



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
UNIVERSITY OF PIRAEUS

ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
M.B.A. – TOURISM MANAGEMENT

Χτίζοντας την ιδιαιτερότητα ενός ανεξερεύνητου
τουριστικού προορισμού:
Η περίπτωση της Σαλαμίνας.



Σοφία Δημητριάδη
Α.Μ.: ΔΕΜΤ1803
Επιβλέπων Καθηγητής: Μάρκος Τσόγκας

ΠΕΙΡΑΙΑΣ 2023

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη «Διοίκηση Επιχειρήσεων – Μάνατζμεντ Τουρισμού» με τίτλο: *Χτίζοντας την ιδιαιτερότητα ενός ανεξέλεγκτου*

«Τουρισμικού...Προφίλμαΐ...: Η Περήπιπωση...της...Σοφία...»

έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

Δηλώνω επίσης υπεύθυνα ότι οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολό τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου»

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτητή

Ονοματεπώνυμο

Δημ.Τριάντη...Σοφία.....



I. ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον κ. Μάρκο Τσόγκα επίκουρο καθηγητή του Πανεπιστημίου Πειραιώς και επιβλέποντα καθηγητή της διπλωματικής μου εργασίας ο οποίος με την πολύτιμη βοήθειά του, την κατανόηση και την συμπαράσταση του, συνέβαλε στην διεκπεραίωση αυτής της μελέτης.

II. ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα μελέτη πραγματεύεται την καταγραφή των τουριστικών κινήτρων και της τουριστικής τυπολογίας των επισκεπτών της Σαλαμίνας. Πιο συγκεκριμένα, μέσω της πρωτογενούς έρευνας γίνεται η μελέτη και η καταγραφή των ψυχο-κοινωνικών παραγόντων που επηρεάζουν τον τουρίστα να επισκεφθεί το νησί της Σαλαμίνας αλλά και τον ρόλο που παίζουν αυτοί οι παράγοντες στην ικανοποίησή του, στην απόφασή του να επιστρέψει στο μέλλον και στην πρόθεση να συστήσει τη Σαλαμίνα και σε άλλους. Ακόμη, μέσω της τουριστικής τυπολογίας επιχειρείται η κατηγοριοποίηση των τουριστών σε ομάδες προκειμένου να σκιαγραφήσουμε το προφίλ, τις ανάγκες και τις προσδοκίες των τουριστών που επισκέπτονται το νησί της Σαλαμίνας έτσι ώστε να τους προφέρουμε μια πιο ολοκληρωμένη τουριστική εμπειρία.

Η έρευνα διεξήχθη μέσω ερωτηματολογίου το οποίο στο λιμάνι της Σαλαμίνας και σε δύο πολυσύχναστα σημεία του νησιού από τις 20 Ιουνίου 2020 έως τις 20 Οκτωβρίου 2020. Το ερωτηματολόγιο είναι χωρισμένο σε τέσσερις ενότητες. Στην πρώτη ενότητα οι ερωτήσεις αφορούν τα κίνητρα ώθησης και έλξης (Push & Pull Factors) όπου ο ερωτώμενος απαντά για ποιους λόγους πραγματοποιεί ένα ταξίδι και με ποια κριτήρια επιλέγει προορισμό για διακοπές. Η δεύτερη ενότητα περιλαμβάνει ερωτήσεις σχετικά με τις δραστηριότητες που επιλέγει να κάνει στις διακοπές του με σκοπό να κατηγοριοποιηθεί με βάση την ταξιδιωτική του συμπεριφορά σε συγκεκριμένες τυπολογίες. Στην τρίτη ενότητα, οι ερωτήσεις αφορούν την εμπειρία των τουριστών στη Σαλαμίνα, τα επίπεδα ικανοποίησής τους, καθώς και την πρόθεσή τους να επιστρέψουν στο νησί, αλλά και να το συστήσουν και σε άλλους. Τέλος, η τέταρτη ενότητα περιλαμβάνει ερωτήσεις που αφορούν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων.

Τα πορίσματα της παρούσας μελέτης θα βοηθήσουν τους ερευνητές και τους επαγγελματίες στο κλάδο του τουρισμού να μάθουν περισσότερα στοιχεία για τα κίνητρα, τους λόγους, τις τυπολογίες των τουριστών που επιλέγουν το νησί της Σαλαμίνας για τις διακοπές τους, ώστε να καταστήσουν τις ενέργειες στο πεδίο του μάρκετινγκ πιο αποτελεσματικές.

ABSTRACT

This study deals with the motives and the typology of the visitors of the island of Salamis. More specifically, through the empirical research, we find out the socio-psychological needs that predispose tourists to visit the island of Salamis, the role that these factors play in destination satisfaction, intent to return in the future and intend to recommend Salamis to others. Also, through the tourist typology, an attempt is made to categorize tourists visiting the island of Salamis, into groups in an effort to outline their profile, needs and expectations in order to offer them a more complete touristic experience.

The survey was conducted at the port of Salamis and in two of the busiest spots of the island from June 20 to October 20 2020.

The questionnaire is divided into 4 sections. In the first section the questions concern the push and pull motives (Push & Pull Factors) where the respondent answers for what reasons he makes a trip and with what criteria he chooses a tourist destination. The second section includes questions about the activities each of the tourist chooses to do on his vacation in order to be categorized based on his travel behaviour in specific tourist typologies. The 3rd section of the survey concerns the experience of tourists in Salamis, the level of satisfaction, the intention to return to the island, and also the chance to recommend it to others. Finally, the forth section includes questions regarding the demographic characteristics of the respondents.

The findings of this survey, will help researchers and professional in the field of tourism to learn more about the motivations, the reasons, the typologies of the tourists who choose the island of Salamis for their vacation, in order to make the actions in the field of marketing more effective.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

I. ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣσελ.1
II. ΠΕΡΙΛΗΨΗσελ.2
ABSTRACTσελ.3

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΘΕΩΡΙΑ

Εισαγωγή.....σελ.8
1.1 Τουρισμός & Τουρίστας.....σελ.8-9
1.2 Τα Είδη του Τουρισμού.....σελ.9-10
1.3 Το Τουριστικό Ταξίδι και η Τουριστική Συμπεριφορά.....σελ.10
1.3.1 Διαδικασία επιλογής τουριστικού προορισμού.....σελ.11
1.4 Τουριστικά κίνητρα.....σελ.12
1.5 Οι παράγοντες έλξης και ώθησης (push & pull factors).....σελ.12-13
1.6 Τουριστική Τυπολογία.....σελ.13-14
1.6.1 Η τυπολογία του S.Plog.....σελ.15
1.6.2 Το μοντέλο του Plog & ο κύκλος ζωής του τουριστικού προορισμού.....σελ.16-18

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΣΑΛΑΜΙΝΑ-ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Εισαγωγή.....σελ.19
2.1 Ονομασία.....σελ.20
2.2 Ιστορία.....σελ.20-26
2.2.1 Μυθολογία- Αρχαιότητα.....σελ.20-21
2.2.2 Η Ναυμαχία της Σαλαμίνας.....σελ.21-22
2.2.3 Ελληνιστική Περίοδος.....σελ.22
2.2.4 Ρωμαϊκά χρόνια.....σελ.23
2.2.5 Βενετοκρατία.....σελ.23
2.2.6 Η περίοδος της Τουρκοκρατίας.....σελ.23
2.2.7 Η συμβολή της Σαλαμίνας στην Επανάσταση του 1821.....σελ.24
2.2.8 19ος και 20ος Αιώνας.....σελ.24
2.2.9 Η Σαλαμίνα σήμερα.....σελ.25-26

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΣΑΛΑΜΙΝΑΣ (6^A)

3.1 Ορισμός.....σελ.27
3.2 Πρωτογενής Τουριστική Προσφορά.....σελ.27-44
3.2.1 Αξιοθέατα Σαλαμίνας.....σελ.27-33
3.2.2 Πολιτιστικές Εκδηλώσεις.....σελ.33-34
3.2.3 Παραλίες.....σελ.34-35

3.2.4 Δάση.....σελ.36	σελ.36
3.3 Δευτερογενής Τουριστική Προσφορά.....σελ.36-41	σελ.36-41
3.3.1 Πρόσβαση.....σελ.36-38	σελ.36-38
3.3.2 Τουριστικά πακέτα.....σελ.38-39	σελ.38-39
3.3.3 Δραστηριότητες.....σελ.39-40	σελ.39-40
3.3.4 Βοηθητικές υπηρεσίες.....σελ.40	σελ.40
3.3.5 Εξυπηρετήσεις.....σελ.41	σελ.41

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΣΑΛΑΜΙΝΑΣ

4.1 Ελλάδα.....σελ.42-43	σελ.42-43
4.2 Αθήνα.....σελ.43-45	σελ.43-45
4.3 Σαλαμίνα.....σελ.44-46	σελ.44-46
4.4 Τουριστική ζήτηση.....σελ.46-47	σελ.46-47

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1 Ερευνητικοί στόχοι.....σελ.48	σελ.48
5.2 Μέθοδος- Δομή ερωτηματολογίου.....σελ.49-50	σελ.49-50
5.3 Δείγμα Έρευνας.....σελ.50	σελ.50
5.4 Περιορισμοί Έρευνας.....σελ.50-51	σελ.50-51
5.5 Δημογραφικά Χαρακτηριστικά Ερωτηθέντων.....σελ.51-56	σελ.51-56

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ- ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

6.1 Το ερωτηματολόγιο.....σελ.57	σελ.57
6.2 Λόγοι Πραγματοποίησης Ταξιδιού & Παράγοντες Επιλογής Προορισμού (Push & Pull factors).....σελ.57-62	σελ.57-62
6.3 Σαλαμίνα: Τουριστική εμπειρία & ικανοποίηση.....σελ.63-76	σελ.63-76
6.4 Τουριστική τυπολογία.....σελ.77-96	σελ.77-96

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ- ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....σελ.97-100

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ- ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ.....σελ.101-107

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....σελ.108

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.....σελ.109-132

ΠΙΝΑΚΑΣ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΑΤΩΝ

ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ

Σχεδιάγραμμα 1:Τι επηρεάζει την ταξιδιωτική συμπεριφορά των τουριστών.....σελ.11	σελ.11
Σχεδιάγραμμα 2: Μοντέλο Plog για τις τυπολογίες τουριστών.....σελ.16	σελ.16
Σχεδιάγραμμα 3: Τυπολογίες τουριστών & τουριστικών προορισμών.....σελ.18	σελ.18

ΠΙΝΑΚΕΣ

Πίνακας 1: Διαμονή.....σελ.41
Πίνακας 2: Διεθνείς αφίξεις 2015-2020 Ελλάδα (ΙΝΣΕΤΕ,2020).....σελ.42
Πίνακας 3: Αφίξεις 2015 - 2020 Αθήνα (ΙΝΣΕΤΕ,2020).....σελ.43
Πίνακας 4: Διακινηθέντες επιβάτες Σαλαμίνας 2017-2020 (ΕΛ.ΣΤΑΤ,2020).....σελ.46
Πίνακας 5: Αφίξεις 2020 Ελλάδα – Αθήνα (ΙΝΣΕΤΕ,2020).....σελ.47

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ

Διάγραμμα 1: Ποσοστιαία αναλογία ανδρών-γυναικών των τουριστών της Σαλαμίνας...σελ.51
Διάγραμμα 2: Ποσοστά ηλικιών των ερωτηθέντων τουριστών της Σαλαμίνας.....σελ.52
Διάγραμμα 3: Χώρες προέλευσης ερωτηθέντων τουριστών της Σαλαμίνας.....σελ.53
Διάγραμμα 4: Ποσοστά οικογενειακής κατάστασης των τουριστών της Σαλαμίνας.....σελ.53
Διάγραμμα 5: Ποσοστά εκπαίδευσης των ερωτηθέντων τουριστών της Σαλαμίνας.....σελ.54
Διάγραμμα 6: Ποσοστά ανάλογα με την επαγγελματική κατάσταση των τουριστών της Σαλαμίνας.....σελ.55
Διάγραμμα 7: Ποσοστά ανάλογα με το εισόδημα των τουριστών της Σαλαμίνας.....σελ.56
Διάγραμμα 8: Λόγοι πραγματοποίησής ταξιδιού των τουριστών της Σαλαμίνας.....σελ.57
Διάγραμμα 9: Λόγοι πραγματοποίησής ταξιδιού των ερωτηθέντων τουριστών της Σαλαμίνας.....σελ.58
Διάγραμμα 10: Ελκυστικότητα προορισμού σύμφωνα με τους ερωτηθέντες τουρίστες της Σαλαμίνας.....σελ.60
Διάγραμμα 11: Ελκυστικότητα προορισμού σύμφωνα με τους ερωτηθέντες τουρίστες της Σαλαμίνας.....σελ.61
Διάγραμμα 12 Πόσες φορές έχετε επισκεφτεί τη Σαλαμίνα;.....σελ. 63
Διάγραμμα 13 Με ποιον επισκεφθήκατε τη Σαλαμίνα;.....σελ.63
Διάγραμμα 14 Με ποιον τρόπο επιλέξατε να ταξιδέψετε;.....σελ.64
Διάγραμμα 15 Πού μείνατε;.....σελ.64
Διάγραμμα 16: Πόσες ημέρες μείνατε;.....σελ.65
Διάγραμμα 17: Για ποιο λόγο επισκεφθήκατε τη Σαλαμίνα;.....σελ.66
Διάγραμμα 18: Από πού ενημερωθήκατε για το νησί της Σαλαμίνας;.....σελ.66
Διάγραμμα 19: Πόσα χρήματα ξοδέψατε συνολικά κατά την παραμονή σας το νησί;.....σελ.67
Διάγραμμα 20: Εύκολη πρόσβαση.....σελ.68
Διάγραμμα 21: Πλούσια ιστορική και πολιτισμική κληρονομιά.....σελ.68
Διάγραμμα 22: Φυσικές ομορφιές/ παραλίες.....σελ.69
Διάγραμμα 23: Καλές καιρικές συνθήκες.....σελ.69
Διάγραμμα 24: Χώροι διαμονής (εξυπηρέτηση, ποιότητα υπηρεσιών).....σελ.70
Διάγραμμα 25: Χώροι εστίασης (εξυπηρέτηση, ποιότητα υπηρεσιών).....σελ.70
Διάγραμμα 26: Αγορές (εξυπηρέτηση, ποικιλία).....σελ.71
Διάγραμμα 27: Ποικιλία δραστηριοτήτων και διασκέδασης.....σελ.71
Διάγραμμα 28: Λογικές τιμές.....σελ.72
Διάγραμμα 29 Φιλόξενοι κάτοικοι.....σελ.73
Διάγραμμα 30:Καθαρό περιβάλλον.....σελ.73
Διάγραμμα 31: Καλό οδικό δίκτυο.....σελ.74
Διάγραμμα 32: Ασφάλεια και προστασία.....σελ.75
Διάγραμμα 33: Θα επιλέγατε ξανά τη Σαλαμίνα για τις καλοκαιρινές σας διακοπές;.....σελ.75
Διάγραμμα 34: Θα την προτείνατε σε φίλους/γνωστούς/ συγγενείς;.....σελ.76

Διάγραμμα 35: Περνάω την ημέρα μου στην παραλία και κάνω ηλιοθεραπεία.....σελ.77	σελ.77
Διάγραμμα 36: Συναναστρέφομαι με τους ντόπιους κατοίκους, μιλάω τη γλώσσα τους και γνωρίζω την κουλτούρα τους.σελ.78	σελ.78
Διάγραμμα 37: Επισκέπτομαι μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, πινακοθήκες κ.α.....σελ.78	σελ.78
Διάγραμμα 38: Βγαίνω έξω κάθε βράδυ και πίνω με τους φίλους μου.....σελ.79	σελ.79
Διάγραμμα 39: Παραμένω σωματικά ενεργός, ασχολούμαι με τα αγαπημένα μου σπορ σελ.80	σελ.80
Διάγραμμα 40: Προσπαθώ να κάνω νέες γνωριμίες για μη πολύπλοκες ρομαντικές εμπειρίες.....σελ.80	σελ.80
Διάγραμμα 41: Κάνω extreme sports και συμμετέχω σε δραστηριότητες που περιλαμβάνουν το στοιχείο του ρίσκου.....σελ.81	σελ.81
Διάγραμμα 42: Επιθυμώ να αποκτήσω νέες δεξιότητες και γνώσεις παίρνοντας μέρος σε μαθήματα ή εργαστήρια.....σελ.82	σελ.82
Διάγραμμα 43: Μένω σε ξενοδοχεία 5 αστέρων και δειπνώ στα καλύτερα εστιατόρια...σελ.82	σελ.82
Διάγραμμα 44: Αφήνω τον σχεδιασμό του ταξιδιού μου (κρατήσεις ξενοδοχείου, εκδρομές κτλ.) στον ταξιδιωτικό πράκτορα.....σελ.83	σελ.83
Διάγραμμα 45: Μου αρέσει να εξερευνώ απόμερες περιοχές και απολαμβάνω την πρόκληση των δύσβατων διαδρομών.....σελ.84	σελ.84
Διάγραμμα 46: Επισκέπτομαι ιστορικά αξιοθέατα και μαθαίνω την ιστορία και των αρχαίων πολιτισμών.....σελ.84	σελ.84
Διάγραμμα 47: Πηγαίνω στα καλύτερα νυχτερινά μαγαζιά και συναναστρέφομαι με διασημότητες.....σελ.85	σελ.85
Διάγραμμα 48: Πραγματοποιώ οργανωμένα ταξίδια και εκδρομές.....σελ.86	σελ.86
Διάγραμμα 49: Ψάχνω για εναλλακτικές τουριστικές διαδρομές, αποφεύγοντας τα συνηθισμένα τουριστικά στέκια.....σελ.86	σελ.86
Διάγραμμα 50: Επιθυμώ να εξερευνώ το νόημα της ζωής.....σελ.87	σελ.87
Διάγραμμα 51: Ενώ αφήνω ορισμένες από τις προετοιμασίες στον ταξιδιωτικό πράκτορα, αναλαμβάνω ο ίδιος να οργανώσω τη δική μου διαδρομή.....σελ.88	σελ.88
Διάγραμμα 52: Προσπαθώ να έρθω πιο κοντά στις ρίζες μου, να ανακαλύψω την ιστορία, παραδόσεις.....σελ.89	σελ.89
Διάγραμμα 53: Προσπαθώ να έρθω πιο κοντά στα θρησκευτικά μου πιστεύω, να επισκεφτώ ιερούς τόπους ή ναούς.....σελ.89	σελ.89
Διάγραμμα 54: Πηγαίνω σε οικεία για εμένα μέρη και επισκέπτομαι τα πιο δημοφιλή τουριστικά αξιοθέατα.....σελ.90	σελ.90
Διάγραμμα 55: Πηγαίνω από μέρος σε μέρος ανακαλύπτοντας νέους προορισμούς.....σελ.90	σελ.90
Διάγραμμα 56: Πηγαίνω μόνος μου και ζω με τους μόνιμους κατοίκους, συχνά εργάζομαι για να συνεχίσω τις διακοπές μου.....σελ.91	σελ.91
Διάγραμμα 57: Κάνω περιπετειώδη ταξίδια, πεζοπορίες, καταβάσεις κτλ.....σελ.92	σελ.92
Διάγραμμα 58: Αποφεύγω να πραγματοποιώ οργανωμένα ταξίδια και εκδρομές.....σελ.92	σελ.92
Διάγραμμα 59: Χαλαρώνω και ξεφεύγω από όλα.....σελ.93	σελ.93
Διάγραμμα 60: Πηγαίνω σε θερμά μέρη με πολύ ήλιο, άμμο και θάλασσα.....σελ.93	σελ.93
Διάγραμμα 61: Χαίρομαι τη φύση και την ύπαιθρο.....σελ.94	σελ.94
Διάγραμμα 62: Ταξιδεύω πρώτη θέση και μένω στα καλύτερα πολυτελή θέρετρα.....σελ.94	σελ.94
Διάγραμμα 63: Επιλέγω να κάνω εκπαιδευτικές διακοπές.....σελ.95	σελ.95
Διάγραμμα 64: Κάνω κάμπινγκ και άλλες υπαίθριες δραστηριότητες.....σελ.96	σελ.96

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΘΕΩΡΙΑ

Εισαγωγή

Ο τουρισμός, διαχρονικά, έχει συνδεθεί με την πορεία ανάπτυξης της ανθρωπότητας και σε πολλές περιπτώσεις παίζει σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της οικονομίας ενός τόπου συμβάλλοντας έτσι στην βελτίωση των οικονομικών και κοινωνικών συνθηκών διαβίωσης των ανθρώπων (Τσάρτας, 1995). Ο τουρισμός έχει γίνει χαρακτηριστικό γνώρισμα των σημερινών κοινωνιών και σε πολλές περιπτώσεις, ακόμη και ολόκληρες χώρες μπορεί να εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τους τουρίστες και το τουριστικό εμπόριο. Ως εκ τούτου, οι πόλεις και οι περιφέρειες σχεδιάζονται και μετασχηματίζονται με τέτοιο τρόπο ώστε να προσελκύουν περισσότερους τουρίστες και επενδυτές.

Η μελέτη των κινήτρων και της προσωπικότητας των τουριστών παρέχει πληροφορίες στους υπεύθυνους του τουρισμού ώστε να αναπτύξουν και να οργανώσουν ένα αποτελεσματικό πρόγραμμα επενδύσεων και διαχείρισης προορισμών. Επίσης, ο εντοπισμός των κινήτρων, της προσωπικότητας και των λόγων πραγματοποίησης ταξιδιού παρέχει πληροφορίες που θα βοηθήσουν στη λήψη αποφάσεων σχετικά με την ποσότητα και την ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχονται στους επισκέπτες.

1.1 Τουρισμός & Τουρίστας

Τουρισμός σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO), είναι οι δραστηριότητες των ατόμων που μετακινούνται και διαμένουν σε μέρη εκτός του καθημερινού τους περιβάλλοντος για λιγότερο από ένα έτος, για αναψυχή, επιχειρήσεις ή άλλους λόγους.

Τα άτομα που μετακινούνται χαρακτηρίζονται ως επισκέπτες, οι οποίοι μπορεί να είναι είτε τουρίστες είτε εκδρομείς. Ως εκδρομέας έχει οριστεί ο προσωρινός επισκέπτης που διαμένει στη χώρα προορισμού για λιγότερο από 24 ώρες και δεν πραγματοποιεί διανυκτέρευση. Ως τουρίστας έχει οριστεί ο προσωρινός επισκέπτης που διαμένει στη χώρα προορισμού του για τουλάχιστον 24 ώρες και πραγματοποιεί οπωσδήποτε τουλάχιστον μία διανυκτέρευση.

Οι λόγοι επίσκεψης του τουρίστα μπορεί να είναι:

1. Η αναψυχή και οι διακοπές (ψυχαγωγία, πολιτισμός, επισκέψεις σε συγγενείς ή φίλους, ελαφριά άθληση κ.λπ.).
2. Η επαγγελματική και επιχειρηματική δραστηριότητα (συνέδρια, συναντήσεις, αποστολές κ.λπ.).
3. Άλλες δραστηριότητες (σπουδές, υγεία- θεραπεία, θρησκεία κ.λπ.).

Ο Ηγουμενάκης (2004) έχει ορίσει τον τουρισμό ως «το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την αμοιβαία επίδραση τουριστών, τουριστικών επιχειρήσεων, τουριστικών προορισμών και διοικήσεων τουριστικών προορισμών στη διαδικασία προσέλκυσης, υποδοχής και φιλοξενίας επισκεπτών, δηλαδή τουριστών και εκδρομέων». Συνεπώς, το τουριστικό φαινόμενο μελετάται από δύο πλευρές: από την πλευρά του ατόμου που μετακινείται για να ικανοποιήσει τις τουριστικές του ανάγκες, δηλαδή την τουριστική ζήτηση και από τη μεριά των αρμόδιων φορέων που καλούνται να καλύψουν τις ανάγκες αυτές μέσα από προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρουν, δηλαδή την τουριστική προσφορά.

1.2 Τα Είδη του Τουρισμού

Ο τουρισμός διακρίνεται σε:

- Εγχώριο τουρισμό (domestic tourism), που αφορά τους κατοίκους μιας δεδομένης χώρας, οι οποίοι ταξιδεύουν μόνο εντός αυτής.
- Εξερχόμενο τουρισμό (outbound tourism), που αφορά τους μόνιμους κατοίκους μιας χώρας, οι οποίοι ταξιδεύουν σε άλλη χώρα (π.χ. ένας Έλληνας που ταξιδεύει στην Ιταλία).
- Εισερχόμενο τουρισμό (inbound tourism), που αφορά τους αλλοδαπούς οι οποίοι ταξιδεύουν σε δεδομένη χώρα (π.χ. ένας Ιταλός που ταξιδεύει στην Ελλάδα).
- Διεθνή τουρισμό (international tourism) που ονομάζεται ο εξερχόμενος (outbound tourism) και ο εισερχόμενος τουρισμός (inbound tourism).
- Εσωτερικός τουρισμός (internal tourism), που καλύπτει τόσο τον εγχώριο (domestic tourism), όσο και τον εισερχόμενο ή τον προς τα έσω τουρισμό (inbound tourism).
- Εθνικός τουρισμός (national tourism), που καλύπτει τόσο τον εγχώριο (domestic tourism), όσο και τον εξερχόμενο ή τον προς τα έξω τουρισμό (outbound tourism).

- Διερχόμενος τουρισμός (transit tourism) που αφορά τους ταξιδιώτες (π.χ. πληρώματα πλοίων και αεροσκαφών), οι οποίοι εισέρχονται σε μια χώρα και διαμένουν προσωρινά για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο των 24 ωρών (Middleton and Clark 2001).

Με βάση τα κίνητρα του ταξιδιώτη διακρίνονται οι εξής τύποι τουρισμού:

- Ο Μαζικός Τουρισμός είναι η πιο «παραδοσιακή» μορφή και η οποία περιλαμβάνει την πλειοψηφία των τουριστών που αναζητούν στο ταξίδι κυρίως ξεκούραση και διασκέδαση, σε ηλιοτροπικούς κατά βάση προορισμούς.
- Ο Τουρισμός Ειδικών Ενδιαφερόντων ο οποίος σχετίζεται με ένα πλήθος επιμέρους μορφών τουρισμού που επιλέγουν τα άτομα ανάλογα με τα ειδικά ενδιαφέροντα και κίνητρα που έχουν (θρησκευτικός τουρισμός, επαγγελματικός, συνεδριακός, υγείας, θεματικός, εκπαιδευτικός, κοινωνικός, αστικός, κινήτρων).
- Ο Εναλλακτικός Τουρισμός που επίσης περιλαμβάνει ένα πλήθος επιμέρους μορφών τουρισμού (αγροτουρισμός, αθλητικός τουρισμός, θαλάσσιος, ορεινός, χειμερινός), τις οποίες επιλέγουν άνθρωποι που αναζητούν ένα διαφορετικό τρόπο διακοπών. Αυτή η μορφή τουρισμού, συνδέεται με την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη. Ειδικότερα συνδέεται με την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, την προστασία της τοπικής κουλτούρας και την αναζήτηση νέων αξιών και τρόπων ζωής (Λαγός, 2005).

1.3 Το Τουριστικό Ταξίδι και η Τουριστική Συμπεριφορά

Το τουριστικό ταξίδι για τον τουρίστα αποτελεί μια ανάγκη ή επιθυμία για ανανέωση, απόδραση από την καθημερινότητα η οποία είναι συνδεδεμένη με τον μόνιμο τόπο διαμονής του, αναπλήρωση δυνάμεων, ευκαιρία για επικοινωνία, ευτυχία και εμπλουτισμός της κουλτούρας.

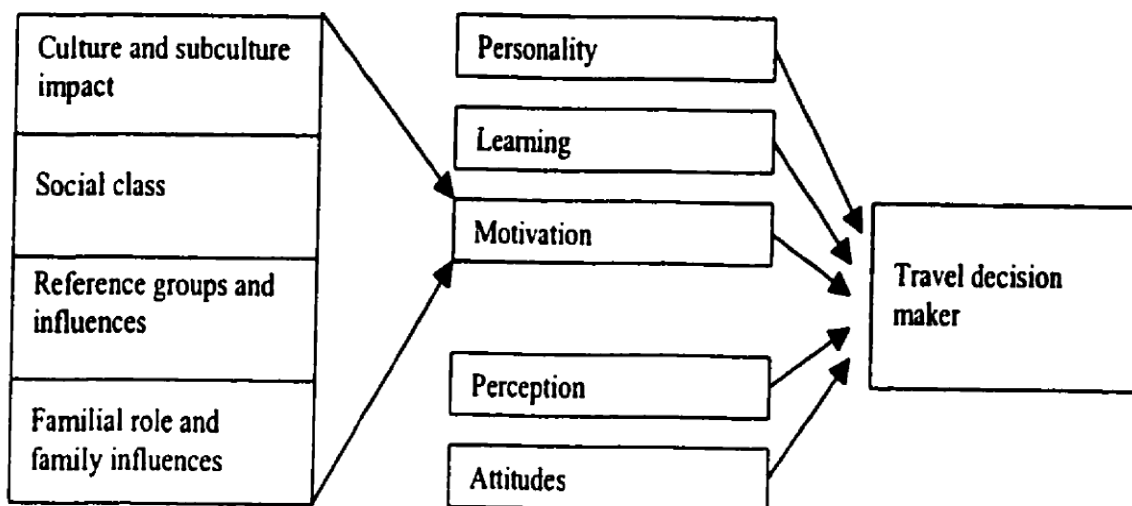
Το τουριστικό ταξίδι αλλά και η τουριστική συμπεριφορά μπορεί να χωριστούν σε τρία στάδια:

1. Η περίοδος η οποία προηγείται του τουριστικού ταξιδιού. Σε αυτή τη φάση ο τουρίστας διαπιστώνει ότι έχει ανάγκη να ταξιδέψει, εξετάζει και συγκρίνει εναλλακτικούς προορισμούς (μέσα από επισκέψεις σε ιστοσελίδες, διαφημίσεις, εμπειρίες συγγενών και φίλων). Σε αυτή τη φάση σημαντικό ρόλο παίζει η εικόνα του προορισμού καθώς και τα κίνητρά του ταξιδιώτη.

2. Η περίοδος του ταξιδιού όπου ο τουρίστας πλέον καταναλώνει αυτό που αγόρασε (επισκέψεις, διαμονή, αγορές, κόστος).
3. Η περίοδος μετά το ταξίδι όπου ο τουρίστας επιστέφει στον τόπο διαμονής του και αξιολογεί το κατά πόσο έμεινε ικανοποιημένος από την ταξιδιωτική του επιλογή και εμπειρία. Επίσης, την μοιράζεται μέσω internet και εφαρμογών στα social media (Crompton, 1979).

1.3.1 Διαδικασία επιλογής τουριστικού προορισμού

Ο Moutinho (2000) περιέγραψε μερικούς κοινωνικούς παράγοντες που επηρεάζουν τις αποφάσεις των ταξιδιωτών, όπως: προσωπικότητα, μάθηση, κίνητρο, αντίληψη και στάσεις (βλ. Γράφημα παρακάτω). Άλλοι παράγοντες περιλαμβάνουν το πολιτιστικό υπόβαθρο ενός ατόμου και απόψεις από φίλους και μέλη της οικογένειας. Επίσης, η διαδικασία επιλογής του τουριστικού προορισμού βασίζεται και στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του ίδιου του προορισμού τα οποία προσελκύουν τους τουρίστες όπως ο καιρός, το κλίμα, η εικόνα, οι υποδομές κ.λπ. Εντέλει, ο τουρίστας επιλέγει τον προορισμό εκείνο που θα ικανοποιήσει τις ανάγκες του στο μέγιστο και θα αποκομίσει το μεγαλύτερο όφελος (Μάλλιαρης, 2001, Kotler and Keller, 2006).



(Moutinho, 2000)

Σχεδιάγραμμα 1

Τι επηρεάζει την ταξιδιωτική συμπεριφορά των τουριστών

1.4 Τουριστικά κίνητρα

Τα κίνητρα, έχουν γίνει αντικείμενο έρευνας και ανάλυσης αρκετών μελετητών καθώς θέτουν σε λειτουργία την τουριστική δραστηριότητα, αποτελώντας έτσι τη βάση του τουριστικού φαινομένου (Βαρβαρέσος και Σωτηριάδης, 2002). Οι Burkart and Medlick (1974) αντιλαμβάνονται ότι στον τουρισμό είναι πιο εύκολο να απαντηθεί το «ποιός», το «πού», το «πότε» και το «πώς», παρά το «γιατί» ταξιδεύει κάποιος. Πράγματι, η απάντηση στο ερώτημα «για ποιο λόγο τα άτομα ταξιδεύουν;» είναι αρκετά σύνθετη γιατί έχει να κάνει με τα κίνητρα που ωθούν τα άτομα να ταξιδέψουν, τα οποία διαφέρουν από άτομο σε άτομο.

Σύμφωνα με τους Kotler and Keller (2006) ο άνθρωπος έχει μια εσωτερική ανάγκη που τον ωθεί να κάνει τις απαραίτητες ενέργειες για να την ικανοποιήσει. Αυτή η ανάγκη δημιουργεί τα κίνητρα τα οποία ωθούν τα άτομα στο να ταξιδέψουν.

Υπάρχουν τα:

- Φυσιολογικά κίνητρα (αυτά της ξεκούρασης, χαλάρωσης, ηλιοθεραπείας, υγείας, φλερτ).
- Πολιτιστικά κίνητρα (της ξενάγησης, γνωριμίας νέων πολιτισμών).
- Κίνητρα γοήτρου (μόδας, πρεστίτζ, επίδειξης).
- Κίνητρα προσωπικής ανάπτυξης (απόκτησης δεξιοτήτων, διεύρυνσης γνώσεων).
- Προσωπικά κίνητρα (επίσκεψη σε φίλους και συγγενείς, νέες γνωριμίες).
- Συναισθηματικά κίνητρα (φαντασία, πνευματικότητα).

Τα τουριστικά κίνητρα θεωρούνται αναπόσπαστο μέρος της τουριστικής συμπεριφοράς και έχουν συνδεθεί με την εικόνα και την επιλογή του προορισμού (Kara Lea Wolfe, 2002).

Η μελέτη των τουριστικών κινήτρων μπορεί να αποτελέσει το κλειδί για την προσέλκυση περισσότερων επισκεπτών, την ικανοποίηση των αναγκών τους και την κατανόηση του τι επηρεάζει τις αποφάσεις τους (Crompton, 1979).

1.5 Οι παράγοντες έλξης και ώθησης (push & pull factors)

Τα τουριστικά κίνητρα έχουν σχέση η θεωρία των κινήτρων που βασίζεται σε παράγοντες ώθησης και έλξης (push & pull factors). Οι παράγοντες ώθησης είναι εσωτερικοί- ψυχολογικοί παράγοντες οι οποίοι δημιουργούν στο άτομο την επιθυμία να ταξιδέψει. Οι παράγοντες έλξης είναι τα θέλητρα του τουριστικού προορισμού τα οποία ελκύουν τον τουρίστα να το επισκεφτεί,

εφόσον έχει πρώτα «ωθηθεί» στην επιθυμία ταξιδιού. Με άλλα λόγια οι άνθρωποι ταξιδεύουν επειδή ωθούνται από τις εσωτερικές τους δυνάμεις και έλκονται από τις εξωτερικές δυνάμεις των χαρακτηριστικών προορισμού. Οι παράγοντες ώθησης ερμηνεύουν την επιθυμία του να πάει κάποιος διακοπές, ενώ οι παράγοντες έλξης ερμηνεύουν την επιλογή του τόπου του προορισμού (Βαρβαρέσος και Σωτηριάδης, 2002, Yousefi, and Marzuki, 2015).

Πολλοί μελετητές προσπάθησαν να ερμηνεύσουν τα κίνητρα των τουριστών με βάση τους παράγοντες ώθησης και έλξης. Τα κίνητρα ώθησης που συνδέονται με τους εσωτερικούς ή συναισθηματικούς παράγοντες είναι η χαλάρωση, η δραπέτευση από την καθημερινότητα, η περιπέτεια, η εμπειρία, το κοινωνικό γόητρο και η κοινωνική αλληλεπίδραση. Τα κίνητρα έλξης συνδέονται με τους εξωτερικούς παράγοντες και αποδίδονται στην ελκυστικότητα των προορισμών. Για παράδειγμα, το φυσικό τοπίο, τα αξιοθέατα, η τουριστική υποδομή, οι παραλίες, ο πολιτισμός, η ιστορία, η προσβασιμότητα είναι μερικά από τα κίνητρα έλξης τα οποία μπορούν να υποκινήσουν και να ενισχύσουν τα κίνητρα ώθησης. Γενικά, οι τουρίστες επιλέγουν έναν προορισμό για διακοπές που θεωρούν ότι μπορεί να ικανοποιήσει επαρκώς τα δικά τους κίνητρα ώθησης και έλξης. Η κατανόηση των κινήτρων συμβάλλει στην κατανόηση της τουριστικής συμπεριφοράς και την εξήγηση του γιατί οι άνθρωποι ταξιδεύουν. Η κατανόηση της συμπεριφοράς δίνει τη δυνατότητα στους υπεύθυνους του τουρισμού να ταιριάζουν τουρίστες με τουριστικούς προορισμούς με σκοπό την μέγιστη ικανοποίηση των αναγκών τους που είναι ο στόχος κάθε επιτυχημένου προγράμματος μάρκετινγκ στον τουρισμό (Sangpikul, 2008, Kaewumpai, 2017).

1.6 Τουριστική Τυπολογία

Προκειμένου να γίνει πιο κατανοητή η τουριστική εμπειρία είναι απαραίτητη η κατασκευή τουριστικών τυπολογιών. Ο Cohen (1972), ήταν ένας από τους πρώτους ερευνητές που πρότειναν ότι οι τουρίστες θα μπορούσαν να ταξινομηθούν με βάση παρόμοιες συμπεριφορές και περιέγραψε 4 κατηγορίες:

1. τον οργανωμένο μαζικό τουρίστα,
2. τον ανεξάρτητο μαζικό τουρίστα,
3. τον εξερευνητή και
4. τον περιηγητή

Ο οργανωμένος μαζικός τουρίστας προτιμάει τα οργανωμένα ταξίδια μέσω τουριστικών πρακτορείων και επιλέγει να επισκεφτεί οικείους προορισμούς οι οποίοι είναι καλά οργανωμένοι και έχουν αρκετές ανέσεις. Ο ανεξάρτητος μαζικός τουρίστας επιλέγει και αυτός οργανωμένα ταξίδια, ωστόσο ένα μέρος του ταξιδιού θέλει να το σχεδιάσει ο ίδιος. Ταξιδεύει με σύντροφο ή σύζυγο σε οικείους για αυτόν προορισμούς και του αρέσει να χαλαρώνει και να μένει κάπου άνεση και παροχές. Ακόμη, έχει την τάση να επισκέπτεται τον ίδιο προορισμό πολλές φορές. Ο εξερευνητής ταξιδεύει μεμονωμένα σε τουριστικά ανεξερεύνητους προορισμούς. Ταξιδεύει με παρέα, είναι ανεξάρτητος και επιζητεί τη συναναστροφή με άλλους λαούς με σκοπό να γνωρίσει τα ήθη και τα έθιμά τους. Τέλος, ο περιηγητής ο οποίος του αρέσει να ταξιδεύει μόνος από μέρος σε μέρος και ανακαλύπτει καινούργιους προορισμούς κάθε φορά. Ενδιαφέρεται να γνωρίσει σε βάθος τον τόπο που επισκέπτεται και ταυτόχρονα να απεχθάνεται οτιδήποτε «τουριστικό».

Ο Gibson & Yiannakis (2002), αποκάλυψαν δεκαπέντε ρόλους τουριστών:

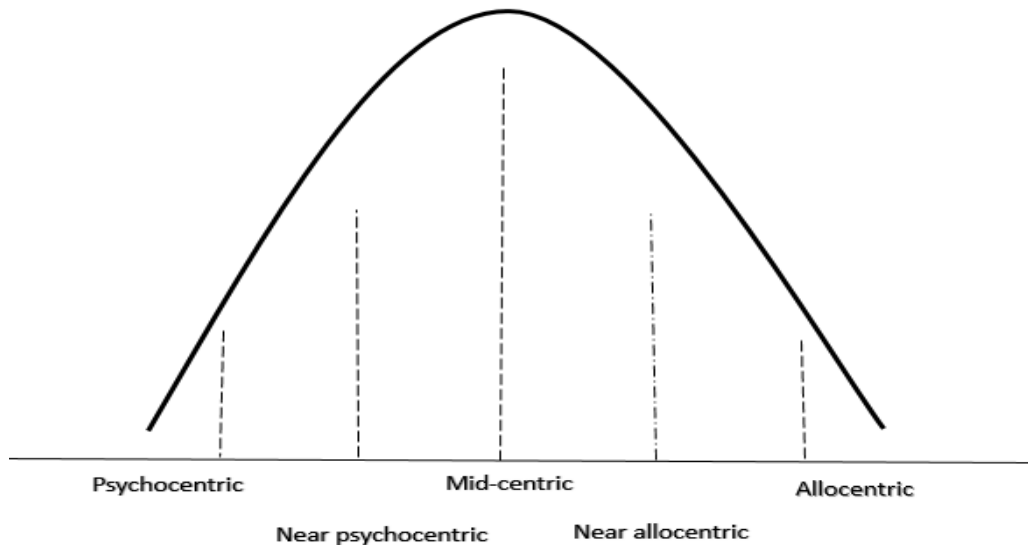
1. Εραστής του ήλιου (Sun lover)
2. Αναζητητής δράσης (Action seeker)
3. Ανθρωπολόγος (Anthropologist)
4. Αρχαιολόγος (Archeologist)
5. Οργανωμένος μαζικός τουρίστας (Organized mass tourist)
6. Ο αναζητητής της συγκίνησης (Thrill seeker)
7. Ο εξερευνητής (Explorer)
8. Ο κοσμοπολίτης (Cosmopolitan)
9. Ο ανεξάρτητος μαζικός τουρίστας (Independent mass tourist)
10. Ο αναζητητής (Seeker)
11. Ο υψηλής κατηγορίας τουρίστας (High class tourist)
12. Ο περιηγητής (Drifter)
13. Ο φυγός από την πραγματικότητα (Escapist)
14. Ο ενεργός αθλητικός τουρίστας (Active Athletic tourist)
15. Ο εκπαιδευτικός τουρίστας (Educational tourist)

1.6.1 Η τυπολογία του S.Plog

Ο Plog (1974, 1977) επιχείρησε τη σύνδεση ψυχογραφικών χαρακτηριστικών της προσωπικότητας των ατόμων, με τη συμπεριφορά ως τουρίστες. Η μελέτη του Plog, καταδεικνύει ότι υπάρχει σχέση μεταξύ της προσωπικότητας του τουρίστα και του κινήτρου επιλογής του προορισμού. Σύμφωνα με τον Plog οι τουρίστες μπορούν να καταταχθούν με βάση τις δυνητικές επιλογές του σε ψυχοκεντρικούς (psychocentric) τουρίστες, μεσοκεντρικούς (mid-centric) και αλλοκεντρικούς (allocentric). Στο ένα άκρο της κλίμακας βρίσκονται οι ψυχοκεντρικοί οι οποίοι είναι ντροπαλοί, συντηρητικοί, έχουν αναστολές και αποφεύγουν την περιπέτεια. Συνηθίζουν να ταξιδεύουν με παρέα ή γκρουπ και να επισκέπτονται τον ίδιο προορισμό πολλές φορές. Στο άλλο άκρο βρίσκονται οι αλλοκεντρικοί οι οποίοι έχουν αυτοπεποίθηση, επιδιώκουν την περιπέτεια και είναι ανοικτοί σε νέες εμπειρίες. Επίσης, απολαμβάνουν να ταξιδεύουν μόνοι και να επισκέπτονται διαφορετικό προορισμό κάθε φορά. Τα χαρακτηριστικά αυτών των δύο κατηγοριών αναφορικά με το ταξίδι είναι διαφορετικά και κατ' επέκταση επιλέγουν διαφορετικούς προορισμούς για τις διακοπές τους. Οι μεσοκεντρικοί είναι μια ενδιάμεση κατάσταση των δύο παραπάνω κατηγοριών. Οι πλειοψηφία των τουριστών εντάσσεται σε αυτή την κατηγορία (Plog,1994)

Ο Plog αργότερα πρόσθεσε άλλες δύο τυπολογίες τουριστών στις ήδη υπάρχουσες, τους σχεδόν ψυχοκεντρικούς οι οποίοι βρίσκονται ανάμεσα στους ψυχοκεντρικούς και στους μεσοκεντρικούς και τους σχεδόν αλλοκεντρικούς οι οποίοι βρίσκονται ανάμεσα στους μεσοκεντρικούς και στους αλλοκεντρικούς (Jackson and Inbakaran, 2006, Plog, 1974, Plog, 1987).

