



Τεχνολογικό  
Πανεπιστήμιο  
Κύπρου

Τμήμα Διοίκησης  
Ξενοδοχείων και  
Τουρισμού

ΔΙΑΤΡΙΒΗ ΜΑΣΤΕΡ

**Παράγοντες που διαμορφώνουν την επιλογή νησιωτικών  
προορισμών στην Ανατολική Μεσόγειο**

**Λεωνίδας Αλεξάνδρου**

Επιβλέπων Καθηγητής: Πέτρος Κοσμάς

Η παρούσα διπλωματική μελέτη υποβλήθηκε στο Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου ως τμήμα της εκπλήρωσης των απαιτήσεων για την απόκτηση Μεταπτυχιακού στη Διεθνή Διοίκηση Τουρισμού και Επιχειρήσεων Φιλοξενίας στο Τμήμα Διοίκησης Ξενοδοχείων και Τουρισμού

**Δεκέμβριος 2024**

Λεμεσός, 16/12/2024

Εγώ, ο Λεωνίδας Αλεξάνδρου, βεβαιώνω ότι η παρούσα διπλωματική μελέτη και το έργο που παρουσιάζεται σε αυτή είναι δικό μου επίτευγμα

1. Σε κάθε περίπτωση όπου έχω συμβουλευτεί δημοσιευμένο έργο άλλων δημιουργών αυτό δηλώνεται πάντα με σαφή τρόπο.
2. Σε κάθε περίπτωση όπου έχω χρησιμοποιήσει αποσπάσματα από το έργο των άλλων δημιουργών η πηγή αναφέρεται. Με την εξαίρεση των εν λόγω αποσπασμάτων αυτή η διπλωματική μελέτη είναι αποκλειστικά δικό μου έργο.
3. Έχω αναφέρει όλες τις βασικές υποστηρικτικές πηγές.
4. Εάν η έρευνα μου απορρέει από προηγούμενες εργασίες ή είναι μέρος ενός μεγαλύτερου έργου ερευνητικής συνεργασίας, έχω καταστήσει σαφές τι ακριβώς υλοποιήθηκε από άλλους και σε τι ακριβώς έχω συμβάλει εγώ ο ίδιος.
5. Έχω μελετήσει και κατανοήσει τις κυρώσεις που απορρέουν από την λογοκλοπή.

Όνομα: Λεωνίδας Αλεξάνδρου

Αριθμός Μητρώου Φοιτητή: 22004

Υπογραφή:



## **Περίληψη**

Σκοπός της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής είναι να προσδιοριστούν και να αναλυθούν οι βασικοί παράγοντες που διαμορφώνουν την επιλογή νησιωτικών τουριστικών προορισμών στην Ανατολική Μεσόγειο από τους κύπριους/ες τουρίστες/τριες. Για την επίτευξη του σκοπού της έρευνας πραγματοποιήθηκε ποσοτική έρευνα σε δείγμα 249 κύπριων τουριστών/τριών. Η εμπειρική ανάλυση των πρωτογενών δεδομένων έδειξαν ότι η αναψυχή και συγκεκριμένα η ξεκούραση και η χαλάρωση ήταν οι πιο σημαντικοί παράγοντες για την επιλογή τουριστικού προορισμού της Ανατολικής Μεσογείου από τους/τις κύπριους/ες τουρίστες/τριες. Ακόμα τα ευρήματα έδειξαν ότι οι Κύπριοι τουρίστες επηρεάζονται κυρίως από ψυχολογικούς παράγοντες προκειμένου να επιλέξουν τουρισμό εντός της Κύπρου. Τα αποτελέσματα της έρευνας υποδεικνύουν ότι οι τουριστικοί πάροχοι θα πρέπει να εστιάσουν στη βελτίωση των υποδομών που προσφέρουν ξεκούραση και χαλάρωση.

# Περιεχόμενα

<b>1. Εισαγωγή</b>	3
1.1. Υπόβαθρο Έρευνας	4
1.2. Ερευνητικά ζητήματα και Ερευνητικές υποθέσεις	6
1.3. Περίγραμμα διπλωματικής εργασίας	9
<b>2. Βιβλιογραφική Ανασκόπηση</b>	10
2.1. Επιλογή Προορισμού	12
2.2. Η έννοια του προορισμού	12
2.3. Ταξιδιωτικό κίνητρο	13
2.4. Προτιμήσεις των Τουριστών	16
<b>3. Μεθοδολογία</b>	17
<b>4. Ανάλυση Δεδομένων</b>	20
4.1. Περιγραφική Ανάλυση	20
4.1.1. Φύλο	20
4.1.2. Οικογενειακή Κατάσταση	21
4.1.3. Παιδιά	22
4.1.4. Επάγγελμα	23
4.1.5. Επαρχία	24
4.1.6. Περιοχή	25
4.1.7. Ηλικία	26
4.1.8. Ετήσιο Εισόδημα	27
4.1.9. Μορφωτικό Επίπεδο	29
4.1.10. Ετήσια ταξίδια	30
4.1.11. Ετήσια Ταξίδια Εσωτερικού	32
4.1.12. Ετήσια Ταξίδια Εξωτερικού	34
4.1.13. Μέσος όρος εξόδων σε κάθε ταξίδι	36
4.1.14. Παράγοντες που επηρεάζουν για οποιοδήποτε προορισμό σε (%)	37
4.1.15. Παράγοντες που επηρεάζουν την Κύπρο ως προορισμό (%)	41

4.1.16.	<i>Παράγοντες που επηρεάζουν την Κρήτη ως προορισμό (%)</i>	45
4.1.17.	<i>Παράγοντες που επηρεάζουν την Ρόδο ως προορισμό (%)</i>	49
4.1.18.	<i>Παράγοντες που επηρεάζουν την Κέρκυρα ως προορισμό (%)</i>	54
4.1.19.	<i>Παράγοντες που επηρεάζουν την Ζάκυνθος ως προορισμό (%)</i>	57
4.2.	<i>Ανάλυση Δεδομένων</i>	60
4.2.1.	<i>Ανάλυση Frequencies</i>	60
4.2.2.	<i>Ανάλυση Descriptives</i>	62
4.2.3.	<i>Παραγοντοποίηση</i>	64
4.2.4.	<i>Παλινδρόμηση</i>	82
5.	<b>Συμπεράσματα και Προτάσεις</b>	129
5.1.	<i>Οποudήποτε</i>	129
5.2.	<i>Κύπρος</i>	130
5.3.	<i>Κρήτη</i>	130
5.4.	<i>Ρόδος</i>	131
5.5.	<i>Κέρκυρα</i>	131
5.6.	<i>Ζάκυνθος</i>	132
6.	<b>Βιβλιογραφία</b>	134
7.	<b>Παραρτήματα</b>	137

## 1. Εισαγωγή

Ο κλάδος του τουρισμού αποτελεί αναμφίβολα μία από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες παγκοσμίως. Η έκρηξη της βιομηχανικής επανάστασης προκάλεσε απογείωση των τουριστικών ροών αφού πλέον οι ταξιδιώτες μπορούσαν μέσω ταχύτερων πλοίων, αεροπλάνων, τρένων αλλά και αυτοκινήτων να ταξιδέψουν πιο γρήγορα από ποτέ. Λόγω των αυξημένων ροών παρουσιάστηκαν διάφορες ανάγκες, όπως η διαμονή, η μετακίνηση, η σίτιση, η φιλοξενία, η ξενάγηση κ.α., που ο κόσμος έσπευσε να εκμεταλλευτεί αυτές τις ανάγκες με σκοπό το κέρδος.

Διανύοντας τον 21<sup>ο</sup> αιώνα οι τοπικές κοινωνίες προσπαθούν με διάφορες ενέργειες να αυξήσουν τις τουριστικές ροές τους και κατ' επέκταση τα κρατικά εισοδήματα. Από αυτό το γεγονός προκύπτει έντονος ανταγωνισμός, κυρίως σε κρατικό επίπεδο, γιατί το κάθε κράτος προσπαθεί να δημιουργήσει συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι μιας άλλης ανταγωνιστικής αγοράς.

Στην Κύπρο που αποτελεί ένα μικρό ανεξάρτητο κράτος χωρίς βαριά βιομηχανία, ο τουρισμός αποτελεί κινητήριο δύναμη της οικονομίας. Παρά τα διαχρονικά γεωπολιτικά προβλήματα με την Τουρκία και το Ηνωμένο Βασίλειο θεωρείται από τους κορυφαίους τουριστικούς προορισμούς στην Ευρώπη. Η μεγάλη ζήτηση στους τομείς της διαμονής και εστίασης, έδωσε ώθηση στην αύξηση ξενοδοχείων και εστιατορίων. Τα τελευταία χρόνια στον τομέα της διαμονής οι τουρίστες έχουν πληθώρα από τουριστικά καταλύματα να επιλέξουν αναλόγως των προτιμήσεων τους. Η έρευνα που ακολουθεί παρουσιάζει τη συσχέτιση μεταξύ των παραγόντων που επηρεάζουν στην επιλογή τελικού τουριστικού προορισμού. Σκοπός της έρευνας είναι να προσδιορίσει ποιοι παράγοντες είναι πιο σημαντικοί για τους τουρίστες, με βάση τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά, ούτως ώστε να επιλέξουν τελικό προορισμό.

Προσδιορίζοντας τις προτιμήσεις των τουριστών με βάση τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, μπορούμε να προσαρμόσουμε την τουριστική βιομηχανία έτσι ώστε να έχουμε βιώσιμο τουρισμό για την οικονομία.

### *1.1. Υπόβαθρο Έρευνας*

Η παγκόσμια βιομηχανία του τουρισμού τα τελευταία χρόνια δέχθηκε το πιο ισχυρό πλήγμα στην ιστορία της. Εξαιτίας της πανδημίας του Covid-19 κατά το έτος 2020 οι παγκόσμιες αφίξεις μειώθηκαν κατά 74% σε σχέση με το 2019 και το 2021 οι παγκόσμιες αφίξεις μειώθηκαν κατά 88% σε σχέση με τις αφίξεις πριν από την πανδημία. Σύμφωνα με την Ζορίτσα Ουρόσεβιτς του UNWTO ο παγκόσμιος τουρισμός έπεσε στα επίπεδα του 1980 και απειλήθηκαν περίπου 100-200 εκατομμύρια θέσεις εργασίας. (Euronews, 2021)

Το 2023 ο παγκόσμιος τουρισμός σημείωσε αύξηση κατά 34% σε σχέση με το 2022, περίπου 1286 εκατομμύρια διεθνείς τουρίστες (επισκέπτες διανυκτέρευσης). Η ισχυρή ανάκαμψη του 88% των επιπέδων προ-πανδημίας που κατέγραψε ο παγκόσμιος τουρισμός το 2023, είναι ένα ισχυρό στοιχείο ότι το 2024 θα ανακάμψει πλήρως τα επίπεδα προ-πανδημίας. Τα συνολικά έσοδα από τις εξαγωγές από τον τουρισμό (συμπεριλαμβανομένων των μεταφορών επιβατών) υπολογίζονται σε 1,6 τρισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ το 2023, σχεδόν το 95% των 1,7 τρισεκατομμυρίων δολαρίων που καταγράφηκαν το 2019. (UNWTO, 2024)

Το 2023 ήταν μια πολύ καλή χρονιά όσον αφορά τις αφίξεις για την Κύπρο οι οποίες προσεγγίζουν αυτές του 2019 (3,3% λιγότερες από το 2019), ανήλθαν στις 3.845.652, αύξηση κατά 20,1% σε σύγκριση με το 2022 που ανήλθαν στις 3.201.080. (inbusinessnews, 2024)

Η πανδημία ήταν ένα μεγάλο πλήγμα για την Κύπρο και μας υπενθύμισε πόσο σημαντικός είναι ο τομέας του τουρισμού. Ενώ το 2022 οι αφίξεις ήταν 3.201.000, το 2020 ήταν μόλις 631.609 αφίξεις, με μέση διάρκεια παραμονής τις 9,4 νύκτες. Η πλειοψηφία των τουριστών το 2022 ήρθε από το Ηνωμένο Βασίλειο (37,9%), ακολουθεί το Ισραήλ (8,7%), η Γερμανία (6,2%), η Πολωνία (5,8%), η Ελλάδα (5,3%) και από άλλες χώρες (36,1%). Από το σύνολο των τουριστών, το 46,6% έμεινε σε ξενοδοχεία διαφόρων αστέρων, σε οργανωμένα διαμερίσματα και τουριστικά χωριά έμεινε το 13,4%, σε συγγενείς και φίλους το 15,6%, σε ιδιωτικές κατοικίες το 4,4% και τέλος το 20% επέλεξε αλλού. Πιο ελκυστική πόλη για τουριστικές διαμονές το 2022 είναι η Πάφος με ποσοστό 35,7%, ακολουθεί η Αμμόχωστος με 27,4% (η Αγία Νάπα με 16,2% και το Παραλίμνι με 11,2%), η Λάρνακα με 12,1% και η Λεμεσός με 12%. (Στατιστική Υπηρεσία, 2023)

Τα έσοδα από τον τουρισμό το 2022 ανήλθαν στις €2.439,2 εκ., το 2021 €1.513,6 εκ., ενώ το 2020 ήταν μόλις €392,0 εκ. Η κατά κεφαλήν μηνιαία δαπάνη σημείωσε μείωση το 2022 κατά 2,5% από το 2021, που υπολογίστηκε στα €761,92, ενώ η κατά κεφαλήν ημερήσια δαπάνη σημείωσε αύξηση από το 2021 κατά 11% που υπολογίστηκε στα €81,06. Παρόλο που οι τουρίστες από το Ηνωμένο Βασίλειο αποτελούν το μεγαλύτερο μέρος της τουριστικής αγοράς με ποσοστό 37,9% του συνόλου των τουριστών, ο μέσος όρος της ημερήσιας κατά κεφαλής δαπάνης ήταν €76,09 που τους τοποθετεί στην τρίτη θέση πίσω από τους τουρίστες από το Ισραήλ με μέσο όρο €133,46, και τους Γερμανούς με μέσο όρο €92,63. (Στατιστική Υπηρεσία, 2023)

Τα πιο πάνω δεδομένα μας δίνουν μια γενική εικόνα της τουριστικής βιομηχανίας στην Κύπρο. Οι μεγαλύτερες τουριστικές ροές έρχονται από το Ηνωμένο Βασίλειο όμως δαπανούν πολύ λιγότερα απ' ότι τουρίστες από άλλες χώρες, όπως το Ισραήλ.

Το 2024 όμως ξεκίνησε κάπως δυσοίωνα, με τον πόλεμο που μαίνεται στο Ισραήλ, τη δεύτερη μεγαλύτερη τουριστική αγορά της Κύπρου, να μειώνει τις τουριστικές ροές ακόμα περισσότερο μετά τον πόλεμο στην Ουκρανία. Με τα αλλεπάλληλα δυσάρεστα γεγονότα των τελευταίων χρόνων όπως η πανδημία, οι πόλεμοι και η αύξηση του πληθωρισμού είναι σημαντικό να κατανοήσουμε τους παράγοντες που επηρεάζουν τις προτιμήσεις των τουριστών σήμερα, έτσι ώστε να μπορέσουμε να προσελκύσουμε πιο ποιοτικό τουρισμό.

### 1.2. Ερευνητικά ζητήματα και Ερευνητικές υποθέσεις

Η παρούσα ερευνητική μελέτη επικεντρώνεται στην ανάλυση των παραγόντων που επηρεάζουν τις προτιμήσεις των τουριστών στην επιλογή τελικού τουριστικού προορισμού. Η επιλογή προορισμού για τον οποιοδήποτε ταξιδιώτη είναι μια διαδικασία που περνά από κάποια στάδια και υπάρχουν αρκετοί παράγοντες που επηρεάζουν αυτή την διαδικασία. Αυτοί οι παράγοντες όμως επηρεάζουν στην επιλογή τελικού τουριστικού προορισμού σε διαφορετικό βαθμό για κάθε ταξιδιώτη και για κάθε προορισμό. Για περιορισμένες οικονομίες όπως η Κύπρος, η γνώση αυτών των παραγόντων που την καθιστούν ελκυστικό προορισμό είναι χρήσιμα εργαλεία για την ανάπτυξη βιώσιμου και ποιοτικού τουρισμού. Βασικοί στόχοι αυτής της μελέτης είναι να αναδείξει, με βάση την βιβλιογραφία, τους σημαντικότερους παράγοντες που επηρεάζουν τις προτιμήσεις των τουριστών και ακολούθως να εξετάσει την συσχέτιση με διάφορους προορισμούς και τα δημογραφικά στοιχεία του δείγματος. Η ύπαρξη συσχέτισης με βάση τα δημογραφικά τους στοιχεία θα μας δείξει σε ποιους παράγοντες πρέπει να υπάρξει περισσότερο ενδιαφέρον από το κυπριακό κράτος έτσι ώστε να μπορέσουμε να μεγιστοποιήσουμε τα έσοδα από την τουριστική

βιομηχανία. Οι κυρίαρχοι στόχοι διεξαγωγής της έρευνας παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα:

<b>Στόχος 1</b>	Ανάδειξη των προσδιοριστικών παραγόντων που επηρεάζουν την ζήτηση των τουριστικών νησιωτικών προορισμών στην Ανατολική Μεσόγειο
<b>Επιμέρους Ερωτήματα</b>	Ανάδειξη των προσδιοριστικών παραγόντων που επηρεάζουν την συχνότητα στους συγκεκριμένους προορισμούς
	Ανάδειξη των προσδιοριστικών παραγόντων που επηρεάζουν την τουριστική δαπάνη των Κυπρίων τουριστών στους συγκεκριμένους προορισμούς

*Πίνακας 1-Στόχοι Έρευνας*

Τα ουσιαστικότερα και σχετικότερα αποτελέσματα της βιβλιογραφικής ανασκόπησης, που παρουσιάζονται εκτενώς σε κεφάλαιο που ακολουθεί, σχετικά με τους παράγοντες που επηρεάζουν τις προτιμήσεις των τουριστών αλλά και με τους επιλεγμένους προορισμούς, συνέβαλαν όχι μόνο στην καλύτερη κατανόηση του θέματος, αλλά και στην επιλογή ερωτημάτων που χρήζουν έρευνας. Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται τα ερευνητικά ερωτήματα και σχετικοί στόχοι που αποσκοπεί το κάθε ερώτημα.

Ερευνητικά Ερωτήματα	Σχετικοί Στόχοι
H1. Οι Ψυχολογικοί παράγοντες επηρεάζουν την επιλογή τουριστικού προορισμού	Κατά πόσο σχετίζονται και επηρεάζουν οι παράγοντες «Απόδραση» και «Αυτοπραγμάτωση» στην επιλογή του τελικού προορισμού
H2. Οι Φυσικοί παράγοντες επηρεάζουν την επιλογή τουριστικού προορισμού	Κατά πόσο σχετίζονται και επηρεάζουν οι παράγοντες «Ξεκούραση & Χαλάρωση», «Ιατρική θεραπεία» και «Υγεία & Γυμναστική» στην επιλογή του τελικού προορισμού
H3. Οι παράγοντες της κοινωνικής αλληλεπίδρασης επηρεάζουν την επιλογή τουριστικού προορισμού	Κατά πόσο σχετίζονται και επηρεάζουν οι παράγοντες «Επίσκεψη φίλων ή/και συγγενών», «Γνωριμία με νέους ανθρώπους» στην επιλογή του τελικού προορισμού
H4. Οι παράγοντες της αναζήτησης/εξερεύνησης επηρεάζουν την επιλογή τουριστικού προορισμού	Κατά πόσο σχετίζονται και επηρεάζουν οι παράγοντες «Αναζήτηση καινοτομίας», «Εξερεύνηση πολιτισμού», «Αναζήτηση περιπέτειας» και «Απόλαυση της νυχτερινής ζωής και των αγορών» στην επιλογή του τελικού προορισμού
H5. Οι υλικοί παράγοντες επηρεάζουν την επιλογή τουριστικού προορισμού	Κατά πόσο σχετίζονται και επηρεάζουν οι παράγοντες «Μεταφορικές εγκαταστάσεις», «Φιλικότητα των ανθρώπων», «Ποιότητα & ποικιλία τροφίμων», «Εγκαταστάσεις φιλοξενίας», «Προσωπική ασφάλεια», «Τιμή», «Πολιτισμός & ιστορικοί πόροι», «Καλές αγορές» και «Περιβαλλοντική ασφάλεια και ποιότητα» στην επιλογή του τελικού προορισμού
H6. Οι άυλοι παράγοντες επηρεάζουν την επιλογή τουριστικού προορισμού	Κατά πόσο σχετίζονται και επηρεάζουν οι παράγοντες «Εικόνα προορισμού» και «Οφέλη προσδοκίες» στην επιλογή του τελικού προορισμού

Πίνακας 2-Ερευνητικά Ερωτήματα & Σχετικοί Στόχοι

### *1.3. Περίγραμμα διπλωματικής εργασίας*

Στο κεφάλαιο που ακολουθεί παρουσιάζεται η βιβλιογραφική ανασκόπηση της έρευνας. Στην βιβλιογραφική ανασκόπηση αναφέρονται λεπτομερώς όλες οι πηγές οι οποίες συνέβαλαν στην καλύτερη κατανόηση του ερευνητικού θέματος. Ήταν πολύ σημαντικό να μελετηθούν προηγούμενες έρευνες έτσι ώστε να θέσουμε τα σωστά ερευνητικά ερωτήματα, αλλά και να καταλήξουμε στον αριθμό των σημαντικότερων παραγόντων που θα συμπεριλαμβάναμε στην έρευνα, στον τρόπο που θα ταξινομούνταν για καλύτερη ανάλυση, το γεωγραφικό υπόβαθρο της έρευνας και άλλες παραμέτρους.

Στο κεφάλαιο «Μεθοδολογία» γίνεται αναφορά στον τρόπο διεξαγωγής της δειγματοληψίας, στην επιλογή του δείγματος αλλά και με ποιο μέσο διεξήχθη η συλλογή των δεδομένων, που ήταν ζωτικής σημασίας για την ανάλυση της έρευνας.

Τα αποτελέσματα των δεδομένων που εξήχθησαν από τις αναλύσεις που έγιναν στο SPSS με βάση τα ερευνητικά ερωτήματα και την σχετική βιβλιογραφία, παρουσιάζονται στο κεφάλαιο «Ανάλυση Δεδομένων».

Η έρευνα ολοκληρώνεται στο κεφάλαιο «Συμπεράσματα και Προτάσεις», όπου γίνεται γενική ανασκόπηση παρουσιάζοντας τα συμπεράσματα μας και υποβάλλονται ορισμένες προτάσεις βελτίωσης και ανάπτυξης που προέκυψαν από την έρευνα.

## 2. Βιβλιογραφική Ανασκόπηση

Οι διακοπές του οποιουδήποτε ταξιδιώτη δεν είναι μια τυχαία και επιπόλαια επιλογή. Είναι μια διαδικασία, ένας προσεκτικός σχεδιασμός ο οποίος περνάει μέσα από πέντε στάδια. (Kotler & Pfoertsch, 2010)

- α) Αναγνώριση της Ανάγκης
- β) Αναζήτηση Πληροφοριών
- γ) Αξιολόγηση Εναλλακτικών
- δ) Απόφαση Αγοράς
- ε) Συμπεριφορά μετά την αγορά

Στο πρώτο στάδιο ο ταξιδιώτης αισθάνεται μια διαφορά μεταξύ της πραγματικής του κατάστασης και της επιθυμητής του κατάστασης. Αυτή η ανάγκη μπορεί να προκληθεί από εσωτερικά ερεθίσματα και την εμπειρία του ατόμου. Ο ταξιδιώτης έχει μάθει ποια αντικείμενα, προϊόντα ή υπηρεσίες μπορούν να ικανοποιήσουν αυτή την ανάγκη. Η ανάγκη μπορεί επίσης να προκληθεί από εξωτερικά ερεθίσματα, μέσω φίλων, οικογενειών και άλλων κοινωνικών δικτύων ή διαφημιστικών μηνυμάτων (Kotler & Pfoertsch, 2010).

Το δεύτερο στάδιο ορισμένοι ταξιδιώτες ενδέχεται να μην αναζητούν περισσότερες πληροφορίες επειδή η επιθυμία τους είναι ισχυρή και ένα κατάλληλο προϊόν/υπηρεσία είναι κοντά. Οι πληροφορίες μπορούν να ληφθούν από ένα ευρύ φάσμα πηγών, όπως προσωπικές πηγές (οικογένεια, φίλοι, γείτονες, γνωστοί, συνάδελφοι), εμπορικές πηγές (διαφήμιση, πωλητές, οθόνες, άλλο υλικό μάρκετινγκ) ή δημόσιες πηγές (κριτικές, εφημερίδες). (Kosmas, *et. al.*, 2022; Kotler & Pfoertsch, 2010)

Το τρίτο στάδιο της λήψης αποφάσεων είναι η αξιολόγηση εναλλακτικών λύσεων. Δεδομένης της ανταγωνιστικής φύσης της τουριστικής βιομηχανίας, υπάρχει συνήθως

μια σειρά προϊόντων και υπηρεσιών που καλύπτουν παρόμοιες ανάγκες και ο ταξιδιώτης πρέπει να αποφασίσει για ένα προϊόν, υπηρεσία, μάρκα ή διακοπές. Η αξιολόγηση εξαρτάται από τις ανάγκες και, καθώς τα τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες είναι ένας συνδυασμός διαφορετικών στοιχείων ή χαρακτηριστικών, εξαρτάται από το στοιχείο ή το χαρακτηριστικό που εξυπηρετεί περισσότερο αυτή την ανάγκη. Ο ταξιδιώτης αποδίδει διαφορετικά επίπεδα σπουδαιότητας και αναμένει διαφορετικά επίπεδα ικανοποίησης από κάθε ένα από αυτά τα στοιχεία ή ιδιότητες. Στη συνέχεια, κατατάσσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες και διαμορφώνει μια πρόθεση αγοράς. (Kotler & Pfoertsch, 2010)

Κατά το τέταρτο στάδιο της απόφασης αγοράς, ο ταξιδιώτης επιλέγει το προϊόν ή τις υπηρεσίες που προτιμά περισσότερο, μόλις η πρόθεση αγοράς είναι σαφής. Ωστόσο, η στάση των άλλων (όπως οι σύντροφοι, τα παιδιά, οι φίλοι, η οικογένεια ή άλλα κοινωνικά δίκτυα) και οι απροσδόκητες καταστάσεις (αυξημένη τιμή, απώλεια εισοδήματος, ασθένεια ή άλλοι εξωτερικοί παράγοντες πέρα από τον έλεγχο του ταξιδιώτη) θα έχουν αντίκτυπο πριν από την πραγματοποίηση της αγοράς. (Kosmas, *et. al.*, 2024; Kotler & Pfoertsch, 2010)

Το πέμπτο στάδιο είναι η συμπεριφορά μετά την αγορά. Μόλις αγοραστεί και καταναλωθεί ένα προϊόν ή μια υπηρεσία, ο ταξιδιώτης θα είναι ικανοποιημένος ή δυσαρεστημένος. Αυτό με τη σειρά του εξαρτάται από τη σχέση μεταξύ της προσδοκίας που είχε ο ταξιδιώτης πριν από την αγορά και της αντιληπτής απόδοσης του προϊόντος ή της υπηρεσίας. Εάν οι προσδοκίες ικανοποιηθούν ή ξεπεραστούν, ο πελάτης είναι ικανοποιημένος. Εάν το προϊόν ή η υπηρεσία υπολείπεται, το αποτέλεσμα είναι η δυσαρέσκεια των πελατών. Αν και αυτό φαίνεται απλό, οι προσδοκίες δεν είναι τόσο σαφείς, καθώς οι καταναλωτές βασίζονται στις προσδοκίες

τους σε προηγούμενες εμπειρίες, κοινωνικές επιρροές και άλλες πηγές πληροφοριών. Μια σειρά μηνυμάτων σχετικά με το προϊόν ή την υπηρεσία φτάνουν στον ταξιδιώτη σε συνειδητό και υποσυνείδητο επίπεδο και ως εκ τούτου επηρεάζουν τις προσδοκίες. Όσο μεγαλύτερο είναι το χάσμα μεταξύ των προσδοκιών και της απόδοσης του προϊόντος ή της υπηρεσίας, τόσο μεγαλύτερη είναι η δυσαρέσκεια των πελατών και τόσο λιγότερο πιθανό είναι ο ταξιδιώτης να αγοράσει ξανά το ίδιο προϊόν ή υπηρεσία. (Kosmas, *et. al.*, 2024; Kotler & Pfoertsch, 2010)

### 2.1. Επιλογή Προορισμού

Οι αποφάσεις των τουριστών είναι πολύπλοκες και πολύπλευρες αποφάσεις, στις οποίες οι επιλογές για διαφορετικά στοιχεία είναι αλληλένδετες και εξελίσσονται σε μια διαδικασία λήψης αποφάσεων με την πάροδο του χρόνου. Οι περισσότερες μελέτες σχετικά με την επιλογή ταξιδιού των τουριστών αντιμετωπίζουν την επιλογή τουριστικού προορισμού ως βασικό στοιχείο στη διαδικασία λήψης ταξιδιωτικών αποφάσεων (Dellaert, Etterma, & Lindh, 1998; Hsu, Tsai, & Wu, 2008)

### 2.2. Η έννοια του προορισμού

Παραδοσιακά, οι προορισμοί θεωρούνται ως σαφώς καθορισμένες γεωγραφικές περιοχές, όπως η χώρα, ένα νησί ή μια πόλη (Hall, 2000). Εντούτοις σε κάποιες έρευνες ο προορισμός καθορίζεται και ως προϊόν ή μάρκα (Kozak, 2002; Yoon & Uysal, 2005). Ο ταξιδιωτικός προορισμός ως προϊόν είναι εν μέρει «δεδομένο» και εν μέρει «τεχνητό», αναφέρει μια άλλη έρευνα (Kosmas & Vatikioti, 2024).

Το «δεδομένο» μέρος αναφέρεται στα φυσικά χαρακτηριστικά των τουριστικών προορισμών όπως το κλίμα, το τοπίο, οι παραλίες, τα βουνά, τα κτίρια ιστορικού πολιτισμού και ούτω καθεξής. Ενώ το «τεχνητό» μέρος αναφέρεται σε

χαρακτηριστικά όπως ξενοδοχεία, οργανωμένες εκδρομές, εγκαταστάσεις μεταφοράς και εγκαταστάσεις για αθλήματα και αναψυχή, τα οποία μπορούν όλα να προσαρμοστούν στις προτιμήσεις των πελατών, με την επιφύλαξη περιορισμών στον προϋπολογισμό (Van Raaij, 1986; Hsu, Tsai, & Wu, 2008).

Για τους σκοπούς της έρευνας επιλέξαμε πέντε διαφορετικούς προορισμούς, έτσι ώστε μέσα από την ανάλυση των αποτελεσμάτων της δειγματοληψίας να μπορέσουμε να εξάγουμε τους σημαντικότερους παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή των τουριστών. Οι προορισμοί που επιλέχθηκαν είναι η Κύπρος, η Ρόδος, η Κρήτη, η Κέρκυρα και η Κως. Θέλαμε να επιλέξουμε προορισμούς που να μπορεί να είναι λογική η σύγκριση με την Κύπρο που είναι μικρό νησί. Επίσης λόγω του ότι το δείγμα

2023	Αθήνα	Εσσαλονίκη	Ρόδος	Κως	Κάρπαθος	Ηράκλειο	Χανιά	Κέρκυρα	Ζάκυνθος	Κεφαλονιά	Άκτιο	Μύκονος	Σαντορίνη	Άραξος	Καλαμάτα	Σάμος	Σκιάθος	Καβάλα	Μυτιλήνη	Σύνολο
Ιανουάριος	280.360	103.338				1.616	1.400													386.714
Φεβρουάριος	285.175	97.838				1.799	1.244								279					386.335
Μάρτιος	401.898	126.473	10.848	517		14.218	8.983	7.587	99	515	502	710	2.934		1.494					576.778
Απρίλιος	571.533	201.088	144.252	30.741	986	202.047	72.624	67.090	14.245	4.552	5.988	12.145	33.601		6.230	1.933	384	1.233	1.017	1.371.689
Μάιος	697.660	234.492	325.592	158.280	8.574	403.347	162.605	182.955	104.855	37.299	40.315	36.067	77.499	6.457	14.079	15.696	26.245	12.355	6.084	2.550.456
Ιούνιος	825.667	259.940	451.431	223.292	20.024	567.557	243.287	327.739	187.015	71.779	73.397	95.012	121.946	14.242	25.368	24.491	49.693	25.615	10.315	3.617.810
Ιούλιος	935.884	320.614	480.890	277.084	25.143	723.779	300.236	414.004	237.180	89.485	99.043	151.909	174.331	14.555	26.200	31.353	66.371	31.383	13.250	4.412.694
Αύγουστος	832.491	298.947	508.901	268.319	24.247	704.318	262.797	395.226	230.361	87.498	84.917	140.611	161.695	15.450	25.389	28.999	63.877	27.658	12.288	4.173.989
Σεπτέμβριος	773.971	250.727	436.468	220.760	18.593	570.775	231.758	304.944	172.900	60.230	67.657	84.624	112.878	13.146	23.259	25.640	30.925	19.783	9.434	3.428.472
Οκτώβριος	689.588	208.070	260.518	123.406	2.467	364.453	119.452	132.358	44.357	10.574	20.216	25.039	57.657	3.576	11.223	3.706	1.194	4.310	1.045	2.083.209
Νοέμβριος	401.678	110.560	5.826	637		10.919	2.215	736	18	1	29	116	482		1.639				3	534.859
Δεκέμβριος	376.915	147.003	303	2		3.130	31.971	12			6								10	559.352
<b>Σύνολο</b>	<b>7.072.820</b>	<b>2.359.090</b>	<b>2.625.029</b>	<b>1.303.038</b>	<b>100.034</b>	<b>3.567.958</b>	<b>1.438.572</b>	<b>1.832.651</b>	<b>991.030</b>	<b>361.933</b>	<b>392.070</b>	<b>546.233</b>	<b>743.023</b>	<b>67.426</b>	<b>135.160</b>	<b>131.818</b>	<b>238.689</b>	<b>122.337</b>	<b>53.446</b>	<b>24.082.357</b>

Εικόνα 1 Διεθνείς αεροπορικές αφίξεις στα κυριότερα αεροδρόμια (InSete Intelligence-Ελληνική Δημοκρατία, 2024)

μας θα είναι από τον κυπριακό πληθυσμό, θέλαμε προορισμούς που να τους είναι γνώριμοι, και η Ελλάδα έχει αρκετούς γνώριμους προορισμούς για τους Κύπριους. Από όλα τα νησιά της Ελλάδας επιλέξαμε αυτά τα τέσσερα γιατί είχανε, κατά το έτος 2023, τις υψηλότερες διεθνείς αεροπορικές αφίξεις (InSete Intelligence-Ελληνική Δημοκρατία, 2024).

