

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
(M.B.A – TOURISM MANAGEMENT)**

**Διπλωματική Εργασία
Θέμα
« Τουριστική Συμπεριφορά Ελλήνων απέναντι στο
προσφυγικό ζήτημα »**

Φοιτήτρια: Θεοδοσίου Χριστίνα – Αλεξάνδρα (ΔΕΜΤ1510)
Επιβλέπων Καθηγητής: κ. Μάρκος Τσόγκας

©
2017

Βεβαίωση εκπόνησης διπλωματικής εργασίας

«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη Διοίκηση Επιχειρήσεων –Μάνατζμεντ Τουρισμού: MBA-Tourism Management» με τίτλο:

***Βαθμός Επηρεασμού Ελλήνων Τουριστών στο Προσφυγικό Ζήτημα της Ελλάδος
το καλοκαίρι του 2016***

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/τριας***

.....

Ονοματεπώνυμο

Θεοδοσίου Χριστίνα -

Αλεξάνδρα (ΔΕΜΤ 1510)

Ημερομηνία

.....

Ευχαριστίες

Ευχαριστώ θερμά τον επιβλέπων καθηγητή, κ Μάρκο Τσόγκα για την άμεση ανταπόκριση του σε κάθε προκύπτουσα ανάγκη, τη συνεχή υποστήριξη του και τις πολύτιμες συμβουλές του καθ'όλη την διάρκεια εκπόνησης της διπλωματικής

Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους τους καθηγητές του μεταπτυχιακού προγράμματος του Διοίκησης Επιχειρήσεων – Μάνατζμεντ Τουρισμού (M.B.A – Tourism Management), οι οποίοι, μου παρείχαν την απαραίτητη γνώση ώστε να φτάσω εδώ σήμερα. Ακόμα θα ήθελα να ευχαριστήσω τα άτομα εκείνα που διέθεσαν χρόνο για την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, τα οποία με βοήθησαν στην εξαγωγή συμπερασμάτων από την έρευνα καθώς και στην ολοκλήρωση της διπλωματικής.

Τέλος, θα ήθελα να αποστείλω ένα μεγάλο ευχαριστώ στους γονείς μου, Μάκη και Ζωή, για την ψυχολογική και οικονομική υποστήριξη καθ'όλο αυτό το χρονικό διάστημα

Περίληψη Διπλωματικής

Η παρούσα Διπλωματική εργασία ασχολείται με την συμπεριφορά των ελλήνων Τουριστών απέναντι στη προσφυγική κρίση που αντιμετώπισε η Ελλάδα το καλοκαίρι του 2016.

Η διπλωματική εργασία χωρίζεται σε 2 Μέρη: στο Θεωρητικό και στο Πρακτικό

Συγκεκριμένα, η εργασία σε πρώτη φάση ασχολείται σε γενικό και θεωρητικό επίπεδο παρουσιάζοντας ορισμούς και θεωρίες σχετικά με την συμπεριφορά των τουριστών (Κεφάλαιο 1: Τουρισμός και Τουρίστες). Στην συνέχεια παρουσιάζεται η ιστορία του προσφυγικού στην Ελλάδα, όπως πως ξεκίνησε η κρίση αυτή, πως έφτασαν οι πρόσφυγες στην Ελλάδα, καθώς και των προφίλ αυτών, ποια ήταν η στάση της Ελλάδας σε αυτή την κατάσταση καθώς και ποια ήταν η εικόνα της Ελλάδας μέχρι και το τέλος του 2016.(Κεφάλαιο 2: Προσφυγική Κρίση)

Στο δεύτερο και πρακτικό μέρος η διπλωματική ασχολείται με την ανάλυση του ερωτηματολογίου που μοιράστηκε στο τέλος του καλοκαιριού του 2016 σε έλληνες, οι οποίοι ρωτήθηκαν για τις τουριστικές σου συμπεριφορές εκείνο το καλοκαίρι καθώς και ερωτήσεις που σχετιζόντουσαν με την προσφυγική κρίση και ποια ήταν η στάση τους σε αυτή. Στο τελευταίο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα συμπεράσματα της έρευνας, αλλά και όλης της διπλωματικής εργασίας.

Στην Βιβλιογραφία παρουσιάζονται όλες οι πηγές από τις οποίες αντλήθηκαν όλες οι δευτερεύουσες πληροφορίες για την συγγραφή αυτής της διπλωματικής εργασίας καθώς και τα παραρτήματα

Περιεχόμενα

Βεβαίωση εκπόνησης διπλωματικής εργασίας	3
Ευχαριστίες	4
Περίληψη Διπλωματικής	5
Περιεχόμενα	6
Λίστα Γραφημάτων	8
Λίστα Σχημάτων	8
Λίστα Πινάκων	8
Λίστα Εικόνων	9
Κεφάλαιο 1: Τουρισμός και Τουρίστες	10
Περίληψη Κεφαλαίου 1	10
1.1 Εισαγωγή στον Τουρισμό	11
1.2 Η Έννοια Του Τουρίστα	15
1.2.1 Ορισμός του τουρίστα	15
1.2.2 Σκοπός του ταξιδιού	17
1.2.3. Παράγοντες διαμόρφωσης των χαρακτηριστικών των τουριστών	18
1.2.4 Η διαδικασία λήψης των αποφάσεων αγοράς τουριστικού προϊόντων ή υπηρεσιών	21
1.2.5 Η διαδικασία απόφασης για την αγορά τουριστικού προϊόντος	24
1.2.6 Μοντέλο συμπεριφοράς καταναλωτή για τα ταξίδια και τον τουρισμό	25
1.2.7 Τυπολογίες τουριστικής συμπεριφοράς και τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς	27
Κεφάλαιο 2: Προσφυγική Κρίση	29
Περίληψη Κεφαλαίου 2	29
2.1 Ορισμός του Πρόσφυγα	30
2.2 Ορισμός του Μετανάστη	30
2.3 Η Ιστορία του Προσφυγικού	31
2.4 Το Μέγεθος της Προσφυγικής κρίσης	33
2.5 Ποσοστά Μετακινήσεων	33
2.6 Προφίλ Προσφύγων που έφτασαν στην Ελλάδα	35
2.7 Η Βοήθεια προς τους πρόσφυγες	36
2.7.1 Υπατης Αρμοστίας του ΟΗΕ για τους πρόσφυγες	36
2.7.2 Οργανώσεις Υποστήριξης	37
2.8 Hotspots	39
2.9 Οι Συνέπειες της προσφυγικής κρίσης	40
2.9.1. Συνέπειες για τους πρόσφυγες	41
2.9.2. Συνέπειες για τη χώρα προέλευσης	42

2.9.3. Συνέπειες για τη χώρα στην οποία καταφεύγουν	42
2.10 Η Ελληνική Οικονομία στην προσφυγική κρίση	42
2.10.1 Επιβάρυνση του εθνικού προϋπολογισμού και περιορισμένη κοινοτική αρωγή:	43
2.10.2 Επιπτώσεις στον ελληνικό τουρισμό:	45
Κεφάλαιο 3: Σχεδίαση Ερωτηματολογίου	47
Περίληψη Κεφαλαίου 3	47
3.1 Εισαγωγή	48
3.2 Δευτερογενής έρευνα	48
3.3 Πρωτογενής έρευνα	49
3.3.1 Ποιοτική έρευνα	49
3.3.2 Ποσοτική έρευνα	49
3.4 Σχεδιασμός ερωτηματολογίου	50
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	51
3.5 Επιλογή του δείγματος	54
3.6. Σκοπός της Έρευνας	55
3.7 Στατιστική ανάλυση	55
Κεφάλαιο 4: Ανάλυση Απαντήσεων Ερωτηματολογίου	56
Περίληψη Κεφαλαίου 4	56
4.1 Ερωτήσεις σχετικά με το Προσφυγικό Πρόβλημα	57
4.2 Προφίλ Ερωτώμενων	67
Κεφάλαιο 5	70
Περίληψη Κεφαλαίου 5	70
5.1 Συμπεράσματα	71
Βιβλιογραφία	73
Έντυπη	73
Ελληνική	73
Ξένη	73
Ηλεκτρονική	74
Παραρτήματα	75

Λίστα Γραφημάτων

Γράφημα 2.1: Κατανομή των εκτιμώμενων δημοσίων δαπανών στην Ελλάδα το 2016 σύμφωνα με την Τράπεζα της Ελλάδος	Σελ 44
Γράφημα 4.1 Πόσοι πραγματοποίησαν διακοπές το 2016	Σελ 57
Γράφημα 4.2 Πόσοι ταξίδεψαν εντός Ελλάδος	Σελ 57
Γράφημα 4.3 Πόσα μέρη επισκέφτηκαν το καλοκαίρι του 2016	Σελ 58
Γράφημα 4.4 Ποια μέρη της Ελλάδος επισκέφτηκαν	Σελ 58
Γράφημα 4.5 Με ποιον ταξίδεψαν	Σελ 59
Γράφημα 4.6 Παράγοντες επηρεασμού για την επιλογή καλοκαιρινού προορισμού	Σελ 60
Γράφημα 4.7 Κριτήριο Επιλογής Καλοκαιρινού Προορισμού	Σελ 60
Γράφημα 4.8 Μέσος Όρος Διαμονής Καλοκαιρινών Διακοπών	Σελ 61
Γράφημα 4.9 Συνάντηση Προσφύγων στον καλοκαιρινό προορισμό	Σελ 61
Γράφημα 4.10 Συνάντηση προσφύγων σε καθημερινό επίπεδο	Σελ 62
Γράφημα 4.11 Δημιουργία Προβλημάτων από Πρόσφυγες	Σελ 62
Γράφημα 4.12 Ακύρωση Προγραμματισμένων Διακοπών	Σελ 63
Γράφημα 4.13 Επηρεασμός επιλογής καλοκαιρινού προορισμού λόγω προσφυγικής κρίσης	Σελ 64
Γράφημα 4.14 Βαθμός Προβλήματος Προσφυγικής Κρίσης σε Μέρη της Ελλάδος	Σελ 65
Γράφημα 4.15 Βαθμός Συναισθημάτων για το Προσφυγικό πρόβλημα	Σελ 66
Γράφημα 4.16 Πρόβλημα Ελληνικού Τουρισμού λόγω Προσφυγικής Κρίσης	Σελ 67
Γράφημα 4.17 Φύλο Ερωτώμενων	Σελ 67
Γράφημα 4.18 Ηλικιακή Ομάδα Ερωτώμενων	Σελ 68
Γράφημα 4.19 Μηνιαίο Εισόδημα Ερωτώμενων	Σελ 68
Γράφημα 4.20 Μορφωτικό Επίπεδο Ερωτώμενων	Σελ 69
Γράφημα 4.21 Καταγωγή Ερωτώμενων	Σελ 69

Λίστα Σχημάτων

Σχήμα 1.1: Παράγοντες Διαμόρφωσης Χαρακτηριστικών του Σύγχρονου Τουρίστα Σχήμα	Σελ 18
Σχήμα 1.2 : Επιπλοκές στην συμπεριφορά του καταναλωτή που οφείλονται στην φύση των υπηρεσιών	Σελ 23
Σχήμα 1.3: Μοντέλο Συμπεριφοράς Καταναλωτή	Σελ 25

Λίστα Πινάκων

Πίνακας 1.1: Διαφορές Τουριστών, Επισκεπτών και Εκδρομών	Σελ 17
Πίνακας 1.2: Παράγοντες επηρεασμού διαδικασία επιλογής τύπου διακοπών	Σελ 22

Πίνακας 2.1 Χώρες Προέλευσης Προσφύγων	Σελ 35
Πίνακας 4.1: Άλλοι παράγοντες επηρεασμού για την επιλογή καλοκαιρινού προορισμού	Σελ 59
Πίνακας 4.2: Μέρη της Ελλάδος που ακυρώθηκαν οι καλοκαιριές διακοπές	Σελ 63

Λίστα Εικόνων

Εικόνα 2.1: Διαδραστικός χάρτης Ελλάδος με τα σημεία συγκέντρωσης ρούχων και τροφίμων	Σελ 38
Εικόνα 2.2 : Χαρτογράφηση των πιο σημαντικών στοιχείων, δεδομένων και γεγονότων του έτους 2015	Σελ 44

Κεφάλαιο 1: Τουρισμός και Τουρίστες

Περίληψη Κεφαλαίου 1

Στο κεφάλαιο αυτό αρχικά αναλύεται η έννοια του Τουρισμού, οι διακρίσεις του, οι μορφές του καθώς και ποιες είναι οι επιπτώσεις του στην οικονομία, στην κοινωνία και στο περιβάλλον .

Στην συνέχεια, παρουσιάζεται ο ορισμός του τουρίστα, οι λόγοι για τους οποίους ταξιδεύει καθώς και τους παράγοντες οι οποίοι του επηρεάζουν την τουριστική του συμπεριφορά. Ακόμα παρουσιάζονται η διαδικασία που ακολουθείται ώστε οι τουρίστες να αποφασίσουν αρχικά ότι θέλουν να ταξιδέψουν και στην συνέχεια να αποφασίσουν τον τόπο και την μορφή ταξιδιού.

1.1 Εισαγωγή στον Τουρισμό

Ο τουρισμός εμφανίζεται με διάφορες μορφές , για αυτό και είναι δύσκολο να οριστεί με ακρίβεια. Παρ' όλα αυτά όμως ένα σαφέστερο εννοιολογικό περιεχόμενο του τουρισμού και ένας ακριβέστερος ορισμός του απαιτούνται για διάφορους σκοπούς, οι σημαντικότεροι από τους οποίους είναι (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας, 1998) :

A) *Για μελετητικούς σκοπούς:* για να μπορέσει να εξεταστεί το τουριστικό φαινόμενο συστηματικά, είναι απαραίτητο να οριστεί με ακρίβεια τι ακριβώς καλύπτει αυτό

B) *Για στατιστικούς σκοπούς:* για να μπορέσει να μετρηθεί το τουριστικό φαινόμενο πρέπει προηγουμένως να οριστεί αυτό με όσο το δυνατό μεγαλύτερη ακρίβεια γίνεται. Στην πράξη οι διαθέσιμες τεχνικές για την μέτρηση του τουριστικού φαινομένου συχνά προσδιορίζουν τι είναι δυνατό να μετρηθεί και στην συνέχεια τείνουν να ορίσουν τον τουρισμό για συγκεκριμένους σκοπούς

Σύμφωνα με τον Middleton (2000) , ένας ορισμός που έχει δοθεί από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού , τον World Tourism Organisation ,

«το τουριστικό φαινόμενο περικλείει όλες εκείνες τις ανθρώπινες δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε προορισμούς και περιοχές άλλες εκτός από τις περιοχές που αποτελούν το περιβάλλον όπου ζουν μόνιμα , για χρονικό διάστημα που δεν ξεπερνά τον έναν χρόνο , είτε για λόγους αναψυχής είτε ικανοποίηση των επαγγελματικών τους αναγκών, είτε για άλλους λόγους.»

Ο τουρισμός μπορεί να διακριθεί με βάση (Πάττας Σάββας):

- I. την προέλευση της τουριστικής δραστηριότητας, ο οποία διακρίνεται στις παρακάτω κατηγορίες :
 - i. *Εγχώριος τουρισμός (domestic tourism)*
Ως εγχώριος ορίζεται ο τουρισμός των κατοίκων μίας χώρας όταν ταξιδεύουν μόνο εντός αυτής Παραδείγματος χάριν όταν ένας Αθηναίος πηγαίνει στην Τρίπολη
 - ii. *Εξερχόμενος τουρισμός (outbound tourism)*
Ως εξερχόμενος ορίζεται ο τουρισμός ο οποίος αφορά τους μόνιμους κατοίκους μίας χώρας οι οποίοι ταξιδεύουν σε μία άλλη χώρα. Για παράδειγμα όταν ένας Έλληνας ταξιδεύει στη Γαλλία.
 - iii. *Εισερχόμενος τουρισμός (inbound tourism)*
Ο εισερχόμενος αναφέρεται στον τουρισμό των αλλοδαπών οι οποίοι ταξιδεύουν σε δεδομένη χώρα . Για παράδειγμα, όταν ένας Γάλλος ταξιδεύει στην Ελλάδα, την οποία μελετάμε
 - iv. *Διεθνής τουρισμός (international tourism)*
Αποτελεί το σύνολο του εισερχόμενου και του εξερχόμενου τουρισμού.
 - v. *Εσωτερικός τουρισμός (internal tourism)*
Αναφέρεται στο σύνολο του εγχώριου και του εισερχόμενου τουρισμού
 - vi. *Εθνικός τουρισμός: (national tourism)*
Μελετά το σύνολο του εγχώριου και του εξερχόμενου τουρισμού

- II. την εποχή του έτους. Ο τουρισμός μπορεί να μελετηθεί σύμφωνα με τις περιόδους του έτους, όπως είναι ο θερινός και ο χειμερινός τουρισμός
- III. τον αριθμό των συμμετεχόντων. Έχει σημασία αν απαιτείται η μελέτη του τουρισμού των τουριστών που ταξιδεύουν ατομικά, ή μαζικά, ή οικογενειακώς ή με συλλόγους και λέσχες
- IV. την ηλικία. Οι κατηγορίες οι οποίες μελετώνται σε αυτή την περίπτωση είναι ο τουρισμός νεολαίας, μεσηλικών ή πρεσβυτέρων
- V. το τουριστικό κατάλυμα. Σε αυτή την περίπτωση μελετάται ο ξενοδοχειακός, ο κατασκηνωτικός και ο παραξενοδοχειακός τουρισμός. Οι κατηγορίες αυτές είναι
 - i. Τουρισμός ξενοδοχείου
 - ii. Τουρισμός πανσιόν
 - iii. Τουρισμός μπανγκαλόους και επιπλωμένων διαμερισμάτων
 - iv. Τουρισμός κάμπινγκ
 - v. Τουρισμός παραθεριστικής κατοικίας
 - vi. Τουρισμός τροχόσπιτου κ.λπ.
- VI. τις επιπτώσεις στο ισοζύγιο πληρωμών της χώρας: από τον εισερχόμενο και εξερχόμενο τουρισμό
- VII. τον τρόπο χρηματοδότησης: δηλαδή τον κοινωνικό, τον εργοστασιακό τουρισμό ή τον τουρισμό απόρων
- VIII. τα κοινωνιολογικά χαρακτηριστικά : δηλαδή τον τουρισμό πολυτελείας, τον παραδοσιακό τουρισμό, τον τουρισμό νεολαίας και τον κοινωνικό τουρισμό
- IX. τα μεταφορικά μέσα: δηλαδή με ποιον τρόπο επιλέγουν οι τουρίστες να ταξιδέψουν. Υπάρχουν τα παρακάτω είδη τουρισμού σε αυτή την κατηγορία
 - i. Αεροπορικός τουρισμός
 - ii. Σιδηροδρομικός τουρισμός
 - iii. Θαλάσσιος τουρισμός
 - iv. Οδικός τουρισμός
 - v. Περιπατητικός τουρισμός
 - vi. Ιπποτουρισμός
 - vii. Ποδηλατικός τουρισμός κ.λπ.
- X. Τον λόγο ταξιδιού: δηλαδή τον λόγο για τον οποίο ταξιδεύει ο τουρίστας.
- XI. Την διάρκεια παραμονής: αυτή διακρίνεται σε τουρισμό μικρής και μεγάλης διάρκειας και τουρισμός weekend
- XII. τον προϋπολογισμό του ταξιδιού: αυτή η κατηγορία διακρίνεται σε Τουρισμό πολυτελείας, Κοινωνικός τουρισμός και Μαζικός τουρισμός.

Υπάρχουν ομάδες ατόμων όπου προσελκύονται από διαφορετικές μορφές τουρισμού, από τον λεγόμενο Εναλλακτικό τουρισμό. Ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μια

καινούρια φιλοσοφία στον τομέα του τουρισμού και περιλαμβάνει όλες τις μορφές τουρισμού, οι οποίες προσελκύουν τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα

Τα κύρια χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού είναι η αναζήτηση της αυθεντικότητας και της επαφής με την φύση, η άρνηση των απρόσωπων τουριστικών πακέτων, η αποφυγή των κοσμικών παραλιών, ο συνδυασμός των διακοπών με την προσφορά εθελοντικής εργασίας συμβάλλει στην προστασία του περιβάλλοντος και την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και προσφέρει λύσεις σε προβλήματα της τουριστικής εποχικότητας. Θεωρείται μικρής κλίμακας ανάπτυξης του τουρισμού, που προέρχεται και οργανώνεται από τον τοπικό πληθυσμό ή τους τοπικούς φορείς και προσελκύει τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα.

Τα σημαντικότερα είδη τουρισμού που συνθέτουν αυτό που ονομάζουμε εναλλακτικό τουρισμό είναι:

- Αγροτουρισμός
- Οικοτουρισμός
- Επαγγελματικός τουρισμός
- Πολιτιστικός τουρισμός
- Μαθησιακός τουρισμός
- Θρησκευτικός τουρισμός
- Τουρισμός υγείας
- Κοινωνικός τουρισμός
- Θαλάσσιος τουρισμός
- Αθλητικός τουρισμός
- Γεωτουρισμός
- Ορεινός-ορειβατικός τουρισμός
- Χιονοδρομικός τουρισμός και τουρισμός χειμερινών αθλημάτων
- Περιπατητικός τουρισμός

Ο τουρισμός αποτελεί μια βιομηχανία , όπου έχει διάφορες οικονομικές , κοινωνικές αλλά και περιβαλλοντικές επιπτώσεις οι οποίες παρουσιάζονται στην συνέχεια

I. Επιπτώσεις στην οικονομία

i.*Απασχόληση.* Ο τουρισμός δημιουργεί πολλές θέσεις απασχόλησης, η οποία όμως σε μεγάλο ποσοστό είναι εποχική, ανειδίκευτη και περιστασιακή. Συμβάλει επίσης στην ενίσχυση της αυτοαπασχόλησης.

ii.*Περιφερειακή ανάπτυξη.* Συμβάλει στην ανάπτυξη απομονωμένων, ορεινών ή υποβαθμισμένων περιοχών, αυξάνοντας το εισόδημα των κατοίκων, την απασχόληση και τις επενδύσεις, με αποτέλεσμα την άνοδο του βιοτικού επιπέδου και την μείωση της μετανάστευσης.

iii.*Πολλαπλασιαστικές επιδράσεις στην τοπική κοινωνία.* Επιδρά θετικά σε κλάδους που σχετίζονται με τον τουρισμό, όπως βιομηχανία, κατασκευές, υπηρεσίες, εμπόριο, μεταφορές κλπ.

iv.*Ισοζύγιο πληρωμών.*

α) Επιβαρύνει το ισοζύγιο πληρωμών των τουριστικών χωρών λόγω της εισαγωγής προϊόντων αναγκαίων για τη λειτουργία του τουρισμού.

β) θετικά επίδραση στο ισοζύγιο από τη εισροή τουριστικού συναλλάγματος.

v. *Φορολογικά έσοδα στο κράτος.* Αύξηση των φορολογικών εσόδων του κράτους λόγω των πολλών τουριστικών επιχειρήσεων και του μεγάλου αριθμού απασχολουμένων στον τουρισμό.

vi. *Πληθωρισμός και αύξηση της τιμής της γης σε τοπικό επίπεδο.* Η δημιουργία πληθωριστικών πιέσεων αυξάνει το κόστος ζωής και τις τιμές της γης σε τοπικό επίπεδο, ιδιαίτερα σε περιοχές όπου υπάρχει οργανωμένος τουρισμός.

II. Επιπτώσεις στην Κοινωνία

i. *Κοινωνική δομή.* Η ανάπτυξη του τουρισμού επιφέρει αλλαγές στην κοινωνική δομή ενός τόπου και οδηγεί στη διαμόρφωση μιας νέας κοινωνικής δομής όπου ο τουρισμός κυριαρχεί σε όλα τα επίπεδα (δραστηριότητες, απασχόληση, παραγωγή κλπ.)

ii. *Επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα.* Τα υψηλά εισοδήματα και η κοινωνική αποδοχή των απασχολουμένων στον τουρισμό οδηγεί σε έντονη επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα (ιδιαίτερα νέοι και γυναίκες) με στόχο την απασχόληση στον τουρισμό ή σε παρεμφερή επαγγέλματα.

iii. *Επικοινωνία των ντόπιων με τους τουρίστες.* Συνδέεται άμεσα με τα στάδια ανάπτυξης του τουρισμού. Στο υψηλότερο στάδιο του οργανωμένου τουρισμού, η επικοινωνία «εμπορευματοποιείται» και καταλήγει να γίνει σχέση εμπορικής συναλλαγής.

iv. *Αλλαγές στις κοινωνικές σχέσεις, τα ήθη και τα έθιμα.* Η ανάπτυξη του τουρισμού επιφέρει σημαντικές αλλαγές στις κοινωνικές σχέσεις, τα ήθη και τα έθιμα των κατοίκων ενός τόπου. Η ζωή τους «αστικοποιείται» και «εκσυγχρονίζεται».

v. *Εμπορευματοποίηση δραστηριοτήτων και προϊόντων του τοπικού πολιτισμού.* Μορφές του τοπικού πολιτισμού (πολιτιστικές εκδηλώσεις, προϊόντα, χειροτεχνήματα κλπ.) μετατρέπονται σε τουριστικά προϊόντα και πωλούνται στους τουρίστες ως αναμνηστικά του ταξιδιού.

III. Επιπτώσεις στο περιβάλλον

i. *Φυσικό περιβάλλον.* Η τουριστική ανάπτυξη επηρεάζει την ισορροπία του φυσικού περιβάλλοντος ιδιαίτερα σε περιοχές που θεωρούνται οικολογικά ευαίσθητες (παραθαλάσσιες, ορεινές, υγροβιότοποι κλπ.). Για να μην υπάρξουν προβλήματα επιβάλλεται σχεδιασμός, προγραμματισμός και διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης.

ii. *Συγκρούσεις για τη χρήση γης.* Η ανάπτυξη του τουρισμού προκαλεί συγκρούσεις για τη χρήση γης ιδιαίτερα σε παραθαλάσσιες και αγροτικές περιοχές, όπου παρατηρούνται συχνά φαινόμενα οικοπεδοποίησης.

iii. *Μετατροπή οικιστικών συνόλων ή χωρικών ενοτήτων σε τουριστικούς πόρους.* Αφορά κυρίως τους παραδοσιακούς οικισμούς και περιοχές με ιδιαίτερο φυσικό κάλλος, όπου το δομημένο και φυσικό περιβάλλον διαμορφώνουν έναν ιδιότυπο τουριστικό πόρο, αφού γίνονται πόλος έλξης τουριστών.

iv. Η φέρουσα ικανότητα τουριστικών περιοχών. Ο όρος «φέρουσα ικανότητα» εννοεί τις δυνατότητες της κοινωνικής-οικονομικής δομής και του περιβάλλοντος της περιοχής να «απορροφήσουν» συγκεκριμένο όγκο υποδομών και αριθμό τουριστών. Η τουριστική ανάπτυξη θα πρέπει να ανταποκρίνεται στη φέρουσα ικανότητα μιας περιοχής.

1.2 Η Έννοια Του Τουρίστα

1.2.1 Ορισμός του τουρίστα

Ο προσδιορισμός του τουρισμού ως ανθρώπινης δραστηριότητας συνεπάγεται την θεώρηση των τουριστών ως των ατόμων που ασκούν αυτή τη δραστηριότητα (Κούτουλας, 2001). Ως τουρίστες μπορούν να οριστούν «οι ταξιδιώτες που επισκέπτονται προσωρινά έναν ή περισσότερους τόπους διαφορετικούς από τον τόπο της μόνιμης εγκατάστασής τους, με σκοπό να ικανοποιήσουν ορισμένες ανάγκες τους μέσω της άσκησης κάποιων επιμέρους δραστηριοτήτων κατά τη διάρκεια του ταξιδιού».

Οι πρώτες προσπάθειες προς την διατύπωση ενός ορισμού του όρου τουρίστας ξεκίνησαν στα μέσα του 20^{ου} αιώνα. Η περίοδος μεταξύ του 1937 και του 1980 χαρακτηρίζεται από τις προσπάθειες που έγιναν ώστε να αποδοθούν αποδεκτοί από την διεθνή κοινότητα ορισμοί σε έννοιες του τουρισμού.

Έτσι:

- Το 1937 το συμβούλιο της Κοινωνίας των Εθνών απέδωσε τον ορισμό του αλλοδαπού τουρίστα που τροποποιήθηκε ελαφρά το 1950 στη συνάντηση του Δουβλίνου της Διεθνούς Ένωσης Οργανισμών Ταξιδιών.
- Το 1953 η Επιτροπή Στατιστικής των Ηνωμένων Εθνών προχώρησε στη διατύπωση του ορισμού του επισκέπτη (visitor)
- Το 1963 το συνέδριο των Ηνωμένων Εθνών στη Ρώμη πρότεινε ορισμούς για τις έννοιες τουρίστας, επισκέπτης και ημερήσιος επισκέπτης. Οι συγκεκριμένοι ορισμοί έτυχαν μελέτης από ομάδα ειδικών των Η. Ε. και από το 1968 αποτέλεσαν επίσημους ορισμούς
- Στις αρχές της δεκαετίας του 1980 λόγω της μεγάλης σημασίας που άρχισε να αποκτά η τουριστική δραστηριότητα για όλο και περισσότερες χώρες, καθώς και της αλληλεπίδρασης του τουρισμού με άλλες οικονομικές δραστηριότητες προέκυψε η ανάγκη αναθεώρησης των ορισμών, σε συνεργασία του UNWTO και του παραρτήματος στατιστικής των Ηνωμένων Εθνών.

Ο ορισμός που αποδίδεται από τα Ηνωμένα Έθνη είναι ο ακόλουθος : «Τουρίστας είναι κάθε άτομο που ταξιδεύει σε χώρα εκτός αυτής της μόνιμης κατοικίας του, για χρονικό διάστημα που δεν ξεπερνά τους δώδεκα μήνες και του οποίου κύριος σκοπός του είναι άλλος εκτός από την άσκηση δραστηριοτήτων και που παραμένει για διαμονή σε κάποιας μορφής κατάλυμα για τουλάχιστον ένα βράδυ».

Η δυσκολία που υπάρχει στην διατύπωση της έννοιας του τουρίστα αντικατοπτρίζεται από το γεγονός ότι τουρίστες δεν θεωρούνται όσοι:

1. πραγματοποιούν καθαρά τοπικές και τακτικές μετακινήσεις (π.χ. καθημερινή μετακίνηση στα πλαίσια της εργασίας)
2. μετακινούνται στα όρια του τόπου μόνιμης κατοικίας
3. αποτελούν πλήρωμα μεταφορικών μέσων
4. είναι προσωρινοί ή μόνιμοι μετανάστες με σκοπό την απόκτηση εισοδήματος
5. είναι μέλη ενόπλων δυνάμεων
6. διαβιούν ως νομάδες
7. μετακινούνται από ένα τόπο σε ένα άλλο με την απειλή ή τη χρήση βίας

Για να ολοκληρωθεί η προσέγγιση της έννοιας του τουρίστα θα αναφερθούν οι επίσημοι ορισμοί που έχουν δοθεί για τις έννοιες επισκέπτης, τουρίστας και εκδρομέας. Η ανάγκη που γέννησε τις τρεις προσεγγίσεις αφορά την απεικόνιση και στατιστική παρακολούθηση της δραστηριότητας των τουριστών (UNWTO,2007).