Plog's Psychographic personality types



Σχεδιάγραμμα 2

Μοντέλο Plog για τις τυπολογίες τουριστών (ιδία επεξεργασία)

1.6.2 Το μοντέλο του Plog & ο κύκλος ζωής του τουριστικού προορισμού

Η τουριστική ανάπτυξη σε έναν προορισμό έχει ως αποτέλεσμα την αλλαγή της εικόνας και του χαρακτήρα του προορισμού αυτού. Καθώς λοιπόν ένα μέρος αλλάζει, χάνει το κοινό ή το τμήμα της αγοράς που το έκανε δημοφιλές και αρχίζει να γίνεται ελκυστικό σε μια άλλη ομάδα τουριστών. Ο Plog (1974) συνδύασε το μοντέλο της τυπολογίας των τουριστών με τα στάδια εξέλιξης του τουρισμού σε έναν προορισμό τα οποία είναι τα εξής τέσσερα:

1. Η Ανακάλυψη
2. Η Ανάπτυξη
3. Η Ωρίμανση
4. Η Παρακμή

Κάθε στάδιο απευθύνεται σε διαφορετική τυπολογία τουριστών η οποία καθορίζει τον χαρακτήρα και την επιτυχία του προορισμού. Στο πρώτο στάδιο, στην «Ανακάλυψη» του προορισμού, λίγοι τουρίστες και επενδυτές ανακαλύπτουν μια περιοχή η οποία διαθέτει ελάχιστους τουριστικούς πόρους. Οι τουρίστες κάνουν χρήση των διαθέσιμων πόρων / υποδομών ενώ οι μόνιμοι κάτοικοι συνεχίζουν να δουλεύουν στα επαγγέλματα που είχαν και πριν χωρίς να ενοχλούνται από τους τουρίστες.

Το δεύτερο στάδιο, αφορά την «Ανάπτυξη» όπου γίνονται επενδύσεις σε υποδομές και η τουριστική υποδομή βελτιώνεται για την εξυπηρέτηση του τουριστών, ο αριθμός των οποίων ολοένα και αυξάνεται. Οι μόνιμοι κάτοικοι ασχολούνται και με τουριστικά επαγγέλματα καθώς πλέον ο τουρισμός αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της κοινωνικοοικονομικής ανάπτυξης του τόπου.

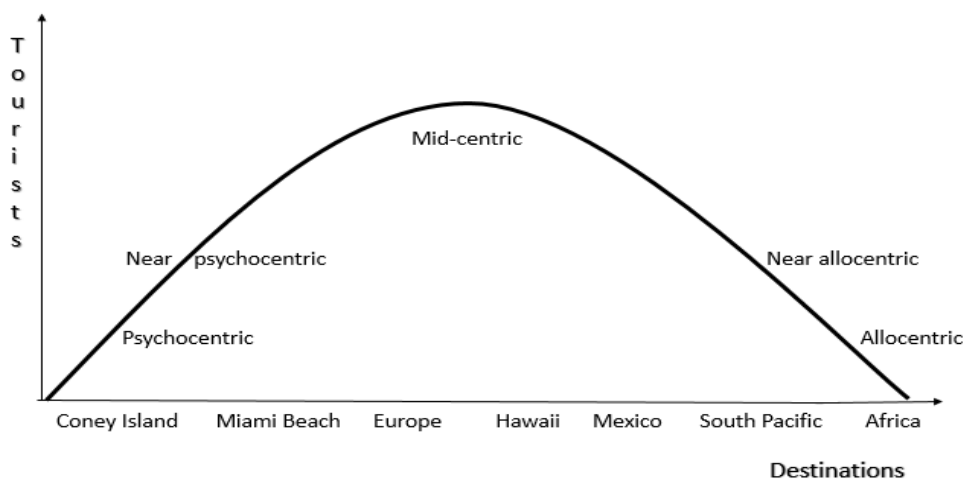
Το τρίτο στάδιο αφορά την «Ωρίμανση» όπου οι τουρίστες έρχονται μαζικά και η περιοχή δέχεται τις πρώτες αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού. Οι επενδύσεις πλέον πραγματοποιούνται από αλλοδαπούς ή από επενδυτές που είναι εγκατεστημένοι εκτός περιοχής.

Το τέταρτο και τελευταίο στάδιο υπάρχει η «Παρακμή» του τουριστικού προορισμού όπου εμφανίζονται κοινωνικοοικονομικά και περιβαλλοντολογικά προβλήματα καθώς ο προορισμός δεν μπορεί να ανταποκριθεί στον όγκο των τουριστών που το επισκέπτονται. Η περιοχή δεν μπορεί να ικανοποιήσει τους τουρίστες και αρχίζει να γίνεται ξεπερασμένη. Οι επενδυτές εγκαταλείπουν την περιοχή, οι τουριστικές υποδομές φθίνουν και σταδιακά εγκαταλείπονται ή έρχονται στην κατοχή των μόνιμων κατοίκων για άλλη χρήση αυτών.

Ο Plog συνδύασε τον κύκλο ζωής ή αλλιώς τα στάδια ανάπτυξης των τουριστικών προορισμών με τις τυπολογίες των τουριστών. Υποστήριξε ότι οι προορισμοί οι οποίοι βρίσκονται στο στάδιο της ανάπτυξης προσελκύουν αρχικά αλλοκεντρικούς τουρίστες. Οι αλλοκεντρικοί μιλούν στον περίγυρο τους για τον προορισμό και για τις εμπειρίες που είχαν κατά την παραμονή τους και σταδιακά ο προορισμός γίνεται πιο δημοφιλής στην ομάδα των σχεδόν αλλοκεντρικών και περνάει στο στάδιο της ανάπτυξης. Στην πορεία, οι πληροφορίες σχετικά με τον προορισμό διαχέονται προσελκύοντας έτσι τους μεσοκεντρικούς τουρίστες με αποτέλεσμα ο προορισμός να περάσει στο στάδιο της ωρίμανσης.

Κατά συνέπεια οι αλλοκεντρικοί σταματούν να επισκέπτονται την περιοχή καθώς τα χαρακτηριστικά της που αρχικά τους προσέλκυαν έχουν αλλοιωθεί και δεν τους ικανοποιούν πια. Σύμφωνα με τον Plog, ο προορισμός στο στάδιο της ωρίμανσης έφτασε στο μέγιστο της δυναμικότητάς του και από εδώ και πέρα θα αρχίσει να προσελκύει ευρύτερο κοινό. Συνεπώς, ο προορισμός θα συνεχίζει να αναπτύσσεται προσελκύοντας τις ομάδες των σχεδόν ψυχοκεντρικών και ψυχοκεντρικών τουριστών (Plog, 2001).

Psychographic positions of destinations



Σχεδιάγραμμα 3

Τυπολογίες τουριστών & τουριστικών προορισμών (Plog, S., 2001, p. 20)

Εν κατακλείδι, η έρευνα του Plog σχετικά με την ψυχογραφική κατανομή των τουριστών υπέδειξε ότι οι τουρίστες με διαφορετική προσωπικότητα επιθυμούν να βιώσουν διαφορετικές εμπειρίες στα ταξίδια τους επιλέγοντας έτσι συγκεκριμένους προορισμούς που ικανοποιούν τις ανάγκες τους. Συνεπώς, η προσωπικότητα των τουριστών παίζει σημαντικό ρόλο στην επιλογή τουριστικού προορισμού. Ως εκ τούτου, οι υπεύθυνοι του τουρισμού θα πρέπει να αναπτύξουν τα κατάλληλα τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες, λαμβάνοντας υπόψη τις πολιτισμικές διαφορές, την ηλικία και τις προτιμήσεις των τουριστών. Με αυτόν τον τρόπο, η βιομηχανία του τουρισμού θα μπορούσε να αυξήσει τα προϊόντα της και τις υπηρεσίες της και να είναι πιο ανταγωνιστική στις περιφερειακές και παγκόσμιες τουριστικές αγορές (Βαρβαρέσος και Σωτηριάδης, 2002, Jackson and Inbakaran, 2006).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΣΑΛΑΜΙΝΑ-ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Εισαγωγή

Η Σαλαμίνα είναι το μεγαλύτερο νησί του Σαρωνικού Κόλπου και το πιο κοντινό στις ακτές της Αττικής. Βρίσκεται βορειοδυτικά του Σαρωνικού Κόλπου και έναντι του Κόλπου της Ελευσίνας. Απέχει από το Πέραμα 1.200 μέτρα και από τις ακτές της Μεγαρίδας 500 μέτρα. Έχει έκταση 93,5 τ.χλμ., μήκος ακτών περίπου 100 χλμ. και πληθυσμό 39.220¹ μόνιμους κατοίκους. Η Σαλαμίνα αποτελεί το νησί με την μεγαλύτερη πυκνότητα μόνιμου πληθυσμού στην Ελλάδα. Κατά την θερινή περίοδο ο πληθυσμός της Σαλαμίνας σημειώνει τεράστια αύξηση, καθώς υπολογίζεται κοντά στις 280.000 (΄΄Περιφερειακή Ενότητα Νήσων Δήμος Σαλαμίνας΄΄, 2011). Στη Σαλαμίνα υπάρχουν τέσσερις μεγάλοι οικισμοί. Ο μεγαλύτερος οικισμός ο οποίος αποτελεί την πρωτεύουσα του νησιού, είναι η πόλη της Σαλαμίνας. Ακολουθούν τα Αμπελάκια, το Αιάντειο και τα Σελήνια. Διοικητικά ανήκει στον Νομό Αττικής, διαμέρισμα Πειραιά. Θρησκευτικά, μαζί με τα Μέγαρα ανήκουν στην Μητρόπολη Μεγάρων – Σαλαμίνας (Σακελλαρίου, 2017).

Πατρίδα του ομηρικού βασιλιά Αίαντα και του μεγάλου τραγικού ποιητή Ευριπίδη, τόπος διαμονής και δημιουργίας του ποιητή Άγγελου Σικελιανού και φιλοξενίας του θρυλικού αγωνιστή της Ελληνικής Επανάστασης Γεωργίου Καραϊσκάκη. Η Σαλαμίνα, είναι επίσης ευρύτερα γνωστή στην παγκόσμια ιστορία για την ομώνυμη ιστορική Ναυμαχία που συνέβη το 480 π.Χ., ανάμεσα στους Έλληνες και στην Περσική Αυτοκρατορία, το αποτέλεσμα της οποίας ήταν η νίκη των Ελλήνων και το οριστικό τέλος στα σχέδια των Περσών να εξαπλωθούν στην Ευρώπη. Μέσα από αυτή την καθοριστικής σημασίας νίκη, διασώθηκε και αναπτύχθηκε ο ελληνικός πολιτισμός ο οποίος αργότερα διαδόθηκε στην Ευρώπη και κατ' επέκταση σε όλον τον κόσμο (΄΄Ιστορία΄΄ χ.χ.).

¹ Σύμφωνα με την «Απογραφή πληθυσμού 2011» της ΕΛΣΤΑΤ

2.1 Ονομασία

Σύμφωνα με τη μυθολογία, η Σαλαμίνα πήρε το όνομά της από τη νεράιδα Σαλαμίνα που είχε πατέρα τον θεό Ασωπό, μητέρα την Μετώπη, αδελφή τη νεράιδα Αίγινα και σύζυγό το θεό της θάλασσας Ποσειδώνα. Κατά την αρχαιότητα η Σαλαμίνα ήταν γνωστή με τα ονόματα Πιτυούσα (από το δένδρο πίτυς: πεύκος), Σκιράς (από τον ήρωα Σκίρο) και Κυχρεία (από τον μυθικό βασιλιά Κυχρέα). Το νησί είναι επίσης γνωστό ήδη από την αρχαιότητα και με την ονομασία Κούλουρη, που προέρχεται από το ακρωτήριο «Κόλουρις άκρα» (σήμερα Πούντα), στο οποίο ήταν χτισμένη η αρχαία πόλη και το λιμάνι του 4ου αιώνα. π.Χ. (‘‘Ιστορία’’ χ.χ.).

Σύμφωνα με τον Σπυρίδωνα Λάμπρο, το όνομα Σαλαμίνα δεν είναι ελληνικό. Το συναντάμε και στην Κύπρο (στην ομώνυμη πόλη-κράτος Σαλαμίνα Κύπρου) την οποία ίδρυσαν άποικοι με αρχηγό τον Τεύκρο. Επίσης, το γεγονός ότι στο νησί συναντάμε την λατρεία του «Δία Επικοινωνίου» (Ba-al Shalam), και η θέση του νησιού απέναντι κόλπου ξηράς, γίνεται φανερό ότι έχει σημιτική ρίζα και σημαίνει «ειρήνη» και «τόπος ειρήνης» (Λάμπρου, 1884:37).

2.2 Ιστορία

2.2.1 Μυθολογία- Αρχαιότητα

Η Σαλαμίνα φαίνεται να κατοικείται ήδη από την Μυκηναϊκή εποχή. Σύμφωνα με την ελληνική μυθολογία στο νησί βασίλευσε για χρόνια ο ποταμός Ασωπός ο οποίος έκανε με τη γυναίκα του, τη Μετώπη, δυο κόρες, τις Νεράιδες Σαλαμίνα και Αίγινα. Τη Σαλαμίνα την ερωτεύτηκε ο θεός της θάλασσας, και έκανε μαζί της έναν γιο τον Κυχρέα (μισός άνθρωπος, μισός φίδι) ο οποίος βασίλευσε στο νησί. Ο Κυχρέας απέκτησε μια κόρη, τη Γλαύκη, η οποία παντρεύτηκε τον Τελαμώνα, γιο του Βασιλιά της Αίγινας Αιακού. Ο Τελαμώνας που διαδέχτηκε τον Κυχρέα στο θρόνο, απέκτησε δυο ιούς: τον Αίαντα και τον Τεύκρο Τα δύο αδέλφια έλαβαν μέρος στον Τρωικό Πόλεμο με 12 πλοία. Βασιλιάς της Σαλαμίνας ήταν ο Αίαντας, ο οποίος περιγράφεται στα ομηρικά έπη ως ένας από τους γενναιότερους Έλληνες με το τέλος του ωστόσο να είναι τραγικό.

Η αυτονομία της νήσου Σαλαμίνας καταργήθηκε, όταν ο Φιλαίος, εγγονός του Αίαντα, παρέδωσε το νησί στην κυριαρχία των Αθηναίων, οι οποίοι για την πράξη του αυτή, τον

αναγνώρισαν ως Αθηναίο πολίτη. Για αιώνες μετά, Αθηναίοι και Μεγαρείς διεκδικούσαν τη Σαλαμίνα. Τελικά και μετά από εικοσαετή πόλεμο η Σαλαμίνα περιήλθε εκ νέου στην κυριαρχία των Αθηναίων μέχρι το έτος 318 π.Χ.

Κατά την περίοδο των περσικών πολέμων η Σαλαμίνα πρόσφερε ανεκτίμητη βοήθεια στους Αθηναίους και στους συμμάχους αυτών κατά των Περσών και έμεινε γνωστή στην ιστορία για την μεγάλη ναυμαχία που διεξήχθη στο στενό της το 480 π.χ. Στη Σαλαμίνα, κατά την περίοδο της ναυμαχίας συναντώνται οι τρεις μεγαλύτεροι ποιητές των αιώνων. Ο Αισχύλος πολέμησε στη ναυμαχία και έγραψε γι' αυτήν. Ο Σοφοκλής έφηβος έλαβε μέρος στα Επινίκια, ενώ ο τραγικότερος των τριών, ο Ευριπίδης γεννήθηκε στη Σαλαμίνα όταν διαδραματιζόταν το μεγάλο ιστορικό γεγονός (΄Μυθολογία- Αρχαία Ιστορία΄ χ.χ.).

2.2.2 Η ναυμαχία της Σαλαμίνας

Η ναυμαχία της Σαλαμίνας διεξήχθη στις 28 ή 29 Σεπτεμβρίου του 480 π.Χ. στα στενά του νησιού της Σαλαμίνας και των ακτών της Αττικής, μεταξύ των αρχαίων ελληνικών πόλεων – κρατών και της Περσικής Αυτοκρατορίας. Αποτέλεσε καθοριστική σύγκρουση της δεύτερης περσικής εισβολής στην Ελλάδα, της οποίας ηγήθηκε ο βασιλιάς Ξέρξης και άρχισε το 480 π.Χ. Μετά την μάχη των Θερμοπυλών και την ναυμαχία του Αρτεμισίου οι Έλληνες ηττήθηκαν και υποχώρησαν με τον στόλο τους στη Σαλαμίνα, δίνοντας τη δυνατότητα στους Πέρσες να καταλάβουν τη Βοιωτία και την Αττική. Ένα μέρος του ελληνικού στόλου (350 περίπου τριήρεις με 85.000 άνδρες) με αρχηγό τον Ευρυβιάδη τον Λακεδαιμόνιο συγκεντρώθηκε στη Σαλαμίνα. Οι 180 τριήρεις ήταν Αθηναϊκές, υπό την αρχηγεία του Θεμιστοκλή. Ο Περσικός στόλος, ο οποίος απαρτιζόταν από 1.200 πλοία με 300.000 άνδρες αγκυροβόλησε στο Φάληρο (΄Ναυμαχία της Σαλαμίνας΄ χ.χ.)

Στη Σαλαμίνα, ο Σπαρτιάτης ναύαρχος Ευρυβιάδης και οι υπόλοιποι Πελοποννήσιοι ήθελαν να σταματήσουν τον περσικό στόλο στον Ισθμό της Κορίνθου. Ωστόσο, ο αθηναίος στρατηγός και πολιτικός Θεμιστοκλής έπεισε τους Έλληνες να διεξαχθεί η ναυμαχία στα στενά της Σαλαμίνας, καθώς ο ελληνικός στόλος δεν ήταν μόνο μικρότερος αριθμητικά, αλλά διέθετε και μικρότερα σε μέγεθος πλοία (τριήρεις) από τον περσικό, και έτσι θα μπορούσε να ελιχθεί καλύτερα σε περιορισμένο χώρο. Η νίκη των Ελλήνων στη ναυμαχία της Σαλαμίνας σήμαινε την αρχή του τέλους για τα επεκτατικά σχέδια των Περσών κατά της Ελλάδας. (Παπαρρηγόπουλος, 2010:186-194). Πολλοί ιστορικοί θεωρούν ότι η ναυμαχία της Σαλαμίνας αποτελεί μία από τις

σημαντικότερες μάχες στην ανθρώπινη ιστορία γιατί εάν είχαν ηττηθεί οι Έλληνες, και είχε καταληφθεί η Ελλάδα από τους Πέρσες, ίσως η πορεία του ελληνικού και του μετέπειτα δυτικού πολιτισμού να σταματούσε ή να ήταν εντελώς διαφορετική από αυτή που γνωρίζουμε (Holland, 2005:399-401).

Σταδιακά οι Έλληνες πήραν τη θέση των Περσών ως κυρίαρχη δύναμη στη Μεσόγειο. Χρειάστηκε άλλος ένας αιώνας και πολλοί ακόμη εσωτερικοί πόλεμοι πριν ο Μέγας Αλέξανδρος ενώσει όλη την Ελλάδα και νικήσει ολοκληρωτικά την Περσική Αυτοκρατορία. Ωστόσο, ο ακρογωνιαίος λίθος της τελικής νίκης του είχε ήδη τεθεί. Η ναυμαχία της Σαλαμίνας εγγυούταν πλέον τη διαρκή ανεξαρτησία της Ελλάδας και την πρόοδο ενός πολιτισμού και μιας φιλοσοφίας που θα επηρέαζε ολόκληρη την Ευρώπη και θα επεκτεινόταν σε όλο τον κόσμο. Σύμφωνα με τον Michael Lee Lanning, εάν ο Ξέρξης είχε νικήσει στη Σαλαμίνα, είναι αμφίβολο αν οι διχασμένοι Έλληνες θα κατάφερναν να ενωθούν εκ νέου για να διώξουν τους Πέρσες από την πατρίδα τους. Αν η ναυμαχία στη Σαλαμίνα είχε διαφορετική κατάληξη, είναι πολύ πιθανόν ότι η Περσία -και όχι η Ελλάδα- θα είχε εξαπλώσει την επιρροή της στην Ευρώπη και στον δυτικό κόσμο (Lanning, 2005:47-49).

2.2.3 Ελληνιστική Περίοδος

Το 318 π.Χ. η Σαλαμίνα καταλήφθηκε από τους Μακεδόνες και συγκεκριμένα από τον Κάσσανδρο, έναν από τους επιγόνους του Μ. Αλεξάνδρου. Αρκετά χρόνια αργότερα, το 229 π.Χ. ο αρχηγός της Αχαϊκής Συμπολιτείας, Άρατος, την παρέδωσε ξανά στους Αθηναίους. Από τότε η Σαλαμίνα ακολούθησε, κατά κανόνα, την τύχη της Αθήνας και της υπόλοιπης Ελλάδας σε όλες της φάσεις της ιστορίας της (ρωμαϊκοί χρόνοι, βυζαντινή περίοδος, Φραγκοκρατία, Τουρκοκρατία) (Φέσσα, χ.χ.).

2.2.4 Ρωμαϊκά χρόνια

Σύμφωνα με τον περιηγητή της αρχαιότητας Πausανία, στα τέλη του 2ου μ.Χ., η αρχαία πόλη της Σαλαμίνας (σημερινά Αμπελάκια) είχε εγκαταλειφθεί καθώς διαπίστωσε ερείπια στην Αγορά της. Οι κάτοικοι που την εγκατέλειψαν, εγκαταστάθηκαν σε άλλα σημεία του νησιού. Από τα υπάρχοντα αρχαιολογικά στοιχεία της Σαλαμίνας, συμπεραίνεται η ύπαρξη δύο οικισμών κατά τη διάρκεια αυτής της χιλιετίας: ενός στη νότια πλευρά, εκεί όπου σήμερα ευρίσκεται το χωριό

Αιάντειο και ενός άλλου στη βόρεια πλευρά, στη θέση όπου είναι η σημερινή πόλη της Σαλαμίνας. (Φέσσα, χ.χ.).

2.2.5 Βενετοκρατία

Μετά την άλωση της Κωνσταντινούπολης από τους Φράγκους (1204), η Σαλαμίνα περιήλθε στην κυριαρχία των Βενετών και το 1294 παραδόθηκε από το Γκυ Β' ντε λα Ρος στον άρχοντα της Ευβοίας, τον Βονιφάτιο από τη Βερόνα. Την περίοδο εκείνη χτίστηκε ο αρχικός ναός της Παναγίας Φανερωμένης. Κατόπιν, και κατά στα τέλη του 14ου αιώνα αποικίστηκε από Αρβανίτες (Φέσσα, χ.χ.).

2.2.6 Η περίοδος της Τουρκοκρατίας

Μετά την άλωση της Κωνσταντινούπολης (1453), η Σαλαμίνα κατελήφθη από Τούρκους το 1462. Την περίοδο της Τουρκοκρατίας, η οικονομική και κοινωνική ζωή του νησιού ατόνησε. Τα ιστορικά στοιχεία για τα πρώτα διακόσια χρόνια αυτής της περιόδου (1450-1650) είναι ελάχιστα έως ανύπαρκτα. Εκείνη την εποχή η Σαλαμίνα αποκαλείται «Κούλουρη», ενώ τις επόμενες δεκαετίες υπήρξε καταφύγιο προσφύγων, από κει βγήκε και η φράση: «πήγε η ψυχή μου στην Κούλουρη». Στα μέσα του 17ου αιώνα επισκέφθηκε το νησί ο Μεγαρίτης θεοσεβής Λάμπρος Κανέλλος (μετέπειτα Όσιος Λαυρέντιος), ο οποίος το 1682 επανίδρυσε το καθολικό της Μονής Φανερωμένης. Λίγα χρόνια αργότερα, το 1688, ο πληθυσμός του νησιού ενισχύθηκε με την αναγκαστική μετακίνηση οικογενειών από την Αθήνα προς τη Σαλαμίνα. Η μετακίνηση αυτή είχε σαν αποτέλεσμα να ενισχυθεί η ανάπτυξη και η πρόοδος, δημιουργώντας έτσι τις προϋποθέσεις για τη συμμετοχή της Σαλαμίνας στα οικονομικά, κοινωνικά και πολιτιστικά δρώμενα εκείνης της εποχής (Φέσσα χ.χ.).

2.2.7 Η συμβολή της Σαλαμίνας στην Επανάσταση του 1821

Ακολουθώντας το παράδειγμα της Πελοποννήσου και των άλλων νησιών του Σαρωνικού, η Σαλαμίνα επαναστάτησε κατά του τουρκικού ζυγού στα τέλη Μαρτίου 1821. Οι Σαλαμίνιοι, λόγω των προνομίων που είχαν αποκτήσει από την παρασκευή κατραμιού αλλά και των επιθέσεων από ληστές στα άγρια δάση που εργάζονταν για την συλλογή της ρητίνης, είχαν το

δικαίωμα της ελεύθερης οπλοφορίας κι έτσι κατά το ξέσπασμα της Ελληνικής Επανάστασης, συγκρότησαν άμεσα ένα ετοιμοπόλεμο στρατιωτικό σώμα.

Το νησί τα χρόνια της Επανάστασης, έγινε καταφύγιο καταδιωκόμενων και κατατρεγμένων, καθώς και νοσοκομείο και στρατηγείο των στρατιωτικών δυνάμεων. Στο νησί φιλοξενήθηκαν αγωνιστές του '21 που έλαβαν μέρος στις επιχειρήσεις της Αττικής, της Αθήνας και του Φαλήρου όπως: ο Μακρυγιάννης, ο Τζαβέλλας, ο Κριεζώτης, ο Δ. Υψηλάντης, ο Μαυροβουνιώτης και άλλοι. Ο Γεώργιος Καραϊσκάκης είχε το στρατηγείο του στην παραλία της Σαλαμίνας. Προστάτης του ήταν ο Άγιος Δημήτριος γι αυτό και τελευταία του επιθυμία ήταν να ταφεί στο νησί (‘‘Τουρκοκρατία’’ χ.χ.).

2.2.8 19^{ος} και 20^{ος} αιώνας

Μετά το τέλος της επανάστασης το νησί γνώρισε ημέρες άνθισης των ναυτικών επαγγελμάτων. Σημαντικό γεγονός ήταν και η εγκατάσταση στο νησί του Πολεμικού Ναύσταθμου από το 1878 μέχρι σήμερα. Επίσης αυτή η εποχή γέννησε και ανέδειξε αξιόλογες προσωπικότητες, όπως το μεγάλο ζωγράφο Πολυχρόνη Λεμπέση, το φιλόλογο - λαογράφο Πέτρο Φουρίκη, το στρατηγό Θεόδωρο Πάγκαλο, το θεατρικό συγγραφέα Δημήτρη Μπόγρη και αργότερα το βάρδο του δημοτικού τραγουδιού Γιώργο Παπασίδερη, τον καθηγητή - αρχαιολόγο Δημήτρη Πάλλα, τον αρχηγό Ενόπλων δυνάμεων Σπύρο Αυγέρη κ.ά. Ακόμη, ο μεγάλος έλληνας ποιητής και πρωτοπόρος στοχαστής Άγγελος Σικελιανός έζησε μαζί με τη δεύτερη σύζυγό τα τελευταία χρόνια της ζωής του στο μικρό σπιτάκι που το παραχωρήθηκε επί της παραλίας της Φανερωμένης (‘‘19^{ος} και 20^{ος} αιώνας’’ χ.χ.)

2.2.9 Η σύγχρονη Σαλαμίνα

Το 1947 ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού υλοποίησε τον χάρτη που υποδείκνυε τα νησιά του Σαρωνικού που είναι κατάλληλα για τουριστική χρήση. Η Σαλαμίνα δεν ήταν μέσα σε αυτά λόγω του Ναυστάθμου, των εγκαταστάσεων ναυπηγείων στην περιοχή Ελευσίνας – Σκαρामαγκά και των δραστηριοτήτων του Ο.Λ.Π. στον κόλπο Αττικού Περάματος Κυνόσουρας. Από τα τέλη της δεκαετίας του 1940, οι γύρω περιοχές από την Σαλαμίνα (Θριάσειο πεδίο, Ασπρόπυργος και

Ελευσίνα) αποτελούσαν τοποθεσίες για την εγκατάσταση βαριών βιομηχανιών. Οι κάτοικοι του νησιού, στρέφονταν ανέκαθεν για επαγγελματική απασχόληση στην Αττική δημιουργώντας έτσι ένα κοινωνικό στρώμα εργατών που αφορούσε τον δευτερογενή τομέα οικονομίας, και ειδικότερα αυτόν των βαριών βιομηχανιών. Το στρώμα αυτό ενισχύθηκε πληθυσμιακά όταν το 1957 ιδρύθηκαν τα Ναυπηγεία στην ναυπηγοεπισκευαστική ζώνη Περάματος. Με την εδραίωση των βιομηχανικών εγκαταστάσεων στις γύρω περιοχές της Σαλαμίνας και την αύξηση του ποσού εργαζομένων που προέρχονταν από το νησί, οι μεταφορές στο πορθμείο των Παλουκίων αυξήθηκαν σταδιακά. Αρχικά προστέθηκαν επιπλέον δρομολόγια ενώ αργότερα, ναυπηγήθηκαν μεγαλύτερα πλοία. Με αυτή την ενέργεια, το σημείο σύνδεσης της Αττικής με το νησί διευρύνθηκε. Με μεγαλύτερα πλοία και πιο τακτικά δρομολόγια στις αρχές της δεκαετίας του '60 η Σαλαμίνα ήταν το πλησιέστερο και ευκολότερα προσβάσιμο νησί στην Αττική (Σακελλαρίου, 2017).

Με την πάροδο των χρόνων ο πληθυσμός της Σαλαμίνας αρχίζει να αυξάνεται. Από τη δεκαετία του 1960 και μετά αρχίζει να μετατρέπεται από τόπο εκδρομής και παραθερισμού των Αθηναίων και των Πειραιωτών, σε τόπο μόνιμης κατοικίας. Η δεκαετία του 1960 συνέβαλε καθοριστικά στη διαμόρφωση της φυσιογνωμίας της Σαλαμίνας καθώς η υψηλή ζήτηση κατοικιών για παραθερισμό οδήγησε στην εντατική οικοπεδοποίηση του νησιού μέσα από διαδικασίες καταπάτησης δασικών εκτάσεων και ανεξέλεγκτης αυθαίρετης δόμησης. Όλα αυτά είχαν σαν αποτέλεσμα την σταδιακή αλλοίωση και κατά συνέπεια την υποβάθμιση του οικιστικού και φυσικού τοπίου του νησιού. Η ανάπτυξη των λιμενο-βιομηχανικών εγκαταστάσεων στον δυτικό Πειραιά κατά τη μεταπολεμική περίοδο και στη Σαλαμίνα από τη δεκαετία του 1970, όπως και οι επεκτάσεις αυτών, αλλοίωσαν δραματικά την ευρύτερη περιοχή του αρχαιολογικού τοπίου της Ναυμαχίας, του Τύμβου των Σαλαμινομάχων και του ακρωτηρίου της Κυνόσουρας και του αρχαίου λιμένα Αμπελακίων. Σήμερα, οι ναυπηγικές εγκαταστάσεις είναι ενεργές και βρίσκονται σε επαφή με τον Τύμβο των Σαλαμινομάχων. Το μόνο σίγουρο είναι ότι οι βαριές εργασίες που εκτελούνται δεν αντιστοιχούν στα χαρακτηριστικά του φυσικού και αρχαιολογικού τοπίου της Σαλαμίνας (Μπελαβίλας και Πρέντου, 2018:47).

Οι εγκαταστάσεις του Πολεμικού Ναυτικού στο νησί και η γειτνίαση με βιομηχανικές περιοχές του Πειραιά, της Ελευσίνας και του Ασπρόπυργου είχε σαν αποτέλεσμα την συνεχή μόλυνση των θαλάσσιων υδάτων της από βιομηχανικά απόβλητα της χαλυβουργικής, των

διυλιστηρίων, των ναυπηγείων, αλλά και από λύματα του Κεντρικού Αποχετευτικού Αγωγού (Κ.Α.Α.). Το πρόβλημα της μόλυνσης γίνεται εντονότερο τους καλοκαιρινούς μήνες όπου και η διέλευση πλοίων είναι συχνότερη. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται σταθερή βελτίωση της ποιότητας των υδάτων λόγω της λειτουργίας βιομηχανικού καθαρισμού στο νησί της Ψυττάλειας. Εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι το φυσικό τοπίο επιβιώνει παρά τις μεγάλες πληγές και μαζί του η χλωρίδα και η ορνιθοπανίδα. Θα μπορούσαμε να υποθέσουμε ότι ο λόγος που συμβαίνει αυτό είναι επειδή η βιομηχανία περιορίζεται στο βόρειο τμήμα του νησιού. Στο νότιο τμήμα του νησιού, ακριβώς επειδή δεν εκτελούνται βιομηχανικές εργασίες, το φυσικό τοπίο παραμένει αναλλοίωτο (Μπελαβίλας και Πρέντου, 2018:32-38).

Σήμερα η Σαλαμίνα είναι ένα από τα νησιά με την μεγαλύτερη πυκνότητα κατοίκησης στην Ελλάδα και με πολλά προβλήματα οικιστικής οργάνωσης και υποδομών όπως αυτό της διαχείρισης αστικών αποβλήτων. Ωστόσο αυτό δεν ποεί παραθεριστές και δημότες να απολαμβάνουν το όμορφο φυσικό τοπίο με τα γραφικά λιμανάκια και τις πευκόφυτες περιοχές, την πλούσια πολιτιστική κληρονομιά και τους ενδιαφέροντες αρχαιολογικούς χώρους του νησιού. Η κοντινή απόσταση από την Αθήνα έχει μετατρέψει τη Σαλαμίνα σε ελκυστικό τουριστικό προορισμό για μονοήμερη εξόρμηση ή και για πολυήμερες διακοπές (‘‘Οι κρυμμένοι παράδεισοι της Σαλαμίνας’’, 2018).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΣΑΛΑΜΙΝΑΣ (6^Α)

3.1 Ορισμός

Με τον όρο τουριστική προσφορά εννοούμε το σύνολο των αγαθών και των υπηρεσιών που προτείνονται στον καταναλωτή προκειμένου να ικανοποιήσει τις τουριστικές του ανάγκες.

Η τουριστική προσφορά χωρίζεται σε:

- A. Πρωτογενή τουριστική προσφορά, η οποία αποτελείται από τους «τουριστικούς πόρους» όπως παραλίες, μνημεία, ήθη και έθιμα, κουλτούρα και
- B. Δευτερογενή τουριστική προσφορά, η οποία συνίσταται από τις υποδομές και ανωδομές που δημιουργήθηκαν εν μέρει ή εν συνόλω από τον άνθρωπο για την καλύτερη εκμετάλλευση των τουριστικών πόρων. Η κατηγορία αυτή περιλαμβάνει τους γενικούς και τους τουριστικούς εξοπλισμούς μιας περιοχής ή μιας χώρας, όπως αεροδρόμια, λιμάνια, οδικό δίκτυο, και τηλεπικοινωνίες (Βαρβαρέσος, 2000).

3.2 Πρωτογενής Τουριστική Προσφορά

3.2.1 Αξιοθέατα Σαλαμίνας

- Μοναστήρι Φανερωμένης

Ιστορικό μοναστήρι, βρίσκεται στα βορειοδυτικά του νησιού στο μέρος όπου υπήρχε ένας παλιός ερειπωμένος χριστιανικός ναός στον οποίο βρέθηκε η εικόνα της Θεοτόκου από τον Λάμπρο Καννέλο, που το 1682 έκτισε και μόνασε στο μοναστήρι για να αγιοποιηθεί από την ορθόδοξη εκκλησία με το όνομα Όσιος Λαυρέντιος. Σήμερα είναι γυναικείο μοναστήρι, ξενώνας και γυναικείος οίκος ευηγρίας. Το Μοναστήρι τιμάται στη μνήμη της Παναγίας Φανερωμένης στις 23 Αυγούστου οπότε γίνεται μεγάλο πανηγύρι.

Δυνατά: Στο μουσείο του μοναστηριού φυλάσσεται σημαντικός αριθμός παλαιών εγγράφων και ιστορικών κειμηλίων. Περίτεχνες λειψανοθήκες με Άγια λείψανα, Ιερά Σκεύη, χειρόγραφα στα τουρκικά, τουρκο-αραβικά και ελληνικά, φορητές εικόνες, μανουάλια βυζαντινο-αραβικής

τεχνοτροπίας, ξυλόγλυπτο προσκυνητάρι του 1744, όπλα και ξίφη οπλαρχηγών της Επανάστασης του 1821.

Αδύνατα: Έλλιπής φωτισμός στις αγιογραφίες. Τηρείται ωράριο μοναστηριού.

- Το σπίτι του μεγάλου Έλληνα ποιητή Άγγελου Σικελιανού

Βρίσκεται στην παραλία της Μονής Φανερωμένης, αναστηλώθηκε το 2003-2006. Σε αυτό έζησε για πολλά χρόνια και δημιούργησε το σημαντικότερο έργο του ο Έλληνας ποιητής. Δίπλα στο σπίτι υπάρχει η προτομή του.

Δυνατά: Εξαιρετική τοποθεσία. Καθαρός και προσεγμένος εξωτερικός χώρος.

Αδύνατα: Το εσωτερικό του σπιτιού είναι συνήθως κλειστό και μη επισκέψιμο για το κοινό.

- Μυκηναϊκή Ακρόπολη Κανακίων

Οι αρχαίοι συγγραφείς αναφέρουν δύο πόλεις στο νησί της Σαλαμίνας, την Αρχαία και την Ομηρική Σαλαμίνα η οποία βρισκόταν στη νότια πλευρά του νησιού, στο σημερινό οικισμό Κανάκια. Μετά από τις συστηματικές ανασκαφές του Πανεπιστημίου Ιωαννίνων και του Γ. Λώλου, ήρθαν στο φως το σημαντικό μυκηναϊκό κέντρο με ακρόπολη, κάτω πόλη, νεκροταφείο και δύο φυσικά λιμάνια. Η ακμή της αρχαιότερης πρωτεύουσας της Σαλαμίνας τοποθετείται το 1300π.Χ. και η οριστική της εγκατάλειψη το 1200π.Χ. Το μυκηναϊκό ανάκτορο της πόλης ήταν το παλάτι του ομηρικού ήρωα βασιλιά Αίαντα από τον οίκο των Αιακιδών (Συκκά, 2008).

Δυνατά: Σημαντικός ιστορικός χώρος. Καλά φυλασσόμενος. Υπέροχη θέα.

Αδύνατα: Δύσκολη πρόσβαση. Δεν επιτρέπεται η είσοδος στο κοινό καθώς εκτελούνται ανασκαφές. Δυσεύρετο σημείο. Δεν υπάρχει σήμανση ή επεξηγηματική πινακίδα.

- Ο αρχαιολογικός χώρος Αρχαίας Σαλαμίνας

Η αρχαία πόλη ήταν χτισμένη στην περιοχή που σήμερα ονομάζεται Κυνόσουρα και στον κόλπο των Αμπελακίων. Η κυρίως πόλη διέθετε ερείπια περιβόλου, τειχών και οικοδομημάτων αρχαίων τα οποία σχετίζονται με τα "αγοράς ερείπια", το "Αιάντειον", το "Τέμενος Αίαντος", το "Ιερόν Ασκληπιού", τον "Βωμόν των δώδεκα Θεών", τον ανδριάντα του Σόλωνος και της Δημοκρατίας, τη Στοά την Εξέδρα, το Γυμνάσιος, τα Ιερά του Ερμού και του Διονύσου, όπου εκεί εκτελούνταν οι ιστορικές "Ερμαιαι και Διονύσου Εορταί". Επίσης υπήρχαν ακόμη το τρόπαιο της Αρτέμιδος και του Δία, των Μοιρών, θέατρο και ισχυρό λιμάνι με ναυπηγικές εγκαταστάσεις το οποίο είναι

εμφανέστατο μέχρι σήμερα. Όλα αυτά τα κτίρια τα περιγράφει στο βιβλίο του "Αττικά" (35, 36) ο μεγάλος γεωγράφος της αρχαιότητας Πausanίας.

Οι αρχαιολόγοι συμφωνούν ότι η αρχαία πόλη ιδρύθηκε μετά την υπαγωγή της Σαλαμίνας στον έλεγχο της Αθήνας. Κατά τους Κλασικούς Χρόνους, μετά την οριστική κατοχή του νησιού από τους Αθηναίους, η πόλη αναπτύχθηκε πολύ και το λιμάνι έγινε σπουδαίο ναυτικό και εμπορικό κέντρο. Το 1918, ο αρχαιολόγος Κεραμόπουλος μετά από εκτεταμένες ανασκαφές αποκάλυψε τείχη, λιμενικές εγκαταστάσεις και άλλα σημαντικά κτίσματα της πόλης.

Δυνατά: Πραγματοποιούνται τακτικά ανασκαφές από την Β' Εφορεία Αρχαιοτήτων οι οποίες φέρνουν στο φως σημαντικές αρχαιότητες. Συνεχώς ανακαλύπτονται ευρήματα τα οποία θα δώσουν την πρέπουσα θέση προβολής της Αρχαίας Σαλαμίνας.

Αδύνατα: Χώρος χωρίς φύλαξη. Εγκαταλελειμμένος.

- Τύμβος Σαλαμινομάχων

Βρίσκεται στο ακρωτήριο της Κυνόσουρας. Ανασκαφές έδειξαν ότι σε αυτό το σημείο έθαψαν σε ομαδικό τάφο τους νεκρούς της Ναυμαχίας της Σαλαμίνας (480 π.Χ.).

Δυνατά: Ο χώρος είναι τεράστιας αρχαιολογικής σημασίας καθώς βρίσκονται πάνω σε αυτόν πάρα πολλά ερείπια και θεμελιώσεις.

Αδύνατα: Παραμελημένος χώρος, αναξιοποίητο μνημείο με θέα τα κουφάρια πλοίων των ναυπηγείων.

- Αρχαίος Λιμένας Σαλαμίνας

Το εμπορικό και πολεμικό λιμάνι της αρχαίας Σαλαμίνας το οποίο βρίσκεται στην περιοχή των Αμπελακίων. Σύμφωνα με τους Έλληνες αρχαιολόγους εκεί συγκεντρώθηκαν τμήματα του ελληνικού στόλου πριν από την ιστορική ναυμαχία του 480 π.Χ. και τη νίκη επί των Περσών. Από την αρχαιολογική έρευνα επιβεβαιώθηκε ότι διατηρούνται καταβυθισμένες αρχαιότητες, οι οποίες σταδιακά βυθίζονται και αναδύονται, ανάλογα με τη μεταβολή της στάθμης της θάλασσας.

Δυνατά: Έχουν βρεθεί τόσο στον αιγιαλό όσο και στα ρηγά νερά λιμενικές δομές, οχυρωματικές κατασκευές και διάφορες κτιριακές εγκαταστάσεις κλασικής και ελληνιστικής περιόδου.

Αδύνατα: Παρατημένοι αρχαιολογικοί θησαυροί. Αναξιοποίητος και υποβαθμισμένος περιβάλλον χώρος.

- Το Αρχαιολογικό Μουσείο

Φιλοξενεί εκθέματα από διάφορες ανασκαφές που έχουν γίνει στο νησί από τα Προϊστορικά χρόνια (Τελική Νεολιθική εποχή) μέχρι και την Ύστερη αρχαιότητα. Επίσης εκτίθενται εκθέματα που σχετίζονται με την ιστορία της πόλης και σχεδιαστικές αναπαραστάσεις της Ναυμαχίας της Σαλαμίνας. Ανάμεσα στα εκθέματα βρίσκεται και το Μετρολογικό ανάγλυφο της Σαλαμίνας στο οποίο απεικονίζονται τα περισσότερα από τα γνωστά μέτρα μήκους της αρχαιότητας: οργιά, πήχης, σπιθαμή, κανόνας και πόδι

Δυνατά: Προσεγμένος χώρος, μεγάλος αριθμός ευρημάτων, καταρτισμένο προσωπικό. Μικρή τιμή εισιτηρίου (2€ κανονικό/1€ μειωμένο).

Αδύνατα: Μικρός χώρος.

- Το Σπήλαιο του Ευριπίδη

Η ανασκαφή του Σπηλαίου του Ευριπίδη στην περιοχή Περιστερία Σαλαμίνας πραγματοποιήθηκε από επιστημονική ομάδα υπό την διεύθυνση του επίκουρου καθηγητή Προϊστορικής αρχαιολογίας του Πανεπιστημίου Ιωαννίνων Κ. Γιάννο Γ. Λώλο και με την συμπαράσταση της Εφορείας Παλαιοανθρωπολογίας – Σπηλαιολογίας του Υπουργείου Πολιτισμού κατά το χρονικό διάστημα 1994-1997.

Το σπήλαιο, το οποίο θυμίζει λαβύρινθο καθώς διαθέτει 10 θαλάμους με στενούς διαδρόμους και οροφές με σταλαγματικά παραπετάσματα, έχει συνολικό μήκος 47 μέτρα. Από τα ευρήματα αποδεικνύεται η χρήση του σπηλαίου κατά τη διάρκεια των εξής περιόδων: Νεότερη Νεολιθική, Ύστερη Μυκηναϊκή, Κλασική και Ρωμαϊκή εποχή και Φραγκοκρατία. Μεταξύ των ευρημάτων αναφέρονται κοσμήματα, νομίσματα, αντικείμενα θρησκευτικής λατρείας, μια σιδερένια αιχμή και ένα τμήμα σκάφους με το όνομα του Ευριπίδη στην εξωτερική του πλευρά. Σύμφωνα με τους αρχαιολόγους το σπήλαιο ήταν το ησυχαστήριο του Ευριπίδη και θεωρείται πιθανό ότι εκεί ο μεγάλος τραγικός ποιητής επεξεργάστηκε την τραγωδία του «Ιππόλυτος». Σε μικρή απόσταση από το σπήλαιο βρίσκεται μια αρχαία πηγή νερού και το Ιερό του Διονύσου.

Δυνατά: Εξαιρετική θέα, ευρήματα εκτίθενται στο αρχαιολογικό μουσείο.