### 2.3. Ταξιδιωτικό κίνητρο

Ο προσδιορισμός των παραγόντων που επηρεάζουν την επιλογή προορισμού των ανθρώπων είναι απαραίτητος για την ανάπτυξη κατάλληλων στρατηγικών μάρκετινγκ. Η ηλικία, το εισόδημα, το φύλο, η προσωπικότητα, η εκπαίδευση, το

κόστος, η απόσταση, η εθνικότητα, ο κίνδυνος και τα κίνητρα κ.λπ., είναι παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή προορισμού. (Hsu, Tsai, & Wu, 2008)

Μια δημοφιλής τυπολογία για την κατανόηση των κινήτρων ταξιδιού είναι το μοντέλο «push» και «pull» του (Crompton, 1979). Τα «push motivations» έχουν θεωρηθεί χρήσιμα για την εξήγηση της επιθυμίας για ταξίδια, ενώ τα «pull motivations» έχουν θεωρηθεί χρήσιμα για την εξήγηση της πραγματικής επιλογής προορισμού. Ο Crompton (1979) άντλησε επτά κοινωνικό-ψυχολογικά «push motivations» (απόδραση, αυτό-εξερεύνηση, χαλάρωση, κύρος, παλινδρόμηση, ενίσχυση της συγγένειας και κοινωνική αλληλεπίδραση) και δύο πολιτιστικά «pull motivations» (καινοτομία και εκπαίδευση). (Crompton, 1979; Hsu, Tsai, & Wu, 2008)

Οι Uysal & Jurowski (1994) συνόψισαν τα εσωτερικά («push motivations») και εξωτερικά («pull motivations») κίνητρα για ταξίδια. Τα εσωτερικά κίνητρα περιλαμβάνουν την επιθυμία για απόδραση, ξεκούραση, χαλάρωση, κύρος, υγεία και φυσική κατάσταση, περιπέτεια και κοινωνική αλληλεπίδραση. Τα εξωτερικά κίνητρα βασίστηκαν στην ελκυστικότητα του προορισμού, συμπεριλαμβανομένων των υλικών πόρων (παραλίες, ψυχαγωγικές δραστηριότητες και πολιτιστικά αξιοθέατα) και των αντιλήψεων και προσδοκιών των ταξιδιωτών (καινοτομία, προσδοκίες παροχών και εικόνα μάρκετινγκ). Σε πιο πρόσφατες μελέτες, οι ερευνητές έχουν προσθέσει τα ψώνια ως κινητήριο χαρακτηριστικό του προορισμού. (Hanqin & Lam, 1999; Sirakaya, Uysal, & Yoshioka, 2003; Hsu, Tsai, & Wu, 2008)

Υπάρχουν ακόμα άλλοι σημαντικοί παράγοντες όπως η εικόνα προορισμού, το φαγητό και η ασφάλεια (Milman & Pizam, 1995). Το φαγητό είναι μια από τις πιο ευχάριστες δραστηριότητες που αναλαμβάνουν οι τουρίστες κατά τη διάρκεια των διακοπών τους (Ryan, 1997). Το φαγητό μπορεί να λειτουργήσει είτε ως πρωταρχικό

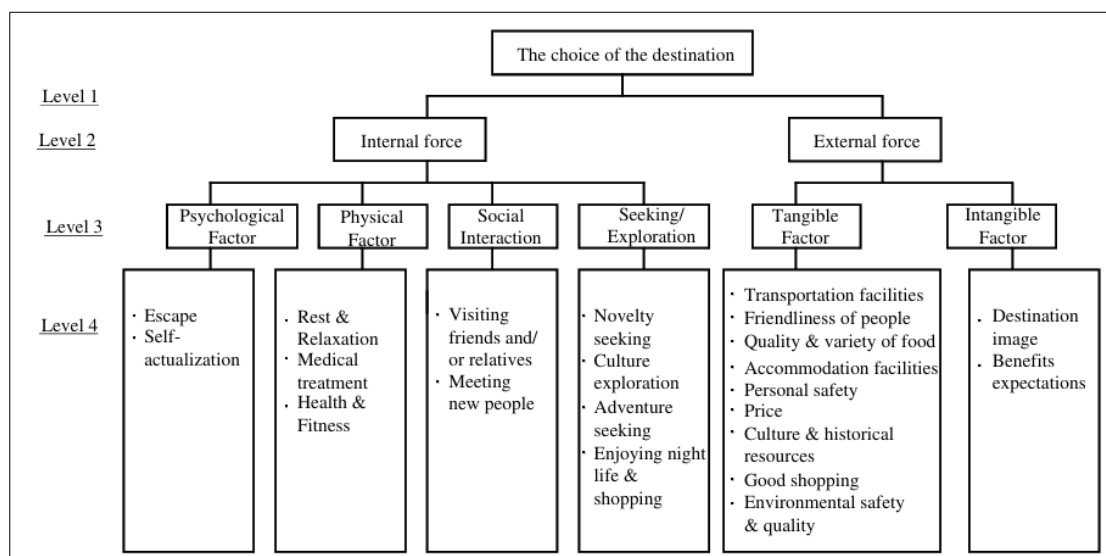
είτε ως δευτερεύον κίνητρο ταξιδιού και προσθέτει αξία στην εικόνα ενός προορισμού (Shuai & Ning, 2004). Η ασφάλεια αποτελεί μείζον μέλημα για τους τουρίστες (Middleton, 1994). Μια πρόσφατη τάση έδειξε ότι οι άνθρωποι από τις ανεπτυγμένες χώρες αναζητούν θεραπεία από τους επαγγελματίες υγείας στις αναπτυσσόμενες χώρες. Αυτή η προνομιακή μετατόπιση ονομάζεται ευρέως ως «ιατρικός τουρισμός», ο οποίος έχει γίνει μία από τις βιομηχανίες αστέρων που προσελκύουν την προσοχή. Επιπλέον ως εξωτερικό κίνητρο θεωρείται και το ψώνισμα, ως χαρακτηριστικό του προορισμού (Oh, Weaver, & Uysal, 1994; Hsu, Tsai, & Wu, 2008)

Η μελέτη των τουριστικών κινήτρων στην περίπτωση αυτή βασίζεται στην έννοια του "push-pull model" του Crompton (εσωτερικά-εξωτερικά κίνητρα). Οι κύριοι παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή προορισμού ομαδοποιούνται σε κατηγορίες. Τα εσωτερικά κίνητρα που σχετίζεται με τις εσωτερικές δυνάμεις αποτελείται από 4 παράγοντες (ψυχολογικοί, φυσικοί, κοινωνική αλληλεπίδραση και αναζήτηση/εξερεύνηση) και κάτω από κάθε έναν περιλαμβάνονται συνολικά 11 στοιχεία. Στην κατηγορία «ψυχολογικοί παράγοντες» συμπεριλαμβάνονται τα κίνητρα «Διαφυγή» και «Αυτοπραγμάτωση». Στους «φυσικούς παράγοντες» συμπεριλαμβάνονται τα κίνητρα «Ξεκούραση & Χαλάρωση», «Ιατρική Θεραπεία», «Υγεία & Γυμναστική». Κάτω από τον παράγοντα «Κοινωνική Αλληλεπίδραση» βρίσκονται τα κίνητρα «Επίσκεψη σε φίλους/συγγενείς» και «Γνωριμία με νέους ανθρώπους». Ο παράγοντας «Αναζήτηση/Εξερεύνηση» συμπεριλαμβάνει τα κίνητρα «Αναζητώντας την Καινοτομία», «Εξερεύνηση Πολιτισμού», «Αναζήτηση Περιπέτειας» και «Απόλαυση νυχτερινής ζωής και Ψώνια» Τα εξωτερικά κίνητρα που σχετίζεται με εξωτερικές δυνάμεις αποτελείται από 2 παράγοντες (απτό και άυλο). Οι απτοί παράγοντες περιλαμβάνουν 9 κριτήρια τα οποία είναι «Μεταφορικές

εγκαταστάσεις», «Φιλικότητα των ανθρώπων», «Ποιότητα & ποικιλία φαγητού», «Εγκαταστάσεις φιλοξενίας», «Προσωπική ασφάλεια», «Τιμή», «Πολιτισμός & ιστορικοί πόροι», «Καλές αγορές», «Περιβαλλοντική ασφάλεια και ποιότητα» και οι άυλοι παράγοντες περιλαμβάνουν 2 κριτήρια «Εικόνα προορισμού» και «Οφέλη προσδοκίες» (Crompton, 1979; Hsu, Tsai, & Wu, 2008).

#### 2.4. Προτιμήσεις των Τουριστών

Οι προσωπικές προτιμήσεις, όπως και τα κίνητρα, μπορεί να είναι τόσο εγγενείς, αντανακλώντας ατομικές συμπάθειες και αντιπάθειες, όσο και εξωγενείς ή κοινωνικά διαμορφωμένες. Ο Pearce (1988) δήλωσε ότι οι προτιμήσεις είναι πιο συγκεκριμένες από τα κίνητρα και αποκαλύπτονται από το πού πηγαίνουν οι ταξιδιώτες και τι κάνουν οι ταξιδιώτες. Ο Decrop (1999) σημείωσε ότι η προτίμηση είναι μια ειδική περίπτωση στάσεων όπου συγκρίνονται εναλλακτικές λύσεις προϊόντων και επιλέγεται η μία έναντι της άλλης. Οι τουρίστες πρέπει να επιλέξουν ποιους από τους προορισμούς επιθυμούν να επισκεφθούν και ποιους να παραλείψουν. Το αποτέλεσμα είναι η



Εικόνα 2 Το Μοντέλο "Push and Pull" του Crompton (Hsu, Tsai, & Wu, 2008)

δημιουργία τυπικών καταναλωτικών προτύπων του τουριστικού προϊόντος με βάση τις προτιμήσεις (Hsu, Tsai, & Wu, 2008).

### **3. Μεθοδολογία**

Η μεθοδολογία αυτή της έρευνας σχεδιάστηκε με σκοπό να παρουσιάσει τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή τουριστικού νησιωτικού προορισμού στην Ανατολική Μεσόγειο. Η επιλογή της κατάλληλης μεθοδολογικής προσέγγισης είναι θεμελιώδης για την επίτευξη αξιόπιστων και έγκυρων αποτελεσμάτων.

Η έρευνα των Hsu, Tsai, & Wu (2008) αποτέλεσε τον θεμέλιο λίθο της συγκεκριμένης έρευνας. Στην έρευνά τους οι Hsu, Tsai, & Wu (2008) έθεσαν σαν προορισμούς πέντε διάσημα αξιοθέατα της Ταϊβάν. Επιπλέον με το μοντέλο «Push&Pull» (Crompton, 1979) έκαναν μια ιεραρχική ανάλυση τεσσάρων επιπέδων, 22 παραγόντων που επηρεάζουν την επιλογή τελικού τουριστικού προορισμού.

Αρχικά στο πρώτο επίπεδο είναι η τελική επιλογή προορισμού. Ακολούθως, στο δεύτερο επίπεδο, αυτή η επιλογή προκύπτει από εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες. Στο τρίτο επίπεδο οι εσωτερικοί και οι εξωτερικοί παράγοντες διαχωρίζονται σε έξι κατηγορίες, εκ των οποίων οι τέσσερις κατηγορίες «Ψυχολογικοί», «Φυσικοί», «Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης» και «Αναζήτησης/Εξερεύνησης» αποτελούν τους εσωτερικούς παράγοντες και οι δύο κατηγορίες «Απτοί» και «Άυλοι» αποτελούν τους εξωτερικούς παράγοντες.

Στο τέταρτο και τελευταίο επίπεδο υπάρχουν οι 22 παράγοντες οι οποίοι ομαδοποιούνται στις έξι κατηγορίες του τρίτου επιπέδου. Οι μισοί από αυτούς ανήκουν στους εσωτερικούς παράγοντες και οι άλλοι μισοί στους εξωτερικούς. Στην

κατηγορία «Ψυχολογικοί» ανήκουν οι δύο παράγοντες της «Διαφυγής» και της «Αυτοπραγμάτωσης». Οι τέσσερις παράγοντες «Ξεκούραση & Χαλάρωση», «Ιατρική θεραπεία» και «Υγεία & Γυμναστική» βρίσκονται στην κατηγορία «Φυσικοί». Την κατηγορία της «Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης» αποτελούν δύο παράγοντες, «Επίσκεψη σε φίλους ή/και συγγενείς» και «Γνωριμία με νέους ανθρώπους». Και στην τελευταία κατηγορία «Αναζήτησης/Εξερεύνησης», των εσωτερικών παραγόντων, υπάρχουν οι τέσσερις παράγοντες «Αναζητώντας την καινοτομία», «Εξερεύνηση πολιτισμού», «Αναζήτηση περιπέτειας» και «Απολαύστε νυχτερινή ζωή και ψώνια».

Στους εξωτερικούς παράγοντες στην κατηγορία «Απτοί» υπάρχουν εννιά παράγοντες, «Μεταφορικές εγκαταστάσεις», «Φιλικότητα των ανθρώπων», «Ποιότητα & ποικιλία φαγητού», «Εγκαταστάσεις φιλοξενίας», «Προσωπική ασφάλεια», «Τιμή», «Πολιτισμός & ιστορικοί πόροι», «Καλές αγορές (Shopping)» και «Περιβαλλοντική ασφάλεια και ποιότητα». Στην δεύτερη κατηγορία, «Αυλοι», των εσωτερικών παραγόντων, ανήκουν δύο παράγοντες «Εικόνα προορισμού» και «Οφέλη προσδοκίες». Και με αυτούς του δυο παράγοντες ολοκληρώνεται η ιεραρχία τεσσάρων επιπέδων των 22 παραγόντων του μοντέλου «Push&Pull» του Crompton.

Για τους σκοπούς της έρευνας υπήρχε ανάγκη συλλογής πρωτογενών δεδομένων. Αυτό έγινε μέσω ποσοτικής έρευνας και το δείγμα συλλέχθηκε μέσω ερωτηματολογίου. Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από δύο μέρη. Το πρώτο αφορά τα δημογραφικά στοιχεία του ερωτηθέντος και είναι 12 ερωτήματα εκ των οποίων οι πέντε είναι ερωτήσεις ανοικτού τύπου. Το δεύτερο μέρος αποτελείται από ερωτήσεις τύπου Likert, όπου οι ερωτώμενοι καλούνται να αξιολογήσουν μεταξύ των απαντήσεων «Καθόλου Σημαντικό», «Λίγο Σημαντικό», «Σημαντικό», «Αρκετά

Σημαντικό», «Πολύ Σημαντικό» τους 22 παράγοντες που αναφέρθηκαν προηγουμένως ως προς τον προορισμό. Αρχικά αξιολόγησαν τους 22 παράγοντες ως προς οποιονδήποτε προορισμό. Έπειτα κλήθηκαν να αξιολογήσουν τους 22 παράγοντες για κάθε ένα από τους προορισμούς που επιλέχθηκαν, Κύπρος, Κρήτη, Ρόδος, Κέρκυρα και Ζάκυνθος. Τα νησιά της Κρήτης, Ρόδου, Κέρκυρας και Ζάκυνθου είναι κορυφαίοι τουριστικοί προορισμοί στην Ανατολική Μεσόγειο και λόγω του νησιώτικου χαρακτήρα τους μπορούν να θεωρηθούν ως ανταγωνιστικοί προορισμοί για τον Κύπριο τουρίστα σε σχέση με την Κύπρο ως τελικό προορισμό.

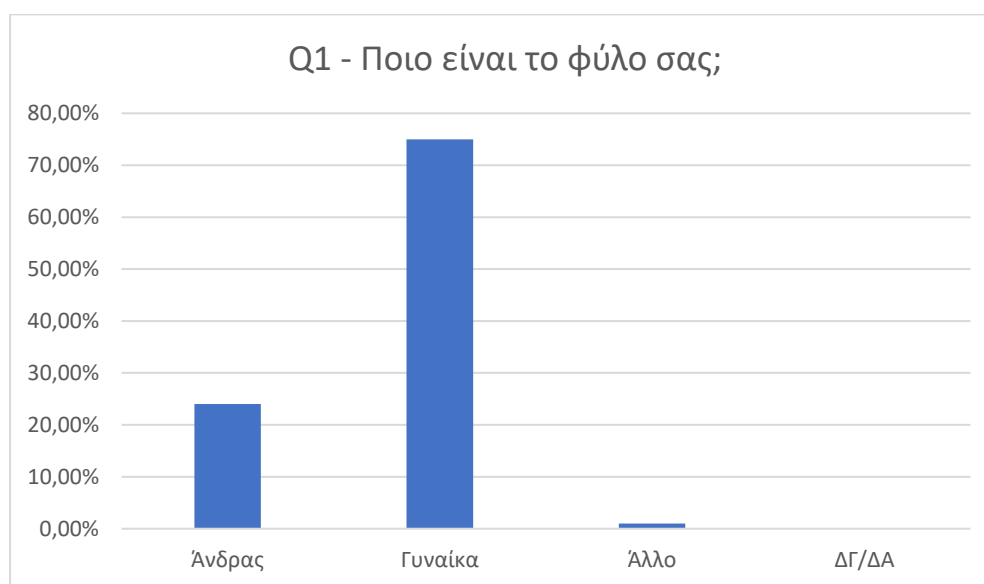
Το ερωτηματολόγιο αναπτύχθηκε στην πλατφόρμα Qualtrics. Έπειτα διανεμήθηκε ηλεκτρονικά μέσω των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης από τις 15 Οκτωβρίου μέχρι τις 29 Οκτωβρίου 2024, και το διάστημα αυτό συλλέχθηκαν 249 δείγματα.

#### 4. Ανάλυση Δεδομένων

##### 4.1. Περιγραφική Ανάλυση

###### 4.1.1. Φύλο

Q1 - Ποιο είναι το φύλο σας;	%	N
Άνδρας	24,00	60
Γυναίκα	75,00	187
Άλλο	1,00	2
ΔΓ/ΔΑ	0,00	0
Σύνολο	100,00	249



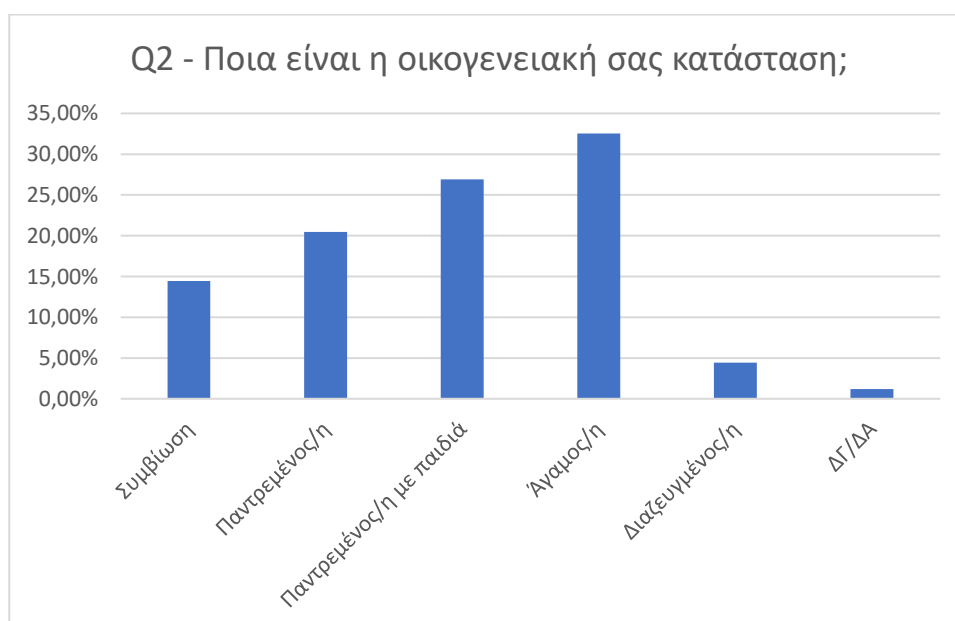
Πίνακας 3 Φύλο

Η πρώτη ερώτηση του ερωτηματολογίου αφορούσε το φύλο των ερωτώμενων και είχαν να επιλέξουν μεταξύ των απαντήσεων «Άνδρας», «Γυναίκα» και «Άλλο». Το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων είναι γυναίκες (75%), που είναι τριπλάσιο από το ποσοστό των ανδρών (24%). Αυτό δείχνει σημαντική υπεροχή των γυναικών στο δείγμα. Επιπρόσθετα, το ποσοστό των ατόμων που δηλώνουν άλλο φύλο είναι πολύ μικρό (1%), ενώ δεν υπάρχουν άτομα που δεν δήλωσαν ή δεν απάντησαν (ΔΓ/ΔΑ). Η υπεροχή των γυναικών στο δείγμα μπορεί να οφείλεται σε διάφορους παράγοντες, όπως η μεγαλύτερη προθυμία των γυναικών να συμμετέχουν σε έρευνες

ή η συγκεκριμένη θεματολογία της έρευνας μπορεί να ενδιαφέρει περισσότερο τις γυναίκες.

#### 4.1.2. Οικογενειακή Κατάσταση

Q2 - Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση;	%	N
Συμβίωση	14,46	36
Παντρεμένος/η	20,48	51
Παντρεμένος /η με παιδιά	26,91	67
Άγαμος/η	32,53	81
Διαζευγμένος/η	4,42	11
ΔΓ/ΔΑ	1,20	3
<b>Σύνολο</b>	<b>100,00</b>	<b>249</b>



Πίνακας 4 Οικογενειακή Κατάσταση

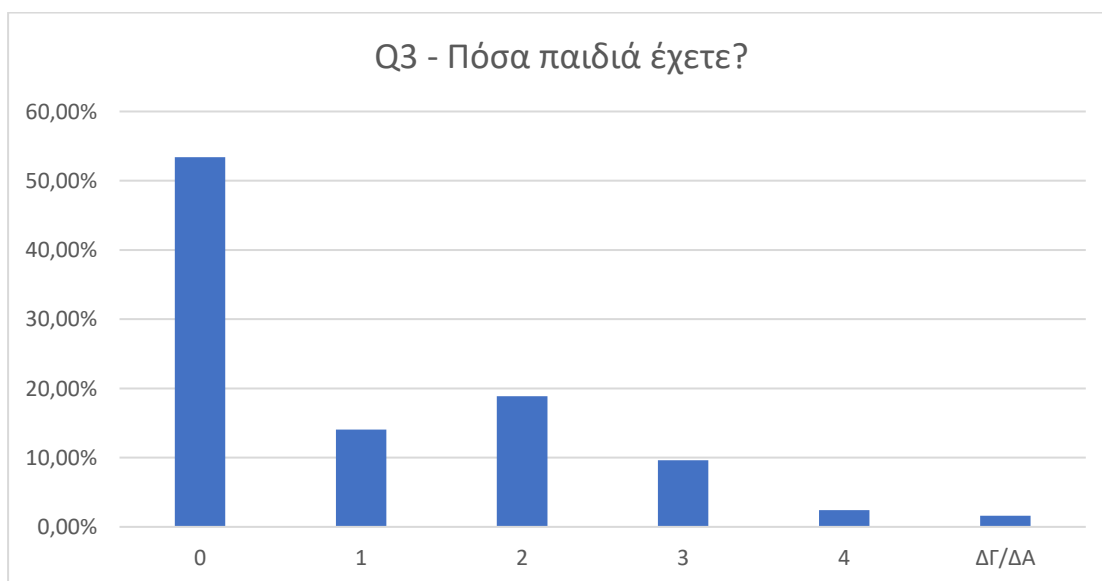
Από το σύνολο των 249 ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα, το 32,53% (81 άτομα) είναι άγαμοι/ες, το 26,91% (67 άτομα) είναι παντρεμένοι/ες με παιδιά, το 20,48% (51 άτομα) είναι παντρεμένοι/ες, το 14,46% (36 άτομα) βρίσκονται σε συμβίωση, το 4,42% (11 άτομα) είναι διαζευγμένοι/ες, και το 1,20% (3 άτομα) δεν έδωσαν απάντηση ή δεν γνωρίζουν.

Η γραφική αναπαράσταση δείχνει ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων είναι άγαμοι/ες (32,53%), με τους παντρεμένους/ες με παιδιά να αποτελούν το 26,91%, και

οι παντρεμένοι/ες χωρίς παιδιά το 20,48%. Οι συμμετέχοντες που βρίσκονται σε συμβίωση αποτελούν το 14,46%, ενώ οι διαζευγμένοι/ες αντιπροσωπεύουν το 4,42%. Ένα μικρό ποσοστό (1,20%) δεν έδωσε απάντηση ή δεν γνωρίζει. Η ανάλυση δείχνει μια σημαντική υπεροχή των άγαμων συμμετεχόντων στο δείγμα. Οι παντρεμένοι/ες με παιδιά αποτελούν το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό, ακολουθούμενοι από τους παντρεμένους/ες χωρίς παιδιά.

#### 4.1.3. Παιδιά

Q3 - Πόσα παιδιά έχετε?	%	N
0	53,41%	133
1	14,06%	35
2	18,88%	47
3	9,64%	24
4	2,41%	6
ΔΓ/ΔΑ	1,61%	4
<b>Σύνολο</b>	<b>100,00%</b>	<b>249</b>



Πίνακας 5 Παιδιά

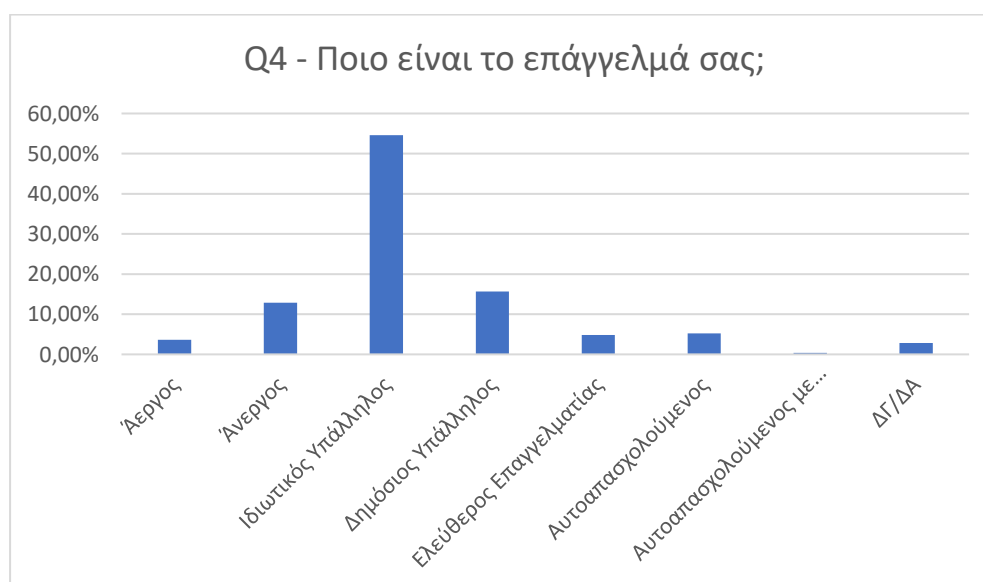
Από το σύνολο των 249 ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα, το 53,41% (133 άτομα) δεν έχουν παιδιά. Το 14,06% (35 άτομα) έχουν ένα παιδί, το 18,88% (47

άτομα) έχουν δύο παιδιά, το 9,64% (24 άτομα) έχουν τρία παιδιά, και το 2,41% (6 άτομα) έχουν τέσσερα παιδιά. Ένα μικρό ποσοστό (1,61% ή 4 άτομα) δεν έδωσαν απάντηση ή δεν γνωρίζουν.

Η γραφική αναπαράσταση δείχνει ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων δεν έχουν παιδιά (53,41%), ενώ σημαντικό ποσοστό έχουν ένα ή δύο παιδιά (14,06% και 18,88% αντίστοιχα). Το ποσοστό των συμμετεχόντων που έχουν τρία ή τέσσερα παιδιά είναι σχετικά μικρό (9,64% και 2,41% αντίστοιχα). Τα δεδομένα δείχνουν μια κυριαρχία των ατόμων χωρίς παιδιά στο δείγμα.

#### 4.1.4. Επάγγελμα

Q4 - Ποιο είναι το επάγγελμά σας;	%	N
Άεργος	3,61	9
Άνεργος	12,85	32
Ιδιωτικός Υπάλληλος	54,62	136
Δημόσιος Υπάλληλος	15,66	39
Ελεύθερος Επαγγελματίας	4,82	12
Αυτοαπασχολούμενος	5,22	13
Αυτοαπασχολούμενος με εργαζόμενους	0,40	1
ΔΓ/ΔΑ	2,81	7
<b>Σύνολο</b>	<b>100,00</b>	<b>249</b>



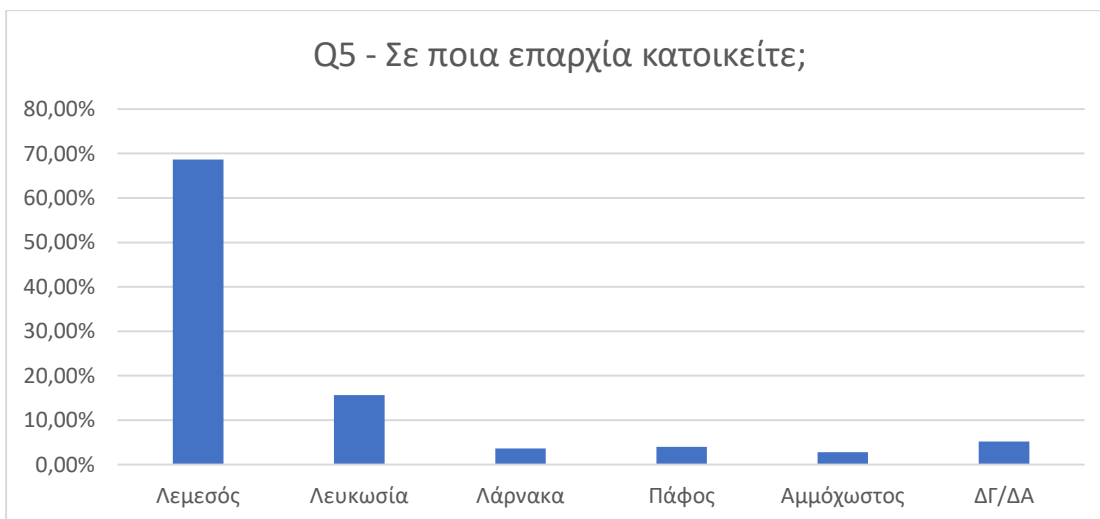
Πίνακας 6 Επάγγελμα

Από το σύνολο των 249 ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα, το 54,62% (136 άτομα) είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι. Το 15,66% (39 άτομα) είναι δημόσιοι υπάλληλοι και το 12,85% (32 άτομα) είναι άνεργοι. Ένα μικρό ποσοστό (3,61% ή 9 άτομα) είναι άεργοι. Το 4,82% (12 άτομα) είναι ελεύθεροι επαγγελματίες, ενώ το 5,22% (13 άτομα) είναι αυτοαπασχολούμενοι και το 0,40% (1 άτομο) είναι αυτοαπασχολούμενοι με εργαζόμενους. Ένα μικρό ποσοστό (2,81% ή 7 άτομα) δεν έδωσαν απάντηση ή δεν γνωρίζουν. Ένα μικρό ποσοστό (2,81% ή 7 άτομα) δεν έδωσαν απάντηση ή δεν γνωρίζουν.

Η γραφική αναπαράσταση δείχνει ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι (54,62%). Οι δημόσιοι υπάλληλοι αντιπροσωπεύουν το 15,66%, ενώ οι άνεργοι αποτελούν το 12,85%. Οι ελεύθεροι επαγγελματίες και οι αυτοαπασχολούμενοι αποτελούν μικρότερα ποσοστά, ενώ ένα πολύ μικρό ποσοστό είναι άεργοι ή αυτοαπασχολούμενοι με εργαζόμενους.

#### **4.1.5. Επαρχία**

Q5 - Σε ποια επαρχία κατοικείτε;	%	N
Λεμεσός	68,67	171
Λευκωσία	15,66	39
Λάρνακα	3,61	9
Πάφος	4,02	10
Αμμόχωστος	2,81	7
ΔΓ/ΔΑ	5,22	13
<b>Σύνολο</b>	<b>100,00</b>	<b>249</b>



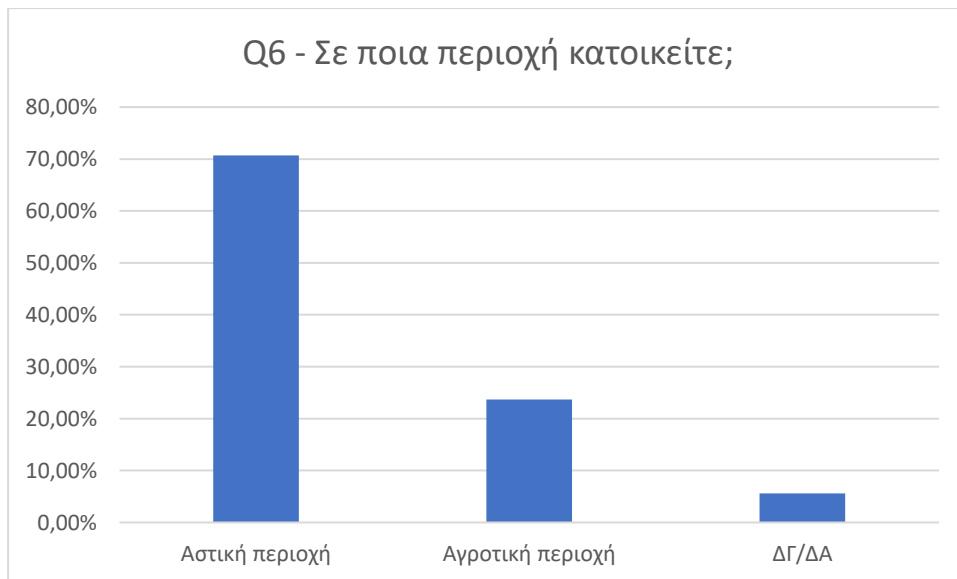
Πίνακας 7 Επαρχία

Από το σύνολο των 249 ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα, το 68,67% (171 άτομα) κατοικούν στη Λεμεσό. Το 15,66% (39 άτομα) κατοικούν στη Λευκωσία, το 3,61% (9 άτομα) στη Λάρνακα, το 4,02% (10 άτομα) στην Πάφο και το 2,81% (7 άτομα) στην Αμμόχωστο. Ένα μικρό ποσοστό (5,22% ή 13 άτομα) δεν έδωσε απάντηση ή δεν γνωρίζει.

Η γραφική αναπαράσταση δείχνει ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων κατοικεί στη Λεμεσό (68,67%), με τους κατοίκους της Λευκωσίας να αποτελούν το 15,66%. Οι υπόλοιπες επαρχίες όπως η Λάρνακα, η Πάφος και η Αμμόχωστος έχουν σχετικά μικρότερα ποσοστά (3,61%, 4,02% και 2,81% αντίστοιχα).

#### 4.1.6. Περιοχή

Q6 - Σε ποια περιοχή κατοικείτε;	%	N
Αστική περιοχή	70,68	176
Αγροτική περιοχή	23,69	59
ΔΓ/ΔΑ	5,62	14
<b>Σύνολο</b>	<b>100,00</b>	<b>249</b>



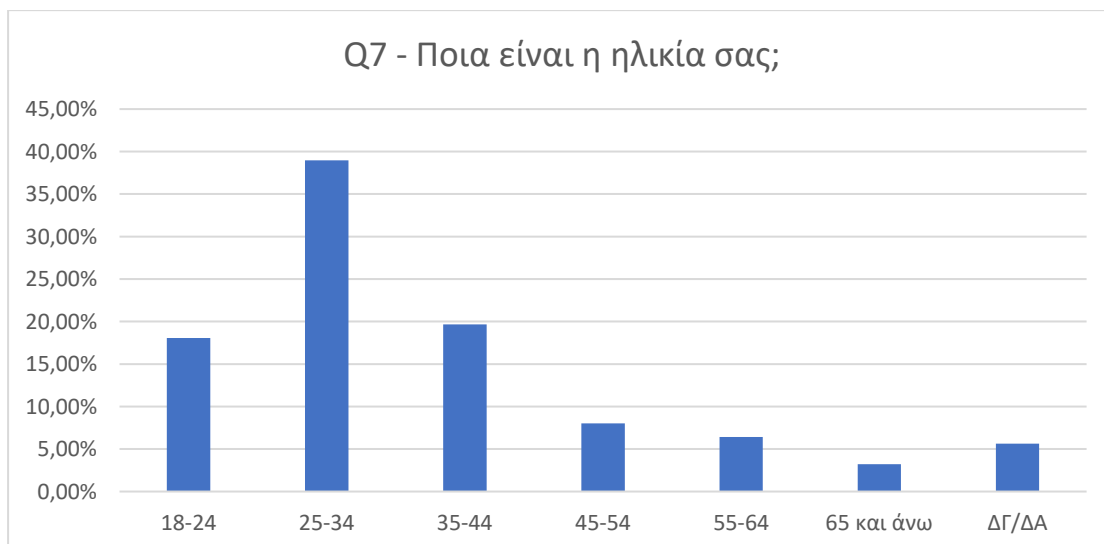
Πίνακας 8 Περιοχή Κατοικίας

Από το σύνολο των 249 ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα, το 70,68% (176 άτομα) κατοικούν σε αστική περιοχή. Το 23,69% (59 άτομα) κατοικούν σε αγροτική περιοχή. Ένα μικρό ποσοστό (5,62% ή 14 άτομα) δεν έδωσε απάντηση ή δεν γνωρίζει.

Η γραφική αναπαράσταση δείχνει ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων κατοικεί σε αστική περιοχή (70,68%), ενώ ένα σημαντικό ποσοστό κατοικεί σε αγροτική περιοχή (23,69%). Ένα μικρό ποσοστό δεν έδωσε απάντηση ή δεν γνωρίζει (5,62%).

#### 4.1.7. Ηλικία

Q7 - Ποια είναι η ηλικία σας;	%	N
18-24	18,07	45
25-34	38,96	97
35-44	19,68	49
45-54	8,03	20
55-64	6,43	16
65 και άνω	3,21	8
ΔΓ/ΔΑ	5,62	14
<b>Σύνολο</b>	<b>100,00</b>	<b>249</b>



Πίνακας 9 Ηλικία

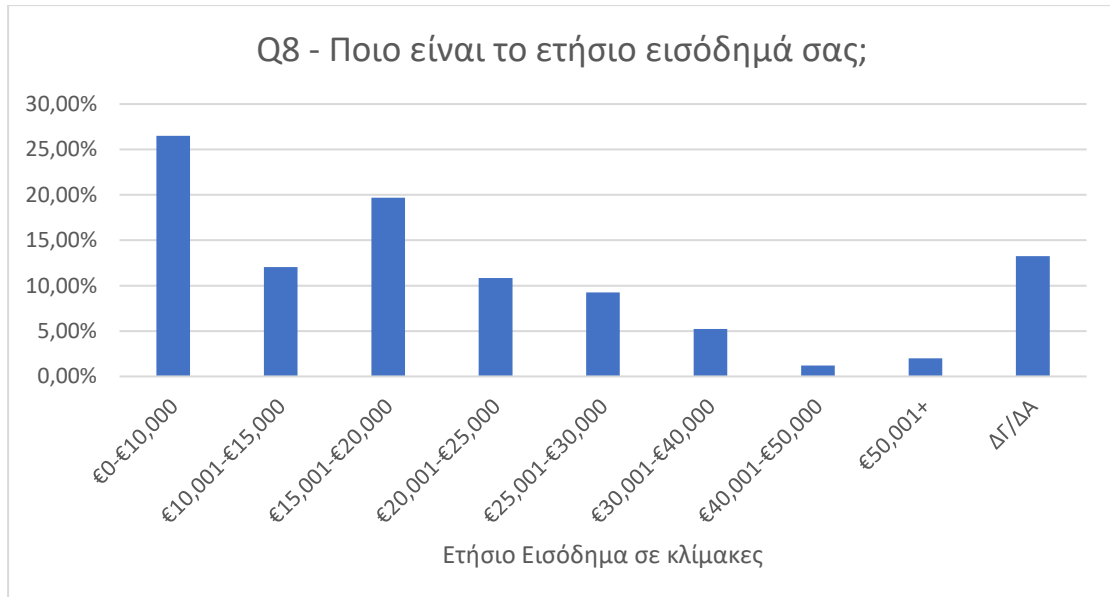
Από το σύνολο των 249 ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα, το 38,96% (97 άτομα) είναι στην ηλικιακή ομάδα 25-34 ετών. Το 19,68% (49 άτομα) είναι στην ηλικιακή ομάδα 35-44 ετών και το 18,07% (45 άτομα) είναι στην ηλικιακή ομάδα 18-24 ετών. Το 8,03% (20 άτομα) είναι στην ηλικιακή ομάδα 45-54 ετών, το 6,43% (16 άτομα) στην ηλικιακή ομάδα 55-64 ετών και το 3,21% (8 άτομα) είναι 65 ετών και άνω. Ένα μικρό ποσοστό (5,62% ή 14 άτομα) δεν έδωσε απάντηση ή δεν γνωρίζει.

