

**ΕΛΛΗΝΙΚΟ
ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ**

**ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Πτυχιακή Εργασία

**ΟΙ ΤΡΟΜΟΚΡΑΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΚΑΙ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥΣ ΣΤΟΝ
ΤΟΥΡΙΣΜΟ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΩΝ ΕΓΧΩΡΙΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ**

της
**Φωτεινής Ευαγγελίας Καρρά,
Α.Μ.: ΔΤ7095**

επιβλέπουσα
Δρ. Βασιλική Αυγελή

Ηράκλειο,
Απρίλιος 2020

Ευχαριστίες

Η παρούσα πτυχιακή εργασία με τίτλο «Οι τρομοκρατικές ενέργειες και οι επιπτώσεις τους στον τουρισμό: Η περίπτωση των εγχώριων τουριστών» υλοποιήθηκε στο τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Τουρισμού του Ελληνικού Μεσογειακού Πανεπιστημίου, την περίοδο από τον Οκτώβριο 2019 έως και τον Απρίλιο 2020.

Θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου αρχικά στην οικογένεια μου για όλη την στήριξή της καθ' όλη τη διάρκεια των σπουδών μου, καθώς και στην επιβλέπουσα Δρ. Βασιλική Αυγελή που με καθοδήγησε με το καλύτερο δυνατό τρόπο όλο αυτό το χρονικό διάστημα προκειμένου να ολοκληρωθεί με επιτυχία η παρούσα εργασία.

Φωτεινή Ευαγγελία Καρρά

Περίληψη

Η τρομοκρατία είναι ένα φαινόμενο με έντονη παρουσία στις μέρες μας. Η σχέση που έχει αναπτυχθεί ανάμεσα στην τρομοκρατία και τον τουρισμό γίνεται όλο και περισσότερο αντιληπτή δεδομένης της συχνότητας των τρομοκρατικών χτυπημάτων σε προορισμούς με έντονο τουριστικό ενδιαφέρον. Κύριος σκοπός αυτής της έρευνας, είναι να εξετάσει το πώς η τρομοκρατία μπορεί να επηρεάσει τους τουρίστες στην επιλογή του προορισμού τον οποίο πρόκειται να επισκεφθούν. Προκειμένου να επιτευχθεί ο κύριος σκοπός της έρευνας καθώς και οι επιμέρους, πραγματοποιήθηκε δειγματοληπτική έρευνα στην οποία καταγράφηκαν και αναλύθηκαν οι απαντήσεις 136 ατόμων στο διάστημα μεταξύ 13 Δεκεμβρίου 2019 και 13 Ιανουαρίου 2020, σε ερωτηματολόγιο που αναπτύχθηκε για το σκοπό αυτό. Η στατιστική ανάλυση των δεδομένων που συλλέχθηκαν, έδειξε ότι η προσωπική ασφάλεια είναι πολύ σημαντική για τους τουρίστες κατά την επιλογή ενός τουριστικού προορισμού. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, η πλειοψηφία των συμμετεχόντων θα διαφοροποιούσε τον επιλεγμένο προορισμό εάν ενώ επρόκειτο να ταξιδέψει σε αυτόν, συνέβαινε τρομοκρατικό χτύπημα. Τα αποτελέσματα της έρευνας, δείχνουν το δρόμο και για μελλοντική έρευνα, η οποία μπορεί να αφορά στους τρόπους αντιμετώπισης της κρίσης που μπορεί να προκύψει από ένα τρομοκρατικό χτύπημα, στον τρόπο που αντιδρούν οι τουρίστες σε μία τρομοκρατική ενέργεια καθώς και στο πώς το βίωμα ενός τρομοκρατικού χτυπήματος μπορεί να επηρεάσει την επιλογή ενός τουριστικού προορισμού.

Λέξεις κλειδιά: Τουρισμός, τρομοκρατία, τουρίστες, τρομοκρατικά χτυπήματα.

Abstract

Terrorism is a phenomenon with a strong presence nowadays. The relationship that has been developed between terrorism and tourism is becoming more and more perceived given the frequency of terrorist attacks in destinations with a strong tourist interest. The main purpose of this research is to examine how terrorism can affect tourists in choosing the destination they are going to visit. In order to achieve the purposes of this research, a survey was conducted that recorded and analyzed the responses of 136 respondents between 13 December 2019 and 13 January 2020 in a questionnaire developed for this purpose. The statistical analysis of the collected data showed that personal safety is very important for tourists when choosing a tourist destination. According to the results of this research the majority of the respondents would have altered their destination if a terrorist attack had taken place while they were planning to travel there. The results of the survey also point the way to future research, which may address how to deal with the crisis that may result from a terrorist attack, the way tourists react to a terrorist attack and, how experiencing a terror attack can affect the choice of a tourist destination.

Keywords: Tourism, terrorism, tourists, terrorist attacks.

Περιεχόμενα

Ευχαριστίες	3
Περίληψη	4
Abstract.....	5
Περιεχόμενα	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Εισαγωγή	8
1.1. Θεωρητικό υπόβαθρο.....	8
1.2. Σκοπός	9
1.3. Μεθοδολογική προσέγγιση και περιορισμοί της έρευνας.....	9
1.4. Δομή της πτυχιακής	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Βιβλιογραφική ανασκόπηση.....	11
2.1. Εννοιολογική προσέγγιση του τουρισμού	11
2.2. Εννοιολογική προσέγγιση του τουρίστα	13
2.3. Εξέλιξη του τουρισμού	14
2.4. Εγχώριος και διεθνής τουρισμός	16
2.5. Οι επιπτώσεις του τουρισμού.....	18
2.5.1. Οικονομικές επιπτώσεις.....	18
2.5.2. Περιβαλλοντικές επιπτώσεις.....	21
2.5.3. Κοινωνικό-πολιτιστικές επιπτώσεις	23
2.6. Κίνητρα και παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή τουριστικού προορισμού.....	26
2.7. Εννοιολογική προσέγγιση της τρομοκρατίας	29
2.7.1. Ορισμός της τρομοκρατίας	29
2.7.2. Εξέλιξη της τρομοκρατίας	30
2.7.3. Μορφές της τρομοκρατίας.....	32
2.8. Τρομοκρατία και τουρισμός	33
2.8.1 Τρομοκρατικά χτυπήματα που συγκλόνισαν την Ευρώπη από το 1980 έως και σήμερα.....	33
2.8.2. Κίνητρα τρομοκρατικών επιθέσεων σε τουριστικούς προορισμούς.....	34
2.8.3. Ο αντίκτυπος της τρομοκρατίας στον τουρισμό	36
2.8.4. Μέτρα πρόληψης και αποκατάστασης των επιπτώσεων της τρομοκρατίας στον τουρισμό	38

2.9 Ο αντίκτυπος της τρομοκρατίας στον τουρισμό	40
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Ερευνητική μεθοδολογία	42
3.1. Εννοιολογική προσέγγιση της ακαδημαϊκής έρευνας και της μεθοδολογίας έρευνας	42
3.2. Πρωτογενής και δευτερογενής έρευνα	42
3.3. Ποσοτική έρευνα: ορισμός, πλεονεκτήματα, μειονεκτήματα και εργαλεία ...	43
3.4. Ποιοτική έρευνα: ορισμός, πλεονεκτήματα, μειονεκτήματα και εργαλεία.....	46
3.5. Δείγμα και δειγματοληψία	48
3.6. Ηθική και περιορισμοί έρευνας.....	49
3.7. Περιγραφή πρωτογενούς έρευνας	51
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Αποτελέσματα της έρευνας	52
4.1. Δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος	52
4.2. Γενικές ερωτήσεις τουριστικής συμπεριφοράς.....	52
4.3. Επιλογή τουριστικού προορισμού και επιρροή της τρομοκρατίας.....	54
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Συμπεράσματα - προτάσεις	61
5.1. Συμπεράσματα	61
5.2. Προτάσεις.....	62
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	64
Ελληνική	64
Ξενόγλωσση	65
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: Ερωτηματολόγιο.....	70

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Εισαγωγή

1.1. Θεωρητικό υπόβαθρο

Ο τουρισμός είναι ένα φαινόμενο με κοινωνικό χαρακτήρα, το οποίο θα μπορούσε να χαρακτηριστεί και ως η μεγαλύτερη παγκόσμια βιομηχανία της εποχής μας. Στις περισσότερες αναπτυσσόμενες χώρες ανά τον κόσμο ο τουρισμός είναι ένας από τους βασικότερους τομείς της οικονομίας, αν όχι ο βασικότερος. Ο τουρισμός εμφανίζεται ως μέσο για την παραγωγή εργασίας και την ελάττωση της φτώχειας. Ενισχύει επίσης την ανάπτυξη των ανθρωπίνων σχέσεων, ενώ μέσα από αυτόν δίνεται η δυνατότητα προώθησης των τοπικών εθίμων και παραδόσεων του εκάστοτε προορισμού. Επιπλέον συμβάλει στην κατανόηση και ανάπτυξη σχέσεων μεταξύ των λαών γιατί επιτρέπει στους πολίτες να γνωρίζουν πολυάριθμες πτυχές διαφόρων πολιτισμών. Αναμφισβήτητα ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους οικονομικούς και κοινωνικούς κλάδους σε παγκόσμιο επίπεδο (Παππάς, 2008).

Απαραίτητη προϋπόθεση τουριστικής ανάπτυξης για τις χώρες τουριστικού ενδιαφέροντος, είναι η δημιουργία ενός ασφαλούς περιβάλλοντος διαμονής. Μια χώρα κρίνεται μη ασφαλής όταν οι δείκτες εγκληματικότητας είναι ανοδικοί, εξαιτίας κοινωνικό-οικονομικών προβλημάτων. Όμως, το κυριότερο και σημαντικότερο φαινόμενο που χαρακτηρίζει τις σύγχρονες κοινωνίες, είναι αυτό των τρομοκρατικών επιθέσεων (Baker, 2014).

Ο τουρισμός πρεσβεύει την ανεμπόδιση και ανεξάρτητη διακίνηση του ατόμου στις διακοπές, τα ταξίδια και αποτελεί κατά κύριο λόγο τον πιο διαδεδομένο τρόπο μετάδοσης των πολιτιστικών πεποιθήσεων και ιδεών. Τα τρομοκρατικά κινήματα έχουν διάφορες εναλλαγές τόσο θρησκευτικών όσο και εθνικιστικών κινήτρων, και μερικές από αυτές δεν κάνουν αποδεχτό τον δυτικό τρόπο ζωής στον οποίο βασίζεται ο πιο εξελιγμένος τουρισμός. Ο τουρισμός είναι ένα ανεκτίμητο και σημαντικό φαινόμενο αλλά πολλές φορές γίνεται στόχος τρομοκρατικών ενεργειών εξαιτίας του πλούτου που αποφέρει τόσο αυτός όσο και οι τουρίστες, ενώ αρκετοί από αυτούς υπήρξαν θύματα πολλών ομαδικών δολοφονιών, σε προορισμούς όπως η Αίγυπτος και το Μπαλί (Clayton & Korstanje, 2012).

Η τρομοκρατία στις μέρες μας υπάρχει στην ζωή μας και την αντιλαμβανόμαστε «ως ένα είδος πολιτικής επικοινωνίας από την άποψη της απειλής και της πραγματικής βίας, και υπό αυτή την έννοια είναι τόσο αρχαία όσο κι η πολιτική». Πρόσφατα άρχισαν να εμφανίζονται διεθνή τρομοκρατικά δίκτυα, τα οποία στρατολογούν τα μέλη τους από διάφορες χώρες του πλανήτη και δραστηριοποιούνται σε πολλά κράτη (Βασιλοπούλου-Αθανασοπούλου, 2017).

Η σχέση που έχει αναπτυχθεί ανάμεσα στην τρομοκρατία και τον τουρισμό άρχισε να αποσπά την προσοχή της διεθνούς κοινότητας κατά την διεξαγωγή των ολυμπιακών αγώνων του Μονάχου το 1972 (Lerp & Gibson, 2003). Αξίζει να σημειωθεί πως μετά τα σοβαρά τρομοκρατικά χτυπήματα της 11ης Σεπτεμβρίου το 2001 για το τουριστικό κοινό άλλαξαν πολλά πράγματα, όπως η επιλογή τουριστικού προορισμού, η ψυχολογική κατάσταση των τουριστών και η αίσθηση της ασφάλειας. Κάθε φορά λοιπόν που μια τρομοκρατική πράξη συντελείται σε έναν τουριστικό προορισμό, η

τουριστική ζήτηση μειώνεται και η βιομηχανία εισέρχεται σε μια περίοδο οικονομικής επιβράδυνσης και ύφεσης (Pizam, 2002). Οι επιπτώσεις της τρομοκρατίας επηρεάζουν τον τουρισμό και ιδιαίτερα στην επιλογή τουριστικού προορισμού από τους τουρίστες. Οι απόψεις των τουριστών αλλάζουν με την πάροδο του χρόνου ανάλογα με τις εξελίξεις που υπάρχουν. Επομένως οι τουρίστες όταν είναι στην περίοδο επιλογής τουριστικού προορισμού αξιολογούν όλους εκείνους τους παράγοντες που συνδέονται με τα διεθνή τρομοκρατικά χτυπήματα και υπολογίζουν όλα τα πιθανά ρίσκα. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα πολλές φορές οι τουρίστες να προτιμούν να αλλάξουν προορισμό (Τσάρτας & Λύτρας, 2017).

Οι τρομοκρατικές ενέργειες λοιπόν, έχουν σαν αποτέλεσμα να επηρεαστεί η επιλογή προορισμού των ταξιδιωτών σε μια χώρα τουριστικού ενδιαφέροντος, εξαιτίας του μη ασφαλούς περιβάλλοντος. Αυτό προκαλεί τεράστιες οικονομικές και μη, απώλειες για την εκάστοτε χώρα. Το θέμα αυτό αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους προβληματισμούς των σύγχρονων κοινωνιών, καθώς οι τρομοκρατικές επιθέσεις ολοένα και αυξάνονται σε δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς. Γι' αυτό και η διερεύνηση και διασύνδεση του τουρισμού και της τρομοκρατίας αποτελεί θέμα μελέτης από πολλούς ερευνητές και ακαδημαϊκούς (Radulescu, 2016).

1.2. Σκοπός

Σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι να διερευνήσει τις επιπτώσεις της τρομοκρατίας στον τουρισμό και το κατά πόσο οι τρομοκρατικές ενέργειες επηρεάζουν στην επιλογή του τουριστικού προορισμού. Πιο συγκεκριμένα, στόχος της παρούσας μελέτης είναι να προσεγγίσει και να εξετάσει τα παρακάτω:

- την εννοιολογική προσέγγιση του τουρισμού, της τρομοκρατίας και της μεταξύ τους σχέσης,
- τα βασικά κίνητρα των τουριστών όταν επιλέγουν έναν τουριστικό προορισμό και κατά πόσο η ασφάλεια αποτελεί βασικό κίνητρο,
- το κατά πόσο οι τρομοκρατικές επιθέσεις επηρεάζουν την επιλογή των τουριστικών προορισμών για τους εν δυνάμει τουρίστες,
- ποιες μορφές τρομοκρατικών ενεργειών επηρεάζουν περισσότερο τους εν δυνάμει τουρίστες,
- τα βασικά κριτήρια των τουριστών όταν απορρίπτουν έναν τουριστικό προορισμό,
- ποιους προορισμούς οι διεθνείς τουρίστες θεωρούν ασφαλείς και ποιους επικίνδυνους εξαιτίας πιθανών τρομοκρατικών ενεργειών.

1.3. Μεθοδολογική προσέγγιση και περιορισμοί της έρευνας

Προκειμένου να αναλυθούν οι υπό διερεύνηση θεωρητικές έννοιες και να απαντηθούν τα παραπάνω ερευνητικά ερωτήματα, διεξήχθη τόσο πρωτογενής όσο και δευτερογενής έρευνα.

Στα πλαίσια της πρωτογενούς έρευνας, χρησιμοποιήθηκε ποσοτική ερευνητική μεθοδολογία, με χρήση ερωτηματολογίου με κλειστές ερωτήσεις. Στα πλαίσια της δευτερογενούς έρευνας, αναζητήθηκαν πληροφορίες και στοιχεία από βιβλία,

διαδικτυακές πηγές και επιστημονικά άρθρα που σχετίζονται με τον τουρισμό και την τρομοκρατία.

Κατά την εκπόνηση της εργασίας υπήρξαν ορισμένοι περιορισμοί, οι περισσότεροι από τους οποίους αφορούσαν στην έλλειψη ελληνικής βιβλιογραφίας, καθώς και το γεγονός ότι οι τρομοκρατικές επιθέσεις είναι ένα επίκαιρο αλλά σχετικά νέο υπό διερεύνηση επιστημονικό πεδίο με αποτέλεσμα να μην υπάρχουν αρκετά πρόσφατα δημοσιευμένα επιστημονικά άρθρα.

1.4. Δομή της πτυχιακής

Στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η εισαγωγή της πτυχιακής εργασίας με σκοπό να εισάγει τον αναγνώστη στο θέμα. Αρχικά αναφέρεται στο θεωρητικό υπόβαθρο δίνοντας μια πρώτη εικόνα για την έννοια του τουρισμού και της τρομοκρατίας. Στην συνέχεια παρουσιάζονται ο σκοπός και τα ερευνητικά ερωτήματα τα οποία θα απαντηθούν μέσα από την πρωτογενή και τη δευτερογενή έρευνα. Επίσης αναφέρεται η μεθοδολογία έρευνας που χρησιμοποιείται όπως και οι περιορισμοί που υπάρχουν.

Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζεται και αναλύεται η έννοια του τουρισμού και γίνεται μια ιστορική αναδρομή. Γίνεται μια πλήρης αναφορά στην σημασία του τουρισμού στην οικονομία αλλά και σε ψυχολογικό και κοινωνιολογικό επίπεδο. Επιπροσθέτως παρουσιάζεται και αναλύεται εννοιολογικά ο εγχώριος και ο διεθνής τουρισμός. Έπειτα δίνεται η εννοιολογική προσέγγιση της τρομοκρατίας καθώς και οι μορφές της. Επιπλέον παρουσιάζονται κάποια από τα αίτια των τρομοκρατικών ενεργειών και πως επηρεάζουν τον κλάδο του τουρισμού και της οικονομίας. Παρουσιάζονται αναλυτικά τα μέρη όπου έχουν γίνει τα κυριότερα τρομοκρατικά χτυπήματα ανά τον κόσμο με χρονολογική σειρά. Τέλος αναλύεται η ταξιδιωτική οδηγία και η σημασία της.

Το τρίτο κεφάλαιο αφορά το θεωρητικό υπόβαθρο της έρευνας και της μεθοδολογίας έρευνας. Γίνεται μια αναφορά στην πρωτογενή και δευτερογενή έρευνα, ενώ αναλύονται εκτενώς οι έννοιες της ποσοτικής και ποιοτικής ερευνητικής μεθοδολογίας. Επισημαίνονται τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των δυο κύριων μεθοδολογικών ερευνητικών σχεδίων και παρουσιάζονται τα κυριότερα εργαλεία που χρησιμοποιούνται. Στη συνέχεια, αναλύονται οι έννοιες του πληθυσμού, του δείγματος, ενώ παρουσιάζονται οι διάφοροι τύποι δειγματοληψίας. Γίνεται μια αναφορά στους περιορισμούς και την ηθική της έρευνας, και το τρίτο κεφάλαιο κλείνει με την παρουσίαση και αιτιολόγηση του ερευνητικού σχεδίου που ακολουθήθηκε στην πρωτογενή έρευνα.

Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της πρωτογενούς έρευνας ενώ παράλληλα γίνεται διασύνδεση με τη δευτερογενή έρευνα.

Τέλος, στο πέμπτο κεφάλαιο η εργασία ολοκληρώνεται με την παρουσίαση των συμπερασμάτων που προέκυψαν από την πρωτογενή και δευτερογενή έρευνα, ενώ γίνονται επίσης προτάσεις για μελλοντική έρευνα.

Η εργασία κλείνει με την παρουσίαση της Βιβλιογραφίας και του Παραρτήματος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Βιβλιογραφική ανασκόπηση

2.1. Εννοιολογική προσέγγιση του τουρισμού

Παρόλο που ο τουρισμός χρονολογείται από το 1811, μέχρι και σήμερα δεν έχει δοθεί ένας ορισμός που να έχει γίνει αποδεκτός από όλους. Ο τουρισμός είναι ένας όρος του οποίου το εννοιολογικό περιεχόμενο αλλάζει διαρκώς. Σήμερα ο τουρισμός αποτελεί ένα αυτοδύναμο φαινόμενο, το οποίο είναι συνώνυμο της κατανάλωσης και του ελεύθερου χρόνου. Παρουσίασε μια ταχύτατη ανάπτυξη και μια κοινωνική αποδοχή σε παγκόσμιο επίπεδο, ώστε να θεωρείται αναπόσπαστο τμήμα της σύγχρονης καθημερινότητας (Βαρβαρέσος, 2015).

Δεδομένου ότι ο τουρισμός αποτελεί ένα πολύπλευρο φαινόμενο, δεν είναι δυνατόν να προσεγγίζεται από μια μόνο οπτική γωνία. Ο τουρισμός τα τελευταία πενήντα χρόνια φέρει μια ραγδαία εξέλιξη με εντυπωσιακή ισχύ. Κατά το διάστημα αυτό έχει αλλάξει αρκετά ενώ έχει μια συνεχή και αναπτυσσόμενη πορεία σύμφωνα με τα δεδομένα της εποχής και τα κοινωνικά και οικονομικά πρότυπα στα οποία δραστηριοποιείται και εξελίσσεται (Κοκκώσης et al., 2011).

Ο «τουρισμός» αποτελεί διεθνές φαινόμενο και κάνει την πρώτη του εμφάνιση την περίοδο του 19ου αιώνα. Προέρχεται από την αγγλική λέξη *tour*, η οποία σημαίνει γύρος και την γαλλική λέξη *tourisme*, η οποία σημαίνει περιήγηση, παρόλο που οι ρίζες του πηγάζουν από την αρχαιότητα (Βαρβαρέσος, 2013).

Ο τουρισμός είναι το σύνολο όλων εκείνων των δράσεων και ενεργειών που πηγάζουν ανάμεσα στις συναλλαγές των τουριστών και τις τοπικές κοινωνίες που φιλοξενούν τους τουρίστες, των προμηθευτών με τα τουριστικά καταλύματα, της εκάστοτε κυβέρνησης της χώρας, του πολιτισμικού και του φυσικού περιβάλλοντος, και όσων αναμειγνύονται για την διέλευση και την φιλοξενία των τουριστών (Ακριβός & Σαλεσιώτης, 2007). Ο τουρισμός μπορεί να οριστεί ως η έννοια που χρησιμοποιείται για τα ταξίδια αναψυχής και το σύνολο των ανθρώπινων δραστηριοτήτων που συμβάλουν στην πραγματοποίηση του ταξιδιού. Είναι μια βιομηχανία η οποία συμβάλει στην ικανοποίηση των αναγκών των τουριστών (Βαρβαρέσος, 2013).

Ο πρώτος ορισμός για τον τουρισμό χρονολογείται το 1942 και υποστηρίζει ότι ο τουρισμός είναι το σύνολο των φαινομένων που δημιουργούνται από ένα ταξίδι και από την παραμονή σε ένα μέρος ατόμων που δεν είναι μόνιμοι κάτοικοι, εφ' όσων αυτοί δεν πάρουν άδεια παραμονής εκεί και δεν λαμβάνουν μέρος σε καμία εργασία ή εκδήλωση στην περιοχή (Hunziker & Krapf, 1942).

Σύμφωνα με τον Kaspar (1976) ο τουρισμός χαρακτηρίζεται ως το σύνολο των σχέσεων και των φαινομένων που προκύπτουν από ένα ταξίδι και την παραμονή ατόμων σε ένα τόπο, ο οποίος δεν αποτελεί τον κύριο και μόνιμο τόπο διαμονής και εργασίας. Οι Mathieson και Wall (1982) ορίζουν τον τουρισμό ως την προσωρινή μετακίνηση σε τόπους εκτός της μόνιμης διαμονής και εργασίας, τις δραστηριότητες που πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια αυτής της παραμονής και τις παρεχόμενες διευκολύνσεις για την κάλυψη των τουριστικών αναγκών.

Σύμφωνα με τους Mill και Morrison (1998) ο τουρισμός είναι μια σειρά δράσεων οι οποίες εμφανίζονται μέσα από την εμπειρία ενός ταξιδιού και συμπεριλαμβάνει το σύνολο των ενεργειών που έχουν σχέση με την προετοιμασία την υλοποίηση του ταξιδιού, το χρονικό διάστημα των διανυκτερεύσεων καθώς και τις αναμνήσεις. Συμπεριλαμβάνει επίσης τις πιθανές αγορές από τους τουρίστες, τις κάθε φύσης δραστηριότητες καθώς και την συναναστροφή και τις επιπτώσεις με την τοπική υποδοχή (Βαρβαρέσος, 2013).

Επιπλέον οι Hunziker και Krapf (1942) περιγράφουν τον τουρισμό ως ένα σύνολο φαινομένων που δημιουργούνται από ένα ταξίδι και από την παραμονή σε ένα μέρος ατόμων που δεν είναι μόνιμοι κάτοικοι, με την προϋπόθεση ότι αυτοί δε λαμβάνουν μέρος σε καμία εργασία στην περιοχή.

Σύμφωνα με τους Λαλούμη και Ρούπα (1998) ο τουρισμός είναι η προσωρινή μετακίνηση των ανθρώπων από το φυσικό περίγυρο της μόνιμης κατοικίας τους σε ένα διαφορετικό μέρος με κύριο σκοπό την συναισθηματική ευαρέσκεια.

Μια άλλη προσέγγιση για τον τουρισμό αφορά την ανθρώπινη δραστηριότητα βάση της οποίας οι τουρίστες μετακινούνται για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Υπάρχουν δυο περιπτώσεις, εκ των οποίων η πρώτη αφορά τους τουρίστες που διαμένουν μόνιμα στο εξωτερικό και η διαμονή τους μπορεί να διαρκέσει από μια ημέρα διανυκτέρευσης μέχρι και ένα χρόνο. Η δεύτερη αφορά τους τουρίστες του εσωτερικού όπου η διαμονή τους δεν καθορίζεται με βάση τις μέρες αλλά τον τόπο διαμονής. Συγκεκριμένα οι τουρίστες του εσωτερικού προτιμούν τόπους διάφορους από εκείνους όπου εργάζονται και ζουν σε καθημερινή βάση και αυτό συμβαίνει κυρίως για λόγους ξεκούρασης, διασκέδασης, εξερεύνησης, νοσηλείας, εκγύμνασης, εκπαίδευσης αλλά και επίσκεψης τόσο σε φίλους όσο και σε συγγενικά πρόσωπα (Σφακιανάκης, 2000).

Σήμερα ο τουρισμός αποτελεί ένα αυτοδύναμο φαινόμενο, το οποίο είναι συνώνυμο της κατανάλωσης και του ελεύθερου χρόνου. Παρουσίασε μια ταχύτατη ανάπτυξη και μια κοινωνική αποδοχή σε παγκόσμιο επίπεδο, ώστε να θεωρείται αναπόσπαστο τμήμα της σύγχρονης καθημερινότητας (Βαρβαρέσος, 2015). Ο τουρισμός αποτελεί έναν κλάδο οικονομικής δραστηριότητας, η σημασία του οποίου σε ορισμένες χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών δεν μπορεί να υποβαθμιστεί ή να αγνοηθεί. Ο τουρισμός αδιαμφισβήτητα αποτελεί ένα φαινόμενο με οικονομικό χαρακτήρα, με αξιολογες επιδράσεις σε ένα μεγάλο μέρος των κοινωνικών συνόλων. Συγκεκριμένα στην χώρα μας η οποία είναι μια από τις πρώτες επιλογές για διακοπές στον κόσμο οι επιδράσεις αυτές πληθαίνουν σημαντικά εάν συλλογιστούμε πως τουλάχιστον το 20% του δραστήριου ανθρώπινου δυναμικού της απασχολείται σε τουριστικές επιχειρήσεις. Ο τουρισμός για την Ελλάδα θεωρείται μια από τις πιο σημαντικές πηγές πλούτου (Ακριβός & Σαλεσιώτης, 2007). Εκτός από τις οικονομικές όμως επιδράσεις, η ανάπτυξη του τουρισμού σε ορισμένο τόπο και χρόνο ασκεί και άλλες επιδράσεις, οι σημαντικότερες από τις οποίες είναι οι κοινωνικές, οι πολιτιστικές και οι περιβαλλοντικές (Ηγουμενάκης et al. 1999).

2.2. Εννοιολογική προσέγγιση του τουρίστα

Η έννοια του τουρίστα ή διαφορετικά του επισκέπτη είναι πλέον ένας διεθνής χρησιμοποιούμενος όρος στη βιομηχανία του τουρισμού, στα μέσα ενημέρωσης όπως και στην καθημερινότητά μας. Μέσα από την διεξαγωγή μιας μελέτης που έγινε συμπεριλαμβανομένων 15 αναγνωρισμένων ρόλων που συνδέονται με το ταξίδι, εντοπίστηκε και ξεχώρισε ο όρος του τουρίστα ως ο πλέον κατάλληλος που έχει άμεση συσχέτιση με τις συμπεριφορές, όπως είναι η λήψη φωτογραφιών, η αγορά σουβενίρ, η διαμονή για μικρό χρονικό διάστημα σε έναν τόπο και η μη κατανόηση του τοπικού πληθυσμού. Ο τουρίστας χαρακτηρίζεται ως ο ταξιδιώτης που εξερευνά έναν κύριο προορισμό διαφορετικό από το συνηθισμένο περιβάλλον του, για λιγότερο από έναν χρόνο, για οποιοδήποτε σκοπό που μπορεί να αφορά μια επαγγελματική δραστηριότητα, αναψυχή του ή και κάποιο προσωπικό λόγο (Yu et al., 2012).

Σύμφωνα με τη παγκόσμια Ομοσπονδία Δημοσιογράφων και συγγραφέων Τουρισμού, τουρίστας είναι το άτομο που διεξάγει μια μετακίνηση έξω από την οικείο περιβάλλον του με σκοπό να καλύψει όλες του τις περιέργειες σε όλες τις μορφές της, την ανάπαυλα και τη διασκέδαση (Βαρβαρέσος, 2015).

Σύμφωνα με διάφορους άλλους ορισμούς ακαδημαϊκών, στην έννοια του τουρίστα προσδίδονται ορισμένα χαρακτηριστικά στοιχεία. Οι τυπικές τουριστικές συμπεριφορές «πηγαίνοντας σε διάσημα μέρη» και «μη κατανοώντας τους ντόπιους» υποδηλώνουν ότι ο τουρίστας είναι «έξω από το συνήθη περιβάλλον του» ενώ «παραμένει σύντομα σε ένα μέρος» αντιστοιχεί στη θεματική διάσταση του είναι χαρακτηριστικά που δίνονται σε πολλούς ορισμούς (Pearce, 1985).

Σύμφωνα με τον Cohen (1974) ο τουρίστας:

- είναι προσωρινός ταξιδιώτης, ο οποίος έχει έναν σταθερό τόπο, ο οποίος είναι η μόνιμη του διεύθυνση ακόμη και κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του,
- είναι εθελοντής ταξιδιώτης, ο οποίος πηγαίνει σε ένα ταξίδι με δική του βούληση, είναι σε θέση να τερματίσει το ταξίδι του οποτεδήποτε το επιθυμεί και είναι ελεύθερος να επιστρέψει στο μόνιμο τόπο διαμονής του,
- είναι ένας ταξιδιώτης σε ένα ταξίδι του οποίου η αφετηρία είναι ίδια με τον τελικό του προορισμό,
- βρίσκεται σε ένα σχετικά μακρύ ταξίδι και όχι σε μια σύντομη εκδρομή,
- βρίσκεται σε ένα μη επαναλαμβανόμενο ταξίδι ή τουλάχιστον σε ένα ταξίδι που κάνει σπάνια, και όχι σε ένα ταξίδι που ξεκινά και στο οποίο είναι συνηθισμένος να πραγματοποιεί συχνά και τέλος,
- είναι ο ταξιδιώτης, του οποίου το ταξίδι δεν είναι μέσο για ένα άλλο στόχο (π.χ. επιχειρηματικό), αλλά είναι αυτοσκοπός.