Αδύνατα: Δύσκολη πρόσβαση, δεν αποτελεί οργανωμένο αρχαιολογικό χώρο.

- Μεσαιωνικός πύργος

Δυνατά: Κατάλοιπα φράγκικου πύργου μέσα στο χωριό Αμπελάκια της Σαλαμίνας. Χρονολογία κατασκευής 13ος αιώνας.

Αδύνατα: Δεν είναι αρκετά γνωστός στο κοινό. Παραμελημένος χώρος.

- Οι δύο ανεμόμυλοι στο λόφο του Αγίου Νικολάου, κτίσματα του 18ου αιώνα.

Δυνατά: Εξαιρετική θέα του κόλπου της Σαλαμίνας και προς τα δυτικά προς την Πελοπόννησο και προς τα ανατολικά προς Αθήνα και Πειραιά.

Αδύνατα: Δεν πραγματοποιούνται εργασίες συντήρησης.

- Ευριπίδειο Θέατρο

Το θέατρο κατασκευάστηκε το 1993 προς τιμή του μεγάλου τραγικού ποιητή Ευριπίδη ο οποίος είχε το ησυχαστήριό του στην περιοχή Περιστέρια του νησιού.

Δυνατά: Χωρητικότητα 3000 θέσεων. Την καλοκαιρινή περίοδο πραγματοποιούνται εκδηλώσεις όπως μεγάλες συναυλίες και θεατρικές παραστάσεις. Πολύ καλή τοποθεσία και ακουστική. Εύκολο πάρκινγκ.

Αδύνατα: Βρώμικο και παραμελημένο.

- Η Εκκλησία της Παναγίας Ελευθερώτριας

Ο ναός ήταν τάμα του νησιού για την απελευθέρωσή του από τους Γερμανούς καθώς στο λόφο αυτό είχαν σκοπευθεί λόγω ναρκοθετήσεων πολλοί Σαλαμίνοι. Το 1998 χτίστηκε ο ναός εις ανάμνηση της απελευθέρωσης του νησιού απ' τους Γερμανούς στις 12 Οκτωβρίου 1944. Για αυτό το λόγο ονομάστηκε και Ελευθερώτρια και πανηγυρίζει τη 12^η Οκτωβρίου.

Δυνατά: Προσεγμένος χώρος. Εξαιρετική θέα.

- Το παρεκκλήσι του Αγίου Ιωάννου του Καλυβίτη

Χτίστηκε τον 10 αιώνα την εποχή του αυτοκράτορα Βασιλείου του Βουλγαροκτόνου .

Δυνατά: Είναι το πρώτο εκκλησάκι που φτιάχτηκε πάνω στο νησί της Σαλαμίνας.

- Ο φάρος Κόγχη

Κατασκευάστηκε το 1901. Το ύψος του είναι 13 μέτρα και το εστιακό του ύψος είναι 34 μέτρα. Βρίσκεται στην περιοχή Περιστέρια στο νοτιότερο άκρο του νησιού της Σαλαμίνας.

Δυνατά: Μαγευτική θέα στον Αργοσαρωνικό

Αδύνατα: Δύσκολη πρόσβαση

- Η Μονή του Αγίου Νικολάου «Λεμονιών»

Βρίσκεται στο νότιο τμήμα του νησιού ανάμεσα στο Αιάντειο και τα Κανάκια και περιβάλλεται από τείχος. Δεν είναι γνωστό το έτος ιδρύσεως της Μονής. Υπάρχει μια χρονολογία στη βάση του κωδωνοστασίου (1742), αλλά δεν είναι σαφές αν πρόκειται για τη χρονολογία ανέγερσης ή ανακαίνισης.

Δυνατά: Ιστορικό μοναστήρι. Την εποχή της Τουρκοκρατίας και της Επανάστασης του 1821 υπήρξε τόπος καταφυγής και φιλοξενίας καταδιωχθέντων. Προσεγμένος χώρος, καταπληκτική θέα.

- Ο Τάφος του Καραϊσκάκη

Στον ναό του Αγίου Δημητρίου βρίσκεται ο τάφος του οπλαρχηγού της Επανάστασης του 1821 Γεωργίου Καραϊσκάκη. Ο Καραϊσκάκης σε αυτό το ναό παρακολουθούσε τη Θεία Λειτουργία αφού θεωρούσε προστάτη του τον Αγ. Δημήτριο. Το ασημένιο πουκάμισο (κάλυμμα) της εικόνας του Αγ. Δημητρίου είναι αφιέρωμα του Καραϊσκάκη το 1824 από τις λιωμένες πιστόλες και παλάσκες του. Η τελευταία επιθυμία του ήταν να ταφεί στην εκκλησία του προστάτη Αγίου του, όπως και έγινε το 1827.

Δυνατά: Μέσα στο ναό βρίσκονται εκτός από τον τάφο του Καραϊσκάκη και 2 έργα του Γιαννούλη Χαλεπά (ο Δεσποτικός Θρόνος και ο Άμβωνας) και 8 πίνακες του Πολυχρόνη Λεμπέση.

- Το Μουσείο Λαογραφίας και Τέχνης της Σαλαμίνας

Στεγάζεται σε αίθουσα του Δημαρχείου και συγκεντρώνει πλήθος από Λαογραφικά αντικείμενα της ζωής της Σαλαμίνας και της μακραίωνης ιστορίας του τόπου. Συλλογή ανδρικών και γυναικείων τοπικών ενδυμασιών, έπιπλα, οικιακά σκεύη, εργαλεία, όπλα της επανάστασης του 1821, εικόνες μεταβυζαντινής περιόδου, σπάνια έγγραφα του 18^{ου} και 19^{ου} αιώνα, καθώς επίσης και φωτογραφικό υλικό από το 1850 και μετά, πίνακες ζωγραφικής και μουσικά όργανα.

Δυνατά: Το Μουσείο πραγματοποιεί οργανωμένες επισκέψεις σχολείων, παιδικών σταθμών, νηπιαγωγείων, συλλόγων, φορέων και ιδιωτών οι οποίες περιλαμβάνουν ξενάγηση και στους δύο χώρους του μουσείου (Λαογραφικό και Ναυτικό).

Αδύνατα: Κλειστό τις απογευματινές ώρες. Τα Σαββατοκύριακα ανοίγει κατόπιν συνεννόησης με τους υπευθύνους.

3.2.2 Πολιτιστικές Εκδηλώσεις

1. Αποκριάς

Ο Δήμος Σαλαμίνας οργανώνει καρναβάλι και την παραδοσιακή Κουλουριώτικη Αποκριά με παλιά έθιμα, κερνώντας τον κόσμο με γλυκό κρασί και το γαλατομπούρεκο (πουπέκι) και μακαρόνια με τυρί. Επίσης και ο Δήμος Αμπελακίων οργανώνει καρναβάλι.

2. Καραϊσκάκεια

Πολιτιστικές και αθλητικές εκδηλώσεις προς τιμήν του ήρωα της Επανάστασης του 1821. Πραγματοποιούνται προς το τέλος Μαΐου.

3. Αιάντεια.

4. Γιορτή του Ψαρά

Μεγάλο λαϊκό πανηγύρι που οργανώνουν από κοινού ο Δήμος Σαλαμίνας και ο Αλιευτικός Σύλλογος του νησιού. Προσφέρονται ψητά ψάρια και άφθονο κρασί. Πραγματοποιείται προς το τέλος Αυγούστου.

5. Πανηγύρι Φανερωμένης

Μεγάλο πανηγύρι γίνεται από τις 23 ως τις 25 Αυγούστου στο μοναστήρι της Παναγίας Φανερωμένης.

6. Σαλαμίτεια

Εκδηλώσεις που γίνονται για τον εορτασμό της ιστορικής επετείου της Ναυμαχίας της Σαλαμίνας, τον Σεπτέμβριο.

7. Φεστιβάλ Δήμου Σαλαμίνας.

Συναυλίες, θεατρικές παραστάσεις, λαογραφικές, πολιτιστικές και άλλες εκδηλώσεις πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού στο Ευριπίδειο Θέατρο. Το χειμώνα οι εκδηλώσεις γίνονται στην αίθουσα «Δ. Μπόγρη» στο Δημαρχείο.

8. Φεστιβάλ Δήμου Αμπελακίων

Συναυλίες, θεατρικές παραστάσεις και άλλες εκδηλώσεις γίνονται στο Πέτρινο Θεατράκι στα Σελήνια (΄΄Πολιτιστικές Εκδηλώσεις΄΄, χ.χ.).

3.2.3 Παραλίες

Το Πανελλήνιο Κέντρο Οικολογικών Ερευνών (ΠΑΚΟΕ) πραγματοποιεί κάθε χρόνο έρευνα (δειγματοληψία, χημικές και μικροβιολογικές αναλύσεις) σε διάφορα σημεία της Σαλαμίνας. Τα αποτελέσματα για το 2019, έδειξαν ότι μόλις μία στις 47 παραλίες της Σαλαμίνας είναι ακατάλληλη για κολύμβηση. Τα δείγματα που συγκεντρώθηκαν από τις υπόλοιπες παραλίες βρίσκονται εντός των επιτρεπόμενων ορίων τιμών και συνεπώς πληρούν τις οδηγίες (iefimerida.gr, 2019).

Οι ακτές είναι:

1. **Άγιος Γεώργιος:** Βρίσκεται στο δυτικό μέρος του νησιού. Είναι μία παραλία με πεντακάθαρα νερά.
2. **Αιάντειο:** Ένας παραθαλάσσιος οικισμός, με αμμώδη παραλία, ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια και διαμερίσματα. Η περιοχή φημίζεται για τις ψαροταβέρνες και το φρέσκο ψάρι.
3. **Βασιλικά:** Βρίσκεται σε απόσταση 5χλμ από την πρωτεύουσα. Είναι οργανωμένη παραλία με ξαπλώστρες και ομπρέλες.
4. **Ηλιακτή:** Μία από τις ομορφότερες παραλίες με ψιλό βοτσαλάκι, άμμο, πεντακάθαρα νερά και πυκνή βλάστηση.
5. **Κακή Βίγλα:** Βρίσκεται σε ένα καταπράσινο τοπίο. Στην περιοχή υπάρχουν πολλά μαγαζιά και ταβέρνες.

6. **Κανακία:** Μετά από μία διαδρομή μέσα στο δάσος με ωραία θέα, υπάρχει η όμορφη παραλία των Κανακίων που τους καλοκαιρινούς μήνες γεμίζει από επισκέπτες.
7. **Κύριζα:** Στο νότιο μέρος του νησιού ακόμα μία όμορφη και ήσυχη παραλία με άμμο και βότσαλα.
8. **Κολώνες:** Μία παραλία με βότσαλα και κρυστάλλινα νερά, που για σκιά φροντίζουν τα αλμυρικά της παραλίας.
9. **Λυδικό:** Μία μικρή όμορφη και αμμώδης παραλία μόλις 15 λεπτά από την πρωτεύουσα.
10. **Μαρούδι:** Ένα γραφικό κολπάκι δίπλα σε ένα μικρό λιμάνι, με πολύ ωραία θέα, παραλία έχει ψιλό χαλικάκι.
11. **Μπατσι:** Μία αμμώδης παραλία στους πρόποδες ενός πευκόφυτου βουνού, στο βόρειο μέρος του νησιού.
12. **Μπλε Λιμανάκι:** Απέχει 6χλμ βόρεια από την πρωτεύουσα, η παραλία είναι αμμώδης και τα νερά είναι πεντακάθαρα.
13. **Ψιλή Άμμος:** Μία οργανωμένη παραλία με ξαπλώστρες και ομπρέλες, αμμώδη ακτή και ρηχά νερά, ιδανική για παιδιά και για παιχνίδια στην θάλασσα.
14. **Περάνι:** Βρίσκεται στα νότια της Σαλαμίνας. Πρόκειται για μια οργανωμένη παραλία, με βλάστηση που φτάνει σχεδόν μέχρι τη θάλασσα.
15. **Περιστέρια:** Γραφική παραλία με βότσαλα και πεντακάθαρα νερά. Στην περιοχή υπάρχουν ψαροταβέρνες με ολόφρεσκα θαλασσινά.
16. **Πυργιακόνι:** Ένα καταπράσινο κολπάκι με καταπράσινα νερά. Στην περιοχή υπάρχουν ιχθυοκαλλιέργειες.
17. **Χανιώτης:** Κοντά στην περιοχή Περιστέρια βρίσκεται η παραλία της οποίας η ακτή έχει άμμο και ψιλό βοτσαλάκι.

Η πρόσβαση σε όλες αυτές τις παραλίες είναι εύκολη, με ιδιωτικό αυτοκίνητο, με λεωφορεία του ΚΤΕΛ Σαλαμίνας ή και με πλωτό μέσο (‘‘Σαλαμίνα- Παραλίες’’ χ.χ.).

3.2.4 Δάση

Στο νησί υπάρχουν δύο όμορφα πευκόφυτα δάση. Το ένα είναι το δάσος της Φανερωμένης που βρίσκεται στη βορειοδυτική πλευρά του νησιού και προσφέρεται για τζόκινγκ και το άλλο το δάσος των Κανακίων που βρίσκεται στη νότια πλευρά του νησιού και είναι ο μεγαλύτερος, ο κοντινότερος και ο μοναδικός πνεύμονας πρασίνου της Δυτικής Αττικής. Το δάσος αυτό προσφέρεται για μονοήμερες ή ολόήμερες εκδρομές (‘‘Τουριστικές πληροφορίες’’, χ.χ.).

3.3 Δευτερογενής Τουριστική Προσφορά

3.3.1 Πρόσβαση

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Eurostat για την επιβατική κίνηση στα λιμάνια της Ευρώπης, το 2008 και το 2009, τα Παλούκια της Σαλαμίνας βρίσκονται στη δεύτερη θέση της λίστας και το Πέραμα στην τρίτη θέση, καθώς την ακτοπλοϊκή γραμμή χρησιμοποίησαν 13 εκατομμύρια επιβάτες, τόσο το 2008, όσο και το 2009 (Μπαρδούνιας, 2010). Βάση στατιστικών της ακτοπλοϊκής κοινοπραξίας Σαλαμίνας μεταφέρονται μεταξύ 3.400 με 3.900 ιδιωτικά και επαγγελματικά οχήματα ανά ημέρα με τις ώρες αιχμής να κυμαίνονται μεταξύ 7 το πρωί και 2 το μεσημέρι. Η ζεύξη στο δυτικό τμήμα του νησιού είναι κατά πολύ αραιότερη με μόλις 2 δρομολόγια την ώρα και σε συγκεκριμένες ώρες τις ημέρας με μέσο όρο μεταφερόμενων οχημάτων τα 450 (Σακελλαρίου, 2017).

ΠΛΟΙΟ

Υπάρχουν δύο κύρια λιμάνια στη Σαλαμίνα, τα Σελήνια και τα Παλούκια και ένα πορθμείο, στην περιοχή της Μονής της Φανερωμένης, απέναντι από τα Μέγαρα.

Τα δρομολόγια είναι πολύ συχνά (κάθε 15΄ από κάθε λιμάνι της Αττικής) δίνοντας τη δυνατότητα για άμεση πρόσβαση στο νησί. Για τους πεζούς ταξιδιώτες υπάρχει ακόμα και η επιλογή μεταξύ «αργού» και «γρήγορου» πλοίου.

Δρομολόγια:

- Πειραιάς – Σελήνια με μικρό ταχύπλοο.
- Πειραιάς – Παλούκια με μικρό επιβατηγό πλοίο. Κάθε 15΄, όλο το 24ωρο.

Τα πλοία για Σαλαμίνα, αναχωρούν από την πύλη Ε8, στο λιμάνι του Πειραιά.

Δυνατά: Τα δρομολόγια είναι πολύ συχνά και υπάρχει η δυνατότητα για άμεση πρόσβαση στο νησί. Τα δρομολόγια ξεκινάνε από τις 6 το πρωί και λειτουργούν όλο το 24ωρό.

Αδύνατα: Διάρκεια διαδρομής 45'. Οι κάτοχοι αυτοκινήτων δεν μπορούν να ταξιδέψουν από – και προς – το κεντρικό λιμάνι του Πειραιά, αλλά πρέπει να πάνε μέχρι το Πέραμα ή μέχρι τα Μέγαρα, ανάλογα με το αν τους εξυπηρετεί το ανατολικό ή δυτικό τμήμα του νησιού αντιστοίχως (Γ' Λιμεναρχείο Πειραιά, 2010).

Οδικώς μέχρι το Πέραμα και μετά μέσω ferry boat.

- Πέραμα - Παλούκια

Δυνατά: Τα ferry boat δέχονται αυτοκίνητα. Συχνά δρομολόγια. Γρήγορη διαδρομή διάρκειας 15'.

Αδύνατα: Κυκλοφοριακή συμφόρηση τις ώρες αιχμής μέχρι το λιμάνι του Περάματος (Λιμεναρχείο Περάματος).

Οδικώς μέχρι τα Μέγαρα και μετά μέσω ferry boat.

- Μέγαρα- Φανερωμένη

Δυνατά: Τα πλοία δέχονται αυτοκίνητα. Γρήγορη διαδρομή διάρκειας 3'.

Αδύνατα: Κυκλοφοριακή συμφόρηση τις ώρες αιχμής μέχρι το λιμάνι των Μεγάρων ('Σαλαμίνα- Δρομολόγια πλοίων').

ΚΤΕΛ

Δυνατά: Εξυπηρετεί αρκετές περιοχές. Ανενημέρωτη ιστοσελίδα.

Αδύνατα: Αραιά δρομολόγια- ιδιαίτερα τη χειμερινή περίοδο-, παλιά λεωφορεία, ακριβό εισιτήριο.

ΤΑΞΙ

Υπάρχουν άφθονα στους τρεις σταθμούς ταξί που έχει το νησί: πλατεία Μπόσκου, Καραβάκια, Φέρρου Μποτ, καθώς και πολλά ραδιοταξί.

ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟ

Δυνατά: Εύκολη πρόσβαση και γρήγορη σε όλες τις περιοχές και τα αξιοθέατα του νησιού. Το σύνολο του οδικού δικτύου βρίσκεται σε σχετικά καλή κατάσταση και είναι ασφαλτοστρωμένο.

Αδύνατα: Ασυντήρητο οδικό δίκτυο. Έλλειψη περιφερειακών συνδέσεων, με αποτέλεσμα την κυκλοφοριακή συμφόρηση του οδικού δικτύου ιδιαίτερα κατά τους θερινούς μήνες (''Συγκοινωνία'', χ.χ.).

3.3.2 Τουριστικά πακέτα

KEDROS TRAVEL, Κέδρος Α.Ε., Γερουλάνου 51, Αργυρούπολη.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ: Μονοήμερη Εκδρομή στη Σαλαμίνα

ΤΙΜΗ: από 26€/ άτομο

ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ:

Μεταφορά από τα Παλούκια στο νησί της Σαλαμίνας

Ξενάγηση καθ' όλη τη Διάρκεια

Αρχηγός Εκδρομής

Πληροφοριακό Υλικό

ΔΕΝ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΤΑΙ: Η είσοδος στο Αρχαιολογικό Μουσείο

RATAKIS TRAVEL, Αχαρνών 280 Αγ. Νικόλαος, Αθήνα.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ: Ημερήσια Εκδρομή Μονή Φανερωμένης - Σαλαμίνα

ΤΙΜΗ: 12€/ άτομο

ΦΑΓΗΤΟ: Στα Σελήνια

ΔΕΝ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ:

Ακτοπλοϊκά εισιτήρια

Η είσοδος στο Αρχαιολογικό Μουσείο

KATSIRIS TRAVEL, Αναγνωσταρά 37 Καλαμάτα, Μεσσηνία

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ: Ημερήσια Εκδρομή Μονή Φανερωμένης - Σαλαμίνα

ΤΙΜΗ: 22€/ άτομο

ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ

Η μεταφορά με πολυτελές, κλιματιζόμενο πούλμαν

Ακτοπλοϊκά εισιτήρια

Αρχηγός-συνοδός του γραφείου

TRAVEL TIME, Αγ. Κωνσταντίνου 5, Πειραιάς

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ: Ημερήσια Εκδρομή Μονή Φανερωμένης – Σαλαμίνα (Γ' Χαιρετισμοί)

ΤΙΜΗ: 8€/ άτομο

ΔΕΝ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ: Ακτοπλοϊκά εισιτήρια

ΧΑΛΟΥΛΟΣ ΕΚΔΡΟΜΕΣ, Λεωφ. Αλεξάνδρας 71-73, Αθήνα

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ: Παναγιά Φανερωμένη- Σαλαμίνα. Απογευματινό Προσκύνημα

ΤΙΜΗ: 10€/ άτομο

D.G.W. TRAVEL Timothy's Family, Γραφείο Γενικού Τουρισμού,

Ελευθερίου Βενιζέλου 14, Νέα Μάκρη

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ: Παναγιά Φανερωμένη- Εννιάμερα της Παναγίας

ΤΙΜΗ: 20€/ άτομο

ΦΑΓΗΤΟ: Στα Σελήνια

ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ:

Η μεταφορά των εκδρομέων με πολυτελή ιδιόκτητα κλιματιζόμενα πούλμαν

Ακτοπλοϊκά εισιτήρια από Νέα Πέραμο – Σαλαμίνα – Πέραμα

Αρχηγός, συνοδός του γραφείου

Ασφαλιστική κάλυψη αστικής και επαγγελματικής ευθύνης

Διόδια

Φ.Π.Α.

3.3.3 Δραστηριότητες

- Relax & Relief by Mersini

Κέντρο ευεξίας και σπα

- Ellis Fun Park

Κέντρο παιχνιδιών και ψυχαγωγίας – παιδότοπος

- Cine Moon

Κινηματογράφος

- Salamina Diving Center

Σχολή Κατάδυσης

- Ποδηλατικός Σύλλογος «Πρωτέας»
- Πεζοπορία
- Water Sports

Cano, Surfing

- Ιππικός Όμιλος Σαλαμίνας

Ιππασία με πανέμορφα άλογα (για τους μικρότερους υπάρχουν και πόνι) πάντα με την καθοδήγηση ειδικών εκπαιδευτών (‘‘Δραστηριότητες’’).

3.3.4 Βοηθητικές υπηρεσίες

- Κέντρα υγείας/ Νοσοκομεία

2^ο Κέντρο Υγείας Σαλαμίνας- Νοσηλευτικό Τμήμα, Κέντρο Υγείας, Ναυτικό Νοσοκομείο Σαλαμίνας, Δημοτικό Κοινωνικό Ιατρείο Αλληλεγγύης Σαλαμίνας, Γενική Κλινική Σαλαμίνας «Ο Γλυκός Ιησούς», Μονάδα Νεφρού Σαλαμίνας.

- Φαρμακεία 34
- Πρατήρια Καυσίμων 12
- Οδική Βοήθεια 2 εταιρίες
- Ενοικιάσεις οχημάτων 2 εταιρείες «RAC S.A» και «Δρομέας Car Rental»
- Σούπερ Μάρκετ 18
- Τράπεζες 6
- Αστυνομικά τμήματα 1
- Ταχυδρομεία 3
- Εταιρίες Κινητής Τηλεφωνίας 4 καταστήματα
- Ταξί/ Ραδιοταξί 1 σωματείο ταξί και 6 διαφορετικές πιάτσες ταξί στο νησί

3.3.5 Εξυπηρετήσεις

Α. Διαμονή

Ξενοδοχείο	Αστέρια	Αρ. δωματίων	Κλίνες
ΑΙΑΝΤΕΙΟΝ BAY LUXURY HOTEL & SUITES	-	7	17
ΒΟΤΣΑΛΛΑΚΙΑ HOTEL & APARTMENTS	1	16	32
GABRIEL	3	28	56
ΑΚΡΟΓΙΑΛΙ HOTEL	3	9	20
ΑΠΟΛΛΟΝΙΟΝ	3	6	14
MELINA RESORT	4	9	20

Τύπος Καταλύματος	Αριθμός
Βίλες	6
Ξενώνες	2
Παραθεριστικές κατοικίες	100
Διαμερίσματα	6
Πλωτά καταλύματα	2

Πίνακας 1

Β. Εστίαση

ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ, ΤΑΒΕΡΝΕΣ- ΨΑΡΟΤΑΒΕΡΝΕΣ, ΜΕΖΕΔΟΠΩΛΕΙΑ, ΨΗΤΟΠΩΛΕΙΑ(70)

Δυνατά: Τα περισσότερα έχουν μεσογειακή (ελληνική και ιταλική) κουζίνα. Ποιοτικό φαγητό, όμορφο χώρο και ευγενικό προσωπικό. Αρκετές επιλογές για χορτοφάγους- βίγκαν. Ευέλικτο ωράριο και καλή τοποθεσία.

Αδύνατα: Τα περισσότερα είναι λίγο ακριβά γι' αυτό που προσφέρουν.

CAFÉ, BARS, CLUBS (63)

Δυνατά: Πολλές επιλογές για πρωινό και μπραντς. Ευγενικό προσωπικό, καλή τοποθεσία, ποιοτική νυχτερινή διασκέδαση.

Αδύνατα: Λίγα clubs, τα περισσότερα café- bars.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΣΑΛΑΜΙΝΑΣ

4.1 Ελλάδα

Ο ελληνικός τουρισμός διαχρονικά χαρακτηρίζεται από υψηλή εποχικότητα η οποία είναι συνυφασμένη με το κυρίαρχο τουριστικό προϊόν «Ηλιος & Θάλασσα» που αποτελεί την ναυαρχίδα του ελληνικού τουρισμού. Η Ελλάδα παραμένει κατεξοχήν τόπος θερινών διακοπών και ειδικά παραθαλάσσιων και αυτό έχει ως αποτέλεσμα το μεγαλύτερα ποσοστά των αφίξεων, διανυκτερεύσεων και των εισπράξεων να καταγράφονται τους θερινούς μήνες του έτους. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια, αναπτύσσονται και προωθούνται και άλλες μορφές τουρισμού (τουρισμός πόλεως- *City Break*, συνεδριακός τουρισμός, πολιτισμικός τουρισμός κ.α.) οι οποίες έχουν εμπλουτίσει το ελληνικό τουριστικό προϊόν.

Η Ελλάδα, αποτελεί έναν αρκετά δημοφιλή προορισμό για τους ταξιδιώτες. Τα τελευταία πέντε χρόνια, παρουσιάζει ανοδική τάση στις τουριστικές αφίξεις, σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία του Ινστιτούτου του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ).

Διεθνείς αφίξεις 2015-2020 Ελλάδα

Διεθνείς αεροπορικές αφίξεις						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Σύνολο Ελλάδας	15.472.663	16.875.612	18.322.570	20.693.668	21.496.312	5.909.721

Πίνακας 2

Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ (δεν περιλαμβάνονται αφίξεις από κρουαζιέρα)

Το 2019 καταγράφηκαν 21,5 εκατ. διεθνείς αεροπορικές αφίξεις παρουσιάζοντας αύξηση +3,9%/+ 803 χιλ. επιβάτες σε σχέση με το 2018.

Για το 2019 ο τουρισμός αποτέλεσε το 20,8% του ΑΕΠ της χώρας και το 21,7% της συνολικής απασχόλησης. Οι 31,3 εκατ. επισκέπτες της χώρας (αεροπορικές και οδικές αφίξεις, εξαιρουμένων των αφίξεων με κρουαζιέρα) το 2019 (+4,1% σε σχέση με το 2018), πραγματοποίησαν 36,6 εκατ. επισκέψεις (+5,2%) και 232,5 εκατ. διανυκτερεύσεις (+2,4%) στις 13 Περιφέρειες της χώρας. Η συνολική τους δαπάνη ανήλθε σε 17,7 δισ. ευρώ (+ 12,9%). Στην

πρώτη θέση με βάση τον αριθμό επισκέψεων διατηρήθηκε η Γερμανία, στη δεύτερη θέση ανέβηκε η Βουλγαρία, ενώ στην τρίτη θέση υποχώρησε το Ηνωμένο Βασίλειο. Με βάση τον αριθμό των διανυκτερεύσεων, στις τρεις πρώτες θέσεις βρίσκονται η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Γαλλία. Στις τρεις πρώτες θέσεις με βάση τον αριθμό των εισπράξεων διατηρήθηκαν σταθερές η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο και οι ΗΠΑ. Οι χώρες αυτές, συνεισφέρουν το 40,6% των επισκέψεων, το 48,1% των διανυκτερεύσεων και το 52,3% των ταξιδιωτικών εισπράξεων στην Ελλάδα («Έρευνα ΙΝΣΕΤΕ: Ο χάρτης του τουρισμού στην Ελλάδα το 2019», 29 Σεπτεμβρίου 2020).

4.2. Αθήνα

Οι αεροπορικές αφίξεις στο αεροδρόμιο των Αθηνών από το 2015 έως το 2019 σημειώνουν σταδιακή αύξηση.

Αφίξεις 2015 - 2020 Αθήνα

Διεθνείς αεροπορικές αφίξεις						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Αεροδρόμιο Αθηνών	4.152.275	4.521.127	4.797.365	5.727.439	6.412.591	2.023.078

Πίνακας 3

Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ (δεν περιλαμβάνονται αφίξεις από κρουαζιέρα)

Το 2019, καταγράφηκαν 6,4 εκατ. επιβάτες, παρουσιάζοντας αύξηση +12,0% +685 χιλ. αφίξεις από το 2018. Όπως φαίνεται και από τα στοιχεία του πίνακα, η Αθήνα χαρακτηρίζεται από εποχικότητα καθώς ο αριθμός των αφίξεων αυξάνεται αισθητά τους θερινούς μήνες σε σχέση με την υπόλοιπη χρονιά (ΙΝΣΕΤΕ, Ιανουάριος 2020).

Σύμφωνα με την 15η Έρευνα Περί Ικανοποίησης Επισκεπτών και Απόδοσης Ξενοδοχείων Αττικής 2019, που διενήργησαν η Ένωση Ξενοδόχων Αθηνών – Αττικής και Αργοσαρωνικού (ΕΞΑΑΑ) και η GBR Consulting, την περίοδο 2012-2018 η ζήτηση ταξιδιωτών κατοίκων του εξωτερικού στο Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών υπερδιπλασιάστηκε από 2,5 εκατ. το 2012 σε 5,7 εκατ. το 2018. Τα στοιχεία μέχρι το Σεπτέμβριο του 2019 παρουσιάζουν αύξηση της τάξης του 12% και η Αθήνα αναδεικνύεται σε διεθνή ταξιδιωτικό προορισμό με εξαιρετικές επιδόσεις στην ικανοποίηση των επισκεπτών της. Οι περισσότεροι επέλεξαν την Αθήνα για αναψυχή και διακοπές (87%) κυρίως Ευρωπαίοι και Αμερικανοί κάθε ηλικίας, το 81% εκ των οποίων την διάλεξε για τον αρχαιολογικό -πολιτιστικό χαρακτήρα της. Από τους ταξιδιώτες αναψυχής το

31% μετέβη και σε άλλους προορισμούς. Μόνο το 13% των κατοίκων εξωτερικού ήρθε στην Αθήνα το 2018 για επαγγελματικούς σκοπούς, με το 19% να μεταβαίνει σε άλλους εγχώριους προορισμούς. 31%

Το ποσοστό των επαναλαμβανόμενων επισκεπτών φτάνει στο 45%, που είναι πολύ υψηλό για πόλη. Η σύγχρονη ζωή της Αθήνας ενθουσιάζει περισσότερο τους νέους μεταξύ 18-30 ετών. Το παραλιακό μέτωπο και οι ακτές της Αττικής δείχνουν να ενδιαφέρουν επίσης τις νέες ηλικίες (έως 60%) αλλά και να γίνονται δημοφιλείς για κολύμπι (έως και 82%). Η Ακρόπολη και το Μουσείο της Ακρόπολης είναι τα πρώτα αξιοθέατα σε επισκεψιμότητα. Στην ερώτηση "Αισθάνεστε ότι υπάρχουν και άλλα πράγματα που θέλετε να δείτε στην Αθήνα;", το 76% απαντά "ΝΑΙ". Οι Δελφοί, η Κόρινθος, η Επίδαυρος και οι Μυκήνες επωφελούνται ιδιαίτερα από την αύξηση του τουρισμού στην Αθήνα, καθώς δέχονται ένα ποσοστό από 5% έως 8% των επισκεπτών της για ημερήσιες εκδρομές. Ωστόσο, τα νησιά του Αργοσαρωνικού αν και εκπλήσσουν ευχάριστα (51%) όποιον τα επισκεφθεί, δεν εντάσσονται σε εκδρομές στο πλαίσιο της επίσκεψης στην Αθήνα (σ.σ. το ποσοστό δεν ξεπερνά το 8%). Πιο συγκεκριμένα, το 61% των ερωτηθέντων έχει επισκεφθεί ή γνωρίζει την Αίγινα, την Ύδρα και τον Πόρο, ενώ μόλις το 20% γνωρίζει ή έχει επισκεφθεί τα νησιά Αγκίστρι, Σπέτσες, Κύθηρα, Σαλαμίνα και Αντικύθηρα (Ένωση Ξενοδόχων Αθηνών- Αττικής και Αργοσαρωνικού, Νοέμβριος 2019).

4.3 Σαλαμίνα

Η Σαλαμίνα σήμερα έχει την μεγαλύτερη πυκνότητα πληθυσμού απ' όλα τα νησιά της Ελλάδας. Αυτό οφείλεται στην μικρή απόσταση που έχει από την Αθήνα. Στο κεντρικό λιμάνι τα Παλούκια, υπάρχει απευθείας σύνδεση με το λιμάνι του Πειραιά ενώ λειτουργεί και εικοσιτετράωρη ακτοπλοϊκή σύνδεση με το Πέραμα. Επίσης το νησί συνδέεται με τη νέα Πέραμο (Μέγαρα) από το λιμάνι που βρίσκεται κοντά στο μοναστήρι της Παναγίας Φανερωμένης.

Σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, το 2019 μετακινήθηκαν περίπου 7,4 εκ. επιβάτες, από και προς τη Σαλαμίνα. Ωστόσο, ο αριθμός αυτός δεν είναι αντιπροσωπευτικός καθώς κάτοικοι της Σαλαμίνας και των γύρω περιοχών (Πειραιάς, Πέραμα, Μέγαρα κ.α.) μετακινούνται καθημερινά για να πάνε στην εργασία τους.

Παρακάτω βρίσκονται τα στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ για τους διακινηθέντες επιβάτες (από και προς τα δυο λιμάνια της Σαλαμίνας) από το 2017 έως το 2020.

Πορθμειακές γραμμές	2017			
	A' Τρίμηνο	B' Τρίμηνο	Γ' Τρίμηνο	Δ' Τρίμηνο
Περάματος - Παλουκιών	1.448.621	1.766.377	2.216.011	1.450.040
Φανερωμένης - Μεγάρων	88.238	114.751	155.402	93.968
Σύνολο	1.536.859	1.881.128	2.371.413	1.544.008
Σύνολο χρονιάς	7.333.408			

Πορθμειακές γραμμές	2018			
	A' Τρίμηνο	B' Τρίμηνο	Γ' Τρίμηνο	Δ' Τρίμηνο
Περάματος - Παλουκιών	1.474.478	1.759.197	2.040.981	1.471.071
Φανερωμένης - Μεγάρων	93.089	114.587	145.132	98.854
Σύνολο	1.567.567	1.873.784	2.186.113	1.569.925
Σύνολο χρονιάς	7.197.389			

Πορθμειακές γραμμές	2019			
	A' Τρίμηνο	B' Τρίμηνο	Γ' Τρίμηνο	Δ' Τρίμηνο
Περάματος - Παλουκιών	1.455.578	1.808.450	2.125.858	1.548.807
Φανερωμένης - Μεγάρων	84.437	116.242	155.944	104.895
Σύνολο	1.540.015	1.924.692	2.281.802	1.653.702
Σύνολο χρονιάς	7.400.211			

Πορθμειακές γραμμές	2020			
	A' Τρίμηνο	B' Τρίμηνο	Γ' Τρίμηνο	Δ' Τρίμηνο
Περάματος - Παλουκιών	1.288.246	1.233.263	2.125.199	1.083.557
Φανερωμένης - Μεγάρων	85.117	65.087	129.850	6.577
Σύνολο	1.373.363	1.298.350	2.255.049	1.090.134
Σύνολο χρονιάς	6.016.896			

Πίνακας 4
 Διακινηθέντες επιβάτες 2017-2020
 Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ

Όπως παρατηρούμε, στο β' τρίμηνο σημειώνεται αύξηση στις ακτοπλοϊκές αφίξεις η οποία κορυφώνεται το γ' τρίμηνο κάθε χρονιάς, κάτι που σημαίνει ότι το νησί γίνεται ιδιαίτερα δημοφιλές τη θερινή περίοδο. (ΕΛ.ΣΤΑΤ, «Επιβατική και Εμπορευματική Κίνηση στη Ναυτιλία»).

4.4 Τουριστική ζήτηση

Θα ήταν αδύνατο να παραλείψουμε να γράψουμε για την παγκόσμια υγειονομική κρίση που έχει προκαλέσει η νόσος COVID-19 από τις αρχές του 2020. Πέρα από τον πολύ μεγάλο ανθρώπινο πόνο και τους δεκάδες χιλιάδες θανάτους που έχει προκαλέσει αυτή η πρωτόγνωρη πανδημία, έχει επιφέρει τεράστιο οικονομικό αντίκτυπο που με τη σειρά του έχει οδηγήσει στην κατακόρυφη μείωση των ταξιδιών και της τουριστικής κίνησης σε όλον τον κόσμο. Σύμφωνα με στοιχεία του ΟΗΕ, ο παγκόσμιος τουρισμός σημείωσε πτώση 70% μεταξύ Ιανουαρίου και Αυγούστου. Οι καλοκαιρινοί μήνες, περίοδος τουριστικής αιχμής για το βόρειο ημισφαίριο, ήταν καταστροφικοί: -81% τουριστών τον Ιούλιο σε επίπεδο έτους, -79% τον Αύγουστο. Η πτώση αυτή αντιπροσωπεύει 700 εκατομμύρια λιγότερες αφίξεις τουριστών και απώλεια 730 δισεκατομμυρίων δολαρίων για τον παγκόσμιο τουριστικό τομέα («Κορονοϊός: Πτώση κατά 70% του παγκόσμιου τουρισμού μεταξύ Ιανουαρίου και Αυγούστου», 27 Οκτωβρίου 2020).

Αφίξεις 2020 Ελλάδα - Αθήνα

	2020		2019		% Μεταβολές	
	Αεροδρόμιο Αθήνας	Σύνολο Ελλάδας	Αεροδρόμιο Αθήνας	Σύνολο Ελλάδας	Αεροδρόμιο Αθήνας	Σύνολο Ελλάδας
Ιανουάριος	286.928	407.256	271.630	376.113	5,6%	8,3%
Φεβρουάριος	244.088	367.378	251.571	358.381	-3%	2,5%
Μάρτιος	217.801	279.129	356.299	495.734	-38,9%	-43,7%
Απρίλιος			511.163	1.232.326	-100%	-100%
Μάιος			593.359	2.362.236	-100%	-100%
Ιούνιος	73.894	86.701	699.035	3.225.611	-89,4%	-97,3%
Ιούλιος	302.542	1.122.955	864.861	3.881.988	-65%	-71,1%
Αύγουστος	333.590	1.662.668	876.070	3.835.581	-61,9%	-56,7%
Σεπτέμβριος	228.734	1.090.627	734.112	3.063.811	-68,8%	-64,4%
Οκτώβριος	203.107	732.195	563.672	1.681.571	-64%	-56,5%
Νοέμβριος	59.070	72.830	390.904	531.117	-84,9%	-86,3%
Δεκέμβριος	73.324	88.101	299.915	451.843	75,6%	-80,5%
Σύνολο	2.023.078	5.909.721	6.412.591	21.496.312	-67,3%	-72,5%

Πίνακας 5

Πηγή: INΣΕΤΕ (δεν περιλαμβάνονται αφίξεις από κροναζιέρα)

Στην Ελλάδα, την περίοδο Ιανουαρίου-Σεπτεμβρίου 2020 καταγράφηκαν 5 εκατ. διεθνείς αεροπορικές αφίξεις έναντι 18,8 εκατ. της περιόδου Ιανουαρίου-Σεπτεμβρίου 2019,

παρουσιάζοντας μείωση κατά -73,4%/-13,8 εκατ. αφίξεις. Την περίοδο Ιανουαρίου-Φεβρουαρίου 2020 καταγράφηκαν 775 χιλ. διεθνείς αεροπορικές αφίξεις έναντι 734 χιλ. της περιόδου Ιανουαρίου-Φεβρουαρίου 2019, παρουσιάζοντας αύξηση κατά +5,5%/+40 χιλ. αφίξεις. Αντίθετα, τον Μάρτιο καταγράφηκε μείωση κατά -43,7%/-217 χιλ. και καταγραφήκαν μόλις 279 χιλ. διεθνείς αεροπορικές αφίξεις. Τον Απρίλιο και το Μάιο τα αεροδρόμια παρέμειναν κλειστά λόγω του γενικού lockdown που επιβλήθηκε στην Ελλάδα. Τον Ιούνιο η μείωση ανήλθε σε -97,3%/-3,1 εκατ. ενώ τον Ιούλιο η μείωση ήταν -71,1%/-2,8 εκατ. Τον Αύγουστο καταγράφηκαν 1,7 εκατ. διεθνείς αεροπορικές αφίξεις παρουσιάζοντας μείωση -2,2 εκατ./-56,7%. Τον Σεπτέμβριο του 2020, καταγράφηκαν 1,1 εκατ. διεθνείς αεροπορικές αφίξεις έναντι 3,1 εκατ. τον Σεπτέμβριο του 2019 παρουσιάζοντας μείωση -2 εκατ./-64,4%, ενώ τον Οκτώβριο του 2020 καταγράφηκαν 732 χιλ. αφίξεις έναντι 1,7 εκατ. του Οκτωβρίου του 2019. Τέλος, τον Νοέμβριο καταγράφηκαν 73 χιλ. αφίξεις παρουσιάζοντας μείωση -86,3%/-458 χιλ. και τον Δεκέμβριο 88 χιλ. ενώ καταγράφηκε μείωση -80,5%/-364 χιλ. αφίξεις (ΙΝΣΕΤΕ, «Στατιστικό Δελτίο-Φεβρουάριος 2021»).

Η διάρκεια της τουριστικής κάμψης θα εξαρτηθεί από το πότε θα αντιμετωπιστεί η πανδημία έτσι ώστε οι πολίτες ανά τον κόσμο να αισθανθούν ξανά ασφαλείς να ταξιδέψουν. Επίσης θα εξαρτηθεί από την άρση των ταξιδιωτικών περιορισμών που έχουν ξαναθέτουν οι χώρες, (υποχρεωτικά τεστ, καραντίνες και σε ορισμένες περιπτώσεις πλήρες κλείσιμο των συνόρων) την αποκατάσταση των αεροπορικών συνδέσεων και τις τυχόν χρεωκοπίες στην αλυσίδα παραγωγής της ταξιδιωτικής εμπειρίας (αεροπορικές εταιρείες, tour operators, ξενοδοχεία κλπ.). Τέλος, σημαντικό ρόλο παίζει η εικόνα που έχει δημιουργήσει η κάθε χώρα για τον τρόπο που αντιμετώπισε την πανδημία, αλλά και η διάθεση των πολιτών να ταξιδέψουν καθώς και το διαθέσιμο εισόδημα τους («Η πανδημία του COVID-19 και ο ελληνικός τουρισμός», Απρίλιος 2020).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1 Ερευνητικοί στόχοι

Σκοπός της έρευνας είναι η μελέτη των ψυχολογικών και κοινωνικών παραγόντων που επηρεάζουν τον τουρίστα να επισκεφθεί έναν τουριστικό προορισμό, καθώς και τον ρόλο που παίζουν αυτοί οι παράγοντες στην συνολική ικανοποίησή του, στην απόφασή του να επιστρέψει στον συγκεκριμένο προορισμό στο μέλλον και στην πρόθεση να τον συστήσει και σε άλλους.

Επιμέρους στόχοι της έρευνας αποτελούν:

- 1) Η εξέταση της σχέσης μεταξύ των κινήτρων ώθησης και έλξης (push & pull factors), την ικανοποίησης του προορισμού και την πρόθεση επιστροφής σε αυτόν.
- 2) Η κατηγοριοποίηση των τουριστών σε ομάδες προκειμένου να σκιαγραφήσουμε το προφίλ, τις ανάγκες και τα «θέλω» των τουριστών που επισκέπτονται το νησί της Σαλαμίνας έτσι ώστε να τους προφέρουμε μια πιο ολοκληρωμένη τουριστική εμπειρία.

5.2 Μέθοδος- Δομή ερωτηματολογίου

Στην παρούσα διπλωματική εργασία διεξήχθη πρωτογενής έρευνα μέσω ερωτηματολογίου το οποίο είναι απολύτως ανώνυμο και μοιράστηκε απευθείας στους ερωτώμενους χέρι με χέρι.

Το ερωτηματολόγιο είναι χωρισμένο σε 4 ενότητες. Στην 1η ενότητα οι ερωτήσεις αφορούν τους παράγοντες ώθησης και έλξης, εκεί ο ερωτώμενος απαντά για ποιους λόγους πραγματοποιεί ένα ταξίδι και με ποια κριτήρια επιλέγει τον προορισμό για να των διακοπών του.