Η γραφική αναπαράσταση δείχνει ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων είναι στην ηλικιακή ομάδα 25-34 ετών (38,96%), ακολουθούμενοι από την ηλικιακή ομάδα 35-44 ετών (19,68%). Οι νεότεροι συμμετέχοντες (18-24 ετών) αποτελούν το 18,07%, ενώ οι μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες (45-54, 55-64 και 65 και άνω) έχουν μικρότερα ποσοστά (8,03%, 6,43% και 3,21% αντίστοιχα).

#### 4.1.8. Ετήσιο Εισόδημα

Ετήσιο Εισόδημα σε Κλίμακες	%
€0-€10,000	26,51
€10,001-€15,000	12,05
€15,001-€20,000	19,68
€20,001-€25,000	10,84
€25,001-€30,000	9,24

<b>€30,001-€40,000</b>	<b>5,22</b>
<b>€40,001-€50,000</b>	<b>1,20</b>
<b>€50,001+</b>	<b>2,01</b>
<b>ΔΓ/ΔΑ</b>	<b>13,25</b>
<b>Σύνολο</b>	<b>100,00</b>



Πίνακας 10 Ετήσιο Εισόδημα

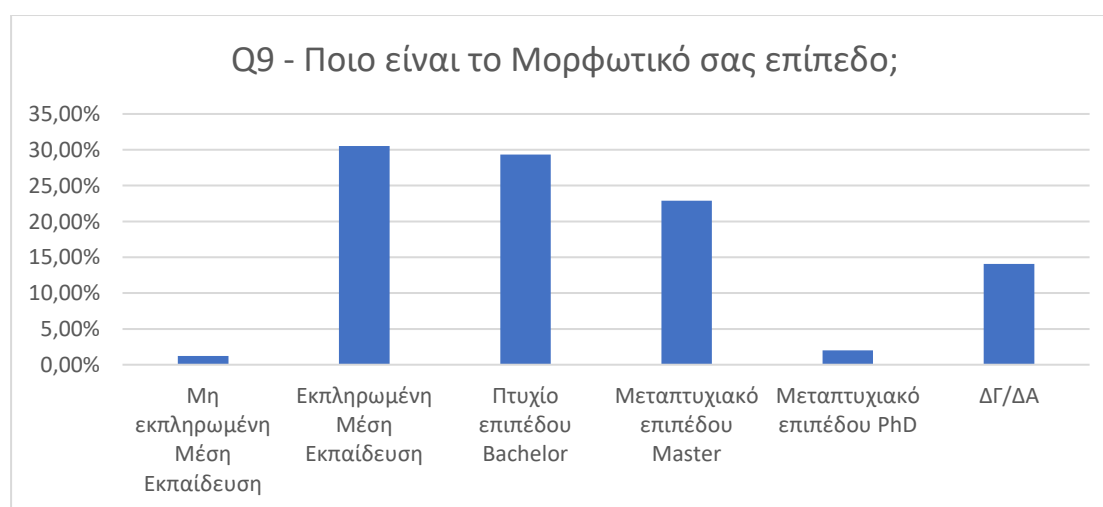
Από το σύνολο των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα, το μεγαλύτερο ποσοστό (26,51%) έχει ετήσιο εισόδημα μεταξύ €0 και €10,000. Το 19,68% έχει εισόδημα από €15,001 έως €20,000, ενώ το 12,05% έχει εισόδημα από €10,001 έως €15,000. Άτομα με ετήσιο εισόδημα από €20,001 έως €25,000 αποτελούν το 10,84%, ενώ τα άτομα με εισόδημα από €25,001 έως €30,000 αποτελούν το 9,24%. Ποσοστά 5,22% και 1,20% ανήκουν στις εισοδηματικές κλίμακες €30,001-€40,000 και €40,001-€50,000 αντίστοιχα, ενώ το 2,01% έχει εισόδημα άνω των €50,001. Ένα ποσοστό 13,25% δεν έδωσε απάντηση ή δεν γνωρίζει.

Η γραφική αναπαράσταση δείχνει ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων ανήκει στις χαμηλότερες εισοδηματικές κλίμακες (€0-€10,000 και €15,001-€20,000). Οι μεσαίες εισοδηματικές κλίμακες (€20,001-€30,000) καλύπτουν επίσης ένα σημαντικό

ποσοστό του δείγματος. Τα ποσοστά των ανώτερων εισοδηματικών κλιμάκων (€30,001 και άνω) είναι σχετικά μικρά, αλλά αξίζει να αναφερθούν. Η ανάλυση δείχνει μια σαφή υπεροχή των ατόμων που ανήκουν στις χαμηλότερες εισοδηματικές κλίμακες. Οι μεσαίες και ανώτερες εισοδηματικές κλίμακες καλύπτουν μικρότερα ποσοστά αλλά προσφέρουν μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα της οικονομικής κατάστασης των συμμετεχόντων.

#### 4.1.9. Μορφωτικό Επίπεδο

Q9 - Ποιο είναι το Μορφωτικό σας επίπεδο;	%	N
Μη εκπληρωμένη Μέση Εκπαίδευση	1,20	3
Εκπληρωμένη Μέση Εκπαίδευση	30,52	76
Πτυχίο επιπέδου Bachelor	29,32	73
Μεταπτυχιακό επιπέδου Master	22,89	57
Μεταπτυχιακό επιπέδου PhD	2,01	5
ΔΓ/ΔΑ	14,06	35
<b>Σύνολο</b>	<b>100,00</b>	<b>249</b>



Πίνακας 11 Μορφωτικό Επίπεδο

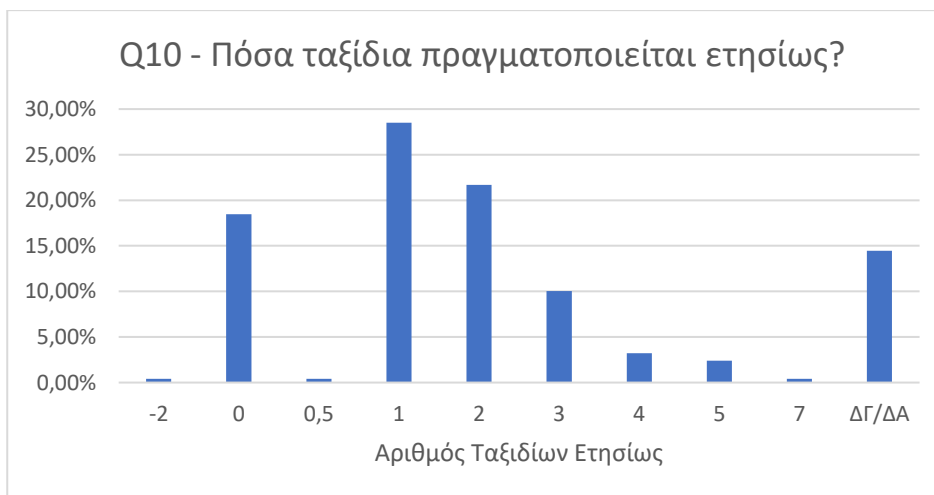
Από το σύνολο των 249 ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα, το 30,52% (76 άτομα) έχουν εκπληρωμένη μέση εκπαίδευση. Το 29,32% (73 άτομα) έχουν πτυχίο επιπέδου Bachelor, το 22,89% (57 άτομα) έχουν μεταπτυχιακό επιπέδου Master, και το 2,01% (5 άτομα) έχουν μεταπτυχιακό επιπέδου Διδακτορικού. Ένα μικρό ποσοστό (1,20% ή

3 άτομα) δεν έχουν εκπληρώσει τη μέση εκπαίδευση. Ένα ποσοστό 14,06% (35 άτομα) δεν έδωσε απάντηση ή δεν γνωρίζει. Ένα ποσοστό 14,06% (35 άτομα) δεν έδωσε απάντηση ή δεν γνωρίζει.

Η γραφική αναπαράσταση δείχνει ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων έχει εκπληρωμένη μέση εκπαίδευση (30,52%) ή πτυχίο επιπέδου Bachelor (29,32%). Ένα σημαντικό ποσοστό έχει μεταπτυχιακό επίπεδο Master (22,89%), ενώ τα ποσοστά για το PhD και τη μη εκπληρωμένη μέση εκπαίδευση είναι χαμηλά (2,01% και 1,20% αντίστοιχα). Ένα αξιόλογο ποσοστό (14,06%) δεν απάντησε ή δεν γνωρίζει.

#### 4.1.10. Ετήσια ταξίδια

Ετήσια Ταξίδια	%
-2	0,40
0	18,47
0,5	0,40
1	28,51
2	21,69
3	10,04
4	3,21
5	2,41
7	0,40
ΔΓ/ΔΑ	14,46
<b>Σύνολο</b>	<b>100,00</b>



Πίνακας 12 Ετήσια Ταξίδια

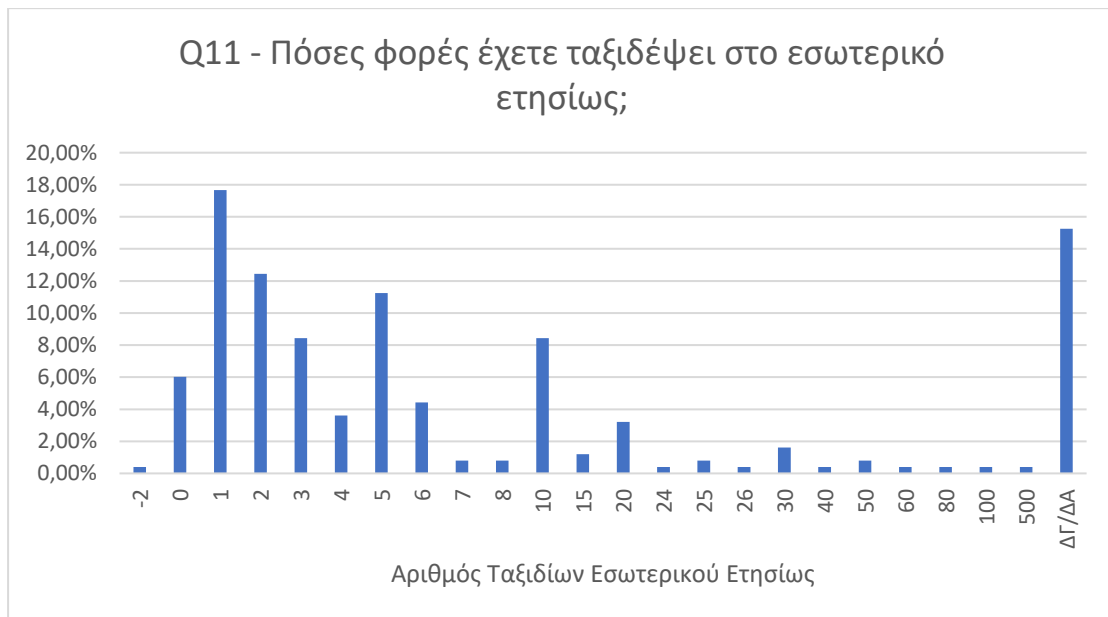
Η ερώτηση δέκα του ερωτηματολογίου ήταν ανοικτό ερώτημα και οι ερωτώμενοι καλούνταν να δηλώσουν πόσα ταξίδια πραγματοποιούν συνολικά κατά την διάρκεια του έτους. Από το σύνολο των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα, το μεγαλύτερο ποσοστό (28,51%) πραγματοποιεί ένα ετήσιο ταξίδι. Το 21,69% πραγματοποιεί δύο ετήσια ταξίδια, ενώ το 18,47% δεν ταξιδεύει καθόλου. Ποσοστά 10,04%, 3,21%, 2,41%, και 0,40% αφορούν άτομα που πραγματοποιούν 3, 4, 5 και 7 ετήσια ταξίδια αντίστοιχα. Ένα μικρό ποσοστό (0,40%) αναφέρει 0,5 ταξίδια ετησίως, και το ίδιο ποσοστό (0,40%) αναφέρει αρνητικό αριθμό ταξιδιών (-2). Ένα αξιόλογο ποσοστό (14,46%) δεν έδωσε απάντηση ή δεν γνωρίζει.

Η γραφική αναπαράσταση δείχνει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων πραγματοποιεί ένα ταξίδι ετησίως (28,51%), ακολουθούμενοι από όσους πραγματοποιούν δύο ταξίδια (21,69%). Ένα σημαντικό ποσοστό (18,47%) δεν ταξιδεύει καθόλου. Τα ποσοστά για τα άτομα που πραγματοποιούν περισσότερα από δύο ταξίδια είναι μικρότερα αλλά αξίζουν να αναφερθούν. Η ανάλυση δείχνει μια σαφή προτίμηση για ένα ή δύο ετήσια ταξίδια ανάμεσα στους συμμετέχοντες. Το

ποσοστό των ατόμων που δεν πραγματοποιούν καθόλου ταξίδια είναι επίσης σημαντικό.

#### **4.1.11. Ετήσια Ταξίδια Εσωτερικού**

<b>Ετήσια Ταξίδια Εσωτερικού</b>	<b>%</b>
-2	0,40
0	6,02
1	17,67
2	12,45
3	8,43
4	3,61
5	11,24
6	4,42
7	0,80
8	0,80
10	8,43
15	1,20
20	3,21
24	0,40
25	0,80
26	0,40
30	1,61
40	0,40
50	0,80
60	0,40
80	0,40
100	0,40
500	0,40
ΔΓ/ΔΑ	15,26
<b>Σύνολο</b>	<b>100,00</b>



Πίνακας 13 Ετήσια Ταξίδια Εσωτερικού

Η ενδέκατη ερώτηση είναι επίσης ανοικτού τύπου και ζητάει από τους ερωτηθέντες να δηλώσουν πόσες φορές τον χρόνο πραγματοποιούν ταξίδια εσωτερικού, εννοώντας ταξίδια εντός της επικράτειας της Κύπρου. Από το σύνολο των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα, το μεγαλύτερο ποσοστό (17,67%) πραγματοποιεί ένα ετήσιο ταξίδι εσωτερικού. Το 12,45% πραγματοποιεί δύο ταξίδια, ενώ το 11,24% πραγματοποιεί πέντε ταξίδια. Το 8,43% των συμμετεχόντων πραγματοποιεί τρία ή δέκα ταξίδια ετησίως. Ένα μικρό ποσοστό (6,02%) δεν ταξιδεύει καθόλου. Ποσοστά μικρότερα από 5% ανήκουν στις υπόλοιπες κατηγορίες ταξιδιών, με τα υψηλότερα ποσοστά να παρατηρούνται στις κατηγορίες των 4 (3,61%) και 20 ταξιδιών (3,21%).

Η γραφική αναπαράσταση δείχνει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων πραγματοποιεί ένα ή δύο ετήσια ταξίδια. Ένα σημαντικό ποσοστό των ατόμων πραγματοποιεί περισσότερα από πέντε ταξίδια, ωστόσο τα ποσοστά μειώνονται σημαντικά στις ανώτερες κατηγορίες. Το ποσοστό των ατόμων που δεν πραγματοποιεί καθόλου ταξίδια είναι επίσης αξιόλογο. Η ανάλυση δείχνει μια σαφή προτίμηση για

ένα ή δύο ετήσια ταξίδια εσωτερικού ανάμεσα στους συμμετέχοντες. Το ποσοστό των ατόμων που δεν πραγματοποιούν καθόλου ταξίδια ή πραγματοποιούν πολλά ταξίδια (πέραν των 20) είναι μικρότερα αλλά προσφέρουν μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα των ταξιδιωτικών συνηθειών.

#### 4.1.12. Ετήσια Ταξίδια Εξωτερικού

Ετήσια Ταξίδια Εξωτερικού	%
0	15,26
0,5	0,40
1	27,71
2	18,47
3	11,65
4	3,61
5	3,21
6	1,20
7	0,40
8	0,40
10	1,20
15	0,40
20	0,40
30	0,40
40	0,40
ΔΓ/ΔΑ	14,86
<b>Σύνολο</b>	<b>100,00</b>



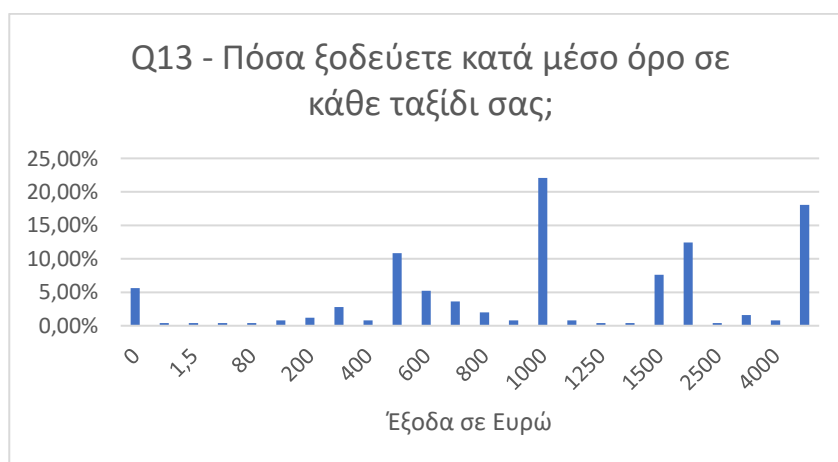
Πίνακας 14 Ετήσια Ταξίδια Εξωτερικού

Η δωδέκατη ερώτηση είναι πανομοιότυπου χαρακτήρα με την ερώτηση έντεκα με την διαφορά ότι αφορούσε ταξίδια στο εξωτερικό. Η ερώτηση ήταν ανοικτού τύπου και οι ερωτηθέντες καλούνταν να δηλώσουν πόσες φορές τον χρόνο πραγματοποιούν ταξίδι στο εξωτερικό. Από το σύνολο των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα, το μεγαλύτερο ποσοστό (27,71%) πραγματοποιεί ένα ετήσιο ταξίδι εξωτερικού. Το 18,47% πραγματοποιεί δύο ταξίδια, ενώ το 15,26% δεν πραγματοποιεί κανένα ταξίδι εξωτερικού. Το 11,65% πραγματοποιεί τρία ταξίδια, ενώ ποσοστά μικρότερα από 5% αφορούν ταξίδια από 4 έως 40 ετησίως. Ένα ποσοστό 14,86% δεν έδωσε απάντηση ή δεν γνωρίζει. Ένα ποσοστό 14,86% δεν έδωσε απάντηση ή δεν γνωρίζει.

Η γραφική αναπαράσταση δείχνει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων πραγματοποιεί ένα ή δύο ετήσια ταξίδια εξωτερικού. Ένα σημαντικό ποσοστό των ατόμων πραγματοποιεί τρία ταξίδια, ενώ τα ποσοστά μειώνονται σημαντικά για περισσότερα ταξίδια. Το ποσοστό των ατόμων που δεν πραγματοποιεί καθόλου ταξίδια εξωτερικού είναι επίσης αξιόλογο. Η ανάλυση δείχνει μια σαφή προτίμηση για ένα ή δύο ετήσια ταξίδια εξωτερικού ανάμεσα στους συμμετέχοντες. Το ποσοστό των ατόμων που δεν πραγματοποιούν καθόλου ταξίδια εξωτερικού είναι σημαντικό, ενώ οι κατηγορίες με περισσότερα ταξίδια καλύπτουν μικρότερα ποσοστά.

#### 4.1.13. Μέσος όρος εξόδων σε κάθε ταξίδι

Μέσος Όρος εξόδων	%
0	5,62
1	0,40
1,5	0,40
8	0,40
80	0,40
150	0,80
200	1,20
300	2,81
400	0,80
500	10,84
600	5,22
700	3,61
800	2,01
900	0,80
1000	22,09
1200	0,80
1250	0,40
1300	0,40
1500	7,63
2000	12,45
2500	0,40
3000	1,61
4000	0,80
ΔΓ/ΔΑ	18,07
<b>Σύνολο</b>	<b>100,00</b>



Πίνακας 15 Μέσος Όρος Εξόδων σε κάθε Ταξίδι

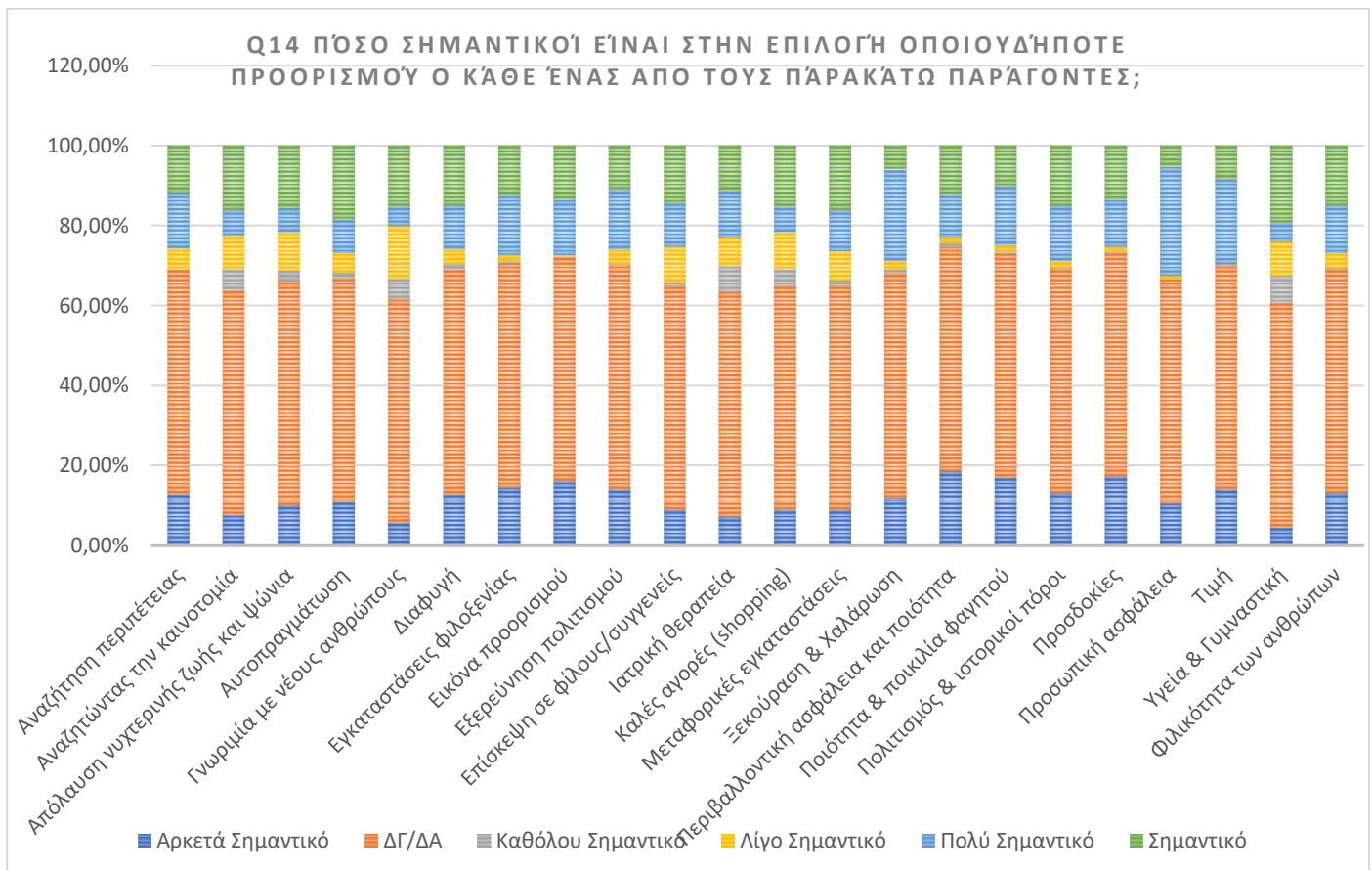
Η ερώτηση 13 του ερωτηματολογίου ήταν και η τελευταία ανοικτού τύπου. Οι ερωτηθέντες καλούνταν να δηλώσουν κατά μέσο όρο πόσα ξοδεύουν σε κάθε ταξίδι τους. Από το σύνολο των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα, το μεγαλύτερο ποσοστό (22,09%) έχει μέσο όρο εξόδων 1000 ευρώ. Το 12,45% έχει μέσο όρο εξόδων 2000 ευρώ, ενώ το 10,84% έχει μέσο όρο 500 ευρώ. Ένα σημαντικό ποσοστό (18,07%) δεν έδωσε απάντηση ή δεν γνωρίζει. Οι υπόλοιπες κατηγορίες έχουν μικρότερα ποσοστά, με τα υψηλότερα ποσοστά να παρατηρούνται στις κατηγορίες των 1500 ευρώ (7,63%) και 600 ευρώ (5,22%).

Η γραφική αναπαράσταση δείχνει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων έχει μέσο όρο εξόδων 1000 ευρώ, ακολουθούμενοι από αυτούς με μέσο όρο εξόδων 2000 και 500 ευρώ. Τα ποσοστά για τις χαμηλότερες κατηγορίες (κάτω από 1000 ευρώ) και τις υψηλότερες (πάνω από 2000 ευρώ) είναι μικρότερα αλλά αξίζουν να αναφερθούν.

#### 4.1.14. Παράγοντες που επηρεάζουν για οποιοδήποτε προορισμό σε (%)

Παράγοντες	Καθόλου Σημαντικό	Λίγο Σημαντικό	Σημα ντικό	Αρκε τά Σημα ντικό	Πολύ Σημαντικό	ΔΓ/ ΔΑ	Σύν ολο
Αναζήτηση περιπέτειας	0,00	5,22	11,65	12,85	14,06	56, 22	100, 00
Αναζητώντας την καινοτομία	5,22	8,43	16,06	7,63	6,43	56, 22	100, 00
Απόλαυση νυχτερινής ζωής και ψώνια	2,41	9,64	15,66	10,04	6,02	56, 22	100, 00
Αυτοπραγμάτωση	1,20	4,82	18,47	10,84	8,43	56, 22	100, 00
Γνωριμία με νέους ανθρώπους	4,82	13,25	15,26	5,62	4,82	56, 22	100, 00
Διαφυγή	1,20	3,61	14,86	12,85	11,24	56, 22	100, 00
Εγκαταστάσεις φιλοξενίας	0,40	1,61	12,45	14,46	14,86	56, 22	100, 00
Εικόνα προορισμού	0,00	0,40	13,65	16,06	13,65	56, 22	100, 00
Εξερεύνηση πολιτισμού	0,00	3,61	10,84	14,06	15,26	56, 22	100, 00
Επίσκεψη σε φίλους/συγγενείς	0,80	8,84	14,46	8,84	10,84	56, 22	100, 00

Ιατρική θεραπεία	6,43	7,23	11,24	7,23	11,65	56,22	100,00
Καλές αγορές (shopping)	4,02	9,24	15,26	8,84	6,43	56,22	100,00
Μεταφορικές εγκαταστάσεις	1,20	7,23	16,06	8,84	10,44	56,22	100,00
Ξεκούραση & Χαλάρωση	0,80	2,01	6,02	12,05	22,89	56,22	100,00
Περιβαλλοντική ασφάλεια και ποιότητα	0,80	1,61	12,05	18,47	10,84	56,22	100,00
Ποιότητα & ποικιλία φαγητού	0,40	1,61	10,04	16,87	14,86	56,22	100,00
Πολιτισμός & ιστορικοί πόροι	0,00	1,61	14,86	13,25	14,06	56,22	100,00
Προσδοκίες	0,00	1,20	13,65	17,27	11,65	56,22	100,00
Προσωπική ασφάλεια	0,00	0,80	5,22	10,44	27,31	56,22	100,00
Τιμή	0,00	0,00	8,43	14,06	21,29	56,22	100,00
Υγεία & Γυμναστική	6,83	8,43	19,28	4,42	4,82	56,22	100,00
Φιλικότητα των ανθρώπων	0,00	3,61	14,86	13,25	12,05	56,22	100,00
<b>Σύνολο</b>	<b>1,66</b>	<b>4,73</b>	<b>13,20</b>	<b>11,74</b>	<b>12,45</b>	<b>56,22</b>	<b>100,00</b>



Πίνακας 16 Παράγοντες που επηρεάζουν για οποιοδήποτε προορισμό σε (%)

Ο πίνακας παρουσιάζει τη σημασία διάφορων παραγόντων για τους τουρίστες και το πώς αυτοί επηρεάζουν την απόφασή τους. Συγκεκριμένα, καταγράφει τις απόψεις τους ως προς το πόσο σημαντικοί είναι αυτοί οι παράγοντες, με τις επιλογές να κυμαίνονται από "Καθόλου Σημαντικό" μέχρι "Πολύ Σημαντικό".

Είναι εμφανές ότι η προσωπική ασφάλεια είναι ο πιο σημαντικός παράγοντας για τους τουρίστες, με το υψηλότερο ποσοστό (27,31%) να την χαρακτηρίζει ως "Πολύ Σημαντική". Αυτό δείχνει ότι η αίσθηση ασφάλειας επηρεάζει σημαντικά την επιλογή τουριστικού προορισμού, καθώς οι ταξιδιώτες επιδιώκουν να επισκεφτούν μέρη όπου θα νιώθουν ασφαλείς και προστατευμένοι.

Η ανάγκη για ξεκούραση και χαλάρωση είναι επίσης πολύ υψηλή, με το 22,89% των ερωτηθέντων να την χαρακτηρίζει ως "Πολύ Σημαντική". Αυτό υποδηλώνει ότι οι τουρίστες αναζητούν κυρίως διακοπές που θα τους προσφέρουν ανανέωση και απόδραση από την καθημερινότητα.

Ο οικονομικός παράγοντας παίζει επίσης σημαντικό ρόλο στις αποφάσεις των τουριστών, με το 21,29% να τον θεωρεί "Πολύ Σημαντικό". Αυτό δείχνει ότι οι τουρίστες αναζητούν οικονομικές επιλογές και αξιολογούν θετικά τους προορισμούς που προσφέρουν καλή σχέση ποιότητας-τιμής.

Η ποιότητα και η ασφάλεια του περιβάλλοντος είναι κρίσιμες για τους τουρίστες, με το 18,47% να τις θεωρεί "Πολύ Σημαντικές". Αυτό δείχνει ότι οι τουρίστες επιλέγουν προορισμούς που προσφέρουν καθαρό και ασφαλές περιβάλλον, κάτι που επηρεάζει την αίσθηση ευεξίας τους.

Η γαστρονομική εμπειρία είναι επίσης σημαντική για τους τουρίστες, με το 14,86% να την θεωρεί "Πολύ Σημαντική". Αυτό υποδηλώνει ότι οι τουρίστες δίνουν προσοχή στην ποιότητα και την ποικιλία του φαγητού κατά την επιλογή προορισμού.

Η κοινωνική αλληλεπίδραση με νέους ανθρώπους δεν φαίνεται να είναι τόσο κρίσιμη για τους τουρίστες, με μόνο το 4,82% να την χαρακτηρίζει ως "Πολύ Σημαντική". Αυτό δείχνει ότι οι κοινωνικές γνωριμίες δεν είναι πρωταρχικός παράγοντας για την πλειοψηφία των τουριστών.

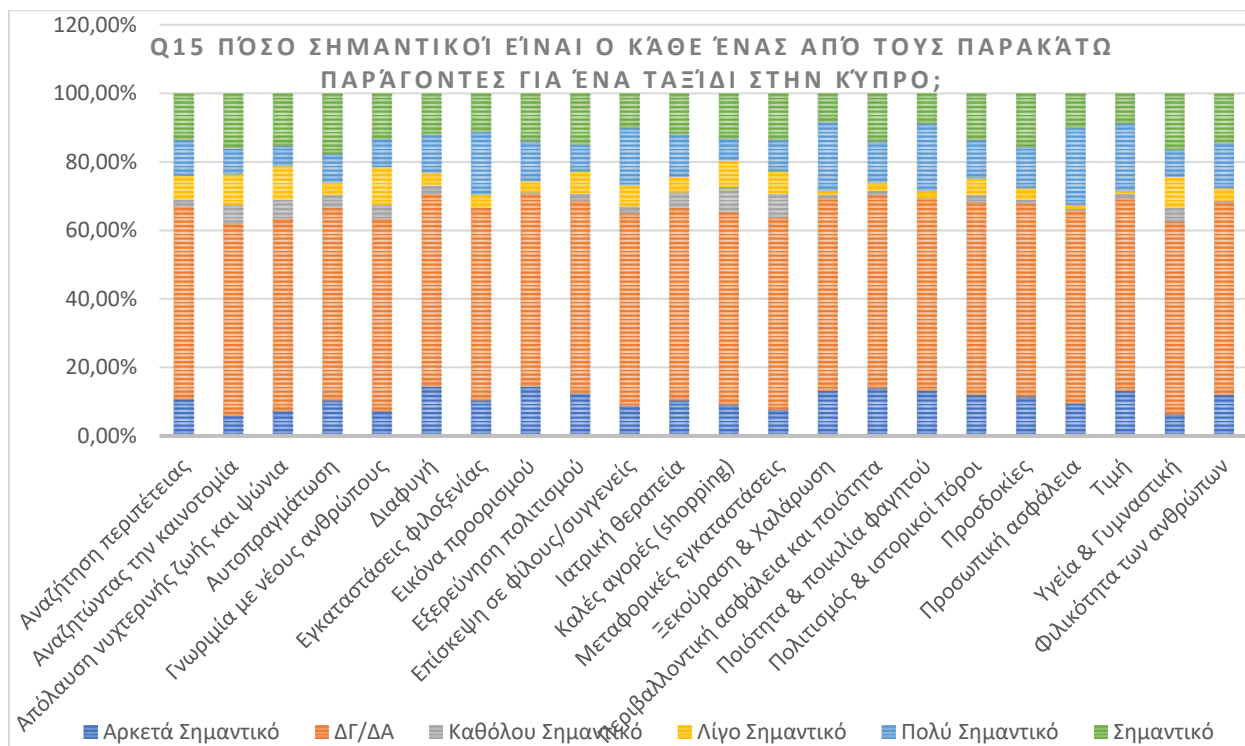
Παρά την αυξανόμενη δημοτικότητα των wellness ταξιδιών, η υγεία και η γυμναστική δεν φαίνεται να είναι πρωταρχικός παράγοντας για την πλειοψηφία των τουριστών, με μόνο το 4,82% να την χαρακτηρίζει ως "Πολύ Σημαντική".

Η αναζήτηση καινοτόμων εμπειριών δεν είναι τόσο σημαντική για τους περισσότερους τουρίστες, με μόνο το 6,43% να την θεωρεί "Πολύ Σημαντική". Αυτό δείχνει ότι οι τουρίστες δίνουν μεγαλύτερη έμφαση σε παραδοσιακές και καθιερωμένες εμπειρίες.

Οι τουρίστες δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στην προσωπική ασφάλεια, την ξεκούραση και χαλάρωση, και το κόστος των διακοπών. Η ποιότητα του περιβάλλοντος και η γαστρονομική εμπειρία είναι επίσης σημαντικοί παράγοντες, αν και λιγότερο κρίσιμοι από την ασφάλεια και την χαλάρωση. Αντιθέτως, η γνωριμία με νέους ανθρώπους και η αναζήτηση καινοτομίας καταλαμβάνουν χαμηλότερες θέσεις προτεραιότητας.

#### 4.1.15. Παράγοντες που επηρεάζουν την Κύπρο ως προορισμό (%)

Παράγοντες	Καθόλου Σημαντικό	Λίγο Σημαντικό	Σημαντικό	Αρκετά Σημαντικό	Πολύ Σημαντικό	ΔΓ/ΔΑ	Σύνολο
Αναζήτηση περιπέτειας	2,01	6,83	13,65	10,84	10,44	56,22	100,00
Αναζητώντας την καινοτομία	5,22	8,84	16,06	6,02	7,63	56,22	100,00
Απόλαυση νυχτερινής ζωής και ψώνια	5,62	9,64	15,26	7,23	6,02	56,22	100,00
Αυτοπραγμάτωση	3,61	3,61	17,67	10,44	8,43	56,22	100,00
Γνωριμία με νέους ανθρώπους	4,02	10,84	13,25	7,23	8,43	56,22	100,00
Διαφυγή	2,41	3,61	12,05	14,46	11,24	56,22	100,00
Εγκαταστάσεις φιλοξενίας	0,00	3,61	11,24	10,44	18,47	56,22	100,00
Εικόνα προορισμού	0,40	3,21	14,06	14,46	11,65	56,22	100,00
Εξερεύνηση πολιτισμού	2,01	6,43	14,86	12,45	8,03	56,22	100,00
Επίσκεψη σε φίλους/συγγενείς	2,01	6,02	10,04	8,84	16,87	56,22	100,00
Ιατρική θεραπεία	4,42	4,42	12,05	10,44	12,45	56,22	100,00
Καλές αγορές (shopping)	7,23	7,63	13,25	9,24	6,43	56,22	100,00
Μεταφορικές εγκαταστάσεις	6,83	6,43	13,65	7,63	9,24	56,22	100,00
Ξεκούραση & Χαλάρωση	0,80	1,20	8,43	13,25	20,08	56,22	100,00
Περιβαλλοντική ασφάλεια και ποιότητα	1,20	2,41	14,06	14,06	12,05	56,22	100,00
Ποιότητα & ποικιλία φαγητού	0,00	2,01	8,84	13,25	19,68	56,22	100,00
Πολιτισμός & ιστορικοί πόροι	2,01	4,82	13,65	12,05	11,24	56,22	100,00
Προσδοκίες	1,20	3,21	15,66	11,65	12,05	56,22	100,00
Προσωπική ασφάλεια	0,40	1,20	10,04	9,64	22,49	56,22	100,00
Τιμή	1,20	0,80	8,84	13,25	19,68	56,22	100,00
Υγεία & Γυμναστική	4,02	8,84	16,47	6,43	8,03	56,22	100,00
Φιλικότητα των ανθρώπων	0,40	3,61	14,46	12,05	13,25	56,22	100,00
<b>Σύνολο</b>	<b>2,59</b>	<b>4,97</b>	<b>13,07</b>	<b>10,70</b>	<b>12,45</b>	<b>56,22</b>	<b>100,00</b>



Πίνακας 17 Παράγοντες που επηρεάζουν την Κύπρο ως προορισμό (%)

Ο πίνακας δείχνει πώς διαφορετικοί παράγοντες επηρεάζουν την επιλογή των τουριστών, καταγράφοντας πόσο σημαντικοί είναι αυτοί οι παράγοντες για τους ταξιδιώτες. Τα ποσοστά διαχωρίζονται σε διάφορες κατηγορίες, από "Καθόλου Σημαντικό" έως "Πολύ Σημαντικό". Ας δούμε τι αποκαλύπτουν τα δεδομένα.

