

2025-06

þý £ Å ¼ À µ Á ¹ Æ ¿ Á ¬ ° ± Ä ± ½ ± » É Ä ® ° ±
þý ´ ¹ ± Ç µ ¯ Á ¹ Ã . ° Á ¯ Ã µ É ½ ° ± Ä ± Ä . ¼
þý Ã µ ¹ Ã ¼ ¹ ° ® À µ Á ¯ ¿ ´ ¿ . — À µ Á ¯ À Á

þý • » µ Å , - Á ¹ ¿ Â , ± Ã Ç ¬ » · Â

þý æ µ Ä ± Ä Ä Å Ç ¹ ± ° ì Á ì ³ Á ± ¼ ¼ ± " ¹ ¿ ¯ ° · Ä · Â □ ¿ Å Á ¹ Ã Ä ¹ ° î ½ • À ¹ Ç µ ¹ Á ® Ã µ É ½ , £ Ç ¿ » ®
þý • À ¹ Ã Ä · ¼ î ½ ° ± ¹ " ¹ ¿ ¯ ° · Ä · Â , ± ½ µ À ¹ Ã Ä ® ¼ ¹ ¿ • µ ¬ À ¿ » ¹ Â ¬ Æ ¿ Å ,

<http://hdl.handle.net/11728/13275>

Downloaded from HEPHAESTUS Repository, Neapolis University institutional repository



ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ: MBA in
TOURISM

ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ
ΚΡΙΣΕΩΝ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΣΕΙΣΜΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟ. Η
ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΣΑΝΤΟΡΙΝΗΣ.

ΟΝΟΜΑ ΦΟΙΤΗΤΗ:

ΠΑΣΧΑΛΗΣ ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΣ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:

ΜΑΣΟΥΡΑΣ ΑΝΔΡΕΑΣ

ΙΡΛΑΝΔΙΑ

02/06/2025



ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ: MBA in
TOURISM

ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ
ΚΡΙΣΕΩΝ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΣΕΙΣΜΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟ. Η
ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΣΑΝΤΟΡΙΝΗΣ.

Διπλωματική Εργασία η οποία υποβλήθηκε προς απόκτηση
μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών στο Business Administration (MBA)
in Tourism στο Πανεπιστήμιο Νεάπολις Πάφος

ΠΑΣΧΑΛΗΣ ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΣ

ΙΟΥΝΙΟΣ 2025

.....

Πασχάλης Ελευθέριος

Copyright @ Πασχάλης Ελευθέριος, 2025

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της Διπλωματικής Εργασίας από το Πανεπιστήμιο Νεάπολις δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Πανεπιστημίου.

Περίληψη

Η παρούσα εργασία επικεντρώνεται στο να εξετάσει την διαχείριση κρίσεων στον τουριστικό τομέα, εστιάζοντας στον τουριστικό κλάδο της Σαντορίνης. Στο θεωρητικό μέρος παρουσιάζονται οι κρίσεις ως φαινόμενο και η διαχείριση τους, τα είδη των κρίσεων και τα χαρακτηριστικά τους. Επιπλέον παρουσιάζονται οι φάσεις εξέλιξης των κρίσεων, η μέθοδος αναχαίτισης και πρόληψης μίας κρίσης, καθώς επίσης και η διαχείριση κρίσεων στην Ελλάδα. Τέλος, παρουσιάστηκαν συστήματα προειδοποίησης κρίσεων, οι αρμόδιοι φορείς και ορισμένες εφαρμογές σχεδίων ετοιμότητας. Εξετάστηκε η μελέτη κρίσεως που έλαβε χώρα στο νησί της Σαντορίνης. Πιο συγκεκριμένα η συγκεκριμένη περίπτωση αφορά την έντονη σεισμική δραστηριότητα που έλαβε χώρα στο νησί της Σαντορίνης λίγο πριν την έναρξη της καλοκαιρινής σεζόν 2025. Δημιουργήθηκε έρευνα με ερωτηματολόγια σχετικά με τις πιθανές επιπτώσεις στον τουριστικό κλάδο, την ετοιμότητα και την εκπαίδευση τόσο των μόνιμων κατοίκων όσο και των επιχειρήσεων και των εργαζομένων, καθώς επίσης και την ανταπόκριση και άμεση ενεργοποίηση του κρατικού μηχανισμού. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι οι ερωτηθέντες θεωρούν ότι οι τιμές, κυρίως σε ξενοδοχειακές μονάδες και αirtbnb, θα επηρεαστούν σημαντικά, καθώς επίσης και τον διχασμό τους σχετικά με το αν ο κρατικός μηχανισμός λειτούργησε έγκυρα. Τέλος, αναδεικνύεται η ανάγκη εκπαίδευσης και ενημέρωσης τόσο του πληθυσμού όσο και των εργαζομένων του νησιού της Σαντορίνης σε ενδεχόμενες μελλοντικές καταστάσεις κρίσεων.

Λέξεις κλειδιά: κρίσεις, φυσικές καταστροφές, σεισμός, εκπαίδευση, οικονομία, τουρισμός, συμπεριφορά καταναλωτή, έρευνα, Σαντορίνη.

Abstract

This paper focuses on examining crisis management in the tourism sector, with a specific emphasis on the tourism industry of Santorini. The theoretical part presents crises as a phenomenon and their management, the types of crises and their characteristics. In addition, it outlines the phases of crisis evolution, methods of containment and prevention, as well as crisis management in Greece. Finally, it discusses crisis warning systems, the responsible authorities and some applications of preparedness plans. A case study of a crisis that took place on the island of Santorini is being examined. More specifically, the case concerns the intense seismic activity that occurred on Santorini shortly before the start of the 2025 summer season. A survey was conducted using questionnaires regarding the potential impacts on the tourism sector, the preparedness and training of both permanent residents and businesses and employees, as well as the response and immediate activation of the state mechanism. The survey results indicated that respondents believe prices – especially in hotels and Airbnb accommodations – will be significantly affected, and that there is division regarding whether the state's mechanism responded effectively. Lastly, the findings highlight the need for education and awareness for both the local population and workers on the island of Santorini in the face of potential future crisis situations.

Keywords: crises, natural disasters, earthquakes, training, economy, tourism, consumer behavior, research, Santorini.

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον καθηγητή μου και υπεύθυνο της παρούσας εργασίας, κύριο Μασούρα Ανδρέα για την εξαιρετική συνεργασία μας, την σωστή καθοδήγηση, τις συμβουλές, τις γνώσεις και την πολύτιμη βοήθεια του στην συγγραφή της διπλωματικής εργασίας μου.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα την οικογένεια μου, την σύντροφο μου, καθώς επίσης και όλο το στενό φιλικό μου περιβάλλον για αμέριστη συμπαράσταση τους.

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	4
Abstract.....	5
Ευχαριστίες.....	6
Εισαγωγή.....	8
1. Διαχείριση κρίσεων.....	9
1.1 Εννοιολογική προσέγγιση του όρου “κρίσης”.....	9
1.2 Χαρακτηριστικά κρίσεων.....	10
1.3 Ενέργειες αντιμετώπισης κρίσεων: Crisis Management.....	11
1.4 Ανάλυση ειδών κρίσεων.....	12
1.4.1 Κρίσεις Πανδημίας.....	12
1.4.2 Κρίσεις τρομοκρατικών επιθέσεων.....	14
1.4.3 Κρίσεις και φυσικές καταστροφές.....	16
1.5 Διαχείριση κρίσεων στην Ελλάδα.....	20
2. Ο Τουριστικός Κλάδος.....	23
2.1 Ο ορισμός του τουρισμού.....	23
2.2 Η βιομηχανία του τουρισμού στην Ελλάδα.....	24
2.3 Η περίπτωση της Σαντορίνης.....	26
2.3.1 Ανάλυση S.W.O.T. Σαντορίνης.....	27
2.3.2 Τουριστικές υποδομές.....	29
2.3.3 Παραλίες.....	30
2.3.4 Τοπικά προϊόντα.....	33
3. Καταναλωτική συμπεριφορά τουριστών.....	35
3.1 Εννοιολογική προσέγγιση συμπεριφοράς καταναλωτή.....	35
3.2 Παράγοντες που επηρεάζουν την συμπεριφορά καταναλωτή.....	36
3.3 Θεωρίες των τουριστικών κινήτρων.....	37
3.4 Συμπεριφορά καταναλωτή σε περιπτώσεις φυσικών καταστροφών.....	40

4.Μελέτη περίπτωσης “Συμπεριφορά καταναλωτή και διαχείριση κρίσεων κατά την σεισμική περίοδο. Η περίπτωση της Σαντορίνης.”.....	47
4.1 Εισαγωγή.....	47
4.2 Μεθοδολογία.....	48
4.3 Περιγραφή και ανάλυση αποτελεσμάτων.....	48
6. Συμπεράσματα έρευνας.....	59
6.1 Αναλυτική περιγραφή αποτελεσμάτων.....	59
6.2 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα.....	64
Παράρτημα.....	65

Πίνακας εικόνων

Εικόνα 1: Εφημερίδα της εποχής αναφέρει τον θάνατο του θρυλικού Freddie Mercury από AIDS.....	16
Εικόνα 2 : Δίδυμοι πύργοι λίγα λεπτά μετά την τρομοκρατική επίθεση της 11ης Σεπτεμβρίου, Νέα Υόρκη.....	17
Εικόνα3: Γκραφίτι σε τοίχο που δείχνει Ιρλανδούς μαχητές.....	18
Εικόνα4: Φωτογραφία που αποτυπώνει το μέγεθος της καταστροφής.....	19
Εικόνα5: Το μέγεθος της καταστροφής της πυρκαγιάς στο Μάτι Αττικής.....	21
Εικόνα6: Ζημιές που άφησε πίσω του ο σεισμός της Σάμου.....	21
Εικόνα7: Πλημμύρα στην Μάνδρα Αττικής.....	22
Εικόνα8: Το πλημμυρισμένο κέντρο των Τρικάλων μετά το πέρασμα του Daniel.....	22
Εικόνα9 : Η Καλντέρα της Σαντορίνη.....	29
Εικόνα10: Ιεραρχία αναγκών του Maslow.....	40

Γραφήματα

Γράφημα 1. Φύλο.....	46
Γράφημα 2. Ηλικία.....	47
Γράφημα 3. Επίπεδο εκπαίδευσης.....	48

Γράφημα 4. Εμπειρία σε κάποιο καταστροφικό γεγονός.....	49
Γράφημα 5. Καταστροφικό γεγονός.....	50
Γράφημα 6. Παρακολούθηση σεμιναρίων για καταστάσεις έκτακτης ανάγκης.....	51
Γράφημα 8. Ενημέρωση εργαζομένων για καταστάσεις έκτακτης ανάγκης.....	53
Γράφημα 9. Σεισμική δραστηριότητα Σαντορίνης.....	54
Γράφημα 10. Σχέδιο έκτακτης ανάγκης από την πολιτεία για την Σαντορίνη.....	55
Γράφημα 11. Συχνότητα εκπαίδευσης του πληθυσμού.....	55
Γράφημα 12. Άμεση αντίδραση του κρατικού μηχανισμού.....	56
Γράφημα 13. Σχέδιο έκτακτης ανάγκης στις επιχειρήσεις.....	56
Γράφημα 14. Επηρεασμός τουριστικής σεζόν από την σεισμική δραστηριότητα....	57
Γράφημα 15. Τιμές μετά την σεισμική δραστηριότητα.....	59
Γράφημα 16. Σαντορίνη τουριστικός προορισμός.....	60
Γράφημα 17. Ασφάλεια κατά την διάρκεια της διαμονής.....	60
Γράφημα 18. Εκπαίδευση πολιτών σχετικά με την ετοιμότητα τους σε περίπτωση σεισμού.....	61

Εισαγωγή

Ο τουριστικός τομέας είναι πάρα πολύ σημαντικός παράγοντας για την οικονομία και την κουλτούρα της Ελλάδας, και ειδικότερα για τα νησιά του Αιγαίου, καθώς αποτελεί την βασική πηγή εσόδων και συνεισφέρει σημαντικά στο ΑΕΠ της χώρας.

Ο τουριστικός τομέας όμως, όπως και κάθε τομέας της οικονομίας είναι ευάλωτος σε κρίσεις. Κρίσεις όπως οι παγκόσμια οικονομική κρίση, η υγειονομική κρίση του Covid-19, αλλά και μία περιβαλλοντολογική κρίση όπως η πυρκαγιά της Ρόδου κατά την διάρκεια της καλοκαιρινής σεζόν επέφεραν μία σειρά από αρνητικές επιπτώσεις. Η διαχείριση κρίσεων στον Τουριστικό Τομέα στην χώρα μας αποτελεί ένα σημαντικό πεδίο μελέτης, καθώς στην Ελλάδα έχουν υπάρξει αρκετές κρίσεις όπως οικονομική κρίση, υγειονομική κρίση, πυρκαγιές, σεισμοί και πλημμύρες και όλα αυτά γεννούν μία σειρά από ερωτήματα. Ερωτήματα όπως:

- Υπάρχουν αρμόδιοι φορείς για την διαχείριση κρίσεων;
- Υπάρχουν σχέδια δράσης σχετικά με μία έντονη σεισμική δραστηριότητα;
- Λειτουργεί ο κρατικός μηχανισμός σε περιπτώσεις έκτακτης ανάγκης;
- Πως επηρεάστηκαν ο εισερχόμενος τουρισμός και η οικονομία των τουριστικών επιχειρήσεων;

Η τουριστική βιομηχανία της Σαντορίνης αποτελεί βασικό πυλώνα της ελληνικής οικονομίας, καθώς εκατομμύρια τουρίστες επισκέπτονται το νησί κατά την διάρκεια μίας τουριστικής σεζόν. Στην παρούσα εργασία, θα επιχειρήσουμε να μελετήσουμε την διαχείριση κρίσιμων καταστάσεων, όπως η έντονη σεισμική δραστηριότητα της Σαντορίνης που έλαβε μέρος λίγο πριν την έναρξη της τουριστικής σεζόν 2025.

Κεφάλαιο 1

Διαχείριση κρίσεων

1.1 Εννοιολογική προσέγγιση του όρου “κρίσης”.

Αρκετοί ερευνητές ανά τον κόσμο ξεκίνησαν να μελετούν διάφορες κρίσεις όπως οι σεισμοί, οι πυρκαγιές, οι πλημμύρες, καθώς πρόκειται για μία κατάσταση που συμβαίνει ξαφνικά και φέρει αρνητικά αποτελέσματα στην λειτουργία ενός τουριστικού επιχειρηματικού ομίλου ή ακόμα και μίας μικρής τουριστικής επιχείρησης. Αξιοσημείωτο όμως είναι το γεγονός ότι σε περίπτωση περιβαλλοντολογικής κρίσης δεν επηρεάζονται μόνο οι επιχειρήσεις, αλλά και μία σειρά ομάδων όπως οι εργαζόμενοι, οι οικογένειες των εργαζομένων, οι καταναλωτές, οι μόνιμοι κάτοικοι της κάθε περιοχής, αλλά ακόμα και το ίδιο το κράτος. Ένας από τους πρώτους ορισμούς δόθηκε από τον κ. Young (1968) όπου *“η διεθνής κρίση είναι μία σειρά από γρήγορα, διαδοχικά γεγονότα τα οποία αυξάνουν την επίδραση του παράγοντα της αστάθειας στο διεθνές σύστημα ή σε κάποιο από τα υποσυστήματα του αισθητά παραπάνω από συνήθη επίπεδα αυξάνοντας παράλληλα και την πιθανότητα εμφάνισης βίας στο διεθνές σύστημα”*. Το 1988 οι Kegley & Wiltkopf όρισαν την κρίση ως *“μία κατάσταση που απειλεί τους στόχους υψηλής προτεραιότητας της μονάδας λήψης αποφάσεων, περιορίζει το ποσό του διαθέσιμου χρόνου για αντίδραση πριν η απόφαση σχηματιστεί και εκπλήσσει τα μέλη της μονάδας λήψης αποφάσεων πριν την εμφάνισή της”*, ενώ οι Pearson & Clair το 1998 τονίζουν την κρίση ως *“την κατάσταση η οποία έχει μικρές πιθανότητες εμφάνισης, αλλά σε περιπτώσεις που εμφανίζεται έχει καταστροφικά αποτελέσματα, θέτοντας σε κίνδυνο την αξιοπιστία και την φήμη ενός οργανισμού”*.