Η 2η ενότητα περιλαμβάνει ερωτήσεις σχετικά με τις δραστηριότητες που επιλέγει να κάνει ο κάθε ερωτώμενος στις διακοπές του με σκοπό να κατηγοριοποιηθεί με βάση την ταξιδιωτική του συμπεριφορά σε συγκεκριμένες τυπολογίες. Στην 3η ενότητα, οι ερωτήσεις αφορούν το νησί της Σαλαμίνας. Πιο συγκεκριμένα, οι ερωτηθέντες απάντησαν σχετικά με την εμπειρία τους καθώς και τα επίπεδα ικανοποίησης από το ταξίδι ή την επίσκεψή τους στη Σαλαμίνα.

Τέλος, η 4η ενότητα περιλαμβάνει ερωτήσεις που αφορούν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων όπως φύλο, ηλικία, εκπαιδευτικό επίπεδο, εισόδημα, εθνικότητα κλπ.

5.3 Δείγμα Έρευνας

Η έρευνα διεξήχθη στο λιμάνι της Σαλαμίνας και σε δύο πολυσύχναστα σημεία του κέντρου του νησιού κατά το χρονικό διάστημα από τις 20 Ιουνίου 2020 έως τις 20 Οκτωβρίου 2020. Το δείγμα αποτελείται από 112 άτομα, γυναίκες και άνδρες ηλικίας από 18 ετών και άνω. Οι ερωτώμενοι ήταν τόσο Έλληνες όσο και αλλοδαποί. επισκέπτες – τουρίστες του νησιού. Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από 92 ερωτήσεις κλειστού και ανοιχτού τύπου, τα αποτελέσματα της έρευνας καθώς και η διαγραμματική απεικόνιση, παρατίθενται παρακάτω, ενώ αντίγραφο του Ερωτηματολογίου στα ελληνικά και στα αγγλικά βρίσκεται στο Παράρτημα.

5.4 Περιορισμοί Έρευνας

Η παρούσα έρευνα διεξήχθη κάτω από πρωτόγνωρες συνθήκες . Η πανδημία του Κορωνοϊού έχει επηρεάσει σαφέστατα το δείγμα της έρευνας. Τα περιοριστικά μέτρα που επιβλήθηκαν για την αποτροπή της εξάπλωσης της νόσου, οι συνεχώς μεταβαλλόμενοι ταξιδιωτικοί περιορισμοί, το αργοπορημένο «άνοιγμα» του ελληνικού τουρισμού (16 Ιουνίου) και φυσικά η αβεβαιότητα και η ανησυχία για την υγεία επηρέασαν μια ολόκληρη τουριστική σεζόν με ρεκόρ χαμηλών αφίξεων.

Δεδομένου της κατάστασης η ανεύρεση τουριστών για την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου ήταν μια δύσκολη και χρονοβόρα διαδικασία. Επίσης, ως μέτρο κατά της εξάπλωσης της νόσου Covid-19 έπρεπε να εφαρμοστεί η πρακτική της κοινωνικής αποστασιοποίησης και η αποφυγή των προσωπικών επαφών. Ακόμη, σε πολλές περιπτώσεις έπρεπε να αντιμετωπιστεί η καχυποψία και η απροθυμία ενός σημαντικού μέρους των τουριστών. Παρόλα αυτά, οι περισσότεροι ερωτηθέντες ήταν πρόθυμοι να συμπληρώσουν το ερωτηματολόγιο και με την πάροδο των μηνών (Ιούνιος – Οκτώβριος) συλλέχθηκε επαρκές δείγμα για ανάλυση και ερμηνεία.

5.5 Δημογραφικά Χαρακτηριστικά Ερωτηθέντων

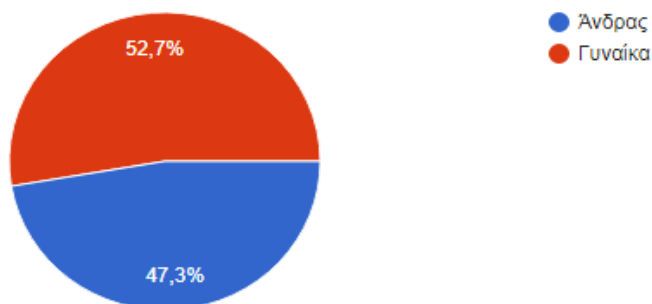
Τα δημογραφικά χαρακτηριστικά αφορούν το φύλο, την ηλικία, την χώρα προέλευσης, την οικογενειακή κατάσταση, το εκπαιδευτικό επίπεδο, το επάγγελμα και το ετήσιο εισόδημα.

Φύλο

Από τους 112 ερωτηθέντες το 52,7% (59) είναι γυναίκες και το 47,3% (53) είναι άνδρες.

Φύλο

112 απαντήσεις



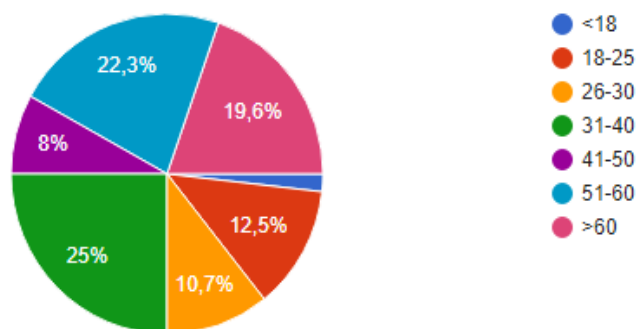
Διάγραμμα 1: Ποσοστιαία αναλογία ανδρών – γυναικών των τουριστών της Σαλαμίνας

Ηλικία

Για την ηλικιακή κατανομή των ερωτηθέντων δημιουργήθηκαν 7 κατηγορίες:

- <18
- 18-25
- 26-30
- 31-40
- 41-50
- 51-60
- >60

Ηλικία
112 απαντήσεις

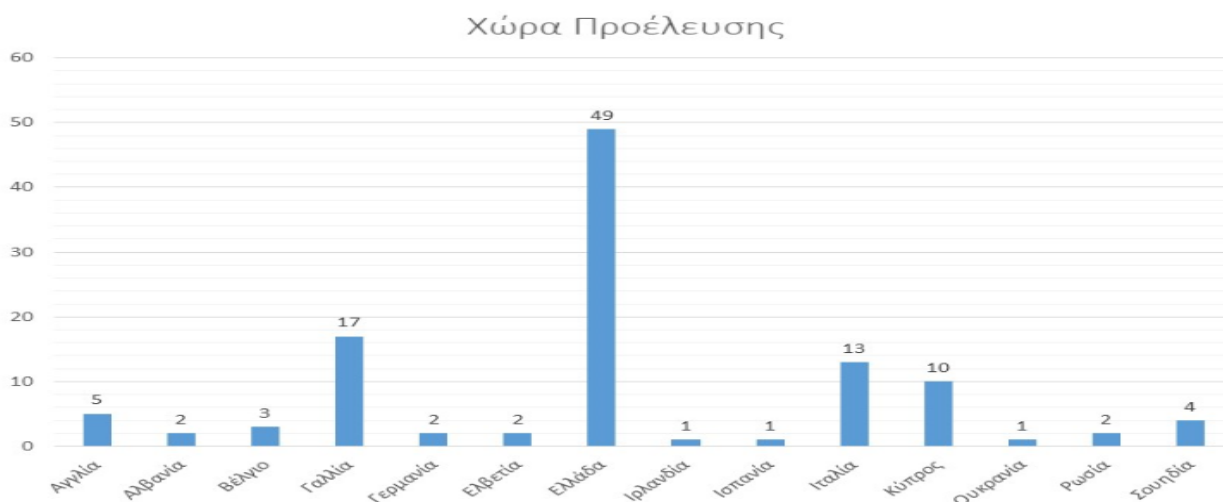


Διάγραμμα 2: Ποσοστά ηλικιών των ερωτηθέντων τουριστών της Σαλαμίνας

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων είναι μεταξύ 31-40 ετών (25%), ακολουθούν αυτοί που είναι 51-60 ετών (22,3%) και οι άνω των 60 είναι το 19,6% του δείγματος. Το 12,5% είναι μεταξύ 18-25 ετών, το 10,7% είναι μεταξύ 26-30, το 8% είναι 41-50 και το 1,85% είναι κάτω των 18 ετών.

Χώρα προέλευσης

Από τους 112 ερωτηθέντες οι 5 είναι από την Αγγλία, οι 2 από την Αλβανία, οι 3 από το Βέλγιο, οι 17 από τη Γαλλία, οι 2 από τη Γερμανία, οι 2 από την Ελβετία. Η πλειοψηφία 49 είναι από την Ελλάδα, 1 από την Ιρλανδία, 1 από την Ισπανία, οι 13 από την Ιταλία, οι 10 από την Κύπρο, 1 από την Ουκρανία, 2 από Ρωσία και 4 από Σουηδία.



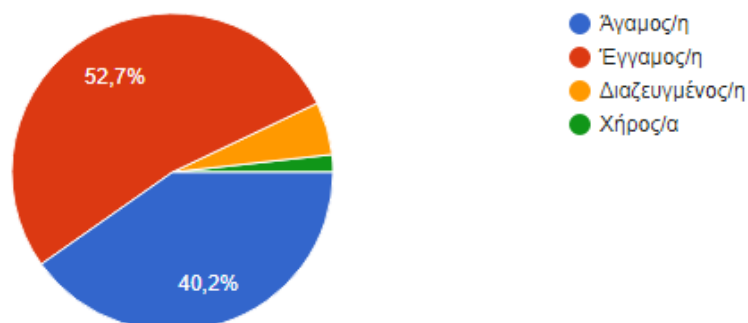
Διάγραμμα 3: Χώρες προέλευσης ερωτηθέντων τουριστών της Σαλαμίνας

Οικογενειακή κατάσταση

Από τους 112 συμμετέχοντες οι 59 (52,7%) είναι παντρεμένοι, οι 45 (40,2%) είναι άγαμοι, οι 6 (5,4%) διαζευγμένοι και οι 2 (1,8%) χήροι.

Οικογενειακή Κατάσταση

112 απαντήσεις



Διάγραμμα 4: Ποσοστά οικογενειακής κατάστασης των ερωτηθέντων τουριστών της Σαλαμίνας

Εκπαίδευση

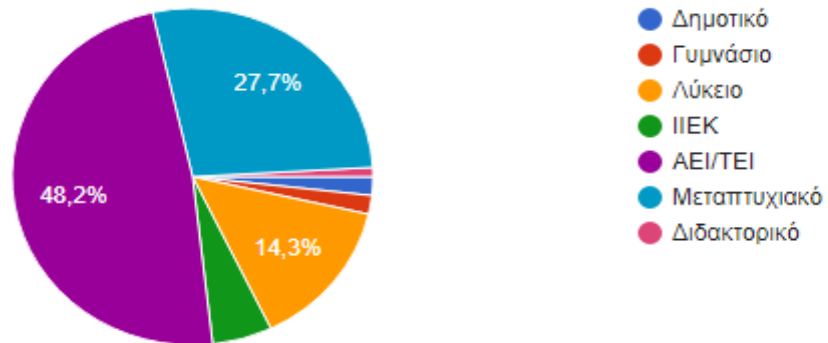
Αναφορικά με το επίπεδο εκπαίδευσης δημιουργήθηκαν οι 7 παρακάτω κατηγορίες:

- Δημοτικό
- Γυμνάσιο
- Λύκειο
- ΠΕΚ
- ΑΕΙ/ΤΕΙ
- Μεταπτυχιακό
- Διδακτορικό

Σύμφωνα με τις απαντήσεις προκύπτει ότι από τους συμμετέχοντες οι 2 (1,8%) έχουν εκπαίδευση δημοτικού, 2 (1,8%) γυμνασίου, 16 (14,3%) έχουν εκπαίδευση λυκείου, 6 (5,4%) ΠΕΚ, 54 (48,2%) έχουν εκπαίδευση ΑΕΙ/ΤΕΙ, 31 (27,7%) έχουν μεταπτυχιακό και ένας (0,9%) διδακτορικό.

Επίπεδο Εκπαίδευσης

112 απαντήσεις



Διάγραμμα 5: Ποσοστά εκπαίδευσης των ερωτηθέντων τουριστών της Σαλαμίνας

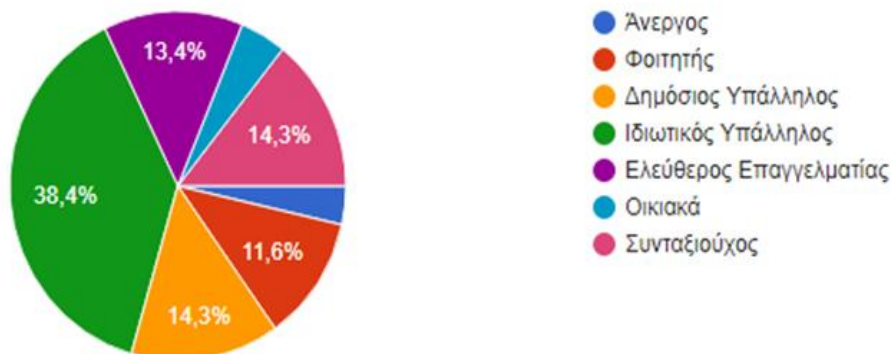
Απασχόληση

Για την επαγγελματική κατάσταση των ερωτηθέντων δημιουργήθηκαν οι παρακάτω 7 κατηγορίες:

- Άνεργός
- Φοιτητής
- Δημόσιος υπάλληλος
- Ιδιωτικός υπάλληλος
- Ελεύθερος επαγγελματίας
- Οικιακά
- Συνταξιούχος

Επαγγελματική Κατάσταση

112 απαντήσεις



Διάγραμμα 6: Ποσοστά ανάλογα με την επαγγελματική κατάσταση των ερωτηθέντων τουριστών της Σαλαμίνας

Οι 4 (3,6%) είναι άνεργοι, οι 13 (11,6%) είναι φοιτητές, οι 16 (14,3%) δημόσιοι υπάλληλοι, οι 43 (38,4%) ιδιωτικοί υπάλληλοι, οι 15 (13,4) είναι ελεύθεροι επαγγελματίες, οι 5 (4,5%) ασχολούνται με τα οικιακά και οι 16 (14,3%) είναι συνταξιούχοι.

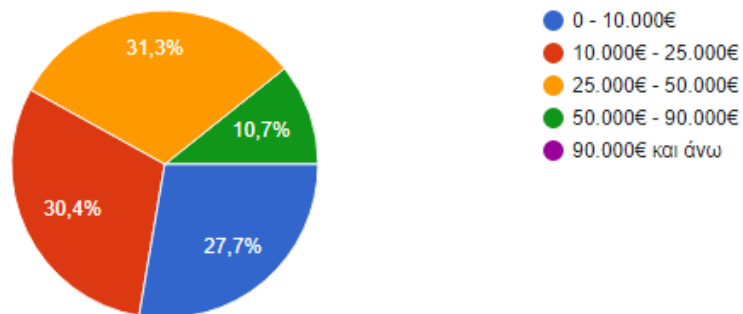
Εισόδημα

Για να μελετηθεί το εισόδημα των ερωτηθέντων, δημιουργήθηκαν οι παρακάτω 5 κατηγορίες:

- 0-10.000€
- 10.000-25.000€
- 25.000-50.000€
- 50.000-90.000€
- 90.000€ και άνω

Ετήσιο Εισόδημα

112 απαντήσεις



Διάγραμμα 7: Ποσοστά ανάλογα με το εισόδημα των ερωτηθέντων τουριστών της Σαλαμίνας

Το 31,3% (35) που επισκέφτηκε τη Σαλαμίνα δήλωσε ετήσιο εισόδημα 25.000 – 50.000€, το 30,4% (34) 10.000-25.000€ και το 27,7% (31) δήλωσε εισόδημα 0-10.000€

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο

ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ- ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

6.1 Το ερωτηματολόγιο

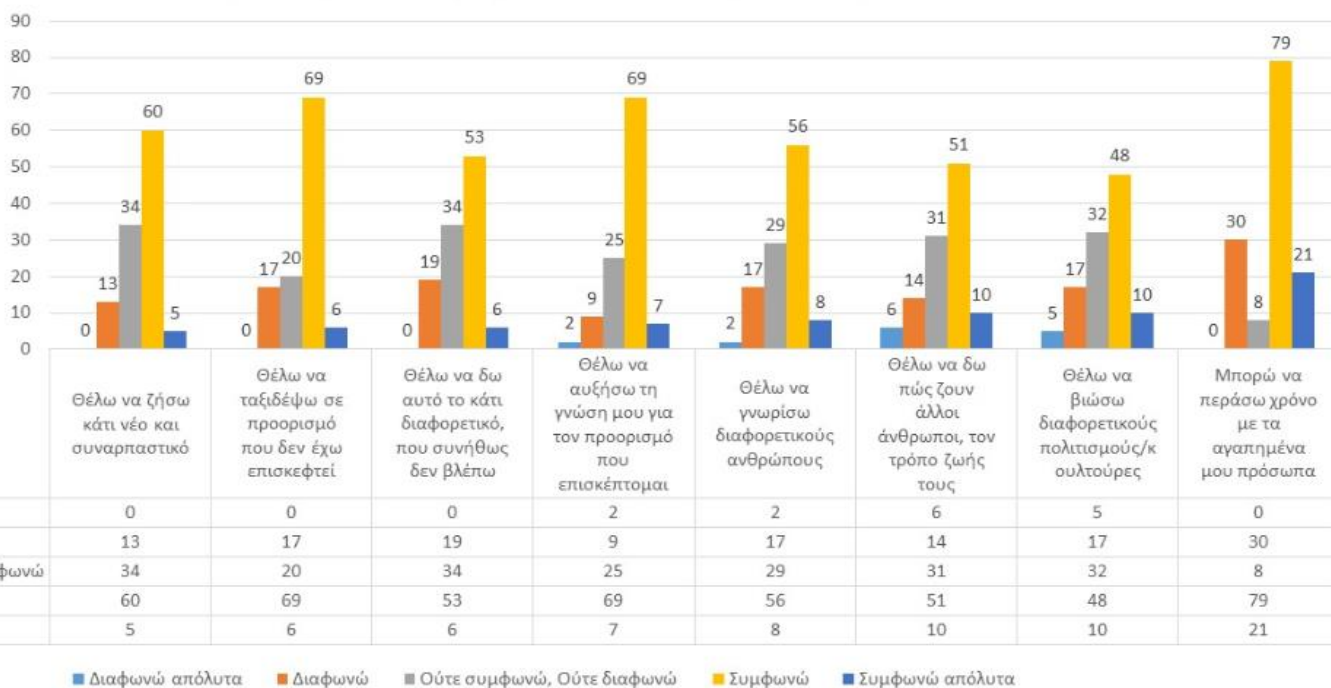
Το ερωτηματολόγιο της έρευνας αποτελείται συνολικά από 92 ερωτήσεις και είναι χωρισμένο 4 σε ενότητες. Στην πρώτη ενότητα οι ερωτώμενοι καλούνται να απαντήσουν για ποιους λόγους πραγματοποιούν ένα ταξίδι και με ποια κριτήρια που επιλέγουν έναν προορισμό για διακοπές. Πιο συγκεκριμένα, η πρώτη ενότητα είναι χωρισμένη σε δύο κατηγορίες, η πρώτη αφορά τους παράγοντες ώθησης (push factors) που ωθούν ένα άτομο να πραγματοποιήσει ένα ταξίδι, ενώ η δεύτερη τους παράγοντες έλξης (pull factors) δηλαδή τα θέλγητρα του προορισμού τα οποία ελκύουν ένα άτομο να τον επισκεφτεί. Η δεύτερη ενότητα περιλαμβάνει ερωτήσεις σχετικά την εμπειρία τους στο νησί της Σαλαμίνας και τα επίπεδα ικανοποίησης από το ταξίδι τους.

Στην τρίτη ενότητα υπάρχουν ερωτήσεις που αφορούν στην τυπολογία των τουριστών, δηλαδή τη συμπεριφορά τους όταν βρίσκονται σε διακοπές με απώτερο σκοπό την ψυχογραφική τους τμηματοποίηση. Η τέταρτη και τελευταία ενότητα περιλαμβάνει ερωτήσεις που αφορούν τα δημογραφικά στοιχεία των ερωτηθέντων.

6.2 Λόγοι Πραγματοποίησης Ταξιδιού & Παράγοντες Επιλογής Προορισμού (Push & Pull factors)

Στην πρώτη ενότητα οι συμμετέχοντες απάντησαν για ποιους λόγους πραγματοποιούν ένα ταξίδι. Χρησιμοποιώντας μια κλίμακα από διαφωνώ απόλυτα, διαφωνώ, ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ, συμφωνώ και συμφωνώ απόλυτα, οι συμμετέχοντες απάντησαν στις παρακάτω προτάσεις με βάση τις επιθυμίες τους που πηγάζουν από μέσα τους και τους ωθούν στο να ταξιδέψουν (push factors).

Οι κύριοι λόγοι που πραγματοποιώ ένα ταξίδι είναι γιατί...



Διάγραμμα 8: Λόγοι πραγματοποίησής ταξιδιού των ερωτηθέντων τουριστών της Σαλαμίνας

Από τους συνολικά 112 ερωτηθέντες το 53% (60) συμφωνεί ότι ταξιδεύει γιατί θέλει να ζήσει κάτι νέο και συναρπαστικό, το 4,4% (5) συμφωνεί απόλυτα, το 30% (34) ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί, ενώ το 11% (13) διαφωνεί.

Για το ότι θέλουν να ταξιδεύουν σε νέους προορισμούς που δεν έχουν επισκεφτεί το 61% (69) συμφωνεί, το 5% (6) συμφωνεί απόλυτα, το 17% (20) ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί, ενώ το 15% (17) διαφωνεί.

Στην πρόταση «Θέλω να δω αυτό το κάτι διαφορετικό, που συνήθως δεν βλέπω» το 47% (53) απάντησε ότι συμφωνεί, το 5% (6) συμφωνεί απόλυτα, το 30% (34) ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί, ενώ το 16% (19) διαφωνεί.

Με την πρόταση «Θέλω να αυξήσω τη γνώση μου για τον προορισμό που επισκέπτομαι» το 61% (69) απάντησε ότι συμφωνεί, το 6,2 % (7) συμφωνεί απόλυτα, το 22% (25) είναι ουδέτερο, το 8% (9) διαφωνεί, ενώ το 1,7% (2) διαφωνεί απόλυτα.

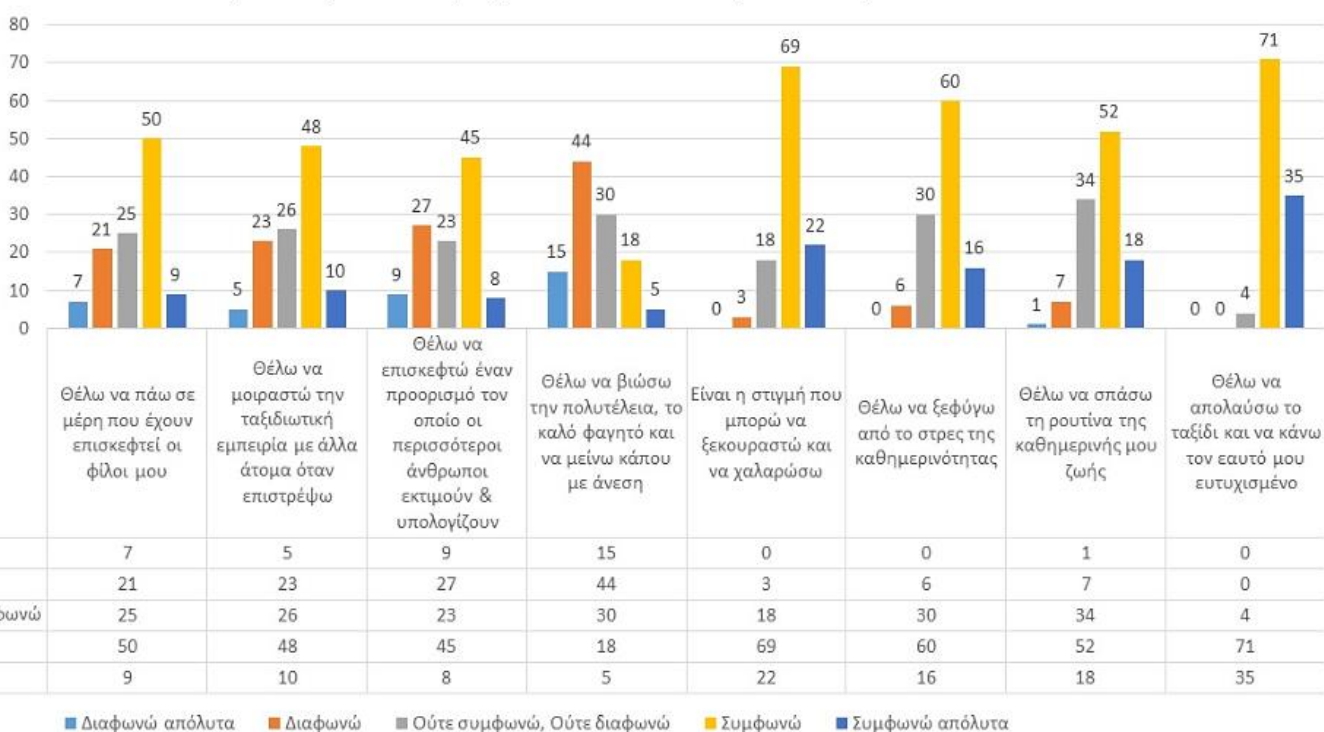
Το 50% (56) συμφωνεί ότι ο λόγος που ταξιδεύει είναι γιατί θέλει να γνωρίσει καινούργιους ανθρώπους, αντίστοιχα το 7,1% (8) συμφωνεί απόλυτα, το 25% (29) ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί, ενώ το 15% (17) και 1,7% (2) διαφωνεί και διαφωνεί απόλυτα αντίστοιχα.

Το 45,5% (51) συμφωνεί ότι ταξιδεύει γιατί θέλει να δει τον τρόπο ζωής των ανθρώπων, το 8,9% (10) συμφωνεί απόλυτα, το 27,6% (31) ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί, ενώ το 12,5% (14) διαφωνεί και το 5,3% (6) διαφωνεί απόλυτα με αυτόν τον λόγο ταξιδιού.

Το 42,8% (48) και το 8,9% (10) συμφωνεί και συμφωνεί απόλυτα ότι ταξιδεύει γιατί θέλει να βιώσει διαφορετικούς πολιτισμούς και κουλτούρες, το 28,5% (32) ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί, ενώ το 15% (17) και 4,4% (5) διαφωνεί και διαφωνεί απόλυτα.

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων πραγματοποιεί ένα ταξίδι για να περάσει χρόνο με τους αγαπημένους του, 70% (79) και 18% (21) συμφωνεί και συμφωνεί απόλυτα αντίστοιχα, ενώ το 7,1% (8) ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί και το 2,6% (3) διαφωνεί.

Οι κύριοι λόγοι που πραγματοποιώ ένα ταξίδι είναι γιατί...



Διάγραμμα 9: Λόγοι πραγματοποίησής ταξιδιού των ερωτηθέντων τουριστών της Σαλαμίνας

Το 44,6% (50) συμφωνεί ότι επιθυμεί να ταξιδέψει σε μέρη που έχουν επισκεφτεί οι φίλοι του και το 8% (9) συμφωνεί απόλυτα, το 22,3% (25) είναι ουδέτερο, ενώ το 18,7% (21) διαφωνεί και το 6,2% (7) διαφωνεί απόλυτα.

58 συμμετέχοντες θέλουν να μοιραστούν την ταξιδιωτική τους εμπειρία με άτομα μετά το ταξίδι, με το 42,8% να συμφωνεί και το 8,9% να συμφωνεί απόλυτα, ενώ το 23,2% (26) ούτε συμφωνεί,

ούτε διαφωνεί. Από την άλλη, 23 από τους ερωτηθέντες διαφωνούν με αυτό και 5 διαφωνούν απόλυτα σχηματίζοντας το 20,5% και 4,4% αντιστοίχως.

Το 40% (45) συμφωνεί ότι θέλει να επισκεφτεί έναν προορισμό τον οποίο οι περισσότεροι εκτιμούν και υπολογίζουν και το 7,1% (8) συμφωνεί απόλυτα με αυτήν την άποψη. Το 20,5% (23) είναι ουδέτερο, ενώ το 24% (27) διαφωνεί και το 8% (9) διαφωνεί απόλυτα με αυτήν την άποψη.

Το 16% και το 4,4% ταξιδεύει γιατί θέλει να βιώσει την πολυτέλεια, το καλό φαγητό και την άνεση με 18 συμμετέχοντες να συμφωνούν και 5 να συμφωνούν απόλυτα, ενώ το 26,7% (30) ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί. Από την άλλη, το 39,2% δεν ταξιδεύει για την πολυτέλεια, το καλό φαγητό και την άνεση με 44 από τους ερωτηθέντες να διαφωνούν και το 13,39% (15) να διαφωνεί απόλυτα.

Με την πρόταση «Είναι η στιγμή που μπορώ να ξεκουραστώ και να χαλαρώσω» ως λόγο πραγματοποίησης ταξιδιού συμφωνεί το 61% (69) και το 19,6% (22) συμφωνεί απόλυτα. Το 16% (18) ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί, ενώ το 2,6% (3) διαφωνεί.

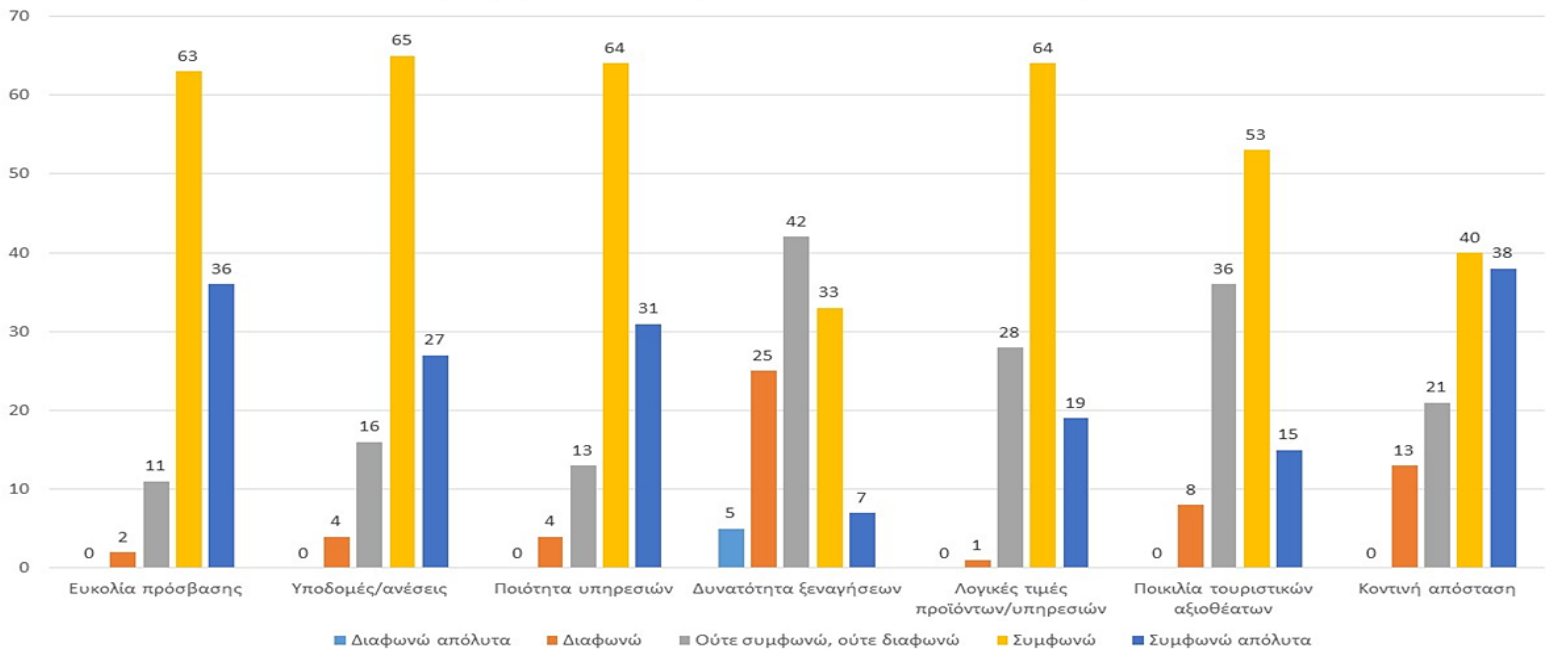
60 (53,5%) συμμετέχοντες συμφωνούν ότι ένας από τους λόγους που πραγματοποιούν ένα ταξίδι είναι γιατί θέλουν να ξεφύγουν από το στρες της καθημερινότητας και 16 (14,2%) συμφωνούν απόλυτα με την πρόταση αυτή. Οι 30 (26,7%) είναι ουδέτεροι, ενώ οι 6 (5,3%) διαφωνούν με τον λόγο αυτό.

Το 46,4% (52) και 16% (18) συμφωνεί και συμφωνεί απόλυτα ότι θέλει να ξεφύγει από τη ρουτίνα γι' αυτό και ταξιδεύει. Το 30% (34) είναι ουδέτερο, το 6,2% (7) διαφωνεί και το 0,8% (1) διαφωνεί απόλυτα.

Τέλος, με την πρόταση «Θέλω να απολαύσω το ταξίδι και να κάνω τον εαυτό μου ευτυχισμένο» συμφωνεί το 63,3% (71) των συμμετεχόντων και το 31,1% (35) συμφωνεί απόλυτα, ενώ το 3,5% (4) ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί.

Στη συνέχεια του ερωτηματολογίου οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να απαντήσουν με ποια κριτήρια επιλέγουν έναν προορισμό για διακοπές. Οι συμμετέχοντες απάντησαν χρησιμοποιώντας μια κλίμακα από διαφωνώ απόλυτα, διαφωνώ, ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ, συμφωνώ και συμφωνώ απόλυτα, με βάση τα εξωτερικά στοιχεία που συγκεντρώνει ένας προορισμός και τον κάνουν ελκυστικότερο από έναν άλλον (pull factors).

Κατά τη γνώμη μου, ένας προορισμός είναι ελκυστικός όταν έχει...



Διάγραμμα 10: Ελκυστικότητα προορισμού σύμφωνα με τους ερωτηθέντες τουρίστες της Σαλαμίνας

Ευκολία πρόσβασης: Το 56% (63) συμφωνεί και το 32% (36) συμφωνεί απόλυτα πως η ευκολία πρόσβασης καθιστά έναν προορισμό ελκυστικό. Το 9% (11) παραμένει ουδέτερο, ενώ το 1,7% (2) διαφωνεί.

Υποδομές/ ανέσεις: Το 58% (65) συμφωνεί πως οι υποδομές/ ανέσεις που διαθέτει ένας προορισμός τον κάνει ελκυστικό, το 24% (27) συμφωνεί απόλυτα, το 14% (16) ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί, ενώ το 3% (4) διαφωνεί.

Ποιότητα υπηρεσιών: Το 57% (64) συμφωνεί, το 27% (31) συμφωνεί απόλυτα, το 11% (13) ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί, και το 3% (4) διαφωνεί.

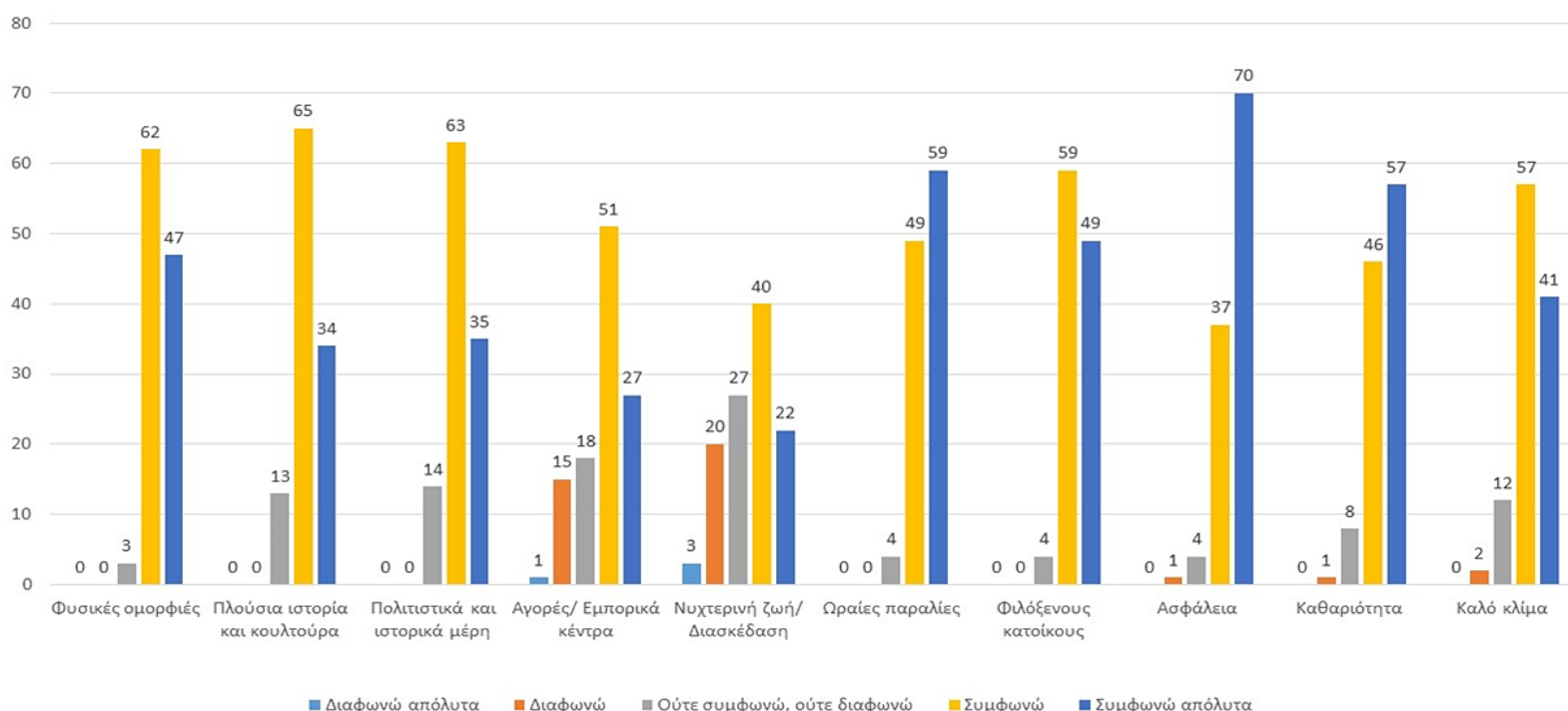
Δυνατότητα ξεναγήσεων: Το 29% (33) συμφωνεί και το 6% (7) συμφωνεί απόλυτα με τη δυνατότητα ξεναγήσεων. Ωστόσο, αδιάφορο δηλώνει το 37% (42), ενώ το 22% (25) διαφωνεί και το 4% (5) διαφωνεί απόλυτα με την άποψη ότι οι ξεναγήσεις κάνουν τον προορισμό πιο ελκυστικό.

Λογικές τιμές προϊόντων/υπηρεσιών: Το 57% (64) συμφωνεί, το 16% (19) συμφωνεί απόλυτα, ενώ το 25% (28) ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί, με το κριτήριο ότι οι λογικές τιμές κάνουν ελκυστικό έναν προορισμό.

Ποικιλία τουριστικών αξιοθεάτων: Το 47% (53) συμφωνεί, το 13% (15) συμφωνεί απόλυτα ότι τα αξιοθέατα κάνουν έναν προορισμό ελκυστικό. Το 32% (36) του είναι αδιάφορο, ενώ το 7% (8) διαφωνεί με αυτό το κριτήριο.

Κοντινή απόσταση: Το 35% (40) και το 33% (38) συμφωνεί και συμφωνεί απόλυτα αντίστοιχα, ότι η κοντινή απόσταση κάνει έναν προορισμό ελκυστικό. Το 18% (21) τον αφήνει αδιάφορο, ενώ το 11% (13) διαφωνεί με το κριτήριο της απόστασης.

Κατά τη γνώμη μου, ένας προορισμός είναι ελκυστικός όταν έχει...



Διάγραμμα 11: Ελκυστικότητα προορισμού σύμφωνα με τους ερωτηθέντες τουρίστες της Σαλαμίνας

Φυσικές ομορφιές: Η πλειοψηφία δηλώνει πως οι φυσικές ομορφιές ενός τόπου τον καθιστούν ελκυστικό για διακοπές με το 55% (62) να συμφωνεί και το 32% (36) να συμφωνεί απόλυτα, ενώ το 2% (3) δηλώνει ουδέτερο.

Πλούσια ιστορία και κουλτούρα: Για την πλειοψηφία, η ιστορία και η κουλτούρα ενός τόπου παίζει ρόλο στην ελκυστικότητά του με το 58% (65) να συμφωνεί και το 30% (34) να συμφωνεί απόλυτα, ενώ το 11% (13) δηλώνει ότι ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί με αυτό το κριτήριο.

Πολιτιστικά και ιστορικά μέρη: Από τους συμμετέχοντες το 56% (63) συμφωνεί και το 31% (35) συμφωνεί απόλυτα ότι τα πολιτιστικά και ιστορικά μέρη είναι θελκτικά, ενώ το 12% (14) είναι ουδέτερο.

Αγορές/ Εμπορικά κέντρα: Τα μέρη με αγορές/εμπορικά κέντρα παίζουν σημαντικό ρόλο για το 45% και 24% των ερωτηθέντων με 51 άτομα να συμφωνούν και 27 να συμφωνούν απόλυτα. Από την άλλη για το 16% (18) όχι και τόσο, ενώ για το 13% (15) δεν παίζει καμία σημασία.

Νυχτερινή ζωή/ διασκέδαση: Η πλειοψηφία θεωρεί ότι η διασκέδαση/ νυχτερινή ζωή ενός τόπου, τον κάνει πιο θελκτικό, με το 35,7% (40) και 19,6% (22) να συμφωνούν και να συμφωνούν απόλυτα αντίστοιχα. Το 24% (27) ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί, ενώ το 17,8% (20) διαφωνεί και το 2,6% (3) διαφωνεί απόλυτα.

Ωραίες παραλίες: Το 52,6% (59) συμφωνεί απόλυτα πως οι ωραίες παραλίες ενός προορισμού τον κάνουν ελκυστικό και το 43,7% (49) συμφωνεί, ενώ μόνο το 3,5% (4) ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί.

Φιλόξενοι κάτοικοι: Για την πλειοψηφία ένας μέρος με φιλόξενους κατοίκους είναι πιο θελκτικό με το 52,6% (59) να συμφωνεί, το 43,7% (49) να συμφωνεί απόλυτα, ενώ μόνο το 3,5% (4) δηλώνει ουδέτερο.

Ασφάλεια: Το 62,5% (70) συμφωνεί απόλυτα, το 33% (37) συμφωνεί, το 43,7% (4) ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί, ενώ το 0,8%(1) διαφωνεί πως το θέμα της ασφάλειας κάνει ελκυστικό έναν προορισμό.

Καθαριότητα: Για το 50,8%(57) παίζει πολύ σημαντικό ρόλο αφού δήλωσε πως συμφωνεί απόλυτα, το 41% (46) συμφωνεί, το 7,1%(8) δήλωσε ουδέτερο, ενώ μόνο το 0,8% (1) δήλωσε πως διαφωνεί με το θέμα της καθαριότητας.

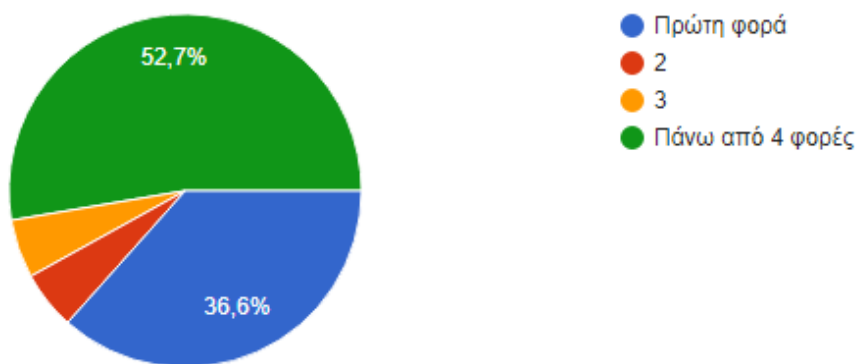
Καλό κλίμα: Τουλάχιστον οι μισοί ερωτώμενοι συμφωνούν με το κριτήριο ότι ένας προορισμός με καλό κλίμα είναι ελκυστικός με το 50,8% (57) να συμφωνεί και το 36,6% (41) να συμφωνεί απόλυτα. Ενώ το 10,7% (12) ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί και μόλις το 1,7% (2) διαφωνεί.

6.3 Σαλαμίνα: Τουριστική εμπειρία & ικανοποίηση

Σε αυτή την ενότητα, οι συμμετέχοντες απάντησαν σε ερωτήσεις που αφορούν την εμπειρία τους, καθώς και τα επίπεδα ικανοποίησης τους από το ταξίδι ή την επίσκεψή τους στο νησί της Σαλαμίνας.