Με βάση όλα τα παραπάνω, ο Cohen (1974: 533) ορίζει τον τουρίστα ως ένα *«εθελοντή, προσωρινό ταξιδιώτη, που ταξιδεύει με την προσδοκία της απόλαυσης από την αλλαγή που βιώνει σε μια σχετικά μακρά και μη επαναλαμβανόμενη εκδρομή με ίδια αρχή και τέλος»*.

Τέλος, σύμφωνα με τον ορισμό του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών (UNWTO), ο τουρίστας είναι ένα άτομο που ταξιδεύει και

παραμένει εκτός του συνήθους περιβάλλοντός του για όχι περισσότερο από ένα συνεχές έτος για ψυχαγωγικούς, επιχειρηματικούς και άλλους σκοπούς (Colomb & Nony, 2016).

2.3. Εξέλιξη του τουρισμού

Από την αρχαιότητα έως τις μέρες μας, ο τουρισμός στηρίχτηκε στον ελεύθερο χρόνο και στη μετακίνηση. Στην αρχαία Ελλάδα και στην αρχαία Ρώμη, ο ελεύθερος χρόνος απεικόνιζε την προέλευση και την τάξη των πολιτών που ήταν ελεύθεροι και οικονομικά εύποροι, απαλλαγμένοι από κάθε εξαναγκαστική απασχόληση. Όσοι διέθεταν ελεύθερο χρόνο, δηλαδή αυτοί που ανήκαν στα ανώτερα κοινωνικά στρώματα, είχαν τη δυνατότητα να συμμετέχουν σε διαφόρων τύπων ταξιδιωτικές μετακινήσεις (Βαρβαρέσος, 2015).

Οι πρώτοι ταξιδιώτες εμφανίζονται τον 17ο αιώνα και ταξιδεύουν είτε για λόγους αναψυχής, είτε για λόγους απόκτησης γνώσης, είτε για λόγους διασφάλισης των αναγκαίων εισοδημάτων που θα τους εγγυηθούν ένα υψηλότερο επίπεδο διαβίωσης στους τόπους μόνιμης εγκατάστασης τους. Σε αυτή τη λογική εντάσσονται και τα «ταξίδια των νέων ευγενών» με την προσδοκία της εξέλιξης τους σε ηγεμόνες, καθώς και τα ταξίδια των ατόμων της ανατέλλουσας αστικής τάξης, τα οποία εκείνα τα χρόνια ονομάστηκαν «Grande Tours» (Καραγιάννης & Έξαρχος, 2006).

Σύμφωνα με τους Καραγιάννη & Έξαρχο (2006: 40) «κατά τη διάρκεια του 18ου αιώνα τα ταξίδια παίρνουν ένα περιηγητικό χαρακτήρα για γνωριμία με άλλους τόπους, άλλους λαούς, αναψυχή και περιπάτους που σχετίζονται με την αρχαιολογία και την ιστορία των τόπων προορισμού. Ανάμεσα στους ταξιδιώτες υπάρχουν και φημισμένοι περιηγητές-πράκτορες των κρατών τους, που επιθυμούν να διευρύνουν την έκταση επιρροής τους».

Ο τουρισμός κατά την περίοδο του 19ου αιώνα καταφέρνει να ονομαστεί και ως μια περίοδος κλειδί για την εξάπλωση και την διαμόρφωση των καταστάσεων που θα ακολουθήσουν στο μέλλον. Η αφετηρία έρχεται με τις επερχόμενες εξελίξεις όπου λαμβάνουν χώρα στο χώρο των επικοινωνιών και των μεταφορών, ακολουθούν η οικονομική ραγδαία εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου σε διεθνές επίπεδο και συμπληρώνονται με τις κοινωνικές και νομοθετικές αλλαγές (Τσάρτας, 1996).

Στην εκκίνηση του 20ου αιώνα αλλά ιδιαιτέρως μετά τα μέσα και το τέλος των μαχών του Β' Παγκοσμίου πολέμου διαπιστώθηκε ένα ξέσπασμα τουριστικών ροών και μια αύξηση της διάθεσης για τα τουριστικά προϊόντα και τις υπηρεσίες (όπως για παράδειγμα την διαμονή σε τουριστικά καταλύματα) (Τσάρτας, 1996).

Στο δεύτερο μισό του 19ου αιώνα κάνει την εμφάνιση του στην Αγγλία ο Thomas Cook, ο άνθρωπος που θα διαμορφώσει τη νέα μορφή ταξιδιού, ανοίγοντας «Γραφεία Ταξιδιών» με σκοπό να καλύψει την αυξανόμενη ζήτηση για ταξίδια αναψυχής από τα μέλη της ανερχόμενης αστικής τάξης. Η ιδέα του Cook βρίσκει μιμητές και στο Βερολίνο, ενώ ο ίδιος το 1873 και το 1878 διοργανώνει το πρώτο «ομαδικό ταξίδι» προς την Παλαιστίνη και διοργανώνει το «γύρο του κόσμου» (Καραγιάννης & Έξαρχος, 2006). Ακολούθησαν τα πρώτα all-inclusive ταξίδια την περίοδο του 1841. Είχε τεράστια επιτυχία με την προσθήκη των οικονομικών

διακοπών all-inclusive, τακτικά σε προορισμούς του εξωτερικού, για τη μεσαία τάξη. Στην εισαγωγή κουπονιών για τα ξενοδοχεία και τουριστικά φυλλάδια ήταν επίσης εξαιρετικά πρωτοπόρος (Ueli , 2010).

Γενικά για κάθε δεκαετία του 20ου αιώνα, υπήρξαν πολλά και διαφορετικά θέματα τα οποία επηρέασαν την τουριστική βιομηχανία σε διεθνές επίπεδο. Πιο συγκεκριμένα (Ακριβός & Σαλεσιώτης, 2007):

- Από το 1930 μέχρι το 1950, άρχισαν να δημιουργούνται τα θεμέλια που αφορούσαν τον τουρισμό σε χώρες υψηλού ενδιαφέροντος όπως για παράδειγμα την Αγγλία, Γαλλία, και Γερμανία. Ξεκίνησαν να κατασκευάζουν ειδικούς χώρους καλωσορίσματος τουριστών ενώ με την κατάλληλη διαφήμιση και συστηματοποίηση είχαν ως αποτέλεσμα την προσέλκυση τουριστών από όλο τον κόσμο.
- Από το 1950 μέχρι το 1990, μετά δηλαδή το Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο όπου ήταν μια ιδιαίτερα σκληρή και καταστροφική περίοδος διακρίνεται μια αύξηση στην τουριστική ζήτηση και αυτό συμβαίνει διότι υπάρχει μια έντονη επιθυμία των ανθρώπων για ξεκούραση και ψυχαγωγία. Πρώτες στις προτιμήσεις ήταν οι περιοχές με πολύ ηλιόλουστη ατμόσφαιρα, οι οποίες εξελίχθηκαν με πολύ γρήγορους ρυθμούς αφού αυξήθηκαν οι τουριστικές ροές. Επίσης υπήρξε μεγάλη πρόοδος και αλλαγή σε ότι αφορά την εγγύηση στην ασφάλεια των πτήσεων και αυτό έγινε εμφανές μέσα από τις πωλήσεις μέσα από τουριστικά πακέτα διακοπών.

Μετά το 1950 η ανάπτυξη του τουρισμού είναι ραγδαία και συνιστά ένα οικονομικό τομέα που επηρεάζει άμεσα τις χώρες όπου αναπτύσσεται. Η τεράστια αυτή ανάπτυξη του τουρισμού οφείλεται σε παράγοντες όπως η πολιτική και οικονομική σταθερότητα στις αναπτυγμένες χώρες, η αύξηση του ελεύθερου χρόνου και η παράλληλη ανάπτυξη του «κοινωνικού κράτους», δημογραφικοί και οικονομικοί παράγοντες, η ανάπτυξη των μαζικών μεταφορικών μέσων, «δημοκρατικοποίηση» του δικαιώματος στον τουρισμό, η μετατροπή του τουρισμού σε καταναλωτικό προϊόν, διαφοροποίηση τιμών και εξειδίκευση υπηρεσιών, ο τουρισμός γίνεται ένα «σύγχρονο» κοινωνικό αγαθό, ο τουρισμός προωθείται από την πολιτική των εταιριών τουρισμού, των κρατών και των οργανώσεων του κλάδου, ο τουρισμός ως κοινωνικό φαινόμενο που ανταποκρίνεται στα καταναλωτικά πρότυπα που αναπτύσσονται στη μεταπολεμική περίοδο (Τσάρτας, 1996).

- Μετά το 1990, αρχίζει να παρουσιάζεται μια οικονομική κάμψη όπου φέρνει σε βαθμιαία κρίση την διεθνή τουριστική αγορά εξαιτίας της πτώσης της ζήτησης. Αρχικά οι προτιμήσεις του κόσμου ήταν περισσότερο στα αμάξια, τα ρούχα και τις κατοικίες αφού χρειάστηκαν περίπου τρία με πέντε χρόνια για να εμφανιστεί η ανάκαμψη. Οι αγορές μεταβάλλονται με ταχύτατους ρυθμούς, αυτό εμφανίζεται περισσότερο στην ανατολική Ευρώπη, στην αμερικανική αγορά όπως και στην ανατολική Ασία. Οι άνθρωποι ταξιδεύουν όλο και πιο συχνά και ο αριθμός των ταξιδιών πληθαίνει σε αντίθεση με την διάρκεια τους που ελαττώνεται. Αυξάνεται η ανάγκη για περισσότερη μέριμνα προς τον πελάτη με ιδιαίτερη βαρύτητα να δίνεται στις προτιμήσεις και τις επιθυμίες του (Ακριβός & Σαλεσιώτης, 2007).

Η σύγχρονη διάσταση του τουρισμού και η ενσωμάτωση του στο κοινωνικό και οικονομικό σύστημα πολλών χωρών, αποτελεί φυσικό επακόλουθο της εξελικτικής του πορείας, καθώς και μιας ακολουθίας φάσεων που διάνυσε από την αρχαιότητα έως σήμερα (Βαρβαρέσος, 2015).

Συνολικά κατά την διάρκεια του 20ου αιώνα υπήρξε μια αλματώδης ανάπτυξη με αρκετά γρήγορους ρυθμούς. Σε αυτό όμως βοήθησαν και μερικοί συντελεστές όπως είναι (Ακριβός & Σαλεσιώτης, 2007):

- Το συνολικό επίπεδο ευπορίας των ανθρώπων.
- Η πρόοδος που υπήρξε στα μεταφορικά μέσα όσον αφορά τα ταξίδια.
- Η εξέταση των μεταναστευτικών ροών με αποτέλεσμα μερικές από τις μεταναστευτικές χώρες να θεωρούνται πλέον χώρες καλωσορίσματος των μεταναστών και έρευνας για μια βελτιωμένη ποιότητα ζωής σε προορισμούς όπου τα περασμένα χρόνια δεν αποτελούσαν τόπους έλξης τουριστών.
- Η απλοποίηση πλέον των τυπικών διαδικασιών σε αντίθεση με παλιότερα όσο αφορά τους τουρίστες για την έξοδο τους από την χώρα για τουριστικούς σκοπούς. Η τροποποίηση αυτή εξυπηρετεί αρκετούς πολίτες της Ευρωπαϊκής Ένωσης γιατί πλέον έχουν την δυνατότητα να ταξιδέψουν και να κινούνται για επαγγελματικούς λόγους μόνο με την ταυτότητα τους ή το διαβατήριό τους σε κάποια άλλη χώρα της Ένωσης.
- Η παρότρυνση που υπάρχει μέσω της τεχνολογίας (διαδίκτυο, τηλεόραση).
- Η τεχνολογική αναβάθμιση των μέσων μετακίνησης όπως για παράδειγμα είναι τα αεροπλάνα, τα πλοία, τα λεωφορεία με αποτέλεσμα την μείωση της ταλαιπωρίας των ταξιδιωτών.

2.4. Εγχώριος και διεθνής τουρισμός

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών, ορίζει ότι ο εγχώριος τουρισμός μιας χώρας περιλαμβάνει τις δραστηριότητες του κατοίκου-επισκέπτη στο εσωτερικό της χώρας αυτής, είτε ως μέρος ενός τουριστικού ταξιδιού στην ημεδαπή είτε ως μέρος ενός τουριστικού ταξιδιού στην αλλοδαπή. Από την άλλη, ο διεθνής τουρισμός περιλαμβάνει τον εισερχόμενο και τον εξερχόμενο τουρισμό, δηλαδή τις δραστηριότητες των επισκεπτών που διαμένουν εκτός της χώρας αναφοράς, είτε ως μέρος τουριστικών ταξιδιών στο εσωτερικό είτε στο εξωτερικό, καθώς και τις δραστηριότητες μη αλλοδαπών επισκεπτών εντός της χώρας αναφοράς για ταξίδια εισερχόμενου τουρισμού (UNWTO, 2016).

Ο τουρισμός σήμερα αποτελεί έναν τομέα επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα με την υψηλότερη δραστηριότητα παρουσιάζοντας εμφανή αποτελέσματα για την ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας. Ωστόσο ο τομέας του τουρισμού πέτυχε μια εντυπωσιακή βελτίωση από το 2013 με αποτέλεσμα να συμβάλει θετικά στην διακοπή της καθοδικής πορείας της ελληνικής οικονομίας από το 2008. Κατά την περίοδο 2014-2015 καταγράφηκαν σημαντικές αποδόσεις όσο αφορά τις αφίξεις των τουριστών που διαμένουν στο εξωτερικό αλλά αξιολογικά ήταν και τα έσοδα που προήλθαν από τον εισερχόμενο τουρισμό. Προβλέπεται πως οι εξαγωγές προϊόντων και ο τουρισμός θα είναι οι κύριοι συντελεστές που θα βοηθήσουν σε μεγάλο βαθμό στην ανάκαμψη και ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας στο μέλλον με την

συνεισφορά και προσέλκυση επενδύσεων (Μαρούλης, 2016). Τα δεδομένα της συνεισφοράς του εγχώριου και του διεθνή τουρισμού στην Ελλάδα, συνοψίζονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 1: Βασικά μεγέθη του ελληνικού τουρισμού (2018).

Μέγεθος	Τιμή μεγέθους
Συνολική συμμετοχή στο ΑΕΠ	30,9%
Συνολική συμμετοχή στην απασχόληση	25,9% της συνολικής απασχόλησης
Συνολική Απασχόληση	988.600
Έσοδα από εισερχόμενο τουρισμό	15,6 δις. € (δεν περιλαμβάνονται τα έσοδα από κρουαζιέρα)
Αφίξεις μη κατοίκων	30,1 εκατ. (δεν περιλαμβάνονται οι αφίξεις από κρουαζιέρα)
Μέση κατά κεφαλή δαπάνη	520 € (δεν περιλαμβάνονται τα ποσά κρουαζιέρας)
Εποχικότητα	54,8% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο - Αύγουστο - Σεπτέμβριο
Συγκέντρωση Προσφοράς	70% των ξενοδοχειακών κλινών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές της Ελλάδας
Ξενοδοχειακή Υποδομή	10.121 ξενοδοχεία / 798.650 κλίνες
Top 5 αεροδρόμια (σε αφίξεις αλλοδαπών)	Αθήνα (8.121.761), Ηράκλειο (3.319.392), Ρόδος (2.362.308), Θεσσαλονίκη (2.162.117), Κέρκυρα (1.509.219)

Πηγή: ΣΕΤΕ, 2019.

Σε ό,τι αφορά τους εισερχόμενους τουρίστες, οι χώρες της ΕΕ-28 αποτελούν την κύρια πηγή τουριστών για την Ελλάδα, αντιπροσωπεύοντας το 68% του συνόλου. Σημειώνεται ότι τέσσερις χώρες (ΣΕΤΕ, 2017):

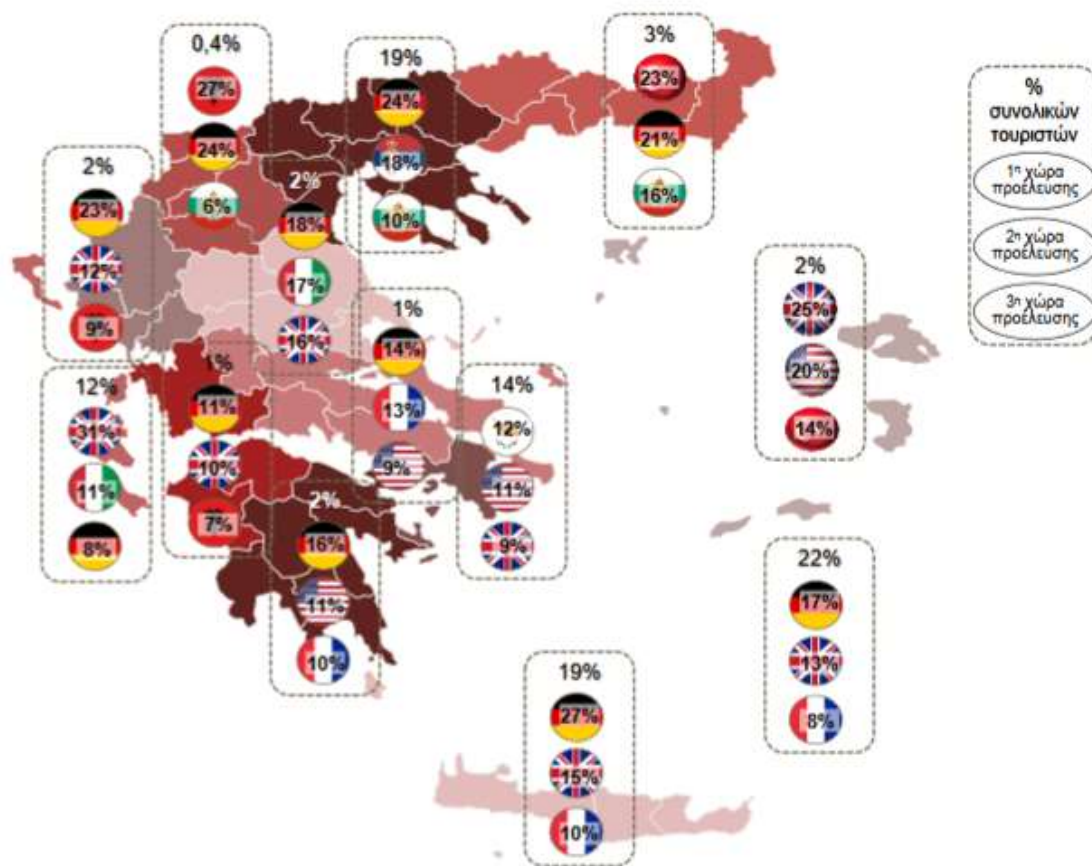
- Γερμανία,
- Ηνωμένο Βασίλειο,
- Ιταλία και,
- Γαλλία

αντιπροσωπεύουν το 35% όλων των αφίξεων. Από τις χώρες εκτός ΕΕ-28, οι τουρίστες από τις Η.Π.Α. αντιπροσωπεύουν το 3% του συνόλου των εισερχόμενων τουριστών, από τη Ρωσία το 2%, ενώ από όλες τις άλλες χώρες τα ποσοστά είναι από 1% και κάτω. Επιπλέον, πέντε προορισμοί (ΣΕΤΕ, 2017):

- Κρήτη ,
- Νότιο Αιγαίο,
- Κεντρική Μακεδονία,
- Ιόνια νησιά και,
- Αττική

δέχονται το 87% του συνόλου των εισερχόμενων τουριστών. Τέλος, οι τουρίστες που προερχόμενοι από τη Ρουμανία σημείωσαν σημαντική αύξηση από το 2015 και έπειτα (PWC, 2018). Στο διάγραμμα που ακολουθεί απεικονίζονται οι διανυκτερεύσεις (%) ανά περιφέρεια με βάση τη χώρα προέλευσης.

Διάγραμμα 1: Διανυκτερεύσεις (%) ανά περιφέρεια (τρεις κυριότερες χώρες προέλευσης).



Πηγή: PWC, 2018.

Πάντως, υπάρχουν και ορισμένοι πολύ βασικοί συντελεστές που συμβάλουν στην ραγδαία αυτή ανάπτυξη και αύξηση του τουρισμού στην Ελλάδα. Πιο συγκεκριμένα το χρονικό διάστημα 2013 έως 2015 βασικός παράγοντας θεωρήθηκε αρχικά η γεωπολιτική θέση της χώρας μας και ότι είναι ένας ασφαλής προορισμός για τουρίστες του εξωτερικού. Υπάρχουν όμως και συντελεστές που είναι αρνητικοί όπως για παράδειγμα η αρκετά υψηλή φορολογία (Μαρούλης, 2016).

2.5. Οι επιπτώσεις του τουρισμού

2.5.1. Οικονομικές επιπτώσεις

Η επιστήμη της οικονομίας έχει βοηθήσει αρκετά στην εκτίμηση της τουριστικής ερμηνείας αλλά και στην ερμηνεία αρκετών από τους συντελεστές που στοιχειοθετούν τον σύγχρονο τουρισμό (Τσάρτας, 1996).

Η οικονομία είναι μια συνθέτη επιστήμη και η σημασία της στην έρευνα και την εξέλιξη του τουρισμού είναι πολυδιάστατη όπως για παράδειγμα στις μικροοικονομικές και μακροοικονομικές ερμηνείες στη διοίκηση επιχειρήσεων, στη διαφήμιση αλλά και μελέτες που αφορούν στην πολιτική διαχείριση της οικονομίας. Είναι προφανές και επόμενο αυτό το γενικό φάσμα μελέτης και εξέτασης να σχετίζεται εννοιολογικά με αρκετές προσεγγίσεις άλλων κοινωνικών επιστημών. Τα

κυριότερα θέματα που προκύπτουν από διάφορους τομείς της οικονομίας του τουρισμού είναι (Τσάρτας, 1996):

- Σύμφωνα με μελέτες που έχουν διεξαχθεί για την αγοραστική στάση των τουριστών που αναφέρονται στις αποφάσεις τους όπου συμπεριλαμβάνουν την επιλογή των προορισμών που θα επισκεφτούν και τις υπηρεσίες. Σημαντικοί για τις μελέτες κρίνονται οι συντελεστές χρηματικής αξίας των διακοπών και ο χρόνος. Σε αρκετές μάλιστα από αυτές τις μελέτες έγινε χρήση οικονομετρικών τεχνικών με αποτέλεσμα να καταχωρηθούν όλοι εκείνοι οι συντελεστές που απαρτίζουν τα γενικά πλαίσια επιλογών των καταναλωτών και των τουριστών.
- Μελέτες και έρευνες δοκίμασαν να εξετάσουν από την μεριά της πολιτικής οικονομίας τα κυριότερα οργανωτικά γνωρίσματα του τουριστικού κλάδου, συγκεκριμένα μέσα από την σκοπιά των μονοπωλιακών και ολιγοπωλιακών διαθέσεων που επιδεικνύει αυτός ο τομέας σε παγκόσμιο επίπεδο.
- Αξιολογες πραγματεύσεις όσο αφορά την θέση που έχει ο τουρισμός στην παγκόσμια οικονομία και σε όλα τα επίπεδα όπως για παράδειγμα στο επάγγελμα, την παραγωγή, την κατανάλωση, το ισοζύγιο πληρωμών και γενικά τις επιρροές σε άλλους τομείς της οικονομίας. Έχει παρατηρηθεί πως σε αρκετές από αυτές τις έρευνες γίνεται μια λεπτομερής εκτίμηση της έννοιας του τουρισμού ως πρωταρχικού παράγοντα της οικονομικής εξάπλωσης περιφερειών και κρατών διότι με αυτόν τον τρόπο παρουσιάζονται οι κοινωνικές, πολιτιστικές και περιβαλλοντικές συνέπειες της εξάπλωσης του.
- Στα πλαίσια ερευνών υπήρξαν κάποιες ουσιαστικές πραγματεύσεις στο μάρκετινγκ όσο αφορά τα κοινωνικοοικονομικά αλλά και ψυχολογικά γνωρίσματα των τουριστών και αναφορά στα κίνητρα των ταξιδιωτών για τις επιλογές τους. Επίσης έρευνες έγιναν και για την τμηματοποίηση της αγοράς με σκοπό τη διαφήμιση, οι οποίες έδειξαν τα κύρια γνωρίσματα και τα διαφορετικά κίνητρα των τουριστικών και αγοραστικών ομάδων.

Ο τουρισμός ανήκει σε έναν από τους πιο ισχυρούς και μεγάλους κλάδους διεθνώς, ο οποίος εμπεριέχει περίπου 1.186 δισεκατομμύρια τουρίστες παγκοσμίως και αποτελεί σχεδόν το 10% του διεθνούς ΑΕΠ με τα υπολογιζόμενα συνολικά κέρδη των 1260 δισεκατομμυρίων δολαρίων διεθνώς το 2015 (Bayramov & Abdullayev, 2010; UNWTO 2016). Το ποσοστό της συνεισφοράς του τουρισμού στο παγκόσμιο Α.Ε.Π. είναι ίδιο για τα έτη 2016 και 2017, περίπου δηλαδή 10%, ενώ για το 2018 καταγράφεται επιπλέον αύξηση 4%. Επιπλέον, ο τουρισμός το 2018 παγκοσμίως απασχόλησε το 11.6% των εργαζομένων παγκοσμίως, ενώ απορρόφησε το 4.8% των επενδύσεων (PWC, 2018).

Στην χώρα μας ο τουρισμός συγκροτεί μια ουσιαστική οικονομική δομή αφού ενισχύει στην ελάττωση του ελλείμματος του ισοζυγίου πληρωμών, βοηθάει σε μεγάλο βαθμό στην εύρεση επαγγέλματος, στον σχηματισμό των οικονομικών απολαβών και στην άνθηση των βουνίσσιων και νησιωτικών περιοχών. Τα στατιστικά δεδομένα σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Ένωση προβάλλουν τον τουρισμό στην τρίτη θέση ως την μεγαλύτερη οικονομική δράση, όπου υπερισχύουν οι μικρομεσαίες

επιχειρήσεις. Ουσιαστικά είναι μια οικονομική δράση με ιδιαίτερη κοινωνικοοικονομική σημασία ενώ συμβάλει στο 5% του Ευρωπαϊκού ΑΕΠ και απασχολεί περίπου το 5,2% των εργαζομένων (Τσάρτας & Λύτρας, 2017).

Ο τουρισμός απαρτίζει μια οικονομική δραστηριότητα αυξανόμενης σπουδαιότητας στην οικονομία της χώρας μας. Ένα αξιοσημείωτο παράδειγμα είναι οι απευθείας επενδύσεις της τάξεως των 18,3 δισεκατομμυρίων ευρώ καθώς και η έμμεση συνεισφορά των 30,2 δισεκατομμυρίων ευρώ στον τομέα της οικονομίας εκπροσωπούν το 27,3% του ΑΕΠ της χώρας μας για το 2017, συγκριτικά με το 25,5% για το 2016 με 16,7 δισεκατομμύρια απευθείας και 27,6 δισεκατομμύρια από έμμεσες συνεισφορές. Το χρονικό διάστημα 2017 η άμεση συμβολή του τουρισμού στον τομέα της οικονομίας αυξήθηκε περίπου στο 1,6 δισεκατομμύρια ευρώ, ενώ το ονομαστικό ΑΕΠ αυξήθηκε κατά 3,5 δισεκατομμύρια ευρώ (ΣΕΤΕ, 2017).

Η οικονομία του τουρισμού συμβάλει στην απασχόληση, ιδιαίτερα τους καλοκαιρινούς μήνες. Σύμφωνα με το Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE), όλοι οι τύποι καταλυμάτων από ξενοδοχεία έως ενοικιαζόμενα δωμάτια καθώς και τα μπαρ/εστιατόρια απαρτίζουν το 63,3% των τουριστικών δαπανών στη χώρα μας (κατάλυμα 45,3% και μπαρ/εστιατόρια 18,0%). Αν η συνεισφορά και των δύο αυτών κλάδων στην εργασία σε δραστηριότητες όπου είναι άμεσα συνδεδεμένες με τον τουρισμό υποτίθεται ότι είναι αντίστοιχη με τη συνεισφορά τους στο ΑΕΠ, είναι εφικτό να παρατηρηθεί ότι η συνολική απασχόληση που σχηματίστηκε από τον τουρισμό κατά την περίοδο αιχμής του 2017 ήταν 630.000 εργαζόμενοι ή 16.9% εργασία (ΣΕΤΕ, 2017).

Ο τουρισμός έχει αρκετά σημαντικό ρόλο για κάθε περιφέρεια τόσο από οικονομική άποψη όσο και από κοινωνική αφού απαρτίζει τον σύνδεσμο αυτής με την εξωτερική οικονομία. Την περίοδο 2017 τα έσοδα από τα ταξίδια ανήλθαν στα 14,7 δισεκατομμύρια Ευρώ και κατέλαβαν το 80,0% του εμπορικού ελλείμματος με 18,4 δισεκατομμύρια Ευρώ. Σε σύγκριση με το 2016 οι αποδείξεις των ταξιδιών αυξήθηκαν κατά 1,458 εκατομμύρια ευρώ. Επιπλέον, οι εισπράξεις από τις θαλάσσιες μεταφορές και τις αερομεταφορές από τον εισερχόμενο τουρισμό ανήλθαν στα 1,7 δισεκατομμύρια Ευρώ και στο σύνολο στα 16,4 δισεκατομμύρια Ευρώ όπου κάλυπτε το 89,0% του εμπορικού ελλείμματος. Η χώρα μας υποδέχτηκε 30,2 εκατομμύρια τουρίστες και επιβάτες κρουαζιέρας το 2017. Η αύξηση αυτή κυμάνθηκε στο 7,4% σε σύγκριση με το 2016 όπου ήταν 28,1 εκατομμύρια. Οι περισσότεροι από τους μισούς τουρίστες, περίπου στα 18 εκατομμύρια αφίχθηκαν στην Ελλάδα με αεροπλάνο, φανερώνοντας την αύξηση 9,9% σε σύγκριση με το 2016. Σημαντικό κρίθηκε το γεγονός πως το 68,0% των αφίξεων προέρχονται από την Ευρώπη, και οι περισσότερες από τις μισές προέρχονται από την Ευρωζώνη (ΣΕΤΕ, 2017).

Φαίνεται πως ο τουρισμός ενισχύει οικονομικά και άλλους κλάδους που συνδέονται με αυτόν και μπορεί να έχει θετικές άμεσες και έμμεσες επιπτώσεις σε τοπικό επίπεδο, λειτουργώντας αυξητικά σε ότι αφορά την παραγωγή και την απασχόληση, καθώς και στην αύξηση των μισθών και των εσόδων από κεφάλαια. Κρίνεται

απαραίτητο να σημειωθεί πως υπάρχουν τρεις βασικοί μέθοδοι με τους οποίους η τουριστική κατανάλωση επιδρά στην κατανομή του εισοδήματος και αυτοί είναι οι αλλαγές των τιμών, τα κέρδη από τα νοικοκυριά και τα έσοδα που προέρχονται από το δημόσιο. Ο τουρισμός βοηθάει σε μεγάλο βαθμό την ανάπτυξη των περιφερειακών οικονομιών, δίνοντας έτσι μια πηγή εισοδήματος στα νοικοκυριά και τις τοπικές επιχειρήσεις. Αυτό κρίθηκε ιδιαίτερα σημαντικό για τις αναπτυσσόμενες και τις λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες (Incera & Fernandez, 2015).

Ο τουρισμός αποτελεί διεθνές φαινόμενο με μια σημαντικά μεγάλη υποδομή. Η σημασία του είναι εμφανής δεδομένου ότι η επιρροή του εισχωρεί ουσιαστικά στην κοινωνία, την πολιτική, τον πολιτισμό και περισσότερο από όλα στην οικονομία (Ueli, 2010).

2.5.2. Περιβαλλοντικές επιπτώσεις

Ο τουρισμός όπως έχουμε προαναφέρει είναι ένα πολύπλευρο φαινόμενο και μέσα σε αυτό συγκαταλέγονται όλες εκείνες οι επιπτώσεις που αφορούν το περιβάλλον. Οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις είναι ίσως και οι πιο σημαντικές διότι έχουν άμεση επιρροή στο ανθρωπογενές περιβάλλον το οποίο ζούμε (Drosos & Skordoulis, 2018).