Επιπροσθέτως πάρα πολύ σημαντικός είναι και ο ορισμός των MacNeil & Topping (2007) όπου όρισαν την κρίση ως ένα συμβάν το οποίο *“προκαλεί σοβαρή συναισθηματική και κοινωνική δυσφορία, η οποία μπορεί να συμβεί οποιαδήποτε στιγμή και χωρίς καμία προειδοποίηση”*. Παρομοίως, το 1999 ο Wilkleman τόνισε πως *“κρίση είναι απροσδόκητο γεγονός το οποίο απειλεί την λειτουργία και την ύπαρξη οργανισμών”*. Το 2010 το ινστιτούτο διαχείρισης κρίσεων όρισε την κρίση ως *“ένα σημαντικό γεγονός, το οποίο διακόπτει την εύρυθμη λειτουργία ενός οργανισμού. Η εκτεταμένη ενασχόληση του γεγονότος της κρίσης και το ενδιαφέρον της κοινής γνώμης για αυτή, επηρεάζουν άμεσα τον οργανισμό και δύναται να έχουν σημαντικές νομικές και οικονομικές επιπτώσεις στην λειτουργία του”*. Για τις επιχειρησιακές κρίσεις έδωσε τον ορισμό *“η επιχειρησιακή κρίση αποτελεί ένα αρνητικό γεγονός, το οποίο επιδρά αρνητικά στην ομαλή λειτουργία μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού, αποτελώντας αφορμή για εκτενή δημοσιοποίηση και σοβαρές οικονομικές και κοινωνικές συνέπειες για την επιχείρηση ή τον οργανισμό”*. Πιο συγκεκριμένα οι φυσικές καταστροφές όπως οι σεισμοί δημιουργούν δύσκολες καταστάσεις, καθώς η επιχείρηση ξαφνικά βρίσκεται σε μία κατάσταση έκτακτης ανάγκης, εμποδίζοντας της να λειτουργήσει ομαλά και να ακολουθήσει τους στόχους της. Αυτό συμβαίνει επίσης διότι παράλληλα με την φυσική καταστροφή επιχείρηση οφείλει να διασφαλίσει την ασφάλεια των εργαζομένων της, αλλά και των πελατών της, γεγονός που δεν είναι καθόλου εύκολο, καθώς παράλληλα το άγχος και η ψυχολογική πίεση όλων των συμμετεχόντων αυξάνεται δραματικά.

Λαμβάνοντας υπόψη όλους τους παραπάνω ορισμούς, μπορούμε να φτάσουμε στο συμπέρασμα πως δεν υπάρχει κάποιος κοινά αποδεκτός ορισμός για την έννοια της “κρίσης”, αλλά αυτό που είναι κοινά αποδεκτό είναι ότι σε μία περίπτωση κρίσης δεν επηρεάζεται μόνο η επιχείρηση ή ο οργανισμός, αλλά και ο καταναλωτής.

1.2 Χαρακτηριστικά κρίσεων

Είναι ευρέως γνωστό πως οι κρίσεις ξεσπούν αιφνίδια και κατά μεγάλο ποσοστό χωρίς να προειδοποιούν. Γι’ αυτό είναι πολύ σημαντικό οι αρμόδιοι φορείς, δηλαδή επιχειρήσεις και κράτος να έχουν ένα αποτελεσματικό σχέδιο δράσης. Κατά την διάρκεια των κρίσεων γεννούνται πολλά ερωτήματα όπως πως θα αντιμετωπισθεί αυτή η κρίση, τι προκάλεσε αυτή την κρίση, πως θα αντιμετωπισθεί, αλλά και πώς θα ανακάμψει η κάθε περιοχή που έρχεται αντιμέτωπη με κάποια κρίση. Σε όλα αυτά τα ερωτήματα, οι αρμόδιοι οφείλουν να βρουν μία απάντηση και παράλληλα καλούνται να διαχειριστούν προσεκτικά και αποτελεσματικά καταστάσεις πανικού και εκνευρισμού που θα υπάρχουν, γεγονός που καθιστά το έργο τους ακόμα πιο δύσκολο. Ένα ακόμη χαρακτηριστικό των κρίσεων αποτελεί ο δυναμικός τους χαρακτήρας, δηλαδή το αίσθημα της ανασφάλειας και του κινδύνου το οποίο συνδέεται άμεσα με την κλιμάκωση μίας κρίσης. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι σεισμοί στο νησί της Σαντορίνης κατά τους μήνες Ιανουάριος και Φεβρουάριος 2025, καθώς οι σεισμοί αυτοί σε συνδυασμό με το ηφαίστειο Κολούμπο προκάλεσαν τον πανικό στην ευρύτερη περιοχή, καθώς και την κινητοποίηση των αρμόδιων φορέων.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει το πώς οι Seymour & Moore (2005) διαχώρισαν τις κρίσεις με βάση τον χρόνο εκδήλωσης μιας κρίσης σε “Cobra” και “Python”. Με τον όρο “Cobra” περιγράφονται *“οι κρίσεις που λαμβάνουν χώρα αναπάντεχα και απροσδόκητα και έχουν γρήγορη εξέλιξη”*, ενώ με τον όρο “Python”, οι κρίσεις σχετίζονται με *“θέματα που έχουν αργή εξέλιξη και εκδηλώνονται σταδιακά όπως προβλήματα διοίκησης και προβλήματα στον κλάδο”*.

1.3 Ενέργειες αντιμετώπισης κρίσεων: Crisis Management

Ο όρος διαχείριση κρίσεων ή αλλιώς crisis management εμφανίστηκε και εφαρμόστηκε για πρώτη φορά το 1962 όπου κατά την διάρκεια της κρίσης που ξέσπασε στην Κούβα, ο Αμερικανός τότε πρόεδρος J.F.Kennedy χρησιμοποίησε τον όρο αυτόν για να περιγράψει τον τρόπο αντιμετώπισης και διαχείρισης της κρίσιμης και πρωτοφανής τότε κατάστασης (Dirk Glasesser, 2003, σελ. 10).

Για την αντιμετώπιση όμως κρίσεων, απαραίτητες είναι κάποιες διεργασίες και πρακτικές, όπου σύμφωνα με τον Glaesser (2006) είναι οι εξής:

- ✓ *Εμπειρία στελεχών του οργανισμού, για να είναι ικανά να συμπεριλάβουν στο γενικό πλάνο αντιμετώπισης όλα τα πιθανά σενάρια για την ανάπτυξη και εφαρμογή σχεδίων δράσης*
- ✓ *Διεργασίες αναγνώρισης, μελέτης, πρόβλεψης περιστάσεων που συμβαίνουν σε μια κρίση*

- ✓ *Τεχνικές για την μείωση του κινδύνου, των απειλών και της αβεβαιότητας*
- ✓ *Με βάση όλα τα παραπάνω, η διαχείριση μίας κρίσης θεωρείται από ορθή πρόβλεψη των ενδεχόμενων κινδύνων της κρίσης, τον προσεκτικό σχεδιασμό, την λήψη μέτρων για μείωση κινδύνων, των απειλών και της αβεβαιότητας πριν και κατά την εξέλιξη της για να προστατευθεί ο οργανισμός στο σύνολο του όπως οι εργαζόμενοι, το περιβάλλον και η οικονομία (Glaesser, 2006).*

1.4 Ανάλυση ειδών κρίσεων

Οι κρίσεις είναι αναπάντεχες και συμβαίνουν ξαφνικά χωρίς συνήθως κάποια σημάδια, γι' αυτό άλλωστε κάθε οργανισμός οφείλει να είναι έτοιμος να τις αντιμετωπίσει. Κάθε είδος κρίσης όμως έχει την δικιά του βαρύτητα και τις δικιές της επιπτώσεις που μπορεί να είναι λίγο έως πολύ καταστροφικές για την βιωσιμότητα όχι μόνο των επιχειρήσεων, αλλά και γενικά των ευρύτερων περιοχών. Η ανάλυση των ειδών κρίσεων χρίζουν τεράστιας σημασίας για όλους τους οργανισμούς, ώστε να δημιουργήσουν ένα σχέδιο έκτακτης ανάγκης, ικανό να ανταπεξέλθει σε όποια πολυπλοκότητα που μπορεί να προκύψει. Συνεπώς κάθε κατηγορία, απαιτεί διαφορετικές στρατηγικές διαχείρισης και πρόληψης για να ελαχιστοποιηθεί όσο το δυνατόν πιο πολύ ο αντίκτυπος τους στις επιχειρήσεις και τις ευρύτερες περιοχές. Παρακάτω θα αναλύσουμε κάποιες από τις πιο βασικές κρίσεις που έχουν επηρεάσει τόσο την ελλαδική, όσο και την παγκόσμια κοινωνία.

1.4.1 Κρίσεις Πανδημίας

Οι πανδημίες μπορούν να επηρεάσουν σημαντικά την οικονομία μίας χώρας, αλλά και την παγκόσμια οικονομία, καθώς η έξαρση ασθενειών επηρεάζει άμεσα τον καταναλωτή. Σύμφωνα με τον παγκόσμιο οργανισμό υγείας, πανδημία είναι “η εξάπλωση μιας νέας ασθένειας σε παγκόσμιο επίπεδο που επηρεάζει μεγάλους αριθμούς ανθρώπων” (world health

organisation, 2020). Εδώ και αιώνες οι πανδημίες απασχολούν τους ανθρώπους, με χαρακτηριστικό παράδειγμα την πρώτη πιο πανδημία που έχει καταγραφεί και πρόκειται για τον Λοιμό των Αθηνών (430 π.Χ.), όπου ο τυφοειδής πυρετός σκότωσε περίπου το 1/3 του πληθυσμού της Αθήνας σε τέσσερα χρόνια, συμπεριλαμβανομένου του μεγάλου αρχαίου Έλληνα Περικλή. Τον τελευταίο μόνο αιώνα, η ανθρωπότητα έχει έρθει αντιμέτωπη με τέσσερις πανδημίες, οι οποίες είναι η ισπανική γρίπη (1918), η πανδημία του HIV (1980), η πανδημία του H1N1 (2009) και η πανδημία του Covid-19 (2020).

Η *ισπανική γρίπη* εμφανίστηκε στις αρχές του 20ου αιώνα και σχεδόν προς το τέλος του Α΄ Παγκοσμίου πολέμου. Η συγκεκριμένη γρίπη πλήττει το 50% του πληθυσμού παγκοσμίως, με ανερχόμενους θανάτους ανά ημέρα, 2100. Πρόκειται για την πιο φονική πανδημία στην σύγχρονη ιστορία της ανθρωπότητας. Σύμφωνα με τον κ. Χρυσόγελο (2020), οι θάνατοι ανέρχονται σε πάνω από 50 εκατομμύρια ανθρώπους, διορθώνοντας έτσι παλαιότερες έρευνες που έδειχναν ότι οι νεκροί από την πανδημία ανερχόταν στα 35 εκατομμύρια περίπου. Για να κατανοήσουμε καλύτερα το μέγεθος της συγκεκριμένης πανδημίας, η ισπανική γρίπη είχε περίπου 35 εκατομμύρια περισσότερους νεκρούς από τον Α΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, οι οποίοι υπολογίζονται περίπου στους 18 εκατομμύρια, και επίσης 10 εκατομμύρια περισσότεροι από όσους έχουν χάσει την ζωή τους εξαιτίας του AIDS σε σχεδόν 40 χρόνια (Honigsbaum, 2020).

Η *πανδημία του AIDS/HIV* εντοπίστηκε για πρώτη φορά στο Κονγκό, αλλά ταυτοποιήθηκε το 1981, χωρίς κανένας έως τότε να έχει κατανοήσει την σοβαρότητα και κίνδυνο που ελλοχεύει η συγκεκριμένη πανδημία (Ευσταθίου 2020). Μέχρι σήμερα οι νεκροί από το AIDS ανέρχονται σε περίπου 36 εκατομμύρια ανθρώπους, καθώς ο συγκεκριμένος ιός καταστρέφει το ανοσοποιητικό σύστημα του ανθρώπου, με αποτέλεσμα ο οργανισμός να μην μπορεί να αντιμετωπίσει ούτε μία απλή ίωση. Φτάνοντας στο σήμερα δεν έχει βρεθεί κάποια μόνιμη επίλυση στο πρόβλημα, αλλά παράλληλα η σύγχρονη ιατρική έχει αναπτύξει διάφορες θεραπείες που καθιστούν τον ίο πολύ πιο διαχειρίσιμο.



Εικόνα1: Εφημερίδα της εποχής αναφέρει τον θάνατο του θρυλικού Freddie Mercury από AIDS, πηγή: iloveclassicrock.com

Τον Ιούνιο του 2009 ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας κηρύζει κατάσταση πανδημίας, καθώς ο ιός *H1N1* μεταδιδόταν με ραγδαία ταχύτητα. Σε σύγκριση με άλλες πανδημίες στο παρελθόν, υπήρξε ένα πιο οργανωμένο σχέδιο αντιμετώπισης του ιού, όπως για παράδειγμα το Ηνωμένο Βασίλειο, όπου σε μία προσπάθεια περιορισμού του ιού, διέταξε το κλείσιμο των σχολείων και την εθελοντική απομόνωση, με λίγα λόγια καραντίνα, με αντιβιοτικά φάρμακα και εμβολιασμό. Η σύγχρονη ιατρική τεχνολογία σε συνδυασμό με την άμεση ανταπόκριση και λήψη μέτρων από πολλά κράτη βοήθησε σημαντικά στην αντιμετώπιση του H1N1. Η τελευταία πανδημία που έπληξε την ανθρωπότητα είναι ο *Covid-19*, όπου μετά την Ισπανική Γρίπη έχει χαρακτηριστεί ως η πλέον πιο γρήγορα εξελισσόμενη πανδημία. Ο συγκεκριμένος ιός πρωτοεμφανίστηκε στην επαρχία της Wuhan της Κίνας, και κατάφερε σε χρόνο ρεκόρ να μεταδοθεί σε σχεδόν όλον τον πλανήτη. Ο συγκεκριμένος ιός εμφανίστηκε στην Ελλάδα στις 26 Φεβρουαρίου, καταγράφοντας έτσι το πρώτο κρούσμα στην χώρα μας. Τα μέτρα που έλαβε η ελληνική κυβέρνηση, όπως κλείσιμο σχολείων, μπαρ, χώρων εστίασης, εστιατορίων, καραντίνα κρουσμάτων κλπ., έπαιξαν σημαντικό ρόλο στην μη περαιτέρω εξάπλωση του ιού, μέτρα τα οποία δέχθηκαν πολύ θετικά σχόλια από τον ξένο τύπο. Το σύνολο των κρουσμάτων στην χώρα ήταν 5.548.487 εκ., ενώ οι νεκροί έφτασαν τους 34.779. Όλες οι πανδημίες, έτσι και ο *Covid-19* ως η πιο πρόσφατη πανδημία, αποτέλεσε έναν μεγάλο κίνδυνο για την δημόσια υγεία και έθεσε σε όλους τους πολίτες ατομικά, αλλά και την κοινωνία στο σύνολο της στο κέντρο του προβληματισμού για την αντιμετώπιση του. Προφανώς όμως, πέρα από την δημόσια υγεία, εξαιτίας του ιού ταλαιπωρήθηκε αρκετά και τουριστική βιομηχανία της χώρας. Είναι ευρέως γνωστό πως ο τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί ένας από τους βασικότερους πυλώνες της ελληνικής οικονομίας (Papanikos, Athens Journal of Tourism, 2020). Ο κ. Παπανίκος τονίζει το πόσο σημαντικός είναι ο τουρισμός για την ελληνική οικονομία αναφέροντας ότι ο τομέας του τουρισμού το 2020 συνεισφέρει άμεσα το 11,7% του ΑΕΠ και έμμεσα μεταξύ 25,7% και 30,9%, ενώ παράλληλα τονίζει πως ο συγκεκριμένος τομέας παίζει πρωταγωνιστικό ρόλο στην μείωση της ανεργίας ειδικότερα τους μήνες της καλοκαιρινής σεζόν. Με γνώμονα όλα τα παραπάνω καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι οι πανδημίες αποτελούν τεράστιο κίνδυνο όχι μόνο για την δημόσια υγεία, αλλά και για την οικονομία του κράτους. Παρόλα αυτά όμως, ένα οργανωμένο σχέδιο και πλάνο μπορεί να μειώσει σημαντικά τις ζημιές που μπορεί να προκαλέσει μία πανδημία στην οικονομία και πιο συγκεκριμένα στον τουριστικό κλάδο.

