



**ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΟΥ**

**ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΓΕΩΡΓΙΑΣ
MBA FOOD & AGRIBUSINESS**

Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία

Επίδραση της κλιματικής κρίσης στον ελληνικό τουρισμό

Κωνσταντίνος Γ. Ζέρβας

Επιβλέπουσα καθηγήτρια:

Χρύσα Αγαπητού, Επίκουρη Καθηγήτρια Πανεπιστήμιο Πειραιώς

**ΑΘΗΝΑ
2024**

**ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΟΥ**

Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία

Επίδραση της κλιματικής κρίσης στον ελληνικό τουρισμό

Impact of climate crisis on greek tourism

Κωνσταντίνος Γ. Ζέρβας

Εξεταστική Επιτροπή:

Χρύσα Αγαπητού, Επίκουρη Καθηγήτρια ΠΑΠΕΙ (επιβλέπουσα)

Ιωάννης Τσουλφάς, Αναπληρωτής Καθηγητής ΓΠΑ

Αχιλλέας Βασιλόπουλος, Επίκουρος Καθηγητής ΓΠΑ

Επίδραση της κλιματικής κρίσης στον ελληνικό τουρισμό

*ΔΠΜΣ Οργάνωση & Διοίκηση Επιχειρήσεων Τροφίμων & Γεωργίας
Τμήμα Αγροτικής Οικονομίας & Ανάπτυξης
Τμήμα Επιστήμης Τροφίμων & Διατροφής του Ανθρώπου*

Περίληψη

Το κλίμα αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για τον ελληνικό τουρισμό. Η σύνδεση μεταξύ κλίματος και τουρισμού έχει διάφορες πτυχές. Αυτό γίνεται γιατί το κλίμα ενώ αποτελεί βασικό πόρο για τις τουριστικές επιχειρήσεις ταυτόχρονα μπορεί να εγκυμονεί κινδύνους και απειλές. Είναι ένας ανεξέλεγκτος παράγοντας γι' αυτό και χρειάζεται προσοχή από τη τουριστική βιομηχανία και τους τουρίστες.

Η Ελλάδα είναι ένας δημοφιλής τουριστικός προορισμός παγκοσμίως, με αποτέλεσμα να είναι αρκετά εκτεθειμένος σε πιθανούς κινδύνους. Η προσαρμογή της τουριστικής βιομηχανίας στα νέα δεδομένα που ορίζει η κλιματική κρίση είναι μια πολυσύνθετη διαδικασία που απαιτεί ολιστική προσέγγιση, αποδοχή του προβλήματος και συνεργασία με όλους τους stakeholders. Η επίδραση της κλιματικής κρίσης αναμένεται να επηρεάσει τον ελληνικό τουρισμό άμεσα αλλά και μακροπρόθεσμα αναδεικνύοντας έτσι μερικές από τις αδυναμίες του και επισημαίνοντας ωστόσο κάποιες αναπτυξιακές ευκαιρίες.

Η μετάβαση σε μια πιο αειφορική μορφή τουριστικής ανάπτυξης συνοδεύεται από προκλήσεις. Η συμμετοχή της κοινωνίας παίζει καθοριστικό ρόλο σε αυτή τη προσπάθεια. Όσο θέματα βιωσιμότητας κατέχουν εξέχουσα θέση στο πολιτικό λόγο, έτσι και η νομοθεσία θα ακολουθεί. Έπειτα, στη προσπάθεια μείωσης του περιβαλλοντικού αποτυπώματος, μια επιχείρηση δύναται να μειώσει και τα λειτουργικά της κόστη.

Η παρούσα εργασία αποτελεί μια προσπάθεια αποτύπωσης της πορείας της κλιματικής κρίσης και της σχέσης της με τον ελληνικό τουρισμό. Πραγματοποιήθηκε έρευνα μέσω ερωτηματολογίου για να παρατηρηθεί η στάση και η συμπεριφορά του τουριστικού πληθυσμού απέναντι σε αυτό το φαινόμενο.

Επιστημονική περιοχή: Τουριστική συμπεριφορά

Λέξεις κλειδιά: Ελληνικός τουρισμός, κλιματική κρίση, βιωσιμότητα

Impact of climate crisis on greek tourism

*MBA Food & Agribusiness
Department of Agriculture Economy & Development
Department of Food Science & Nutrition*

Abstract

The climate is a decisive factor for Greek tourism. The link between climate and tourism has several aspects. This is because the climate, while being a key resource for tourism businesses, can also pose risks and threats. It is an uncontrollable factor, that is why it needs attention from the tourism industry and tourists.

Greece is a popular tourist destination worldwide, so it is quite exposed to potential risks. The adaptation of the tourism industry to the new data defined by climate crisis is a complex process that requires a holistic approach, acceptance of the problem and cooperation with all stakeholders. The impact of climate crisis is expected to affect Greek tourism directly as well as in the long term, thus highlighting some of its weaknesses and highlighting some development opportunities.

The transition to a more sustainable form of tourism development comes with challenges. The participation of society plays a decisive role in this effort. As sustainability issues feature prominently in political discourse, legislation will follow. Then, in the effort to reduce the environmental footprint, a company can also reduce its operating costs.

This work is an attempt to capture the course of climate crisis and its relationship with Greek tourism. A questionnaire survey was conducted to observe the attitude and behavior of the tourist population towards this phenomenon.

Scientific area: Tourist behavior

Keywords: Greek tourism, climate crisis, sustainability

Δήλωση έργου

Ο κάτωθι υπογεγραμμένος φοιτητής, Ζέρβας Κωνσταντίνος, δηλώνω ρητά ότι η παρούσα Μεταπτυχιακή Εργασία με τίτλο «Η επίδραση της κλιματικής κρίσης στον Ελληνικό Τουρισμό», καθώς και τα ηλεκτρονικά αρχεία και πηγαίοι κώδικες που αναπτύχθηκαν ή τροποποιήθηκαν στα πλαίσια αυτής της εργασίας και αναφέρονται ρητώς μέσα στο κείμενο που συνοδεύουν, και η οποία έχει εκπονηθεί στο ΔΠΜΣ Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων Τροφίμων και Γεωργίας-MBA Food & Agribusiness του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών, υπό την επίβλεψη της κα. Αγαπητού Χρύσας, αποτελεί αποκλειστικά δικό μου, μη υποβοηθούμενο πόνημα, δεν προσβάλλει κάθε μορφής πνευματικά δικαιώματα τρίτων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής. Τα σημεία όπου έχουν χρησιμοποιηθεί ιδέες, κείμενο, αρχεία ή / και πηγές άλλων συγγραφέων, αναφέρονται ευδιάκριτα στο κείμενο με την κατάλληλη παραπομπή και η σχετική αναφορά περιλαμβάνεται στο τμήμα των βιβλιογραφικών αναφορών με πλήρη περιγραφή.

Η μεταπτυχιακή εργασία αυτή υποβάλλεται σε μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για την απονομή του Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στην «Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων Τροφίμων και Γεωργίας» του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Δεν έχει υποβληθεί ποτέ πριν για οιοδήποτε λόγο ή για εξέταση σε οποιοδήποτε άλλο πανεπιστήμιο ή εκπαιδευτικό ίδρυμα της χώρας ή του εξωτερικού. Η εργασία αποτελεί προϊόν συνεργασίας του φοιτητή και της επιβλέπουσας της εκπόνησής της. Τα φυσικά αυτά πρόσωπα έχουν και τα πνευματικά δικαιώματα στη δημοσίευση των αποτελεσμάτων της εργασίας σε επιστημονικά περιοδικά και συνέδρια. Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας εργασίας, εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Οι απόψεις και τα συμπεράσματα που περιέχονται σε αυτό το έγγραφο εκφράζουν τον συγγραφέα και μόνο.

Με την άδειά μου, η παρούσα εργασία ελέγχθηκε από την Εξεταστική Επιτροπή μέσα από λογισμικό ανίχνευσης λογοκλοπής που διαθέτει το ΓΠΑ και διασταυρώθηκε η εγκυρότητα και η πρωτοτυπία της.

Κωνσταντίνος Ζέρβας

Αθήνα, Σεπτέμβριος 2024

Ευχαριστίες

Η παρούσα διπλωματική εργασία πραγματοποιήθηκε στο Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών στο πλαίσιο του μεταπτυχιακού προγράμματος σπουδών MBA Food & Agribusiness κατά το έτος 2024.

Η ολοκλήρωση της μεταπτυχιακής αυτής εργασίας θα ήταν αδύνατη χωρίς την πολύτιμη υποστήριξη της καθηγήτριας μου, Επίκουρης Καθηγήτριας του ΠΑΠΕΙ, Χρύσας Αγαπητού. Της εκφράζω ένα τεράστιο ευχαριστώ για όλη τη βοήθεια που μου προσέφερε και τον πολύτιμο χρόνο που διέθεσε για να μου δώσει σημαντικά στοιχεία και εξηγήσεις πάνω στην εργασία.

Τέλος, θέλω να ευχαριστήσω πολύ τους γονείς μου, οι οποίοι υπήρξαν πάντα ένα ανεκτίμητο στήριγμα για μένα και στους οποίους χρωστάω όλη τη διαδρομή των σπουδών μου, μέχρι και σήμερα.

Περιεχόμενα

Κατάλογος Γραφημάτων.....	7
Κατάλογος Πινάκων	8
Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή	9
1.1 Γενικά.....	9
1.2 Στόχος	9
1.3 Μεθοδολογία.....	10
1.4 Δομή εργασίας.....	10
Κεφάλαιο 2: Βασικές έννοιες του τουρισμού	11
2.1 Ορισμός τουρισμού.....	11
2.2 Τουρισμός και Οικονομία	11
2.2.1 Ο τουρισμός ως «οριζόντια» οικονομική δραστηριότητα	11
2.2.2 Ο τουρισμός ως δραστηριότητα στην Ελλάδα.....	11
2.2.3 Κριτήρια επιλογής τουριστικού προορισμού.....	12
2.3 Η επίδραση του τουρισμού στη κλιματική κρίση.....	18
2.3.1 Εισαγωγή.....	18
2.3.2 Τουρισμός και εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα	18
2.3.3 Τουρισμός και εκπομπές μονοξειδίου του αζώτου	18
2.3.4 Θετικές επιπτώσεις του τουρισμού στο περιβάλλον.....	19
2.3.5 Αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού στο περιβάλλον.....	19
Κεφάλαιο 3: Περιβάλλον και κλιματική κρίση	21
3.1 Ορισμός κλίματος και κλιματικής κρίσης.....	21
3.2 Αίτια της κλιματικής κρίσης	21
3.3 Δείκτες Τουριστικής Ανάπτυξης.....	23
3.4 Συνέπειες της κλιματικής κρίσης.....	24
3.5 Φαινόμενα κλιματικής κρίσης στην Ελλάδα	26
Κεφάλαιο 4: Η επίδραση της κλιματικής κρίσης στην τουριστική συμπεριφορά.....	27
4.1 Εισαγωγή.....	27
4.2 Η επίδραση της κλιματικής κρίσης στην επιλογή τουριστικού προορισμού.....	27
4.3 Εμπόδια στο μετριασμό της κλιματικής κρίσης	29
4.4 Οι αντιλήψεις των τουριστών για την κλιματική κρίση	30

Κεφάλαιο 5: Η στάση και η συμπεριφορά των τουριστών απέναντι στην περιβαλλοντική υπευθυνότητα και τις πρακτικές βιώσιμης ανάπτυξης	32
5.1 Εισαγωγή.....	32
5.2 Έννοια του οικοτουρισμού	32
5.3 Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη	34
5.3.1 Costa Navarino.....	34
5.3.2 Sani Resort, Χαλκιδική	35
5.4 Περιβαλλοντική συνείδηση των τουριστών	35
Κεφάλαιο 6: Έρευνα της τουριστικής συμπεριφοράς απέναντι στην κλιματική κρίση	38
6.1 Σκοπός έρευνας.....	38
6.2 Μεθοδολογία και ερευνητικά ερωτήματα.....	38
6.3 Περιγραφή Δείγματος	39
6.4 Ερωτηματολόγιο	39
6.5 Εγκυρότητα και αξιοπιστία.....	40
6.6 Ανάλυση	40
Κεφάλαιο 7: Αποτελέσματα.....	41
7.1 Περιγραφική στατιστική	41
7.1.1 Ανάλυση δεδομένων.....	45
7.2 Στατιστική ανάλυση των δεδομένων	56
7.2.1 Ανάλυση διασταυρωμένης (ή διπλής) πινακοποίησης X^2	56
7.2.2 Συντελεστής συσχέτισης Spearman.....	58
7.2.3 Ανάλυση διακύμανσης (ANOVA).....	60
7.2.4 Διερευνητική Ανάλυση Παραγόντων (EFA).....	62
Κεφάλαιο 8: Συμπεράσματα	68
8.1 Ανασκόπηση συμπερασμάτων	68
8.2 Περιορισμοί έρευνας.....	69
8.3 Μελλοντική έρευνα.....	69
8.4 Πρακτικές προεκτάσεις.....	69
Βιβλιογραφικές αναφορές.....	70
Παράρτημα: Ερωτηματολόγιο	76

Κατάλογος Γραφημάτων

Διάγραμμα 1. CTIS	24
Διάγραμμα 2. Κατανομή φύλου	41
Διάγραμμα 3. Κατανομή ηλικίας	42
Διάγραμμα 4. Κατανομή εκπαίδευσης	42
Διάγραμμα 5. Κατανομή οικογενειακής κατάστασης	43
Διάγραμμα 6. Κατανομή εργασιακής κατάστασης	44
Διάγραμμα 7. Κατανομή ετήσιου οικογενειακού εισοδήματος	44
Διάγραμμα 8. Πόσο ενημερωμένοι είστε σχετικά με την κλιματική κρίση;	46
Διάγραμμα 9. Πόσο πιστεύετε ότι η κλιματική κρίση επηρεάζει τον τουριστικό τομέα;	47
Διάγραμμα 10. Πόσο ενημερωμένοι είστε για επιτυχημένες στρατηγικές προσαρμογής στην κλιματική κρίση στον τουριστικό τομέα	49
Διάγραμμα 11. Πόσο πιστεύετε ότι η κλιματική κρίση απειλεί τη βιωσιμότητα συγκεκριμένων ελληνικών τουριστικών προορισμών;	50
Διάγραμμα 12. Πόσο επηρεάζουν οι επιπτώσεις της κλιματικής κρίσης την απόφασή σας να επιλέξετε έναν συγκεκριμένο ταξιδιωτικό προορισμό στην Ελλάδα;	50
Διάγραμμα 13. Πιστεύετε ότι η ελληνική τουριστική βιομηχανία πετυχαίνει να αντιμετωπίσει τις προκλήσεις που θέτει η κλιματική κρίση;	51
Διάγραμμα 14. Πιστεύετε ότι τα άτομα μπορούν να κάνουν τη διαφορά στην καταπολέμηση της κλιματικής κρίσης μέσω των ταξιδιωτικών τους επιλογών;	52
Διάγραμμα 15. Πιστεύετε ότι η κλιματική κρίση θα μπορούσε να παρουσιάσει ευκαιρίες για νέους τύπους τουρισμού;	53
Διάγραμμα 16. Ποια από τα παρακάτω μέτρα μπορείτε να λάβετε για να μειώσετε το αποτύπωμα άνθρακα και να συμβάλλετε στον βιώσιμο τουρισμό στην Ελλάδα;	54
Διάγραμμα 17. Προθυμία πληρωμής	55
Διάγραμμα 18. Πόσο σας ελκύει ένας προορισμός που εφαρμόζει πρακτικές βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης;	55

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1. Κριτήρια επιλογής τουριστικού προορισμού στην Ελλάδα	45
Πίνακας 2. Προτιμώμενα είδη τουρισμού στην Ελλάδα	46
Πίνακας 3. Αντίληψη για τις πιθανές αιτίες της κλιματικής κρίσης	48
Πίνακας 4. Φαινόμενα που έχουν απειλήσει τους ερωτηθέντες	48
Πίνακας 5. Είδη τουρισμού που επηρεάζονται από την κλιματική κρίση	52
Πίνακας 6. Αποτελέσματα ελέγχου Chi-square για σχέση του κριτηρίου του κλίματος και της αντίληψης της απειλής της κλιματικής κρίσης.....	57
Πίνακας 7. Αποτελέσματα ελέγχου Chi-square για την επίδραση του φύλου στη προθυμία πληρωμής.....	57
Πίνακας 8. Αποτελέσματα ελέγχου Chi-square για επίδραση της εκπαίδευσης στην ελκυστικότητα ενός προορισμού	58
Πίνακας 9. Συσχέτιση της επίγνωσης του φαινομένου της κλιματικής κρίσης και του κατά πόσο οι επιπτώσεις της επηρεάζουν την απόφαση του ερωτώμενου να επιλέξει έναν συγκεκριμένο ταξιδιωτικό προορισμό.....	59
Πίνακας 10. Συσχέτιση της απειλής της ανόδου της θερμοκρασίας στην Ελλάδα και της αντίληψης ότι τα άτομα μπορούν να κάνουν τη διαφορά στην καταπολέμηση της κλιματικής κρίσης μέσω των ταξιδιωτικών τους επιλογών	60
Πίνακας 11. Σύγκριση αποτελεσμάτων στο επίπεδο των αντιλήψεων της κλιματικής κρίσης και του τουρισμού σε σχέση με την ηλικία των συμμετεχόντων.....	61
Πίνακας 12. Δείκτες Keiser-Meyer-Olkin και Bartlett's Sphericity	62
Πίνακας 13. Φορτίσεις Παραγόντων (1).....	63
Πίνακας 14. Φορτίσεις Παραγόντων (2).....	64
Πίνακας 15. Φορτίσεις Παραγόντων (3).....	65
Πίνακας 16. Φορτίσεις Παραγόντων (4).....	66
Πίνακας 17. Συνολική Διακύμανση	67

Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή

1.1 Γενικά

Η περιοχή της Μεσογείου, στο σύνολό της, αποτελεί ένα ξεχωριστό μέρος λόγω των αξιοσημείωτων φυσικών της χαρακτηριστικών και της τεράστιας τοπογραφικής, κλιματικής και γεωγραφικής μεταβλητότητας. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα για τα νησιά της, δηλαδή σημεία που αναγνωρίζονται παγκοσμίως ως ελκυστικοί προορισμοί μαζικού τουρισμού. Ωστόσο, η περιοχή της Μεσογείου υφίσταται επί του παρόντος έντονες δημογραφικές, κοινωνικές, πολιτιστικές, οικονομικές και περιβαλλοντικές αλλαγές με αποτέλεσμα την υποβάθμιση του περιβάλλοντος και την μείωση της βιωσιμότητας της. Η εξάρτηση αυτών των χωρών από τον τουρισμό τις καθιστά ιδιαίτερα ευάλωτες στη κλιματική κρίση, αφού το κλίμα ορίζει το μήκος και την ποιότητα της τουριστικής σεζόν και επηρεάζει τις περιβαλλοντικές συνθήκες οι οποίες είτε προσελκύουν είτε αποτρέπουν τους επισκέπτες (Leka *et al.*, 2022). Προηγούμενες έρευνες έδειξαν ότι η κλιματική κρίση μπορεί να οδηγήσει σε μείωση του τουρισμού σε Ελλάδα, Ισπανία και Τουρκία εξαιτίας των υψηλών θερμοκρασιών (Ding Du & Pin Ng, 2017).

Οι πυρκαγιές που ξέσπασαν στην Ελλάδα τον Ιούλιο του 2023 στην Ρόδο αποτέλεσαν όχι μόνο μια τεράστια φυσική καταστροφή αλλά και ένα μεγάλο πλήγμα τον τομέα του τουρισμού. Στο νησί της Ρόδου, όπου η πυρκαγιά άρχισε να καίει για έντεκα μέρες, χιλιάδες τουρίστες αναγκάστηκαν να εγκαταλείψουν τα ξενοδοχεία τους. Επιπλέον, αεροπορικές εταιρείες και ταξιδιωτικά γραφεία ακύρωσαν τις δραστηριότητες τους στο νησί μέχρι τον Αύγουστο. Το αντίκτυπο αυτής της καταστροφικής ζημιάς για τους ανθρώπους που εργάζονται σε αυτό το τομέα είναι σοβαρό και πρέπει να ληφθούν προστατευτικά μέτρα. Παρ' όλα αυτά, οι συνέπειες των παρατεταμένων κυμάτων ζέστης και γενικότερα της κλιματικής κρίσης αναμένεται να επηρεάσουν μακροπρόθεσμα τον τομέα του τουρισμού (Karakatsani, 2023).

Η σχέση μεταξύ της κλιματικής κρίσης και του τουρισμού είναι αρκετά περίπλοκη. Η κλιματική κρίση έχει ήδη αρχίσει παγκοσμίως να επηρεάζει τις επενδύσεις σε τουριστικές υποδομές. Οι άμεσες και έμμεσες επιπτώσεις της επιτάχυνσης της κλιματικής κρίσης και των εκτεταμένων πολιτικών πρακτικών αναμένεται να μεταμορφώσουν την ανταγωνιστικότητα, τη βιωσιμότητα και τη γεωγραφία του τουρισμού. Κάθε φαινόμενο της κλιματικής κρίσης πρόκειται να επηρεάσει αρνητικά την οικονομική ανάπτυξη σε πολλές περιοχές του κόσμου και να τους βλάψει ανεπανόρθωτα. Οι επιδράσεις της κλιματικής κρίσης θα δημιουργήσουν ταυτόχρονα κινδύνους και ευκαιρίες που θα διαφέρουν ανά τμήμα αγοράς και ανά τουριστική περιοχή (Scott, 2021).

1.2 Στόχος

Σκοπός αυτής της ερευνητικής εργασίας είναι να μελετηθεί η σχέση και η αλληλεπίδραση του τουριστικού τομέα με την κλιματική κρίση. Η έννοια της κλιματικής κρίσης παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον λόγω της διαρκούς μεταβλητότητας της και των θετικών και αρνητικών συνεπειών της στο κλάδο του

τουρισμού. Η μεγάλη αυτή παραλλακτικότητα των καιρικών φαινομένων χαρίζει μια πρωτοτυπία στη παρούσα έρευνα. Στο πλαίσιο αυτό, σημαντικό είναι να ερευνηθεί το κατά πόσο οι αναμενόμενες αλλαγές θα επηρεάσουν και με ποιο τρόπο την τουριστική συμπεριφορά. Αντικείμενο μελέτης θα αποτελέσουν τα δεδομένα που θα συλλεχθούν κατά την πρωτογενή έρευνα. Τέλος, στόχο αποτελεί η ανάλυση της προθυμίας των ταξιδιωτών και οι προβληματισμοί τους, σε μια στροφή για πιο βιώσιμες τουριστικές πρακτικές.

1.3 Μεθοδολογία

Ο στόχος της ποσοτικής έρευνας είναι η γενικοποίηση των πληθυσμιακών μεταβλητών καθώς και η αλληλοσυσχέτιση τους. Για αυτό τον λόγο, απαιτείται συλλογή και ανάλυση των πληροφοριών σε ποικίλες μεταβλητές του πληθυσμού. Επειδή η συλλογή πληροφοριών από όλο το πληθυσμό είναι δύσκολη, χρονοβόρα και συνήθως αδύνατη, οι πληροφορίες έχουν συλλεχθεί από ένα δείγμα του πληθυσμού και με βάση αυτά τα δεδομένα διεξάγεται η ανάλυση. Οι αναλύσεις χαρακτηρίζονται από επιστημονική ακρίβεια και πραγματοποιούνται χάρη στο λογισμικό SPSS Statistics. Η επιλογή του δείγματος είναι τυχαία.

1.4 Δομή εργασίας

Αρχικά, πραγματοποιείται μια ανασκόπηση στη βιβλιογραφία όπου γίνεται αναφορά στις ήδη υπάρχουσες έρευνες. Αναλύεται η έννοια του τουρισμού καθώς και του θετικού και αρνητικού αντίκτυπού του στην ελληνική κοινωνία. Στο τρίτο κεφάλαιο εξετάζεται το φαινόμενο της κλιματικής κρίσης ως ένα μείζον ζήτημα που απασχολεί την παγκόσμια κοινότητα. Το επόμενο κεφάλαιο περιλαμβάνει την επίδραση της κλιματικής κρίσης στην τουριστική συμπεριφορά. Στο πέμπτο κεφάλαιο γίνεται εκτενής αναφορά στην περιβαλλοντική συνείδηση των τουριστών και στην επαφή με τους με την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Στο έκτο κεφάλαιο αναλύεται η διαδικασία εκμαίευσης της αντίληψης των Ελλήνων τουριστών για την κλιματική κρίση. Ύστερα, ακολουθεί κεφάλαιο που περιλαμβάνει τη συλλογή των απαραίτητων δεδομένων. Στο έβδομο κεφάλαιο λαμβάνει χώρα η περιγραφική και στατιστική ανάλυση των δεδομένων που θα προκύψουν από την πρωτογενή έρευνα. Το όγδοο κεφάλαιο επικεντρώνεται στα συμπεράσματα που θα προκύψουν από όλη την μεταπτυχιακή μελέτη.

Κεφάλαιο 2: Βασικές έννοιες του τουρισμού

2.1 Ορισμός τουρισμού

Υπάρχουν πολλοί ορισμοί στη διεθνή βιβλιογραφία που αφορούν το τουρισμό. Σύμφωνα με τον Leiper (1979), τουρισμός είναι το σύστημα το οποίο περιέχει μετάβαση και προσωρινή παραμονή ενός ατόμου σε διαφορετικό τόπο από τον τόπο διαμονής του, με την θέληση του. Τα στοιχεία του συστήματος είναι οι τουρίστες, οι διαδρομές, οι προορισμοί και η τουριστική βιομηχανία. Αυτά τα στοιχεία συνδέονται χωρικά και λειτουργικά. Εφόσον το σύστημα είναι ανοιχτό, ο τουρισμός αλληλοεπιδρά με τα ευρύτερα περιβάλλοντα όπως είναι το φυσικό, το πολιτιστικό, το κοινωνικό, το οικονομικό, το πολιτικό και το τεχνολογικό περιβάλλον.

2.2 Τουρισμός και Οικονομία

2.2.1 Ο τουρισμός ως «οριζόντια» οικονομική δραστηριότητα

Ο τουρισμός αντίθετα με τη πλειοψηφία των δραστηριοτήτων του πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα, θεωρείται οριζόντια λειτουργία και όχι κάθετη. Ουσιαστικά, ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα που οριοθετείται από την πλευρά ζήτησης προϊόντων και υπηρεσιών σε σχέση με τις δραστηριότητες του πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα που αποτελούν δραστηριότητες παραγωγής και προσφοράς προϊόντων. Για παράδειγμα ο μεταλλουργικός κλάδος αποτελείται από τις εταιρείες προϊόντων μετάλλου και η βιομηχανία των σιτηρών από τις γεωργικές επιχειρήσεις που ασχολούνται με την παραγωγή και μεταποίηση σιτηρών. Σε αντίθεση με αυτές τις διαδικασίες, η δραστηριότητα του τουρισμού εμπλέκεται σε πολλούς κλάδους της οικονομίας, όπως μετακινήσεις (π.χ. αεροπορικά ταξίδια και μεταφορά με λεωφορείο στο αεροδρόμιο), διαμονή, εστίαση, διασκέδαση και κατανάλωση σε τοπικά και μη καταστήματα. Συνεπώς ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα που επηρεάζει πολλές και διάφορες λειτουργίες του κοινωνικού και παραγωγικού ιστού μιας χώρας (ΙΝΣΕΤΕ 2024).

2.2.2 Ο τουρισμός ως δραστηριότητα στην Ελλάδα

Το κύριο χαρακτηριστικό του τουρισμού στην Ελλάδα αφορά την «έντασή» του (μαζικός τουρισμός), λόγω της αύξησης του εισοδήματος και της βελτίωσης του τρόπου ζωής των επισκεπτών. Πριν την εμφάνιση του φαινομένου του μαζικού τουρισμού, οι εξορμήσεις πολιτιστικού ή ψυχαγωγικού τύπου αποτελούσαν προνόμιο λίγων πλούσιων περιηγητών. Η μαζικότητα του τουρισμού στην Ελλάδα και στις περισσότερες μεσογειακές χώρες στηρίζεται στην προώθηση των «3S» (sea, sun, sand), συνδυαστικά με την πολιτιστική κληρονομιά, και λαμβάνει χώρα κυρίως στις παραθαλάσσιες και νησιωτικές περιοχές την καλοκαιρινή περίοδο. Ένα άλλο χαρακτηριστικό του ελληνικού τουρισμού αφορά τη χωρική και εποχική του ένταση, προκαλώντας σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις στην ποιότητα του φυσικού και αστικού περιβάλλοντος, καθώς και στη περιφέρεια. Εκτός από τα θετικά του τουρισμού

στη συμβολή στην οικονομία και την απασχόληση, η υποβάθμιση του περιβάλλοντος λόγω του μαζικού τουρισμού ήδη άρχισε να εμφανίζεται στην Ελλάδα από τη δεκαετία του '70, σηματοδοτώντας τους ανάλογους κινδύνους (Kalantzi et al., 2023).

Η σημασία του τουρισμού στη διαμόρφωση του ΑΕΠ της χώρας δε φαίνεται να είναι αμελητέα. Το Ινστιτούτο Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ 2024) αναφέρει πως ο τουρισμός αποτέλεσε το ανάχωμα στη ύφεση και τα υψηλά ποσοστά ανεργίας τα χρόνια της κρίσης και έπειτα συνέχισε να διατηρεί θετικούς ρυθμούς ανάπτυξης. Ύστερα, η πανδημία COVID και τα μέτρα περιορισμού της εξάπλωσης έπληξαν καίρια την οικονομική ζωή αρκετών ταξιδιωτικών προορισμών αλλά και την οικονομία γενικότερα. Η ταχεία ανάκαμψη του τουρισμού το 2021 και το 2022 στην Ελλάδα έδωσε μια ανάκαμψη στο ΑΕΠ αλλά ανέδειξε επίσης την Ελλάδα ως ένα τουριστικό προορισμό διεθνούς εμβέλειας. Εν κατακλείδι, ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους τομείς που παρουσίασαν και συνεχίζουν να παρουσιάζουν αξιόλογο επενδυτικό ενδιαφέρον. Εξαιτίας όμως του μεγάλου διασκορπισμού των τοποθεσιών, ο τουρισμός παίζει καθοριστικό ρόλο στη διάρθρωση του εισοδήματος σε πολλές Περιφέρειες της χώρας. Στην αντίπερα όχθη, ο τουρισμός χαρακτηρίζεται από έντονη εποχικότητα καθώς οι διακοπές για Ήλιο και Θάλασσα- που αποτελούν το μεγαλύτερο προϊόντικο χαρακτηριστικό- αποτελούν το βασικό τουριστικό στοιχείο της χώρας.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας της ΕΣΕΕ (2023), η πλειονότητα των τουριστών που εισέρχονται στη χώρα είναι οι Άγγλοι, οι Γερμανοί, οι Γάλλοι, οι Ιταλοί και οι Αμερικάνοι. Η πλειοψηφία (52,8%) διαθέτει εισόδημα μεταξύ 15.000 – 50.000 ευρώ και ξοδεύουν περίπου 200 ευρώ την ημέρα/άτομο. Εξαιρετικά εμπορικά προϊόντα αποτελούν τα *souvenirs* (24,3%) και τα τοπικά παραδοσιακά προϊόντα (19,2%), με την τάση των επισκεπτών να προμηθευτούν κυρίως αναμνηστικά αγαθά (29,6%) (<https://shorturl.at/L9gad>).

Στην Ελλάδα ο εισερχόμενος τουρισμός το 2023 σημείωσε νέες ανώτατες τιμές τόσο στις αφίξεις, όσο και στα έσοδα, επισκιάζοντας και τα επίπεδα του 2019. Πιο συγκεκριμένα, οι εισπράξεις έφτασαν τα € 19,8 δις., αυξημένες κατά 12,2% σε σχέση με το 2019 (17,7 δις.). Οι αφίξεις από το εισερχόμενο τουρισμό ανήλθαν σε 32,7 εκατ. το 2023 όντας αυξημένες κατά 4,4% σε σχέση με το 2019 (31,3 εκατ.). Ο τουρισμός το 2023 αντιστοίχησε στο 13% του ΑΕΠ της χώρας, ενώ αν συμπεριληφθεί και η έμμεση συνεισφορά του μέσω πολλαπλασιαστών, αντιστοίχησε σε περίπου 30%. Τέλος, αξίζει να σημειωθεί η αύξηση των επενδύσεων σε € 5,1 δις. (ΙΝΣΕΤΕ, 2024).

Οι τρεις νησιωτικές περιοχές της χώρας, Κρήτη, Νότιο Αιγαίο και Ιόνια Νησιά, συμπεριλαμβανομένου της Αττικής και της Κεντρικής Μακεδονίας κατείχαν το 87% των τουριστικών εσόδων το 2020. 29% είχε το Νότιο Αιγαίο, 20% η Κρήτη, 18% η Αττική, 10% η Κεντρική Μακεδονία και 10% τα Ιόνια Νησιά (ΙΝΣΕΤΕ 2020).

2.2.3 Κριτήρια επιλογής τουριστικού προορισμού

Υπάρχουν πολλά στοιχεία που επηρεάζουν την επιλογή ταξιδιωτικού προορισμού. Αυτά τα στοιχεία περιλαμβάνουν εξέταση του προορισμού από πτυχές όπως ο πολιτισμός, οι οικονομικές και πολιτικές καταστάσεις, το κλίμα και η προσβασιμότητα

σε αξιοθέατα (π.χ. εκδηλώσεις, μνημεία και φεστιβάλ), καθώς και από την άποψη των ταξιδιωτών, την ηλικία και το φύλο τους, την οικογενειακή και κοινωνικοοικονομική κατάσταση και την φυσική κατάσταση. Αυτά τα χαρακτηριστικά είναι συχνά αλληλένδετα, δημιουργώντας έτσι μια ακόμη ευρύτερη πλατφόρμα προτιμήσεων. Ο εντοπισμός συγκεκριμένων αξιοθέατων που σχετίζονται με την προβολή του προορισμού και οι αλληλεπιδράσεις μεταξύ αυτών των στοιχείων βοηθούν στη διαμόρφωση ενός αποτελεσματικού πλάνου μάρκετινγκ.