Έχουν διακριθεί αρκετές αρνητικές επιπτώσεις προερχόμενες από τον τουρισμό όταν ο αριθμός χρήσης των επισκεπτών είναι μεγαλύτερος από την δυνατότητα του περιβάλλοντος να προσεγγίσει αυτή τη χρήση μέσα σε ένα λογικό πλαίσιο. Ο ανεξέλεγκτος καθιερωμένος τουρισμός σχηματίζει ενδεχόμενες απειλές σε πολλές φυσικές περιοχές σε όλο τον πλανήτη. Είναι πιθανόν να έχει πολύ μεγάλη πίεση σε έναν τόπο με αποτέλεσμα να οδηγήσει σε επιπτώσεις όπως είναι η αλλοίωση του εδάφους, η αυξημένη ρύπανση, τα απόβλητα στη θάλασσα, η μείωση φυσικών οικοτόπων, η αυξημένη πίεση στα υπό εξαφάνιση είδη και η αυξημένη ευαισθησία στις δασικές πυρκαγιές. Επιπροσθέτως ο τουρισμός πολλές φορές μπορεί να προξενήσει πανομοιότυπες μορφές ρύπανσης με οποιαδήποτε άλλη βιομηχανία όπως για παράδειγμα την έκλυση ρύπων στον αέρα, φασαρία, στερεά σκουπίδια, απελευθέρωση λυμάτων, πετρέλαιο και διάφορες επικίνδυνες χημικές ουσίες, καθώς και οπτική ρύπανση (Sunlu, 2003).

Μερικές σημαντικές επιπτώσεις του τουρισμού στο περιβάλλον αφορούν και το πιο πολύτιμο αγαθό στον κόσμο όπου είναι το νερό. Το νερό, και ειδικά το γλυκό νερό, είναι ένας από τους πιο σημαντικούς φυσικούς πόρους. Η τουριστική βιομηχανία κάνει σημαντική χρήση υδάτινων πόρων για ξενοδοχεία, πισίνες, γήπεδα γκολφ και προσωπική χρήση του νερού από τους τουρίστες. Εξαιτίας της υψηλής θερμοκρασίας και της επιθυμίας των τουριστών να καταναλώνουν περισσότερο νερό κατά τη διάρκεια καλοκαιρινών διακοπών τους από ό, τι κάνουν στην καθημερινότητα τους, το χρησιμοποιούμενο νερό μπορεί και να είναι 440 λίτρα την ημέρα. Είναι πολύ πιθανόν να οδηγήσει στην έλλειψη νερού και την υποβάθμιση των παροχών νερού, καθώς και τη δημιουργία υψηλού μεγέθους απορριμμάτων (Sunlu, 2003).

Για πολλούς οι αερομεταφορές είναι υπαίτιες για ένα σημαντικό κομμάτι των ρύπων στο περιβάλλον. Συγκεκριμένα οι αεροπορικές, οδικές και σιδηροδρομικές

μετακινήσεις πολλαπλασιάζονται συνεχώς σε σχέση με τον αυξανόμενο αριθμό τουριστών και την μεγαλύτερη κινητικότητα τους. Ο Διεθνής Οργανισμός Πολιτικής Αεροπορίας γνωστοποιεί πως ο αριθμός των διεθνών επιβατών των αερομεταφορών διεθνώς αυξήθηκε από 88 εκατομμύρια το 1972 σε 344 εκατομμύρια το 1994. Μία συνέπεια αυτής της αύξησης στις αερομεταφορές δείχνει πως ο τουρισμός καταλαμβάνει περισσότερο από το 60% των αεροπορικών μετακινήσεων. Έχει παρατηρηθεί ακόμη πως οι ρύποι από τις μετακινήσεις και από την παραγωγή και χρήση ενέργειας σχετίζονται με την όξινη βροχή, την υπερθέρμανση του πλανήτη και τη φωτοχημική ρύπανση (Sunlu, 2003).

Επιπλέον οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στη σημασία του περιβάλλοντος τόσο για την εμπύχωση όσο και για την ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας που όλοι επιζητούν στις μέρες μας. Επιπλέον τονίζεται το άγχος που δημιουργείται για τις πιθανές δυσμενείς επιπτώσεις του τουρισμού στο περιβάλλον. Το περιβάλλον είναι ο κυριότερος τουριστικός πόρος που έχουμε στην διάθεση μας και για αυτόν τον λόγο οφείλουμε σαν κοινωνία να τον διατηρούμε και να τον διαχειριζόμαστε με τον καλύτερο δυνατό τρόπο διότι είναι ζωτικής σημασίας για το μέλλον της τουριστικής βιομηχανίας και για την κοινωνία ως σύνολο. Η ανάπτυξη πολλές φορές όμως μπορεί να επιφέρει αρνητικές επιπτώσεις για την τουριστική εξέλιξη ενός τόπου όπως για παράδειγμα η διάβρωση του φυσικού περιβάλλοντος από πυρκαγιές. Για αυτό τον λόγο οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις αποτελούν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη τουριστικών έργων. Αντιθέτως η απουσία ενδιαφέροντος στις ενδεχόμενες επιπτώσεις είναι πιθανόν να καταλήξει στην υποβάθμιση των ίδιων των πόρων στους οποίους στηρίζεται ο τουρισμός. Ομοίως η εξέλιξη του τουρισμού είναι πιθανόν να φέρει θετικό αντίκτυπο, ειδικά στο κατασκευασμένο περιβάλλον μέσω της αναβάθμισης των κτιρίων και της παροχής υποδομών (Green, 1990).

Σύμφωνα με μελέτες που αφορούν τις περιβαλλοντικές συνέπειες του τουρισμού διακρίνεται πως βασίζονται κυρίως στην τουριστική εξέλιξη. Όσον αφορά το θετικό αποτέλεσμα που έχουν, κάποιοι θεωρούν πως ο τουρισμός βοηθάει στη μεγαλύτερη επίγνωση των απαιτούμενων για τη συντήρηση του περιβάλλοντος, καταλαμβάνοντας τη φυσική του ομορφιά για τουριστικούς σκοπούς και αυξάνοντας τις επενδύσεις στις περιβαλλοντικές υποδομές της χώρας υποδοχής. Ο τουρισμός είναι σχετικά μια καθαρή βιομηχανία, με προβλήματα μικρότερης ρύπανσης σε αντίθεση με άλλα είδη βιομηχανιών. Αυτή η "καθαρή" βιομηχανία συγκροτεί στην αναβάθμιση της φυσικής δράσης της κοινότητας και των περιβαλλόντων της. Εντούτοις υπάρχουν και άλλες απόψεις που θεωρούν πως ο τουρισμός δημιουργεί μια μορφή περιβαλλοντικής ρύπανσης όπως για παράδειγμα, εξαφάνιση των φυσικών πηγών, υποβάθμιση του πράσινου και καταπόνηση της άγριας ζωής κ.λπ. (Kim et al., 2013).

Τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί μια αύξηση του αριθμού των τουριστών για επισκέψεις σε απόμακρες περιοχές του πλανήτη όπου εκεί έχουν επισημάνει πως ο τουρισμός είναι βασισμένος στη φύση. Όσο πιο δελεαστικός είναι ο προορισμός (τις

περισσότερες φορές εξαιτίας των πλούσιων βιολογικών και/ ή πολιτιστικών του αξιών), τόσο πιο αναγνωρίσιμος μπορεί να γίνει, πιθανότερο όμως είναι να υποβαθμιστεί εξαιτίας της υψηλής επισκεψιμότητας η οποία με τη σειρά της μπορεί να μειώσει την ποιότητα (Hilery et al., 2001).

Έρευνες εστιασμένες στις απόψεις που αφορούν το περιβάλλον έχουν συμπεράνει πως οι τουρίστες έχουν γενικά περιορισμένη αντίληψη των επιπτώσεων στο περιβάλλον αλλά είναι πιο ευαισθητοποιημένοι στις άμεσες επιπτώσεις που προκύπτουν από τα σκουπίδια, τους ανθρώπινους ρίπους και τον βανδαλισμό. Έρευνες που έχουν διεξαχθεί σχετικά με τις αντιλήψεις για τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις έχουν συχνά οδηγηθεί στο συμπέρασμα πως οι τουρίστες δεν συνειδητοποιούν τα δικά τους αποτελέσματα στις φυσικές περιοχές που επισκέπτονται αλλά αυτό που τους κινεί το ενδιαφέρον είναι κυρίως οι άμεσες επιπτώσεις όπως για παράδειγμα τα σκουπίδια άλλων τουριστών (Hilery et al., 2001).

Η πρόταση για αυξημένη επίγνωση και σεβασμό στο περιβάλλον τα τελευταία χρόνια υπογραμμίζει τον σχεδιασμό για μια βιώσιμη τουριστική βιομηχανία στο μέλλον (Drosos & Skordoulis, 2018).

2.5.3. Κοινωνικό-πολιτιστικές επιπτώσεις

Η αλματώδης τουριστική ανάπτυξη στη Ελλάδα δεν είναι δυνατόν να μην επηρεάσει το πολιτιστικό κομμάτι και τις διάφορες μορφές του και αυτό φαίνεται μέσα από την ελληνική κοινωνία. Αδιαμφισβήτητα σημαντικό κρίνεται πως για μια περιοχή που επιλέγει να εξελιχθεί τουριστικά είναι σημαντικό να λαμβάνει τις θετικές επιδράσεις του τουριστικού φαινομένου πάνω στον πολιτισμό ή διαφορετικά να μην επιτρέπει να παραπονηθεί και να εμπορευματοποιηθεί ο κοινωνικός και πολιτιστικός του χαρακτήρας (Ηγουμενάκης et al., 1999).

Ο τουρισμός έχει την δυνατότητα να βοηθήσει στην συντήρηση και ανάπτυξη των πολιτιστικών στοιχείων ενός τόπου όπως για παράδειγμα είναι τα μνημεία, οι αρχαιολογικοί χώροι, η παραδοσιακή αρχιτεκτονική τα οποία διαφορετικά θα μπορούσαν να είχαν υποβαθμιστεί και χαθεί με το πέρασμα του χρόνου. Ουσιαστικά με την βοήθεια των τουριστικών ρευμάτων τα οποία συγκεντρώνονται για αυτό τον σκοπό, για να θαυμάσουν τα παραδοσιακά αυτά στοιχεία, κατορθώνεται η μακροχρόνια διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς προκειμένου να παραμείνει άθικτη και να αποτελεί πόλο έλξης. Αξίζει να σημειωθεί η καταλυτική βοήθεια που δίνουν τα προγράμματα χρηματοδότησης για τα πολιτιστικά θέματα (όπως για παράδειγμα η διαρρύθμιση και φύλαξη των αρχαιολογικών χώρων, οι αποκαταστάσεις σπιτιών κ.λπ.) τα οποία προκύπτουν τόσο από κρατικές όσο και από διεθνείς επιδοτήσεις και βοηθούν σε ικανοποιητικό βαθμό στη διάσωση του πολιτισμού και την τουριστική προβολή του (Du Cross, 2001).

Έχει διαπιστωθεί επίσης ένας συναισθηματισμός από την πλευρά των ντόπιων στις τουριστικές περιοχές οι οποίοι, πριν αρχίσουν οι αφίξεις των ξένων τουριστών που έρχονται για να απολαύσουν τα πολιτιστικά στοιχεία, είναι πολύ πιθανόν να μην είχαν συνειδητοποιήσει την σημασία και την αξία των πολιτιστικών μνημείων που

τους περιζώνουν. Αξιόλογη κρίνεται και η βοήθεια κάποιων εκδηλώσεων που διοργανώνονται από τους τοπικούς φορείς σε πολλές τουριστικές περιοχές με θέμα ιστορικά και λαογραφικά στοιχεία. Παρόλη την τουριστική σκοπιμότητα οι εκδηλώσεις αυτές επανεμφανίζουν και διατηρούν ενεργή την παράδοση και ταυτότητα των περιοχών αυτών (Silberberg, 1995).

Εκτός από όλες εκείνες τις θετικές επιδράσεις που μπορεί να έχει ο τουρισμός στον πολιτισμό, έχει εξίσου και αρνητικές και αυτό φαίνεται έντονα όταν ο τουρισμός φέρνει αλλαγές στα συστήματα αξιών και συμπεριφοράς και απειλεί με αυτό τον τρόπο τη γηγενή ταυτότητα (Κοκώσης et al., 2011).

Αρχικά μια αρνητική επίπτωση του τουρισμού αποτελεί η εμπορευματοποίηση του πολιτισμού. Ο τουρισμός πολλές φορές είναι ικανός για κερδοσκοπικούς σκοπούς να μετατρέψει τον πολιτισμό σε προϊόν, όπως για παράδειγμα οι θρησκευτικές παραδόσεις και οι γιορτές που διαμορφώνονται ειδικά για να ικανοποιήσουν τις προσδοκίες των τουριστών. Συχνά έχει παρατηρηθεί να επανέρχονται τοπικά έθιμα και πολιτιστικές γιορτές από τα παλιά χρόνια και να υπάρχουν αντικείμενα προς πώληση όπως χειροτεχνήματα και δημιουργίες λαϊκής τέχνης ως δείγμα τοπικής πολιτιστικής παράδοσης. Τα παραπάνω τις περισσότερες φορές είναι χαμηλής ποιότητας και δεν απεικονίζουν ακριβώς τα αληθινά χαρακτηριστικά της τοπικής παράδοσης και του πολιτισμού (Κοκώσης et al., 2011).

Όλη αυτή η διαδικασία ευχαρίστησης των τουριστικών επιθυμιών έχει ως αποτέλεσμα ένας τουριστικός προορισμός να απειλείται να εμπορευματοποιηθεί αφού από τη μια πλευρά το τοπίο, τα ενοικιαζόμενα δωμάτια και ξενοδοχεία, το φαγητό, τα ποτά θα πρέπει να ικανοποιούν την επιθυμία των τουριστών για κάτι νέο και ξένο σε αυτούς και από την άλλη θα πρέπει να μην είναι τόσο νέα ή περίεργα, επειδή λίγοι είναι οι τουρίστες που ειλικρινά αναζητούν νέα πράγματα (Yang & Wall, 2009).

Άλλο χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η εναρμόνιση στις τουριστικές απαιτήσεις. Οι τουρίστες θέλουν πολλές φορές να αγοράσουν σουβενίρ και να παρακολουθούν πολιτιστικές γιορτές. Σε αρκετές από τις τουριστικές περιοχές οι βιοτέχνες έχουν ανταποκριθεί στην μεγάλη ζήτηση και έχουν διαφοροποιήσει το σχεδιασμό των προϊόντων τους, έτσι ώστε αυτά να ταιριάζουν πιο πολύ με τις επιλογές που κάνουν οι τουρίστες. Το ενδιαφέρον που παρουσιάζεται από τους τουρίστες είναι πιθανόν να βοηθήσει με την σημασία της ιδιωτικής αξίας των καλλιτεχνών και να συμβάλει στη προφύλαξη της πολιτιστικής παράδοσης. Η πολιτιστική αλλοίωση είναι πιθανόν να δημιουργηθεί κατά τη διαδικασία εμπορευματοποίησης των πολιτιστικών αγαθών (Yu Park, 2010).

Σύμφωνα με τα παραπάνω συμπεραίνουμε πως οι επιπτώσεις του τουρισμού στο πολιτιστικό επίπεδο έχουν διπλό χαρακτήρα. Από τη μία πλευρά είναι φανερός ο θετικός ρόλος του τουρισμού καθώς αναβαθμίζεται ο τοπικός πολιτισμός και αποτελεί αντικείμενο θαυμασμού σε διεθνές επίπεδο. Από την άλλη πλευρά, οι

αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού συναντώνται κυρίως στην εμπορευματοποίηση του και την μεταποίηση του σε προϊόν μαζικής κατανάλωσης.

Σε ό,τι αφορά τις κοινωνικές επιπτώσεις, κρίνεται αξιόλογο να αναφερθεί πως υπολογίζονται δύσκολα. Η πιο εμφανής επίδραση σε κοινωνικό επίπεδο είναι όταν έρχονται σε επαφή διαφορετικοί άνθρωποι από κάθε πλευρά του πλανήτη όπου έχουν διαφορετικές κουλτούρες και πρεσβεύουν ο καθένας τον δικό του πολιτισμό (Κοκώσης et al., 2011).

Αρχικά εμφανίζονται κοινωνικές δυσκολίες. Συγκεκριμένα έχει παρατηρηθεί πως ο τουρισμός συνεισφέρει στην αύξηση της εγκληματικότητας και της διαπλοκής με άμεση συνέπεια την αύξηση των κοινωνικών συμπλοκών. Επιπλέον υποβιβάζει το φυσικό περιβάλλον και αυξάνεται η ρύπανση. Τακτικά η χαοτική κατασκευή και ο ανεξέλεγκτος χειρισμός των σκουπιδιών έχει ως αποτέλεσμα την κατάχρηση του περιβάλλοντος οπού εν τέλη καταλήγει στην βαθμιαία υποβάθμισή του. Η πραγματική ανησυχία πολλές φορές θεωρείται η υποβάθμιση και η δημιουργία ρύπανσης των φυσικών πόρων οπού είναι μη αναστρέψιμη, με αποτέλεσμα την γενική υποβάθμιση ενός τόπου (Brunt et al., 2000; Gössling, 2002).

Ακόμη υπάρχει ο κίνδυνος της υποβάθμισης του πολιτισμικού περιβάλλοντος και αυτό συμβαίνει με την αποδοχή ξένων αρχών, στάσεων και συμπεριφορών όπου διαφοροποιείται με αυτόν τον τρόπο η εθνική κουλτούρα μιας χώρας. Πολλές φορές αυτό συνθέτει ένα αναπόφευκτο αποτέλεσμα από τη στιγμή που συνυπάρχουν άνθρωποι από διαφορετικά μέρη του πλανήτη (Besculides et al., 2002).

Επιπροσθέτως, ο τουρισμός μπορεί να συνεισφέρει στη βιομηχανοποίηση του πολιτισμού, της θρησκείας και της τέχνης. Οι άνθρωποι που διατηρούν ενεργό τον πολιτισμό, τη θρησκεία και την τέχνη μιας περιοχής πολλές φορές έχουν ως πρωταρχικό σκοπό το οικονομικό κέρδος και όχι την αγάπη τους για αυτά. Το συμβάν αυτό έχει ως αποτέλεσμα να αλλάζει η συμπεριφορά των ανθρώπων, οι οποίοι για να επωφεληθούν οικονομικά είναι ικανοί να εκμεταλλευτούν οτιδήποτε έχει άμεση σχέση με τον πολιτισμό και τη θρησκεία τους. Αυτή η αντιμετώπιση αλλάζει τα κοινωνικά πρότυπα και ανταμείβει συχνά έκνομες πράξεις ή παραλείψεις (Yu Park, 2010).

Τέλος, υπάρχει ο κίνδυνος της μετάδοσης νοσημάτων και παθήσεων μέσω του τουρισμού. Παλαιότερα βασικό ρόλο είχαν στην περίπτωση αυτή τα σεξουαλικά μεταδιδόμενα νοσήματα. Στις μέρες μας όμως βγήκαν στην επιφάνεια κάποιες καινούργιες μορφές νοσημάτων όπως η γρίπη των πουλερικών. Είναι γεγονός πως η παρακολούθηση της υγείας των τουριστών που έρχονται από μια χώρα αντίκειται σε έναν αριθμό εμποδίων κυρίως νομικού χαρακτήρα και κατά συνέπεια η πρόληψη σε διεθνές επίπεδο δυσχεραίνει σημαντικά (Wallis & Lee, 1999).

2.6. Κίνητρα και παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή τουριστικού προορισμού

Οι Burkart και Medlick (1974), υποστηρίζουν ότι στον τουρισμό είναι πιο εύκολο να απαντηθεί το ποιος, πότε, πού και πώς, όχι όμως και το «γιατί». Πολλές μελέτες επικεντρώνουν το ενδιαφέρον τους στα κίνητρα που υποκινούν ένα άτομο να ταξιδέψει για διακοπές. Βέβαια η υποκίνηση είναι μόνο μία από τις μεταβλητές που ερμηνεύουν την τουριστική συμπεριφορά (Crompton, 1979).

Τα κίνητρα είναι μια ψυχολογική διαδικασία η οποία διεγείρει, κατευθύνει και διατηρεί μια συμπεριφορά προς ένα στόχο (Κωσταρίδου-Ευκλείδη, 1997). Τα κίνητρα αναδεικνύουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των τουριστικών ταξιδιών και των εμπειριών που επιθυμούν να αποκομίσουν από αυτά οι τουρίστες. Οι τουρίστες επιλέγουν έναν προορισμό με γνώμονα και τα κίνητρά τους. Υπάρχουν διάφοροι παράγοντες που επηρεάζουν τους τουρίστες και τους οδηγούν στο να επιλέξουν τύπο τουρισμού. Αυτοί είναι κοινωνικοί, ψυχολογικοί, δημογραφικοί, οικονομικοί, και οργανωτικοί (Τσάρτας, 1996).

Εξετάζοντας το φαινόμενο του τουρισμού πρέπει να αναφερθούν μερικά κίνητρα που ωθούν του τουρίστες στην επιλογή τουριστικού προορισμού. Όπως ήδη αναφέρθηκε, ο όρος κίνητρο αφορά οποιοδήποτε παράγοντα προτρέπει τον άνθρωπο να κάνει αυτό που επιθυμεί. Τις περισσότερες φορές οι παράγοντες αυτοί είναι είτε εσωτερικοί είτε εξωτερικοί. Επόμενο είναι τα κίνητρα αυτά να επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό την συμπεριφορά του τουρίστα σε θέματα επιλογής τουριστικού προορισμού, άλλες φορές θετικά και άλλες αρνητικά. Συχνά συνιστούν την σύνδεση αναμεσα στην επιθυμία του ανθρώπου και στην υλοποίηση της επιθυμίας του. Τα κίνητρα επιλογής τουριστικού προορισμού αποτελούν την επιθυμία για την εκτέλεσή του (Gnoth, 1997).

Υπάρχουν κάποια κίνητρα που σχετίζονται αποκλειστικά και μόνο στον ίδιο τον άνθρωπο και την ψυχολογική του κατάσταση. Στο πλαίσιο της διερεύνησης του τουρισμού οι ψυχολογικοί και κοινωνιολογικοί παράγοντες φαίνεται πως σε έναν βαθμό μπορούν να ερμηνεύσουν τη συμπεριφορά των τουριστών. Η ανθρώπινη συμπεριφορά επηρεάζεται από πολλούς και διάφορους παράγοντες και εδώ θα αναφερθούμε στο ψυχολογικό και κοινωνιολογικό επίπεδο. Η ψυχολογική μελέτη παρέχει μια μέθοδο αφομοίωσης του σκεπτικού όπου βάσει αυτού παίρνουν τις αποφάσεις οι τουρίστες. Η αναλυτική ερμηνεία των προσωπικών στοιχείων και αξιών όπως και της επίδρασης των ψυχολογικών και κοινωνιολογικών προτύπων γίνεται απαραίτητη, προκειμένου να είναι ευνόητη η συμπεριφορά των τουριστών. Στα πλαίσια μιας έρευνας που έγινε το 1985 στην Γαλλία, φάνηκε πως το 65% των τουριστών δεν ήταν ακόμη έτοιμοι να αφήσουν το ταξίδι τους ούτε όμως και να αλλάξουν το χρονικό διάστημα για το μέλλον. Μόλις το 20% δέχτηκε το ενδεχόμενο να αλλάξει το χρονικό διάστημα των διακοπών του. Σε αυτό το παράδειγμα λοιπόν φαίνεται ξεκάθαρα πως οι ψυχολογικοί και κοινωνιολογικοί συντελεστές είναι δυνατόν να επηρεάσουν τη συμπεριφορά των τουριστών στα πλαίσια των διακοπών τους (Βαρβαρέσος, 2013).

Ο Crompton (1979) εξέτασε μια μερίδα ανθρώπων όσο αφορά το πλαίσιο των διακοπών τους και κατέληξε πως ένα αρκετά σημαντικό ερέθισμα ήταν να αλλάξουν παραστάσεις είτε από τον χώρο εργασίας τους είτε και μέσα από την οικογένεια τους και να ξεφύγουν λίγο από την καθημερινότητα. Μέσα από την έννοια «καθημερινότητα» υποβόσκουν οι κύριοι λόγοι και τα κίνητρα για τουριστική μετακίνηση. Ο Crompton (1979) πρότεινε τα επτά ακόλουθα ψυχολογικά-κοινωνιολογικά ερεθίσματα:

- Την ξεκούραση
- Το πρεστίτζ
- Ένα διάλλειμα
- Το δέσιμο των οικογενειακών σχέσεων
- Την εξέταση των κοινωνικών επικοινωνιών
- Την ανεύρεση και αξιολόγηση του εαυτού μας
- Την εξόρμηση από το περιβάλλον που θεωρείτε πεζό

Επιπλέον ο Crompton (1979) πιστεύει πως υπάρχουν δυο βασικά ερεθίσματα πολιτισμικού χαρακτήρα και αυτά είναι η «αντίληψη του νέου» και η «παιδεία» τα οποία τείνουν να συνδέονται με κάποια ψυχολογικά και κοινωνιολογικά ερεθίσματα. Ο τουρισμός σήμερα είναι ένας διάυλος επικοινωνίας και πρωταρχικός συντελεστής κοινωνικής σταθερότητας ανάμεσα σε διαφορετικούς πολιτισμούς και ανθρώπους (Βαρβαρέσος, 2013).

Η επιστήμη της ψυχολογίας ασχολήθηκε και με τον τομέα του τουρισμού δίνοντας μεγαλύτερη προσοχή στους επισκέπτες και στις επαφές που έχουν με τους ντόπιους. Εφαρμόζοντας αυτή την μέθοδο μπόρεσαν να αναδείξουν τα ιδιωτικά στοιχεία, τα προσωπικά γνωρίσματα του κάθε ατόμου καθώς και την επίδραση που ασκεί το περιβάλλον στο τελικό αποτέλεσμα που αφορά ένα ταξίδι με τουριστικό σκοπό. Οι επικρατέστερες αναλύσεις στον κλάδο της ψυχολογίας και της κοινωνιολογίας είναι οι εξής (Τσάρτας, 1996):

- Οι ατομικές ψυχολογικές διαδικασίες που αναφέρονται στα κίνητρα που ωθούν τους τουρίστες να ξεφύγουν από την καθημερινότητα τους, να επιλέξουν τουριστικό προορισμό και η συσχέτιση που υπάρχει με τα χαρακτηριστικά των περιοχών ή των τύπων τουρισμού που είναι η τελική τους επιλογή.
- Οι αναλύσεις που αφορούν στη διαμόρφωση συγκεκριμένων συμπεριφορών από την πλευρά των τουριστών και των μόνιμων κατοίκων κατά την διάρκεια της ομιλίας τους με την τουριστική περιοχή. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στην ερμηνεία των συντελεστών που σχηματίζουν τα στερεότυπα καθώς και στον ιδιαίτερο ρόλο της διαφήμισης ως ένα πολύ ισχυρό μέσο που επηρεάζει τον ομαδικό τρόπο σκέψης και την επικοινωνία ανάμεσα στο κοινωνικό σύνολο με ανόμοια χαρακτηριστικά.
- Οι μελέτες που εξειδικεύονται στο περιβάλλον και πιο συγκεκριμένα των τουριστικών περιοχών, στον σχηματισμό μιας ιδιαίτερης

κοινωνικοψυχολογικής συνθήκης στους τουρίστες που επηρεάζει εκτεταμένα την γνώμη τους για την ποιότητα του ταξιδιού τους αλλά και τον τρόπο συμπεριφοράς τους απέναντι στους μόνιμους κάτοικους. Παρεμφερείς ερμηνείες δοθήκαν στην ερευνά των κοινωνικών, οικονομικών και πολιτισμικών συνεπειών της τουριστικής εξέλιξης.

Πριν ακόμη από την επιλογή του τουριστικού προορισμού, υπάρχουν διάφοροι λόγοι που μπορούν να παρακινήσουν κάποιον να ταξιδέψει. Οι λόγοι αυτοί έχουν να κάνουν με διάφορες ανάγκες και μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε (Mahika, 2011):

- αναψυχή, χαλάρωση και διακοπές,
- επισκέψεις σε συγγενείς και φίλους,
- επιχειρηματικούς και επαγγελματικούς λόγους,
- ιατρική περίθαλψη,
- θρησκεία.

Από τα παραπάνω γίνεται αντιληπτό ότι πολλές φορές οι λόγοι αυτοί μπορούν να οδηγήσουν στην επιλογή ενός συγκεκριμένου τουριστικού προορισμού.

Χρήσιμο κρίνεται να αναφερθεί πως ο τουρίστας πριν καταλήξει στον τελικό προορισμό των διακοπών του λαμβάνει υπόψη του πολλούς παράγοντες. Κάποιοι από αυτούς μπορεί να είναι οι καιρικές συνθήκες για τις ημέρες τις οποίες επιλέγει να ταξιδέψει. Πολλές φορές οι απρόσμενες καιρικές συνθήκες μπορεί να καταστρέψουν τις διακοπές. Επίσης το κατάλυμα που θα διαμείνει θα πρέπει να προσφέρει αξιόλογη σχέση ποιότητας και τιμής. Για κάποιους η διαμονή είναι το πιο σημαντικό κομμάτι στις διακοπές τους διότι εκεί θα βρίσκονται για να ξεκουράζονται. Ακόμη είναι σημαντικό ο τόπος που θα επισκεφτούν να παρέχει και κάποιες δραστηριότητες σχετικά με την περιοχή και τα αξιοθέατα. Μερικοί τουρίστες έχουν ως κριτήριο ο προορισμός που θα επιλέξουν να είναι δημοφιλής εξαιτίας της κοινωνικής ζωής που προσφέρει (Ross & Iso-Aloha, 1991).

Από την έρευνα του Buffa (2005), σχετικά με τα προφίλ και τις στάσεις των τουριστών προέκυψε ότι στην επιλογή του προορισμού τα κίνητρα που θεωρούνται πιο σημαντικά είναι η ανακάλυψη νέων πολιτισμών, η ανακάλυψη νέων τοπίων, η παρατήρηση της φυσικής και καλλιτεχνικής κληρονομιάς, της τοπικής κοινότητας και της επαφής με τη φύση.

Οι Han et al. (2017) ανέδειξαν επίσης στοιχεία ότι οι νέοι ταξιδιώτες ανησυχούν για το περιβάλλον και είναι πρόθυμοι να συμπεριφέρονται με σεβασμό σε αυτό. Αυτό σημαίνει ότι εκφράζουν την πρόθεσή τους να συμμετάσχουν σε βιώσιμες αγοραστικές συμπεριφορές, να ανακυκλώνουν και να προστατεύουν τους φυσικούς πόρους. Σύμφωνα με τους ίδιους, οι επαγγελματίες των τουριστικών προορισμών θα πρέπει να εντοπίζουν ενεργά αποτελεσματικούς τρόπους να ικανοποιήσουν τις ηθικές ανάγκες των τουριστών αυτών να ακολουθούν περιβαλλοντικά βιώσιμες

συμπεριφορές ενώ ταξιδεύουν, προκειμένου να τους παρακινούν να επιλέξουν τους προορισμούς τους.

Τα κίνητρα των τουριστών μπορούν να διαφέρουν και ανάλογα με το είδος του τουρισμού που επιλέγουν. Έτσι, ο Chang (2007) ανέφερε ότι τα κίνητρα για τους τουρίστες που επιλέγουν πακέτα όπως τα all-inclusive ή οι κρουαζιέρες είναι η χαλάρωση και η ευχαρίστηση, οι κοινωνικές σχέσεις, οι κοινωνικοοικονομικοί παράγοντες και κοινωνικοψυχολογικές ανάγκες. Από την άλλη πλευρά, οι Correia et al. (2007) εντόπισαν ότι τα κίνητρα ταξιδιού σε εξωτικούς προορισμούς είναι η γνώση, η αναψυχή, η κοινωνικοποίηση, η περιήγηση σε αξιοθέατα καθώς και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του τοπίου.