Πόσες φορές έχετε επισκεφτεί τη Σαλαμίνα;

112 απαντήσεις



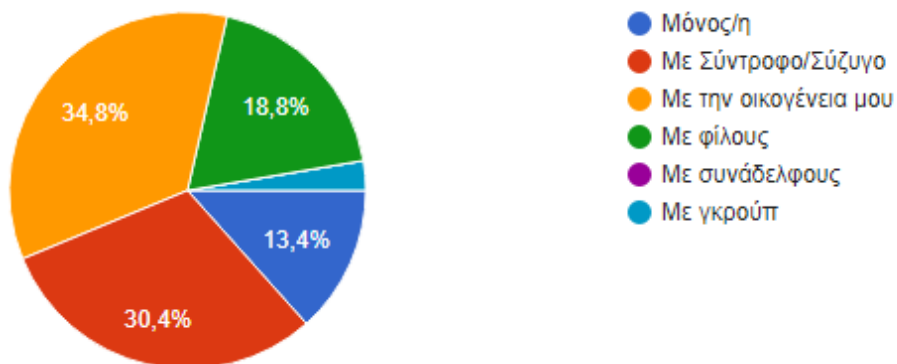
Διάγραμμα 12: Πόσες φορές έχετε επισκεφτεί τη Σαλαμίνα;

Το 52,7% απάντησε ότι έχει επισκεφτεί τη Σαλαμίνα πάνω από 4 φορές και το 36,6% την επισκέφτηκε για πρώτη φορά.

Και Έλληνες και ξένοι επισκέφτηκαν το νησί πάνω από 4 φορές, όμως οι Έλληνες ήταν περισσότεροι με μέσο όρο 3,4 έναντι των ξένων με 2,2.

Με ποίον επισκεφθήκατε τη Σαλαμίνα;

112 απαντήσεις

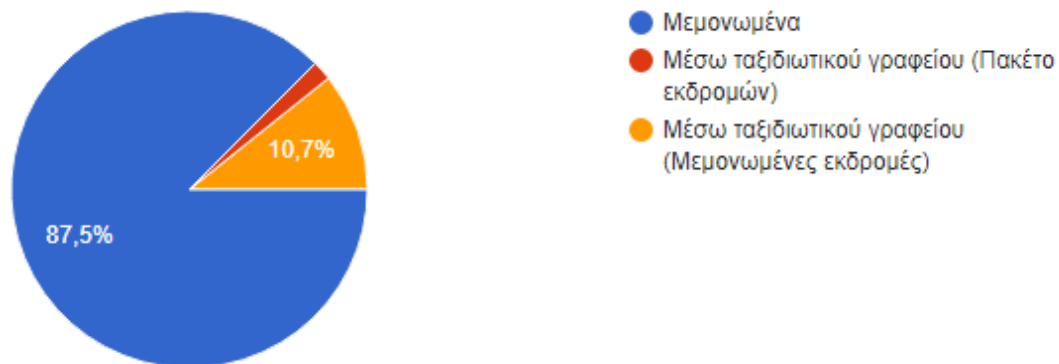


Διάγραμμα 13: Με ποίον επισκεφθήκατε τη Σαλαμίνα;

Οι περισσότεροι επισκέφτηκαν το νησί μαζί με την οικογένεια τους (34,8%) και ακολουθούν αυτοί που το επισκέφτηκαν μαζί με τον/την σύντροφό τους (30,4%). Οι πιο πολλοί Έλληνες πήγαν μαζί με την οικογένεια τους, σημειώνοντας 3,4 μέσο όρο, ενώ οι περισσότεροι ξένοι πήγαν μαζί με τον/την σύντροφό τους με 2,4 μέσο όρο.

Με ποιόν τρόπο επιλέξατε να ταξιδέψετε;

112 απαντήσεις



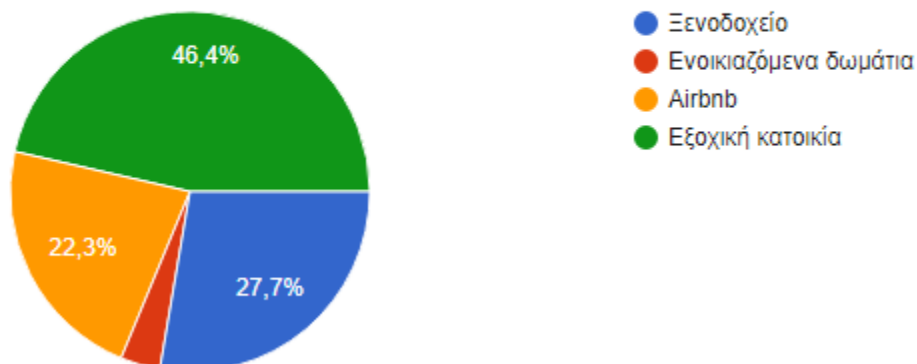
Διάγραμμα 14: Με ποιόν τρόπο επιλέξατε να ταξιδέψετε;

Η πλειοψηφία (87,5%) Ελλήνων και ξένων ταξίδεψε μεμονωμένα, ενώ μόλις το 10,7% ταξίδεψε μέσω ταξιδιωτικού γραφείου που περιλαμβάνει μεμονωμένες εκδρομές.

Και οι Έλληνες και οι ξένοι επισκέπτες ταξίδεψαν μεμονωμένα στο νησί, σημειώνοντας 1,3 και 1,1 μέσο όρο αντίστοιχα.

Που μείνατε;

112 απαντήσεις



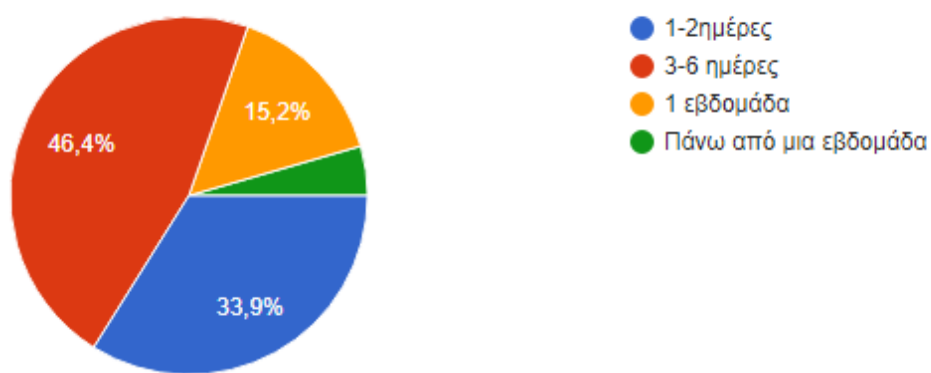
Διάγραμμα 15: Που μείνατε;

Το μεγαλύτερο ποσοστό (46,4%) έμεινε σε εξοχική κατοικία, το 27,7% επέλεξε να μείνει σε ξενοδοχείο και το 22,3% σε κατάλυμα βραχυχρόνιας μίσθωσης (Airbnb).

Αυτοί που έμειναν σε εξοχική κατοικία ήταν στην πλειοψηφία Έλληνες οι οποίοι διαθέτουν παραθεριστική κατοικία στο νησί. Από την άλλη, οι περισσότεροι ξένοι επισκέπτες επέλεξαν τα καταλύματα βραχυχρόνια μίσθωσης. Ο μέσος όρος των Ελλήνων είναι 3,4 και των ξένων 2,4.

Πόσες ημέρες μείνατε;

112 απαντήσεις



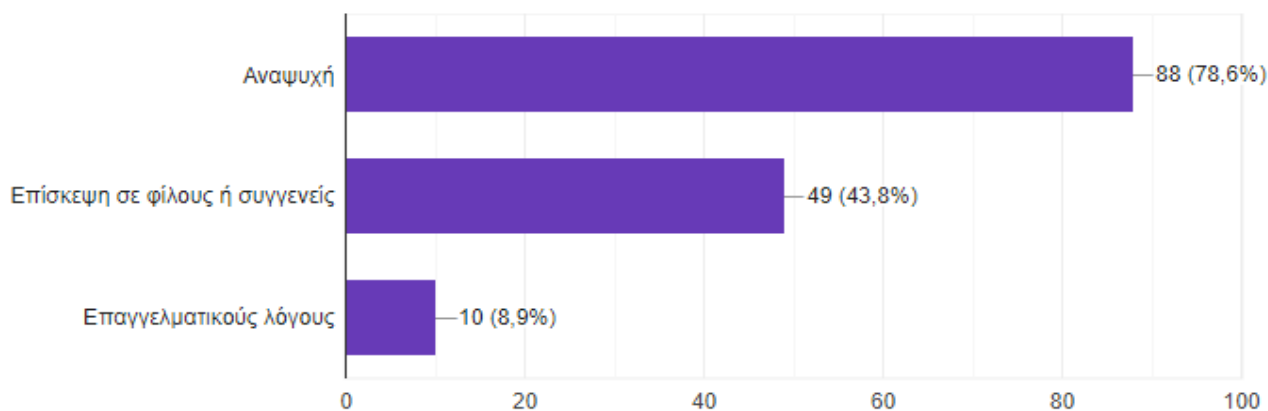
Διάγραμμα 16: Πόσες ημέρες μείνατε;

Το 46,4% έμεινε για 3-6 μέρες, το 33,9% για 1-2 μέρες και το 15,2% για 1 εβδομάδα, μόλις το 5% έμεινε για πάνω από μία εβδομάδα στο νησί.

Ο περισσότεροι Έλληνες και ξένοι επέλεξαν να μείνουν για 3-6 ημέρες, σημειώνοντας κοντινό μέσο όρο 1,8 και 1,9.

Για ποιο λόγο επισκεφθήκατε τη Σαλαμίνα; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από 1 απαντήσεις)

112 απαντήσεις

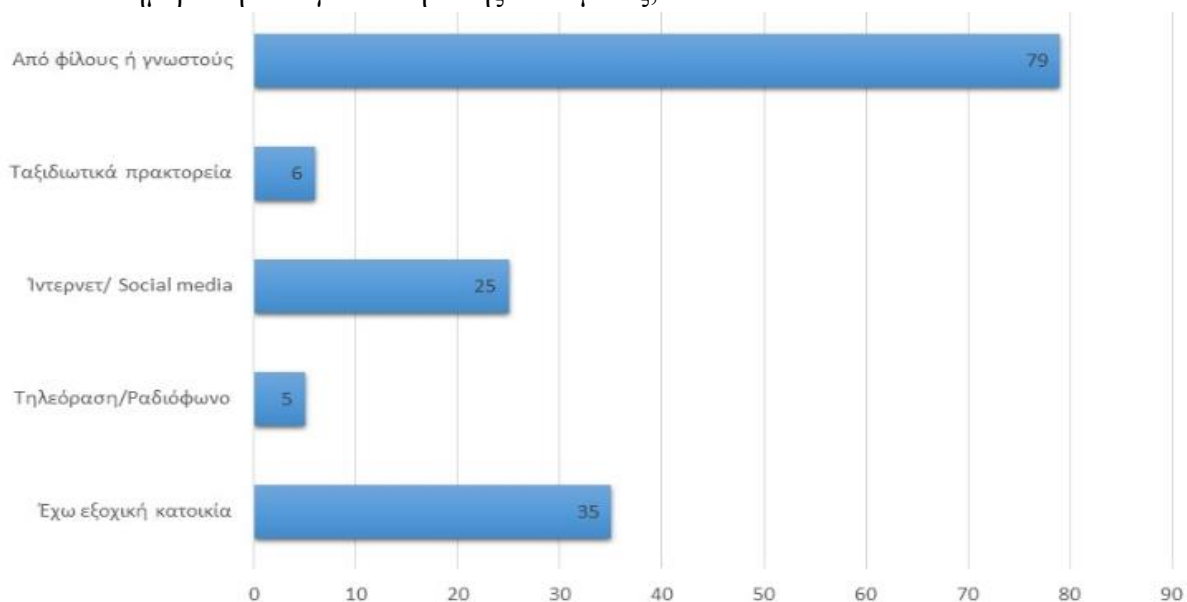


Διάγραμμα 17: Για ποιο λόγο επισκεφθήκατε τη Σαλαμίνα;

Οι περισσότεροι απάντησαν ότι επισκέφτηκαν τη Σαλαμίνα για αναψυχή (78,6%), ακολουθούν αυτοί που πήγαν για επίσκεψη σε φίλους ή συγγενείς (43,8%) και τελευταίοι αυτοί για επαγγελματικούς λόγους (8,9%).

Τόσο οι ξένοι, όσο και οι Έλληνες επέλεξαν τη Σαλαμίνα περισσότερο για αναψυχή και για επίσκεψη σε φίλους /συγγενείς συγκεντρώνοντας μέσο όρο 1,5 και 1,3 αντίστοιχα.

Από πού ενημερωθήκατε για το νησί της Σαλαμίνας;



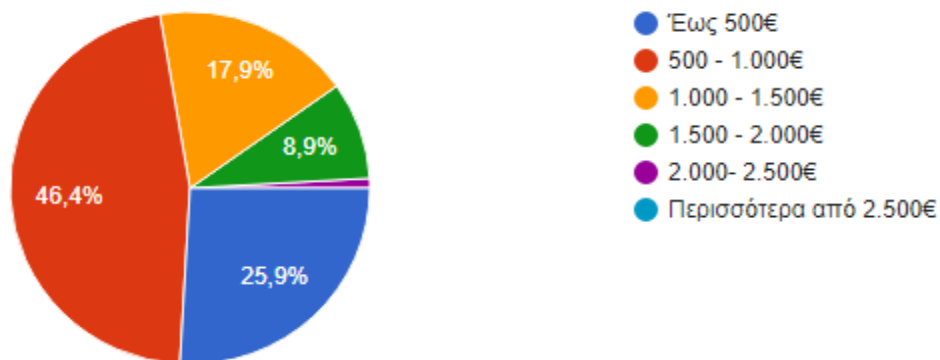
Διάγραμμα 18: Από πού ενημερωθήκατε για το νησί της Σαλαμίνας;

Το 70% ενημερώθηκε από γνωστούς και φίλους, το 23% έχει εξοχική κατοικία και είναι όλοι Έλληνες, το 16% από το Internet/Social Media, το 4% από ταξιδιωτικά πρακτορεία και το 3% από τηλεόραση/ ραδιόφωνο.

Ορισμένοι Έλληνες γνωρίζουν το νησί γιατί έχουν εξοχική κατοικία σε αυτό, ενώ άλλοι ενημερώθηκαν από φίλους & γνωστούς, συγκεντρώνοντας μέσο όρο 3,6. Οι ξένοι γνωρίζουν τη Σαλαμίνα μέσα από φίλους και γνωστούς και λιγότερο από ίντερνετ και σοσιαλ μίντια, συγκεντρώνοντας μέσο όρο 2,7.

Πόσα χρήματα ξοδέψατε συνολικά κατά την παραμονή σας το νησί;

112 απαντήσεις



Διάγραμμα 19: Πόσα χρήματα ξοδέψατε συνολικά κατά την παραμονή σας το νησί;

Το μεγαλύτερο ποσοστό 46,4% ξόδεψε από 500 έως 1.000€ κατά την παραμονή του στο νησί. Αμέσως μετά το 25,9% ξόδεψε έως 500€ και το 17,9% από 1.000 έως 1.500€. Τέλος το 8,9% ξόδεψε από 1.500 έως 2.000€ και μόλις το 1% ξόδεψε από 2.000- 2.500€, ενώ κανένας από τους ερωτηθέντες δεν ξόδεψε πάνω από 2.500€

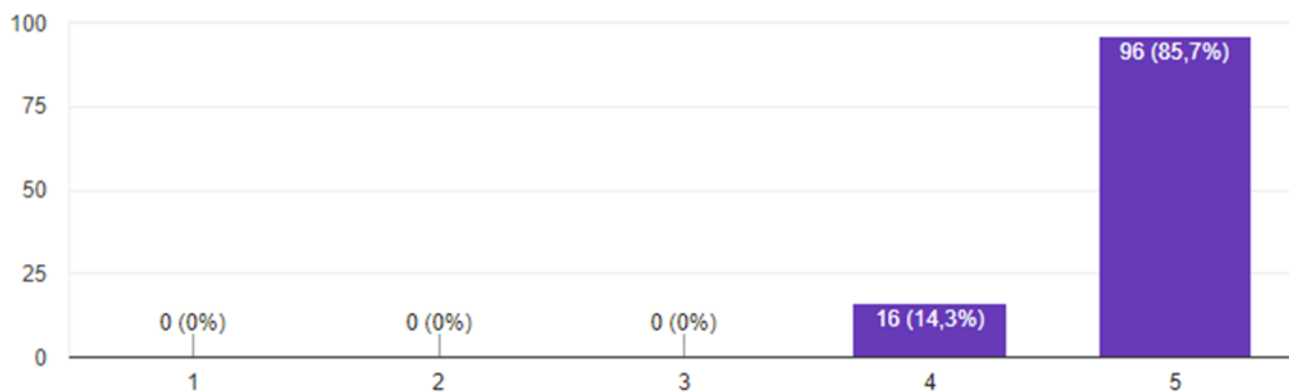
Οι Έλληνες ξόδεψαν έως 1000€ κατά την παραμονή τους, με μέσο όρο 1,5 έναντι των ξένων οι οποίοι ξόδεψαν περισσότερα, έως 2.000€, με μέσο όρο 2,5.

Με βάση την εμπειρία σας, πώς αξιολογείτε τη Σαλαμίνα στα ακόλουθα;

1 =Καθόλου, 2= Λίγο, 3=Μέτρια, 4= Πολύ, 5=Πάρα πολύ

Εύκολη πρόσβαση

112 απαντήσεις



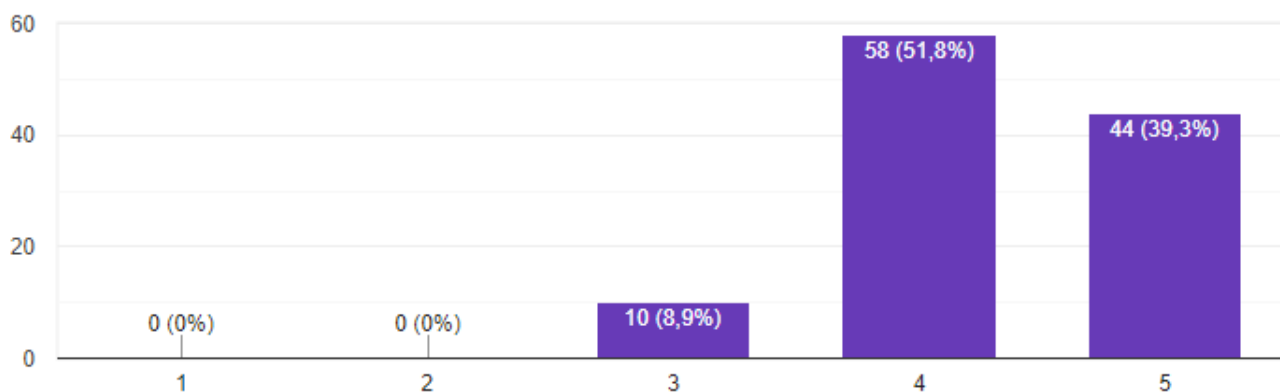
Διάγραμμα 20: Εύκολη πρόσβαση

Η πλειοψηφία (85,7%) δήλωσε ότι η Σαλαμίνα έχει πάρα πολύ εύκολη πρόσβαση και το 14,3% απάντησε πολύ εύκολη.

Έλληνες και ξένοι συμφώνησαν ότι έχει πάρα πολύ εύκολη πρόσβαση συγκεντρώνοντας τον ίδιο μέσο όρο, 4,8.

Πλούσια ιστορική και πολιτισμική κληρονομιά

112 απαντήσεις



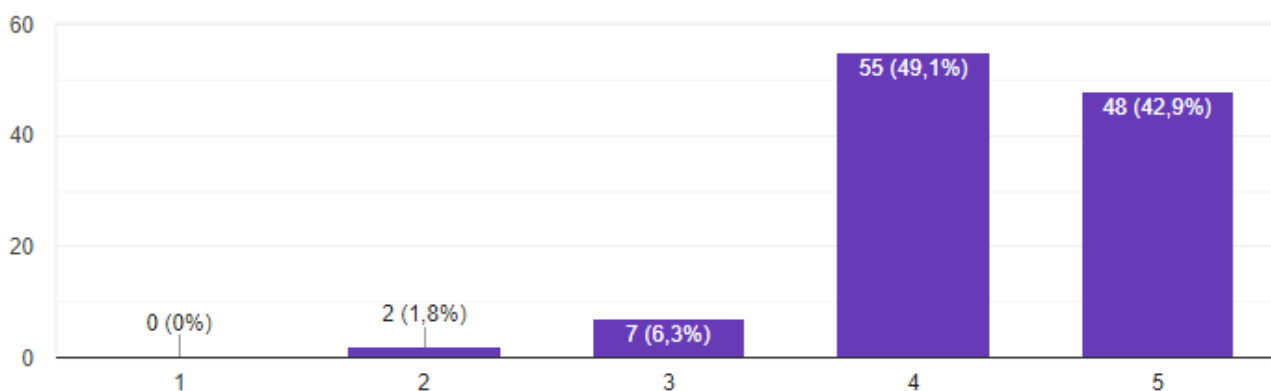
Διάγραμμα 21: Πλούσια ιστορική και πολιτισμική κληρονομιά

Το 51,8% αξιολόγησε ότι το νησί έχει «πολύ» πλούσια ιστορική και πολιτισμική κήρονομία, το 39,3% «πάρα πολύ» ενώ το 8,9% απάντησε «μέτρια».

Για τους Έλληνες επισκέτες το νησί διαθέτει «πάρα πολύ» πλούσια ιστορική και πολιτισμική κληρονομία σημειώνοντας 4,3 μέσο όρο. Για τους ξένους το νησί έχει «πολύ» πλούσια κληρονομία σημειώνοντας με τη σειρά τους 4,2 μέσο όρο.

Φυσικές ομορφιές/ παραλίες

112 απαντήσεις



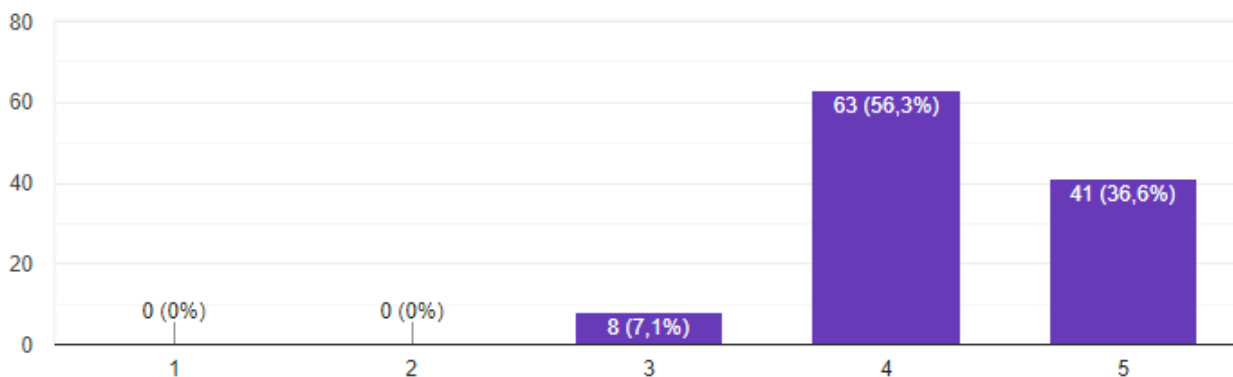
Διάγραμμα 22: Φυσικές ομορφιές/ παραλίες

Όσον αφορά τις φυσικές ομορφιές και τις παραλίες του νησιού το 49,1% απάντησε «πολύ» και το 42,9% «πάρα πολύ», ενώ το 6,3% απάντησε «μέτρια» και το 1,8% «λίγο».

Οι περισσότεροι Έλληνες και ξένοι απάντησαν το ίδιο, ότι το νησί έχει φυσικές ομορφιές και ωραίες παραλίες με μέσο όρο 4,2 και 4,3.

Καλές καιρικές συνθήκες

112 απαντήσεις



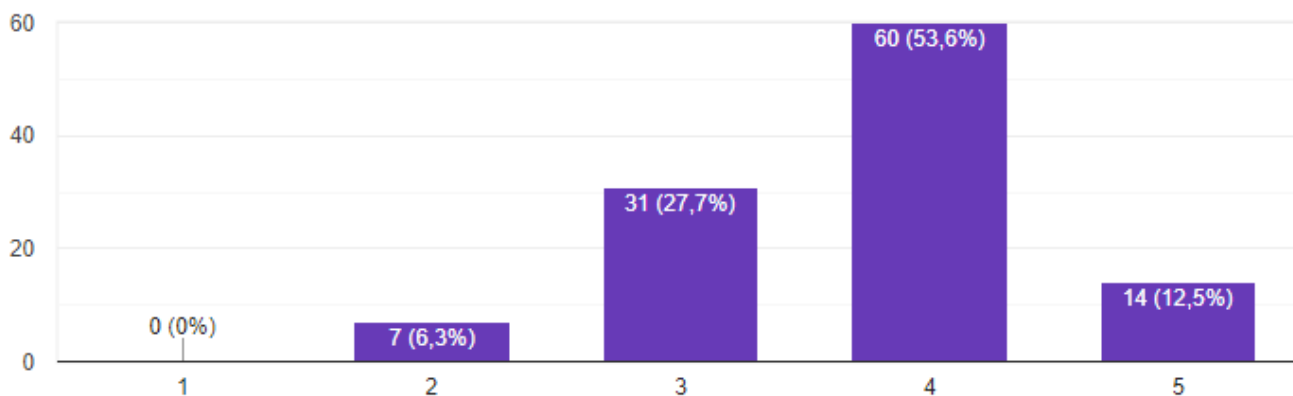
Διάγραμμα 23: Καλές καιρικές συνθήκες

Κατά την παραμονή του στο νησί, το 56,3% τις αξιολόγησε ως «πολύ» καλές καιρικές συνθήκες και το 36,6% ως «πάρα πολύ» καλές ενώ το 7,1% τις χαρακτήρισε μέτριες.

Και εδώ Έλληνες και ξένοι επισκέπτες συμφώνησαν ότι στο νησί επικρατούν πολύ καλές καιρικές συνθήκες συγκεντρώνοντας αμφότεροι 4,3 μέσο όρο.

Χώροι διαμονής (εξυπηρέτηση, ποιότητα υπηρεσιών)

112 απαντήσεις



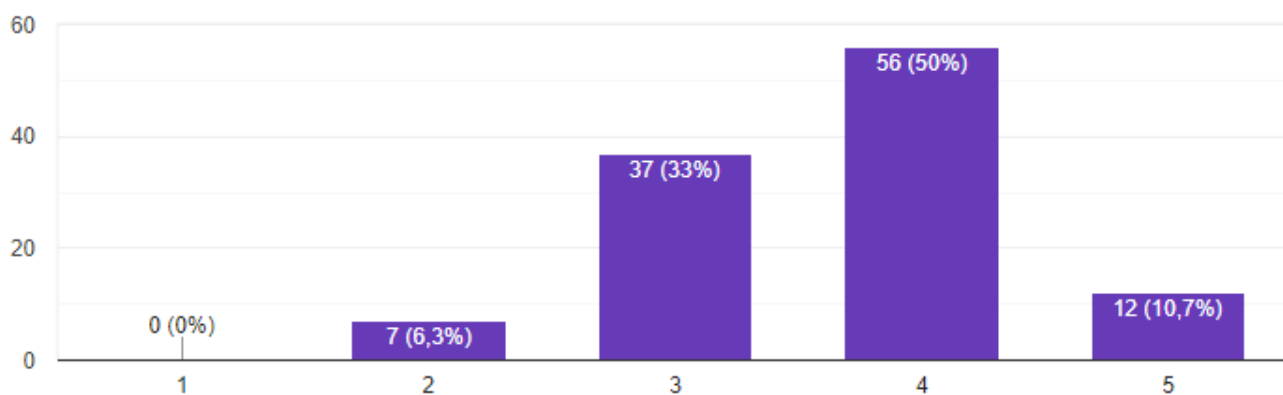
Διάγραμμα 24: Χώροι διαμονής (εξυπηρέτηση, ποιότητα υπηρεσιών)

Το 53,6% έμεινε «πολύ» ικανοποιημένο από τους χώρους διαμονής του νησιού, ενώ το 27,7% έμεινε μετρίως. Το 12,5% έμεινε «πάρα πολύ ικανοποιημένο» ενώ το 6,3% «λίγο».

Οι ξένοι έμειναν λίγο περισσότερο ικανοποιημένοι από τη διαμονή με μέσο όρο 3,8. Οι Έλληνες συγκέντρωσαν μέσο όρο 3,6.

Χώροι εστίασης (εξυπηρέτηση, ποιότητα υπηρεσιών)

112 απαντήσεις

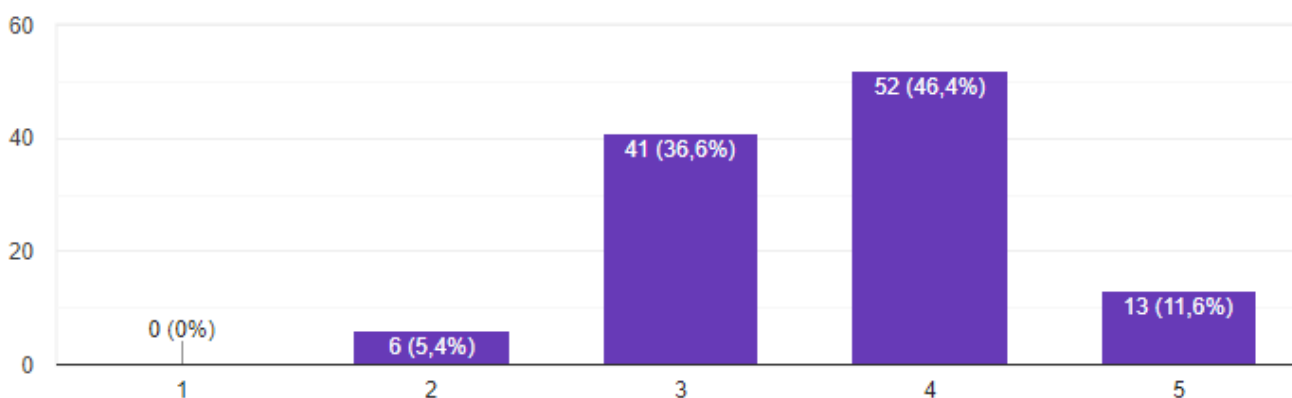


Διάγραμμα 25: Χώροι εστίασης (εξυπηρέτηση, ποιότητα υπηρεσιών)

Το 50% έμεινε «πολύ» ικανοποιημένο από την ποιότητα και την εξυπηρέτηση στους χώρους εστίασης του νησιού, το 33% «μετρίως», το 10,7 «πάρα πολύ», ενώ το 6,3% έμεινε «λίγο» ικανοποιημένο. Και εδώ ο μέσος όρος Ελλήνων και ξένων επισκεπτών είναι αρκετά κοντά, με τους Έλληνες να μένουν λίγο περισσότερο ικανοποιημένοι από την εστίαση στο νησί σημειώνοντας μέσο όρο 3,7 έναντι των ξένων που σημείωσαν 3,5.

Αγορές (εξυπηρέτηση, ποικιλία)

112 απαντήσεις

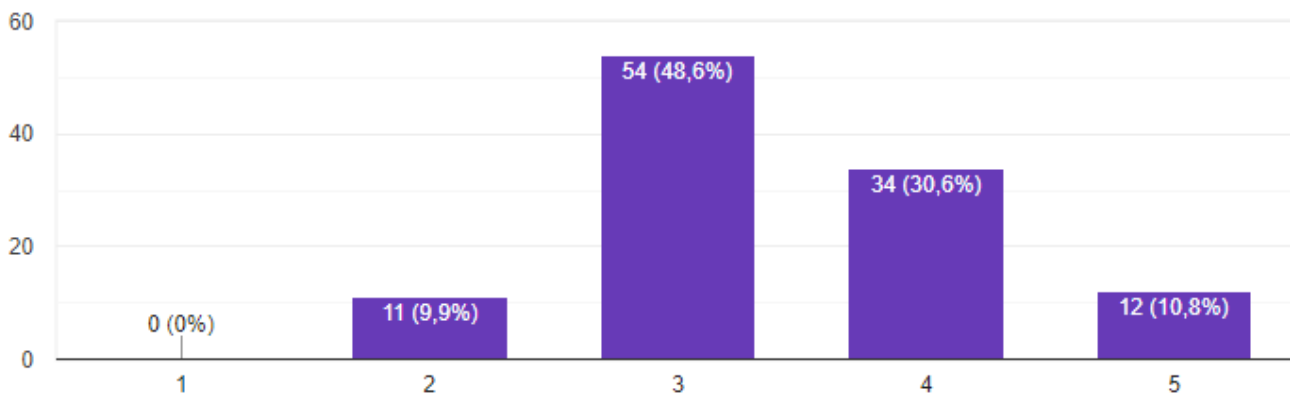


Διάγραμμα 26: Αγορές (εξυπηρέτηση, ποικιλία)

Από την εξυπηρέτηση και την ποιότητα στις αγορές του νησιού το 46,4% έμεινε «πολύ» ικανοποιημένο, το 36,6% «μετρίως», το 11,6 «πάρα πολύ» και το 5,4% «λίγο». Οι Έλληνες επισκέπτες έμειναν λίγο πιο ικανοποιημένοι από τις αγορές σημειώνοντάς μέσο όρο 3,7 έναντι 3,5 των ξένων.

Ποικιλία δραστηριοτήτων και διασκέδασης

111 απαντήσεις



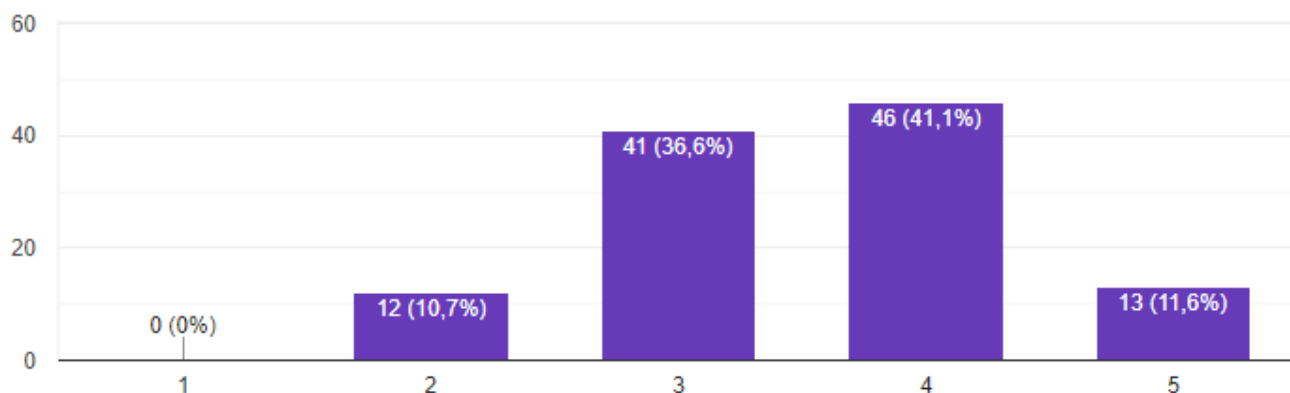
Διάγραμμα 27: Ποικιλία δραστηριοτήτων και διασκέδασης

Η πλειοψηφία 48,6% χαρακτήρισε «μέτρια» την ποικιλία σε δραστηριότητες και διασκέδαση στο νησί, το 30,6% «πολύ», το 10,8% «πάρα πολύ» και το 9,9% «λίγο».

Οι Έλληνες απάντησαν ότι οι υπήρχε πολύ ποικιλία στις δραστηριότητες, ενώ οι ξένοι ότι υπήρχε μετρίως με μέσο όρο 3,6 και 3,2 αντίστοιχα.

Λογικές τιμές

112 απαντήσεις



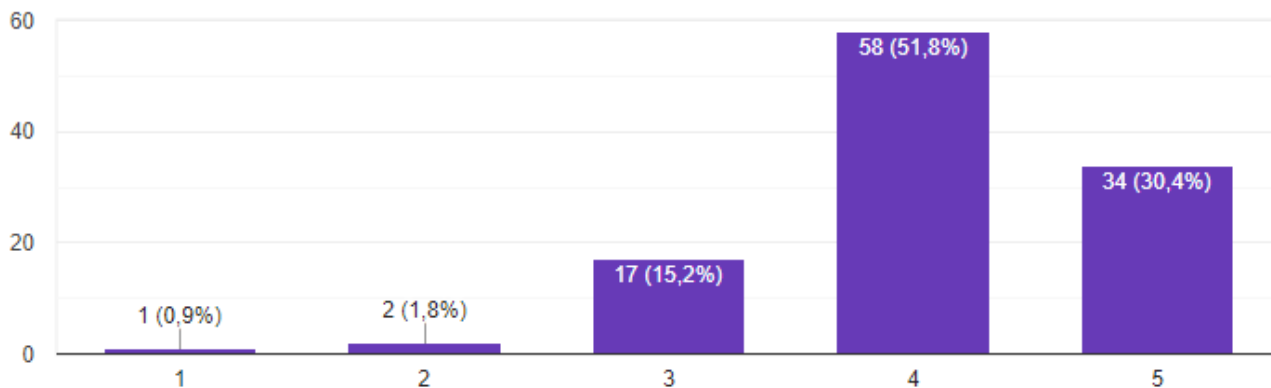
Διάγραμμα 28: Λογικές τιμές

Για το 41,1% των συμμετεχόντων οι τιμές ήταν «πολύ» λογικές, για το 36,6% ήταν «μετρίως» λογικές, για το 11,6% οι τιμές ήταν «πάρα πολύ λογικές», ενώ για το 10,7% οι τιμές ήταν «λίγο» λογικές.

Στους Έλληνες οι τιμές φάνηκαν μετρίως λογικές με μέσο όρο 3,2, ενώ στους ξένους φάνηκαν πολύ λογικές, με μέσο όρο 3,7.

Φιλόξενοι κάτοικοι

112 απαντήσεις



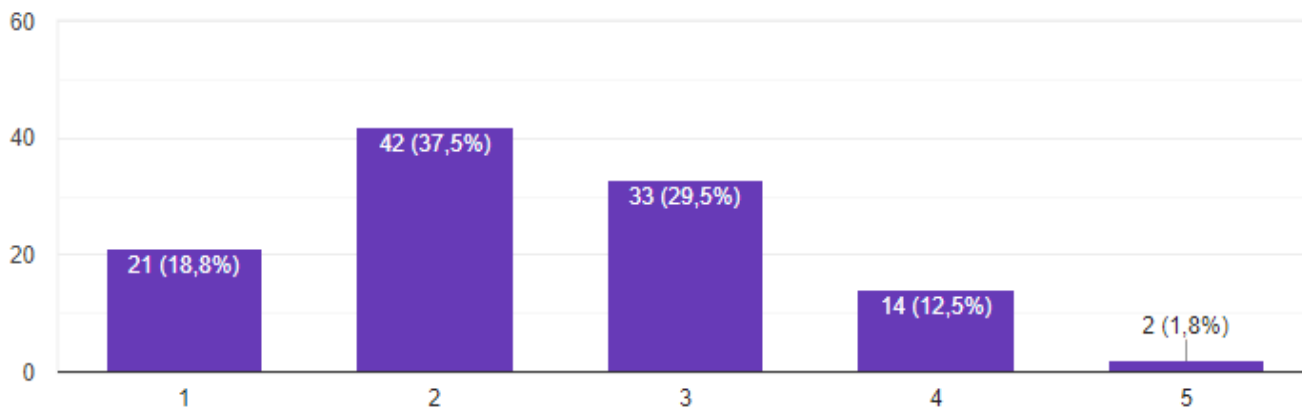
Διάγραμμα 29: Φιλόξενοι κάτοικοι

Το 51,8% δήλωσε ότι οι κάτοικοι του νησιού είναι «πολύ» φιλόξενοι, το 30,4% «πάρα πολύ», και το 15,2% «μέτρια». Μόλις το 1,8% απάντησε ότι οι κάτοικοι είναι «λίγο» φιλόξενοι και το 0,9% ότι δεν είναι «καθόλου φιλόξενοι».

Και οι Έλληνες και οι ξένοι απάντησαν ότι οι κάτοικοι της Σαλαμίνας ήταν πολύ φιλόξενοι σημειώνοντας μέσο όρο 4 και 4,1 αντίστοιχα.

Καθαρό περιβάλλον

112 απαντήσεις



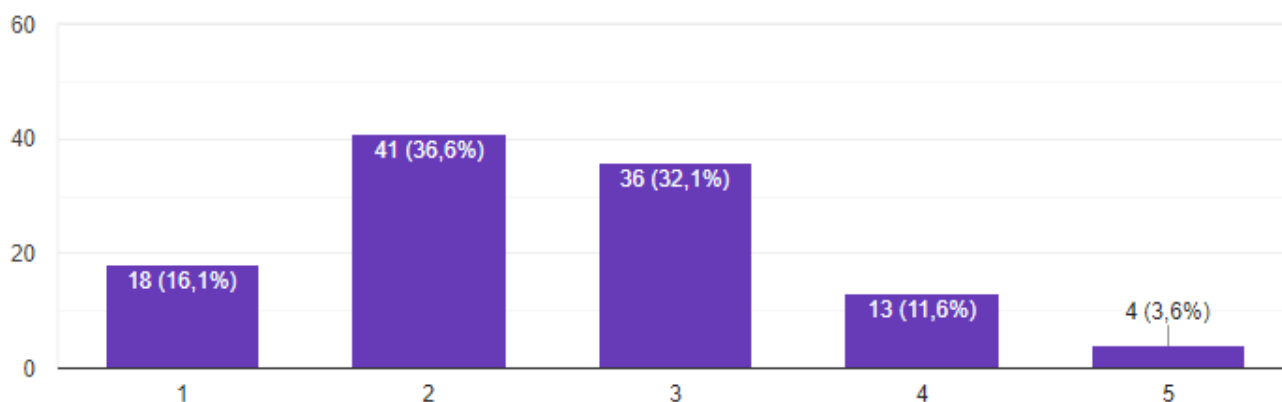
Διάγραμμα 30: Καθαρό περιβάλλον

Το 37,5% βρήκε το περιβάλλον της Σαλαμίνας «λίγο» καθαρό και το 29,5% «μετρίως» καθαρό. Το 18,8% δεν το βρήκε «καθόλου» καθαρό, ενώ μόλις το 12,5% το χαρακτήρισε «πολύ» καθαρό και το 1,8% «πάρα πολύ» καθαρό.

Ο μέσος όρος των Ελλήνων 2,3 χαρακτήρισε το περιβάλλον του νησιού λίγο καθαρό, ενώ ο μέσος όρος των ξένων 2,4 βρήκε το περιβάλλον μετρίως καθαρό.

Καλό οδικό δίκτυο

112 απαντήσεις



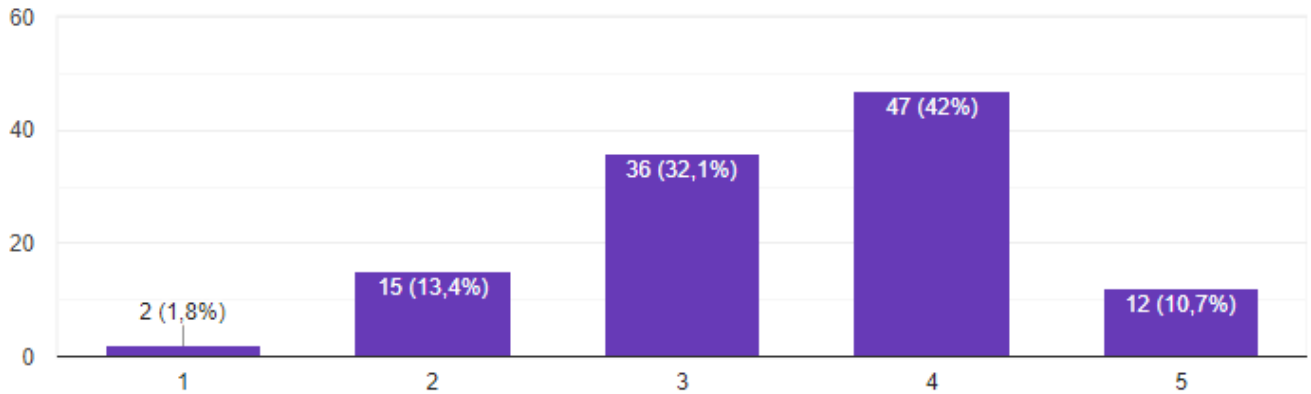
Διάγραμμα 31: Καλό οδικό δίκτυο

Το 36,6% χαρακτήρισε το οδικό δίκτυο του νησιού «λίγο» καλό, το 32,1% «μέτριο», ενώ το 16,1% καθόλου καλό. Από την άλλη για το 11,6% το οδικό δίκτυο είναι «καλό» και για το 3,6% «πολύ» καλό.

Οι Έλληνες απάντησαν ότι το οδικό δίκτυο είναι λίγο καλό με μέσο όρο 2,4 και οι ξένοι ότι είναι μέτρια καλό με 2,5 μέσο όρο.

Ασφάλεια και προστασία

112 απαντήσεις



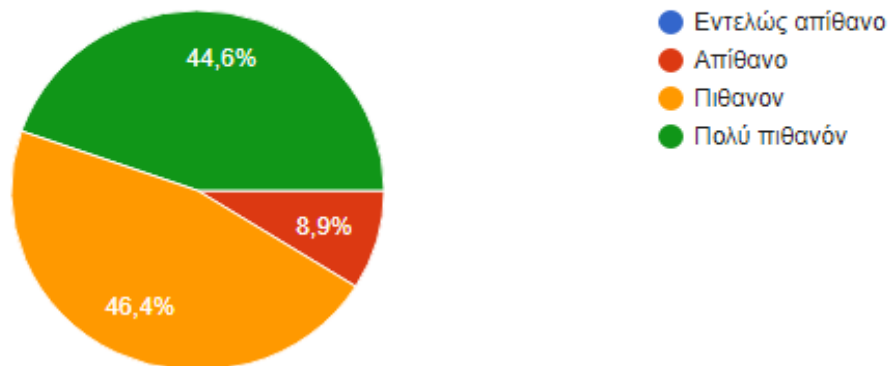
Διάγραμμα 32: Ασφάλεια και προστασία

Όσον αφορά το θέμα της ασφάλειας και προστασίας στο νησί της Σαλαμίνας, το 42% των ερωτώμενων απάντησε ότι νιώθει «πολύ» ασφαλής, το 32,1% απάντησε «μέτρια» και το 13,4% «λίγο». Το 1,8% δεν αισθάνθηκε «καθόλου» ασφάλεια, ενώ το 10,7% «πάρα πολύ».