Τα κριτήρια επιλογής τουριστικού προορισμού εξαρτώνται από δύο διαφορετικούς τύπους παραγόντων. Πρώτον, ο παράγοντας κινήτρων και δεύτερον ο παράγοντας ανησυχίας. Οι παράγοντες παρακίνησης αναφέρονται στους προορισμούς που έχουν ενσωματωμένα χαρακτηριστικά που προσελκύουν τον τουρίστα για να επισκεφθεί και να γνωρίσει τον προορισμό. Παράγοντες ανησυχίας είναι τα κριτήρια λήψης αποφάσεων που ο επισκέπτης βλέπει στον προορισμό. Η έρευνα των Dahiya & Batra (2016) βασίζεται στην εξαγωγή των παραγόντων της τουριστικής επιλογής από τη βιβλιογραφία και στην αντιστοίχιση τους με τα χαρακτηριστικά του τουριστικού προορισμού. Μια στατιστική τεχνική γνωστή ως διερευνητική παραγοντική ανάλυση υιοθετήθηκε για τις εξαγωγές των παραγόντων. Οι παράγοντες είναι η «άνεση», οι «κλιματολογικές συνθήκες», η «πλούσια υποδοχή», οι «οικονομικές τουριστικές εγκαταστάσεις», οι «εκδηλώσεις», το «φαγητό» και η «νυχτερινή ζωή».

Η ελκυστικότητα του προορισμού είναι ένας σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει τις αποφάσεις των ταξιδιωτών. Αντανακλά την αντίληψη των επισκεπτών για τον προορισμό και αφορά το κατά πόσο ο προορισμός ανταποκρίνεται στις ανάγκες των τουριστών. Στη σημερινή τουριστική αγορά, η οικοδόμηση συναισθηματικού δεσίματος με τον προορισμό είναι ένα βασικό ζήτημα της επωνυμίας και της δημοφιλίας του τουριστικού προορισμού. Βελτιώνοντας την τρέχουσα κατάσταση ενός προορισμού, σε τομείς όπως οι τουριστικές εγκαταστάσεις και οι συνθήκες διαμονής, ένας προορισμός θα αυξήσει την ελκυστικότητά του για τους τουρίστες, θα δημιουργήσει μια αξιόλογη εμπειρία για τους τουρίστες και θα τους βοηθήσει να καλύψουν υλικές και πνευματικές τους ανάγκες, καλλιεργώντας έτσι τα συναισθήματα των τουριστών προς τον προορισμό. Τα αρμόδια τμήματα στη διαμόρφωση της εικόνας των τουριστικών προορισμών θα πρέπει να επικεντρωθούν στην διάθεση σημαντικών πόρων και να αυξήσουν τη δημοσιότητα τους οδηγώντας έτσι σε συναισθηματική σύνδεση του επισκέπτη με τον προορισμό (Li *et al.*, 2023).

Η προσβασιμότητα νοείται ως μια συνθήκη που επιτρέπει στα άτομα με αναπηρία να ζουν και να συμμετέχουν στην καθημερινή τους ζωή χωρίς εμπόδια. Είναι ένας τρόπος να συνεισφέρει σε ορισμένους από τους Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης, στη μείωση της ανισότητας εντός και μεταξύ των χωρών, και να κάνει τις πόλεις ασφαλείς και βιώσιμες. Ταυτόχρονα, θεωρείται πυλώνας έξυπνων προορισμών και κατέχει σημαντική θέση στη μέτρηση της ανταγωνιστικότητας και, κατά συνέπεια, στην τουριστική απόδοση των προορισμών. Στόχος της έρευνας των Rucci *et al.* (2022) ήταν να εξετάσει τη σχέση μεταξύ των δεικτών προσβασιμότητας των τουριστικών προορισμών και της τουριστικής τους απόδοσης στην Ισπανία. Τα αποτελέσματά δείχνουν ότι η προσβασιμότητα δεν φαίνεται να είναι καθοριστικός παράγοντας στην απόδοση των τουριστικών τοποθεσιών. Οι ηλιόλουστοι προορισμοί έχουν καλύτερες τουριστικές επιδόσεις από τους πολιτιστικούς, έχοντας ή όχι προσβάσιμες συνθήκες.

Ένα χαρακτηριστικό που επηρεάζει τις αποφάσεις των ταξιδιωτών είναι οι προσιτές τιμές. Περιλαμβάνει τοπική φιλοξενία, καθαριότητα, ασφάλεια και ασφάλεια και προσιτές τιμές κοντά σε τουριστικό αξιοθέατο και οικονομικά προσιτά τρόφιμα και ποτά. Ο προσιτός τουρισμός έχει σχέση με το κόστος ταξιδιού, τις τιμές διαμονής και τα τέλη εισόδου στα αξιοθέατα σίγουρα θα βοηθούσε στη δημιουργία ενός επιτυχημένου προορισμού (Ortaleza *et al.*, 2021). Μελέτη έδειξε ότι οι περισσότεροι πελάτες πιστεύουν ότι η online κράτηση ξενοδοχείου είναι βολική, πιο αξιόπιστη, πιο γρήγορη και φθηνότερη από την τηλεφωνική κράτηση (Teng *et al.*, 2020).

Τα ταξίδια συνδέονται εγγενώς με τον κίνδυνο. Η ασφάλεια του προορισμού είναι σημαντικός παράγοντας που λαμβάνουν υπόψη οι τουρίστες, ειδικά όταν επισκέπτονται μέρη στο εξωτερικό που δεν τους είναι οικεία. Ωστόσο, η αίσθηση ασφάλειας των τουριστών εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι ορίζουν τις αντιλήψεις τους για την ασφάλεια τους για τους προορισμούς υπό διαφορετικές συνθήκες. Όταν τα στοιχεία ασφάλειας λείπουν ή αποτυγχάνουν να ανταποκριθούν στις προσδοκίες τους, οι τουρίστες γενικά θεωρούν έναν προορισμό λιγότερο ασφαλή. Η πιθανότητα κινδύνου δεν αποθαρρύνει πάντα τους ανθρώπους από το να επισκεφτούν έναν προορισμό, ορισμένοι τουρίστες θεωρούν τέτοια μέρη μυστηριώδη ή περιπετειώδη. Η έρευνα των Ζου και Υου (2022) διερεύνησε την αίσθηση των τουριστών για την ασφάλεια του προορισμού από μια κοινωνική οπτική. Η αίσθηση ασφάλειας ενός ατόμου είναι συνυφασμένη με τις κοινωνικές πρακτικές. Σε μια απόκλιση από προηγούμενες εργασίες για την τουριστική ασφάλεια, αυτή η μελέτη αναδιατύπωσε την αίσθηση ασφάλειας των τουριστών σε σχέση με το χρόνο και το χώρο. Τα ευρήματα τεκμηριώνουν την ανάγκη σύλληψης και επαλήθευσης των εννοιών που σχετίζονται με την τουριστική ασφάλεια, όπως η αντιληπτή ασφάλεια προορισμού από τους τουρίστες, το κλίμα ασφαλείας προορισμού και η αίσθηση ασφάλειας. Η μελέτη επιβεβαίωσε την κοινή ανάγκη των τουριστών να λαμβάνουν πληροφορίες από διαφορετικές πηγές στο στάδιο πριν από το ταξίδι. Αυτή η γνώση μπορεί να διαμορφώσει τις ερμηνείες τους για θέματα που σχετίζονται με την ασφάλεια ενός προορισμού. Η αίσθηση ασφάλειας των τουριστών διαφέρει επίσης ανάλογα με την πηγή πληροφοριών. Οι πληροφορίες από την κυβέρνηση ή τον δημόσιο τομέα είναι πιο πιθανό να είναι αξιόπιστες σε σχέση με τα μέσα ενημέρωσης, τα οποία μπορεί να είναι υπερβολικά ή μεροληπτικά. Μετά το στάδιο αυτό, η αίσθηση ασφάλειας των τουριστών συνεχίζει να εξελίσσεται με βάση τις πραγματικές εμπειρίες και τις αλληλεπιδράσεις τους με άλλους παράγοντες κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους. Οι αντιληπτοί κίνδυνοι σε έναν προορισμό μπορούν είτε να πραγματοποιηθούν είτε όχι μόλις οι τουρίστες εγκαταλείψουν το περιβάλλον του σπιτιού τους. Για παράδειγμα, οι τουρίστες που έχουν αρνητικές αντιλήψεις για ένα πολυσύχναστο αξιοθέατο μπορεί στην πραγματικότητα να αισθάνονται αναζωογονημένοι και ευπρόσδεκτοι όταν συναντούν τους ντόπιους ανθρώπους. Αξίζει επίσης να σημειωθεί η αίσθηση ασφάλειας των τουριστών μετά το ταξίδι, καθώς οι απόψεις τους βασίζονται στην ανάκληση της πραγματικής εμπειρίας. Οι τουρίστες τείνουν να θυμούνται τα εξέχοντα χαρακτηριστικά ασφάλειας ή δραστηριότητες ενός προορισμού. Όταν η ασφάλεια του προορισμού είναι καλύτερη από την αναμενόμενη, οι τουρίστες είναι πιο πιθανό να το επισκεφτούν ξανά, να μοιραστούν την εμπειρία με υποψήφιους τουρίστες και να συστήσουν τον προορισμό σε άλλους.

Στόχος της μελέτης των Shen *et al.* (2020) ήταν να αναλύσει την επίδραση των έξυπνων τεχνολογιών στην εμπειρία επίσκεψης στο πλαίσιο των τουριστικών αξιοθέατων. Υπήρξε μια σημαντικά θετική συσχέτιση μεταξύ τους, δείχνοντας ότι οι έξυπνες τεχνολογίες έχουν επιρροή στην επίτευξη μιας ελκυστικής και αξέχαστης εμπειρίας επίσκεψης σε τουριστικά αξιοθέατα που εφαρμόζουν αυτού του είδους τις τεχνολογίες.

Οι μικρής κλίμακας πόλεις πολιτιστικής κληρονομιάς αντιμετωπίζουν συνήθως έντονο ανταγωνισμό από τους γύρω προορισμούς, ιδιαίτερα σε περιφερειακές αγροτικές περιοχές όπου ο τουρισμός έχει σημαντικές δυνατότητες για περιφερειακή ανάπτυξη. Η μελέτη των Sziva *et al.* (2023) εξέτασε την smart tourism τεχνολογία ως εργαλείο για την αύξηση της ελκυστικότητας και της διαφοροποίησης των προορισμών πολιτιστικής κληρονομιάς χρησιμοποιώντας παραδείγματα συγγκριτικών προορισμών. Η έρευνα επιδίωξε να απαντήσει στο ερώτημα εάν ένας μικρής κλίμακας προορισμός πολιτιστικής κληρονομιάς μπορεί να γίνει πιο ελκυστικός προορισμός λόγω της τεχνολογίας. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι αξίζει τον κόπο για τους υπεύθυνους λήψης αποφάσεων να επενδύσουν περαιτέρω σε ψηφιακά εργαλεία, καθώς μπορούν να αυξήσουν την ελκυστικότητα των πόλεων. Κατά συνέπεια, πρέπει να προσαρμόσουν τη στρατηγική μάρκετινγκ τους για να προσελκύσουν τους τουρίστες επικοινωνώντας την ύπαρξη ψηφιακών εργαλείων.

Όλο και περισσότεροι προορισμοί χρησιμοποιούν έξυπνη τεχνολογία για να εμπλουτίσουν την ταξιδιωτική εμπειρία. Ο στόχος της εργασίας των Sustacha *et al.* (2023) είναι να ενσωματώσει τα ευρήματα σχετικά με το πώς η τεχνολογία επηρεάζει την τουριστική εμπειρία σε έξυπνους προορισμούς για να παρέχει μια επισκόπηση του αντίκτυπού της. Αυτή η μελέτη δείχνει ότι η χρήση της τεχνολογίας επηρεάζει θετικά την ταξιδιωτική εμπειρία των τουριστών που επισκέπτονται έξυπνους προορισμούς. Σε ένα περιβάλλον που διαμεσολαβείται από την τεχνολογία, η μη τήρηση των απαιτήσεων ασφάλειας και ιδιωτικότητας σε έναν προορισμό μπορεί να επηρεάσει σημαντικά την προθυμία των τουριστών. Συνεπώς, η διαφύλαξη και η διασφάλιση του απορρήτου των προσωπικών δεδομένων είναι ένα ουσιαστικό χαρακτηριστικό για τη διατήρηση θετικής φήμης και την προσέλκυση επισκεπτών.

Η ταχεία ανάπτυξη της ψηφιακής οικονομίας στον κόσμο παρέχει αυξημένο ανταγωνισμό σε διάφορους τομείς, συμπεριλαμβανομένου του τουρισμού. Η μελέτη των κριτηρίων ελκυστικότητας για τουριστικούς προορισμούς έχει αποκαλύψει την παρουσία εσωτερικών και εξωτερικών παραγόντων. Οι εσωτερικοί παράγοντες που αυξάνουν την ελκυστικότητα περιλαμβάνουν ποσοτικά και ποιοτικά χαρακτηριστικά αντικειμένων τουριστικού ενδιαφέροντος: φυσικά, πολιτιστικά, αρχιτεκτονικά αντικείμενα, αξιοθέατα, τουριστικούς πόρους. Ένας εξωτερικός παράγοντας που αυξάνει την ελκυστικότητα είναι η πληροφόρηση. Ο ρόλος της ψηφιακής τεχνολογίας δεν περιορίζεται στη δημιουργία μόνο ενός πεδίου πληροφοριών. Είναι σημαντική τόσο για τη διαμόρφωση της εσωτερικής ελκυστικότητας των τουριστικών τόπων όσο και για την οργάνωση τουριστικών υπηρεσιών (δημιουργία τουριστικών πόρων) (Radygina, 2023).

Ο στόχος της μελέτης των Debski *et al.* (2017) ήταν η διαχείριση πληροφοριών σχετικά με την επιλογή πιθανών προορισμών από νέους (φοιτητές) από τον Καναδά, την Πολωνία, το Τρινιντάντ και το Τομπάγκο. Βασικό κριτήριο για την επιλογή

προορισμού αποδείχθηκε το κόστος. Παρ' όλα αυτά το θέμα της άνεσης ήταν ανάμεσα στα προτιμώμενα χαρακτηριστικά των επιθυμητών προορισμών, το οποίο θεωρήθηκε μη αναμενόμενο από τα νεαρά άτομα. Τέλος, η υπόθεση ότι διαφορετικά στοιχεία επηρεάζουν την επιλογή προορισμού για διαφορετικά γκρουπ υποψήφιων τουριστών δεν επιβεβαιώθηκε.

Μετά από εκτεταμένη βιβλιογραφική ανασκόπηση στο τουριστικό μάρκετινγκ προκύπτει ένα ερώτημα εάν η εθνικότητα, ως μεταβλητή επηρεάζει τα κίνητρα των τουριστών. Η εθνικότητα μερικές φορές υποδηλώνεται από την κατοικία των τουριστών ενώ λόγω της ραγδαίας παγκοσμιοποίησης και της αυξανόμενης ανάπτυξης της πολυπολιτισμικότητας η έννοια της εθνικότητας σταδιακά εξαφανίζεται. Η εθνικότητα θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη μαζί με άλλες μεταβλητές όπως η προσωπικότητα, ο τρόπος ζωής, η κοινωνική τάξη και ο πολιτισμός (Pantounakis & Patsiouras, 2016).

Οι προσδοκίες είναι ένα κίνητρο που έχουν οι τουρίστες στο μυαλό τους όταν ταξιδεύουν. Από τη βιβλιογραφία προκύπτει ότι η εικόνα του προορισμού στα μάτια των υποψήφιων ταξιδιωτών είναι ο βασικός παράγοντας στη λήψη της απόφασης « που θα ταξιδέψουμε». Υποστηρίζεται ότι η εικόνα είναι ανώτερη της πραγματικότητας. Για να μετρηθεί η «εικόνα» του προορισμού χρησιμοποιούνται κάποια χαρακτηριστικά. Μερικά από αυτά τα χαρακτηριστικά είναι: Τα τοπία και η φύση, οι τιμές, το κλίμα, τα αθλήματα και εγκαταστάσεις ή δραστηριότητες, η αρχιτεκτονική και οι υποδομές, τα ιστορικά μνημεία, τα μουσεία, η παραλία, η διαμονή, οι εκθέσεις σε πόλεις, φεστιβάλ και άλλα. Ο πελάτης είναι ένα άτομο που μέσα από μια διαδικασία λήψης αποφάσεων, γίνεται κάτοχος αγαθών και απολαμβάνει υπηρεσίες για προσωπική ευχαρίστηση. Όταν οι τουρίστες επισκέπτονται ένα μέρος, η συμπεριφορά τους διαφοροποιείται. Πάντα θέλουν να ζήσουν μια διαφορετική εμπειρία στον τουριστικό προορισμό (Pantounakis & Patsiouras, 2016).

Οι περιβαλλοντικοί κίνδυνοι έχουν τη δυνατότητα να επηρεάσουν όχι μόνο το κοινωνικό περιβάλλον αλλά και το φυσικό περιβάλλον επηρεάζοντας τον τρόπο με τον οποίο συμπεριφέρονται οι τουρίστες και επιλέγουν τους ταξιδιωτικούς προορισμούς τους. Επιπλέον, ο τουρισμός ως τομέας της οικονομίας είναι ευαίσθητος σε ποικίλους κινδύνους, ιδιαίτερα σε αυτούς που σχετίζονται με το περιβάλλον, και έχει τη δυνατότητα να αποθαρρύνει τους ταξιδιώτες. Ο αυξανόμενος πληθυσμός και όλες οι δραστηριότητές του μπορεί επίσης να είναι η πηγή της αύξησης των περιβαλλοντικών κινδύνων. Η επίσκεψη στην πληγείσα περιοχή μπορεί να μειωθεί ως αποτέλεσμα καταστροφών και άλλων κρίσεων (όπως επιδημίες, συγκρούσεις και ρύπανση). Η αντίληψη του τουριστικού κινδύνου περιλαμβάνει τη γνώση των κοινωνικών και περιβαλλοντικών συνθηκών σε δημοφιλείς τουριστικές περιοχές καθώς και των συνθηκών ασφάλειας που περιβάλλουν «τροφήμα, στέγαση, μεταφορές, ταξίδια, ψώνια και ψυχαγωγία» κατά τη διαδικασία του ταξιδιού (Hjalager *et al.*, 2019).

Η μελέτη των Petrovic *et al.* (2023) ανέλυσε τις εξελίξεις στην αξιολόγηση της αντίληψης κινδύνου στον τουρισμό σε σχέση με τα ψυχολογικά χαρακτηριστικά των τουριστών. Αποδείχθηκε ότι τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας που προέρχονται από μια κλίμακα με δέκα προκαθορισμένες ερωτήσεις έχουν σημαντική επίδραση στον τρόπο ζωής και σχηματίζουν ψυχογραφικούς προσανατολισμούς, οι οποίοι επηρεάζουν

έπειτα την επιλογή προορισμών και τη συμπεριφορά των τουριστών σε σχέση με διάφορα επίπεδα κινδύνου και ελκυστικότητας. Άτομα που είναι πιο δραστήρια σε σχέση με την πλειοψηφία των ανθρώπων, είναι πιο πιθανό να πάρουν ρίσκα και να επισκεφθούν τοποθεσίες με υψηλότερα επίπεδα περιβαλλοντικού κινδύνου.

Η διαθεσιμότητα φιλικών τουριστικών υποδομών στον τουριστικό προορισμό αποτελεί βασικό κριτήριο των ταξιδιωτών. Τύποι τουριστικής υποδομής είναι καταλύματα και ξενοδοχεία, υποδομές επικοινωνιών, καταστήματα, εστιατόρια, πάρκινγκ, ΑΤΜ κ.λπ. και υποδομές ψυχαγωγίας (Mallik *et al.*, 2021).

Οι πρακτικές βιώσιμης ανάπτυξης μπορούν να θεωρηθούν κρίσιμοι παράγοντες στην επιλογή ξενοδοχείου. Έρευνες δείχνουν ότι οι επισκέπτες είναι πρόθυμοι να υποστούν λιγότερη άνεση με στόχο να υποστηρίξουν φιλικές προς το περιβάλλον πρωτοβουλίες. Παρόμοιες μελέτες αποδεικνύουν ότι οι τουρίστες είναι πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερα για οικολογικά προϊόντα και υπηρεσίες (Pavia *et al.*, 2015).

Οι τουρίστες από διαφορετικά πολιτιστικά υπόβαθρα έχουν διαφορετικές αντιλήψεις για την εικόνα ενός τουριστικού προορισμού. Η εργασία των Tian *et al.* (2021) διερεύνησε την εικόνα του τουριστικού προορισμού από μια εθνική και πολιτιστική προοπτική και έλεγξε εάν υπάρχει επιρροή του πολιτισμού ενός τμήματος επισκεπτών στην εικόνα προορισμού, καθώς και στην ταξιδιωτική συμπεριφορά και ικανοποίηση. Η μελέτη κατέδειξε ότι η εικόνα του προορισμού που αντιλαμβάνονται οι Κινέζοι επισκέπτες επηρεάζεται από το κοινωνικό και πολιτισμικό τους υπόβαθρο και, δεύτερον, ότι οι επισκέπτες εκτιμούν πολύ το κύρος και την κοινωνική δικτύωση κατά τη διάρκεια της επίσκεψης. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι οι Κινέζοι τουρίστες έχουν ισχυρό ταξιδιωτικό κίνητρο όσον αφορά την απόκτηση πολιτιστικής εμπειρίας και ότι εκτιμούν τους πολιτιστικούς χώρους του προορισμού.

Η λήψη πληροφοριών σχετικά με τους προορισμούς και τις υπηρεσίες που παρέχουν βασίζεται όλο και περισσότερο στο περιεχόμενο που δημιουργείται από χρήστες (user-generated content-UGC), το οποίο περιλαμβάνει κριτικές τουριστικών υπηρεσιών καθώς και αξιολόγηση αξιοθέατων και προορισμών από επισκέπτες. Η αυξανόμενη σημασία των κριτικών για τις τουριστικές υπηρεσίες αναγνωρίζεται από τους παρόχους τουριστικών υπηρεσιών και ορισμένες από αυτές επηρεάζουν το περιεχόμενο των κριτικών σε ιστότοπους κριτικών. Παράλληλα, αναπτύσσονται εντατικά οι διαδικασίες για την πρόληψη ψευδών και παραπλανητικών ελέγχων, καθώς και τον εντοπισμό τους. Οι ιστότοποι αξιολόγησης είναι σημαντικοί, όχι μόνο για τη λήψη αποφάσεων από πιθανούς χρήστες τουριστικών υπηρεσιών και επισκέπτες, αλλά και ως πηγές πολύτιμων πληροφοριών σχετικά με τον τρόπο σκέψης και την ικανοποίηση ή δυσαρέσκεια των συμμετεχόντων στον τουρισμό. Οι ιστότοποι αξιολόγησης (review sites) είναι σημαντικοί για το μάρκετινγκ των τουριστικών υπηρεσιών, των αξιοθέατων και των προορισμών. Αποτελούν επίσης σημαντικό παράγοντα ικανοποίησης και προσδοκίας που δημιουργούν οι προορισμοί, άρα θεωρούνται μέρος του συνολικού τουριστικού προϊόντος (Zelenka *et al.*, 2021).

2.3 Η επίδραση του τουρισμού στη κλιματική κρίση

2.3.1 Εισαγωγή

Η σχέση μεταξύ της κλιματικής κρίσης και του τουρισμού είναι διπλή: η κλιματική κρίση επιδρά στο τουρισμό και ο τουρισμός επιδρά στην κλιματική κρίση. Η βιωσιμότητα του τουρισμού εξαρτάται από τη διατήρηση και το σεβασμό στο φυσικό περιβάλλον. Η κλιματική κρίση επηρεάζει μερικές υπηρεσίες που το οικοσύστημα προσφέρει στους επισκέπτες. Για παράδειγμα, τα πιο συχνά και έντονα κύματα ζέστης ή η μείωση των διαθέσιμων παραλιών λόγω της αύξησης της στάθμης της θάλασσας επηρεάζουν την εμπορική αξία ενός προορισμού. Χρειάζεται έτσι, να παρθούν μέτρα που ίσως αλλάξουν τα κόστη της τουριστικής βιομηχανίας με επενδύσεις σχετικές με τα μέσα μεταφοράς και τις επιλογές για προορισμούς. Ουσιαστικά, το πιο σημαντικό αέριο που συμβάλλει στο φαινόμενο του θερμοκηπίου και αυξάνει τη μέση θερμοκρασία είναι το διοξείδιο του άνθρακα και προκύπτει από ανθρώπινη δραστηριότητα αποκλειστικά (Arabadzhyan *et al.*, 2020).

2.3.2 Τουρισμός και εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα

Οι μεταφορές και οι υπηρεσίες υποδομών έχουν ζωτικό ρόλο στην οικονομική ζωή των τουριστικών περιοχών. Για να έχει περισσότερα οφέλη από τον τουρισμό μια χώρα, χρειάζεται να έχει αεροδρόμια, λιμάνια, σιδηρόδρομους και ένα καλά σχεδιασμένο οδικό δίκτυο. Δεν είναι μόνο απαραίτητα για διεθνείς μετακινήσεις αλλά και για εγχώριες. Οι Taizeng Ren *et al.* (2019) υποστηρίζουν ότι η αύξηση στη ποιότητα και τη ποσότητα των υπηρεσιών όπως η κατασκευή νέων θέρετρων, ξενοδοχείων και εστιατορίων μειώνουν την υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος. Ιστορικά, υπάρχει μια κοντινή σχέση μεταξύ οικονομικής ανάπτυξης και εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα. Όσο οι οικονομίες μεγαλώνουν, τόσο το περιβάλλον υποβαθμίζεται (Lee, Brahmašreṇe, 2013). Οι Sun *et al.* (2022) συγκέντρωσαν 81 έρευνες οι οποίες ανέλυαν τη σχέση τουριστικής ανάπτυξης και εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα. Από τις 81 μελέτες, οι 40 (49%) υπέδειξαν ότι ο τουρισμός αυξάνει τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα, 21 μελέτες (26%) ανέφεραν ότι η τουριστική ανάπτυξη μειώνει τις εκπομπές, 17 έρευνες (21%) παρατήρησαν ανάμεικτα αποτελέσματα και 3 έρευνες (4%) συμπέραναν στο ότι δεν υπάρχει καμία σχέση μεταξύ αυτών των δύο μεταβλητών.

2.3.3 Τουρισμός και εκπομπές μονοξειδίου του αζώτου

Το αντίκτυπο των αεροπορικών ταξιδιών στη κλιματική κρίση δε προκύπτει μόνο από τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα αλλά και από τις εκπομπές μονοξειδίου του αζώτου (Peeters, 2007). Οι Lee *et al.* (2009) υποστήριξαν ότι οι εκπομπές αερίων των αεροπορικών ταξιδιών συμβάλλουν στη κλιματική κρίση μέσω της ακτινοβολίας. Στα τέλη της δεκαετίας του 1980 και στις αρχές της δεκαετίας του 1990, ξεκίνησε η έρευνα σχετικά με τις επιπτώσεις των εκπομπών οξειδίων του αζώτου ($\text{NO}_x = \text{NO} + \text{NO}_2$) στο σχηματισμό τροποσφαιρικού O_3 (αέριο θερμοκηπίου). Τα έργα EU AERONOX και US

SASS (Schumann, 1997) και διάφορα άλλα ερευνητικά προγράμματα εντόπισαν έναν αριθμό εκπομπών και επιπτώσεων από τα αεροπλάνα, εκτός από εκείνες του CO₂ και ενδέχεται να επηρεάσουν το κλίμα. Κατά την αξιολόγηση της δυνατότητας ανθρωπογενών δραστηριοτήτων να επηρεάσουν το κλίμα, η αεροπορία ξεχωρίζει ως μοναδικός τομέας, καθώς το μεγαλύτερο μέρος των εκπομπών της διοχετεύεται σε υψόμετρα κρουαζιέρας αεροσκαφών 8–12 km. Σε αυτά τα υψόμετρα, οι εκπομπές έχουν αυξημένη αποτελεσματικότητα στην εκπομπή χημικών και αερολυμάτων που σχετίζονται με την κλιματική κρίση (π.χ. σχηματισμός νεφών και παραγωγή O₃) (Lee *et al.*, 2009).

2.3.4 Θετικές επιπτώσεις του τουρισμού στο περιβάλλον

Προηγούμενες έρευνες έχουν υποστηρίξει ότι ο τουρισμός μπορεί να συμβάλλει στη προστασία του περιβάλλοντος χάρη στην υιοθέτηση φιλικών προς το περιβάλλον τεχνολογιών και μεταφορικών μέσων. Αυτή η στροφή προς έναν πιο βιώσιμο τρόπο ζωής μπορεί να περιλαμβάνει μέτρα όπως η μείωση της κατανάλωσης της βενζίνης, η βελτίωση των οδικών υποδομών, τα οποία δύναται να οδηγήσουν στη μείωση των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα. Ο τουρισμός μπορεί να συμβάλει αξιόλογα στην προστασία του περιβάλλοντος, στη συντήρηση και στην ανανέωση της βιοποικιλότητας και στην αειφόρο χρήση των φυσικών πόρων. Λόγω της ελκυστικότητάς τους, ανέγγιχτες τοποθεσίες και φυσικές περιοχές προσδιορίζονται ως σπάνιες και πολύτιμες και η ανάγκη αυτή μπορεί να οδηγήσει σε δημιουργία εθνικών πάρκων και πάρκων άγριας φύσης. Τέλος, νομοθετικά μέτρα μπορούν να μειώσουν το αρνητικό αντίκτυπο του τουρισμού, όπως είναι ο έλεγχος των τουριστικών δραστηριοτήτων και της κινητικότητας σε προστατευόμενα μέρη. Έτσι θα προφυλαχθεί το οικοσύστημα και θα διατηρηθεί η βιοποικιλότητα του σημείου. Όρια μπορούν να οριστούν μετά από μια εις βάθος ανάλυση του μέγιστου δυνατού και βιώσιμου αριθμού επισκεπτών. Μια τέτοια στρατηγική ακολούθησαν τα νησιά Γκαλάπαγκος, όπου ο αριθμός των κρουαζιερόπλοιων που μπορούν να μεταβούν στα νησιά είναι περιορισμένος διασφαλίζοντας έτσι ότι οι επισκέπτες θα έχουν το μικρότερο δυνατό αντίκτυπο στο φυσικό και ζωικό περιβάλλον (Deb *et al.*, 2023).

2.3.5 Αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού στο περιβάλλον

Γίνεται αρκετή συζήτηση στη διεθνή ακαδημαϊκή κοινότητα σχετικά με το γεγονός ότι η πλειοψηφία του τουριστικού πληθυσμού ακολουθεί επιβαρυντικές προς το περιβάλλον πρακτικές κατά τη διάρκεια του ταξιδιού της. Αρχικά, παράγονται εκπομπές αερίων άνθρακα, αφού χρειάζεται να μετακινηθούν για να φτάσουν στο προορισμό τους. Τα πολυτελή ξενοδοχεία με πισίνα όπου το νερό καθαρίζεται με ισχυρά χημικά καθαριστικά, τα διαρκή και ζεστά ντους στο μπάνιο, η ρύθμιση του θερμοστάτη σε οριακές τιμές θερμοκρασίας και η μεγάλη περίσσεια τροφίμων από τα ημιτελή πρωινά, είναι μερικές πρακτικές που δείχνουν ότι οι άνθρωποι δε συμπεριφέρονται με τον ίδιο περιβαλλοντικά υπεύθυνο τρόπο όπως συμπεριφέρονται στο σπίτι τους.

Ο τουρισμός βρίσκεται ανάμεσα στις πιο ρυπογόνες βιομηχανίες παγκοσμίως. Παράγει το 8% των συνολικών ποσοτήτων εκπομπών αερίων θερμοκηπίου. Η συμβολή του στην υπερθέρμανση του πλανήτη υπολογίζεται στο 12,5%. Πιο συγκεκριμένα, η τουριστική βιομηχανία παράγει 35 εκατ. τόνους αποβλήτων κάθε χρόνο και καταναλώνει 300 λίτρα νερού κατά τη διάρκεια διαμονής ενός τουρίστα για ένα βράδυ. Ο αριθμός των τουριστών που ταξιδεύει κάθε χρόνο συνεχίζει να αυξάνεται (Dolnicar, 2020). Μέχρι το 2030 οι παγκόσμιες εκπομπές CO₂ που σχετίζονται με τις μεταφορές από το τουρισμό προβλέπεται να αυξηθούν κατά 25% από τα επίπεδα του 2016. Αυτή η αύξηση του CO₂ από εκπομπές από τις μεταφορές που σχετίζονται με τον τουρισμό αντιπροσωπεύει το 5,3% όλων των ανθρωπογενών εκπομπών παγκοσμίως το 2030. Βασισμένο σε ένα σενάριο «business-as-usual» που αναπτύχθηκε από την έρευνα του ΟΗΕ για το περιβάλλον, ο παγκόσμιος τουρισμός αναμένεται να δημιουργήσει έως το 2050 αύξηση κατά 154% στην κατανάλωση ενέργειας, 131% στα αέρια θερμοκηπίου εκπομπές ρύπων, 152% στην κατανάλωση νερού και 251% σε διάθεση στερεών αποβλήτων (Deloitte-INSETE Report "Sustainability in the Greek tourism market", 2023).

Όλοι οι ήχοι δεν δημιουργούν θόρυβο. Θόρυβος είναι κάθε ήχος που είναι ανεπιθύμητος και ξεπερνά το συγκεκριμένο όριο, δηλαδή πάνω από 80 ντεσιμπέλ. Σκληροί ήχοι κεραυνών και βροντών, θόρυβος που παράγεται από μηχανές, αυτοκίνητα, σιδηρόδρομοι, αεροπλάνα, θόρυβος από μεγάφωνα και κάποια μουσικά όργανα εμπίπτουν στην κατηγορία της ηχορύπανσης. Ο ολοένα αυξανόμενος θόρυβος έχει γίνει πλέον σημαντικός περιβαλλοντικός ρύπος, ειδικά σε αστικές δημοφιλείς περιοχές. Η πιο αξιοσημείωτη επίδραση της ηχορύπανσης είναι στην ακρόαση. Μπορεί να προκαλέσει και ολική απώλεια ακοής (Gazta, 2018). Σύμφωνα με τον Zunic (2023), η ηχορύπανση εμποδίζει τα πουλιά να φωλιάσουν αφού τα τραγούδια τους βρίσκονται σε χαμηλότερη συχνότητα. Επομένως είναι πιο δύσκολο να ακουστούν μέσω του θορύβου που προκαλείται από τον άνθρωπο.

Κεφάλαιο 3: Περιβάλλον και κλιματική κρίση

3.1 Ορισμός κλίματος και κλιματικής κρίσης

Η λέξη κλίμα προέρχεται από το ελληνικό κlinein που σημαίνει κλίση ή κλίνω προς κάτι. Η λέξη κλίμα χρησιμοποιήθηκε πρώτη φορά για να δείξει την «κλίση της γης από τον ισημερινό προς τους πόλους». Τον δέκατο έκτο αιώνα στη γερμανική γλώσσα πήρε την έννοια της ζεστασιάς και της αλληλουχίας καιρικών φαινομένων («Witterung»). Με βάση τη χρήση της στη μετεωρολογία κατά τη διάρκεια του 20^{ου} αιώνα θα όριζε κανείς το κλίμα ως την πολλαπλότητα των συνδυασμών μετρήσιμων μετεωρολογικών ποσοτήτων που συμβαίνουν στη γη αντίστοιχα σε διάφορα μέρη του κόσμου (Bolle, 1985).