Η αναζήτηση περιπέτειας φαίνεται να έχει μέτρια σημασία για τους τουρίστες, με περίπου 10,44% να την θεωρούν "Πολύ Σημαντική". Αντίστοιχα, 13,65% την θεωρούν "Σημαντική" και 10,84% "Αρκετά Σημαντική". Αυτό υποδηλώνει ότι η επιθυμία για περιπέτεια είναι σημαντική για ένα υποσύνολο των ταξιδιωτών, αλλά δεν είναι πρωταρχικός παράγοντας για τους περισσότερους.

Η αναζήτηση καινοτόμων εμπειριών έχει επίσης μέτρια σημασία, με 7,63% να την χαρακτηρίζουν "Πολύ Σημαντική" και 16,06% "Σημαντική". Φαίνεται ότι οι ταξιδιώτες δίνουν κάποια έμφαση στην καινοτομία, αλλά η πλειονότητα δεν θεωρεί

την καινοτομία ως τον πιο κρίσιμο παράγοντα για την επιλογή τουριστικού προορισμού.

Η απόλαυση της νυχτερινής ζωής και των ψώνιων έχει χαμηλότερη προτεραιότητα, με 6,02% των ταξιδιωτών να την θεωρούν "Πολύ Σημαντική". Παρά το γεγονός ότι η νυχτερινή ζωή και τα ψώνια είναι δημοφιλείς δραστηριότητες, δεν θεωρούνται κρίσιμοι παράγοντες για την επιλογή προορισμού από την πλειονότητα των ταξιδιωτών.

Η αυτοπραγμάτωση έχει μεγαλύτερη σημασία για τους ταξιδιώτες, με 8,43% να την θεωρούν "Πολύ Σημαντική" και 17,67% "Σημαντική". Αυτό δείχνει ότι η επιθυμία για προσωπική ανάπτυξη και αυτοβελτίωση είναι σημαντική για πολλούς τουρίστες.

Η κοινωνική αλληλεπίδραση, όπως η γνωριμία με νέους ανθρώπους, έχει χαμηλότερη προτεραιότητα, με μόνο 8,43% να την χαρακτηρίζουν "Πολύ Σημαντική". Αν και η κοινωνική αλληλεπίδραση είναι σημαντική για κάποιους, δεν θεωρείται κρίσιμος παράγοντας από την πλειονότητα των ταξιδιωτών.

Η διαφυγή και η εξερεύνηση πολιτισμού φαίνεται να έχουν σημαντική σημασία, με 11,24% και 8,03% αντίστοιχα να τις θεωρούν "Πολύ Σημαντικές". Οι τουρίστες αναζητούν προορισμούς που τους προσφέρουν ευκαιρίες για διαφυγή από την καθημερινότητα και πολιτιστική εμπειρία.

Η προσωπική ασφάλεια ξεχωρίζει ως ο πιο κρίσιμος παράγοντας, με το 22,49% να την θεωρεί "Πολύ Σημαντική". Αυτό δείχνει ότι η ασφάλεια των ταξιδιωτών είναι η κύρια προτεραιότητα κατά την επιλογή προορισμού.

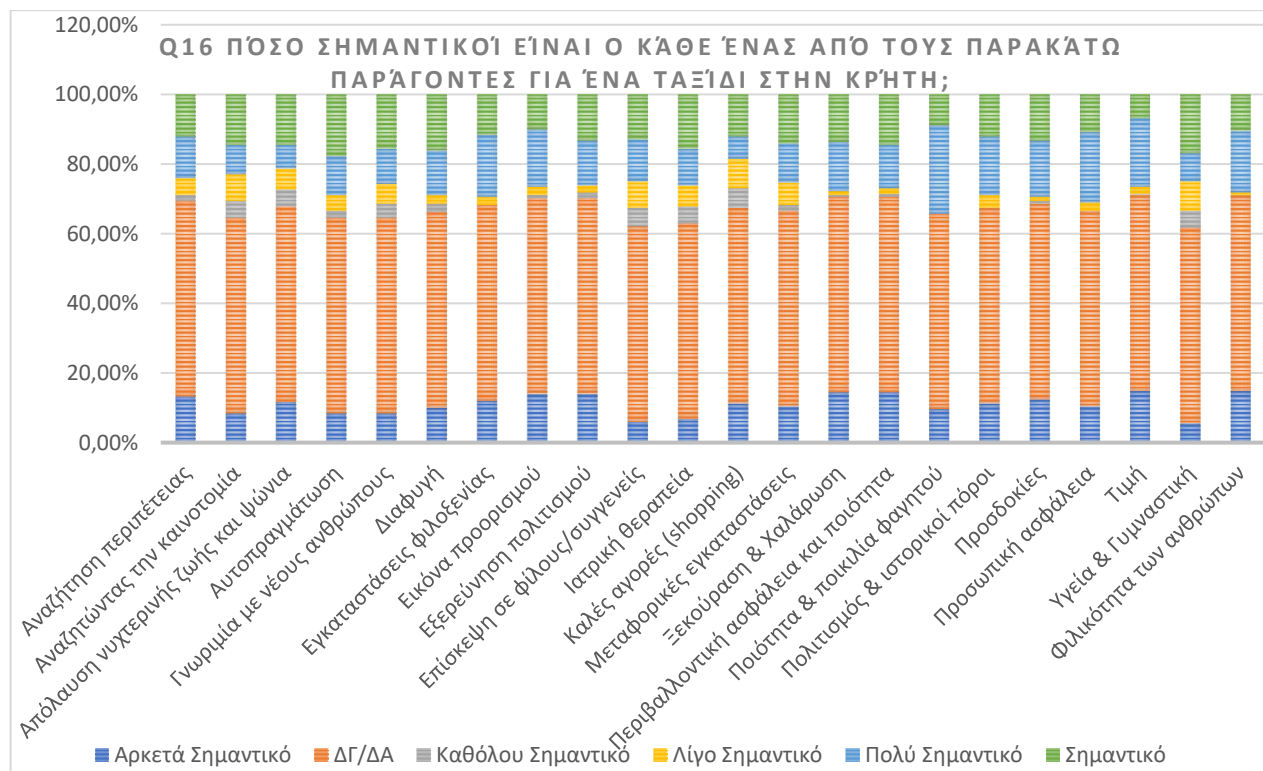
Η ανάγκη για ξεκούραση και χαλάρωση είναι επίσης πολύ σημαντική, με το 20,08% να την χαρακτηρίζει ως "Πολύ Σημαντική". Οι τουρίστες αναζητούν διακοπές που προσφέρουν ευκαιρίες για ανανέωση και απομάκρυνση από την καθημερινότητα.

Η τιμή και η ποιότητα και ποικιλία φαγητού είναι σημαντικοί παράγοντες, με 19,68% των ταξιδιωτών να τις θεωρούν "Πολύ Σημαντικές". Οι τουρίστες αναζητούν οικονομικές επιλογές και εκτιμούν την γαστρονομική εμπειρία κατά την επιλογή προορισμού.

Οι τουρίστες δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στην προσωπική ασφάλεια, την ξεκούραση και χαλάρωση, και το κόστος των διακοπών. Αυτοί οι παράγοντες θεωρούνται οι πιο σημαντικοί και επηρεάζουν άμεσα την επιλογή τους για τουριστικό προορισμό. Η γαστρονομική εμπειρία και η ποιότητα του περιβάλλοντος είναι επίσης σημαντικοί, αλλά λιγότερο από την ασφάλεια και την χαλάρωση. Η κοινωνική αλληλεπίδραση και η αναζήτηση καινοτομίας καταλαμβάνουν χαμηλότερες θέσεις προτεραιότητας.

#### 4.1.16. Παράγοντες που επηρεάζουν την Κρήτη ως προορισμό (%)

Παράγοντες	Καθόλου Σημαντικό	Λίγο Σημαντικό	Σημα ντικό	Αρκετ ά Σημα ντικό	Πολύ Σημαντικό	ΔΓ/ ΔΑ	Σύν ολο
Αναζήτηση περιπέτειας	1,61	4,82	12,05	13,25	12,05	56, 22	100, 00
Αναζητώντας την καινοτομία	4,82	7,63	14,46	8,43	8,43	56, 22	100, 00
Απόλαυση νυχτερινής ζωής και ψώνια	4,82	6,02	14,46	11,65	6,83	56, 22	100, 00
Αυτοπραγμάτωση	2,01	4,42	17,67	8,43	11,24	56, 22	100, 00
Γνωριμία με νέους ανθρώπους	4,02	5,62	15,66	8,43	10,04	56, 22	100, 00
Διαφυγή	2,41	2,41	16,06	10,04	12,85	56, 22	100, 00
Εγκαταστάσεις φιλοξενίας	0,00	2,41	11,65	12,05	17,67	56, 22	100, 00
Εικόνα προορισμού	0,80	2,41	10,04	14,06	16,47	56, 22	100, 00
Εξερεύνηση πολιτισμού	1,61	2,01	13,25	14,06	12,85	56, 22	100, 00
Επίσκεψη σε φίλους/συγγενείς	5,22	7,63	12,85	6,02	12,05	56, 22	100, 00
Ιατρική θεραπεία	4,82	6,02	15,66	6,83	10,44	56, 22	100, 00
Καλές αγορές (shopping)	5,62	8,43	12,05	11,24	6,43	56, 22	100, 00
Μεταφορικές εγκαταστάσεις	1,61	6,43	14,06	10,44	11,24	56, 22	100, 00
Ξεκούραση & Χαλάρωση	0,40	1,20	13,65	14,46	14,06	56, 22	100, 00
Περιβαλλοντική ασφάλεια και ποιότητα	0,80	1,61	14,46	14,46	12,45	56, 22	100, 00
Ποιότητα & ποικιλία φαγητού	0,00	0,00	8,84	9,64	25,30	56, 22	100, 00
Πολιτισμός & ιστορικοί πόροι	0,00	3,61	12,05	11,24	16,87	56, 22	100, 00
Προσδοκίες	0,80	1,20	13,25	12,45	16,06	56, 22	100, 00
Προσωπική ασφάλεια	0,00	2,41	10,84	10,44	20,08	56, 22	100, 00
Τιμή	0,40	2,01	6,83	14,86	19,68	56, 22	100, 00
Υγεία & Γυμναστική	4,82	8,43	16,87	5,62	8,03	56, 22	100, 00
Φιλικότητα των ανθρώπων	0,00	0,80	10,44	14,86	17,67	56, 22	100, 00
<b>Σύνολο</b>	<b>2,12</b>	<b>3,98</b>	<b>13,05</b>	<b>11,04</b>	<b>13,58</b>	<b>56, 22</b>	<b>100, 00</b>



Πίνακας 18 Παράγοντες που επηρεάζουν την Κρήτη ως προορισμό (%)

Ο πίνακας παρουσιάζει τη σημασία διάφορων παραγόντων για τους τουρίστες και πώς αυτοί επηρεάζουν την επιλογή των προορισμών τους. Παρατηρούμε ότι οι απόψεις των ερωτηθέντων κατανέμονται σε κατηγορίες που περιλαμβάνουν "Καθόλου Σημαντικό", "Λίγο Σημαντικό", "Σημαντικό", "Αρκετά Σημαντικό" και "Πολύ Σημαντικό".

Η προσωπική ασφάλεια ξεχωρίζει ως ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες, με το 20,08% των τουριστών να την θεωρεί "Πολύ Σημαντική". Αυτό δείχνει την ανησυχία των ταξιδιωτών για την ασφάλειά τους και την επιθυμία να επισκεφτούν μέρη όπου θα νιώθουν προστατευμένοι.

Η ξεκούραση και χαλάρωση είναι επίσης ιδιαίτερα σημαντική για τους τουρίστες, με το 14,06% να την θεωρεί "Πολύ Σημαντική". Αυτό υποδεικνύει ότι οι διακοπές είναι

κυρίως ένας τρόπος για να ανανεωθούν και να απομακρυνθούν από τις καθημερινές τους ανησυχίες.

Η τιμή των διακοπών παίζει σημαντικό ρόλο στην απόφαση των τουριστών, με το 19,68% να την θεωρεί "Πολύ Σημαντική". Αυτό δείχνει ότι οι τουρίστες αναζητούν οικονομικές επιλογές και προτιμούν προορισμούς που προσφέρουν καλή σχέση ποιότητας-τιμής.

Η ποιότητα και ποικιλία φαγητού είναι επίσης σημαντικός παράγοντας, με το 25,30% να την θεωρεί "Πολύ Σημαντική". Οι τουρίστες δίνουν μεγάλη έμφαση στην γαστρονομική εμπειρία και εκτιμούν προορισμούς που προσφέρουν καλό φαγητό.

Οι εγκαταστάσεις φιλοξενίας επίσης αποτελούν σημαντικό παράγοντα, με το 17,67% να τις θεωρεί "Πολύ Σημαντικές". Αυτό δείχνει ότι οι ταξιδιώτες αναζητούν άνετα και καλά εξοπλισμένα καταλύματα για τις διακοπές τους.

Η εικόνα του προορισμού επηρεάζει την απόφαση των τουριστών, με το 16,47% να την θεωρεί "Πολύ Σημαντική". Η φήμη και η εικόνα του προορισμού παίζουν σημαντικό ρόλο στην επιλογή τουριστικού προορισμού.

Παρά το γεγονός ότι η αναζήτηση περιπέτειας και η αναζήτηση καινοτομίας είναι παράγοντες που ενδιαφέρουν τους τουρίστες, δεν είναι τόσο κρίσιμοι όσο οι παραπάνω. Οι τουρίστες δείχνουν κάποιο ενδιαφέρον για την περιπέτεια και την καινοτομία, αλλά οι παράγοντες αυτοί δεν είναι οι κύριοι καθοριστικοί παράγοντες στην απόφαση τους.

Η αυτοπραγμάτωση και η εξερεύνηση πολιτισμού έχουν μέτρια σημασία για τους τουρίστες, με αρκετούς από αυτούς να τις θεωρούν "Σημαντικές" ή "Πολύ Σημαντικές". Αυτό δείχνει ότι οι ταξιδιώτες εκτιμούν ευκαιρίες για προσωπική

ανάπτυξη και πολιτιστική εμπειρία, αλλά αυτές οι ανάγκες δεν είναι πρωτεύουσας σημασίας.

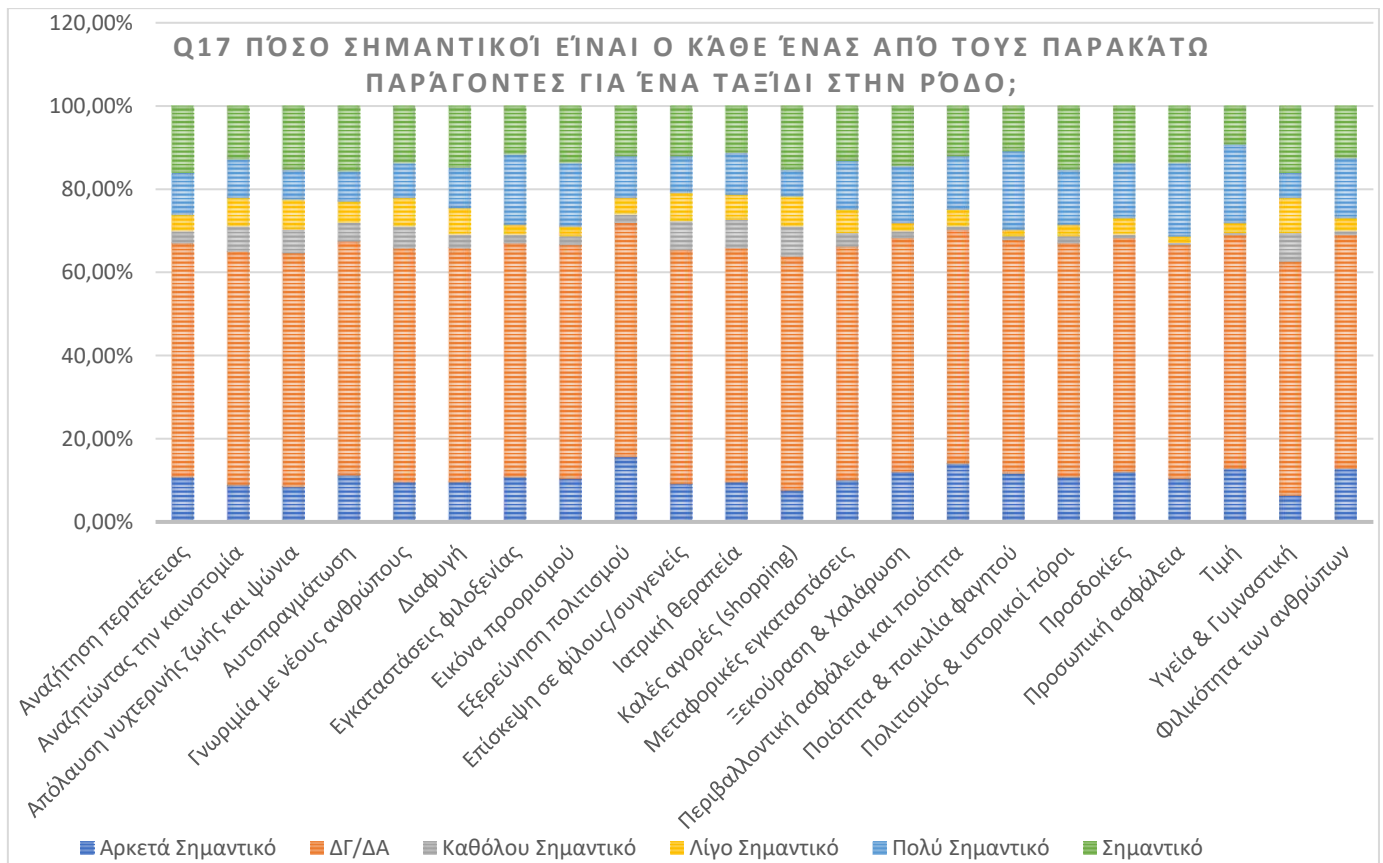
Η γνωριμία με νέους ανθρώπους και η απόλαυση της νυχτερινής ζωής και των ψώνιων έχουν χαμηλότερη προτεραιότητα για τους τουρίστες. Παρόλο που αυτοί οι παράγοντες έχουν κάποια σημασία, δεν θεωρούνται κρίσιμοι για την επιλογή τουριστικού προορισμού από την πλειονότητα των τουριστών.

Τέλος, η υγεία και γυμναστική καθώς και οι καλές αγορές (shopping) δεν φαίνεται να είναι κυρίαρχοι παράγοντες στις αποφάσεις των τουριστών. Παρά την αυξανόμενη δημοτικότητα των ταξιδιών ευεξίας, η υγεία και η γυμναστική δεν είναι πρωταρχικός παράγοντας για την πλειοψηφία των τουριστών.

Η ανάλυση των αποτελεσμάτων αποκαλύπτει ότι οι τουρίστες δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στην προσωπική ασφάλεια, την ξεκούραση και χαλάρωση, την τιμή των διακοπών, την ποιότητα και ποικιλία φαγητού, τις εγκαταστάσεις φιλοξενίας και την εικόνα του προορισμού. Αυτοί οι παράγοντες θεωρούνται οι πιο σημαντικοί και επηρεάζουν άμεσα την επιλογή τους για τουριστικό προορισμό. Άλλοι παράγοντες, όπως η αναζήτηση περιπέτειας, η αναζήτηση καινοτομίας, η αυτοπραγμάτωση, η εξερεύνηση πολιτισμού και η απόλαυση της νυχτερινής ζωής και των ψώνιων, έχουν μικρότερη σημασία αλλά εξακολουθούν να παίζουν ρόλο στις αποφάσεις των τουριστών. Η υγεία και η γυμναστική, καθώς και οι καλές αγορές, είναι οι παράγοντες με τη χαμηλότερη προτεραιότητα.

#### 4.1.17. Παράγοντες που επηρεάζουν την Ρόδο ως προορισμό (%)

Παράγοντες	Καθόλου Σημαντικό	Λίγο Σημαντι κό	Σημα ντικό	Αρκε τά Σημα ντικό	Πολύ Σημαντικ ό	ΔΓ/Δ Α	Σύνολο
Αναζήτηση περιπέτειας	2,81	4,02	16,06	10,84	10,04	56,22	100,00
Αναζητώντας την καινοτομία	6,02	6,83	12,85	8,84	9,24	56,22	100,00
Απόλαυση νυχτερινής ζωής και ψώνια	5,62	7,23	15,26	8,43	7,23	56,22	100,00
Αυτοπραγμάτωση	4,42	5,22	15,66	11,24	7,23	56,22	100,00
Γνωριμία με νέους ανθρώπους	5,22	6,83	13,65	9,64	8,43	56,22	100,00
Διαφυγή	3,21	6,43	14,86	9,64	9,64	56,22	100,00
Εγκαταστάσεις φιλοξενίας	2,01	2,41	11,65	10,84	16,87	56,22	100,00
Εικόνα προορισμού	2,01	2,41	13,65	10,44	15,26	56,22	100,00
Εξερεύνηση πολιτισμού	2,01	4,02	12,05	15,66	10,04	56,22	100,00
Επίσκεψη σε φίλους/συγγενείς	6,83	6,83	12,05	9,24	8,84	56,22	100,00
Ιατρική θεραπεία	6,83	6,02	11,24	9,64	10,04	56,22	100,00
Καλές αγορές (shopping)	7,23	7,23	15,26	7,63	6,43	56,22	100,00
Μεταφορικές εγκαταστάσεις	3,21	5,62	13,25	10,04	11,65	56,22	100,00
Ξεκούραση & Χαλάρωση	1,61	2,01	14,46	12,05	13,65	56,22	100,00
Περιβαλλοντική ασφάλεια και ποιότητα	0,80	4,02	12,05	14,06	12,85	56,22	100,00
Ποιότητα & ποικιλία φαγητού	0,80	1,61	10,84	11,65	18,88	56,22	100,00
Πολιτισμός & ιστορικοί πόροι	1,61	2,81	15,26	10,84	13,25	56,22	100,00
Προσδοκίες	0,80	4,02	13,65	12,05	13,25	56,22	100,00
Προσωπική ασφάλεια	0,40	1,61	13,65	10,44	17,67	56,22	100,00
Τιμή	0,40	2,41	9,24	12,85	18,88	56,22	100,00
Υγεία & Γυμναστική	6,83	8,43	16,06	6,43	6,02	56,22	100,00
Φιλικότητα των ανθρώπων	0,80	3,21	12,45	12,85	14,46	56,22	100,00
<b>Σύνολο</b>	<b>3,25</b>	<b>4,60</b>	<b>13,42</b>	<b>10,70</b>	<b>11,81</b>	<b>56,22</b>	<b>100,00</b>



Πίνακας 19 Παράγοντες που επηρεάζουν την Ρόδο ως προορισμό (%)

Ο πίνακας παρουσιάζει τις απόψεις των τουριστών σχετικά με τη σημασία διάφορων παραγόντων κατά την επιλογή προορισμού. Οι κατηγορίες "Καθόλου Σημαντικό", "Λίγο Σημαντικό", "Σημαντικό", "Αρκετά Σημαντικό" και "Πολύ Σημαντικό" αντιπροσωπεύουν το ποσοστό των ταξιδιωτών που αποδίδουν διαφορετικά επίπεδα σημασίας σε κάθε παράγοντα.

Η προσωπική ασφάλεια είναι προφανώς ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες για τους τουρίστες, με το 17,67% να την θεωρεί "Πολύ Σημαντική". Αυτό υποδηλώνει ότι οι ταξιδιώτες δίνουν μεγάλη έμφαση στο αίσθημα ασφάλειας όταν επιλέγουν έναν προορισμό. Η ασφάλεια είναι κρίσιμη, και οι τουρίστες θέλουν να νιώθουν προστατευμένοι κατά τη διάρκεια των διακοπών τους.

Η τιμή των διακοπών είναι επίσης σημαντικός παράγοντας, με το 18,88% να την θεωρεί "Πολύ Σημαντική". Αυτό δείχνει ότι οι τουρίστες αναζητούν οικονομικές επιλογές και προτιμούν προορισμούς που προσφέρουν καλή σχέση ποιότητας-τιμής. Η οικονομία παίζει σημαντικό ρόλο στην απόφαση των ταξιδιωτών.

Η ποιότητα και ποικιλία φαγητού είναι επίσης σημαντική για τους τουρίστες, με το 18,88% να την θεωρεί "Πολύ Σημαντική". Οι τουρίστες δίνουν μεγάλη έμφαση στην γαστρονομική εμπειρία και εκτιμούν προορισμούς που προσφέρουν καλό φαγητό. Η καλή διατροφή και η ευχαρίστηση που προέρχεται από αυτήν είναι καθοριστικοί παράγοντες για μια ευχάριστη διαμονή.

Οι εγκαταστάσεις φιλοξενίας αποτελούν επίσης σημαντικό παράγοντα, με το 16,87% να τις θεωρεί "Πολύ Σημαντικές". Αυτό δείχνει ότι οι ταξιδιώτες αναζητούν άνετα και καλά εξοπλισμένα καταλύματα για τις διακοπές τους. Η άνεση και η ποιότητα των καταλυμάτων είναι κρίσιμα για τη συνολική εμπειρία των διακοπών.

Η εικόνα του προορισμού επηρεάζει την απόφαση των τουριστών, με το 15,26% να την θεωρεί "Πολύ Σημαντική". Η φήμη και η εικόνα του προορισμού παίζουν σημαντικό ρόλο στην επιλογή τουριστικού προορισμού. Οι ταξιδιώτες προτιμούν προορισμούς με καλή φήμη και θετική εικόνα.

Η ξεκούραση και χαλάρωση είναι επίσης ιδιαίτερα σημαντική για τους τουρίστες, με το 13,65% να την θεωρεί "Πολύ Σημαντική". Αυτό υποδηλώνει ότι οι διακοπές είναι κυρίως ένας τρόπος για να ανανεωθούν και να απομακρυνθούν από τις καθημερινές τους ανησυχίες. Οι τουρίστες αναζητούν μέρη που προσφέρουν ευκαιρίες για χαλάρωση και ανανέωση.

Η φιλικότητα των ανθρώπων στον προορισμό είναι επίσης αξιοσημείωτη, με το 14,46% να την θεωρεί "Πολύ Σημαντική". Οι τουρίστες εκτιμούν τη φιλικότητα και

την εξυπηρετικότητα των ντόπιων, καθώς αυτό επηρεάζει την εμπειρία τους και την αίσθηση φιλοξενίας που νιώθουν.

Αν και η αναζήτηση περιπέτειας, η αναζήτηση καινοτομίας και η αυτοπραγμάτωση έχουν κάποιο ενδιαφέρον για τους τουρίστες, δεν είναι τόσο κρίσιμοι παράγοντες όσο οι παραπάνω. Οι τουρίστες δείχνουν κάποιο ενδιαφέρον για την περιπέτεια και την καινοτομία, αλλά αυτοί οι παράγοντες δεν είναι οι κύριοι καθοριστικοί παράγοντες στην απόφαση τους.

Η εξερεύνηση πολιτισμού έχει μέτρια σημασία για τους τουρίστες, με ένα μέρος αυτών να την θεωρεί "Σημαντική" ή "Πολύ Σημαντική". Αυτό δείχνει ότι οι ταξιδιώτες εκτιμούν τις ευκαιρίες για πολιτιστική εμπειρία, αν και αυτές οι ανάγκες δεν είναι πρωτεύουσας σημασίας.

Η γνωριμία με νέους ανθρώπους και η απόλαυση της νυχτερινής ζωής και των ψώνιων έχουν χαμηλότερη προτεραιότητα για τους τουρίστες. Παρόλο που αυτοί οι παράγοντες έχουν κάποια σημασία, δεν θεωρούνται κρίσιμοι για την επιλογή τουριστικού προορισμού από την πλειονότητα των τουριστών.

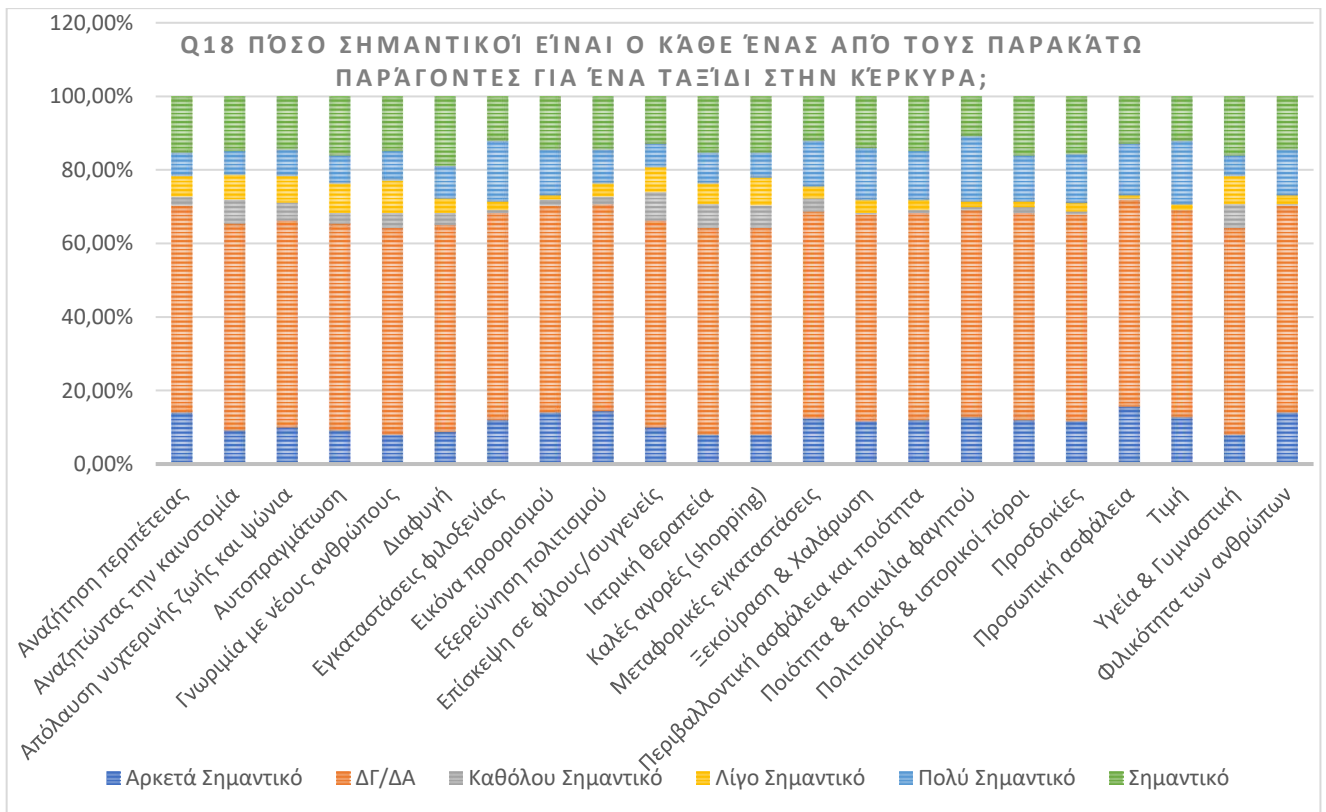
Τέλος, η υγεία και γυμναστική καθώς και οι καλές αγορές (shopping) δεν φαίνεται να είναι κυρίαρχοι παράγοντες στις αποφάσεις των τουριστών. Παρά την αυξανόμενη δημοτικότητα των ταξιδιών ευεξίας, η υγεία και η γυμναστική δεν είναι πρωταρχικός παράγοντας για την πλειοψηφία των τουριστών.

Η ανάλυση των αποτελεσμάτων αποκαλύπτει ότι οι τουρίστες δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στην προσωπική ασφάλεια, την τιμή των διακοπών, την ποιότητα και ποικιλία φαγητού, τις εγκαταστάσεις φιλοξενίας, την εικόνα του προορισμού, την ξεκούραση και χαλάρωση, και τη φιλικότητα των ανθρώπων. Αυτοί οι παράγοντες θεωρούνται οι πιο σημαντικοί και επηρεάζουν άμεσα την επιλογή τους για τουριστικό προορισμό.

Άλλοι παράγοντες, όπως η αναζήτηση περιπέτειας, η αναζήτηση καινοτομίας, η αυτοπραγμάτωση, και η εξερεύνηση πολιτισμού, έχουν μικρότερη σημασία αλλά εξακολουθούν να παίζουν ρόλο στις αποφάσεις των τουριστών. Η υγεία και η γυμναστική, καθώς και οι καλές αγορές, είναι οι παράγοντες με τη χαμηλότερη προτεραιότητα.

#### 4.1.18. Παράγοντες που επηρεάζουν την Κέρκυρα ως προορισμό (%)

Παράγοντες	Καθόλου Σημαντικό	Λίγο Σημαντι κό	Σημα ντικό	Αρκε τά Σημα ντικό	Πολύ Σημαντι κό	ΔΓ /Δ Α	Σύ νολο
Αναζήτηση περιπέτειας	2,41	5,62	15,26	14,06	6,43	56,22	100,00
Αναζητώντας την καινοτομία	6,43	6,83	14,86	9,24	6,43	56,22	100,00
Απόλαυση νυχτερινής ζωής και ψώνια	4,82	7,23	14,46	10,04	7,23	56,22	100,00
Αυτοπραγμάτωση	2,81	8,03	16,06	9,24	7,63	56,22	100,00
Γνωριμία με νέους ανθρώπους	4,02	8,84	14,86	8,03	8,03	56,22	100,00
Διαφυγή	3,21	4,02	18,88	8,84	8,84	56,22	100,00
Εγκαταστάσεις φιλοξενίας	0,80	2,41	12,05	12,05	16,47	56,22	100,00
Εικόνα προορισμού	1,61	1,20	14,46	14,06	12,45	56,22	100,00
Εξερεύνηση πολιτισμού	2,01	3,61	14,46	14,46	9,24	56,22	100,00
Επίσκεψη σε φίλους/συγγενείς	7,63	6,83	12,85	10,04	6,43	56,22	100,00
Ιατρική θεραπεία	6,43	5,62	15,26	8,03	8,43	56,22	100,00
Καλές αγορές (shopping)	6,02	7,63	15,26	8,03	6,83	56,22	100,00
Μεταφορικές εγκαταστάσεις	3,61	3,21	12,05	12,45	12,45	56,22	100,00
Ξεκούραση & Χαλάρωση	0,40	3,61	14,06	11,65	14,06	56,22	100,00
Περιβαλλοντική ασφάλεια και ποιότητα	0,80	2,81	14,86	12,05	13,25	56,22	100,00
Ποιότητα & ποικιλία φαγητού	0,80	1,61	10,84	12,85	17,67	56,22	100,00
Πολιτισμός & ιστορικοί πόροι	1,61	1,61	16,06	12,05	12,45	56,22	100,00
Προσδοκίες	0,80	2,41	15,66	11,65	13,25	56,22	100,00
Προσωπική ασφάλεια	0,40	0,80	12,85	15,66	14,06	56,22	100,00
Τιμή	0,00	1,61	12,05	12,85	17,27	56,22	100,00
Υγεία & Γυμναστική	6,43	7,63	16,06	8,03	5,62	56,22	100,00
Φιλικότητα των ανθρώπων	0,40	2,41	14,46	14,06	12,45	56,22	100,00
<b>Σύνολο</b>	<b>2,88</b>	<b>4,34</b>	<b>14,44</b>	<b>11,34</b>	<b>10,77</b>	<b>56,22</b>	<b>100,00</b>



Πίνακας 20 Παράγοντες που επηρεάζουν την Κέρκυρα ως προορισμό (%)

Οι παράγοντες που παρουσιάζονται στον πίνακα κατατάσσονται σε διάφορα επίπεδα σημαντικότητας, από "Καθόλου Σημαντικό" έως "Πολύ Σημαντικό". Οι ποσοστιαίες τιμές αντιπροσωπεύουν το ποσοστό των ερωτηθέντων που αξιολογούν κάθε παράγοντα σε αυτά τα επίπεδα σημαντικότητας.

Η προσωπική ασφάλεια αναδεικνύεται ως ο πιο σημαντικός παράγοντας για τους ταξιδιώτες στην Κέρκυρα, με το 15,66% να την θεωρεί "Πολύ Σημαντική" και το 14,06% "Σημαντική". Αυτό δείχνει την ανησυχία των ταξιδιωτών για την ασφαλείά τους και την επιθυμία να επισκεφτούν μέρη όπου θα νιώθουν προστατευμένοι.

Η τιμή των διακοπών είναι επίσης κρίσιμος παράγοντας, με το 17,27% των ερωτηθέντων να την χαρακτηρίζει "Πολύ Σημαντική" και το 12,85% "Σημαντική". Αυτό δείχνει ότι οι ταξιδιώτες αναζητούν οικονομικές επιλογές και προτιμούν προορισμούς που προσφέρουν καλή σχέση ποιότητας-τιμής.

Η ποιότητα και ποικιλία φαγητού είναι επίσης σημαντική, με το 17,67% να την θεωρεί "Πολύ Σημαντική" και το 10,84% "Σημαντική". Αυτό υποδηλώνει ότι οι τουρίστες δίνουν μεγάλη έμφαση στην γαστρονομική εμπειρία και εκτιμούν τους προορισμούς που προσφέρουν καλό φαγητό.