1.4.2 Κρίσεις τρομοκρατικών επιθέσεων

Η τρομοκρατία αποτελεί την απειλή χρήσης βίας που έχει συνήθως ως σκοπό την αντίδραση ή την άσκηση πίεσης από μία ομάδα ανθρώπων, αλλά ακόμα και από ένα άτομο, οδηγούμενοι από πολιτικά, ιδεολογικά και θρησκευτικά κίνητρα. Σύμφωνα με τον Walter Enders (2007), η τρομοκρατία ορίζεται ως *“η χρήση της προθέσεως αδιάκριτης βίας ως μέσο για την δημιουργία τρόμου ή φόβου, προκειμένου να επιτευχθεί ένας πολιτικός, θρησκευτικός ή ιδεολογικός στόχος”*. Η πιο αποδεκτή ορολογία αυτής της έννοιας είναι πως το εν λόγω φαινόμενο αφορά τη χρήση βίας που αποτελεί συνέπεια υπολογισμού, και τις περισσότερες φορές λογίζεται σαν έγκλημα σε εθνικό επίπεδο και στοχεύει σε άτομα ή περιουσίες, επίσης αποτελεί απειλή των συμβόλων

μιας κοινωνίας και ενός κράτους (Rubin & Rubin, 2009).Πολιτικά, θρησκευτικά και ιδεολογικά συμφέροντα έχουν συμβάλλει σε πάρα πολλές τρομοκρατικές ενέργειες ανά τον κόσμο, με τρομακτικές επιπτώσεις στην κοινωνία και την παγκόσμια οικονομία. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η επίθεση των τρομοκρατών της οργάνωσης Αλ Κάιντα στους δίδυμους πύργους κατά την 11η Σεπτεμβρίου του 2001.



Εικόνα 2 : Δίδυμοι πύργοι λίγα λεπτά μετά την τρομοκρατική επίθεση της 11ης Σεπτεμβρίου, Νέα Υόρκη, 2001, πηγή: thenation.co

Ένα ακόμα χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί ο IRA και η δράση του. Έως και σήμερα το μικρό νησί της Ιρλανδίας χωρίζεται ανάμεσα στην Δημοκρατία της Ιρλανδίας με πρωτεύουσα το Δουβλίνο και την Βόρεια Ιρλανδία με πρωτεύουσα το Μπέλφαστ, όπου η Βόρεια Ιρλανδία βρίσκεται υπό Βρετανική διοίκηση. Τα κίνητρα του IRA ήταν τόσο πολιτικά, όσο και θρησκευτικά, αφού εκτός από την χρηματοοικονομική και διοικητική ανεξαρτησία, αγωνιζόταν επίσης και για την ίση μεταχείριση προτεσταντών και καθολικών. Οι πλέον αναγνωρίσιμες ενέργειες του IRA είναι η Ματωμένη Παρασκευή (1972), η δολοφονία του Λόρδου Mountbatten, ξάδελφο της Βασίλισσας Ελισάβετ Β΄ και η βομβιστική επίθεση στο ξενοδοχείο Brighton (1984) με σκοπό την δολοφονία της τότε πρωθυπουργού του Ηνωμένου Βασιλείου Margaret Thatcher.



Εικόνα3: Γκραφίτι σε τοίχο που δείχνει Ιρλανδούς μαχητές. Πηγή: offlinepost.gr

Οργανώσεις όπως η Φράξια Κόκκινος Στρατός στην Γερμανία και οι Ερυθρές Ταξιαρχίες στην Ιταλία, ενέπνευσαν και τις τρομοκρατικές οργανώσεις της χώρας μας, όπως η 17 Νοέμβρη (17N) και το Επαναστατικό Λαϊκό Αγώνα (ΕΛΑ). Ειδικότερα η οργάνωση 17 Νοέμβρη φέρει την ευθύνη για αρκετές τρομοκρατικές επιθέσεις στην χώρας μας από το 1975 και την δολοφονία του Ρ.Γουέλς ο οποίος ήταν ο επικεφαλής της CIA στην Ελλάδα, έως και το 2002 και την βομβιστική επίθεση στα εκδοτήρια της εταιρείας Hellas Flying Dolphins στον Πειραιά.

1.4.3 Κρίσεις και φυσικές καταστροφές

Οι φυσικές καταστροφές όπως οι σεισμοί, οι πλημμύρες και οι πυρκαγιές μπορούν να έχουν καταστροφικές επιπτώσεις για κοινωνία. Στον τομέα του τουρισμού και συγκεκριμένα στο *hospitality* οι συνέπειες των φυσικών καταστροφών περιλαμβάνουν υλικές ζημιές, απώλεια αποθεμάτων, διακοπή λειτουργίας και φυσικά απώλεια ζώων ανάλογα φυσικά με το μέγεθος της καταστροφής.

Στις 26 Δεκεμβρίου 2004 έλαβε χώρα μία από τις πιο τρομακτικές φυσικές καταστροφές που έχουν καταγραφεί στην σύγχρονη ιστορία, όπου ένας υποθαλάσσιος σεισμός στα ανοιχτά της νήσου Σουμάτρα στην Ινδονησία, μεγέθους 9,3 βαθμών ρίχτερ, το οποίο προκάλεσε τσουνάμι που έπληξε τις ακτές πολλών χωρών της νοτιοανατολικής Ασίας που είχε ως αποτέλεσμα τον θάνατο περίπου 230.000 ανθρώπων σε χώρες κατά μήκος του Ινδικού Ωκεανού (J. Mar. Sci. Eng. 2023). Σύμφωνα με στοιχεία 9 χώρες στο σύνολο επηρεάστηκαν από αυτή την φυσική καταστροφή και ζημιές ανέρχονται στα 15 δις δολάρια των ΗΠΑ.



Εικόνα4: Φωτογραφία που αποτυπώνει το μέγεθος της καταστροφής

Ένα χρόνο μετά ένα ακόμα καταστροφικό γεγονός χτύπησε τις Μπαχάμες και τις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής. Συγκεκριμένα, ο τυφώνας Κατρίνα το 2005, ένας τυφώνας του Ατλαντικού κατηγορίας 5, προκάλεσε εκτεταμένες καταστροφές, ιδιαίτερα στην πολιτεία της Λουιζιάνα και την πόλη της Νέας Ορλεάνης, καθώς τα έργα προστασίας δεν ήταν αρκετά για αποτρέψουν έναν τέτοιο τυφώνα από τον να προκαλέσει καταστροφικές ζημιές. Οικονομικές απώλειες, μαζική μετακίνηση πληθυσμού, απώλεια ανθρώπινων ζωών και μακροπρόθεσμες προκλήσεις για τις πληγείσες περιοχές, ήταν τα αποτελέσματα του φονικού τυφώνα.

Η Ελλάδα δυστυχώς έχει πληγεί και αυτήν από πολλές φυσικές καταστροφές όπως η πυρκαγιά στο Μάτι Αττικής το 2018, ο σεισμός της Σάμου το 2020 όπου δύο νέα παιδιά έχασαν την ζωή τους, η πλημμύρα στην Μάνδρα το 2017 με 24 θανάτους, η πλημμύρα του Θεσσαλικού κάμπου το 2023, όπου η φονική κακοκαιρία Daniel έπληξε τις περιοχές των Τρικάλων, της Καρδίτσας, της Λάρισας και του Βόλου κλπ. Φυσικές καταστροφές οι οποίες έπληξαν και είχαν αρνητικές επιπτώσεις στην κοινωνία και τον τουρισμό των ευρύτερων περιοχών, επιπτώσεις οι οποίες είναι ακόμα και σήμερα εμφανές, καθώς οι καταστροφές σε επιχειρήσεις, σπίτια ή ακόμα φράγματα δεν έχουν επισκευαστεί.



Εικόνα5: Το μέγεθος της καταστροφής της πυρκαγιάς στο Μάτι Αττικής



Εικόνα6: Ζημιές που άφησε πίσω του ο σεισμός της Σάμου.



Εικόνα7: Πλημμύρα στην Μάνδρα Αττικής



Εικόνα8: Το πλημμυρισμένο κέντρο των Τρικάλων μετά το πέρας του Daniel.

Οι οικονομικές επιπτώσεις των φυσικών καταστροφών είναι ιδιαίτερα σημαντικές, καθώς οι επιχειρήσεις μπορεί να χρειαστεί να επενδύσουν σε επισκευές και αντικαταστάσεις εξοπλισμού και παράλληλα θα πρέπει να αντιμετωπίσουν τις απώλειες εσόδων λόγω της διακοπής της λειτουργίας και να αναπληρώσουν τα αποθέματα τους (Rose, 2004). Η διαδικασία της αποκατάστασης των ζημιών μπορεί να είναι δαπανηρή και χρονοβόρα, επηρεάζοντας αρνητικά την ικανότητα της επιχείρησης να εξυπηρετήσει τους πελάτες της και να διατηρήσει το έσοδα της (Tierney, 2007).

Για τον λόγο αυτό οι τουριστικές επιχειρήσεις οφείλουν να αναπτύξουν σχέδια διαχείρισης κρίσεων και ανθεκτικότητας. Το προσωπικό είναι πλέον αναγκαίο να είναι πλήρως εκπαιδευμένο για καταστάσεις έκτακτων αναγκών, όπως οι σεισμοί. Επίσης, η επιχείρηση οφείλει να έχει ασφάλιση έναντι φυσικών καταστροφών, καθώς επίσης και επιχειρηματικών πλάνων έτσι ώστε σε περίπτωση κάποιας κρίσης να μπορέσει να συνεχίσει την λειτουργία της. Τέλος, η συνεργασία με προμηθευτές για την εξασφάλιση εναλλακτικών πηγών προμηθειών μπορεί να βοηθήσει στην αντιμετώπιση των διαταραχών στην αλυσίδα εφοδιασμού, όπου χαρακτηριστικό παράδειγμα θα μπορούσαν να αποτελούσαν τα ελληνικά νησιά (Ponis & Koronis, 2012).

1.5 Διαχείριση κρίσεων στην Ελλάδα.

Η Ελλάδα λόγω της γεωλογικής της θέσης χαρακτηρίζεται από υψηλή σεισμική δραστηριότητα, καθιστώντας τη διαχείριση κρίσεων, ιδιαίτερα των σεισμών, κρίσιμη για την προστασία του πληθυσμού και των υποδομών. Η αποτελεσματική διαχείριση κρίσεων απαιτεί συντονισμό μεταξύ διαφόρων φορέων, θεσμικό πλαίσιο και συνεχή ενημέρωση και εκπαίδευση του πληθυσμού. Για την πολιτική προστασία και την αντιμετώπιση εκτάκτων αναγκών, ο βασικός υπεύθυνος είναι ο μηχανισμός αντιμετώπισης εκτάκτων αναγκών της Γενικής Γραμματείας Πολιτικής Προστασίας ο οποίος σχεδιάζει την πρόληψη και την κινητοποίηση. Ο βασικός στόχος της βάσης του νόμου (Ν.2344/1995) είναι η διασφάλιση της προστασίας του πολίτη και η προστασία κάθε πλουτοπαραγωγικής πηγής, μνημείου και πάσας εγκατάστασης στην χώρα (Λέκκας, 2000).

Η διαχείριση κρίσεων στην Ελλάδα βασίζεται σε ένα βασικό θεσμικό πλαίσιο το οποίο καθορίζεται από τον Νόμο 4662/2020, ο οποίος εισήγαγε το Εθνικό Σύστημα Πολιτικής Προστασίας “Ιόλαος” (Νόμος 4662/2020). Ο νόμος αυτός ορίζει την Γενική Γραμματεία Πολιτικής Προστασίας ως τον κύριο συντονιστικό φορέα για την πρόληψη, την ετοιμότητα, την αντιμετώπιση και την αποκατάσταση από φυσικές καταστροφές. Φορείς που εμπλέκονται αποτελούν οι Ένοπλες Δυνάμεις, η Πυροσβεστική, η Αστυνομία, οι Δήμοι και οι Περιφέρειες.

Το σχέδιο “Ξενοκράτης” αποτέλεσε ένα από τα πρώτα οργανωμένα επιχειρησιακά σχέδια διαχείρισης εκτάκτων αναγκών στην Ελλάδα, το οποίο δημιουργήθηκε το 2003 και ήταν σε ισχύ μέχρι και την αντικατάστασή του από το Εθνικό Σύστημα Πολιτικής Προστασίας

“Ιόλαος” με τον Νόμο 4662/2020. Το σχέδιο αυτό στηρίζεται σε τρεις πυλώνες “Σχεδιασμός - Δράσεις - Συντονισμός” με τρία επίπεδα διοίκησης “Στρατηγικό - Επιχειρησιακό - Τακτικό” και περιλαμβάνει τον σχεδιασμό των επιπέδων της διοίκησης για την δραστική αντιμετώπιση των έκτακτων αναγκών που οφείλονται σε φυσικές καταστροφές όπως ο σεισμός. Επίσης, ο “Ξενοκράτης” προσδιορίζει τις κατηγορίες των καταστροφών, τις εμπλεκόμενες υπηρεσίες και τον συντονισμό των επιχειρησιακών δυνάμεων, καθώς προσδιορίζει επίσης τον σχεδιασμό των δράσεων σε επίπεδο διοίκησης όπως υπουργεία, περιφέρειες και δήμους. Όσο αφορά την αντιμετώπιση των καταστροφών σε επιχειρησιακό επίπεδο συνδράμουν και άλλοι φορείς όπως η ΕΛΑΣ, το Λιμενικό Σώμα, καθώς και το Πυροσβεστικό Σώμα. Ο “Ξενοκράτης” προβλέπει επίσης τη διοικητική μέριμνα στην αντιμετώπιση των προβλημάτων στις επιχειρησιακές δυνάμεις και στους πληγέντες πολίτες (Λέκκας, 2000).