Το κλίμα είναι το μοτίβο της αλλαγής της θερμοκρασίας, της υγρασίας, της θερμοκρασίας, της ατμοσφαιρικής πίεσης, του ανέμου, της βροχόπτωσης και άλλων μετεωρολογικών μεταβλητών σε μια δεδομένη περιοχή για μεγάλα χρονικά διαστήματα. Έτσι, η κλιματική αλλαγή ορίζεται ως μια σημαντική και διαρκής αλλαγή στη στατιστική κατανομή των καιρικών προτύπων που κυμαίνονται από δεκαετίες έως εκατομμύρια χρόνια. Η κλιματική αλλαγή μπορεί να περιορίζεται σε μια συγκεκριμένη περιοχή ή μπορεί να εμφανίζεται εξολοκλήρου πάνω στη γη. Διακυμάνσεις σε περιόδους μικρότερες από μερικές δεκαετίες όπως το φαινόμενο El Niño δεν αντιπροσωπεύουν την κλιματική αλλαγή (Patterson *et al.*, 2006).

Η κλιματική κρίση είναι ένας όρος που χρησιμοποιείται για να περιγράψει την υπερθέρμανση του πλανήτη, την κλιματική αλλαγή και τις επιπτώσεις τους. Αυτός ο όρος και ο όρος κλιματική έκτακτη ανάγκη έχουν χρησιμοποιηθεί για να περιγράψουν την απειλητική υπερθέρμανση του πλανήτη για την ανθρωπότητα και τη Γη και για να παροτρύνουν στον επιθετικό μετριασμό της κλιματικής αλλαγής και τη μετασχηματιστική προσαρμογή (www.Bloomberg.com).

Ωστόσο, οι ανθρωπογενείς δραστηριότητες θεωρούνται επί του παρόντος οι πιο υπεύθυνες για την κλιματική κρίση. Εκτός από την βιομηχανική επανάσταση, άλλες δραστηριότητες περιλαμβάνουν αλόγιστες γεωργικές εργασίες με βάση τα καύσιμα, αποψίλωση των δασών και προβλήματα στα μέσα μεταφοράς. Κατά συνέπεια, αυτές οι διαδικασίες οδηγούν σε κλιματικές καταστροφές, υποβαθμίζοντας την ανθρώπινη υγεία και την συνολική παραγωγικότητα. Η κακοδιαχείριση στην κατανάλωση ενέργειας αύξησε τα επίπεδα των αερίων θερμοκηπίου συμβάλλοντας στην αύξηση της μέσης θερμοκρασίας. Σήμερα ζούμε σε ένα ψηφιακό κόσμο όπου κυριαρχεί η παγκοσμιοποίηση και η κλιματική κρίση έχει καθοριστικό ρόλο. Αυτό που συμβαίνει σε μια χώρα έχει τεράστια επιρροή στις γεωγραφικά απομακρυσμένες χώρες, γεγονός που έγινε ιδιαίτερος γνωστό με την υγειονομική κρίση της ασθένειας του κορονοϊού Covid-19 που ξέσπασε τον Δεκέμβριο του 2019 στην Κίνα (Abass *et al.*, 2022).

3.2 Αίτια της κλιματικής κρίσης

Η αστικοποίηση, η γεωργία, οι βιομηχανικές εργασίες και το φαινόμενο του θερμοκηπίου είναι οι κύριες αιτίες της κλιματικής κρίσης σε όλο τον κόσμο. Αυτές οι δραστηριότητες είναι υπεύθυνες για την αύξηση του διοξειδίου του άνθρακα (CO₂) και

την ετήσια αύξηση της μέσης θερμοκρασίας στην επιφάνεια της γης. Όλα τα στοιχεία του περιβάλλοντος δηλαδή ο αέρας, το νερό και το έδαφος μεταβάλλονται κυρίως λόγω ανθρωπογενών δραστηριοτήτων, ειδικά με τον σύγχρονο τρόπο ζωής. Με την αύξηση του παγκόσμιου πληθυσμού και την εκβιομηχάνιση, το περιβάλλον διαταράσσεται συνεχώς. Παρ' όλα αυτά, υπάρχουν και φυσικοί παράγοντες που συμβάλλουν στη κλιματική κρίση, όπως είναι η ένταση της ηλιακής ακτινοβολίας, οι μεταβολές στη τροχιά της γης και οι ηφαιστειακές εκρήξεις (Fakana, 2020).

Η παρουσία της στιβάδας του όζοντος στην στρατόσφαιρα λειτουργεί ως ένα προστατευτικό στρώμα της επιφάνειας της γης και περιέχει συνήθως υψηλή συγκέντρωση όζοντος (O₃). Αφομοιώνει το 94-99% της ηλιακής ακτινοβολίας που μπορεί να βλάψει κάθε μορφή ζωής στο πλανήτη. Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1970 ανακαλύφθηκε ότι κάθε άνοιξη δημιουργούταν μια «τρύπα» στο στρώμα του όζοντος της στρατόσφαιρας ιδιαίτερα πάνω από την Ανταρκτική. Εκ τότε, υπήρξαν πολλές ανησυχίες σχετικά με την καταστροφή του όζοντος. Αυτό το πρόβλημα προκύπτει από ανθρωπογενείς δραστηριότητες. Σε αντίθεση με διαφορετικούς τύπους ρύπανσης, στη συγκεκριμένη περίπτωση οι χλωροφθοράνθρακες (CFC) είναι μια ειδική ουσία που είναι υπεύθυνη για τη μείωση της στιβάδας του όζοντος (Kabir *et al.*, 2023).

Το βασικό αίτιο της κλιματικής κρίσης είναι το φαινόμενο του θερμοκηπίου. Μερικά αέρια στην ατμόσφαιρα της Γης δρουν όπως το γυαλί των θερμοκηπίων. Συγκρατούν τη θερμική ενέργεια του ηλίου και αποτρέπουν τη διάχυσή της στο διάστημα, οδηγώντας σε υπερθέρμανση του πλανήτη. Θεωρείται φυσικό το φαινόμενο παρ' όλα αυτά η ανθρώπινη δραστηριότητα έχει προκαλέσει αύξηση των συγκεντρώσεων μερικών από αυτά και συγκεκριμένα του διοξειδίου του άνθρακα (CO₂), του μεθανίου, του υποξειδίου του αζώτου και των φθοριούχων αερίων. Το CO₂ που δημιουργείται από ανθρώπινο παράγοντα αποτελεί βασικό πυλώνα της υπερθέρμανσης του πλανήτη. Το 2020 η ποσότητα του στην ατμόσφαιρα ήταν κατά 48% πιο υψηλή από εποχές προ-βιομηχανικής ανάπτυξης(πριν από το 1750) (www.climate.ec.europa.eu).

Η συντριπτική πλειοψηφία των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα δημιουργούνται από την καύση ορυκτών καυσίμων όπως πετρελαίου και φυσικού αερίου, με επιπλέον συνεισφορές που προκύπτουν από την αποψίλωση των δασών αλλά και διάφορες αλλαγές στη χρήση της γης. Η αύξηση της κτηνοτροφίας συμβάλλει στη παραγωγή μεγάλων ποσοτήτων μεθανίων κατά την πέψη της τροφής των ζώων. Η υπερβολική αζωτούχος λίπανση οδηγεί σε εκπομπές υποξειδίου του αζώτου το οποίο θεωρείται μετά το διοξείδιο του άνθρακα(CO₂) ως το δεύτερο βασικότερο αέριο του θερμοκηπίου.

Σύμφωνα με τους Neal *et al.* (2022), τα εδάφη που λιπαίνονται με οργανική ουσία έχουν την ικανότητα να διατηρούν μεγαλύτερα επίπεδα αζώτου, σε σχέση με τα εδάφη που λιπαίνονται με ανόργανα εδαφοβελτιωτικά και χαρακτηρίζονται από απώλειες αερίων του υποξειδίου του αζώτου. Τέλος, τα φθοριούχα αέρια προκύπτουν από εξοπλισμό ψύξης, κλιματισμού και μηχανών θερμότητας και καλλυντικά. Αν και οι εκπομπές των φθοριούχων αερίων αντιπροσωπεύουν μόνο το 2% των αερίων του θερμοκηπίου, είναι η μοναδική ομάδα αερίων με σαφή ανοδική τάση(www.ypen.gov.gr)

Κάθε χρόνο, οι δασικές πυρκαγιές καταστρέφουν στρέμματα γης σε όλο τον κόσμο, τη βιοποικιλότητα της χλωρίδας και της πανίδας και λειτουργούν ως κύρια πηγή εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου. Καθώς η βλάστηση καίγεται, απελευθερώνεται ο άνθρακας που είναι αποθηκευμένος μέσα της. Αυτή η διαδικασία θεωρείται φυσιολογική. Ωστόσο, όταν η ανάκτηση της βλάστησης είναι πολύ αργή ή και ατελής, λόγω του ότι τα τροπικά δάση αντικαθίστανται με γεωργικές καλλιέργειες, ο άνθρακας που δεν απορροφάται ξανά παραμένει στην ατμόσφαιρα και συμβάλλει στη κλιματική κρίση (Singh, 2022). Οι δασικές πυρκαγιές επηρεάζουν το κλίμα και η κλιματική κρίση θεωρείται ότι οδηγεί σε αύξηση της συχνότητας και της σοβαρότητας των πυρκαγιών με αποτέλεσμα να είναι αδύνατο να ανακάμψει η βλάστηση και να επέρχεται μόνιμη απώλεια των δασών (Kala, 2023).

3.3 Δείκτες Τουριστικής Ανάπτυξης

Ο Κλιματικός Δείκτης Τουρισμού χρησιμοποιείται για την ποσοτική αξιολόγηση της επίδρασης της κλιματικής κρίσης στο τουρισμό αφού συγχωνεύει τους κλιματικούς παράγοντες που σχετίζονται με τον τουρισμό σε ένα ενιαίο δείκτη. Θεωρείται από τους πιο ευρέως αναφερόμενους και αναγνωρισμένους κλιματικούς δείκτες, υποβοηθούμενος από την έννοια της ανθρώπινης κλιματικής άνεσης. Ένας Κλιματικός Δείκτης Τουρισμού (TCI) περιλαμβάνει λεπτομερείς μετρήσεις που συνδυάζουν ζωτικούς κλιματικούς παράγοντες που σχετίζονται με τον τουρισμό δηλαδή την θερμική άνεση, τα στοιχεία της φύσης όπως η βροχή, ο άνεμος, η ηλιοφάνεια ή η συννεφιά. Ως θερμική άνεση ορίζεται η κατάσταση ικανοποίησης που λαμβάνει υπόψη τις περιβαλλοντικές θερμικές συνθήκες. Τα φυσικά στοιχεία έχουν αντίκτυπο στη σωματική καταπόνηση όταν εμπλέκονται τουριστικές δραστηριότητες που απαιτούν σωματική προσπάθεια. Ο δείκτης TCI ενισχύει τη βελτίωση της διαδικασίας λήψης απόφασης, υποδεικνύοντας μια «κλιματική εικόνα» των διαφόρων ταξιδιωτικών προορισμών στους τουρίστες (Hasanah *et al.*, 2020).

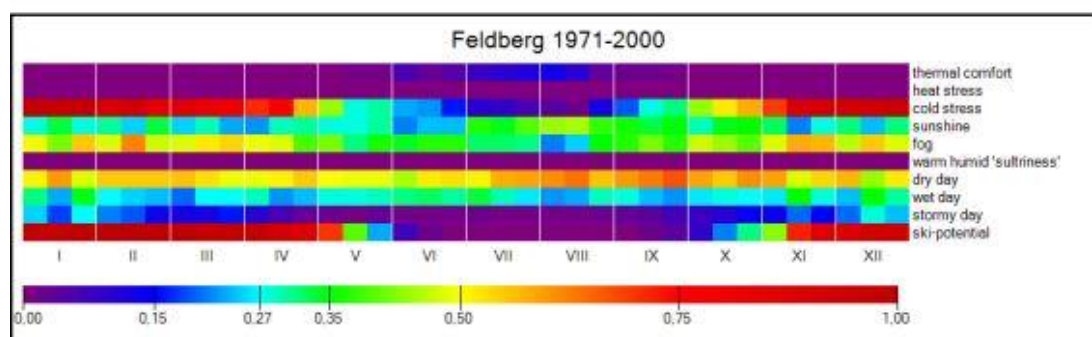
Η ποσοτικοποίηση και η εξήγηση της θερμικής συνιστώσας του κλίματος πραγματοποιείται με τη βοήθεια μερικών δεικτών. Οι δείκτες αυτές, γνωστοί και ως βιοκλιματικοί, προέρχονται από την μαθηματική σύνθεση διαφόρων μετεωρολογικών παραγόντων, όπως η θερμοκρασία και η σχετική υγρασία του αέρα, η ταχύτητα του αέρα και η ηλιακή ακτινοβολία σε όλες τις μορφές της. Σε κάποιους από αυτούς τους δείκτες υπεισέρχονται ορισμένα επιπλέον γεωμετρικά χαρακτηριστικά της περιοχής, όπως και στοιχεία που αφορούν τα άτομα τα οποία επηρεάζονται από αυτές τις περιβαλλοντικές συνθήκες της περιοχής. Οι δείκτες αυτοί μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε βιοκλιματικούς και θερμοφυσιολογικούς.

Οι βιοκλιματικοί δείκτες χρησιμοποιούν μετεωρολογικά δεδομένα για την ανάλυση της επίδρασης των κλιματικών συνθηκών στο ανθρώπινο περιβάλλον. Οι δείκτες αυτοί είναι σχετικά απλοί στη χρήση τους παρ' όλα αυτά δεν λαμβάνουν υπόψη τη διαφορετικότητα που επικρατεί μεταξύ των ανθρώπινων οργανισμών (π.χ. λόγω φύλου, ηλικίας) στην ίδια κλιματική κατάσταση (Matzarakis *et al.*, 2013).

Σε θερμοφυσιολογικούς δείκτες, η περιγραφή της ανάλυσης του κλίματος στον άνθρωπο γίνεται με τη σύγκριση όλων των θερμικών παραγόντων. Οι

θερμοφυσιολογικοί δείκτες σχετίζονται με το ενεργειακό ισοζύγιο του ανθρώπου. Απαιτούν δεδομένα που έχουν να κάνουν με τη φυσιολογία του ανθρώπου (μεταβολισμός, σωματική καταπόνηση, φύλο κ.λπ.). Θετικό στοιχείο των δεικτών αυτών είναι το γεγονός ότι χρειάζονται ως δεδομένα απλές μετεωρολογικές παραμέτρους όπως είναι η θερμοκρασία, η υγρασία, η ταχύτητα του αέρα και η ηλιακή ακτινοβολία. Ένας από τους γνωστούς θερμικούς δείκτες της κατηγορίας αυτής είναι η Φυσιολογικά Ισοδύναμη Θερμοκρασία (PET). Αυτή βασίζεται στο ενεργειακό ισοζύγιο του ανθρώπου. Οι δύο τελευταίοι παράμετροι του κλίματος, η αισθητική και η φυσική, μπορούν να περιγραφούν με χαρακτηριστικά όπως το ύψος χιονιού και η διάρκεια ηλιοφάνειας από τις προ υπάρχουσες βάσεις δεδομένων.

Οι περισσότερες κατηγορίες τουρισμού συνδέονται στενά με το κλίμα. Ο καιρός και το κλίμα έχουν ουσιαστική επίδραση στον τουριστικό τομέα και είναι πολύ σημαντικά για την αναψυχή και τις υπαίθριες δραστηριότητες. Αυτή η επιρροή επηρεάζει ιδιαίτερα τη χρονική κατανομή των τουριστών καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Για τουριστικούς σκοπούς, σχηματίζονται διάφοροι δείκτες για την παροχή πληροφοριών σχετικά με τον επιδιωκόμενο προορισμό και την ερμηνεία των επιδράσεων ορισμένων ατμοσφαιρικών συνιστωσών. Έτσι, θα καταστεί δυνατή η μέτρηση και η αξιολόγηση των κλιματικών συνθηκών του προορισμού. Μεταξύ των δεικτών, το Climate -Tourism – Information - Scheme (CTIS) δίνει μια εικόνα για το ανθρώπινο θερμικό ισοζύγιο με βάση τα όρια σημαντικών παραμέτρων και τη συχνότητα εμφάνισής τους. Τα αποτελέσματα που παρέχονται μέσω του CTIS θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν άμεσα για την προετοιμασία των τουριστών σχετικά με έναν συγκεκριμένο προορισμό (Abed & Matzarakis, 2018).



Διάγραμμα 1. CTIS https://www.researchgate.net/publication/262562097_Climate-Tourism-Information-Scheme_CTIS

3.4 Συνέπειες της κλιματικής κρίσης

Φυσικές και περιβαλλοντικές καταστροφές μπορεί να μεταβάλλονται διαρκώς από έτος σε έτος. Περίπου 60,000 άνθρωποι πέθαιναν από φυσικές καταστροφές κάθε χρόνο την περασμένη δεκαετία, δηλαδή το 0,1% όλων των θανάτων διεθνώς. Γεγονότα χαμηλής συχνότητας μεγάλων όμως επιπτώσεων όπως οι σεισμοί και τα τσουνάμι δεν μπορούν να αποφευχθούν. Οι τόσες πολλές όμως απώλειες ανθρωπίνων ζωών μπορούν να αποφευχθούν. Ιστορικά στοιχεία δείχνουν ότι ο έγκαιρος εντοπισμός καταστροφών, οι πιο στιβαρές υποδομές, η ετοιμότητα της έκτακτης ανάγκης και η άμεση ανταπόκριση

των προγραμμάτων έχουν μειώσει σημαντικά τους θανάτους από φυσικές καταστροφές παγκοσμίως. Μέρη με χαμηλό ετήσιο εισόδημα είναι επίσης πιο ευάλωτα σε τέτοιους κινδύνους. Η βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης, των υποδομών και των υπηρεσιών άμεσης επέμβασης θα ήταν καθοριστική για τη μείωση των θανάτων στις επόμενες δεκαετίες. Τα καιρικά πρότυπα αλλάζουν λόγω έλλειψης φυσικών πόρων (νερό) και λόγω τήξης των πάγων και πιθανόν κάποια φυτικά είδη να εξαφανιστούν. Η θερμοκρασία αυξάνεται, τα κρούσματα ασθενειών από έντομα εκτοξεύονται και ο διαρκώς μεταβαλλόμενος τρόπος ζωής του σύγχρονου ανθρώπου δεν ευνοούν την προσαρμογή στη κλιματική κρίση. Εκτός από τις παραπάνω ανησυχίες, υπάρχει και έλλειψη περιβαλλοντικής εκπαίδευσης, υπερκαταναλωτισμός και κρίση των θεσμών (Abass *et al.*, 2022).

Η αύξηση της συχνότητας και της έντασης των φυσικών καταστροφών όπως οι πλημμύρες και οι ξηρασίες, οι κυκλώνες, οι τυφώνες και οι πυρκαγιές έχουν γίνει πολύ εμφανείς. Οι πέντε κορυφαίες χώρες που επηρεάστηκαν από την κλιματική κρίση το 2021 περιλαμβάνουν την Ιαπωνία, τις Φιλιππίνες, τη Γερμανία, τη Μαδαγασκάρη και την Ινδία. Εκτός από την πρόκληση θανάτου μεγάλου αριθμού ανθρώπων και ζώων, οι οικονομικές απώλειες που υπέστησαν τόσο οι αστικοί όσο και οι αγροτικοί πληθυσμοί ήταν τεράστιες. Οι θανατηφόρες πλημμύρες και οι κατολισθήσεις το 2020 ανάγκασαν περίπου 12 εκατομμύρια ανθρώπους να εγκαταλείψουν τα σπίτια τους στην Ινδία, το Νεπάλ και το Μπαγκλαντές. Σύμφωνα με την ολοκληρωμένη έκθεση του Παγκοσμίου Μετεωρολογικού Οργανισμού που δημοσιεύθηκε τον Αύγουστο του 2021, οι καταστροφές που σχετίζονται με την κλιματική κρίση έχουν αυξηθεί κατά πέντε φορές τα τελευταία 50 χρόνια. Ωστόσο, ο αριθμός των θανάτων και οι οικονομικές απώλειες μειώθηκαν σε 2 εκατομμύρια και 3,64 τρισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ αντίστοιχα, λόγω της βελτιωμένης διαχείρισης και προειδοποίησης των καταστροφών. Περισσότερο από το 91% αυτών των θανάτων συνέβη σε αναπτυσσόμενες χώρες. Οι μεγαλύτερες ανθρώπινες απώλειες προκλήθηκαν από ξηρασίες, καταιγίδες, πλημμύρες και ακραίες θερμοκρασίες. Η έκθεση υπογραμμίζει ότι ο αριθμός των καιρικών συνθηκών, του κλίματος και των ακραίων υδάτων θα γίνει πιο συχνός και σοβαρός ως αποτέλεσμα της κλιματικής κρίσης (Smith, 2021).

Η υπερθέρμανση του πλανήτη προκαλεί άνοδο της μέσης στάθμης της θάλασσας με δύο τρόπους. Από τη μια πλευρά, το λιώσιμο των πάγων προσθέτει νερό στον ωκεανό και από την άλλη ο όγκος του ωκεανού διευρύνεται καθώς το νερό θερμαίνεται. Η ατελής καύση ορυκτών καυσίμων, βιοκαυσίμων και βιομάζας απελευθερώνει μικροσκοπικά σωματίδια άνθρακα (<2,5 μm), που αναφέρονται ως μαύρος άνθρακας. Ενώ αιωρούνται στον αέρα (πριν καθιζάνουν στην επιφάνεια της γης), τα μαύρα σωματίδια άνθρακα απορροφούν τη θερμότητα του ήλιου 1000 φορές πιο αποτελεσματικά από το CO₂, συμβάλλοντας έτσι στην υπερθέρμανση του πλανήτη. Όταν τα μαύρα σωματίδια εναποτίθενται πάνω από το χιόνι, τους παγετώνες ή τα καλύμματα πάγου, ενισχύουν την τήξη τους περαιτέρω προσθέτοντας στην άνοδο της στάθμης της θάλασσας (Shivanna, 2022).

Πολλές μελέτες έχουν δείξει ότι η κλιματική κρίση οδηγεί σε αυξανόμενες απώλειες στην παραγωγικότητα των καλλιεργειών (Zhu *et al.*, 2021). Τα μοντέλα για την παγκόσμια απώλεια απόδοσης για το σιτάρι, τον καλαμπόκι και το ρύζι υποδεικνύουν

αύξηση των απωλειών απόδοσης κατά 10 έως 25% ανά βαθμό Κελσίου υπερθέρμανσης.

Η βιοποικιλότητα και οι συναφείς οικολογικές υπηρεσίες είναι οι βασικές απαιτήσεις για την ανθρώπινη διαβίωση και για τη διατήρηση της οικολογικής ισορροπίας στη Φύση. Η τεκμηρίωση της βιοποικιλότητας, η επιταχυνόμενη απώλεια και η επείγουσα ανάγκη διατήρησής της έχουν γίνει το κύριο μέλημα της ανθρωπότητας εδώ και αρκετές δεκαετίες. Η αύξηση της θερμοκρασίας επηρεάζει δύο πτυχές ανάπτυξης και ανάπτυξης στα φυτά και στα ζώα. Το ένα από αυτά είναι μια μετατόπιση στο φάσμα κατανομής των ειδών και το άλλο είναι η μετατόπιση στα φαινολογικά συμβάντα. Τα είδη φυτών και ζώων έχουν προσαρμοστεί στο φυσικό τους περιβάλλον για 1000 χρόνια. Καθώς η θερμοκρασία αυξάνεται στο φυσικό τους περιβάλλον, τα είδη τείνουν να μετακινούνται σε μεγαλύτερα υψόμετρα και προς τους πόλους αναζητώντας την κατάλληλη θερμοκρασία και άλλες περιβαλλοντικές συνθήκες.

3.5 Φαινόμενα κλιματικής κρίσης στην Ελλάδα

Η κλιματική κρίση επηρεάζει όλες τις περιοχές του κόσμου συμπεριλαμβανομένου και της Ελλάδας. Οι πάγοι της γης λιώνουν πιο γρήγορα από ποτέ και η μέση παγκόσμια στάθμη της θάλασσας αυξάνεται. Σε μερικές περιοχές, ακραία καιρικά φαινόμενα και ισχυρές βροχοπτώσεις εμφανίζονται όλο και πιο συχνά ενώ άλλα μέρη έρχονται αντιμέτωπα με καύσωνες και ξηρασίες. Σύμφωνα, με την ετήσια κλιματική αποτίμηση για το έτος 2023 στην Ελλάδα, προκύψαν μερικά στοιχεία. Το 2023 ήταν το πιο ζεστό και ξηρό έτος των τελευταίων 30 χρόνων. Καταγράφηκε ρεκόρ καμένων εκτάσεων. Ο Δεκέμβριος του 2023 ήταν ο θερμότερος από το 1991 και ο Σεπτέμβριος ο πιο βροχερός μήνας από το 1991 εξαιτίας των σφοδρών βροχοπτώσεων στη Θεσσαλία. Τον μήνα Φεβρουάριο παρατηρήθηκε ρεκόρ ξηρασίας με κάποιες περιοχές να μην έχει βρέξει καθόλου. Πρώτη φορά το Λεκανοπέδιο των Αθηνών βιώνει με συνεχόμενο ρυθμό 300 ώρες με θερμοκρασίες άνω των 30 βαθμών Κελσίου, με τον καύσωνα «Κέρβερο» να δυσχεραίνει την κατάσταση (www.kathimerini.gr).

Κεφάλαιο 4: Η επίδραση της κλιματικής κρίσης στην τουριστική συμπεριφορά

4.1 Εισαγωγή

Η περιοχή της Μεσογείου θεωρείται hotspot της κλιματικής κρίσης αφού επηρεάζεται συχνά από φαινόμενα υψηλών επιπτώσεων όπως καύσωνες, ξηρασίες, έντονες βροχοπτώσεις και ξαφνικές πλημμύρες. Τις επόμενες δεκαετίες τα κλιματικά μοντέλα προβλέπουν αύξηση της συχνότητας ή/και έντασης αυτών των ακραίων γεγονότων. Αυτό καθιστά τις πυκνοκατοικημένες ακτές της Μεσογείου ιδιαίτερα ευάλωτες στις μελλοντικές κλιματικές συνθήκες, ως εκ τούτου σε εξαιρετικά επιζήμιες κοινωνικοοικονομικές επιπτώσεις. Οι παραθαλάσσιες περιοχές είναι αρκετά ελκυστικές για τον τουρισμό γεγονός που αποτελεί σημαντικό συστατικό της οικονομικής ραχοκοκαλιάς των μεσογειακών χωρών. Ο τουρισμός ήταν περίπου το 12,4% του ισπανικού ΑΕΠ το 2019, με το σημαντικότερο βάρος να πέφτει στις παράκτιες περιοχές. Οι ευνοϊκές συνθήκες για τον παράκτιο τουρισμό στην περιοχή της Μεσογείου βασίζονται στις ήπιες κλιματικές συνθήκες και την υψηλή ποιότητα των παραλιών. Η θερμοκρασία είναι καθοριστικός παράγοντας για την επιλογή ενός τουριστικού προορισμού καθώς επηρεάζει, μεταξύ άλλων, τη θερμική άνεση. Με την κλιματική κρίση, η περιοχή της Μεσογείου υφίσταται μια αύξηση της θερμοκρασίας η οποία είναι πιο έντονη από ό,τι στην υπόλοιπη υδρόγειο. Αυτή η κατάσταση ενδέχεται να έχει αρνητικές επιπτώσεις στον παράκτιο τουρισμό. Το καλοκαίρι, τότε που σημειώνονται οι πιο ζεστές θερμοκρασίες, οι τουρίστες μπορεί να προτιμούν προορισμούς με πιο ήπιο κλίμα (Vara *et al.*, 2024).

Πολλές μεταβλητές επηρεάζουν τις επιλογές προορισμού των επισκεπτών όπως είναι το κόστος, τα αξιοθέατα, η υγεία, η ασφάλεια και οι προσδοκίες. Μεταξύ των έμμεσων επιρροών στην επιλογή προορισμού από τους τουρίστες, η κλιματική κρίση είναι ίσως ο μεγαλύτερος παράγοντας λόγω των αρνητικών επιπτώσεών της στο οικολογικό τοπίο (Ngxongo, 2021).

4.2 Η επίδραση της κλιματικής κρίσης στην επιλογή τουριστικού προορισμού

Οι Toubes, Araujo και Brea (2020) υποστηρίζουν ότι για πολλά χρόνια, το κλίμα έπαιξε σημαντικό ρόλο στην προτίμηση προορισμού. Τα επίπεδα ικανοποίησης των τουριστών επηρεάζονται σε μεγάλο βαθμό από τις περιβαλλοντικές συνθήκες που αντιμετωπίζουν στον προτιμώμενο προορισμό τους για διάφορους παράγοντες. Για παράδειγμα, ο καιρός και το κλίμα μπορούν να επηρεάσουν τη συμπεριφορά των τουριστών ή να καθορίσουν πόσο ευχάριστη είναι μια εμπειρία. Ως εκ τούτου, αυτοί οι παράγοντες μπορούν να επηρεάσουν τα επίπεδα ικανοποίησης των τουριστών που, με τη σειρά τους, επηρεάζουν την απόφασή τους να επισκεφθούν ξανά τον προορισμό (Grant, 2015). Επιπλέον, μία από τις σημαντικότερες παραμέτρους είναι η ευημερία των ταξιδιωτών, η οποία μπορεί να τεθεί σε κίνδυνο από ακραία καιρικά συμβάντα ή/και δυσμενείς κλιματικές συνθήκες (Siddiqui & Imran, 2018).

Το κλίμα αλλάζει συνεχώς και θα συνεχίσει να αλλάζει και στο μέλλον. Πολλοί ακαδημαϊκοί συμφωνούν τώρα ότι η τουριστική βιομηχανία πιθανότατα θα αλλάξει καθώς αλλάζει το κλίμα. Ως αποτέλεσμα, πολλοί τουριστικοί προορισμοί λαμβάνουν μέτρα για τον μετριασμό των επιζήμιων επιπτώσεων της κλιματικής κρίσης, προκειμένου να προσελκύσουν τουρίστες και να διατηρήσουν την ανταγωνιστικότητα. Το κλίμα, χωρίς αμφιβολία, είναι ένα από τα πιο πολύτιμα φυσικά πλεονεκτήματα για πολλούς τουριστικούς προορισμούς και παίζει σημαντικό ρόλο στις επιλογές προορισμών και στη συμπεριφορά των τουριστών. Ως αποτέλεσμα της μεγάλης εξάρτησης από ευνοϊκές καιρικές συνθήκες, οι τουριστικοί προορισμοί είναι ευάλωτοι σε οποιεσδήποτε αλλαγές, ιδιαίτερα στις επιπτώσεις της κλιματικής κρίσης (Ngxongo, 2021).

Πολλοί παράκτιοι τουριστικοί προορισμοί εξαρτώνται από τις ευνοϊκές κλιματικές συνθήκες, όπως η άφθονη ηλιοφάνεια, η απουσία βροχοπτώσεων και η απουσία ανέμου. Τα ευρήματα της μελέτης των Atzori, Fyall και Miller (2018) επιβεβαιώνουν ότι το κλίμα είναι ένας βασικός παράγοντας που λαμβάνεται υπόψη από τους τουρίστες, είτε συνειδητά είτε υποσυνείδητα, κατά τον προγραμματισμό του ταξιδιού. Όσοι ερωτήθηκαν σε αυτήν τη μελέτη θεώρησαν τις κλιματικές συνθήκες πολύ σημαντικές για την επιλογή των παραλιών/παράκτιων προορισμών που επισκέφθηκαν στη Φλόριντα. Η άφθονη ηλιοφάνεια, η ποιότητα της άμμου και του νερού, το μέγεθος της παραλίας και η ευνοϊκή θερμοκρασία νερού και αέρα θεωρήθηκαν τα πιο σημαντικά περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά για τον καθορισμό της επιλογής προορισμού τους. Γενικά, ένα κρίσιμο στοιχείο στη ζήτηση ταξιδιών αναψυχής είναι ο βαθμός άνεσης (ή δυσφορίας) που βιώνεται στον τουριστικό προορισμό. Στα χαρακτηριστικά της βιοποικιλότητας (π.χ. θαλάσσια άγρια ζωή, γλωρίδα και πανίδα υγροτόπων, αφθονία και ποικιλότητα κοραλλιών και ψαριών) ως παράγοντες για την επιλογή του προορισμού, περισσότερο από το 40% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι θα επέλεγε διαφορετικό προορισμό σε ένα σενάριο στο οποίο «τα κοράλλια αλλάζουν χρώμα» και «η θαλάσσια άγρια ζωή εξαφανίζεται σε μεγάλο βαθμό». Από την άλλη πλευρά, η «έλλειψη τροπικών ασθενειών» έχει αποδοθεί μεγάλη σημασία για την επιλογή του επισκέψιμου προορισμού στη Φλόριντα, με το 76% των ερωτηθέντων να δηλώνουν ότι δεν θα επέλεγαν τον ίδιο προορισμό εάν «οι τροπικές ασθένειες διαδοθούν περισσότερο».

Μελέτες που προσπάθησαν να κατανοήσουν πώς η περιβαλλοντική βιωσιμότητα επηρεάζει την επιτυχία των προορισμών με βάση τις αντιλήψεις των τουριστών, βρήκαν επιστημονικά στοιχεία ότι οι τουρίστες αναγνωρίζουν την ύπαρξη πρωτοβουλιών στον προορισμό με στόχο τη διασφάλιση της προστασίας του περιβάλλοντος, ακόμη και όταν είναι λιγότερο αντιληπτές. Αυτή η αναγνώριση οδηγεί επίσης τους τουρίστες να αντιλαμβάνονται τον προορισμό ως φιλικό προς το περιβάλλον και με τη σειρά του, αυτό επηρεάζει την περιβαλλοντική εικόνα του προορισμού. Η αντίληψη της βιωσιμότητας στον προορισμό αυξάνει την αντίληψη της αξίας και την ικανοποίηση από την τουριστική εμπειρία. Επιπλέον, όταν οι τουρίστες αντιλαμβάνονται έναν προορισμό ως φιλικό προς το περιβάλλον, επηρεάζει την πρόθεσή τους να επιστρέψουν ή να τον προτείνουν. Τέλος, έχουν βρεθεί στοιχεία ότι η υιοθέτηση τουριστικής στρατηγικής με επίκεντρο τη βιωσιμότητα δεν θέτει σε κίνδυνο την οικονομική ανάπτυξη του προορισμού και, μακροπρόθεσμα, μπορεί ακόμη και να

τονώσει την οικονομική ανάπτυξη με οφέλη για την τοπική κοινότητα (Santos *et al.*, 2022).