Οι εγκαταστάσεις φιλοξενίας θεωρούνται επίσης σημαντικές, με το 16,47% των ερωτηθέντων να τις θεωρεί "Πολύ Σημαντικές" και το 12,05% "Σημαντικές". Αυτό δείχνει ότι οι ταξιδιώτες αναζητούν άνετα και καλά εξοπλισμένα καταλύματα για τις διακοπές τους.

Η εικόνα του προορισμού επηρεάζει επίσης την απόφαση των ταξιδιωτών, με το 12,45% να την θεωρεί "Πολύ Σημαντική" και το 14,46% "Σημαντική". Οι ταξιδιώτες προτιμούν προορισμούς με καλή φήμη και θετική εικόνα.

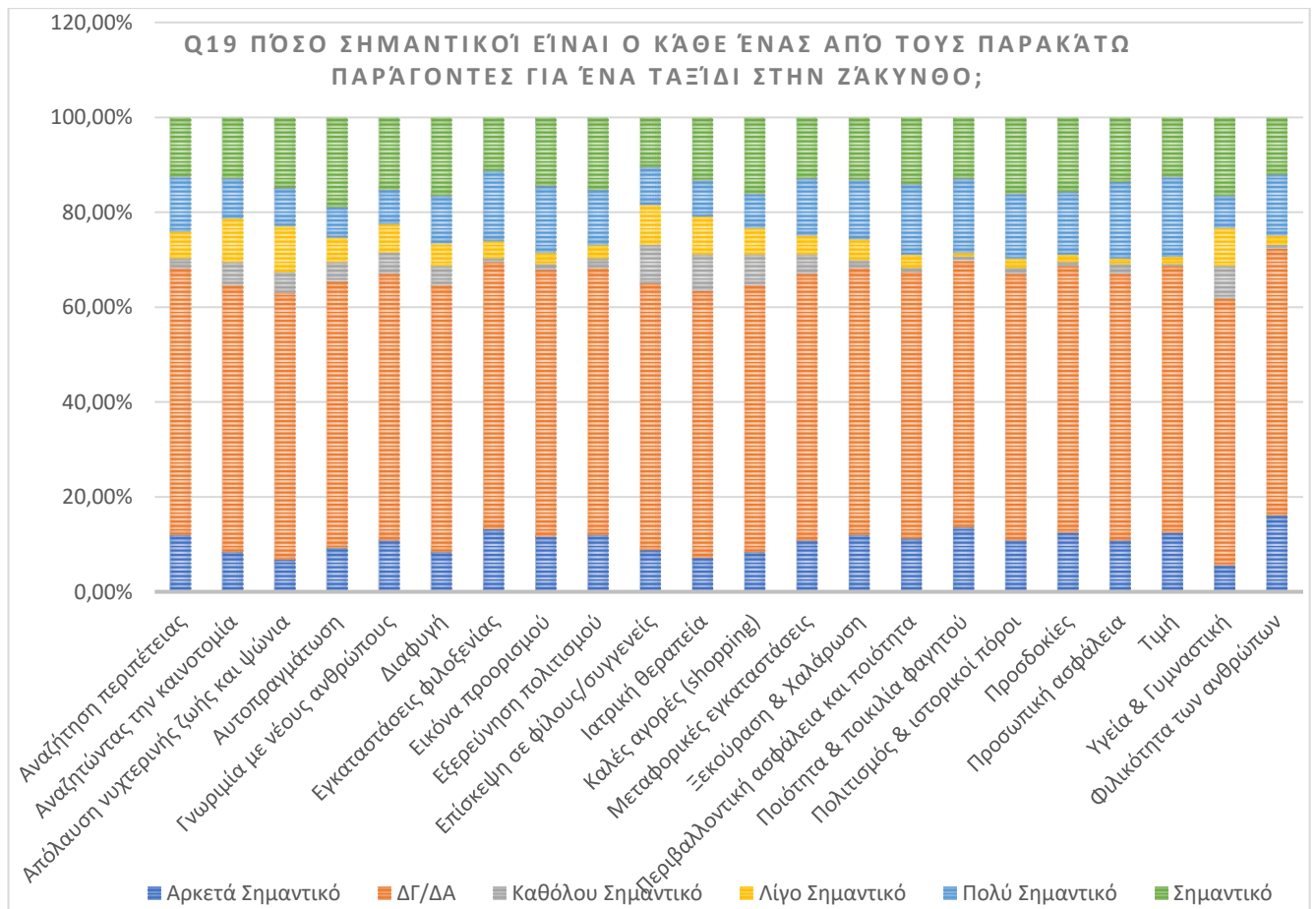
Η ανάγκη για ξεκούραση και χαλάρωση είναι επίσης υψηλή, με το 14,06% να την χαρακτηρίζει ως "Πολύ Σημαντική" και το 14,06% "Σημαντική". Αυτό δείχνει ότι οι διακοπές είναι κυρίως ένας τρόπος για να ανανεωθούν και να απομακρυνθούν από τις καθημερινές τους ανησυχίες.

Η φιλικότητα των ανθρώπων στον προορισμό είναι επίσης αξιοσημείωτη, με το 14,46% να την θεωρεί "Πολύ Σημαντική" και το 14,06% "Σημαντική". Οι τουρίστες εκτιμούν τη φιλικότητα και την εξυπηρετικότητα των ντόπιων, καθώς αυτό επηρεάζει την εμπειρία τους και την αίσθηση φιλοξενίας που νιώθουν.

Άλλοι παράγοντες, όπως η αναζήτηση περιπέτειας, η αναζήτηση καινοτομίας, η αυτοπραγμάτωση, η εξερεύνηση πολιτισμού, και η απόλαυση της νυχτερινής ζωής και των ψώνιων, έχουν μικρότερη σημασία αλλά εξακολουθούν να παίζουν ρόλο στις αποφάσεις των τουριστών.

#### 4.1.19. Παράγοντες που επηρεάζουν την Ζάκνυθος ως προορισμό (%)

Παράγοντες	Καθόλου Σημαντικό	Λίγο Σημαντι κό	Σημα ντικό	Αρκε τά Σημα ντικό	Πολύ Σημαντι κό	ΔΓ /Δ Α	Σύ νολο
Αναζήτηση περιπέτειας	2,01	5,62	12,45	12,05	11,65	56,22	100,00
Αναζητώντας την καινοτομία	4,82	9,24	12,85	8,43	8,43	56,22	100,00
Απόλαυση νυχτερινής ζωής και ψώνια	4,42	9,64	14,86	6,83	8,03	56,22	100,00
Αυτοπραγμάτωση	4,02	5,22	18,88	9,24	6,43	56,22	100,00
Γνωριμία με νέους ανθρώπους	4,42	6,02	15,26	10,84	7,23	56,22	100,00
Διαφυγή	4,02	4,82	16,47	8,43	10,04	56,22	100,00
Εγκαταστάσεις φιλοξενίας	0,80	3,61	11,24	13,25	14,86	56,22	100,00
Εικόνα προορισμού	1,20	2,41	14,46	11,65	14,06	56,22	100,00
Εξερεύνηση πολιτισμού	2,01	2,81	15,26	12,05	11,65	56,22	100,00
Επίσκεψη σε φίλους/συγγενείς	8,03	8,43	10,44	8,84	8,03	56,22	100,00
Ιατρική θεραπεία	7,63	8,03	13,25	7,23	7,63	56,22	100,00
Καλές αγορές (shopping)	6,43	5,62	16,06	8,43	7,23	56,22	100,00
Μεταφορικές εγκαταστάσεις	4,02	4,02	12,85	10,84	12,05	56,22	100,00
Ξεκούραση & Χαλάρωση	1,61	4,42	13,25	12,05	12,45	56,22	100,00
Περιβαλλοντική ασφάλεια και ποιότητα	0,80	2,81	14,06	11,24	14,86	56,22	100,00
Ποιότητα & ποικιλία φαγητού	0,80	0,80	12,85	13,65	15,66	56,22	100,00
Πολιτισμός & ιστορικοί πόροι	1,20	2,01	16,06	10,84	13,65	56,22	100,00
Προσδοκίες	0,80	1,61	15,66	12,45	13,25	56,22	100,00
Προσωπική ασφάλεια	2,01	1,20	13,65	10,84	16,06	56,22	100,00
Τιμή	0,40	1,61	12,45	12,45	16,87	56,22	100,00
Υγεία & Γυμναστική	6,83	8,03	16,47	5,62	6,83	56,22	100,00
Φιλικότητα των ανθρώπων	0,80	2,01	12,05	16,06	12,85	56,22	100,00
<b>Σύνολο</b>	<b>3,14</b>	<b>4,55</b>	<b>14,13</b>	<b>10,61</b>	<b>11,35</b>	<b>56,22</b>	<b>100,00</b>



Πίνακας 21 Παράγοντες που επηρεάζουν την Ζάκυνθο ως προορισμό (%)

Ο πίνακας καταδεικνύει τις αντιλήψεις των ταξιδιωτών σχετικά με τη σημασία διαφόρων παραγόντων για ένα ταξίδι στην Ζάκυνθο. Οι ποσοστιαίες τιμές απεικονίζουν το βαθμό σημαντικότητας που αποδίδουν οι ερωτηθέντες σε κάθε παράγοντα, από "Καθόλου Σημαντικό" μέχρι "Πολύ Σημαντικό".

Η προσωπική ασφάλεια είναι κρίσιμη για τους ταξιδιώτες, με το 16,06% να την θεωρεί "Πολύ Σημαντική" και το 13,65% "Σημαντική". Αυτό υποδηλώνει την ανησυχία των ταξιδιωτών για την ασφάλειά τους και την ανάγκη τους για ένα ασφαλές περιβάλλον κατά τη διάρκεια του ταξιδιού.

Η τιμή των διακοπών αποτελεί επίσης σημαντικό παράγοντα, με το 16,87% των ερωτηθέντων να την χαρακτηρίζει "Πολύ Σημαντική" και το 12,45% "Σημαντική". Οι

ταξιδιώτες αναζητούν οικονομικές επιλογές και προτιμούν προορισμούς που προσφέρουν καλή σχέση ποιότητας-τιμής.

Η ποιότητα και ποικιλία φαγητού είναι ένας άλλος σημαντικός παράγοντας, με το 15,66% να την θεωρεί "Πολύ Σημαντική" και το 12,85% "Σημαντική". Αυτό δείχνει ότι οι τουρίστες εκτιμούν την γαστρονομική εμπειρία και προτιμούν προορισμούς που προσφέρουν καλό φαγητό.

Οι εγκαταστάσεις φιλοξενίας είναι επίσης κρίσιμος παράγοντας, με το 14,86% των ερωτηθέντων να τις θεωρεί "Πολύ Σημαντικές" και το 11,24% "Σημαντικές". Οι ταξιδιώτες αναζητούν άνετα και καλά εξοπλισμένα καταλύματα για τις διακοπές τους.

Η εικόνα του προορισμού επηρεάζει την απόφαση των ταξιδιωτών, με το 14,06% να την θεωρεί "Πολύ Σημαντική" και το 14,46% "Σημαντική". Οι ταξιδιώτες προτιμούν προορισμούς με καλή φήμη και θετική εικόνα.

Η φιλικότητα των ανθρώπων στον προορισμό είναι επίσης αξιοσημείωτη, με το 12,85% να την θεωρεί "Πολύ Σημαντική" και το 12,05% "Σημαντική". Οι τουρίστες εκτιμούν τη φιλικότητα και την εξυπηρετικότητα των ντόπιων, καθώς αυτό επηρεάζει την εμπειρία τους και την αίσθηση φιλοξενίας που νιώθουν.

Η ξεκούραση και χαλάρωση είναι επίσης ιδιαίτερα σημαντική, με το 12,45% να την χαρακτηρίζει ως "Πολύ Σημαντική" και το 13,25% "Σημαντική". Οι διακοπές είναι κυρίως ένας τρόπος για να ανανεωθούν και να απομακρυνθούν από τις καθημερινές τους ανησυχίες.

Η περιβαλλοντική ασφάλεια και ποιότητα θεωρείται επίσης σημαντική, με το 14,86% να την θεωρεί "Πολύ Σημαντική" και το 14,06% "Σημαντική". Αυτό υποδηλώνει την εκτίμηση των ταξιδιωτών για ένα καθαρό και ασφαλές περιβάλλον κατά τη διάρκεια των διακοπών τους.

Άλλοι παράγοντες, όπως η αναζήτηση περιπέτειας, η αναζήτηση καινοτομίας, η αυτοπραγμάτωση, και η εξερεύνηση πολιτισμού, έχουν μικρότερη σημασία, αλλά εξακολουθούν να παίζουν ρόλο στις αποφάσεις των τουριστών.

#### 4.2. Ανάλυση Δεδομένων

##### 4.2.1. Ανάλυση Frequencies

		Statistics								
		Φύλο	Οικογενειακή Κατάσταση	Παιδιά	Επάγγελμα	Επαρχία	Τόπος Κατοικίας	Ηλικία	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	Εκπαίδευση
N	Valid	249	246	245	242	236	235	235	215	214
	Missing	0	3	4	7	13	14	14	34	35
Mean		1,77	2,92	1,92	3,23	1,49	1,25	2,53	2,95	2,93
Median		2,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00	2,00	3,00	3,00
Mode		2	4	1	3	1	1	2	1	2
Std. Deviation		,442	1,140	1,160	1,068	,970	,435	1,275	1,807	,877
Skewness		-,986	-,256	,923	,865	2,253	1,156	,979	,749	,221
Std. Error of Skewness		,154	,155	,156	,156	,158	,159	,159	,166	,166
Kurtosis		-,233	-,953	-,369	1,514	4,486	-,670	,458	-,069	-,883
Std. Error of Kurtosis		,307	,309	,310	,312	,316	,316	,316	,330	,331
Range		2	4	4	6	4	1	5	7	4
Minimum		1	1	1	1	1	1	1	1	1
Maximum		3	5	5	7	5	2	6	8	5

Πίνακας 22 Ανάλυση Frequencies

Ο πίνακας που παρουσιάζεται πιο πάνω προσφέρει μια επισκόπηση διάφορων δημογραφικών μεταβλητών που αφορούν τους συμμετέχοντες στην έρευνα. Αυτές οι μεταβλητές περιλαμβάνουν το φύλο, την οικογενειακή κατάσταση, την ύπαρξη παιδιών, το επάγγελμα, την επαρχία, τον τόπο κατοικίας, την ηλικία, το ετήσιο εισόδημα και την εκπαίδευση των συμμετεχόντων. Κάθε μία από αυτές τις κατηγορίες περιέχει στατιστικά στοιχεία που βοηθούν στην κατανόηση των χαρακτηριστικών των συμμετεχόντων.

Για παράδειγμα, η μεταβλητή του φύλου δείχνει ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων είναι γυναίκες, με μέση τιμή περίπου στο 1,77 σε μια κλίμακα που κωδικοποιεί το

φύλο (1 για άνδρες και 2 για γυναίκες). Η σταθερή απόκλιση είναι χαμηλή, υποδηλώνοντας μικρή διακύμανση στις απαντήσεις σχετικά με το φύλο. Η τυπική απόκλιση και η κλίση παρέχουν επιπλέον πληροφορίες για την κατανομή των απαντήσεων, επισημαίνοντας τη σταθερότητα της δημογραφικής σύνθεσης.

Η οικογενειακή κατάσταση παρουσιάζει μια ποικιλία από καταστάσεις, με την μέση τιμή να κυμαίνεται γύρω στο 2,92 και την επικρατούσα τιμή στο 4. Αυτό δείχνει ότι υπάρχει μια διασπορά στις οικογενειακές καταστάσεις των συμμετεχόντων, και το εύρος των απαντήσεων υποδηλώνει ποικιλία στις προσωπικές τους ζωές.

Η ύπαρξη παιδιών ως μεταβλητή δείχνει ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων δεν έχει παιδιά, με την επικρατούσα τιμή στο 1. Η θετική κλίση σε αυτήν την κατηγορία υποδηλώνει ότι υπάρχουν περισσότεροι συμμετέχοντες χωρίς παιδιά ή με λίγα παιδιά.

Το επάγγελμα των συμμετεχόντων φαίνεται να κυμαίνεται σε μια ποικιλία επαγγελμάτων, με την μέση τιμή γύρω στο 3,23. Η κατανομή των επαγγελμάτων παρουσιάζει μια σχετική ομοιογένεια, αν και υπάρχει κάποια ποικιλία όπως φαίνεται από την τυπική απόκλιση.

Όσον αφορά την επαρχία και τον τόπο κατοικίας, οι τιμές δείχνουν ότι οι περισσότεροι συμμετέχοντες ζουν σε μια συγκεκριμένη επαρχία και τόπο. Η κλίση των κατανομών αυτών των μεταβλητών είναι θετική, υποδηλώνοντας μια συγκέντρωση των απαντήσεων στη χαμηλότερη κατηγορία.

Η ηλικία παρουσιάζει μια μέση τιμή στο 2,53, υποδεικνύοντας μια ποικιλία ηλικιακών ομάδων μεταξύ των συμμετεχόντων. Οι τιμές skewness και kurtosis δείχνουν την ασυμμετρία και την κορύφωση της κατανομής, αντίστοιχα, παρέχοντας μια πληρέστερη εικόνα της ηλικιακής διασποράς.

Το ετήσιο εισόδημα παρουσιάζει μια μεγάλη διασπορά με μέση τιμή περίπου στο 2,95 και μεγάλη τυπική απόκλιση, υποδηλώνοντας σημαντικές διαφορές στα εισοδήματα των συμμετεχόντων.

Τέλος, η εκπαίδευση παρουσιάζει επίσης μια σημαντική ποικιλία, με τη μέση τιμή στο 2,93. Παρά τη σχετική ομοιογένεια, υπάρχει μια τυπική απόκλιση που δείχνει διασπορά στα επίπεδα εκπαίδευσης.

#### 4.2.2. Ανάλυση Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Συχνότητα Ταξιδιών	212	9	-2	7	1,51	1,301	,908	,167	1,423	,333
Αριθμός ταξιδιών Εσωτερικού	211	502	-2	500	9,26	36,016	12,305	,167	166,154	,333
Αριθμός ταξιδιών Εξωτερικού	209	40	0	40	2,35	4,011	6,269	,168	49,152	,335
Τουριστική Δαπάνη	203	4000	0	4000	1035,66	725,005	1,110	,171	2,001	,340
Valid N (listwise)	202									

Πίνακας 23 Ανάλυση Descriptives

Ο πίνακας που παρατίθεται παρέχει μια λεπτομερή εικόνα για τα ταξιδιωτικά πρότυπα των συμμετεχόντων στην έρευνα. Για παράδειγμα, η συχνότητα ταξιδιών αποκαλύπτει πόσο συχνά ταξιδεύουν οι συμμετέχοντες. Η μέση τιμή δείχνει ότι ταξιδεύουν μετρίως συχνά, ενώ το εύρος των τιμών, από -2 έως 7, υποδηλώνει μια μεγάλη ποικιλία στις ταξιδιωτικές συνήθειες. Η τυπική απόκλιση υποδηλώνει κάποια διασπορά στις απαντήσεις, ενώ η θετική κλίση δείχνει ότι η κατανομή της συχνότητας ταξιδιών είναι ελαφρώς ασύμμετρη προς τα δεξιά.

Όταν εξετάζουμε τον αριθμό ταξιδιών εσωτερικού, βλέπουμε ότι οι συμμετέχοντες κάνουν κατά μέσο όρο περίπου 9 ταξίδια εντός της χώρας. Ωστόσο, η πολύ μεγάλη

διακύμανση στις απαντήσεις, από -2 έως 500, αποκαλύπτει ότι υπάρχουν συμμετέχοντες που ταξιδεύουν πολύ συχνά και άλλοι που ταξιδεύουν σπάνια ή καθόλου. Αυτή η μεγάλη ποικιλία αντικατοπτρίζεται επίσης στην πολύ υψηλή τυπική απόκλιση.

Αντίθετα, ο αριθμός ταξιδιών εξωτερικού δείχνει ότι οι συμμετέχοντες κάνουν κατά μέσο όρο περίπου 2-3 ταξίδια στο εξωτερικό. Το εύρος των τιμών είναι μικρότερο από αυτό των ταξιδιών εσωτερικού, αλλά εξακολουθεί να υπάρχει σημαντική ποικιλία στις απαντήσεις, όπως υποδηλώνει η τυπική απόκλιση. Η κατανομή των ταξιδιών εξωτερικού είναι επίσης ασύμμετρη προς τα δεξιά, όπως φαίνεται από τη θετική κλίση και την υψηλή κορύφωση.

Η τουριστική δαπάνη των συμμετεχόντων δείχνει ότι ξοδεύουν κατά μέσο όρο περίπου 1036 ευρώ για τα ταξίδια τους. Το εύρος των τιμών, από 0 έως 4000 ευρώ, αποκαλύπτει ότι υπάρχουν συμμετέχοντες που ξοδεύουν πολύ διαφορετικά ποσά. Η μεγάλη διασπορά στις απαντήσεις αντικατοπτρίζεται επίσης στην υψηλή τυπική απόκλιση. Η κατανομή της τουριστικής δαπάνης είναι ασύμμετρη προς τα δεξιά, όπως υποδηλώνει η θετική κλίση και η υψηλή κορύφωση.

Αυτά τα στατιστικά στοιχεία παρέχουν μια συνολική εικόνα των ταξιδιωτικών προτιμήσεων και δαπανών των συμμετεχόντων. Δείχνουν την ποικιλία στις συνήθειες και τις δαπάνες των ταξιδιωτών, αποκαλύπτοντας τις διαφορές στις ταξιδιωτικές εμπειρίες και τις οικονομικές δυνατότητές τους.

### 4.2.3. Παραγοντοποίηση

#### 4.2.3.1. Οπουδήποτε

#### Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6,272	28,508	28,508	6,272	28,508	28,508	3,812	17,326	17,326
2	2,037	9,261	37,769	2,037	9,261	37,769	2,397	10,896	28,223
3	1,959	8,904	46,672	1,959	8,904	46,672	2,349	10,676	38,899
4	1,534	6,973	53,645	1,534	6,973	53,645	2,170	9,865	48,764
5	1,130	5,138	58,784	1,130	5,138	58,784	1,838	8,354	57,118
6	1,030	4,683	63,466	1,030	4,683	63,466	1,397	6,349	63,466
7	,922	4,193	67,659						
8	,870	3,953	71,612						
9	,785	3,570	75,182						
10	,742	3,372	78,554						
11	,671	3,050	81,604						
12	,597	2,713	84,317						
13	,528	2,400	86,717						
14	,489	2,222	88,940						
15	,438	1,991	90,930						
16	,377	1,712	92,643						
17	,368	1,672	94,315						
18	,330	1,499	95,814						
19	,266	1,209	97,023						
20	,256	1,163	98,186						
21	,241	1,095	99,281						
22	,158	,719	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

### Rotated Component Matrix

	Component					
	1	2	3	4	5	6
Εγκαταστάσεις φιλοξενίας	,756					
Προσωπική ασφάλεια	,694					
Εικόνα προορισμού	,607	,398				
Φιλικότητα των ανθρώπων	,606			,433		,350
Τιμή	,590					
Ποιότητα & ποικιλία φαγητού	,587					,422
Προσδοκίες	,570				,349	
Περιβαλλοντική ασφάλεια και ποιότητα	,503		,452			
Πολιτισμός & ιστορικοί πόροι	,481	,457				-,367
Αναζήτηση περιπέτειας		,820				
Εξερεύνηση πολιτισμού		,761				
Αναζητώντας την καινοτομία		,574		,539		
Αυτοπραγμάτωση			,787			
Διαφυγή			,723			
Ιατρική θεραπεία			,558	,410		
Υγεία & Γυμναστική			,522	,457		
Γνωριμία με νέους ανθρώπους		,314		,716		
Μεταφορικές εγκαταστάσεις	,533			,558		
Επίσκεψη σε φίλους/συγγενείς				,505		
Απόλαυση νυχτερινής ζωής και ψώνια					,838	
Καλές αγορές (shopping)					,795	
Ξεκούραση & Χαλάρωση						,730

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 14 iterations.

1	Απτοί παράγοντες
2	Αναζήτησης/Εξερεύνησης
3	Ψυχολογικοί παράγοντες
4	Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης
5	Άυλοι
6	Φυσικοί

Πίνακας 24 Παραγοντοποίηση για Οποιοδήποτε προορισμό

Η πρώτη συνιστώσα φαίνεται να συσχετίζεται με την συνολική εμπειρία φιλοξενίας και την αξία του προορισμού. Περιλαμβάνει παράγοντες όπως οι εγκαταστάσεις φιλοξενίας, η προσωπική ασφάλεια, η εικόνα του προορισμού, η φιλικότητα των ανθρώπων, η τιμή, η ποιότητα και ποικιλία φαγητού, οι προσδοκίες και η περιβαλλοντική ασφάλεια και ποιότητα. Οι τουρίστες που εκτιμούν αυτούς τους

παράγοντες θεωρούν τη συνολική εμπειρία και τις υποδομές του προορισμού ως κύριες προτεραιότητες.

Η δεύτερη συνιστώσα επικεντρώνεται στις δραστηριότητες και την πολιτιστική εξερεύνηση. Περιλαμβάνει την αναζήτηση περιπέτειας, την εξερεύνηση πολιτισμού, και την αναζήτηση καινοτομίας. Για τους ταξιδιώτες που αναζητούν τέτοιες εμπειρίες, οι δραστηριότητες και η πολιτιστική κληρονομιά του προορισμού είναι πολύ σημαντικά.

Η τρίτη συνιστώσα σχετίζεται με την προσωπική ανάπτυξη και την αυτοβελτίωση. Περιλαμβάνει την αυτοπραγμάτωση, τη διαφυγή, την ιατρική θεραπεία και την υγεία και γυμναστική. Οι ταξιδιώτες που εκτιμούν αυτούς τους παράγοντες θεωρούν τις προσωπικές εμπειρίες και την ευημερία ως κύριες προτεραιότητες κατά τις διακοπές τους.

Η τέταρτη συνιστώσα επικεντρώνεται στις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις και τη μετακίνηση. Περιλαμβάνει τη γνωριμία με νέους ανθρώπους και τις μεταφορικές εγκαταστάσεις. Οι τουρίστες που δίνουν σημασία σε αυτούς τους παράγοντες απολαμβάνουν τις κοινωνικές επαφές και την άνεση στις μετακινήσεις.

Η πέμπτη συνιστώσα σχετίζεται με τις προσδοκίες των τουριστών από τον προορισμό τους. Περιλαμβάνει την απόλαυση της νυχτερινής ζωής, τις καλές αγορές (shopping) και τις προσδοκίες. Αυτά τα στοιχεία είναι σημαντικά για εκείνους που αναζητούν ψυχαγωγία και αγοραστικές εμπειρίες κατά τη διάρκεια των διακοπών τους, αλλά και έχουν συγκεκριμένες προσδοκίες για την εμπειρία τους.

Η έκτη τελευταία συνιστώσα επικεντρώνεται στην χαλάρωση και την ηρεμία. Περιλαμβάνει την ξεκούραση και χαλάρωση, υποδεικνύοντας ότι για κάποιους τουρίστες, η απόλυτη χαλάρωση είναι η κύρια προτεραιότητα τους κατά τις διακοπές.

4.2.3.2. Κύπρος

**Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	9,461	43,006	43,006	9,461	43,006	43,006	3,738	16,989	16,989
2	2,384	10,838	53,844	2,384	10,838	53,844	3,333	15,149	32,139
3	1,205	5,478	59,322	1,205	5,478	59,322	2,944	13,382	45,521
4	1,162	5,284	64,606	1,162	5,284	64,606	2,263	10,289	55,809
5	0,965	4,385	68,990	0,965	4,385	68,990	2,023	9,197	65,007
6	0,860	3,910	72,900	0,860	3,910	72,900	1,737	7,893	72,900
7	,823	3,741	76,641						
8	,672	3,053	79,694						
9	,583	2,650	82,344						
10	,527	2,398	84,742						
11	,455	2,067	86,809						
12	,450	2,043	88,853						
13	,409	1,860	90,712						
14	,348	1,580	92,292						
15	,304	1,380	93,672						
16	,265	1,205	94,877						
17	,244	1,109	95,987						
18	,232	1,054	97,040						
19	,216	,982	98,022						
20	,166	,755	98,778						
21	,156	,708	99,486						
22	,113	,514	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

### Rotated Component Matrix

	Component					
	1	2	3	4	5	6
Εγκαταστάσεις φιλοξενίας-Κύπρος	,812					
Προσωπική ασφάλεια-Κύπρος	,798					
Ποιότητα & ποικιλία φαγητού-Κύπρος	,755					
Τιμή-Κύπρος	,721					
Φιλικότητα των ανθρώπων-Κύπρος	,584		,509			
Ιατρική θεραπεία-Κύπρος		,846				
Γνωριμία με νέους ανθρώπους-Κύπρος		,689	,323			
Υγεία & Γυμναστική-Κύπρος		,688				
Αυτοπραγμάτωση-Κύπρος		,553		,368		,518
Μεταφορικές εγκαταστάσεις-Κύπρος	,336	,537	,448			
Επίσκεψη σε φίλους/συγγενείς-Κύπρος		,489			,334	
Εξερεύνηση πολιτισμού-Κύπρος	,352		,712			
Αναζήτηση περιπέτειας-Κύπρος			,680	,301		
Αναζητώντας την καινοτομία-Κύπρος		,517	,629			
Πολιτισμός & ιστορικοί πόροι-Κύπρος			,626	,398		
Προσδοκίες-Κύπρος	,309			,776		
Εικόνα προορισμού-Κύπρος	,341			,748		
Περιβαλλοντική ασφάλεια και ποιότητα-Κύπρος	,338			,536	,376	
Καλές αγορές (shopping)-Κύπρος					,801	
Απόλαυση νυχτερινής ζωής και ψώνια-Κύπρος			,348		,781	
Διαφυγή-Κύπρος						,852
Ξεκούραση & Χαλάρωση-Κύπρος	,474					,619

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 8 iterations.

1	Απτοί παράγοντες
2	Φυσικοί
3	Αναζήτησης/Εξερεύνησης
4	Άυλοι
5	Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης
6	Ψυχολογικοί παράγοντες

Πίνακας 25 Παραγοντοποίηση για προορισμό την Κύπρο

Η πρώτη συνιστώσα σχετίζεται με τη συνολική εμπειρία φιλοξενίας και την ποιότητα των υποδομών στον προορισμό. Οι εγκαταστάσεις φιλοξενίας, η προσωπική ασφάλεια, η ποιότητα και ποικιλία φαγητού, η τιμή και η φιλικότητα των ανθρώπων έχουν σημαντικό ρόλο στην συνολική εμπειρία. Αυτό υποδηλώνει ότι αυτοί οι

παράγοντες είναι αλληλένδετοι και συλλογικά συνεισφέρουν στην αντίληψη των τουριστών για την αξία του προορισμού.

Η δεύτερη συνιστώσα επικεντρώνεται στις υπηρεσίες υγείας και τις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις. Περιλαμβάνει την ιατρική θεραπεία, τη γνωριμία με νέους ανθρώπους και την υγεία και γυμναστική. Για κάποιους τουρίστες, οι υγειονομικές υπηρεσίες και οι ευκαιρίες για κοινωνικές επαφές είναι σημαντικοί παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή προορισμού.

Η τρίτη συνιστώσα σχετίζεται με δραστηριότητες πολιτιστικού και περιπετειώδους χαρακτήρα. Περιλαμβάνει την αναζήτηση περιπέτειας, την εξερεύνηση πολιτισμού και την αναζήτηση καινοτομίας. Αυτό δείχνει ότι οι τουρίστες που ενδιαφέρονται για αυτές τις δραστηριότητες αναζητούν προορισμούς που προσφέρουν πλούσιες πολιτιστικές και περιπετειώδεις εμπειρίες.

Η τέταρτη συνιστώσα συνδέεται με την εικόνα του προορισμού και τις προσδοκίες των τουριστών. Περιλαμβάνει τις προσδοκίες, την εικόνα του προορισμού και την περιβαλλοντική ασφάλεια και ποιότητα. Αυτό υποδηλώνει ότι η αντίληψη των τουριστών για την ασφάλεια και την ποιότητα του περιβάλλοντος, καθώς και η εικόνα του προορισμού, είναι βασικοί παράγοντες που επηρεάζουν τις προσδοκίες τους.

Η πέμπτη συνιστώσα επικεντρώνεται στην κοινωνική αλληλεπίδραση και τις προσωπικές σχέσεις μέσω του παράγοντα "Επίσκεψη σε φίλους/συγγενείς-Κύπρος". Περιλαμβάνει επίσης την απόλαυση της νυχτερινής ζωής και τις καλές αγορές. Αυτοί οι παράγοντες είναι σημαντικοί για τους τουρίστες που εκτιμούν τις κοινωνικές σχέσεις και την ψυχαγωγία κατά τις διακοπές τους.

Η έκτη συνιστώσα επικεντρώνεται στη χαλάρωση και την διαφυγή από την καθημερινότητα. Περιλαμβάνει τη διαφυγή, την ξεκούραση και χαλάρωση

υποδεικνύοντας έτσι ότι για κάποιους τουρίστες η απόλυτη χαλάρωση και ηρεμία είναι κύριες προτεραιότητες κατά τις διακοπές.

#### 4.2.3.3. Κρήτη

**Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	8,064	36,652	36,652	8,064	36,652	36,652	4,242	19,280	19,280
2	3,118	14,175	50,827	3,118	14,175	50,827	4,002	18,190	37,470
3	1,489	6,768	57,595	1,489	6,768	57,595	2,819	12,815	50,285
4	1,249	5,678	63,272	1,249	5,678	63,272	1,779	8,086	58,371
5	1,029	4,680	67,952	1,029	4,680	67,952	1,754	7,973	66,344
6	0,977	4,441	72,393	0,977	4,441	72,393	1,331	6,049	72,393
7	0,894	4,064	76,457						
8	0,688	3,125	79,582						
9	0,622	2,827	82,410						
10	0,598	2,717	85,127						
11	0,512	2,327	87,454						
12	0,424	1,926	89,380						
13	0,366	1,666	91,046						
14	0,357	1,621	92,667						
15	0,301	1,368	94,035						
16	0,291	1,321	95,355						
17	0,230	1,045	96,400						
18	0,206	0,936	97,336						
19	0,183	0,834	98,170						
20	0,169	0,770	98,940						
21	0,135	0,613	99,554						
22	,098	,446	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

### Rotated Component Matrix

	Component					
	1	2	3	4	5	6
Προσωπική ασφάλεια-Κρήτη	,821					
Εγκαταστάσεις φιλοξενίας-Κρήτη	,760					,304
Ποιότητα & ποικιλία φαγητού-Κρήτη	,733		,322			
Τιμή-Κρήτη	,727			,311		
Φιλικότητα των ανθρώπων-Κρήτη	,694		,381			
Πολιτισμός & ιστορικοί πόροι-Κρήτη	,570		,545			
Ιατρική θεραπεία-Κρήτη		,810				
Αυτοπραγμάτωση-Κρήτη		,752				
Υγεία & Γυμναστική-Κρήτη		,732				,364
Επίσκεψη σε φίλους/συγγενείς-Κρήτη		,707				
Γνωριμία με νέους ανθρώπους-Κρήτη		,705	,452			
Διαφυγή-Κρήτη	,374	,580				
Αναζητώντας την καινοτομία-Κρήτη		,560	,515			,406
Ξεκούραση & Χαλάρωση-Κρήτη	,466	,497				
Αναζήτηση περιπέτειας-Κρήτη			,789			
Εξερεύνηση πολιτισμού-Κρήτη	,338	,305	,660			
Προσδοκίες-Κρήτη	,320		,572	,428		
Εικόνα προορισμού-Κρήτη	,322			,790		
Περιβαλλοντική ασφάλεια και ποιότητα-Κρήτη	,373			,725		
Απόλαυση νυχτερινής ζωής και ψώνια-Κρήτη					,859	
Καλές αγορές (shopping)-Κρήτη					,817	
Μεταφορικές εγκαταστάσεις-Κρήτη	,430					,724

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 9 iterations.

1	Απτοί παράγοντες
2	Ψυχολογικοί παράγοντες
3	Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης
4	Άυλοι
5	Αναζήτησης/Εξερεύνησης
6	Φυσικοί

Πίνακας 26 Παραγοντοποίηση για προορισμό την Κρήτη

Η πρώτη συνιστώσα δίνει προτεραιότητα στην προσωπική ασφάλεια και την ποιότητα των εγκαταστάσεων φιλοξενίας. Φαίνεται ότι οι τουρίστες στην Κρήτη εκτιμούν ιδιαίτερα την ασφάλεια και την ποιότητα των υπηρεσιών φιλοξενίας, μαζί με την ποικιλία και την ποιότητα του φαγητού, την τιμή και τη φιλικότητα των ανθρώπων.

Η δεύτερη συνιστώσα σχετίζεται με την υγεία και την αυτοπραγμάτωση. Περιλαμβάνει την ιατρική θεραπεία, την αυτοπραγμάτωση, την υγεία και τη γυμναστική, καθώς και τις επισκέψεις σε φίλους και συγγενείς. Αυτό δείχνει ότι για πολλούς τουρίστες, η ευεξία και οι κοινωνικές επαφές είναι σημαντικοί παράγοντες για την επιλογή προορισμού.

Η τρίτη συνιστώσα επικεντρώνεται στις δραστηριότητες περιπέτειας και πολιτισμού. Οι τουρίστες που εκτιμούν αυτές τις δραστηριότητες αναζητούν περιπέτειες, εξερευνήσεις πολιτισμού και καινοτομίες, υποδεικνύοντας ότι η ποικιλία δραστηριοτήτων είναι σημαντική για αυτούς.

Η τέταρτη συνιστώσα τονίζει τις προσδοκίες και την εικόνα του προορισμού. Περιλαμβάνει τις προσδοκίες των τουριστών, την εικόνα του προορισμού και την περιβαλλοντική ασφάλεια και ποιότητα. Οι τουρίστες αναζητούν έναν προορισμό που ανταποκρίνεται στις προσδοκίες τους και έχει θετική εικόνα και ασφαλές περιβάλλον.