Ωστόσο, το σχέδιο “Ξενοκράτης” παρά την σημαντική του πρόοδο του έχει δεχθεί αρκετή κριτική, κυρίως της δυσκολίας πρακτικής εφαρμογής του σε συνθήκες πραγματικής κρίσης, της έλλειψης επικαιροποίησης και της περιορισμένης εξοικείωσης των τοπικών αρχών με τις διαδικασίες του. Αυτοί οι συγκεκριμένοι παράγοντες συνέβαλαν εν μέρει στην θεσμική αναδιόρθωση που ακολούθησε με την εισαγωγή του νέου Εθνικού Συστήματος Πολιτικής Προστασίας το 2020. Ωστόσο, ο “Ξενοκράτης” παραμένει ένα σημείο αναφοράς για την θεμελίωση της έννοιας της ολοκληρωμένης διαχείρισης κρίσεων στην Ελλάδα και συνέβαλε στην διαμόρφωση σύγχρονων επιχειρησιακών προτύπων (Κουτρούλης & Παγουλάτος, 2010).

Στην περίπτωση της Σαντορίνης, λόγω και της ηφαιστειακής της δραστηριότητας, αποτελεί μία ξεχωριστή περίπτωση κρίσεως. Για παράδειγμα το 2011-2012 παρατηρήθηκε αυξημένη σεισμική δραστηριότητα γεγονός που οδήγησε σε περαιτέρω ενίσχυση των μέτρων. Ο δήμος Θήρας, σε συνεργασία με επιστημονικούς φορείς και αρμόδιους φορείς, έχει αναπτύξει σχέδια δράσης όπως σχέδια εκκένωσης, ενεργοποίησης και ενημέρωσης σε περίπτωση κάποιας ηφαιστειακής και σεισμικής δραστηριότητας, λαμβάνοντας σοβαρά υπόψη τόσο την αυξημένη ροή επισκεπτών, όσο και των μόνιμων κατοίκων.

Τέλος, η διαχείριση σεισμικών κρίσεων στην Ελλάδα απαιτεί την συνεχή και μόνιμη εγρήγορση όλων των φορέων. Η περίπτωση της Σαντορίνης αναδεικνύει την επιτακτική ανάγκη για ειδικά προσαρμοσμένα σχέδια, σε περιοχές με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά όπως το νησί της Σαντορίνης. Για την αποτελεσματική αντιμετώπιση κρίσεων στην χώρα μας είναι απαραίτητη η άριστη επικοινωνία και συνεργασία όλων των αρμόδιων φορέων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Ο Τουριστικός κλάδος

2.1 Ο ορισμός του τουρισμού

Ο τουριστικός κλάδος εξαιτίας της πολυπλοκότητας του και της τεράστιας σύνθεσης των δραστηριοτήτων που περιλαμβάνει, δεν έχει καταστεί δυνατόν να υπάρξει ένας ορισμός αποδεκτός από όλους. Γι' αυτό ακριβώς τον λόγο υπάρχουν αρκετοί ορισμοί που προσπαθούν να περιγράψουν τον τουρισμό ως μία έννοια. Ως λέξη, προέρχεται από την γαλλική λέξη “Tour” και την αγγλική λέξη “Touring”, ενώ η ελληνική λέξη για τον τουρισμό είναι ο “περιηγητισμός”. Χαρακτηριστικό είναι και το σχόλιο της κ. Βιτουλαδίτη όπου τονίζει ότι *“μελετώντας τους περισσότερους ορισμούς που έχουν δοθεί για τον τουρισμό, η οριοθέτηση του φαινομένου αυτού είναι ιδιαίτερη δύσκολη, καθώς είναι έντονα τα στοιχεία συνθετότητας του, της φύσης του αλλά και της μέτρησης του”*.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (ΠΟΤ) ο τουρισμός ορίζεται ως *“οι δραστηριότητες των προσώπων που ταξιδεύουν και διανέμουν σε τόπους εκτός του συνηθισμένου περιβάλλοντος τους για όχι περισσότερο από ένα συνεχή χρόνο, για αναψυχή, επαγγελματικούς και άλλους σκοπούς που δεν σχετίζονται με την άσκηση κάποιας δραστηριότητας αμειβόμενης στον τόπο επίσκεψης”*. Ένας ακόμη ορισμός έχει δοθεί από τον Διεθνή Ακαδημία Τουρισμού όπου αναφέρει τον τουρισμό ως *“το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και των δραστηριοτήτων που προκύπτουν από αυτές, οι οποίες προκαλούνται από την εξωτερική και πραγματοποίηση του πόθου που έχει κάθε άτομο για απόδραση και ο οποίος πόθος εκδηλώνεται σε διάφορους βαθμούς και κατά διαφορετική ένταση σε κάθε άτομο”*.

Σύμφωνα επίσης με τον κ.Ηγουμενάκη (1997), ο τουρισμός ορίζεται ως *“η πρόσκαιρη μετακίνηση ατόμων σε ένα άλλο τόπο διαφορετικό από εκείνον της μόνιμης διαμονής τους, με στόχο την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών τους”*. Ο συγκεκριμένος ορισμός εκπροσωπεί το τουριστικό καταναλωτικό κομμάτι που ταυτίζεται με την τουριστική ζήτηση, αλλά και με το παραγωγικό κομμάτι το οποίο ταυτίζεται με την τουριστική ζήτηση.

Παράλληλα, μία πολύ ωραία τοποθέτηση του κ. Κομίλη (2001) μας αναφέρει τους τουρίστες ως άτομα τα οποία διαλέγουν να ταξιδέψουν σε κάποιο προορισμό για τουλάχιστον μία διανυκτέρευση κυρίως για λόγους όπως:

- ✓ Θρησκευτικούς λόγους
- ✓ Επίσκεψη σε συγγενείς και φίλους
- ✓ Επαγγελματικούς λόγους
- ✓ Αθλητικές εκδηλώσεις
- ✓ Συναυλίες
- ✓ Ψυχολογικούς λόγους και ταξίδια αναψυχής

Μερικοί αναγνωρισμένοι ορισμοί διεθνώς έρχονται από τους ακόλουθους όπου:

Ο Jacques Gouet μας δίνει μία πολύ ενδιαφέρουσα έννοια του ορισμού όπου τουρισμός *“είναι ο τρόπος του να ταξιδεύεις, ο οποίος συνδυάζει σε διάφορες αναλογίες, κατά άτομα, την περιέργεια του πνεύματος, μαζί με τον πόθο να προσαρμοστεί κάποιος στα ήθη και έθιμα”*. Από την άλλη μεριά οι Hunziker & Krapf συμπληρώνουν λέγοντας πως τουρισμός *“είναι το σύνολο των εκδηλώσεων οι οποίες γεννιούνται από την διαμονή των ξένων, όταν αυτή καλύπτεται κατά το μεγαλύτερο μέρος της από κάποια απασχόληση κερδοσκοπικής μορφής”*. Τέλος, ένας ακόμη ορισμός έρχεται από τον J. Medecin ορίζει τον τουρισμό ως *“μία δραστηριότητα ευκαιρίας η οποία συνίσταται στο να ταξιδεύει κάποιος μακριά από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας του, για διασκέδαση, για ανάπαυση, για πλουτισμό της πείρας του, για ανύψωση του μορφωτικού του επιπέδου από την παρουσία νέων μορφών της ανθρώπινης δράσης και από τις εικόνες μιας άγνωστης φύσης”*.

2.2 Η βιομηχανία του τουρισμού στην Ελλάδα

Η Ελλάδα ιστορικά αποτελούσε πόλος έλξης για εκατομμύρια τουρίστες, λόγω της γεωγραφικής της θέσης, του κλίματος της χώρας και φυσικά της πλούσιας ιστορίας χιλιάδων χρόνων. Τα μνημεία της Αθήνας, η αρχαία Ολυμπία, οι Δελφοί, οι Μυκήνες, η Κνωσός, καθώς επίσης και η φυσική ομορφιά των νησιών όπως η Σαντορίνη, η Κρήτη κλπ, αλλά και μέρη όπως τα Μετέωρα και ο Όλυμπος, έχουν συνδράμει σημαντικά εδώ και αιώνες στο να προσελκύουν τουρίστες από όλο τον κόσμο. Η ελληνική κυβέρνηση το 1929 αποφάσισε και θέσπισε το νομικό πλαίσιο μέσω του οποίου υλοποιήθηκε η ανακαίνιση και η βελτίωση μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων, καθώς και η ανέγερση νέων καταλυμάτων. Την ίδια χρονιά ιδρύθηκε και ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ), ο οποίος αποτέλεσε ορόσημο στην ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού. Σύμφωνα με τον Τσαρούχη (2016) σημαντικότερα επιτεύγματα του ΕΟΤ ήταν η δημιουργία των πρώτων τουριστικών διαφημιστικών καμπανιών τόσο στο εξωτερικό, όσο και στο εσωτερικό, η έκδοση τουριστικών φυλλαδίων για αύξηση της προβολής των ελληνικών τουριστικών περιοχών ενδιαφέροντος σε διάφορες ξένες γλώσσες και η θέσπιση των πρώτων τεχνικών προδιαγραφών των ξενοδοχειακών μονάδων. Η Ευρωπαϊκή Ένωση βοήθησε σημαντικά την Ελλάδα παρέχοντας οικονομικούς πόρους ενισχύοντας έτσι τον τουριστικό κλάδο της χώρας. Με τους οικονομικούς αυτούς πόρους επιτεύχθηκαν, πολλές ανεγέρσεις καινούργιων τουριστικών υποδομών, ανακαίνιση ξενοδοχειακών μονάδων, καθώς επίσης και πολλές διαφημιστικές καμπάνιες. Η έξαρση του τουρισμού δεν βοήθησε μόνο την τουριστική βιομηχανία, αλλά και την κτηνοτροφική και αγροτική βιομηχανία, καθώς εστιατόρια και ξενοδοχεία θέλοντας να αναδείξουν την ελληνική κουζίνα χρησιμοποιώντας πάντα ελληνικά προϊόντα, βοήθησε σημαντικά τις παραπάνω βιομηχανίες. Παράλληλα η εποχικότητα του τουρισμού της Ελλάδας αποτελεί ένα κύριο ζήτημα που χρίζει κάποιας λύσης, διότι η δυσκολία επέκτασης του τουρισμού και σε άλλες εποχές όπως η χειμερινή σεζόν, δεν καλύπτει τις ανάγκες ενός εναλλακτικού τουρίστα (Τσαρούχης, 2016).

Η Ελλάδα αποτελεί μια χώρα με ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι άλλων χωρών, καθώς διαθέτει μια προνομιακή θέση στον τουρισμό εξαιτίας της γεωγραφίας της, της πλούσιας ιστορίας και της ομορφιάς του φυσικού της περιβάλλοντος. Ωστόσο ο ανταγωνισμός στον τομέα του τουρισμού είναι τεράστιος ειδικότερα στην περιοχή της Μεσογείου όπου χώρες όπως η Ισπανία, η Ιταλία και η Κύπρος αποτελούν ανταγωνιστές με πλούσια ιστορία και κουλτούρα. Οι καλοκαιρινοί και οι χειμερινοί προορισμοί σε συνδυασμό με το μεσογειακό κλίμα, την μεσογειακή κουζίνα, τους αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία, καθώς επίσης και η δυνατότητα επίσκεψης σε σύγχρονα καταλύματα και ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις υψηλής ποιότητας, κάθε χρόνο προσελκύουν όλο και περισσότερο τουρίστες από όλον τον κόσμο. Οι τουρίστες κατά την επίσκεψη τους στην Ελλάδα έχουν την δυνατότητα, εκτός από τα παγκόσμιας φήμης ελληνικά νησιά, να εξερευνήσουν τα εγχώρια τοπία όπως τα ορεινά χωριά της ενδοχώρας, αλλά και να επισκεφθούν κοντινές χώρες όπως η Κύπρος. Με τον συνδυασμό όλων των παραπάνω επιτυγχάνεται η αύξηση της ζήτησης, γεγονός που καθιστά την Ελλάδα ιδιαίτερα ανταγωνιστική έναντι άλλων χωρών, όχι μόνο της Μεσογείου, αλλά και παγκοσμίως.

Είναι πλέον αναγνωρίσιμο το γεγονός ότι η Ελλάδα καλύπτει πλήρως τις απαιτήσεις των τουριστών. Πιο συγκεκριμένα ο τουρίστας έχει την δυνατότητα να απολαύσει το φυσικό περιβάλλον της χώρας δοκιμάζοντας δραστηριότητες όπως η ορειβασία στα ελληνικά βουνά πχ. Όλυμπος , η συμμετοχή σε θαλάσσια σπορ, καθώς επίσης έχει την δυνατότητα να εξερευνήσει μικρά ελληνικά νησιά μέσω των ημερήσιων κοντινών κρουαζιέρων. Παράλληλα έχει την δυνατότητα να επισκεφθεί μνημεία που άλλαξαν όχι μόνο την ιστορία της Ελλάδας, αλλά και την παγκόσμια ιστορία, και πιο συγκεκριμένα την Αρχαία Ολυμπία όπου γεννήθηκαν οι Ολυμπιακοί Αγώνες, την ιστορική Αθήνα όπου γεννήθηκε η δημοκρατία, όπως την ξέρουμε μέχρι και σήμερα, με το αρχιτεκτονικό θαύμα της εποχής των Παρθενώνων, το μαντείο των Δελφών, το παλάτι των Αιγών στην Μακεδονία κλπ. Τέλος, ο εναλλακτικός τουρισμός, όπως ο θρησκευτικός ή ο γαστρονομικός ή ο αγροτουρισμός, τα τελευταία χρόνια έχουν σημειώσει σημαντική αύξηση και η Ελλάδα αποτελεί έναν εναλλακτικό τουριστικό προορισμό.

2.3 Η περίπτωση της Σαντορίνης

Η Σαντορίνη είναι ένας από τους πιο γνωστούς ταξιδιωτικούς προορισμούς της Ελλάδας, με πολλαπλές διεθνείς διακρίσεις ως ο ωραιότερος και ένας από τους πιο μοναδικούς προορισμούς παγκοσμίως. Ο μύθος της χαμένης Ατλαντίδας, τα ηφαίστεια, η διάσημη Καλντέρα, το ηλιοβασίλεμα, η Αρχαία Θήρα, τα εξαιρετικής ποιότητας κρασιά που παράγει ο αμπελώνας της ηφαιστειακής γης, το τοπικά προϊόντα και η υψηλού επιπέδου φιλοξενία, όλα αυτά μαζί προκαλούν δέος σε κάθε επισκέπτη του νησιού και σε προσελκύουν ακόμα περισσότερους επισκέπτες κάθε χρόνο.



Εικόνα9 : Η Καλντέρα της Σαντορίνης πηγή: santonews.com

Η ιδιαίτερη όψη του νησιού σύμφωνα με την κ.Παπαλέξη (2009), οφείλεται στις ηφαιστειακές εκρήξεις που άλλαξαν το αρχικό σχήμα του νησιού, όπου αρχικά ήταν στρογγυλό. Η μορφή της από την πλευρά που βρίσκεται το ηφαίστειο παρουσιάζεται σαν βραχώδης και απόκρημνη σε αντίθεση με την ομαλότητα του εδάφους του νησιού. Όσο αφορά το κλίμα του νησιού, πρόκειται για ένα υγρό κλίμα με συχνά φαινόμενα ομίχλης στην καλντέρα, σκηνικό που καθιστά την θέα καθηλωτική (Παπαλέξη, 2009).