Ο παραλιακός τουρισμός εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το μέσο κλίμα, τις καθημερινές καιρικές συνθήκες και το φυσικό περιβάλλον ενός προορισμού, για την προσέλκυση και την ικανοποίηση τουριστών. Στην έρευνα των Friedrich *et al.* (2020) στη περιοχή της Νότιας Αφρικής η πλειοψηφία των ερωτώμενων απάντησε ότι η εμφάνιση βροχής δεν θα τους οδηγήσει να παραμείνουν περισσότερο στον προορισμό τους. Το 22% των ερωτηθέντων έβλεπε την επίμονη βροχή ως παράγοντα ματαίωσης του ταξιδιού τους. Αυτές οι αντιλήψεις δεν διέφεραν σημαντικά με βάση τη χώρα προέλευσης των ερωτηθέντων. Ισχυρές βροχοπτώσεις >5 και >20 mm την ημέρα μπορεί να θεωρηθούν ως επίμονη βροχή από τους τουρίστες της παραλίας, εάν φαίνεται να συμβαίνουν κατά τη διάρκεια της ημέρας. Γενικά, οι ερωτηθέντες θεώρησαν ότι η θερμοκρασία δεν επηρεάζει τις αποφάσεις τους να παρατείνουν ή να περιορίσουν το ταξίδι τους σε έναν συγκεκριμένο προορισμό παραλίας της Νότιας Αφρικής. Εδώ η καταγωγή του τουρίστα αποτελεί σημαντικό παράγοντα διάκρισης. Οι διεθνείς τουρίστες θεώρησαν τις υψηλές θερμοκρασίες ως πολύ πιο επιζήμιες στις αποφάσεις τους σχετικά με την επέκταση του ταξιδιού από τους εγχώριους τουρίστες. Ωστόσο, τόσο στους ξένους όσο και στους εγχώριους τουρίστες, το κρύο θεωρείται ότι είναι παράγοντας ακύρωσης ταξιδιού για ορισμένους (13% των ερωτηθέντων) τουρίστες στην παραλία, ενώ η ζέστη αναφέρεται από πολύ λίγους (3%).

4.3 Εμπόδια στο μετριασμό της κλιματικής κρίσης

Η έλλειψη γνώσης σχετικά με τις αιτίες, τις συνέπειες και τις λύσεις για την κλιματική κρίση είναι ένας από τους μεμονωμένους περιορισμούς που μπορεί να εκδηλωθεί μέσω σύγχυσης ή χαμηλής επίγνωσης. Η αβεβαιότητα και ο σκεπτικισμός σχετικά με την κλιματική κρίση και τη σοβαρότητά της, καθώς και η δυσπιστία σε πηγές πληροφόρησης όπως τα μέσα ενημέρωσης, είναι μερικά επιπλέον εμπόδια. Στη συνέχεια, η εξωτερίκευση της ευθύνης, στο βαθμό που η κλιματική κρίση θεωρείται ως λάθος ή ευθύνη κάποιου άλλου, και η πεποίθηση ότι η τεχνολογία θα μας σώσει, είναι επίσης εμπόδια που επηρεάζουν την ατομική δραστηριοποίηση με την κλιματική κρίση. Αν σκεφτεί κανείς ότι η κλιματική κρίση είναι μια μακρινή απειλή είτε από γεωγραφική άποψη είτε από άποψη χρόνου, και θεωρώντας άλλα πράγματα πιο σημαντικά, αποτρέπει από την προσωπική κινητοποίηση. Τα τελευταία εμπόδια περιγράφονται ως απροθυμία να αλλάξει ο τρόπος ζωής, μοιρολατρία και αισθήματος μια «σταγόνα στον ωκεανό». Η πρώτη από αυτές τις στάσεις αφορά τον τρόπο με τον οποίο το βιοτικό επίπεδο θεωρείται ότι απειλείται από περιβαλλοντική υποβάθμιση, η οποία θα μπορούσε να οδηγήσει σε αλλαγές στην ευημερία και το κόστος μιας τέτοιας δράσης. Η μοιρολατρία αναφέρεται στην αντίληψη ότι είναι πολύ αργά για να γίνει οτιδήποτε, ότι δεν είναι δυνατό να μετριαστεί η κλιματική κρίση και ότι κάθε προσπάθεια είναι χάσιμο χρόνου. Η αίσθηση «σταγόνα στον ωκεανό» αφορά την απογοήτευση λόγω του μεγέθους του προβλήματος. Ο ορθολογισμός και ο αυτοέλεγχος υποδηλώνουν ότι τουλάχιστον ορισμένα νοικοκυριά με χαμηλή εξοικονόμηση κάνουν λάθος και θα χρειαστούν υποστήριξη στη λήψη αποφάσεων εξοικονόμησης ενέργειας (Stankuniene *et al.*, 2020).

Τα κοινωνικά εμπόδια περιλαμβάνουν την έλλειψη πολιτικής δράσης, την έλλειψη δράσης από τις επιχειρήσεις και τη βιομηχανία, τους κοινωνικούς κανόνες και προσδοκίες και την έλλειψη πρωτοβουλιών. Η έλλειψη πολιτικής δράσης αναφέρεται τόσο σε ανεπαρκή μέτρα για την κλιματική κρίση όσο και σε δυσπιστία στην ικανότητα των κυβερνήσεων να αναλάβουν την ευθύνη. Ομοίως, η έλλειψη δράσης από τις επιχειρήσεις και τη βιομηχανία χαρακτηρίζεται επίσης από ανεπαρκή μέτρα και δυσπιστία στους οργανισμούς. Το επόμενο εμπόδιο, οι κοινωνικοί κανόνες και οι προσδοκίες, σημαίνει ότι η συμπεριφορά με τρόπους φιλικούς προς το κλίμα μπορεί να έρχεται σε αντίθεση με τις ανθρώπινες επιθυμίες και ανέσεις. Τέλος, η έλλειψη πρωτοβουλιών αναφέρεται στην έλλειψη εργαλείων ή εναλλακτικών επιλογών για τον μετριασμό της κλιματικής κρίσης (Vestola, 2023).

Οι Higham *et al.* (2016) μελέτησαν μερικές προσεγγίσεις σχετικές με τη ριζική μείωση των εκπομπών αεροπορικών ταξιδιών σε 4 χώρες, την Νορβηγία, το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γερμανία και την Αυστραλία. Βασιζόμενοι σε προηγούμενες μελέτες σχετικά με την ευαισθητοποίηση, τις στάσεις και τη συμπεριφορά, εδώ εστίασαν ιδιαίτερα στη δημοτικότητα των ήπιων και σκληρών μορφών ρύθμισης, αντλώντας διδάγματα από τη δημόσια υγεία στην ερμηνεία των δεδομένων που συλλέχθηκαν από μελέτες που πραγματοποιήθηκαν στις τέσσερις αυτές κοινωνίες. Με αυτόν τον τρόπο, συμπεραίνουν ότι οι εθελοντικές προσεγγίσεις δεν θα επαρκούν για να προκαλέσουν την αλλαγή στις τρέχουσες πρακτικές αεροπορικών ταξιδιών που είναι απαραίτητες για την επίτευξη ριζικής μείωσης των εκπομπών. Η εθελοντική προσπάθεια στην αντιστάθμιση των συγκεντρώσεων άνθρακα στην ατμόσφαιρα, για παράδειγμα, αντιμετωπίζεται με έναν ευρέως διαδεδομένο σκεπτικισμό λόγω της ανεπιθύμητης μεταβίβασης της ευθύνης στον καταναλωτή, της έλλειψης διαφάνειας και επειδή θεωρείται ότι απαλλάσσει την αεροπορική βιομηχανία και την κυβέρνηση από κάθε ευθύνη για έναν κλάδο με περιβαλλοντικά ελαττώματα. Η αλλαγή συμπεριφοράς αεροπορικών ταξιδιών θα απαιτήσει πολύπλευρες ατομικές και διαρθρωτικές προσεγγίσεις που βασίζονται σε μια πλατφόρμα ισχυρής, διαφοροποιημένης και διαφανούς νομοθεσίας.

4.4 Οι αντιλήψεις των τουριστών για την κλιματική κρίση

Η έρευνα των Clemente, Lopes και Ambrosio (2020) στόχευε να κατανοήσει τη σχέση μεταξύ των ανησυχιών των τουριστών λόγω των επιπτώσεων της κλιματικής κρίσης. Τέθηκε το ερώτημα της προθυμίας πληρωμής ενός συμπληρωματικού φόρου για τη περιβαλλοντική βιωσιμότητα καθώς και το ποια θα είναι η αξία του στα τουριστικά πακέτα. Οι περισσότεροι τουρίστες πίστευαν ότι η αγορά πρέπει να προσφέρει/αναπτύσσει τουριστικά προϊόντα με χαμηλό αντίκτυπο στο περιβάλλον και πίστευαν ότι τα τουριστικά προϊόντα πρέπει να παρέχουν πληροφορίες για το οικολογικό τους αποτύπωμα. Όταν οι τουρίστες ερωτήθηκαν εάν ανησυχούν για τους κινδύνους των επιπτώσεων της κλιματικής κρίσης οι απαντήσεις ήταν καταφατικές. Η προθυμία καταβολής συμπληρωματικού τέλους στα τουριστικά πακέτα για περιβαλλοντική βιωσιμότητα ήταν κάτω του μέσου όρου (τιμή 4). Δεδομένου ότι το 20% των τουριστών δεν ήταν διατεθειμένο να πληρώσει κανένα ποσό, το 56% των τουριστών έδωσε απαντήσεις κάτω από τη μέση τιμή και μόνο το 24% των απαντήσεων ήταν πάνω από αυτήν την τιμή. Συμπεραίνεται ότι επειδή υπήρχε θετική συσχέτιση

μεταξύ των θεμάτων της «αντίληψης και επίγνωσης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων» και των ερωτημάτων που σχετίζονται με τα «μέτρα προσαρμογής», όσοι είχαν μεγαλύτερη επίγνωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων της κλιματικής κρίσης επέλεξαν πιο προσαρμοστικές συμπεριφορές και ήταν περισσότερο πρόθυμοι να πληρώσουν ένα τέλος στα τουριστικά πακέτα για την περιβαλλοντική βιωσιμότητα.

Η συμπεριφορά του ταξιδιώτη στη λήψη αποφάσεων για το ποιο προορισμό πρόκειται να επισκεφθεί συνδέεται με τους ταξιδιωτικούς κινδύνους. Η ιστορία δείχνει ότι οι επιθέσεις της 11ής Σεπτεμβρίου, ο Covid-19, η γρίπη των χοίρων, το τσουνάμι, ο βομβαρδισμός στο Μπαλί και οι επιθέσεις στη Μουμπάι τα τελευταία χρόνια έχουν κλονίσει την παγκόσμια τουριστική βιομηχανία. Μόλις ένας προορισμός γίνει αντιληπτός ως επικίνδυνος, θα έχει σοβαρές επιπτώσεις στην ανάπτυξη του τουρισμού του. Η μελέτη των Wijaya & Furqan (2017) ανέδειξε τη σημασία της ταξιδιωτικής ασφάλειας, την αντίληψη του ταξιδιωτικού κινδύνου και τη τουριστική συμπεριφορά απέναντι σε αυτές τις καταστάσεις. Η ασφάλεια αποτελεί προϋπόθεση για την ουσιαστική τουριστική ανάπτυξη ενός προορισμού, μιας περιοχής και μιας χώρας.

Τα μοτίβα μελλοντικών ταξιδιών είναι πιθανό να αλλάξουν λόγω κλιματικών παραγόντων. Οι φυσικοί παράγοντες που τείνουν να προσελκύουν ταξιδιώτες σε συγκεκριμένους προορισμούς μειώνονται. Η ιδέα της εξαφάνισης ενός προορισμού οδήγησε ακόμη και στην πρόσφατη τάση που ονομάζεται «τελευταία ευκαιρία τουρισμού», η οποία, δυστυχώς, μπορεί να κάνει ακόμη πιο εύθραυστες συνθήκες, με μια εισροή ταξιδιωτών που ανησυχούν για το κλίμα (Khatib, 2023).

Η άνοδος της θερμοκρασίας ως μέρος της κλιματικής κρίσης μεταβάλλει τις συνθήκες του τουριστικού πληθυσμού με στόχο την αναζήτηση πιο δροσερών προορισμών. Προορισμοί που θεωρούνταν ιδανικές επιλογές για τις καλοκαιρινές αποδράσεις όπως η Ισπανία, η Ιταλία και η Γαλλία αντικαθίστανται με βορειότερες χώρες όπως οι Σκανδιναβικές. Το ένα τρίτο των Ευρωπαίων υποστηρίζει ότι αποφεύγει προορισμούς όπου υπάρχει η πιθανότητα εκδήλωσης ακραίων καιρικών φαινομένων και το 17,3% αποφεύγει προορισμούς με αρκετά υψηλές θερμοκρασίες. Περισσότερο από το 16% προτιμά περιοχές που χαρακτηρίζονται από μια σταθερότητα όσον αφορά τις θερμοκρασιακές διακυμάνσεις ενώ ένας στους 10 απάντησε ότι αλλάζει τους μήνες που ταξιδεύει (<https://shorturl.at/1Zy1P>).

Κεφάλαιο 5: Η στάση και η συμπεριφορά των τουριστών απέναντι στην περιβαλλοντική υπευθυνότητα και τις πρακτικές βιώσιμης ανάπτυξης

5.1 Εισαγωγή

Ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα της εποχής μας είναι η προστασία του περιβάλλοντος/φύσης. Στη δεκαετία του 1960, το οικολογικό κίνημα, που εστίαζε στην προστασία του περιβάλλοντος, την πρόληψη της περιβαλλοντικής ρύπανσης και την εξοικονόμηση ενέργειας, έκανε εμφανή την ατομική και κοινωνική ευαισθησία σε περιβαλλοντικά ζητήματα. Σε αυτό το πλαίσιο, έχει υιοθετηθεί ιδιαίτερα η κατανόηση της βιωσιμότητας και έχει δοθεί μεγάλη σημασία στις αρχές της προστασίας και της χρήσης. Τα περιβαλλοντικά προβλήματα που προέκυψαν ως αποτέλεσμα της αυξανόμενης ζήτησης για μαζικό τουρισμό και των παγκόσμιων τουριστικών κινήματων από τη δεκαετία του 1970 οδήγησαν στην ιδέα της αειφορίας στον τουριστικό τομέα. Αν και τα ζητήματα αειφορίας και περιβάλλοντος συχνά συζητούνται και αξιολογούνται μαζί, η ιδέα του αειφόρου τουρισμού από μόνη της δεν ήταν αρκετή και διαφορετικά είδη τουρισμού έχουν προκύψει από την αειφορία στον τουρισμό. Ο οικοτουρισμός (ecotourism) είναι ένας από αυτούς τους τύπους τουρισμού (Huang *et al.*, 2023).

5.2 Έννοια του οικοτουρισμού

Ο οικοτουρισμός είναι μια στρατηγική προστασίας του περιβάλλοντος όπου οι δραστηριότητες των τουριστών δεν βλάπτουν και δεν ενοχλούν τα φυτικά και ζωικά είδη. Ο οικοτουρισμός εκφράζεται ως ένα είδος τουρισμού που συμβάλλει στην αύξηση της περιβαλλοντικής ευαισθησίας και της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης. Ο οικοτουρισμός ξεχωρίζει ως προς τη συμβολή του στην περιβαλλοντική βιωσιμότητα. Πολλές περιοχές του κόσμου μετατρέπουν πολύτιμες φυσικές περιοχές σε φυσικά πάρκα και αξιοθέατα. Όταν γίνονται μελέτες που αφορούν την αντίληψη του οικοτουρισμού, την ευαισθητοποίηση για τον οικοτουρισμό και την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση, οι μελέτες επικεντρώνονται κυρίως σε φοιτητές που λαμβάνουν τουριστική εκπαίδευση, ντόπιους και τουρίστες. Από την άλλη, προκύπτει ότι οι μελέτες που πραγματοποιήθηκαν στο δείγμα των ξεναγών είναι πολύ περιορισμένες. Ένα από τα βασικά στοιχεία της επιτυχίας στον οικοτουρισμό είναι η ενεργή συμμετοχή των τουριστικών οδηγών στις οικοτουριστικές δραστηριότητες.

Οι Uzulmez, Istin και Barakazi (2023) μελέτησαν την περιβαλλοντική συνείδηση και την οικοτουριστική αντίληψη των τουριστικών ξεναγών στη Τουρκία. Αυτή η έρευνα υποστηρίζει τη σχετική βιβλιογραφία αποκαλύπτοντας τη σημαντική σχέση μεταξύ της αντίληψης του οικοτουρισμού και της περιβαλλοντικής συνείδησης. Η κοινωνικοπολιτισμική δομή των κοινωνιών που ζουν σε έναν προορισμό πλούσιο σε φυσικά αξιοθέατα είναι πολύ σημαντική από την άποψη της βιώσιμης περιβαλλοντικής διαχείρισης. Εάν οι πεποιθήσεις και η φιλοσοφία της κοινωνίας ενδιαφέρονται για το περιβάλλον και το βλέπουν ως πολύτιμο, η ευαισθησία γίνεται όλο και πιο έντονη. Οι

ξεναγοί είναι σε θέση να αναπαραστήσουν και να καθρεφτίσουν τον τρόπο με τον οποίο ενεργεί η κοινωνία. Τέλος, προκύπτει το συμπέρασμα ότι τα θετικά αποτελέσματα στη σχέση μεταξύ των επιπέδων περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης των τουριστικών οδηγών και της αντίληψης για τον οικοτουρισμό θα έχουν επίσης θετικά αποτελέσματα στην αιεφόρο τουριστική κίνηση. Από αυτή την άποψη, θεωρείται ότι παρόλο που αυτή η έρευνα είναι τουριστικά καθοδηγούμενη, μπορεί να εκπροσωπήσει τους ενδιαφερόμενους φορείς που παράγουν υπηρεσίες σε όλες τις τουριστικές δραστηριότητες.

Η ποικιλία της χλωρίδας της Ελλάδας δεν είναι καθόλου αμελητέα. Με περισσότερα από 6.000 είδη, όπου τα 600 είναι ενδημικά η χώρα μας κατατάσσεται στη δεύτερη θέση από άποψη βιοποικιλότητας. Πρόκειται για μια ανεκτίμητη φυσική κληρονομιά, όχι μόνο για την Ελλάδα, αλλά και για ολόκληρη την Ευρώπη. Διαθέτει ένα μεγάλο αριθμό προστατευόμενων περιοχών όπως είναι οι Εθνικοί Δρυμοί, τα Εθνικά πάρκα, τα θαλάσσια πάρκα και άλλα μνημεία της φύσης. Αυτά τα μέρη αποτελούν θαυμάσιες ευκαιρίες για οικοτουρίστες. Έτσι, η Ελλάδα έχει τη δυνατότητα να αποτελέσει σημείο αναφοράς της οικοτουριστικής ανάπτυξης χάρη στη μοναδικότητα αυτών των χαρακτηριστικών. Σήμερα, ο οικοτουρισμός στην Ελλάδα έχει δημιουργήσει αρκετές νέες ευκαιρίες απασχόλησης σε σημεία όπως είναι οι Πρέσπες, το Δάσος Διαδιάς, το Απολιθωμένο Δάσος Λέσβου κ.ά.(www.greenapple.gr). Οι επιχειρήσεις που προβάλλουν τον οικοτουρισμό θα πρέπει να οργανώνουν ταξίδια σε προστατευόμενες περιοχές, να συμβάλλουν στην προστασία των ανανεώσιμων πόρων τους και να συνεισφέρουν στην γνωριμία του επισκέπτη με τις τοπικές παραδόσεις και λοιπά έθιμα(www.ecotourism.org).

Οι περιβαλλοντικά υπεύθυνες συμπεριφορές κατοίκων και τουριστών έχουν μεγάλη σημασία για την προστασία των φυσικών πόρων και τη βιώσιμη ανάπτυξη του οικοτουρισμού. Αυτή η μελέτη αφορά το Εθνικό Πάρκο των Βουνών Qilian της Κίνας. Μέσα από τη συγκριτική ανάλυση της αντίληψης των κατοίκων και των τουριστών για την περιβαλλοντική ευθύνη του οικοτουρισμού, συνάγεται το συμπέρασμα ότι η αντίληψη των κατοίκων είναι πιο θετική από τους τουρίστες. Αυτό προκύπτει και από το γεγονός ότι οι κάτοικοι γνωρίζουν περισσότερο από τους τουρίστες τις δυνατότητες ανάπτυξης του οικοτουρισμού στο Εθνικό Πάρκο Qilian Mountains της Κίνας και είναι πιο αισιόδοξοι για την επίλυση τοπικών προβλημάτων περιβαλλοντικής ευθύνης. Κάτοικοι και τουρίστες είναι αισιόδοξοι για τον οικοτουρισμό. Ωστόσο, οι κάτοικοι είναι δυσαρεστημένοι με τους νόμους και τους κανονισμούς ενώ οι τουρίστες ουδέτεροι. Επίσης, η εφαρμογή του συστήματος οικολογικής προστασίας δεν ήταν υποχρεωτική και στερούνταν εποπτείας. Τέλος, η έρευνα έδειξε ότι μερικοί κάτοικοι μπορεί να στηρίξουν κάποια οικονομική ανάπτυξη αγνοώντας τα όποια οικολογικά και περιβαλλοντικά προβλήματα δημιουργεί (Wang *et al.*, 2023).

Ο οικοτουρισμός είναι ένα είδος τουρισμού σε φυσικές περιοχές, που προστατεύει το περιβάλλον, συντηρεί την ευημερία των κατοίκων της περιοχής και δημιουργεί γνώση και κατανόηση μέσω της ερμηνείας και της εκπαίδευσης όλων των εμπλεκόμενων μερών (επισκεπτών, προσωπικού και κατοίκων) (www.unwto.org). Ενώ ο βιώσιμος τουρισμός, είναι ο τουρισμός ο οποίος προσέχει τις τωρινές και μακροπρόθεσμες του οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις, εξυπηρετώντας τις ανάγκες των ταξιδιωτών, του κλάδου, του φυσικού περιβάλλοντος και των φορέων υποδοχής.

Οι αρχές της αειφορίας αναφέρονται στις περιβαλλοντικές, οικονομικές και κοινωνικο-πολιτιστικές πτυχές της τουριστικής ανάπτυξης και πρέπει να δημιουργηθεί μια κατάλληλη ισορροπία μεταξύ αυτών των τριών διαστάσεων για να διασφαλιστεί η μακροπρόθεσμη βιωσιμότητά του (UNEP & UNWTO, 2005).

Ο οικοτουρισμός συνιστά διεθνώς ένα αρκετά σημαντικό κομμάτι του γενικότερου τουριστικού κλάδου και πραγματοποιούνται όλες εκείνες οι απαραίτητες ενέργειες ώστε να βελτιωθούν οι εγκαταστάσεις και η υποδοχή των οικοτουριστών. Προσεγγιστικά, οι προστατευόμενες περιοχές συγκεντρώνουν 8 δισεκατομμύρια επισκέψεις κάθε χρόνο. Τα μεγαλύτερα μερίδια αυτής της πίτας συγκεντρώνουν οι Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής και η Κίνα. Η αγορά του οικοτουρισμού παγκοσμίως άγγιξε τα 210 δισεκατομμύρια δολάρια για έτος 2023 και προβλέπεται η εκτίμηση στα 829 δισεκατομμύρια δολάρια έως το 2035 (<https://shorturl.at/n00yH>).

5.3 Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη

Τις τελευταίες δεκαετίες έχουν ενταθεί οι προσπάθειες για την προώθηση ενός βιώσιμου μοντέλου στη τουρισμού ανάπτυξη. Με βάση τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (1995), η ανάπτυξη της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, πρέπει να ανταποκρίνεται στις επιθυμίες της πλειοψηφίας των σημερινών τουριστών και των κατοίκων των περιοχών που φιλοξενούν και ταυτόχρονα προστατεύουν και ενισχύουν μελλοντικές ευκαιρίες για τουριστική ανάπτυξη. Αυτή η εξέλιξη οδηγεί στη διαχείριση των πόρων με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι δυνατή η κάλυψη των οικονομικών, κοινωνικών και αισθητικών αναγκών, διατηρώντας παράλληλα την πολιτιστική ακεραιότητα, τις απαραίτητες οικολογικές διεργασίες και την βιοποικιλότητα σε τουριστικούς χώρους. Έχουν γίνει πολλές προσπάθειες για να αναλυθούν με λεπτομέρεια οι αρνητικές επιπτώσεις της ανεξέλεγκτης και μονόπλευρης τουριστικής ανάπτυξης και για να γίνει η προώθηση της ανάπτυξης ενός νέου μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης, το οποίο θα βασίζεται στις αρχές της βιωσιμότητας.

Τα συμπεράσματα των προηγούμενων μελετών τονίζουν την υποχρέωση της εμπλεκόμενης παγκόσμιας κοινότητας στην τουριστική ανάπτυξη για την προστασία του περιβάλλοντος, την προώθηση της ανάπτυξης του βιώσιμου τουρισμού και την ανάπτυξη νέων εναλλακτικών μορφών φιλικού προς το περιβάλλον τουρισμού. Οι διαστάσεις της παγκόσμιας διακυβέρνησης, των υποδομών, της βιοποικιλότητας, της διαχείρισης της εφοδιαστικής αλυσίδας, της διαχείρισης αποβλήτων, της διατήρησης των φυσικών πόρων και της κοινωνικοπολιτιστικής διαχείρισης διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στην προώθηση αλλαγών συμπεριφοράς που είναι απαραίτητες για την επίτευξη της βιωσιμότητας. Αυτές οι διαστάσεις στοχεύουν να εκπαιδεύσουν, να πείσουν και να υπενθυμίσουν στα εμπλεκόμενα μέρη για βιώσιμες πρακτικές στον τουριστικό κλάδο (Amoiradis *et al.*, 2023).

5.3.1 Costa Navarino

Στην Costa Navarino υλοποιούνται υποδομές που αναδεικνύουν την αυθεντικότητα, το ανεκτίμητο φυσικό πλούτο και την γεωμορφολογία του τόπου. Η ανάπτυξη της Costa

Navarino οριοθετείται από τους σοβαρούς κανόνες προστασίας του περιβάλλοντος στα πλαίσια της κατασκευής και της λειτουργίας του. Οι εγκαταστάσεις αποτελούν έκταση μικρότερη από το 10% των συνολικών τετραγωνικών μέτρων και έχουν λάβει πιστοποίηση με βάση τις απαιτήσεις του προτύπου ISO 14001. Στα πλαίσια της αειφόρου ανάπτυξης κατάφερε να μειώσει κατά 80% τις εκπομπές ρύπων για το 2022 σε σχέση με το 2019. Η μείωση προήλθε από τη χρήση ηλεκτρικού ρεύματος από ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, από τη μείωση της χρήσης υγραερίου και τη μείωση της χρήσης ενέργειας κατά τη διαμονή. Το Navarino Dunes διαμορφώθηκε με βάση τις αρχές της βιοκλιματικής αρχιτεκτονικής. Υπάρχουν στέγες «ανοικτού τύπου», φυτεμένα δώματα, φυσική και τεχνητή σκίαση και φυσική θερμομόνωση. Έχουν κατασκευαστεί λιμνοδεξαμενές συνολικής χωρητικότητας περίπου 1.180.000 κυβικών μέτρων για την κάλυψη των αρδευτικών αναγκών(www.costanavarino.com).

5.3.2 Sani Resort, Χαλκιδική

Σε ένα χώρο 4.000 στρεμμάτων στη Χαλκιδική εκτείνεται το Sani Resort, το οποίο και έλαβε βραβείο ως World's Leading Luxury Green Resort, για 3^η συνεχόμενη χρονιά. Η θάλασσα, το δάσος και οι υγροβιότοποι που την αποτελούν φιλοξενούν παραπάνω από 225 σπάνια και απειλούμενα είδη πουλιών. Το 2020 κατάφερε να γίνει η πρώτη ξενοδοχειακή μονάδα με ουδέτερο αποτύπωμα άνθρακα(www.sani-resort.com).

5.4 Περιβαλλοντική συνείδηση των τουριστών

Ταχεία οικονομική ανάπτυξη, τεχνολογικές εξελίξεις και υπερκατανάλωση οδηγούν σε υποβάθμιση του περιβάλλοντος και ενθάρρυνση της εκμετάλλευσης των φυσικών πόρων. Η αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών προκαλεί οικολογικά προβλήματα. Έτσι, οι άνθρωποι παρατηρώντας αυτό το φαινόμενο απομακρύνθηκαν από τις παραδοσιακές αγορές και υπήρξε η τάση για προτίμηση φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων. Η ευαισθητοποίηση των ανθρώπων δημιούργησε μια πίεση στους παραγωγούς και τους οδήγησε στο να είναι πιο υπεύθυνοι προς τους καταναλωτές. Οι Pekersen & Canoz (2022) σε ερευνητική τους εργασία διαπίστωσαν ότι δεν υπάρχει σημαντική διαφορά μεταξύ των δύο φύλων όσον αφορά την αγορά φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων. Βρήκαν ότι η οικογενειακή κατάσταση επηρεάζει την αγοραστική συμπεριφορά των τουριστών με τους άγαμους να είναι πιο περιβαλλοντικά ευαίσθητοι από τους παντρεμένους. Η μελέτη δε βρήκε αξιοσημείωτη διαφορά μεταξύ των ηλικιακών γκρουπ αλλά σε σχέση με τα εισοδήματα αυτοί που είχαν μεγαλύτερη αγοραστική δύναμη ήταν πιο πιθανό να αγοράσουν «πράσινα προϊόντα».

Οι Uçgun & Narci (2022) ερεύνησαν το ρόλο των δημογραφικών παραγόντων στη περιβαλλοντική συνείδηση των τουριστών, στην ευαισθητοποίηση για τον βιώσιμο τουρισμό και στην αγοραστική συμπεριφορά. Όσο το μορφωτικό επίπεδο των συμμετεχόντων ανέβαινε, τόσο αυξανόταν η περιβαλλοντική τους συνείδηση και η αντίληψη τους για τον βιώσιμο τουρισμό. Καμία από τις δημογραφικές μεταβλητές όπως το φύλο, η οικογενειακή κατάσταση, η εκπαίδευση ή το εισόδημα δεν είχε στατιστικά σημαντική επίδραση στην αγοραστική συμπεριφορά.

Η Ισπανία κατέχει ηγετική θέση στην τουριστική βιομηχανία παγκοσμίως, χάρη στην πολύωρη ηλιοφάνεια και τις ελκυστικές παραλίες της. Η εισροή τουριστών έφτασε τα 83,7 εκατομμύρια το 2019. Οι προβλέψεις δείχνουν ότι η τουριστική εισροή στην Ισπανία θα αυξηθεί σε 111 εκατομμύρια άτομα έως το 2027 (World Travel and Tourism Council 2019). Παρ' όλα αυτά, το κομμάτι του ήλιου και της θάλασσας, εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τη διατήρηση υγιών περιβαλλοντικών συνθηκών. Οι Iamkovaia *et al.*, (2020) ερεύνησαν το επίπεδο της περιβαλλοντικής συνείδησης των τουριστών από το οποίο προκύπτει αν θα συμπεριφέρονται φιλικά προς το περιβάλλον κατά τη διάρκεια των διακοπών τους στην Νότια Ισπανία. Τα αποτελέσματα αυτής της μελέτης έδειξαν ότι το 85% των τουριστών κατατάσσονται στα γκρουπ με χαμηλή ή μέτρια περιβαλλοντική συνείδηση. Επίσης, οι Ισπανοί σε σχέση με τους ξένους τουρίστες είχαν τη τάση για λιγότερη περιβαλλοντικά φιλική συμπεριφορά. Τα συμπεράσματα έδειξαν ότι η πλειονότητα των τουριστών δεν διακατέχονται από επαρκή περιβαλλοντική συνείδηση κατά τη διάρκεια των διακοπών τους.

Ο στόχος της μελέτης των Bhatti *et al.*, (2023) ήταν να αξιολογήσει τους καθοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν την περιβαλλοντικά υπεύθυνη συμπεριφορά των τουριστών εντός τουριστικών προορισμών. Η μελέτη επικεντρώθηκε σε διάφορους παράγοντες, όπως το επίπεδο περιβαλλοντικής δέσμευσης, η φήμη του προορισμού από την άποψη της φιλικότητας προς το περιβάλλον, η ικανοποίηση των τουριστών και η αντίληψή τους για την αξία που προσφέρει ο προορισμός. Προκειμένου να εξεταστούν οι υποθέσεις, συγκεντρώθηκαν δεδομένα από ένα δείγμα 180 τουριστών που επισκέφθηκαν διαφορετικούς τουριστικούς προορισμούς. Τα ευρήματα αυτής της μελέτης μπορούν να προσφέρουν πολύτιμες γνώσεις για τη διαχείριση των τουριστικών προορισμών.

Συγκεκριμένα, η μελέτη υπογραμμίζει τη σημασία παραγόντων όπως η φιλική προς το περιβάλλον φήμη του προορισμού, η αντίληψη της αξίας των τουριστών και η ικανοποίηση των τουριστών. Αυτό σημαίνει ότι οι αρχές και οι υπεύθυνοι του τουριστικού προορισμού θα πρέπει να δώσουν προτεραιότητα στη βελτίωση της εικόνας τους και στην εφαρμογή περιβαλλοντικά βιώσιμων πρακτικών και μέτρων. Διαμορφώνοντας τις αντιλήψεις των τουριστών, είναι δυνατό να ενθαρρύνουμε την υπεύθυνη συμπεριφορά που ελαχιστοποιεί κάθε επιζήμια επίδραση στο φυσικό περιβάλλον του προορισμού. Στο πλαίσιο αυτό, είναι επιτακτική η εφαρμογή μέτρων που αφορούν την καθαριότητα, τα πρωτόκολλα υγιεινής, την κατάλληλη διαχείριση απορριμμάτων, την παροχή ενημερωτικών πινακίδων που περιγράφουν κατευθυντήριες γραμμές για τη διατήρηση της καθαριότητας και την απαγόρευση επιζήμιων πρακτικών. Αυτά τα μέτρα είναι απαραίτητα για να διασφαλιστεί ότι οι τουρίστες είναι καλά ενημερωμένοι σχετικά με τις επιτρεπόμενες και μη επιτρεπτές ενέργειες, καθώς και τις συνέπειες που ενδέχεται να αντιμετωπίσουν σε περίπτωση μη συμμόρφωσης. Η εφαρμογή διαφόρων μέτρων και η υιοθέτηση συγκεκριμένων πρακτικών έχουν τη δυνατότητα να βελτιώσουν τη συνολική ταξιδιωτική εμπειρία για τους τουρίστες παγκοσμίως.