Υπάρχουν ακόμη οι τουρίστες που επιλέγουν τις διανοητικά ενεργές διακοπές και είναι εκείνοι που θέλουν να χρησιμοποιήσουν τον ελεύθερο χρόνο τους ώστε να μάθουν νέες δεξιότητες, να επισκέπτονται μουσεία, γκαλερί τέχνης, χώρους πολιτιστικής σημασίας, θέλοντας να μάθουν κάτι νέο ή να αυξήσουν τις γνώσεις τους. Ο χρόνος των διακοπών δεν είναι πλέον ένας νεκρός χρόνος για ξεκούραση, αλλά είναι χρόνος για μάθηση (Mahika, 2011).

Οι παραπάνω μελέτες δεν παρουσιάζουν μεγάλη συσχέτιση εκτός από τους παράγοντες κοινωνικοποίησης και αναψυχής. Ένας λόγος για αυτό θα μπορούσε να είναι ότι διαφορετικοί τύποι τουριστών που ταξιδεύουν σε διαφορετικούς προορισμούς έχουν διαφορετικά ταξιδιωτικά κίνητρα (Van Vuuren & Slabbert, 2011).

Συνοψίζοντας, η επιλογή τουριστικού προορισμού είναι περίπλοκη έχοντας υπόψη διάφορους παράγοντες. Ιδιαίτερα σήμερα που ζούμε στην εποχή της πληροφορίας, η επιλογή εντός τουριστικού προορισμού μπορεί να γίνει ιδιαίτερα πολύπλοκη δεδομένου ότι καθένας μπορεί να έχει πρόσβαση σε τόσες πληροφορίες όσο ποτέ άλλοτε, πριν επιλέξει τον τόπο διακοπών του (Drosos et al., 2016).

2.7. Εννοιολογική προσέγγιση της τρομοκρατίας

2.7.1. Ορισμός της τρομοκρατίας

Στις μέρες μας έχουν υπάρξει διάφορες προσπάθειες για την παρουσίαση ενός ευρέως αποδεκτού και κατανοητού όρου για την έννοια της τρομοκρατίας. Σήμερα, η έννοια της τρομοκρατίας έχει την τάση να συντελεί στην αίσθηση ενός ή περισσότερων ατόμων που εκτελούν μια επίθεση σε άτομα ή στο βίο των ατόμων με απώτερο σκοπό τον εκφοβισμό του ευρύ πληθυσμού και την διατάραξη μιας κυβέρνησης ή ενός ολοκλήρου κράτους (Βασιλοπούλου-Αθανασοπούλου, 2017).

Η παγκόσμια βιβλιογραφία αναφέρει πως η τρομοκρατία θεωρείται ο εκφοβισμός ή η χρήση βίας τόσο για πολιτικούς όσο και για ιδεολογικούς σκοπούς, που έχει δημιουργηθεί με κύριο σκοπό να επηρεάσει τον τρόπο σκέψης και στάσης ενός συνόλου ή να κατακτήσει στόχους που διαφορετικά δεν θα μπορούσε. Σημαντικό είναι επίσης να αναφερθεί πως το φαινόμενο της τρομοκρατίας διαφέρει αρκετά από

άλλες μορφές βίας σε σχέση με την επιλογή στόχων και τον τρόπο εκτέλεσής τους (Βασιλοπούλου-Αθανασοπούλου, 2017).

Ένας ορισμός για την τρομοκρατία είναι ότι αποτελεί τη δημιουργία επεισοδίων τρόμου σε άτομα ή ομάδες ατόμων ή σε μια ολόκληρη περιοχή, με την τέλεση επικίνδυνων επιθέσεων που πολλές φορές εμπεριέχουν βία και κατευθύνονται είτε εσκεμμένα σε άτομα και ομάδες είτε ανεξαρτήτως, ενάντια των αμάχων και έχουν ως αποτέλεσμα την επίτευξη σκοπών κυρίως πολιτικού και κοινωνικού χαρακτήρα. Είναι μια τακτική βίαιης δραστηριότητας με σκοπό την πραγματοποίηση διάφορων σκοπών που θα μπορούσαν να προσδιοριστούν ως «πολιτικές» σε γενικά πλαίσια (Παπαδάτου, 1987).

Το ΝΑΤΟ, ορίζει ότι *«τρομοκρατία είναι η χρήση βίας ως αποτέλεσμα υπολογισμού, συνήθως κρίνεται ως έγκλημα σε επίπεδο εθνικό και απευθύνεται κατά ατόμων ή περιουσίας, αποτελεί δε απειλή των συμβόλων μιας κοινωνίας με σκοπό πολιτικά και ιδεολογικά οφέλη που ορίζονται με υποκειμενικά κριτήρια. Τρομοκρατία είναι η παράνομη χρήση βίας ή, η απειλή χρήσης βίας ή, η χρήση βίας κατά ατόμων ή περιουσίας, με σκοπό τη διάβρωση της κοινωνίας ή τον κλονισμό μιας κυβέρνησης για την αποκόμιση πολιτικού, θρησκευτικού ή ιδεολογικού οφέλους»* (Μπόση, 2000: 90).

Ο όρος τρομοκρατία θεωρείται πολύπλευρος και σύνθετος και διακρίνεται από επτά βασικά χαρακτηριστικά. Καταρχάς ένα τρομοκρατικό χτύπημα είναι πολλές φορές επηρεασμένο από την πολιτική, σε αντίθεση με ένα κοινό έγκλημα το οποίο δεν επηρεάζεται από την πολιτική. Δεύτερον, στην περίπτωση που μια πράξη δεν περιέχει βία ή απειλή δεν θεωρείται τρομοκρατική ενέργεια. Τρίτον, ο στόχος μιας τρομοκρατικής ενέργειας δεν θεωρείται μόνον η νίκη κατά του εχθρού αλλά ο βασικός σκοπός είναι η μετάδοση ενός μηνύματος στους πολίτες μέσα από αυτό. Τέταρτον, η πράξη και τα θύματά της είναι σχεδόν πάντα εικονικής σπουδαιότητας. Χαρακτηριστικά, ο Οσάμα Μπιν Λάντεν είπε πως η επίθεση στους Δίδυμους Πύργους ήταν στα «εικονίσματα» της αμερικάνικης «στρατιωτικής και οικονομικής ισχύος». Πέμπτο, η τρομοκρατία είναι ενέργεια των παρακρατικών ομάδων και όχι κρατών. Πιο συγκεκριμένα, πολλές φορές τα κράτη (π.χ. Ιράν, Ιράκ, Συρία) μέσα από την τρομοκρατία ασκούν εξωτερική πολιτική. Έκτο, συνήθως τα άτομα όπου χρησιμοποιούνται ως τα φερόμενα «θύματα» δεν είναι κάθε φορά τα ίδια με σκοπό την απόκτηση μεγαλύτερου κοινού. Τέλος, το πιο σημαντικό χαρακτηριστικό της τρομοκρατίας, είναι η καθορισμένη στοχοποίηση αμάχων (Richardson, 2013).

2.7.2. Εξέλιξη της τρομοκρατίας

Η τρομοκρατία είναι για ένα φαινόμενο του οποίου οι ρίζες βρίσκονται στα αρχαία χρόνια δεδομένου ότι καταγράφεται σε κείμενα αρχαίων συγγραφέων όπως τα Πολιτικά του Αριστοτέλη, ενώ εμφανίζεται σε διάφορες ιστορικές περιόδους έως και σήμερα (Μπόση, 2000).

Ο όρος τρομοκρατία αναφέρεται για πρώτη φορά το 1798 όταν και χρησιμοποιήθηκε από το Τάγμα των Ιακωβίνων κατά τη Γαλλική Επανάσταση (Shughart, 2006). Η

Γαλλική Επανάσταση μπορεί να θεωρηθεί η αρχή των τεσσάρων ιστορικών φάσεων της τρομοκρατίας στην εξέλιξη των χρόνων. Οι φάσεις αυτές είναι ακόλουθες (Μπόση, 2000):

- τρομοκρατία σχετιζόμενη με τη διάλυση των αυτοκρατοριών μέχρι τις αρχές του 20ου αιώνα,
- τρομοκρατία σχετιζόμενη με την αποαποικιοποίηση έπειτα από το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου,
- τρομοκρατία κατά τη διάρκεια του Ψυχρού Πολέμου και,
- Ισλαμική τρομοκρατία από τις αρχές της δεκαετίας του 1990.

Κατά τη Γαλλική Επανάσταση, η λέξη τρομοκρατία χρησιμοποιήθηκε για να περιγράψει το καθεστώς από το 1793-1794. Αρχικά ένα όργανο του κράτους, το καθεστώς σχεδιάστηκε για να εδραιώσει τη δύναμη της νεοϊδρυθείσας επαναστατικής κυβέρνησης, προστατεύοντάς την από στοιχεία που θεωρούνται ανατρεπτικά. Αρχικά, η τρομοκρατία ήταν αρχικά ένας θετικός όρος. Ο Γάλλος επαναστάτης Ροβεσπιέρος, θεώρησε ότι είναι ζωτικής σημασίας η νέα Γαλλική Δημοκρατία να επιβιώσει, διακηρύσσοντας το 1794 ότι η τρομοκρατία δεν είναι τίποτα άλλο από δικαιοσύνη, άμεση, σοβαρή, άκαμπτη και επομένως μια εκδοχή της αρετής (Burgess, 2015).

Πολύ πριν από το ξέσπασμα του Πρώτου Παγκοσμίου Πολέμου στην Ευρώπη το 1914, αυτό που αργότερα θα ονομαζόταν κρατική τρομοκρατία είχε ήδη αρχίσει να εκδηλώνεται. Για παράδειγμα, πολλοί αξιωματούχοι της Σερβικής κυβέρνησης καθώς και στρατιωτικοί συμμετείχαν (αν και ανεπίσημα) στην υποστήριξη, εκπαίδευση και όπλιση των διαφόρων βαλκανικών ομάδων που ήταν ενεργές πριν από τη δολοφονία του Αρχιεπισκόπου Franz Ferdinand στις 28 Ιουνίου 1914 στο Σεράγεβο από έναν ακτιβιστή από μια τέτοια ομάδα, τους «Νέους Βόσνιους», και αποτέλεσαν την αρχή της αλυσίδας των γεγονότων που οδήγησαν τελικά στον ίδιο τον πόλεμο (Burgess, 2015).

Η δεκαετία του 1930 είδε ένα νέο κύμα πολιτικών δολοφονιών που μπορούσε να χαρακτηριστεί με τη λέξη τρομοκρατία. Αυτό οδήγησε σε προτάσεις της Κοινωνίας των Εθνών για μέτρα για την πρόληψη και την τιμωρία της τρομοκρατίας, καθώς και για την ίδρυση διεθνούς ποινικού δικαστηρίου. Παρόλα αυτά, κατά τη διάρκεια των μεσοπολεμικών χρόνων, η τρομοκρατία αναφέρθηκε όλο και περισσότερο στα καταπιεστικά μέτρα που επιβλήθηκαν από διάφορα ολοκληρωτικά καθεστώτα, κυρίως εκείνα της Ναζιστικής Γερμανίας, της φασιστικής Ιταλίας και της σταλινικής Ρωσίας (Burgess, 2015).

Η υπεροχή των μη κρατικών ομάδων στην τρομοκρατία που προέκυψε μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο είναι αδιαμφισβήτητη. Σε ολόκληρη τη Μέση Ανατολή, την Ασία και την Αφρική, τα ανεκτικά εθνικιστικά κινήματα αντιστάθηκαν στις ευρωπαϊκές προσπάθειες να επαναληφθεί η αποικιοκρατία μετά την ήττα των δυνάμεων του Άξονα. Ακόμη, παρόμοιες προσπάθειες όπως αυτές που έγιναν κατά βάση από Βρετανούς και Γάλλους στην Κένυα, τη Μαλαισία, την Κύπρο και την Παλαιστίνη

αντιμετωπίστηκαν από ομάδες που μπορούν να χαρακτηριστούν τρομοκρατικές (Burgess, 2015).

Κατά τη διάρκεια του Ψυχρού Πολέμου, ο αριθμός των ομάδων που μπορούν να χαρακτηριστούν ως τρομοκρατικές άρχισε να συμπεριλαμβάνει όχι μόνο εθνικιστές, αλλά και εκείνους που υποκινούνται από εθνοτικές και ιδεολογικές σκέψεις. Οι πρώτες περιλάμβαναν ομάδες όπως ο Οργανισμός Απελευθέρωσης της Παλαιστίνης, η Βασκική ETA και ο Ιρλανδικός IRA, ενώ οι δεύτερες περιλάμβαναν οργανώσεις όπως οι Ερυθρές Ταξιαρχίες στην Ιταλία (Burgess, 2015).

Σήμερα, η τρομοκρατία προέρχεται κατά βάση από Ισλαμικές ομάδες και οργανώσεις και επηρεάζει τα γεγονότα στη διεθνή σκηνή σε βαθμό που μέχρι σήμερα δεν έχει συναντηθεί ξανά (Burgess, 2015).

2.7.3. Μορφές της τρομοκρατίας

Οι τρομοκρατικές επιθέσεις που πραγματοποιούνται μπορούν να έχουν διάφορες ρίζες όπως ιδεολογικές ή κοινωνικές. Ανάλογα με το λόγο για τον οποίο πραγματοποιείται μία τρομοκρατική επίθεση, μπορεί να ενταχθεί και σε ανάλογη κατηγορία με βάση την ανάλογη διάκριση. Σύμφωνα με τον Laqueur (2000) η τρομοκρατία μπορεί να διακριθεί στις ακόλουθες κατηγορίες:

- εθνικιστική-αυτονομιστική τρομοκρατία (π.χ. των Βάσκων ETA ή το κουρδικό PKK)
- θρησκευτική τρομοκρατία (π.χ. η Ισλαμική Αλ Κάιντα)
- πολιτική τρομοκρατία (π.χ. η ρατσιστική Κου Κλουξ Κλαν στις ΗΠΑ)
- κρατική τρομοκρατία (π.χ. το Τρίτο Ράιχ)
- άλλες μορφές τρομοκρατίας (π.χ. οικολογική ή κυβερνητική τρομοκρατία)

Στις αρχές του 1975, η Υπηρεσία Βοηθών Επιβολής του Νόμου στις Ηνωμένες Πολιτείες συγκρότησε την Εθνική Συμβουλευτική Επιτροπή για τα Πρότυπα και τους Στόχους Ποινικής Δικαιοσύνης. Η επιτροπή κατέταξε την τρομοκρατία σε έξι κατηγορίες (Laqueur, 2000):

- Πολιτική ταραχή που αφορά μια μορφή συλλογικής βίας που παρεμποδίζει την ειρήνη, την ασφάλεια και την κανονική λειτουργία της κοινωνίας.
- Πολιτική τρομοκρατία που αφορά βίαιη εγκληματική συμπεριφορά που αποσκοπεί κυρίως στη δημιουργία φόβου στην κοινωνία ή σε σημαντικό τμήμα της για πολιτικούς σκοπούς.
- Μη-πολιτική τρομοκρατία που δεν στοχεύει σε πολιτικούς σκοπούς αλλά παρουσιάζει συνειδητό σχεδιασμό για να δημιουργήσει και να διατηρήσει υψηλό βαθμό φόβου για καταναγκαστικούς σκοπούς.
- Η οιονεί τρομοκρατία που έχει να κάνει με δραστηριότητες που σχετίζονται με τη διάπραξη εγκλημάτων βίας που έχουν παρόμοια μορφή και μέθοδο με πραγματική τρομοκρατία, αλλά τα οποία όμως δεν διαθέτουν το ουσιώδες τους συστατικό. Δεν είναι ο κύριος σκοπός των οιονεί τρομοκρατών να προκαλέσουν τρομοκρατία στο άμεσο θύμα όπως στην περίπτωση γνήσιας

τρομοκρατίας, αλλά ο οιονεί τρομοκράτης χρησιμοποιεί τους τρόπους και τις τεχνικές του πραγματικού τρομοκράτη και παράγει παρόμοιες συνέπειες και αντιδράσεις.

- Περιορισμένη πολιτική τρομοκρατία που αναφέρεται σε πράξεις τρομοκρατίας που διαπράττονται για ιδεολογικά ή πολιτικά κίνητρα αλλά δεν αποτελούν μέρος μιας συντονισμένης εκστρατείας για την καταστροφή του κράτους.
- Επίσημη ή κρατική τρομοκρατία που αναφέρεται σε έθνη των οποίων ο κανόνας βασίζεται στον φόβο και την καταπίεση που φτάνουν παρόμοια με την τρομοκρατία ή τέτοιες αναλογίες. Μπορεί να αναφέρεται ως τρομοκρατία που περιλαμβάνει ενέργειες που εκτελούνται από τις κυβερνήσεις για την επιδίωξη πολιτικών στόχων, συχνά ως μέρος της εξωτερικής τους πολιτικής.

2.8. Τρομοκρατία και τουρισμός

2.8.1 Τρομοκρατικά χτυπήματα που συγκλόνισαν την Ευρώπη από το 1980 έως και σήμερα

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, η αφετηρία της τρομοκρατίας βρίσκεται στην αρχαιότητα. Ωστόσο, τα πρόσφατα γεγονότα είναι αυτά που μένουν πιο χαραγμένα στη μνήμη. Τις τελευταίες δεκαετίες έχουν γίνει πολλές και σοβαρές τρομοκρατικές επιθέσεις σε πολλά μέρη της γης που έχουν συγκλονίσει ολόκληρη την Ευρώπη είτε για το μέγεθος τις καταστροφής τους, είτε για τις απώλειες που έχουν προκαλέσει.

Μια συγκλονιστική και ιδιαίτερα αιματηρή τρομοκρατική επίθεση συνέβη στην Ισπανία και συγκεκριμένα στην Μαδρίτη. Η μορφή της τρομοκρατικής επίθεσης έγινε με βόμβες και συγκεκριμένα με δέκα βόμβες όπου εξερράγησαν ταυτόχρονα σε τέσσερις σιδηροδρομικούς σταθμούς (στην Σάντα Εουχιένια, Ελ Πόθο και Ατότσα) στις 11 Μαρτίου του 2004. Την ίδια νύχτα μια από τις τρομοκρατικές οργανώσεις του δικτύου της Αλ Κάιντα ανέλαβε την ευθύνη της επίθεσης, η οποία άφησε πίσω της 192 νεκρούς και τουλάχιστον 2000 τραυματίες. Πρόκειται για την πιο αιματηρή επίθεση στην Ευρώπη (Reuters, 2017).

Τον Ιούλιο του 2005 πραγματοποιήθηκαν τρεις ανατινάξεις από βόμβες οι οποίες προήλθαν από το μετρό του Λονδίνου. Παράλληλα μια ακόμη έκρηξη διαπιστώθηκε σε ένα δώροφο λεωφορείο στην Tavistock Square. Η τρομοκρατική αυτή επίθεση έλαβε χώρα μια ημέρα αφού η πόλη είχε επιλεγεί για τη φιλοξενία των καλοκαιρινών Ολυμπιακών Αγώνων του 2012. Η επίθεση διήρκεσε σχεδόν μια ώρα, με αποτέλεσμα 52 αθώοι πολίτες να βρουν τραγικό θάνατο ενώ τραυματιστήκαν πάνω από 700 άνθρωποι, ακόμη και οι 4 βομβιστές αυτοκτονίας βρήκαν τον θάνατο εκείνη την ημέρα (Reuters, 2017).

Μια πρωτόγνωρη για τη χώρα τρομοκρατική διπλή ενέργεια συνέβη στις 22 Ιουλίου του 2011 στην Νορβηγία. Αρχικά η πρώτη τρομοκρατική ενέργεια όπου έγινε με την ανατίναξη μιας βόμβας έλαβε χώρα στο κέντρο της πόλης στο Όσλο και συγκεκριμένα έξω από γραφεία της κυβέρνησης. Έπειτα η δεύτερη πραγματοποιήθηκε από τον ίδιο

άντρα τον φερόμενο εθνικιστή της πατρίδας του τον Άντερς Μπέρινγκ Μπρέιβικ όπου είχε μεταμφιεστεί σε αστυνομικό και παραβίασε την εφηβική κατασκήνωση στο νησί Ουτόγια όπου και ξεκίνησε να εκτοξεύει πυρά εναντίον των παιδιών με αποτέλεσμα το θάνατο 77 ανθρώπων (Reuters, 2017).

Στις 7 Ιανουαρίου του 2015 ολιγομελής ομάδα ενόπλων του Ισλαμικού Κράτους επιτέθηκε στα γραφεία του σατιρικού περιοδικού Charlie Hebdo στο Παρίσι, αφήνοντας πίσω της 12 νεκρούς και 7 τραυματίες (Reuters, 2017).

Λίγο καιρό μετά, μία ακόμη αιματοχυσία συγκλόνησε ολόκληρη την Γαλλία και με τις συνεχόμενες επιθέσεις με όπλα και βόμβες στο Παρίσι στις 13 Νοεμβρίου του 2015 και πάλι από το Ισλαμικό Κράτος. Οι επιθέσεις αυτές έγιναν σε διάφορα καταστήματα που παρευρίσκονται κυρίως νέοι καθώς και στον χώρο Bataclan όπου πραγματοποιούνται μουσικές εκδηλώσεις. Την ζωή τους έχασαν 130 πολίτες και περίπου ο αριθμός των τραυματισμένων ήταν 370 (Reuters, 2017).

Στις 22 Μαρτίου του 2016 οι Βρυξέλλες, πρωτεύουσα του Βελγίου, δέχτηκαν 3 τρομοκρατικά χτυπήματα. Δυο βόμβες εξερράγησαν στο αεροδρόμιο των Βρυξελλών και μια Τρίτη στο σταθμό του μετρό Maalbeek, στο κέντρο της πόλης. Από αυτές τις επιθέσεις, 32 άνθρωποι έχασαν την ζωή τους ενώ άλλοι 300 άνθρωποι τραυματίστηκαν. Την ευθύνη ανέλαβε το Ισλαμικό Κράτος (Reuters, 2017).

Στις 22 Μαΐου του 2017, βομβιστής αυτοκτονίας πυροδοτεί εκρηκτικό μηχανισμό και σκοτώνει 22 άτομα, και τραυματίζει άλλα 59 σε μια συναυλία στο Μάντσεστερ της Μεγάλης Βρετανίας. Ως υπαίτιος θεωρήθηκε ένας 22χρονος λιβυκής καταγωγής Βρετανός (Reuters, 2017).

Εξετάζοντας τα παραπάνω χτυπήματα, διαπιστώνει κανείς ότι τα περισσότερα συνδέονται και με τον τουρισμό, αφού έχουν πραγματοποιηθεί σε τρένα, αεροδρόμια και χώρους έντονου ενδιαφέροντος όπως συναυλιακοί χώροι και χώροι όπου διοργανώνονται φεστιβάλ (Reuters, 2017).

2.8.2. Κίνητρα τρομοκρατικών επιθέσεων σε τουριστικούς προορισμούς

Από τις αρχές κυρίως της δεκαετίας του 2000 η βιομηχανία του τουρισμού έχει δεχθεί αρκετά πλήγματα από τρομοκρατικές επιθέσεις. Είναι χαρακτηριστικό το γεγονός ότι από τα 55.301 τρομοκρατικά χτυπήματα που σημειώθηκαν μεταξύ 2000 και 2013, τα 167 είχαν ειδικά τους τουρίστες ως στόχο. 690 τουρίστες σκοτώθηκαν και άλλοι 1.368 τραυματίστηκαν από τρομοκρατικές επιθέσεις κατά τη διάρκεια αυτού του χρονικού διαστήματος. Παρά τον υψηλό αριθμό επιθέσεων και τις άσχημες συνέπειες, η παγκόσμια τουριστική βιομηχανία έχει αποδειχθεί ανθεκτική και έχει υιοθετήσει διάφορες στρατηγικές για να προσαρμοστεί (Van Niekerk & Pizam, 2015).

Οι τρομοκρατικές επιθέσεις βλάπτουν την εικόνα των προορισμών όπου συμβαίνουν και επομένως είναι επιβλαβείς για την τουριστική βιομηχανία, ανεξάρτητα από το εάν οι τουρίστες είναι άμεσα στο στόχο ή όχι. Οι τρομοκρατικές επιθέσεις συχνά έχουν ως αποτέλεσμα τη μείωση των τουριστικών δραστηριοτήτων σε αυτούς τους προορισμούς, τη μετεγκατάσταση του τουρισμού σε άλλους προορισμούς και την

πιθανή απώλεια μακροπρόθεσμων επενδύσεων στον προορισμό (Van Niekerk & Pizam, 2015).

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO, 2016), ο τουρισμός χρειάζεται ένα υγιές οικονομικό περιβάλλον για να λειτουργήσει. Χρειάζεται πολιτικές που τονώνουν την αποτελεσματικότητα και την ανταγωνιστικότητα και απαιτεί επαρκείς πόρους για να διασφαλιστεί ότι η ανάπτυξη θα διεξαχθεί με τον κατάλληλο τρόπο.

Οι τρομοκράτες επιδιώκουν να προκαλέσουν οικονομικές και ανθρώπινες καταστροφές. Υπό το πρίσμα αυτό, είναι ανησυχητικό το γεγονός ότι οι επιθέσεις εναντίον τουριστών φαίνεται να έχουν γίνει πιο έντονες τα τελευταία χρόνια. Οι παρακάτω έρευνες, έχουν εντοπίσει ορισμένους λόγους τρομοκρατικών επιθέσεων σε τουρίστες και τουριστικούς προορισμούς.

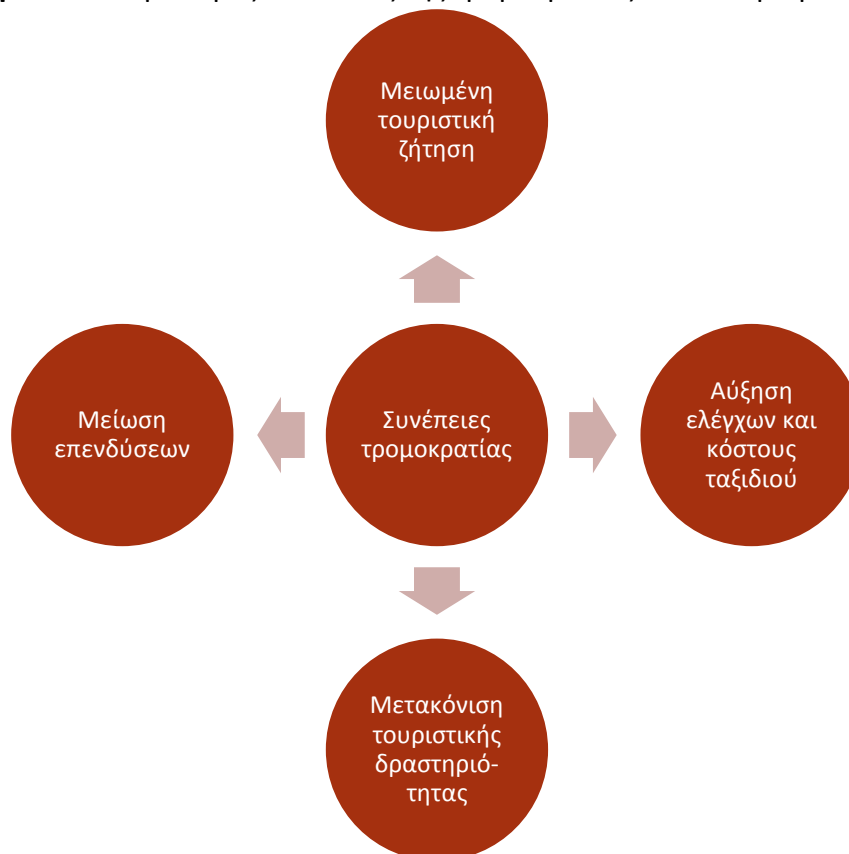
Ένας κύριος λόγος για τον οποίο ένας τουριστικός προορισμός μπορεί να αποτελέσει στόχο για τρομοκρατικό χτύπημα είναι η δημοσιότητα. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τον Tarlow (2006), οι τρομοκράτες επιδιώκουν την παγκόσμια προσοχή των μέσων ενημέρωσης και στοχεύουν στους διεθνείς τουρίστες για μια τέτοια δημοσιότητα. Πράγματι, οι μεγάλης κλίμακας τρομοκρατικές επιθέσεις παράγουν άμεσα σημαντική επικαιρότητα, ειδικά όταν πρόκειται για διεθνές ακροατήριο. Αυτό συμβαίνει όταν στόχος είναι ξένοι τουρίστες (π.χ. οι βομβαρδισμοί στο Μπαλί) και όταν τα διεθνή γεγονότα γίνουν στόχος μιας επίθεσης (π.χ. βομβιστικές επιθέσεις στο μαραθώνιο της Βοστώνης). Κατά τη διάρκεια ενός μεγάλου γεγονότος, τα μάτια της παγκόσμιας δημοσιότητας στρέφονται προς τις πόλεις και τις χώρες που φιλοξενούνται. Ως εκ τούτου, οι τρομοκρατικές επιθέσεις σε τέτοιες εκδηλώσεις παρέχουν μια «οικονομικά αποδοτική» πλατφόρμα για την παροχή ισχυρών πολιτικών μηνυμάτων από τρομοκράτες (Giulianotti & Klausner, 2012).

Επιπλέον, προξενώντας οικονομικές απώλειες, οι τρομοκράτες επιδιώκουν την αποδυνάμωση των κυβερνήσεων των χωρών στις οποίες επιτίθενται. Ως εκ τούτου, οι Paraskevas & Arendell (2007) αναφέρουν ότι η επίθεση στους τουρίστες συμβολίζει επίσης μια επίθεση στην κυβέρνηση του πληγέντος κράτους, καθώς μπορεί να επηρεάσει την πολιτική σταθερότητα. Οι τουρίστες, επομένως, γίνονται ένα εργαλείο στα χέρια τρομοκρατών που το χρησιμοποιούν για να επιτεθούν στις κυβερνήσεις και στις πολιτικές και ή ακόμη και τις θρησκευτικές τους σχέσεις. Ο Tarlow (2006) αναφέρει ότι ο τουρισμός είναι η μεγαλύτερη βιομηχανία ειρήνης στον κόσμο και ένας σημαντικός τομέας εξαγωγών. Τα κράτη σε όλο τον κόσμο θεωρούν τον τουρισμό ως σημαντική πηγή εσόδων και ξένου νομίσματος. Όσο μεγαλύτερη είναι η συμβολή του τουριστικού τομέα στο Α.Ε.Π. ενός κράτους, τόσο πιο επιρρεπής είναι η τοπική οικονομία σε τρομοκρατικές επιθέσεις σε τουριστικούς στόχους. Έτσι, η τουριστική βιομηχανία γίνεται ένας ελκυστικός στόχος για τις τρομοκρατικές ομάδες που επιδιώκουν να αποδυναμώσουν την οικονομία ενός κράτους (Tarlow, 2006).

2.8.3. Ο αντίκτυπος της τρομοκρατίας στον τουρισμό

Παρόλο που η τουριστική βιομηχανία είναι ολοένα και πιο ευάλωτη στην τρομοκρατία, το μέγεθος της απειλής για τους τουρίστες μπορεί να εξαρτάται από τους στόχους των τρομοκρατών και τον ρόλο που μπορεί να διαδραματίσει ο τουρισμός και οι τουρίστες βοηθώντας τους τρομοκράτες να επιτύχουν τους στόχους τους (Buckley & Klemm, 1993). Οι κυριότερες συνέπειες της τρομοκρατίας στον τουρισμό που θα αναλυθούν παρακάτω, συνοψίζονται στο διάγραμμα που ακολουθεί.

Διάγραμμα 3: Οι κυριότερες συνέπειες της τρομοκρατίας στον τουρισμό.



Πηγή: Van Niekerk & Pizam, 2015.

Οι επιθέσεις σε διεθνείς τουρίστες είναι πιο πιθανό να προσελκύσουν διεθνή πρωτοσέλιδα και να επιτύχουν την προσοχή των μέσων ενημέρωσης που θα διαδώσουν την πολιτική τους προπαγάνδα. Αυτοί οι στοχευόμενοι διεθνείς τουρίστες μπορεί να είναι σύμβολα εχθρικών ξένων κυβερνήσεων. Ο αντίκτυπος των τρομοκρατικών επιθέσεων στον τουρισμό τείνει να είναι σύντομος και έντονος, κερδίζοντας σημαντική κάλυψη από τα μέσα ενημέρωσης και την προσοχή του κοινού, ενώ η εγχώρια πολιτική αναταραχή τείνει να έχει παρατεταμένο αποτέλεσμα που μπορεί να δημιουργήσει ένα μόνιμο φραγμό στον διεθνή τουρισμό (Van Niekerk & Pizam, 2015).