Συγκεκριμένα,

- Επισκέπτης (visitor) ορίζεται κάθε άτομο που ταξιδεύει σε χώρα άλλη από αυτήν στην οποία κατοικεί μόνιμα και για κάθε λόγο εκτός από την εργασία που αμείβεται από φορέα της χώρας-προορισμού. Ο ορισμός αυτός αναφέρεται σε διεθνείς ταξιδιώτες, μπορεί όμως εύκολα να προσαρμοστεί ώστε να καλύψει και τους τουρίστες που ταξιδεύουν εντός της χώρας τους εάν αντικατασταθεί η λέξη «χώρα» με τη λέξη «περιοχή». Οι επισκέπτες διαχωρίζονται περαιτέρω σε εγχώριους (domestic) και διεθνείς (international) και συνιστούν τους τουρίστες και τους ημερήσιους επισκέπτες
- Τουρίστας (tourist) είναι κάθε επισκέπτης που παραμένει σε μια χώρα πάνω από 24 ώρες και που πραγματοποιεί τουλάχιστον μία διανυκτέρευση για ένα από τους ακόλουθους λόγους: επαγγελματικές υποχρεώσεις - συνέδρια - εκθέσεις - οικογένεια - φίλοι - υγεία - αργίες - ψυχαγωγία – επαγγελματικές συναντήσεις - αποστολές - αναψυχή - συγγενείς - θρησκεία - αθλητισμός - σπουδές – διακοπές.
- Εκδρομείς (excursionists) ή ημερήσιοι επισκέπτες είναι εκείνοι οι επισκέπτες που παραμένουν σε έναν προορισμό για λιγότερο από 24 ώρες. Η κύρια διαφορά μεταξύ του τουρίστα και του εκδρομέα είναι ότι ο δεύτερος δεν πραγματοποιεί διανυκτέρευση στον προορισμό. Στους εκδρομείς συγκαταλέγονται και οι συμμετέχοντες σε κρουαζιέρες που αποβιβάζονται σε ένα λιμάνι για μερικές ώρες καθώς και τα πληρώματα αεροσκαφών και πλοίων που δεν διαμένουν στη χώρα στην οποία αφικνούνται (εκτός και αν πραγματοποιούν διανυκτέρευση, οπότε λογίζονται ως τουρίστες).

Μια περαιτέρω διάκριση που γίνεται από τον UNWTO (2007) αναφέρει την διαφορά που υπάρχει μεταξύ τουρίστα και ταξιδιώτη. Ολοκληρώνοντας την θεωρητική προσέγγιση στην έννοια του τουρίστα παρατίθεται ο ακόλουθος πίνακας.

Επισκέπτες Περιλαμβάνονται στις στατιστικές τουρισμού		Άλλοι <i>Δεν περιλαμβάνονται στις στατιστικές τουρισμού</i>
ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ	ΕΚΔΡΟΜΕΙΣ	
1. Σκοποί ταξιδιού (όλοι πλην εργασίας) ¹ 2. Διάρκεια Ταξιδιού: τουλάχιστον 24 ώρες 3. Εθνικότητα : αλλοδαποί ή ημεδαποί μόνιμοι κάτοικοι εξωτερικού	1. Σκοποί ταξιδιού (όλοι πλην εργασίας) ² 2. Διάρκεια ταξιδιού: ως 24 ώρες 3. Εθνικότητα : αλλοδαποί ή ημεδαποί μόνιμοι κάτοικοι εξωτερικού	Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται μόνιμοι και προσωρινοί μετανάστες, διπλωμάτες, στρατιωτικοί, πρόσφυγες, διαμετακομιζόμενοι επιβάτες που δεν εγκαταλείπουν το λιμάνι ή το αεροδρόμιο, νομάδες, εργαζόμενοι στην παραμεθόριο
1. Εξαιρούνται τα πληρώματα που μένουν πάνω από μία ημέρα 2. Εξαιρούνται τα πληρώματα που μένουν ως μία μέρα		

Πίνακας 1.1: Διαφορές Τουριστών, Επισκεπτών και Εκδρομών

Πηγή: Π.Τσάρτας, 1996

1.2.2 Σκοπός του ταξιδιού

Σύμφωνα με την Υπηρεσία Στατιστικής της Ευρωπαϊκής Ένωσης το κίνητρο είναι απαραίτητη συνθήκη για την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού και την καταγραφή του ως τέτοιο και εάν απουσιάζει δεν μπορούμε να μιλάμε για πραγματοποίηση ταξιδιού.

Οι δύο κύριοι λόγοι για την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού είναι:

1. Επαγγελματικοί
2. Αναψυχής (διασκέδαση, ξεκούραση)

Μία πιο ευρεία προσέγγιση στο συγκεκριμένο ζήτημα υπάρχει από την πλευρά του UNWTO. Ο UNWTO διακρίνει έξι βασικές κατηγορίες σχετικά με το σκοπό ενός ταξιδιού

1. Αναψυχή, διασκέδαση και ξεκούραση
2. Επίσκεψη σε συγγενείς και φίλους
3. Επαγγελματική δραστηριότητα ή ενασχόληση
4. Λόγοι υγείας
5. Θρησκευτικοί λόγοι, προσκύνημα

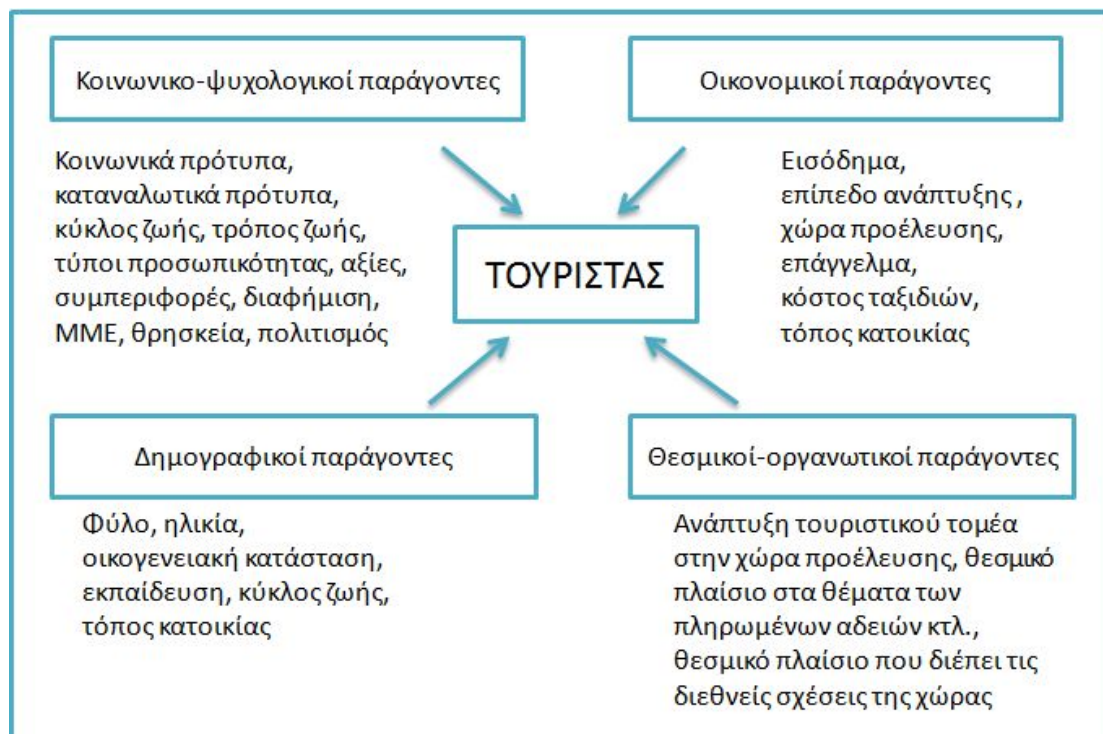
6. Άλλοι λόγοι

1.2.3. Παράγοντες διαμόρφωσης των χαρακτηριστικών των τουριστών

Στη διεθνή βιβλιογραφία υπάρχουν διάφορες τυπολογίες τουριστών, οι οποίες έχουν δημιουργηθεί με βάση τους παράγοντες που επηρεάζουν την ταξιδιωτική συμπεριφορά.

Σύμφωνα με τον Τσάρτα (1996), ο τουρίστας σχετίζεται συστηματικά με τα χαρακτηριστικά του τουρισμού που επιλέγει να κάνει, ενώ και αυτά με την σειρά τους επηρεάζουν τα κοινωνικά και καταναλωτικά πρότυπα άλλων υποψηφίων τουριστών μέσα από τη λειτουργία της διαφήμισης αλλά και τη διάχυση των ΜΜΕ που παρατηρείται στο σύγχρονο κόσμο.

Οι παράγοντες αυτοί διαμορφώνουν τα χαρακτηριστικά του σύγχρονου τουρίστα και αναλύονται στο ακόλουθο σχήμα.



Σχήμα 1.1: Παράγοντες Διαμόρφωσης Χαρακτηριστικών του Σύγχρονου Τουρίστα

Πηγή: Π. Τσάρκας (1996), «Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό»

I. Κοινωνικοψυχολογικοί Παράγοντες

Το τουριστικό ταξίδι καταγράφηκε ένα από τα αγαθά (όπως για παράδειγμα το ιδιόκτητο σπίτι), που αποτελούν ασφαλείς δείκτες της ανοδικής κοινωνικής κινητικότητας των μεσοαστικών στρωμάτων των αναπτυγμένων χωρών του κόσμου στις δεκαετίες του '60 και του '70. Το άτομο ταξιδεύει γιατί αυτό επιβάλλουν τα νέα κοινωνικά πρότυπα, αλλά παράλληλα ωθείται σε αυτή την επιλογή και από την ανάγκη να ξεφύγει από έναν τρόπο ζωής που χαρακτηρίζεται από ένταση στους ρυθμούς εργασίας και από αλλοτρίωση και μονοτονία στην κοινωνική σφαίρα.

Ακόμα, ιδιαίτερα στα σύγχρονα αστικά κέντρα, ο τρόπος ζωής επηρεάζει και ωθεί τους κατοίκους στην αναζήτηση στον τουρισμό μιας χαμένης ισορροπίας, λειτουργώντας παράλληλα ως επίπεδο και χώρος ανανέωσης και ανάκτησης δυνάμεων και διάθεσης για τους τουρίστες που προέρχονται από αυτά.

Ιδιαίτερη θέση στους παράγοντες που επηρεάζουν τα χαρακτηριστικά του τουρίστα στην σύγχρονη εποχή έχουν αποκτήσει η θρησκεία και ο πολιτισμός. Ορισμένες θρησκείες διαμορφώνουν ένα αυστηρό πλαίσιο κανόνων στις επαφές που οφείλουν να έχουν οι πιστοί με άτομα άλλων θρησκευτικών δογμάτων αλλά και στην συμπεριφορά τους και τις θρησκευτικές τους υποχρεώσεις, γεγονός που συχνά δημιουργεί δυσκολίες στην πραγματοποίηση ταξιδιών τουρισμού. Συχνά επίσης οι διαφορές στα πολιτισμικά χαρακτηριστικά (ήθη, έθιμα) καταλήγουν στη διαμόρφωση στερεοτύπων για τους τουρίστες που οδηγούν στην εμπέδωση ενός εχθρικού κλίματος απέναντι τους. Αυτό, όπως είναι φανερό, επηρεάζει και τις επιλογές των τουριστών που δυνητικά θα μπορούσαν να κατευθυνθούν σε περιοχές με παρόμοια χαρακτηριστικά αλλά το αποφεύγουν.

Η ψυχολογία επίσης και ιδιαίτερα η κοινωνική ψυχολογία, ανέδειξε μία σειρά πολύ ενδιαφέροντα ζητήματα που επηρεάζουν τα χαρακτηριστικά του τουρίστα. Ένα πρώτο θέμα που αναλύθηκε ήταν οι ψυχολογικές καταστάσεις από τις οποίες διέρχεται ένα άτομο τόσο στην διαδικασία λήψης της απόφασης να ταξιδέψει, όσο και στο ίδιο το ταξίδι. Ιδιαίτερη σημασία έχει σε αυτή την ανάλυση η τελική αποτίμηση που το κάθε άτομο κάνει για τον τόπο που επισκέπτεται, όσο και οι επιρροές της διαφήμισης που ενεργοποιούνται μέσα από το υλικό το οποίο οι ίδιοι συλλέγουν. Παράγοντες όπως τα ατομικά χαρακτηριστικά της προσωπικότητας, αλλά και συλλογικές συμπεριφορές που σχετίζονται με συγκεκριμένα τυπολογικά χαρακτηριστικά ταξιδιών (πχ οργανωμένος τουρισμός), συσχετίζονται με παράγοντες κοινωνικούς ή δημογραφικούς (πχ κοινωνικά πρότυπα) με στόχο την ανάδειξη ερμηνευτικών μεταβλητών κινήτρων που οδηγούν στο τουριστικό ταξίδι.

Η ψυχολογία συμβάλλει σε αυτό το επίπεδο στην δημιουργία ευρύτερων ερμηνευτικών σχημάτων όπου οι διαφορετικές επιστημονικές προσεγγίσεις, πχ κοινωνιολογίας, δημογραφίας, συντίθενται σε ένα κοινό πλαίσιο αναφοράς που αποτελεί την συνισταμένη τους. Μία τέτοια περίπτωση είναι ο κύκλος ζωής και οι επιρροές που τα διαφορετικά στάδια του ασκούν στην διαμόρφωση των χαρακτηριστικών των τουριστών : κοινωνικοί, ψυχολογικοί και δημογραφικοί παράγοντες ερμηνεύουν από διαφορετική επιστημονική αφετηρία το θέμα καταλήγοντας όμως σε συμπεράσματα ή εκτιμήσεις που συναρθρώνουν το σύνολο σχεδόν των ερμηνειών αυτών

II. Δημογραφικοί Παράγοντες

Οι ανάγκες για γνωριμία με νέους τόπους και η απόκτηση εμπειριών και πληροφόρησης επηρεάζουν ιδιαίτερα τους νέους στην επιλογή τουριστικών ταξιδιών. Ωστόσο, υπάρχει μία ηλικιακή ομάδα, αυτή των μεσήλικων και των ηλικιωμένων, οι οποίοι επηρεάζονται πολύ περισσότερο από τα μηνύματα και τις προοπτικές του οργανωμένου μαζικού τουρισμού που τους προσφέρει χαρακτηριστικά ταξιδιών που προσιδιάζουν περισσότερα στα κοινωνικά πρότυπα των δύο αυτών ηλικιακών ομάδων. : προβολή της κοινωνικής προόδου, οργανωμένο και ασφαλές ταξίδι με παροχή ικανοποιητικών υπηρεσιών. Η συσχέτιση σε κάθε περίπτωση με άλλους δημογραφικούς παράγοντες, όπως για παράδειγμα ο κύκλος ζωής και η οικογενειακή κατάσταση, δίνουν περισσότερο σύνθετες ερμηνείες του ρόλου των δημογραφικών παραγόντων στην διαμόρφωση των χαρακτηριστικών του σύγχρονου τουρίστα.

Η ύπαρξη παιδιών για παράδειγμα μπορεί να λειτουργήσει αποτρεπτικά στην επιλογή κάποιων ταξιδιών περιορίζοντας με αυτόν τον τρόπο τις δυνατότητες των τουριστών (πχ μακρινά ταξίδια). Το αποτέλεσμα είναι η δημιουργία κάποιων τύπων ταξιδιών αλλά και κάποιων αντίστοιχων τουριστικών υποδομών που θα εξυπηρετούν αποκλειστικά την ομάδα των τουριστών π-ου διαθέτουν οικογένειες με παιδιά.

Ακόμα, πρέπει να σημειωθεί, ότι δεν μπορούμε να μελετήσουμε έναν παράγοντα ξεχωριστά, αφού κάθε ένας επηρεάζεται από άλλους. Για παράδειγμα, ένα άτομο με υψηλό εκπαιδευτικό επίπεδο, γεγονός που συνεπάγεται με καλύτερη πληροφόρηση αλλά και αιτίες για ταξίδια, δεν αρκεί για να ερμηνεύσει πλήρως διάφορες επιλογές του αν δεν συνδυαστεί με άλλους παράγοντες όπως για παράδειγμα καταναλωτικά πρότυπα, το εισόδημα, το επάγγελμα

III. Οικονομικοί Παράγοντες

Το ύψος των εισοδημάτων είναι αναμφίβολα ένας αρχικός ασφαλής δείκτης της δυναμικότητας κάποιου ατόμου να ταξιδέψει αλλά και της ευρύτητας των επιλογών που αυτό το άτομο έχει όσο αφορά ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του ταξιδιού (πχ οργανωμένα ταξίδια, μακρινά και εξωτικά ταξίδια, αριθμός ταξιδιών σε ετήσια βάση).

Στις αναπτυγμένες όμως χώρες η σταθερή μεταπολεμική ανάπτυξη αλλά και η διεύρυνση των στρωμάτων που συναπαρτίζουν τη μεσαία τάξη επέτρεψε σε πολύ μεγάλα ποσοστά του πληθυσμού τους να διαθέτουν περισσευούμενο εισόδημα για ταξίδια. Διαμορφώθηκε έτσι μία κατάσταση όπου το εισόδημα επηρεάζει, ανάλογα με το ύψος του, διαφορετικά τα χαρακτηριστικά των τουριστών, αλλά δεν αποτελεί για τις αναπτυγμένες χώρες αποστολής τουριστών καθοριστικό παράγοντα στην ευρύτερη ανάπτυξη του τουρισμού αφού, όπως διαφαίνεται, ο αριθμός των ταξιδιών συνολικά αυξάνει, ακόμη και σε περιόδους οικονομικής κρίσης. Αυτό σηματοδοτεί τη σχετική και όχι καθοριστική σημασία που αποκτάει το κόστος του ταξιδιού στην επιρροή των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών που διαμορφώνουν την ατομική τουριστική δαπάνη.

Όσο μεγαλώνει ο αριθμός αυτών που μπορούν να ταξιδέψουν, το κόστος γίνεται καθοριστικός παράγοντας του αριθμού αλλά και του τύπου των ταξιδιών που πραγματοποιούνται, αλλά δεν αρκεί για να ερμηνεύσει την διαμόρφωση των σύνθετων χαρακτηριστικών του τουρίστα.

Αντίθετα στις αναπτυσσόμενες χώρες παράγοντες όπως το εισόδημα ή το επάγγελμα επιτρέπουν τη διαμόρφωση χαρακτηριστικών τύπων τουριστών, εφόσον το μικρό

ποσοστό του πληθυσμού που ταξιδεύει προέρχεται συνήθως από τα ανώτερα εισοδηματικά στρώματα ή ασκεί επαγγέλματα που βρίσκονται στις υψηλές κλίμακες της κοινωνικής ιεραρχίας των χωρών αυτών (πχ επιστήμονες).

Το γενικότερο άρα επίπεδο ανάπτυξης της χώρας τόσο στην οικονομική σφαίρα όσο και στην κοινωνική ή την πολιτιστική γίνεται παράγοντας επιρροής των τουριστών, εφόσον στην περίπτωση πχ των αναπτυγμένων χωρών επιτρέπει τη διαμόρφωση ενός ευρύτερου πλαισίου δυνατικών επιλογών των κατοίκων τους για διάφορους τύπους τουριστικής κατανάλωσης.

Σημαντική είναι επίσης η επιρροή της αστικότητας στα χαρακτηριστικά των τουριστών εφόσον οι περισσότεροι από αυτούς προέρχονται από αστικά κέντρα. Ο παράγοντας όμως αυτός δεν μπορεί να θεωρηθεί αμιγώς οικονομικός παράγοντας εφόσον συνδέεται με τις ευρύτερες κυρίως δημογραφικές αλλά και κοινωνικές μεταβολές που έγιναν κατά την μεταπολεμική περίοδο στις αναπτυγμένες χώρες αποστολής τουριστών και διαμόρφωσαν μια διευρυμένη μεσαία τάξη που είναι και ο κύριος αγοραστής καταναλωτικών αγαθών, όπως είναι ο τουρισμός. Αγαθών που τονίζουν και προβάλλουν τη δυναμική τους καταναλωτική δαπάνη και αντανακλούν τα κοινωνικά πρότυπα της εποχής. Η σταθερή όμως σύγκλιση των καταναλωτικών προτύπων του αστικού και του αγροτικού χώρου θα ανατρέψει σταδιακά την επιρροή αυτού του παράγοντα που θα παραμείνει ισχυρός κατά κύριο λόγο στις αναπτυσσόμενες χώρες.

IV. Θεσμικοί – Οργανωτικοί Παράγοντες

Η ανάπτυξη των εταιρειών τουρισμού στην μεταπολεμική περίοδο σηματοδότησε τη δημιουργία ενός εκτεταμένου δικτύου υπηρεσιών πληροφόρησης αγοράς, διάθεσης και διαφήμισης τουριστικών προϊόντων στις αναπτυγμένες χώρες. Η ευκολία πρόσβασης των κατοίκων των χωρών αυτών σε αυτό το δίκτυο επηρεάζει τη διαμόρφωση των επιλογών τους που συχνά διαμορφώνονται από την δυναμική πολιτική πωλήσεων και διαφήμισης των εταιριών αυτών που ελέγχουν την παγκόσμια αγορά. Η ποικιλία επίσης των προσφερόμενων τουριστικών προϊόντων από τις εταιρείες αυτές διαμορφώνει ανάλογα και το εύρος των καταναλωτικών επιλογών του τουρίστα που προέρχεται από τις αναπτυγμένες χώρες. Το αποτέλεσμα είναι να συμβάλει αυτή η εξέλιξη στην ανάδειξη του σύγχρονου τουρίστα- καταναλωτή, ο οποίος αγοράζει ένα ταξίδι όπως αγοράζει το οποιοδήποτε καταναλωτικό αγαθό που διαφημίζεται και πωλείται στα αναπτυγμένες χώρες.

Αυτός ο τουρίστας- καταναλωτής διαμορφώνει με βάση μεσοπρόθεσμες στρατηγικές τις επιλογές του στον τουρισμό αλλά και τη συνολική κατανάλωση του για την απόκτηση τουριστικών προϊόντων. Οριοθετείται παράλληλα ως ιδιαίτερη κοινωνική κατηγορία που χαρακτηρίζεται από σύνθετα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά και λειτουργεί καταλυτικά για τη συνεχή ανάπτυξη, του οργανωμένου τουρισμού. Ο ιδιαίτερος κοινωνικός ρόλος που διαδραματίζουν αυτοί οι τουρίστες – καταναλωτές ενισχύεται και από το θεσμικό πλαίσιο που διέπει τις χώρες αυτές από τις οποίες προέρχονται σε θέματα σχετικά με την τουριστική ανάπτυξη, όπως για παράδειγμα την ελευθερία διακίνησης ή την νομοθεσία που σχετίζεται με το κοινωνικό κράτος. Συγκροτείται άρα αυτή η κοινωνική κατηγορία στο πλαίσιο μιας συγκεκριμένης οργανωτικής και θεσμικής δομής της τουριστικής βιομηχανίας και λειτουργεί ως βασικός χρήστης των προϊόντων της αλλά και τροφοδότης της επέκτασής της.

1.2.4 Η διαδικασία λήψης των αποφάσεων αγοράς τουριστικού προϊόντων ή υπηρεσιών

Το τουριστικό προϊόν είναι περίπλοκο γιατί παράγεται και διανέμεται σε δύο διαφορετικά επίπεδα:

- i. Το τουριστικό πακέτο που είναι μία μίξη μεμονωμένων τομέων όπως είναι η διαμονή, η μεταφορά ή επίσκεψη σε αξιοθέατα κλπ
- ii. Τα προϊόντα των μεμονωμένων τομέων τα οποία μπορούν να πωληθούν σαν μεμονωμένα προϊόντα όπως είναι τα αεροπορικά εισιτήρια ή η επίσκεψη σε ένα θεματικό πάρκο

Το τουριστικό προϊόν είναι κατά κύριο λόγο υπηρεσία. Οι Kotler και Armstrong (1999) όρισαν τις υπηρεσίες σε σχέση με την έλλειψη υλικής υπόστασης και το γεγονός που θέλει την αγορά μιας υπηρεσίας να μην οδηγεί σε ιδιοκτησία κάποιου αντικειμένου.

Οι Horner S & Swarbrooke J (1999) διαπραγματευόμενοι αναφέρουν ότι πολλοί είναι οι παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν την διαδικασία επιλογής τύπου διακοπών. Αυτοί οι παράγοντες χωρίζονται σε προσωπικούς και εξωτερικούς. Στην συνέχεια παρουσιάζονται στον πίνακα αυτοί οι παράγοντες

Εσωτερικοί Παράγοντες		Εξωτερικοί Παράγοντες
Προσωπικά κίνητρα	Απόφαση	Διαθεσιμότητα Προϊόντων
Προσωπικότητα		Συμβουλές Ταξιδιωτικών Πρακτόρων
Διαθέσιμο Εισόδημα		Πληροφορίες από ταξιδιωτικούς οργανισμούς
Υγεία		Συστάσεις Φίλων/ Συγγενών
Οικονομικές Υποχρεώσεις		Πολιτικοί Περιορισμοί (πχ πόλεμος)
Εργασιακές Υποχρεώσεις		Ειδική προβολή & Ειδικές Προσφορές
Προηγούμενη Εμπειρία		Οι κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν στον προορισμό
Ενδιαφέροντα		
Τρόπος Ζωής		
Απόψεις/ Αντιλήψεις		

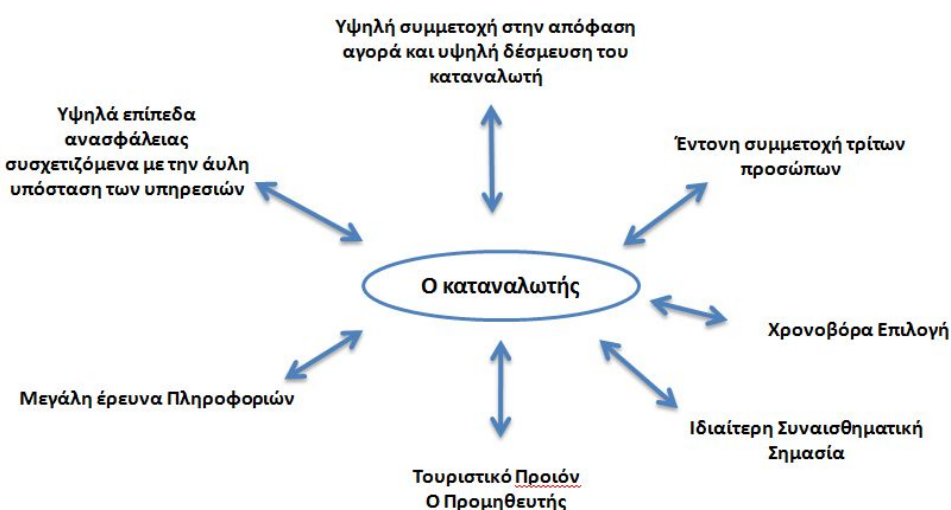
Πίνακας 1.2: Παράγοντες επηρεασμού διαδικασίας επιλογής τύπου διακοπών

Πηγή: Kotler P. and Armstrong G. , *Principles of Marketing*, Penguin, Prentice-Hall, 1999

Πρέπει επιπλέον να ληφθεί υπόψη ότι η επιλογή του είδους των διακοπών δεν είναι η τελευταία επιλογή που ένας τουρίστας θα κληθεί να πάρει. Μετά την αποβίβαση του στον προορισμό πρέπει να αποφασίσει πως θα διαχειριστεί τον χρόνο του. Πρέπει να αποφασίσει πως θα διανείμει τον χρόνο του ανάμεσα σε εκδρομές και ξεκούραση όπως και το που θα φάει κλπ.

1.2.4.1 Επιπλοκές στην συμπεριφορά του καταναλωτή που οφείλονται στην φύση των υπηρεσιών

Επιπλέον υπάρχουν και άλλες επιπλοκές στην αγοραστική συμπεριφορά του καταναλωτή κατά την αγορά ενός τουριστικού προϊόντος. Στην συνέχεια αναφέρονται ποιες είναι αυτές οι επιπλοκές



Σχήμα 1.2 : Επιπλοκές στην συμπεριφορά του καταναλωτή που οφείλονται στην φύση των υπηρεσιών

Πηγή: Horner S & Swarbrooke J. "Consumer Behavior in Tourism", 1999

- i. Υψηλή συμμετοχή στην απόφαση αγορά και υψηλή δέσμευση του καταναλωτή

Η συμπεριφορά του καταναλωτή κατά την αγορά ενός τουριστικού προϊόντος περιλαμβάνει υψηλή συμμετοχή στην απόφαση αγορά και υψηλή δέσμευση του καταναλωτή εξαιτίας της φύσης των προϊόντων και υπηρεσιών. Αυτό σημαίνει ότι το πλάνο συμπεριφοράς κατά την αγορά δεν είναι συνηθισμένο και κάθε περίπτωση

αγοράς θα αντιμετωπιστεί διαφορετικά. Ο καταναλωτής θα συμμετάσχει ενεργά στην αγοραστική διαδικασία και θα ερευνήσει την αγορά πριν πάρει την τελική του απόφαση. Αυτό συνεπάγεται ότι η διαδικασία απόφασης θα χρειαστεί μεγαλύτερη χρονική περίοδο. Επίσης, ο καταναλωτής θα αλλάξει τη συμπεριφορά του ανάλογα με τον τύπο διακοπών, τα κίνητρα και την οικογενειακή του κατάσταση.

- ii. Υψηλά επίπεδα ανασφάλειας συσχετιζόμενα με την άυλη υπόσταση των υπηρεσιών

Η άυλη υπόσταση των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών οδηγούν τον καταναλωτή σε υψηλά επίπεδα ανασφάλειας. Δεν μπορεί να δοκιμάσει το προϊόν πριν την αγορά και για αυτό αναζητά επιβεβαίωση για την επιλογή του. Αυτό συνεπάγεται σύνθετες μορφές συμπεριφοράς οι οποίες περιλαμβάνουν μεγάλο αριθμό ατόμων και τουριστικών γραφείων. Το άτομο μπορεί να λάβει πληροφορίες από φίλους, συγγενείς, τουριστικά γραφεία και τηλεοπτικά προγράμματα

- iii. Ιδιαίτερη Συναισθηματική Σημασία

Η αγορά διακοπών είναι ιδιαίτερο γεγονός στην ζωή ενός ατόμου. Οι διακοπές επιτρέπουν στο άτομο να αποδράσει από την καθημερινότητα και το εργασιακό περιβάλλον. Η επιλογή διακοπών επηρεάζει και άλλα κοντινά μέλη της οικογένειας. Ο καταναλωτής μπορεί επίσης να μελετήσει άλλα υποκατάστατα αγαθά και υπηρεσίες στην θέση των διακοπών. Μπορεί να σκέφτεται την αγορά αυτοκινήτου ή οικείας στην θέση διακοπών. Ο συγκεκριμένος τύπος απόφασης έχει ιδιαίτερη συναισθηματική αξία για τα άτομα και το περιβάλλον τους

- iv. Έντονη συμμετοχή τρίτων ατόμων

Τα άτομα είναι πιθανό να επηρεάζονται από τρίτα άτομα κατά την διαδικασία επιλογής του τουριστικού προϊόντος. Για παράδειγμα ένα άτομο που επιλέγει ένα προϊόν διακοπών μπορεί να επηρεαστεί από τα υπόλοιπα μέλη της οικογένειας του. Έτσι η συμπεριφορά του ατόμου γίνεται περίπλοκη και δύσκολη για μελέτη.

- v. Χρονοβόρα Επιλογή

Αν εξαιρέσουμε την πρόσφατη διάδοση των διακοπών τελευταίας στιγμής, οι περισσότερες αποφάσεις σχετικά με το τουριστικό προϊόν πραγματοποιούνται πολύ νωρίτερα. Αυτό συνεπάγεται ότι το άτομο μπορεί να βρίσκεται σε εντελώς διαφορετική κατάσταση την στιγμή που κάνει την αγορά από ότι την στιγμή που πραγματοποιεί τις διακοπές του. Έτσι ο καταναλωτής προσπαθεί να προβλέψει τι θα επιθυμεί στο μέλλον. Αυτό σημαίνει ότι η απόφαση έχει άμεση επίδραση στο άτομο. Όλοι γνωρίζουμε το συναίσθημα της ελπίδας όταν στην μέση του χειμώνα πραγματοποιούμε διακανονισμούς για τις καλοκαιρινές διακοπές μας

- vi. Μεγάλη Έρευνα Πληροφοριών

Η επιλογή τουριστικών προϊόντων συνήθως έχει συναισθηματική σημασία για τα άτομα. Αυτό σημαίνει ότι τα άτομα πολλές φορές πραγματοποιούν εκτεταμένη έρευνα πριν την τελική τους απόφαση. Αυτό περιλαμβάνει συσκέψεις με άτομα, ομάδες, οργανισμούς πριν παρθεί η απόφαση. Αυτή η διαδικασία έρευνας περιπλέκει την καταναλωτική συμπεριφορά.