Οι Έλληνες αισθάνθηκαν πολύ ασφαλείς στο νησί με μέσο όρο 3,9, ενώ οι ξένοι μετρίως ασφαλείς με μέσο όρο 3.

Θα ξαναεπιλέγατε τη Σαλαμίνα για τις καλοκαιρινές σας διακοπές;

112 απαντήσεις



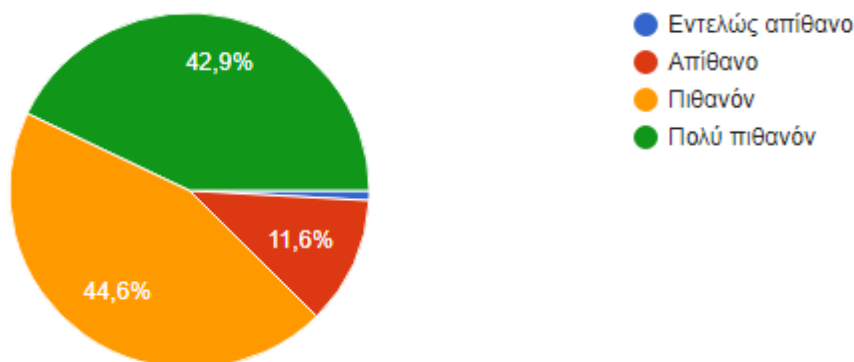
Διάγραμμα 33: Θα επιλέγατε ξανά τη Σαλαμίνα για τις καλοκαιρινές σας διακοπές;

Για το εάν θα επέλεγαν ξανά τη Σαλαμίνα για τις καλοκαιρινές τους διακοπές το 46,4% των συμμετεχόντων απάντησε «πιθανόν» και το 44,6% «πολύ πιθανόν» ενώ μόνο το 8,9% απάντησε

«απίθανο» και το 1% «εντελώς απίθανο». Τόσο οι Έλληνες όσο και οι ξένοι επισκέπτες απάντησαν ότι πολύ πιθανόν να ξαναεπέλεγαν τη Σαλαμίνα για τις διακοπές τους σημειώνοντας και οι δύο 3,3 μέσο όρο.

Θα την προτείνετε σε γνωστούς/ φίλους/ συγγενείς;

112 απαντήσεις



Διάγραμμα 34: Θα την προτείνετε σε φίλους/γνωστούς/ συγγενείς;

Για το εάν θα πρότειναν σε γνωστούς/ φίλους/ συγγενείς τη Σαλαμίνα, το 44,6% των συμμετεχόντων απάντησε «πιθανόν» και το 42,9% «πολύ πιθανόν», ενώ το 11,6% απάντησε «απίθανο» και το 1% «εντελώς απίθανο». Έλληνες και ξένοι απάντησαν ότι πολύ πιθανόν θα την πρότειναν σε άλλους με μέσο όρο 3,4 και 3,2.

6.4 Τουριστική Τυπολογία

Σε αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της πρωτογενούς έρευνας στους επισκέπτες-τουρίστες της Σαλαμίνας, καθώς και διαγραμματικά τα ποσοστά για κάθε ερώτηση αναλυτικά. Τα στοιχεία που ακολουθούν στις επόμενες σελίδες είναι σχετικά με τη σύνθεση του δείγματος.

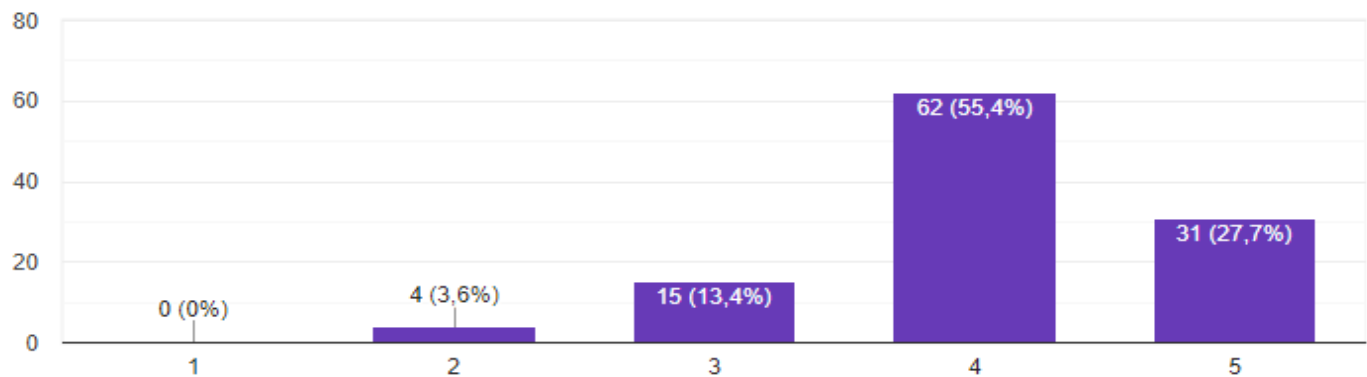
Οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να απαντήσουν για τις δραστηριότητες που τους αρέσει να κάνουν όταν βρίσκονται σε διακοπές. Πιο συγκεκριμένα, αξιολόγησαν τις παρακάτω προτάσεις χρησιμοποιώντας την κλίμακα: 1=Ποτέ δεν μου αρέσει, 2=Σπάνια μου αρέσει, 3=Μερικές φορές μου αρέσει, 4=Συχνά μου αρέσει, 3=Πάντα μου αρέσει.

Ποιες από τις παρακάτω τουριστικές δραστηριότητες σας ταιριάζουν καλύτερα;

Όταν πηγαίνω διακοπές...

Περνάω την ημέρα μου στην παραλία, χαλαρώνω και κάνω ηλιοθεραπεία.

112 απαντήσεις



Διάγραμμα 35: Περνάω την ημέρα μου στην παραλία, χαλαρώνω και κάνω ηλιοθεραπεία.

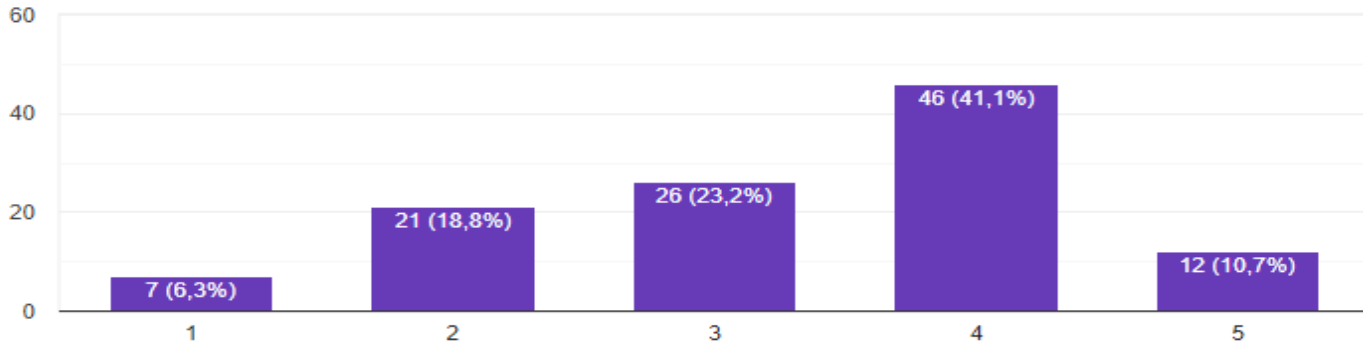
Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (55,4%) συχνά του αρέσει να περνάει τη μέρα του στην παραλία, ενώ το 3,6% σπάνια του αρέσει.

Και οι Έλληνες και οι ξένοι απάντησαν ότι συχνά τους αρέσει να περνάνε τη μέρα στην παραλία, σημειώνοντας μέσο όρο 4,1 και 4 αντίστοιχα.

Συναναστρέφομαι με τους ντόπιους κατοίκους, μιλάω τη γλώσσα τους και γνωρίζω την κουλτούρα τους.



112 απαντήσεις



Διάγραμμα 36: Συναναστρέφομαι με τους ντόπιους κατοίκους, μιλάω τη γλώσσα τους και γνωρίζω την κουλτούρα τους.

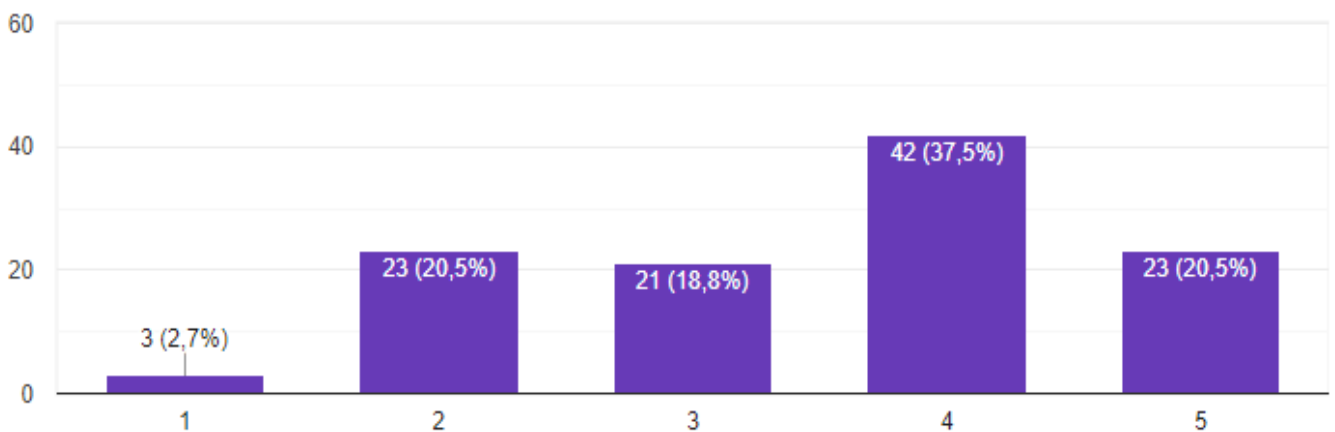
Στο 41,1% συχνά του αρέσει να συναναστρέφεται με τους ντόπιους κατοίκους, να μιλάει τη γλώσσα και να γνωρίζει την κουλτούρα τους. Στο 23,2% μερικές φορές του αρέσει, ενώ στο 6,3% ποτέ δεν του αρέσει.

Οι περισσότεροι Έλληνες και ξένοι απάντησαν ότι συχνά τους αρέσει να συναναστρέφονται με ντόπιους, σημειώνοντας μέσο όρο 3,1 και 3,4 αντίστοιχα.

Επισκέπτομαι μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, πινακοθήκες κ.α.



112 απαντήσεις



Διάγραμμα 37: Επισκέπτομαι μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, πινακοθήκες κ.α.

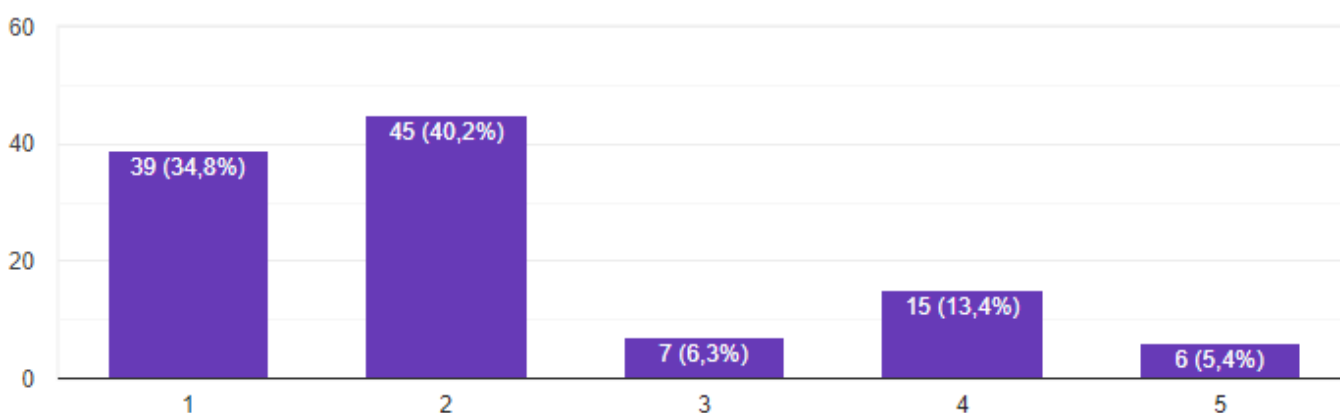
Το 37,5% απάντησε ότι κατά τη διάρκεια των διακοπών του, συχνά του αρέσει να επισκέπτεται μουσεία, πινακοθήκες, αρχαιολογικούς χώρους κτλ. το 20,5% πάντα του αρέσει, ενώ αντίθετα το 2,7% ποτέ δεν του αρέσει.

Οι Έλληνες απάντησαν ότι συχνά τους αρέσει να πηγαίνουν σε μουσεία με μέσο όρο 3,2 , ενώ οι ξένοι ότι πάντα τους αρέσει με μέσο όρο 3,7.

Βγαίνω έξω κάθε βράδυ και πίνω με τους φίλους μου.



112 απαντήσεις



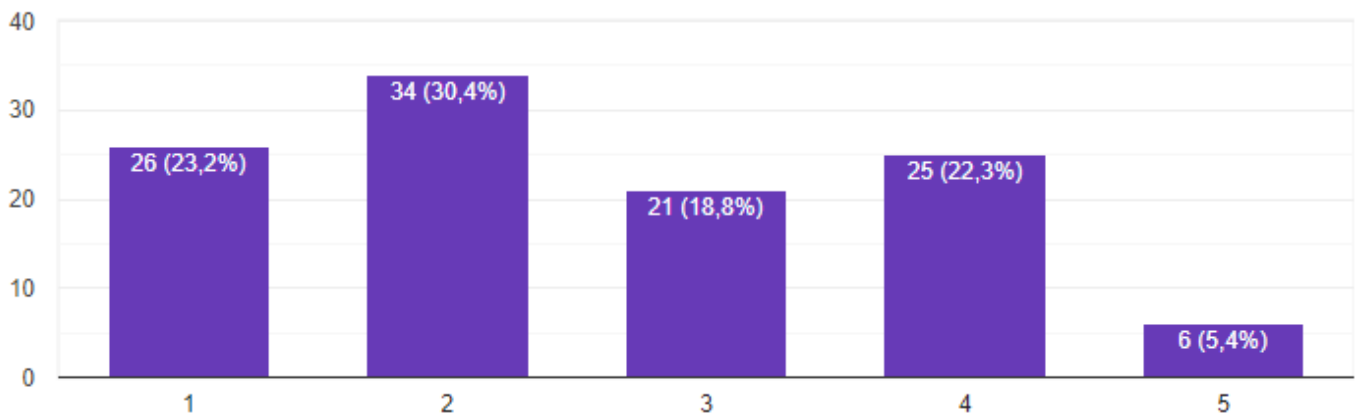
Διάγραμμα 38: Βγαίνω έξω κάθε βράδυ και πίνω με τους φίλους μου.

Το 40,2% δήλωσε ότι σπάνια του αρέσει και το 34,8% ότι ποτέ δεν του αρέσει να βγαίνει έξω κάθε βράδυ και να πίνει με τους φίλους τους, ενώ το 5,4% δήλωσε ότι πάντα του αρέσει.

Οι πιο πολλοί Έλληνες απάντησαν ότι συχνά τους αρέσει να βγαίνουν έξω κάθε βράδυ για ποτό με μέσο όρο 2, ενώ οι πιο πολλοί ξένοι απάντησαν ότι σπάνια τους αρέσει με μέσο όρο 1,9.

Παραμένω σωματικά ενεργός και ασχολούμαι με τα αγαπημένα μου σπορ.

112 απαντήσεις



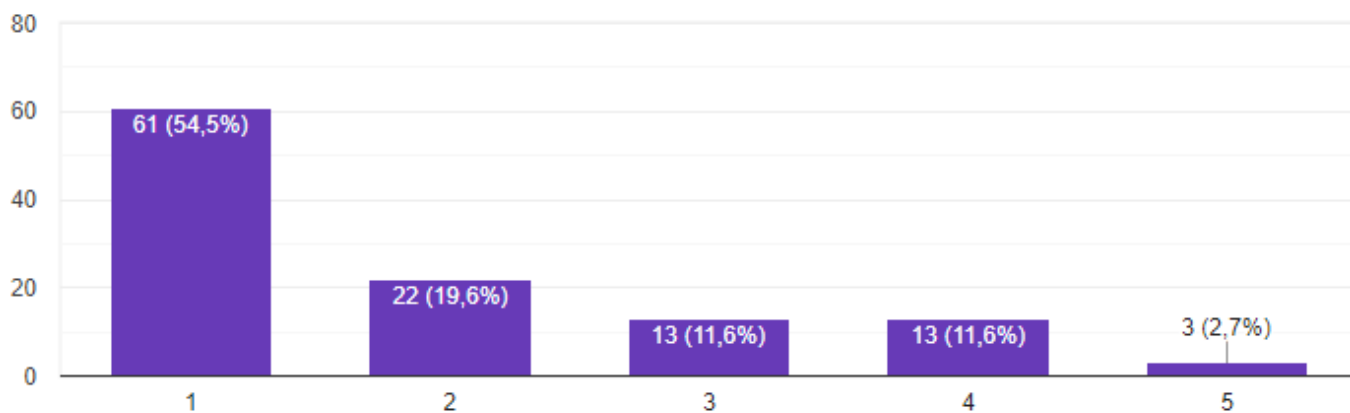
Διάγραμμα 39: Παραμένω σωματικά ενεργός και ασχολούμαι με τα αγαπημένα μου σπορ.

Το 30,4% απάντησε ότι σπάνιος του αρέσει να ασχολείται με το αγαπημένο του σπορ, ενώ μόλις το 5,4% ότι πάντα του αρέσει.

Οι Έλληνες απάντησαν ότι σπάνια τους αρέσει να κάνουν σπορ στις διακοπές, ενώ οι ξένοι ότι συχνά τους αρέσει με μέσο όρο 2 και 3 αντίστοιχα.

Προσπαθώ να κάνω νέες γνωριμίες για μη πολύπλοκες ρομαντικές εμπειρίες.

112 απαντήσεις



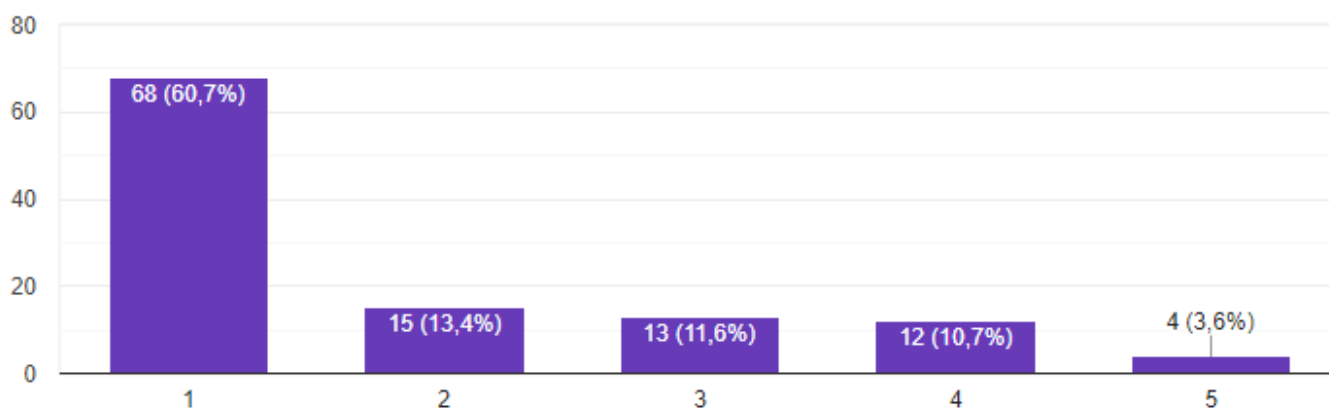
Διάγραμμα 40: Προσπαθώ να κάνω νέες γνωριμίες για μη πολύπλοκες ρομαντικές εμπειρίες.

Οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες δήλωσαν ότι όταν πηγαίνουν διακοπές ποτέ δεν τους αρέσει να κάνουν γνωριμίες για μη περίπλοκες ρομαντικές εμπειρίες (54,5%). Σε αντίθεση με το 11,6% που συχνά του αρέσει και το 2,7% που πάντα του αρέσει.

Οι Έλληνες ερωτώμενοι απάντησαν ότι σπάνια ή μερικές φορές τους αρέσει, ενώ οι ξένοι ότι ποτέ δεν τους αρέσει με μέσο όρο 2 και 1,7.

Κάνω extreme sports και συμμετέχω σε δραστηριότητες που περιλαμβάνουν το στοιχείο του ρίσκου π.χ. αναρρίχηση, κατάδυση, ελεύθερη πτώση κ.α.

112 απαντήσεις



Διάγραμμα 41: Κάνω extreme sports και συμμετέχω σε δραστηριότητες που περιλαμβάνουν το στοιχείο του ρίσκου π.χ. αναρρίχηση, κατάδυση, ελεύθερη πτώση κ.α.

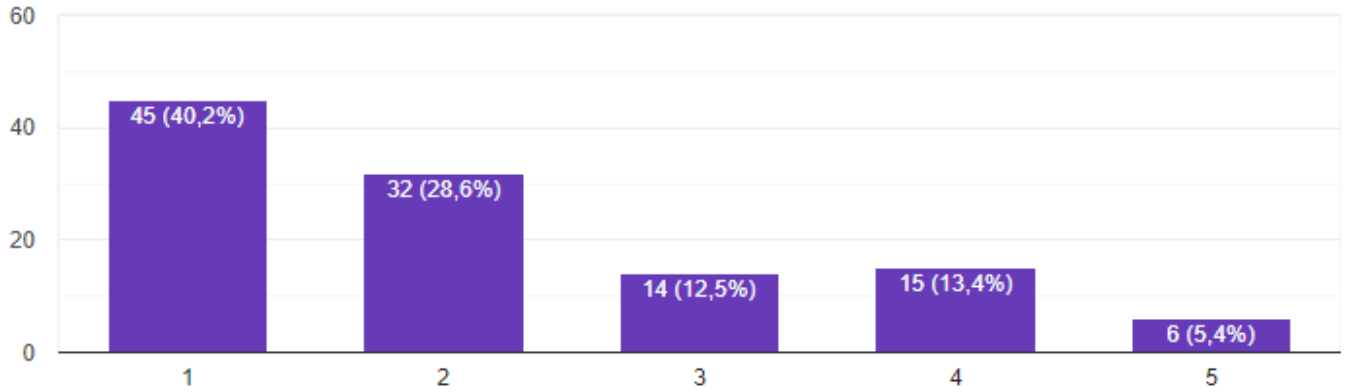
Η πλειοψηφία (60,7%), όταν βρίσκεται σε διακοπές, δεν της αρέσει ποτέ να κάνει extreme sports και άλλες τέτοιες δραστηριότητες. Μόνο στο 10,7% του αρέσει συχνά και στο 3,6% αρέσει πάντα.

Οι Έλληνες απάντησαν ότι ποτέ δεν τους αρέσει να κάνουν extreme sports και άλλες τέτοιες δραστηριότητες σημειώνοντας μέσο όρο 1,6, ενώ οι ξένοι ότι συχνά τους αρέσει σημειώνοντας 4 μέσο όρο.



Επιθυμώ να αποκτήσω νέες δεξιότητες και γνώσεις παίρνοντας μέρος σε μαθήματα ή εργαστήρια π.χ. φωτογραφίας, μαγειρικής, οινογνωσίας, αγγειοπλαστικής κ.α.

112 απαντήσεις

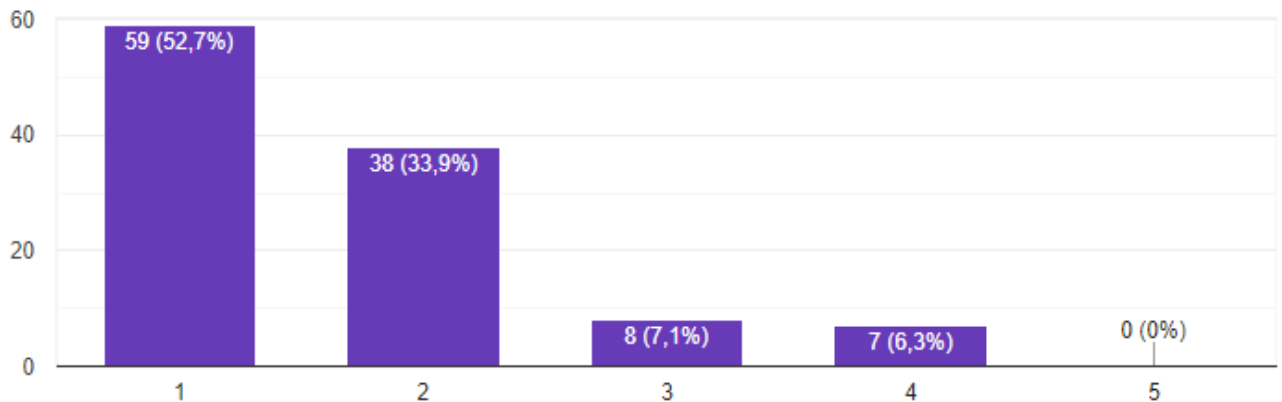


Διάγραμμα 42: Επιθυμώ να αποκτήσω νέες δεξιότητες και γνώσεις παίρνοντας μέρος σε μαθήματα ή εργαστήρια π.χ. φωτογραφίας, μαγειρικής, οινογνωσίας, αγγειοπλαστικής κ.α.

Το 40,2% όταν πηγαίνει διακοπές δεν του αρέσει ποτέ να παίρνει μέρος σε μαθήματα ή εργαστήρια και το 28,6% του αρέσει σπάνια, ενώ μόλις στο 5,4% πάντα του αρέσει. Στους Έλληνες ποτέ δεν τους αρέσει, με μέσο όρο 1,8 και στους ξένους σπάνια ή συχνά τους αρέσει με μέσο όρο 2,3.

Μένω σε ξενοδοχεία 5 αστέρων και δειπνώ στα καλύτερα εστιατόρια.

112 απαντήσεις



Διάγραμμα 43: Μένω σε ξενοδοχεία 5 αστέρων και δειπνώ στα καλύτερα εστιατόρια.

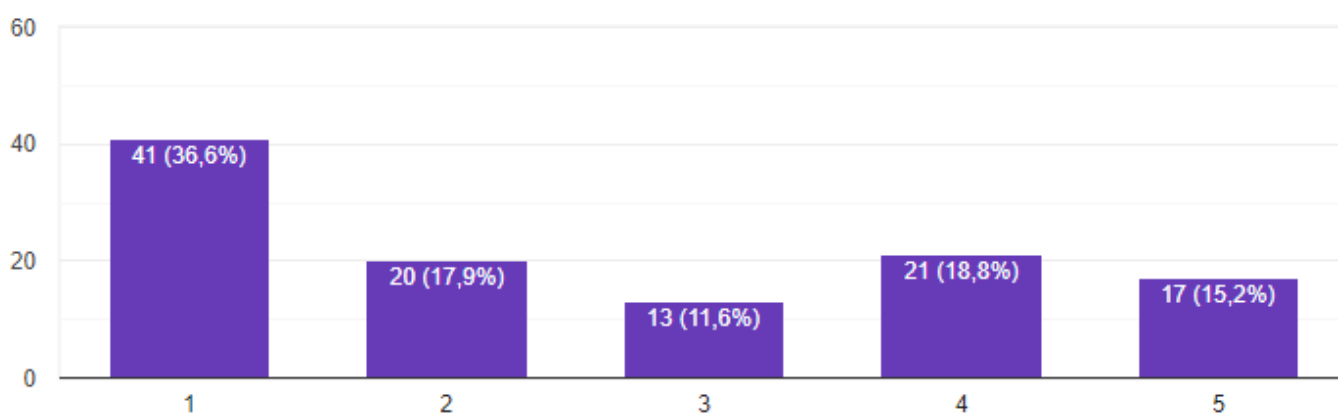
Στο 52,7% ποτέ δεν του αρέσει να μένει σε ξενοδοχεία 5αστέρων και να δειπνεί σε καλά εστιατόρια, στο 33,9% σπάνια του αρέσει, ενώ στο 6,3% συχνά του αρέσει.

Και οι Έλληνες και οι ξένοι απάντησαν το ίδιο ότι ποτέ έως σπάνια τους αρέσει, με μέσο όρο 1,4 και 1,8 αντίστοιχα.

Αφήνω τον σχεδιασμό του ταξιδιού μου (κρατήσεις ξενοδοχείου, εκδρομές κτλ.) στον ταξιδιωτικό πράκτορα.



112 απαντήσεις



Διάγραμμα 44: Αφήνω τον σχεδιασμό του ταξιδιού μου (κρατήσεις ξενοδοχείου, εκδρομές κτλ.) στον ταξιδιωτικό πράκτορα.

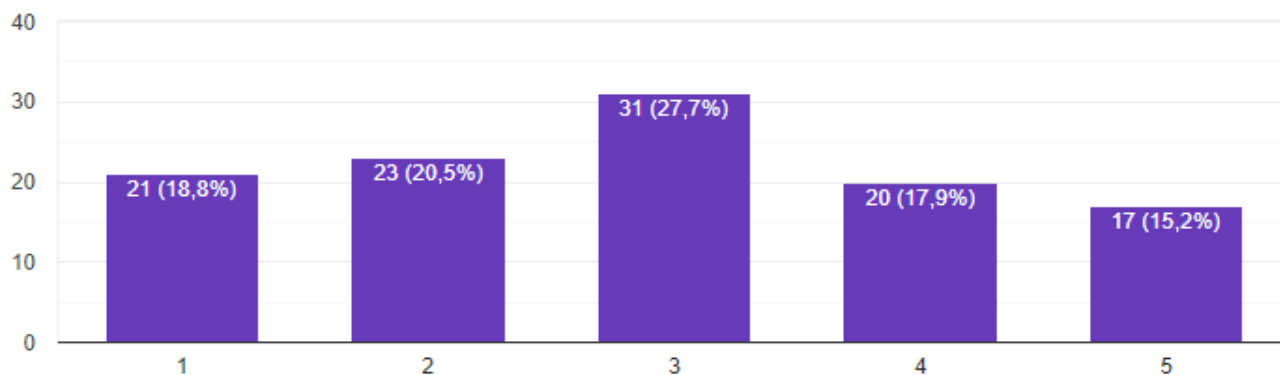
Το 36,6% δεν αφήνει ποτέ τον σχεδιασμό του ταξιδιού του στον ταξιδιωτικό πράκτορα, το 17,9% σπάνια αφήνει, το 15,2% δήλωσε πως πάντα τον αφήνει, το 18,8% συχνά και το 11,6% μερικές φορές.

Οι Έλληνες επισκέπτες απάντησαν ότι πάντα ή και συχνά αφήνουν το σχεδιασμό του ταξιδιού στον ταξιδιωτικό πράκτορα με μέσο όρο 3,4 ενώ οι ξένοι ότι ποτέ δεν τον αφήνουν με μέσο όρο 1,9.

Μου αρέσει να εξερευνώ απόμερες περιοχές και απολαμβάνω την πρόκληση των δύσβατων διαδρομών.



112 απαντήσεις



Διάγραμμα 45: Μου αρέσει να εξερευνώ απόμερες περιοχές και απολαμβάνω την πρόκληση των δύσβατων διαδρομών

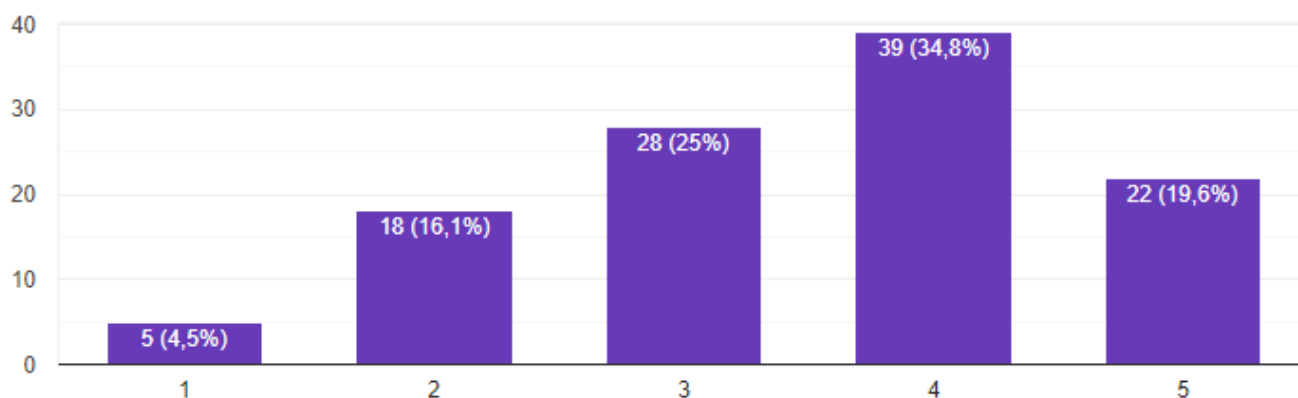
Στο μεγαλύτερο ποσοστό (27,7%) μερικές φορές του αρέσει να εξερευνά απόμερες περιοχές και δύσβατες διαδρομές. Στο 20,5% σπάνια του αρέσει, στο 18,8% ποτέ δεν του αρέσει, στο 17,9% συχνά του αρέσει και στο 15,2% πάντα του αρέσει.

Στους Έλληνες μερικές φορές τους αρέσει, ενώ στους ξένους συχνά έως πάντα τους αρέσει να εξερευνούν με μέσο όρο 2,6 και 3,1 αντίστοιχα.

Επισκέπτομαι ιστορικά αξιοθέατα και μαθαίνω την ιστορία και των αρχαίων πολιτισμών.



112 απαντήσεις



Διάγραμμα 46: Επισκέπτομαι ιστορικά αξιοθέατα και μαθαίνω την ιστορία και των αρχαίων πολιτισμών.

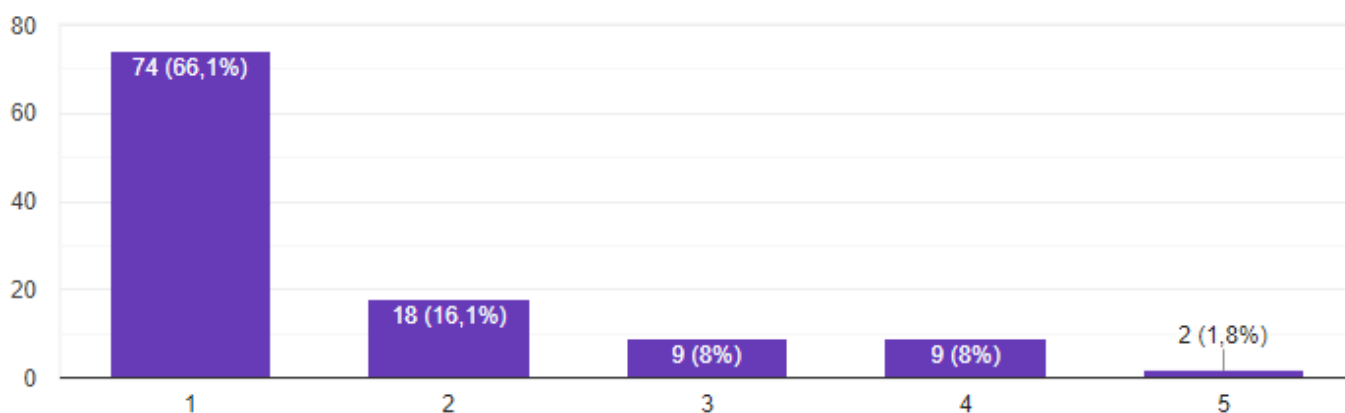
Οι περισσότεροι ερωτώμενοι δήλωσαν πως όταν βρίσκονται σε διακοπές, τους αρέσει συχνά να επισκέπτονται ιστορικά αξιοθέατα (34,8%). Στη συνέχεια, το 25% δήλωσε πως μερικές φορές του αρέσει, στο 19,6% πάντα του αρέσει, το 16,1% σπάνια του αρέσει, ενώ στο 4,5% ποτέ δεν του αρέσει.

Οι Έλληνες απάντησαν ότι συχνά τους αρέσει να επισκέπτονται ιστορικά αξιοθέατα και να μαθαίνουν την ιστορία και των αρχαίων πολιτισμών σημειώνοντας μέσο όρο 3,2, ενώ οι ξένοι ότι πάντα τους αρέσει με 3,6 μέσο όρο.

Πηγαίνω στα καλύτερα νυχτερινά μαγαζιά και συναναστρέφομαι με διασημότητες.



112 απαντήσεις



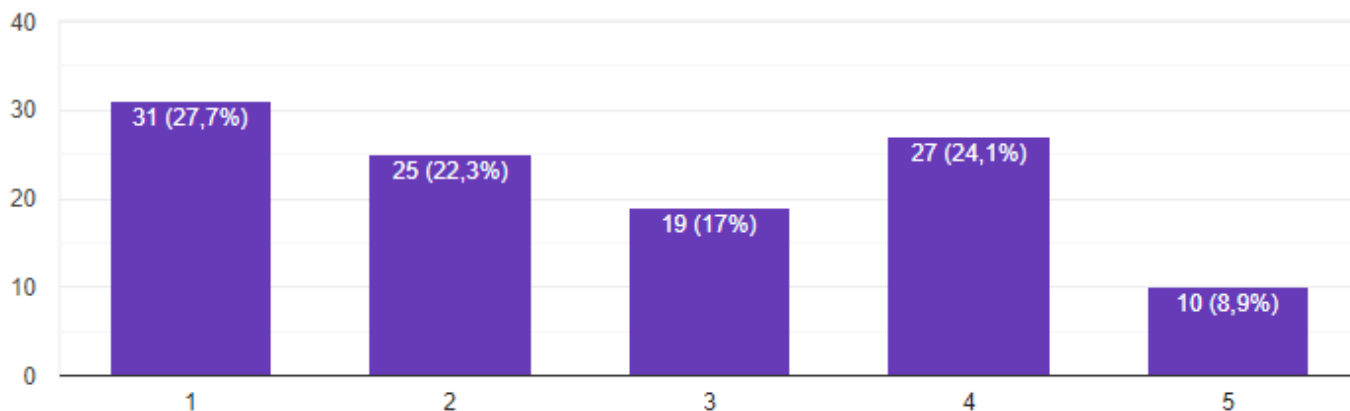
Διάγραμμα 47: Πηγαίνω στα καλύτερα νυχτερινά μαγαζιά και συναναστρέφομαι με διασημότητες.

Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων (66,1%), όταν πηγαίνει διακοπές δεν της αρέσει ποτέ να πηγαίνει σε καλά νυχτερινά μαγαζιά και να συναναστρέφεται με διασημότητες. Το 16,1% σπάνια του αρέσει, το 8% μερικές φορές του αρέσει, ενώ στο 8% συχνά του αρέσει και στο 1,8% πάντα του αρέσει.

Οι Έλληνες και οι ξένοι απάντησαν ότι ποτέ δεν τους αρέσει με μέσο όρο 1,4 και 1,7 αντίστοιχα.

Πραγματοποιώ οργανωμένα ταξίδια και εκδρομές.

112 απαντήσεις



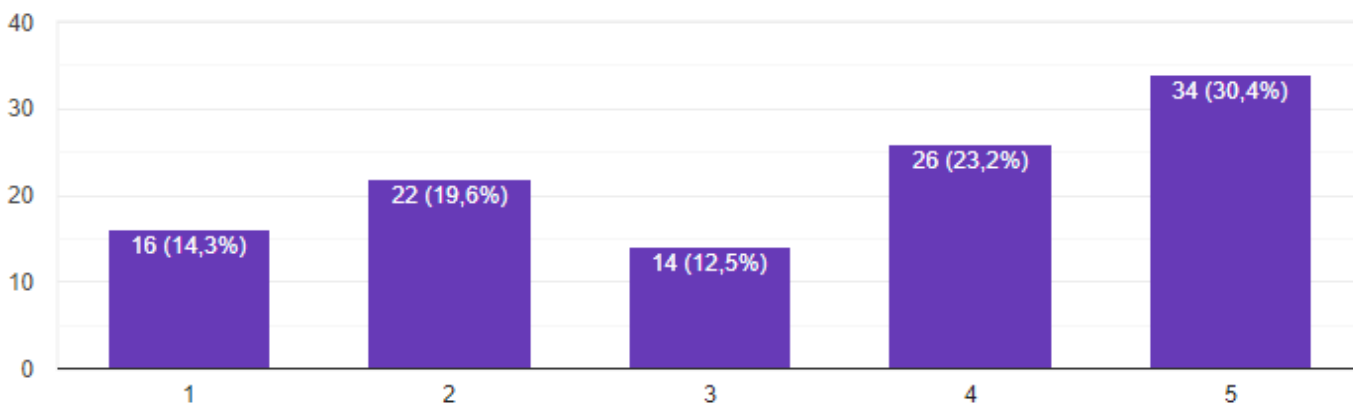
Διάγραμμα 48: Πραγματοποιώ οργανωμένα ταξίδια και εκδρομές.

Τα ποσοστά αυτών που ποτέ δεν τους αρέσει να πραγματοποιούν οργανωμένα ταξίδια και αυτών που συχνά τους αρέσει να πραγματοποιούν οργανωμένα ταξίδια είναι αρκετά κοντά, με το 27,7% ποτέ να μην τους αρέσει και στο 24,1% πολύ συχνά τους αρέσει. Στο 22,3% σπάνια τους αρέσει και στο 17% μερικές φορές τους αρέσει, ενώ στο 8,9% πάντα τους αρέσει.

Οι Έλληνες απάντησαν ότι συχνά τους αρέσει και οι ξένοι ότι μερικές φορές τους αρέσει να πραγματοποιούν οργανωμένα ταξίδια με μέσο όρο 2,9 και 2,4

Ψάχνω για εναλλακτικές τουριστικές διαδρομές, αποφεύγοντας τα συνηθισμένα τουριστικά στέκια.

112 απαντήσεις

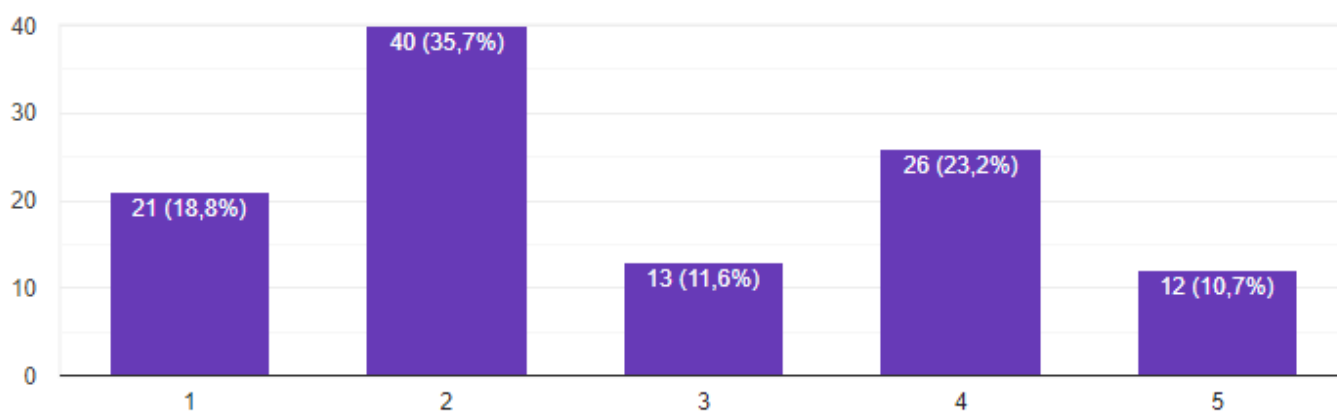


Διάγραμμα 49: Ψάχνω για εναλλακτικές τουριστικές διαδρομές, αποφεύγοντας τα συνηθισμένα τουριστικά στέκια.

Οι περισσότεροι δήλωσαν ότι όταν είναι σε διακοπές τους αρέσει πάντα να ψάχνουν και να ανακαλύπτουν εναλλακτικά μέρη, αποφεύγοντας τα συνηθισμένα τουριστικά στέκια (30,4%). Ακολουθούν αυτοί που συχνά τους αρέσει με ποσοστό 23,2%, οι «σπάνια που αρέσει» με 19,6%, αυτοί που ποτέ δεν τους αρέσει με 14,3% και τέλος οι «μερικές φορές μου αρέσει» με 12,5%. Και οι ξένοι και οι Έλληνες επισκέπτες απάντησαν ότι στις διακοπές πάντα τους αρέσει να εξερευνούν εναλλακτικά μέρη. Ωστόσο οι ξένοι ήταν περισσότεροι σημειώνοντας μέσο όρο 3,5, σε σχέση με τους Έλληνες που σημείωσαν 3,1.