Η προσωπική ασφάλεια πολύ σημαντική για τους τουρίστες. Οι περισσότεροι θα αναζητήσουν ασφαλείς προορισμούς και θα αποφύγουν εκείνους που έχουν

επηρεαστεί ή που κινδυνεύουν να επηρεαστούν από την τρομοκρατία. Για το λόγο αυτό, ο αντίκτυπος της τρομοκρατίας στην τουριστική ζήτηση μπορεί να είναι υψηλός. Από την πλευρά της ζήτησης, τα μέρη όπου διαπράττονται τρομοκρατικές επιθέσεις είναι αποτρεπτικά για μελλοντικούς τουρίστες. Είναι πολύ πιθανό οι τουρίστες είτε να αναβάλλουν το προγραμματισμένο ταξίδι τους σε τέτοιους προορισμούς είτε να επιλέξουν ασφαλέστερους προορισμούς. Οι τουρίστες στοχεύουν στην ελαχιστοποίηση του κινδύνου τρομοκρατικής επίθεσης αναζητώντας ασφαλέστερους προορισμούς (Aragana & Leon, 2008). Τα φαινόμενα μετάδοσης της μείωσης της τουριστικής ζήτησης έπειτα από μία επίθεση, παρατηρήθηκαν στην περίπτωση της 11ης Σεπτεμβρίου 2001 ακόμη και σε παγκόσμιο επίπεδο. Θα πρέπει όμως να σημειωθεί ότι τα ταξιδιωτικά σχέδια των επαγγελματιών ταξιδιωτών και των επισκεπτών φίλων και συγγενών είναι πιθανό να παραμείνουν αμετάβλητα. Ως εκ τούτου, οι επιπτώσεις των τρομοκρατικών επιθέσεων είναι μεν αβέβαιες, αλλά συνήθως η άμεση συνέπεια είναι η μείωση του αριθμού των επισκεπτών στον συγκεκριμένο προορισμό ή ακόμη και η μείωση της τουριστικής κίνησης σε ευρύτερο πλαίσιο (Van Niekerk & Pizam, 2015).

Μαζί με την απώλεια των εισπράξεων από τον τουρισμό, μπορεί επίσης να υπάρξει μείωση των άμεσων ξένων επενδύσεων καθώς η εμπιστοσύνη των επιχειρήσεων μειώνεται, με αποτέλεσμα τη μείωση των διαθέσιμων προς επένδυση κεφαλαίων που απαραίτητα για τη συνέχιση της οικονομικής ανάπτυξης (Enders & Sandler, 1996). Μάλιστα, αν και η μείωση στη ζήτηση του προορισμού διαρκεί για λίγο, η μείωση των διαθέσιμων προς επένδυση κεφαλαίων μπορεί να διαρκέσει πολύ μεγαλύτερο χρονικό διάστημα (Enders & Sandler, 1996).

Επιπλέον, έπειτα από μία τρομοκρατική επίθεση είναι βέβαιο ότι θα ενταθούν τα μέτρα ελέγχου (Van Niekerk & Pizam, 2015). Μετά την επίθεση της 11ης Σεπτεμβρίου 2001, τα μέτρα ασφαλείας στα αεροδρόμια ενισχύθηκαν σε μεγάλο βαθμό. Με αυτά τα μέτρα, ζητείτο από τους επιβάτες να αφαιρούν τα παπούτσια τους, τις ζώνες τους και τους φορητούς υπολογιστές από τις αποσκευές τους ενώ επιβλήθηκαν και περιορισμοί στη μεταφορά υγρών. Τα μέτρα αυτά οδήγησαν σε μεγάλες ουρές στα κτίρια των τερματικών σταθμών και οδήγησαν σε σημαντικές καθυστερήσεις, με αποτέλεσμα επιβάτες να χάνουν τις πτήσεις τους. Η κατάσταση αυτή είχε επιπλέον κόστος, πρώτον, λόγω της αύξησης των δαπανών για την ασφάλεια και δεύτερον, λόγω της διαφήμισης που αποσκοπούσε στην εξουδετέρωση της δυσμενούς εικόνας που δημιουργούν τα γεγονότα (Van Niekerk & Pizam, 2015).

Σε ορισμένες περιπτώσεις, μετά από μία τρομοκρατική επίθεση, είναι πιθανό να πραγματοποιείται μετεγκατάσταση τουριστικών εγκαταστάσεων σε ασφαλέστερους προορισμούς. Οι αεροπορικές εταιρείες και οι γραμμές κρουαζιέρας μπορούν επίσης να αλλάξουν τις διαδρομές τους σε διαφορετικές τοποθεσίες που δεν φαίνεται να απειλούνται από τρομοκρατικές δραστηριότητες. Οι ταξιδιωτικοί πράκτορες είναι επίσης πιθανό να απομακρυνθούν από επικίνδυνους προορισμούς και να προσθέσουν ασφαλέστερους προορισμούς στα χαρτοφυλάκιά τους (Van Niekerk & Pizam, 2015).

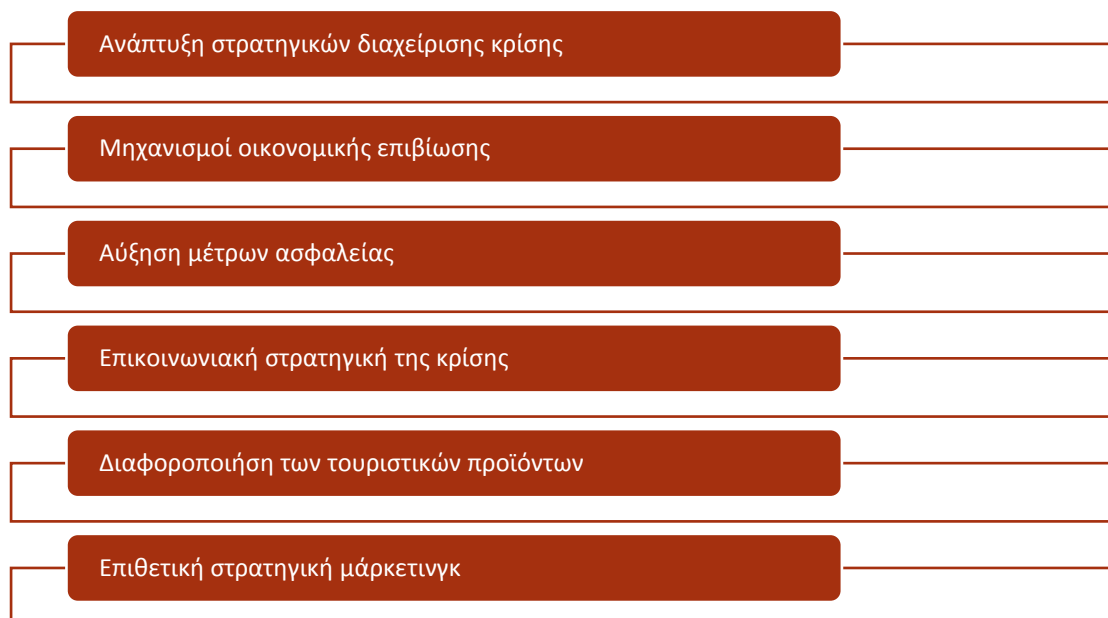
2.8.4. Μέτρα πρόληψης και αποκατάστασης των επιπτώσεων της τρομοκρατίας στον τουρισμό

Η αποδοχή της πιθανότητας τρομοκρατικών επιθέσεων σε ένα τουριστικό προορισμό είναι ζωτικής σημασίας προκειμένου να διαμορφωθούν οι στρατηγικές για την πρόληψή τους και τη διαχείριση των αρνητικών συνεπειών τους.

Οι Pizam και Smith (2000) αναφέρουν ότι οι προσεκτικά προγραμματισμένες και εφαρμοζόμενες πολιτικές διαχείρισης κρίσεων και οι στρατηγικές διαχείρισης κρίσεων πρέπει να αποτελέσουν τη βάση της γενικής βιώσιμης ανάπτυξης και του γενικού προγραμματισμού για τους τουριστικούς προορισμούς. Θα πρέπει να αναπτυχθούν σχέδια διαχείρισης κρίσεων για όλες τις τουριστικές επιχειρήσεις και τους τουριστικούς προορισμούς και ένα σύνολο στρατηγικών για την αντιμετώπιση απροσδόκητων γεγονότων θα πρέπει να συμφωνηθεί από όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη. Τα σχέδια αυτά θα πρέπει να περιλαμβάνουν νομοθετικά μέτρα, αυστηρή επιβολή των υφιστάμενων νόμων, κατάρτιση για την ασφάλεια, εγκατάσταση συσκευών ασφαλείας στις τουριστικές επιχειρήσεις, τουριστική εκπαίδευση, αύξηση της ευαισθητοποίησης και ασφάλειας των τοπικών πολιτών, εισαγωγή κοινωνικών αλλαγών, περιφερειακές ή διεθνείς συγκρούσεις και την οικοδόμηση πολυμερών διεθνών συμφωνιών για την πρόληψη της τρομοκρατίας.

Τα κυριότερα μέτρα πρόληψης και αποκατάστασης των επιπτώσεων της τρομοκρατίας στον τουρισμό, που αναλύονται παρακάτω, συνοψίζονται στο διάγραμμα που ακολουθεί.

Διάγραμμα 4: Τα κυριότερα μέτρα πρόληψης και αποκατάστασης των επιπτώσεων της τρομοκρατίας στον τουρισμό.



Πηγή: Van Niekerk & Pizam, 2015.

Μετά τις επιθέσεις της 11ης Σεπτεμβρίου 2001, η κυβέρνηση των ΗΠΑ άρχισε να λαμβάνει μέτρα για την οικονομία μειώνοντας τα επιτόκια, ενώ άλλες κυβερνήσεις προχώρησαν σε φορολογικές μειώσεις σε ανάλογες περιπτώσεις. Άλλοι μηχανισμοί που χρησιμοποιήθηκαν για την τόνωση της τουριστικής βιομηχανίας μετά από τρομοκρατική επίθεση περιλαμβάνουν φορολογικές ελαφρύνσεις, άμεσες επιδοτήσεις προς τους καταναλωτές για την ενθάρρυνση των εγχώριων ταξιδιών, μείωση ή ακόμη και κατάργηση τουριστικών φόρων, άτοκα δάνεια, εγγυήσεις δανείων, υποστήριξη όσον αφορά την απασχόληση. Άλλες χώρες έχουν προσφέρει κίνητρα στις αεροπορικές εταιρείες να πετάξουν σε πληγέντες προορισμούς, όπως η δημιουργία από την αιγυπτιακή κυβέρνηση ενός ταμείου 33 εκατομμυρίων ευρώ για επιδοτήσεις πτήσεων στο Κάιρο και την Αλεξάνδρεια μετά από τρομοκρατικές ενέργειες. Είναι σημαντικό να γίνει κατανοητό ότι πολλές τουριστικές επιχειρήσεις είναι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις που είναι υπερβολικά ευάλωτες όταν σημειώνεται τρομοκρατική επίθεση (Van Niekerk & Pizam, 2015).

Οι ταξιδιώτες συμφωνούν ότι τα μέτρα ασφάλειας του τουρισμού πρέπει να αποτελούν προτεραιότητα για έναν προορισμό. Μεγάλα κεφάλαια έχουν επενδυθεί σε μέτρα ασφάλειας και συλλογής και ανταλλαγής πληροφοριών σε διεθνές επίπεδο. Άλλα πρακτικά βήματα που εξετάζονται και εφαρμόζονται σήμερα είναι οι νέες τεχνολογίες όπως η βιομετρία και οι ενισχυμένες πόρτες πιλοτηρίου για τα αεροπλάνα. Η πρόκληση αυτών των ενεργειών είναι να μεταφέρουν την έννοια της ασφάλειας στους τουρίστες και να ξανακερδίσουν την εμπιστοσύνη τους στα ταξίδια, στέλνοντας παράλληλα ένα ισχυρό μήνυμα στους τρομοκράτες. Μια άλλη πρόκληση που αντιμετωπίζει επί του παρόντος η τουριστική βιομηχανία είναι ότι η αύξηση των μέτρων ασφαλείας οδηγεί σε αύξηση του κόστους ασφαλείας (Van Niekerk & Pizam, 2015).

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού υπενθυμίζει ότι η επικοινωνία έχει μεγάλη σημασία κατά τη διάρκεια μίας κρίσης. Για να ελαχιστοποιηθούν οι αρνητικές επιπτώσεις των τρομοκρατικών χτυπημάτων και να ξεπεραστούν το ταχύτερο, είναι επιτακτική η τακτική και συνεχής επικοινωνία τόσο με τους τουρίστες όσο και με τον ευρύτερο πληθυσμό μέσω των μέσων ενημέρωσης. Είναι πολύ σημαντική η ύπαρξη μίας πλούσιας επικοινωνιακής στρατηγικής, δεδομένου ότι μία πιο φτωχή μπορεί να κάνει την κρίση που έχει προκύψει ακόμη χειρότερη (Pizam & Smith, 2000).

Οι επιχειρήσεις προσαρμόζονται γρήγορα στις μεταβαλλόμενες συνθήκες μετά από ένα τρομοκρατικό χτύπημα έχουν καλύτερες πιθανότητες επιβίωσης. Για παράδειγμα, μετά από τρομοκρατικά χτυπήματα, οι εταιρείες κρουαζιερόπλοιων μπορούν να μετακινήσουν τα πλοία τους, οι αεροπορικές εταιρείες μπορούν να αλλάξουν τις διαδρομές τους και οι ταξιδιωτικοί πράκτορες μπορούν να τροποποιήσουν τα πακέτα. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού συνιστά να προσαρμοστούν οι τουριστικές επιχειρήσεις στο μεταβαλλόμενο περιβάλλον, εξετάζοντας τις πολιτικές ακύρωσης των τουριστικών πακέτων και των τουριστικών προϊόντων κάνοντάς τες πιο ευέλικτες, αν κριθεί απαραίτητο (Van Niekerk & Pizam, 2015).

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού προτείνει ότι μετά από τρομοκρατικές επιθέσεις είναι σημαντικό να αναπροσανατολιστεί η στρατηγική μάρκετινγκ ενός προορισμού ώστε να επικεντρωθεί στην ασφάλεια, να στοχεύσει σε νέες αγορές, να ενθαρρύνει τα χερσαία ταξίδια μικρών αποστάσεων εάν η επίθεση ήταν στον αέρα και να εστιάσει το μάρκετινγκ σε εγχώριους και τοπικούς πελάτες. Επιπλέον, ο συνιστά οι επαγγελματίες του τουρισμού να επικεντρωθούν σε εξειδικευμένες αγορές (π.χ. γκολφ, καταδύσεις, πολιτισμός, οικοτουρισμός), καθώς αυτές είναι πιο ανθεκτικές στις οικονομικές δυσχέρειες. Η ενισχυμένη προβολή στις διεθνείς εκθέσεις τουρισμού και η διαφοροποίηση της αγοράς αποτελούν πρόσθετες στρατηγικές που θα μπορούσαν να εφαρμοστούν. Η δημιουργία ειδικών προσφορών συνιστάται με προσοχή, καθώς αυτές μπορούν να οδηγήσουν σε καταστροφικούς πολέμους τιμών και στην αντίσταση των πελατών να πληρώσουν υψηλότερες τιμές για το ίδιο προϊόν μόλις αναπτυχθεί η οικονομία (Van Niekerk & Pizam, 2015).

2.9 Ο αντίκτυπος της τρομοκρατίας στον τουρισμό

Υπάρχουν αρκετές έρευνες για τον αντίκτυπο τρομοκρατικών επιθέσεων στον τουρισμό. Οι Wolff και Larsen (2014) αναφέρουν ότι ο αντιληπτός κίνδυνος μεταξύ των τουριστών στη Νορβηγία παρέμεινε αμετάβλητος από το 2004 έως το 2011 και δεν άλλαξε αμέσως μετά τις σφαγές στην Utøya στις 22 Ιουλίου του 2011. Θεωρούν ότι αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι η Νορβηγία θεωρείται σχετικά ασφαλής προορισμός με ελάχιστη ιστορία τρομοκρατικών επιθέσεων, εμφυλίων αναταραχών ή συστηματικής βίας. Σε αντίθεση με τις τρομοκρατικές οργανώσεις όπως η ETA στην Ισπανία, ο IRA στη Βόρεια Ιρλανδία, η Αλ Κάιντα στις ΗΠΑ ή η Χαμάς στη Μέση Ανατολή, ο δράστης των επιθέσεων στην Utøya ήταν ένας «μοναχικός λύκος» που δεν αποτελούσε πλέον απειλή για την κοινωνία, μετά τη σύλληψή του.

Αντίθετα, οι Buckley και Klemm (1993) εξετάζουν τις επιπτώσεις της τρομοκρατίας στον τουρισμό στη Βόρεια Ιρλανδία κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1970, της δεκαετίας του 1980 και της δεκαετίας του 1990. Αναφέρουν ότι ενώ οι προορισμοί μπορούν να ανακάμψουν από μεμονωμένα περιστατικά, η συνεχής στόχευση ενός προορισμού ως σταθερού σημείου τρομοκρατικών επιθέσεων επιβαρύνει τη φήμη του.

Σε άλλη έρευνα, ο Goodrich (2002) συνόψισε τις άμεσες επιπτώσεις και τις αντιδράσεις στην αμερικανική ταξιδιωτική και τουριστική βιομηχανία στις επιθέσεις της 11ης Σεπτεμβρίου στο Παγκόσμιο Κέντρο Εμπορίου στη Νέα Υόρκη. Διαπίστωσε ότι το κόστος της τραγωδίας, αναφορικά με την ανοικοδόμηση, εκτιμάται σε 105 δισεκατομμύρια δολάρια και υπήρξαν μειώσεις των επιβατικών αεροπορικών μεταφορών και των ποσοστών κρατήσεων στα ξενοδοχεία περίπου 50% ή περισσότερο αμέσως μετά τις επιθέσεις.

Με την εμφάνιση των αιματηρών και συγκλονιστικών επεισοδίων της 11ης Σεπτεμβρίου στις Η.Π.Α. και οι συνεχόμενες τρομοκρατικές ενέργειες σε αρκετές ευρωπαϊκές τουριστικές πόλεις όπως για παράδειγμα το Παρίσι, οι Βρυξέλλες, το Βερολίνο, η Κωνσταντινούπολη, το Λονδίνο η Βαρκελώνη και άλλες, έχουν ως αποτέλεσμα σημαντικό αντίκτυπο για τον τουριστικό τομέα. Έχει παρατηρηθεί πως

οι τρομοκρατικές ενέργειες δεν σταματούν να πληθαίνουν τόσο σε αριθμό όσο και σε μέγεθος πλήττοντας τον τουρισμό των τόπων όπου συμβαίνουν (Coca-Stefaniak & Morrison, 2018).

Ο αντίκτυπος της τρομοκρατίας στον τουρισμό συνδέεται άμεσα με το επίπεδο ασφάλειας κάθε πόλης όπως και το πώς εφαρμόζεται μέχρι σήμερα παραμένει κάπως περιορισμένο εξαιτίας οικονομικών επιπτώσεων, αντίληψης κινδύνου επισκεπτών και τουριστικής ζήτησης. Το φαινόμενο της τρομοκρατίας προοδεύει και εμφανίζεται έντονα σε χώρες υψηλού τουριστικού ενδιαφέροντος. Η έρευνα πάνω στην τουριστική συμπεριφορά έχει δείξει πως ο ορατός κίνδυνος, συσχετίζεται άμεσα με την τρομοκρατία ή τις ενδεχόμενες ένοπλες επιθέσεις και είναι βασικός συντελεστής που επηρεάζει την διαδικασία λήψης αποφάσεων για τον τουρισμό (Coca-Stefaniak & Morrison, 2018).

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα του αντίκτυπου της τρομοκρατίας στον τουρισμό είναι αυτό της Ινδίας. Οι τρομοκρατικές ενέργειες είναι αυτές που συνεχόμενα απειλούν να ταράξουν τη κίνηση των τουριστικών αφίξεων στη χώρα. Η εμφάνιση τρομοκρατικών επιθέσεων δεν είναι πρωτοφανές φαινόμενο για την Ινδία αφού στο παρελθόν έχει χειριστεί αρκετές τρομοκρατικές επιθέσεις όπως αυτή της 26η Νοεμβρίου το 2008 όπου είναι και η πιο πρόσφατη και αιματηρή αφού χάθηκαν πολλές ανθρώπινες ζωές. Ωστόσο διαπιστώθηκε μια πτώση της τάξης του 3,3% στις τουριστικές αφίξεις το 2009 από το προηγούμενο έτος. Άλλωστε ως αποτέλεσμα αυτών των επιθέσεων, η Ινδία κατατάχθηκε στους παγκόσμιους πίνακες ως επικίνδυνη χώρα για επίσκεψη λόγω έλλειψης ασφάλειας (Parida et al., 2015).

Ακόμη ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα του αντίκτυπου των τρομοκρατικών επιθέσεων είναι και αυτό της Τουρκίας. Στη Μέση Ανατολή η Τουρκία αποτελεί έναν γνωστό τουριστικό προορισμό. Έπειτα από αρκετές έρευνες ο Yaya (2008) συμπέρανε πως κατά την χρονική περίοδο 1985-2006, ο αντίκτυπος της τρομοκρατίας στον τουρισμό στην Τουρκία είναι απογοητευτικός αλλά ο αριθμός της πτώσης της εισροής τουριστών από το εξωτερικό είναι μικρός. Επιπρόσθετος η διάρκεια του αντίκτυπου φαίνεται να είναι ένας χρόνος. Σε μια άλλη έρευνα, ο Feridun (2011) εξέτασε την επιρροή των τρομοκρατικών επιθέσεων στην τουριστική αγορά της Τουρκίας για την περίοδο μεταξύ 1986 και 2006. Η έρευνα αυτή συμπέρανε πως ο τουρισμός έχει μια μακροπρόθεσμη σχέση αναλογίας με την τρομοκρατία.

Τέλος το Παρίσι αποτελεί και αυτό ένα ακόμη παράδειγμα της αρνητικής επιρροής της τρομοκρατίας στον τουρισμό. στην τρομοκρατία. Το 2016, έπειτα από τις επιθέσεις στο Παρίσι που αναφέρθηκαν παραπάνω, έφτασαν στην περιοχή 1,5 εκατομμύριο λιγότεροι τουρίστες σε σχέση με το 2015, ενώ τα διαφυγόντα κέρδη υπολογίστηκαν σε σχεδόν σε 1,3 δισεκατομμύριο ευρώ (Fortunegrecce, 2017).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Ερευνητική μεθοδολογία

3.1. Εννοιολογική προσέγγιση της ακαδημαϊκής έρευνας και της μεθοδολογίας έρευνας

Βασική επιδίωξη της ακαδημαϊκής έρευνας είναι να προσθέσει κάτι παραπάνω στις υφιστάμενες γνώσεις καθώς και να συμβάλλει στην κατανόηση διαφόρων θεμάτων. Σύμφωνα με τους Leedy & Ormrod (2001), η έρευνα είναι η διαδικασία συλλογής, ανάλυσης και ερμηνείας δεδομένων για την κατανόηση ενός φαινομένου. Στην ακαδημαϊκή έρευνα, βασικό ρόλο διαδραματίζει η θεωρία δεδομένου ότι η υπάρχουσα θεωρία χρησιμοποιείται, βελτιώνεται ή ακόμη γεννάται και νέα θεωρία. Στα πλαίσια της παρούσας πτυχιακής εργασίας, η υπάρχουσα θεωρία αποτελεί τη βάση για την ανάπτυξη των στόχων, τη διαμόρφωση του ερωτηματολογίου, καθώς και την εξήγηση των αποτελεσμάτων (Κυριαζόπουλος & Σαμαντά, 2011).

Η ερευνητική διαδικασία είναι συστηματική καθόσον ο καθορισμός του στόχου, η διαχείριση των δεδομένων και η καταγραφή των ερευνητικών αποτελεσμάτων πραγματοποιούνται εντός καθορισμένων πλαισίων και σύμφωνα με τις υπάρχουσες κατευθυντήριες γραμμές. Τα πλαίσια και οι κατευθυντήριες γραμμές παρέχουν στους ερευνητές μια ένδειξη για το τι πρέπει να συμπεριλάβουν στην έρευνα, τον τρόπο διεξαγωγής της έρευνας και ποιοι τύποι συμπερασμάτων είναι πιθανόν να εξαχθούν με βάση τα δεδομένα που συλλέγονται (Williams, 2007).

Η μεθοδολογία της έρευνας συνίσταται από τις συγκεκριμένες διαδικασίες ή τεχνικές που χρησιμοποιούνται για τον προσδιορισμό, την επιλογή και την ανάλυση των δεδομένων γύρω από ένα θέμα. Οι τρεις πιο κοινές προσεγγίσεις για τη διεξαγωγή της έρευνας είναι η ποσοτική έρευνα, η ποιοτική έρευνα καθώς και ο συνδυασμός τους. Ο ερευνητής αναμένει τον τύπο των δεδομένων που απαιτούνται για να απαντηθούν τα ερευνητικά ερωτήματα που έχουν τεθεί, ώστε να επιλέξει τον τύπο της έρευνας που θα ακολουθήσει. Συνήθως, αριθμητικά δεδομένα εξετάζονται με τη χρήση ποσοτικής έρευνας, δεδομένα κειμένου και παρατήρησης με τη χρήση ποιοτικής έρευνας ενώ σε έρευνες που απαιτούν συνδυασμό των παραπάνω χρησιμοποιείται ο συνδυασμός των μεθόδων (Williams, 2007).

3.2. Πρωτογενής και δευτερογενής έρευνα

Με βάση τον τρόπο συλλογής των δεδομένων, η έρευνα μπορεί να διακριθεί σε πρωτογενή και δευτερογενή. Η πρωτογενής έρευνα καλύπτει τις μοναδικές και ειδικές ανάγκες κάθε ερωτήματος. Η πρωτογενής έρευνα ορίζεται ως μια μεθοδολογία που χρησιμοποιείται από τους ερευνητές για τη συλλογή δεδομένων απευθείας, αντί να εξαρτάται από τα δεδομένα που συλλέχθηκαν από προηγούμενες έρευνες. Από αυτή την άποψη, τα δεδομένα τους ανήκουν. Η πρωτογενής έρευνα διεξάγεται αποκλειστικά για την εξέταση ενός συγκεκριμένου προβλήματος, το οποίο

απαιτεί εις βάθος ανάλυση κάτι που αποτελεί και το βασικό της πλεονέκτημα (Williams, 2007). Παραδείγματα πρωτογενούς έρευνας είναι (Williams, 2007):

- συνεντεύξεις (από το τηλέφωνο ή πρόσωπο με πρόσωπο)
- μετρήσεις
- ερωτηματολόγια (ηλεκτρονικά ή ταχυδρομικά)
- ομάδες εστίασης

Η πρωτογενής έρευνα συνήθως κοστίζει περισσότερο και συχνά διαρκεί περισσότερο από τη δευτερογενή έρευνα (Williams, 2007).

Από την άλλη, η δευτερογενής έρευνα είναι ένας τύπος έρευνας που βασίζεται σε δεδομένα που έχουν ήδη συλλεχθεί, συγκεντρωθεί, οργανωθεί και δημοσιευτεί από άλλους. Περιλαμβάνει αναφορές και μελέτες από κρατικές υπηρεσίες, εμπορικές ενώσεις ή άλλες επιχειρήσεις. Υπάρχουν περιπτώσεις που τα δεδομένα μιας δευτερογενούς έρευνας επαναχρησιμοποιούνται σε μία άλλη με εντελώς διαφορετικό προσανατολισμό, σκοπό και στόχους (Χαλικιάς et al., 2015).

Πολλά δευτερογενή δεδομένα ή και ολόκληρες έρευνες είναι διαθέσιμες στον διαδίκτυο. Δευτερογενή δεδομένα είναι επίσης διαθέσιμα σε επιστημονικά περιοδικά, βιβλία, κλαδικές μελέτες και άλλες παρόμοιες πηγές. Μια εξαιρετική πηγή δευτερογενών δεδομένων έρευνας είναι οι κρατικές υπηρεσίες οι οποίες τα διαθέτουν συνήθως δωρεάν, όπως η Eurostat (Χαλικιάς et al., 2015).

Σε αντίθεση με την πρωτογενή, πλεονέκτημα της δευτερογενούς έρευνας είναι η οικονομία σε κόστος και χρόνο. Αντίθετα, βασικό μειονέκτημα σε αυτή την περίπτωση είναι η εγκυρότητα, δεδομένου ότι οι ερευνητές συλλέγουν τα δεδομένα για ένα συγκεκριμένο σκοπό, και δεν είναι εύκολο τα δεδομένα αυτά να είναι πάντα απολύτως κατάλληλα για άλλες έρευνες, ενώ πολλές φορές, μπορεί να είναι χρονικά ξεπερασμένα (Χαλικιάς et al., 2015).

3.3. Ποσοτική έρευνα: ορισμός, πλεονεκτήματα, μειονεκτήματα και εργαλεία

Η ποσοτική έρευνα περιλαμβάνει τη συλλογή δεδομένων έτσι ώστε αυτά να μπορούν να ποσοτικοποιηθούν και να επεξεργαστούν με τη χρήση στατιστικής για να επιβεβαιώσουν ή να απορρίψουν τις ερευνητικές υποθέσεις (Creswell, 2003). Στην ποσοτική έρευνα, ο ερευνητής χρησιμοποιεί τα μαθηματικά μοντέλα ως μεθοδολογία της ανάλυσης δεδομένων (Williams, 2007).

Υπάρχουν τέσσερα βασικά είδη ποσοτικής έρευνας (Aruke, 2017). Η πρώτη κατηγορία είναι η περιγραφική έρευνα. Σκοπός της είναι να περιγράψει την τρέχουσα κατάσταση μιας μεταβλητής ή ενός φαινομένου. Ο ερευνητής δεν ξεκινά με μια υπόθεση, αλλά συνήθως την αναπτύσσει μετά τη συλλογή των δεδομένων. Η συλλογή των δεδομένων είναι κατά κύριο λόγο παρατηρητική (Aruke, 2017).

Μία έρευνα συσχετίσεων, εξετάζει τη σχέση μεταξύ μεταβλητών χρησιμοποιώντας στατιστικές αναλύσεις. Ωστόσο, δεν ψάχνει για αιτία και αποτέλεσμα και ως εκ τούτου, αφορά ως επί το πλείστον παρατήρηση όσον αφορά τη συλλογή δεδομένων (Aruke, 2017).

Η τρίτη κατηγορία που αφορά την συγκριτική έρευνα, επιδιώκει να εξετάσει μια σχέση αιτίου-αποτελέσματος μεταξύ δύο ή περισσότερων μεταβλητών. Ο ερευνητής δεν διαμορφώνει την ανεξάρτητη μεταβλητή, ενώ δημιουργούνται ομάδες ελέγχου με βάση τις οποίες διαχωρίζεται και εξετάζεται η μεταβλητή αυτή. Τα αποτελέσματα της ανάλυσης συγκρίνονται με τα αποτελέσματα από άλλες ομάδες στις οποίες δε διαχωρίζεται η μεταβλητή (Aruke, 2017).

Η τελευταία κατηγορία, αυτή της πειραματικής έρευνας, χρησιμοποιεί την επιστημονική μέθοδο για να προσδιορίσει τη σχέση αιτίου-αποτελέσματος μεταξύ μιας ομάδας μεταβλητών. Οι ερευνητές προσπαθούν να ελέγξουν όλες τις μεταβλητές εκτός από την ανεξάρτητη μεταβλητή. Τα αποτελέσματα της ανεξάρτητης μεταβλητής στην εξαρτημένη μεταβλητή συλλέγονται και αναλύονται για να εξετάσουν την πιθανή τους σχέση (Aruke, 2017).