2.3.1 Ανάλυση S.W.O.T. Σαντορίνης

Με την συγκεκριμένη ανάλυση θα μπορέσουμε να κατανοήσουμε καλύτερα ποια είναι τα δυνατά και ποια τα αδύνατα σημεία της Σαντορίνης, καθώς επίσης και τις ευκαιρίες και τους κινδύνους που πρέπει να αντιμετωπιστούν.

Δυνατά σημεία

- ✓ Η Σαντορίνη έχει καταφέρει να δημιουργήσει ένα ισχυρό brand name που προσελκύει τουρίστες από όλον τον κόσμο.
- ✓ Αεροπορική και θαλάσσια πρόσβαση στο νησί, με πτήσεις από όλο τον κόσμο και καθημερινή άφιξη κρουαζιερόπλοιων και πλοίων γραμμής.
- ✓ Τοπικά προϊόντα υψηλής ποιότητας
- ✓ Οινολογική παράδοση, με εξαγωγές σε μεγάλες αγορές
- ✓ Οικιστικά σύνολα εκτός Καλντέρας όπως ο Πύργος, το Ακρωτήριο και το Καμάρι

Όλα αυτά τα δυνατά σημεία καθιστούν την Σαντορίνη έναν από τους πιο σημαντικούς προορισμούς παγκοσμίως και παράλληλα προσελκύει το ενδιαφέρον πολλών επιχειρηματιών και εργαζόμενων.

Αδύνατα σημεία

- ✓ Σημαντικό αρνητικό σημείο για την Σαντορίνη είναι ο υπερτουρισμός και κατά επέκταση η συμφόρηση του νησιού
- ✓ Εποχικότητα
- ✓ Μη επαρκείς έλεγχος τιμών
- ✓ Αδυναμία των Μέσων Μαζικής Μεταφοράς να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις των τουριστών κατά την καλοκαιρινή σεζόν
- ✓ Η αυθαίρετη δόμηση σε επικίνδυνες περιοχές όπως η Καλντέρα
- ✓ Οι υποδομές όπως το λιμάνι και το οδικό δίκτυο δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν στον τεράστιο αριθμό τουριστών και εργαζομένων που καταφθάνουν στο νησί κάθε χρόνο

Τα παραπάνω αδύνατα σημεία δυσχεραίνουν κατά πολύ την ομαλή διαμονή των τουριστών, των εργαζομένων, αλλά και των μόνιμων κατοίκων του νησιού κατά την διάρκεια της καλοκαιρινής σεζόν.

Ευκαιρίες

- ✓ Η Σαντορίνη θα μπορεί να στραφεί επίσης και στον εναλλακτικό τουρισμό όπως γαστρονομικός, θρησκευτικός κλπ., και κατά αυτόν τον τρόπο να καταφέρει να αντιμετωπίσει την εποχικότητα του νησιού

- ✓ Η τοπική αυτοδιοίκηση με την αύξηση των επισκεπτών στο νησί, κατάφερε να αυξήσει και τα έσοδα του, γεγονός που οφείλει να εκμεταλλευτεί και να προβεί σε έργα ανάπλασης όπως αστικό δίκτυο, σκουπιδότοπος, ύδρευση κλπ.

Κίνδυνοι

- ✓ Έντονη σεισμική και ηφαιστειακή δραστηριότητα
- ✓ Έλλειψη εκπαίδευσης εργαζομένων και μόνιμων κατοίκων για περιπτώσεις έκτακτης ανάγκης
- ✓ Έλλειψη αστυνόμευσης
- ✓ Ανεξέλεγκτη άνοδος τιμών

2.3.2 Τουριστικές υποδομές

Σημαντικά αποτελέσματα ήρθαν στην δημοσιότητα από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος σχετικά με τις τουριστικές υποδομές στην περιφερειακή ενότητα της Θήρας, όπου συμπεριλαμβάνονται η Σαντορίνη, η Ίος, η Ανάφη, η Σίκινος και η Φολέγανδρος. Σύμφωνα λοιπόν με το ΞΕΕ, στο σύνολο της περιφέρειας της Θήρας κατά το έτος 2024 είχε συνολικά 416 μονάδες με 10.683 δωμάτια στο σύνολο. Ξεχωρίζει το νησί της Σαντορίνης όπου διαθέτει τον μεγαλύτερο αριθμό μονάδων σε όλο την περιφερειακή ενότητα και πιο συγκεκριμένα:

- 5* ξενοδοχεία 74 με σύνολο δωματίων 2900
- 4* ξενοδοχεία 99 με σύνολο δωματίων 2684
- 3* ξενοδοχεία 93 με σύνολο δωματίων 2041
- 2* ξενοδοχεία 43 με σύνολο δωματίων 1010
- 1* ξενοδοχεία 27 με σύνολο δωματίων 355

Είναι ξεκάθαρο πόσο σημαντικό ρόλο παίζει ο τουρισμός για το νησί της Σαντορίνης, αλλά και γενικά για την οικονομία της χώρας (ΞΕΕ, 2024).

Η πρώτη επιλογή των επισκεπτών του νησιού είναι τα καταλύματα στο φρύδι της καλντέρας και πιο συγκεκριμένα στους οικισμούς Φηροστεφάνι, Ημεροβίγλι και Οία, οικισμοί οι οποίοι αποτελούν και τις πιο ακριβές επιλογές του νησιού. Επίσης, οι παραθαλάσσιοι οικισμοί του νησιού όπως το Καμάρι, η Περίσσα και ο Περίβολος έχουν σημειώσει τα τελευταία χρόνια αύξηση των κρατήσεων και των επισκεπτών, καθώς αποτελούν μία πιο οικονομική επιλογή για το νησί της Σαντορίνης. Ωστόσο, οικισμοί όπως ο Πύργος και το Ακρωτήρι αποτελούν την πλέον παραδοσιακή επιλογή για όσους επιθυμούν μια πιο ήσυχη και παραδοσιακή εμπειρία. Γίνεται αντιληπτό ότι η Σαντορίνη καλύπτει ένα ευρύ φάσμα επισκεπτών με διαφορετικές προτιμήσεις, διαφορετικό μπάτζετ διακοπών, γεγονός που την καθιστά τον πλέον πιο ανταγωνιστικό προορισμό.

2.3.3 Παραλίες

Οι παραλίες της Σαντορίνης φημίζονται για την άγρια ομορφιά τους, καθώς διαφέρουν από τις χρυσές και ψιλές άμμους των υπολοίπων Κυκλάδων, με έντονο το ηφαιστειακό στοιχείο σε κάθε παραλία της Σαντορίνης.

Η παραλία της Βλυχάδας προσφέρει στους επισκέπτες μία εξωτική ατμόσφαιρα με ηφαιστειακά βράχια. Βρίσκεται νότια του Περιβόλου με πρόσβαση από το Μεγαλοχώρι, μία παραλία με ελάχιστες ομπρέλες και ξαπλώστρες και γεγονός που προσφέρει μία ηρεμία. Επίσης, η παραλία βρίσκεται δίπλα στο ιστορικό παλιό εργοστάσιο τομάτας Νομικός που τα τελευταία χρόνια έχει μετατραπεί σε πολιτιστικό κέντρο, που χρίζει επίσκεψης από τους τουρίστες. Τέλος, στην περιοχή της Βλυχάδας και δίπλα στο μικρό λιμανάκι πριν την παραλία υπάρχουν καφετέριες και ψαροταβέρνες με παραδοσιακό φαγητό και φρέσκα ψάρια.

Η παραλία του Περιβόλου είναι ίσως η πιο όμορφη και πιο φημισμένη παραλία της Σαντορίνης. Πρόκειται για την διάσημη μαύρη παραλία, όνομα το οποίο προήλθε από την μαλακή μαύρη άμμο, όπου κατά την διάρκεια της ημέρας και της νύκτας υπάρχει κίνηση, καθώς πρόκειται για μία περιοχή γεμάτη ταβέρνες, διάσημα beach bar restaurants και θαλάσσια σπορ.

Η κόκκινη παραλία βρίσκεται μόλις λίγα χιλιόμετρα από τον αρχαιολογικό χώρο του Ακρωτηρίου. Πρόκειται για μία παγκόσμιας φήμης παραλία εξαιτίας του κόκκινου χρώματος της παραλίας που οφείλεται στην ηφαιστειακή φύση του νησιού, και του σκούρου μπλε χρώματος της θάλασσας. Η πρόσβαση στην παραλία γίνεται με τα πόδια διανύοντας μια όμορφη διαδρομή ή με караβάκι από το Ακρωτήρι. Η κόκκινη παραλία επίσης αποτελεί ένα από τα πιο σπάνια τοπία του νησιού, καθώς χρόνο με τον χρόνο αλλάζει εξαιτίας του αέρα, του νερού και των σεισμών που πλήττουν το νησί.

Η λευκή παραλία πρόκειται για μία από τις πιο διάσημες παραλίες της Σαντορίνης, καθώς επίσης και μία από τις λιγότερο προσβάσιμες. Η έντονη σεισμική δραστηριότητα του νησιού είχε ως αποτέλεσμα να είναι προσβάσιμη μόνο με караβάκι από την κόκκινη παραλία ή με τα πόδια από την κοντινή παραλία Κάμπια. Βρίσκεται πολύ κοντά με την κόκκινη παραλία, και βρίσκεται καλά κρυμμένη μέσα σε έναν ορμό που πλαισιώνεται από ψηλά λευκά βράχια . Επίσης, τα τελευταία χρόνια στην συγκεκριμένη παραλία υπάρχουν αρκετές δραστηριότητες όπως εξερεύνηση σπηλαίων και κατάδυση.

2.3.4 Τοπικά προϊόντα

Η Σαντορίνη εδώ και πολλούς αιώνες παράγει τα δικά της τοπικά προϊόντα, τα οποία λόγω της γεωγραφικής θέσης, του κλίματος και των γεωλογικών χαρακτηριστικών του νησιού έχουν

καταφέρει να αναγνωριστούν ως προϊόντα με Προστατευμένη Ονομασία Προέλευσης (ΠΟΠ) και εξάγονται σε όλο τον κόσμο. Μερικά από τα πιο σημαντικά προϊόντα είναι τα εξής:

Η Σαντορίνη έχει μία μεγάλη παράδοση τα τελευταία 3500 χρόνια όσο αφορά την αμπελουργία. Το μοναδικό κλίμα σε συνδυασμό με το ηφαιστειακό έδαφος έχουν κάνει τις ποικιλίες της Σαντορίνης ιδιαίτερες. Οι αμπελώνες είναι άνυδροι με μονή πηγή υγρασίας τις λιγοστές βροχές και τις νυχτερινές ομίχλες. Οι αντίξοες κλιματικές συνθήκες, όπως οι ισχυροί άνεμοι και ο καύσωνας οδήγησε τους καλλιεργητές να υιοθετήσουν ένα μοναδικό χαμηλό σχήμα κλαδέματος προκειμένου τα σταφύλια να προφυλλάσσονται από τον άνεμο και τον καύσωνα. Βασικές ποικιλίες είναι το Ασύρτικο που καλύπτει το 75% της συνολικής σοδειάς του νησιού. Άλλες βασικές ποικιλίες είναι το Αθήρι και το Αιδάνι, ενώ από την συνοποίηση παράγονται τα προϊόντα Νυχτέρι λευκό ξηρό κρασί και το Vinsanto γλυκό κρασί. Το Vinsanto μάλιστα έγινε διάσημο κατά την Αναγέννηση, όπου οι Ενετοί έμποροι το έστειλαν σε όλη την Ευρώπη. Έγινε το ιερό κρασί των Καθολικών και των Ορθόδοξων εκκλησιών, ενώ παράλληλα εξαπλώθηκε στην αριστοκρατία και την αστική τάξη και παραμένει μέχρι σήμερα το πιο διάσημο κρασί της Σαντορίνης (Frankel, 2019). Από τις ερυθρές ποικιλίες υπάρχουν η Μαντηλαριά, το Μαυράθηρο, η Βάφτρα, το Βουδόματο, το Μαυροτράγανο, η κόκκινη Γλυκάδα και το μαύρο Αιδάνι. Εκτός από τον λευκό οίνο, το Νυχτέρι και το Vinsanto παράγονται και άλλοι οίνοι με Προστατευμένη Γεωγραφική Ένδειξη - ΠΓΕ Κυκλάδες, όπως το Μπούσκο, η Καμένη και ο αφρώδης οίνος Santo Brut. Ο αριθμός των οινοποιείων στο νησί της Σαντορίνης ανέρχεται στα 15 οινοποιεία (Ρόζης, 2018).

Η φάβα Σαντορίνης είναι ένα παραδοσιακό προϊόν, καθώς επίσης και ένα προϊόν προστατευμένης ονομασίας προέλευσης (ΠΟΠ). Σε κάθε νησί έτσι και στην Σαντορίνη, από την σπορά μέχρι και όλα τα στάδια παραγωγής χρησιμοποιούνται τοπικές μέθοδοι που ξεκίνησαν εδώ και χιλιάδες χρόνια. Στον προϊστορικό οικισμό του Ακρωτηρίου έχουν βρεθεί ευρήματα φάβας, αποδεικνύοντας ότι φάβα καλλιεργείται στο νησί περίπου πάνω από 3500 χρόνια. Αυτή την στιγμή στο νησί της Σαντορίνης υπάρχουν μόνο μία μονάδα μεταποίησης και τρεις μονάδες τυποποίησης.

Ένα ακόμη προϊόν ΠΟΠ αποτελεί το ντοματάκι Σαντορίνης. Σύμφωνα λοιπόν με τον οδηγό ελληνικής γαστρονομίας το ντοματάκι Σαντορίνης είναι μια ξεχωριστή ποικιλία που προέρχεται από την Αίγυπτο και ο τρόπος που έφτασε στο νησί αποτελεί μύθος. Το ιδιαίτερο άρωμα και η μοναδική γλυκιά γεύση της οφείλεται κυρίως στο φυσικό περιβάλλον του νησιού και το ηφαιστειακό του έδαφος. Το 1926 ο Δημήτρης Νομικός κατασκεύασε το πρώτο εργοστάσιο επεξεργασίας ντομάτας και το ντοματάκι Σαντορίνης γίνεται το κύριο εξαγωγίμο προϊόν του νησιού. Σχεδόν 100 χρόνια μετά και συγκεκριμένα το 2013 το ντοματάκι Σαντορίνης εντάχθηκε στον κατάλογο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής των ΠΟΠ προϊόντων και έγινε το 101ο προϊόν ΠΟΠ της χώρας μας.