Οι Kumar *et al*, (2022) εξέτασαν την περιβαλλοντική υπεύθυνη συμπεριφορά μέσα από την ποιότητα της εμπειρίας, την αντιληπτή αξία και την ικανοποίηση από την πλευρά των τουριστών στην Ινδία. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι το πόσο ικανοποιημένοι είναι οι τουρίστες μετράει θετικά στην συμπεριφορά τους προς το περιβάλλον. Όσο πιο

ικανοποιημένοι είναι οι τουρίστες από το ταξίδι τους, τόσο πιο πολύ τους ενδιαφέρει το κομμάτι «περιβάλλον».

Οι φιλοπεριβαλλοντικές συμπεριφορές είναι εκείνες οι συμπεριφορές που πραγματοποιούν οι τουρίστες κατά τη διάρκεια τουριστικών δραστηριοτήτων για να μειώσουν τις αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον προορισμού και να προωθήσουν τη βιωσιμότητα των φυσικών πόρων. Πρώτον, με τη διερεύνηση της άμεσης επίδρασης της περιβαλλοντικής γνώσης στην φιλοπεριβαλλοντική συμπεριφορά των τουριστών, τα ευρήματα επιβεβαιώνουν ότι η περιβαλλοντική γνώση επηρεάζει θετικά την φιλοπεριβαλλοντική συμπεριφορά των τουριστών. Αυτή η έρευνα υποδηλώνει ότι άτομα με υψηλότερα επίπεδα περιβαλλοντικής γνώσης είναι πιο πιθανό να προστατεύσουν το φυσικό περιβάλλον του προορισμού τους και να επιδείξουν φιλοπεριβαλλοντική συμπεριφορά κατά τη διάρκεια τουριστικών δραστηριοτήτων. Το κίνητρο συμμετοχής είναι ένας σημαντικός κινητήριος παράγοντας για την φιλοπεριβαλλοντική συμπεριφορά των τουριστών και όσο ισχυρότερο είναι το κίνητρο για περιβαλλοντική ανησυχία ή βελτίωση της εικόνας του εαυτού τους, τόσο πιο πιθανό είναι οι τουρίστες πρόθυμοι να υποστηρίξουν φιλοπεριβαλλοντική συμπεριφορά. Επιπλέον, το σύστημα διαχείρισης τουριστικών αξιοθέατων βοηθάει επίσης τον τουρίστα να εφαρμόσει πολιτισμένες τουριστικές συμπεριφορές. Αυτές οι σχέσεις αντικατοπτρίζουν επίσης τον θετικό ρόλο της ατομικής πρωτοβουλίας και των εξωτερικών ευκαιριών στην προώθηση της φιλοπεριβαλλοντικής συμπεριφοράς των τουριστών (Tang *et al.*, 2022).

Κεφάλαιο 6: Έρευνα της τουριστικής συμπεριφοράς απέναντι στην κλιματική κρίση

6.1 Σκοπός της έρευνας

Στόχος της έρευνας είναι η εξέταση της τουριστικής συμπεριφοράς απέναντι στα φαινόμενα και τις επιπτώσεις της κλιματικής κρίσης.

Για το ερευνητικό αυτό μέρος της μελέτης έγινε χρήση της μεθόδου των ερωτηματολογίων, τα οποία συμπληρώθηκαν από Έλληνες τουρίστες. Με αυτή τη διαδικασία εξετάστηκε η περιβαλλοντική συνείδηση, οι σκέψεις και τα κίνητρα ταξιδιωτών από διάφορα μέρη της Ελλάδας.

6.2 Μεθοδολογία και ερευνητικά ερωτήματα

Σε σχέση με τις παραδοσιακές μεθόδους, τα ηλεκτρονικά ερωτηματολόγια χαρίζουν πολλά πλεονεκτήματα. Μερικά από αυτά είναι η μείωση του κόστους, η ταχύτητα, η έλλειψη επιρροής της παρουσίας του συγγραφέα, η ευελιξία για τους συμμετέχοντες που μπορούν να συμπληρώσουν το ερωτηματολόγιο όπου και όποτε το επιθυμούν, επιτρέποντας επίσης την ενσωμάτωση συνδέσμων και οδηγιών (Lumsden, 2005).

Η δειγματοληψία μπορεί να οριστεί ως η διαδικασία μέσω της οποίας επιλέγονται άτομα ή μονάδες δειγματοληψίας από το πλαίσιο δείγματος. Είναι δύσκολο να εντοπιστεί και να υπάρχει πρόσβαση σε ολόκληρο το πληθυσμό (Elfil & Negida, 2017). Η στρατηγική δειγματοληψίας πρέπει να προσδιορίζεται εκ των προτέρων, δεδομένου ότι η μέθοδος δειγματοληψίας μπορεί να επηρεάσει την εκτίμηση του μεγέθους του δείγματος. Χωρίς αυστηρό σχέδιο δειγματοληψίας, οι εκτιμήσεις που προκύπτουν από τη μελέτη ενδέχεται να είναι μεροληπτικές (selection bias).

Κατά την έρευνα, πραγματοποιήθηκε δειγματοληψία χιονοστιβάδας ή αλλιώς “snowball” sampling. Είναι μία μέθοδος δημιουργίας ενός δείγματος από έναν βασικό πυρήνα συγκεκριμένων ατόμων τα οποία προτείνουν σε άλλα άτομα που γνωρίζουν να λάβουν μέρος στην έρευνα. Συνεπώς, ο πρώτος πυρήνας μεγαλώνει όπως μία κυλιόμενη χιονόμπαλα διαμορφώνοντας ένα δείγμα ευνοϊκό για έρευνα. Λόγω του ότι αυτή η τεχνική βασίζεται στη δικτύωση, μειώνεται η πιθανότητα όλα τα μέλη του δείγματος να καλύπτουν όλο το εύρος των χαρακτηριστικών του πληθυσμού (Martinez-Mesa *et al.*, 2016).

Η μέθοδος για την συλλογή των απαραίτητων στοιχείων ήταν το ψηφιακό ερωτηματολόγιο. Η κατασκευή του στηρίχτηκε στα θεωρητικά στοιχεία της έρευνας με στόχο την απάντηση στα κάτωθι ερευνητικά ερωτήματα:

1. Ποια είναι η αντίληψη του τουριστικού πληθυσμού για τους προορισμούς που εφαρμόζουν πρακτικές βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης; (Bhatti & Alnasser, 2023)
2. Πόσο πρόθυμοι είναι οι τουρίστες να εφαρμόσουν μέτρα που θα αυξήσουν τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη; (Stankuniene *et al.*, 2020)
3. Ο βαθμός στον οποίο οι επισκέπτες γνωρίζουν τον όρο «κλιματική κρίση» επηρεάζει την απόφασή τους για την επιλογή ταξιδιωτικού προορισμού; (Toubes *et al.*, 2020),

4. Η εμπειρία έντονων φαινομένων κλιματικής κρίσης αυξάνει τη προθυμία των τουριστών για μείωση του περιβαλλοντικού τους αποτυπώματος; (Amoiradis *et al.*, 2023)
5. Τα δημογραφικά χαρακτηριστικά επηρεάζουν την τουριστική συμπεριφορά απέναντι στα φαινόμενα και τις επιπτώσεις της κλιματικής κρίσης; (Ucgun & Narci, 2022)

6.3 Περιγραφή Δείγματος

Η ποσοτική έρευνα ξεκίνησε στις 1 Αυγούστου 2024 και ολοκληρώθηκε στις 26 Αυγούστου 2024. Ο συνολικός αριθμός του δείγματος φτάνει τις 578 απαντήσεις. Από αυτούς, το 51.6% (N=298) είναι άνδρες και το 48.3% (N=279) είναι γυναίκες και κατοικούν κυρίως στην Αττική. Τα μηνύματα που αποσκοπούσαν στην επικοινωνία του ερευνητή με τους συμμετέχοντες για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου περιείχαν και ένα ευγενικό αίτημα να γίνει η περαιτέρω προώθησή του. Το ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε μέσω της διαδικτυακής πλατφόρμας Google Forms. Κατά τη συλλογή των στοιχείων τηρήθηκαν οι κανόνες και οι αρχές ηθικής και δεοντολογίας αφού τα ερωτηματολόγια ήταν ανώνυμα και δεν γινόταν καταχώρηση των ηλεκτρονικών διευθύνσεων των ερωτηθέντων. Επίσης, οι συμμετέχοντες πληροφορήθηκαν για το σκοπό της έρευνας και ότι διενεργείτο στα πλαίσια της εκπόνησης διπλωματικής εργασίας του μεταπτυχιακού προγράμματος σπουδών MBA FOOD & AGRIBUSINESS του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου ήταν εθελοντική και τα άτομα μπορούσαν να τη διακόψουν αν το επιθυμήσουν. Τέλος, υπήρχε η δυνατότητα για επικοινωνία με τον ερευνητή στη περίπτωση που κάποιος συμμετέχων είχε κάποια αμφιβολία ή είχε ανάγκη από διευκρινήσεις όσον αφορά τις ερωτήσεις.

6.4 Ερωτηματολόγιο

Η έρευνα διεξήχθη με το διαμοιρασμό ενός ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου το οποίο αναρτήθηκε στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης Instagram, Facebook, LinkedIn και επίσης στάλθηκε μέσω email και Viber. Για το ερωτηματολόγιο χρησιμοποιήθηκαν ερωτήσεις κλειστού τύπου με συγκεκριμένες απαντήσεις από τις οποίες έπρεπε να διαλέξουν μια οι ερωτώμενοι. Στις περισσότερες ερωτήσεις επιλέχθηκε η πενταβάθμια κλίμακα Likert. Σε αυτές τις ερωτήσεις ο ερωτώμενος διαλέγει βαθμό συμφωνίας με εύρος από το «Καθόλου» έως το «Πάρα πολύ».

Το ερωτηματολόγιο διαμορφώθηκε με τέτοιο τρόπο έτσι ώστε να διευκολύνονται οι ερωτώμενοι και να μην είναι κουραστική η συμπλήρωσή του. Όλες οι πληροφορίες είναι εμπιστευτικές και επικρατεί ανωνυμία. Το ερωτηματολόγιο χωρίστηκε σε 5 ενότητες:

- Η 1^η ενότητα, η οποία αφορά τις τουριστικές προτιμήσεις.
- Η 2^η ενότητα, η οποία περιέχει τον όρο κλιματική κρίση και τις προεκτάσεις της όσον αφορά τον τουριστικό τομέα.
- Η 3^η ενότητα, η οποία σχετίζεται με τις αντιλήψεις του τουριστικού πληθυσμού για την κλιματική κρίση και τις συνέπειες της στη τουριστική βιομηχανία.

- Η 4^η ενότητα, η οποία αναφέρεται στα κίνητρα για βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.
- Η 5^η ενότητα, η οποία αφορά τα δημογραφικά στοιχεία του δείγματος.

Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από 23 ερωτήσεις. Οι πρώτες δύο ερωτήσεις σχετίζονται με τους παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή τουριστικού προορισμού στην Ελλάδα καθώς και τα προτιμώμενα είδη τουρισμού στην Ελλάδα. Οι επόμενες τέσσερις ερωτήσεις αφορούν το κατά πόσο ενημερωμένοι είναι οι ερωτώμενοι για την κλιματική κρίση, ποιες πιστεύουν ότι είναι οι πιθανές αιτίες της και από ποια φαινόμενα της έχουν οι ίδιοι απειληθεί. Το επόμενο σετ ερωτήσεων έχει να κάνει με την αντίληψη των ερωτώμενων για το κατά πόσο απειλείται η Ελλάδα από τις επιπτώσεις της κλιματικής κρίσης. Έπειτα, ακολουθούν 6 ερωτήσεις σχετικά με την περιβαλλοντική συνείδηση των Ελλήνων τουριστών και τέλος υπάρχουν 6 ερωτήσεις που αφορούν δημογραφικά χαρακτηριστικά έτσι ώστε να ερευνηθεί η ηλικία, το φύλο, το επίπεδο εκπαίδευσης, η οικογενειακή και εργασιακή κατάσταση, και το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα.

Ο κύριος στόχος της παρούσας έρευνας είναι να εκτιμηθεί το επίπεδο περιβαλλοντικής συνείδησης των τουριστών, το οποίο διαμορφώνει την πρόθεσή τους να συμπεριφέρονται φιλικά προς το περιβάλλον κατά τη διάρκεια των διακοπών τους.

6.5 Εγκυρότητα και αξιοπιστία

Η Ανάλυση Αξιοπιστίας α του Cronbach χρησιμοποιήθηκε για τον υπολογισμό της Αξιοπιστίας (Reliability) και της Εγκυρότητας (Validity) του ερωτηματολογίου. Η Αξιοπιστία των αποτελεσμάτων ενός πειράματος σχετίζεται με την ακρίβεια και τη σταθερότητά τους και πιο συγκεκριμένα ελέγχει πόσο σταθερές θα παρέμεναν οι απαντήσεις των ερωτηθέντων σε επαναλαμβανόμενες μετρήσεις. Θεωρείται και ανάλυση εσωτερικής συνοχής. Καλό είναι να προσδιορίζεται προτού μια δοκιμή αξιοποιηθεί για σκοπούς έρευνας έτσι ώστε να διασφαλισθεί η εγκυρότητα. Αυτό το τεστ είναι σημαντικό για την αξιολόγηση του ερωτηματολογίου, παίρνει τιμές από 0 έως 1 και αναφέρεται ότι οι αποδεκτές τιμές του α του Cronbach κυμαίνονται από 0,70 έως 0,95 (Tavakol & Dennick, 2011).

Στην παρούσα έρευνα ο συντελεστής Cronbach's Alpha είναι 0,932 (Cronbach's Alpha based on Standardized Items= 0,932) Αυτή η τιμή υποδηλώνει άριστη αξιοπιστία εσωτερικής συνέπειας (Taber, 2017).

6.6 Ανάλυση

Η ανάλυση πραγματοποιήθηκε σε λογισμικό SPSS έκδοση 26. Για τη διερεύνηση της αξιοπιστίας του ερωτηματολογίου χρησιμοποιήθηκε ο συντελεστής αξιοπιστίας Cronbach α . Η ανάλυση σχετικά με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων βασίστηκε στο τεστ chi-square για έλεγχο ανεξαρτησίας. Επίσης, εξετάστηκε ο βαθμός συσχέτισης του Spearman (Spearman's correlation coefficient) για ιεραρχικές (ordinal) μεταβλητές. Η ανάλυση πραγματοποιήθηκε σε επίπεδο σημαντικότητας $\alpha = 0,05$.

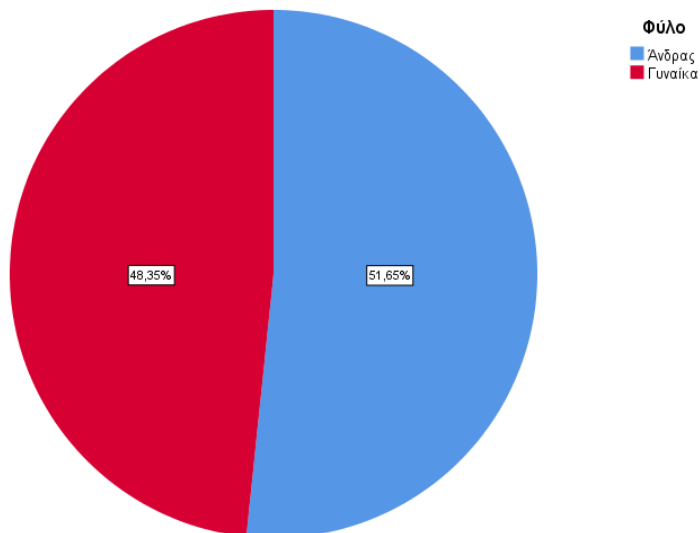
Κεφάλαιο 7: Αποτελέσματα

7.1 Περιγραφική στατιστική

Έπειτα παρουσιάζονται τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου από το στατιστικό πρόγραμμα SPSS σε μορφή πιτών.

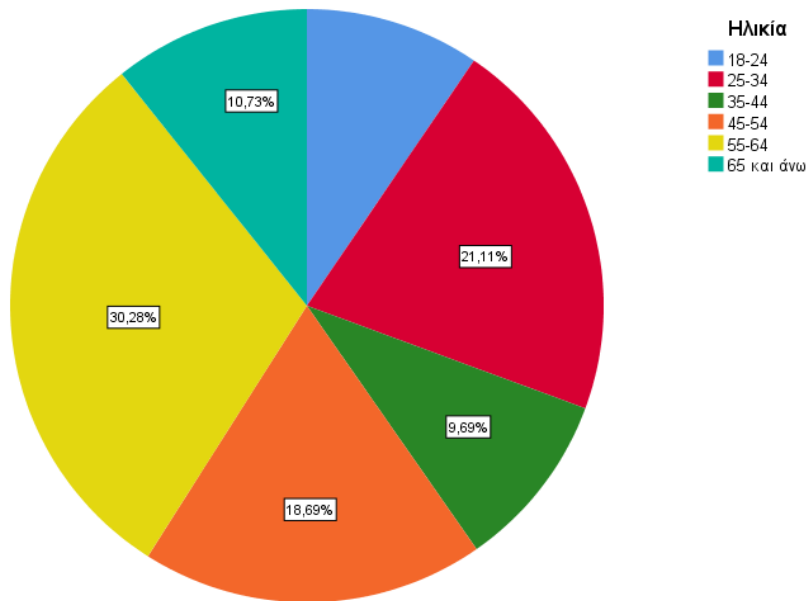
Δείγμα: 578 άτομα

Στοιχεία ερωτηθέντων



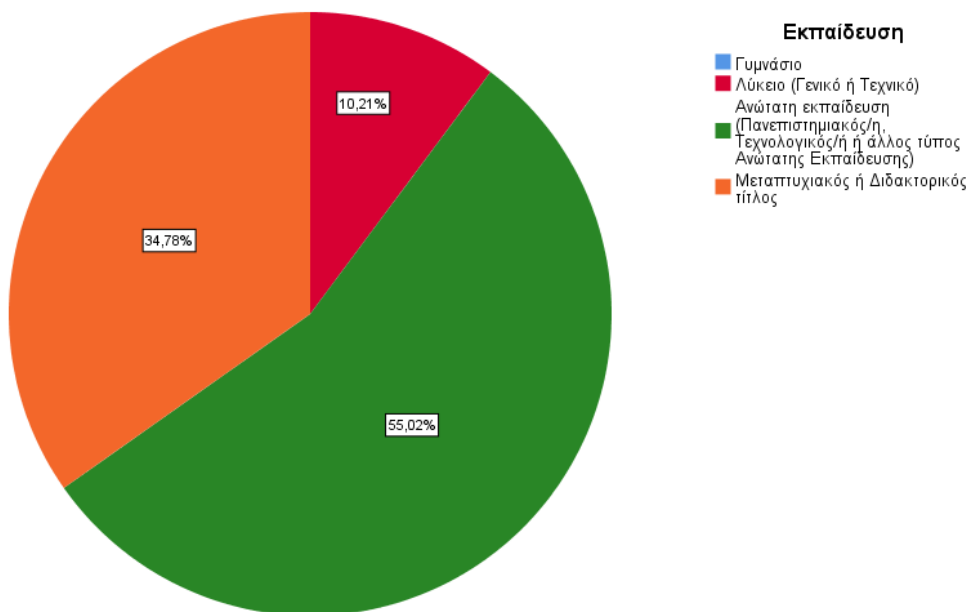
Διάγραμμα 2. Κατανομή φύλου

Από το κυκλικό διάγραμμα φαίνεται ότι το 51,6% (N=298) των ερωτηθέντων ήταν άνδρες και το υπόλοιπο 48,3% (N=279) ήταν γυναίκες. Υπήρχε μία απάντηση «Άλλο».



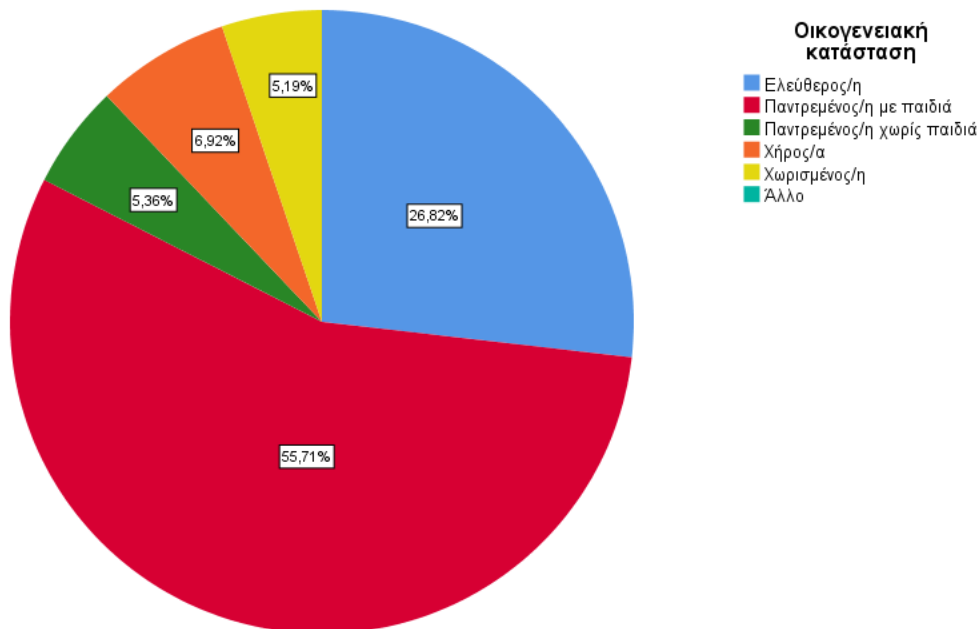
Διάγραμμα 3. Κατανομή ηλικίας

Περίπου 3 στους 10 έχουν ηλικία μεταξύ 55 και 64 ετών (N=175, N%=30,3%). Στη συνέχεια το 21,1% (N=122) είναι μεταξύ 25 και 34 ετών, το 18,7% (N=108) μεταξύ 45 και 54 ετών, το 10,7% (N=62) από 65 ετών και άνω, το 9,7% (N=56) μεταξύ 35 και 44 ετών και το 9,5% (N=55) είναι μεταξύ 18 και 24 ετών.



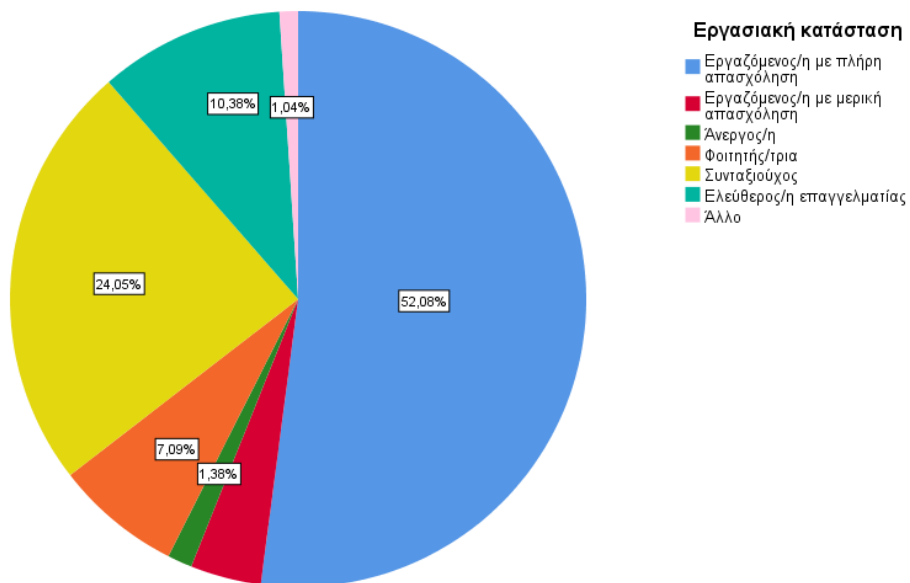
Διάγραμμα 4. Κατανομή εκπαίδευσης

Όσον αφορά στο επίπεδο εκπαίδευσης, όπως παρατηρείται από το Διάγραμμα 3, το 10,2% δηλαδή 59 άτομα έχουν ολοκληρώσει το λύκειο, το 55% και πιο συγκεκριμένα 318 άτομα είναι απόφοιτοι ΑΕΙ/ΤΕΙ και το 34,8% δηλαδή 201 άτομα έχουν στην κατοχή τους Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό. Τέλος, κανείς δεν είναι απόφοιτος Γυμνασίου.



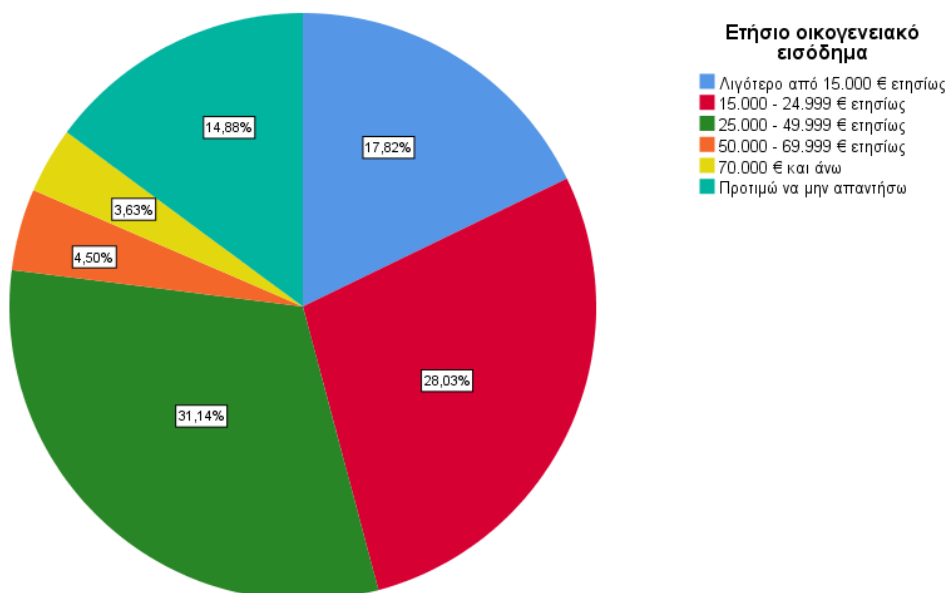
Διάγραμμα 5. Κατανομή οικογενειακής κατάστασης

Σχετικά με την οικογενειακή κατάσταση των συμμετεχόντων όπως διαμορφώθηκε από το σύνολο των απαντήσεων, παρατηρήθηκε ότι το 5,4% που αντιστοιχεί σε 31 άτομα είναι παντρεμένοι χωρίς παιδιά, το 6,9% που αντιστοιχεί σε 40 άτομα είναι χήροι, το 5,2% που αντιστοιχεί σε 30 άτομα είναι χωρισμένοι, το 26,8% που είναι 155 άτομα είναι ελεύθεροι και το 55,7% που αντιστοιχεί σε 322 άτομα είναι παντρεμένοι με παιδιά.



Διάγραμμα 6. Κατανομή εργασιακής κατάστασης

Σχετικά με την οικογενειακή κατάσταση των συμμετεχόντων όπως διαμορφώθηκε από το σύνολο των απαντήσεων, παρατηρήθηκε ότι το 1% που αντιστοιχεί σε 6 άτομα έχουν άλλη εργασιακή κατάσταση από τις αναφερόμενες, το 1,4% που αντιστοιχεί σε 8 άτομα είναι άνεργοι, το 4% που αντιστοιχεί σε 23 άτομα είναι εργαζόμενοι με μερική απασχόληση, το 7,1% που αντιστοιχεί σε 41 άτομα είναι φοιτητές, το 10,4% που είναι 60 άτομα είναι ελεύθεροι επαγγελματίες. Το 24% που αντιστοιχεί σε 139 άτομα είναι συνταξιούχοι και το 52,1% που είναι 301 άτομα είναι εργαζόμενοι με πλήρη απασχόληση.



Διάγραμμα 7. Κατανομή ετήσιου οικογενειακού εισοδήματος

Το τελευταίο δημογραφικό χαρακτηριστικό που σημειώθηκε μέσα από τα ερωτηματολόγια ήταν το ετήσιο εισόδημα του νοικοκυριού. Σύμφωνα με αυτή την καταγραφή, όπως φαίνεται και από το Διάγραμμα 6, διαπιστώθηκε ότι το 31,1% των συμμετεχόντων έχουν ετήσιο συνολικό εισόδημα από 25.000-49.999€, ποσοστό που αντιστοιχεί σε 180 άτομα. Το 28% που αντιστοιχεί σε 162 άτομα έχουν ετήσιο συνολικό εισόδημα από 15.000-24.999€, 103 άτομα με ποσοστό 17,8% έχουν ετήσιο εισόδημα λιγότερο από 15.000€, 26 άτομα με ποσοστό 4,5% έχουν 50.000-69.999€, 21 άτομα με ποσοστό 3,6% έχουν συνολικό εισόδημα νοικοκυριού από 70.000€ και άνω και 86 άτομα με ποσοστό 14,9% προτίμησαν να μην απαντήσουν.

7.1.1 Ανάλυση δεδομένων

Για να πραγματοποιηθεί η στατιστική ανάλυση, είναι απαραίτητο οι απαντήσεις του ερωτηματολογίου που αποτελούν τις μεταβλητές του δείγματος να κωδικοποιηθούν με τέτοιο τρόπο έτσι ώστε να διευκολυνθεί η μεταφορά των δεδομένων στο επιλεγμένο πρόγραμμα στατιστικής ανάλυσης. Τα δεδομένα της κλίμακας Likert αναλύονται στην κλίμακα μέτρησης διαστήματος (scale) (Boone & A. Boone, 2012). Εφαρμόζεται μια μέθοδος που χρησιμοποιεί τα περιγραφικά στατιστικά στοιχεία τα οποία περιλαμβάνουν το μέσο όρο ως μέτρο κεντρικής τάσης και την τυπική απόκλιση ως μέτρο διασποράς των τιμών του δείγματος σε σύγκριση με την τιμή του αριθμητικού μέσου (μέσου όρου).

Τουριστικές προτιμήσεις

Η πρώτη ερώτηση του ερωτηματολογίου αφορούσε τα κριτήρια επιλογής τουριστικού προορισμού στην Ελλάδα. Οι απαντήσεις που έδωσαν οι συμμετέχοντες έδειξαν το πιο σημαντικό κριτήριο ήταν το κόστος (Μ.Τ.=4,16, Τ.Α.=0,992) και οι παραλίες (Μ.Τ.=4,07, Τ.Α.=0,999) και στη συνέχεια η ασφάλεια (Μ.Τ.=4,05, Τ.Α.=1,105).

Πίνακας 1. Κριτήρια επιλογής τουριστικού προορισμού στην Ελλάδα

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ	Μ.Τ.	Τ.Α.
Κόστος	1,4%	4,7%	20,2%	24,4%	49,3%	4,16	0,992
Κλίμα	8,1%	15,4%	27,9%	28,5%	20,1%	3,37	1,197
Διαμονή	2,6%	6,9%	27,9%	33,9%	28,7%	3,79	1,017
Αθλητικές εγκαταστάσεις	58,1%	20,9%	15,9%	3,1%	1,9%	1,70	0,973
Παραλίες	1,4%	6,7%	18,2%	31,1%	42,6%	4,07	0,999
Πολιτιστική κληρονομιά	6,2%	19%	29,4%	30,4%	14,9%	3,29	1,122
Προσβασιμότητα	3,1%	10,2%	25,3%	33,4%	28%	3,73	1,073
Ασφάλεια	3,1%	7,3%	18,2%	24,6%	46,9%	4,05	1,105

Στη συνέχεια εξετάστηκαν τα προτιμώμενα είδη τουρισμού στην Ελλάδα. Οι απαντήσεις τους αποτυπώνονται στον Πίνακα 2 και έδειξαν ότι το μεγαλύτερο μέρος των ερωτώμενων (Μ.Τ.=4,26, Τ.Α.=1,019) προτιμούν πάρα πολύ τον καλοκαιρινό τουρισμό. Ως δεύτερη επιλογή τους, ακολουθεί ο χειμερινός τουρισμός (Μ.Τ.=3,44,

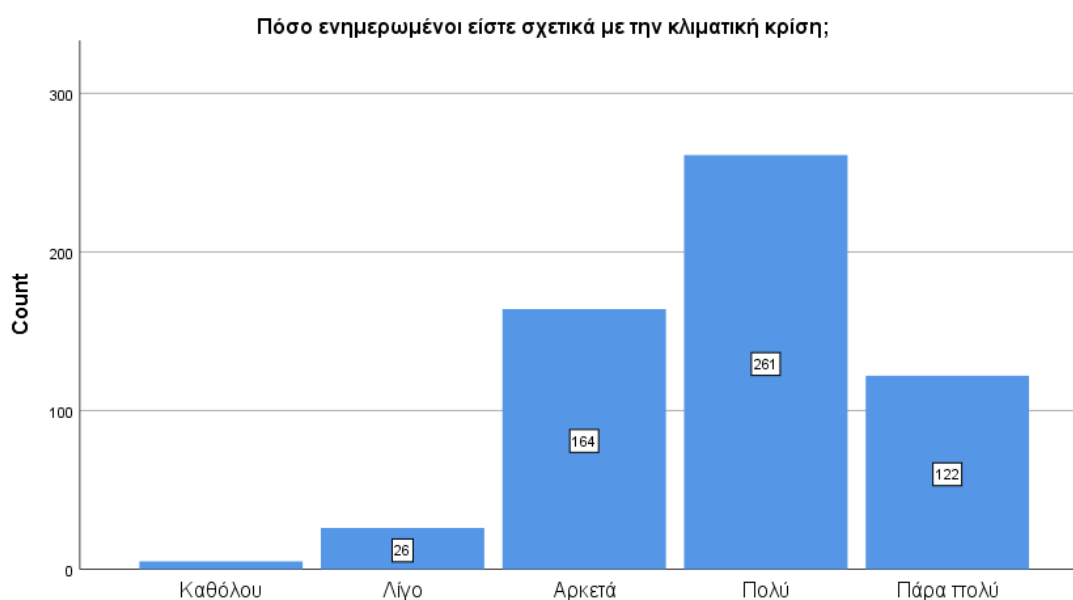
T.A.=1,140) και σαν τρίτη επιλογή βρίσκεται ο πολιτιστικός τουρισμός (M.T.=3,17, T.A.=1,234).