Από τα παραπάνω μπορεί να γίνει αντιληπτό ότι η αγορά τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών δεν περιλαμβάνει τυποποιημένες διαδικασίες. Είναι πολύ διαφορετική από την γρήγορη αγορά αγαθών που είναι σε μεγαλύτερο βαθμό προβλεπόμενη.

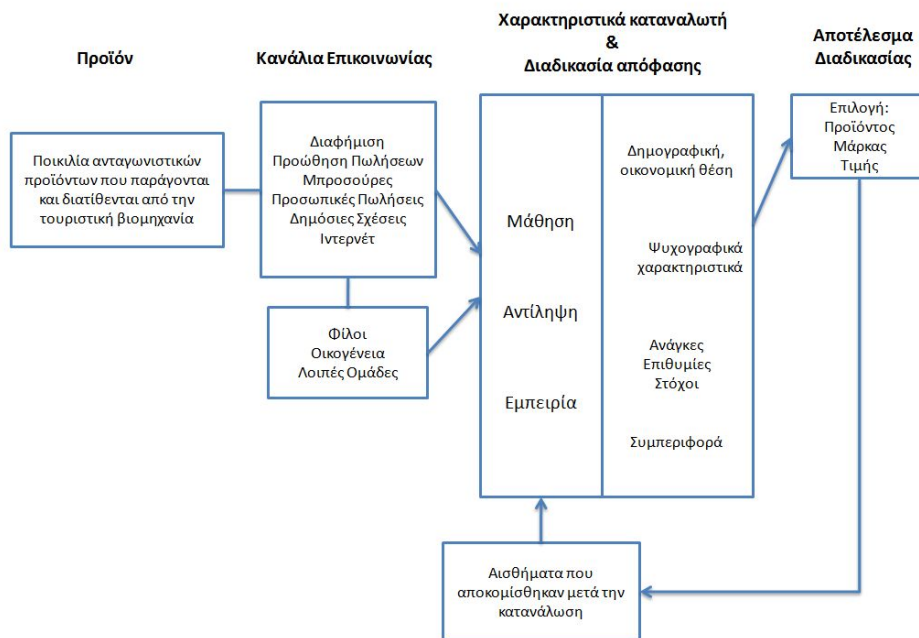
1.2.5 Η διαδικασία απόφασης για την αγορά τουριστικού προϊόντος

Η διαδικασία λήψης απόφασης για την αγορά ενός τουριστικού προϊόντος είναι αποτέλεσμα μιας περίπλοκης διαδικασίας. Είναι αποτέλεσμα ενός συνόλου παραγόντων που σχετίζονται τόσο με τον καταναλωτή όσο και με εξωτερικούς παράγοντες. Ωστόσο η διαφοροποίηση και η αλληλεξάρτηση των τουριστικών προϊόντων μετατρέπουν την αγοραστική απόφαση σε περίπλοκο φαινόμενο. Το γεγονός αυτό επιβεβαιώνεται από το πλήθος των αποφάσεων που πρέπει να λάβει ένας τουρίστας όταν επιλέγει διακοπές. Μερικές από τις αποφάσεις είναι:

- Επιλογή προορισμού (χώρα, περιοχή, θέρετρο)
- Επιλογή μέσου μεταφοράς(τρένο, λεωφορείο, αυτοκίνητο, αεροπλάνο κλπ)
- Επιλογή τύπου διαμονής
- Διάρκεια ταξιδιού
- Σε ποια εποχή κατά την διάρκεια του έτους θα πραγματοποιηθούν οι διακοπές
- Επιλογή πακέτου ή μεμονωμένων διακοπών
- Επιλογή ταξιδιωτικού πράκτορα

1.2.6 Μοντέλο συμπεριφοράς καταναλωτή για τα ταξίδια και τον τουρισμό

Το μοντέλο παρουσιάζεται από τους Middleton και Clarke (2001) και αποτελείται από έξι στάδια τα οποία αλληλεπιδρούν μεταξύ τους. Το μοντέλο παρουσιάζεται στο διάγραμμα και αναλύεται στην συνέχεια.



Σχήμα 1.3: Μοντέλο Συμπεριφοράς Καταναλωτή
 Πηγή: Middleton, V. T. C. and Clarke, J. (2001). Marketing for Travel and Tourism

Προϊόν: Με τον όρο προϊόν εννοείται το σύνολο των προϊόντων που έχουν σχεδιαστεί με σκοπό να παρακινήσουν τον καταναλωτή και είναι διαθέσιμα για κατανάλωση. Σε κάθε ανεπτυγμένη χώρα υπάρχουν χιλιάδες τουριστικοί πράκτορες που προσφέρουν διακοπές στο εξωτερικό για τους υποψηφίους καταναλωτές και χιλιάδες εγχώριες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τουριστικό τομέα και προσπαθούν να προσελκύσουν το ενδιαφέρον των τουριστών. Ο καταναλωτής έρχεται αντιμέτωπος με τεράστια ποικιλία επιλογών και είναι ικανός να γνωρίζει μόνο μερικές από αυτές.

Κανάλια επικοινωνίας: Η επικοινωνία γίνεται με δύο τρόπους. Υπάρχουν τα επίσημα κανάλια επικοινωνίας μερικά από τα οποία είναι οι μπροσούρες, οι διαφημίσεις, οι τεχνικές προώθησης πωλήσεων, οι δημόσιες σχέσεις και το διαδίκτυο. Επιπλέον όμως, υπάρχει και ο ανεπίσημος τρόπος επικοινωνίας ο οποίος περιλαμβάνει τις πληροφορίες που συλλέγονται από την οικογένεια, από τους φίλους και γενικότερα από τα άτομα με τα οποία έρχεται σε επαφή και αλληλεπιδρά ο καταναλωτής.

Κίνητρα, χαρακτηριστικά καταναλωτή, διαδικασία λήψης απόφασης: Ομαδοποιώντας τις βασικές επιθυμίες, τους στόχους και τις ανάγκες του ατόμου, δημιουργήθηκαν τέσσερα βασικά στοιχεία τα οποία αλληλεπιδρούν μεταξύ τους και καθορίζουν τον τρόπο συμπεριφοράς του καταναλωτή. Αυτά είναι:

- i. Επιθυμίες, στόχοι, ανάγκες. Κάθε άτομο έχει μία κλιμάκωση αναγκών όπως αναφέρθηκε και παραπάνω σύμφωνα με τον Maslow (1943) από τις βασικές ανάγκες για τροφή, ξεκούραση, ασφάλεια έως τις πιο βαθιές ανάγκες για αυτοπραγμάτωση.
- ii. Κοινωνικοοικονομικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά. Εδώ περιλαμβάνεται η ηλικία, το εισόδημα, το φύλο, η εργασία, το μέγεθος του νοικοκυριού, η

- κοινωνική τάξη, ο τόπος μόνιμης κατοικίας κ.α Τα χαρακτηριστικά αυτά δρουν σαν όρια μέσα στα οποία πραγματοποιείται η παρακίνηση του καταναλωτή και διαμορφώνεται η αγοραστική συμπεριφορά του καταναλωτή.
- iii. Ψυχογραφικά γνωρίσματα. Αυτά υποδηλώνουν το χαρακτήρα του ατόμου και επηρεάζουν τον τύπο των αγαθών που το τελευταίο θέλει να αγοράσει. Αυτά τα γνωρίσματα επιπλέον καθορίζουν το είδος των διαφημίσεων και των μηνυμάτων επικοινωνίας που μπορούν να επηρεάσουν τα άτομα.
 - iv. Στάσεις. Όλα τα άτομα υιοθετούν συνειδητά η ασυνείδητα στάσεις και θέσεις για ιδέες, ανθρώπους και πράγματα που επηρεάζουν την ζωή τους. Οι στάσεις εκτείνονται από τα πιστεύω και τη γνώση των προϊόντων μέχρι τα άτομα και τα γεγονότα. Οι στάσεις επίσης περιλαμβάνουν συναισθήματα όπως εκείνα της συμπάθειας.

Φίλτρα αντίληψης στη διαδικασία αγοραστικής απόφασης: Ο όρος αντίληψη χρησιμοποιείται για να χαρακτηρίσει τον τρόπο που τα άτομα επιλέγουν και οργανώνουν το πλήθος πληροφοριών στις οποίες είναι εκτεθειμένα και είναι μία λειτουργία συμπεριφορών, παρακίνησης, εμπειριών και μάθησης ειδικά συσχετιζόμενη με προηγούμενες αγορές. Οι αντιλήψεις μεταβάλλονται με την πάροδο του χρόνου μέσω της εμπειρίας. Οι πληροφορίες που συλλέγονται από όλες τις πηγές επεξεργάζονται και φιλτράρονται από τον εγκέφαλο του ανθρώπου. Τα φίλτρα που χρησιμοποιεί ο ανθρώπινος νους έχουν σαν αποτέλεσμα την υπογράμμιση κάποιων πληροφοριών και την εκμηδένιση κάποιων άλλων

Αγοραστική Απόφαση: Είναι το αποτέλεσμα της διαδικασίας λήψης απόφασης που αφορά κυρίως τους παραγωγούς αφού περιλαμβάνει το είδος του προϊόντος, τη μάρκα, το χρόνο και το κανάλι διανομής. Η ενέργεια αυτή έχει άμεση σχέση με την παρακίνηση που αναλύθηκε παραπάνω και κατ'επέκταση με τα χαρακτηριστικά του καταναλωτή.

Αισθήματα που αποκομίζει ο καταναλωτής μετά την κατανάλωση: Μετά την παρακίνηση του καταναλωτή και την αγορά του προϊόντος η εμπειρία που αποκομίστηκε από την διαδικασία της κατανάλωσης έρχεται να επηρεάσει τη μελλοντική συμπεριφορά του ατόμου. Αν το προϊόν ήταν ικανοποιητικό υπάρχει μεγάλη πιθανότητα να επαναληφθεί η αγορά.

1.2.7 Τυπολογίες τουριστικής συμπεριφοράς και τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς

Η αντίληψη του ατόμου για τον κόσμο διαμορφώνεται μέσα από την εμπειρία, την μάθηση, τα συναισθήματα και τις αντιλήψεις. Κάθε άτομο διαμορφώνει την δική του προσωπική αντίληψη, η οποία επηρεάζει τις προτιμήσεις και τα κίνητρα του. Η συμπεριφορά τόσο των ατόμων όσο και των γκρουπ επηρεάζεται από την αντίληψη του για τον κόσμο. Τα άτομα διαμορφώνουν ποικιλία εικόνων για τα ταξίδια, τους προορισμούς, τα ταξιδιωτικά γραφεία κ.α

Ο Gilbert (1991) αναφέρει ότι κάθε άτομο είναι διαφορετικό από το άλλο. Οι διαφορές σε συμπεριφορές, προσδοκίες και κίνητρα επηρεάζουν σημαντικά τις αποφάσεις που σχετίζονται με το ταξίδι. Οι διαφορετικές συμπεριφορές στηρίζονται στην διαφορετική αντίληψη που έχει το κάθε άτομο για τον κόσμο. Οι αντιλήψεις για

έναν προορισμό ή ένα τουριστικό γραφείο είναι πνευματικές (διανοητικές) και καθορίζονται από παράγοντες όπως είναι οι εμπειρίες που απέκτησε το άτομο μέσα από την οικογένεια, την παιδική του ηλικία ή την δουλειά του.

Ο Cohen (1972) κατηγοριοποιεί τους τουρίστες σε τέσσερις κατηγορίες:

- i. Τον οργανωμένο μαζικό τουρίστα που δεν αναζητά την περιπέτεια αλλά επιζητά το προστατευμένο περιβάλλον κατά την διάρκεια του ταξιδιού κλείνοντας ένα οργανωμένο πακέτο διακοπών μη επιθυμώντας να γνωρίσει ντόπιους της περιοχής
- ii. Τον μεμονωμένο μαζικό τουρίστα που έχει πολλά κοινά χαρακτηριστικά με τον οργανωμένο μαζικό τουρίστα. Η διαφορά τους είναι ότι ο δεύτερος έχει μεγαλύτερη ελαστικότητα προγράμματος. Ωστόσο το ταξίδι παραμένει οργανωμένο από την τουριστική βιομηχανία και με μη συχνή επαφή με τους ντόπιους
- iii. Τον Τουρίστα Εξερευνητή ο οποίος έχει οργανώσει μόνος του το ταξίδι και ξεφεύγει από την τυποποιημένη μορφή τουριστικού προϊόντος. Σε αυτή την κατηγορία τα άτομα επιθυμούν την επαφή και την γνωριμία με τους ντόπιους
- iv. Τον Drifter στον οποίο δεν υπάρχει επικοινωνία με την τουριστική βιομηχανία και το ταξίδι τείνει να είναι όσο το δυνατόν πιο μακριά από το σπίτι καθώς και από ότι είναι οικείο.

Ο Plog (1977) διαχωρίζει τους τουρίστες σε αλλοκεντρικούς και ψυχοκεντρικούς. Οι ψυχοκεντρικοί είναι άνθρωποι που δεν αναζητούν την περιπέτεια ενώ διακρίνονται από εσωστρέφεια. Τείνουν να επιλέγουν κάτι που είναι πιο οικείο και αναζητούν προορισμούς που είναι ήδη δημοφιλείς. Οι αλλοκεντρικοί από την άλλη πλευρά είναι εξωστρεφείς άτομα που επιδιώκουν να παίρνουν ρίσκα και αναζητούν την περιπέτεια. Οι τελευταίοι προτιμούν τους εξωτικούς προορισμούς και το μεμονωμένο ταξίδι. Ανάμεσα σε αυτές τις δύο κατηγορίες υπάρχουν και άλλες λιγότερο ακραίες.

Ο Cohen (1979) δίνει μία άλλη κατηγοριοποίηση των τουριστών βασισμένη στην εμπειρία που θέλουν να αποκτήσουν. Αυτοί είναι οι:

- i. Ο τουρίστας αναψυχής (recreational tourist) ο οποίος δίνει έμφαση στην αναψυχή
- ii. Ο τουρίστας αντιπερισπασμού (diversionary tourist) ο οποίος ψάχνει τρόπους να ξεφύγει από την καθημερινότητα
- iii. Ο τουρίστας που αναζητά την αυθεντική εμπειρία (experiential tourist)
- iv. Ο τουρίστας που αναζητά την επικοινωνία με τους ντόπιους κατοίκους (experimental tourist)
- v. Ο τουρίστας που θέλει να βιώσει την ξένη κουλτούρα και τον διαφορετικό τρόπο ζωής (existential tourist)

Οι Perreault, Dolden και Dorden (1979) πραγματοποίησαν έρευνα σε 2000 νοικοκυριά, σύμφωνα με την οποία διαχώρισαν τους τουρίστες στις παρακάτω πέντε κατηγορίες:

- i. Οικονομικοί ταξιδιώτες με μεσαίο εισόδημα που επιλέγουν διακοπές χαμηλού κόστους
- ii. Ριψοκίνδυνοι ταξιδιώτες που έχουν υψηλή μόρφωση και άνεση και δείχνουν προτίμηση στις περιπετειώδης διακοπές

- iii. Επιφυλακτικοί τουρίστες που πηγαίνουν διακοπές χωρίς να συζητήσουν με άλλα άτομα και ξοδεύουν πολύ λίγο χρόνο στον σχεδιασμό τους
- iv. Άτομα που ξοδεύουν πολύ χρόνο στον σχεδιασμό των επόμενων διακοπών τους και τείνουν να δουλεύουν σε χαμηλά αμειβόμενες θέσεις.
- v. Μετριοπαθείς με υψηλή διάθεση για ταξίδι που δεν ενδιαφέρονται για διήμερες αποδράσεις και σπορ.

Ο Smith (1989) αναγνωρίζει επτά τύπους τουριστών

- i. Τους εξερευνητές που είναι μικρές ομάδες που ταξιδεύουν ως ανθρωπολόγοι
- ii. Τους αριστοκράτες τουρίστες που είναι οι έμπειροι συχνοί ταξιδιώτες που προτιμούν έτοιμα πακέτα
- iii. Τους τουρίστες που επιθυμούν να απομακρυνθούν από τους άλλους τουρίστες (off-beat tourists) και να διαφοροποιηθούν
- iv. Τους μη συνηθισμένους τουρίστες που κάνουν ταξίδια για να γνωρίσουν νέες κουλτούρες
- v. Τον αρχικό μαζικό τουρισμό που επιδιώκει το ταξίδι του να έχει οικία προς αυτόν χαρακτηριστικά
- vi. Τους charter τουρίστες που δεν ενδιαφέρονται για τον προορισμό αλλά για το φαγητό, τις ανέσεις, τη διασκέδαση και τη διαμονή

Κεφάλαιο 2: Προσφυγική Κρίση

Περίληψη Κεφαλαίου 2

Σε αυτό το κεφάλαιο αρχικά διαχωρίζονται οι έννοιες του πρόσφυγα και του μετανάστη ώστε να γίνει κατανοητό σε πρώτο επίπεδο ότι το μαζικός ερχομός ατόμων το 2015 ήταν πρόσφυγες και όχι μετανάστες. Στην συνέχεια, παρουσιάζεται η ιστορία της προσφυγικής κρίσης αρχικά , πως ξεκίνησε και πως κατέληξε αυτό το κύμα ατόμων στην Ελλάδα. Ακόμα παρουσιάζεται το προφίλ των μεταναστών που έφτασε στην Ελλάδα αλλά και ποια ήταν η βοήθεια των Ελλήνων και των Ευρωπαίων απέναντι σε αυτή την κρίση . Τέλος , παρουσιάζονται ποιες ήταν οι επιπτώσεις την άφιξης των προσφύγων στην Ελλάδα σε οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο.

2.1 Ορισμός του Πρόσφυγα

Πρόσφυγας ονομάζεται, σύμφωνα με τη Σύμβαση της Γενεύης για τους πρόσφυγες, κάθε άνθρωπος που βρίσκεται έξω από το κράτος του οποίου είναι πολίτης εξαιτίας δικαιολογημένου φόβου ότι εκεί θα υποστεί διωγμούς λόγω της φυλής, της θρησκείας ή της εθνικότητάς του, ή ακόμα εξαιτίας της ιδιότητας του μέλους μιας ιδιαίτερης κοινωνικής ομάδας ή των πολιτικών του απόψεων (πολιτικός πρόσφυγας), και επιπλέον τού είναι αδύνατο να εξασφαλίσει προστασία από τη χώρα του, ή, εξαιτίας του φόβου αυτού, δεν επιθυμεί να τεθεί υπό αυτή την προστασία. Μέχρι να του αναγνωρισθεί νομικά η ιδιότητα του πρόσφυγα από μία χώρα, ένας άνθρωπος μπορεί να βρίσκεται υπό το καθεστώς του «αιτούντος άσυλο». Συνήθως η αδυναμία εξασφάλισης προστασίας είναι αποτέλεσμα πολέμου, ωστόσο ο παραπάνω ορισμός αποκλείει τους πρόσφυγες εξαιτίας φυσικών καταστροφών.

Μία άλλη κατηγορία ανθρώπων που ονομάζονται πρόσφυγες και δεν περιλαμβάνονται στον παραπάνω ορισμό είναι όσοι μετεγκαθίστανται ομαδικά σε άλλη περιοχή της δικής τους χώρας, είτε εξαιτίας φυσικών καταστροφών, είτε για άλλο λόγο πάνω από τις δυνάμεις τους. Αυτοί ονομάζονται εσωτερικοί πρόσφυγες.

2.2 Ορισμός του Μετανάστη

Κατά την εγκυκλοπαιδική έννοια του όρου μετανάστευση είναι η, για διάφορους λόγους, εγκατάλειψη του πατρικού εδάφους από ανθρώπους. Κατά την κοινωνιολογική έννοια του όρου είναι κάθε φυσική μετάβαση ατόμων και ομάδων από μία κοινωνία σε κάποια άλλη, ή κάθε γεωγραφική μετακίνηση μεγάλου αριθμού ατόμων, ή η μεταφορά ανθρώπινου και εργατικού δυναμικού από μία περιοχή σε μία άλλη.

Με τον όρο «μετανάστης» εννοούμε εκείνο το μέλος μίας κοινωνίας που εγκαταλείπει εκούσια την χώρα του. Ο βασικός σκοπός αυτών των μετακινήσεων ήταν και παραμένει κυρίως οικονομικός. Η μετανάστευση στο τέλος του 19ου και στην αρχή του 20ου αιώνα ήταν υπερπόντια, ενώ με το τέλος του δευτέρου Παγκοσμίου Πολέμου και την ανάπτυξη της βιομηχανικής περιόδου, η μετακίνηση πληθυσμών, είχε κύριο τόπο προορισμού, την Ευρώπη.

Η μετανάστευση είναι κάτι μεγάλο και επικίνδυνο. Είναι οι αποικίες των Φοινίκων και των Ελλήνων στην λεκάνη της Μεσογείου, ο εποικισμός του νέου Κόσμου και της Αυστραλίας, το κράτος του Ισραήλ κ.λ.π..

Μια μορφή της μετανάστευσης μπορεί να θεωρηθεί και η λαθρομετανάστευση η οποία ενέχει μέσα της το στοιχείο του «παρανόμου»,

Η μετανάστευση από παλιά ήταν η πιο μεγάλη περιπέτεια στη ζωή του ανθρώπου, έχει διαπλάσει το ανθρώπινο είδος, μας οδήγησε να κατακτήσουμε τον

Ο λόγος για τον οποία χρειάστηκε η ανάλυση των δύο παραπάνω ορισμών, του «πρόσφυγα» και του «μετανάστη», είναι για να διευκρινιστεί ότι οι άνθρωποι που μετακινήθηκαν από την Συρία στην Ευρώπη το 2015 μέχρι σήμερα είναι πρόσφυγες, και συγκεκριμένα πρόσφυγες πολέμου, και όχι μετανάστες, όπως τους αποκαλούν αρκετοί και έρχονται στην Ε.Ε για να ζητήσουν άσυλο. Πρόκειται για μια μορφή διεθνούς προστασίας που παρέχεται σε άτομα που εγκαταλείπουν τη χώρα καταγωγής

τους και οι οποίοι δεν μπορούν να επιστρέψουν λόγω βάσιμου φόβου διώξεων. Η ΕΕ έχει νομική και ηθική υποχρέωση να προστατεύσει αυτούς που έχουν ανάγκη. Τα κράτη μέλη είναι υπεύθυνα για την εξέταση των αιτήσεων ασύλου και για την απόφαση όσον αφορά το ποιοι θα τύχουν προστασίας.

2.3 Η Ιστορία του Προσφυγικού

(το κεφάλαιο αυτό αντλεί κείμενο από το βίντεο <http://www.vagabomb.com/>)

Το καλοκαίρι του 2015, το κύμα φυγής που ξεκίνησε από τη Συρία προς την Ευρώπη, είναι το μεγαλύτερο μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο.

Ο κύριος λόγος είναι ότι η Συρία μετατράπηκε στην μεγαλύτερη πηγή μεταναστών παγκοσμίως. Η Συρία βρίσκεται στην Μέση Ανατολή, μια εύφορη Γη που κατοικείται εδώ και 10.000 χρόνια. Από το 1960, βρίσκεται υπό καθεστώς Άσαντ, οι οποίοι κυβερνούσαν ως δικτάτορες μέχρι την Αραβική Άνοιξη που συνέβη το 2011. Η Αραβική Άνοιξη ήταν ένα κύμα διαδηλώσεων και διαμαρτυριών στη Μέση Ανατολή και τη Βόρεια Αφρική, που εκδηλώθηκε από τις 18 Δεκεμβρίου του 2010 στον Αραβικό κόσμο που ανέτρεψε πολλά κυβερνητικά καθεστώτα (όπως της Αιγύπτου, της Λιβύης, της Τυνησίας κ.λπ.). Οι Άσαντ, αρνήθηκαν να κατέβουν από το βάθρο και έτσι άρχισαν έναν σφοδρό εμφύλιο πόλεμο. Άνθρωποι διαφόρων εθνοτήτων και θρησκευτικών ομάδων πάλεψαν μεταξύ τους μέσα σε αυτό το διάστημα.

Η ISIS, μια τζιχαντιστική ομάδα, η οποία ιδρύθηκε στις 29 Ιουνίου 2014, εκμεταλλεύτηκε την κατάσταση και έλαβε μέρος σε αυτό το χάος με σκοπό να φτιάξει ένα απολυταρχικό Ισλαμικό χαλιφάτο, κηρύσσοντας επίσημα πόλεμο στις 6 Ιανουαρίου του 2015 με την Σαουδική Αραβία. Μεγαλώνοντας ραγδαία, έγινε μία από τις πιο βίαιες και πετυχημένες οργανώσεις στην Γη. Όλες οι μεριές διέπραξαν τρομερά εγκλήματα πολέμου, χρησιμοποιώντας χημικά όπλα, πράττοντας μαζικές εκτελέσεις, βασανιστήρια και επανειλημμένες επιθέσεις προς άμαχο πληθυσμό.

Ο Συριακός πληθυσμός λοιπόν βρέθηκε παγιδευμένος ανάμεσα σε καθεστώτα και θρησκόληπτους τρομοκράτες. Το 1/3 των Συριών εκτοπίστηκαν μέσα στην Συρία, ενώ 4 εκατ. έφυγαν εντελών. Οι περισσότεροι αυτή την στιγμή ζούνε σε καταυλισμούς σε γειτονικές χώρες (Ιράκ, Λίβανο, Αίγυπτος και Ιορδανία), οι οποίες φροντίζουν το 95% των προσφύγων, ενώ τα Αραβικά Κράτη στον Περσικό Κόλπο δε δέχτηκαν κανένα πρόσφυγα (Σαουδική Αραβία, Κατάρ, Μπαχρέιν, Ομάν, Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα και Κουβέιτ), κάτι το οποίο η Διεθνής Αμνηστία αποκάλεσε «ντροπιαστικό».

Ο ΟΗΕ και το Παγκόσμιο Πρόγραμμα Σίτισης δεν είχαν προετοιμαστεί κατάλληλα για μία τόσο μεγάλη προσφυγική κρίση. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα, πολλοί καταυλισμοί και κατασκηνώσεις να μην έχουν χώρο και προμήθειες και ως εκ τούτου οι πρόσφυγες υποβάλλονται σε κρύο, πείνα και αρρώστιες.

Οι Σύριοι χάσανε κάθε ελπίδα για την καλύτερευση της κατάστασης, οπότε πολλοί αποφάσισαν να ψάξουν άσυλο στην Ευρώπη. Ανάμεσα στο 2007 και το 2014, η Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Ε) επένδυσε περίπου 2 δις Ευρώ σε άμυνα, συστήματα ασφαλείας υψηλής τεχνολογίας και συνοριακή φρούρηση, όμως σχεδόν τίποτα ως

προετοιμασία για κάποιο μεγάλο σκέλος κύματος μετανάστευσης. Οπότε βρέθηκε απροετοίμαστη μπροστά στον επερχόμενο χείμαρρο προσφύγων. Στην Ε.Ε, οι πρόσφυγες αναγκάστηκαν να μείνουν στις πρώτες χώρες που πατούσαν (Ελλάδα, Ιταλία, Βουλγαρία) , γεγονός που έθεσε σε μεγάλη πίεση τις χώρες που είχαν ήδη πρόβλημα με πρόσφυγες.

Η Ελλάδα , η οποία περνάει μία κρίση τόσο μεγάλη όσο αυτή στο Κραχ του 1929, δεν ήταν σε θέση να αναλάβει τόσους ανθρώπους ταυτόχρονα, δημιουργώντας έτσι άσχημες σκηνές πεινασμένων ανθρώπων σε νησιά, τα οποία χρησιμοποιούνταν για τουριστικούς σκοπούς.

Ο κόσμος έπρεπε να γίνει μια γροθιά. Ωστόσο εκείνος διαιρέθηκε. Πολλά κράτη απλά αρνήθηκαν τους πρόσφυγες, αφήνοντας χώρες, όπως η Ελλάδα, να υποφέρουν. Το 2014, η Μεγάλη Βρετανία έδωσε τέλος σε μία μεγάλη εκστρατεία αποκαλούμενη “Mare Nostrum” , που ήταν αρμόδια για την μείωση των πνιγμών στην Μεσόγειο. Η ιδέα ήταν πως αν υπήρχε μεγαλύτερο ποσοστό θανάτων στην θάλασσα, τότε λιγότεροι πρόσφυγες θα προσπαθούσαν εξ αρχής. Παρόλα αυτά, δεν συνέβη αυτό που περίμεναν. Η αντίληψη της κρίσης ξαφνικά άλλαξε παγκόσμια, όταν κυκλοφόρησαν φωτογραφίες ενός νεκρού αγοριού από την Συρία που είχε ξεβραστεί σε μία Τούρκικη παραλία.

Η Γερμανία ανακοίνωσε πως θα δεχτεί χωρίς καμία εξαίρεση κάθε Σύριο πρόσφυγα και το 2015 έλαβε 800.000 πρόσφυγες, δηλαδή περισσότερους από όσους πήρε όλη η Ευρώπη το 2014 (626.000 πρόσφυγες), ενώ μετά από μερικές μέρες υπέβαλλε συνοριακό έλεγχο και απαίτησε μία γενικότερη λύση Ευρωπαϊκού εύρους. Στη Δύση, όλο και περισσότεροι λαμβάνουν δράση, μαζεύοντας τροφή, ρούχα και είδη πρώτης ανάγκης. Αυτή όμως η βοήθεια προέρχεται από πολίτες, και όχι από πολιτικούς.

**Υ π ά ρ χ ο υ ν ό μ ω ς φ ό β ο ι σ τ η ν Δ υ τ ι κ ό κ ό σ μ ο
ε ξ α ι τ ί α ς τ ο υ π ρ ο σ φ υ γ ι κ ο ύ ξ η τ ή μ α τ ο ς:**

1. Η δ ι ε ί σ δ υ σ η τ ο υ Ι σ λ ά μ σ τ ο ν Ε υ ρ ώ π η
2. Τ α υ ψ η λ ά π ο σ ο σ τ ά γ ε ν ν ή σ ε ω ν
3. Κ α τ ά ρ ρ ε υ σ η τ ο υ κ ο ι ν ω ν ι κ ο ύ σ υ σ τ ή μ α τ ο ς

Στην συνέχεια, θα αναλυθούν οι λόγοι οι οποίοι φανερώνουν πως αυτοί οι φόβοι είναι λανθασμένοι.

Αρχικά, ακόμη και αν η Ε.Ε. μόνο δεχόταν και τους 4εκτ. πρόσφυγες και το 100% αυτών ήταν Μουσουλμάνοι, το ποσοστό των Μουσουλμάνων στην Ε.Ε θα ανέβαινε από το 4% στο 5% περίπου. Ωστόσο το γεγονός αυτό δεν αποτελεί δραστική αλλαγή και ούτε θα μετέτρεπε την Ε.Ε σε Μουσουλμανική Ήπειρο. Μια Μουσουλμανική μειονότητα, δεν είναι κάτι καινούριο , ούτε κάποιος λόγος προς ανησυχία και φόβο. Όσο αφορά τον φόβο για τα υψηλά ποσοστά γεννήσεων , αυτά σε πολλά σημεία του Δυτικού κόσμου είναι χαμηλά, όποτε κάποιος φοβούνται ότι οι πρόσφυγες θα υπερσχύσουν του εγχώριου πληθυσμού σε μερικές δεκαετίες. Όμως έρευνες δείχνουν πως ακόμα και αν τα ποσοστά γεννήσεων των Μουσουλμάνων είναι μεγαλύτερα, έτσι και αλλιώς , ανεβοκατεβαίνουν και ρυθμίζονται καθώς η ποιότητα ζωής και το επίπεδο μόρφωσης γίνονται καλύτερα. Άλλωστε οι περισσότεροι Σύριοι είναι

μορφωμένοι και τα ποσοστά γεννήσεων στην Συρία πριν τον εμφύλιο δεν ήταν υψηλά και ο πληθυσμός μίκραινε, δεν άκμαζε.