Επιθυμώ να εξερευνώ το νόημα της ζωής και να ανακαλύψω βαθύτερα τον εαυτό μου.

112 απαντήσεις



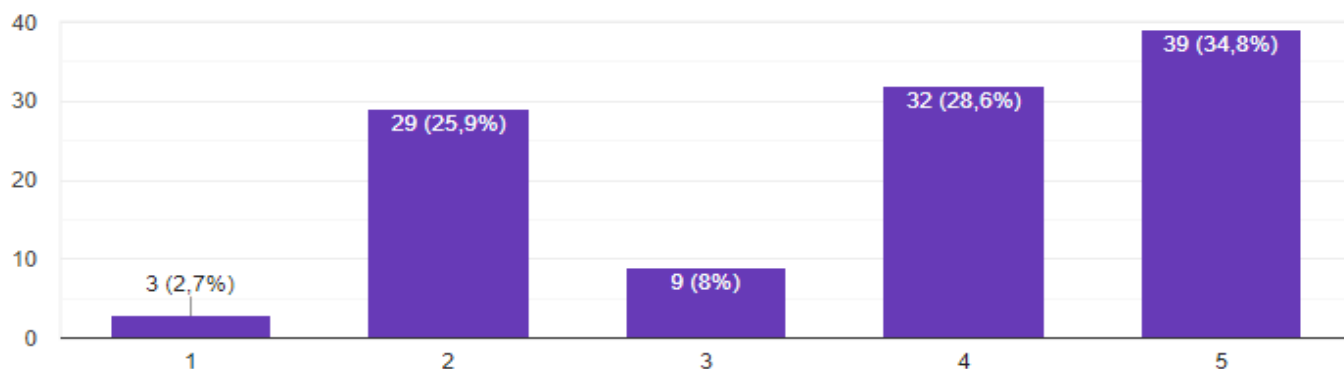
Διάγραμμα 50: Επιθυμώ να εξερευνώ το νόημα της ζωής και να ανακαλύψω βαθύτερα τον εαυτό μου.

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων δήλωσε ότι όταν πηγαίνει διακοπές, σπάνια του αρέσει να εξερευνά το νόημα της ζωής και να ανακαλύπτει βαθύτερα τον εαυτό του (35,7%). Το 23,2% συχνά του αρέσει και στο 18,8% ποτέ δεν του αρέσει. Στο 11,6% αρέσει μερικές φορές, ενώ το 10,7% δήλωσε ότι πάντα του αρέσει.

Οι περισσότεροι Έλληνες απάντησαν ότι σπάνια τους αρέσει να εξερευνούν το νόημα της ζωής και να ανακαλύπτουν βαθύτερα τον εαυτό τους με μέσο όρο 1,8, σε αντίθεση με τους ξένους οι οποίοι απάντησαν ότι συχνά τους αρέσει με μέσο όρο 3,4.

Ενώ αφήνω ορισμένες από τις προετοιμασίες στον ταξιδιωτικό πράκτορα, αναλαμβάνω ο ίδιος να οργανώσω τη δική μου διαδρομή (κλείνω ξενοδοχεία κ.α.).

112 απαντήσεις



Διάγραμμα 51: Ενώ αφήνω ορισμένες από τις προετοιμασίες στον ταξιδιωτικό πράκτορα, αναλαμβάνω ο ίδιος να οργανώσω τη δική μου διαδρομή (κλείνω ξενοδοχεία κ.α.).

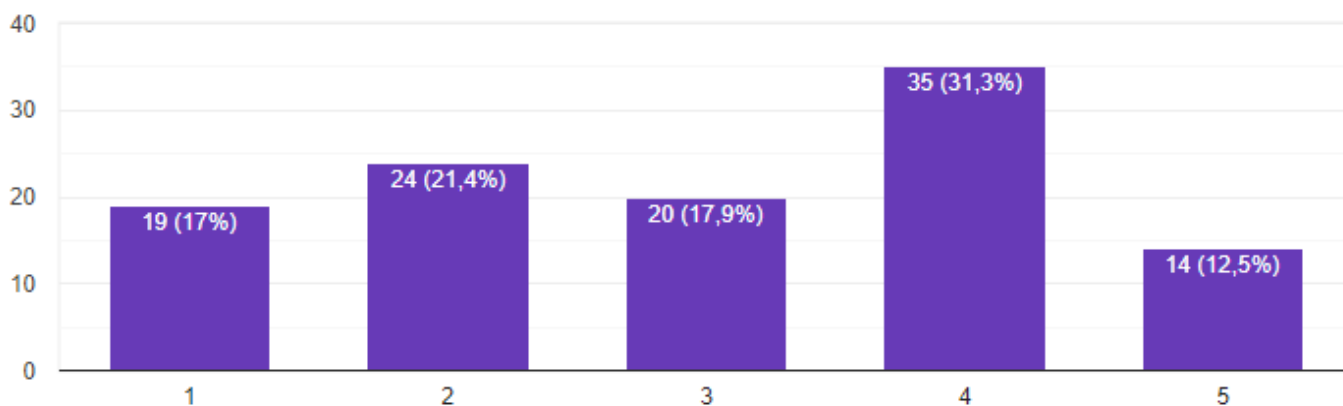
Το μεγαλύτερο ποσοστό (34,8%) δήλωσε ότι πάντα του αρέσει να οργανώνει τη δική του διαδρομή και να αφήνει κάποιες από τις προετοιμασίες στον ταξιδιωτικό πράκτορα. το 28,6% συχνά του αρέσει, το 25,9% σπάνια, το 8% μερικές φορές και στο 2,7% ποτέ δεν αρέσει.

Τόσο οι Έλληνες, όσο και οι ξένοι επισκέπτες απάντησαν ότι πάντα τους αρέσει να οργανώνουν οι ίδιοι το ταξίδι τους και να αφήνουν κάποιες από τις προετοιμασίες στον ταξιδιωτικό πράκτορα με μέσο όρο 3,4 και 3,8 αντίστοιχα.

Οι διακοπές για εμένα συνδέονται με την πνευματική αναζήτηση και προσπαθώ να έρθω πιο κοντά στις ρίζες μου, να ανακαλύψω την ιστορία ή τις παραδόσεις



112 απαντήσεις



Διάγραμμα 52: Οι διακοπές για εμένα συνδέονται με την πνευματική αναζήτηση και προσπαθώ να έρθω πιο κοντά στις ρίζες μου, να ανακαλύψω την ιστορία ή τις παραδόσεις.

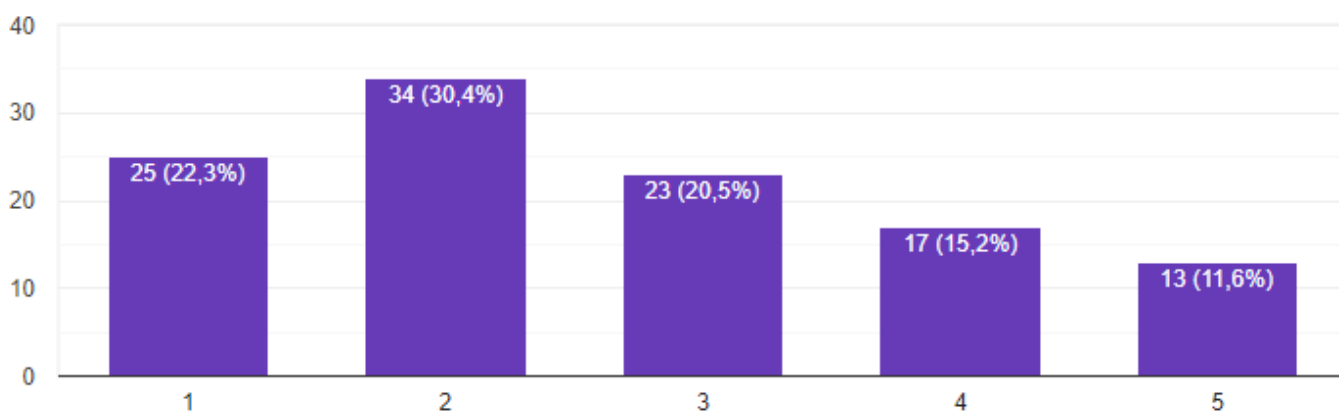
Το 31,3% των ερωτηθέντων, όταν πηγαίνει διακοπές συχνά του αρέσει να ανακαλύπτει την ιστορία και τις παραδόσεις, το 21,4% σπάνια του αρέσει, το 17,9% μερικές φορές του αρέσει, το 17% ποτέ δεν του αρέσει και στο 12,5% πάντα του αρέσει.

Οι Έλληνες απάντησαν ότι συχνά τους αρέσει να έρχονται κοντά στην ιστορία και τις παραδόσεις με μέσο όρο 3,6, ενώ οι ξένοι απάντησαν ότι μερικές φορές τους αρέσει με μέσο όρο 2,5.

Οι διακοπές για εμένα συνδέονται με την πνευματική αναζήτηση και προσπαθώ να έρθω πιο κοντά στα θρησκευτικά μου πιστεύω, να επισκεφτώ ιερούς τόπους ή ναούς.



112 απαντήσεις



Διάγραμμα 53: Οι διακοπές για εμένα συνδέονται με την πνευματική αναζήτηση και προσπαθώ να έρθω πιο κοντά στα θρησκευτικά μου πιστεύω, να επισκεφτώ ιερούς τόπους ή ναούς.

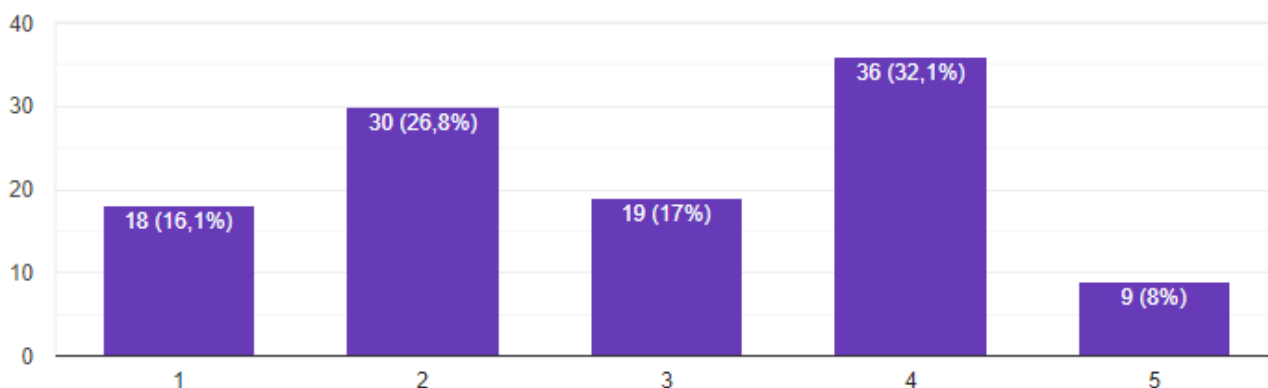
Στο 30,4% σπάνια του αρέσει να συνδέει τις διακοπές του με θρησκευτική αναζήτηση, να επισκέπτεται ναούς και ιερούς τόπους και το 22,3% ποτέ δεν του αρέσει, το 20,5% μερικές φορές του αρέσει ενώ το 15,2% συχνά του αρέσει και το 11,6% πάντα του αρέσει.

Οι Έλληνες απάντησαν ότι πάντα τους αρέσει να επισκέπτονται ιερούς τόπους και ναούς, βγάζοντας μέσο όρο 3,1, ενώ οι ξένοι ότι μερικές φορές τους αρέσει με μέσο όρο 2,2.

Πηγαίνω σε οικεία για εμένα μέρη και επισκέπτομαι τα πιο δημοφιλή τουριστικά αξιοθέατα.



112 απαντήσεις



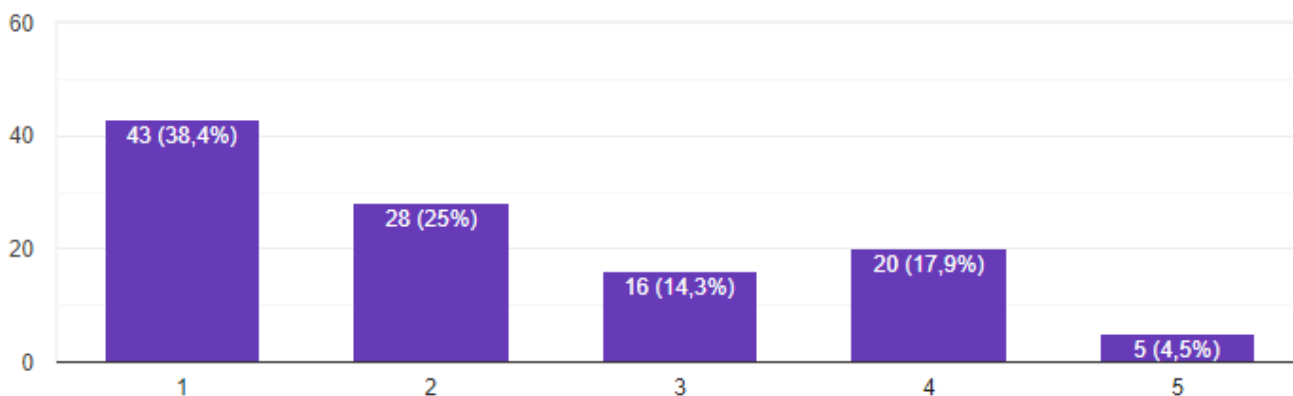
Διάγραμμα 54: Πηγαίνω σε οικεία για εμένα μέρη και επισκέπτομαι τα πιο δημοφιλή τουριστικά αξιοθέατα.

Στην πλειοψηφία (32,1%) συχνά της αρέσει να πηγαίνει διακοπές σε οικεία μέρη με τουριστικά αξιοθέατα, ενώ το 26,8% σπάνια του αρέσει. Το 17% μερικές φορές, το 16,1% ποτέ δεν του αρέσει, ενώ το 8% πάντα του αρέσει.

Οι Έλληνες απάντησαν ότι τους συχνά τους αρέσει να πηγαίνουν διακοπές σε οικεία μέρη και σε τουριστικά αξιοθέατα σημειώνοντας μέσο όρο 3,3. Οι ξένοι με τη σειρά τους χωρίστηκαν σε αυτούς που συχνά τους αρέσει και σε αυτούς που σπάνια τους αρέσει, σημειώνοντας μέσο όρο 2,5.

Πηγαίνω από μέρος σε μέρος ανακαλύπτοντας συνεχώς νέους προορισμούς.

112 απαντήσεις



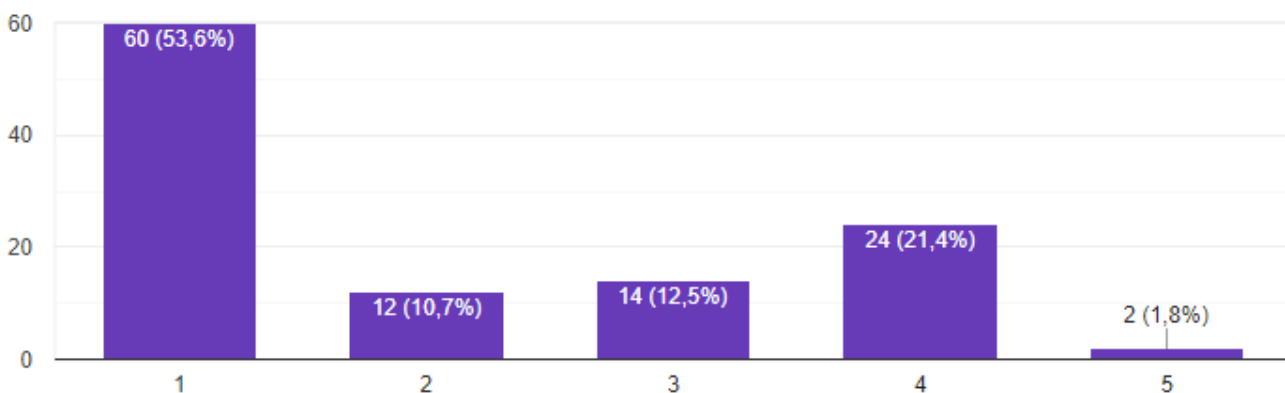
Διάγραμμα 55: Πηγαίνω από μέρος σε μέρος ανακαλύπτοντας συνεχώς νέους προορισμούς.

Η πλειοψηφία δήλωσε πως ποτέ δεν της αρέσει να μετακινείται από μέρος σε μέρος όταν είναι σε διακοπές σημειώνοντας ποσοστό 38,4%. Ακολουθούν αυτοί που σπάνια τους αρέσει με 25% και αυτοί που συχνά τους αρέσει με 17,9%. Αυτοί που μερικές φορές τους αρέσει σημείωσαν 14,3% και τέλος αυτοί που δήλωσαν ότι πάντα τους αρέσει με 4,5%.

Οι Έλληνες προτιμούν να μένουν σε ένα μέρος, αφού απάντησαν ότι σπάνια τους αρέσει να μετακινούνται και να ανακαλύπτουν νέους προορισμούς με μέσο όρο 1,6. Αντίθετα, οι ξένοι συχνά τους αρέσει να μετακινούνται με μέσο όρο 2,7.

Πηγαίνω μόνος μου και ζω με τους μόνιμους κατοίκους, συχνά εργάζομαι για να συνεχίσω τις διακοπές μου.

112 απαντήσεις



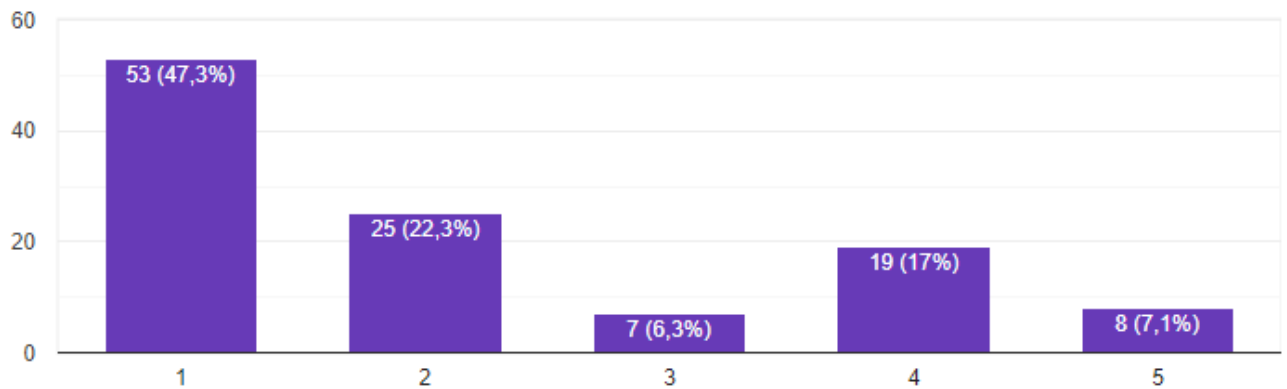
Διάγραμμα 56: Πηγαίνω μόνος μου και ζω με τους μόνιμους κατοίκους, συχνά εργάζομαι για να συνεχίσω τις διακοπές μου.

Οι περισσότεροι ερωτώμενοι δήλωσαν πως ποτέ δεν τους αρέσει να πηγαίνουν μόνοι τους διακοπές, να ζουν με τους μόνιμους κατοίκους και να εργάζονται για να συνεχίσουν τις διακοπές τους. Συγκεκριμένα το 53,6% απάντησε ότι ποτέ δεν τους αρέσει, το 21,4% ότι συχνά τους αρέσει, το 12,5% μερικές φορές τους αρέσει, το 10,7% σπάνια τους αρέσει και μόλις το 1,8% ότι πάντα τους αρέσει. Τόσο οι Έλληνες, όσο και οι ξένοι συμμετέχοντες απάντησαν ότι σπάνια τους αρέσει σημειώνοντας τον ίδιο μέσο όρο, 2.

Κάνω περιπετειώδη ταξίδια, πεζοπορίες σε δάση, καταβάσεις από βουνά κτλ.



112 απαντήσεις

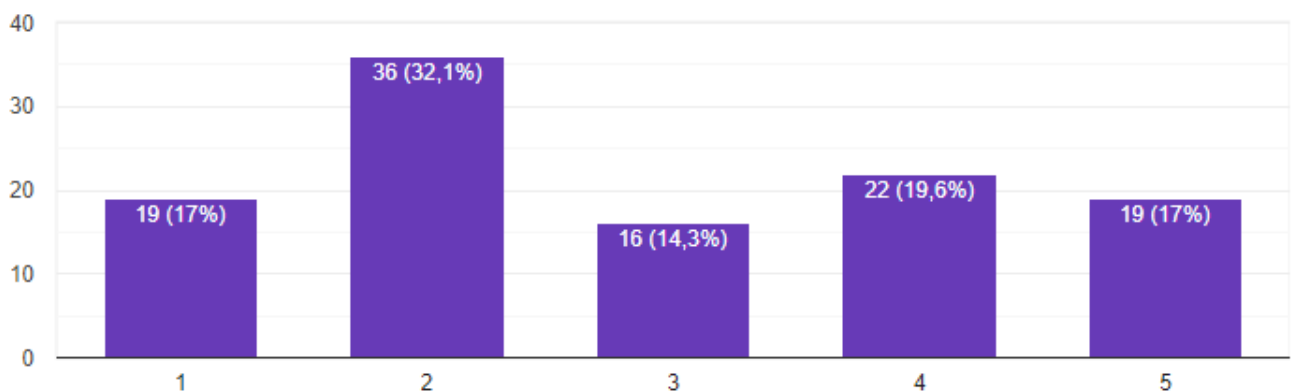


Διάγραμμα 57: Κάνω περιπετειώδη ταξίδια, πεζοπορίες σε δάση, καταβάσεις από βουνά κτλ.

Το 47,3% απάντησε ότι ποτέ δεν του αρέσει να κάνει περιπετειώδη ταξίδια, το 22,3% σπάνια του αρέσει, το 17% συχνά του αρέσει, το 7,1% ότι πάντα του αρέσει και το 6,3% μερικές φορές του αρέσει. Οι Έλληνες σπάνια τους αρέσουν τα περιπετειώδη ταξίδια, ενώ στους ξένους συχνά με μέσο όρο 2 και 2,3 αντίστοιχα

Αποφεύγω να πραγματοποιώ οργανωμένα ταξίδια και εκδρομές.

112 απαντήσεις



Διάγραμμα 58: Αποφεύγω να πραγματοποιώ οργανωμένα ταξίδια και εκδρομές.

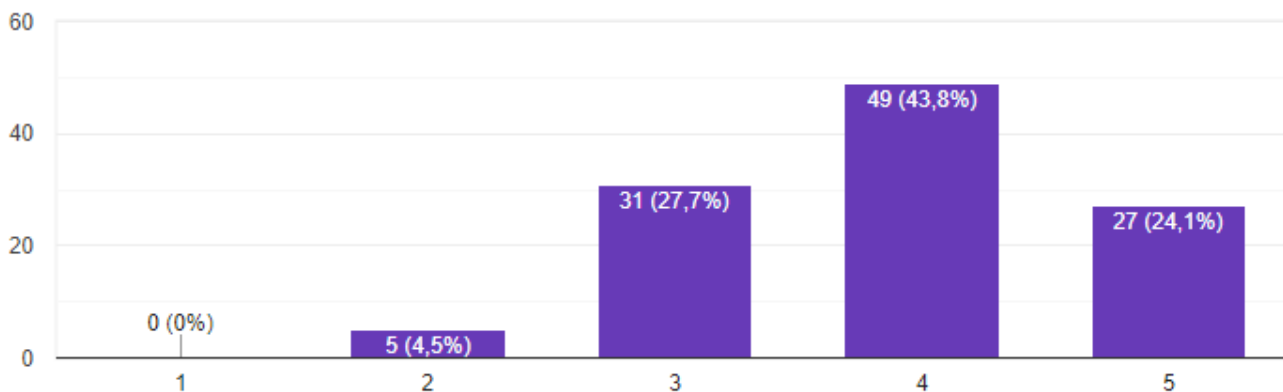
Το 32,1% σπάνια αποφεύγει να πραγματοποιήσει οργανωμένα ταξίδια, ενώ το 19,6% τα αποφεύγει συχνά. Το ίδιο ποσοστό, 17% απάντησε ότι «ποτέ δεν μου αρέσει» και ότι «πάντα

μου αρέσει» να τα αποφεύγει ενώ το 14,3% δήλωσε ότι μερικές φορές του αρέσει να τα αποφεύγει.

Το 2,3 του μέσου όρου των Ελλήνων απάντησε ότι σπάνια αποφεύγει τα οργανωμένα ταξίδια, σε αντίθεση με το 3,3 του μέσου όρου των ξένων που απάντησε ότι συχνά τα αποφεύγει.

Χαλαρώνω και ξεφεύγω από όλα.

112 απαντήσεις

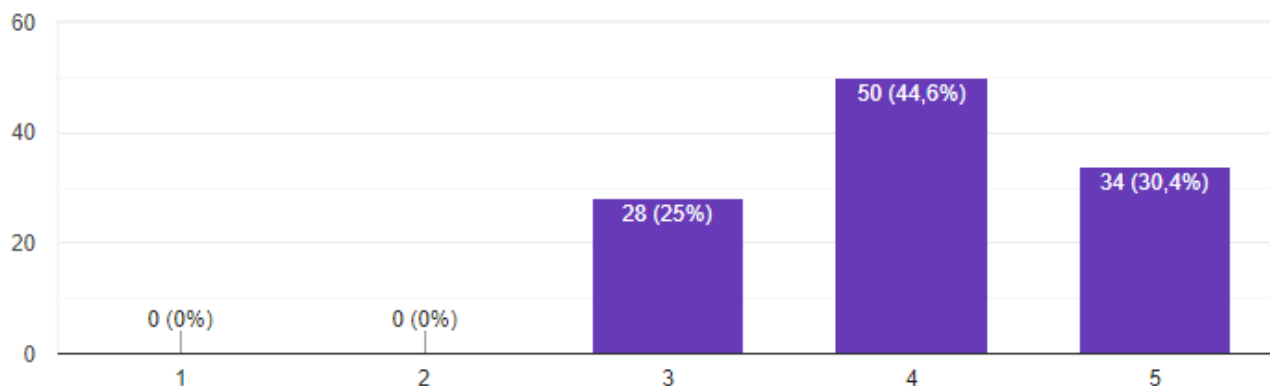


Διάγραμμα 59: Χαλαρώνω και ξεφεύγω από όλα.

Το 43,8% δήλωσε πως όταν είναι διακοπές, συχνά χαλαρώνει και ξεφεύγει από όλα, το 27,7% μερικές φορές, το 24,1% πάντα και το 4,5 σπάνια. Και οι Έλληνες και οι ξένοι συχνά τους αρέσει να χαλαρώνουν στις διακοπές τους σημειώνοντας μέσο όρο 3,7 και 4 αντιστοίχως.

Πηγαίνω σε θερμά μέρη με πολύ ήλιο, άμμο και θάλασσα.

112 απαντήσεις

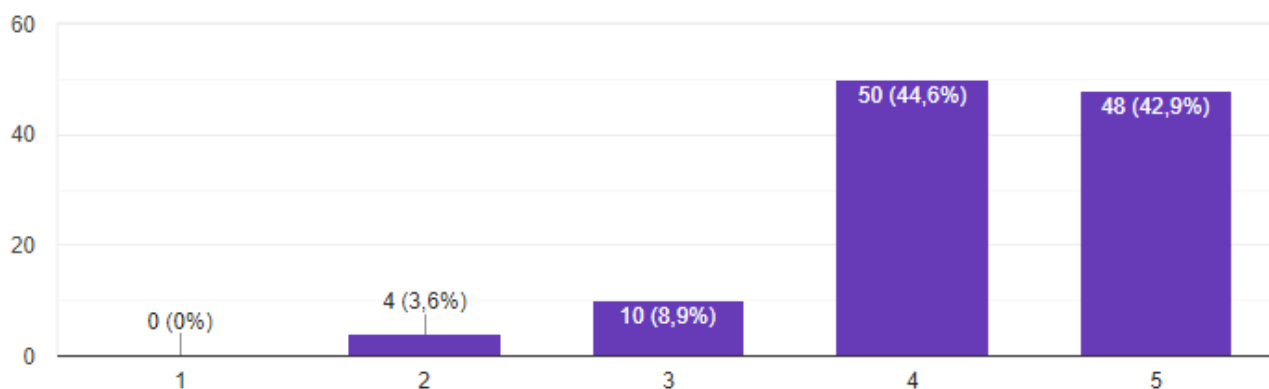


Διάγραμμα 60: Πηγαίνω σε θερμά μέρη με πολύ ήλιο, άμμο και θάλασσα.

Το 44,6% συχνά του αρέσει να πηγαίνει σε θερμά μέρη με ήλιο και θάλασσα, το 30,4 πάντα, ενώ το 25% μερικές φορές. Έλληνες και ξένοι απάντησαν ότι τους αρέσει συχνά να πηγαίνουν σε μέρη θερμά με ήλιο και θάλασσα βγάζοντας τον ίδιο μέσο όρο, 4.

Χαίρομαι τη φύση και την ύπαιθρο.

112 απαντήσεις



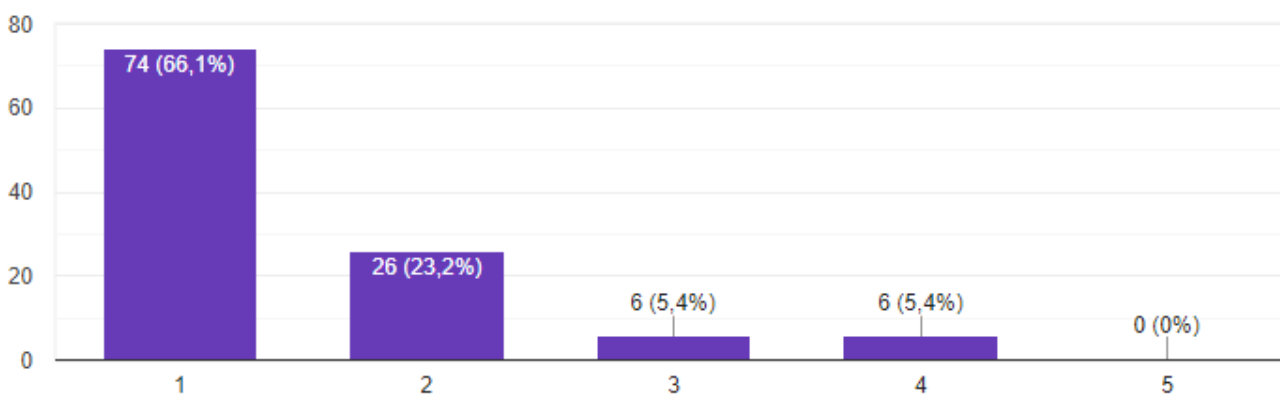
Διάγραμμα 61: Χαίρομαι τη φύση και την ύπαιθρο.

Το 44,6% συχνά χαίρεται την φύση και την ύπαιθρο στις διακοπές, το 42,9% πάντα ενώ το 8,9% μερικές φορές και το 3,6% σπάνια.

Οι Έλληνες τους αρέσει συχνά η φύση και η ύπαιθρο με μέσο όρο 4 και οι ξένοι πάντα τους αρέσει με 4,3 μέσο όρο.

Ταξιδεύω πρώτη θέση και μένω στα καλύτερα πολυτελή θέρετρα.

112 απαντήσεις



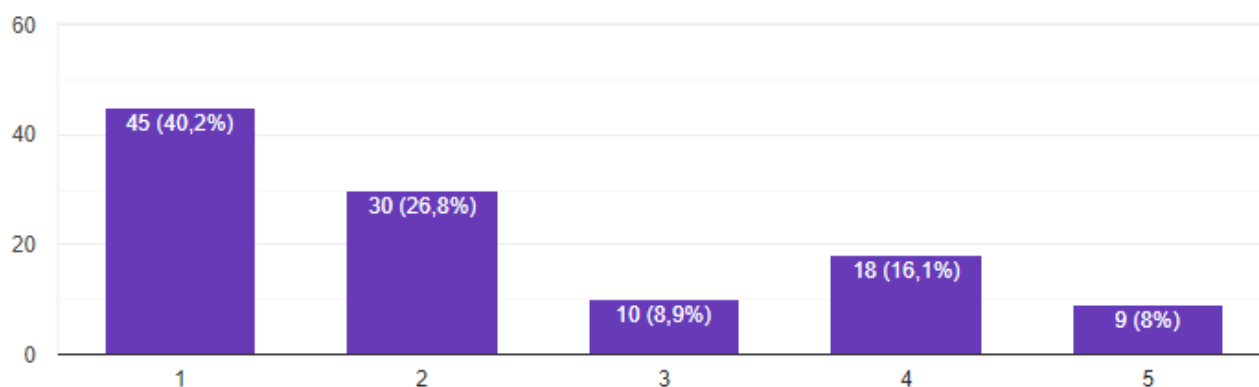
Διάγραμμα 62: Ταξιδεύω πρώτη θέση και μένω στα καλύτερα πολυτελή θέρετρα.

Η πλειοψηφία (66,1%) δήλωσε πως ποτέ δεν της αρέσει να ταξιδεύει πρώτη θέση και να μένει σε πολυτελή μέρη. Το 23,2% σπάνια, ενώ το 5,4% μερικές φορές και το 5,4% συχνά.

Οι Έλληνες απάντησαν ότι ποτέ δεν τους αρέσει να ταξιδεύουν πρώτη θέση και να μένουν με πολυτέλεια σημειώνοντας μέσο όρο 1,3 ενώ οι ξένοι ότι σπάνια τους αρέσει με μέσο όρο 1,6.

Επιλέγω να κάνω εκπαιδευτικές διακοπές που μου δίνουν τη δυνατότητα να αποκτήσω νέες γνώσεις και δεξιότητες.

112 απαντήσεις



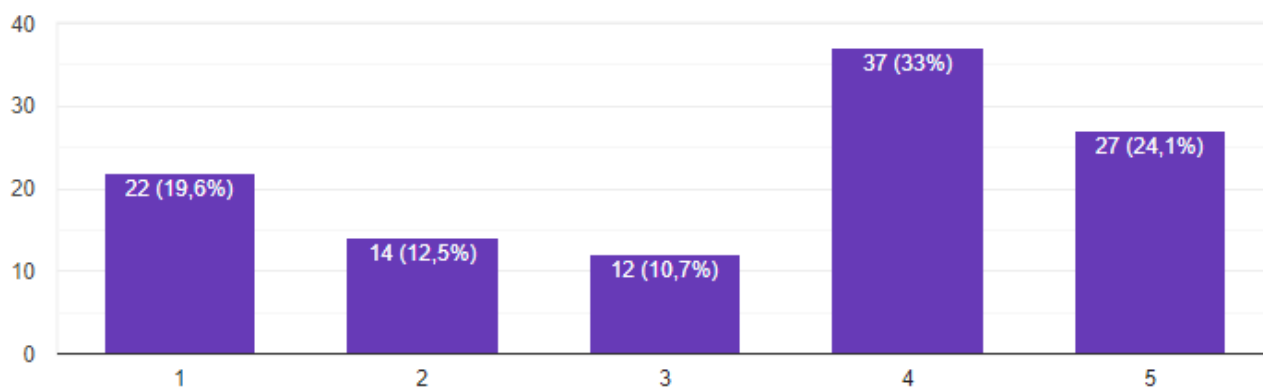
Διάγραμμα 63: Επιλέγω να κάνω εκπαιδευτικές διακοπές που μου δίνουν τη δυνατότητα να αποκτήσω νέες γνώσεις και δεξιότητες.

Το 40,2% ποτέ δεν επιλέγει να κάνει εκπαιδευτικές διακοπές, το 26,8% σπάνια, ενώ το 16,1% κάνει συχνά. Ακόμη το 8,9% μερικές φορές του αρέσει να κάνει και το 8% κάνει πάντα.

Οι Έλληνες απάντησαν ότι ποτέ δεν τους αρέσει να κάνουν εκπαιδευτικές διακοπές σημειώνοντας μέσο όρο 1,6, ενώ οι ξένοι απάντησαν ότι συχνά τους αρέσει να κάνουν εκπαιδευτικές διακοπές με μέσο όρο 2,7.

Κάνω κάμπινγκ και άλλες υπαίθριες δραστηριότητες.

112 απαντήσεις



Διάγραμμα 64: Κάνω κάμπινγκ και άλλες υπαίθριες δραστηριότητες.

Στο 33% του αρέσει συχνά να κάνει κάμπινγκ και δραστηριότητες στην ύπαιθρο, στο 24,1% αρέσει πάντα ενώ στο 19,6% δεν αρέσει ποτέ. Στο 12,5% αρέσει σπάνια και στο 10,7% μερικές φορές. Τόσο οι Έλληνες όσο και οι ξένοι τους αρέσει συχνά να κάνουν κάμπινγκ και δραστηριότητες στην ύπαιθρο βγάζοντας μέσο όρο 3,3 .

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Στόχος της εμπειρικής μελέτης ήταν η διερεύνηση και η καταγραφή των ψυχολογικών και κοινωνικών παραγόντων που επηρεάζουν τον τουρίστα να επισκεφτεί έναν προορισμό. Μέσα από την εξέταση των τουριστικών κίνητρων ώθησης και έλξης, επιχειρήσαμε να εξηγήσουμε την τουριστική συμπεριφορά, την αιτιώδη σχέση μεταξύ των τουριστικών κίνητρων, την ικανοποίηση και την πρόθεση για επιστροφή στον προορισμό. Ακόμη, μέσα από την καταγραφή διαφορετικών τύπων τουριστών επιχειρήθηκε να αναλυθεί η τουριστική συμπεριφορά.

Πιο συγκεκριμένα επιχειρήσαμε:

- 1- Να προσδιοριστούν τα κύρια κίνητρα των τουριστών που επισκέπτονται τη Σαλαμίνα.
- 2- Να προσδιοριστεί η τυπολογία των τουριστών που επισκέπτονται τη Σαλαμίνα.

Από την πρωτογενή έρευνα που διεξήχθη και που αναλύθηκε διεξοδικά με γραφήματα και πίνακες, καταλήξαμε στα εξής συμπεράσματα:

Δημογραφικά στοιχεία

Το μεγαλύτερο ποσοστό τουριστών είναι γυναίκες και ηλικία της πλειοψηφίας του δείγματος είναι μεσήλικες μεταξύ 31 έως 40 ετών. Όσον αφορά την οικογενειακή κατάσταση οι περισσότεροι είναι παντρεμένοι και η εκπαίδευση τους είναι ΑΕΙ/ΤΕΙ.

Οι περισσότεροι είναι Έλληνες, αλλά μεγάλο ποσοστό κατέχουν και οι ξένοι τουρίστες όπως Γάλλοι, Ιταλοί και Κύπριοι. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι με χαμηλό έως μεσαίο ετήσιο εισόδημα της τάξεως των 10.000 – 25.000€ .

Τουριστικά κίνητρα και λόγοι πραγματοποίησης ταξιδιού (Push & Pull Factors)

Προκειμένου να μελετήσουμε και να αναλύσουμε τους παράγοντες ώθησης και έλξης, χωρίσαμε τις ερωτήσεις σε τρεις κατηγορίες παραγόντων ώθησης: 1)Αναζήτηση γνώσης, 2)Ενίσχυση του «εγώ» και 3)Ξεκούραση και χαλάρωση. Από τις τρεις αυτές κατηγορίες η αναζήτηση γνώσης ήταν το πιο σημαντικό κίνητρο για να παρακινήσει τους τουρίστες να επισκεφτούν τη Σαλαμίνα, ακολουθούν τα κίνητρα της ξεκούρασης και χαλάρωσης και της ενίσχυσης του «εγώ». Οι περισσότεροι ερωτώμενοι ωθήθηκαν από το εσωτερικό τους κίνητρο για **αναζήτηση γνώσης**, καθώς απάντησαν ότι ταξιδεύουν για να ζήσουν κάτι νέο και

συναρπαστικό, σε προορισμούς που δεν έχουν επισκεφτεί για να δουν κάτι διαφορετικό που συνήθως δεν βλέπουν. Επίσης, θέλουν να αυξήσουν τη γνώση τους για τον προορισμό που επισκέπτονται, να γνωρίσει καινούργιους ανθρώπους, να δει τον τρόπο ζωής τους και να βιώσουν διαφορετικούς πολιτισμούς και κουλτούρες,

Ακολούθως χωρίσαμε σε τρεις κατηγορίες τους παράγοντες έλξης: 1)Περιβάλλον και ασφάλεια 2)Πολιτιστικά και ιστορικά αξιοθέατα και 3)Τουριστικές εγκαταστάσεις και παροχές. Ο πιο σημαντικός παράγοντας έλξης για τους ερωτώμενους ήταν **οι τουριστικές εγκαταστάσεις και παροχές** και ακολουθούν το περιβάλλον και ασφάλεια και τα πολιτιστικά και ιστορικά αξιοθέατα. Οι περισσότεροι απάντησαν ότι επισκέφτηκαν τη Σαλαμίνα για τις τουριστικές εγκαταστάσεις, τις υποδομές, την ποιότητα στις υπηρεσίες, τις λογικές τιμές, τα τουριστικά αξιοθέατα, την ευκολία πρόσβασης και την κοντινή απόσταση από το λιμάνι του Πειραιά.

Τουριστική εμπειρία και ικανοποίηση

Οι περισσότεροι ερωτώμενοι έχουν επισκεφθεί τη Σαλαμίνα πάνω από 4 φορές, έχουν ταξιδέψει μεμονωμένα, έμειναν για 3-6 μέρες, για αναψυχή και για να δουν φίλους και συγγενείς. Οι Έλληνες ερωτώμενοι ταξίδεψαν με την οικογένεια τους, έμειναν σε εξοχική κατοικία και ξόδεψαν έως 1.000€. Οι ξένοι ταξίδεψαν με σύντροφο/σύζυγο, έμειναν σε κατάλυμα βραχυχρόνιας μίσθωσης και ξόδεψαν έως 2.000€ κατά την παραμονή τους στο νησί.

Ως προς τα χαρακτηριστικά της Σαλαμίνας, η πλειοψηφία βρήκε ότι έχει πάρα πολύ εύκολη πρόσβαση, πολύ πλούσια ιστορική και πολιτισμική κληρονομία, πολλές φυσικές ομορφιές, και πολύ καλές καιρικές συνθήκες. Όσον αφορά την ικανοποίηση, οι περισσότεροι έμειναν ικανοποιημένοι από τους χώρους διαμονής, την ποιότητα και την εξυπηρέτηση στην εστίαση, τις αγορές τους νησιού και την φιλοξενία των κατοίκων.

Ωστόσο, οι ξένοι επισκέπτες έμειναν λιγότερο ικανοποιημένοι ως προς την ποικιλία των δραστηριοτήτων και διασκέδασης. Οι τιμές τους φάνηκαν πολύ λογικές, το περιβάλλον λίγο καθαρό, και το οδικό δίκτυο μέτριο. Αναφορικά με το θέμα της ασφάλειας και προστασίας, οι ξένοι ένιωσαν μετρίως ασφαλείς κατά την παραμονή τους το νησί.

Από την άλλη, οι Έλληνες επισκέπτες βρήκαν τις τιμές λογικές, το περιβάλλον βρώμικο και τους δρόμους λίγο καλούς. Αναφορικά με το θέμα της ασφάλειας και προστασίας, οι Έλληνες απάντησαν ότι ένιωσαν αρκετά ασφαλείς στο νησί.

Τέλος, τόσο οι Έλληνες, όσο και οι ξένοι θα επέλεγαν ξανά τη Σαλαμίνα για τις καλοκαιρινές τους διακοπές και θα την προτείναν σε γνωστούς, φίλους και συγγενείς.

Τουριστική τυπολογία

Ο τύπος του τουρίστα που επισκέπτεται τη Σαλαμίνα είναι, σύμφωνα με τον Plog, ο **μεσοκεντρικός**, αυτός δηλαδή που βρίσκεται ανάμεσα στις δύο κατηγορίες ψυχοκεντρικών (συντηρητικοί, αποφεύγουν περιπέτεια, ταξιδεύουν με παρέα, επισκέπτονται τον ίδιο προορισμό πολλές φορές) και αλλοκεντρικών τουριστών (έχουν αυτοπεποίθηση, είναι ανοικτοί σε νέες εμπειρίες, επιδιώκουν την περιπέτεια και ταξιδεύουν μόνοι) και συνδυάζει χαρακτηριστικά τους. Αν ερμηνεύσουμε τα αποτελέσματα σύμφωνα με την τυπολογία του Cohen, τότε θα πρέπει να προσθέσουμε και τον τύπο του **ανεξάρτητου μαζικού τουρίστα** οποίος αν και επιλέγει οργανωμένα ταξίδια, θέλει ένα μέρος του ταξιδιού να το σχεδιάσει ο ίδιος. Επισκέπτεται οικείους προορισμούς, ταξιδεύει με σύντροφο-σύζυγο και του αρέσει να χαλαρώνει και να μένει κάπου άνεση και παροχές. Ακόμη, έχει την τάση να επισκέπτεται τον ίδιο προορισμό πολλές φορές. Και του **εξερευνητή**, ο οποίος συνήθως ταξιδεύει με παρέα, ταξιδεύει μεμονωμένα, σε τουριστικά ανεξερεύνητους προορισμούς, θέλει να γνωρίσει και καινούργιους ανθρώπους και συναναστρέφεται με άλλους λαούς και ανακαλύπτει άλλες κουλτούρες και πολιτισμούς. Τέλος, σύμφωνα τους Gibson & Yiannakis προστίθενται ακόμη και άλλοι τύποι όπως αυτός του **εραστή του ήλιου** ο οποίος πηγαίνει σε θερμά μέρη με ήλιο, άμμο και θάλασσα, πραγματοποιεί τις διακοπές του το καλοκαίρι, του **ανθρωπολόγου** ο οποίος ενδιαφέρεται να γνωρίσει άλλους ανθρώπους, διαφορετικές κουλτούρες, ήθη και έθιμα και του **αρχαιολόγου** οποίος θέλει να γνωρίσει την ιστορία και τον πολιτισμό του τόπου τον οποίο επισκέπτεται.