Η πέμπτη συνιστώσα αφορά την ψυχαγωγία και τις αγορές. Οι παράγοντες εδώ περιλαμβάνουν την απόλαυση της νυχτερινής ζωής, τις καλές αγορές και τη μετακίνηση. Αυτό υποδηλώνει ότι οι τουρίστες που εκτιμούν αυτές τις δραστηριότητες αναζητούν προορισμούς που προσφέρουν ψυχαγωγία και αγορές.

Η έκτη συνιστώσα επικεντρώνεται στη χαλάρωση και τη μετακίνηση. Περιλαμβάνει τη διαφυγή, την ξεκούραση και χαλάρωση, καθώς και τις μεταφορικές εγκαταστάσεις. Αυτοί οι παράγοντες είναι σημαντικοί για τους τουρίστες που αναζητούν άνεση και ηρεμία κατά τη διάρκεια των διακοπών τους.

4.2.3.4. *Πόδος*

**Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	10,551	47,961	47,961	10,551	47,961	47,961	5,879	26,722	26,722
2	2,806	12,754	60,715	2,806	12,754	60,715	3,304	15,017	41,739
3	1,322	6,011	66,726	1,322	6,011	66,726	2,777	12,621	54,360
4	1,069	4,860	71,586	1,069	4,860	71,586	2,266	10,301	64,661
5	0,937	4,261	75,847	0,937	4,261	75,847	2,225	10,114	74,774
6	0,709	3,225	79,072	0,709	3,225	79,072	0,945	4,298	79,072
7	,634	2,880	81,952						
8	,604	2,747	84,699						
9	,449	2,042	86,740						
10	,373	1,694	88,435						
11	,326	1,481	89,916						
12	,313	1,423	91,339						
13	,294	1,337	92,676						
14	,275	1,249	93,925						
15	,242	1,098	95,024						
16	,214	0,975	95,998						
17	,190	0,865	96,863						
18	,174	0,792	97,655						
19	,158	0,718	98,373						
20	,148	0,672	99,045						
21	,122	0,554	99,599						
22	,088	,401	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

### Rotated Component Matrix

	Component					
	1	2	3	4	5	6
Εγκαταστάσεις φιλοξενίας-Ρόδος	,868					
Ποιότητα & ποικιλία φαγητού-Ρόδος	,823					
Προσωπική ασφάλεια-Ρόδος	,802					
Φιλικότητα των ανθρώπων-Ρόδος	,780		,367			
Προσδοκίες-Ρόδος	<b>,733</b>			,402		
Περιβαλλοντική ασφάλεια και ποιότητα-Ρόδος	,688	,347				
Εικόνα προορισμού-Ρόδος	,668			,382		
Μεταφορικές εγκαταστάσεις-Ρόδος	,622				,353	
Πολιτισμός & ιστορικοί πόροι-Ρόδος	,485		,457	,377	,344	
Ιατρική θεραπεία-Ρόδος		<b>,853</b>				
Υγεία & Γυμναστική-Ρόδος		,774				
Επίσκεψη σε φίλους/συγγενείς-Ρόδος		,763	,391			
Αναζήτηση περιπέτειας-Ρόδος	,329		,740			
Γνωριμία με νέους ανθρώπους-Ρόδος		,511	<b>,730</b>			
Αναζητώντας την καινοτομία-Ρόδος		,481	,614		<b>,339</b>	
Εξερεύνηση πολιτισμού-Ρόδος	,463		,595	,365		
Διαφυγή-Ρόδος	,314			<b>,821</b>		
Ξεκούραση & Χαλάρωση-Ρόδος	,401			,621		
Αυτοπραγμάτωση-Ρόδος		,501	,339	,565		
Καλές αγορές (shopping)-Ρόδος		,316			,852	
Απόλαυση νυχτερινής ζωής και ψώνια-Ρόδος					,839	
Τιμή-Ρόδος	,545					<b>,681</b>

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 10 iterations.

1	Άυλοι
2	Φυσικοί
3	Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης
4	Ψυχολογικοί παράγοντες
5	Αναζήτησης/Εξερεύνησης
6	Απτοί παράγοντες

Πίνακας 27 Παραγοντοποίηση για προορισμό την Ρόδο

Η πρώτη συνιστώσα τονίζει την ποιότητα της συνολικής εμπειρίας φιλοξενίας. Οι παράγοντες που φορτίζουν υψηλά περιλαμβάνουν τις εγκαταστάσεις φιλοξενίας, την ποιότητα και ποικιλία φαγητού, την προσωπική ασφάλεια, τη φιλικότητα των ανθρώπων και τις προσδοκίες των τουριστών. Αυτά δείχνουν ότι οι τουρίστες εκτιμούν πολύ την άνεση, την ασφάλεια και την φιλική ατμόσφαιρα του προορισμού.

Η δεύτερη συνιστώσα επικεντρώνεται στην υγεία και τις κοινωνικές επαφές. Περιλαμβάνει την ιατρική θεραπεία, την υγεία και γυμναστική, την επίσκεψη σε φίλους και συγγενείς, και τη γνωριμία με νέους ανθρώπους. Αυτό δείχνει ότι για πολλούς τουρίστες, η υγειονομική περίθαλψη και οι κοινωνικές σχέσεις είναι σημαντικές.

Η τρίτη συνιστώσα σχετίζεται με την αναζήτηση περιπέτειας και πολιτιστικών δραστηριοτήτων. Περιλαμβάνει την αναζήτηση περιπέτειας, την εξερεύνηση πολιτισμού και την αναζήτηση καινοτομίας. Αυτοί οι παράγοντες δείχνουν ότι οι τουρίστες αναζητούν περιπέτεια και πολιτιστικές εμπειρίες στις διακοπές τους.

Η τέταρτη συνιστώσα εστιάζει στην ανάγκη διαφυγής και χαλάρωσης. Περιλαμβάνει τη διαφυγή, την ξεκούραση και χαλάρωση, και την αυτοπραγμάτωση. Οι τουρίστες που δίνουν έμφαση σε αυτούς τους παράγοντες επιδιώκουν να αποδράσουν από την καθημερινότητα και να βρουν ηρεμία και αυτοβελτίωση.

Η πέμπτη συνιστώσα επικεντρώνεται στην ψυχαγωγία και τις αγορές. Περιλαμβάνει τις καλές αγορές και την απόλαυση νυχτερινής ζωής και ψώνια. Αυτοί οι παράγοντες δείχνουν ότι οι τουρίστες εκτιμούν τις ψυχαγωγικές δραστηριότητες και τις αγορές κατά τη διάρκεια των διακοπών τους.

Η τελευταία συνιστώσα σχετίζεται με τη μετακίνηση και την τιμή. Περιλαμβάνει τις μεταφορικές εγκαταστάσεις και την τιμή. Αυτό υποδηλώνει ότι για κάποιους τουρίστες, η άνετη μετακίνηση και η οικονομική διάσταση είναι βασικοί παράγοντες για την επιλογή του προορισμού.

4.2.3.5. *Κέρκυρα*

**Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	10,538	47,898	47,898	10,538	47,898	47,898	5,131	23,321	23,321
2	2,690	12,225	60,123	2,690	12,225	60,123	4,015	18,249	41,569
3	1,115	5,068	65,191	1,115	5,068	65,191	2,864	13,020	54,590
4	1,035	4,706	69,897	1,035	4,706	69,897	2,006	9,118	63,708
5	,994	4,516	74,413	,994	4,516	74,413	1,801	8,188	71,896
6	,777	3,530	77,943	,777	3,530	77,943	1,330	6,046	77,943
7	,705	3,204	81,147						
8	,570	2,592	83,738						
9	,513	2,332	86,070						
10	,461	2,095	88,166						
11	,379	1,724	89,889						
12	,360	1,634	91,524						
13	,307	1,397	92,920						
14	,279	1,269	94,189						
15	,232	1,052	95,242						
16	,220	1,000	96,241						
17	,204	0,926	97,168						
18	,173	0,786	97,953						
19	,158	0,720	98,674						
20	,129	0,586	99,260						
21	,093	0,424	99,684						
22	,069	,316	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component					
	1	2	3	4	5	6
Εγκαταστάσεις φιλοξενίας-Κέρκυρα	,881					
Ποιότητα & ποικιλία φαγητού-Κέρκυρα	,859					
Προσωπική ασφάλεια-Κέρκυρα	,782					,386
Μεταφορικές εγκαταστάσεις-Κέρκυρα	,756	,327				
Περιβαλλοντική ασφάλεια και ποιότητα-Κέρκυρα	,670	,413				,337
Φιλικότητα των ανθρώπων-Κέρκυρα	,663		,305	,336		
Προσδοκίες-Κέρκυρα	,604		,443			
Ιατρική θεραπεία-Κέρκυρα		,846				
Υγεία & Γυμναστική-Κέρκυρα		,813				
Αυτοπραγμάτωση-Κέρκυρα		,718	,373	,353		
Αναζητώντας την καινοτομία-Κέρκυρα		,633	,561			
Γνωριμία με νέους ανθρώπους-Κέρκυρα		,608	,532			
Επίσκεψη σε φίλους/συγγενείς-Κέρκυρα		,584			,350	
Εξερεύνηση πολιτισμού-Κέρκυρα	,358		,735	,356		
Αναζήτηση περιπέτειας-Κέρκυρα	,366	,367	,641			
Πολιτισμός & ιστορικοί πόροι-Κέρκυρα	,315		,607	,457		
Εικόνα προορισμού-Κέρκυρα	,469		,472			,467
Διαφυγή-Κέρκυρα		,315		,783		
Ξεκούραση & Χαλάρωση-Κέρκυρα	,420			,716		
Απόλαυση νυχτερινής ζωής και ψώνια-Κέρκυρα					,816	
Καλές αγορές (shopping)-Κέρκυρα		,472			,720	
Τιμή-Κέρκυρα	,400					,778

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 8 iterations.

1	Απτόι παράγοντες
2	Φυσικοί
3	Αναζήτησης/Εξερεύνησης
4	Ψυχολογικοί παράγοντες
5	Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης
6	Άυλοι

Πίνακας 28 Παραγοντοποίηση για προορισμό την Κέρκυρα

Η πρώτη συνιστώσα επικεντρώνεται στην ποιότητα των εγκαταστάσεων φιλοξενίας και της γαστρονομίας. Οι παράγοντες που επηρεάζουν έντονα περιλαμβάνουν τις εγκαταστάσεις φιλοξενίας, την ποιότητα και ποικιλία φαγητού και την προσωπική ασφάλεια. Αυτό υποδηλώνει ότι οι τουρίστες στην Κέρκυρα αποδίδουν μεγάλη σημασία στις υποδομές και την ασφάλεια κατά τη διαμονή τους.

Η δεύτερη συνιστώσα σχετίζεται με τις υπηρεσίες υγείας και τις κοινωνικές επαφές. Οι παράγοντες που περιλαμβάνονται είναι η ιατρική θεραπεία, η υγεία και γυμναστική, καθώς και η αυτοπραγμάτωση. Οι τουρίστες που δίνουν έμφαση σε αυτούς τους παράγοντες ενδιαφέρονται για τη φυσική τους κατάσταση και την υγεία κατά τη διάρκεια των διακοπών τους.

Η τρίτη συνιστώσα επικεντρώνεται στις δραστηριότητες και τις εμπειρίες. Περιλαμβάνει την εξερεύνηση πολιτισμού, την αναζήτηση περιπέτειας και την αναζήτηση καινοτομίας. Οι τουρίστες που δίνουν έμφαση σε αυτούς τους παράγοντες αναζητούν πλούσιες πολιτιστικές και περιπετειώδεις εμπειρίες.

Η τέταρτη συνιστώσα αναφέρεται στις προσδοκίες των τουριστών και την εικόνα του προορισμού. Περιλαμβάνει τις προσδοκίες, την εικόνα του προορισμού και τη διαφυγή. Οι τουρίστες επιθυμούν να έχουν μια εμπειρία που ανταποκρίνεται στις προσδοκίες τους και να αποδράσουν από την καθημερινότητα.

Η πέμπτη συνιστώσα αφορά τις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις και τις επισκέψεις σε φίλους και συγγενείς. Περιλαμβάνει παράγοντες όπως η επίσκεψη σε φίλους/συγγενείς και η γνωριμία με νέους ανθρώπους. Οι τουρίστες εκτιμούν τις κοινωνικές επαφές και τις προσωπικές σχέσεις κατά τις διακοπές τους.

Η έκτη συνιστώσα σχετίζεται με την ξεκούραση και τη χαλάρωση. Περιλαμβάνει τη ξεκούραση και χαλάρωση και την προσωπική ασφάλεια. Αυτό υποδηλώνει ότι η ηρεμία και η ασφάλεια είναι σημαντικοί παράγοντες για τους τουρίστες που επιθυμούν να χαλαρώσουν κατά τη διάρκεια των διακοπών τους.

## 4.2.3.6. Ζάκυνθος

## Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	9,578	43,537	43,537	9,578	43,537	43,537	4,559	20,725	20,725
2	2,772	12,602	56,139	2,772	12,602	56,139	3,202	14,557	35,282
3	1,474	6,700	62,839	1,474	6,700	62,839	3,192	14,510	49,792
4	1,214	5,517	68,356	1,214	5,517	68,356	2,220	10,090	59,881
5	1,057	4,806	73,162	1,057	4,806	73,162	1,938	8,810	68,691
6	0,884	4,016	77,178	0,884	4,016	77,178	1,867	8,487	77,178
7	,704	3,201	80,379						
8	,626	2,844	83,223						
9	,562	2,553	85,776						
10	,495	2,249	88,025						
11	,390	1,772	89,797						
12	,349	1,587	91,384						
13	,339	1,543	92,927						
14	,284	1,289	94,216						
15	,235	1,066	95,283						
16	,196	0,892	96,175						
17	,177	0,805	96,980						
18	,172	0,780	97,760						
19	,142	0,645	98,405						
20	,134	0,611	99,015						
21	,111	0,505	99,520						
22	,106	,480	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

## Rotated Component Matrix

	Component					
	1	2	3	4	5	6
Εγκαταστάσεις φιλοξενίας-Ζάκυνθος	,858					
Προσωπική ασφάλεια-Ζάκυνθος	,810					
Ποιότητα & ποικιλία φαγητού-Ζάκυνθος	,748				,496	
Περιβαλλοντική ασφάλεια και ποιότητα-Ζάκυνθος	,710	,310				
Τιμή-Ζάκυνθος	,705					,325
Φιλικότητα των ανθρώπων-Ζάκυνθος	,628		,412			
Μεταφορικές εγκαταστάσεις-Ζάκυνθος	,603	,340	,353			
Ιατρική θεραπεία-Ζάκυνθος		,787				
Υγεία & Γυμναστική-Ζάκυνθος		,756				,313
Επίσκεψη σε φίλους/συγγενείς-Ζάκυνθος		,740	,303			

Αυτοπραγμάτωση-Ζάκυνθος		,591		,532		
Αναζήτηση περιπέτειας-Ζάκυνθος			,763			
Εξερεύνηση πολιτισμού-Ζάκυνθος	,364		,715			
Γνωριμία με νέους ανθρώπους-Ζάκυνθος		,479	,702			
Αναζητώντας την καινοτομία-Ζάκυνθος		,497	,650			
Πολιτισμός & ιστορικοί πόροι-Ζάκυνθος	,426		,578			,343
Διαφυγή-Ζάκυνθος				,845		
Ξεκούραση & Χαλάρωση-Ζάκυνθος	,359			,838		
Προσδοκίες-Ζάκυνθος	,358				,783	
Εικόνα προορισμού-Ζάκυνθος	,358				,738	
Απόλαυση νυχτερινής ζωής και ψώνια-Ζάκυνθος						,829
Καλές αγορές (shopping)-Ζάκυνθος		,447				,767

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

1	Απτόι παράγοντες
2	Φυσικοί
3	Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης
4	Ψυχολογικοί παράγοντες
5	Άυλοι
6	Αναζήτησης/Εξερεύνησης

Πίνακας 29 Παραγοντοποίηση για προορισμό την Ζάκυνθο

Η πρώτη συνιστώσα επικεντρώνεται στα υλικά στοιχεία της ταξιδιωτικής εμπειρίας. Περιλαμβάνει την ποιότητα των εγκαταστάσεων φιλοξενίας, την προσωπική ασφάλεια, την ποιότητα και ποικιλία φαγητού, την περιβαλλοντική ασφάλεια και ποιότητα, την τιμή, τη φιλικότητα των ανθρώπων και τις μεταφορικές εγκαταστάσεις. Οι τουρίστες στη Ζάκυνθο δίνουν μεγάλη έμφαση στις λειτουργικές και υλικές πτυχές της διαμονής τους.

Η δεύτερη συνιστώσα σχετίζεται με την υγεία και τη φυσική κατάσταση. Περιλαμβάνει την ιατρική θεραπεία, την υγεία και γυμναστική, καθώς και τις επισκέψεις σε φίλους και συγγενείς. Οι τουρίστες που ενδιαφέρονται για αυτούς τους παράγοντες δίνουν έμφαση στη διατήρηση της φυσικής τους κατάστασης και την καλή υγεία κατά τη διάρκεια των διακοπών τους.

Η τρίτη συνιστώσα αφορά τις κοινωνικές επαφές και την αναζήτηση νέων εμπειριών. Περιλαμβάνει την αναζήτηση περιπέτειας, την εξερεύνηση πολιτισμού, τη γνωριμία με νέους ανθρώπους και την αναζήτηση καινοτομίας. Οι τουρίστες επιδιώκουν να γνωρίσουν νέους ανθρώπους και να ζήσουν νέες περιπέτειες, αναζητώντας πλούσιες και ποικίλες εμπειρίες.

Η τέταρτη συνιστώσα αναφέρεται στην ψυχολογική ευημερία και την ανάγκη διαφυγής και χαλάρωσης. Περιλαμβάνει τη διαφυγή, τη ξεκούραση και χαλάρωση. Οι τουρίστες επιθυμούν να αποδράσουν από την καθημερινότητα και να βρουν ηρεμία και χαλάρωση.

Η πέμπτη συνιστώσα επικεντρώνεται στις προσδοκίες και την αντίληψη της ποιότητας. Περιλαμβάνει την ποιότητα και ποικιλία φαγητού, τις προσδοκίες και την εικόνα του προορισμού. Οι τουρίστες δίνουν έμφαση σε αυτούς τους παράγοντες καθώς επιθυμούν μια εμπειρία που ανταποκρίνεται στις προσδοκίες τους και έχει θετική εικόνα και ποιότητα.

Η έκτη και τελευταία συνιστώσα επικεντρώνεται στις δραστηριότητες αναζήτησης και εξερεύνησης με έμφαση στην τιμή και τις ψυχαγωγικές δραστηριότητες. Περιλαμβάνει την τιμή, την υγεία και γυμναστική, τους πολιτισμούς και ιστορικούς πόρους, την απόλαυση νυχτερινής ζωής και ψώνια, καθώς και τις καλές αγορές. Οι τουρίστες αναζητούν εμπειρίες που συνδυάζουν αναζήτηση και εξερεύνηση με οικονομικές και ψυχαγωγικές επιλογές.

#### 4.2.4. Παλινδρόμηση

##### 4.2.4.1. Οπουδήποτε

#### Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Απτών παραγόντων

**Model Summary**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,167 <sup>a</sup>	1,468	13	95	,144	1,578

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδιών Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδιών Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδιών, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά  
 b. Dependent Variable: Απτοί παράγοντες

**Coefficients**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	-1,170	,755		-1,548	,125	-2,669	,330
	Φύλο	,322	,255	,137	1,263	,210	-,184	,827
	Οικογενειακή Κατάσταση	-,065	,088	-,073	-,732	,466	-,240	,111
	Παιδιά	-,094	,141	-,105	-,666	,507	-,373	,186
	Επάγγελμα	,159	,109	,158	1,460	,148	-,057	,374
	Επαρχία	-,084	,107	-,077	-,786	,434	-,295	,128
	Τόπος Κατοικίας	,187	,235	,080	,796	,428	-,279	,653
	Ηλικία	,024	,135	,024	,174	,862	-,245	,292
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	,048	,064	,079	,748	,457	-,080	,176
	Εκπαίδευση	,070	,121	,063	,581	,563	-,170	,311
	Συχνότητα Ταξιδιών	-,164	,078	-,229	-2,113	,037	-,318	-,010
	Αριθμός ταξιδιών Εσωτερικού	1,435E-05	,002	,001	,007	,994	-,004	,004
	Αριθμός ταξιδιών Εξωτερικού	-,034	,021	-,152	-1,562	,122	-,076	,009
	Τουριστική Δαπάνη	,000	,000	,191	1,732	,087	,000	,001

a. Dependent Variable: Απτοί παράγοντες

Πίνακας 30 Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Απτών παραγόντων

Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Αναζήτησης/Εξερεύνησης

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,218 <sup>a</sup>	2,032	13	95	,026	1,792

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Αναζήτησης/Εξερεύνησης

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	,434	,732		,592	,555	-1,020	1,887
	Φύλο	-,078	,247	-,033	-,316	,753	-,568	,412
	Οικογενειακή Κατάσταση	,011	,086	,013	,133	,895	-,159	,181
	Παιδιά	-,047	,137	-,053	-,345	,731	-,318	,224
	Επάγγελμα	-,156	,105	-,156	-1,487	,140	-,365	,052
	Επαρχία	-,143	,103	-,132	-1,385	,169	-,348	,062
	Τόπος Κατοικίας	,052	,228	,022	,229	,819	-,400	,504
	Ηλικία	-,104	,131	-,107	-,791	,431	-,364	,157
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	-,134	,062	-,219	-2,146	,034	-,258	-,010
	Εκπαίδευση	,230	,117	,207	1,958	,053	-,003	,463
	Συχνότητα Ταξιδίων	,171	,075	,238	2,269	,026	,021	,320
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,002	,002	,093	,974	,333	-,002	,006
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	-,019	,021	-,087	-,923	,358	-,061	,022
Τουριστική Δαπάνη	6,971E-05	,000	,046	,430	,668	,000	,000	

a. Dependent Variable: Αναζήτησης/Εξερεύνησης

Πίνακας 31 Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Αναζήτησης/Εξερεύνησης

Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Ψυχολογικών παραγόντων

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,151 <sup>a</sup>	1,304	13	95	,225	1,974

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Ψυχολογικοί παράγοντες

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	,535	,763		,701	,485	-,979	2,049
	Φύλο	,166	,257	,071	,647	,519	-,344	,677
	Οικογενειακή Κατάσταση	,109	,089	,123	1,222	,225	-,068	,286
	Παιδιά	,277	,142	,311	1,949	,054	-,005	,559
	Επάγγελμα	-,108	,110	-,108	-,984	,327	-,326	,110
	Επαρχία	-,104	,108	-,096	-,970	,334	-,318	,109
	Τόπος Κατοικίας	-,411	,237	-,176	-1,734	,086	-,881	,060
	Ηλικία	-,169	,137	-,174	-1,239	,218	-,440	,102
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	-,061	,065	-,099	-,934	,353	-,190	,068
	Εκπαίδευση	-,089	,122	-,081	-,730	,467	-,332	,153
	Συχνότητα Ταξιδίων	,044	,078	,061	,556	,579	-,112	,199
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,002	,002	,097	,977	,331	-,002	,006
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	-,005	,022	-,024	-,247	,805	-,048	,038
	Τουριστική Δαπάνη	9,514E-05	,000	,063	,563	,574	,000	,000

a. Dependent Variable: Ψυχολογικοί παράγοντες

Πίνακας 32 Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Ψυχολογικών παραγόντων

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,127 <sup>a</sup>	1,065	13	95	,399	2,183

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά  
 b. Dependent Variable: Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	-1,025	,773		-1,325	,188	-2,560	,511
	Φύλο	,471	,261	,200	1,805	,074	-,047	,989
	Οικογενειακή Κατάσταση	-,069	,091	-,077	-,757	,451	-,248	,111
	Παιδιά	,098	,144	,110	,681	,498	-,188	,384
	Επάγγελμα	,071	,111	,071	,640	,524	-,150	,292
	Επαρχία	-,151	,109	-,139	-1,381	,171	-,367	,066
	Τόπος Κατοικίας	,267	,240	,114	1,109	,270	-,211	,744
	Ηλικία	-,016	,139	-,016	-,115	,908	-,291	,259
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	,013	,066	,022	,203	,840	-,117	,144
	Εκπαίδευση	,011	,124	,009	,085	,933	-,236	,257
	Συχνότητα Ταξιδίων	,055	,079	,077	,694	,489	-,103	,213
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,002	,002	,096	,958	,340	-,002	,006
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	,009	,022	,040	,406	,686	-,035	,053
	Τουριστική Δαπάνη	,000	,000	-,209	-1,851	,067	-,001	,000

a. Dependent Variable: Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης

Πίνακας 33 Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Άυλων παραγόντων**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,190 <sup>a</sup>	1,714	13	95	,070	1,394

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Άυλοι

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	-,329	,745		-,441	,660	-1,808	1,151
	Φύλο	,515	,251	,219	2,050	,043	,016	1,014
	Οικογενειακή Κατάσταση	-,015	,087	-,016	-,168	,867	-,188	,158
	Παιδιά	,076	,139	,085	,545	,587	-,200	,352
	Επάγγελμα	,016	,107	,016	,146	,884	-,197	,228
	Επαρχία	-,163	,105	-,151	-1,555	,123	-,372	,045
	Τόπος Κατοικίας	-,363	,232	-,155	-1,568	,120	-,823	,097
	Ηλικία	-,138	,133	-,142	-1,032	,305	-,403	,127
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	,050	,063	,081	,781	,437	-,076	,176
	Εκπαίδευση	,030	,119	,027	,253	,801	-,207	,267
	Συχνότητα Ταξιδίων	-,126	,077	-,176	-1,647	,103	-,278	,026
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,004	,002	,181	1,867	,065	,000	,008
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	,020	,021	,089	,933	,353	-,022	,062
	Τουριστική Δαπάνη	,000	,000	,104	,955	,342	,000	,000

a. Dependent Variable: Άυλοι

Πίνακας 34 Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Άυλων παραγόντων

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Φυσικών παραγόντων**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,294 <sup>a</sup>	3,038	13	95	,001	2,013

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Φυσικοί

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	,592	,696		,850	,397	-,790	1,973
	Φύλο	,356	,235	,152	1,519	,132	-,109	,822
	Οικογενειακή Κατάσταση	-,208	,081	-,234	-2,559	,012	-,370	-,047
	Παιδιά	-,391	,130	-,438	-3,013	,003	-,648	-,133
	Επάγγελμα	-,128	,100	-,128	-1,280	,204	-,327	,071
	Επαρχία	-,035	,098	-,032	-,352	,726	-,229	,160
	Τόπος Κατοικίας	,346	,216	,148	1,602	,113	-,083	,776
	Ηλικία	,373	,125	,384	2,990	,004	,125	,620
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	-,037	,059	-,060	-,620	,537	-,154	,081
	Εκπαίδευση	-,091	,112	-,082	-,820	,414	-,313	,130
	Συχνότητα Ταξιδίων	-,228	,072	-,318	-3,190	,002	-,370	-,086
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,003	,002	,161	1,785	,077	,000	,007
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	,000	,020	-,002	-,019	,985	-,040	,039
	Τουριστική Δαπάνη	-3,419E-05	,000	-,023	-,222	,825	,000	,000

a. Dependent Variable: Φυσικοί

Πίνακας 35 Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Φυσικών παραγόντων

## Γενική Ερμηνεία των Παλινδρομήσεων για Οποιοδήποτε Προορισμό

### **1. FAC1\_Tangible (Απτοί Παράγοντες)**

Συχνότητα Ταξιδιών: Είχε αρνητική και στατιστικά σημαντική επίδραση ( $p = 0.037$ ,  $B = -0.164$ ). Αυτό δείχνει ότι οι συχνότερες ταξιδιωτικές δραστηριότητες ενδεχομένως να μειώνουν την εκτίμηση των απτών παραγόντων.

### **2. FAC2\_Seeking\_Exploration (Αναζήτηση/Εξερεύνηση)**

Συχνότητα Ταξιδιών: Είχε θετική και στατιστικά σημαντική επίδραση ( $p = 0.026$ ,  $B = 0.171$ ).

Ετήσιο Εισόδημα (Binned): Είχε αρνητική και στατιστικά σημαντική επίδραση ( $p = 0.034$ ,  $B = -0.134$ ). Οι κάτοικοι με υψηλότερο εισόδημα είναι λιγότερο πιθανό να αναζητούν και να εξερευνούν νέους προορισμούς.

### **3. FAC3\_Psychological (Ψυχολογικοί Παράγοντες)**

Παιδιά: Είχε θετική επίδραση ( $p = 0.054$ ,  $B = 0.277$ ), δείχνοντας ότι οι γονείς μπορεί να δίνουν έμφαση στους ψυχολογικούς παράγοντες.

Τόπος Κατοικίας: Είχε αρνητική επίδραση ( $p = 0.086$ ,  $B = -0.411$ ), δείχνοντας ότι οι κάτοικοι αστικών περιοχών μπορεί να νιώθουν μεγαλύτερη ανάγκη για ψυχολογική ευημερία.

### **4. FAC4\_Social.Interaction (Κοινωνική Αλληλεπίδραση)**

Φύλο: Είχε θετική επίδραση ( $p = 0.074$ ,  $B = 0.471$ ).

Τουριστική Δαπάνη: Είχε αρνητική επίδραση ( $p=0.067$ ,  $B=-0.000$ ), υποδεικνύοντας ότι μεγαλύτερη τουριστική δαπάνη μπορεί να μειώνει την κοινωνική αλληλεπίδραση.

### **5. FAC5\_Intangible (Άυλοι Παράγοντες)**

Φύλο: Είχε θετική και στατιστικά σημαντική επίδραση ( $p = 0.043$ ,  $B = 0.515$ ).

## 6. FAC6\_Physical (Φυσικοί Παράγοντες)

Οικογενειακή Κατάσταση: Είχε αρνητική και στατιστικά σημαντική επίδραση ( $p = 0.012$ ,  $B = -0.208$ ).

Παιδιά: Είχε αρνητική και στατιστικά σημαντική επίδραση ( $p = 0.003$ ,  $B = -0.391$ ).

Ηλικία: Είχε θετική και στατιστικά σημαντική επίδραση ( $p = 0.004$ ,  $B = 0.373$ ).

Συχνότητα Ταξιδιών: Είχε αρνητική και στατιστικά σημαντική επίδραση ( $p = 0.002$ ,  $B = -0.228$ ).

Από τις έξι εξαρτημένες μεταβλητές, οι Φυσικοί Παράγοντες (FAC6\_Physical) φαίνεται να είχαν τη μεγαλύτερη επίδραση, λόγω του ότι περισσότεροι δημογραφικοί παράγοντες επηρεάζουν αυτή τη μεταβλητή στατιστικά σημαντικά.

Φυσικοί Παράγοντες (FAC6\_Physical): Αρκετοί δημογραφικοί παράγοντες όπως η Οικογενειακή Κατάσταση, τα Παιδιά, η Ηλικία και η Συχνότητα Ταξιδιών, είχαν στατιστικά σημαντικές επιδράσεις, υποδεικνύοντας ότι οι φυσικοί παράγοντες είναι ιδιαίτερα σημαντικοί στην απόφαση των Κυπρίων να επιλέξουν έναν προορισμό.

4.2.4.2. Κύπρος

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Απτών παραγόντων**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,159 <sup>a</sup>	1,381	13	95	,183	1,593

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Απτοί-Κύπρος

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	-1,244	,759		-1,638	,105	-2,751	,263
	Φύλο	,430	,256	,183	1,678	,097	-,079	,938
	Οικογενειακή Κατάσταση	-,048	,089	-,054	-,544	,588	-,225	,128
	Παιδιά	-,334	,142	-,374	-2,360	,020	-,615	-,053
	Επάγγελμα	,071	,109	,070	,647	,520	-,146	,287
	Επαρχία	,123	,107	,113	1,145	,255	-,090	,335
	Τόπος Κατοικίας	,530	,236	,227	2,247	,027	,062	,998
	Ηλικία	,359	,136	,369	2,636	,010	,089	,629
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	-,021	,065	-,034	-,320	,750	-,149	,108
	Εκπαίδευση	-,130	,122	-,118	-1,071	,287	-,372	,111
	Συχνότητα Ταξιδίων	-,159	,078	-,222	-2,041	,044	-,314	-,004
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,002	,002	,090	,907	,367	-,002	,006
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	,002	,022	,011	,110	,912	-,040	,045
	Τουριστική Δαπάνη	7,085E-06	,000	,005	,042	,966	,000	,000

a. Dependent Variable: Απτοί-Κύπρος

*Πίνακας 36 Κύπρος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Απτών παραγόντων*

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Φυσικών παραγόντων**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,251 <sup>a</sup>	2,448	13	95	,007	2,100

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Φυσικοί-Κύπρος

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	,270	,717		,377	,707	-1,153	1,692
	Φύλο	,556	,242	,237	2,302	,024	,076	1,036
	Οικογενειακή Κατάσταση	,037	,084	,042	,445	,658	-,129	,204
	Παιδιά	,062	,134	,069	,464	,644	-,203	,327
	Επάγγελμα	,121	,103	,121	1,173	,244	-,084	,325
	Επαρχία	-,107	,101	-,098	-1,055	,294	-,307	,094
	Τόπος Κατοικίας	-,119	,223	-,051	-,533	,596	-,561	,323
	Ηλικία	-,158	,128	-,162	-1,228	,223	-,412	,097
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	-,086	,061	-,141	-1,413	,161	-,207	,035
	Εκπαίδευση	-,277	,115	-,250	-2,414	,018	-,505	-,049
	Συχνότητα Ταξιδίων	-,107	,074	-,149	-1,451	,150	-,253	,039
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,003	,002	,136	1,459	,148	-,001	,007
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	-,013	,020	-,058	-,634	,528	-,053	,028
Τουριστική Δαπάνη	4,342E-05	,000	,029	,274	,785	,000	,000	

a. Dependent Variable: Φυσικοί-Κύπρος

*Πίνακας 37 Κύπρος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Φυσικών παραγόντων*

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων  
Αναζήτησης/Εξερεύνησης**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,121 <sup>a</sup>	1,003	13	95	,455	1,613

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Αναζήτησης/Εξερεύνησης-Κύπρος

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	,748	,776		,964	,338	-,793	2,289
	Φύλο	-,133	,262	-,057	-,508	,612	-,653	,387
	Οικογενειακή Κατάσταση	-,076	,091	-,086	-,842	,402	-,257	,104
	Παιδιά	,031	,145	,035	,214	,831	-,256	,318
	Επάγγελμα	-,154	,112	-,154	-1,378	,171	-,375	,068
	Επαρχία	-,195	,109	-,180	-1,783	,078	-,413	,022
	Τόπος Κατοικίας	-,006	,241	-,002	-,023	,982	-,484	,473
	Ηλικία	,008	,139	,008	,059	,953	-,268	,284
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	-,076	,066	-,124	-1,147	,254	-,207	,055
	Εκπαίδευση	,185	,124	,167	1,484	,141	-,062	,432
	Συχνότητα Ταξιδίων	,144	,080	,200	1,801	,075	-,015	,302
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,001	,002	,061	,603	,548	-,003	,005
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	-,015	,022	-,069	-,692	,491	-,059	,029
	Τουριστική Δαπάνη	,000	,000	-,097	-,859	,393	,000	,000

a. Dependent Variable: Αναζήτησης/Εξερεύνησης-Κύπρος

*Πίνακας 38 Κύπρος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Αναζήτησης/Εξερεύνησης*

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Άυλων παραγόντων**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,077 <sup>a</sup>	,607	13	95	,843	2,279

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Άυλοι-Κύπρος

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	,279	,796		,351	,726	-1,300	1,859
	Φύλο	,300	,268	,128	1,119	,266	-,232	,833
	Οικογενειακή Κατάσταση	-,120	,093	-,135	-1,287	,201	-,305	,065
	Παιδιά	,014	,148	,016	,098	,922	-,280	,309
	Επάγγελμα	-,086	,114	-,086	-,755	,452	-,313	,141
	Επαρχία	-,180	,112	-,166	-1,605	,112	-,403	,043
	Τόπος Κατοικίας	-,072	,247	-,031	-,291	,772	-,563	,419
	Ηλικία	-,004	,142	-,004	-,027	,979	-,287	,279
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	,051	,068	,084	,759	,450	-,083	,186
	Εκπαίδευση	-,035	,128	-,032	-,275	,784	-,288	,218
	Συχνότητα Ταξιδίων	,026	,082	,037	,324	,747	-,136	,189
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,001	,002	,053	,510	,612	-,003	,005
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	,009	,023	,040	,388	,699	-,036	,054
	Τουριστική Δαπάνη	4,477E-06	,000	,003	,025	,980	,000	,000

a. Dependent Variable: Άυλοι-Κύπρος

*Πίνακας 39 Κύπρος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Άυλων παραγόντων*

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,136 <sup>a</sup>	1,153	13	95	,326	1,695

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης-Κύπρος

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	,406	,769		,528	,599	-1,121	1,934
	Φύλο	,045	,259	,019	,175	,862	-,470	,560
	Οικογενειακή Κατάσταση	-,045	,090	-,051	-,504	,615	-,224	,133
	Παιδιά	-,020	,143	-,023	-,143	,887	-,305	,264
	Επάγγελμα	,277	,111	,276	2,503	,014	,057	,496
	Επαρχία	,012	,108	,011	,115	,909	-,203	,228
	Τόπος Κατοικίας	-,487	,239	-,209	-2,037	,044	-,962	-,012
	Ηλικία	-,066	,138	-,068	-,482	,631	-,340	,207
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	-,053	,066	-,087	-,810	,420	-,183	,077
	Εκπαίδευση	-,103	,123	-,093	-,833	,407	-,348	,142
	Συχνότητα Ταξιδίων	-,030	,079	-,041	-,374	,709	-,187	,127
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,002	,002	,095	,951	,344	-,002	,006
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	,015	,022	,067	,678	,499	-,029	,058
	Τουριστική Δαπάνη	-2,598E-05	,000	-,017	-,153	,879	,000	,000

a. Dependent Variable: Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης-Κύπρος

*Πίνακας 40 Κύπρος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης*

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Ψυχολογικών παραγόντων**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,119 <sup>a</sup>	,990	13	95	,467	1,742

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Ψυχολογικοί-Κύπρος

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	-1,081	,777		-1,391	,167	-2,624	,461
	Φύλο	-,058	,262	-,025	-,221	,825	-,578	,462
	Οικογενειακή Κατάσταση	,040	,091	,045	,440	,661	-,140	,221
	Παιδιά	,239	,145	,268	1,649	,102	-,049	,526
	Επάγγελμα	-,062	,112	-,062	-,556	,580	-,284	,160
	Επαρχία	-,069	,110	-,063	-,626	,533	-,286	,149
	Τόπος Κατοικίας	,010	,241	,004	,042	,966	-,469	,489
	Ηλικία	-,077	,139	-,079	-,553	,581	-,353	,199
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	,022	,066	,035	,327	,744	-,110	,153
	Εκπαίδευση	,321	,125	,290	2,581	,011	,074	,569
	Συχνότητα Ταξιδίων	-,041	,080	-,057	-,509	,612	-,199	,118
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,002	,002	,109	1,078	,284	-,002	,006
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	,024	,022	,109	1,088	,279	-,020	,068
Τουριστική Δαπάνη	6,465E-05	,000	,043	,376	,708	,000	,000	

a. Dependent Variable: Ψυχολογικοί-Κύπρος

*Πίνακας 41 Κύπρος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Ψυχολογικών παραγόντων*

## Γενική Ερμηνεία των Παλινδρομήσεων για προορισμό την Κύπρο

### **1. Απτοί Παράγοντες στην Κύπρο (FAC1CY\_Tangible)**

Τα Παιδιά, ο Τόπος Κατοικίας, η Ηλικία και η Συχνότητα Ταξιδιών ήταν στατιστικά σημαντικοί παράγοντες. Τα Παιδιά και η Συχνότητα Ταξιδιών είχαν αρνητική επίδραση, ενώ ο Τόπος Κατοικίας και η Ηλικία είχαν θετική επίδραση.