Ο φόβος ότι οι πρόσφυγες θα οδηγήσουν σε υψηλά επίπεδα εγκληματικότητας είναι επίσης λανθασμένος. Πρόσφυγες οι οποίοι γίνονται μετανάστες έχουν λιγότερες πιθανότητες να διαπράξουν εγκλήματα από τους ιθαγενείς. Όταν τους δοθεί το δικαίωμα εργασίας, συνηθίζουν να αρχίζουν δικές τους επιχειρήσεις και ενσωματώνονται στο εργατικό δυναμικό όσο το δυνατόν γρηγορότερα, προσφέροντας περισσότερα χρήματα στα κοινωνικά συστήματα από όσα παίρνουνε. Οι Σύριοι που έρχονται στην Δύση είναι πιθανοί επαγγελματίες εργάτες.

2.4 Το Μέγεθος της Προσφυγικής κρίσης

Το 2015, το ήδη τεταμένο από τα προηγούμενα χρόνια πρόβλημα της διαχείρισης ολοένα και αυξανόμενων προσφυγικών ροών από την περιοχή της Μέσης Ανατολής προς τις χώρες της Μεσογείου γιγαντώθηκε. Στο επίκεντρο της προσφυγικής κρίσης βρέθηκε η Ελλάδα, η οποία κλήθηκε –ως το νοτιοανατολικό σύνορο της Ευρωπαϊκής Ένωσης-, να διαχειριστεί ένα άνευ προηγουμένου κύμα εισόδου προσφύγων, με κύρια πηγή προέλευσης την διαλυμένη από τον εμφύλιο πόλεμο Συρία.

Σύμφωνα με τελευταία μέτρηση που έγινε το 2015, η Συρία έχει συρρικνωθεί στους 16.600.000 κατοίκους, ενώ πριν υπολογιζόταν σε λίγο πάνω από 22 εκατομμύρια.

Με τέσσερα εκατομμύρια μη εγγεγραμμένους πρόσφυγες στο εξωτερικό και επτά εκατομμύρια εκτοπισμένους στο εσωτερικό, περισσότεροι από τους μισούς κατοίκους της χώρας αναγκάστηκαν να αφήσουν τα σπίτια τους. Από αυτούς οι 6.300.000 μετακινήθηκαν εντός της Συρίας, ενώ οι 4.000.000 εγκατέλειψαν την χώρα, προχωρώντας σε γειτονικές χώρες όπως Τουρκία, Λίβανο, Αίγυπτο και Ιορδανία. Σύμφωνα με το Συριακό παρατηρητήριο ανθρωπίνων δικαιωμάτων, από την έναρξη του εμφυλίου πολέμου, έχουν χάσει την ζωή τους 470.000 άνθρωποι, σχεδόν 2.000.000 έχουν τραυματιστεί, ενώ το προσδόκιμο ζωής υποχώρησε από τα 70 χρόνια το 2010, στα 55,4 το 2015.

Η πλειοψηφία των Σύριων που έρχονται στην Ελλάδα, περίπου το 45% δηλώνουν ότι φτάνουν κατευθείαν στην χώρα από την Συρία, ενώ ένα 25% απαντά ότι είχε ήδη μετακινηθεί και ζούσε τα τελευταία χρόνια στην Τουρκία, μέσω της οποίας περνούν όλοι στα ελληνικά νησιά. (<http://www.dianeosis.org>)

2.5 Ποσοστά Μετακινήσεων

Το 2014, 216.054 μετανάστες έφτασαν στην Ευρώπη, από τους οποίους οι 41.065 έφτασαν μέσα από την Ελλάδα. Ο αντίστοιχος αριθμός το 2015 ήταν 1.015.078. Από αυτούς το 856.723 έφτασαν στην Ευρώπη μέσω της Ελλάδας, ενώ η κατάσταση το 2016 ήταν πιο δραματική. Τα νούμερα είναι εντυπωσιακά, ειδικά αν λάβουμε υπ' όψιν τον αριθμό των προσφύγων που έφτασαν σε ευρωπαϊκό έδαφος το 2015 από τη δεύτερη μεγαλύτερη πύλη εισόδου, την Ιταλία: 153.600. Σε λιγότερο από δύο μήνες (σύμφωνα με τις τελευταίες μετρήσεις που πραγματοποιήθηκαν το Φεβρουάριο του

2016), και μάλιστα χειμερινούς, οι αφίξεις στην Ελλάδα έχουν ξεπεράσει τις 122.116 και σχεδόν όλοι έρχονται μέσω των ελληνικών νησιών. Είναι ενδεικτικό άλλωστε, ότι τις αρχές του 2016, την Ιταλία προτίμησαν ως πέρασμα μόλις 8.971 πρόσφυγες, ενώ μέσω Ισπανίας πέρασαν μόνο 458. Αποδεικνύεται δηλαδή ξεκάθαρα ότι το πέρασμα του Αιγαίου εξελίσσεται στο μοναδικό διάδρομο προς την Ευρώπη. (<http://www.dianeosis.org>)

Τα 10 νησιά, τα οποία διάλεξαν οι μετανάστες για να φτάσουν στην Ελλάδα το 2015, είναι:

- ✓ Η Λέσβος, η μεγαλύτερη με διαφορά κυριότερη πύλη εισόδου για τους πρόσφυγες, καθώς δέχτηκε μισό εκατομμύριο ανθρώπου (506.919), ενώ το πρώτο δίμηνο του 2016 ο αριθμός ήταν 26.000
- ✓ Η Χίος, από την οποία πέρασαν 120.556 άνθρωποι το 2015, ενώ το πρώτο δίμηνο του 2016 πέρασαν 9.300 πρόσφυγες
- ✓ Η Σάμος, η οποία υποδέχτηκε 73.134 πρόσφυγες,
- ✓ Η Λέρος, που δέχτηκε 316.618,
- ✓ Η Κώς με 58.503 ανθρώπους
- ✓ Το Αγαθονήσι με 31.226. Ωστόσο, είναι αξιοσημείωτο το γεγονός ότι το Αγαθονήσι είναι ένα νησί με 180 κατοίκους, και το πρώτο δίμηνο του 2016 δέχτηκε 400 πρόσφυγες.
- ✓ Η Κάλυμνος με 9.755 πρόσφυγες
- ✓ Η Σύμη με 3.984 πρόσφυγες,
- ✓ Η Κρήτη με 896 πρόσφυγες και
- ✓ Η Τήλος με 876 πρόσφυγες

Η ροή των προσφύγων αυξήθηκε σταθερά κατά τη διάρκεια της χρονιάς μέχρι τον Οκτώβριο του 2015, όταν έφτασαν στη χώρα συνολικά περισσότεροι από 200.000 άνθρωποι. Δυστυχώς πολύ μεγάλος ήταν και ο αριθμός των θανάτων: Σύμφωνα με τα στοιχεία του Λιμενικού, 246 πρόσφυγες έχασαν τη ζωή τους στο Αιγαίο το 2015, ενώ άλλοι 149 αγνοούνται.

Το 2016 ο αριθμός αυτός ήταν συνεχώς αυξανόταν αυξημένος κατά πολύ. Συνολικά 194.766 πρόσφυγες και μετανάστες έφτασαν στην Ευρώπη από τις αρχές του 2016 έως και τις 15 Μαΐου όπου έγινε και η τελευταία καταμέτρηση, εκ των οποίων οι 189.414 μέσω θαλάσσης και οι 5.352 μέσω χερσαίων συνόρων, σύμφωνα με στοιχεία του Διεθνούς Οργανισμού Μετανάστευσης.

Στην Ελλάδα, μέσω θαλάσσης έχουν φτάσει 155.837 άτομα (από Συρία, Αφγανιστάν, Ιράκ, Πακιστάν και Ιράν), στην Ιταλία 32.486 (από Νιγηρία, Γκάμπια, Σομαλία, Ακτή Ελεφαντοστού, Ερυθραία και άλλες αφρικανικές χώρες) και στην Κύπρο 28, ενώ σύμφωνα με τα επικαιροποιημένα στοιχεία του Διεθνούς Οργανισμού Μετανάστευσης, το ίδιο χρονικό διάστημα 1.357 άτομα έχασαν τη ζωή τους στην προσπάθειά τους να προσεγγίσουν τη Μεσόγειο σύμφωνα με στοιχεία που δημοσιεύτηκαν σε άρθρο στην ιστοσελίδα www.naftemporiki.gr

Από αυτά τα νησιά επιβιβάζονται στα πλοία της γραμμής και φτάνουν στον Πειραιά, ενώ ένα μικρό ποσοστό αυτών, επιλέγει την Καβάλα μέσω του Βορειοανατολικού

Αιγαίου. Από τα ελληνικά αυτά λιμάνια, και αφού οι πρόσφυγες καταβάλλουν ένα σημαντικό ποσό για την μεταφορά τους με τα ειδικά λεωφορεία, ταξιδεύουν με τουριστικά λεωφορεία και ΚΤΕΛ μέχρι τα βόρεια σύνορα, όπου φτάνουν στον γνωστό συνοριακό σταθμό την Ειδομένης.

2.6 Προφίλ Προσφύγων που έφτασαν στην Ελλάδα

Από τα στοιχεία της ύπατης αρμοστείας του Ο.Η.Ε για τους πρόσφυγες, προκύπτει ότι το 49% των Σύριων προσφύγων είναι άντρες, το 32% είναι γυναίκες και το 19% είναι παιδιά.

Στην πλειονότητά τους οι Σύριοι πρόσφυγες που πέρασαν τα θαλάσσια σύνορα το 2015 βρίσκονται στην ηλικιακή ομάδα 18-35 (69%), με το 21% να βρίσκεται στην ομάδα 36-59 και μόλις το 5% να είναι παιδιά ηλικίας 12-17. Εννέα στους δέκα δεν είχαν μαζί τους κανένα ταξιδιωτικό έγγραφο.

Το 85% των ερωτηθέντων δήλωσαν πως είναι Σουνίτες Μουσουλμάνοι, ενώ ένα 6% δήλωσε πως είναι Χριστιανοί.

Περίπου οι μισοί από τους ενήλικες είναι παντρεμένοι, ενώ το 1/3 εργαζόταν σε τομείς παροχής υπηρεσιών, στην εκπαίδευση και στον κατασκευαστικό κλάδο.

Το 15% δηλώνει ως προηγούμενο επάγγελμα την μεταποίηση, την διοίκηση επιχειρήσεων και την υγεία.

Το 94% των προσφύγων δηλώνουν ότι εγκατέλειψαν την χώρα τους λόγω της εμπόλεμης κατάστασης, ενώ πολλοί από τους νεότερους διέκοψαν επιπλέον και τις πανεπιστημιακές τους σπουδές αναζητώντας μία καλύτερη τύχη στην Ευρώπη.

Ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα στοιχεία της έρευνας για την πρόθεση των προσφύγων να παραμείνουν στην Ελλάδα. Από τους ερωτώμενους, το 90,8% δήλωσε πως επιθυμεί να ζητήσει άσυλο σε μία άλλη χώρα της Ε.Ε, με μόλις το 2,7% να θέλει να πράξει κάτι τέτοιο στην Ελλάδα.

Οι μισοί ερωτηθέντες δήλωσαν ότι επιθυμούν να ζητήσουν άσυλο στη Γερμανία. Δεύτερη χώρα προτίμησης (με πολύ μεγάλη διαφορά) είναι η Σουηδία, με 13%. (<http://www.koutipandoras.gr>)

2.7 Η Βοήθεια προς τους πρόσφυγες

2.7.1 Ύπατης Αρμοστείας του ΟΗΕ για τους πρόσφυγες

Η Ύπατη Αρμοστεία του ΟΗΕ για τους Πρόσφυγες (Υ.Α.) παρέχει προστασία και βοήθεια στους πρόσφυγες του κόσμου. Με έδρα τη Γενεύη της Ελβετίας, ο οργανισμός δημιουργήθηκε από τη Γενική Συνέλευση του ΟΗΕ και άρχισε να

λειτουργεί το 1951, βοηθώντας αρχικά περισσότερους από ένα εκατομμύριο Ευρωπαίους πρόσφυγες που προκάλεσε ο Δεύτερος Παγκόσμιος Πόλεμος.

Τις επόμενες δεκαετίες ωστόσο, καθώς αυξανόταν συνεχώς ο αριθμός των ξεριζωμένων ανθρώπων παγκοσμίως, η λειτουργία της Υ.Α. παρατεινόταν για άλλα πέντε χρόνια. Το Δεκέμβριο του 2003, η Γενική Συνέλευση του ΟΗΕ αποφάσισε να άρει τον χρονικό περιορισμό στη λειτουργία της. Σήμερα, η Ύπατη Αρμοστεία διαθέτει 7.190 άτομα προσωπικό σε περισσότερες από 120 χώρες και βοηθάει περίπου 36,4 εκατομμύρια ανθρώπους παγκοσμίως.

Στα άτομα που υπάγονται στην εντολή της Υ.Α. δεν περιλαμβάνονται μόνο πρόσφυγες αλλά και ομάδες ανθρώπων, όπως αιτούντες άσυλο, επαναπατριζόμενοι πρόσφυγες, ανιθαγενείς και άτομα εκτοπισμένα μέσα στις ίδιες τους τις χώρες, που έχουν επίσημα αναγνωριστεί ως εσωτερικά εκτοπισμένοι πληθυσμοί.

Από την ίδρυσή της έως σήμερα, η Υ.Α. έχει βοηθήσει πάνω από 50 εκατομμύρια ανθρώπους να ξαναρχίσουν επιτυχώς τη ζωή τους, κι έχει τιμηθεί δύο φορές με το Νόμπελ Ειρήνης, το 1954 και το 1981.

Ο σημερινός Ύπατος Αρμοστής του ΟΗΕ για τους Πρόσφυγες είναι ο Αντόνιο Γκουτέρες, πρώην πρωθυπουργός της Πορτογαλίας, ο οποίος ανέλαβε τα καθήκοντά του στις 15 Ιουνίου 2005. Είναι ο δέκατος Ύπατος Αρμοστής του οργανισμού. Αναφέρεται προφορικά στο Οικονομικό και Κοινωνικό Συμβούλιο ως προς τα ζητήματα συντονισμού του οργανισμού και υποβάλλει σε ετήσια βάση στη Γενική Συνέλευση του ΟΗΕ γραπτή έκθεση για το συνολικό έργο της Υ.Α. Τα προγράμματα της Υ.Α. εγκρίνονται και ελέγχονται από την Εκτελεστική Επιτροπή της Υ.Α., την οποία συνθέτουν σήμερα 79 κράτη-μέλη.

Η Σύμβαση του Ο.Η.Ε για τους Πρόσφυγες (1951) καθώς και το ιδρυτικό κείμενο της Υ.Α. ορίζει τους πρόσφυγες ως ανθρώπους "που έχουν τραπεί σε φυγή από τη χώρα τους λόγω δικαιολογημένου φόβου δίωξης για λόγους φυλετικούς, θρησκευτικούς, εθνικής καταγωγής, πολιτικών πεποιθήσεων ή συμμετοχής σε ιδιαίτερη κοινωνική ομάδα, οι οποίοι δεν μπορούν ή δεν επιθυμούν να επιστρέψουν στην πατρίδα τους". Περιφερειακά κείμενα όπως η Σύμβαση του Οργανισμού Αφρικανικής Ενότητας για τους Πρόσφυγες (1969) και η Διακήρυξη της Καρταχένα στη Λατινική Αμερική (1984) διεύρυναν αυτόν τον ορισμό ώστε να καλύπτει και ανθρώπους που έχουν τραπεί σε φυγή λόγω πολέμου ή ένοπλης σύρραξης.

Η κυριότερη αρμοδιότητα της Υ.Α., γνωστή ως "διεθνής προστασία", είναι να διασφαλίζει το σεβασμό των θεμελιωδών δικαιωμάτων των προσφύγων, περιλαμβανομένης της δυνατότητάς τους να αιτούνται άσυλο, και το δικαίωμά τους να μην επιστρέφονται χωρίς τη θέλησή τους σε χώρα όπου έχουν λόγους να φοβούνται δίωξη. Ο οργανισμός προάγει τις διεθνείς συμφωνίες για τους πρόσφυγες, παρακολουθεί τη συμμόρφωση των κυβερνήσεων με το διεθνές δίκαιο και παρέχει υλική βοήθεια όπως τροφή, νερό, στέγη και ιατρική περίθαλψη σε κατατρεγμένους αμάχους.

Η Υ.Α. αναζητά, επίσης, μία από τις τρεις μόνιμες λύσεις για τους πρόσφυγες. Ο εθελοντικός επαναπατρισμός είναι η προτιμότερη λύση για τους περισσότερους πρόσφυγες του κόσμου. Ωστόσο, αυτό δεν είναι πάντα εφικτό, και σε αυτές τις περιπτώσεις, η Υ.Α. βοηθά τους ανθρώπους να ξαναχτίσουν τη ζωή τους κάπου

αλλού - είτε σε χώρες όπου αναζήτησαν αρχικά άσυλο, είτε σε τρίτες χώρες που είναι διατεθειμένες να τους δεχτούν.

Κατά καιρούς, ο Γενικός Γραμματέας του ΟΗΕ έχει ζητήσει από την Υ.Α. να βοηθήσει ομάδες εκτοπισμένων στο εσωτερικό της χώρας τους ανθρώπων, ο αριθμός των οποίων έχει αυξηθεί δραματικά μετά τη λήξη του Ψυχρού Πολέμου, εξαιτίας της αύξησης του αριθμού των εθνικών και εμφύλιων συγκρούσεων ανά τον κόσμο.

Οι άνθρωποι αυτοί δεν έχουν διασχίσει διεθνή σύνορα και συνεπώς δεν προστατεύονται από τις ίδιες διεθνείς συμβάσεις που καλύπτουν τους πρόσφυγες. Ωστόσο, η κατάστασή τους μοιάζει πολύ με αυτή των προσφύγων και μια συντονισμένη επιχείρηση βοήθειας είναι η πιο λογική και ενδεδειγμένη λύση, ειδικά σε περιπτώσεις επαναπατριsmού, όπου οι εκτοπισμένοι στο εσωτερικό της χώρας πληθυσμοί βρίσκονται συχνά στις ίδιες περιοχές με τους επαναπατριζόμενους πρόσφυγες και έχουν λίγο - πολύ τις ίδιες ανάγκες.

Στα τέλη του 2009, ο αριθμός των εσωτερικά εκτοπισμένων παγκοσμίως ανερχόταν σε περίπου 27 εκατομμύρια. Η Ύπατη Αρμοστεία βοηθά περίπου 15,6 από αυτούς σε 22 χώρες, συμπεριλαμβανομένων των τριών χωρών (Σουδάν, Κολόμβια, Ιράκ) με τον μεγαλύτερο αριθμό εσωτερικά εκτοπισμένων.

Εκατομμύρια άλλοι άμαχοι που ξεριζώνονται από τις εστίες τους λόγω φυσικών καταστροφών emπίπτουν επίσης στην κατηγορία των εσωτερικά εκτοπισμένων. Η Ύπατη Αρμοστεία αναλαμβάνει δράση για αυτούς τους ανθρώπους σε εξαιρετικές περιπτώσεις, όπως με το τσουνάμι στον Ινδικό Ωκεανό το 2004, το σεισμό του 2005 και τις πλημμύρες το 2010 στο Πακιστάν και τον κυκλώνα Ναργκίς το 2008 στη Μυανμάρ.

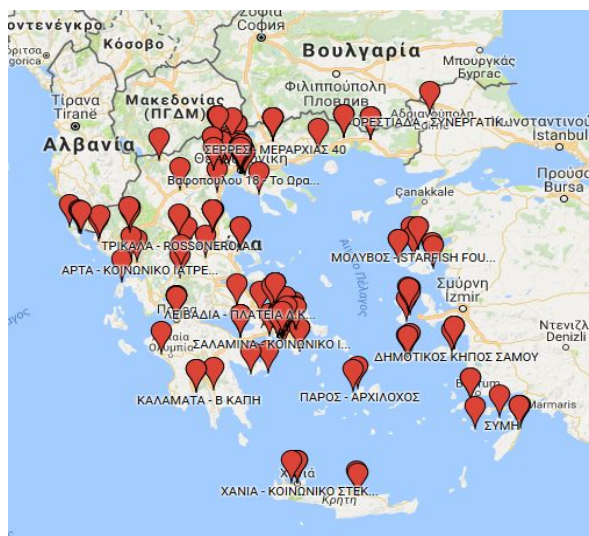
Τα προγράμματα της Υ.Α. χρηματοδοτούνται από εθελοντικές εισφορές, κυρίως των κυβερνήσεων, αλλά και άλλων φορέων, όπως ιδιωτών και οργανισμών. Λαμβάνει επίσης από τον τακτικό προϋπολογισμό του ΟΗΕ μια μικρή εισφορά για την κάλυψη μέρους των διοικητικών της εξόδων.

Το 2009 ο προϋπολογισμός της Υ.Α. ανερχόταν σε 1,3 δισεκατομμύριο δολάρια και 765 εκατομμύρια δολάρια για συμπληρωματικές δράσεις. Το 2009, κύριοι χρηματοδότες ήταν οι Ηνωμένες Πολιτείες με 641 εκ. δολάρια, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή με 127 εκ. δολάρια, η Ιαπωνία με 110 εκ. δολάρια, η Σουηδία με 108 εκ. δολάρια. και η Ολλανδία με 81 εκ. δολάρια. (www.unhcr.gr/)

2.7.2 Οργανώσεις Υποστήριξης

Παρά την οικονομική κρίση και τις δυσκολίες που αντιμετωπίζει η Ελλάδα τα τελευταία χρόνια, και ενώ πολλές χώρες κλείνουν τα σύνορα τους στους πρόσφυγες, δεν αρνήθηκε να προσφέρει από την πρώτη στιγμή, την βοήθεια και την αγάπη της σε αυτούς που την έχουν ανάγκη. Η ανταπόκριση του κόσμου όταν πραγματοποιούνται δράσεις για συγκέντρωση ρούχων, τροφίμων και φαρμάκων για ανθρώπους που έχουν ανάγκη είναι πάντα μεγάλη. Άλλωστε « η φιλοξενία είναι γνώρισμα της ελληνικής κουλτούρας», σύμφωνα με τον κοινωνιολόγο, Χαράλαμπο Στέρτσο σε άρθρο που δημοσιεύτηκε στα tanea.gr.

Παρακάτω παρουσιάζεται ο χάρτης της Ελλάδος με τα σημεία στα οποία συγκεντρώνονται ρούχα και είδη πρώτης ανάγκης προκειμένου να καλυφθούν οι βασικές ανάγκες των προσφύγων.



Εικόνα 2.1: Διαδραστικός χάρτης Ελλάδος με τα σημεία συγκέντρωσης ρούχων και τροφίμων

Απλοί πολίτες είτε μεμονωμένα είτε ως μέλη ομάδων συγκεντρώνουν καθημερινά ρούχα, τρόφιμα και είδη ατομικής υγιεινής για τους πρόσφυγες που φτάνουν κατά χιλιάδες στη Ελλάδα. Η προσφορά έχει ξεπεράσει κάθε προηγούμενο παρά την οικονομική κρίση που βιώνει μεγάλη μερίδα των Ελλήνων, γεγονός που έχει εκπλήξει ευχάριστα τους υπευθύνους των οργανώσεων και των φορέων - είτε στην Αθήνα είτε στα νησιά - που έχουν ριχτεί στη μάχη για τη φροντίδα των προσφύγων.

Το εντυπωσιακό, τονίζει η κυρία Αθηνά Πυρουνάκη, πρόεδρος του συλλόγου «Αίγινα Εθελοντής» που δραστηριοποιείται στο νησί του Αργοσαρωνικού, είναι ότι ρούχα πρόσφεραν πολίτες κάθε κοινωνικής τάξης, ακόμη κι αυτοί που λόγω της δεν έχουν οικονομική άνεση και δυσκολεύονται.

Μεγάλες εταιρείες ταχυμεταφορών σε μια προσπάθεια αντιμετώπισης της ανθρωπιστικής κρίσης, στέλνουν δωρεάν τα δέματα που έχουν παραλήπτες κοινωνικούς φορείς. Τα αρκετά δέματα παρέδωσε μία εξ αυτών στην ΜΚΟ «Αγκαλιά» στη Λέσβο. Όπως ανακοίνωσαν τα μέλη της οργάνωσης, η ανταπόκριση από όλα τα μέρη της χώρας ήταν τεράστια και ήδη πολλά ρούχα και τρόφιμα διατέθηκαν στη Σκάλα Συκαμνιάς, το χωριό που δέχεται καθημερινά τους περισσότερους πρόσφυγες ενώ κουβέρτες και σεντόνια δόθηκαν στο Κέντρο Υγείας Καλλονής.

Το δράμα των προσφύγων έχει ευαισθητοποιήσει όλες τις ηλικίες. Υπάρχουν σχολεία, τα οποία συγκεντρώνουν ρούχα και τρόφιμα και τα προσφέρουν στα σημεία συγκέντρωσης.

2.8 Hotspots

Hotspot είναι ένας χώρος που φτιάχνεται από τα κράτη υποδοχής προσφύγων για την καταγραφή και την διαλογή τους.(<http://ti-einai.gr>)

Στα ελληνικά ονομάζονται κέντρα καταγραφής προσφύγων, δηλαδή πρόκειται για χώρους όπου ελέγχεται κατά πόσο κάποιος είναι πρόσφυγας, μετανάστης, ή λαθρομετανάστης.

Ο έλεγχος στα hotspot γίνεται λαμβάνοντας υπόψη χαρτιά που μπορεί να έχουν μαζί τους οι πρόσφυγες, των οποίων ελέγχεται η γνησιότητα.

Βέβαια στις περισσότερες περιπτώσεις δεν υπάρχουν χαρτιά και η ταυτοποίηση γίνεται βάσει της γλώσσας που μιλάει ο καθένας ή κάποιων βασικών γνώσεων σχετικά την χώρα από την οποία υποστηρίζουν ότι προέρχονται αυτοί οι άνθρωποι κλπ.

Για παράδειγμα κάποιος που υποστηρίζει ότι κατάγεται από τη Συρία θα πρέπει εκτός από τη γλώσσα να γνωρίζει ποιος είναι πρωθυπουργός της χώρας, ποιες είναι οι μεγαλύτερες πόλεις κλπ.

Πάντως στην πράξη τα περισσότερα hotspot εξελίχθηκαν σε κέντρα φιλοξενίας, δηλαδή σε καταυλισμούς προσφύγων.

Σύμφωνα με την τελευταία μέτρηση που πραγματοποιήθηκε τον Αύγουστο του 2016 τα hotspot της Ελλάδος και η κατανομή των προσφύγων σε αυτά παρουσιάζεται στον επόμενο πίνακα

Στο Παράρτημα 1 παρουσιάζεται ο πίνακας με την κατανομή των προσφύγων στα διάφορα Hotspot της Ελλάδος μέχρι και τον Σεπτέμβριο του 2016.

Σύμφωνα με αυτόν τον πίνακα παρατηρείται ότι ο αριθμός προσφύγων που βρίσκεται στην κεντρική Ελλάδα είναι 2294 ,ενώ την ίδια στιγμή οι χώροι σε εκείνο το σημείο έχει την δυνατότητα να φιλοξενήσει τον διπλάσιο αριθμό. Στην συνέχεια στα νησιά του Ανατολικού Αιγαίου βρίσκονται 13948 πρόσφυγες ενώ μέρα με την μέρα αυτός ο αριθμός αυξάνεται και μειώνεται , αφού νέα κύματα προσφύγων φτάνουν από Τουρκία και φεύγουν με προορισμό τα σύνορα για να φτάσουν στην κεντρική Ευρώπη. Είναι πολύ σημαντικό να σημειωθεί σε αυτό το σημείο ότι η δυνατότητα των νησιών για να φιλοξενήσουν πρόσφυγες φτάνει στην χωρητικότητα 7450 αυτών, δηλαδή δεν υπάρχει πλέον δυνατότητα να φιλοξενηθούν περισσότεροι. Ακόμα στην Αττική ο αριθμός των προσφύγων φτάνει στους 8806 ενώ τέλος στην Βόρεια Ελλάδα ο αριθμός αυτός φτάνει στους 16225 πρόσφυγες. Επίσης στην Νότια Ελλάδα ο αριθμός των προσφύγων ήταν μόνο 195. Σε θέσεις φιλοξενίας, όπως διαμερίσματα, ξενοδοχεία, φιλοξενία σε οικογένειες και στα κέντρα φιλοξενίας της UNHCRO, ο αριθμός των προσφύγων είναι στο σύνολο 8633. Ακόμα, σε μη οργανωμένες δομές, όπως είναι το λιμάνι του Πειραιά, τα γήπεδα Baseball, Hockey και στον χώρο αφίξεων , το σύνολο των προσφύγων ήταν 2443.Τέλος τα άτομα τα οποία δεν μένουν κάπου οργανωμένα ανέρχονταν μέχρι και τον Σεπτέμβριο του 2016 στους 8300 πρόσφυγες.

Στα τέλη 2016, πραγματοποιήθηκε μία νέα καταμέτρηση στην Αττική. Σε αυτή υπολογίστηκαν περίπου 7.789 πρόσφυγες και μετανάστες , οι οποίοι ζουν σε κέντρα φιλοξενίας, αριθμός αισθητά μειωμένος σε σχέση με τα στοιχεία στο τέλος του καλοκαιριού.

Στόχος του υπουργείου Μεταναστευτικής Πολιτικής είναι να προσφέρουν σε αυτούς τους ανθρώπους καλύτερες συνθήκες ζωής με κατάργηση του συσσιτίου στις

περισσότερες δομές και χορήγηση μηνιαίου επιδόματος που δεν θα ξεπερνά τα 400 ευρώ ανά οικογένεια.

2.9 Οι Συνέπειες της προσφυγικής κρίσης

Σύμφωνα με την Αναστασιάδου Μερσίλεια (2016), Υπ. Διδάκτωρ στο Τμήμα Διεθνών, Ευρωπαϊκών και Περιφερειακών Σπουδών, Παντείο Πανεπιστημίο, οι ανακατατάξεις στην Μέση Ανατολή και η διεύρυνση των συγκρούσεων και των πολεμικών αντιπαραθέσεων με επίκεντρο τον έλεγχο της Συριακής επικράτειας σε συνδυασμό με την ανάμειξη περιφερειακών και διεθνών δρώντων προς εξυπηρέτηση ο κάθε ένας των δικών του συμφερόντων και στοχεύσεων στην περιοχή, έχουν δημιουργήσει ανεπανόρθωτη καταστροφή της χώρας και μια ανθρωπιστική τραγωδία, που αποτυπώνεται κυρίως στα κύματα ανθρώπων εξαθλιωμένων που κατευθύνονται προς την Δύση και ιδίως στην Ευρωπαϊκή ήπειρο. Το προσφυγικό ζήτημα έχει αναδείξει κενά και ανεπάρκειες στους μηχανισμούς και στις πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης με συνεπακόλουθο την εκδήλωση τριγμών στην εσωτερική συνοχή της Ένωσης.

Η Ελλάδα ως ενδιάμεσος χώρος στην πορεία του προσφυγικού κύματος προς την Κεντρική και Βόρεια Ευρώπη, καλείται να διαχειριστεί το πρόβλημα και τον ρόλο της, δεδομένου μάλιστα ότι ο αρχικός προσανατολισμός των προσφύγων μετατοπίζεται αναγκαστικά προσωρινά και με σοβαρό το ενδεχόμενο μονιμότητάς τους στην Ελλάδα. Η κατάσταση αυτή συνυφαίνεται με την προϊούσα οικονομική και ευρύτερη κρίση του Ελληνικού κράτους, όπως επίσης και την ανάδειξη δομικών προβλημάτων που εκδηλώθηκαν στην Ευρωπαϊκή συνοχή, επηρεάζοντας τόσο την εικόνα της χώρας στο επίπεδο εσωτερικής διακυβέρνησης και διαχείρισης της κρίσης, την στάση της κοινωνίας έναντι της προσφυγικής κρίσης και την παράσταση της Ελλάδας διεθνώς, όπως επίσης και την συμπεριφορά γειτονικών κρατών που εκδηλώνουν αναθεωρητικές πολιτικές, αξιοποιώντας την κρίση.