Η ποσοτική έρευνα έχει τα ακόλουθα πλεονεκτήματα (Aruke, 2017):

- Συλλογή δεδομένων που είναι αξιόπιστα και ακριβή. Δεδομένου ότι τα δεδομένα συλλέγονται, αναλύονται και παρουσιάζονται σε αριθμούς, τα αποτελέσματα που θα προκύψουν θα είναι εξαιρετικά αξιόπιστα. Οι αριθμοί, προσφέρουν μια ειλικρινή εικόνα της διεξαγόμενης έρευνας χωρίς αποκλίσεις και είναι επίσης εξαιρετικά ακριβείς.
- Γρήγορη συλλογή δεδομένων. Διεξάγεται ποσοτική έρευνα με μια ομάδα ερωτηθέντων που αντιπροσωπεύουν πληθυσμό. Μια έρευνα ή οποιαδήποτε άλλη ποσοτική ερευνητική μέθοδος που εφαρμόζεται σε αυτούς τους ερωτηθέντες και η συμμετοχή στατιστικών στοιχείων, η διεξαγωγή και η ανάλυση των αποτελεσμάτων είναι αρκετά απλή και λιγότερο χρονοβόρα.
- Ευρύτερο πεδίο ανάλυσης δεδομένων. Λόγω των στατιστικών στοιχείων, αυτή η μέθοδος έρευνας παρέχει ένα ευρύ πεδίο συλλογής δεδομένων.
- Εξάλειψη της μεροληψίας. Αυτή η μέθοδος έρευνας δεν προσφέρει περιθώρια για προσωπικά σχόλια ή μεροληψία των αποτελεσμάτων. Τα αποτελέσματα που επιτεύχθηκαν είναι αριθμητικά και, ως εκ τούτου, είναι αμερόληπτα στις περισσότερες περιπτώσεις.

Από την άλλη, τα κυριότερα μειονεκτήματα της ποσοτικής έρευνας είναι τα παρακάτω (Rahman, 2017):

- Αποτυγχάνει να εξακριβώσει βαθύτερες υποκείμενες σημασίες και εξηγήσεις.
- Δεν μπορεί να εξηγήσει πώς διαμορφώνεται και διατηρείται η κοινωνική πραγματικότητα ή πως οι άνθρωποι ερμηνεύουν τις πράξεις τους και άλλους.
- Έχει την τάση να εξετάζει στατικά ένα φαινόμενο. Μετράει τις μεταβλητές σε μια συγκεκριμένη χρονική στιγμή και αγνοεί αν υπήρξαν στιγμές όπου οι μεταβλητές είχαν διαφορετικά χαρακτηριστικά.
- Τέλος, η ποσοτική έρευνα ενέχει τον κίνδυνο να μην λαμβάνονται υπόψη οι εμπειρίες των ερωτηθέντων, επειδή πολλές φορές δεν υπάρχει άμεση σχέση μεταξύ ερευνητών και συμμετεχόντων κατά τη συλλογή δεδομένων. Ως

αποτέλεσμα, μπορεί τα δεδομένα που συλλέγονται να έχουν υποκειμενικό στοιχείο.

Το κυριότερο εργαλείο της ποσοτικής έρευνας είναι το ερωτηματολόγιο. Το ερωτηματολόγιο μπορεί να οριστεί ως ένα μέσο συλλογής δεδομένων, το οποίο ζητάει προφορικές ή γραπτές απαντήσεις από τους συμμετέχοντες σε μία έρευνα. Τα κυριότερα πλεονεκτήματα της χρήσης ερωτηματολογίου ως μέσου συλλογής δεδομένων συνοψίζονται παρακάτω (Κυριαζόπουλος & Σαμαντά, 2009):

- Τα ερωτηματολόγια έχουν συνήθως χαμηλό κόστος, κυρίως αυτά που μπορούν να απαντηθούν ηλεκτρονικά ή ταχυδρομικά, χωρίς δηλαδή την παρουσία ερευνητή.
- Τα ερωτηματολόγια αποτελούν επίσης έναν πρακτικό τρόπο συλλογής δεδομένων. Μπορούν να στοχεύουν σε ομάδες της επιλογής του ερευνητή και να διαχειρίζονται με διάφορους τρόπους. Μπορούν να επιλέγονται οι κατάλληλες ερωτήσεις κάθε φορά, ανοικτού δηλαδή, ή κλειστού τύπου.
- Τα ερωτηματολόγια προσφέρουν έναν γρήγορο τρόπο για τη συγκέντρωση δεδομένων, ειδικά όσα έχουν ηλεκτρονική μορφή.
- Ένα ακόμη πλεονέκτημα είναι η ευελιξία. Τα ερωτηματολόγια επιτρέπουν τη συγκέντρωση μεγάλου αριθμού πληροφοριών χωρίς κανένα γεωγραφικό περιορισμό.
- Συγκρισιμότητα. Όταν τα δεδομένα έχουν ποσοτικοποιηθεί, μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να συγκριθούν και να αντιπαραβληθούν με άλλες έρευνες.
- Εύκολη ανάλυση και απεικόνιση των αποτελεσμάτων. Οι περισσότεροι πάροχοι ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων επιτρέπουν με ενσωματωμένα εργαλεία την εύκολη ανάλυση των αποτελεσμάτων.

Από την άλλη, υπάρχουν και ορισμένα μειονεκτήματα της χρήσης του ερωτηματολογίου ως εργαλείο στην ποσοτική έρευνα. Τα κυριότερα από αυτά είναι (Κυριαζόπουλος & Σαμαντά, 2009):

- Μη ειλικρινείς απαντήσεις. Οι ερωτηθέντες μπορεί να μην είναι 100% ειλικρινείς με τις απαντήσεις τους. Αυτό μπορεί να συμβεί για διάφορους λόγους, συμπεριλαμβανομένης της μεροληψίας και της προσπάθειας προστασίας της ιδιωτικής ζωής.
- Αναπάντητες ερωτήσεις. Υπάρχει πιθανότητα να αγνοηθούν ή να παραμείνουν αναπάντητες κάποιες ερωτήσεις.
- Λάθη στην κατανόηση και την ερμηνεία των ερωτήσεων. Το πρόβλημα με το να μην τίθενται ερωτήσεις πρόσωπο με πρόσωπο είναι ότι καθένας μπορεί να έχει διαφορετικές ερμηνείες των ερωτημάτων. Οι ερωτώμενοι ενδέχεται να έχουν πρόβλημα να αντιληφθούν την έννοια ορισμένων ερωτήσεων που μπορεί να φαίνονται ξεκάθαρες στον δημιουργό του ερωτηματολογίου και, αυτή η κακή κατανόηση μπορεί να οδηγήσει σε αποτελέσματα που δεν είναι αληθή.

- Είναι δύσκολο να μεταδοθούν συναισθήματα. Μια έρευνα ή ένα ερωτηματολόγιο δεν μπορεί να συλλάβει πλήρως τις συναισθηματικές απαντήσεις ή τα συναισθήματα των ερωτηθέντων. Χωρίς την έρευνα πρόσωπο με πρόσωπο, δεν υπάρχει τρόπος να παρατηρηθεί η έκφραση του προσώπου, οι αντιδράσεις ή γλώσσα του σώματος των ερωτηθέντων.
- Πολλές ερωτήσεις είναι δύσκολο να αναλυθούν. Τα ερωτηματολόγια παράγουν πολλά δεδομένα. Οι ερωτήσεις πολλαπλών επιλογών μπορούν να ταξινομηθούν και να γραφτούν, αλλά οι ανοικτές ερωτήσεις είναι διαφορετικές. Οι ανοικτές ερωτήσεις επιτρέπουν εξατομικευμένες απαντήσεις που δεν μπορούν να ποσοτικοποιηθούν και πρέπει να εξεταστούν από τον ερευνητή κατά περίπτωση.

Στα πλαίσια της κατάρτισης ενός ερωτηματολογίου, οι ερευνητές χρησιμοποιούν δύο κύριες κατηγορίες ερωτήσεων. Τις ερωτήσεις ανοικτού και τις ερωτήσεις κλειστού τύπου. Οι ερωτήσεις ανοικτού τύπου, είναι ερωτήσεις που επιτρέπουν σε κάποιον να απαντήσει ελεύθερα. Από την άλλη, οι ερωτήσεις κλειστού τύπου μπορούν να απαντηθούν με «Ναι» ή «Όχι» ή έχουν περιορισμένο σύνολο πιθανών απαντήσεων, όπως, «Α, Β, Γ ή Όλα τα παραπάνω». Οι απαντήσεις σε ερωτήσεις κλειστού τύπου μπορούν εύκολα να αναλυθούν στατιστικά (Κυριαζόπουλος & Σαμαντά, 2009).

3.4. Ποιοτική έρευνα: ορισμός, πλεονεκτήματα, μειονεκτήματα και εργαλεία

Η ποιοτική έρευνα είναι μια ολιστική προσέγγιση που περιλαμβάνει την ανακάλυψη. Η ποιοτική έρευνα περιγράφεται επίσης ως ένα αναπτυγμένο μοντέλο που εμφανίζεται σε ένα φυσικό περιβάλλον που επιτρέπει στον ερευνητή να αναπτύξει ένα επίπεδο λεπτομέρειας από την υψηλή συμμετοχή στις πραγματικές εμπειρίες Ένα χαρακτηριστικό μιας ποιοτικής έρευνας είναι το κοινωνικό φαινόμενο που διερευνάται από τη σκοπιά του συμμετέχοντα. Υπάρχουν διαφορετικοί τύποι ερευνητικών σχεδίων που χρησιμοποιούν τεχνικές ποιοτικής έρευνας για να πλαισιώσουν την ερευνητική προσέγγιση. Η ποιοτική έρευνα είναι λιγότερο διαρθρωμένη στην περιγραφή επειδή διαμορφώνει και δημιουργεί νέες θεωρίες. Η ποιοτική έρευνα μπορεί επίσης να περιγραφεί ως ένα αποτελεσματικό μοντέλο που εμφανίζεται σε ένα φυσικό περιβάλλον που επιτρέπει στον ερευνητή να αναπτύξει ένα επίπεδο λεπτομέρειας από το να εμπλέκεται σε μεγάλο βαθμό στις πραγματικές εμπειρίες (Creswell, 2003). Στην ποιοτική έρευνα, η ισχυρή συσχέτιση μεταξύ του ερευνητή και των δεδομένων είναι μια αξιοσημείωτη διαφορά από την ποσοτική έρευνα, όπου ο ερευνητής είναι αυστηρά έξω από τα φαινόμενα που ερευνώνται (Williams, 2007).

Τα κυριότερα πλεονεκτήματα της ποιοτικής έρευνας είναι τα ακόλουθα (Rahman, 2017):

- Η ποιοτική έρευνα μπορεί να συλλάβει τη μεταβαλλόμενη στάση μέσα σε μια ομάδα-στόχο, όπως για παράδειγμα είναι οι καταναλωτές ενός προϊόντος ή οι στάσεις στο χώρο εργασίας.

- Οι ποιοτικές προσεγγίσεις στην έρευνα δεν δεσμεύονται από τους περιορισμούς των ποσοτικών μεθόδων. Εάν οι απαντήσεις δεν ταιριάζουν με την προσδοκία του ερευνητή, είναι εξίσου χρήσιμα ποιοτικά δεδομένα για να προστεθεί ένα πλαίσιο και ίσως να γίνει κατανοητό κάτι που οι αριθμοί από μόνοι τους δεν είναι σε θέση να αποκαλύψουν.
- Η ποιοτική έρευνα παρέχει μια πολύ πιο ευέλικτη προσέγγιση. Αν δεν ληφθούν χρήσιμες πληροφορίες, οι ερευνητές μπορούν να προσαρμόσουν γρήγορα τις ερωτήσεις και να αλλάξουν τις μεταβλητές για να βελτιώσουν τις απαντήσεις.

Από την άλλη, τα κυριότερα μειονεκτήματα μίας ποιοτικής έρευνας είναι τα παρακάτω (Rahman, 2017):

- Το μέγεθος του δείγματος μπορεί να είναι ένα μεγάλο ζήτημα. Για παράδειγμα εάν η ποιοτική έρευνα αφορά τους υπαλλήλους μιας επιχείρησης, το ερώτημα που τίθεται είναι εάν το δείγμα είναι αντιπροσωπευτικό του συνόλου.
- Προκατάληψη κατά την επιλογή του δείγματος. Είναι πολύ πιο εύκολο στην περίπτωση της ποιοτικής έρευνας, ο ερευνητής να επιλέξει ένα δείγμα που ευνοεί περισσότερο την εξαγωγή ενός επιθυμητού αποτελέσματος.
- Η μέθοδος της συλλογής των ποιοτικών δεδομένων μέσω ομάδων εστίασης. Η συγκέντρωση μιας ομάδας αγνώστων μεταξύ τους ατόμων είναι αναπόφευκτα έξω από τα τυπικά «πρότυπα» της καθημερινότητας και μπορεί να επηρεάσει τους συμμετέχοντες με απρόβλεπτες συνέπειες που αφορούν στον τρόπο με τον οποίο δίνουν τις απαντήσεις τους.
- Δεν είναι πάντα βέβαιο ότι λαμβάνονται όλες οι απαραίτητες πληροφορίες. Σε ποιοτικές προσεγγίσεις, η ερώτηση για το «πώς» και το «γιατί» συμβαίνει κάτι μπορεί να είναι εξαιρετικά σημαντική, αλλά αν οι ερευνητές δεν κάνουν αυτή την ερώτηση την ώρα της συζήτησης, μπορεί αυτή η πληροφορία να χαθεί.

Υπάρχουν διάφοροι τρόποι για τη συλλογή ποιοτικών δεδομένων. Η συλλογή τέτοιων δεδομένων μπορεί να γίνει μέσω ατομικών συνεντεύξεων. Στόχος μίας τέτοιας συνέντευξης είναι να συλλεχθούν όσα δεδομένα απαιτούνται ώστε ένας ερευνητής να κατανοήσει πλήρως τις απόψεις και τις στάσεις του συνεντευξιζόμενου. Σε τέτοιες συνεντεύξεις περιλαμβάνεται η αναζήτηση πληροφοριών μέσω ανοικτών ερωτήσεων και εμβάθυνσης όπου αυτό είναι απαραίτητο για την απόκτηση στοιχείων που κρίνονται απαραίτητα (Κυριαζόπουλος & Σαμαντά, 2009).

Ένας άλλος τρόπος συλλογής ποιοτικών δεδομένων είναι οι ομάδες εστίασης. Οι ομάδες αυτές αποτελούνται από άτομα που αλληλοσυμπληρώνονται μεταξύ τους στη γνώση και στη σκέψη. Τα δεδομένα που συλλέγονται από τέτοιες ομάδες είναι πολύ σημαντικά όταν είναι απαραίτητες πλούσιες περιγραφές και είναι ένας ολοένα και πιο δημοφιλής τρόπος για τη συγκέντρωση πληροφοριών που αφορούν στην ανάλυση των στάσεων ενός μέρους του πληθυσμού. Σε αντίθεση με μία

πρόσωπο με πρόσωπο συνέντευξη, μία ομάδα εστίασης παράγει δεδομένα μέσα από μία αμοιβαία και αμφίδρομη συζήτηση (Κυριαζόπουλος & Σαμαντά, 2009).

Τέλος, ένας ακόμη τρόπος συλλογής ποιοτικών δεδομένων είναι η παρατήρηση. Η παρατήρηση σε αυτή την περίπτωση είναι μία μέθοδος όπου ο ερευνητής συμμετέχει στις δραστηριότητες όσων εξετάζονται. Ο ερευνητής υιοθετεί διάφορους πιθανούς ρόλους με σκοπό να αναπτυχθεί όσο το δυνατό περισσότερο η θεωρία ενώ την ίδια στιγμή κρύβεται από τους υπόλοιπους η ταυτότητά του (Κυριαζόπουλος & Σαμαντά, 2009).

3.5. Δείγμα και δειγματοληψία

Η εξέταση κάθε μονάδας του πληθυσμού θα ήταν ιδανική ώστε να υπάρχει ακριβής γνώση γύρω από το θέμα που εξετάζεται. Ωστόσο επειδή η παραπάνω διαδικασία είναι πρακτικά αδύνατη σε μεγάλη κλίμακα, οι ερευνητές καταφεύγουν στη διαδικασία της δειγματοληψίας. Επιλέγουν να εξετάσουν δηλαδή ένα δείγμα του πληθυσμού. Δείγμα είναι η επιλογή ορισμένων μονάδων από ένα πληθυσμό ώστε αυτές να αντιπροσωπεύουν το σύνολο των μονάδων και έτσι θα πρέπει να είμαστε σίγουροι ότι οι μονάδες του δείγματος είναι όσον το δυνατόν πιο αντιπροσωπευτικές σε σχέση με τον πληθυσμό και με τους αντικειμενικούς σκοπούς της έρευνας (Χαλικιάς et al., 2015).

Υπάρχουν δύο κύριοι τύποι δειγματοληψίας. Η πιθανοτική και η μη πιθανοτική. Αρχικά, η πιθανοτική δειγματοληψία βασίζεται σε τεχνικές κατά τις οποίες δε χρησιμοποιούνται οι νόμοι των πιθανοτήτων και δεν αφορά έρευνες με επιστημονικό κύρος. Οι μέθοδοι αυτού του τύπου δειγματοληψίας είναι (Χαλικιάς et al., 2015):

- Δειγματοληψία ευκαιρίας. Είναι η συλλογή όσο το δυνατό μεγαλύτερου δείγματος στο οποίο υπάρχει εύκολη πρόσβαση. Ο συγκεκριμένος τρόπος συλλογής του δείγματος δεν αντιπροσωπεύει τον πληθυσμό και δεν έχει επιστημονική εγκυρότητα.
- Σκόπιμη δειγματοληψία. Η μέθοδος αυτή μοιάζει με τη δειγματοληψία ευκαιρίας, με τη διαφορά ότι η συλλογή του δείγματος γίνεται με κάποια επιλογή του ερευνητή, έτσι ώστε το δείγμα να είναι κατά τη γνώμη του πιο αντιπροσωπευτικό.
- Δειγματοληψία της χιονοστιβάδας. Είναι μία μέθοδος κατά την οποία ο ερωτώμενος καλείται να βρει και να υποδείξει άλλους συμμετέχοντες στην έρευνα.
- Δειγματοληψία ποσοστώσεων. Σε αυτό τον τύπο δειγματοληψίας, η συλλογή του δείγματος πραγματοποιείται εξασφαλίζοντας συγκεκριμένα ποσοστά σε κάποιες παραμέτρους που κατά την κρίση του ερευνητή είναι οι σημαντικότερες. Η μέθοδος αυτή, αν και μπορεί σε πολλές περιπτώσεις να δώσει αντιπροσωπευτικά δείγματα, στερείται εγκυρότητας για το λόγο ότι η στάθμιση στηρίζεται σε περιορισμένο αριθμό παραγόντων που ο ερευνητής πιθανώς και αυθαίρετα να θεώρησε ότι είναι οι πιο σημαντικοί.

Ο δεύτερος τύπος δειγματοληψίας, είναι η μη πιθανοτική. Εδώ, διακρίνονται οι παρακάτω κατηγορίες (Χαλικίας et al., 2015):

- Απλή τυχαία δειγματοληψία. Από ένα πληθυσμό ορισμένου πλήθους μονάδων ανάλυσης επιλέγεται τυχαία δείγμα χωρίς τη δυνατότητα εκ νέου επιλογής. Ο όρος τυχαία δεν σημαίνει ότι ο ερευνητής επιλέγει στην τύχη όσους θέλει από τον πληθυσμό αλλά, η τυχειότητα εξασφαλίζεται με χρήση τυχαίων αριθμών κατά την επιλογή των ατόμων.
- Στρωματοποιημένη δειγματοληψία. Σε αυτού του τύπου τη δειγματοληψία, ο πληθυσμός διαιρείται σε στρώματα, με κύριο κριτήριο μέσα στα στρώματα να υπάρχει όσο το δυνατό μικρότερη διασπορά και ανάμεσα στα στρώματα όσο το δυνατό μεγαλύτερη. Αφότου καθοριστούν τα στρώματα, εξάγονται δείγματα από το καθένα με τη μέθοδο της απλής τυχαίας δειγματοληψίας.
- Δειγματοληψία κατά συστάδες. Εδώ, ο πληθυσμός διαιρείται σε συστάδες, κάθε μία από αυτές αντιπροσωπεύει ένα νέο πληθυσμό και η δειγματοληψία πραγματοποιείται σε δύο στάδια. Αρχικά, στο πρώτο με απλή τυχαία δειγματοληψία επιλέγεται δείγμα από τις συστάδες και στη συνέχεια γίνεται απογραφή των συστάδων. Η συγκεκριμένη μέθοδος μοιάζει με την στρωματοποιημένη, ωστόσο για τη μεγαλύτερη δυνατή αποτελεσματικότητα στη δειγματοληψία συστάδων πρέπει, σε αντίθεση με αυτό που συμβαίνει στη στρωματοποιημένη, μεταξύ των συστάδων να υπάρχει όσο το δυνατό μικρότερη διασπορά, ενώ μέσα στις συστάδες όσο το δυνατό μεγαλύτερη.

3.6. Ηθική και περιορισμοί έρευνας

Η ηθική της έρευνας, αφορά τις αρχές που πρέπει να ακολουθήσει κάποιος, κατά την πραγματοποίησή της και επικεντρώνεται στις ηθικές αρχές που πρέπει να ακολουθούν οι ερευνητές στους αντίστοιχους τομείς έρευνας (Enago, 2019).

Η λήψη δεοντολογικών αποφάσεων στην ακαδημαϊκή έρευνα επικεντρώνεται στην παροχή των μέγιστων οφελών και στους συμμετέχοντες. Η τήρηση των δεοντολογικών αρχών είναι πράγματι καθοριστική για τη διατήρηση της ακεραιότητας της έρευνας. Η παράβαση των κανόνων ηθικής μπορεί να έχει αρνητικές συνέπειες τόσο για τον ερευνητή όσο και για τους συμμετέχοντες στην έρευνα (Enago, 2019).

Υπάρχουν κάποιες βασικές αρχές που καθοδηγούν την ηθική λήψη αποφάσεων. Ο ερευνητής πρέπει να είναι αφοσιωμένος στις αρχές αυτές ακόμη και εάν αυτό συνεπάγεται ότι θα καθυστερήσει η ολοκλήρωση και η δημοσίευση της έρευνας (Enago, 2019).

Επίσης, θα πρέπει να προσδιορίζεται η αυθεντικότητα των δεδομένων. Είναι σημαντικό να αξιολογηθεί η αξιοπιστία των δεδομένων πριν ληφθούν οποιοσδήποτε αποφάσεις σχετικά με την έρευνα (Enago, 2019).

Επιπλέον οι ερευνητές θα πρέπει να διασφαλίσουν ότι δεν ασκούν επιρροή στους ερευνώμενους με τρόπο τέτοιο που θα επηρεαστεί το τελικό αποτέλεσμα της έρευνας (Enago, 2019).

Η ενημέρωση των συμμετεχόντων στην έρευνα και η συγκατάθεσή τους αποτελεί βασική αρχή της δεοντολογίας της έρευνας. Είναι σημαντικό το άτομο που καλείται να συμμετάσχει στην έρευνα να κατανοεί τόσο τα οφέλη όσο και τους σχετικούς κινδύνους. Οι ερευνώμενοι θα πρέπει να γνωρίζουν όλες εκείνες τις πληροφορίες που θα μπορούσαν να επηρεάσουν την απόφασή τους να συμμετάσχουν ή όχι στην έρευνα. Κάθε ερευνητής πρέπει να γνωστοποιεί (Enago, 2019):

- Γιατί γίνεται η μελέτη, πόσο θα διαρκέσει και ποιες μέθοδοι θα χρησιμοποιηθούν.
- Εάν ο συμμετέχων έχει δικαίωμα να μην συμμετάσχει ή να εγκαταλείψει ανά πάσα στιγμή.
- Ποιοι είναι οι πιθανοί κίνδυνοι ή οφέλη, εάν υπάρχουν.
- Ποια είναι τα όρια εμπιστευτικότητας (περιστάσεις υπό τις οποίες μπορεί να αποκαλυφθεί η ταυτότητα των συμμετεχόντων).
- Ποιος είναι ο υπεύθυνος διεξαγωγής της έρευνας.

Οι περιορισμοί μίας έρευνας είναι εκείνα τα χαρακτηριστικά σχεδιασμού ή μεθοδολογίας που επηρεάζουν την εφαρμογή ή την ερμηνεία των αποτελεσμάτων της. Είναι οι περιορισμοί στη δυνατότητα γενίκευσης και τη χρησιμότητα των αποτελεσμάτων (Enago, 2019).

Οι περιορισμοί σε μία έρευνα, είναι οι ατέλειες ή οι αδυναμίες που μπορεί να οφείλονται σε παράγοντες όπως η μη διαθεσιμότητα των πόρων, η μη διαθεσιμότητα χρόνου, το μικρό μέγεθος του δείγματος, η ελλιπής μεθοδολογία, η έλλειψη θεωρίας που παρέχεται από προγενέστερες έρευνες στο ίδιο πεδίο και οι πιθανές ιδιομορφίες σε απόψεις και στάσεις όσων έχουν απαντήσει. Καμία μελέτη δεν είναι εντελώς άψογη ή περιλαμβάνει όλες τις πιθανές πτυχές. Ως εκ τούτου, η απαρίθμηση των περιορισμών της έρευνας αντικατοπτρίζει την ειλικρίνεια και τη διαφάνεια του ερευνητή (Enago, 2019).

Στην παρούσα έρευνα, ένας κύριος περιορισμός ήταν το διαθέσιμο χρονικό διάστημα για την ολοκλήρωσή της. Αυτό έχει να κάνει με τη φύση της έρευνας δεδομένου ότι πρόκειται για πτυχιακή εργασία γεγονός που συνεπάγεται συγκεκριμένο χρονικό διάστημα διαθέσιμο για την ολοκλήρωσή της. Ένας ακόμη περιορισμός έχει να κάνει με το γεγονός ότι, όπως προκύπτει και από τα δημογραφικά στοιχεία του δείγματος, δεν εξετάστηκε δείγμα αντιπροσωπευτικό όλου του πληθυσμού, αλλά το δείγμα αφορά ηλικίες έως και 35 ετών. Τέλος, ένας ακόμη περιορισμός της έρευνας έχει να κάνει με την ανάλυση των δεδομένων η οποία περιορίστηκε στην περιγραφική στατιστική χωρίς να πραγματοποιηθούν πιο σύνθετες στατιστικές αναλύσεις.

3.7. Περιγραφή πρωτογενούς έρευνας

Η ερευνητική μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε στην παρούσα έρευνα είναι η ποσοτική. Λαμβάνοντας υπόψη το θεωρητικό υπόβαθρο της μεθοδολογίας έρευνας που παρουσιάστηκε και αναλύθηκε στα προηγούμενα κεφάλαια, επιλέχθηκε αυτό το είδος έρευνας, διότι τα δεδομένα που συλλέγονται θεωρούνται αξιόπιστα και ακριβή, ενώ, ενώ τόσο η συλλογή τους όσο και η ανάλυσή τους είναι πιο γρήγορη (Aruke, 2017).

Ο τύπος της ποσοτικής έρευνας που ακολουθήθηκε είναι η περιγραφική έρευνα, που όπως αναφέρθηκε, έχει σκοπό να περιγράψει την τρέχουσα κατάσταση ενός φαινομένου (Aruke, 2017).

Σε ό,τι αφορά τη συλλογή του δείγματος, πραγματοποιήθηκε απλή τυχαία δειγματοληψία. Προκειμένου να εξασφαλισθεί η τυχαιότητα και η μη επανάληψη απαντήσεων, ζητήθηκε από τους ερωτώμενους να συμπληρώσουν email ή αριθμό τηλεφώνου. Συγκεκριμένα, στη δειγματοληπτική έρευνα που πραγματοποιήθηκε, καταγράφηκαν και αναλύθηκαν οι απαντήσεις 136 ατόμων στο διάστημα μεταξύ 13 Δεκεμβρίου 2019 και 13 Ιανουαρίου 2020.

Το κύριο εργαλείο για την διεξαγωγή της πρωτογενούς έρευνας αποτέλεσε ένα κατάλληλα δομημένο ερωτηματολόγιο με κλειστές ερωτήσεις σε ηλεκτρονική μορφή. Το ερωτηματολόγιο σχεδιάστηκε μέσω της διαδικτυακής εφαρμογής GoogleDocs, ενός δωρεάν διαδικτυακού λογισμικού που παρέχει η Google και το οποίο περιλαμβάνει επεξεργαστή κειμένου, υπολογιστικά φύλλα εργασίας, παρουσιάσεις, φόρμες και σχέδια. Επιτρέπει τη δημιουργία αρχείων, την επεξεργασία αυτών σε πραγματικό χρόνο μαζί με άλλους ανθρώπους, καθώς και την αποθήκευσή τους. Στα πλαίσια της δημιουργίας του ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου, δημιουργήθηκε μια φόρμα στην οποία καταχωρήθηκαν οι ερωτήσεις και επιλέχθηκε ο τύπος κάθε ερώτησης. Η πρόσβαση στο ερωτηματολόγιο έγινε μέσω του συνδέσμου <https://forms.gle/3sVS4YoAhG4JuMjf8>.

Τέλος, το ερωτηματολόγιο συνοδευόταν από επιστολή-πρόσκληση για συμμετοχή στην έρευνα, η οποία ενημέρωνε τους πιθανούς συμμετέχοντες για την προέλευσή της, τους σκοπούς της, και περιείχε επίσης δήλωση περί εξασφάλισης της εμπιστευτικότητας των στοιχείων.

Το ερωτηματολόγιο σχεδιάστηκε ώστε να επιτευχθεί ο σκοπός της έρευνας και να απαντηθούν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τα ερευνητικά ερωτήματα που έχουν τεθεί. Είναι χωρισμένο σε 3 διαφορετικές ενότητες. Στην πρώτη ενότητα περιλαμβάνονται γενικές ερωτήσεις περί της τουριστικής συμπεριφοράς. Η δεύτερη ενότητα αφορά ερωτήσεις σχετικά με την επιρροή της τρομοκρατίας στην επιλογή τουριστικού προορισμού. Τέλος, η τρίτη ενότητα αφορούσε τα δημογραφικά στοιχεία των συμμετεχόντων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Αποτελέσματα της έρευνας

4.1. Δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος

Στον πίνακα 2 παρουσιάζονται τα δημογραφικά στοιχεία του δείγματος. Από την έρευνα προκύπτει ότι συμμετείχαν κατά πλειοψηφία γυναίκες με ποσοστό 65,1%, με τους άνδρες να εκπροσωπούν ένα 34,9% του δείγματος. Η βασική ηλικιακή ομάδα είναι αυτή μεταξύ 18 και 24 ετών με ποσοστό 71,4%, ακολουθεί η ηλικιακή ομάδα 25-35 με ποσοστό 22,2%, ενώ ένα 6,3% του δείγματος ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 36-45. Η πλειοψηφία του δείγματος, 92,1%, είναι άγαμοι χωρίς παιδιά, ενώ με μικρότερα ποσοστά ακολουθούν οι έγγαμοι (6,3%) και οι έγγαμοι με παιδιά (1,6%). Τέλος, σε ότι αφορά το εκπαιδευτικό επίπεδο, το 46% του δείγματος έχει ολοκληρώσει ανώτερη εκπαίδευση, ενώ του το 44% περίπου κατέχει πτυχίο Πανεπιστημίου ή Τ.Ε.Ι.

Πίνακας 2: Δημογραφικά στοιχεία του δείγματος.

Μέγεθος	Ποσοστό %
Φύλο	Άνδρας 34,9
	Γυναίκα 65,1
Ηλικία	18-24 71,4
	25-35 22,2
	36-45 6,3
Οικογενειακή κατάσταση	Άγαμος/η 92,1
	Έγγαμος/η 6,3
	Έγγαμος/η με παιδί/α 1,6
Επίπεδο μόρφωσης	Μέση εκπαίδευση 3,2
	Ανώτερη εκπαίδευση 46,0
	Πτυχίο Α.Ε.Ι. 44,4
	Μεταπτυχιακό 6,3

Από τα παραπάνω αποτελέσματα, συνάδει κανείς ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα είναι έως 35 ετών. Το γεγονός αυτό δεν είναι αρνητικό για την έρευνα δεδομένου ότι οι καταναλωτές αυτοί θα κυριαρχούν στην αγορά για αρκετά χρόνια ακόμη και επομένως οι απόψεις τους έχουν ιδιαίτερη βαρύτητα (Skordoulis et al., 2013).