Η Σαντορίνη επίσης φημίζεται και για άλλα τοπικά προϊόντα και ας μην είναι ΠΟΠ. Παρόλο αυτά προϊόντα όπως η κάππαρη, η λευκή μελιτζάνα, το κατσικίσιο λευκό τυρί αποτελούν προϊόντα εξαιρετικής ποιότητας και είναι ευρέως γνωστά κυρίως στον γαστρονομικό τουρισμό.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Καταναλωτική Συμπεριφορά Τουριστών

3.1 Εννοιολογική προσέγγιση συμπεριφοράς καταναλωτή

Η θεωρία της συμπεριφοράς καταναλωτή εμφανίστηκε αρχικά σαν ένα ξεχωριστό πεδίο του μάρκετινγκ στα τέλη της δεκαετίας του 1950 και αρχές της δεκαετίας του 1960. Το κίνητρο γι' αυτήν την αλλαγή δημιουργήθηκε από τους διευθυντές προώθησης πωλήσεων οι οποίοι ήθελαν να μάθουν πως οι κοινωνικές επιστήμες μπορούσαν να συμβάλλουν και να βοηθήσουν στην εύρεση και ερμηνεία των αιτιών της καταναλωτικής συμπεριφοράς και των αγοραστικών αποφάσεων. Μέσα από την αναγνώριση των παραγόντων που επηρεάζουν την αγοραστική συμπεριφορά, οι marketing managers προσπαθούν να προσελκύσουν ακόμα περισσότερους καταναλωτές.

Στην σημερινή εποχή καλούμαστε να παίρνουμε αποφάσεις και να κάνουμε επιλογές για το τι προϊόντα θα καταναλώσουμε ανάλογα πάντα με τις ανάγκες που έχει ο καθένας προς ικανοποίηση. Με λίγα λόγια οι άνθρωποι καθημερινά αγοράζουν και καταναλώνουν ή και χρησιμοποιούν διάφορα προϊόντα, π.χ. ρούχα, καλλυντικά τρόφιμα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα στον τουρισμό αποτελεί και ο τουριστικός προορισμός, όπου αναλόγως κλίματος και θερμοκρασίες αλλάζουν και οι ανάγκες των καταναλωτών, για παράδειγμα η αγορά χειμερινών ή καλοκαιρινών ρούχων, η ανάγκη για κρύα ή ζεστά ροφήματα κλπ.

Η Συμπεριφορά του Καταναλωτή αποτελεί μία πολύπλευρη επιστήμη η οποία δεν ερευνά μόνο τη διαδικασία λήψεως καταναλωτικών αποφάσεων και την αυτή καθαυτή απόκτηση του

προϊόντος, αλλά και τις περαιτέρω δραστηριότητες του καταναλωτή μετά την αγορά του προϊόντος, όπως χρήση, αξιολόγηση και απόρριψη του προϊόντος ή της υπηρεσίας (Blackwell, Miniard & Engel, 2001).

Ένας σαφέστατος ορισμός έχει δοθεί από τον Μπαλτά και Παπασταθοπούλου (2013) και μας αναφέρει ότι *“ο όρος συμπεριφορά καταναλωτή αφορά την συμπεριφορά του ατόμου αναφορικά με την αναζήτηση, αγορά, αξιολόγηση, χρησιμοποίηση προϊόντων, αλλά και την απαλλαγή του από αυτά μετά την χρήση τους, ώστε να ικανοποιήσει τις ανάγκες και τις επιθυμίες του”*.

Το 1994 ο κ.Σιώμκος τόνισε πως η συμπεριφορά καταναλωτή ορίζεται ως *“όλες οι σχετικές με την αγορά προϊόντος, δραστηριότητες, σκέψεις, επιδράσεις, που συμβαίνουν πριν, στην διάρκεια και μετά την αγορά του προϊόντος όπως αυτές πραγματοποιούνται από αγοραστές και καταναλωτές προϊόντων ή υπηρεσιών, καθώς και από αυτούς που επηρεάζουν την αγορά”*. Η συμπεριφορά καταναλωτή είναι οι πράξεις των ατόμων που εμπλέκονται άμεσα με την απόκτηση και χρήση οικονομικών αγαθών και υπηρεσιών, εμπεριέχουν δε και την διαδικασία της απόφασης, που προηγείται και προσδιορίζει αυτές τις πράξεις, συμπληρώνει ο Μαγνήσαλης (1997).

Ωστόσο ο επίσημος ορισμός για την συμπεριφορά καταναλωτή δίνεται από την Αμερικάνικη Ένωση Μάρκετινγκ, όπου ορίζει την συμπεριφορά καταναλωτή ως *“την δυναμική συναισθήματος και της γνώσης, της συμπεριφοράς και του περιβάλλοντος μέσω της οποίας οι άνθρωποι διεξάγουν συναλλαγές στην ζωή τους”*.

3.2 Παράγοντες που επηρεάζουν την συμπεριφορά καταναλωτή

Ο προσδιορισμός των παραγόντων είναι αναγκαίος, γιατί επιτρέπει τη γνώση των συντελεστών διαμόρφωσης και επιρροής, αλλά και στην συνέχεια την εκτίμηση και αξιολόγηση τους ανάλογα με κάθε περίπτωση. Σύμφωνα λοιπόν με τους Kotler και Armstrong (2001), η συμπεριφορά καταναλωτή επηρεάζεται κυρίως από τέσσερις συγκεκριμένους παράγοντες οι οποίοι περιλαμβάνουν τα εξής:

1. Πολιτικοί παράγοντες:

- ✓ Κουλτούρα
- ✓ Υποκουλτούρα

2. Κοινωνικοί παράγοντες:

- ✓ Ρόλοι των ατόμων σε μία κοινωνία
- ✓ Καθοδηγητές γνώμης
- ✓ Ομάδες αναφοράς
- ✓ Κοινωνική τάξη

3. Ψυχολογικοί παράγοντες:

- ✓ Παρακίνηση
- ✓ Αντίληψη
- ✓ Μάθηση
- ✓ Προσωπικότητα
- ✓ Αυτοεντύπωση
- ✓ Ιδεολογία

4. Δημογραφικοί παράγοντες:

- ✓ Ηλικία
- ✓ Επάγγελμα
- ✓ Μορφωτικό επίπεδο
- ✓ Οικονομική κατάσταση

3.3 Θεωρίες των τουριστικών κινήτρων

Οι ενέργειες των καταναλωτών εξαρτώνται από τα κίνητρα και τις ανάγκες που έχουν, και για αυτό τον λόγο ο Maslow ιεράρχησε τις ανάγκες των καταναλωτών. Σύμφωνα λοιπόν με τον Maslow οι ανάγκες κατηγοριοποιούνται σε πέντε επίπεδα. Πιο συγκεκριμένα οι ανάγκες αυτές είναι οι εξής:

- *Βασικές βιολογικές ανάγκες* όπου πρόκειται για ανάγκες απαραίτητες για την επιβίωση όπως για παράδειγμα το νερό, η τροφή, η ένδυση κλπ. Ο Maslow επίσης τόνισε πως η εκπλήρωση των βασικών αναγκών είναι απαραίτητη για να υλοποιηθούν και οι υπόλοιπες ανάγκες.
- *Ανάγκες ασφαλείας*, όπου στην συγκεκριμένη περίπτωση πρόκειται για ανάγκες όπως η σταθερή απασχόληση, φροντίδα υγείας, ασφαλή διαμονή.
- *Κοινωνικές ανάγκες για κοινωνική αποδοχή*. Οι ανάγκες αυτές εμπεριέχουν συναίσθημα, και πιο συγκεκριμένα πρόκειται για την ανάγκη της αγάπης, της στοργής και της οικειότητας. Οι φιλικές, οικογενειακές, ρομαντικές και επαγγελματικές σχέσεις βοηθούν σημαντικά στην κάλυψη αυτής της ανάγκης.
- *Ανάγκη αυτοεκτίμησης*. Η ανάγκη αυτοεκτίμησης είναι μία πάρα πολύ σημαντική ανάγκη όπου ωθεί τον άνθρωπο να συμβάλλει στην ομάδα με όλες τους τις δυνάμεις και γνώσεις ώστε να επιτύχουν σαν σύνολο με στόχο την ανταμοιβή, την αναγνώριση και την ευτυχία.
- *Ανάγκη αυτοπραγμάτωσης*. Πρόκειται για μία ανάγκη που ικανοποιείται όταν το άτομο αισθάνεται ότι έχει επιτύχει και όταν παρατηρεί ότι εξελίσσεται .

Ιεραρχία αναγκών του Maslow



Εικόνα14: Ιεραρχία αναγκών του Maslow (Πηγή: www.psychologynow.gr)

Ο Maslow κατάφερε με αυτόν τον τρόπο να δημιουργήσει με ιεραρχία των αναγκών όπως φαίνεται και στο παραπάνω σχήμα. Επίσης, έχει τονίσει πως ο άνθρωπος δεν χρειάζεται να ικανοποιήσει πλήρως μία ανάγκη για να ικανοποιήσει την επόμενη, αλλά η μόνη εξαίρεση σε αυτήν την τοποθέτηση αποτελούν οι βιολογικές ανάγκες, καθώς χωρίς την ικανοποίηση των συγκεκριμένων αναγκών δεν είναι εφικτή η ικανοποίηση των υπολοίπων.

Μία ακόμα θεωρία έρχεται στο φως από τον Mill & Morrison το 1985 όπου αναφέρουν οι επιθυμίες κάθε ατόμου δεν είναι τίποτα παραπάνω από την έκφραση των αναγκών τους, καθώς επίσης τόνισαν πως ένας τουριστικός προορισμός ή ένα ταξίδι αναψυχής αποτελεί μία ανάγκη/επιθυμία προς ικανοποίηση. Προφανώς λόγω της διαφορετικότητας του κάθε ατόμου, οι ανάγκες και οι επιθυμίες διαφέρουν και στον τομέα του τουρισμού είναι ιδιαίτερα σημαντικό, άλλωστε και γι' αυτόν τον λόγο τα τελευταία χρόνια έχει έρθει στο προσκήνιο και ο εναλλακτικός τουρισμός. Στην συνέχεια έρχεται μία άλλη θεωρία όπου μας αναφέρει ότι υπάρχουν δύο σημαντικοί παράγοντες, οι *προσωπικοί* και οι *διαπροσωπικοί*. Τα προσωπικά και τα διαπροσωπικά προβλήματα οδηγούν το άτομο στο να αλλάξει παραστάσεις, ώστε να διαφύγει από αυτά τα προβλήματα. Ταυτόχρονα επιδιώκει προσωπικές ή διαπροσωπικές ανταμοιβές συμμετέχοντας σε διάφορες δραστηριότητες. Οι προσωπικές ανταμοιβές αφορούν την αίσθηση ελέγχου, την κατανόηση, την χαλάρωση, την εξερεύνηση, ενώ οι διαπροσωπικές

ανταμοιβές αφορούν την κοινωνική επαφή, την εξωστρέφεια και την κοινωνικοποίηση (Mannell & Iso-Ahola, 1987).

Τέλος, μία πολύ ενδιαφέρον θεωρία τονίζει πως οι τουρίστες δεν μοορούν να προσδιορίσουν με ακρίβεια τα αίτια που τους οδηγούν να ταξιδέψουν. Πίσω από αυτό υπάρχει εξήγηση, καθώς υπάρχουν πάρα πολλά κίνητρα που ωθούν το άτομο να επιλέξει έναν τουριστικό προορισμό. Με την έρευνα του Krippendorf ξεχώρισαν κάποια κίνητρα και πιο συγκεκριμένα υπάρχουν κίνητρα για ανανέωση, απόδραση, επικοινωνία, ελευθερία και αυτό-προσδιορισμός, ευτυχία, εμπλουτισμός κουλτούρας και χαλάρωση (Krippendorf 1987).

Από όλες τις παραπάνω θεωρίες, στον επιστημονικό κόσμο υπάρχει μία κοινή αποδοχή της θεωρίας του Maslow κυρίως λόγω της απλότητας της. Αξίζει ωστόσο να τονίσουμε πως υπάρχουν κάποιες αδυναμίες, καθώς όπως αναφέραμε και παραπάνω, ο ίδιος ο Maslow σε μεταγενέστερη έρευνα του υπογράμμισε πως δεν είναι απαραίτητο για ένα άτομο να ικανοποιήσει πλήρως, αλλά ως ένα βαθμό τις ανάγκες ενός επιπέδου ώστε να προχωρήσει στο επόμενο. Κατά αυτόν τον τρόπο γίνεται αντιληπτό άτομα τα οποία είναι μερικώς ικανοποιημένα και ταυτόχρονα μερικώς ανικανοποίητα μπορούν να ικανοποιήσουν ανάγκες από όλα τα επίπεδα της ιεραρχίας. Επίσης, μία ακόμα αδυναμία στην συγκεκριμένη θεωρία αποτελεί το γεγονός ότι δεν περιλαμβάνει κάποιες σημαντικές ανάγκες, ανάγκες όπως η εξουσία και η κυριαρχία.

Στην ερώτηση *για πιο λόγο τα άτομα ταξιδεύουν*, ο Dann θεωρεί πως για επιλογή του τουριστικού προορισμού και γενικότερα για την λήψη απόφασης για το τουριστικό ταξίδι υπάρχουν δύο κατηγορίες παραγόντων. Πρόκειται για τους ωθητικούς και για τους ελκυστικούς παράγοντες. Οι ωθητικοί παράγοντες είναι οι παράγοντες που προκαλούν στο άτομο την ανάγκη να ταξιδέψει, δεδομένου πάντα την αρχική επιθυμία ταξιδιού. Επί της ουσίας, “ελκύουν” το άτομο προς έναν τουριστικό προορισμό, εφόσον έχει “ωθηθεί” στην επιθυμία ταξιδιού, και κατά αυτόν τον τρόπο “γεννιέται” η ανάγκη του ταξιδιού. Στο ερώτημα λοιπόν για πιο λόγο τα άτομα ταξιδεύουν, η απάντηση βρίσκεται στους ωθητικούς παράγοντες. Κατά την διάρκεια των διακοπών του το άτομο και κατά επέκταση ο τουρίστας έχει την δυνατότητα να αποδράσει από την καθημερινότητα του και κατά επέκταση έχει την δυνατότητα να εκπληρώσει ανάγκες και επίσης καταφέρνει να τονώσει το εγώ του (Dann G., 1977). Λίγο αργότερα ο Crompton συμφωνεί με την θεωρία του Dann, όσο αφορά τους ωθητικούς και τους ελκυστικούς παράγοντες. Ωστόσο ο ίδιος έχει προσδιορίσει εννέα κίνητρα από τα οποία τα επτά από αυτά ταξινομούνται ως κοινωνικά και ψυχολογικά κίνητρα ή αλλιώς ωθητικά κίνητρα όπου για παράδειγμα πρόκειται για μία απόδραση από ένα δυσάρεστο περιβάλλον, χαλάρωση, εξερεύνηση και γόητρο. Τα άλλα δύο τα χαρακτηρίζει ως πολιτιστικοί ή ελκυστικοί παράγοντες όπου πρόκειται για την μόρφωση και την καινοτομία (Crompton J., 1979).

3.4 Συμπεριφορά καταναλωτή σε περιπτώσεις φυσικών καταστροφών

Όπως είναι ευρέως γνωστό η Ελλάδα, μία μεσογειακή χώρα πλήττεται ανά περιόδους από διάφορες φυσικές καταστροφές είτε αυτές οφείλονται σε ανθρώπινους παράγοντες, είτε σε φυσικούς παράγοντες. Εδώ και αρκετούς αιώνες έχουν καταγραφεί εκρήξεις ηφαιστείων και τσουνάμι, με αποκορύφωμα την έκρηξη του ηφαιστείου της Σαντορίνης που είχε ως αποτέλεσμα την καταστροφή σημαντικών πολιτισμών της εποχής όπως του Μινωικού πολιτισμού. Παρόλο που η Ελλάδα παραμένει μία χώρα με ιδιαίτερη σεισμική και ηφαιστειακή δραστηριότητα, η κλιματική αλλαγή και η θέρμανση του πλανήτη έχουν επίσης ως αποτέλεσμα την εκδήλωση μεγάλων πυρκαγιών και καταιγίδων. Τα καλοκαίρια του 2018 και του 2019 έχουν καταγραφεί οι μεγαλύτερες πυρκαγιές και πλημμύρες των τελευταίων δεκαετιών. Τον Ιούνιο του 2018 περιοχές της Αττικής, της Θεσσαλίας και της κεντρικής Μακεδονίας χτυπήθηκαν από την καταιγίδα “Νεφέλη” όπου περίπου 150 κτήρια υπέστησαν σημαντικές ζημιές. Τον Ιούλιο του 2018 η Αττική χτυπήθηκε ξανά αλλά αυτή την φορά από μία φονική πυρκαγιά η οποία αφαίρεσε την ζωή 126 πολιτών και κατέστρεψε περίπου 1500 κτήριο και οχήματα, ενώ παράλληλα και το κλιματικό κόστος ήταν και παραμένει τεράστιο.