Πίνακας 2. Προτιμώμενα είδη τουρισμού στην Ελλάδα

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ	M.T.	T.A.
Καλοκαιρινός	2,1%	4,8%	15,2%	20,9%	56,9%	4,26	1,019
Χειμερινός	5,5%	15,2%	29,9%	28,5%	20,8%	3,44	1,140
Εκπαιδευτικός	22,5%	23,2%	31,0%	15,6%	7,8%	2,63	1,210
Γαστρονομικός	25,4%	20,1%	28,9%	15,9%	9,7%	2,64	1,281
Πολιτιστικός	11,4%	18,2%	29,4%	24,4%	16,6%	3,17	1,234
Τουρισμός πόλεων	17,8%	22,0%	31,5%	20,2%	8,5%	2,80	1,198
Αθλητικός	47,8%	23,0%	18,9%	6,9%	3,5%	1,95	1,120
Οικοτουρισμός	40,8%	26,5%	21,3%	8,8%	2,6%	2,06	1,098
Αγροτουρισμός	43,3%	24,7%	19,4%	8,7%	4,0%	2,05	1,153
Θρησκευτικός	45,2%	19,7%	16,4%	10,4%	8,3%	2,17	1,324

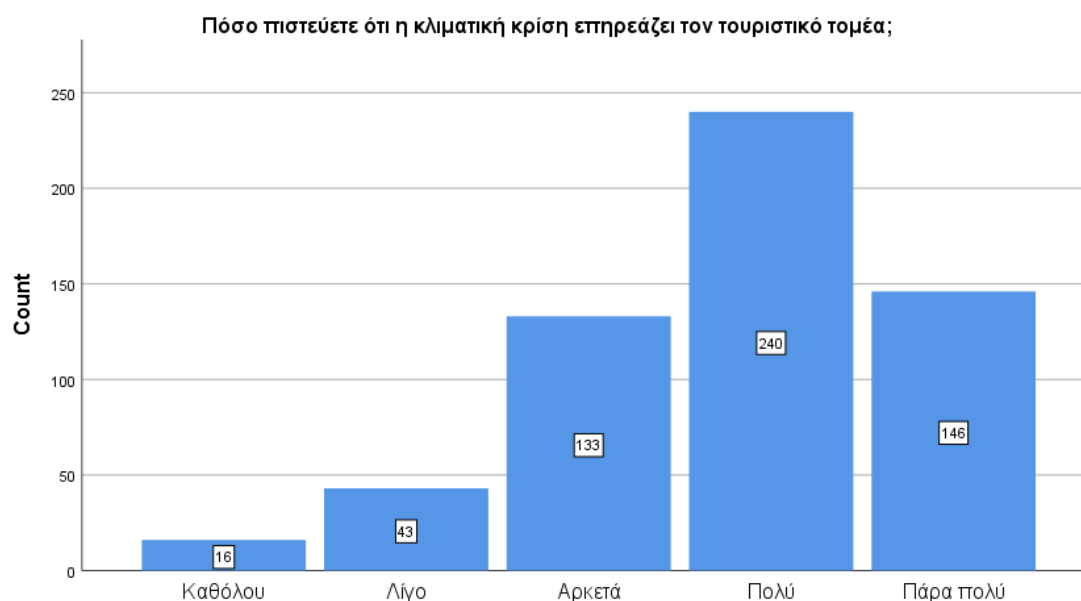
Κλιματική κρίση

Η πλειονότητα των ερωτηθέντων (M.T.=3,81, T.A.=0,848) δηλώνει ότι έχει επίγνωση του όρου κλιματική κρίση.



Διάγραμμα 8. Πόσο ενημερωμένοι είστε σχετικά με την κλιματική κρίση;

Σύμφωνα με το διάγραμμα 9, οι συμμετέχοντες πιστεύουν ότι η κλιματική κρίση επηρεάζει πολύ τον τουριστικό τομέα (Μ.Τ.=3,81, Τ.Α.=0,848).



Διάγραμμα 9. Πόσο πιστεύετε ότι η κλιματική κρίση επηρεάζει τον τουριστικό τομέα;

Στον παρακάτω πίνακα βρίσκονται οι απαντήσεις των ταξιδιωτών στην ερώτηση «Ποιες πιστεύετε ότι είναι οι πιθανές αιτίες της κλιματικής κρίσης». 340 άτομα με ποσοστό 58,8% θεωρούν σοβαρή αιτία της κλιματικής κρίσης (Μ.Τ.=4,32, Τ.Α.=0,970) την υπερβολική παραγωγή ρύπων, 327 άτομα με ποσοστό 56,6% την αποψίλωση των δασών (Μ.Τ.=4,29, Τ.Α.=0,961) και 281 ερωτηθέντες με ποσοστό 48,6% θεωρούν παρά πολύ σοβαρή αιτία της κλιματικής κρίσης (Μ.Τ.=4,09, Τ.Α.=1,073) την υπερκατανάλωση. 255 άτομα με ποσοστό 44,1% πιστεύουν πάρα πολύ (Μ.Τ.=4,02, Τ.Α.=1,077) ότι η απεριόριστη χρήση φυσικών πόρων συνέβαλλε στην εξέλιξη της κλιματικής κρίσης. Το φαινόμενο του θερμοκηπίου ορίστηκε ως λόγος πρόκλησης της κλιματικής κρίσης (Μ.Τ.=4,02, Τ.Α.=1,068) από 250 άτομα με ποσοστό 43,3%, 237 άτομα με ποσοστό 41% πιστεύουν πάρα πολύ (Μ.Τ.=3,99, Τ.Α.=1,063) ότι η αιτία της κλιματικής κρίσης είναι η απεριόριστη χρήση ορυκτών καυσίμων, ενώ 217 συμμετέχοντες με ποσοστό 37,5% υποστήριξαν πως η υπερβολική χρήση φυτοφαρμάκων είναι ρίζα του προβλήματος (Μ.Τ.=3,85, Τ.Α.=1,134).

Πίνακας 3. Αντίληψη για τις πιθανές αιτίες της κλιματικής κρίσης

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ	M.T.	T.A.
Απεριόριστη Χρήση φυσικών πόρων	2,4%	7,3%	20,8%	25,4%	44,1%	4,02	1,077
Απεριόριστη χρήση ορυκτών καυσίμων	2,2%	8,1%	19,0%	29,6%	41,0%	3,99	1,063
Υπερβολική παραγωγή ρύπων	1,7%	3,8%	14,4%	21,3%	58,8%	4,32	0,970
Υπερβολική χρήση φυτοφαρμάκων	3,3%	10,4%	22,1%	26,6%	37,5%	3,85	1,134
Το φαινόμενο του θερμοκηπίου	2,8%	6,6%	19,4%	28%	43,3%	4,02	1,068
Αποψίλωση των δασών	1,2%	4,7%	14,5%	23%	56,6%	4,29	0,961
Υπερκατανάλωση	2,4%	6,6%	19%	23,4%	48,6%	4,09	1,073

Στον παρακάτω πίνακα έχουν σημειωθεί τα φαινόμενα της κλιματικής κρίσης που έχουν απειλήσει τα άτομα που συμμετείχαν στην έρευνα. Η άνοδος της θερμοκρασίας με ποσοστό 45,2% και οι πυρκαγιές με ποσοστό 48,8% φαίνονται να είναι απειλητικές (M.T.=4,18, T.A.=0,992 και αντίστοιχα M.T.=3,93, T.A.=1,211). Οι πλημμύρες δεν είναι καθόλου ακίνδυνες για το δείγμα αφού μόνο το 25,9% δηλώνει ότι δεν έχει απειληθεί καθόλου ή έχει απειληθεί λίγο. Η ξηρασία κυμαίνεται σε παρόμοια επίπεδα με τη μεταβολή φυσικών τοπίων με M.T.=3,62, T.A.=1,238 και M.T.=3,18, T.A.=1,208 αντίστοιχα. Η άνοδος της στάθμης της θάλασσας φαίνεται να μην αποτελεί απειλή για τους συμμετέχοντες (M.T.=2,08, T.A.=1,114).

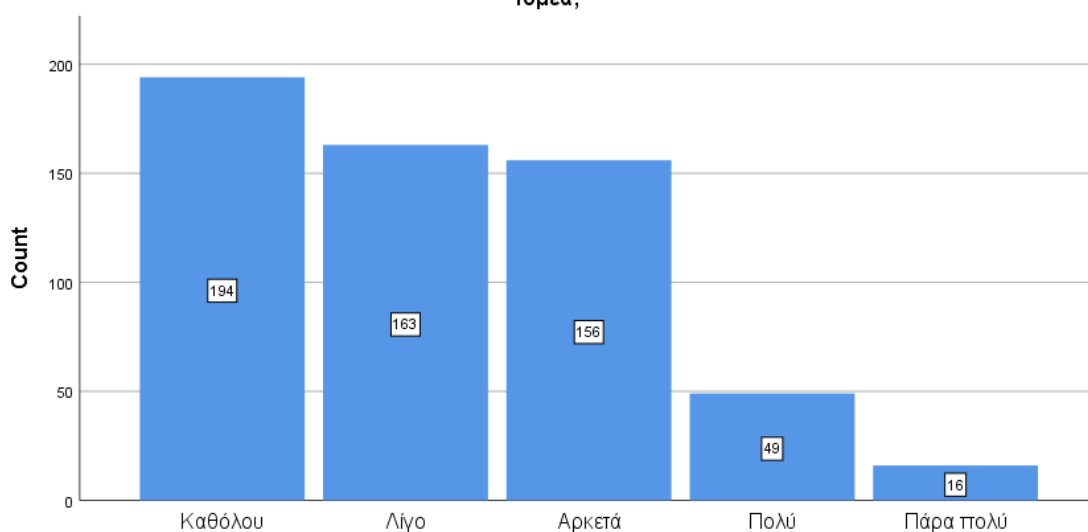
Πίνακας 4. Φαινόμενα που έχουν απειλήσει τους ερωτηθέντες

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ	M.T.	T.A.
Άνοδος στάθμης της θάλασσας	41,3%	22,8%	24,9%	8%	2,9%	2,08	1,114
Πυρκαγιές	5,5%	8,3%	18,7%	22,3%	45,2%	3,93	1,211
Πλημμύρες	12,8%	13,1%	24%	26,8%	23,2%	3,34	1,313
Μεταβολή φυσικών τοπίων	11,2%	16,8%	29,4%	27,7%	14,9%	3,18	1,208
Ξηρασία	7,6%	11,6%	22,1%	28,4%	30,3%	3,62	1,238
Άνοδος της θερμοκρασίας	1,9%	5%	15,4%	28,9%	48,8%	4,18	0,992

Οι επιπτώσεις της κλιματικής κρίσης στην ελληνική τουριστική βιομηχανία

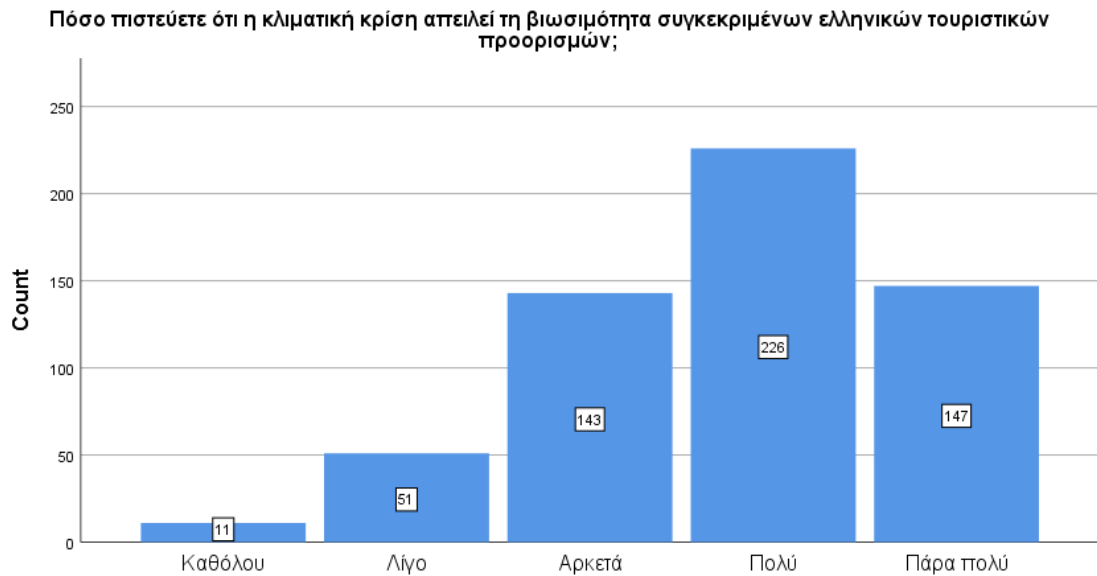
Το 33,6% που αντιστοιχεί σε 194 άτομα δήλωσε ότι δεν είναι καθόλου ενημερωμένο για επιτυχημένες στρατηγικές προσαρμογής στην κλιματική κρίση στον τουριστικό τομέα, το 28,2% που αντιστοιχεί σε 163 άτομα είναι λίγο ενημερωμένο και το 27% που αντιστοιχεί σε 156 άτομα είναι αρκετά ενημερωμένο. Μόλις το 8,5% δηλαδή 49 άτομα είναι πολύ ενημερωμένα και το 2,8% που είναι πολύ ενημερωμένο αντιστοιχεί σε 16 ανθρώπους από το σύνολο των 578 απαντημένων ερωτηματολογίων.

Πόσο ενημερωμένοι είστε για επιτυχημένες στρατηγικές προσαρμογής στην κλιματική κρίση στον τουριστικό τομέα;



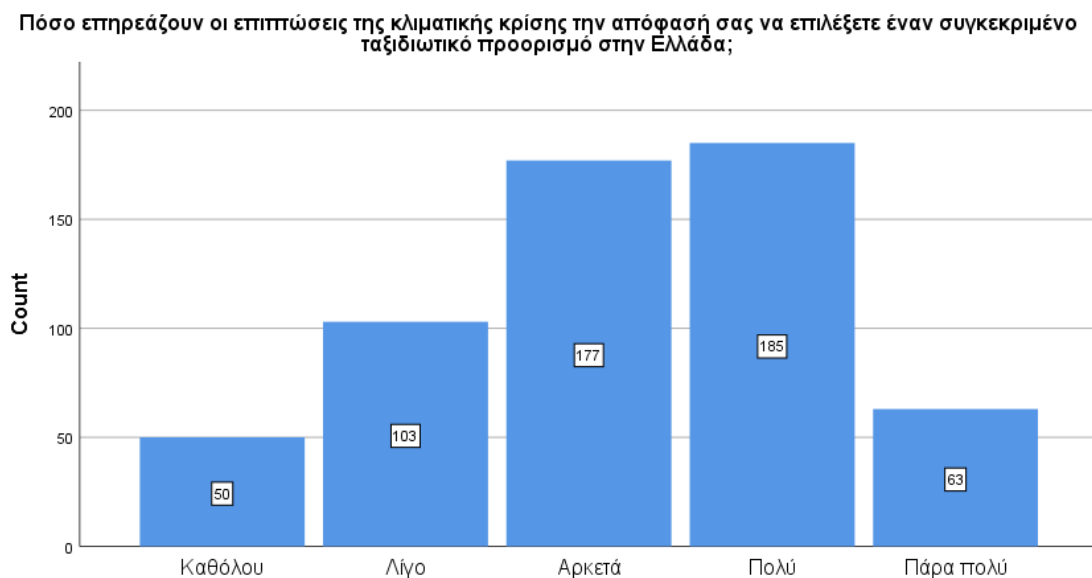
Διάγραμμα 10. Πόσο ενημερωμένοι είστε για επιτυχημένες στρατηγικές προσαρμογής στην κλιματική κρίση στον τουριστικό τομέα

516 άτομα που αποτελούν το 89,2% του δείγματος πιστεύουν σε μια κλίμακα από αρκετά έως πάρα πολύ ότι απειλείται η βιωσιμότητα μερικών τουριστικών περιοχών. Ύστερα, ένα μικρό ποσοστό της τάξεως του 8,8% πιστεύει ότι η κλιματική κρίση απειλεί λίγο τη βιωσιμότητα των ελληνικών τουριστικών προορισμών. Μόλις το 1,9% (N=11) θεωρεί ότι η κλιματική κρίση δεν απειλεί καθόλου τη βιωσιμότητα συγκεκριμένων ελληνικών τουριστικών προορισμών. Ο μέσος όρος της μεταβλητής αυτής λαμβάνει τιμή 3,77 και η τυπική απόκλιση 0,988.



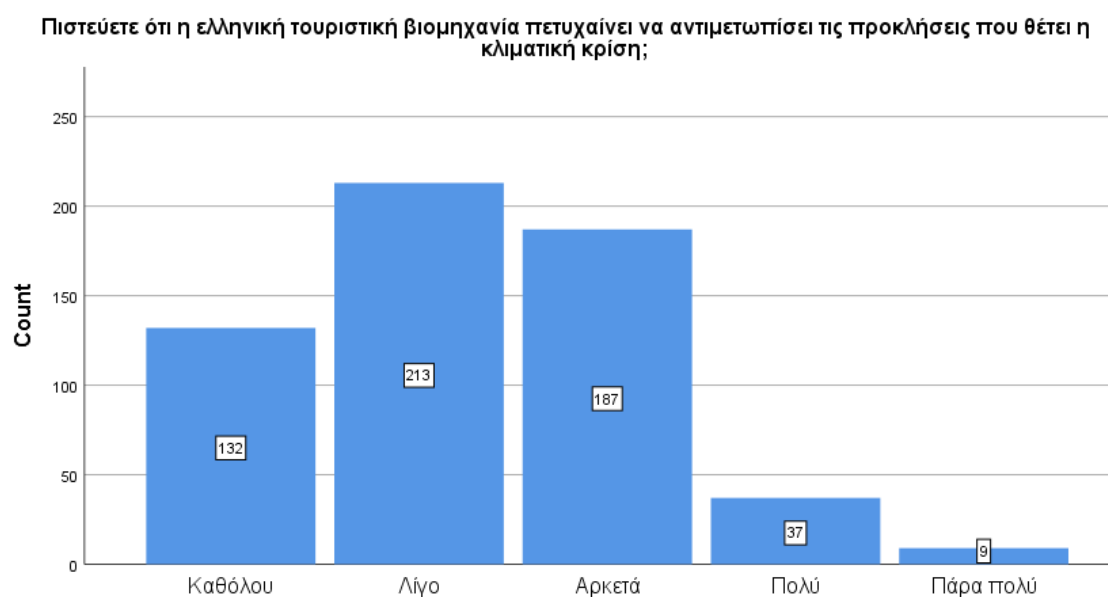
Διάγραμμα 11. Πόσο πιστεύετε ότι η κλιματική κρίση απειλεί τη βιωσιμότητα συγκεκριμένων ελληνικών τουριστικών προορισμών;

Οι επιπτώσεις της κλιματικής κρίσης επηρεάζουν την απόφαση της πλειοψηφίας των Ελλήνων ταξιδιωτών στην απόφαση τους να επιλέξουν έναν τουριστικό προορισμό στην Ελλάδα (Μ.Τ.= 3,19, Τ.Α.=1,117). 177 άτομα (Ν%=30,6%) επηρεάζονται αρκετά, 103 άτομα (Ν%=17,8%) δήλωσαν ότι επηρεάζονται λίγο και 50 άτομα (Ν%=8,7%) ισχυρίστηκαν ότι δεν επηρεάζονται καθόλου από τα φαινόμενα της κλιματικής κρίσης.



Διάγραμμα 12. Πόσο επηρεάζουν οι επιπτώσεις της κλιματικής κρίσης την απόφασή σας να επιλέξετε έναν συγκεκριμένο ταξιδιωτικό προορισμό στην Ελλάδα;

345 συμμετέχοντες στην έρευνα που αποτελούν το 82,5% του δείγματος πιστεύουν πως καθόλου ή λίγο η ελληνική τουριστική βιομηχανία πετυχαίνει να αντιμετωπίσει τις προκλήσεις που θέτει η κλιματική κρίση. 187 άτομα που είναι το 32,4% του συνόλου του δείγματος υποστηρίζουν πως η ελληνική τουριστική βιομηχανία πετυχαίνει αρκετά να αντιμετωπίσει τις προκλήσεις που θέτει η κλιματική κρίση ενώ μόλις 46 άτομα (N%=8%) πιστεύουν σε μια κλίμακα από πολύ έως πάρα πολύ ότι υπάρχει επιτυχία σε αυτή την προσπάθεια.



Διάγραμμα 13. Πιστεύετε ότι η ελληνική τουριστική βιομηχανία πετυχαίνει να αντιμετωπίσει τις προκλήσεις που θέτει η κλιματική κρίση;

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι αντιλήψεις των Ελλήνων τουριστών για το βαθμό στον οποίο επηρεάζονται διάφορα είδη τουρισμού. Το 29,1% των ερωτηθέντων θεωρεί πως τα φυσικά αξιοθέατα επηρεάζονται πάρα πολύ από την κλιματική κρίση. Στην ερώτηση αν οι καλοκαιρινοί προορισμοί επηρεάζονται από την κλιματική κρίση, το μεγαλύτερο ποσοστό εμφάνισης το είχε η κατηγορία «Πάρα πολύ». Η αντίληψη του δείγματος για τον αν οι χειμερινοί προορισμοί, τα μέρη πολιτιστικής κληρονομιάς και ο οικοτουρισμός επηρεάζονται από την κλιματική κρίση καλύφθηκε από την κατηγορία «Αρκετά» με ποσοστά 30,6%, 32,2% και 30,1% αντίστοιχα.

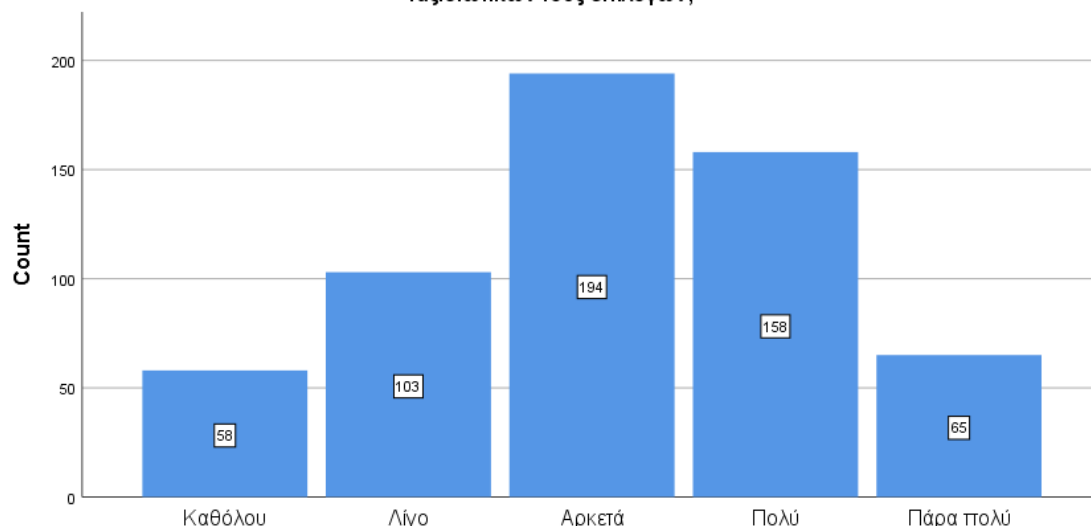
Πίνακας 5. Είδη τουρισμού που επηρεάζονται από την κλιματική κρίση

	Τα φυσικά αξιοθέατα επηρεάζονται από την κλιματική κρίση;	Οι καλοκαιρινοί προορισμοί επηρεάζονται από την κλιματική κρίση;	Οι χειμερινοί προορισμοί επηρεάζονται από την κλιματική κρίση;	Μέρη πολιτιστικής κληρονομιάς επηρεάζονται από την κλιματική κρίση;	Ο οικοτουρισμός επηρεάζεται από την κλιματική κρίση;
Καθόλου	5,2%	4,7%	6,9%	9,0%	18,9%
Λίγο	13,8%	10,6%	13,5%	19,6%	23,9%
Αρκετά	24,9%	23,7%	30,6%	32,2%	30,1%
Πολύ	27,0%	29,1%	25,6%	25,6%	17,5%
Πάρα πολύ	29,1%	32,0%	23,4%	13,7%	9,7%

Το μέλλον

Το παρακάτω διάγραμμα δείχνει ότι οι συμμετέχοντες δεν είναι αρνητικοί στην ιδέα ότι μπορεί ο καθένας ατομικά να κάνει τη διαφορά στην καταπολέμηση της κλιματικής κρίσης μέσω των ταξιδιωτικών του επιλογών. Πιο συγκεκριμένα, στην ερώτηση αυτή απάντησαν «αρκετά» 194 άτομα (N=33,6%), «πολύ» 158 άτομα (N=27,3%), «λίγο» 103 άτομα (N=17,8%), «πάρα πολύ» απάντησαν 65 άνθρωποι (N=11,2%) και «καθόλου» 58 άτομα (N%=10%).

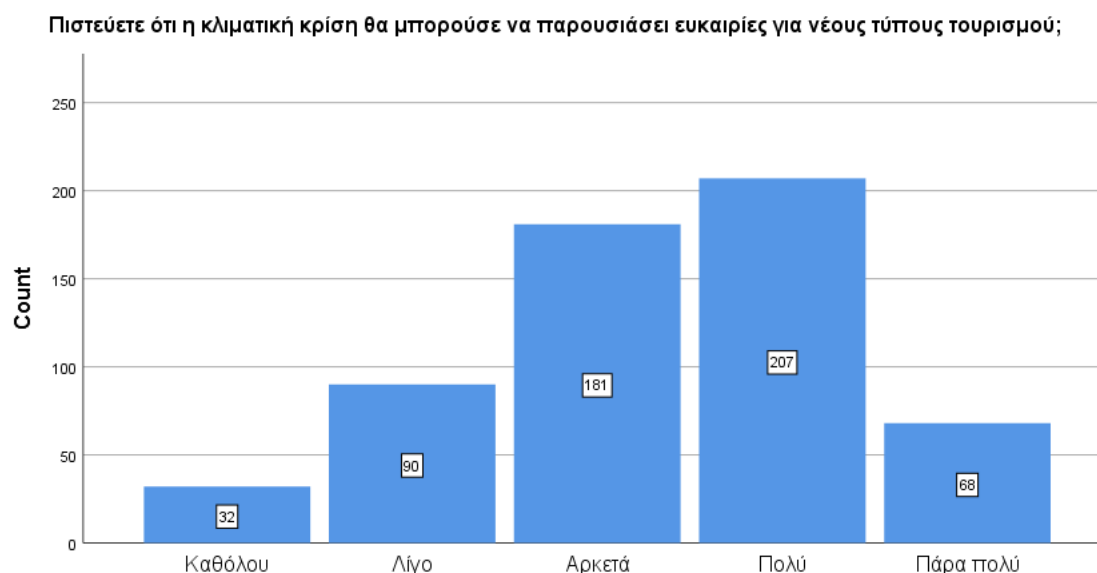
Πιστεύετε ότι τα άτομα μπορούν να κάνουν τη διαφορά στην καταπολέμηση της κλιματικής κρίσης μέσω των ταξιδιωτικών τους επιλογών;



Διάγραμμα 14. Πιστεύετε ότι τα άτομα μπορούν να κάνουν τη διαφορά στην καταπολέμηση της κλιματικής κρίσης μέσω των ταξιδιωτικών τους επιλογών;

Οι απαντήσεις των Ελλήνων τουριστών που συμμετείχαν στην έρευνα ήταν αρκετά αισιόδοξες στην ερώτηση αν «πιστεύετε ότι η κλιματική κρίση θα μπορούσε να

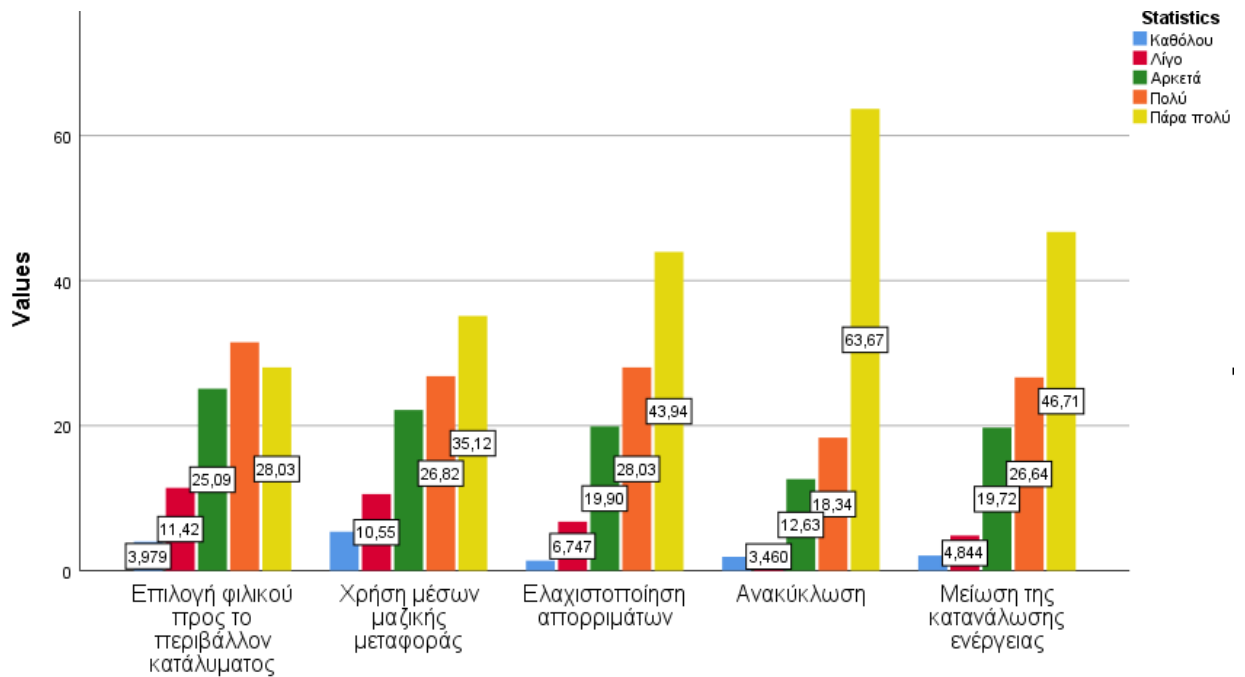
παρουσιάζει ευκαιρίες για νέους τύπους τουρισμού». Συγκεκριμένα, 207 άτομα απάντησαν «πολύ» σε αυτή την ερώτηση και 181 ερωτηθέντες απάντησαν «αρκετά». Αντίθετα 122 άτομα απάντησαν «λίγο» ή «καθόλου» σε αυτή την ερώτηση ενώ 68 άτομα δήλωσαν «πάρα πολύ».



Διάγραμμα 15. Πιστεύετε ότι η κλιματική κρίση θα μπορούσε να παρουσιάσει ευκαιρίες για νέους τύπους τουρισμού;

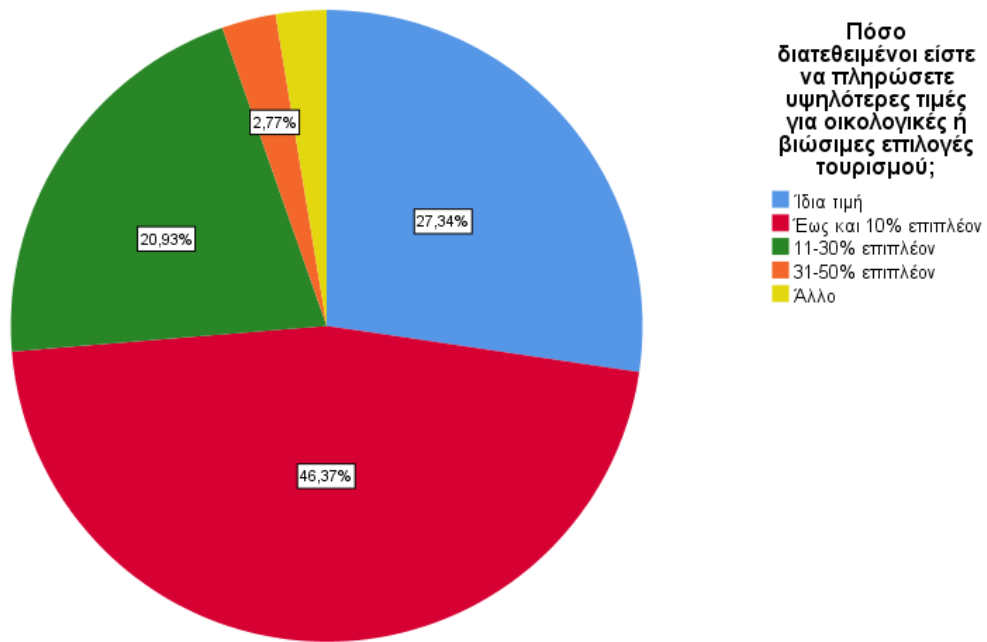
Βιωσιμότητα

Η επόμενη ερώτηση εξέταζε τα μέτρα τα οποία είναι πρόθυμοι οι συμμετέχοντες να λάβουν για να μειώσουν το αποτύπωμα άνθρακα και να συμβάλλουν στον βιώσιμο τουρισμό στην Ελλάδα. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του διαγράμματος 16, το μέτρο της ανακύκλωσης είχε την μεγαλύτερη απήχηση για 368 άτομα με ποσοστό 63,67% και ακολουθεί η μείωση της κατανάλωσης ενέργειας για 270 άτομα με ποσοστό 46,71%. Στην επιλογή της ελαχιστοποίησης των απορριμμάτων η απάντηση ήταν «πάρα πολύ» (N%=43,94%, N=254). Στο μέτρο της χρήσης μέσων μαζικής μεταφοράς ξεχώρισε η απάντηση «πάρα πολύ» (N%=35,12, N=203) και στην επιλογή φιλικού προς το περιβάλλον καταλύματος κυριάρχησε η απάντηση «πολύ» (N%=31,49%, N=145).