4.2. Γενικές ερωτήσεις τουριστικής συμπεριφοράς

Στην ενότητα αυτή, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα σχετικά με τις γενικές ερωτήσεις του ερωτηματολογίου που αφορούν την τουριστική συμπεριφορά των ερωτώμενων.

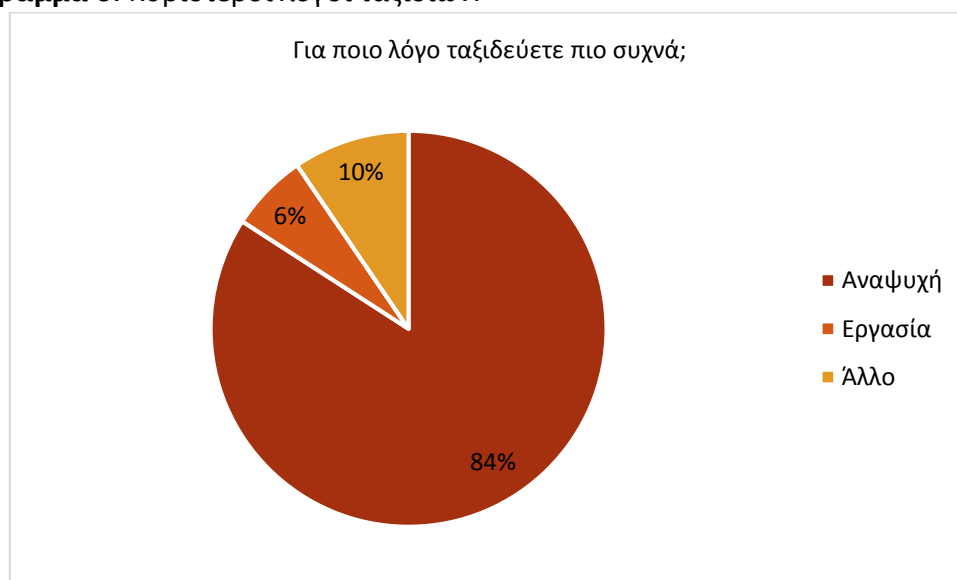
Αρχικά εξετάζεται η συχνότητα των ταξιδιών καθώς και ο λόγος για τον οποίο αυτά πραγματοποιούνται. Από τις απαντήσεις προκύπτει ότι οι περισσότεροι ταξιδεύουν έως μία φορά το χρόνο (42,9%), ενώ μεγάλο ποσοστό συγκεντρώνουν και όσοι ταξιδεύουν δύο έως τρεις φορές το χρόνο (41,3%). Μόνο ένα 16% των ερωτώμενων δήλωσε ότι ταξιδεύει περισσότερες από 4 φορές το χρόνο.

Διάγραμμα 5: Συχνότητα ταξιδιών.



Σε ό,τι αφορά τον κυριότερο λόγο για τον οποίο ταξιδεύουν, οι περισσότεροι ταξιδεύουν για αναψυχή (84%). Άλλοι λόγοι συγκεντρώνουν ποσοστό 10% (οι οποίοι όμως δεν διευκρινίζονται από τους ερωτώμενους), ενώ τέλος, για εργασία ταξιδεύει το 6%. Το αποτέλεσμα αυτό, συμφωνεί με έρευνες που αναφέρουν ότι ένας σημαντικό λόγος για να ταξιδέψει κάποιος είναι η αλλαγή παραστάσεων και η αναψυχή (Crompton, 1979).

Διάγραμμα 6: Κυριότεροι λόγοι ταξιδιών.



Επιπλέον σε ό,τι έχει να κάνει με τον τρόπο ταξιδιού, το 23,8% δήλωσε ότι ταξιδεύει ατομικά, ενώ το 76,2% ομαδικά. Σχετικά με τους τόπους ταξιδιού, το 98,4% δήλωσε ότι ταξιδεύει σε ευρωπαϊκούς προορισμούς, ενώ το 1,6% ταξιδεύει σε προορισμούς της Αμερικής. Παρά το γεγονός ότι υπήρχαν επιλογές για Ασία, Αφρική και Αυστραλία, δε συγκέντρωσαν απαντήσεις.

Η επόμενη κατηγορία ερωτήσεων αφορούσε τα κυριότερα κριτήρια με βάση τα οποία επιλέγονται οι προορισμοί. Από τα κριτήρια του παρακάτω πίνακα, το σημαντικότερο είναι τα αξιοθέατα αφού οι θετικές απαντήσεις λαμβάνουν συνολικό ποσοστό 71,4%. Οι οικονομικοί παράγοντες είναι το δεύτερο πιο σημαντικό κριτήριο (65,1% θετικές απαντήσεις), ενώ, η ασφάλεια του προορισμού είναι τρίτη στη σειρά (63,5% θετικές απαντήσεις). Ακολουθούν ο πολιτισμός με ποσοστό 58,7%, η ποιότητα των ξενοδοχείων με 55,6%, ο τρόπος ζωής της χώρας ή της περιοχής προορισμού με 55,5%, η εμπειρία γνωστών, φίλων και συγγενών στον ίδιο προορισμό με 44,4%, οι κλιματολογικές συνθήκες με 38,1% και, η προβολή του προορισμού με ποσοστό θετικών απαντήσεων 36,5%. Από την το λιγότερο σημαντικό κριτήριο επιλογής προορισμού, είναι η θρησκεία, όπου οι αρνητικές απαντήσεις λαμβάνουν ποσοστό ίσο με 50,7%, και ακολουθούν η απόσταση με 47,6%, η προγενέστερη εμπειρία των τουριστών με 31,7% και τέλος, η γαστρονομικές επιλογές στον προορισμό με ποσοστό αρνητικών απαντήσεων 27%.

Κατά συνέπεια, τα αποτελέσματα και της συγκεκριμένης ερώτησης σε ό,τι αφορούν τη σημασία των κριτηρίων αυτών για την επιλογή ενός τουριστικού προορισμού, συμφωνούν εν μέρει με αντίστοιχες έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί, δείχνοντας ότι σημαντικός λόγος επιλογής ενός προορισμού αποτελεί η ανάγκη αλλαγής παραστάσεων (Τσάρτας, 1996; Βαρβαρέσος, 2013; Crompton, 1979; Mahika, 2011).

Πίνακας 3: Κριτήρια επιλογής τουριστικού προορισμού.

	Απόλυτα ασήμαντο	Ασήμαντο	Ούτε σημαντικό/ ούτε ασήμαντο	Σημαντικό	Απόλυτα σημαντικό
Ασφάλεια	3,2%	4,8%	28,6%	27,0%	36,5%
Γαστρονομία	11,1%	15,9%	44,4%	20,6%	7,9%
Αξιοθέατα	4,8%	1,6%	22,2%	38,1%	33,3%
Απόσταση	28,6%	19,0%	28,6%	19,0%	4,8%
Κλιματολογικές συνθήκες	9,5%	19,0%	33,3%	27,0%	11,1%
Οικονομικοί παράγοντες	6,3%	7,9%	20,6%	15,9%	49,2%
Τρόπος ζωής	0,0%	11,1%	33,3%	34,9%	20,6%
Πολιτισμός	1,6%	12,7%	27,0%	27,0%	31,7%
Θρησκεία	31,7%	19,0%	34,9%	7,9%	6,3%
Ποιότητα ξενοδοχείων	3,2%	11,1%	30,2%	38,1%	17,5%
Προγενέστερη εμπειρία	9,5%	22,2%	42,9%	22,2%	3,2%
Εμπειρία άλλων	1,6%	14,3%	39,7%	31,7%	12,7%
Προβολή του προορισμού	6,3%	15,9%	41,3%	22,2%	14,3%

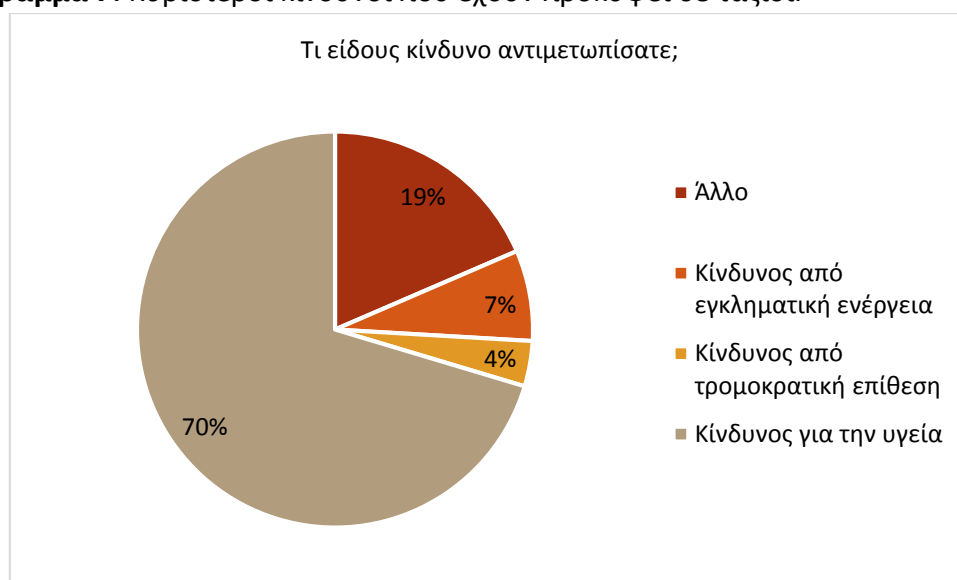
4.3. Επιλογή τουριστικού προορισμού και επιρροή της τρομοκρατίας

Η δεύτερη ενότητα ερωτήσεων, αφορά στην επιρροή της τρομοκρατίας κατά την επιλογή τουριστικού προορισμού.

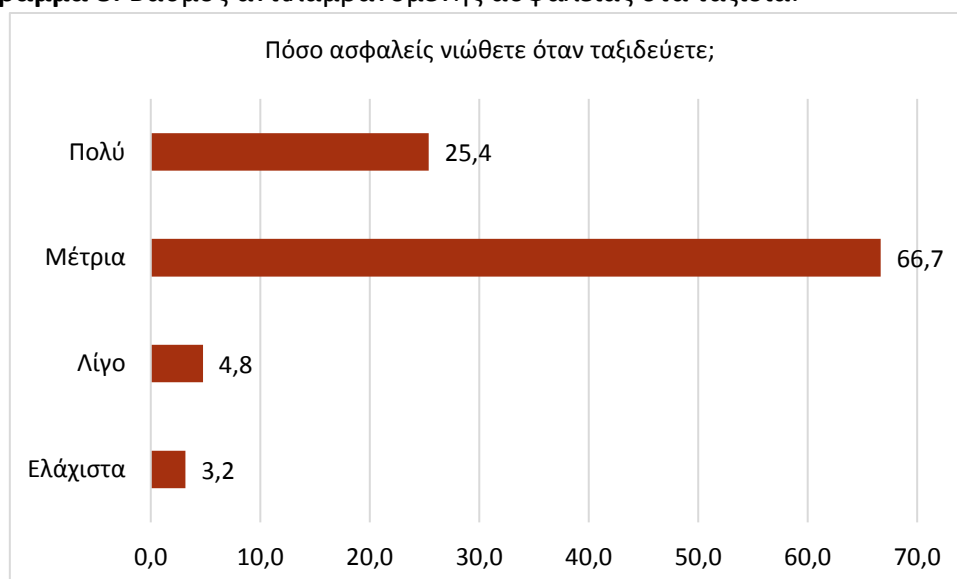
Η πρώτη ερώτηση της ενότητας, έχει να κάνει με το εάν οι συμμετέχοντες στην έρευνα έχουν αντιμετωπίσει κάποιο κίνδυνο. Στην ερώτηση αυτή, θετικά απάντησε το 15,9% των συμμετεχόντων στην έρευνα.

Η επόμενη ερώτηση που απεικονίζεται στο παρακάτω διάγραμμα, αφορούσε μόνο όσους απάντησαν ότι αντιμετώπισαν κάποιο κίνδυνο και είχε να κάνει με το είδος του κινδύνου αυτού.

Διάγραμμα 7: Κυριότεροι κίνδυνοι που έχουν προκύψει σε ταξίδι.



Διάγραμμα 8: Βαθμός αντιλαμβανόμενης ασφάλειας στα ταξίδια.



Από τα δεδομένα του διαγράμματος 7, προκύπτει ότι το 70% όσων αντιμετώπισαν κάποιο κίνδυνο, αντιμετώπισαν κίνδυνο που αφορούσε την υγεία τους. Χαμηλά ποσοστά συγκέντρωσαν οι κίνδυνοι από εγκληματική ενέργεια (7%) και από τρομοκρατική επίθεση (4%). Επομένως, η τρομοκρατία ως βίωμα, έχει μικρή επιρροή στο δείγμα, αφού το ανωτέρω ποσοστό αντιστοιχεί σε 2 συμμετέχοντες.

Στη συνέχεια, εξετάστηκε ο βαθμός ασφάλειας που νιώθουν οι ερωτώμενοι. Με βάση τα δεδομένα του διαγράμματος 8, οι θετικές απαντήσεις συγκέντρωσαν ποσοστό 92,1%, το 4,2% απάντησε ότι νιώθει λίγη ασφάλεια και το 3,2% ελάχιστη. Κανείς από όσους συμμετείχαν στην έρευνα, δεν απάντησε ότι δε νιώθει καθόλου ασφαλής.

Η επόμενη ερώτηση, αφορά στην αξιολόγηση των κινδύνων στους τουριστικούς προορισμούς.

Πίνακας 4: Κίνδυνοι σε τουριστικούς προορισμούς.

	Καθόλου επικίνδυνο	Ελάχιστα επικίνδυνο	Λίγο επικίνδυνο	Μέτρια επικίνδυνο	Πολύ επικίνδυνο
Επιδημίες	6,3%	6,3%	14,3%	17,5%	55,6%
Πολιτική και οικονομική αστάθεια	7,9%	22,2%	36,5%	25,4%	7,9%
Τρομοκρατικά χτυπήματα	3,2%	6,3%	9,5%	14,3%	66,7%
Βία/ εγκλήματα	3,2%	3,2%	12,7%	34,9%	46,0%
Φυσικές καταστροφές	4,8%	12,7%	25,4%	25,4%	31,7%

Από τα δεδομένα του παραπάνω πίνακα προκύπτει ότι τα τρομοκρατικά χτυπήματα είναι η πιο σοβαρή απειλή με βάση τις απαντήσεις που δόθηκαν αφού συγκεντρώνει θετικές απαντήσεις συνολικού ποσοστού 81%. Ακολουθούν η βία και τα εγκλήματα με ποσοστό θετικών απαντήσεων σε ό,τι αφορά την επικινδυνότητα ίσο με 80,9%, οι επιδημίες με 73,1% και, οι φυσικές καταστροφές με ποσοστό 57,1%. Από την άλλη, η λιγότερο σημαντική απειλή κινδύνου είναι η πολιτική και οικονομική αστάθεια με ποσοστό θετικών απαντήσεων 33,3%.

Σημαντική είναι και η ανάλυση της συμπεριφοράς των τουριστών σε ό,τι έχει να κάνει με την επίσκεψη σε προορισμούς ευαίσθητους στην τρομοκρατία.

Με βάση τα αποτελέσματα που απεικονίζονται στον παρακάτω πίνακα, ένα τρομοκρατικό χτύπημα σε ένα προορισμό δε φαίνεται να επηρεάζει αρνητικά τους πιθανούς μελλοντικούς επισκέπτες. Αυτό συμβαίνει γιατί το 44% των ερωτηθέντων απάντησε θετικά στο εάν θα επισκέπτονταν ένα προορισμό που έχει γίνει στόχος τρομοκρατικού χτυπήματος στο παρελθόν, ενώ, το 39,7% δηλώνει ουδέτερο.

Αντιθέτως, το 53,9% θα άλλαζε τον προορισμό του, εάν αυτός που είχε επιλέξει να επισκεφθεί, δεχόταν εν τω μεταξύ ένα τρομοκρατικό χτύπημα. Αυτό σημαίνει, σε αντίθεση με το παραπάνω, ότι παρά το γεγονός ότι ένα τρομοκρατικό χτύπημα στο παρελθόν δε θα απέτρεπε τους περισσότερους να επισκεφθούν ένα προορισμό, εντούτοις, θα τους οδηγούσε στο να μη τον επισκεφθούν τελικά, εάν αυτό συνέβαινε ενώ ήδη είχαν αποφασίσει το ταξίδι τους. Φαίνεται δηλαδή, ότι η χρονική στιγμή κατά την οποία συμβαίνει ένα τρομοκρατικό χτύπημα, να παίζει ρόλο στην απόφαση των δυνητικών επισκεπτών ενός προορισμού.

Ο θρησκευτικός φανατισμός φαίνεται να μην επηρεάζει αρνητικά τους δυνητικούς επισκέπτες ενός προορισμού, αφού αρνητική διάθεση έδειξε το 9,5% των ερωτηθέντων. Το 22,2% δήλωσε ουδέτερο, ενώ, το 68,3% δήλωσε ότι θα επισκέπτονταν ένα προορισμό που διακρίνεται από έντονο θρησκευτικό φανατισμό.

Μοιρασμένες είναι οι απόψεις σε ό,τι έχει να κάνει με την πρόταση σχετικά με την αύξηση των πιθανοτήτων ενός τρομοκρατικού χτυπήματος λόγω έντονης τουριστικής κίνησης. Πιο συγκεκριμένα, το 22,2% δήλωσε αρνητικό ως προς το παραπάνω γεγονός, ενώ, το 28,6% θετικό. Τέλος το 49,2% εξέφρασε ουδέτερη άποψη.

Αυτό που σε κάθε περίπτωση συγκεντρώνει υψηλό βαθμό συμφωνίας, είναι το γεγονός ότι είναι σημαντική η απουσία τρομοκρατικών χτυπημάτων για τον τουρισμό. Συγκεκριμένα, το 57,7% έδωσε θετικές απαντήσεις στην πρόταση σχετικά με το γεγονός ότι η μη ύπαρξη τρομοκρατικών επιθέσεων σε έναν προορισμό συμβάλλει στην περεταίρω ανάπτυξη του, ενώ, αντίθετα, αρνητικές απαντήσεις έδωσε το 20,6%.

Πίνακας 5: Συμπεριφορά απέναντι σε προορισμούς ευαίσθητους στην τρομοκρατία.

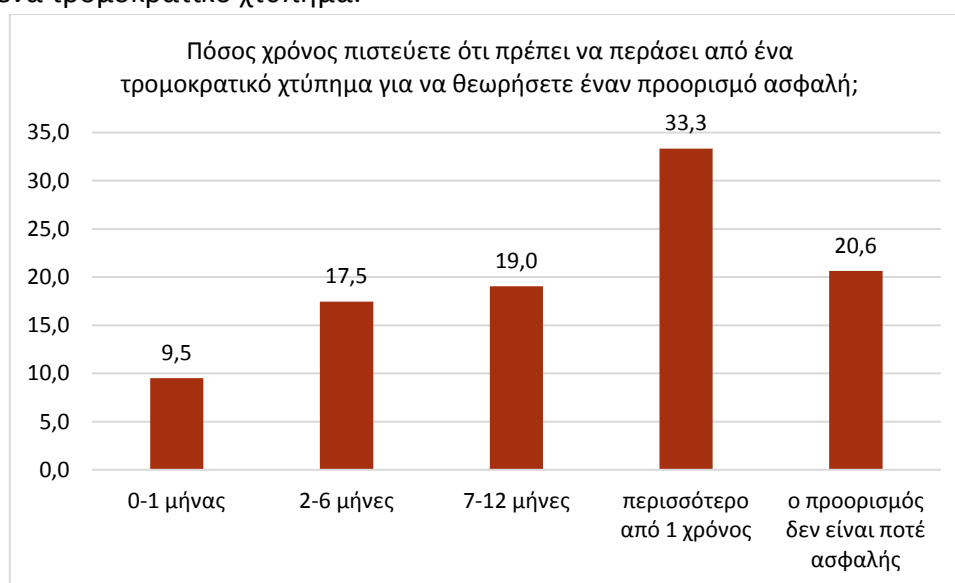
	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ λίγο	Ούτε συμφωνώ/ ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ λίγο	Συμφωνώ απόλυτα
Θα επισκεπτόσασταν έναν τουριστικό προορισμό ο οποίος έχει δεχτεί στο παρελθόν τρομοκρατικό χτύπημα;	6,3%	9,5%	39,7%	22,2%	22,2%
Θα επισκεπτόσασταν έναν τουριστικό προορισμό που η κουλτούρα των ανθρώπων διακρίνεται από έντονο θρησκευτικό φανατισμό;	3,2%	6,3%	22,2%	34,9%	33,3%
Θεωρείτε ότι η έντονη τουριστική κίνηση σε έναν προορισμό αυξάνει τις πιθανότητες κάποιας τρομοκρατικής επίθεσης;	11,1%	11,1%	49,2%	17,5%	11,1%
Θεωρείτε ότι η μη ύπαρξη τρομοκρατικών επιθέσεων σε έναν προορισμό συμβάλλει στην περεταίρω ανάπτυξη του;	11,1%	9,5%	20,6%	36,5%	22,2%
Θα αλλάζατε τουριστικό προορισμό, αν σε αυτόν που είχατε επιλέξει να επισκεφτείτε είχε συμβεί τρομοκρατικό χτύπημα;	9,5%	17,5%	19,0%	33,3%	20,6%

Κατά συνέπεια, όπως έχει γίνει αντιληπτό και από άλλες έρευνες, οι τουρίστες αναζητούν ασφαλείς προορισμούς (Arana & Leon, 2008). Φαίνεται λοιπόν ότι, οι άμεσες επιπτώσεις των τρομοκρατικών επιθέσεων έχουν να κάνουν με τη μείωση του αριθμού των επισκεπτών στον πληγέντα προορισμό (Van Niekerk & Pizam, 2015).

Επιπλέον, η επιρροή ενός τρομοκρατικού χτυπήματος κρίνεται σημαντική σε ό,τι έχει να κάνει με το χρονικό διάστημα έπειτα από αυτό, για την αποκατάσταση της ασφάλειας του πληγέντα προορισμού. Συγκεκριμένα, το 79,4% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι κάποια στιγμή ο προορισμός θα γίνει ξανά ασφαλής. Ωστόσο, η απάντηση με τη μεγαλύτερη συχνότητα (33.3%) δείχνει ότι ο προορισμός θα χρειαστεί περισσότερο από ένα χρόνο για να καταστεί ξανά ασφαλής, ενώ το 20,6% θεωρεί ότι ο προορισμός δε θα γίνει ποτέ ξανά ασφαλής.

Το γεγονός ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων θεωρεί ότι ο προορισμός θα γίνει ξανά κάποια στιγμή ασφαλής, συμφωνεί με την έρευνα των Buckley και Klemm (1993) οι οποίοι υποστηρίζουν ότι οι προορισμοί μπορούν να ανακάμψουν από περιστατικά τρομοκρατίας, αρκεί αυτά να είναι μεμονωμένα.

Διάγραμμα 9: Διάστημα μετά το οποίο ένας προορισμός θεωρείται ασφαλής, έπειτα από ένα τρομοκρατικό χτύπημα.

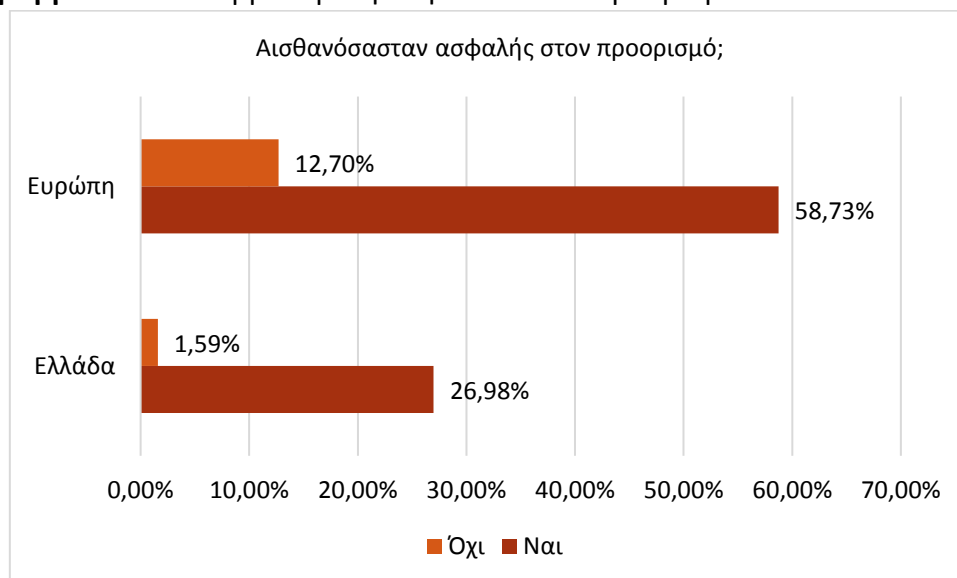


Η επόμενη ερώτηση είχε να κάνει με τον τελευταίο προορισμό που επισκέφθηκαν οι συμμετέχοντες στην έρευνα καθώς και με το γεγονός εάν ένιωθαν σε αυτόν ασφαλείς ή όχι. Η ερώτηση ήταν χωρισμένη σε 2 μέρη. Το πρώτο αφορούσε το εάν ένιωθαν ασφαλείς στον τελευταίο τους προορισμό και το δεύτερο ήταν ανοικτού τύπου και ρωτούσε συγκεκριμένα ποιόν προορισμό επισκέφθηκαν την τελευταία φορά.

Όπως προκύπτει από το παρακάτω διάγραμμα, και αφού με βάση τις απαντήσεις που δόθηκαν οι προορισμοί κατηγοριοποιήθηκαν, το 28,6% αφορούσε σε προορισμούς εντός Ελλάδας, ενώ το 71,4% αφορούσε σε ευρωπαϊκούς προορισμούς. Δε δόθηκαν απαντήσεις για άλλους προορισμούς. Από τα δεδομένα του παραπάνω διαγράμματος, προκύπτει ότι τόσο στους ελληνικούς, όσο και στους ευρωπαϊκούς προορισμούς, η πλειοψηφία των ερωτώμενων έδωσε θετική απάντηση σχετικά με την ασφάλεια που ένιωθε. Αντίθετα, σε ό,τι αφορά τις αρνητικές απαντήσεις για την

Ελλάδα, το ποσοστό 1,59% αφορά σε 2 απαντήσεις εκ των οποίων η μία έχει να κάνει με τη Θεσσαλονίκη και η άλλη με τη Λέσβο. Επιπλέον, σχετικά με την Ευρώπη, προορισμοί της Αγγλίας και της Ρουμανίας συγκεντρώνουν από 37,5%, ενώ από 12,5% συγκεντρώνουν προορισμοί στο Βέλγιο και την Ιταλία.

Διάγραμμα 10: Αντιλαμβανόμενη ασφάλεια κατά προορισμό.



Διάγραμμα 11: Αίτια τρομοκρατίας.

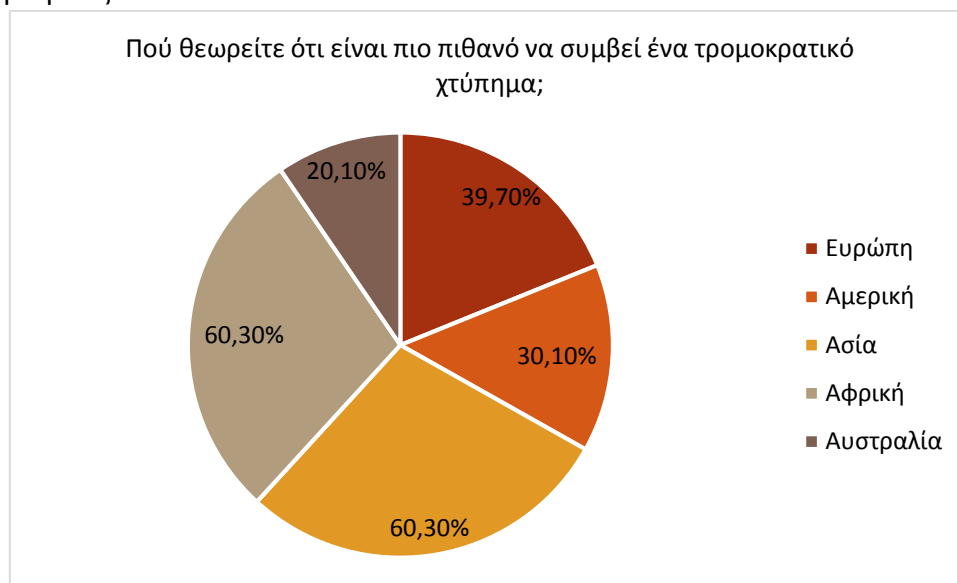


Επιπλέον, ζητήθηκε η άποψη των ερωτηθέντων σχετικά με τα αίτια της τρομοκρατίας. Οι απαντήσεις συνοψίζονται στο παραπάνω διάγραμμα και αυτές προκύπτει ότι ο φανατισμός, τα οικονομικά και πολιτικά συμφέροντα καθώς και η εύκολη πρόσβαση σε όπλα είναι τα κύρια αίτια της τρομοκρατίας, δεδομένου ότι συγκεντρώνουν το υψηλότερο ποσοστό (88,9%). Ακολουθούν τα αυταρχικά καθεστώτα με ποσοστό 83,2%, τα κοινωνικά οικονομικά ή πολιτικά προβλήματα με 81% και η τεχνολογική ανάπτυξη με 70%. Τέλος, άλλοι λόγοι συγκεντρώνουν ποσοστό 1%. Διευκρινίζεται ότι

τα ποσοστά σε αυτή την ερώτηση υπερβαίνουν αθροιστικά το 100% γεγονός που οφείλεται στο ότι η συγκεκριμένη ερώτηση επιδεχόταν πολλαπλές απαντήσεις.

Τέλος, οι συμμετέχοντες στην έρευνα κλήθηκαν να απαντήσουν κατά πόσο θεωρούν πιθανό ένα τρομοκρατικό χτύπημα σε κάποιο προορισμό, με βάση το μέρος του πλανήτη στο οποίο βρίσκεται.

Διάγραμμα 12: Πιθανότητες τρομοκρατικού χτυπήματος σε τουριστικούς προορισμούς.



Με βάση τις απαντήσεις που δόθηκαν, ένα τρομοκρατικό χτύπημα είναι πιο πιθανό να συμβεί σε χώρα της Ασίας ή της Αφρικής (60,3%), ενώ, αμέσως μετά ακολουθεί η Ευρώπη με ποσοστό 39,7%. Η Αμερική συγκεντρώνει ένα ποσοστό της τάξης του 30,1%, ενώ ο προορισμός με τη μικρότερη πιθανότητα εκδήλωσης τρομοκρατικής ενέργειας, θεωρείται η Αυστραλία (20,1%) σύμφωνα με τις απαντήσεις που δόθηκαν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Συμπεράσματα - προτάσεις

5.1. Συμπεράσματα

Κύριος σκοπός της πτυχιακής εργασίας, ήταν να εξετάσει το πώς η τρομοκρατία μπορεί να επηρεάσει τους τουρίστες στην επιλογή του προορισμού τον οποίο πρόκειται να επισκεφθούν, απαντώντας ταυτόχρονα στα επιμέρους ερευνητικά ερωτήματα.

Σύμφωνα με την ανάλυση που προηγήθηκε, η έρευνα έδειξε ότι η προσωπική ασφάλεια είναι πολύ σημαντική για τους τουρίστες, δεδομένου ότι η ασφάλεια ενός προορισμού συγκαταλέγεται στα πιο σημαντικά κριτήρια επιλογής προορισμού, με τα αξιοθέατα και τα οικονομικά κριτήρια να αποτελούν τις πρώτες επιλογές του δείγματος. Η σημασία των κριτηρίων αυτών για την επιλογή ενός τουριστικού προορισμού, επιβεβαιώνεται και από το θεωρητικό μέρος από τις αντίστοιχες έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί (Τσάρτας, 1996; Βαρβαρέσος, 2013; Crompton, 1979; Mahika, 2011).