Τον Ιούλιο του 2019 στο νησί της Εύβοιας έλαβε μέρος μία τεράστια πυρκαγιά και χρειάστηκε να εκκενωθούν πέντε χωριά, ενώ οι καταστροφές που άφησε πίσω της η συγκεκριμένη πυρκαγιά είναι ακόμα εμφανής στο νησί. Τον ίδιο μήνα και πιο συγκεκριμένα στις 13 και 14 Ιουλίου η δυτική Ελλάδα χτυπήθηκε και αυτή από ισχυρούς ανέμους και πλημμύρες όπου 7 πολίτες έχασαν την ζωή και εκατοντάδες τραυματίστηκαν. Όλα τα παραπάνω γεγονότα, αλλά ιδιαίτερα η πυρκαγιά 2018 στην Αττική επηρέασε σημαντικά τους πολίτες, αλλά και τους τουρίστες, καθώς οι εικόνες της “αποκάλυψης” όπως αποκαλέστηκαν τότε έκαναν τον γύρο του κόσμου στα social media και στις ειδήσεις.

Σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2020 Σέρβοι και Ρουμάνοι τουρίστες κλήθηκαν να απαντήσουν στο συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο αυτής της έρευνας, προκείμενου να φτάσουμε στο συμπέρασμα στο κατά πόσο επηρεάστηκε η τουριστική συμπεριφορά των Σέρβων και Ρουμάνων τουριστών σχετικά με τον τουρισμό στην Ελλάδα. Τα αποτελέσματα που προέκυψαν από το δείγμα των 431 ατόμων είναι ιδιαίτερα σημαντικά. Πιο συγκεκριμένα, ένα ιδιαίτερο εύρημα της συγκεκριμένης έρευνας είναι εθνικότητα του ερωτηθέντα. Με λίγα λόγια, υπάρχει μία σημαντική διαφορά μεταξύ των δύο λαών, όπου πιο συγκεκριμένα οι Σέρβοι τουρίστες επιδεικνύουν με πιο “γενναία” συμπεριφορά σε σύγκριση με τους Ρουμάνους τουρίστες, όπου δείχνουν μία πιο συντηρητική στάση απέναντι στο ενδεχόμενο να επισκεφθούν ξανά την Ελλάδα για τις διακοπές τους, καθώς δεν νιώθουν το ίδιο ασφαλείς. Με βάση λοιπόν ευρήματα όπως αυτά, η μελέτη αυτή μας δείχνει ότι η προσωπικότητα των τουριστών, αλλά και τα κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά τους επηρεάζουν ταυτόχρονα τις ανησυχίες σχετικά με τον τουρισμό και την συμπεριφορά των τουριστών με βάση τον αντιληπτό κίνδυνο. Έτσι λοιπόν, η μελέτη αυτή μας δείχνει ότι τα ατομικά χαρακτηριστικά των τουριστών είναι υψίστης σημασίας για την πρόβλεψη διαφορών στην συμπεριφορά τους, συγκεκριμένα για την πρόβλεψη του προφίλ των τουριστών που θα επιδείξουν μια πιο θαρραλέα συμπεριφορά και εκείνων που θα παραμείνουν πιο

“προσεκτικοί”. Οι διαφορές που υπάρχει ανάμεσα σε αυτούς τους δύο λαούς είναι ιδιαίτερα σημαντική και γι' αυτό ακριβώς τον λόγο οι αντίστοιχοι φορείς στην Ελλάδα οφείλουν να διαμορφώσουν διαφορετικές καμπάνιες, ώστε να προσελκύσουν τους Σέρβους και Ρουμάνους τουρίστες (Kovačić, S., Mărgărint, M. C., Ionce, R., & Miljković, Đ., 2020).

Η βιομηχανία του τουρισμού αποτελεί έναν από τους πιο σημαντικούς παράγοντες μίας οικονομίας και επίσης επηρεάζεται εύκολα σε περιπτώσεις κρίσεων όπως φυσικές καταστροφές και πανδημίες. Η πανδημία του Covid-19 είχε τεράστιες επιπτώσεις στον παγκόσμιο τουρισμό, καθώς η καταναλωτική συμπεριφορά των τουριστών επηρεάστηκε σημαντικά. Σε έρευνα τους οι Albao, Blasco και Espallargas (2022) έφτασαν στο συμπέρασμα ότι η συμπεριφορά καταναλωτή και τα μοντέλα κατανάλωσης έχουν αλλάξει δραματικά εξαιτίας της πανδημίας. Η πανδημία έχει ωθήσει τους τουρίστες να αναζητούν προορισμούς με ηρεμία και λιγότερο αριθμό επισκεπτών, νιώθοντας κατά αυτόν τρόπο πιο ασφαλείς. Το κίνητρο για ταξίδι υποδηλώνει ότι αξιοθέατα παγκόσμιας φήμης όπως ο Παρθενώνας, το Κολοσσαίο, το Σινικό Τοίχος κλπ., παρόλο που πρόκειται για προορισμό με αυξημένο αριθμό επισκεπτών, θα συνεχίσουν να αποτελούν τουριστικοί προορισμοί, όπου σταδιακά το αίσθημα του φόβου και του άγχους που έχουν αποκτήσει οι τουρίστες εξαιτίας της πανδημίας, σταδιακά θα μειωθεί. Επίσης, τουριστικές επιχειρήσεις και ταξιδιωτικά πρακτορεία τα οποία επενδύουν στην τεχνητή νοημοσύνη και στα social media όπως για παράδειγμα online check-in και check-out, ανέπαφες πληρωμές, online ταξιδιωτικά πακέτα κλπ., θα είναι ιδιαίτερα δημοφιλείς, καθώς μετά την πανδημία ένας τεράστιος αριθμός τουριστών έχουν στραφεί σε επιχειρήσεις που επενδύουν στα παραπάνω, αφού μειώνεται κατά αυτόν τον τρόπο η επαφή μεταξύ των ανθρώπων και κατά επέκταση νιώθουν ασφάλεια.

Αρκετοί ταξιδιώτες διαλέγουν ως προορισμό περιοχές και προορισμούς με το λιγότερο ρίσκο γι' αυτούς όπως περιοχές που έχουν πληγεί αρκετές φορές από φυσικές καταστροφές ή περιοχές που έχουν πληγεί από κάποια πανδημία. Οι τρομοκρατικές επιθέσεις και ο πόλεμος προκαλούν και αυτοί με την σειρά τους μία τεράστια κρίση στην τουριστική βιομηχανία. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν ο εμφύλιος πόλεμος της πρώην Γιουγκοσλαβίας, ο πόλεμος του Κόλπου της Περσίας κλπ. Σε άρθρο τους οι Αποστολόπουλος, Sommez και Tarlow (1999) έφτασαν στο συμπέρασμα ότι η μόνιμη “εμπόλεμη” κατάσταση διάφορων περιοχών χρίζουν άμεσης αντιμετώπισης. Όταν η τουριστική βιομηχανία ενός κράτους έρχεται αντιμέτωπη με φυσικές καταστροφές ή πανδημίες, υπάρχει μεγαλύτερη κατανόηση και ανοχή από τον κόσμο. Γεγονότα που οφείλονται σε ανθρώπινο παράγοντα όπως οι τρομοκρατικές επιθέσεις, προκαλούν δημόσια αγανάκτηση και γι' αυτό ακριβώς τον λόγο οι παραπάνω προτείνουν την άμεση συνεργασία ακαδημαϊκών και κυβερνήσεων, ώστε να αντιμετωπίσουν το φαινόμενο της τρομοκρατίας άμεσα.

Οι παραπάνω έρευνες τόνισαν το γεγονός ότι η τουριστική βιομηχανία είναι ιδιαίτερα ευάλωτη σε φυσικές καταστροφές όπως σεισμοί, τσουνάμι, πυρκαγιές κλπ., σε πανδημίες όπως ο Covid-19 και φυσικά σε τρομοκρατικές επιθέσεις και πολέμους. Ανεξάρτητα της φύσης της, μία καταστροφή δημιουργεί δυσκολίες και εμπόδια που έχουν άμεσο αρνητικό αντίκτυπο στις πληγούμενες περιοχές και τους κατοίκους της. Για έναν τουριστικό προορισμό η περίοδος μίας καταστροφής μπορεί να χαρακτηριστεί ως μία περίοδο κρίσης στον τουρισμό η οποία απειλεί

την βιωσιμότητα όλων των επιχειρήσεων που συνδέονται με τον τουρισμό, βλάπτει την φήμη ενός τουριστικού προορισμού, καθώς επηρεάζεται άμεσα η καταναλωτική συμπεριφορά ενός τουρίστα. Όλα τα παραπάνω φυσικά έχουν αρνητικό αντίκτυπο στην κάθε τοπική οικονομία, καθώς εξαιτίας της μείωσης του τουρισμού, αλλά και του κόστους επιδιόρθωσης ζημιών, οδηγούν στον σταματημό τουριστικών δραστηριοτήτων και κατά επέκταση στην αύξηση της ανεργίας (Allen, Backman, Sommez 1994).

Κεφάλαιο 4

Μελέτη περίπτωσης “Συμπεριφορά καταναλωτή και διαχείριση κρίσεων κατά την σεισμική περίοδο. Η περίπτωση της Σαντορίνης.”

Στο παρόν κεφάλαιο αναλύεται η πορεία σχεδιασμού της έρευνας, ο τρόπος συλλογής των δεδομένων μέσω ερωτηματολογίων, καθώς και τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την διεξαγωγή της έρευνας.

4.1 Εισαγωγή

Στην παρούσα έρευνα διερευνήθηκε το επιχειρηματικό περιβάλλον της Σαντορίνης, σχετικά με την επίγνωση των πιθανών επιπτώσεων μίας σεισμικής δραστηριότητας και την ετοιμότητα αντιμετώπισης φυσικών καταστροφών ως προς την συμμόρφωση των επιχειρήσεων και την άμεση ανταπόκριση των κρατικών φορέων. Παράλληλα, με την χρήση ερωτήσεων πολλαπλής επιλογής, καταγράφηκε η υφιστάμενη κατάσταση σχετικά με τα μέτρα πρόληψης των επιχειρήσεων σε περίπτωση ενός καταστροφικού γεγονότος όπως ο σεισμός. Επίσης, έγινε διερεύνηση των αντιλήψεων απλών πολιτών και τουριστών σχετικά με τις πιθανές επιπτώσεις ενός καταστροφικού γεγονότος στην οικονομία του νησιού της Σαντορίνης. Επιπροσθέτως, εξετάστηκε ο βαθμός ενημέρωσης των εργαζομένων σχετικά με τα σχέδια έκτακτης ανάγκης σε περιπτώσεις φυσικών καταστροφών όπως ο σεισμός.

4.2 Μεθοδολογία

Η παρούσα μελέτη έχει ως στόχο να απαντήσει στα ερευνητικά ερωτήματα που διατυπώθηκαν. Για την συλλογή δεδομένων, διανεμήθηκε ερωτηματολόγιο. Οι ερωτήσεις του εν λόγω ερωτηματολογίου βασίστηκαν στα ευρήματα της βιβλιογραφικής επισκόπησης. Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από ερωτήσεις δημογραφικών χαρακτηριστικών, ερωτήσεις σχετικά με την επίγνωση των απειλών από καταστροφικά γεγονότα, καθώς και ερωτήσεις σχετικά με την ετοιμότητα του κρατικού μηχανισμού. Για την άντληση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκαν ερωτήσεις κλειστού τύπου, κατηγορικής φύσεως και αξιολογικής πεντοβάθμιας κλίμακας Likert.

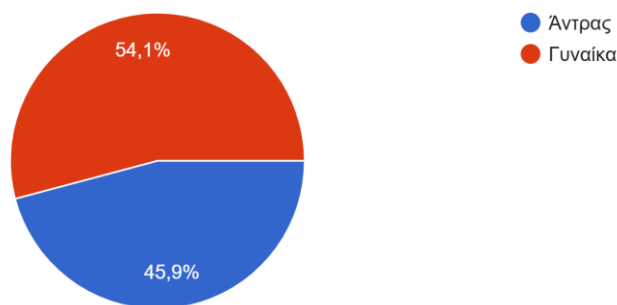
Το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο συμπληρώθηκε από μόνιμους κατοίκους του νησιού, εργαζομένους, καθώς και τουρίστες. Στο πλαίσιο προστασίας των δεδομένων, κατέστη σαφές στους ερωτηθέντες ότι θα διασφαλιζόταν απόλυτα η ανωνυμία τους και ότι τα συγκεκριμένα δεδομένα θα χρησιμοποιηθούν για την συγκεκριμένη έρευνα.

4.3 Περιγραφή και ανάλυση αποτελεσμάτων

Από την συγκέντρωση των ερωτηματολογίων, ο συνολικός αριθμός των ατόμων που έλαβαν μέρος ήταν 109. Όλοι οι συμμετέχοντες ολοκλήρωσαν την έρευνα και δεν υπήρχαν κενές απαντήσεις, έτσι το τελικό δείγμα της παρούσας έρευνας είναι $n=109$. Με βάση τις απαντήσεις που δόθηκαν πραγματοποιήθηκε η δημιουργία του προφίλ των συμμετεχόντων ως προς τα δημογραφικά στοιχεία τους.

Φύλο

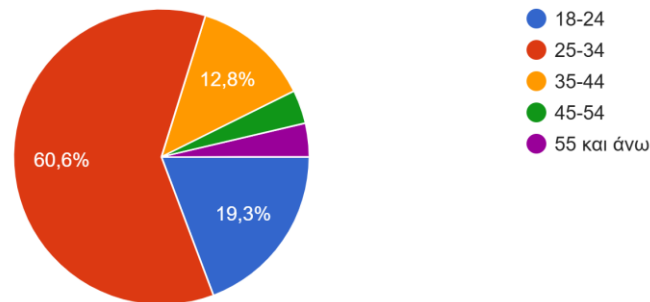
109 απαντήσεις



Γράφημα 1. Φύλο

Το δείγμα της έρευνας είναι ισορροπημένο από άποψη φύλου, με τις γυναίκες να αποτελούν το 54,1% και τους άνδρες το 45,9%. Η μικρή διαφορά μεταξύ των ποσοστών δείχνει ότι η εκπροσώπηση και των δύο φύλων είναι σχεδόν ισότιμη, γεγονός που καθιστά τα αποτελέσματα αντιπροσωπευτικά και από τις δύο ομάδες. Η ισορροπημένη κατανομή φύλου προσφέρει επίσης την δυνατότητα ανάλυσης τυχόν διαφορών στις απαντήσεις ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες, ενισχύοντας κατά αυτόν τον τρόπο την αξιοπιστία και τη χρησιμότητα των δεδομένων, επιτρέποντας την εξαγωγή συμπερασμάτων που δεν είναι μεροληπτικά υπέρ του ενός ή του άλλου φύλου.