### **2. Φυσικοί Παράγοντες στην Κύπρο (FAC2CY\_Physical)**

Η Εκπαίδευση και το Φύλο ήταν στατιστικά σημαντικοί παράγοντες. Το Φύλο είχε θετική επίδραση, ενώ η Εκπαίδευση είχε αρνητική επίδραση. Τα υψηλότερα επίπεδα εκπαίδευσης σχετίζονταν με χαμηλότερη εκτίμηση των φυσικών παραγόντων.

### **3. Αναζήτηση/Εξερεύνηση στην Κύπρο (FAC3CY\_Seeking\_Exploration)**

Η Επαρχία και η Συχνότητα Ταξιδιών είχαν οριακά στατιστικά σημαντικές επιδράσεις. Οι κάτοικοι ορισμένων επαρχιών ήταν λιγότερο πιθανό να εξερευνήσουν την Κύπρο, ενώ η αυξημένη συχνότητα ταξιδιών σχετιζόταν με αυξημένη διάθεση για εξερεύνηση.

### **4. Άυλοι Παράγοντες στην Κύπρο (FAC4CY\_Intangible)**

Δεν βρέθηκε καμία στατιστικά σημαντική μεταβλητή. Οι δημογραφικές μεταβλητές δεν εξηγούν σε σημαντικό βαθμό τη διακύμανση στους άυλους παράγοντες.

### **5. Κοινωνική Αλληλεπίδραση στην Κύπρο (FAC5CY\_Social.Interaction)**

Το Επάγγελμα και ο Τόπος Κατοικίας ήταν στατιστικά σημαντικοί παράγοντες. Το Επάγγελμα είχε θετική επίδραση, ενώ ο Τόπος Κατοικίας είχε αρνητική επίδραση. Οι επαγγελματικοί ρόλοι που απαιτούν κοινωνική επαφή προάγουν την κοινωνική

αλληλεπίδραση, ενώ οι περιοχές διαμονής μπορούν να περιορίσουν τις ευκαιρίες για κοινωνική αλληλεπίδραση.

#### **6. Ψυχολογικοί Παράγοντες στην Κύπρο (FAC6CY\_Psychological)**

Η Εκπαίδευση ήταν στατιστικά σημαντικός παράγοντας με θετική επίδραση. Τα υψηλότερα επίπεδα εκπαίδευσης σχετίζονταν με καλύτερη ψυχολογική ευημερία.

Από τις αναλύσεις φαίνεται ότι διαφορετικοί δημογραφικοί παράγοντες επηρεάζουν ποικιλότροπα τους διάφορους τομείς της ζωής και της εμπειρίας των κατοίκων και επισκεπτών στην Κύπρο. Η εκπαίδευση, η συχνότητα ταξιδιών και ο τόπος κατοικίας ήταν μεταβλητές που είχαν σημαντικές επιδράσεις σε πολλούς από τους παράγοντες που εξετάστηκαν.

Από τις αναλύσεις που πραγματοποιήθηκαν, η Εκπαίδευση είχε τη μεγαλύτερη θετική επίδραση στους Ψυχολογικούς Παράγοντες στην Κύπρο (FAC6CY\_Psychological).

Η επίδραση της Εκπαίδευσης στους Ψυχολογικούς Παράγοντες ήταν θετική και στατιστικά σημαντική, με συντελεστή (B) 0.321. Αυτό σημαίνει ότι τα υψηλότερα επίπεδα εκπαίδευσης συνδέονται με καλύτερη ψυχολογική ευημερία στην Κύπρο.

Με βάση τις αναλύσεις γραμμικής παλινδρόμησης, φαίνεται ότι οι ψυχολογικοί παράγοντες έχουν τη μεγαλύτερη θετική επίδραση στην απόφαση των Κυπρίων να επιλέξουν την Κύπρο ως τελικό προορισμό διακοπών, δεδομένου ότι η Εκπαίδευση είχε τη μεγαλύτερη θετική επίδραση στους ψυχολογικούς παράγοντες.

Η Εκπαίδευση συνδέεται στενά με καλύτερη ψυχολογική ευημερία, που δείχνει ότι οι ψυχολογικοί παράγοντες παίζουν σημαντικό ρόλο στην απόφαση των Κυπρίων να επιλέξουν την Κύπρο για τις διακοπές τους. Η συνολική θετική επίδραση της Εκπαίδευσης στους ψυχολογικούς παράγοντες υποδεικνύει ότι οι Κύπριοι μπορεί να επιλέγουν την Κύπρο για να βελτιώσουν την ψυχολογική τους ευημερία.

Οι ψυχολογικοί παράγοντες, ενισχυμένοι από την Εκπαίδευση, φαίνεται να έχουν την μεγαλύτερη θετική επίδραση στην απόφαση των Κυπρίων να επιλέξουν την Κύπρο ως προορισμό διακοπών, κάνοντάς τους να αναζητούν βελτίωση της ψυχολογικής τους ευεξίας μέσω των διακοπών.

4.2.4.3. Κρήτη

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Απτών παραγόντων**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,120 <sup>a</sup>	,999	13	95	,459	1,665

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Απτοί-Κρήτη

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	-1,471	,777		-1,894	,061	-3,012	,071
	Φύλο	,368	,262	,156	1,404	,164	-,152	,888
	Οικογενειακή Κατάσταση	-,093	,091	-,104	-1,021	,310	-,273	,088
	Παιδιά	-,151	,145	-,170	-1,046	,298	-,439	,136
	Επάγγελμα	,051	,112	,051	,458	,648	-,170	,273
	Επαρχία	,108	,109	,100	,989	,325	-,109	,326
	Τόπος Κατοικίας	,279	,241	,120	1,157	,250	-,200	,758
	Ηλικία	,213	,139	,220	1,534	,128	-,063	,490
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	-,022	,066	-,036	-,336	,738	-,154	,109
	Εκπαίδευση	,170	,124	,153	1,362	,176	-,078	,417
	Συχνότητα Ταξιδίων	-,150	,080	-,209	-1,882	,063	-,309	,008
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,003	,002	,134	1,329	,187	-,001	,007
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	-,015	,022	-,070	-,701	,485	-,059	,028
	Τουριστική Δαπάνη	1,536E-05	,000	,010	,089	,929	,000	,000

a. Dependent Variable: Απτοί-Κρήτη

*Πίνακας 42 Κρήτη-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Απτών παραγόντων*

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Ψυχολογικών παραγόντων**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,189 <sup>a</sup>	1,698	13	95	,074	1,880

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Ψυχολογικοί-Κρήτη

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	-,382	,746		-,512	,610	-1,862	1,099
	Φύλο	,636	,251	,271	2,529	,013	,137	1,135
	Οικογενειακή Κατάσταση	,085	,087	,096	,976	,332	-,088	,258
	Παιδιά	,070	,139	,078	,503	,616	-,206	,346
	Επάγγελμα	-,111	,107	-,111	-1,035	,303	-,324	,102
	Επαρχία	-,020	,105	-,018	-,187	,852	-,228	,189
	Τόπος Κατοικίας	-,207	,232	-,089	-,893	,374	-,667	,253
	Ηλικία	-,007	,134	-,008	-,056	,956	-,273	,258
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	-,097	,064	-,159	-1,527	,130	-,223	,029
	Εκπαίδευση	-,075	,120	-,068	-,630	,530	-,313	,162
	Συχνότητα Ταξιδίων	-,037	,077	-,051	-,479	,633	-,189	,115
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,003	,002	,140	1,441	,153	-,001	,007
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	-,024	,021	-,108	-1,129	,262	-,066	,018
	Τουριστική Δαπάνη	,000	,000	,072	,666	,507	,000	,000

a. Dependent Variable: Ψυχολογικοί-Κρήτη

*Πίνακας 43 Κρήτη-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Ψυχολογικών παραγόντων*

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,158 <sup>a</sup>	1,373	13	95	,187	1,665

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης-Κρήτη

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	,310	,760		,408	,684	-1,198	1,818
	Φύλο	-,077	,256	-,033	-,300	,765	-,585	,432
	Οικογενειακή Κατάσταση	-,070	,089	-,079	-,792	,430	-,247	,106
	Παιδιά	,177	,142	,198	1,249	,215	-,104	,458
	Επάγγελμα	-,184	,109	-,184	-1,683	,096	-,400	,033
	Επαρχία	-,145	,107	-,134	-1,357	,178	-,358	,067
	Τόπος Κατοικίας	-,153	,236	-,066	-,650	,518	-,622	,315
	Ηλικία	-,187	,136	-,192	-1,371	,173	-,457	,084
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	-,020	,065	-,032	-,305	,761	-,148	,109
	Εκπαίδευση	,298	,122	,269	2,448	,016	,056	,540
	Συχνότητα Ταξιδίων	,178	,078	,248	2,276	,025	,023	,333
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,001	,002	,026	,259	,796	-,004	,005
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	-,012	,022	-,056	-,577	,565	-,055	,030
	Τουριστική Δαπάνη	2,395E-05	,000	,016	,142	,887	,000	,000

a. Dependent Variable: Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης-Κρήτη

*Πίνακας 44 Κρήτη-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης*

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Άυλων παραγόντων**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,126 <sup>a</sup>	1,054	13	95	,408	2,010

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Άυλοι-Κρήτη

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	1,833	,774		2,368	,020	,296	3,369
	Φύλο	-,345	,261	-,147	-1,320	,190	-,863	,174
	Οικογενειακή Κατάσταση	-,140	,091	-,157	-1,543	,126	-,320	,040
	Παιδιά	-,159	,144	-,178	-1,102	,273	-,446	,127
	Επάγγελμα	-,010	,111	-,010	-,092	,927	-,231	,211
	Επαρχία	-,091	,109	-,084	-,837	,405	-,308	,125
	Τόπος Κατοικίας	,031	,241	,013	,128	,899	-,447	,508
	Ηλικία	,152	,139	,156	1,094	,277	-,123	,427
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	-,052	,066	-,086	-,795	,429	-,183	,078
	Εκπαίδευση	-,242	,124	-,218	-1,949	,054	-,488	,004
	Συχνότητα Ταξιδίων	,037	,080	,051	,463	,645	-,121	,195
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,000	,002	-,018	-,178	,859	-,005	,004
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	,001	,022	,002	,024	,981	-,043	,044
Τουριστική Δαπάνη	3,625E-05	,000	,024	,212	,833	,000	,000	

a. Dependent Variable: Άυλοι-Κρήτη

*Πίνακας 45 Κρήτη-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Άυλων παραγόντων*

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Αναζήτησης/Εξερεύνησης**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,146 <sup>a</sup>	1,248	13	95	,259	1,367

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Αναζήτησης/Εξερεύνησης-Κρήτη

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	,160	,765		,209	,835	-1,359	1,679
	Φύλο	,216	,258	,092	,838	,404	-,296	,728
	Οικογενειακή Κατάσταση	-,064	,090	-,072	-,716	,476	-,242	,114
	Παιδιά	,027	,143	,030	,189	,850	-,256	,310
	Επάγγελμα	,170	,110	,170	1,547	,125	-,048	,388
	Επαρχία	,036	,108	,033	,336	,738	-,178	,250
	Τόπος Κατοικίας	-,539	,238	-,231	-2,267	,026	-1,011	-,067
	Ηλικία	-,120	,137	-,124	-,879	,382	-,393	,152
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	-,050	,065	-,082	-,769	,444	-,180	,079
	Εκπαίδευση	,079	,123	,071	,641	,523	-,165	,322
	Συχνότητα Ταξιδίων	-,122	,079	-,170	-1,552	,124	-,278	,034
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,003	,002	,122	1,227	,223	-,002	,007
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	-,009	,022	-,041	-,419	,676	-,052	,034
	Τουριστική Δαπάνη	5,817E-05	,000	,038	,343	,732	,000	,000

a. Dependent Variable: Αναζήτησης/Εξερεύνησης-Κρήτη

*Πίνακας 46 Κρήτη-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Αναζήτησης/Εξερεύνησης*

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Φυσικών παραγόντων**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,330 <sup>a</sup>	3,598	13	95	,000	1,830

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά  
 b. Dependent Variable: Φυσικοί-Κρήτη

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	-,707	,678		-1,043	,300	-2,052	,639
	Φύλο	,488	,229	,208	2,134	,035	,034	,941
	Οικογενειακή Κατάσταση	,016	,079	,017	,196	,845	-,142	,173
	Παιδιά	,156	,126	,175	1,233	,221	-,095	,407
	Επάγγελμα	-,041	,097	-,041	-,420	,675	-,234	,152
	Επαρχία	-,441	,096	-,407	-4,618	,000	-,631	-,252
	Τόπος Κατοικίας	,412	,211	,176	1,954	,054	-,006	,830
	Ηλικία	-,067	,121	-,069	-,552	,582	-,308	,174
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	-,049	,058	-,080	-,846	,400	-,163	,066
	Εκπαίδευση	,047	,109	,042	,434	,666	-,169	,263
	Συχνότητα Ταξιδίων	-,051	,070	-,071	-,731	,467	-,189	,087
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,002	,002	,095	1,083	,282	-,002	,006
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	-,003	,019	-,016	-,180	,858	-,042	,035
	Τουριστική Δαπάνη	-3,267E-05	,000	-,022	-,218	,828	,000	,000

a. Dependent Variable: Φυσικοί-Κρήτη

*Πίνακας 47 Κρήτη-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Φυσικών παραγόντων*

## Γενική Ερμηνεία των παλινδρομήσεων για προορισμό την Κρήτη

### **1. Απτοί Παράγοντες στην Κρήτη (FAC1CR\_Tangible)**

Η Συχνότητα Ταξιδιών δείχνει μια οριακά στατιστικά σημαντική αρνητική επίδραση ( $p = 0.063$ ,  $B = -0.150$ ).

### **2. Ψυχολογικοί Παράγοντες στην Κρήτη (FAC2CR\_Psychological)**

Το Φύλο έχει θετική και στατιστικά σημαντική επίδραση ( $p = 0.013$ ,  $B = 0.636$ ).

### **3. Κοινωνική Αλληλεπίδραση στην Κρήτη (FAC3CR\_Social.Interaction)**

Η Εκπαίδευση ( $p = 0.016$ ,  $B = 0.298$ ) και η Συχνότητα Ταξιδιών ( $p = 0.025$ ,  $B = 0.178$ ) είναι στατιστικά σημαντικές με θετική επίδραση.

### **4. Άυλοι Παράγοντες στην Κρήτη (FAC4CR\_Intangible)**

Η Εκπαίδευση δείχνει μια οριακά στατιστικά σημαντική αρνητική επίδραση ( $p = 0.054$ ,  $B = -0.242$ ).

### **5. Αναζήτηση/Εξερεύνηση στην Κρήτη (FAC5CR\_Seeking\_Exploration)**

Ο Τόπος Κατοικίας έχει αρνητική και στατιστικά σημαντική επίδραση ( $p = 0.026$ ,  $B = -0.539$ ).

### **6. Φυσικοί Παράγοντες στην Κρήτη (FAC6CR\_Physical)**

Το Φύλο ( $p = 0.035$ ,  $B = 0.488$ ) και η Επαρχία ( $p = 0.000$ ,  $B = -0.441$ ) είναι στατιστικά σημαντικές μεταβλητές με θετική και αρνητική επίδραση αντίστοιχα.

Με βάση τις αναλύσεις, η εξαρτημένη μεταβλητή Φυσικοί Παράγοντες στην Κρήτη (FAC6CR\_Physical) είχε τη μεγαλύτερη επίδραση. Αυτό υποδεικνύεται από την υψηλότερη τιμή R Square Change (0.330) και τις στατιστικά σημαντικές επιδράσεις των μεταβλητών Φύλο και Επαρχία.

4.2.4.4. Ρόδος

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Άυλων παραγόντων**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,134 <sup>a</sup>	1,130	13	95	,345	1,504

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Άυλοι-Ρόδος

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	-,263	,771		-,341	,734	-1,792	1,267
	Φύλο	,144	,260	,061	,554	,581	-,372	,660
	Οικογενειακή Κατάσταση	-,041	,090	-,046	-,454	,651	-,220	,138
	Παιδιά	,006	,144	,007	,042	,966	-,279	,291
	Επάγγελμα	-,076	,111	-,076	-,688	,493	-,296	,144
	Επαρχία	-,136	,109	-,125	-1,248	,215	-,351	,080
	Τόπος Κατοικίας	,120	,239	,051	,500	,618	-,356	,595
	Ηλικία	,125	,138	,128	,904	,369	-,149	,399
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	-,056	,066	-,092	-,859	,393	-,187	,074
	Εκπαίδευση	,078	,124	,070	,631	,529	-,167	,323
	Συχνότητα Ταξιδίων	-,142	,079	-,198	-1,797	,076	-,299	,015
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,002	,002	,082	,824	,412	-,002	,006
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	-,008	,022	-,035	-,352	,725	-,051	,036
	Τουριστική Δαπάνη	,000	,000	,173	1,536	,128	,000	,001

a. Dependent Variable: Άυλοι-Ρόδος

Πίνακας 48 Ρόδος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Άυλων παραγόντων

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Φυσικών παραγόντων**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,211 <sup>a</sup>	1,958	13	95	,033	2,027

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Φυσικοί-Ρόδος

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	,931	,735		1,266	,209	-,529	2,391
	Φύλο	,224	,248	,095	,903	,369	-,268	,716
	Οικογενειακή Κατάσταση	,032	,086	,036	,374	,709	-,139	,203
	Παιδιά	,107	,137	,120	,782	,436	-,165	,379
	Επάγγελμα	,050	,106	,050	,473	,638	-,160	,260
	Επαρχία	-,152	,104	-,140	-1,465	,146	-,358	,054
	Τόπος Κατοικίας	-,008	,228	-,003	-,034	,973	-,461	,446
	Ηλικία	-,176	,132	-,181	-1,336	,185	-,437	,086
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	-,098	,063	-,161	-1,572	,119	-,223	,026
	Εκπαίδευση	-,233	,118	-,210	-1,976	,051	-,467	,001
	Συχνότητα Ταξιδίων	-,104	,076	-,145	-1,375	,172	-,254	,046
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,002	,002	,112	1,171	,245	-,002	,006
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	-,020	,021	-,093	-,981	,329	-,062	,021
Τουριστική Δαπάνη	3,321E-05	,000	,022	,204	,839	,000	,000	

a. Dependent Variable: Φυσικοί-Ρόδος

*Πίνακας 49 Ρόδος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Φυσικών παραγόντων*

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,138 <sup>a</sup>	1,172	13	95	,312	1,504

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης-Ρόδος

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	,088	,769		,115	,909	-1,438	1,614
	Φύλο	,168	,259	,071	,647	,519	-,347	,682
	Οικογενειακή Κατάσταση	-,083	,090	-,093	-,923	,358	-,262	,096
	Παιδιά	,183	,143	,205	1,277	,205	-,101	,468
	Επάγγελμα	-,193	,110	-,193	-1,750	,083	-,413	,026
	Επαρχία	,123	,108	,113	1,134	,260	-,092	,338
	Τόπος Κατοικίας	,159	,239	,068	,664	,508	-,316	,633
	Ηλικία	-,231	,138	-,238	-1,677	,097	-,504	,042
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	,004	,065	,006	,055	,956	-,126	,134
	Εκπαίδευση	,016	,123	,014	,128	,898	-,229	,260
	Συχνότητα Ταξιδίων	,121	,079	,168	1,528	,130	-,036	,278
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,001	,002	,063	,629	,531	-,003	,005
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	,013	,022	,061	,613	,541	-,030	,057
	Τουριστική Δαπάνη	6,444E-06	,000	,004	,038	,970	,000	,000

a. Dependent Variable: Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης-Ρόδος

*Πίνακας 50 Ρόδος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης*

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Ψυχολογικών παραγόντων**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,155 <sup>a</sup>	1,341	13	95	,203	1,927

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά  
 b. Dependent Variable: Ψυχολογικοί-Ρόδος

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	-1,561	,761		-2,051	,043	-3,072	-,050
	Φύλο	,374	,257	,159	1,458	,148	-,135	,883
	Οικογενειακή Κατάσταση	,167	,089	,187	1,871	,064	-,010	,343
	Παιδιά	-,084	,142	-,094	-,593	,555	-,366	,198
	Επάγγελμα	-,064	,109	-,064	-,583	,562	-,281	,153
	Επαρχία	-,082	,107	-,076	-,764	,447	-,295	,131
	Τόπος Κατοικίας	-,352	,236	-,151	-1,490	,139	-,822	,117
	Ηλικία	,246	,136	,253	1,806	,074	-,024	,517
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	-,002	,065	-,004	-,034	,973	-,131	,126
	Εκπαίδευση	,190	,122	,171	1,558	,123	-,052	,432
	Συχνότητα Ταξιδίων	,036	,078	,050	,455	,650	-,120	,191
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,002	,002	,113	1,138	,258	-,002	,006
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	,003	,022	,015	,156	,876	-,040	,046
	Τουριστική Δαπάνη	7,129E-05	,000	,047	,423	,673	,000	,000

a. Dependent Variable: Ψυχολογικοί-Ρόδος

Πίνακας 51 Ρόδος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Ψυχολογικών παραγόντων

Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Αναζήτησης/Εξερεύνησης

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.176 <sup>a</sup>	1,558	13	95	.111	1,348

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Αναζήτηση/Εξερεύνησης-Ρόδος

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	,105	,752		,140	,889	-1,387	1,597
	Φύλο	,390	,253	,166	1,538	,127	-,113	,893
	Οικογενειακή Κατάσταση	-,054	,088	-,061	-,615	,540	-,229	,120
	Παιδιά	-,064	,140	-,072	-,459	,647	-,343	,214
	Επάγγελμα	,065	,108	,065	,606	,546	-,149	,280
	Επαρχία	-,188	,106	-,174	-1,776	,079	-,399	,022
	Τόπος Κατοικίας	-,443	,234	-,190	-1,898	,061	-,907	,020
	Ηλικία	,113	,135	,117	,842	,402	-,154	,381
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	-,078	,064	-,128	-1,225	,224	-,206	,049
	Εκπαίδευση	,095	,121	,086	,789	,432	-,144	,334
	Συχνότητα Ταξιδίων	-,108	,077	-,151	-1,400	,165	-,261	,045
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,002	,002	,113	1,154	,251	-,002	,006
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	-,019	,021	-,084	-,871	,386	-,061	,024
	Τουριστική Δαπάνη	-5,350E-05	,000	-,035	-,321	,749	,000	,000

a. Dependent Variable: Αναζήτηση/Εξερεύνησης-Ρόδος

*Πίνακας 52 Ρόδος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Αναζήτησης/Εξερεύνησης*

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Απτών παραγόντων**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,212 <sup>a</sup>	1,971	13	95	,032	2,119

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Απτοί-Ρόδος

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	-2,438	,735		-3,318	,001	-3,896	-,979
	Φύλο	,334	,248	,142	1,350	,180	-,157	,826
	Οικογενειακή Κατάσταση	,038	,086	,043	,442	,660	-,133	,209
	Παιδιά	-,107	,137	-,120	-,782	,436	-,379	,165
	Επάγγελμα	,200	,106	,200	1,892	,061	-,010	,409
	Επαρχία	,305	,104	,281	2,945	,004	,099	,511
	Τόπος Κατοικίας	,157	,228	,067	,687	,494	-,296	,610
	Ηλικία	,206	,132	,212	1,563	,121	-,056	,467
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	,051	,063	,083	,808	,421	-,074	,175
	Εκπαίδευση	,147	,118	,132	1,244	,216	-,087	,380
	Συχνότητα Ταξιδίων	-,103	,076	-,144	-1,364	,176	-,253	,047
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,003	,002	,126	1,315	,192	-,001	,007
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	-,021	,021	-,096	-1,015	,312	-,063	,020
	Τουριστική Δαπάνη	,000	,000	-,125	-1,170	,245	-,001	,000

a. Dependent Variable: Απτοί-Ρόδος

*Πίνακας 53 Ρόδος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Απτών παραγόντων*

## Γενική Ερμηνεία των παλινδρομήσεων για προορισμό την Ρόδο

### **1. Άυλοι Παράγοντες στη Ρόδο (FAC1RH\_Intangible)**

Η Συχνότητα Ταξιδιών δείχνει μια οριακά στατιστικά σημαντική αρνητική επίδραση ( $p = 0.076$ ,  $B = -0.142$ ).

### **2. Φυσικοί Παράγοντες στη Ρόδο (FAC2RH\_Physical)**

Η Εκπαίδευση δείχνει μια οριακά στατιστικά σημαντική αρνητική επίδραση ( $p = 0.051$ ,  $B = -0.233$ ).

### **3. Κοινωνική Αλληλεπίδραση στη Ρόδο (FAC3RH\_Social.Interaction)**

Καμία μεταβλητή δεν είναι στατιστικά σημαντική.

### **4. Ψυχολογικοί Παράγοντες στη Ρόδο (FAC4RH\_Psychological)**

Καμία μεταβλητή δεν είναι στατιστικά σημαντική. Οικογενειακή Κατάσταση ( $p = 0.064$ ) και Ηλικία ( $p = 0.074$ ) δείχνουν οριακά στατιστικά σημαντική θετική επίδραση.

### **5. Αναζήτηση/Εξερεύνηση στη Ρόδο (FAC5RH\_Seeking\_Exploration)**

Η μεταβλητή Τόπος Κατοικίας δείχνει μια οριακά στατιστικά σημαντική αρνητική επίδραση ( $p = 0.061$ ,  $B = -0.443$ ).

### **6. Απτοί Παράγοντες στη Ρόδο (FAC6RH\_Tangible)**

Η μεταβλητή Επαρχία είναι στατιστικά σημαντική ( $p = 0.004$ ,  $B = 0.305$ ), με θετική επίδραση.

Με βάση τις αναλύσεις, η εξαρτημένη μεταβλητή Απτοί Παράγοντες στη Ρόδο (FAC6RH\_Tangible) είχε τη μεγαλύτερη επίδραση. Αυτό υποδεικνύεται από την υψηλότερη τιμή R Square Change (0.212) και τη στατιστικά σημαντική επίδραση της μεταβλητής Επαρχία.

4.2.4.5. Κέρκυρα

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Απτών παραγόντων**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,131 <sup>a</sup>	1,099	13	95	,369	1,770

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Απτοί-Κέρκυρα

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	-,689	,772		-,893	,374	-2,221	,843
	Φύλο	,139	,260	,059	,533	,595	-,378	,656
	Οικογενειακή Κατάσταση	-,095	,090	-,107	-1,051	,296	-,274	,084
	Παιδιά	-,094	,144	-,105	-,653	,515	-,380	,192
	Επάγγελμα	-,012	,111	-,012	-,106	,916	-,232	,208
	Επαρχία	-,175	,109	-,161	-1,607	,111	-,391	,041
	Τόπος Κατοικίας	,298	,240	,127	1,241	,218	-,178	,774
	Ηλικία	,284	,138	,293	2,056	,043	,010	,559
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	-,029	,066	-,047	-,438	,662	-,159	,102
	Εκπαίδευση	,108	,124	,098	,876	,383	-,137	,354
	Συχνότητα Ταξιδίων	-,088	,079	-,122	-1,106	,272	-,245	,070
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,002	,002	,074	,740	,461	-,003	,006
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	-,004	,022	-,016	-,166	,869	-,047	,040
	Τουριστική Δαπάνη	1,747E-05	,000	,012	,102	,919	,000	,000

a. Dependent Variable: Απτοί-Κέρκυρα

*Πίνακας 54 Κέρκυρα-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Απτών παραγόντων*

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Φυσικών παραγόντων**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,284 <sup>a</sup>	2,903	13	95	,001	1,744

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Φυσικοί-Κέρκυρα

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	1,336	,700		1,907	,060	-,055	2,726
	Φύλο	,364	,236	,155	1,541	,127	-,105	,833
	Οικογενειακή Κατάσταση	-,042	,082	-,047	-,516	,607	-,205	,120
	Παιδιά	,234	,131	,263	1,794	,076	-,025	,494
	Επάγγελμα	-,095	,101	-,095	-,941	,349	-,295	,105
	Επαρχία	-,306	,099	-,282	-3,100	,003	-,502	-,110
	Τόπος Κατοικίας	-,195	,218	-,084	-,896	,372	-,627	,237
	Ηλικία	-,315	,125	-,324	-2,507	,014	-,564	-,065
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	-,054	,060	-,089	-,910	,365	-,173	,064
	Εκπαίδευση	-,190	,112	-,171	-1,688	,095	-,412	,033
	Συχνότητα Ταξιδίων	-,010	,072	-,014	-,135	,893	-,153	,133
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,002	,002	,115	1,259	,211	-,001	,006
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	-,005	,020	-,024	-,271	,787	-,045	,034
	Τουριστική Δαπάνη	,000	,000	,092	,906	,367	,000	,000

a. Dependent Variable: Φυσικοί-Κέρκυρα

*Πίνακας 55 Κέρκυρα-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Φυσικών παραγόντων*

Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Αναζήτησης/Εξερεύνησης

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,108 <sup>a</sup>	,882	13	95	,574	1,737

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Αναζήτησης/Εξερεύνησης-Κέρκυρα

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	d Coefficients Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	,129	,782		,164	,870	-1,424	1,681
	Φύλο	-,044	,264	-,019	-,165	,869	-,567	,480
	Οικογενειακή Κατάσταση	,009	,092	,010	,101	,919	-,172	,191
	Παιδιά	,157	,146	,176	1,077	,284	-,132	,447
	Επάγγελμα	-,110	,112	-,110	-,981	,329	-,333	,113
	Επαρχία	-,188	,110	-,173	-1,705	<b>,091</b>	-,407	,031
	Τόπος Κατοικίας	,086	,243	,037	,356	,723	-,396	,569
	Ηλικία	-,180	,140	-,186	-1,287	,201	-,458	,098
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	-,094	,067	-,153	-1,407	,163	-,226	,039
	Εκπαίδευση	,220	,125	,198	1,751	<b>,083</b>	-,029	,468
	Συχνότητα Ταξιδίων	,108	,080	,150	1,343	,183	-,052	,267
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,001	,002	,060	,594	,554	-,003	,005
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	-,015	,022	-,066	-,657	,513	-,059	,030
	Τουριστική Δαπάνη	2,156E-05	,000	,014	,125	,901	,000	,000

a. Dependent Variable: Αναζήτησης/Εξερεύνησης-Κέρκυρα

*Πίνακας 56 Κέρκυρα-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Αναζήτησης/Εξερεύνησης*

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Ψυχολογικών παραγόντων**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,239 <sup>a</sup>	2,301	13	95	,011	1,792

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Ψυχολογικοί-Κέρκυρα

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	-2,466	,722		-3,415	,001	-3,899	-1,032
	Φύλο	,769	,243	,327	3,157	,002	,285	1,252
	Οικογενειακή Κατάσταση	,028	,084	,031	,330	,742	-,140	,196
	Παιδιά	-,048	,135	-,054	-,358	,721	-,315	,219
	Επάγγελμα	,023	,104	,023	,221	,826	-,183	,229
	Επαρχία	,135	,102	,124	1,324	,189	-,067	,337
	Τόπος Κατοικίας	-,277	,224	-,119	-1,237	,219	-,723	,168
	Ηλικία	,124	,129	,128	,960	,339	-,133	,381
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	,098	,062	,161	1,596	,114	-,024	,220
	Εκπαίδευση	,158	,116	,142	1,364	,176	-,072	,388
	Συχνότητα Ταξιδίων	,002	,074	,003	,026	,979	-,145	,149
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,003	,002	,134	1,429	,156	-,001	,007
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	-,016	,021	-,072	-,775	,440	-,057	,025
	Τουριστική Δαπάνη	,000	,000	,092	,873	,385	,000	,000

a. Dependent Variable: Ψυχολογικοί-Κέρκυρα

*Πίνακας 57 Κέρκυρα-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Ψυχολογικών παραγόντων*

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,183 <sup>a</sup>	1,641	13	95	,087	1,167

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης-Κέρκυρα

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	-,487	,748		-,651	,516	-1,973	,998
	Φύλο	,473	,252	,201	1,875	,064	-,028	,974
	Οικογενειακή Κατάσταση	,023	,088	,025	,258	,797	-,151	,196
	Παιδιά	-,229	,139	-,257	-1,642	,104	-,506	,048
	Επάγγελμα	,123	,108	,123	1,147	,254	-,090	,337
	Επαρχία	,046	,105	,042	,436	,664	-,163	,255
	Τόπος Κατοικίας	-,250	,232	-,107	-1,074	,286	-,711	,212
	Ηλικία	,231	,134	,238	1,723	,088	-,035	,497
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	-,089	,064	-,146	-1,398	,165	-,216	,037
	Εκπαίδευση	,002	,120	,002	,020	,984	-,236	,241
	Συχνότητα Ταξιδίων	-,192	,077	-,268	-2,497	,014	-,345	-,039
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,003	,002	,129	1,324	,189	-,001	,007
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	5,391E-05	,021	,000	,003	,998	-,042	,042
	Τουριστική Δαπάνη	,000	,000	-,104	-,957	,341	,000	,000

a. Dependent Variable: Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης-Κέρκυρα

*Πίνακας 58 Κέρκυρα-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης*

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Άυλων παραγόντων**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,114 <sup>a</sup>	,938	13	95	,517	1,739

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Άυλοι-Κέρκυρα

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	,860	,779		1,104	,272	-,687	2,408
	Φύλο	,003	,263	,001	,013	,990	-,518	,525
	Οικογενειακή Κατάσταση	-,078	,091	-,087	-,852	,396	-,259	,103
	Παιδιά	-,110	,145	-,123	-,756	,451	-,398	,179
	Επάγγελμα	,071	,112	,071	,634	,527	-,151	,293
	Επαρχία	-,078	,110	-,072	-,713	,478	-,297	,140
	Τόπος Κατοικίας	-,158	,242	-,068	-,653	,515	-,639	,323
	Ηλικία	,010	,140	,011	,074	,941	-,267	,287
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	,174	,066	,284	2,618	,010	,042	,306
	Εκπαίδευση	-,223	,125	-,201	-1,787	,077	-,471	,025
	Συχνότητα Ταξιδίων	-,072	,080	-,100	-,896	,373	-,231	,087
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,001	,002	,057	,559	,577	-,003	,005
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	,012	,022	,055	,554	,581	-,032	,056
	Τουριστική Δαπάνη	,000	,000	-,081	-,716	,476	,000	,000

a. Dependent Variable: Άυλοι-Κέρκυρα

*Πίνακας 59 Κερκυρα-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Άυλων παραγόντων*

## Γενική Ερμηνεία των παλινδρομήσεων για προορισμό την Κέρκυρα

### **1. Απτοί Παράγοντες στην Κέρκυρα (FAC1CO\_Tangible)**

Παρατηρούμε μια θετική επίδραση της ηλικίας στους απτούς παράγοντες ( $B = 0,284$ ,  $Sig. = 0,043$ ). Αυτό σημαίνει ότι οι μεγαλύτεροι σε ηλικία τουρίστες δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στην ποιότητα των υποδομών και των εγκαταστάσεων φιλοξενίας, υποδηλώνοντας ότι οι υλικές συνθήκες είναι πιο σημαντικές για αυτούς.

### **2. Φυσικοί Παράγοντες στην Κέρκυρα (FAC2CO\_Physical)**

Η ανάλυση δείχνει μια αρνητική επίδραση ( $B = -0,306$ ,  $Sig. = 0,003$ ), υποδηλώνοντας ότι οι τουρίστες από συγκεκριμένες επαρχίες ενδιαφέρονται λιγότερο για τη φυσική τους κατάσταση ή την υγειονομική περίθαλψη.

Υπάρχει επίσης αρνητική επίδραση της ηλικίας ( $B = -0,315$ ,  $Sig. = 0,014$ ), υποδεικνύοντας ότι οι μεγαλύτεροι σε ηλικία τουρίστες ενδιαφέρονται λιγότερο για τους φυσικούς παράγοντες όπως η υγεία και η φυσική κατάσταση.