Ο βαθμός ασφάλειας που νιώθουν κατά τη διάρκεια των ταξιδιών τους όσοι συμμετείχαν στην έρευνα είναι υψηλός, δεδομένου ότι το 92,1% του δείγματος απαντάει θετικά. Το γεγονός αυτό είναι πιθανό να επηρεάζεται και από το ότι συνολικά από τους 163 ερωτηθέντες, 2 είναι μόνο αυτοί που δήλωσαν ότι έχουν βρεθεί απέναντι σε ένα κίνδυνο που σχετίζεται με την τρομοκρατία. Μία ακόμη πιθανή εξήγηση για τη χαμηλή αντίληψη του βαθμού κινδύνου μπορεί να έχει να κάνει και με τα μέτρα ασφαλείας που πλέον εφαρμόζονται, έπειτα από τις τρομοκρατικές επιθέσεις των τελευταίων ετών. Η τάση δηλαδή αυτή, ενδέχεται να προέρχεται και από την εμπιστοσύνη στα μέτρα ασφαλείας (Ζου & Meng, 2019).

Ωστόσο, είναι γεγονός ότι η αντίληψη του κινδύνου για την τρομοκρατία μπορεί να προκαλέσει άγχος στους τουρίστες σχετικά με την επιλογή ενός τουριστικού προορισμού. Έτσι, με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας, προέκυψε να μεν το γεγονός ότι οι περισσότεροι θα επισκέπτονταν έναν τουριστικό προορισμό ο οποίος έχει δεχτεί στο παρελθόν τρομοκρατικό χτύπημα. Από την άλλη όμως, θα άλλαζαν τον προορισμό στην περίπτωση όπου πριν μεταβούν σε αυτόν συνέβαινε ένα τρομοκρατικό χτύπημα. Φαίνεται δηλαδή να επιβεβαιώνεται και η προηγούμενη υπόθεση ότι οι περισσότεροι νιώθουν ασφαλείς από τα μέτρα ασφαλείας που εφαρμόζονται πλέον και, το μόνο γεγονός που θα μπορούσε να τους οδηγήσει στο να αλλάξουν τουριστικό προορισμό θα ήταν ένα πολύ πρόσφατο στην ημερομηνία μετάβασής τους, τρομοκρατικό χτύπημα. Άλλωστε, μόνο ένα ποσοστό της τάξης του 20% θεωρεί ότι έπειτα από ένα τρομοκρατικό χτύπημα, ο πληγέντας προορισμός δεν θα ξαναγίνει ποτέ ασφαλής.

Γίνεται λοιπόν σαφές ότι τελικά ο τουρισμός πλήττεται οικονομικά από την τρομοκρατία. Επομένως ο τουρισμός σε όλο τον κόσμο αρχίζει να γίνεται όλο και πιο επικίνδυνος μετά τα αλληπάλληλα χτυπήματα που δέχεται από τρομοκράτες και τίθεται η δημόσια ασφάλεια σε κίνδυνο. Αυτό τον κίνδυνο προσπαθούν να σταθμίσουν οι τουρίστες τη στιγμή που επιλέγουν τουριστικό προορισμό. Οι τουρίστες ανά τον κόσμο θέτουν την προσωπική τους ασφάλεια σε πρώτη γραμμή πριν την επιλογή τουριστικού προορισμού. Ακόμη και τα ταξιδιωτικά πρακτορεία

προσπαθούν να αναδιαμορφώσουν το πρόγραμμά τους και να αλλάξουν προορισμούς σύμφωνα με τις τρομοκρατικές επιθέσεις που συμβαίνουν (Van Niekerk & Pizam, 2015).

Τα διαφορετικά επίπεδα αντίληψης των κινδύνων μαζί με άλλους εσωτερικούς παράγοντες μπορούν να καθορίσουν το κίνητρο του ταξιδιώτη για ένα προορισμό καθώς και την αναζήτησή του για εναλλακτικούς προορισμούς. Η στάση είναι ένας από τους κύριους καθοριστικούς παράγοντες της συμπεριφοράς τουριστικής αγοράς. Ένα άτομο με αρνητική στάση απέναντι στον προορισμό λόγω ενός πρόσφατου τρομοκρατικού χτυπήματος ενδέχεται να παρουσιάζει υψηλά επίπεδα ανησυχίας για την ασφάλεια και αυτό είναι πιθανό να οδηγήσει σε αρνητικό αποτέλεσμα για την απόφαση ταξιδιού, όπως προκύπτει και από τα αποτελέσματα της έρευνας (Wolff & Larsen, 2014).

Μέσα από την έρευνα, γίνεται σαφές ότι η διαδικασία λήψης αποφάσεων σχετικά με την επιλογή τουριστικού προορισμού είναι το αποτέλεσμα της αλληλεπίδρασης αρκετών παραγόντων (Sönmez & Graefe, 1998). Οι τουρίστες είναι ορθολογικοί καταναλωτές που περνούν από τα διάφορα στάδια της λήψης αποφάσεων, σταθμίζοντας τα οφέλη και το κόστος στις επιλογές τους (Sönmez, 1998). Οι αποφάσεις των τουριστών μπορεί να αλλάξουν, ειδικά στο στάδιο προ της τελικής επιλογής προορισμού, λόγω πολλών παραγόντων. Ο αντιληπτός κίνδυνος του ταξιδιού μπορεί να μεταβάλλει τις αποφάσεις ταξιδιού του (Boshoff, 2002), όχι όμως σε κάθε περίπτωση αλλά υπό την προϋπόθεση του πρόσφατου συμβάντος όπως προέκυψε από τα αποτελέσματα της έρευνας.

Η τρομοκρατία αποτελεί πλέον ένα σταθερό κομμάτι της ζωής μας και δεν θα εξαφανιστεί. Επομένως, είναι θεμελιώδες να αποδεχτούμε την ύπαρξη του φαινομένου καθώς και την αναπόφευκτη ανάγκη για αντιμετώπισή του. Αυτό δεν αφορά μόνο τις χώρες που υφίστανται τρομοκρατικές επιθέσεις, αλλά και για τις χώρες των οποίων η τουριστική βιομηχανία μπορεί να επηρεαστεί έμμεσα (Seabra et al., 2014).

5.2. Προτάσεις

Με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας κρίνεται απαραίτητο να αναλυθεί καλύτερα το θέμα της επιρροής της τρομοκρατίας στον τουρισμό με σκοπό να δημιουργηθούν αποτελεσματικότερα εργαλεία αντιμετώπισης κρίσεων, βασισμένα σε λύσεις συνεργασίας μεταξύ των μελών του κλάδου και κυβερνήσεις (Seabra et al., 2014). Η διαχείριση κρίσεων ενάντια στην τρομοκρατία είναι ένας τομέας ιδιαίτερης σημασίας. Όπως προέκυψε και από το θεωρητικό υπόβαθρο της εργασίας, η επιλογή μιας στρατηγικής μάρκετινγκ είναι πολύ σημαντική για την άμβλυνση των αρνητικών συνεπειών έπειτα από ένα τρομοκρατικό χτύπημα. Σε κάθε περίπτωση, τα κυριότερα μέτρα που θα πρέπει να λαμβάνονται έχουν να κάνουν με την πρόληψη της εκδήλωσης τρομοκρατικών χτυπημάτων.

Δεδομένου ότι το ερωτηματολόγιο της παρούσας έρευνας δεν κάλυψε συνολικά το υπό εξέταση θέμα λόγω των πολλών διαστάσεών του, μία περιοχή όπου θα μπορούσε να εστιάσει μία μελλοντική έρευνα, έχει να κάνει με τον τρόπο που αντιδρούν οι τουρίστες στην προβολή μίας τρομοκρατικής ενέργειας. Πώς δηλαδή

καλύπτεται ένα τρομοκρατικό χτύπημα και αναλόγως του τρόπου με τον οποίο καλύπτεται, εάν μπορεί κάθε φορά να επηρεάσει την απόφαση για μετάβαση σε έναν προορισμό. Είναι σημαντικό να γίνει κατανοητό ότι οι τουρίστες ενδιαφέρονται και δίνουν προσοχή στα νέα και τις αναλύσεις που σχετίζονται με την τρομοκρατία (Seabra et al., 2014).

Ένα ακόμη πεδίο όπου θα μπορούσε να εστιάσει μελλοντική έρευνα έχει να κάνει πώς επηρεάζεται η αντίληψη του κινδύνου των τουριστών. Πιο συγκεκριμένα, θα πρέπει να εξεταστεί πώς το βίωμα ενός τρομοκρατικού χτυπήματος σε συνδυασμό με άλλα χαρακτηριστικά των δυνητικών τουριστών όπως ο τρόπος ζωής, η κουλτούρα, η χώρα προέλευσης, τα δημογραφικά χαρακτηριστικά και τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας επηρεάζουν συνδυαστικά την αντίληψη του κινδύνου και κατ' επέκταση τις προτιμήσεις για μετάβαση σε έναν προορισμό. Στην περίπτωση μίας τέτοιας έρευνας, το δείγμα θα πρέπει να είναι περισσότερο εστιασμένο σε άτομα με βίωμα τρομοκρατικού χτυπήματος, δεδομένου ότι στην παρούσα έρευνα υπήρξαν μόνο 2 ερωτώμενοι με αυτό το χαρακτηριστικό.

Τέλος, μία μελλοντική έρευνα θα μπορούσε να περιλαμβάνει περισσότερο προχωρημένη στατιστική ανάλυση ώστε να δημιουργηθούν μοντέλα που να εξηγούν περισσότερο τη συμπεριφορά των τουριστών έναντι τουριστικών προορισμών συνυπολογίζοντας την τρομοκρατία συνδυαστικά πάντα και με άλλους παράγοντες.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

- Ακριβός, Χ. & Σαλεσιώτης, Μ. (2007). *Τουρισμός*. Αθήνα: Interbooks.
- Βαρβαρέσος, Σ. (2013). *Οικονομική του τουρισμού. Εννοιολογικές, θεωρητικές και μεθοδολογικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Προπομπός.
- Βαρβαρέσος, Σ. (2015). *Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές*. Αθήνα: Προπομπός.
- Βασιλοπούλου-Αθανασοπούλου, Α. (2017). *Ευρωπαϊκή ολοκλήρωση και αντιμετώπιση της τρομοκρατίας: Θεσμικές και πολιτικές τάσεις, Διατλαντική συνεργασία*. Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.
- Ηγουμενάκης, Ν. Γ., Κραβαρίτης, Κ. Ν. & Λύτρας, Π. Ν. (1999). *Εισαγωγή στον Τουρισμό*. Αθήνα: Interbooks.
- Καραγιάννης, Σ. Γ. & Έξαρχος, Γ. Σ. (2006). *Τουρισμός - Τουριστική Οικονομία, Ανάπτυξη, Πολιτική*. Ηράκλειο: Κέντρο Τεχνολογικής Έρευνας Κρήτης.
- Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. & Γκρίμπα, Ε. (2011). *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού*. Αθήνα: Κριτική.
- Κυριαζόπουλος, Π. & Σαμαντά, Ειρ. (2011). *Μεθοδολογία Έρευνας Εκπόνησης Διπλωματικών Εργασιών*. Αθήνα: Σύγχρονη Εκδοτική.
- Κυριαζόπουλος, Π. & Σαμαντά, Ειρ. (2009). *Εισαγωγή στην Έρευνα Αγοράς*. Αθήνα: Σύγχρονη Εκδοτική.
- Κωσταρίδου-Ευκλείδη, Α. (1997). *Ψυχολογία της σκέψης*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα
- Λαλούμης, Δ. Α. & Ρούπας, Β. Χ. (1998). *Διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων*. Αθήνα: Σταμούλης.
- Μαρούλης, Δ. (2016). *Ελληνικός τουρισμός: Εξελίξεις - προοπτικές*. Αθήνα: ΣΕΤΕ.
- Μπόση, Μ. (2000). *Περί ορισμού της τρομοκρατίας*. Αθήνα: Τραυλός.
- Παπαδάτου, Α. (1987). *Η τρομοκρατία*. Αθήνα: Εκδόσεις Σάκκουλα.
- Παππάς, Ν. (2008). *Τουρισμός*. Αθήνα: Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων.
- ΣΕΤΕ (2018). Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2018. Διαθέσιμο σε: <https://sete.gr/el/stratigiki-gia-ton-tourismo/vasika-megethi-tou-ellinikoytourismoy/> (Ανακτήθηκε 11 Νοεμβρίου 2019).
- ΣΕΤΕ (2017) Tourism's contribution to the Greek economy 2016-2017. Διαθέσιμο σε: http://www.insete.gr/portals/0/meletes-INSETE/01/2018_SymvolhTourismou2017_EN_Summary.pdf/ (Ανακτήθηκε 11 Νοεμβρίου 2019).
- Σφακιανάκης, Μ. (2000). *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*. Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.

Τσάρτας, Π. (1996). *Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι, Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον Τουρισμό*. Αθήνα: Εξάντας.

Τσάρτας, Π. & Λύτρας, Π. (2017). *Τουρισμός, τουριστική ανάπτυξη: Συμβολές Ελλήνων επιστημόνων*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.

Χαλικιάς, Μ., Μανωλέσου, Α. & Λάλου, Π. (2015). *Μεθοδολογία Έρευνας και Εισαγωγή στη Στατιστική Ανάλυση Δεδομένων με το IBM SPSS STATISTICS*. Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών.

Fortunegreece (2017). Διαθέσιμο σε: <https://www.fortunegreece.com/article/pos-i-tromokratia-chtipise-ton-tourismo-sto-parisi/> (Ανακτήθηκε 10 Ιανουαρίου 2020).

Ξενόγλωσση

Apuke, O. D. (2017). Quantitative research methods: A synopsis approach. *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, 33(5471), 1-8.

Arana, J. E., & León, C. J. (2008). The impact of terrorism on tourism demand. *Annals of tourism research*, 35(2), 299-315.

Baker, D. M. A. (2014). The effects of terrorism on the travel and tourism industry. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 2(1), 9.

Besculides, A., Lee, M. E., & McCormick, P. J. (2002). Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of tourism research*, 29(2), 303-319.

Boshoff, C. (2002). Service advertising: An exploratory study of risk perceptions. *Journal of Service Research*, 4(4), 290-298.

Brunt, P., Mawby, R., & Hambly, Z. (2000). Tourist victimisation and the fear of crime on holiday. *Tourism Management*, 21(4), 417-424.

Buckley, P. J., & Klemm, M. (1993). The decline of tourism in Northern Ireland: The causes. *Tourism Management*, 14(3), 184-194.

Buffa, F. (2015). Young tourists and sustainability. Profiles, attitudes, and implications for destination strategies. *Sustainability*, 7(10), 14042-14062.

Burgess, M. (2015). *A Brief History of Terrorism*. Washington: Project On Government Oversight (POGO).

Burkart, A. & Medlik, S. (1974). *Tourism, Past, Present and Future*. London: Heinemann.

Buckley, P. J., & Klemm, M. (1993). The decline of tourism in Northern Ireland: The causes. *Tourism Management*, 14(3), 184-194.

Incera, A. C., & Fernández, M. F. (2015). Tourism and income distribution: Evidence from a developed regional economy. *Tourism Management*, 48, 11-20.

Chang, J. C. (2007). Travel motivations of package tour travelers. *Turizam: međunarodni znanstveno-stručni časopis*, 55(2), 157-176.

- Clayton, A. & Korstanje, E. (2012). Tourism and Terrorism: Conflicts and commonalities. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 4(1), pp. 8-25.
- Coca-Stefaniak, A., & Morrison, A. M. (2018). City tourism destinations and terrorism—a worrying trend for now, but could it get worse? *International Journal of Tourism Cities*, 4, 409-412.
- Cohen, E. (1979). Rethinking the sociology of tourism. *Annals of tourism research*, 6(1), 18-35.
- Colomb, C., & Novy, J. (2016). *Protest and resistance in the tourist city*. London: Routledge.
- Hunziker, W., & Krapf, K. (1942). *Outline of the general theory of tourism*. Zurich: Polygraphischer Verlag AG.
- Correia, A., Oom do Valle, P., & Moço, C. (2007). Why people travel to exotic places. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 1(1), 45-61.
- Creswell, J. W. (2003). A framework for design. Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches, 9-11.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of tourism research*, 6(4), 408-424.
- Drosos, D., & Skordoulis, M. (2018). The role of environmental responsibility in tourism. *Journal for International Business and Entrepreneurship Development*, 11(1), 30-39.
- Drosos, D., Skordoulis, M., Chalikias, M., Kalantonis, P., & Papagrigoriou, A. (2017). *The impact of ISO 9001 quality management system implementation in tourism SMEs*. In Tourism, Culture and Heritage in a Smart Economy (pp. 145-157). Springer, Cham.
- DuCros, H. (2001). A new model to assist in planning for sustainable cultural heritage tourism. *International Journal of Tourism Research*, 3(2), pp. 165-170.
- Enders, W., & Sandler, T. (1996). Terrorism and foreign direct investment in Spain and Greece. *Kyklos*, 49(3), 331-352.
- Bayramov, E., & Abdullayev, A. (2018). Effects of political conflict and terrorism on tourism: How crisis has challenged Turkey's tourism development. *Challenges in national and international economic policies*, 160-175.
- Enago (2019). Διαθέσιμο σε: <https://www.enago.com/academy/principles-of-ethical-research/> (Ανακτήθηκε 10 Φεβρουαρίου 2020).
- Feridun, M. (2011). Impact of terrorism on tourism in Turkey: empirical evidence from Turkey. *Applied Economics*, 43(24), 3349-3354.
- Giulianotti, R., & Klauser, F. (2012). Sport mega-events and “terrorism”: A critical analysis. *International Review for the Sociology of Sport*, 47(3), 307-323.

- Gnoth, J. (1997). Tourism motivation and expectation formation. *Annals of Tourism research*, 24(2), 283-304.
- Goodrich, J. N. (2002). September 11, 2001 attack on America: a record of the immediate impacts and reactions in the USA travel and tourism industry. *Tourism Management*, 23(6), 573-580.
- Gössling, S. (2002). Global environmental consequences of tourism. *Global environmental change*, 12(4), 283-302.
- Green, H., Hunter, C., & Moore, B. (1990). Assessing the environmental impact of tourism development: use of the Delphi technique. *Tourism Management*, 11(2), 111-120.
- Han, H., Kim, W., & Kiatkawsin, K. (2017). Emerging youth tourism: fostering young travelers' conservation intentions. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(7), 905-918.
- Hillery, M., Nancarrow, B., Griffin, G., & Syme, G. (2001). Tourist perception of environmental impact. *Annals of tourism research*, 28(4), 853-867.
- Kaspar, C. (1976). Le tourisme, objet d'étude scientifique, *The Tourist Review*, 31(4), 2-5.
- Kim, K., Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? *Tourism management*, 36, 527-540.
- Leedy, P., & Ormrod, J. (2001). *Practical research*. Upper Saddle River: Merrill.
- Lepp, A. & Gibson, H. (2003). Tourist Roles, Perceived Risk and International Tourism.
- Mahika, E. C. (2011). Current trends in tourist motivation. *Cactus Tourism Journal*, 2(2), 15-24.
- Mathieson, A. & Wall, G. (1982). *Tourism: economic, physical and social impacts*. Harlow: Longman.
- Mill, R. & Morrison, A. (1998). *The Tourism System: An Introductory Text*. Dubuque: Kendall/ Hunt.
- Paraskevas, A. & Arendell, B. (2007). A strategic framework for terrorism prevention and mitigation in tourism destinations. *Tourism Management*, 28(6), 1560-1573.
- Parida, Y., Bhardwaj, P., & Chowdhury, J. R. (2015). Impact of terrorism on tourism in India. *Economics Bulletin*, 35(4), 2543-2557.
- Pearce, D. G. (1985). Tourism and environmental research: A review. *International Journal of Environmental Studies*, 25(4), 247-255.
- Pizam, A. (2002). Tourism and terrorism. *International Journal of Hospitality Management*, 21(1), 1-3.

- Pizam, A., & Smith, G. (2000). Tourism and terrorism: A quantitative analysis of major terrorist acts and their impact on tourism destinations. *Tourism Economics*, 6(2), 123-138.
- PWC (2018). Ελληνικός Τουρισμός - Η επόμενη μέρα. Διαθέσιμο σε: <https://www.pwc.com/gr/en/publications/greek-thought-leadership/the-next-day-of-greek-tourism-gr-long-updated.pdf> (Ανακτήθηκε 11 Νοεμβρίου 2019).
- Rădulescu, I. G. (2016). Terrorism and its Impact on Global Economy. *Economic Insights-Trends & Challenges*, 68(2).
- Rahman, M. S. (2017). The Advantages and Disadvantages of Using Qualitative and Quantitative Approaches and Methods in Language “Testing and Assessment” Research: A Literature Review. *Journal of Education and Learning*, 6(1), 102-112.
- Reuters (2017). Timeline: Deadly attacks in Western Europe. Διαθέσιμο σε: <https://www.reuters.com/article/us-europe-attacks-timeline-idUSKCN1AX2EV> (Ανακτήθηκε 30 Νοεμβρίου 2019).
- Richardson, L. (2013). *The roots of terrorism*. London: Routledge.
- Ross, E. L. D., & Iso-Ahola, S. E. (1991). Sightseeing tourists’ motivation and satisfaction. *Annals of tourism research*, 18(2), 226-237.
- Seabra, C., Abrantes, J. L., & Kastenholz, E. (2014). The influence of terrorism risk perception on purchase involvement and safety concern of international travellers. *Journal of Marketing Management*, 30(9-10), 874-903.
- Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism management*, 16(5), 361-365.
- Shughart, W. F. (2006). An analytical history of terrorism, 1945–2000. *Public Choice*, 128 (1-2), 7-39.
- Skordoulis, M., Tsoulfas, A., Kornelaki, E., & Samanta, I. (2013, September). *The effect of corporate social responsibility (CSR) actions on consumers’ behaviour*. In Proceedings of eRA-8 International Scientific Conference. Economy Session. Piraeus (pp. 47-58).
- Sönmez, S. F., & Graefe, A. R. (1998). Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. *Annals of tourism research*, 25(1), 112-144.
- Sönmez, S. F. (1998). Tourism, terrorism, and political instability. *Annals of tourism research*, 25(2), 416-456.
- Sunlu, U. (2003). *Environmental impacts of tourism*. In Proceedings of the Conference on the Relationships between Global Trades and Local Resources in the Mediterranean Region (pp. 263-270).
- Tarlow, P. E. (2006). *Terrorism and tourism*. In *Tourism in turbulent times* (pp. 103-116). London: Routledge.
- Ueli, G. (2010). The History of Tourism: Structures on the Path to Modernity. *Notes*, 2(8).

UNWTO. 2016 Understanding Tourism: Basic Glossary. Διαθέσιμο σε: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossaryenrev.pdf> (Ανακτήθηκε 11 Νοεμβρίου 2019).

Van Niekerk, M., & Pizam, A. (2015). *How do terrorism and tourism coexist in turbulent times? Introduction to a conflicting relationship. Terrorism and the economy: Impacts of the capital market and the global tourism industry*. Florida: Rosen College of Hospitality Management.

Van Vuuren, C., & Slabbert, E. (2012). Travel motivations and behaviour of tourists to a South African resort. *Tourism & Management Studies*, 295-304.

Wallis, J., & Lee, D. R. (1999). Primate conservation: the prevention of disease transmission. *International Journal of Primatology*, 20(6), 803-826.

Williams, C. (2007). Research methods. *Journal of Business & Economics Research*, 5(3).

Wolff, K., & Larsen, S. (2014). Can terrorism make us feel safer? Risk perceptions and worries before and after the July 22nd attacks. *Annals of Tourism Research*, 44, 200-209.

Yang, L., & Wall, G. (2009). Ethnic tourism: A framework and an application. *Tourism Management*, 30(4), 559-570.

Yaya, M. E. (2009). Terrorism and tourism: The case of Turkey. *Defence and Peace Economics*, 20(6), 477-497.

Yu Park, H. (2010). Heritage tourism: Emotional journeys into nationhood. *Annals of Tourism research*, 37(1), 116-135.

Yu, X., Kim, N., Chenn, C. C., & Schwartz, Z. (2012). Are you a tourist? Tourism definition from the tourist perspective. *Tourism Analysis*, 17(4), 445-457.

Zou, Y., & Meng, F. (2019). Chinese tourists' sense of safety: perceptions of expected and experienced destination safety. *Current Issues in Tourism*, 1-14.

**ΕΛΛΗΝΙΚΟ
ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ**

**ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Ονομάζομαι Φωτεινή Ευαγγελία Καρρά και είμαι τελειόφοιτη του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων και Τουρισμού Ελληνικό στο Μεσογειακό Πανεπιστήμιο. Το παρών ερωτηματολόγιο αποσκοπεί στη συλλογή δεδομένων για καθαρά ακαδημαϊκό σκοπό, στα πλαίσια της πτυχιακής μου εργασίας με τίτλο: «Οι τρομοκρατικές ενέργειες και οι επιπτώσεις τους στον τουρισμό: η περίπτωση των εγχώριων τουριστών».

Σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι να διερευνήσει τις επιπτώσεις της τρομοκρατίας στον τουρισμό και το κατά πόσο επηρεάζουν οι τρομοκρατικές ενέργειες στην επιλογή του τουριστικού προορισμού τους Έλληνες τουρίστες.

Υπεύθυνη καθηγήτρια της πτυχιακής εργασίας είναι η Δρ. Βασιλική Αυγελή.

Η έρευνα είναι ανώνυμη και απευθύνεται σε εν δυνάμει Έλληνες τουρίστες.

Σας ευχαριστώ για τη συμμετοχή σας στην έρευνα και για τη συμβολή σας στην ολοκλήρωση της πτυχιακής μου εργασίας.

Φοιτήτρια: Φωτεινή-Ευαγγελία Καρρά, fwt3inaki@hotmail.com

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

A. ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

1. Πόσο συχνά ταξιδεύετε;

- 1 φορά το χρόνο
 2-3 φορές το χρόνο
 Περισσότερες από 4 φορές το χρόνο

2. Πώς ταξιδεύετε πιο συχνά;

- Ατομικά
 Ομαδικά

3. Για ποιο λόγο ταξιδεύετε πιο συχνά;

- Αναψυχή
 Εργασία
 Άλλο

4. Σε ποιους από τους παρακάτω προορισμούς ταξιδεύετε πιο συχνά;

- Ευρώπη
 Αμερική
 Ασία
 Αφρική
 Αυστραλία

5. Ποια είναι τα κύρια κίνητρά σας όταν επιλέγετε έναν τουριστικό προορισμό;

(Παρακαλούμε σημειώστε με τιμές τα παρακάτω κριτήρια σημαντικότητας ως εξής: 1 = Απόλυτα ασήμαντος, 2 = Ασήμαντος, 3 = Ούτε σημαντικός/ ούτε ασήμαντος, 4 = Σημαντικός και, 5 = Απόλυτα σημαντικός).

	1	2	3	4	5
Ασφάλεια του προορισμού					
Γαστρονομία					
Αξιοθέατα					
Απόσταση από τον τόπο κατοικίας					
Φυσικές και κλιματολογικές συνθήκες					
Οικονομικοί παράγοντες					
Τρόπος ζωής					
Πολιτισμός					
Θρησκεία					
Ποιότητα ξενοδοχειακών καταλυμάτων					
Προγενέστερη εμπειρία					
Εμπειρία φίλων/ γνωστών/ συγγενών					
Προβολή του προορισμού					

Β. ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΗΣ ΤΡΟΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

6. Έχετε αντιμετωπίσει κάποιου είδους κίνδυνο σε κάποιο ταξίδι που πραγματοποιήσατε;

- Ναι
 Όχι

7. Εάν ναι, τι είδους κίνδυνο;

- Κίνδυνος από φυσική καταστροφή
 Κίνδυνος για την υγεία
 Κίνδυνος από εγκληματική ενέργεια
 Κίνδυνος από τρομοκρατική επίθεση
 Άλλο

8. Πού θεωρείτε ότι είναι πιο πιθανό να συμβεί ένα τρομοκρατικό χτύπημα;

- Ευρώπη
 Αμερική
 Ασία
 Αφρική
 Αυστραλία

9. Πόσο ασφαλείς νιώθετε όταν ταξιδεύετε;

- Καθόλου
 Ελάχιστα
 Λίγο
 Μέτρια
 Πολύ

10. Τι θεωρείτε περισσότερο επικίνδυνο σε ένα τουριστικό προορισμό;

(Παρακαλούμε σημειώστε με τιμές τα παρακάτω κριτήρια επικινδυνότητας ως εξής: 1 = Καθόλου, 2 = Ελάχιστα, 3 = Λίγο, 4 = Μέτρια και, 5 = Πολύ).

	1	2	3	4	5
Πόλεμος					
Επιδημίες					
Πολιτική και οικονομική αστάθεια					
Τρομοκρατικά χτυπήματα					
Βία/ εγκλήματα					
Φυσικές καταστροφές					

11. Τι πιστεύετε ότι προκαλεί την τρομοκρατία;

(Περισσότερες από μία απαντήσεις).

- Φανατισμός (πολιτικός, θρησκευτικός, φυλετικός, εθνικός)
 Τεχνολογική ανάπτυξη
 Κοινωνικά, οικονομικά ή πολιτικά προβλήματα
 Αυταρχικά καθεστώτα
 Οικονομικά και πολιτικά συμφέροντα
 Εύκολη πρόσβαση σε όπλα
 Άλλο

12. Ποια θα ήταν η συμπεριφορά σας σχέση με τα παρακάτω;

(Παρακαλούμε σημειώστε με τιμές τα παρακάτω κριτήρια συμφωνίας ως εξής: 1 = Διαφωνώ απόλυτα, 2 = Διαφωνώ λίγο, 3 = Ούτε συμφωνώ/ ούτε διαφωνώ, 4 = Συμφωνώ λίγο και, 5 = Συμφωνώ απόλυτα).

	1	2	3	4	5
Θα επισκεπτόσασταν ποτέ έναν τουριστικό προορισμό ο οποίος έχει δεχτεί στο παρελθόν τρομοκρατικό χτύπημα;					
Θα επισκεπτόσασταν έναν τουριστικό προορισμό που η κουλτούρα των ανθρώπων διακρίνεται από έντονο θρησκευτικό φανατισμό;					
Θεωρείτε ότι η έντονη τουριστική κίνηση σε έναν προορισμό αυξάνει τις πιθανότητες κάποιας τρομοκρατικής επίθεσης;					
Θεωρείτε ότι η μη ύπαρξη τρομοκρατικών επιθέσεων σε έναν προορισμό συμβάλλει στην περεταίρω ανάπτυξη του;					
Θεωρείτε ότι ένας τουριστικός προορισμός στον οποίο δεν έχει υπάρξει τρομοκρατικό χτύπημα κατά το παρελθόν είναι ασφαλέστερος σε σχέση με έναν που έχει υπάρξει;					
Θα αλλάζατε τουριστικό προορισμό, αν σε αυτόν που είχατε επιλέξει να επισκεφτείτε είχε συμβεί τρομοκρατικό χτύπημα;					

13. Πόσος χρόνος πιστεύετε ότι πρέπει να περάσει από ένα τρομοκρατικό χτύπημα για να θεωρήσετε έναν προορισμό ασφαλής;

- 0-1 μήνες
 2-6 μήνες
 7-12 μήνες
 περισσότερο από 1 χρόνος
 ο προορισμός δεν είναι ποτέ ασφαλής

14A. Ποιος ήταν ο τελευταίος τουριστικός προορισμός που επισκεφτήκατε;

.....

14B. Αισθανόσασταν ασφαλής σε αυτόν τον προορισμό

- Ναι
 Όχι

Γ. ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ**15. Φύλο:**

- Άνδρας
 Γυναίκα

16. Ηλικία:

- 18-24
- 25-35
- 36-45
- 46-55
- 56-65
- 66+

17. Οικογενειακή κατάσταση:

- Άγαμος/η
- Άγαμος/η με παιδί/ά
- Έγγαμος/η
- Έγγαμος/η με παιδί/α
- Άλλο

18. Επίπεδο μόρφωσης:

- Υποχρεωτική εκπαίδευση
- Μέση εκπαίδευση
- Ανώτερη εκπαίδευση
- Πτυχίο Α.Ε.Ι. (Πανεπιστήμιο ή Τ.Ε.Ι.)
- Μεταπτυχιακό
- Διδακτορικό
- Άλλο

ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΑΣ!