τις τουριστικές προτιμήσεις των Ελλήνων, καταλήγουμε στο συμπέρασμα, λαμβάνοντας υπόψη τα προηγούμενα αποτελέσματα που παραθέσαμε και τις απαντήσεις που δόθηκαν στη συγκεκριμένη ερώτηση, πως έχουν επηρεαστεί σε μεγάλο βαθμό οι τουριστικές προτιμήσεις και οι σχετικές αποφάσεις των ατόμων εξαιτίας της οικονομικής κρίσης και της γενικότερης οικονομικής δυσχέρειας. Πιο συγκεκριμένα, με ποσοστό 37% να δηλώνει πως έχει επηρεαστεί πάρα πολύ σε ότι αφορά τις προτιμήσεις από την οικονομική κρίση και με ποσοστό 26,1% να έχει επηρεαστεί πολύ, πρόκειται για ένα συνολικό ποσοστό 63,1% που σε καμία περίπτωση δε μπορεί να θεωρηθεί αμελητέο.

Βιβλιογραφία

Copyright Πανεπιστήμιο Πατρών, Δημήτρης Κοτούλας 2015. «Εισαγωγή στον Τουρισμό και την Τουριστική Οικονομία Βασικές Έννοιες». Έκδοση: 1.0. Πάτρα, 2015

Παρασκευόπουλος Σπύρος (2009) «Η παγκόσμια χρηματοοικονομική κρίση και οι συνέπειες της», Εισήγηση στο 21^ο Συνέδριο της Ομοσπονδίας Ελληνικών Κοινοτήτων στην Φρανκφούρτη, 30/05/2009

Λαγός, Δημήτρης Γ. (2005) Τουριστική οικονομική / Δημήτρης Γ. Λαγός · επιμέλεια σειράς Γεράσιμος Ζαχαράτος, Πάρις Τσάρτας. - 1η έκδ. - Αθήνα : Κριτική - 441σ. · 24x17εκ. - (Τουρισμός και Αναψυχή · 7)

Καμπόλης Χρήστος, Νικόλαος Τραυλός, «Τα αίτια της πρόσφατης παγκόσμιας χρηματοπιστωτικής κρίσης»

Μερτζάνης Χαρίλαος, «Η τρέχουσα χρηματοπιστωτική κρίση: χαρακτηριστικά και προκλήσεις»

Goeldner, Charles R. (2009) Tourism: principles, practices, philosophies / Charles R. Goeldner, J. R. Brent Ritchie. — Eleventh ed. p. cm. Includes index ISBN 978-0-470-08459-5 (cloth) 1. Tourism. I. Ritchie, J. R. Brent II. Title G155.AIM386 2009 338.4'79—dc22

Διαδικτυακές πηγές

http://www.hardouvelis.gr/FILES/PROFESSIONAL%20WORK/Economy%20and%20Markets%20IV_8_DEC2009.pdf (Ανακτήθηκε, Απρίλιος 12 2017)

http://www.ethe.org.gr/files/pdf/mertzanis_xrimatoikonomikii%20krisi_1294819864.pdf (Ανακτήθηκε, Απρίλιος 12, 2017)

http://www.insete.gr/portals/default/Skins/Insete/meletes/Simasia_Tourismou_SETE_Intelligence_Report.pdf (Ανακτήθηκε, Απρίλιος 13, 2017)

https://ec.europa.eu/commission/index_el (Ανακτήθηκε, Απρίλιος 13, 2017)

<http://www.bis.org/publ/arpdf/ar2011e.pdf> (Ανακτήθηκε, Απρίλιος 13, 2017)

http://sete.gr/media/5444/periodiki-meleti-ellinikos-tourismos_teyhos-1.pdf (Ανακτήθηκε, Απρίλιος 13, 2017)

Παράρτημα

Ερωτηματολόγιο

καταγραφή δημογραφικών στοιχείων

* Απαιτείται

1. Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

2. Ηλικία *

18-24

25-34

35-44

45-54

55-64

65 και πάνω

3. Οικογενειακή κατάσταση *

- Έγγαμος
- Άγαμος
- Διαζευγμένος/Χήρος

4. Μέγεθος νοικοκυριού *

- 1 άτομο
- 2 άτομα
- 3 άτομα
- 4 άτομα
- 5 άτομα και πάνω

5. Επίπεδο εκπαίδευσης *

- Δεν τελείωσα το Δημοτικό
- Απόφοιτος Δημοτικού
- Απόφοιτος Γυμνασίου
- Απόφοιτος Λυκείου
- Απόφοιτος ΙΕΚ/Τεχνικής Σχολής
- Πτυχιούχος ΑΕΙ/ΤΕΙ
- Κάτοχος Μεταπτυχιακού/Διδακτορικού

6. Επάγγελμα *

- Δημόσιος Υπάλληλος
- Ιδιωτικός Υπάλληλος
- Ελεύθερος Επαγγελματίας
- Άνεργος
- Συνταξιούχος
- Φοιτητής
- Οικιακά
- Άλλο: _____

7. Μηνιαίο εισόδημα σε Ευρώ *

- 0-500
- 501-1000
- 1001-1500
- 1500-2000
- 2001-2500
- >2501

8. Το πραγματικό διαθέσιμο εισόδημά σας έχει μειωθεί εξαιτίας της οικονομικής κρίσης; *

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα Πολύ

9. Πόσα ταξίδια πραγματοποιήσατε τη χρονιά 2016; (Αν κανένα πηγαίνετε στην επόμενη ερώτηση)

- Κανένα
- Λιγότερα από 2
- 2-4
- 5-7
- 8-10
- Περισσότερα από 10

10. Για ποιο λόγο δεν πραγματοποιήσατε κανένα ταξίδι;

- Οικονομικοί λόγοι
- Έλλειψη χρόνου
- Λόγοι υγείας
- Άλλο: _____

11. Ποιά ήταν η διάρκεια του ταξιδιού (σε ημέρες);

- 1-3
- 4-7
- 8-14
- 15 και άνω

12. Επιλέξτε προορισμό ταξιδιού

- Ελλάδα
- Εξωτερικό

13. Για ποιους λόγους ταξιδεύετε κυρίως;

- Επαγγελματικοί
- Προσωπικοί
- Εκπαιδευτικοί
- Αθλητικοί
- Ανάπαυση, αναψυχή, διακοπές
- Επίσκεψη σε συγγενείς και φίλους
- Λοιπά ταξίδια (προσκύνημα, αγωγή υγείας)

14. Συνήθως επιλέγω ως κατάλυμα

- Ξενοδοχεία και παρόμοια καταλύματα
- Ενοικιαζόμενα δωμάτια
- Μη ενοικιαζόμενα καταλύματα (παρέχονται δωρεάν από συγγενείς και φίλους)
- Ιδιόκτητα καταλύματα
- Κάμπινγκ

15. Επιλέγω συνήθως τον παρακάτω τρόπο κράτησης

- Άμεση κράτηση/Ελεύθερες διακοπές
- Μέσω ταξιδιωτικού γραφείου/Οργανωμένες διακοπές

16. Επιλογή μεταφορικού μέσου

- Αεροπορικώς
- Θαλασσίως (Πλοία, Καράβια)
- Οδικώς (Λεωφορεία, ΙΧ αυτοκίνητα, Μηχανή)
- Σιδηροδρομικώς

17. Πραγματοποιήσατε ταξίδια μόνο κατά την περίοδο των διακοπών (Χριστούγεννα, Πάσχα, Καλοκαίρι);

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

18. Σε τι βαθμό οι παρακάτω παράγοντες επηρεάζουν τη διάρκεια διαμονής σας σε έναν τόπο;

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Είδος Τουριστικού καταλύματος	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Είδος τουριστικού προορισμού	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προσιτές τιμές	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Φύση (παραλίες, βουνά)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ποιότητα τουριστικού καταλύματος	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ποιότητα περιοχής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. Πόσα χρήματα σε Ευρώ δαπανήσατε συνολικά στις διακοπές σας τη χρονιά 2016;

- 0-300
- 301-600
- 601-900
- 901-1200
- 1201-1500
- 1501 και άνω

20. Έχει επηρεάσει συνολικά η οικονομική κρίση της τουριστικές προτιμήσεις σας για διακοπές;

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