Στην συνέχεια αναφέρονται οι θετικές και αρνητικές συνέπειες που έχει το προσφυγικό ζήτημα από τρεις οπτικές γωνίες, Από αυτή του ίδιου του πρόσφυγα, εκείνη από την χώρα από την οποία έρχεται, αλλά και από την χώρα στην οποία καταφεύγουν.

2.9.1. Συνέπειες για τους πρόσφυγες

Θετικές:

- Εξασφαλίζουν την επιβίωση τους και καλύτερο επίπεδο ζωής από αυτό που τους πρόσφερε η χώρα τους, όταν καταλήγουν σε χώρες με υψηλό βιοτικό επίπεδο.
- Όσοι προέρχονται από καθημαγμένες από τον πόλεμο περιοχές, καταφέρνουν να αποφύγουν το θάνατο για τους ίδιους και τα παιδιά τους.
- Βρίσκουν ασφάλεια στη χώρα που τους φιλοξενεί, αν διώκονταν στη χώρα τους για τις πολιτικές τους απόψεις.
- Έχουν τη δυνατότητα να σπουδάσουν τα παιδιά τους. Τους παρέχουν περισσότερες ευκαιρίες και καλύτερο μέλλον.

Αρνητικές:

- Αποτελούν αντικείμενο οικονομικής εκμετάλλευσης από ανάλγητα άτομα κατά τη μεταφορά τους.
- Ορισμένοι από αυτούς δεν κατορθώνουν ποτέ να φτάσουν στη χώρα της ‘επαγγελίας’, αφού πεθαίνουν από τις κακουχίες (έλλειψη νερού και φαγητού, κόπωση, δυσμενείς καιρικές συνθήκες, ασθένειες, ναυάγια, ρίψη στη θάλασσα από τους δουλεμπόρους για να μη συλληφθούν οι ίδιοι).
- Αρκετοί από αυτούς συλλαμβάνονται και προωθούνται πάλι στη χώρα τους ή ζουν υπό δύσκολες συνθήκες σε στρατόπεδα υποδοχής και συγκέντρωσης προσφύγων.
- Τους εκμεταλλεύονται οικονομικά. Εργάζονται πολλές φορές σε σκληρές συνθήκες με χαμηλό ημερομίσθιο και ανασφάλιστοι. Ορισμένες φορές δεν έχουν πρόσβαση στο σύστημα υγείας και στερούνται την ιατροφαρμακευτική περίθαλψη.
- Αρκετές γυναίκες κακοποιούνται και υπό τη βία αναγκάζονται να εκδίδονται. Οδηγούνται στην πορνεία.
- Στην ξένη χώρα ζουν συχνά σε καθεστώς παρανομίας και γι’ αυτό βιώνουν διαρκώς το φόβο μήπως συλληφθούν.
- Ζουν σε δύσκολες βιοτικές συνθήκες, αφού δεν έχουν τα οικονομικά μέσα (κατοικία, τροφή κ.α).
- Είναι δύσκολο να προσαρμοστούν σε μια ξένη χώρα με εντελώς διαφορετική νοοτροπία και πολιτισμό. Έχουν και το πρόβλημα της συνεννόησης, αφού δεν γνωρίζουν τη γλώσσα.
- Ζουν μακριά από την οικογένειά τους, τα αγαπημένα τους πρόσωπα και την πατρίδα τους. Αισθάνονται ξένοι.
- Αντιμετωπίζουν πολλές φορές το ρατσισμό των ντόπιων. Δύσκολα αισθάνονται αποδεκτοί. Αντιμετωπίζονται υποτιμητικά και με καχυποψία.

2.9.2. Συνέπειες για τη χώρα προέλευσης

Θετικές:

- Οι μετανάστες στέλνουν στη χώρα τους πολύτιμο συνάλλαγμα.
- Κάποιοι επιστρέφουν στη χώρα τους και αναπτύσσουν επιχειρηματική δραστηριότητα με τα χρήματα που έχουν συγκεντρώσει.
- Μεταφέρουν στη χώρα τους θετικά στοιχεία από τον πολιτισμό της χώρας υποδοχής τους.
- Δημιουργούν γέφυρες επικοινωνίας με τις νέες πατρίδες τους.

Αρνητικές:

- Χάνει ένα μέρος του εργατικού δυναμικού της και μάλιστα τους νέους που θα μπορούσαν να προσφέρουν στην ανάπτυξη της χώρας τους.
- Ερημώνονται πληθυσμιακά ορισμένες περιοχές.

2.9.3. Συνέπειες για τη χώρα στην οποία καταφεύγουν

Θετικές:

- Εξασφαλίζει φτηνά εργατικά χέρια. Πολλές εργασίες θα κόστιζαν πολύ περισσότερο αν γίνονταν από ντόπιους.
- Υπάρχει εργατικό δυναμικό σε τομείς όπου παρατηρούνταν έλλειψη εργατικών χεριών (π.χ. αγροτικός, κτηνοτροφικός, βιομηχανικός χώρος).
- Οι μετανάστες, αμειβόμενοι με χαμηλά ημερομίσθια, συμβάλλουν στη μείωση του πληθωρισμού.
- Οι μετανάστες συμβάλλουν στη στήριξη του ασφαλιστικού συστήματος με τις εισφορές που καταβάλλουν, σε χώρες όπου παρατηρείται γήρανση του ντόπιου πληθυσμού.
- Μπορούν να αποτελέσουν γέφυρα φιλίας ανάμεσα στη χώρα όπου φιλοξενούνται και στη χώρα προέλευσης τους.

Αρνητικές:

- Αυξάνεται η ανεργία των ντόπιων σε ορισμένους τομείς αφού οι μετανάστες εργάζονται με χαμηλότερο ημερομίσθιο και συχνά ανασφάλιστοι.
- Ενισχύεται η παρανομία και η εγκληματικότητα, όταν οι μετανάστες δεν μπορούν να επιβιώσουν με άλλο τρόπο ή γίνονται αντικείμενο εκμετάλλευσης από ντόπιους παρανόμους.
- Απειλείται με αλλοίωση η πληθυσμιακή σύνθεση των χωρών στις οποίες καταφεύγουν, αφού ο αριθμός των μεταναστών είναι τεράστιος.

2.10 Η Ελληνική Οικονομία στην προσφυγική κρίση

Σε άρθρο το οποίο δημοσιεύτηκε στην ιστοσελίδα HuffPost Greece τον Φεβρουάριο του 2016, του οποίου η συγγραφέας είναι η κ. Κατερίνα Πρίφτη, εξετάζεται ο βαθμός στον οποίο η προσφυγική κρίση επηρέασε την οικονομική κρίση της Ελλάδος. Η κ.Πρίφτη αναφέρει ότι η Ελλάδα έχει υποστεί αρνητική κριτική όσο αφορά τον, λανθασμένο προς τον κ. Ζώνη Σένγκεν, τρόπο με τον οποίο αντιμετωπίζει τους ολοένα και περισσότερους πρόσφυγες που φτάνουν στην χώρα.

Ωστόσο, υπάρχουν μεγέθη και στοιχεία, τα οποία φανερώουν το βάρος που υπέστη η ελληνική οικονομία.

Είναι ευρέως γνωστό ότι η ελληνική οικονομία και κοινωνία έχει κάνει τεράστιες προσπάθειες για να αντέξει την οικονομική κρίση των τελευταίων ετών παρά τις πολλές απαιτήσεις των δανειστών. Ο ελληνικός λαός, μέσα σε αυτή την οικονομική κρίση, καταβάλει τεραστία προσπάθεια να ανταποκριθεί στις ανάγκες των εκατοντάδων χιλιάδων προσφύγων που φτάνουν στις ελληνικές ακτές με τον καλύτερο τρόπο που μπορεί, και πολλές φορές ξεπερνώντας και τις προσδοκίες για βοήθεια.

Σύμφωνα με την εμπιστευτική έκθεση της Τράπεζας της Ελλάδος προς την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα που παρουσιάστηκε στις 17 Δεκεμβρίου 2015, γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι το προσφυγικό ζήτημα αποτελεί πρόβλημα ως προς το δημοσιονομικό αλλά και παραγωγικό τομέα της Ελλάδος, ειδικά, από την στιγμή που δεν υπάρχει μεγάλη βοήθεια από το εξωτερικό. Στην έκθεση αυτή, αναφέρεται ότι, η Ελλάδα θα δαπανήσει τουλάχιστον 600εκατ. ευρώ το 2016 για τις ανάγκες της διαχείρισης των προσφυγικών ροών, τα οποία χρήματα ωστόσο θα επιβαρυνθούν οι Έλληνες φορολογούμενοι, ενώ τα κονδύλια από την ΕΕ παραμένουν ασαφή αν και τα προγραμματισμένα για την επταετία 2014-2020 είναι 474εκατ. ευρώ (σύμφωνα με στοιχεία του Υπουργείου Εξωτερικών).

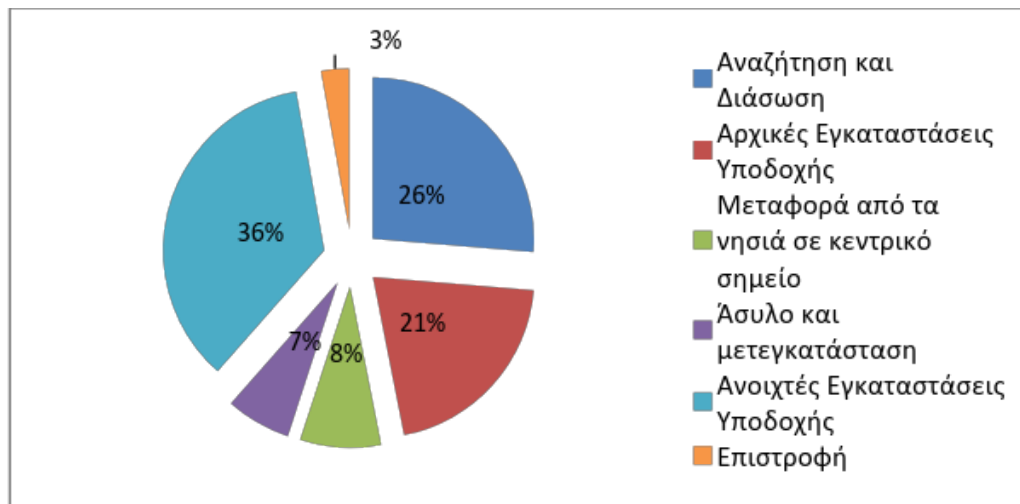
2.10.1 Επιβάρυνση του εθνικού προϋπολογισμού και περιορισμένη κοινοτική αρωγή:

Το δημοσιονομικό κόστος για τις χώρες διέλευσης μπορεί να καταλήξει να είναι υψηλότερο του αρχικά αναμενόμενου τη στιγμή μάλιστα που η αυξανόμενες μεταναστευτικές ροές «έρχονται» σε μια περίοδο που η χώρα αντιμετωπίζει μεγάλες οικονομικές και δημοσιονομικές προκλήσεις ενώ εξαιτίας αυτών υπάρχουν και σημαντικοί περιορισμοί σε διοικητικό επίπεδο. (<http://www.huffingtonpost.gr>)

Το υψηλότερο κόστος προκύπτει από τις αυξημένες ανάγκες ανταπόκρισης σε επιμέρους ζητήματα ενώ ένας αριθμός προσφύγων αναμένεται να παραμείνει στην Ελλάδα, αυξάνοντας το δημοσιονομικό κόστος για τη στέγαση και διατροφή τους, τη λήψη ιατρικών προμηθειών κλπ.

Έτσι, σύμφωνα με το υπουργείο Μεταναστευτικής Πολιτικής, το εκτιμώμενο κόστος δημοσίων δαπανών για το 2016 ανέρχεται περίπου, και αυτό με συντηρητικές εκτιμήσεις, στο 0,3% του ΑΕΠ (δηλ. περίπου 600 εκατ. ευρώ)

Μόνο δε το κόστος έρευνας και διάσωσης ανέρχεται στο 26% του συνολικού του προϋπολογισμού.



Διάγραμμα 2.1: Κατανομή των εκτιμώμενων δημοσίων δαπανών στην Ελλάδα το 2016 σύμφωνα με την Τράπεζα της Ελλάδος

Ο κ. Νίκος Ξυδάκης, ο οποίος είναι δημοσιογράφος και αναπληρωτής υπουργός εξωτερικών και αρμόδιος για Ευρωπαϊκές Υποθέσεις, επιχείρησε σε συνεργασία με την Ε.Ε, να χαρτογραφήσει τα πιο σημαντικά στοιχεία, δεδομένα και γεγονότα του έτους 2015 που αφορούν τις συντονισμένες προσπάθειες της Ελληνικής Κυβέρνησης, με στόχο να αντιμετωπιστεί με αποτελεσματικότητα η προσφυγική κρίση. Τα στοιχεία αυτά παρουσιάζονται στην επόμενη εικόνα και δημοσιεύτηκαν μέσω της προσωπικής του σελίδας στο Facebook.com



Εικόνα 2.2: Χαρτογράφηση των πιο σημαντικών στοιχείων, δεδομένων και γεγονότων του έτους 2015
 Πηγή: <https://www.facebook.com/xydakis.gr/>

Όπως φαίνεται στην προηγούμενη εικόνα, το 2015 οι Δαπάνες έφτασαν στις 350.648.475€ από τα οποία οι 97.459.800€ δόθηκαν για επιχειρήσεις διάσωσης, οι 49.104.880€ για μετακινήσεις προσφύγων από τα νησιά προς την ενδοχώρα, οι 8.180.995€ για διαδικασίες Ασύλου και μετεγκατάστασης και τέλος οι υπόλοιπες 195.902.800€ σε μονάδες ανοιχτής υποδοχής. Η έκτακτη οικονομική ενίσχυση από

την Ε.Ε ήταν προς την Ελλάδα 27.867.153€, προς την UNHCR της Ελλάδος ήταν 4.129.700€ και προς την IOM της Ελλάδος το ποσό έφτασε στα 20.000.000€. Ακόμα, η σχεδιασμένη χρηματοδότηση από την Ε.Ε ήταν στα 446.652.915€, το 25% του οποίου είναι υποχρεωτική συμμετοχή. Τέλος, το ποσό των 33.193.504€ έχει εκταμιευθεί και είναι υπό απορρόφηση

2.10.2 Επιπτώσεις στον ελληνικό τουρισμό:

Το καλοκαίρι του 2015, ένας ιδιαίτερα μεγάλος αριθμός προσφύγων ξεκίνησε να φτάνει στα λίγα μόνο ελληνικά νησιά, τα οποία ως συνέπεια η τοπική οικονομία να υποστεί μία σημαντικά διαταραχή κυρίως στον τομέα του τουρισμού, ο οποίος, ειδικά για τα νησιά είναι εποχιακός, άρα και η μεγαλύτερη πηγή εσόδων.

Το αρνητικό αυτό σοκ, υπήρχε η πεποίθηση ότι θα «διατηρηθεί» τουλάχιστον και το 2016, καθώς η επιδείνωση της εμπιστοσύνης επηρεάζει αρνητικά την κατανάλωση και τις επενδύσεις.

Ωστόσο, λαμβάνοντας υπόψη τους εξωγενείς παράγοντες, δηλαδή το προσφυγικό ζήτημα, ότι θα επηρεάσουν την θερινή τουριστική περίοδο, ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), πραγματοποίησε δύο διαδικτυακές έρευνες, στις αγορές της Μεγάλης Βρετανίας, Γερμανίας και ΗΠΑ. (Παράρτημα 2)

Η πρώτη έρευνα πραγματοποιήθηκε την περίοδο 21.1.2016 έως τις 25.01.2016, μελετώντας την αντίληψη που έχει η συγκεκριμένη αγορά για την εικόνα της Ελλάδας, σε συνολικό δείγμα 3.046 ερωτηθέντων οι οποίοι έχουν επισκεφτεί ή επισκέπτονται την Ελλάδα. (βλ. Παράρτημα 2).

Από την έρευνα, έγινε αντιληπτό ότι η Ελλάδα παραμένει ένας ιδιαίτερα επιθυμητός προορισμός, σε σχέση με βασικούς ανταγωνιστές της, όπως είναι η Ισπανία, η Ιταλία, η Γαλλία, η Ταϊλάνδη και η Τουρκία. Ακόμα, το 73% -80% των ερωτηθέντων θεωρούν την Ελλάδα ασφαλή προορισμό, ποσοστό οριακά χαμηλότερο από της Ισπανίας και Ιταλίας, σημαντικά όμως υψηλότερο από το αντίστοιχο της Γαλλίας και σχεδόν διπλάσιο από της Τουρκίας. Ωστόσο, το προσφυγικό ζήτημα επηρεάζει την εικόνα σχεδόν του 40% των μελλοντικών επισκεπτών της χώρας μας, σημαντικά υψηλότερο από Ισπανία και Ιταλία, χαμηλότερο όμως από Τουρκία.

Η δεύτερη έρευνα πραγματοποιήθηκε στην ίδια αγορά, στο ίδιο δείγμα στις 12.04.2016 έως τις 14.04.2016., η οποία ήταν μία επανάληψη της πρώτης έρευνας, έχοντας ως στόχο την μελέτη της μεταβλητότητας της αντίληψης των ερωτηθέντων, 3 μήνες έπειτα, γνωρίζοντας περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την προσφυγική κρίση.

Από τα αποτελέσματα της έρευνας (βλ. Παράρτημα 3) προκύπτει ότι η αντίληψη των ερωτηθέντων επηρεάστηκε αρνητικά, μεταβαλλόμενη 6 ποσοστιαίες μονάδες στην Γερμανική αγορά, 16 ποσοστιαίες μονάδες στην Βρετανική και 3 ποσοστιαίες μονάδες στην αγορά των Η.Π.Α για την εικόνα της Ελλάδας.

Μία ακόμα έρευνα που πραγματοποιήθηκε από την ιστοσελίδα trivago.gr, παρουσίασε τις τάσεις του εισερχόμενου τουρισμού 2016 και συγκεκριμένα τους

δημοφιλέστερους ελληνικούς προορισμούς του καλοκαιριού, σύμφωνα με τις επιλογές των ξένων τουριστών, καθώς και τους λαούς που έδειξαν τη μεγαλύτερη προτίμηση φέτος για την Ελλάδα. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε το πρώτο πεντάμηνο του 2016.

Όσο αφορά τα αποτελέσματα, στην πρώτη θέση μεταξύ των προτιμήσεων των ξένων τουριστών ήταν η Σαντορίνη, αγαπημένος προορισμός για Ιταλούς, Άγγλους και Γερμανούς για το φετινό καλοκαίρι. Αμέσως μετά τη Σαντορίνη, ο πιο αγαπημένος προορισμός είναι στο Ιόνιο πέλαγος, και πρόκειται για την Κέρκυρα, την οποία για το καλοκαίρι του 2016 είχαν σκοπό να προτιμήσουν Ιταλοί, Άγγλοι και Πολωνοί. Στην τρίτη θέση κάνει την εμφάνισή της η Κρήτη, πρώτη προτίμηση για Γερμανούς, αλλά και μεταξύ των κορυφαίων προτιμήσεων για Ιταλούς και Άγγλους. Ακόμη ένα νησί των Κυκλάδων συγκαταλέγεται μεταξύ των πιο προτιμητέων, με τη Μύκονο να είναι τέταρτη στις προτιμήσεις των ξένων τουριστών, με τους περισσότερους που την επιλέγουν να είναι Ιταλοί, ακολουθούμενοι από Άγγλους και Γερμανούς. Αντίστοιχο ενδιαφέρον από τους τρεις αυτούς λαούς παρουσιάζεται και για τη Ζάκυνθο, τη Σκιάθο και την Κω. Στην όγδοη θέση εμφανίζεται η Κεφαλονιά, την οποία φαίνεται να προτιμούν κυρίως οι Άγγλοι, οι Ιταλοί, αλλά και οι Σέρβοι. Την προτελευταία θέση της δεκάδας προτιμήσεων καταλαμβάνει η Θάσος, αναδεικνύοντας τις ομορφιές των νησιών του Βορείου Αιγαίου τις οποίες προτιμούν οι Ρουμάνοι, οι Σέρβοι και οι Γερμανοί. Τέλος, στη δέκατη θέση βρίσκεται η Πάρος, την οποία θα επισκεφθούν φέτος κυρίως Ιταλοί, Γάλλοι και Άγγλοι.

Οι παραπάνω έρευνες ωστόσο αφορούσαν τις αντιλήψεις του δείγματος που επιλέχτηκε. Τα στατιστικά στοιχεία ωστόσο του ΣΕΤΕ δείχνουν ότι η μεταβολή στις αεροπορικές αφίξεις τα έτη 2015-2016 ήταν θετική σε όλα τα διαθέσιμα αεροδρόμια της Ελλάδος, με εξαίρεση το αεροδρόμιο της Κως, το οποίο είχε μείωση 2,9%. (βλ. Παράρτημα 4).

Ακόμα, δεν ήταν λίγοι εκείνοι, οι οποίοι παρουσίαζαν το καλοκαίρι του 2016 ως καταστροφικό για την Ελλάδα, εξαιτίας του προσφυγικού, γεγονός που θα έκανε τους τουρίστες να μην επισκεφτούν τελικώς την Ελλάδα.

Ωστόσο, τα στοιχεία δείχνουν ότι στο σύνολο η Ελλάδα δεν επηρεάστηκε από το προσφυγικό στον βαθμό που νόμιζαν ότι θα επηρεαστεί, καθώς οι πληρότητες των ξενοδοχείων άγγιξαν για μία ακόμα χρονιά το ποσοστό 100%

Παρόλα αυτά, τα παραπάνω γεγονότα αναφέρονται στην γενική εικόνα της Ελλάδος, τα οποία δεν αναιρούν το γεγονός ότι υπήρξαν συνολικά αρνητικές συνέπειες για τον τουρισμό σε κάποιες περιοχές της Ελλάδος, το καλοκαίρι του 2016, όπως στα νησιά τα οποία αποτελούν κάθε χρόνο, ειδικά την περίοδο του καλοκαιριού σημείο εισόδου για τους πρόσφυγες.

Συγκεκριμένα, καταγράφηκαν ακυρώσεις στις περιοχές όπου το πρόβλημα ήταν πιο οξύ την στιγμή, όπως στην Χίο, όπου η καλοκαιρινή σεζόν χαρακτηρίστηκε «παγωμένη», που μέχρι την έξαρση του φαινομένου είχε παρατηρηθεί σημαντική αύξηση. Επίσης, φαίνεται από τις παραπάνω έρευνες, ότι οι προτιμήσεις των τουριστών για να επισκεφτούν την Ελλάδα, δεν αφορούσαν προορισμούς όπου υπήρξαν πρόσφυγες, όπως είναι η Χίος, η Λέσβος, η Σάμος, η Λέρος.

Τουριστικοί πράκτορες ανέφεραν αρνητικές επιπτώσεις για τον τουρισμό το 2016 σε όλη την Ελλάδα ενώ οι προ-κρατήσεις για το 2016 είχαν μειωθεί κατά 60% στην Κω από αρχές του καλοκαιριού.

Κεφάλαιο 3 : Σχεδίαση Ερωτηματολογίου

Περίληψη Κεφαλαίου 3

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται αρχικά σε θεωρητικό επίπεδο με ποιον τρόπο είναι απαραίτητο η συλλογή στοιχείων σε μία έρευνα. Στην συνέχεια παρουσιάζεται ο τρόπος με τον οποίο έγινε η συλλογή των στοιχείων μέσω του ερωτηματολογίου, καθώς και οι ερωτήσεις που χρησιμοποιήθηκαν, το δείγμα τοπ οποίο στηρίχτηκε η έρευνα και ο σκοπός αυτής. Τέλος αναφέρατε ο τρόπος με τον οποίο έγινε η ανάλυση των στοιχείων που συλλέχτηκαν μέσω του ερωτηματολογίου

3.1 Εισαγωγή

Έρευνα θεωρείται κάθε οργανωμένη προσπάθεια συλλογής πληροφοριών σχετικά με την αγορά και τους καταναλωτές. Η έρευνα μελετά τις αγοραστικές και συμπεριφορικές συνήθειες σε συγκεκριμένες ομάδες πληθυσμού, αναγνωρίζει τυχών ανεκπλήρωτες ανάγκες, δημιουργεί νέες ανάγκες και σκοπό έχει τη συλλογή και επεξεργασία πληροφοριών που σχετίζονται με τις ανάγκες μιας συγκεκριμένης αγοράς-στόχου, το μέγεθος της, αλλά και τις ανταγωνιστικές επιχειρήσεις που υπάρχουν σε μια αγορά (Τηλικίδου, 2011).

Η έρευνα είναι αναπόσπαστο κομμάτι της επιχειρηματικής στρατηγικής, καθώς με τη βοήθεια της μπορούν να επιλυθούν σημαντικά στρατηγικά προβλήματα και να βρεθεί απάντηση σε ουσιαστικά ερωτήματα με την βοήθεια της επιστημονικής έρευνας.

Τέλος, οι πηγές δεδομένων που έχει στη διάθεση του ένας ερευνητής προκύπτουν από τις πρωτογενείς και δευτερογενείς έρευνες, τις οποίες αναλύουμε εις βάθος στη συνέχεια.

3.2 Δευτερογενής έρευνα

Η δευτερογενή έρευνα (ή αλλιώς έρευνα γραφείου), έχει ως αποστολή τη συγκέντρωση, καταγραφή, αξιολόγηση και ανάλυση δευτερογενών στοιχείων που υπάρχουν έτοιμα για να αναζητηθούν από κάποια πηγή. Το κείμενο στο οποίο καταλήγει μια έρευνα δευτερογενών στοιχείων ονομάζεται συνήθως «Ανασκόπηση Βιβλιογραφίας» και αποτυπώνει τη μέχρι σήμερα γνώση επί του θέματος. Ο ερευνητής είναι υποχρεωμένος με επιμονή και φαντασία να προχωρήσει στην ευρύτερη δυνατή συγκέντρωση, μελέτη και ανάλυση δευτερογενών στοιχείων, διότι έτσι μπορεί να μειώσει κατά πολύ τη δαπάνη, το χρόνο και την προσπάθεια που του χρειάζεται για τη συγκέντρωση του πρωτογενούς υλικού. (Τηλικίδου, 2011)

Με λίγα λόγια τα δευτερογενή στοιχεία αποτελούν ένα σημείο εκκίνησης. Η δευτερογενή έρευνα είναι χρήσιμη, γιατί συστηματοποιεί τις υπάρχουσες αλλά διάσπαρτες πληροφορίες και μας δίνει μια συνολική εικόνα της κατάστασης των πραγμάτων στο χώρο που μελετάμε. Μπορεί να ειπωθεί, ότι μια βιβλιογραφική έρευνα είναι αναγκαίο να γίνεται γιατί έτσι υπάρχει μια πιο σαφέστερη εικόνα της όλης πορείας της επιστημονικής έρευνας. Οι πηγές από τις οποίες μπορεί να γίνει η συλλογή των δευτερογενών στοιχείων είναι τα βιβλία, περιοδικά, επίσημα στοιχεία του κράτους όπως της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας Ελλάδος (ΕΣΥΕ), από έρευνες ιδιωτικών οργανισμών κτλ.

Για τη παρούσα έρευνα, οι πηγές από τις οποίες αντλήθηκαν τα δευτερογενή στοιχεία είναι: Ελληνικά και ξενόγλωσσα βιβλία, άρθρα και διδακτορικές διατριβές μέσα από το διαδίκτυο, όπως, επίσης και διαδικτυακές πηγές που σχετίζονται με το θέμα της συγκεκριμένης διπλωματικής εργασίας.

3.3 Πρωτογενής έρευνα

Η έρευνα πρωτογενών στοιχείων (ή έρευνα πεδίου) έχει ως αποστολή τη συγκέντρωση, καταγραφή, επεξεργασία και ανάλυση πρωτογενών στοιχείων, δηλαδή των στοιχείων που δεν υπάρχουν έτοιμα για να αναζητηθούν από κάποια πηγή. Στην περίπτωση της έρευνας πεδίου η πληροφόρηση αποτελείται τόσο από δευτερογενή όσο και από πρωτογενή στοιχεία.

Η πρωτογενής έρευνα μπορεί να διεξαχθεί με δύο μεθόδους: την ποσοτική και την ποιοτική έρευνα. (Τηλικίδου, 2011)

3.3.1 Ποιοτική έρευνα

Η ποιοτική έρευνα (qualitative research) με τις ποιοτικές τεχνικές ή τις ψυχολογικές τεχνικές και τις τεχνικές έρευνας κινήτρων που χρησιμοποιεί, στοχεύει να ανιχνεύσει αυτά τα οποία υπάρχουν κάτω από την τελική συμπεριφορά των ανθρώπων. Να οδηγήσει μέσα από τις μεθοδολογίες αυτές στο ποια είναι εκείνα τα στοιχεία στη νοοτροπία, στη στάση και στο σκεπτικό που οδηγούν στις τελικές επιλογές τους ανθρώπους. Να απαντήσει στο δύσκολο ερώτημα «γιατί». Σε αυτό τη βοηθάει το γεγονός ότι δίνει ουσιαστικά ελευθερία έκφρασης και ως αποτέλεσμα δεν “καλουπώνει” το άτομο. Αυτό της επιτρέπει να μπορεί να εξηγήει την πολυπλοκότητα και τη μοναδικότητα του ατόμου σε μεγαλύτερο βαθμό.

Οι τεχνικές της ποιοτικής έρευνας αφορούν τις συζητήσεις σε ομάδες (groups discussion), τις σε βάθος συνεντεύξεις (in depth interviews), τις ομάδες εστίασης ενδιαφέροντος (focus groups) και τις τεχνικές προβολών ή συγκεκαλυμμένες τεχνικές (projective techniques). Πολλοί ερευνητές επίσης εντάσσουν και την παρατήρηση (observation) (Τηλικίδου, 2011).

3.3.2 Ποσοτική έρευνα

Ποσοτική έρευνα ονομάζουμε την έρευνα που αφορά στην μέτρηση των μεγεθών με συγκεκριμένο τρόπο, δηλαδή περιλαμβάνει μετρήσιμα μεγέθη και γίνεται σε ένα μεγάλο πλήθος ατόμων, ώστε να είναι δυνατή η εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων, με τη συμπλήρωση ειδικών ερωτηματολογίων.

Στην ποσοτική έρευνα καταγράφουμε – φωτογραφίζουμε τη συμπεριφορά του κοινού, το τι κάνει, και αυτό που μας ενδιαφέρει είναι να αποδώσουμε στα αποτελέσματά μας στατιστική μορφή, αφού οι ποσοτικές μέθοδοι προέρχονται από τη στατιστική, ενώ οι ποιοτικές από την κοινωνιολογία, την ψυχολογία και την ψυχανάλυση. Η ποσοτική έρευνα απαντάει δηλαδή στα ερωτήματα του πόσοι κάνουν κάτι, ποιοι κάνουν αυτό το κάτι, πού, πότε και δεν εστιάζει τόσο πολύ στο γιατί. Οι ποσοτικές τεχνικές είναι οι τεχνικές που απαντούν πάρα πολύ καλά σε ερωτήματα που ξεκινούν από τις λέξεις ποιος, πότε, πόσο, πού, πόσο πολύ, κλπ, αλλά έχουν ένα

μειονέκτημα, δεν μπορούν να απαντήσουν τόσο καλά στο ερώτημα γιατί. Οι ποσοτικές έρευνες δεν αποσκοπούν στο να αναζητήσουν αίτια, ουσία, τάσεις, βαθύτερες δυνάμεις και υποσυνείδητα όπως κάνουν οι ποιοτικές. (Τηλικίδου, 2011)

Για την διεξαγωγή της συγκεκριμένης έρευνας επιλέχθηκε η ποσοτική έρευνα μέσω ερωτηματολογίων σε δείγμα 150 Ελλήνων. Το συγκεκριμένο δείγμα επιλέχθηκε τυχαία .