### **3. Αναζήτηση/Εξερεύνηση στην Κέρκυρα (FAC3CO\_Seeking\_Exploration)**

Παρόλο που δεν είναι στατιστικά σημαντική ( $B = -0,188$ ,  $Sig. = 0,091$ ), υπάρχει μια αρνητική επίδραση, υποδηλώνοντας ότι οι τουρίστες από συγκεκριμένες επαρχίες μπορεί να έχουν λιγότερο ενδιαφέρον για δραστηριότητες αναζήτησης και εξερεύνησης.

Η ανάλυση δείχνει θετική επίδραση της εκπαίδευσης ( $B = 0,220$ ,  $Sig. = 0,083$ ), υποδηλώνοντας ότι οι μορφωμένοι τουρίστες μπορεί να ενδιαφέρονται περισσότερο για δραστηριότητες εξερεύνησης, αν και η επίδραση δεν είναι στατιστικά σημαντική.

### **4. Ψυχολογικοί Παράγοντες στην Κέρκυρα (FAC4CO\_Psychological)**

Οι γυναίκες αποδίδουν μεγαλύτερη σημασία στους ψυχολογικούς παράγοντες, όπως η διαφυγή και η χαλάρωση, σύμφωνα με τη θετική επίδραση ( $B = 0,769$ ,  $Sig. = 0,002$ ).

#### **5. Κοινωνική Αλληλεπίδραση στην Κέρκυρα (FAC5CO\_Social.Interaction)**

Οι γυναίκες μπορεί να αποδίδουν μεγαλύτερη σημασία στην κοινωνική αλληλεπίδραση ( $B = 0,473$ ,  $Sig. = 0,064$ ).

Η αρνητική επίδραση της συχνότητας ταξιδιών ( $B = -0,192$ ,  $Sig. = 0,014$ ) υποδηλώνει ότι οι συχνότεροι ταξιδιώτες δίνουν λιγότερη έμφαση στην κοινωνική αλληλεπίδραση.

#### **6. Άυλοι Παράγοντες στην Κέρκυρα (FAC6CO\_Intangible)**

Το ετήσιο εισόδημα των ατόμων έχει θετική και στατιστικά σημαντική επίδραση στους άυλους παράγοντες στην Κέρκυρα. Οι τουρίστες με υψηλότερο εισόδημα αποδίδουν μεγαλύτερη σημασία στις άυλες εμπειρίες, όπως δείχνει η θετική επίδραση ( $B = 0,174$ ,  $Sig. = 0,010$ ).

Με βάση τις αναλύσεις, η εξαρτημένη μεταβλητή Φυσικοί Παράγοντες στην Κέρκυρα (FAC2CO\_Physical) είχε τη μεγαλύτερη επίδραση, καθώς εξηγεί το 28.4% της διακύμανσης ( $R$  Square Change = 0.284) και έχει στατιστικά σημαντικές μεταβλητές (Επαρχία και Ηλικία) που επηρεάζουν τους φυσικούς παράγοντες.

4.2.4.6. Ζάκυνθος

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Απτών παραγόντων**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,145 <sup>a</sup>	1,238	13	95	,265	1,622

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Απτοί-Ζάκυνθος

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	-1,298	,766		-1,695	,093	-2,817	,222
	Φύλο	,223	,258	,095	,866	,389	-,289	,736
	Οικογενειακή Κατάσταση	-,084	,090	-,095	-,943	,348	-,262	,093
	Παιδιά	-,118	,143	-,133	-,830	,409	-,402	,165
	Επάγγελμα	,112	,110	,112	1,021	,310	-,106	,331
	Επαρχία	,027	,108	,025	,251	,803	-,187	,241
	Τόπος Κατοικίας	,325	,238	,139	1,368	,175	-,147	,798
	Ηλικία	,262	,137	,269	1,908	,059	-,011	,534
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	-,049	,065	-,080	-,750	,455	-,178	,081
	Εκπαίδευση	,045	,123	,040	,363	,717	-,199	,288
	Συχνότητα Ταξιδίων	-,168	,079	-,234	-2,135	,035	-,324	-,012
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,002	,002	,112	1,124	,264	-,002	,006
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	,009	,022	,042	,423	,674	-,034	,052
	Τουριστική Δαπάνη	,000	,000	,109	,974	,332	,000	,001

a. Dependent Variable: Απτοί-Ζάκυνθος

Πίνακας 60 Ζάκυνθος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Απτών παραγόντων

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Φυσικών παραγόντων**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,214 <sup>a</sup>	1,991	13	95	,030	1,665

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Φυσικοί-Ζάκυνθος

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	,249	,734		,340	,735	-1,208	1,706
	Φύλο	,596	,247	,254	2,410	,018	,105	1,088
	Οικογενειακή Κατάσταση	,037	,086	,041	,426	,671	-,134	,207
	Παιδιά	,162	,137	,181	1,183	,240	-,110	,434
	Επάγγελμα	-,013	,105	-,013	-,128	,898	-,223	,196
	Επαρχία	-,179	,103	-,165	-1,734	,086	-,385	,026
	Τόπος Κατοικίας	-,146	,228	-,063	-,640	,524	-,599	,307
	Ηλικία	-,191	,131	-,196	-1,449	,151	-,451	,070
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	-,031	,063	-,050	-,489	,626	-,155	,094
	Εκπαίδευση	-,232	,118	-,209	-1,969	,052	-,465	,002
	Συχνότητα Ταξιδίων	,029	,075	,041	,388	,699	-,120	,179
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,003	,002	,123	1,286	,201	-,001	,006
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	-,005	,021	-,024	-,251	,802	-,047	,036
	Τουριστική Δαπάνη	-8,399E-05	,000	-,055	-,517	,606	,000	,000

a. Dependent Variable: Φυσικοί-Ζάκυνθος

*Πίνακας 61 Ζάκυνθος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Φυσικών παραγόντων*

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,248 <sup>a</sup>	2,410	13	95	,007	1,343

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης-Ζάκυνθος

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	,896	,718		1,247	,215	-,530	2,321
	Φύλο	-,009	,242	-,004	-,035	,972	-,489	,472
	Οικογενειακή Κατάσταση	-,126	,084	-,142	-1,505	,136	-,293	,040
	Παιδιά	,151	,134	,169	1,126	,263	-,115	,417
	Επάγγελμα	-,166	,103	-,165	-1,605	,112	-,370	,039
	Επαρχία	-,295	,101	-,272	-2,915	,004	-,496	-,094
	Τόπος Κατοικίας	,361	,223	,155	1,618	,109	-,082	,804
	Ηλικία	-,242	,129	-,249	-1,880	,063	-,497	,014
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	-,160	,061	-,262	-2,620	,010	-,282	-,039
	Εκπαίδευση	,167	,115	,151	1,453	,149	-,061	,396
	Συχνότητα Ταξιδίων	,055	,074	,077	,750	,455	-,091	,202
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,001	,002	,042	,449	,655	-,003	,005
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	-,013	,020	-,057	-,617	,539	-,053	,028
	Τουριστική Δαπάνη	,000	,000	,101	,968	,336	,000	,000

a. Dependent Variable: Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης-Ζάκυνθος

*Πίνακας 62 Ζάκυνθος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης*

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Ψυχολογικών παραγόντων**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,099 <sup>a</sup>	,806	13	95	,652	1,905

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Ψυχολογικοί-Ζάκυνθος

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	-,755	,786		-,962	,339	-2,315	,804
	Φύλο	,567	,265	,241	2,140	,035	,041	1,093
	Οικογενειακή Κατάσταση	,002	,092	,002	,018	,986	-,181	,184
	Παιδιά	-,078	,146	-,087	-,530	,597	-,369	,213
	Επάγγελμα	-,101	,113	-,101	-,897	,372	-,326	,123
	Επαρχία	-,035	,111	-,032	-,316	,752	-,255	,185
	Τόπος Κατοικίας	-,222	,244	-,095	-,910	,365	-,707	,262
	Ηλικία	,161	,141	,166	1,144	,255	-,118	,440
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	,071	,067	,117	1,067	,289	-,061	,204
	Εκπαίδευση	,026	,126	,023	,207	,837	-,224	,276
	Συχνότητα Ταξιδίων	-,048	,081	-,067	-,600	,550	-,209	,112
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,002	,002	,105	1,026	,307	-,002	,006
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	-,019	,022	-,084	-,834	,406	-,063	,026
	Τουριστική Δαπάνη	-2,335E-05	,000	-,015	-,134	,894	,000	,000

a. Dependent Variable: Ψυχολογικοί-Ζάκυνθος

*Πίνακας 63 Ζάκυνθος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Ψυχολογικών παραγόντων*

**Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Άυλων παραγόντων**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,178 <sup>a</sup>	1,584	13	95	,103	2,048

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Άυλοι-Ζάκυνθος

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	,073	,751		,098	,922	-1,417	1,563
	Φύλο	-,341	,253	-,145	-1,348	,181	-,844	,161
	Οικογενειακή Κατάσταση	,067	,088	,075	,762	,448	-,107	,241
	Παιδιά	,248	,140	,278	1,772	,080	-,030	,526
	Επάγγελμα	,087	,108	,087	,807	,422	-,127	,301
	Επαρχία	,075	,106	,069	,709	,480	-,135	,285
	Τόπος Κατοικίας	-,645	,233	-,276	-2,764	,007	-1,108	-,182
	Ηλικία	-,168	,134	-,172	-1,246	,216	-,434	,099
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	-,010	,064	-,017	-,159	,874	-,137	,117
	Εκπαίδευση	,195	,120	,176	1,622	,108	-,044	,434
	Συχνότητα Ταξιδίων	,143	,077	,199	1,851	,067	-,010	,296
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,001	,002	,034	,349	,728	-,003	,005
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	-,017	,021	-,075	-,777	,439	-,059	,026
	Τουριστική Δαπάνη	-5,719E-05	,000	-,038	-,344	,731	,000	,000

a. Dependent Variable: Άυλοι-Ζάκυνθος

Πίνακας 64 Ζάκυνθος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Άυλων παραγόντων

Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Αναζήτησης/Εξερεύνησης

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,145 <sup>a</sup>	1,236	13	95	,267	,342

a. Predictors: (Constant), Τουριστική Δαπάνη, Εκπαίδευση, Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού, Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού, Επαρχία, Τόπος Κατοικίας, Οικογενειακή Κατάσταση, Φύλο, Συχνότητα Ταξιδίων, Ετήσιο Εισόδημα (Binned), Ηλικία, Επάγγελμα, Παιδιά

b. Dependent Variable: Αναζήτησης/Εξερεύνησης-Ζάκυνθος

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	,247	,766		,322	,748	-1,273	1,767
	Φύλο	,197	,258	,084	,762	,448	-,316	,709
	Οικογενειακή Κατάσταση	-,041	,090	-,047	-,462	,645	-,219	,136
	Παιδιά	-,200	,143	-,224	-1,401	,165	-,483	,083
	Επάγγελμα	,154	,110	,154	1,402	,164	-,064	,373
	Επαρχία	-,082	,108	-,075	-,756	,451	-,296	,133
	Τόπος Κατοικίας	-,337	,238	-,144	-1,418	,160	-,810	,135
	Ηλικία	,114	,137	,118	,834	,407	-,158	,387
	Ετήσιο Εισόδημα (Binned)	,043	,065	,071	,662	,510	-,086	,173
	Εκπαίδευση	-,031	,123	-,028	-,249	,804	-,274	,213
	Συχνότητα Ταξιδίων	-,214	,079	-,298	-2,718	,008	-,370	-,058
	Αριθμός ταξιδίων Εσωτερικού	,002	,002	,101	1,013	,314	-,002	,006
	Αριθμός ταξιδίων Εξωτερικού	-,003	,022	-,013	-,130	,896	-,046	,040
	Τουριστική Δαπάνη	-2,159E-05	,000	-,014	-,127	,899	,000	,000

a. Dependent Variable: Αναζήτησης/Εξερεύνησης-Ζάκυνθος

*Πίνακας 65 Ζάκυνθος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Αναζήτησης/Εξερεύνησης*

## Γενική Ερμηνεία των παλινδρομήσεων για προορισμό την Ζάκυνθο

### **1.Απτοί Παράγοντες στη Ζάκυνθο (FAC1ZA\_Tangible)**

Η συχνότητα των ταξιδίων έχει αρνητική και στατιστικά σημαντική επίδραση στους απτούς παράγοντες στη Ζάκυνθο. Όσο πιο συχνά ταξιδεύουν τα άτομα, τόσο λιγότερο εκτιμούν τους απτούς παράγοντες, όπως δείχνει η αρνητική επίδραση ( $B = -0,168$ ,  $Sig. = 0,035$ ).

### **2.Φυσικοί Παράγοντες στη Ζάκυνθο (FAC2ZA\_Physical)**

Το φύλο έχει θετική και στατιστικά σημαντική επίδραση στους φυσικούς παράγοντες στη Ζάκυνθο. Οι γυναίκες αποδίδουν μεγαλύτερη σημασία στην ξεκούραση, χαλάρωση, ιατρική περίθαλψη και υγεία και φυσική κατάσταση, όπως δείχνει η θετική επίδραση ( $B = 0,596$ ,  $Sig. = 0,018$ ).

### **3.Κοινωνική Αλληλεπίδραση στη Ζάκυνθο (FAC3ZA\_Social.Interaction)**

Η επαρχία έχει αρνητική και στατιστικά σημαντική επίδραση στην κοινωνική αλληλεπίδραση στη Ζάκυνθο. Τα άτομα από συγκεκριμένες επαρχίες αξιολογούν χαμηλότερα τις κοινωνικές δραστηριότητες, όπως δείχνει η αρνητική επίδραση ( $B = -0,295$ ,  $Sig. = 0,004$ ). Το ετήσιο εισόδημα έχει επίσης αρνητική επίδραση, δείχνοντας ότι τα άτομα με χαμηλότερο εισόδημα εκτιμούν λιγότερο αυτές τις δραστηριότητες ( $B = -0,160$ ,  $Sig. = 0,010$ ).

### **4.Ψυχολογικοί Παράγοντες στη Ζάκυνθο (FAC4ZA\_Psychological)**

Το φύλο έχει θετική και στατιστικά σημαντική επίδραση στους ψυχολογικούς παράγοντες στη Ζάκυνθο. Οι γυναίκες δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στις ψυχολογικές ανάγκες και την ευεξία που καλύπτει η Ζάκυνθος, όπως δείχνει η θετική επίδραση ( $B = 0,567$ ,  $Sig. = 0,035$ ).

### **5. Άυλοι Παράγοντες στη Ζάκυνθο (FAC5ZA\_Intangible)**

Ο τύπος κατοικίας έχει αρνητική και στατιστικά σημαντική επίδραση στους άυλους παράγοντες στη Ζάκυνθο. Τα άτομα από ορισμένες περιοχές δεν εκτιμούν τόσο πολύ τις άυλες εμπειρίες, όπως δείχνει η αρνητική επίδραση ( $B = -0,645$ ,  $Sig. = 0,007$ ).

### **6. Αναζήτηση/Εξερεύνηση στη Ζάκυνθο (FAC6ZA\_Seeking\_Exploration)**

Η συχνότητα των ταξιδιών έχει αρνητική και στατιστικά σημαντική επίδραση στην αναζήτηση και εξερεύνηση στη Ζάκυνθο. Όσο πιο συχνά ταξιδεύουν τα άτομα, τόσο λιγότερο εκτιμούν την αναζήτηση και εξερεύνηση, όπως δείχνει η αρνητική επίδραση ( $B = -0,214$ ,  $Sig. = 0,008$ ).

Βάσει των αποτελεσμάτων της παλινδρόμησης, ο παράγοντας των φυσικών παραγόντων στη Ζάκυνθο (FAC2ZA\_Physical) αποδεικνύεται ο πιο σημαντικός στην επιλογή των Κυπρίων τουριστών. Το φύλο έχει τη μεγαλύτερη στατιστικά σημαντική θετική επίδραση ( $p = 0.018$ ,  $B = 0.596$ ), δείχνοντας ότι οι γυναίκες δίνουν μεγαλύτερη έμφαση σε υποδομές που προσφέρουν ξεκούραση, χαλάρωση, ιατρική περίθαλψη και δυνατότητες για υγεία και φυσική κατάσταση. Αυτοί οι παράγοντες αποτελούν κρίσιμο κριτήριο για την επιλογή της Ζακύνθου ως τουριστικό προορισμό, λόγω των διαφορετικών αναγκών και προσδοκιών μεταξύ ανδρών και γυναικών.

## 5. Συμπεράσματα και Προτάσεις

Η ανάλυση που πραγματοποιήθηκε μέσω του λογισμικού SPSS αποκάλυψε σημαντικές και στατιστικά σημαντικές σχέσεις μεταξύ των δημογραφικών χαρακτηριστικών του δείγματος και των παραγόντων που αξιολόγησαν. Οι 22 παράγοντες κάθε χώρας ομαδοποιήθηκαν σε έξι κατηγορίες: Απτοί, Άυλοι, Φυσικοί, Ψυχολογικοί, Αναζήτησης/Εξερεύνησης και Κοινωνική Αλληλεπίδραση. Μέσω της παλινδρόμησης, εντοπίσαμε ποια κατηγορία παραγόντων επηρεάζει περισσότερο την επιλογή τουριστικού προορισμού για κάθε προορισμό. Τα ευρήματα αυτά παρέχουν πολύτιμες πληροφορίες για την κατανόηση των προτιμήσεων και των αναγκών των Κυπρίων τουριστών, επιτρέποντας την ανάπτυξη στοχευμένων στρατηγικών μάρκετινγκ και βελτίωσης των τουριστικών υπηρεσιών. Επιπλέον, η ανάλυση αυτή μπορεί να συμβάλει στη διαμόρφωση πολιτικών που θα ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητα των τουριστικών προορισμών, λαμβάνοντας υπόψη τις ιδιαίτερες απαιτήσεις και προσδοκίες των τουριστών.

### 5.1. Οποιοδήποτε

Οι φυσικοί παράγοντες έχουν τη μεγαλύτερη επίδραση (αρνητική και στατιστικά σημαντική) στην τελική απόφαση των Κυπρίων να επιλέξουν οποιοδήποτε προορισμό ( $p = 0.003$ ,  $B = -0.306$ ). Αυτό δείχνει ότι οι Κύπριοι τουρίστες εκτιμούν ιδιαίτερα την ξεκούραση, την ιατρική περίθαλψη, και την υγεία και φυσική κατάσταση όταν επιλέγουν έναν προορισμό. Η σημασία αυτών των παραγόντων ενδέχεται να αντικατοπτρίζει την ανάγκη τους για υψηλής ποιότητας υποδομές υγείας και φυσικής κατάστασης κατά τη διάρκεια των διακοπών τους.

Παρατηρήσεις από την προσωπική μου εμπειρία υποστηρίζουν τα ευρήματα της έρευνας ότι η ιατρική περίθαλψη, η υγεία και φυσική κατάσταση και κυρίως η

ξεκούραση, επηρεάζουν σημαντικά την απόφαση για την επιλογή οποιουδήποτε προορισμού.

### 5.2. Κύπρος

Η εκπαίδευση είχε τη μεγαλύτερη θετική επίδραση ( $p = 0.321$ ) στην ψυχολογική ευημερία των Κυπρίων τουριστών, υποδεικνύοντας ότι τα υψηλότερα επίπεδα εκπαίδευσης συνδέονται με καλύτερη ψυχολογική ευημερία. Αυτό σημαίνει ότι οι Κύπριοι τουρίστες επιλέγουν την Κύπρο για να βελτιώσουν την ψυχολογική τους κατάσταση, δίνοντας έμφαση στην ασφάλεια και την αίσθηση ευεξίας. Η ψυχολογική ευημερία, επηρεασμένη θετικά από την εκπαίδευση, αποτελεί σημαντικό παράγοντα στην απόφαση των Κυπρίων να επιλέξουν την Κύπρο ως προορισμό διακοπών. Άτομα με υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο τείνουν να επενδύουν περισσότερο χρόνο στην ψυχολογική τους ηρεμία και ευεξία. Παρόλο που η εκπαίδευση είχε μια αρκετά ισορροπημένη κατανομή το μέγεθος του δείγματος δεν είναι αντιπροσωπευτικό.

### 5.3. Κρήτη

Το φύλο ( $p = 0.035$ ,  $B = 0.488$ ) και η επαρχία ( $p = 0.000$ ,  $B = -0.441$ ) έχουν σημαντική επίδραση στους φυσικούς παράγοντες. Οι γυναίκες τείνουν να εκτιμούν περισσότερο την ξεκούραση και τις υπηρεσίες υγείας, ενώ άτομα από συγκεκριμένες επαρχίες μπορεί να έχουν υψηλότερες προσδοκίες από αυτές τις υπηρεσίες.

Οι φυσικοί παράγοντες, όπως η ξεκούραση, η ιατρική περίθαλψη και η υγεία και φυσική κατάσταση, είναι ιδιαίτερα σημαντικοί για την επιλογή της Κρήτης ως προορισμού. Το φύλο και η επαρχία επηρεάζουν την εκτίμηση αυτών των παραγόντων.

Παρόλο που το δείγμα ως προς αυτές τις μεταβλητές δεν είχε σωστή κατανομή η Κρήτη είναι όντως προορισμός που ενδείκνυται για χαλάρωση και ξεκούραση,

ωστόσο χρειαζόμαστε περισσότερο δείγμα με καλύτερη κατανομή ούτος ώστε να μπορούμε να πούμε με ασφάλεια ότι όντως το φύλο και η επαρχία των τουριστών έχουν επίδραση στην τελική απόφαση της Κρήτης ως προορισμός.

#### 5.4. Ρόδος

Η επαρχία είναι στατιστικά σημαντική ( $p = 0.004$ ,  $B = 0.305$ ) και έχει θετική επίδραση. Αυτό δείχνει ότι οι τοπικές υποδομές και παροχές είναι κρίσιμες για την απόφαση των τουριστών, και άτομα από συγκεκριμένες επαρχίες εκτιμούν περισσότερο τις υποδομές της Ρόδου.

Οι απτοί παράγοντες, όπως οι υποδομές και οι παροχές, παίζουν σημαντικό ρόλο στην επιλογή της Ρόδου ως προορισμού. Η επαρχία των τουριστών επηρεάζει την εκτίμηση αυτών των παραγόντων.

Οι τοπικές υποδομές και παροχές είναι καθοριστικές για την προσέλκυση τουριστών, όχι μόνο για το νησί της Ρόδου, αλλά και για κάθε προορισμό. Ωστόσο, λόγω την άνιση κατανομής του δείγματος ως προς την επαρχία θα μπορούσαμε να πούμε ότι δεν είναι αντιπροσωπευτικό, χρειάζεται μεγαλύτερο δείγμα με πιο ισορροπημένη κατανομή για να εξακριβωθεί με ακρίβεια το κατά πόσο τα άτομα από συγκεκριμένες επαρχίες επηρεάζονται σημαντικά από τους απτούς παράγοντες.

#### 5.5. Κέρκυρα

Οι φυσικοί παράγοντες, όπως η ξεκούραση, η ιατρική περίθαλψη και η υγεία και φυσική κατάσταση, είναι κρίσιμοι για την επιλογή της Κέρκυρας ως προορισμού. Η επαρχία και η ηλικία επηρεάζουν την εκτίμηση αυτών των παραγόντων.

Η επαρχία ( $p = 0.003$ ,  $B = -0.306$ ) και η ηλικία ( $p = 0.014$ ,  $B = -0.315$ ) είναι στατιστικά σημαντικοί παράγοντες με αρνητική επίδραση. Αυτό δείχνει ότι άτομα από

συγκεκριμένες επαρχίες και μεγαλύτερης ηλικίας ενδέχεται να έχουν υψηλότερες προσδοκίες από τις φυσικές υποδομές και τις υπηρεσίες υγείας της Κέρκυρας. Με βάση τα αποτελέσματα του δείγματος η επαρχία έχει άνιση κατανομή και για τον λόγο αυτό δεν μπορούμε να πούμε με βεβαιότητα ότι όντως είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας. Παράλληλα η ηλικία παρόλο που έχει πιο ισορροπημένη κατανομή, το μέγεθος του δείγματος θέτει το αποτέλεσμα προς αμφισβήτηση.

#### 5.6. Ζάκυνθος

Οι φυσικοί παράγοντες, όπως η ξεκούραση, η ιατρική περίθαλψη και η υγεία και φυσική κατάσταση, επηρεάζονται σημαντικά από το φύλο. Το φύλο ( $p = 0.018$ ,  $B = 0.596$ ) είναι στατιστικά σημαντικό και έχει θετική επίδραση, υποδηλώνοντας ότι οι γυναίκες ενδέχεται να δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στην ξεκούραση, την ιατρική περίθαλψη και την υγεία και φυσική κατάσταση στη Ζάκυνθο. Όπως προαναφέρθηκε η άνιση κατανομή του φύλου και το μέγεθος του δείγματος επηρεάζουν αρνητικά την αξιοπιστία του αποτελέσματος.

Από τις αναλύσεις προκύπτει ότι οι φυσικοί παράγοντες έχουν τη μεγαλύτερη επίδραση στις αποφάσεις των Κυπρίων τουριστών για την επιλογή προορισμών. Η σημασία της ξεκούρασης, της ιατρικής περίθαλψης και της υγείας και φυσικής κατάστασης αναδεικνύεται ως κρίσιμη για την εκτίμηση των προορισμών. Το φύλο, η επαρχία, η ηλικία και η συχνότητα ταξιδιών επηρεάζουν τις αντιλήψεις και τις προτιμήσεις των τουριστών.

Επιπλέον, η ψυχολογική ευημερία, επηρεασμένη από την εκπαίδευση, είναι σημαντική για την επιλογή της Κύπρου ως προορισμού διακοπών. Οι ψυχολογικοί

παράγοντες, όπως η αίσθηση ασφάλειας και ευεξίας, παίζουν σημαντικό ρόλο στην απόφαση των Κυπρίων να επιλέξουν την Κύπρο για τις διακοπές τους.

Συμπερασματικά, οι φυσικοί και ψυχολογικοί παράγοντες είναι οι κύριοι παράγοντες που επηρεάζουν τις αποφάσεις των Κυπρίων τουριστών για την επιλογή των προορισμών τους, με την εκπαίδευση να ενισχύει την ψυχολογική ευημερία και να καθοδηγεί τις προτιμήσεις τους. Ως εκ τούτου, επιβεβαιώνεται το ερευνητικό ερώτημα H1: Οι ψυχολογικοί παράγοντες επηρεάζουν την επιλογή τουριστικού προορισμού και το ερευνητικό ερώτημα H2: Οι φυσικοί παράγοντες επηρεάζουν την επιλογή τουριστικού προορισμού.

Αυτή η έρευνα αποδεικνύει ότι οι Κύπριοι τουρίστες επηρεάζονται από τους φυσικούς παράγοντες για εξωτερικά ταξίδια και από τους ψυχολογικούς παράγοντες για εσωτερικό τουρισμό. Ο εσωτερικός τουρισμός είναι αναγκαίος για τις συχνές μικρο-αποδράσεις από την καθημερινότητα. Επιπλέον, η έρευνα υπογραμμίζει τη σημασία της ανάπτυξης στρατηγικών που θα ενισχύσουν την ψυχολογική ευημερία των τουριστών μέσω της εκπαίδευσης και της παροχής ασφαλών και ευχάριστων περιβαλλόντων. Οι τουριστικοί φορείς και οι ιδιοκτήτες καταλυμάτων μπορούν να χρησιμοποιήσουν αυτά τα ευρήματα για να βελτιώσουν τις υπηρεσίες τους και να προσελκύσουν περισσότερους τουρίστες, προωθώντας την Κύπρο ως έναν προορισμό που προσφέρει τόσο φυσική όσο και ψυχολογική ευεξία.

## 6. Βιβλιογραφία

- Pearce, D. G. (1988). Tourist time-budget. *Annals of Tourism Research*, 15(1), 106-121.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- Decrop, A. (1999). Tourists' decision-making and behavior processes. *Consumer behavior in travel and tourism*, 103-133.
- Dellaert, B. G., Etterma, F., & Lindh, C. (1998). Multi-faceted tourist travel decisions: a constraint-based conceptual framework to describe tourists' sequential choice of travel components. *Tourism Management*, 19(4), 313–320.
- Euronews. (2021, Ιουνίου 30). *Παγκόσμιος Τουρισμός: Λύγισε υπό το βάρος της πανδημίας - Δυσοίωνες οι προβλέψεις*. Ανάκτηση από Euronews: <https://gr.euronews.com/2021/06/30/pagkosmios-tourismos-lygise-y-po-to-varos-ths-pandhmias-dysoiwnes-oi-provlepseis>
- Hall, C. M. (2000). *Tourism planning: Policies, processes, relationships*. U.K.: Prentice Hall.
- Hanqin, Z., & Lam, T. (1999). An analysis of Mainland Chinese visitors' motivations to visit Hong Kong. *Tourism management*, 20(5), 587-594.
- Heitmann, S. (2011). 3 Tourist Behaviour and Tourism Motivation. Στο P. H. Robinson, *Research Themes for Tourism* (σσ. 31-44). CAB International .
- Hsu, T.-K., Tsai, Y.-F., & Wu, H.-H. (2008, Ιουλίου 28). The preference analysis for tourist choice of destination: A case study of Taiwan. *Tourism Management* 30, 30(2), σσ. 288–297.
- inbusinessnews. (2024, Ιανουαρίου 21). *Οι αναζητήσεις... Cyprus στην Google και η «πάσα» του 2023 για τον φετινό τουρισμό*. Ανάκτηση από inbusinessnews:

- <https://inbusinessnews.reporter.com.cy/article/2024/1/21/754109/khaires-papakharalampous-sta-persina-epipeda-tha-kinethoun-to-2024-oi-krataseis/>
- InSete Intelligence-Ελληνική Δημοκρατία. (2024). *Στατιστικό Δελτίο Νο 94, Ιούλιος*. Αθήνα: InSete Intelligence.
- Kosmas, P., & Vatikioti, A. (2024). Beyond Neoliberal Tourism: A Critical Review. *Managing Natural and Cultural Heritage for a Durable Tourism*, 85-97.
- Kosmas, P., Giannoulis, P., Panagopoulou, M., Vatikiotis, L., Andreev, H., & Theocharous, A. (2022). Reconstructing the Greek Summer: the role of the Press for restarting travel and tourism in the Covid-19 pandemic era. *Via. Tourism Review*.
- Kosmas, P., Theocharous, A., Christodoulou, E., Andreev, H., Giannoulis, P., & Panagopoulou, M. (2024). Development a Deeper Understanding of Visitors' Sentiments Towards Natura 2000 Protected Areas: Evidence from Online Reviews. *Managing Natural and Cultural Heritage for a Durable Tourism, Cham: Springer Nature Switzerland*, σσ. 383-399.
- Kotler, P., & Pfoertsch, W. (2010). *Ingredient branding: Making the invisible visible*. Springer Science & Business Media.
- Kozak, M. (2002). Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations. *Tourism Management*, 23(3), 221–232.
- Lam, T., & Zhang, H. (1999). Service quality of travel agents: the case of travel agents in Hong Kong. *Tourism Management*, 20(3), 341-349.
- Middleton, V. (1994). *Marketing in travel and tourism* (2nd εκδ.). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Milman, A., & Pizam, A. (1995). The role of awareness and familiarity with a destination: The central Florida case. *Journal of travel research*, 33(3), 21-27.

- Oh, H., Weaver, P., & Uysal, M. (1994). Product bundles and market segments based on travel motivations: a canonical correlation approach. *International Journal of Hospitality Management*, 14(2), 123-137.
- Ryan, C. (1997). *The Tourist Experience: The New Introduction*. London: Cassell.
- Shuai, Q., & Ning, W. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 25(3), 297-305.
- Sirakaya, E., Uysal, M., & Yoshioka, C. (2003). Segmenting the Japanese tour market to Turkey. *Journal of Travel Research*, 41(3), 293-304.
- UNWTO. (2024, Μαΐου 21). *UN Tourism Barometer*. Ανάκτηση από UN Tourism: <https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data>
- Uysal, M., & Jurowski, C. (1994). Testing the push and pull factors. *Annals of Tourism Research*, 21(4), 844-846.
- Van Raaij, F. W. (1986). Consumer research on tourism mental and behavioral constructs and behavioral constructs. *Annals of Tourism Research*, 13(1), 1-9.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45-56.
- Στατιστική Υπηρεσία. (2023). *ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ 2020 - 2022*. Λευκωσία: Κυπριακή Δημοκρατία .

## 7. Παραρτήματα

Εικόνα 1 Διεθνείς αεροπορικές αφίξεις στα κυριότερα αεροδρόμια (InSete Intelligence-Ελληνική Δημοκρατία, 2024)	13
Εικόνα 2 Το Μοντέλο "Push and Pull" του Crompton (Hsu, Tsai, & Wu, 2008)	16
Πίνακας 1-Στόχοι Έρευνας	7
Πίνακας 2-Ερευνητικά Ερωτήματα & Σχετικοί Στόχοι	8
Πίνακας 3 Φύλο	20
Πίνακας 4 Οικογενειακή Κατάσταση	21
Πίνακας 5 Παιδιά	22
Πίνακας 6 Επάγγελμα	23
Πίνακας 7 Επαρχία	25
Πίνακας 8 Περιοχή Κατοικίας	26
Πίνακας 9 Ηλικία	27
Πίνακας 10 Ετήσιο Εισόδημα	28
Πίνακας 11 Μορφωτικό Επίπεδο	29
Πίνακας 12 Ετήσια Ταξίδια	31
Πίνακας 13 Ετήσια Ταξίδια Εσωτερικού	33
Πίνακας 14 Ετήσια Ταξίδια Εξωτερικού	34
Πίνακας 15 Μέσος Όρος Εξόδων σε κάθε Ταξίδι	36
Πίνακας 16 Παράγοντες που επηρεάζουν για οποιοδήποτε προορισμό σε (%)	38
Πίνακας 17 Παράγοντες που επηρεάζουν την Κύπρο ως προορισμό (%)	42

Πίνακας 18 Παράγοντες που επηρεάζουν την Κρήτη ως προορισμό (%)	46
Πίνακας 19 Παράγοντες που επηρεάζουν την Ρόδο ως προορισμό (%)	50
Πίνακας 20 Παράγοντες που επηρεάζουν την Κέρκυρα ως προορισμό (%)	55
Πίνακας 21 Παράγοντες που επηρεάζουν την Ζάκυνθο ως προορισμό (%)	58
Πίνακας 22 Ανάλυση Frequencies	60
Πίνακας 23 Ανάλυση Descriptives	62
Πίνακας 24 Παραγοντοποίηση για Οποιοδήποτε προορισμό	65
Πίνακας 25 Παραγοντοποίηση για προορισμό την Κύπρο	68
Πίνακας 26 Παραγοντοποίηση για προορισμό την Κρήτη	71
Πίνακας 27 Παραγοντοποίηση για προορισμό την Ρόδο	74
Πίνακας 28 Παραγοντοποίηση για προορισμό την Κέρκυρα	77
Πίνακας 29 Παραγοντοποίηση για προορισμό την Ζάκυνθο	80
Πίνακας 30 Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Απτών παραγόντων	82
Πίνακας 31 Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Αναζήτησης/Εξερεύνησης	83
Πίνακας 32 Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Ψυχολογικών παραγόντων	84
Πίνακας 33 Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης	85
Πίνακας 34 Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Άυλων παραγόντων	86
Πίνακας 35 Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Φυσικών παραγόντων	87
Πίνακας 36 Κύπρος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Απτών παραγόντων	90

Πίνακας 37 Κύπρος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Φυσικών παραγόντων	91
Πίνακας 38 Κύπρος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Αναζήτησης/Εξερεύνησης	92
Πίνακας 39 Κύπρος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Άυλων παραγόντων	93
Πίνακας 40 Κύπρος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης	94
Πίνακας 41 Κύπρος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Ψυχολογικών παραγόντων	95
Πίνακας 42 Κρήτη-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Απτών παραγόντων	99
Πίνακας 43 Κρήτη-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Ψυχολογικών παραγόντων	100
Πίνακας 44 Κρήτη-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης	101
Πίνακας 45 Κρήτη-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Άυλων παραγόντων	102
Πίνακας 46 Κρήτη-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Αναζήτησης/Εξερεύνησης	103
Πίνακας 47 Κρήτη-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Φυσικών παραγόντων	104
Πίνακας 48 Ρόδος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Άυλων παραγόντων	106
Πίνακας 49 Ρόδος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Φυσικών παραγόντων	107
Πίνακας 50 Ρόδος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης	108
Πίνακας 51 Ρόδος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Ψυχολογικών παραγόντων	109

Πίνακας 52	Ρόδος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Αναζήτησης/Εξερεύνησης	110
Πίνακας 53	Ρόδος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Απτών παραγόντων	111
Πίνακας 54	Κέρκυρα-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Απτών παραγόντων	113
Πίνακας 55	Κέρκυρα-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Φυσικών παραγόντων	114
Πίνακας 56	Κέρκυρα-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Αναζήτησης/Εξερεύνησης	115
Πίνακας 57	Κέρκυρα-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Ψυχολογικών παραγόντων	116
Πίνακας 58	Κέρκυρα-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης	117
Πίνακας 59	Κέρκυρα-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Άυλων παραγόντων	118
Πίνακας 60	Ζάκυνθος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Απτών παραγόντων	121
Πίνακας 61	Ζάκυνθος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Φυσικών παραγόντων	122
Πίνακας 62	Ζάκυνθος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Κοινωνικής Αλληλεπίδρασης	123
Πίνακας 63	Ζάκυνθος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Ψυχολογικών παραγόντων	124
Πίνακας 64	Ζάκυνθος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και Άυλων παραγόντων	125
Πίνακας 65	Ζάκυνθος-Παλινδρόμηση μεταξύ Δημογραφικών στοιχείων και παραγόντων Αναζήτησης/Εξερεύνησης	126