Για να καταλήξουμε στο παραπάνω συμπέρασμα έπρεπε να αναλύσουμε τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου, τα οποία κατέδειξαν ότι οι Έλληνες και οι ξένοι επισκέπτες τους αρέσει να περνάνε την ημέρα τους στην παραλία, να πηγαίνουν σε θερμά μέρη με ήλιο και θάλασσα, να κάνουν κάμπινγκ, να συναναστρέφονται με τους ντόπιους, να επισκέπτονται ιστορικά αξιοθέατα, μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους και να έρχονται κοντά στην ιστορία και τις παραδόσεις του τόπου που επισκέπτονται.

Στους Έλληνες σπάνια αρέσει η περιπέτεια και τα σπορ, ενώ ποτέ δεν τους αρέσουν τα μαθήματα- εργαστήρια στις διακοπές. Αντίθετα, τους αρέσει να βγαίνουν συχνά έξω το βράδυ,

να επισκέπτονται ιερούς τόπους και να έρχονται σε επαφή με την ιστορία και τις ρίζες τους. Ακόμη, τους αρέσει να πηγαίνουν σε οικεία μέρη, να επισκέπτονται δημοφιλή τουριστικά αξιοθέατα και μερικές φορές να μετακινούνται και να εξερευνούν τις γύρω περιοχές. Τέλος, προτιμούν τα οργανωμένα ταξίδια όπου οι ίδιοι αναλαμβάνουν τη μερική οργάνωση του ταξιδιού. Στους ξένους αρέσει η περιπέτεια και να κάνουν σπορ στις διακοπές. Σπάνια βγαίνουν έξω κάθε βράδυ, ενώ τους αρέσουν οι εκπαιδευτικές εκδρομές και να μετακινούνται από τόπο σε τόπο εξερευνώντας τις γύρω περιοχές. Αποφεύγουν τα οικεία μέρη και τα τουριστικά αξιοθέατα και σπάνια πραγματοποιούν οργανωμένα ταξίδια.

Προτάσεις

Προτείνουμε τη βελτίωση των υπαρχόντων και τη δημιουργία νέων τουριστικών υποδομών στη Σαλαμίνα για τη μέγιστη ικανοποίηση των τουριστών της. Ακόμη, κρίνεται αναγκαίος ο επαναπροσδιορισμός της εικόνας του νησιού, η αναβάθμιση και η προώθηση του τουριστικού προϊόντος της ούτως ώστε να "ξανασυστηθεί" στο ευρύ κοινό. Προτείνουμε ακόμη την ενίσχυση του βασικού τουριστικού προϊόντος που είναι το «Ήλιος & Θάλασσα», τον πολιτιστικό τουρισμό και το City Break. Τέλος, θα ήταν σημαντικό εάν τα παραπάνω ήδη τουρισμού αναπτύσσονταν με τέτοιο τρόπο ώστε να ενισχύεται η αειφόρος ανάπτυξη, δηλαδή η προστασία του περιβάλλοντος και η βιωσιμότητα, κάτι που η Σαλαμίνα έχει μεγάλη ανάγκη.

Αντί επιλόγου

Τόσο οι παράγοντες ώθησης και έλξης, όσο και η τουριστική τυπολογία είναι θεμελιώδεις για την κατανόηση της ταξιδιωτικής συμπεριφοράς και για την εξήγηση του γιατί οι άνθρωποι ταξιδεύουν και για ποιο λόγο επιλέγουν να επισκεφτούν έναν συγκεκριμένο προορισμό έναντι κάποιου άλλου. Ακόμη, παίζουν σημαντικό ρόλο στο ταίριασμα τουριστών με τους κατάλληλους προορισμούς ώστε να υπάρξει η μέγιστη ικανοποίηση των αναγκών τους, αλλά και να δημιουργηθεί η πρόθεση να ξαναεπιστρέψουν στο προορισμό.

Ως εκ τούτου, οι υπεύθυνοι του τουρισμού θα πρέπει να γνωρίζουν τη σημασία των τουριστικών κινήτρων και των τουριστικών τυπολογιών και να και να γίνουν οι απαραίτητες ενέργειες στο πεδίο του μάρκετινγκ για την σωστή αντιστοίχιση των κύριων χαρακτηριστικών ενός προορισμού με τις ανάγκες και τις προσδοκίες των πιθανών επισκεπτών του.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ-ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ

ο Ελληνική

1. Βαρβαρέσος, Β. (2000), *Τουρισμός: Έννοιες, μεγέθη, δομές. Η ελληνική πραγματικότητα*, Έκδοση Β', Αθήνα: Προπομπός.
2. Βαρβαρέσος, Σ. και Σωτηριάδης, Μ., (2002), “Καταναλωτική συμπεριφορά τουριστών: Αναγκαιότητα Ολοκληρωμένων Προσεγγίσεων”, *Επιθεώρηση κοινωνικών ερευνών*.
3. Ηγουμενάκης, Γ. Ν., (2004), *Τουριστικό Μάρκετινγκ*, Αθήνα: Interbooks.
4. Λαγός, Γ.Δ., (2005), *Τουριστική Οικονομική*, Αθήνα: Κριτική.
5. Λάμπρου, Σ. Π., (1884), *Ιστορικά Μελετήματα υπό Σπυρίδωνος Π. Λάμπρου*, Αθήνα: Ο Παλαμήδης.
6. Μάλλιαρης, Γ. Π., (2001), *Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ*, Γ' έκδοση, Αθήνα: Σταμούλη.
7. Παπαρρηγόπουλου, Κ., (2010), *Ιστορία του Ελληνικού Έθνους*, Τόμος 3, 500- 479 π.Χ., National Geographic Society.
8. Σοφρά-Μάθεση, Ε., (2010), *Το χειρόγραφο του Παρασκευά Πάλλα. Η συμβολή των Σαλαμινίων στην Επανάσταση του 1821*, Σαλαμίνα: Radical Grafx.
9. Τσάρτας Π. (1995), «Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στα χαρακτηριστικά και τις αναζητήσεις των σύγχρονων τουριστών», *Σύγχρονα Θέματα*, **18** (55), σσ. 40-47
10. Τσάρτας Π. (1996), *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*, Αθήνα: Εξάντας.

ο Ξενόγλωσση

1. Buhalis, D., (2000), “Marketing the competitive destination of the future”, *Tourism Management*, **21** (1), pp. 97-116. Ανακτήθηκε στις 16 Μαρτίου 2020 από https://www.academia.edu/164837/Marketing_the_competitive_destination_of_the_future

2. Burkart, A.J. and Medlik, S., (1974), *Tourism: past, present and future*, London: Heinemann Publishers.
3. Cohen, E., (1972), "Towards a sociology of international tourism". *Social Research*, **39** (1), 164-182.
4. Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., and Wanhill, S., (1993), *Tourism: principles and practice*, London: Pitman.
5. Crompton, J. L. (1979), "Motivations for pleasure vacation". *Annals of Tourism Research*, **6** (4), p. 408–424. Ανακτήθηκε στις 15 Μαρτίου 2020 από <https://pdfs.semanticscholar.org/637b/75dd2db8652abf460b796c6d35566600a83f.pdf>
6. Dann, G. M.S., (1981), "Tourist motivation an appraisal", *Annals of Tourism Research*, **8** (2), pp. 187-219.
7. Gyimóthy, Szilvia. (2000), "Visitors' Perceptions of Holiday Experiences and Service Providers: An Exploratory Study", *Journal of Travel & Tourism Marketing*. **8**, pp. 57-74.
8. Holland, T., (2005) *Persian Fire*, Abacus: London.
9. Jackson, M. and Inbakaran, R., (2006), "Development of Personality Types to Predict Tourist Behaviour towards Tourist Product Consumption", In *Tourists and Tourism* (ed.), New Delhi: Abhijeet Publishers, pp.1-17.
10. Kaewumpai1, I., (2017), "The Influence of Personality on Tourist Behaviors: The Study of Motivations, Satisfaction and Loyalty", **10** (2), pp.54-74.
11. Kotler P., Rein I., and Haider H.D. (1993), *Marketing Places: Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, Regions and Nations*, The Free Press.
12. Kotler, P. and Keller, K.L., (2006), *Marketing Management*, 12th edition, Upper Saddle River, N.J: Prentice Hall, pp. 184-185.
13. Lanning, M.L.,(2005) *Battle 100: The Stories Behind History's Most Influential Battle*, Illinois: Sourcebooks, Inc.
14. Ma W., Schraven D., de Bruijne M., de Jong M. and Lu H. (2019), "Tracing the Origins of Place Branding Research: A Bibliometric Study of Concepts in Use (1980–2018)". *Sustainability*, **11**:1-2. Ανακτήθηκε στις 30 Ιανουαρίου 2020 από <https://www.mdpi.com/journal/sustainability>

15. Middleton, V.T.C., (1989), "Tourist Product", in: Witt, S.F. and Moutinho, L. (eds.). *Tourism Marketing and Management Handbook*. Hempel Hempstead: Prentice- Hall.
16. Middleton, V.T.C. and Clarke, J. (2001), *Marketing in Travel and Tourism*, 3rd Edition, Oxford: Butterworth-Heinemann
17. Mill, R. C. and Morrison, A. M., (1992), *The Tourism System*, Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
18. Moutinho, L., (1987), "Consumer Behaviour in Tourism", *European Journal of Marketing*, **21** (10), pp. 5-44.
19. Ngoc Khuong, Mai & Ha, Huynh. (2014). The Influences of Push and Pull Factors on the International Leisure Tourists' Return Intention to Ho Chi Minh City, Vietnam — A Mediation Analysis of Destination Satisfaction. *International Journal of Trade, Economics and Finance*. **5**. Pp. 490-496.
20. Pizam, A., Neumann, Y., and Reichel, A. (1978), "Dimensions of tourist satisfaction with a destination area", **5** (3), pp. 314-322.
21. Plog, S. C., (1974), "Why destination areas rise and fall in popularity", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, **14** (4), pp.55–58.
22. Plog, S. C., (1977), "Tourism Consumer Behavior" in Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., and Wanhill, S., (eds.), *Tourism: principles and practice*, London: Pitman.
23. Plog, S. C. (1987). "Understanding Psychographics in Tourism Research". In Ritchie, J.R.B. and Goeldner, C.R.,(Eds.) *Travel Tourism, and Hospitality Research*, New York: John Wiley, pp. 203-213.
24. Plog S., 1994, «Understanding psychographics in tourism research», στο Ritchie J.R.B.,Goeldner CR. (eds), *Travel, Tourism and Hospitality Research, A Handbook for Managers and Researchers*, New York, John Wiley & Sons, σ. 203-213.
25. Plog, S.C., (2001), "Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity, An Update of a Cornell Quarterly Classic", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* **42** (3), pp.13-24.

26. Sangpikul, A., (2008), “A Factor-Cluster Analysis of Tourist Motivations: A Case of U.S. Senior Travelers”, *Original Scientific Paper* **56** (1), pp. 23-40
27. Schul P., Crompton J.L. (1983), “Search behavior of international vacationers: travelspecific lifestyle and sociodemographic variables”, *Journal of Travel Research*, **22** (2), pp. 25-30.
28. Smith, S.L.J., (1994), “The Tourism Product”, *Annals of Tourism Research* (21) **3**, pp. 582-595.
29. United Nations Conference on International Travel and Tourism (21 August - 5 September 1963), Rome. Ανακτήθηκε στις 17 Φεβρουάριου 2020 από <https://digitallibrary.un.org/record/723571#record-files-collapse-header>
30. UNWTO, Glossary of Tourism terms. Ανακτήθηκε στις 17 Φεβρουαρίου 2020 από <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
31. Woodside, A., and Lysonski, S., (1989), “A General Model Of Traveler Destination Choice”, *Journal of Travel Research* (27) **4**, pp. 8-14. Ανακτήθηκε στις 17 Μαρτίου 2020 από https://www.researchgate.net/publication/249700769_A_General_Model_Of_Traveler_Destination_Choice
32. Yousefi, Maryam & Marzuki, Azizan. (2015) “An Analysis of Push and Pull Motivational Factors of International Tourists to Penang, Malaysia. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*”. **16**. Pp. 40-56.

ο **Ηλεκτρονικές πηγές**

1. Γ’ Λιμεναρχείο Πειραιά, «Πώς θα φτάσετε στη Σαλαμίνα», 06 Δεκεμβρίου 2010. Ανακτήθηκε στις 05 Δεκεμβρίου 2019 από <https://www.in.gr/2010/12/06/plus/diakopes/pws-tha-ftasete-stin-salamina/>
2. «Δραστηριότητες». Ανακτήθηκε στις 07 Δεκεμβρίου 2019 από <http://www.wavedance.gr/Page/40/Δραστηριότητες>
3. ΕΛΣΤΑΤ «Απογραφή Πληθυσμού 2011». Ανακτήθηκε στις 03 Δεκεμβρίου 2019 από https://web.archive.org/web/20120325111148/http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/BUCKET/A1602/PressReleases/A1602_SAM01_DT_DC_00_2011_01_F_GR.pdf

4. ΙΝΣΕΤΕ «Στατιστικά Δελτία» Ανακτήθηκε στις 10 Δεκεμβρίου 2021 από <https://insete.gr/statistika-deltia/>
5. «Ιστορία», Δήμος Σαλαμίνας. Ανακτήθηκε στις 03 Δεκεμβρίου 2019 από <http://www.salamina.gr/Default.aspx?tabid=232&language=el-GR>
6. Μπαρδούνιας, Ν., (18 Απριλίου 2010), «Πρωταθλήτρια στην κίνηση επιβατών η γραμμή Πέραμα – Παλούκια!», Η Καθημερινή, Ανακτήθηκε στις 03 Δεκεμβρίου 2019 από <https://www.kathimerini.gr/390920/article/oikonomia/epixeirhseis/prwta8lhtria-sthn-kinshsh-epivatwn-h-grammh-perama---paloykia>
7. Μπελαβίλας Ν., και Πρέντου Π., (2018), «Το αρχαιολογικό τοπίο στην Κυνόσουρα Σαλαμίνας. Αποτίμηση υφιστάμενης κατάστασης και διερεύνηση δυνατοτήτων αποκατάστασής του». Εργαστήριο Αστικού Περιβάλλοντος, ΕΜΠ. Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών. Ανακτήθηκε στις 04 Δεκεμβρίου 2019 από http://www.arch.ntua.gr/sites/default/files/resource/5215_ektheseis-ergastiriou-astikoy-perivallontos/kynosoura_salaminas_envlab_ntua_june_2018.pdf
8. «Μυθολογία- Αρχαία Ιστορία», Δήμος Σαλαμίνας. Ανακτήθηκε στις 03 Δεκεμβρίου 2019 από <http://www.salamina.gr/Default.aspx?tabid=236&language=el-GR>
9. Ναυμαχία της Σαλαμίνας», Δήμος Σαλαμίνας. Ανακτήθηκε στις 03 Δεκεμβρίου 2019 από <http://www.salamina.gr/Default.aspx?tabid=241&language=el-GR>
10. Περιφερειακή Ενότητα Νήσων Δήμος Σαλαμίνας (2011), «Επιχειρησιακό πρόγραμμα δήμου Σαλαμίνας 2011-2014», Ανακτήθηκε στις 04 Δεκεμβρίου 2019 από <http://www.salamina.gr/LinkClick.aspx?fileticket=vU4uLNNH8TE%3D&tabid=36&language=el-GR>
11. «Πολιτιστικές Εκδηλώσεις», Δήμος Σαλαμίνας. Ανακτήθηκε στις 05 Δεκεμβρίου 2019 από <http://www.salamina.gr/Default.aspx?tabid=266&language=el-GR>
12. Σακελλαρίου, Κ., (2017), «Αστική Εξάπλωση και πολεοδομικοί μετασχηματισμοί στην περιοχή της Σαλαμίνας» Διάλεξη, Κεντρική Βιβλιοθήκη ΕΜΠ. Ανακτήθηκε στις 03 Δεκεμβρίου 2019 από <http://dspace.lib.ntua.gr/xmlui/handle/123456789/44757>

13. «Σαλαμίνα- Δρομολόγια Πλοίων». Ανακτήθηκε στις 03 Δεκεμβρίου 2019 από <http://www.argosaronikos.gr/salamina/dromologia>
14. «Σαλαμίνα-Παραλίες». Ανακτήθηκε στις 06 Δεκεμβρίου 2019 από <http://www.greeceheaven.com/el/salamina-informations>
15. «Συγκοινωνία». Ανακτήθηκε στις 07 Δεκεμβρίου 2019 από <http://www.salamina.gr/Default.aspx?tabid=331&language=en-US>
16. «Τουριστικές πληροφορίες». Δήμος Σαλαμίνας. Ανακτήθηκε στις 05 Δεκεμβρίου 2019 από <http://www.salamina.gr/Default.aspx?tabid=283&language=el-GR>
17. « «Τουρκοκρατία», Δήμος Σαλαμίνας. Ανακτήθηκε στις 03 Δεκεμβρίου 2019 από <http://www.salamina.gr/Default.aspx?tabid=471&language=el-GR>
18. Φέσσα, Α., «Σαλαμίνα: Όλη η Ιστορία... σε ένα νησί». Ανακτήθηκε στις 03 Δεκεμβρίου 2019 από <https://www.gnoristetinellada.gr/anadromes/sterea-ellada/4503-salamina-oli-i-istoria-se-ena-nisi>
19. Χυτήρης, Λ.Σ., και Άννινος, Λ., (2015), *Διοίκηση και Ποιότητα Υπηρεσιών*, ΣΕΑΒ, Κάλλιπος: Αθήνα. Ανακτήθηκε στις 15 Μαρτίου 2020 από https://repository.kallipos.gr/pdfviewer/web/viewer.html?file=/bitstream/11419/4981/1/00_mas_ter_document-KOY.pdf
20. «19^{ος} και 20^{ος} αιώνας», Δήμος Σαλαμίνας. Ανακτήθηκε στις 04 Δεκεμβρίου 2019 από <http://www.salamina.gr/Default.aspx?tabid=472&language=el-GR>
21. iefimerida.gr (19.06.2019), «Καλοκαίρι 2019: Αυτές είναι οι 170 καθαρές παραλίες της Αττικής. Και οι 47 απαγορευμένες». Ανακτήθηκε στις 06 Δεκεμβρίου 2019 από <https://www.iefimerida.gr/ellada/exarheia-erhontai-oi-astynomikoi-me-ta-skoyter>
22. Star.gr (13.08.18), «Οι κρυμμένοι παράδεισοι της Σαλαμίνας». Ανακτήθηκε στις 04 Δεκεμβρίου από <https://www.star.gr/eidiseis/ellada/432400/hremes-diakopes-sth-salamina-protimoyn-oi-toyristes>

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΑΚΕΤΑ

23. <https://www.kedrostravel.com/product/salamina/?cookies=accepted> (Τελευταία πρόσβαση 07 Δεκεμβρίου 2019)
24. <https://patakistravel.gr/εκδρομη/19-8-2018-ημερησια-εκδρομη-μονη-φανερωμενησ/> (Τελευταία πρόσβαση 07 Δεκεμβρίου 2019)
25. <https://katsiristravel.com/25-arxeio-ekdromon-ellada/435-salamina> (Τελευταία πρόσβαση 07 Δεκεμβρίου 2019)
26. <http://www.travel-time.gr/el/απογευματινες-εκδρομες-/541-ιμ-παναγιας-φανερωμενης-σαλαμινα.html> (Τελευταία πρόσβαση 07 Δεκεμβρίου 2019)
27. <https://www.chaloulos.gr/panagia-faneromeni/> (Τελευταία πρόσβαση 07 Δεκεμβρίου 2019)
28. <http://www.timothysfamily.com/μονοήμερη-εκδρομή-στη-σαλαμίνα/> (Τελευταία πρόσβαση 07 Δεκεμβρίου 2019)

ΒΟΗΘΗΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

29. www.vrisko.gr (Τελευταία πρόσβαση 08 Δεκεμβρίου 2019)

ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ- ΕΣΤΙΑΣΗ

30. www.tripadvisor.com (Τελευταία πρόσβαση 10 Δεκεμβρίου 2019)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ:

Τα Κίνητρα και η Τυπολογία των επισκεπτών του νησιού της Σαλαμίνας.

Αγαπητέ/ή ερωτώμενε/η,

Το παρόν ερωτηματολόγιο αποτελεί μέρος της έρευνας που διεξάγεται στο πλαίσιο εκπόνησης της διπλωματικής μου εργασίας με τίτλο: «Χτίζοντας την Ιδιαιτερότητα ενός Ανεξερεύνητου Τουριστικού Προορισμού: Η περίπτωση της Σαλαμίνας» για την απόκτηση του Μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών «Διοίκηση Επιχειρήσεων - MBA Tourism Management» του Πανεπιστημίου Πειραιώς.

Η έρευνα αφορά το νησί της Σαλαμίνας ως τουριστικό προορισμό καθώς και τους τουρίστες που το επισκέπτονται.

Το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο, όλες οι απαντήσεις θα παραμείνουν εμπιστευτικές και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για τους σκοπούς της εργασίας.

Για οποιαδήποτε ερώτηση σχετικά με την έρευνα, μη διστάσετε να επικοινωνήσετε μαζί μου στο e-mail: sofia_dimi@hotmail.com

Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για τη συμβολή σας.

Σοφία Δημητριάδη

Λόγοι Πραγματοποίησης Ταξιδιού & Παράγοντες Επιλογής Προορισμού (Push & Pull factors)

Παρακαλώ σημειώστε με **X** τον βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας με κάθε μία από τις παρακάτω προτάσεις.

	Οι κύριοι λόγοι που πραγματοποιώ ένα ταξίδι είναι γιατί...	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
1.	Θέλω να ζήσω κάτι νέο και συναρπαστικό					
2.	Θέλω να ταξιδέψω σε προορισμό που δεν έχω επισκεφτεί					
3.	Θέλω να δω αυτό το κάτι διαφορετικό, που συνήθως δεν βλέπω					
4.	Θέλω να αυξήσω τη γνώση μου για τον προορισμό που επισκέπτομαι					
5.	Θέλω να γνωρίσω διαφορετικούς ανθρώπους					
6.	Θέλω να δω πώς ζουν άλλοι άνθρωποι, τον τρόπο ζωής τους					
7.	Θέλω να βιώσω διαφορετικούς πολιτισμούς/κουλτούρες					
8.	Μπορώ να περάσω χρόνο με τα αγαπημένα μου πρόσωπα					
9.	Θέλω να πάω σε μέρη που έχουν επισκεφτεί οι φίλοι μου					
10.	Θέλω να μοιραστώ την ταξιδιωτική εμπειρία με άλλα άτομα όταν επιστρέψω					
11.	Θέλω να επισκεφτώ έναν προορισμό τον οποίο οι περισσότεροι άνθρωποι εκτιμούν και υπολογίζουν					
12.	Θέλω να βιώσω την πολυτέλεια, το καλό φαγητό και να μείνω κάπου με άνεση					
13.	Είναι η στιγμή που μπορώ να ξεκουραστώ και να χαλαρώσω					
14.	Θέλω να ξεφύγω από το στρες της καθημερινότητας					
15.	Θέλω να σπάσω τη ρουτίνα της καθημερινής μου ζωής					
16.	Θέλω να απολαύσω το ταξίδι και να κάνω τον εαυτό μου ευτυχισμένο					

	Κατά τη γνώμη μου, ένας προορισμός είναι ελκυστικός όταν έχει...	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
17.	Ευκολία πρόσβασης					
18.	Υποδομές/ ανέσεις					
19.	Ποιότητα υπηρεσιών					
20.	Δυνατότητα ξεναγήσεων					
21.	Λογικές τιμές προϊόντων και υπηρεσιών					
22.	Ποικιλία τουριστικών αξιοθέατων					
23.	Κοντινή απόσταση					
24.	Φυσικές ομορφιές					
25.	Πλούσια ιστορία και κουλτούρα					
26.	Πολιτιστικά και ιστορικά μέρη					
27.	Αγορές/ Εμπορικά κέντρα					
28.	Νυχτερινή ζωή/ Διασκέδαση					
29.	Ωραίες παραλίες					
30.	Φιλόξενους κατοίκους					
31.	Ασφάλεια					
32.	Καθαριότητα					
33.	Καλό κλίμα					

Τουριστική Τυπολογία

Ποια από τις παρακάτω τουριστικές δραστηριότητες σας ταιριάζει καλύτερα; Αξιολογήστε τις παρακάτω προτάσεις χρησιμοποιώντας την παρακάτω κλίμακα (κυκλώστε την απάντησή σας).

Πάντα μου αρέσει.....	5
Συχνά μου αρέσει.....	4
Μερικές φορές μου αρέσει.....	3
Σπάνια μου αρέσει.....	2
Ποτέ δεν μου αρέσει.....	1

Όταν πηγαίνω διακοπές...		Ποτέ				Πάντα
34.	Περνάω την ημέρα μου στην παραλία, χαλαρώνω και κάνω ηλιοθεραπεία.	1	2	3	4	5
35.	Συναναστρέφομαι με τους ντόπιους κατοίκους, μιλάω τη γλώσσα τους και γνωρίζω την κουλτούρα τους.	1	2	3	4	5
36.	Επισκέπτομαι μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, πινακοθήκες κ.α.	1	2	3	4	5
37.	Βγαίνω έξω κάθε βράδυ και πίνω με τους φίλους μου.	1	2	3	4	5
38.	Παραμένω σωματικά ενεργός και ασχολούμαι με τα αγαπημένα μου σπορ.	1	2	3	4	5
39.	Προσπαθώ να κάνω νέες γνωριμίες για μη πολύπλοκες ρομαντικές εμπειρίες.	1	2	3	4	5
40.	Κάνω extreme sports και συμμετέχω σε δραστηριότητες που περιλαμβάνουν το στοιχείο του ρίσκου π.χ. αναρρίχηση, κατάδυση, ελεύθερη πτώση κ.α.	1	2	3	4	5
41.	Επιθυμώ να αποκτήσω νέες δεξιότητες και γνώσεις παίρνοντας μέρος σε μαθήματα ή εργαστήρια π.χ. φωτογραφίας, μαγειρικής, οινογνωσίας, αγγειοπλαστικής κ.α.	1	2	3	4	5
42.	Μένω σε ξενοδοχεία 5 αστέρων και δειπνώ στα καλύτερα εστιατόρια.	1	2	3	4	5
43.	Αφήνω τον σχεδιασμό του ταξιδιού μου (κρατήσεις ξενοδοχείου, εκδρομές κτλ.) στον ταξιδιωτικό πράκτορα.	1	2	3	4	5
44.	Μου αρέσει να εξερευνώ απόμερες περιοχές και απολαμβάνω την πρόκληση των δύσβατων διαδρομών.	1	2	3	4	5

		Ποτέ				Πάντα	
45.	Επισκέπτομαι ιστορικά αξιοθέατα και μαθαίνω την ιστορία και των αρχαίων πολιτισμών.	1	2	3	4	5	
46.	Πηγαίνω στα καλύτερα νυχτερινά μαγαζιά και συναναστρέφομαι με διασημότητες.	1	2	3	4	5	
47.	Πραγματοποιώ οργανωμένα ταξίδια και εκδρομές.	1	2	3	4	5	
48.	Ψάχνω για εναλλακτικές τουριστικές διαδρομές, αποφεύγοντας τα συνηθισμένα τουριστικά στέκια.	1	2	3	4	5	
49.	Επιθυμώ να εξερευνώ το νόημα της ζωής και να ανακαλύψω βαθύτερα τον εαυτό μου.	1	2	3	4	5	
50.	Ενώ αφήνω ορισμένες από τις προετοιμασίες στον ταξιδιωτικό πράκτορα, αναλαμβάνω ο ίδιος να οργανώσω τη δική μου διαδρομή (κλείνω ξενοδοχεία κ.α.).	1	2	3	4	5	
51.	Οι διακοπές για εμένα συνδέονται με την πνευματική αναζήτηση και προσπαθώ να έρθω πιο κοντά στις ρίζες μου, να ανακαλύψω την ιστορία ή τις παραδόσεις	1	2	3	4	5	
52.	Οι διακοπές για εμένα συνδέονται με την πνευματική αναζήτηση και προσπαθώ να έρθω πιο κοντά στα θρησκευτικά μου πιστεύω, να επισκεφτώ ιερούς τόπους ή ναούς.	1	2	3	4	5	
53.	Πηγαίνω σε οικεία για εμένα μέρη και επισκέπτομαι τα πιο δημοφιλή τουριστικά αξιοθέατα.	1	2	3	4	5	
54.	Πηγαίνω από μέρος σε μέρος ανακαλύπτοντας συνεχώς νέους προορισμούς.	1	2	3	4	5	
55.	Πηγαίνω μόνος μου και ζω με τους μόνιμους κατοίκους, συχνά εργάζομαι για να συνεχίσω τις διακοπές μου.	1	2	3	4	5	
56.	Κάνω περιπετειώδη ταξίδια, πεζοπορίες σε δάση, καταβάσεις από βουνά κτλ.	1	2	3	4	5	
57.	Αποφεύγω να πραγματοποιώ οργανωμένα ταξίδια και εκδρομές.	1	2	3	4	5	
58.	Χαλαρώνω και ξεφεύγω από όλα.	1	2	3	4	5	
59.	Πηγαίνω σε θερμά μέρη με πολύ ήλιο, άμμο και θάλασσα.	1	2	3	4	5	
60.	Χαίρομαι τη φύση και την ύπαιθρο.	1	2	3	4	5	
61.	Ταξιδεύω πρώτη θέση και μένω στα καλύτερα πολυτελή θέρετρα.	1	2	3	4	5	
62.	Επιλέγω να κάνω εκπαιδευτικές διακοπές που μου δίνουν τη δυνατότητα να αποκτήσω νέες γνώσεις και δεξιότητες.	1	2	3	4	5	
63.	Κάνω κάμπινγκ και άλλες υπαίθριες δραστηριότητες.	1	2	3	4	5	

Σαλαμίνα: Τουριστική Εμπειρία & Ικανοποίηση

Οι παρακάτω ερωτήσεις αφορούν τον προορισμό που επισκεφθήκατε.

64.	Πόσες φορές έχετε επισκεφτεί τη Σαλαμίνα;
<input type="checkbox"/>	Πρώτη φορά
<input type="checkbox"/>	2
<input type="checkbox"/>	3
<input type="checkbox"/>	Πάνω από 4 φορές

65.	Με ποιόν επισκεφθήκατε τη Σαλαμίνα;
<input type="checkbox"/>	Μόνος/η
<input type="checkbox"/>	Με Σύντροφο/Σύζυγο
<input type="checkbox"/>	Με την οικογένεια μου
<input type="checkbox"/>	Με φίλους
<input type="checkbox"/>	Με συνάδελφους
<input type="checkbox"/>	Με γκρούπ

66.	Με ποιόν τρόπο επιλέξατε να ταξιδέψετε;
<input type="checkbox"/>	Μεμονωμένα
<input type="checkbox"/>	Μέσω ταξιδιωτικού γραφείου (Πακέτο εκδρομών)
<input type="checkbox"/>	Μέσω ταξιδιωτικού γραφείου (Μεμονωμένες εκδρομές)
<input type="checkbox"/>	Άλλο:

67.	Που μείνατε;
<input type="checkbox"/>	Ξενοδοχείο
<input type="checkbox"/>	Ενοικιαζόμενα δωμάτια
<input type="checkbox"/>	Airbnb
<input type="checkbox"/>	Εξοχική κατοικία
<input type="checkbox"/>	Άλλο:

68.	Πόσες ημέρες μείνατε;
<input type="checkbox"/>	1-2ημέρες
<input type="checkbox"/>	3-6 ημέρες
<input type="checkbox"/>	1 εβδομάδα
<input type="checkbox"/>	Πάνω από μια εβδομάδα
<input type="checkbox"/>	Άλλο:

69.	Για ποιο λόγο επισκεφθήκατε τη Σαλαμίνα; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από 1 απαντήσεις)
<input type="checkbox"/>	Αναψυχή
<input type="checkbox"/>	Επίσκεψη σε φίλους ή συγγενείς
<input type="checkbox"/>	Επαγγελματικούς λόγους
<input type="checkbox"/>	Άλλο:

70.	Από πού ενημερωθήκατε για το νησί της Σαλαμίνας; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από 1 απαντήσεις)
<input type="checkbox"/>	Ταξιδιωτικά πρακτορεία
<input type="checkbox"/>	Ίντερνετ / Social Media
<input type="checkbox"/>	Από φίλους ή γνωστούς
<input type="checkbox"/>	Τηλεόραση/ ραδιόφωνο
<input type="checkbox"/>	Έχω εξοχική κατοικία
<input type="checkbox"/>	Άλλο:

71.	Πόσα χρήματα ξοδέψατε συνολικά κατά την παραμονή σας το νησί;
<input type="checkbox"/>	Έως 500€
<input type="checkbox"/>	500 - 1.000€
<input type="checkbox"/>	1.000 - 1.500€
<input type="checkbox"/>	1.500 - 2.000€

<input type="checkbox"/>	2.000- 2.500€
<input type="checkbox"/>	Περισσότερα από 2.500€

Με βάση την εμπειρία σας, πώς αξιολογείτε τη Σαλαμίνα στα ακόλουθα;

1:	Καθόλου
2:	Λίγο
3:	Μέτρια
4:	Πολύ
5:	Πάρα πολύ

72. Εύκολη πρόσβαση

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

73. Πλούσια ιστορική και πολιτισμική κληρονομιά

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

74. Φυσικές ομορφιές/ παραλίες

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

75. Καλές καιρικές συνθήκες

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

76. Χώροι διαμονής (εξυπηρέτηση, ποιότητα υπηρεσιών)

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

Χώροι εστίασης (εξυπηρέτηση,
77. ποιότητα υπηρεσιών)

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

78. Αγορές (εξυπηρέτηση, ποικιλία)

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

79. Ποικιλία δραστηριοτήτων και
διασκέδασης

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

79. Λογικές τιμές

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

80. Φιλόξενοι κάτοικοι

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

81. Καθαρό περιβάλλον

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

82. Καλό οδικό δίκτυο

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Καθόλου Πάρα πολύ

83. Ασφάλεια και προστασία

1 2 3 4 5
Καθόλου Πάρα πολύ

84. Θα επιλέγατε ξανά τη Σαλαμίνα για τις καλοκαιρινές σας διακοπές;

- Εντελώς απίθανο
- Απίθανο
- Πιθανόν
- Πολύ πιθανόν

85. Θα την προτείνατε σε γνωστούς/ φίλους/ συγγενείς;

- Εντελώς απίθανο
- Απίθανο
- Πιθανόν
- Πολύ πιθανόν

Δημογραφικά Χαρακτηριστικά

86. Φύλο

- Άντρας
- Γυναίκα

87. Ηλικία

- <18
- 18-25
- 26-30

- 31-40
- 41-50
- 51-60
- >60
- Άλλο: _____

88. Εθνικότητα _____

89. Οικογενειακή Κατάσταση

- Αγαμος/η
- Έγγαμος/η
- Διαζευμένος/η
- Χήρος/α

90. Επίπεδο Εκπαίδευσης

- Δημοτικό
- Γυμνάσιο
- Λύκειο
- ΙΙΕΚ
- ΑΕΙ/ΤΕΙ
- Μεταπτυχιακό
- Διδακτορικό

91. Επαγγελματική Κατάσταση

- Άνεργος

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

92. Ετήσιο Εισόδημα

- 0 - 10.000€
- 10.000€ - 25.000€
- 25.000€ - 50.000€
- 50.000€ - 90.000€
- 90.000€ και άνω

**ΤΕΛΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ
ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΣΑΣ!**





QUESTIONNAIRE

Motivation and typology of visitors of the island of Salamis

Dear respondent,

This questionnaire is part of the research conducted in the context of my dissertation entitled: "Building the Uniqueness of an Unexplored Tourist Destination: The Case of Salamis" to obtain my Master's degree "Business Administration - MBA Tourism Management" from the University of Piraeus.

The research concerns the island of Salamis as a tourist destination as well as the tourists who visit it.

The questionnaire is anonymous; all answers will remain confidential and will be used exclusively for the purposes of the thesis.

For any questions regarding the survey, do not hesitate to contact me at:

sofia_dimi@hotmail.com

Thank you in advance for your contribution.

Sofia Dimitriadi

Travel Motivation & Destination Selection Criteria (Push & Pull Factors).

Please rate the degree to which you agree or disagree with each of the following statements related to traveling.

	The main reasons I make a trip are because...	Strongly disagree	Disagree	Neither agree nor disagree	Agree	Strongly agree
1.	I want to experience something new and exciting					
2.	I want to travel to a destination I have not visited yet					
3.	I want to see something different, which I usually do not see					
4.	I want to increase my knowledge of the destination I am visiting					
5.	I want to meet different people					
6.	I want to see how other people live					
7.	I want to experience different cultures					
8.	I can spend time with my loved ones					
9.	I want to go to places my friends have visited					
10.	I want to share my travel experience with other people when I return					
11.	I want to visit a destination that most people value and appreciate					
12.	I want to experience luxury, good food and a comfortable staying					
13.	It's the moment that I can finally rest and relax					
14.	I want to escape from the stress of everyday life					
15.	I want to I want to break the routine of my daily life					
16.	I want to enjoy the journey and make myself happy					

	In my opinion, a destination is attractive when it has ...	Strongly disagree	Disagree	Neither agree nor disagree	Agree	Strongly agree
17.	Easy access					
18.	Infrastructure / amenities					
19.	Quality of services					
20.	Guided tours					
21.	Reasonable prices of products and services					
22.	Variety of tourist attractions					
23.	It is nearby					
24.	Natural beauties					
25.	Rich history and culture					
26.	Cultural and historical places					
27.	Markets / Shopping malls					
28.	Nightlife (Bars, clubs etc.)					
29.	Beautiful beaches					
30.	Friendly locals					
31.	Safety					
32.	Cleanliness					
33.	Nice weather/ Good climate					

Typology of Tourists

Which of the following tourist activities suits you best?

Evaluate the following sentences using the scale:

I always like.....	5
I often like.....	4
Sometimes I like.....	3
I rarely like.....	2
I never like.....	1

When I am on vacation ...						
		Never				Always
34.	I spend my day at the beach, relaxing and sunbathing	1	2	3	4	5
35.	I hobnob with the locals, I speak their language and I know their culture	1	2	3	4	5
36.	I visit museums, archeological sites, galleries etc.	1	2	3	4	5
37.	I go out every night and drink with my friends	1	2	3	4	5
38.	I stay physically active doing my favorite sports	1	2	3	4	5
39.	I try to make new acquaintances for uncomplicated romantic experiences	1	2	3	4	5
40.	I do extreme sports and participate in activities that include the element of risk e.g. climbing, diving, free fall etc.	1	2	3	4	5
41.	I want to acquire new skills by taking part in courses/ workshops e.g. photography, cooking, wine, pottery etc.	1	2	3	4	5
42.	I stay in 5 star hotels and dine at the best restaurants	1	2	3	4	5
43.	I leave the planning of my trip (hotel reservations, excursions, etc.) to the travel agent	1	2	3	4	5
44.	I like to explore secluded areas and enjoy the challenge of inaccessible routes	1	2	3	4	5

45.	I visit historical sites and learn the history of ancient civilizations	1	2	3	4	5
46.	I go to the best nightclubs and hang out with celebrities	1	2	3	4	5
47.	I make organized trips and excursions	1	2	3	4	5
48.	I am looking for alternative tourist routes, avoiding the usual tourist hangouts	1	2	3	4	5
49.	I want to explore the meaning of life and discover myself more profound	1	2	3	4	5
50.	While I leave some of the preparations to the travel agent, I organize my own route (hotels booking etc.)	1	2	3	4	5
51.	Holidays for me are associated with spiritual pursuit that's why I try to get closer to my roots, history and traditions	1	2	3	4	5
52.	Holidays for me are associated with spiritual pursuit, so try to get closer to my religious beliefs, by visiting churches, temples and holy places	1	2	3	4	5
53.	I go to familiar places and visit the most popular tourist attractions	1	2	3	4	5
54.	I am constantly moving from place to place, discovering new destinations	1	2	3	4	5
55.	I go alone and live with the locals, I often work to continue my vacation	1	2	3	4	5
56.	I make adventurous trips. I go on hiking, climbing, mountain biking, paragliding, etc.	1	2	3	4	5
57.	I avoid making organized trips and excursions	1	2	3	4	5
58.	I stay relaxed and I get away from everything	1	2	3	4	5
59.	I go to warm places with a lot of sun, sand and sea	1	2	3	4	5
60.	I enjoy nature and the countryside	1	2	3	4	5
61.	I travel first class and I stay at the best luxury resorts	1	2	3	4	5
62.	I go on educational vacations, that give me the opportunity to acquire new knowledge and skills	1	2	3	4	5
63.	I go camping and do outdoor activities	1	2	3	4	5

Salamina: Tourist Experience & Satisfaction

The following questions are about the destination you visited.

64.	How many times have you visited Salamis?
<input type="checkbox"/>	Once
<input type="checkbox"/>	Twice
<input type="checkbox"/>	3 times
<input type="checkbox"/>	4 times and more

65.	Who did you visit Salamina with?
<input type="checkbox"/>	Alone
<input type="checkbox"/>	With Partner / Spouse
<input type="checkbox"/>	With my family
<input type="checkbox"/>	With friends
<input type="checkbox"/>	With colleagues
<input type="checkbox"/>	With group

66.	How did you choose to travel?
<input type="checkbox"/>	Individually
<input type="checkbox"/>	Via a travel agency (Package)
<input type="checkbox"/>	Via a travel agency (Individual tours)
<input type="checkbox"/>	Other:

67.	Where did you stay?
<input type="checkbox"/>	Hotel
<input type="checkbox"/>	Rental room
<input type="checkbox"/>	Airbnb
<input type="checkbox"/>	Vacation house
<input type="checkbox"/>	Other:

68.	How many days did you stay?
<input type="checkbox"/>	1-2 days
<input type="checkbox"/>	3-6 days
<input type="checkbox"/>	1 week

<input type="checkbox"/>	More than a week
<input type="checkbox"/>	Other:

69.	Why did you visit Salamis? (You can select more than 1 answer)
<input type="checkbox"/>	Vacation
<input type="checkbox"/>	Visiting friends or relatives
<input type="checkbox"/>	Business reasons
<input type="checkbox"/>	Other:

70.	How did you find out about the island of Salamis? (You can select more than 1 answer)
<input type="checkbox"/>	Travel agencies
<input type="checkbox"/>	Social Media
<input type="checkbox"/>	From friends or acquaintances
<input type="checkbox"/>	Internet
<input type="checkbox"/>	TV / radio
<input type="checkbox"/>	Other:

71.	How much money did you spend in total during your stay on the island?
<input type="checkbox"/>	Up to € 500
<input type="checkbox"/>	500 - 1,000 €
<input type="checkbox"/>	1,000 - 1,500 €
<input type="checkbox"/>	1,500 - 2,000 €
<input type="checkbox"/>	2,000- 2,500 €
<input type="checkbox"/>	More than 2,500

Based on your experience, how do you evaluate Salamina in the following?

1:	Not at all
2:	A little
3:	Moderate
4:	Very much
5:	Too much

72. Easy access

	1	2	3	4	5	
Not at all	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Very much

73. Rich historical and cultural heritage

	1	2	3	4	5	
Not at all	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Very much

74. Natural beauties / beaches

	1	2	3	4	5	
Not at all	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Very much

75. Good weather conditions

	1	2	3	4	5	
Not at all	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Very much

76. Accommodation (service, quality of service)

	1	2	3	4	5	
Not at all	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Very much

77. Dining areas (service, quality of service)

	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

Not at all Very much

78. Shopping (service, variety)

1 2 3 4 5
Not at all Very much

79. Variety of activities and fun

1 2 3 4 5
Not at all Very much

80. Reasonable prices

1 2 3 4 5
Not at all Very much

81. Friendly locals

1 2 3 4 5
Not at all Very much

82. Clean environment

1 2 3 4 5
Not at all Very much

83. Good road network

1 2 3 4 5
Not at all Very much

84. Safety and protection

1 2 3 4 5
Not at all Very much

85. Would you choose Salamina again for your summer vacation?

- Completely unlikely
- Unlikely
- Likely
- Very likely

86. Would you recommend it to friends / relatives/acquaintances?

- Completely unlikely
- Unlikely
- Likely
- Very likely

Demographics

87. Gender

- Male
- Female

88. Age

- <18
- 18-25
- 26-30
- 31-40
- 41-50
- 51-60
- >60
- Other: _____

89. Nationality _____

90. Marital Status

- Single
- Married
- Divorced
- Widow

91. Education Level

- Elementary school
- Junior High
- High School
- Institute
- University
- Master
- PHD

92. Occupation

- Unemployed
- University student
- State employee
- Private employee
- Freelance
- Stay-at-home

Retired

Other:

93. Annual Income

0 - 10.000€

10.000€ - 25.000€

25.000€ - 50.000€

50.000€ - 90.000€

90.000€ και άνω

**END OF QUESTIONNAIRE
THANK YOU FOR YOUR TIME!**