3.4 Σχεδιασμός ερωτηματολογίου

Όσο αφορά τη σχεδίαση του ερωτηματολογίου που στάλθηκε σε σχολεία της Αττικής χρησιμοποιήθηκαν κλειστού τύπου ερωτήσεις. Χρησιμοποιήσαμε διαζευκτικές ερωτήσεις, που οι απαντήσεις είναι Ναι ή Όχι ή Δεν Γνωρίζω, ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής απλής επιλογής και ερωτήσεις με κλίμακα αξιολόγησης , όπου οι ερωτώμενοι καλούνται να εκφράσουν τον βαθμό που πιστεύουν ότι κάποιες περιοχές της Ελλάδος αντιμετωπίζουν πρόβλημα λόγω του προσφυγικού

Όσον αφορά τη δομή του ερωτηματολογίου και την σειρά των ερωτήσεων ακολουθήθηκε ο εξής σχεδιασμός. Αρχικά ρωτήθηκαν αν πραγματοποίησαν διακοπές το καλοκαίρι του 2016. Ανάλογα με το αν η απάντηση ήταν ναι ή όχι, ο ερωτώμενος συνέχιζε σε διαφορετική ερώτηση.

Συγκεκριμένα αν απαντούσε ναι, του γινόντουσαν ερωτήσεις σχετικά με το αν οι διακοπές έγιναν εντός Ελλάδος, σε ποια περιοχή-ες πήγε, πόση διάρκεια είχαν, με ποιον ταξίδεψαν. Ακόμα ρωτήθηκαν αν στο μέρος το οποίο επισκέφτηκαν συνάντησαν πρόσφυγες και αν αυτό τους δημιούργησε κάποιο πρόβλημα κατά την διάρκεια των διακοπών τους

Αν η απάντηση στην πρώτη ερώτηση ήταν αρνητική, μεταφερόταν σε ερωτήσεις , οι οποίες αφορούσαν και τα άτομα που απάντησαν θετικά. Δηλαδή, τους έγιναν ερωτήσεις σχετικά με το αν είχα πραγματοποιήσει διακοπές τις οποίες τελικά τις ακύρωσαν και ποιο μέρος ήταν αυτό.

Στην συνέχεια γινόντουσαν γενικές ερωτήσεις σχετικά με την γνώμη τους που αφορούσαν το προσφυγικό ζήτημα, τον βαθμό που πιστεύουν ότι το προσφυγικό έχει επηρεάσει συγκεκριμένες περιοχές της Ελλάδος, τον βαθμό συναισθημάτων τους σχετικά με αυτό αλλά και το αν θεωρούν ότι το καλοκαίρι του 2016 ο ελληνικός τουρισμός επηρεάστηκε αρνητικά λόγω του προσφυγικού προβλήματος.

Τέλος, συγκεντρώθηκαν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτώμενων.

Στην συνέχεια, παρουσιάζεται το ερωτηματολόγιο .

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Η παρούσα έρευνα πραγματοποιείται στα πλαίσια της διπλωματικής εργασίας της φοιτήτριας Θεοδοσίου Χριστίνας-Αλεξάνδρας του μεταπτυχιακού προγράμματος Διοίκηση επιχειρήσεων Μάνατζμεντ Τουρισμού του Πανεπιστημίου Πειραιώς για να ερευνησει τον βαθμό επηρεασμού των ελλήνων τουριστών στην κατάσταση της Ελλάδας. Σας βεβαιώνουμε ότι οι απαντήσεις θα είναι ανώνυμες και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για τα αποτελέσματα της έρευνας. Παρακαλείστε να απαντήσετε με ειλικρίνεια τις παρακάτω μαυρίζοντας το κουτάκι με την επιλογή που σας εκφράζει περισσότερο.

1. Πραγματοποιήσατε διακοπές το καλοκαίρι του 2016;
€ Ναι
€ Όχι (συνεχίστε στην ερώτηση 12)
2. Ταξιδέψατε εντός της Ελλάδος;
€ Ναι
€ Όχι (συνεχίστε στην ερώτηση 12)
3. Πόσα μέρη επισκεφτήκατε το φετινό καλοκαίρι;
€ 1-2
€ 3-4
€ 5-6
€ >7
4. Ποια περιοχή της Ελλάδος επισκεφτήκατε για τις φετινές καλοκαιρινές σας διακοπές; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)
€ Αττική € Ήπειρος
€ Εύβοια € Θεσσαλία
€ Λοιπή Στερεά € Κυκλάδες
€ Πελοπόννησος € Επάνησα
€ Μακεδονία € Δωδεκάνησα
€ Θράκη € Νησιά Βόρειου Αιγαίου
€ Κρήτη € Σποράδες

5. Με ποιόν ταξιδεύατε;
(Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)
- € Σύζυγο
 - € Σύντροφο
 - € Οικογένεια
 - € Φίλους
 - € Συνεργάτες
 - € Μόνος
6. Από ποιον από τους παρακάτω παράγοντες επηρεαστήκατε για την επιλογή του φετινού καλοκαιρινού σας προορισμού?
(Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)
- € Συμβουλές Φίλων/ Συγγενών
 - € Ψάχνοντας στο Διαδίκτυο
 - € Από την Τηλεόραση
 - € Από Tour Operator
 - € Τουριστικό Οδηγό
 - € Άλλο: _____
7. Ποιο ήταν το κριτήριο με το οποίο διαλέξατε τις φετινές καλοκαιρινές σας διακοπές; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)
- € Οικονομικός Προορισμός
 - € Κοντινός Προορισμός
 - € Ασφάλεια
 - € All Inclusive Πακέτα
 - € Σπίτι εκτός τόπου κατοικίας (δικό σας, φίλου ή συγγενή)
8. Ποιος ήταν ο Μέσος Όρος Διαμονής σας των φετινών καλοκαιρινών σας διακοπών;
- € <3 ημέρες
 - € 4-6 ημέρες
 - € 7-10 ημέρες
 - € 10-13 ημέρες
 - € >14 ημέρες
9. Στο/α μέρος/η που επισκεφτήκατε για τις καλοκαιρινές σας διακοπές συναντήσατε πρόσφυγες;
- € Ναι

- € Όχι (συνεχίστε στην ερώτηση ___)
10. Τους συναντούσατε καθημερινά;
 € Ναι
 € Όχι
11. Σας δημιούργησαν οποιοδήποτε πρόβλημα κατά την διάρκεια της διαμονής σας;
 € Ναι
 € Όχι
12. Είχατε προγραμματίσει διακοπές σε κάποιο μέρος της Ελλάδος και τελικά τις ακυρώσατε;
 € Ναι
 € Όχι
- 12^α. Αν ναι, σε ποιο μέρος είχατε προγραμματίσει να πάτε;
-

13. Το προσφυγικό πρόβλημα της Ελλάδος σας επηρέασε για την επιλογή του φετινού καλοκαιρινού σας προορισμού;
 € Ναι
 € Όχι
14. Σημειώστε τον βαθμό που περιγράφει το πρόβλημα που πιστεύεται ότι κάθε μία από τις παρακάτω περιοχές έχει εξαιτίας των προσφύγων (1=μικρό πρόβλημα, 5=μεγάλο πρόβλημα) (✓)

	1	2	3	4	5
Αλεξανδρούπολη					
Αττική					
Ειδομένη					
Κάλυμνος					
Κιλκίς					
Κως					

Λέσβος- Μυτιλήνη					
Χίος					

15. Σημειώσετε τον βαθμό που περιγράφει τα συναισθήματά σας για το προσφυγικό πρόβλημα (✓)

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Αρκετά	Πολύ
Λύπη					
Θυμός					
Φόβος					
Αδιαφορία					
Συμπόνια					

16. Πιστεύετε ότι η Ελλάδα αντιμετώπισε έντονο τουριστικό πρόβλημα το καλοκαίρι του 2016;

€ Ναι
€ Όχι

17. Παρακαλώ σημειώστε το Φύλο σας

€ Άνδρας
€ Γυναίκα

18. Παρακαλώ σημειώστε σε ποια ηλικιακή ομάδα ανήκετε

€ <18
€ 19-29
€ 30-39
€ 40-49
€ 50-59
€ >60

19. Παρακαλώ σημειώστε το μηνιαίο οικογενειακό σας εισόδημα ανήκετε

€ <500 €
€ 501-800 €
€ 801-1100 €
€ 1101-1500 €
€ >1501 €

20. Παρακαλώ σημειώστε το Μορφωτικό Επίπεδο σας
- € Απουσία Εκπαίδευσης
 - € Απόφοιτος Λυκείου
 - € Ανώτερη/Ανώτατη Εκπαίδευση
 - € Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό
21. Ποια είναι η περιοχή της Ελλάδος από την οποία κατάγεστε;
- | | |
|-----------------------|-------------------------|
| € Αττική | € Ήπειρος |
| € Εύβοια | € Θεσσαλία |
| € Λοιπή Στερεά Ελλάδα | € Κυκλάδες |
| € Πελοπόννησος | € Επάνησα |
| € Μακεδονία | € Δωδεκάνησα |
| € Θράκη | € Νησιά Βόρειου Αιγαίου |
| € Κρήτη | € Σποράδες |

3.5 Επιλογή του δείγματος

Ο κύριος σκοπός της επιστημονικής έρευνας είναι η ανακάλυψη αρχών και νόμων που έχουν γενική ισχύ, που μπορούν να γενικευτούν σε όλες τις ομοειδής περιπτώσεις, σε όλο το πληθυσμό. Η μελέτη όμως όλων των ομοειδών περιπτώσεων είναι πρακτικά αδύνατη. Φανταστείτε πόσες ανυπέβλητες πρακτικές δυσκολίες θα αντιμετώπιζε ένας ερευνητής, όπως, οικονομικές, χρόνου και προσωπικού. Το καλύτερο που μπορεί να κάνει ένας ερευνητής είναι να μελετήσει ένα μικρό αριθμό ατόμων και με βάση τα δεδομένα από αυτή τη μικρή ομάδα να εξαγάγει συμπεράσματα για όλες τις ομοειδής περιπτώσεις. (Τηλικίδου, 2011)

Η πιο βασική προϋπόθεση για να εξασφαλίσουμε ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα είναι η τυχαία δειγματοληψία. Κύριο χαρακτηριστικό της τυχαίας δειγματοληψίας είναι ότι κάθε μέλος του πληθυσμού έχει την ίδια πιθανότητα να συμπεριληφθεί στο δείγμα. Έτσι και εμείς στην έρευνα που διεξαγάγαμε επιλέξαμε τυχαίο δείγμα ή διαφορετικά δείγμα ευκολίας.

Συγκεκριμένα για τη δειγματοληψία της έρευνας, προσπαθήσαμε να επιλέξουμε ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα αφού καθίσταται αδύνατο η μελέτη όλων των ανθρώπων της Ελλάδας. Έτσι, το δείγμα που επιλέχθηκε για τη συγκεκριμένη έρευνα είναι δείγμα ευκολίας, ακολουθώντας της εξής στρατηγική. Δημιουργώντας το ερωτηματολόγιο μέσω της πλατφόρμας Google Form στο διαδίκτυο, κοινοποιήθηκε στην ιστοσελίδα του facebook, και μέσω γνωστών οι οποίοι κοινοποιούσαν με την σειρά τους το ερωτηματολόγιο, ώστε να μαζευτεί όσο γίνεται πιο αντιπροσωπευτικό δείγμα για να πραγματοποιηθεί η ανάλυση των απαντήσεων τους.

3.6. Σκοπός της Έρευνας

Σκοπός της έρευνας είναι να εξετάσει τον βαθμό στον οποίο αντέδρασαν οι Έλληνες απέναντι στο προσφυγικό ζήτημα το καλοκαίρι του 2016, μέσα από τις δικές τους

εμπειρίες. Μέσα από την ανάλυση των απαντήσεων των ερωτώμενων, επιθυμείται να αναζητηθεί αν η προσφυγική κρίση ήταν αιτία ώστε οι Έλληνες να μην πραγματοποιήσουν τις καλοκαιρινές τους διακοπές, ή αν αντιμετώπισαν προβλήματα λόγω αυτής της κρίσης.

3.7 Στατιστική ανάλυση

Η ερμηνεία των αποτελεσμάτων είναι μια σημαντική ενέργεια. Για να πραγματοποιηθεί όμως θα πρέπει πρώτα να έχουμε μια στατιστική ανάλυση από τις απαντήσεις των ερωτηματολογίων.

Για το λόγο έγινε χρήση του λογισμικού πακέτου, SPSS (Statistical Package for Social Sciences) το οποίο είναι ένα από τα πιο γνωστά και περισσότερα χρησιμοποιημένα στατιστικά προγράμματα. Αρχικά περάστηκαν οι ερωτήσεις στο σύστημα αφού είχαν ήδη ταξινομηθεί οι ερωτήσεις αν είναι βαθμικές ή ονομαστικές ή διαστήματος ή αναλογικές ή πολλαπλής. Στην συνέχεια έγιναν εισαγωγή τα στοιχεία όπου δόθηκαν από το δείγμα μας. Τέλος μέσω του προγράμματος SPSS δημιουργήθηκαν γραφήματα για να γίνει πιο εφικτή η ερμηνεία των αποτελεσμάτων που θα ακολουθήσουν.

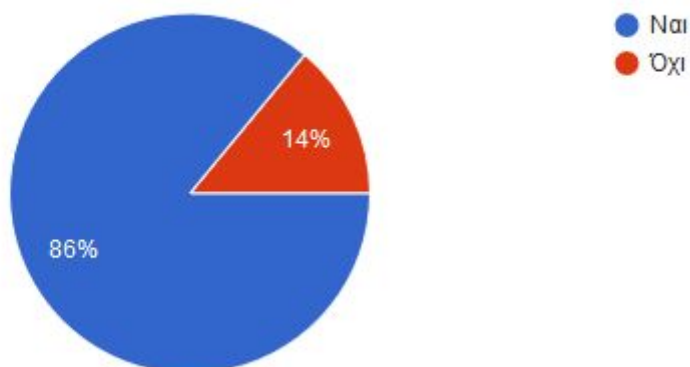
Κεφάλαιο 4 : Ανάλυση Απαντήσεων Ερωτηματολογίου

Περίληψη Κεφαλαίου 4

Σε αυτό το κεφάλαιο αναφέρονται και αναλύονται τα δεδομένα που προέκυψαν από την πρωτογενή έρευνα και διαμορφώθηκαν σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτώμενων. Συνολικά συμπληρώθηκαν 150 ερωτηματολόγια, τα οποία συμπληρώθηκαν από έλληνες, στο τέλος του καλοκαιριού του 2016

4.1 Ερωτήσεις σχετικά με το Προσφυγικό Πρόβλημα

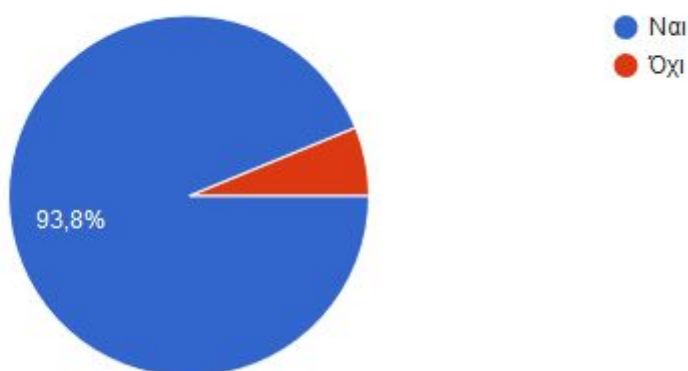
1) Πραγματοποιήσατε διακοπές το καλοκαίρι του 2016;



Γράφημα 4.1 Πόσοι πραγματοποίησαν διακοπές το 2016

Στην πρώτη ερώτηση το δείγμα ερωτήθηκε αν πραγματοποίησε διακοπές το καλοκαίρι του 2016. Όπως παρουσιάζεται στο παραπάνω γράφημα το 86% των ερωτώμενων ταξίδεψε, ενώ το 14% όχι.

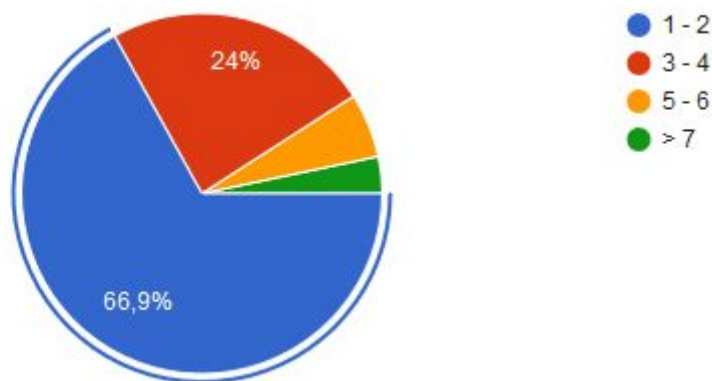
2) Ταξιδέψατε εντός της Ελλάδος;



Γράφημα 4.2 Πόσοι ταξίδεψαν εντός Ελλάδος

Το ερώτημα αυτό το απάντησαν 129 άτομα από τους 150. Από αυτούς το 93,8% απάντησε ότι οι διακοπές που πραγματοποίησαν το καλοκαίρι του 2016, περιλάμβαναν και κάποια περιοχή της Ελλάδας, ενώ το υπόλοιπο 6,2% δήλωσε ότι οι διακοπές που πραγματοποίησε έγιναν στο εξωτερικό.

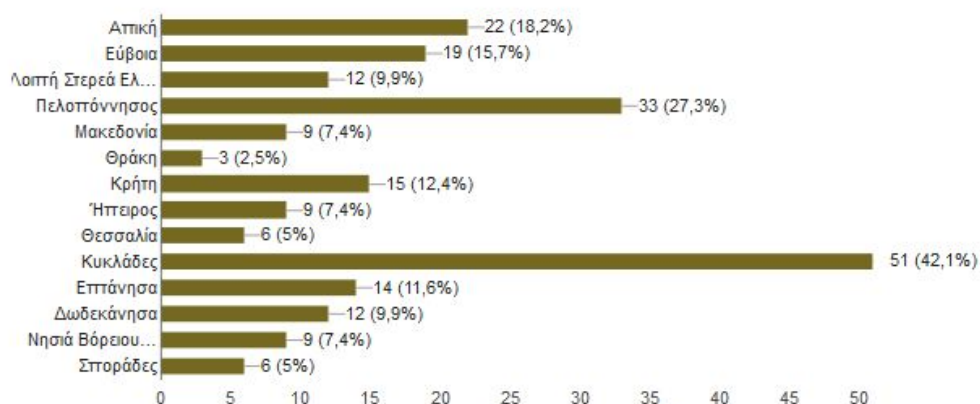
3) Πόσα μέρη της Ελλάδος επισκεφτήκατε το φετινό καλοκαίρι;



Γράφημα 4.3 Πόσα μέρη επισκέφτηκαν το καλοκαίρι του 2016

Η ερώτηση αυτή απαντήθηκε από 121 άτομα, , από τα οποία το 66,9% δήλωσε ότι επισκέφτηκε 1-2 μέρη, το 24 % πήγε σε 3-4 μέρη, το 5,8% πήγε σε 5-6 μέρη ενώ τέλος το 3,3% επισκέφτηκε περισσότερα από 7 μέρη.

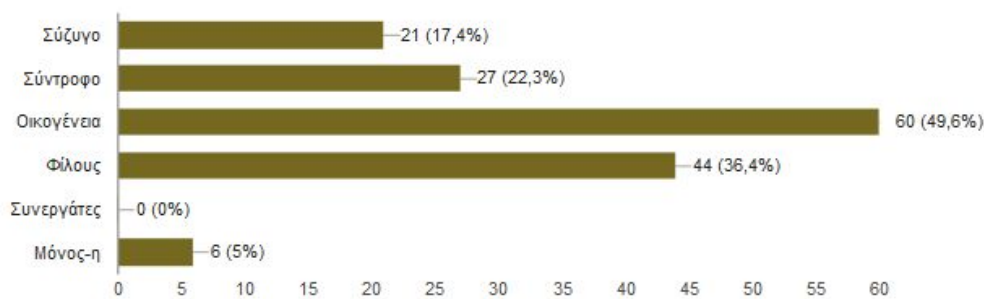
4) Ποια περιοχή της Ελλάδος επισκεφτήκατε για τις φετινές καλοκαιρινές σας διακοπές;



Γράφημα 4.4 Ποια μέρη της Ελλάδος επισκέφτηκαν

Στο παραπάνω γράφημα παρουσιάζονται οι απαντήσεις που έδωσαν τα 121 άτομα του δείγματος για τα μέρη τα οποία επισκέφτηκαν το καλοκαίρι του 2016. Σε αυτή την ερώτηση , οι ερωτηθέντες είχαν την δυνατότητα να διαλέξουν περισσότερες από μία απαντήσεις. Όπως φαίνεται, το γεωγραφικό διαμέρισμα που συγκέντρωσε το μεγαλύτερο ποσοστό επισκεψιμότητας ήταν αυτό των Κυκλάδων με ποσοστό 42,1%. Στην δεύτερη θέση με ποσοστό 27,3% ήταν η Πελοπόννησος ενώ στην Τρίτη θέση βρίσκεται η Αττική με ποσοστό 18,2%. Είναι σημαντικό να αναφερθούν τα γεωγραφικά διαμερίσματα εκείνα , τα οποία συγκέντρωσαν το μικρότερο ποσοστό. Αυτά είναι η Θράκη με 2,5%, η Θεσσαλία και οι Σποράδες με 5% η κάθε μία και τέλος τα νησιά Βόρειου Αιγαίου και η Μακεδονία με ποσοστό 7,4% η κάθε μία.

5) Με ποιόν ταξιδέψατε;



Γράφημα 4.5 Με ποιον ταξίδεψαν

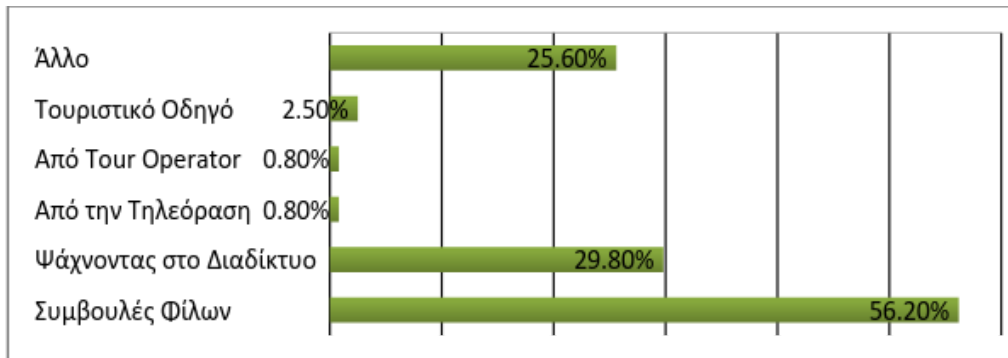
Σε αυτή την ερώτηση, οι ερωτηθέντες που πραγματοποίησαν διακοπές ζητήθηκαν να απαντήσουν με ποιον τις πραγματοποίησαν. Σε αυτή την ερώτηση, οι ερωτηθέντες είχαν την δυνατότητα να διαλέξουν περισσότερες από μία απαντήσεις. Το 49,6% απάντησε πως ταξίδεψε με την οικογένεια, το 36,4% ταξίδεψε με φίλους, το 22,3% ταξίδεψε με τον σύντροφο τους και το 17,4% ταξίδεψε με τον σύζυγο τους. Τέλος το 5% των ερωτώμενων δήλωσε ότι ταξίδεψε χωρίς παρέα ενώ κανέναν από τους 121 ερωτηθέντες δεν ταξίδεψε με συνεργάτες

6) Από ποιον από τους παρακάτω παράγοντες επηρεαστήκατε για την επιλογή του φετινού καλοκαιρινού σας προορισμού?

Στο παρακάτω γράφημα φαίνονται οι απαντήσεις των ερωτώμενων σχετικά με τους παράγοντες εκείνους που τους επηρέασαν για την επιλογή του καλοκαιρινού τους προορισμού. Σε αυτή την ερώτηση, οι ερωτηθέντες είχαν την δυνατότητα να διαλέξουν περισσότερες από μία απαντήσεις. Το 56,20% απάντησε ότι επηρεάστηκε από Συμβουλές Φίλων, το 29,8% δήλωσε ότι επηρεάστηκε ψάχνοντας στο διαδίκτυο. Το 2,5% δήλωσε ότι επηρεάστηκε από κάποιο Τουριστικό οδηγό και από 0,8% είχαν οι επιλογές «από την τηλεόραση» και «από Tour Operator». Τέλος το 25,6% δήλωσε ότι επηρεάστηκε από κάποιον άλλον παράγοντα. Οι «άλλοι» παράγοντες οι οποίοι γράφτηκαν από τους ερωτώμενους ήταν οι παρακάτω

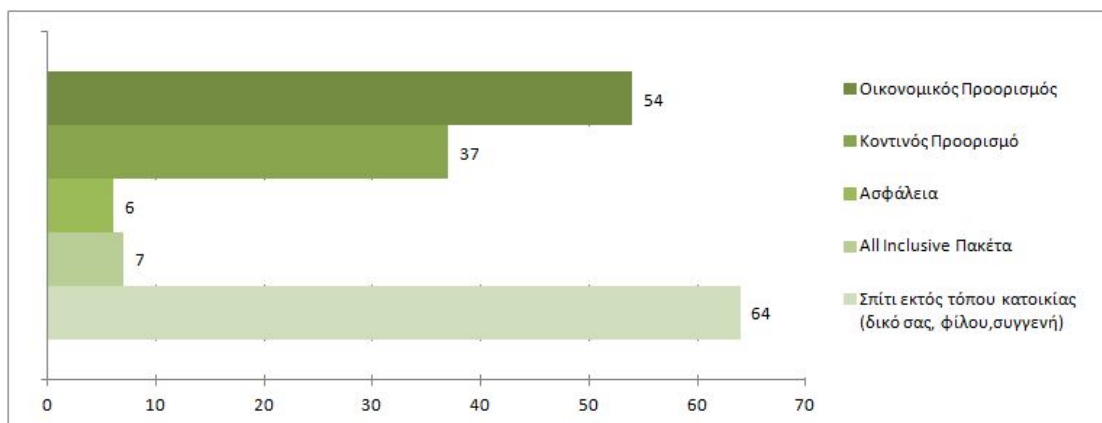
Δουλειά	Εξοχικό/ Χωριό/ Τόπος καταγωγής
Υποχρεώσεις	Σπίτι στον τόπο Διακοπών
Επίσκεψη σε Φίλους	Επίσκεψη σε Φίλους
Προσωπική Επιλογή	Παλαιότερη Επίσκεψη
Οικονομικός παράγοντας	Κανένας παράγοντας

Πίνακας 4.1: Άλλοι παράγοντες επηρεασμού για την επιλογή καλοκαιρινού προορισμού



Γράφημα 4.6 Παράγοντες επηρεασμού για την επιλογή καλοκαιρινού προορισμού
παράγοντες επηρεασμού για την επιλογή καλοκαιρινού προορισμού

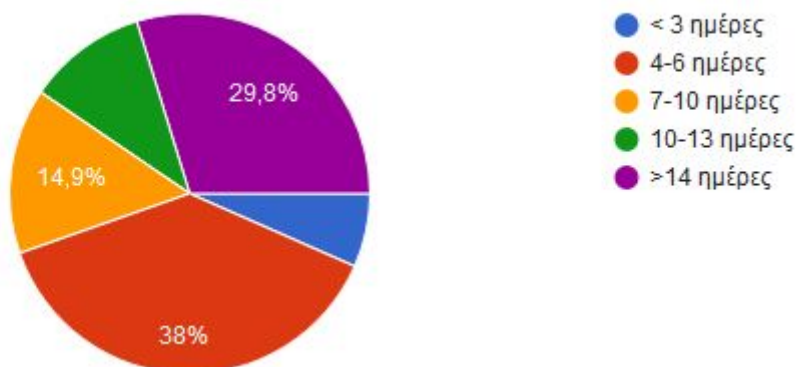
7) Ποιο ήταν το κριτήριο με το οποίο διαλέξατε τις φετινές καλοκαιρινές σας διακοπές στην Ελλάδα;



Γράφημα 4.7 Κριτήριο Επιλογής Καλοκαιρινού Προορισμού

Στο παραπάνω γράφημα παρουσιάζονται οι απαντήσεις σχετικά με τους παράγοντες που επέλεξαν οι ερωτώμενοι τον καλοκαιρινό τους προορισμό. Σε αυτή την ερώτηση, οι ερωτηθέντες είχαν την δυνατότητα να διαλέξουν περισσότερες από μία απαντήσεις. Συγκεκριμένα, το 44,6% απάντησε ότι επέλεξε τις καλοκαιρινές διακοπές λαμβάνοντας υπόψη τον οικονομικό παράγοντα. Το 37% επέλεξε για τις διακοπές του κάποιον κοντινό προορισμό ενώ το 52,9% επέλεξε για τις καλοκαιρινές του διακοπές να επισκεφτεί κάποιο σπίτι εκτός του τόπου κατοικίας το οποίο ανήκει είτε σε εκείνον, είτε σε κάποιο συγγενή είτε σε κάποιον φίλο. Τέλος η ασφάλεια που θα μπορούσε να έχει κάποιος σαν κριτήριο για τις καλοκαιρινές του διακοπές έλαβε το ποσοστό του 5% ενώ μόνο 7 άτομα από τους 121, δηλαδή το 5,8% αποφάσισε να διαλέξει προορισμό που να περιλαμβάνει All Inclusive Πακέτα.

8) Ποιος ήταν ο Μέσος Όρος Διαμονής των φετινών καλοκαιρινών σας διακοπών στην Ελλάδα;

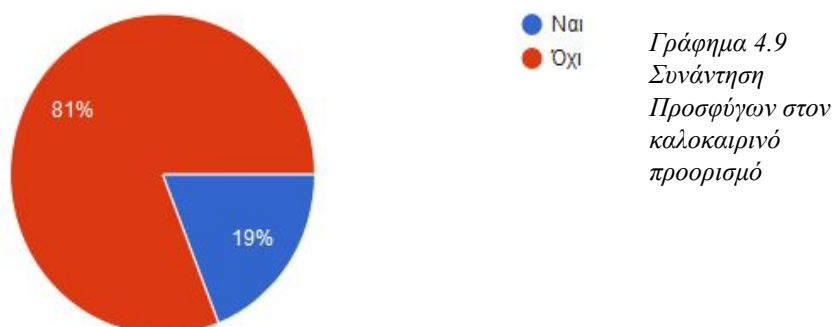


Γράφημα 4.8 Μέσος Όρος Διαμονής Καλοκαιρινών Διακοπών

Στο διάγραμμα αυτό παρουσιάζονται τα ποσοστά των Μέσων Όρων Διαμονής που δήλωσαν οι ερωτώμενοι. Συγκεκριμένα, το 6,6% δήλωσε ότι η διάρκεια των καλοκαιρινών τους διακοπών ήταν λιγότερο από 3 μέρες, το 38% των ερωτώμενων, το οποίο ήταν και το μεγαλύτερο ποσοστό, δήλωσε ότι η διάρκεια παραμονής τους κατά μέσο όρο στον τόπο που ταξίδεψαν ήταν 4 με 6 ημέρες. Ακόμα, 7 με 10 ημέρες ήταν το μέσο όρο διαμονής για το 14,9% του δείγματος της έρευνας, ενώ το 10,7% ανήκε στα άτομα που η διαμονή τους είχε διάρκεια κατά μέσο όρο 10 με 13 μέρες. Τέλος το 29,8% δήλωσε ότι η διάρκεια των καλοκαιρινών τους διακοπών ήταν μεγαλύτερη από 14 ημέρες.

9) Στο/α μέρος/η που επισκεφτήκατε για τις καλοκαιρινές σας διακοπές συναντήσατε πρόσφυγες;

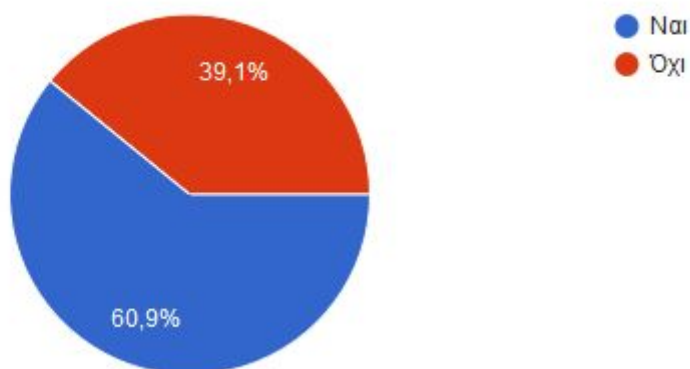
Στην ακόλουθη πίτα παρουσιάζεται το ποσοστό των ατόμων που δήλωσε αν συνάντησε ή όχι τους πρόσφυγες στο/α μέρος/η που επισκέφτηκαν για τις καλοκαιρινές τους διακοπές. Είναι γεγονός ότι το 81% των ερωτηθέντων που πραγματοποίησαν διακοπές, δήλωσε ότι δεν συνάντησε, ενώ το υπόλοιπο 19% ομολόγησε ότι συνάντησε πρόσφυγες στον τόπο που ταξίδεψε.