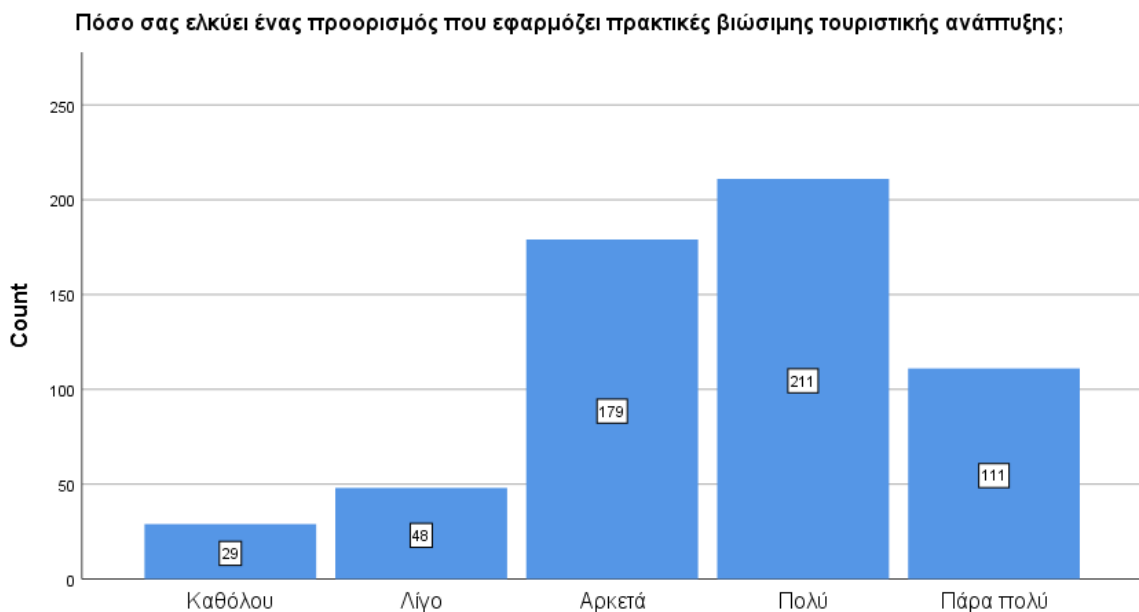
Διάγραμμα 16. Ποια από τα παρακάτω μέτρα μπορείτε να λάβετε για να μειώσετε το αποτύπωμα άνθρακα και να συμβάλλετε στον βιώσιμο τουρισμό στην Ελλάδα;

Η πλειοψηφία (46%) είναι διατεθειμένη να πληρώσει έως και 10% για οικολογικές και βιώσιμες επιλογές τουρισμού. Το 27,34% των συμμετεχόντων δεν είναι πρόθυμο να πληρώσει παραπάνω, το 20,93% που αντιστοιχεί σε 121 άτομα 11-30% επιπλέον και το 2,77% που αντιστοιχεί σε 16 είναι πρόθυμο να πληρώσει 31-50% επιπλέον. Μόλις 2,6% των ερωτηθέντων επέλεξε την απάντηση «Άλλο» στην ερώτηση «Πόσο διατεθειμένοι είστε να πληρώσετε υψηλότερες τιμές για οικολογικές ή βιώσιμες επιλογές τουρισμού».



Διάγραμμα 17. Προθυμία πληρωμής

Παρακάτω φαίνεται η έρευνα για την ελκυστικότητα ενός προορισμού που εφαρμόζει πρακτικές βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης (Μ.Τ.=3,57, Τ.Α.=1,05). 211 ερωτηθέντες (N%=36,5%) ελκύνονται πολύ, 179 άτομα (N=31%) ελκύνονται αρκετά και 111 (N=19,2%) απάντησαν «πάρα πολύ» σε αυτή την ερώτηση. 48 συμμετέχοντες (N%=8,3%) ελκύνονται λίγο και 29 άτομα (N%=5%) δεν ελκύνονται καθόλου από έναν τέτοιο προορισμό.



Διάγραμμα 18. Πόσο σας ελκύει ένας προορισμός που εφαρμόζει πρακτικές βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης;

7.2 Στατιστική ανάλυση των δεδομένων

Η στατιστική επεξεργασία των αποτελεσμάτων που συγκεντρώθηκαν έγινε με το πρόγραμμα Statistical Package for the Social Sciences, ή όπως είναι ευρύτερα γνωστό, το SPSS. Έγινε εφαρμογή του στατιστικού ελέγχου χ^2 με τη χρήση μεταβλητών που αφορούν τα δημογραφικά στοιχεία του δείγματος με τις μεταβλητές-ερωτήσεις των υπολοίπων ενοτήτων, ανάλυση διακύμανσης (ANOVA) και υπολογίστηκε ο συντελεστής συσχέτισης του Spearman. Αναλυτικότερα γίνεται αναφορά σε αυτά παρακάτω, όπου γίνεται εκτενέστερη παρουσίαση των αποτελεσμάτων.

7.2.1 Ανάλυση διασταυρωμένης (ή διπλής) πινακοποίησης χ^2

Ο στατιστικός έλεγχος χ^2 χρησιμοποιείται για να ελεγχθεί αν δύο κατηγορικές (nominal ή ordinal) μεταβλητές είναι ανεξάρτητες μεταξύ τους ή η μία επηρεάζει την άλλη. Ο έλεγχος που πραγματοποιείται αφορά τον πίνακα συχνοτήτων διπλής εισόδου των δεδομένων και στο αποτέλεσμα χ^2 που προκύπτει από αυτόν. Ελέγχει αν υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των δύο μεταβλητών και οι υπό εξέταση στατιστικές υποθέσεις είναι οι εξής:

H_0 : οι δύο μεταβλητές είναι ανεξάρτητες (Μηδενική υπόθεση)

H_1 : οι δύο μεταβλητές δεν είναι ανεξάρτητες (Εναλλακτική υπόθεση)

Αν το p-value που προκύπτει είναι μικρότερο του 0,05 ($p < 0.05$) τότε απορρίπτεται η μηδενική υπόθεση και το αποτέλεσμα είναι στατιστικά σημαντικό. Υπάρχει δηλαδή στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ των δύο κατηγορικών μεταβλητών. Το ορισμένο επίπεδο σημαντικότητας είναι το 5%.

Ακολουθούν οι στατιστικοί έλεγχοι που υλοποιήθηκαν για την αξιολόγηση των ερευνητικών ερωτημάτων της εργασίας.

Στον Πίνακα 6 προβάλλεται ο έλεγχος Chi-square ο οποίος πραγματοποιήθηκε για την εκτίμηση της επιρροής του παράγοντα «κλίμα» στην επιλογή τουριστικού προορισμού στην Ελλάδα σε σχέση με την αντίληψη ότι η κλιματική κρίση απειλεί τη βιωσιμότητα συγκεκριμένων τουριστικών προορισμών στην Ελλάδα. Παρατηρήθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφοροποιήσεις στα αποτελέσματα ($X^2=54.65$, $p\text{-value}<0.001$). Συγκεκριμένα, οι τουρίστες που επηρεάζονται πολύ από το κλίμα στην επιλογή τουριστικού προορισμού στην Ελλάδα, πιστεύουν ότι η κλιματική κρίση επηρεάζει πολύ την βιωσιμότητα συγκεκριμένων ελληνικών τουριστικών προορισμών ($N\%=41.8\%$, $N=69$).

Πίνακας 6. Αποτελέσματα ελέγχου Chi-square για σχέση του κριτηρίου του κλίματος και της αντίληψης της απειλής της κλιματικής κρίσης

Πόσο σας επηρεάζει το κλίμα στην επιλογή τουριστικού προορισμού στην Ελλάδα;								
Πόσο πιστεύετε ότι η κλιματική κρίση απειλεί την βιωσιμότητα συγκεκριμένων τουριστικών προορισμών;		Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ	Pearson X ²	p-value
	Καθόλου	5	2	2	1	1		
	Λίγο	6	16	7	15	7		
	Αρκετά	12	30	34	44	23		
	Πολύ	12	27	73	69	45		
	Πάρα πολύ	12	14	45	36	40		

Στον πίνακα 7 προβάλλεται ο έλεγχος Chi-square ο οποίος πραγματοποιήθηκε για εξετασθεί αν υπάρχουν διαφορές μεταξύ των δύο φύλων σε σχέση με την προθυμία πληρωμής για οικολογικές ή βιώσιμες επιλογές τουρισμού. Παρατηρήθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφοροποιήσεις στα αποτελέσματα ($X^2=12.190$, $p\text{-value}=0.016$). Οι γυναίκες, όπως φαίνεται και στον πίνακα, είναι πιο πρόθυμες να πληρώσουν υψηλότερα ποσά για βιώσιμες ή οικολογικές επιλογές τουρισμού.

Πίνακας 7. Αποτελέσματα ελέγχου Chi-square για την επίδραση του φύλου στη προθυμία πληρωμής

Πόσο διατεθειμένοι είστε να πληρώσετε υψηλότερες τιμές για οικολογικές ή βιώσιμες επιλογές τουρισμού;								
Φύλο		Ίδια τιμή	10% επιπλέον	11-30% επιπλέον	31-50% επιπλέον	Άλλο	Pearson X ²	p-value
	Άνδρας	97	134	56	4	7		
	Γυναίκα	61	134	64	12	8		

Στον πίνακα 8 προβάλλεται ο έλεγχος Chi-square ο οποίος πραγματοποιήθηκε για να εξετασθεί αν υπάρχει συσχέτιση μεταξύ του επιπέδου εκπαίδευσης και της ελκυστικότητας ενός προορισμού που εφαρμόζει πρακτικές βιώσιμης ανάπτυξης. Δεν παρατηρήθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφοροποιήσεις στα αποτελέσματα ($X^2=5.573$, $p\text{-value}=0.695$).

Πίνακας 8. Αποτελέσματα ελέγχου *Chi-square* για επίδραση της εκπαίδευσης στην ελκυστικότητα ενός προορισμού

Πόσο σας ελκύει ένας προορισμός που εφαρμόζει πρακτικές βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης;								
Εκπαίδευση		Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ	Pearson X^2	p-value
	Λύκειο	3	7	19	18	12		
	Ανώτατη εκπαίδευση	12	28	97	117	64		
	Μεταπτυχιακό ή διδακτορικό	14	13	63	76	35		

7.2.2 Συντελεστής συσχέτισης Spearman

Για τον έλεγχο αν δύο μεταβλητές σχετίζονται, εξετάζεται το ζήτημα για το αν οι αλλαγές σε μια μεταβλητή συσχετίζονται με παρόμοιες ή αντίθετες μεταβολές στην άλλη μεταβλητή. Συνεπώς, καθώς η μια μεταβλητή αποκλίνει από τη μέση τιμή της, χρειάζεται και η άλλη μεταβλητή να αποκλίνει από τη μέση τιμή με παρόμοιο τρόπο. Συσχέτιση ή συνάφεια ονομάζεται ο βαθμός συμμεταβολής δύο μεταβλητών δηλαδή είναι ο βαθμός στον οποίο οι δύο τιμές αλλάζουν παράλληλα. Η τιμή ενός συντελεστή συσχέτισης κυμαίνεται από τιμές -1 έως 1. Θετικό πρόσημο του συντελεστή υποδηλώνει θετική συσχέτιση ενώ αρνητικό πρόσημο, αρνητική συσχέτιση (King *et al.*, 2019).

Βασική προϋπόθεση για να χρησιμοποιηθεί ο συντελεστής συσχέτισης Spearman rho είναι τα δεδομένα να έχουν μετρηθεί σε ιεραρχική κλίμακα.

Μηδενική υπόθεση: Δεν υπάρχει θετική συσχέτιση μεταξύ των δύο μεταβλητών.

Εναλλακτική υπόθεση: Υπάρχει θετική συσχέτιση ανάμεσα στις δύο μεταβλητές (υπόθεση μονόπλευρου ελέγχου).

Ακολουθούν οι στατιστικοί έλεγχοι που υλοποιήθηκαν για την αξιολόγηση των ερευνητικών ερωτημάτων της εργασίας.

Στον Πίνακα 9 προβάλλεται ο υπολογισμός του συντελεστή συσχέτισης Spearman rho στο SPSS. Διαπιστώνεται ότι ο συντελεστής συσχέτισης είναι πολύ χαμηλός (rho=0,147). Το αποτέλεσμα είναι στατιστικά σημαντικό (sig.=0,000) άρα απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση. Κατά συνέπεια, διατυπώνεται το συμπέρασμα ότι υπάρχει θετική συσχέτιση της επίγνωσης του φαινομένου της κλιματικής κρίσης και του κατά πόσο οι επιπτώσεις της επηρεάζουν την απόφαση του ερωτώμενου να επιλέξει έναν συγκεκριμένο ταξιδιωτικό προορισμό αλλά υπάρχει ανίσχυρη (χαμηλή) συνάφεια.

Πίνακας 9. Συσχέτιση της επίγνωσης του φαινομένου της κλιματικής κρίσης και του κατά πόσο οι επιπτώσεις της επηρεάζουν την απόφαση του ερωτώμενου να επιλέξει έναν συγκεκριμένο ταξιδιωτικό προορισμό

			Πόσο ενημερωμένοι είστε σχετικά με την κλιματική κρίση;	Πόσο επηρεάζουν οι επιπτώσεις της κλιματικής κρίσης την απόφασή σας να επιλέξετε έναν συγκεκριμένο ταξιδιωτικό προορισμό στην Ελλάδα;
Spearman's rho	Πόσο ενημερωμένοι είστε σχετικά με την κλιματική κρίση	Correlation Coefficient	1,000	0,147
		Sig. (1-tailed)		0,000
		N	578	578
	Πόσο επηρεάζουν οι επιπτώσεις της κλιματικής κρίσης την απόφασή σας να επιλέξετε έναν συγκεκριμένο προορισμό στην Ελλάδα;	Correlation Coefficient	0,147	1,000
		Sig. (1-tailed)	0,000	
		N	578	578

Στον Πίνακα 10 προβάλλεται ο υπολογισμός του συντελεστή συσχέτισης Spearman rho στο SPSS. Διαπιστώνεται ότι ο συντελεστής συσχέτισης είναι πολύ χαμηλός (rho=0,159). Το αποτέλεσμα είναι στατιστικά σημαντικό (sig.=0,000) άρα απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση. Κατά συνέπεια, διατυπώνεται το συμπέρασμα ότι υπάρχει θετική συσχέτιση της απειλής της ανόδου της θερμοκρασίας στην Ελλάδα και της αντίληψης ότι τα άτομα μπορούν να κάνουν τη διαφορά στην καταπολέμηση της κλιματικής κρίσης μέσω των ταξιδιωτικών τους επιλογών αλλά υπάρχει ανίσχυρη (χαμηλή) συνάφεια.

Πίνακας 10. Συσχέτιση της απειλής της ανόδου της θερμοκρασίας στην Ελλάδα και της αντίληψης ότι τα άτομα μπορούν να κάνουν τη διαφορά στην καταπολέμηση της κλιματικής κρίσης μέσω των ταξιδιωτικών τους επιλογών

			Πόσο σας έχει απειλήσει η άνοδος της θερμοκρασίας;	Πιστεύετε ότι τα άτομα μπορούν να κάνουν τη διαφορά στην καταπολέμηση της κλιματικής κρίσης μέσω των ταξιδιωτικών τους επιλογών;
Spearman's rho	Πόσο σας έχει απειλήσει η άνοδος της θερμοκρασίας;	Correlation Coefficient	1,000	0,159
		Sig. (1-tailed)		0,000
		N	578	578
	Πιστεύετε ότι τα άτομα μπορούν να κάνουν τη διαφορά στην καταπολέμηση της κλιματικής κρίσης μέσω των ταξιδιωτικών τους επιλογών;	Correlation Coefficient	0,159	1,000
		Sig. (1-tailed)	0,000	
		N	578	578

7.2.3 Ανάλυση διακύμανσης (ANOVA)

Η ανάλυση διακύμανσης επιτρέπει στον ερευνητή να συγκρίνει μέσους όρους από περισσότερα από δύο δείγματα (συνθήκες της ανεξάρτητης μεταβλητής). Η ανάλυση διακύμανσης είναι ένα ισχυρό στατιστικό κριτήριο και επηρεάζεται ελάχιστα από την παραβίαση της κανονικότητας του πληθυσμού. Η κλίμακα μέτρησης των εξαρτημένων μεταβλητών χρειάζεται να είναι τουλάχιστον ίσων διαστημάτων (Ρούσσοι και Τσαούσης, 2011).

Οι στατιστικές υποθέσεις ορίζονται ως εξής:

Μηδενική υπόθεση: $H_0: \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k$

Εναλλακτική υπόθεση $H_1: \mu_i \neq \mu_j, i, j = 1, 2, \dots, k$ (τουλάχιστον ένα ζευγάρι διαφέρει)

Αν η μηδενική υπόθεση απορριφθεί, τότε μάλλον όλες οι μέσες τιμές διαφέρουν μεταξύ τους ή μερικές από αυτές ή ίσως μόνο μία διαφέρει.

Στον Πίνακα 11 παρουσιάζονται τα ευρήματα της μονόδρομης ANOVA σχετικά με την ηλικία των συμμετεχόντων (πληρείται η προϋπόθεση της ομοιογένειας των μεταβλητών). Η ανάλυση έδειξε στατιστικά σημαντική διαφορά στην ερώτηση «Πόσο πιστεύετε ότι η κλιματική κρίση επηρεάζει τον τουριστικό τομέα» ($F = 2,988$, $p = 0,011$) και στην ερώτηση «Πόσο σας ελκύει ένας προορισμός που εφαρμόζει πρακτικές βιώσιμης ανάπτυξης» ($F = 5,592$, $p = 0,000$). Σε επίπεδο επιρροής της κλιματικής κρίσης όπως και στο θέμα της ελκυστικότητας, τουλάχιστον ένας μέσος όρος διαφέρει από τους άλλους ανάμεσα στα ηλικιακά γκρουπ. Ουσιαστικά, τα αποτελέσματα δείχνουν ότι οι συμμετέχοντες ηλικίας 25 έως 34 ετών πιστεύουν ότι η κλιματική κρίση δεν επηρεάζει τόσο τον τουριστικό τομέα όσο πιστεύουν οι άλλες ηλικίες και ταυτόχρονα δε θεωρούν αρκετά ελκυστικό έναν προορισμό που εφαρμόζει πρακτικές βιώσιμης ανάπτυξης σε σύγκριση πάλι με τα υπόλοιπα ηλικιακά φάσματα.

Αντίθετα, η ανάλυση έδειξε ότι δεν υπάρχουν σημαντικές διαφορές ως προς την πεποίθηση ότι η ελληνική τουριστική βιομηχανία πετυχαίνει να αντιμετωπίσει τις προκλήσεις που θέτει η κλιματική κρίση ($F = 1,463$, $p = 0,200$) και ως προς την ενημέρωση για επιτυχημένες στρατηγικές προσαρμογής στην κλιματική κρίση στον τουριστικό τομέα ($F = 0,835$, $p = 0,525$).

Πίνακας 11. Σύγκριση αποτελεσμάτων στο επίπεδο των αντιλήψεων της κλιματικής κρίσης και του τουρισμού σε σχέση με την ηλικία των συμμετεχόντων

	18-24		25-34		35-44		45-54		55-64		65 και άνω		F	p
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD		
Επιτυχία	2,1	0,9	2,1	0,9	2,3	1,1	2,3	0,9	2,3	0,9	2,4	0,9	1,463	0,200
Ενημέρωση	1,9	1	2,1	1,1	2,2	1,2	2,2	1,2	2,3	1,1	2,3	1	0,835	0,525
Επιρροή	3,8	1	3,6	1	4	1	4	0,9	3,7	1	3,7	1	2,988	0,011
Ελκυστικότητα	3,3	0,9	3,2	1	3,8	1	3,8	0,9	3,7	1	3,5	1	5,592	0,000

7.2.4 Διερευνητική Ανάλυση Παραγόντων (EFA)

Η παραγοντική ανάλυση (FA) μας επιτρέπει να απλοποιήσουμε ένα σύνολο σύνθετων μεταβλητών ή στοιχείων χρησιμοποιώντας στατιστικές διαδικασίες για να εξερενήσουμε τις υποκείμενες διαστάσεις που εξηγούν τις σχέσεις μεταξύ των πολλαπλών μεταβλητών/στοιχείων. Δύο είναι οι κύριες χρήσεις του Factor Analysis, πρώτον η μείωση των δεδομένων και δεύτερον η διερεύνηση της δομής των δεδομένων. Για τη μείωση των δεδομένων, το Factor Analysis χρησιμοποιείται ώστε να εντοπίσει τις μεταβλητές που παρουσιάζουν υψηλή συσχέτιση μεταξύ τους με τελικό σκοπό να γίνει αντικατάστασή τους με μία μεταβλητή που περιλαμβάνει την ίδια πληροφορία (Tavakol & Wetzel, 2020).

Η μέτρηση της επάρκειας δειγματοληψίας Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) είναι ένα στατιστικό στοιχείο που αναδεικνύει την αναλογία διακύμανσης στις μεταβλητές που μπορεί να προκαλείται από συγκεκριμένους υποκείμενους παράγοντες. Από την Ανάλυση Παραγόντων προκύπτει ότι ο δείκτης Keiser-Meyer-Olkin (KMO) που ελέγχει την επάρκεια του δείγματος είναι ίσος με 0,897. Εφόσον η τιμή του είναι μεγαλύτερη από 0,5, το δείγμα είναι επαρκές (Li *et al.*, 2020).

Ο δείκτης Bartlett's Test Of Sphericity εξετάζει το βαθμό στον οποίο οι συσχετίσεις μεταξύ των μεταβλητών ευνοούν την εκτέλεση της ανάλυσης παραγόντων και χρειάζεται να παίρνει τιμές μικρότερες από 0,05 (<0,05). Στη συγκεκριμένη περίπτωση ο δείκτης λαμβάνει τη τιμή 0,000, άρα η ανάλυση παραγόντων δύναται να υλοποιηθεί.

Πίνακας 12. Δείκτες Keiser-Meyer-Olkin και Bartlett's Sphericity

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,897
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	14935,580
	df	1770
	Sig.	,000

Στον παρακάτω πίνακα αποτυπώνονται οι φορτίσεις στον κάθε παράγοντα. Κατώτατο αποδεκτό όριο θεωρείται το 0,3 (Taherdoost *et al.*, 2020).

Πίνακας 13. Φορτίσεις Παραγόντων (1)

Factor Matrix^a

	Factor														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Πόσο σας επηρεάζει το κόστος στην επιλογή τουριστικού προορισμού στην Ελλάδα;	,309	-,321	,262	-,055	-,143	,014	,210	-,095	,053	,178	-,129	-,054	,092	,074	-,232
Πόσο σας επηρεάζει το κλίμα στην επιλογή τουριστικού προορισμού στην Ελλάδα;	,451	-,038	,115	,065	,145	,117	,221	,028	,122	,094	,050	,026	,097	-,252	-,074
Πόσο σας επηρεάζει η διαμονή στην επιλογή τουριστικού προορισμού στην Ελλάδα;	,439	-,242	,286	,027	,012	,170	,269	-,021	-,020	,116	,011	-,135	,150	-,092	,075
Πόσο σας επηρεάζουν οι αθλητικές εγκαταστάσεις στην επιλογή τουριστικού προορισμού στην Ελλάδα;	,272	,406	,170	,008	,025	,071	,032	,139	,054	,139	,095	,175	,070	-,124	,073
Πόσο σας επηρεάζουν οι παραλίες στην επιλογή τουριστικού προορισμού στην Ελλάδα;	,430	-,240	,375	-,077	,150	,073	,333	,031	-,002	,063	,052	-,008	-,024	,029	,124
Πόσο σας επηρεάζει η πολιτιστική κληρονομιά στην επιλογή τουριστικού προορισμού στην Ελλάδα;	,499	,091	,370	-,018	,151	,012	,117	-,082	,010	-,250	-,065	,140	,085	,001	-,073
Πόσο σας επηρεάζει η προσβασιμότητα στην επιλογή τουριστικού προορισμού στην Ελλάδα;	,493	-,135	,252	-,096	,096	-,009	,219	-,007	-,095	,124	-,163	-,150	-,074	,029	-,049
Πόσο σας επηρεάζει η ασφάλεια στην επιλογή τουριστικού προορισμού στην Ελλάδα;	,506	-,199	,307	-,050	,195	,145	,278	-,039	-,004	,025	-,165	-,017	-,058	-,008	,067
Πόσο προτιμάτε τον καλοκαιρινό τουρισμό στην Ελλάδα;	,364	-,258	,258	-,039	-,085	,002	,195	,039	-,080	,055	,086	-,043	-,053	,104	,131
Πόσο προτιμάτε τον χειμερινό τουρισμό στην Ελλάδα;	,368	-,050	,161	,047	-,125	-,147	,084	-,174	,065	,103	,149	-,050	-,102	,059	,000
Πόσο προτιμάτε τον εκπαιδευτικό τουρισμό στην Ελλάδα;	,452	,311	,229	,083	-,016	-,242	,047	-,165	-,079	-,081	,004	-,052	,014	,080	-,060
Πόσο προτιμάτε τον γαστρονομικό τουρισμό στην Ελλάδα;	,383	,299	,279	-,033	-,066	-,062	-,012	-,113	-,009	-,070	,181	-,053	-,101	-,022	,089
Πόσο προτιμάτε τον πολιτιστικό τουρισμό στην Ελλάδα;	,513	,310	,355	,115	,072	-,185	-,007	-,176	-,060	-,481	,009	,026	,070	,038	-,076

Πίνακας 14. Φορτίσεις Παραγόντων (2)

Πόσο προτιμάτε τον τουρισμό πόλεων στην Ελλάδα;	,366	,269	,288	,013	,040	-,025	-,027	-,078	-,185	-,242	,121	-,029	-,042	-,169	,101
Πόσο προτιμάτε τον αθλητικό τουρισμό στην Ελλάδα;	,261	,479	,323	,032	-,060	-,143	-,068	-,001	,047	,226	,094	,098	-,083	-,090	,098
Πόσο προτιμάτε τον οικοτουρισμό στην Ελλάδα;	,386	,571	,232	,036	,010	-,148	-,232	-,172	,211	,244	-,044	,013	-,001	-,009	,027
Πόσο προτιμάτε τον αγροτουρισμό στην Ελλάδα;	,355	,573	,184	-,004	-,015	-,176	-,214	-,143	,236	,213	-,013	-,039	-,002	,051	-,103
Πόσο προτιμάτε τον θρησκευτικό τουρισμό στην Ελλάδα;	,302	,348	,305	-,070	,001	-,051	-,053	,014	-,043	,010	-,312	,067	-,105	,009	-,055
Πόσο ενημερωμένοι είστε σχετικά με την κλιματική κρίση;	,137	-,001	-,067	,016	,273	-,040	,059	-,131	,092	-,093	,128	,006	,107	,048	-,056
Πόσο πιστεύετε ότι η κλιματική κρίση επηρεάζει τον τουριστικό τομέα;	,415	,051	-,348	,164	,191	,069	,051	-,187	,095	,034	,017	-,024	-,053	-,079	,117
Πόσο πιστεύετε ότι η απεριόριστη χρήση φυσικών πόρων είναι πιθανή αιτία της κλιματικής κρίσης;	,614	-,291	,022	,113	-,060	,123	-,182	-,111	-,102	,075	,059	,054	,043	-,089	-,111
Πόσο πιστεύετε ότι η απεριόριστη χρήση ορυκτών καυσίμων είναι πιθανή αιτία της κλιματικής κρίσης;	,567	-,343	,089	,141	-,063	,187	-,279	-,086	-,038	,082	,079	,158	,069	-,008	-,051
Πόσο πιστεύετε ότι η υπερβολική παραγωγή ρύπων είναι πιθανή αιτία της κλιματικής κρίσης;	,591	-,466	,115	,004	-,002	,093	-,312	-,082	-,102	,058	,024	,100	-,070	,037	,056
Πόσο πιστεύετε ότι η υπερβολική χρήση φυτοφαρμάκων και λιπασμάτων είναι πιθανή αιτία της κλιματικής κρίσης;	,650	-,233	,076	,024	,058	,184	-,298	,001	-,155	-,002	-,072	,029	-,027	-,060	-,037
Πόσο πιστεύετε ότι το φαινόμενο του θερμοκηπίου είναι πιθανή αιτία της κλιματικής κρίσης;	,606	-,305	-,015	,010	,029	,099	-,156	,060	-,074	,021	,086	-,050	-,150	-,021	-,005
Πόσο πιστεύετε ότι η αποψίλωση των δασών είναι πιθανή αιτία της κλιματικής κρίσης;	,606	-,313	,151	-,094	-,052	,054	-,219	-,059	-,096	-,046	,050	-,103	-,049	,092	-,026

Πίνακας 15. Φορτίσεις Παραγόντων (3)

Πόσο πιστεύετε ότι η υπερκατανάλωση είναι πιθανή αιτία της κλιματικής κρίσης;	,659	-,256	,059	,045	-,025	,101	-,222	-,031	-,087	,032	,017	-,088	,090	,035	-,057
Πόσο σας έχει απειλήσει η άνοδος της στάθμης της θάλασσας στην Ελλάδα;	,454	,251	-,186	-,298	,060	,006	,005	,092	-,253	,118	,109	,074	,033	-,038	-,009
Πόσο σας έχουν απειλήσει οι πυρκαγιές στην Ελλάδα;	,468	-,020	-,146	-,508	,026	-,115	,001	-,043	-,050	-,020	,026	,135	,090	,021	,099
Πόσο σας έχουν απειλήσει οι πλημμύρες στην Ελλάδα;	,452	,063	-,174	-,574	,061	-,052	-,049	,032	-,107	,023	-,030	,112	,127	-,037	,047
Πόσο σας έχει απειλήσει η μεταβολή φυσικών τοπίων στην Ελλάδα;	,514	,111	-,236	-,487	,076	-,040	-,018	-,002	,028	-,027	,009	-,012	,029	-,013	,017
Πόσο σας έχει απειλήσει η ξηρασία στην Ελλάδα;	,517	,091	-,193	-,490	,075	-,030	-,057	-,017	,225	-,039	-,005	-,222	,109	,022	-,011
Πόσο σας έχει απειλήσει η άνοδος της θερμοκρασίας στην Ελλάδα;	,586	-,149	-,211	-,256	-,053	-,053	-,053	-,058	,167	-,054	-,013	-,180	-,105	,036	,074
Ενημερωμένοι για επιτυχημένες στρατηγικές προσαρμογής στην κλιματική κρίση στον τουριστικό τομέα	,288	,328	-,219	-,056	,303	,042	,162	,047	-,131	-,004	,193	,080	-,142	,211	-,174
Πόσο πιστεύετε ότι η κλιματική κρίση απειλεί τη βιωσιμότητα συγκεκριμένων ελληνικών τουριστικών προορισμών;	,422	,028	-,413	,120	,214	,107	,018	-,177	,152	-,065	,032	-,121	-,131	-,030	-,012
Πόσο επηρεάζουν οι επιπτώσεις της κλιματικής κρίσης την απόφασή σας να επιλέξετε έναν συγκεκριμένο ταξιδιωτικό προορισμό στην Ελλάδα;	,466	,189	-,326	,137	,251	,167	,073	-,127	,094	,006	-,088	-,040	-,166	-,193	-,090
Πιστεύετε ότι η ελληνική τουριστική βιομηχανία πετυχαίνει να αντιμετωπίσει τις προκλήσεις που θέτει η κλιματική κρίση;	,156	,293	-,050	-,034	,208	,088	,155	,237	-,214	,117	,149	,026	-,181	,086	-,143
Τα φυσικά αξιοθέατα επηρεάζονται από την κλιματική κρίση;	,508	-,107	-,233	,066	-,327	,013	,162	-,166	,137	-,086	-,111	,240	,070	,094	-,003
Οι καλοκαιρινοί προορισμοί επηρεάζονται από την κλιματική κρίση;	,524	-,142	-,258	,064	-,144	,093	,195	-,182	,202	-,004	,038	,210	-,059	-,014	,070

Πίνακας 16. Φορτίσεις Παραγόντων (4)

Μέρη πολιτιστικής κληρονομιάς επηρεάζονται από την κλιματική κρίση;	,568	,150	-,230	,054	-,290	,068	,162	-,018	-,008	-,086	-,103	,134	-,013	,036	,042
Ο γαστρονομικός τουρισμός επηρεάζεται από την κλιματική κρίση;	,510	,425	-,112	,123	-,319	,254	,029	,148	-,027	-,054	,062	-,092	,050	-,036	,033
Ο εκπαιδευτικός τουρισμός επηρεάζεται από την κλιματική κρίση;	,531	,416	-,085	,100	-,332	,217	,030	,150	-,069	-,060	,011	-,140	,041	,008	,034
Ο οικότουρισμός επηρεάζεται από την κλιματική κρίση;	,464	,258	-,114	,136	-,220	,156	-,036	,000	-,017	-,032	,015	-,185	,091	,116	-,011
Ο θρησκευτικός τουρισμός επηρεάζεται από την κλιματική κρίση;	,437	,505	-,094	,010	-,271	,191	,059	,289	-,114	-,011	-,159	-,029	-,038	-,033	-,018
Πιστεύετε ότι τα άτομα μπορούν να κάνουν τη διαφορά στην καταπολέμηση της κλιματικής κρίσης μέσω των ταξιδιωτικών τους επιλογών;	,460	,156	-,186	,259	,192	-,029	,013	-,066	-,175	,180	-,094	,027	,151	,190	,083
Πιστεύετε ότι η κλιματική κρίση θα μπορούσε να παρουσιάσει ευκαιρίες για νέους τύπους τουρισμού;	,291	,121	-,211	,257	,148	-,058	,004	,036	-,089	,104	-,016	-,013	,255	,108	,113
Επιλογή φιλικού προς το περιβάλλον καταλύματος;	,612	-,108	-,094	,165	,059	-,189	,034	,175	,087	,008	-,068	,057	,019	,068	,018
Χρήση μέσων μαζικής μεταφοράς;	,500	-,163	-,099	,060	,017	-,337	,036	,250	,021	,002	-,050	,148	-,021	-,010	-,110
Ελαχιστοποίηση απορριμμάτων;	,571	-,216	-,058	,160	-,020	-,329	-,033	,310	,119	-,037	,064	-,040	,009	-,096	,020
Ανακύκλωση;	,544	-,329	,063	,122	-,050	-,233	,014	,298	,143	-,095	,008	-,055	-,032	,027	,088
Μείωση της κατανάλωσης ενέργειας;	,570	-,242	,001	,052	-,039	-,309	-,050	,340	,109	-,035	,086	-,018	-,010	-,069	-,091
Πόσο διατεθειμένοι είστε να πληρώσετε υψηλότερες τιμές για οικολογικές ή βιώσιμες επιλογές τουρισμού;	,168	,069	-,128	,206	,200	-,041	-,070	,065	-,094	-,063	-,033	,056	-,109	,040	,089
Πόσο σας ελκύει ένας προορισμός που εφαρμόζει πρακτικές βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης;	,470	,053	-,198	,277	,323	-,082	-,046	,050	,046	,047	-,114	-,057	,061	,056	,029
Ηλικία	,103	,113	,186	-,058	,330	,378	-,165	,270	,209	-,136	-,160	,018	,086	-,017	-,081
Φύλο	,267	-,080	-,299	,076	,012	-,224	,012	-,196	-,275	-,040	-,195	-,098	-,026	-,130	,040
Εκπαίδευση	-,039	,012	-,073	,101	,068	,101	,069	-,029	,018	-,037	,290	-,010	,234	-,072	-,129
Οικογενειακή κατάσταση	,099	-,024	-,005	,026	,111	,076	-,067	,015	-,022	-,048	-,091	,121	-,050	-,057	,129
Εργασιακή κατάσταση	-,093	,041	,234	-,083	,098	,361	-,135	,141	,263	-,080	-,030	,066	-,073	,191	,104
Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα	,025	,028	,103	,116	,181	,059	-,031	,045	,061	-,032	,184	-,019	,047	,105	,173

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

a. 15 factors extracted. 15 iterations required.