*Γράφημα 4.9
Συνάντηση
Προσφύγων στον
καλοκαιρινό
προορισμό*

10) Τους συναντούσατε καθημερινά;

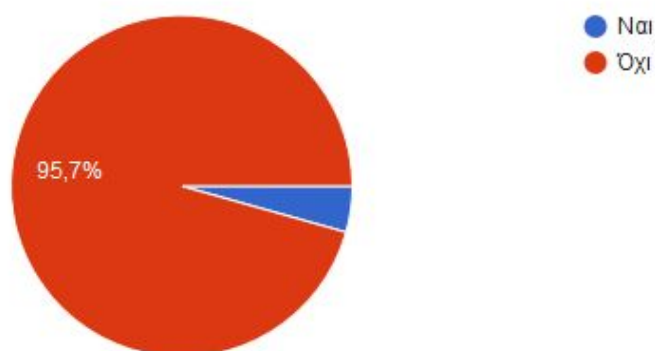
Το ποσοστό των ατόμων που απάντησε στην προηγούμενη ερώτηση ότι συνάντησε πρόσφυγες στον τόπο που ταξίδεψε το καλοκαίρι του 2016, ρωτήθηκε αν τους συναντούσε καθημερινά ή όχι. Όπως φαίνεται και στο ακόλουθο διάγραμμα, το 60,9% απάντησε ότι τους συναντούσε καθημερινά, ενώ το υπόλοιπο 39,1% είχε αρνητική απάντηση.



Γράφημα 4.10 Συνάντηση προσφύγων σε καθημερινό επίπεδο

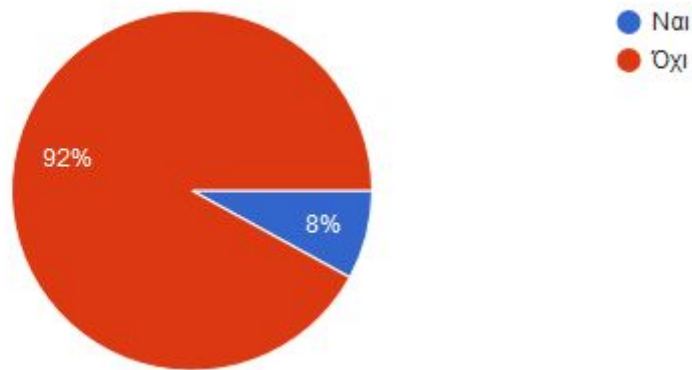
11) Σας δημιούργησαν οποιοδήποτε πρόβλημα κατά την διάρκεια της διαμονής σας;

Στην συνέχεια, τα ίδια 2 άτομα που απάντησαν ότι συνάντησαν πρόσφυγες στον τόπο που επισκέφτηκαν, ρωτήθηκαν για το κατά πόσο αντιμετώπισαν προβλήματα κατά την διάρκεια των καλοκαιρινών τους διακοπών λόγω των προσφύγων. Από αυτούς το 95,7% δήλωσε ότι δεν αντιμετώπισε κανένα πρόβλημα, και μόνο το 4,3% ομολόγησε ότι είχε προβλήματα.



Γράφημα 4.11 Δημιουργία Προβλημάτων από Πρόσφυγες

12) Είχατε προγραμματίσει διακοπές σε κάποιο μέρος της Ελλάδος το καλοκαίρι του 2016 και τελικά τις ακυρώσατε;



Γράφημα 4.12 Ακύρωση Προγραμματισμένων Διακοπών

Στην συνέχεια του ερωτηματολογίου, και οι 150 ερωτηθέντες είχαν να απαντήσουν στην ερώτηση αν είχαν προγραμματίσει να ταξιδέψουν σε κάποιο μέρος της Ελλάδας και τελικά το ακύρωσαν. Όπως φαίνεται και στο διάγραμμα, μόνο το 8% δήλωσε ότι ακύρωσαν τις καλοκαιρινές τους διακοπές, ενώ το υπόλοιπο 92% όχι.

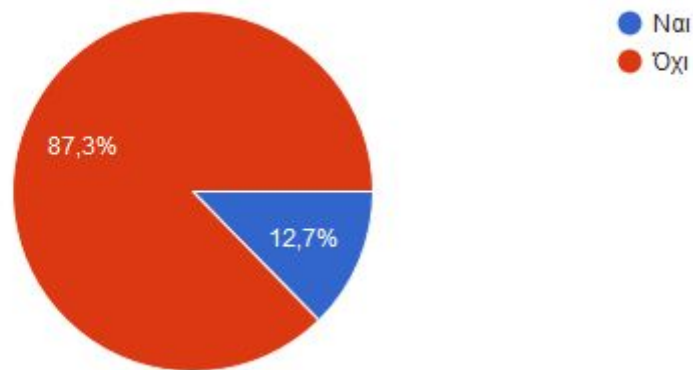
13) Ποιο μέρος ήταν αυτό;

Η ερώτηση αυτή ήταν ανοιχτού τύπου και μόνο το 8% του δείγματος απάντησε, δηλαδή τα 10 άτομα τα οποία στην προηγούμενη ερώτηση απάντησαν πως είχαν προγραμματίσει να ταξιδέψουν σε κάποιο μέρος της Ελλάδος και το ακύρωσαν. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι απαντήσεις των ερωτώμενων.

Μέρη της Ελλάδος που ακυρώθηκαν οι καλοκαιρινές διακοπές	
1. Ελαφόνησος	2. Μυτιλήνη
3. Μήλος	4. Σάμος
5. Κως	6. Εύβοια
7. Κρήτη	8. Μύκονος
9. Ύδρα	10. Χίος

Πίνακας 4.2: Μέρη της Ελλάδος που ακυρώθηκαν οι καλοκαιρινές διακοπές

14) Το προσφυγικό πρόβλημα της Ελλάδος σας επηρέασε για την επιλογή του φετινού καλοκαιρινού σας προορισμού;



Γράφημα 4.13 Επηρεασμός επιλογής καλοκαιρινού προορισμού λόγω προσφυγικής κρίσης

Στην συνέχεια του ερωτηματολογίου, οι ερωτώμενοι απάντησαν είτε με Ναι είτε με Όχι, αν τη προσφυγική κρίση ήταν ένας από τους παράγοντες που τους επηρέασε στην επιλογή των καλοκαιρινών τους διακοπών. Το 87,3% δήλωσε ότι δεν τους επηρέασε, ενώ το υπόλοιπο 12,7% απάντησε ότι επηρεάστηκε από αυτή την κρίση.

15) Σημειώστε τον βαθμό που περιγράφει το πρόβλημα που πιστεύετε ότι κάθε μία από τις παρακάτω περιοχές έχει εξαιτίας των προσφύγων (1= μικρό πρόβλημα, 5= μεγάλο πρόβλημα)

Στο παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζεται η γνώμη των ερωτώμενων σχετικά με το ποια από τα περιοχές που αναγράφονται πιστεύουν ότι έχουν πρόβλημα εξαιτίας τους προσφυγικού. Οι επιλογές που τους δόθηκαν ήταν οι ακόλουθες περιοχές της Ελλάδος : Αλεξανδρούπολη, Αττική, Ειδομένη, Κάλυμνος, Κιλκίς, Κως, Λέσβος-Μυτιλήνη και Χίος, με κλίμακα Likert από το 1 μέχρι το 5, δηλώνοντας ως 1 ότι δεν έχει πρόβλημα φτάνοντας μέχρι το 5 που δηλώνει ότι η περιοχή αυτή έχει πρόβλημα λόγω του προσφυγικού.

Από τις απαντήσεις τους προκύπτουν τα εξής αποτελέσματα.

Όσο αφορά την Αλεξανδρούπολη, το 40,6% σημειώνοντας την κλίμακα 1 και 2, δήλωσε την πεποίθηση του ότι δεν αντιμετωπίζει πρόβλημα, το 36,6% σημείωσε την κλίμακα 4 και 5, δηλώνοντας ότι αντιμετωπίζει μεγάλο πρόβλημα, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό του δείγματος σημείωσε την κλίμακα 3, δηλώνοντας ουδετερότητα όσο αφορά το πρόβλημα που αντιμετωπίζει η περιοχή αυτή λόγω του προσφυγικού

Για την Αττική, το 34% δήλωσε ότι δεν αντιμετώπισε μεγάλο πρόβλημα, το 44% δήλωσε ότι αντιμετώπισε μεγάλο πρόβλημα, ενώ το 27% δήλωσε ότι το πρόβλημα στην Αττική ήταν ουδέτερο.

Συνεχίζοντας στην περιοχή της Ειδομένης, σημαντικό είναι να σημειωθεί το ποσοστό 84%, όπου ήταν εκείνο του δείγματος που δήλωσε ότι η Ειδομένη αντιμετωπίζει μεγάλο πρόβλημα εξαιτίας των προσφύγων, ενώ το 7,3% δήλωσε ότι δεν

αντιμετωπίζει και το υπόλοιπο 8,7% σημείωσε ουδετερότητα όσο αφορά το πρόβλημα αυτής της περιοχής

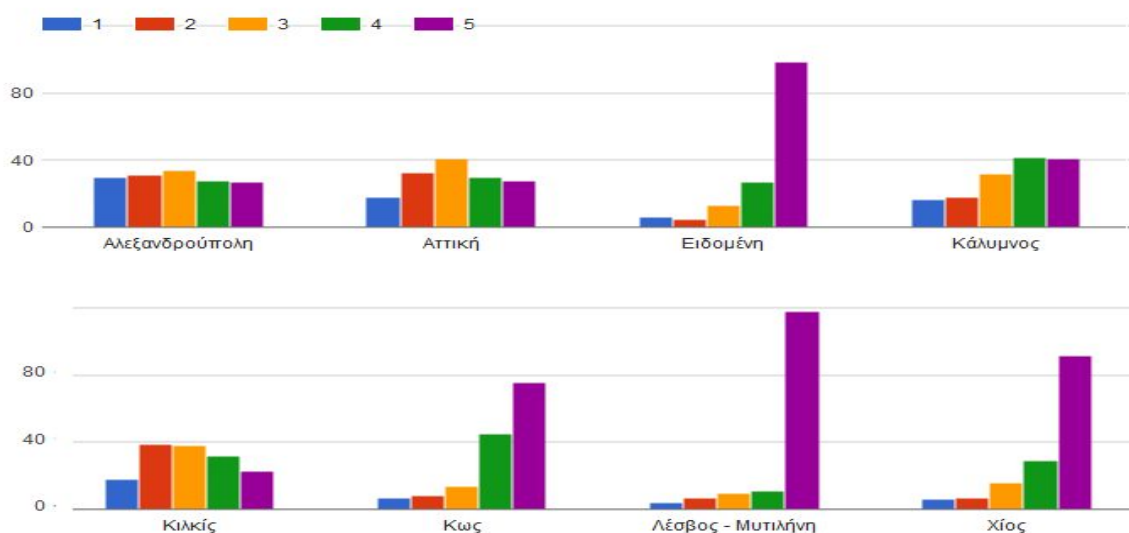
Για την Κάλυμνο , τα αποτελέσματα ήταν τα εξής. Το 23,3 % πιστεύει ότι η Κάλυμνος δεν αντιμετώπισε μεγάλο πρόβλημα, το 55,4% δήλωσε ότι πιστεύει ότι η περιοχή αυτή αντιμετώπισε μεγάλο πρόβλημα, και τέλος, το 21,3 % δήλωσε ότι η Κάλυμνος είχε και δεν είχε πρόβλημα εξαιτίας των προσφύγων.

Για το Κιλκίς, το 38% απάντησε ότι δεν πιστεύει πως αντιμετώπισε πρόβλημα , το 36,6% απάντησε ότι αντιμετώπισε μεγάλο πρόβλημα , ενώ τέλος το 25,4% δήλωσε την ουδετερότητα του προβλήματος στην περιοχή αυτή εξαιτίας της προσφυγικής κρίσης.

Ακόμα, για την Κω σημειώθηκαν οι εξής απαντήσεις. Το 10% δήλωσε ότι το νησί δεν αντιμετώπισε προβλήματα, το 9,3% δήλωσε την ουδετερότητα του προβλήματος , ενώ σημαντικό είναι το ποσοστό 80,7% του δείγματος που πιστεύει ότι η Κως αντιμετώπισε μεγάλο πρόβλημα εξαιτίας των προσφύγων,

Συνεχίζοντας στην επιλογή Λέσβος- Μυτιλήνη, όπως παρατηρείται και στο ακόλουθο διάγραμμα το 86% του δείγματος δήλωσε ότι πιστεύει ότι το νησί αυτό αντιμετώπισε μεγάλο πρόβλημα εξαιτίας της προσφυγικής κρίσης, ενώ το 7,3% δεν πιστεύει ότι αντιμετώπισε πρόβλημα , όπως και το υπόλοιπο 6,7% που δηλώνει ουδετερότητα του προβλήματος για το νησί αυτό.

Τέλος, για την Χίο, δόθηκαν οι εξής απαντήσεις. Το 8,7% δήλωσε την πεποίθησή του ότι το νησί δεν αντιμετώπισε κάποιο πρόβλημα, το 10,7% δήλωσε ότι τα προβλήματα του νησιού λόγω αυτής της κρίσης ήταν ουδέτερα, ενώ τέλος το 80,6% πιστεύει ότι η Χίος αντιμετώπισε μεγάλο πρόβλημα εξαιτίας αυτού του προβλήματος.



Γράφημα 4.14 Βαθμός Προβλήματος Προσφυγικής Κρίσης σε Μέρη της Ελλάδος

16) Σημειώσετε το βαθμό που περιγράφει τα συναισθήματά σας για το προσφυγικό πρόβλημα

Γράφημα 4.15 Βαθμός Συναισθημάτων για το Προσφυγικό πρόβλημα

Στο παραπάνω γράφημα, παρουσιάζονται οι απαντήσεις του δείγματος σχετικά με τα συναισθήματα τους απέναντι στο προσφυγικό ζήτημα. Τα «συναισθήματα» τα οποία είχαν ως επιλογές να σημειώσουν ήταν η Λύπη, ο Θυμός, ο Φόβος, η Αδιαφορία και τέλος η Συμπόνια. Η κλίμακά στην οποία είχαν να σημειώσουν ήταν σε κλίμακα Likert από το 1 μέχρι το 5, όπου 1 = καθόλου, 2 = Λίγο, 3 = Μέτρια, 4 = Αρκετά και 5 = Πολύ.

Όσο αφορά την Λύπη, 67 άτομα (44,7%) δήλωσαν ότι νιώθουν πολύ λύπη ενώ οι 45 (30%) πως νιώθουν αρκετή. Οι 23 ((15,3%) δήλωσαν ότι νιώθουν σε μέτριο βαθμό το συναίσθημα αυτό ενώ 10 και 5 άτομα νιώθουν αντίστοιχα Λίγο και Καθόλου το συναίσθημα αυτό για το προσφυγικό πρόβλημα

Στην συνέχεια, όσο αφορά τον Θυμό, το 27,4% του δείγματος δήλωσε ότι είναι πολύ θυμωμένο και το 25,4% αρκετά θυμωμένο εξαιτίας του προσφυγικού. Το 23,4% δήλωσε ότι ο βαθμός που νιώθουν θυμό είναι μέτριος και τέλος 26 και 10 άτομα δήλωσαν αντίστοιχα ότι νιώθουν Λίγο και καθόλου θυμό εξαιτίας της προσφυγικής κρίσης.

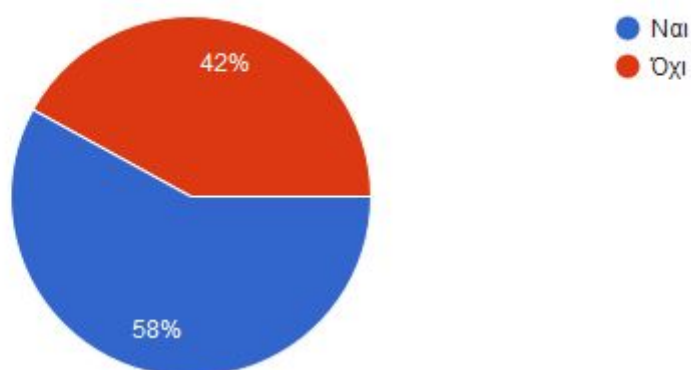
Ακολουθεί το συναίσθημα του Φόβου και οι απαντήσεις που δείχνουν ότι μόνο το 10,6 και το 20,6% του δείγματος νιώθουν αντίστοιχα πολύ και αρκετό Φόβο για το πρόβλημα αυτό. Το 22,6 % νιώθει μέτρια το συναίσθημα του φόβου ενώ το 26,6% και το 19,6% νιώθει αντίστοιχα Λίγο και Καθόλου Φόβο για το προσφυγικό πρόβλημα.

Στην συνέχεια, υπάρχει το συναίσθημα της Αδιαφορίας με το 65,4% να δηλώνει ότι δεν είναι αδιάφορο απέναντι στο προσφυγικό πρόβλημα. Το 18,6% απάντησε ότι νιώθει λίγο αδιαφορία σχετικά με την προσφυγική κρίση, το 10% σημείωσε τον βαθμό της μέτριας αδιαφορίας ενώ 5 και 4 άτομα δήλωσαν αντίστοιχα αρκετά και πολύ αδιάφοροι απέναντι στο προσφυγικό πρόβλημα.

Τέλος, όσο αφορά την Συμπόνια, το 34,6% δήλωσε ότι νιώθει πολύ συμπόνια, το 29,4% δήλωσε ότι νιώθει αρκετά συμπόνια, ενώ ακολουθεί το 26,6% του δείγματος που νιώθουν σε μέτριο βαθμό το συναίσθημα της συμπόνιας. Ακόμα 8 άτομα του δείγματος νιώθουν λίγο συμπόνια και 6 άτομα δεν νιώθουν καθόλου αυτό το συναίσθημα απέναντι στο προσφυγικό.

17) Πιστεύετε ότι η Ελλάδα αντιμετώπισε έντονο τουριστικό πρόβλημα το καλοκαίρι του 2016 εξαιτίας των προσφύγων;

Στην συνέχεια του ερωτηματολογίου, και στην τελευταία ερώτηση σχετικά με το προσφυγικό πρόβλημα, οι ερωτώμενοι έπρεπε να απαντήσουν είτε με Ναι είτε με Όχι αν πιστεύουν ότι η προσφυγική κρίση ήταν αιτία για τυχόν προβλήματα που αντιμετώπισε ο τουρισμός στην Ελλάδα το καλοκαίρι του 2016. Το 58% δήλωσε ότι όντως η Ελλάδα αντιμετώπισε έντονο τουριστικό πρόβλημα το καλοκαίρι του 2016 εξαιτίας των προσφύγων ,ενώ το υπόλοιπο 42% δήλωσε ότι δεν πιστεύει αυτή την άποψη.

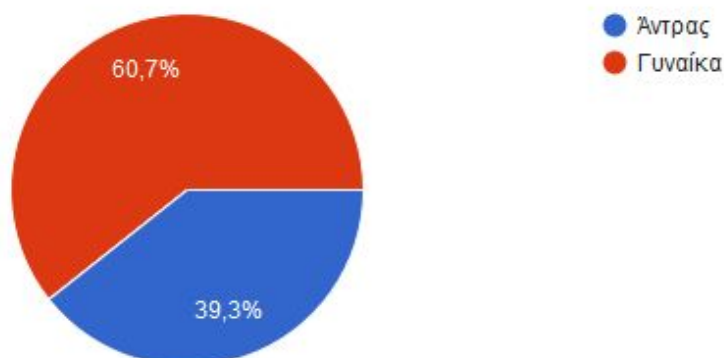


Γράφημα 4.16 Πρόβλημα Ελληνικού Τουρισμού λόγω Προσφυγικής Κρίσης

4.2 Προφίλ Ερωτώμενων

18) Παρακαλώ σημειώστε το Φύλο σας

Το δείγμα που επιλέχτηκε να ερωτηθεί το παρόν ερωτηματολόγιο απαρτίζεται από 39,3% από Άντρες και 60,7% από Γυναίκες..

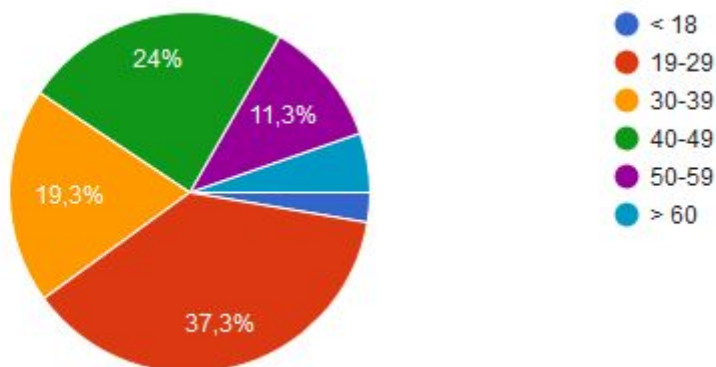


Γράφημα 4.17 Φύλο Ερωτώμενων

19) Παρακαλώ σημειώστε σε ποια ηλικιακή ομάδα ανήκετε

Τα άτομα τα οποία απάντησαν το παρόν ερωτηματολόγιο βρίσκονταν στις εξής ηλικιακές ομάδες. Το 2,7% ήταν κάτω των 18 ετών, το 37,3% ήταν από 19 μέχρι 29 ετών, το 19,3% ήταν από 30 μέχρι 39 ετών, το 24% ήταν άτομα ηλικίας 40-49, το

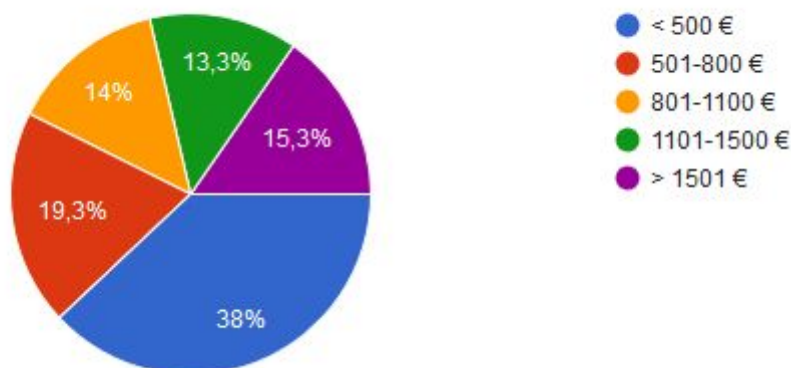
11,3% ήταν άτομα ηλικίας 50-59 και τέλος άνω των 60 ετών ήταν το 5,3% του δείγματος.



Γράφημα 4.18 Ηλικιακή Ομάδα Ερωτώμενων

20) Παρακαλώ σημειώστε το μηνιαίο σας εισόδημα

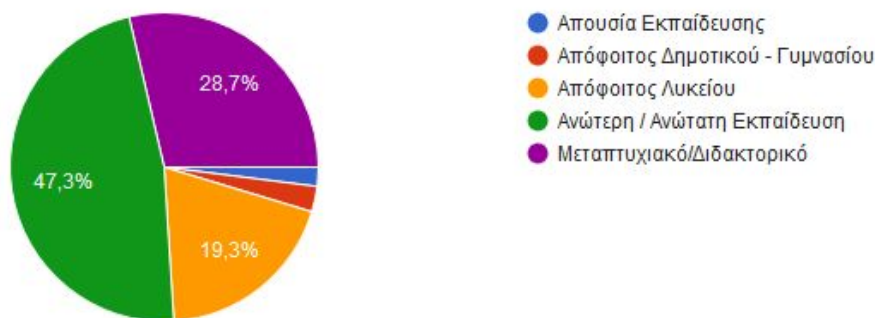
Στην συνέχεια, οι ερωτώμενοι έπρεπε να δηλώσουν σε ποια από τις παρακάτω εισοδηματικές ομάδες ανήκουν. Συγκεκριμένα, στην ομάδα των κάτω από 500€ δήλωσαν ότι ανήκει το 38%, στην ομάδα 501-800€ ανήκει το 19,3%, στην ομάδα 801-1100€ ανήκει το 14%, στην ομάδα 1101-1500€ ανήκει το 13,3% και τέλος στην ομάδα των άνω από 1501€ ανήκει το 15,3% του δείγματος.



Γράφημα 4.19 Μηνιαίο Εισόδημα Ερωτώμενων

21) Παρακαλώ σημειώστε το Μορφωτικό Επίπεδο σας

Σε αυτή την ερώτηση, οι απαντήσεις ήταν οι ακόλουθες. Το ποσοστό εκείνο που δήλωσε απουσία εκπαίδευσης ήταν το 2% ενώ εκείνοι που είναι απόφοιτοι Δημοτικού ή Γυμνασίου ανήκουν στο ποσοστό 2,7%. Στην συνέχεια, οι Απόφοιτοι Λυκείου ήταν το 19,3% του δείγματος, τα άτομα που έχουν ανώτερη/ ανώτατη εκπαίδευση ανήκουν στο 47,3% και τέλος το ποσοστό των ατόμων όπου έχει πτυχίο Μεταπτυχιακού/ Διδακτορικού είναι το 28,7%

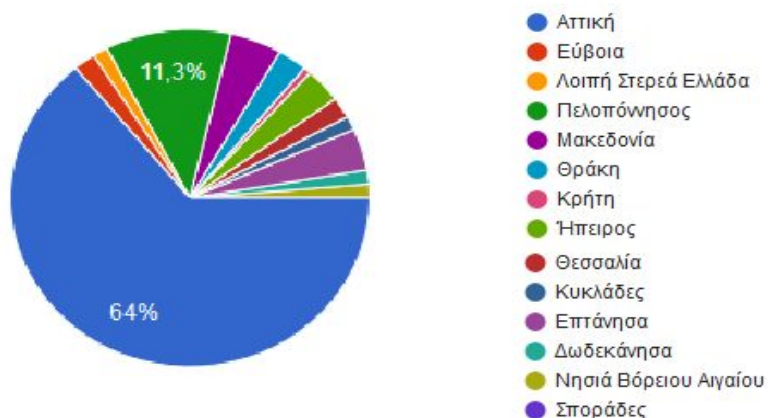


Γράφημα 4.20 Μορφωτικό Επίπεδο Ερωτώμενων

22) Ποια είναι η περιοχή της Ελλάδος από την οποία κατάγεστε;

Παρακάτω παρουσιάζονται οι περιοχές και το ποσοστό εκείνο του δείγματος που ανήκουν σε αυτές.

Στην Αττική ανήκει το 64% του δείγματος, στην Εύβοια το 2%, στην Λοιπή Στερεά Ελλάδα το 1,3%, στην Πελοπόννησο το 11,3%, στην Μακεδονία το 4,7%, στην Θράκη το 2,7%, στην Κρήτη το 0,7%, στην Ήπειρο το 3,3%, στην Θεσσαλία το 2%, στις Κυκλάδες το 1,3%, στα Επτάνησα το 4%, στα Δωδεκάνησα το 1,3%, στα νησιά του Βόρειου Αιγαίου το 1,3% και τέλος στις Σποράδες δεν ανήκε κανένα άτομο από το δείγμα.



Γράφημα 4.21 Καταγωγή Ερωτώμενων

Κεφάλαιο 5

Περίληψη Κεφαλαίου 5

Στο κεφάλαιο αυτό αρχικά παρουσιάζονται τα συμπεράσματα τα οποία προκύπτουν έπειτα από την μελέτη του θέματος σχετικά με την στάση των Ελλήνων απέναντι στο προσφυγικό ζήτημα το καλοκαίρι του 2016.

5.1 Συμπεράσματα

Αφού έχει αναλυθεί σε γενικό και πρακτικό επίπεδο η τουριστική στάση των ελλήνων απέναντι στο προσφυγικό αξίζει να σημειωθεί πως η επίδραση του προσφυγικού στον τουρισμό της Ελλάδος, δεν την επηρέασε στο σύνολο της. Όπως προκύπτει και από έρευνα του ΣΕΤΕ για τις αεροπορικές αφίξεις αλλά και από τις συνολικές εισπράξεις το 2015 και το 2016 (Παράρτημα 5) φαίνεται ότι η μεταβολή των εισπράξεων έχει αρνητικό πρόσημο, την στιγμή όμως που την ίδια περίοδο η αφίξεις δεν δικαιολογούν αυτή την μείωση.

Συγκεκριμένα, όπως φαίνεται στο παράρτημα 4 με τις αεροπορικές αφίξεις, φαίνεται ότι κατά την διάρκεια του χρόνου υπήρχε θετικό πρόσημο στις αφίξεις από το εξωτερικό, παρόλο που τους αντίστοιχους μήνες (βλ Παράρτημα 5) οι αφίξεις έχουν στην πλειοψηφία τους αρνητικό. Αυτό μας οδηγεί στο συμπέρασμα, ότι υπήρχαν άλλοι παράγοντες που οδήγησαν τους τουρίστες να ξοδεύουν λιγότερα σε σχέση με άλλες χρονιές. Δεν ήταν όμως το πρόβλημα τους η προσφυγική κρίση που αντιμετώπιζε η Ελλάδα στο σύνολο της.

Όσο αφορά την έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε 150 Έλληνες για την τουριστική τους συμπεριφορά το καλοκαίρι του 2016, παρατηρήθηκε ότι δεν θεώρησαν σημαντικό πρόβλημα του προσφυγικού για να ακυρώσουν ή να μην πραγματοποιήσουν τις διακοπές τους σε μέρος όπου βρίσκονταν συγκεντρωμένοι πρόσφυγες. Επίσης, από το 19% των ερωτηθέντων που απάντησε ότι συνάντησε πρόσφυγες κατά την διάρκεια των διακοπών τους, μόνο το 4,3% αυτών δήλωσε ότι τους προκαλούσαν πρόβλημα, ένα ποσοστό πολύ μικρό, ώστε να προκαλέσει αντιδράσεις πως οι πρόσφυγες προκαλούν προβλήματα στους τουρίστες και στον ελληνικό τουρισμό γενικότερα. Επίσης, σύμφωνα με τις 10 απαντήσεις στην ερώτηση για το ποια ήταν τα μέρη στα οποία ακυρώθηκαν οι καλοκαιρινές διακοπές, μόνο η Κως, η Μυτιλήνη και η Χίος θα μπορούσε να ειπωθεί ότι έχουν άμεση σχέση με τους πρόσφυγες, ενώ τα υπόλοιπα 7 είναι μέρη στα οποία δεν βρισκότουσαν πρόσφυγες. Ακόμα, είναι σημαντικό να αναφερθεί πως μόνο το 12,7% επηρεάστηκε από την προσφυγική κρίση για την επιλογή του καλοκαιρινού του προορισμού.

Λαμβάνοντας υπόψη την απάντηση του 58% των ερωτηθέντων ότι πιστεύουν πως η Ελλάδα αντιμετώπισε τουριστικό πρόβλημα εξαιτίας της προσφυγικής κρίσης, αυτό μπορεί να σημαίνει πολλά. Αρχικά, δεν πρέπει να αγνοηθεί το γεγονός ότι στην ελληνική τηλεόραση, στις ειδήσεις και στις εκπομπές το μόνο θέμα που υπήρχε ήταν το προσφυγικό πρόβλημα. Είναι επίσης γνωστό, ότι προκειμένου ένα θέμα να προσελκύσει όσο τον δυνατό περισσότερο τηλεοπτικό κοινό, θα προσπαθήσουν να προβάλλουν τις πιο σκληρές αλλά και μελαγχολικές εικόνες αυτού του προβλήματος, ώστε ο κόσμος να συγκινηθεί. Μέσα σε αυτές, προβαλλόντουσαν εικόνες και στιγμιότυπα από τα μέρη που έμεναν οι πρόσφυγες, δίνοντας ωστόσο την αίσθηση και την εντύπωση πως αυτή η κατάσταση επικρατεί και στα σημεία που υπάρχει έντονη τουριστική ζήτηση.

Εν Κατακλείδι, μελετώντας τα στοιχεία της έρευνας, του ΣΕΤΕ, και όλων των άλλων που αναφέρονται λεπτομερώς στην Βιβλιογραφία, γίνεται κατανοητό ότι στο σύνολο της η Ελλάδα δεν είχε πρόβλημα με τους πρόσφυγες, και η έλληνες έδειξαν κατανόηση στην κατάσταση που επικρατούσε αφού όλο αυτό συμβαίνει εξαιτίας του

πολέμου και όχι επειδή το επέλεξαν. Ωστόσο , μπορεί στο σύνολο η Ελλάδα να μην αντιμετώπισε πρόβλημα , το ίδιο όμως δεν μπορούν να δηλώσουν και τα σημεία συγκέντρωσης προσφύγων όπως είναι η Χίος, η Κως, η Κάλυμνος, η Μυτιλήνη, τα πρώτα νησιά της Ελλάδος που συνάντησαν ερχόμενοι στην Ελλάδα, στην προσπάθεια τους να περάσουν στην Κεντρική Ελλάδα.

Βιβλιογραφία

Έντυπη

Ελληνική

1. Βιτουλαδίτη Ο. (2000). Τουριστικό Μάρκετινγκ Φορέων, Οργανώσεων και Επιχειρήσεων, Πάτρα: ΕΑΠ.
2. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού (2000) ,Μανώλης Κ. Σφακιανάκης, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ»
3. Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., Λύτρας Π., (1998), Εισαγωγή στον Τουρισμό, Interbooks
4. Κοκκώσης Χ., - Τσάρτας Π. (1999). Ανάπτυξη και περιβάλλον στον τουρισμό. Πάτρα: ΕΑΠ.
5. Κούτουλας Δ (2001). Ο θεωρητικός προσδιορισμός του τουριστικού προϊόντος ως βασική προϋπόθεση του τουριστικού marketing, Πανεπιστήμιο Αιγαίου
6. Πατσουράτης Β., (2002) , Η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού τομέα, Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων
7. Πάττας Σ., Διδάκτωρ Πανεπιστημίου Πειραιά, Τουρισμός (Γενικά Χαρακτηριστικά και Διαστάσεις)
8. Τηλικίδου Ε., (2011) , Η Έρευνα του Μάρκετινγκ, εκδόσεις σοφια
9. Τσάρτας Π. (1996). Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό. Αθήνα: ΕΞΑΝΤΑΣ.

Ξένη

1. Cohen E,(1979) “ A phenomenology of tourism experience”, Sociology
2. Cohen E (1972), Towards a sociology of international tourism” Social Research, Vol 39
3. Gilbert D.C,(1991) ”An examination of the consumer decision process relates to tourism” in Cooper C.P ”Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management” Vol3
4. Horner L. Susan and Swarbrooke John (1999) “Consumer Behaviour in Tourism” Elsevier,
5. Kotler P. and Amstrong G. (1999) , Principles of Marketing, Penguin, Prentice-Hall
6. Middleton T.C Victor (2000) “Marketing in travel and tourism”, Butterworth Heinemann,
7. Middleton, V. T. C. and Clarke, J. (2001). Marketing for Travel and Tourism. 3rd edition. Butterworth-Heinemann.
8. Perreault W.D, Dorden D.K, and Dorden W.R (1979) “ A psychological classification of vacation life styles, Journal of Leisure Research ,

9. Plog S(1977), “Why destinations areas rise and fall popularity” in E. Kelly, domesticard International Tourism, Institute of Certified Travel Agents, Welbury MA
10. Smith L Valene (1997), “ Hosts and Guests : The anthropology of Tourism” , Vol 13
11. World Tourism Organisation, Tourism Images, WTO 1979 in Cooper C.P,Fletcher J, Gilbert D, and Wanhill S (1993),” Tourism Principles & Practice” Longman

Ηλεκτρονική

1. Θεωρήης Γεωργακόπουλος ,Φεβρουαριος 2016, Το προσφυγικό πρόβλημα και οι Έλληνες – Το μέγεθος της προσφυγικής κρίσης
<https://www.dianeosis.org/2016/02/oi-ellines-kai-to-prosfygiko-provlima/>
2. naftemporiki.gr , Μαΐου 2016, ΔΟΜ: 1.357 νεκροί στη Μεσόγειο από την αρχή του έτους
<http://www.naftemporiki.gr/story/1104183/dom-1357-nekroi-sti-mesogeio-apo-tin-arxi-tou-etous>
3. koutipandoras.gr , Φεβρουαρίου 2016, Έρευνα του ΟΗΕ για το προφίλ των προσφύγων
<http://www.koutipandoras.gr/article/ereyna-toy-oie-gia-profil-ton-prosfygon>
4. www.unhcr.gr/, Ύπατη Αρμοστέία του ΟΗΕ για τους Πρόσφυγες
<https://www.unhcr.gr/genikes-plirofories/poioi-eimaste-ti-kanoyme.html>
5. Μάνος Χαραλαμπάκης και Εύη Σαλτού (Δεκέμβριος 2015), Προσφέρουν βοήθεια στους πρόσφυγες παρά την κρίση
6. <http://www.tanea.gr/news/greece/article/5319632/prosferoyn-stoys-prosfyges-para-thn-krish/>
7. <http://ti-einai.gr>, Τι είναι hotspot (πρόσφυγες);
<http://ti-einai.gr/hotspot/>
8. Αναστασιάδου Μερσίλεια(2016) Προσφυγικό Ζήτημα και Επιπτώσεις στην Ελλάδα: Διαστάσεις Εικόνας και Πολιτικής
<http://www.marenostrum.edu.gr/>
9. Arushi Kapoor, 18 September 2015, The Syrian Refugee Crisis Explained Perfectly With a Simple Animation & Video Διαθέσιμο από: <http://www.vagabomb.com/>
10. Μάνος Χαραλαμπάκης, Εύη Σαλτού, Δεκέμβριος 2015, προσφέρουν βοήθεια στους προσφυγές πάρα την κριση
11. Θεωρηης Γεωργακοπουλος , Φεβρουάριος 2016 , Το Προσφυγικό Πρόβλημα Και Οι Έλληνες: Μια Έρευνα
12. Κατερίνα Πρίφτη , Φεβρουάριος 2016, Πόσο στοιχίζει στην ελληνική οικονομία η προσφυγική κρίση. Η εμπιστευτική έκθεση της Τράπεζας της Ελλάδος στη HuffPost Greece
http://www.huffingtonpost.gr/2016/02/04/ekthesi-tte-prosfygiko-stoixizei_n_9157364.html
- 13.

Παραρτήματα

Παράρτημα 1

Κατανομή προσφύγων στην Ελλάδα τον Σεπτέμβριο του 2016 (Πηγή protothema.gr)

ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΡΟΣΦΥΓΙΚΩΝ ΡΟΩΝ ΤΗΣ 26 / 09 / 2016 - ΩΡΑ 08:00				
ΔΟΜΕΣ & ΧΩΡΟΙ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ	ΦΙΛΟΞΕΝΟΥΜΕΝΟΙ	ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ	ΝΕΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΕΩΣ 07:30	ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ
ΑΝΑΤΟΛΙΚΟ ΑΙΓΑΙΟ				
ΛΕΣΒΟΣ ΣΥΝΟΛΙΚΑ	5850	3500	51	
ΧΙΟΣ ΣΥΝΟΛΙΚΑ	3762	1100	0	
ΣΑΜΟΣ ΣΥΝΟΛΙΚΑ	1552	850	0	
ΛΕΡΟΣ ΣΥΝΟΛΙΚΑ	733	1000	0	
ΚΩΣ ΣΥΝΟΛΙΚΑ	1813	1000	0	
ΚΑΛΥΜΝΟΣ	6	0	0	
ΡΟΔΟΣ	214	0	0	
ΜΕΓΙΣΤΗ	14	0	0	
ΚΑΡΠΑΘΟΣ	4	0	0	
ΣΥΝΟΛΟ ΝΗΣΙΩΝ	13948	7450	51	
ΒΟΡΕΙΑ ΕΛΛΑΔΑ				
ΔΙΑΒΑΤΑ (ΣΤΡΑΤ/ΔΟ ΑΝΑΓΝΩΣΤΟΠΟΥΛΟΥ)	941	2500		
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ (ΛΙΜΑΝΙ)	0	0		
ΩΡΑΙΟΚΑΣΤΡΟ (ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ)	1282	1500		
ΣΙΝΔΟΣ-ΚΤΗΡΙΟ ΚΑΡΑΜΑΝΛΗ (ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ)	529	600		
ΣΙΝΔΟΣ-ΦΡΑΚΑΡΟΡ (ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ)	551	600		
ΚΑΛΟΧΩΡΙ- ΗΛΙΑΔΗ (ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ)	487	500		
ΚΟΡΔΕΛΙΟ - SOFTEX (ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ)	1576	1900		
ΒΑΠΟΧΩΡΙ (ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ)	81	631		
ΚΤΗΜΑ ΚΟΡΔΟΓΙΑΝΝΗ - ΒΑΣΙΛΙΚΑ	1269	1500		
ΔΕΡΒΕΝΙ-ΑΛΕΧΙΛ (ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ)	645	850		
ΔΕΡΒΕΝΙ-ΔΙΟΝ ΑΒΕΤΕ	174	400		
ΣΙΝΑΤΕΧ-ΚΑΒΑΛΑΡΙ (ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ)	296	500		
ΣΕΡΡΕΣ (ΠΡΩΗΝ Κ.Ε.Γ.Ε)	498	600		
ΧΕΡΣΟ (ΣΤΡΑΤ/ΔΟ ΜΑΖΑΡΑΚΗ)	1767	4000		
ΠΟΛΥΚΑΣΤΡΟ (ΝΕΑ ΚΑΒΑΛΑ)	1975	4200		
ΚΑΒΑΛΑ (ΠΕΡΙΓΙΑΛ)	119	270		
ΔΡΑΜΑ (ΔΗΜΟΣ)	200	550		
ΚΟΝΙΤΣΑ (ΔΗΜΟΣ)	167	200		
ΠΙΕΡΙΑ (ΚΤΗΜΑ ΗΡΑΚΛΗΣ)	36	200		
ΠΙΕΡΙΑ (ΠΕΤΡΑ ΟΛΥΜΠΟΥ)	1229	1400		
ΠΡΕΒΕΖΑ - ΦΙΛΙΠΠΙΑΔΑ (ΣΤΡ/ΔΟ ΠΕΤΡΟΠΟΥΛΑΚΗ)	421	700		
ΔΟΛΙΑΝΑ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	205	400		
ΚΑΤΣΙΚΑΣ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	683	1500		
ΤΣΕΠΕΛΟΒΟ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	142	200		
ΠΑΝΝΙΤΣΑ	0	900		
ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΑ ΗΜΑΘΙΑΣ (ΣΤΡ/ΔΟ Γ.ΠΕΛΑΓΟΥ)	610	1200		
ΒΕΡΟΙΑ (ΣΤΡ/ΔΟ ΑΡΜΑΤΩΛΟΥ ΚΟΚΚΙΝΟΥ ΗΜΑΘΙΑΣ)	342	400		
ΣΥΝΟΛΟ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΑΣ	16225	28201		
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ				
ΕΥΒΟΙΑ - ΡΙΤΣΩΝΑ (ΣΤΡ/ΔΟ ΠΑ)	615	1000		
ΟΙΝΟΗ (ΟΙΝΟΦΥΤΑ) ΒΟΙΩΤΙΑΣ	680	600		
ΦΘΙΩΤΙΔΑ - ΘΕΡΜΟΠΥΛΕΣ	496	500		
ΛΑΡΙΣΑ ΚΟΥΤΣΟΧΕΡΟ ΣΤΡ/ΔΟ ΕΥΘΥΜΙΟΠΟΥΛΟΥ	0	1500		
ΛΑΡΙΣΑ - ΚΥΨΕΛΟΧΩΡΙ (ΣΤΡ/ΔΟ ΖΩΓΑ)	125	600		
ΤΡΙΚΑΛΑ - ΑΤΛΑΝΤΙΚ	280	360		
ΒΟΛΟΣ (ΝΟΜΟΣ ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ)	98	200		
ΣΥΝΟΛΟ ΚΕΝΤΡ. ΕΛΛΑΔΑΣ	2294	4760		
ΑΤΤΙΚΗ				
ΣΧΙΣΤΟ	850	2000		
ΕΛΑΙΩΝΑΣ	2183	2500		
ΑΓΙΟΣ ΑΝΔΡΕΑΣ	186	200		
ΡΑΦΗΝΑ	108	120		
ΜΑΛΑΚΑΣΑ	893	1500		
ΛΑΥΡΙΟ (ΚΑΤΑΣΚΗΝ. ΑΓΡΟΤ. ΤΡΑΠ.)	320	400		
ΛΑΥΡΙΟ (ΔΟΜΗ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ ΑΙΤ. ΑΣΥΛΟ ΑΠ)	439	600		
ΠΡΟΒΛΗΤΑ ΣΚΑΡΑΜΑΓΚΑ	3597	3200		
ΣΧΟΛΗ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΝΑΥΤΙΚΟΥ ΕΛΕΥΣΙΝΑΣ	230	346		
ΣΥΝΟΛΟ ΑΤΤΙΚΗΣ	8806	10866		

ΝΟΤΙΑ ΕΛΛΑΔΑ			
ΑΝΔΡΑΒΙΔΑΣ (ΔΗΜΟΣ)	195	300	
ΣΥΝΟΛΟ ΝΟΤ. ΕΛΛΑΔΑΣ	195	300	
ΘΕΣΕΙΣ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ ΤΗΣ UNHCR			
ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	4681		
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ	2389		
ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ ΣΕ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΕΣ	300		
ΚΕΝΤΡΑ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ ΤΗΣ UNHCR	1263		
ΣΥΝΟΛΟ UNHCR	8633	12101	
ΟΝΟΜΑΣΤΙΚΗ ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΩΝ ΔΟΜΩΝ		63678	
ΜΗ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΕΣ ΔΟΜΕΣ			
ΓΗΠΕΔΟ BASEBALL	725	1300	
ΓΗΠΕΔΟ HOCKEY	916	1400	
ΧΩΡΟΣ ΑΦΙΞΕΩΝ	802	1400	
ΛΙΜΑΝΙ ΠΕΙΡΑΙΑ	0		
ΣΥΝΟΛΟ ΜΗ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΩΝ ΔΟΜΩΝ	2443		
ΕΚΤΟΣ ΔΟΜΩΝ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ (ΕΚΤΙΜΗΣΗ)	8300		
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	60844		
ΕΘΕΛΟΥΣΙΕΣ ΕΠΙΣΤΡΟΦΕΣ-ΤΡΕΧΟΝΤΟΣ ΜΗΝΟΣ	98		
ΕΘΕΛΟΥΣΙΕΣ ΕΠΙΣΤΡΟΦΕΣ- ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΤΟΥΣ	3647		
Τα αναγραφόμενα στοιχεία είναι δυναμικά, αναφέρονται στην καταγραφή που διενεργείται στις 08:00 και μπορούν να μεταβάλλονται στη διάρκεια του εικοσιτετράωρου.			

Παράρτημα 2

Αντίληψη ξένων για την εικόνα της Ελλάδας (Πηγή ΣΕΤΕ)

Αποτελέσματα έρευνας αντίληψης εικόνας Ελλάδας

Λαμβάνοντας υπόψη σημαντικούς εξωγενείς παράγοντες, οι οποίοι ενδέχεται να επηρεάσουν την επικείμενη τουριστική περίοδο, το SETE Intelligence διεξήγαγε, από τις 21.01.2016 έως τις 25.01.2016, έρευνα αντίληψης για την εικόνα της Ελλάδας στις αγορές της Μεγάλης Βρετανίας, Γερμανίας και ΗΠΑ. Την υλοποίηση της έρευνας ανέλαβε η ανεξάρτητη βρετανική εταιρεία Censuswide, σε συνολικό δείγμα 3.046 ερωτηθέντων οι οποίοι έχουν επισκεφτεί ή σκέπτονται να επισκεφτούν τη χώρα μας.

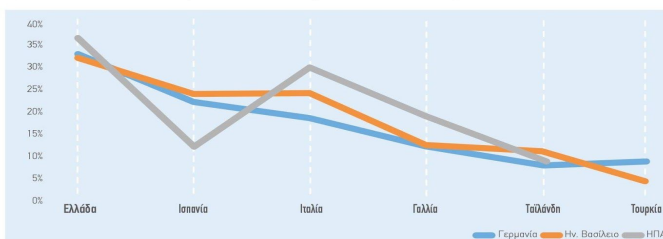
Οι ερωτηθέντες απάντησαν στις εξής ερωτήσεις:

1. Που θα θέλατε να πάτε διακοπές το 2016;

Η Ελλάδα παραμένει ένας ιδιαίτερα επιθυμητός προορισμός, σε σχέση με τους βασικούς ανταγωνιστές της.

Που θα θέλατε να πάτε διακοπές το 2016;

Ένας στους τρεις συμμετέχοντες από Μεγάλη Βρετανία, Γερμανία και ΗΠΑ δήλωσαν ότι θα ήθελαν να ταξιδέψουν στην Ελλάδα για τις διακοπές τους, το 2016.



Σημείωση: Η έρευνα διεξήχθη μεταξύ 21.01.2016 - 25.01.2016 από την Censuswide, μια ανεξάρτητη εταιρεία έρευνών, σε συνολικό αριθμό 3.046 ερωτηθέντων από την Μεγάλη Βρετανία, την Γερμανία και τις ΗΠΑ. Η έρευνα διεξήχθη στο διεθνές πάνελ της εταιρείας και σε τυχαίο δείγμα από κεντρικούς που δήλωσαν ότι είναι επισκεπτέσι ή επιθυμούν να επισκεπτούν την Ελλάδα. Η Censuswide συμμορφώνεται από τους κανόνες και απαιτήσεις μέλη του Market Research Society, το οποίο βασίζεται στις αρχές ESOMAR.

Πηγή: [censuswide](http://censuswide.com)

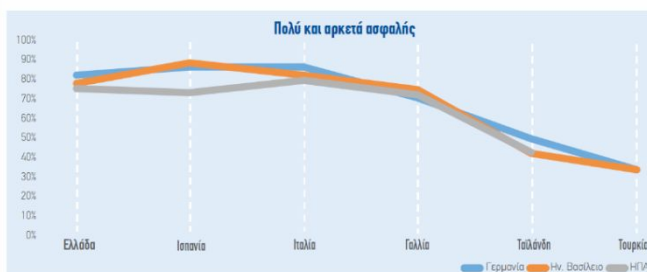
SETE
INTELLIGENCE

2. Πόσο ασφαλείς νοιώθετε στους ακόλουθους προορισμούς;

Το 73% -80% των ερωτηθέντων θεωρούν την Ελλάδα ασφαλή προορισμό, ποσοστό οριακά χαμηλότερο από της Ισπανίας και Ιταλίας, σημαντικά όμως υψηλότερο από το αντίστοιχο της Γαλλίας και σχεδόν διπλάσιο από της Τουρκίας.

Πόσο ασφαλείς νοιώθετε στους ακόλουθους προορισμούς;

73% με 80% των συμμετεχόντων αισθάνονται ασφαλείς να επισκεφτούν την Ελλάδα.



Σημείωση: Η έρευνα διεξήχθη μεταξύ 21.01.2016 - 25.01.2016 από την Censuswide, μια ανεξάρτητη εταιρεία έρευνών, σε συνολικό αριθμό 3.046 ερωτηθέντων από την Μεγάλη Βρετανία, την Γερμανία και τις ΗΠΑ. Η έρευνα διεξήχθη στο διεθνές πάνελ της εταιρείας και σε τυχαίο δείγμα από κεντρικούς που δήλωσαν ότι είναι επισκεπτέσι ή επιθυμούν να επισκεπτούν την Ελλάδα. Η Censuswide συμμορφώνεται από τους κανόνες και απαιτήσεις μέλη του Market Research Society, το οποίο βασίζεται στις αρχές ESOMAR.

Πηγή: [censuswide](http://censuswide.com)

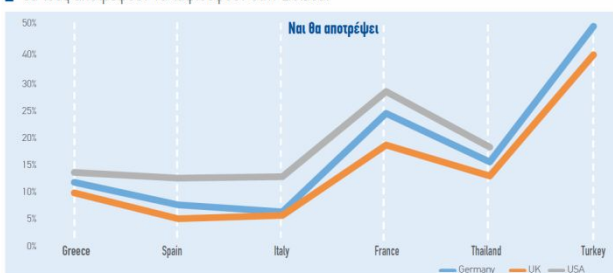
SETE
INTELLIGENCE

3. Οι πρόσφατες τρομοκρατικές επιθέσεις θα σας αποτρέψουν να ταξιδέψετε στο μέλλον σε οποιαδήποτε από τις παρακάτω χώρες;

Οι πρόσφατες τρομοκρατικές επιθέσεις δεν επηρεάζουν την απόφαση περίπου του 90% των ερωτηθέντων να επισκεφθούν την χώρα μας, ενώ επηρεάζουν αρνητικά έναν στους τέσσερεις να επισκεφθεί την Γαλλία και έναν στους δύο να επισκεφθεί την Τουρκία.

Οι πρόσφατες τρομοκρατικές επιθέσεις θα σας αποτρέψουν να ταξιδέψετε στο μέλλον σε οποιαδήποτε από τις παρακάτω χώρες;

Μόνο το 10% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι οι πρόσφατες τρομοκρατικές επιθέσεις θα τους αποτρέψουν να ταξιδέψουν στην Ελλάδα.



Σημείωση: Η έρευνα διεξήχθη μεταξύ 21.01.2016 - 25.01.2015 από την Censuwide, μια ανεξάρτητη εταιρεία ερευνών, σε συνολικό αριθμό 3.046 ερωτηθέντων από την Μεγάλη Βρετανία, την Γερμανία και τις ΗΠΑ. Η έρευνα διεξήχθη στο διαδίκτυο μέσω της εταιρείας και σε τυχαίο δείγμα από σκέυους που δηλώνουν ότι έχουν επισκεπτεί ή επιθυμούν να επισκεπτούν την Ελλάδα. Η Censuwide συμμορφώνεται από τους κανόνες και αποσκόλη μίλη του Market Research Society, το οποίο βασίζεται στις αρχές ESOMAR.

Πηγή: **censuwide**

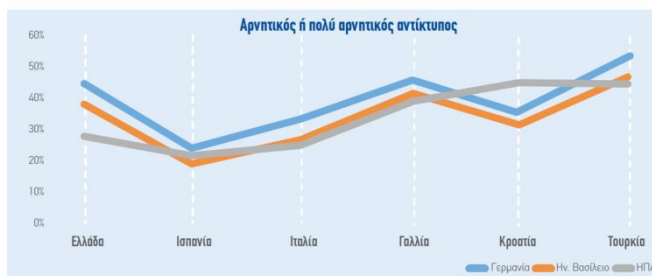


4. Η μεταναστευτική / προσφυγική κρίση πώς έχει επηρεάσει τις αντιλήψεις σας όσον αφορά στα ταξίδια σας στις ακόλουθες χώρες;

Το προσφυγικό ζήτημα επηρεάζει την εικόνα σχεδόν του 40% των μελλοντικών επισκεπτών της χώρας μας, σημαντικά υψηλότερο από Ισπανία και Ιταλία, χαμηλότερο όμως από Τουρκία.

Η μεταναστευτική / προσφυγική κρίση πώς έχει επηρεάσει τις αντιλήψεις σας όσον αφορά στα ταξίδια σας στις ακόλουθες χώρες;

Η μεταναστευτική / προσφυγική κρίση επηρεάζει σημαντικά τις ταξιδιωτικές αντιλήψεις. Η Ελλάδα έχει επηρεαστεί λιγότερο σε σχέση με την Τουρκία, αλλά περισσότερο σε σχέση με την Ιταλία και την Ισπανία.



Σημείωση: Η έρευνα διεξήχθη μεταξύ 21.01.2016 - 25.01.2015 από την Censuwide, μια ανεξάρτητη εταιρεία ερευνών, σε συνολικό αριθμό 3.046 ερωτηθέντων από την Μεγάλη Βρετανία, την Γερμανία και τις ΗΠΑ. Η έρευνα διεξήχθη στο διαδίκτυο μέσω της εταιρείας και σε τυχαίο δείγμα από σκέυους που δηλώνουν ότι έχουν επισκεπτεί ή επιθυμούν να επισκεπτούν την Ελλάδα. Η Censuwide συμμορφώνεται από τους κανόνες και αποσκόλη μίλη του Market Research Society, το οποίο βασίζεται στις αρχές ESOMAR.

Πηγή: **censuwide**



Συμπέρασμα:

Σύμφωνα με την μελέτη που υλοποίησε η Censuswide για το SETE Intelligence, η εικόνα της Ελλάδας στην Μ. Βρετανία, την Γερμανία και τις ΗΠΑ παραμένει ιδιαίτερα θετική όσον αφορά στην ελκυστικότητα και στην ασφάλεια του προορισμού, που εφόσον διατηρηθεί, ενισχύει τις προοπτικές της φετινής τουριστικής περιόδου.

Είναι αναγκαίο να ολοκληρωθεί το ταχύτερο και ομαλά η αξιολόγηση ώστε να εκκινηθεί η διαδικασία σταθεροποίησης της οικονομίας. Παράλληλα, επισημαίνεται ότι είναι απαραίτητο η Κυβέρνηση και η Τοπική Αυτοδιοίκηση να λύσουν άμεσα και αποτελεσματικά τις προκλήσεις του προσφυγικού ζητήματος και να ανταποκριθούν στις δεσμεύσεις που έχουν αναλάβει έναντι της Ευρωπαϊκής Ένωσης ως προς την υποδοχή, απογραφή και διαχείριση των προσφυγικών ροών. Πρέπει με κάθε μέσο να εξασφαλιστεί ότι δεν θα διακυβευθεί η συμμετοχή της χώρας στην συνθήκη Σένγκεν, δεν θα αλλοιωθεί η καθημερινότητα των τοπικών κοινωνιών, δεν θα πληγεί η οικονομία και η απασχόληση και δεν θα επηρεαστεί η λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων και η ποιότητα των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών.

Παράρτημα 3

Αντίληψη ξένων για την εικόνα της Ελλάδας (Πηγή SETE)

Αποτελέσματα διαδικτυακής έρευνας

Λαμβάνοντας υπόψη τους εξωγενείς παράγοντες, οι οποίοι ενδέχεται να επηρεάσουν την θερινή τουριστική περίοδο, το SETE Intelligence επανέλαβε, από τις 12.04.2016 έως τις 14.04.2016, τη διαδικτυακή έρευνα αντίληψης για την εικόνα της Ελλάδας στις αγορές της Μεγάλης Βρετανίας, Γερμανίας και ΗΠΑ. Την υλοποίηση της έρευνας ανέλαβε η ανεξάρτητη βρετανική εταιρεία Censuswide, σε συνολικό δείγμα 3.046 ερωτηθέντων οι οποίοι έχουν επισκεφτεί ή σκέπτονται να επισκεφτούν τη χώρα μας.

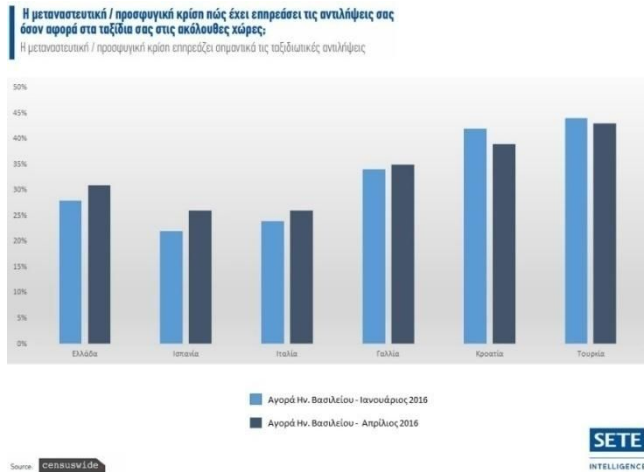
Προσφυγικό/Μεταναστευτικό

1. Γερμανική αγορά

Τους τελευταίους τρεις μήνες, η μεταναστευτική / προσφυγική κρίση στην Ελλάδα έχει επηρεάσει την αντίληψη της Γερμανικής αγοράς, όσον αφορά στα ταξίδια, κατά 6 ποσοστιαίες μονάδες

1^η έρευνα (21-25.01.2016) 46%

2^η έρευνα (12-14.04.2016) 52%

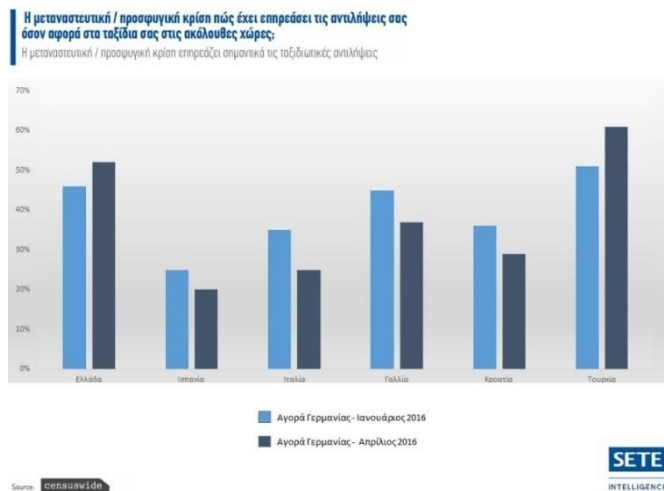


2. Βρετανική Αγορά

Τους τελευταίους τρεις μήνες, η μεταναστευτική / προσφυγική κρίση στην Ελλάδα έχει επηρεάσει την αντίληψη της Βρετανικής αγοράς, όσον αφορά στα ταξίδια, κατά 16 ποσοστιαίες μονάδες

1^η έρευνα (21-25.01.2016) 39%

2^η έρευνα (12-14.04.2016) 55%



3. Αγορά Η.Π.Α.

Τους τελευταίους τρεις μήνες, η

μεταναστευτική / προσφυγική κρίση στην Ελλάδα έχει επηρεάσει την αντίληψη της αγοράς των Η.Π.Α., όσον αφορά στα ταξίδια, κατά 3 ποσοστιαίες μονάδες

1^η έρευνα (21-25.01.2016) 28%

2^η έρευνα (12-14.04.2016) 31%

Συμπέρασμα:

Σύμφωνα με την μελέτη που υλοποίησε η Censuswide για το SETE Intelligence, όσον αφορά στο κατά πόσο το προσφυγικό / μεταναστευτικό ζήτημα έχει επηρεάσει την αντίληψη των ερωτηθέντων σχετικά με τα ταξίδια σε Ελλάδα, Ισπανία, Ιταλία, Γαλλία, Κροατία και Τουρκία, καταγράφεται μια σαφής επιδείνωση της αντίληψης για την Ελλάδα.

Με την τουριστική περίοδο να έχει ήδη ξεκινήσει, είναι επιτακτικό η Πολιτεία να αντιμετωπίσει άμεσα, ολιστικά και αποτελεσματικά τις προκλήσεις του προσφυγικού ζητήματος, ώστε να διασφαλιστεί με κάθε μέσο ότι δεν αλλοιώνεται η καθημερινότητα των τοπικών κοινωνιών, δεν θα πληγεί περαιτέρω η οικονομία και η απασχόληση και δεν επηρεάζεται η λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων και η ποιότητα των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών, με όποιες επιπρόσθετες επιπτώσεις μπορεί να επέλθουν στην εικόνα, στις αφίξεις αλλά και στα έσοδα του Κράτους.

Παράρτημα 4

Μεταβολές Αεροπορικών Αφίξεων το καλοκαίρι του 2016 (Πηγή ΣΕΤΕ)

Παράρτημα 5

Εισπράξεις 2015-2016 (Πηγή ΣΕΤΕ)