Οι αρχικοί παράγοντες είναι 60. Στη χειρότερη περίπτωση, δηλαδή στη περίπτωση που δε μπορεί να γίνει ομαδοποίηση προκύπτουν, τόσοι παράγοντες όσες και οι μεταβλητές. Με βάση το κριτήριο του Kaiser, λαμβάνονται υπόψη μόνο οι συνιστώσες που έχουν τιμή μεγαλύτερη του 1. Σύμφωνα με τον παρακάτω πίνακα, φαίνεται ότι κατασκευάστηκαν 15 παράγοντες. Αυτοί οι παράγοντες εξηγούν το 63% της μεταβλητότητας στις αρχικές 60 μεταβλητές.

Πίνακας 17. Συνολική Διακύμανση

Total Variance Explained

Factor	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	12,479	20,798	20,798	12,041	20,069	20,069
2	4,431	7,385	28,183	4,018	6,696	26,765
3	3,151	5,251	33,434	2,663	4,439	31,204
4	2,263	3,772	37,206	1,809	3,015	34,219
5	2,054	3,423	40,629	1,544	2,573	36,793
6	1,889	3,148	43,777	1,428	2,379	39,172
7	1,693	2,822	46,599	1,236	2,060	41,231
8	1,590	2,650	49,249	1,138	1,897	43,128
9	1,413	2,355	51,604	,920	1,534	44,662
10	1,316	2,194	53,798	,809	1,348	46,010
11	1,242	2,069	55,868	,705	1,176	47,186
12	1,138	1,897	57,765	,582	,970	48,155
13	1,099	1,831	59,596	,536	,893	49,048
14	1,058	1,763	61,360	,458	,763	49,811
15	1,006	1,677	63,037	,445	,742	50,553

Κεφάλαιο 8: Συμπεράσματα

8.1 Ανασκόπηση συμπερασμάτων

Στην παρούσα εργασία εξετάστηκε η επίδραση της κλιματικής κρίσης στην τουριστική συμπεριφορά. Τα φαινόμενα της κλιματικής κρίσης είναι οι πυρκαγιές, οι πλημμύρες, η άνοδος της θερμοκρασίας, η άνοδος της στάθμης της θάλασσας, η ξηρασία και η μεταβολή φυσικών τοπίων. Μελετήθηκαν κάποιες μεταβλητές που αντικατοπτρίζουν την περιβαλλοντική συνείδηση, τα κριτήρια επιλογής ενός προορισμού, την επίδραση της κλιματικής κρίσης, τις προτιμήσεις, τις προθέσεις και τα κίνητρα των Ελλήνων τουριστών. Ο παράγοντας «κόστος» κυριάρχησε ως κριτήριο για την επιλογή τουριστικού προορισμού, ακολούθησαν οι παραλίες και η ασφάλεια. Όσον αφορά τις προτιμήσεις τους, ξεχώρισε ο καλοκαιρινός τουρισμός και έπειτα ο χειμερινός. Μέχρι τώρα, οι συμμετέχοντες θεωρούν ότι η ελληνική τουριστική βιομηχανία δεν καταφέρνει να αντιμετωπίσει τις προκλήσεις που θέτει η κλιματική κρίση, ορίζοντας τους καλοκαιρινούς προορισμούς ως τους πλέον ευάλωτους στην κατάσταση αυτή. Γενικότερα, το δείγμα ήταν αρκετά ενημερωμένο για τα φαινόμενα της κλιματικής κρίσης, την επικινδυνότητα της κατάστασης και φάνηκε πρόθυμο να λάβει μέτρα όπως η ανακύκλωση, η ελαχιστοποίηση των απορριμμάτων και η μείωση της κατανάλωσης ενέργειας. Συγκρίνοντας τα αποτελέσματα της έρευνας με εκείνη των Florencio et al. (2021) επιβεβαιώνεται η πρόθεση επιλογής ταξιδιωτικού προορισμού που εφαρμόζει πρακτικές βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.

Προκειμένου να συλλεχθούν τα απαραίτητα δεδομένα για την εργασία πραγματοποιήθηκε μία εμπειρική έρευνα η οποία υλοποιήθηκε με τη βοήθεια ενός ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου. Το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο απαντήθηκε από 578 άτομα συνολικά. Λαμβάνοντας υπόψιν αρχικά τα δημογραφικά στοιχεία φάνηκε ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων ήταν άνδρες με ποσοστό περίπου 52% ενώ οι γυναίκες αποτελούσαν το υπόλοιπο 48%. Με ποσοστό 49% περίπου η ηλικία τους ήταν μεταξύ 45 και 64 ετών. Όσο για το επίπεδο εκπαίδευσης, οι περισσότεροι ερωτώμενοι ήταν απόφοιτοι ΑΕΙ/ΤΕΙ. Το μεγαλύτερο ποσοστό και συγκεκριμένα το 56% όσον αφορά τη κατάσταση του νοικοκυριού, το κατέλαβε η επιλογή «παντρεμένος/η με παιδιά» ενώ η πλειοψηφία του δείγματος ήταν εργαζόμενοι με πλήρη απασχόληση. Τέλος, το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα από 25.000 έως 49.999 συγκέντρωσε το μεγαλύτερο μέρος των ατόμων με ποσοστό 31%.

Ύστερα προέκυψε πως το φύλο ασκεί στατιστικά σημαντικά επίδραση στην προθυμία πληρωμής υψηλότερων τιμών για οικολογικές ή βιώσιμες επιλογές τουρισμού, γεγονός που δεν αποτυπώθηκε στην έρευνα των Pekersen & Canoz (2022) ενώ το επίπεδο εκπαίδευσης δεν ασκεί καμία επίδραση στην ελκυστικότητα ενός προορισμού που εφαρμόζει πρακτικές βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, πράγμα που επίσης δεν επιβεβαιώθηκε στην έρευνα των Ucgun & Narci (2022). Επιπλέον, διαπιστώθηκε ότι υπάρχει θετική συσχέτιση της απειλής της ανόδου της θερμοκρασίας στην Ελλάδα και της αντίληψης ότι τα άτομα μπορούν να κάνουν τη διαφορά στην καταπολέμηση της κλιματικής κρίσης μέσω των ταξιδιωτικών τους επιλογών. Σε αυτό το συμπέρασμα οδηγήθηκαν και οι Clemente et al. (2020) όπου υπήρξε θετική συσχέτιση μεταξύ των θεμάτων της «αντίληψης και επίγνωσης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων» και των ερωτημάτων που σχετίζονται με τα «μέτρα προσαρμογής». Στην έρευνα τους, οι Stankuniene et al. (2020) υποστήριζαν ότι η πεποίθηση ότι η κλιματική κρίση είναι μια

μακρινή απειλή αποτρέπει την προσωπική κινητοποίηση. Τέλος, η ανάλυση φανέρωσε πως η αντίληψη για το κατά πόσο η κλιματική κρίση επηρεάζει τον τουριστικό τομέα και το πόσο ελκυστικός είναι ένας προορισμός που εφαρμόζει πρακτικές βιώσιμης ανάπτυξης, επηρεάζεται στατιστικά σημαντικά από τον παράγοντα ηλικία και αυτό επιβεβαιώνεται επίσης από την έρευνα των Shin & Kim (2023).

8.2 Περιορισμοί έρευνας

Συνηθισμένο πρόβλημα στις ερευνητικές εργασίες θεωρείται η έλλειψη χρόνου και η προσπάθεια συλλογής των δεδομένων. Οι διαδικτυακές έρευνες αυξάνονται σε δημοτικότητα, ίσως επειδή αποτελούν ένα εύκολο, βολικό και φθινό μέσο συλλογής δεδομένων. Οι ηλεκτρονικές έρευνες συνήθως πλήττονται από δύο σημαντικούς μεθοδολογικούς περιορισμούς: ο πληθυσμός στον οποίο διαμοιράζονται δεν μπορεί να περιγραφεί και οι συμμετέχοντες με προκαταλήψεις δύναται να επιλέξουν τους εαυτούς τους στο δείγμα. Η έρευνα είναι αξιολογήσιμη μόνο όταν τα αποτελέσματα από ένα δείγμα μπορούν να γενικευθούν σε έναν ευρύτερο πληθυσμό. Όταν ο πληθυσμός στον οποίο στοχεύει η έρευνα δεν μπορεί να περιγραφεί και όταν το δείγμα έχει μολυνθεί από τους άτομα με προκαταλήψεις, τα συμπεράσματα από τις διαδικτυακές έρευνες δεν γίνεται να γενικευθούν και ενδέχεται ακόμη και να παραπλανήσουν (Andrade, 2020).

Η συγκεκριμένη έρευνα εμφανίζει μερικές δυσκολίες και περιορισμούς. Η τεχνική του ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου δε προσφέρει τη δυνατότητα για διευκρινήσεις και επεξηγήσεις, συνεπώς δεν είναι γνωστό αν όλοι οι συμμετέχοντες ήξεραν τι να απαντήσουν. Σημαντικός περιορισμός της έρευνας είναι η μέθοδος δειγματοληψίας η οποία είναι επιρρεπής σε μεροληψία και δεν ευνοεί την εξαγωγή ακριβών συμπερασμάτων.

8.3 Μελλοντική έρευνα

Οι παραπάνω περιορισμοί καθιστούν σαφές ότι, στο μέλλον, τυχόν παρόμοιες έρευνες θα πρέπει να διεξάγονται σε τυχαίο δείγμα ανθρώπων. Συνιστάται ανεπιφύλακτα η επιλογή μιας τεχνικής τυχαίας δειγματοληψίας, η οποία θα έχει ως αποτέλεσμα τη συλλογή αντιπροσωπευτικού δείγματος από όλες τις περιοχές της χώρας αλλά και του εξωτερικού. Η έρευνα περιορίστηκε σε δείγμα που ήταν Έλληνες και ήταν κυρίως κάτοικοι του Νομού Αττικής. Συνεπώς, καλό θα ήταν να διερευνηθούν και να εξετασθούν τα χαρακτηριστικά και οι προτιμήσεις του υπόλοιπου πληθυσμού όσον αφορά την επίδραση της κλιματικής κρίσης στη τουριστική συμπεριφορά.

8.4 Πρακτικές προεκτάσεις

Τα ευρήματα αυτής της μελέτης μπορούν να παρέχουν πολύτιμες γνώσεις για τη διαχείριση των τουριστικών προορισμών. Οι αρχές διαχείρισης προορισμού θα πρέπει να δώσουν προτεραιότητα στην ενίσχυση της εικόνας τους και στην εφαρμογή περιβαλλοντικά βιώσιμων πρακτικών και μέτρων. Διαμορφώνοντας τέτοιες αντιλήψεις, είναι δυνατόν να αυξηθεί η υπεύθυνη συμπεριφορά, η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και έτσι να ελαχιστοποιηθεί κάθε επιζήμια επίδραση στο φυσικό περιβάλλον του προορισμού. Η εφαρμογή διαφόρων μέτρων και η υιοθέτηση συγκεκριμένων πρακτικών έχουν τη δυνατότητα να ενισχύσουν τη συνολική ταξιδιωτική εμπειρία για τους τουρίστες παγκοσμίως.

Βιβλιογραφικές αναφορές

Ξενόγλωσση

Abbass, K., Qasim, Song, H., Murshed, M., Mahmood, H. & Younis, I. (2022). A review of the global climate change impacts, adaptation, and sustainable mitigation measures. *Environmental Science and Pollution Research* 29, 42539-42559.

Abed, S. & Matzarakis, A. (2018). Quantification of the Tourism Climate of Algeria Based on the Climate-Tourism-Information-Scheme. *Atmosphere*, 9(7).

Alba de la Vara, Cabos, W., Gutierrez, C., Olcina, J., Matamoros, A., Pastor, Khodayar, S. & Ferrando, M. (2024). Climate change impacts on the tourism sector of the Spanish Mediterranean coast: Medium-term projections for a climate services tool. *Climate Services*, 34.

Amoiradis, C., Velissariou, E. & Thomas, P. (2023). Overview of Sustainable Development and Promotion in Tourism. *Economics and Business Quarterly Reviews* 6(3), 14-26.

Andrade, C. (2020). The Limitations of Online Surveys. *Indian J Psychol Med* 42(6), 575-576.

Arabadzynhan, A., Figini, Garcia, C., Gonzalez, M., Gonzalez, Y. & Leon, C. (2021). Climate change, coastal tourism, and impact chains – a literature review. *Current issues in tourism* 24(16), 2233-2268.

Atzori, R., Fyall, A. & Miller, G. (2018). Tourist responses to climate change: Potential impacts and adaptation in Florida's coastal destinations. *Tourism Management* 69, 12-22.

Bigano, J. Hamilton & R. Tol (2008). Climate Change and Tourism in the Mediterranean. Διαθέσιμο στο www.repec.org.

Bolle, H. (1985). What is climate?. *Advances in Space Research* 5(6), 5-14.

Boone, H. & D. (2012). Analyzing Likert Data. *Journal of extension* 50(2).

Camarda, D. & Grassini, L. (2003). Local resources and global trades: Environments and agriculture in the Mediterranean region. *Options Méditerranéennes*, 476.

Clemente, F., Lopes, A. & Ambrosio, V. (2020). Tourists' Perceptions on Climate Change in Lisbon Region. *Atmosphere* 11(3), 297.

Dahiya, K. & Batra, D. (2016). Tourist decision making: Exploring the destination choice criteria. *Asian journal of management research* 7(2), 140-153.

Deb, S., Das, M., Voumik, L. & Nafi, S. (2023). The environmental effects of tourism: analyzing the impact of tourism, global trade, consumption expenditure, electricity, and population on environment in leading global tourist destinations. *Geojournal of Tourism and Geosites* 51, 1703-1716.

- Debski, M. & Nasierowski, W. (2017). Criteria for the Selection of Tourism Destinations by Students from Different Countries. *Foundations of Management* 9(1).
- Dolnicar, (2020). Designing for more environmentally friendly tourism. *Annals of Tourism Research* 84.
- Du, D. & Ng, P. (2017). The impact of climate change on tourism economies of Greece, Spain, and Turkey. *Environmental Economics and Policy Studies* 20(5).
- Elfil, M. & Negida, A. (2017). Sampling methods in Clinical Research; an Educational Review. *Emerg (Tehran)* 5(1).
- Fakana, S. (2020). Causes of Climate Change: Review Article. *Global Journal of Science Frontier Research: H Environment & Earth Science* 20(2).
- Florencio, B., Santos-Roldan, L., Pineda, J. & Canalejo, A. (2021). Sustainable Tourism as a Driving force of the Tourism Industry in a Post-Covid-19 Scenario. *Social Indicators Research* 158(3), 991-1011.
- Freitas, C. (1990). Recreation climate assessment. *International Journal of Climatology* 10, 89-103.
- Hasanah, N., Maretnowati, D., Edeleweis, Indriyani, F. & Nugrahayu, Q. (2020). The climate comfort assessment for tourism purposes in Borobudur Temple Indonesia. *Heliyon* 6(12).
- Higham, J., Cohen, S., Cavaliere, C., Reis, A. & Finkler, W. (2016). Climate change, tourist air travel and radical emissions reduction. *Journal of Cleaner Production* 111, 336-347.
- Iamkovaia, M., Arcila, M. Martins, F. & Izquierdo (2020). Environmental consciousness of beach tourists. *Tourism and Hospitality Management* 26(2), 399-417.
- Kabir, M., Habiba, U., Khan, Shah, Rahim, De los Rios-Escalante, Farooqi, Ali, L. & Shafiq (2023). *Journal of King Saud University – Science* 35(5).
- Kala, C. (2023). Environmental and socioeconomic impacts of forest fires: A call for multilateral cooperation and management interventions. *Natural Hazards Research* 3(2), 286-294.
- Kalantzi, O., Tsiotas, D. & Polyzos, S. (2023). The Contribution of Tourism in National Economies: Evidence of Greece. *European Journal of Business and Social Sciences* 5(10), 41-64.
- Karakatsani, E. (2023). Greece economy briefing: The impact of climate change on the Greek economy. *China-Cee Institute* 64(2).
- Khatib, A. (2023). *Climate Change and Travel: Harmonizing to Abate Impact*. Springer Nature 25(4), 77-85.
- Kizos, I. Spilanis & A. Mehmood 2009. *Climate Change Vulnerability: Planning Challenges for Small Islands*. 1st edition. Routledge.

- Kumar, A. & Lata, S. (2022). Measuring environmental responsible behavior through experience quality, perceived value, and tourist satisfaction from the perspectives of tourists in natural sites. *Journal of Global Business Insights* 7(2).
- Lee & Brahmamarene, (2013). Investigating the influence of tourism on economic growth and carbon emissions: Evidence from panel analysis of the European Union. *Tourism Management* 38, 69-76.
- Lee D., Fahey, Forster, Newton, Wit, R., Lim, L., Owen, B. & Sausen, R., (2009). Aviation and global climate change in the 21st century. *Atmospheric Environment* 43(22-23), 3520-3537.
- Leiper, (1979). The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of Tourism Research* 6(4), 390-407.
- Leka, A., Lagarias, A., Panagiotopoulou & Stratigea, A. (2022). Development of a Tourism Carrying Capacity Index (TCCI) for sustainable management of coastal areas in Mediterranean islands – Case study Naxos, Greece. *Ocean & Coastal Management* 216.
- Li, N., Huang, J. & Feng, Y. (2020). Construction and confirmatory factor analysis of the core cognitive ability index system of ship C2 system operators. *Plos one* 15(8).
- Li, T., Liao, C., Law, R. & Zhang, M. (2023). An Integrated Model of Destination Attractiveness and Tourists' Environmentally Responsible Behavior: The Mediating Effect of Place Attachment. *Behavioral sciences* 13(3), 264.
- Matzarakis, A., Endler, C. & Nastos, P. (2013). Quantification of climate-tourism potential for athens, greece – recent and future climate simulations. *Global NEST* 16(1), 43-51.
- Mesa, J., Chica, D., Duquia, R., Bonamigo, R. & Bastos, J. (2016). Sampling: how to select participants in my research study?. *Anais brasileiros de dermatologia* 91(3), 326-330.
- Neal, A., Barrat, H., Labreuil & Qin (2022). Arable soil nitrogen dynamics reflect organic inputs via the extended composite phenotype. *Nature Food* 4(1).
- Ngxongo, N. (2021). The impact of climate change on visitor destination selection: A case study of the Central Drakensberg Region in KwaZulu-Natal. *Jamba* 13(1), 1161.
- Ortaleza, M. & Mangali, G. (2021). Attributes of Travel Destinations that Influence Tourists' Decisions: A Systematic Review. *International Journal and Hospitality Journal* 4(8) 1-17.
- Pantouvakis, A. & Patsiouras, C. (2016). Tourists' Selection Criteria and Motivation. Does Nationality Matter?. *Journal of Economics and Business* 66(1-2), 22-31.
- Patterson, T., Bastianoni, S. & Simpson (2006). Tourism and Climate Change: Two-Way Street, or Vicious/Virtuous Circle?. *Journal of Sustainable Tourism* 14(4).

- Pekersen, Y. & Canoz, F. (2022). Tourists' attitudes toward green product buying behaviours: the role of demographic variables. *Tourism & Management Studies* 18(4), 7-16.
- Radygina, Y. & Okhrimenko, E. (2020). The Role of Digital Technologies in Increasing the Tourist Attractiveness of the Sverdlovsk Region. *Advances in Economics, Business and Management Research* 138.
- Ren, Can, Paramati, Fang & Wu (2019). The Impact of Tourism Quality on Economic Development and Environment: Evidence from Mediterranean Countries. *Sustainability* 11(8), 2296.
- Rucci, A. & Porto, N. (2021). Accessibility in tourist sites in Spain: Does it really matter when choosing a destination?. *European Journal of Tourism Research*
- Salee, Rasoolimanesh, S. & Kusumo, C. (2022). Tourism Impacts on Destinations: Insights from a Systematic Review of Literature. *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism (APJIHT)* 11(1), 121-148.
- Schubert, H. J. Schellnhuber, N. Buchmann, A. Epiney, R. Griebhammer, M. Kulesa, D. Messner, S. Rahmstorf & J. Schmid, 2007. Climate Change as a Security Risk. [e-book]. Διαθέσιμο στο: <https://shorturl.at/EZbwV>.
- Schumann, (1997). The impact of nitrogen oxides emissions from aircraft upon the atmosphere at flight altitudes—results from the aeronox project. *Atmospheric Environment* 31(12), 1723-1733.
- Scott, D. (2021). Sustainable Tourism and the Grand Challenge of Climate Change. *Sustainability* 13(4), 1966.
- Shen, S., Sotiriadis, M. & Zhang, Y. (2020). The Influence of Smart Technologies on Customer Journey in Tourist Attractions within the Smart Tourism Management Framework. *Sustainability* 12(10), 4157.
- Shin, Y. & Kim, G. (2023). Age differences in climate change attitudes and behaviors. *Innovation in Aging* 7, 830.
- Siddiqui, S. & Imran, M. (2018). Impact of Climate Change on Tourism. *Impact of Climate Change on Tourism*, IGI Global.
- Singh, S. (2022). “Forest fire emissions: A contribution to global climate change”. *Frontiers* 5.
- Stankuniene, G., Streimikiene, D. & Kyriakopoulos, G. (2020). Systematic Literature Review on Behavioral Barriers of Climate Change Mitigation in Households. *Sustainability* 12(18).
- Sun, Y., Gossling, S. & Zhou, W. (2022). Does tourism increase or decrease carbon emissions? A systematic review. *Annals of Tourism Research*, 97.

- Sustacha, I., Banos-Pino, J. & Del Valle, E. (2023). The role of technology in enhancing the tourism experience in smart destinations: A meta-analysis. *Journal of Destination Marketing & Management* 30.
- Sziva, I., Keller, K. & Kovacs, L. (2023). Smart positioning: how smart technologies can increase the attractiveness of heritage tourism destinations? The case of a small-scale Hungarian heritage city. *Journal of Heritage Tourism*.
- Taber, K. (2017). The Use of Cronbach's Alpha When Developing and Reporting Research Instruments in Science Education. *Research in Science Education* 48, 1273-1296.
- Taherdoost, H., Sahibuddin, S. & Jalaliyoon, N. (2020). Exploratory Factor Analysis; Concepts and Theory. *Advances in Applied and Pure Mathematics* 27, 375-382.
- Tang, H., Ma, Y. & Ren, J. (2022). Influencing factors and mechanism of tourists' pro-environmental behavior – Empirical analysis of the CAC-MOA integration model. *Frontiers* 13.
- Tavakol, M. & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education* 2, 53-55.
- Tavakol, M. & Wetzel, A. (2020). Factor Analysis: a means for theory and instrument development in support of construct validity. *International Journal of Medical Education* 11, 245-247.
- Teng, Y., Wu, K. & Chou, C. (2020). Price or Convenience: What Is More Important for Online and Offline Bookings? A Study of a Five-Star Resort Hotel in Taiwan. *Sustainability* 12(10), 3972.
- Tian, M., Canoves, G., Chu, Y., Garolera & Forga, J. (2021). Influence of Cultural Background on Visitor Segments' Tourist Destination Image: A Case Study of Barcelona and Chinese Tourists. *Land* 10(6), 626.
- Toubes, D., Araujo, N. & Brea, J. (2020). Be water my friend: Building a liquid destination through collaborative networks. *Tourism Management Perspectives*, 33.
- Ucgun, G. & Narci, M. (2022). The Role of Demographic Factors in Tourists' Sustainability Consciousness, Sustainable Tourism Awareness and Purchasing Behavior. *Journal of Tourismology* 8(2), 215-237.
- Uzulmez, M., Istin, A. & Barakazi, E. (2023). Environmental Awareness, Ecotourism Awareness and Ecotourism Perception of Tourist Guides. *Sustainability* 15(16), 1-20.
- Vestola, J. (2023). Perceptions of climate change and tourism: A deep dive into the forums of Reddit. *Tourism and Hospitality Research*, SAGE Publications.
- Wang, Y., Zhao, R., Yan, Wang, Pan, Y. & Wu, R. (2023). A comparative study of environmental responsibility behavior in ecotourism from the perceptions of residents and tourists: A case of Qilian Mountains National Park in China. *Plos one*

Zhang, Wang & Li (2023). Tourism-type ontology framework for tourism-type classification, naming, and knowledge organization. *Heliyon* 9(4).

Zhu, T., De Lima, C. & Smet, I. (2021). The heat is on: how crop growth, development, and yield respond to high temperature. *Journal of Experimental Botany* 72(21), 7359-7373.

Zunic, (2023). Tourism Impacts on the Air, Light and Noise Pollution. Διαθέσιμο στο https://www.researchgate.net/publication/380142947_Tourism_Impacts_on_the_Air_Light_and_Noise_Pollution

Ελληνική

Ρούσσοι, Π. & Τσαούσης, Γ. (2020). Στατιστική εφαρμοσμένη στις κοινωνικές επιστήμες με τη χρήση του spss και του r. Gutenberg

Ιστοσελίδες

https://insete.gr/wp-content/uploads/2023/07/23_06_Tourism_and_Greek_Economy_2021-2022_v1.pdf

<https://shorturl.at/exIN0>

<https://shorturl.at/EWgEj>

<https://shorturl.at/2ZeW3>

<https://www.kathimerini.gr/life/environment/562916914/klimatiki-krisi-ta-ennea-arnitika-rekor-tis-elladas-to-2023/>

<https://shorturl.at/cJ0bf>

<https://ecotourism.org/>

<https://www.costanavarino.com/>

<https://sani-resort.com/>

<https://www.protothema.gr/world/article/1516146/i-zesti-diohnei-tous-touristes-pos-i-klimatiki-krisi-epireazei-tin-touristiki-sezon/>

<https://www.traveldailynews.gr/toyristikes-taseis/ereyna-o-oikotoyrismos-tha-dei-ekthetiki-anaptyxi-eos-to-2035/>

<https://research.aston.ac.uk/en/publications/online-questionnaire-design-establishing-guidelines-and-evaluatin>

https://www.researchgate.net/publication/262562097_Climate-Tourism-Information-Scheme_CTIS

Παράρτημα: Ερωτηματολόγιο

Η επίδραση της κλιματικής κρίσης στον Ελληνικό Τουρισμό

B I U ↺ ↻

Το παρακάτω ερωτηματολόγιο έχει σχεδιαστεί στο πλαίσιο της εκπόνησης της διπλωματικής εργασίας του μεταπτυχιακού φοιτητή Κωνσταντίνου Ζέρβα. Το μεταπτυχιακό πρόγραμμα ονομάζεται MBA Food & Agribusiness και λειτουργεί στο Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών. Στόχος της έρευνας είναι η διερεύνηση της τουριστικής συμπεριφοράς απέναντι στην κλιματική κρίση. Η συμμετοχή σας είναι πολύ σημαντική. Σας ευχαριστώ για το χρόνο σας. Οι απαντήσεις σας θα παραμείνουν εμπιστευτικές και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για τους σκοπούς αυτής της ακαδημαϊκής έρευνας.

Τουριστικές Προτιμήσεις

Description (optional)

1. Σε μια κλίμακα από το 1 έως το 5, πόσο σας επηρεάζουν τα παρακάτω κριτήρια στην επιλογή τουριστικού προορισμού στην Ελλάδα; (1 καθόλου - 5 πάρα πολύ) *

	1	2	3	4	5
Κόστος	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κλίμα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Διαμονή	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αθλητικές Εγκ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Παραλίες	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Πολιτιστική Κ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προσβασιμότη...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ασφάλεια	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Σε μια κλίμακα από το 1 έως το 5, πόσο προτιμάτε τα παρακάτω είδη τουρισμού στην Ελλάδα; (1 καθόλου - 5 πάρα πολύ) *

	1	2	3	4	5
Καλοκαιρινός ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Χειμερινός Το...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Εκπαιδευτικός...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Γαστρονομία	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Πολιτιστικός Τ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Τουρισμός πόλ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αθλητικός Του...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Οικοτουρισμός	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αγροτουρισμός	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Θρησκευτικός	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Κλιματική Κρίση



Description (optional)

3. Σε μια κλίμακα από το 1 έως το 5, πόσο ενημερωμένοι είστε σχετικά με την κλιματική κρίση; *

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

Κλιματική Κρίση

Η κλιματική κρίση αναφέρεται στα σοβαρά προβλήματα που προκαλούνται ή είναι πιθανό να προκληθούν από αλλαγές στο κλίμα του πλανήτη, συμπεριλαμβανομένων των ακραίων καιρικών συνθηκών και των κινδύνων, της οξίνισης των ωκεανών και της άνοδος της στάθμης της θάλασσας, της απώλειας βιοποικιλότητας, της επισιτιστικής και υδάτινης ανασφάλειας, των κινδύνων για την υγεία, της οικονομικής αναστάτωσης ακόμη και των βίαιων συγκρούσεων.

4. Σε μια κλίμακα από το 1 έως το 5, πόσο πιστεύετε ότι η κλιματική κρίση επηρεάζει τον τουριστικό τομέα; *

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

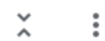
5. Σε μια κλίμακα από το 1 έως το 5, ποιες πιστεύετε ότι είναι οι πιθανές αιτίες της κλιματικής κρίσης (1 καθόλου - 5 πάρα πολύ); *

	1	2	3	4	5
Απεριόριστη χ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Απεριόριστη χ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υπερβολική π...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υπερβολική χρ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Το φαινόμενο ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αποψίλωση τ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Υπερκατανάλ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Σε μια κλίμακα από το 1 έως το 5, πόσο σας έχουν απειλήσει τα παρακάτω φαινόμενα στην Ελλάδα; (1 καθόλου - 5 πάρα πολύ) *

	1	2	3	4	5
Ανοδος της στ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Πυρκαγιές	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Πλημμύρες	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μεταβολή φυσ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ξηρασία	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ανοδος θερμο...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Οι επιπτώσεις της κλιματικής κρίσης στην ελληνική τουριστική βιομηχανία



Description (optional)

7. Σε μια κλίμακα από το 1 έως το 5, πόσο ενημερωμένοι είστε για προορισμούς στην Ελλάδα που έχουν εφαρμόσει με επιτυχία στρατηγικές προσαρμογής στην κλιματική κρίση στον τουριστικό τομέα; *

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

8. Σε μια κλίμακα από το 1 έως το 5, πόσο πιστεύετε ότι η κλιματική κρίση απειλεί τη βιωσιμότητα συγκεκριμένων ελληνικών τουριστικών προορισμών; *

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

9. Σε μια κλίμακα από το 1 έως το 5, πόσο επηρεάζουν οι επιπτώσεις της κλιματικής κρίσης την απόφασή σας να επιλέξετε έναν συγκεκριμένο ταξιδιωτικό προορισμό στην Ελλάδα; *

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

10. Σε μια κλίμακα από το 1 έως το 5, πιστεύετε ότι η ελληνική τουριστική βιομηχανία ^{*} πετυχαίνει να αντιμετωπίσει τις προκλήσεις που θέτει η κλιματική κρίση;

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

11. Σε μια κλίμακα από το 1 έως το 5, ποιες πτυχές του ελληνικού τουρισμού πιστεύετε ότι ^{*} επηρεάζονται περισσότερο από την κλιματική κρίση (1 καθόλου - 5 πολύ);

	1	2	3	4	5
Φυσικά αξιοθέ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Καλοκαιρινοί π...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Χειμερινοί προ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μέρη πολιτιστ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Γαστρονομικό...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Εκπαιδευτικός...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Οικοτουρισμός	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Θρησκευτικός ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Το μέλλον



Description (optional)

12. Σε μια κλίμακα από το 1 έως το 5, πιστεύετε ότι τα άτομα μπορούν να κάνουν τη διαφορά στην καταπολέμηση της κλιματικής κρίσης μέσω των ταξιδιωτικών τους επιλογών;

*

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

13. Σε μια κλίμακα από το 1 έως το 5, πιστεύετε ότι η κλιματική κρίση θα μπορούσε να παρουσιάσει ευκαιρίες για νέους τύπους τουρισμού;

*

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

Βιωσιμότητα

Το 1987, η Επιτροπή Brundtland των Ηνωμένων Εθνών όρισε τη βιωσιμότητα ως «η ικανοποίηση των αναγκών του παρόντος χωρίς να διακυβεύεται η ικανότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες».

14. Σε μια κλίμακα από το 1 έως το 5, ποια από τα παρακάτω μέτρα μπορείτε να λάβετε για * να μειώσετε το αποτύπωμα άνθρακα και να συμβάλλετε στον βιώσιμο τουρισμό στην Ελλάδα (1 καθόλου - 5 πάρα πολύ);

	1	2	3	4	5
Επιλογή ενός ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Χρήση μέσων ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ελαχιστοποίησ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ανακύκλωση	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μείωση της κ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Ενημερώστε με εάν υπάρχει κάποιο μέτρο που μπορείτε να λάβετε για να μειώσετε το αποτύπωμα άνθρακα και να συμβάλλετε στον βιώσιμο τουρισμό στην Ελλάδα, το οποίο δεν αναφέρθηκε παραπάνω (προαιρετική).

Short answer text

.....

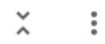
16. Πόσο διατεθειμένοι είστε να πληρώσετε υψηλότερες τιμές για οικολογικές ή βιώσιμες *
επιλογές τουρισμού;

- Ίδια τιμή
- Έως και 10% επιπλέον
- 11-30% επιπλέον
- 31-50% επιπλέον
- Άλλο

17. Σε μια κλίμακα από το 1 έως το 5, πόσο σας ελκύει ένας προορισμός που εφαρμόζει *
πρακτικές βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης;

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

Δημογραφικά στοιχεία



Description (optional)

18. Ηλικία *

- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- 65 και άνω

19. Φύλο: *

- Άνδρας
- Γυναίκα
- Άλλο

20. Ποιο είναι το υψηλότερο επίπεδο εκπαίδευσής σας; *

- Γυμνάσιο
 - Λύκειο (Γενικό ή Τεχνικό)
 - Ανώτατη εκπαίδευση (Πανεπιστημιακός/η, Τεχνολογικός/ή ή άλλος τύπος Ανώτατης Εκπαίδευσης)
 - Μεταπτυχιακός ή Διδακτορικός τίτλος
-

21. Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση; *

- Ελεύθερος/η
- Παντρεμένος/η με παιδιά
- Παντρεμένος/η χωρίς παιδιά
- Χήρος/α
- Χωρισμένος/η
- Άλλο

22. Ποια είναι η εργασιακή σας κατάσταση; *

- Εργαζόμενος/η με πλήρη απασχόληση
 - Εργαζόμενος/η με μερική απασχόληση
 - Ανεργος/η
 - Φοιτητής/τρια
 - Συνταξιούχος
 - Ελεύθερος/η επαγγελματίας
 - Άλλο
-

23. Ποιο είναι το ετήσιο οικογενειακό εισόδημά σας; *

- Λιγότερο από 15.000 € ετησίως
- 15.000 - 24.999 € ετησίως
- 25.000 - 49.999 € ετησίως
- 50.000 - 69.999 € ετησίως
- 70.000 € και άνω
- Προτιμώ να μην απαντήσω