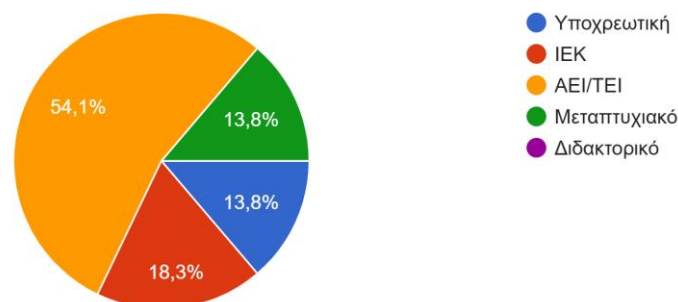
Ηλικία 109 απαντήσεις



Γράφημα 2. Ηλικία

Η πλειονότητα των συμμετεχόντων βρίσκεται στις ηλικιακές ομάδες 25-34 ετών (60,6%), 18-24 ετών (19,3%) και 35-44 ετών (12,8%), που μαζί αυτές οι ηλικιακές ομάδες καλύπτουν πολύ πάνω από το μισό του δείγματος. Αυτό δείχνει ότι το δείγμα έχει μεγαλύτερη συμμετοχή από άτομα σε παραγωγικές ηλικίες, οι οποίοι πιθανότατα αποτελούν και το πιο ενεργό μέρος του πληθυσμού στην αγορά εργασίας και κατανάλωσης στην Σαντορίνη. Η ηλικιακή ομάδα 25-34 ετών (60,6%) έχει την μεγαλύτερη εκπροσώπηση και ακολουθούν οι ηλικιακές ομάδες 18-24 ετών (19,3%), 35-44 ετών (12,8%) και τέλος ακολουθούν οι ηλικιακές ομάδες 45-54 και 55 και άνω με 4% και οι δύο. Η χαμηλή συμμετοχή από άτομα 45 και άνω είναι πιθανώς αναμενόμενη, δεδομένου ότι άτομα σε αυτήν την ηλικία συμμετέχουν λιγότερο σε έρευνες.

Επίπεδο εκπαίδευσης 109 απαντήσεις



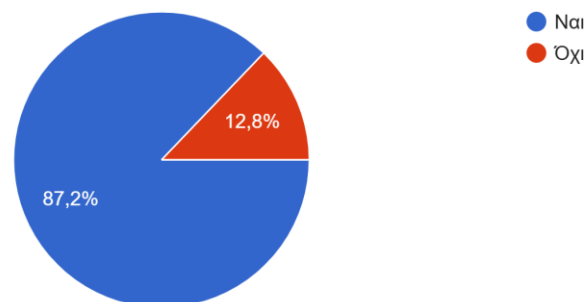
Γράφημα 3. Επίπεδο εκπαίδευσης

Οι απόφοιτοι AEI/TEI (54,1%) αποτελούν την μεγαλύτερη ομάδα στο δείγμα, γεγονός που δηλώνει το υψηλό μορφωτικό επίπεδο στο δείγμα. Παράλληλα, το 18,3% αποτελούν απόφοιτοι

ΙΕΚ, ενώ ακολουθούν με 13,8% οι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου και οι απόφοιτοι υποχρεωτικής εκπαίδευσης αντιστοίχως. Η κατανομή φαίνεται να αντικατοπτρίζει την αυξημένη εκπαιδευτική πρόοδο, καθώς το ποσοστό ανώτατης εκπαίδευσης είναι αρκετά υψηλή. Η Σαντορίνη είναι γνωστό ότι αποτελεί έναν από τους πιο διάσημους προορισμούς όχι μόνο για τους τουρίστες, αλλά και για εργαζόμενους, ειδικά για απόφοιτους τουριστικών επαγγελμάτων.

Έχετε βιώσει κάποιο καταστροφικό γεγονός;

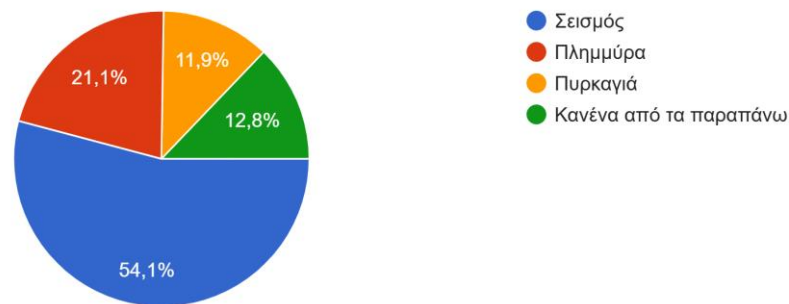
109 απαντήσεις



Γράφημα 4. Εμπειρία σε κάποιο καταστροφικό γεγονός

Στην ερώτηση αν ο ερωτώμενος έχει βιώσει κάποιο καταστροφικό γεγονός το 87,5% του δείγματος απάντησαν ότι έχουν βιώσει κάποιο καταστροφικό γεγονός, ενώ μόνο το 12,8% απάντησε ότι δεν έχει βιώσει κάποιο καταστροφικό γεγονός. Η Ελλάδα όπως είναι γνωστό ότι πρόκειται για μία σεισμογενείς χώρα με έντονη σεισμική δραστηριότητα σε πολύ τακτικά διαστήματα. Παράλληλα, η κλιματική αλλαγή έχει προκαλέσει αρκετές καταστροφές. Τα τελευταία χρόνια η χώρα μας έχει ταλαιπωρηθεί από μεγάλες πυρκαγιές που έχουν πλήξει περιοχές όπως η Ρόδος, το Μάτι, ο Μαραθώνας, η Εύβοια, ο Πύργος και ο Έβρος. Πρόκειται για περιοχές με μεγάλο πληθυσμό, αλλά και τουρισμό. Επίσης, αρκετές περιοχές τις χώρας έχουν υποστεί σοβαρές ζημιές εξαιτίας πλημμυρών, πιο συγκεκριμένα περιοχές της Θεσσαλίας όπως οι νομοί Τρικάλων, Βόλου, Καρδίτσας και Λάρισας που πρόσφατα βίωσαν μία μεγάλη καταστροφή. Όλα τα παραπάνω και σε συνδυασμό με το ποσοστό που έχει βιώσει κάποιο καταστροφικό γεγονός, γίνεται αντιληπτό ότι οι ερωτώμενοι κατάγονται από διάφορα μέρη της χώρας και βρίσκονται στο νησί της Σαντορίνης είτε για επαγγελματικούς λόγους είτε για προσωπικούς λόγους όπως διακοπές.

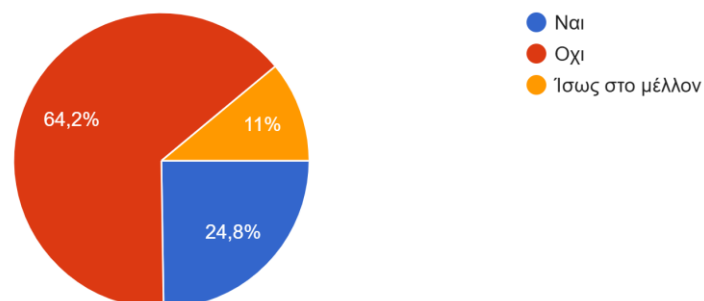
Ποιο καταστροφικό γεγονός έχετε βιώσει;
109 απαντήσεις



Γράφημα 5. Καταστροφικό γεγονός

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων (54,1%) έχει βιώσει έστω μία έντονη σεισμική δραστηριότητα, γεγονός που επαληθεύει την σεισμογενετικότητα της χώρας. Εδώ και αιώνες, στην Ελλάδα έχουν καταγραφεί έντονες σεισμικές δραστηριότητες. Τα τελευταία χρόνια όμως αυτές οι σεισμικές δραστηριότητες έχουν αυξηθεί κατά μεγάλο ποσοστό, με αποκορύφωμα την έντονη σεισμική δραστηριότητα στην Σαντορίνη λίγο πριν την έναρξη της καλοκαιρινής σεζόν που ταρακούνησε τόσο τοπική κοινωνία όσο και την διεθνή. Παράλληλα, το 21,1% έχει βιώσει ένα καταστροφικό γεγονός όπως η πλημμύρα, ενώ μόλις το 11,9% έχει βιώσει κάποια πυρκαγιά. Τέλος, το 12,8% δεν βίωσε τίποτα από όλα τα παραπάνω, το ποσοστό στην πλειοψηφία του έχει βιώσει κάποιο καταστροφικό γεγονός στην Ελλάδα, αποτέλεσμα που μας δείχνει το κατά πόσο ταλαιπωρείται η χώρα από φυσικές καταστροφές.

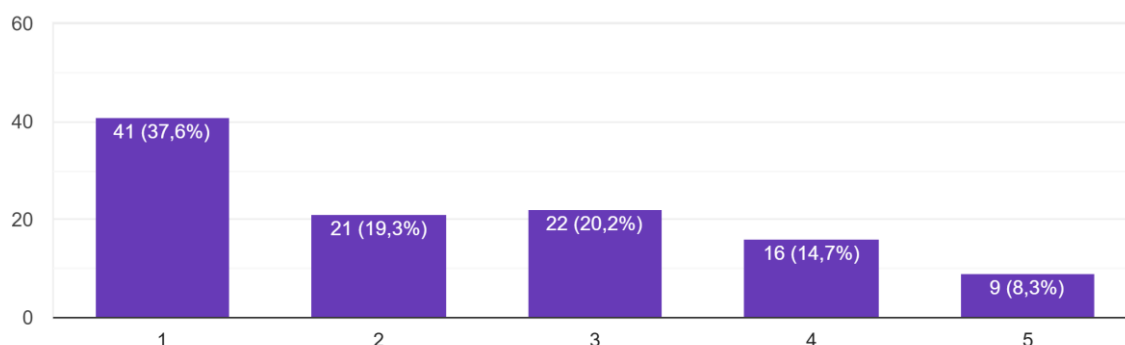
Έχετε παρακολουθήσει σεμινάρια σχετικά με την ετοιμότητα σας σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης όπως ο σεισμός;
109 απαντήσεις



Γράφημα 6. Παρακολούθηση σεμιναρίων για καταστάσεις έκτακτης ανάγκης

Το μεγαλύτερο ποσοστό (64,2%) των ερωτηθέντων δηλώνει πως δεν έχει παρακολουθήσει σεμινάρια σχετικά με την ετοιμότητα σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης όπως ο σεισμός, και αυτό υποδεικνύει ότι δεν υπάρχει επαρκής ενημέρωση και ετοιμότητα του πληθυσμού. Αντίθετα, το 24,8% δηλώνει πως έχει παρακολουθήσει σεμινάρια για καταστάσεις όπως ο σεισμός, γεγονός που είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικό. Έστω και το μικρό αυτό ποσοστό έχει δείξει ενδιαφέρον και κατά πάσα πιθανότητα έχει βιώσει το φυσικό αυτό φαινόμενο, γεγονός που τους οδήγησε να παρακολουθήσουν τα συγκεκριμένα σεμινάρια. Τέλος, μόλις το 11% του δείγματος που δεν έχει παρακολουθήσει κάποιο από αυτά τα σεμινάρια, σκέφτεται κάποια στιγμή να τα παρακολουθήσει. Παρόλο που το μεγαλύτερο ποσοστό δεν έχει παρακολουθήσει κάποιο σεμινάριο, τα ποσοστά που έχουν παρακολουθήσει και που σκέφτονται να παρακολουθήσουν στο μέλλον, είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικό, καθώς μας δείχνει την ευαισθητοποίηση του δείγματος σε θέματα φυσικών καταστροφών.

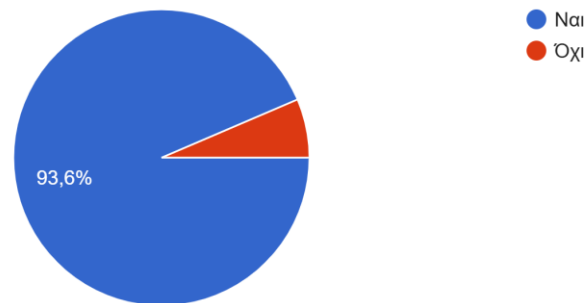
Στο εργασιακό σας περιβάλλον, έχουν ληφθεί μέτρα προστασίας, σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης όπως ο σεισμός;
109 απαντήσεις



Γράφημα 7. Λήψη μέτρων προστασίας στο εργασιακό περιβάλλον

Το μεγαλύτερο ποσοστό 37,6% (41 άτομα) απάντησαν πως οι επιχειρήσεις στις οποίες εργάζονται δεν έχουν ληφθεί μέτρα προστασίας σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης όπως ο σεισμός. Αυτό το ποσοστό είναι ιδιαίτερα ανησυχητικό, καθώς σε μία χώρα όπως η Ελλάδα με έντονη σεισμική δραστηριότητα και πολλές φορές με καταστροφικές συνέπειες, τα μέτρα προστασίας είναι απαραίτητα. Αντίθετα, μόνο το 8,3% (9 άτομα) δήλωσαν ότι στο εργασιακό τους περιβάλλον έχουν ληφθεί μέτρα προστασίας σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης όπως ο σεισμός, ποσοστό ιδιαίτερα χαμηλό. Αυτό μας δείχνει ότι οι επιχειρήσεις ειδικά σε περιοχές όπως η Σαντορίνη, δεν έχουν λάβει κάποια μέτρα προστασίας, καθώς επίσης δεν έχουν εκπαιδεύσει και το ίδιο τους προσωπικό για περιπτώσεις έκτακτης ανάγκης.

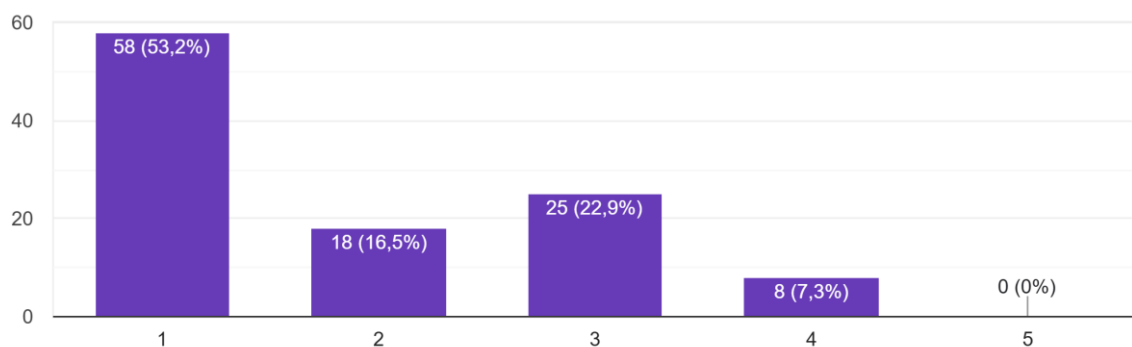
Πιστεύετε ότι η επιχείρηση ή ο οργανισμός που εργάζεστε οφείλει να παρέχει σεμινάρια εκπαίδευσης σχετικά με την ετοιμότητα σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης όπως ο σεισμός;
109 απαντήσεις



Γράφημα 8. Υποχρέωση της επιχείρησης να παρέχει σεμινάρια για καταστάσεις έκτακτης ανάγκης

Η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων με ποσοστό 93,6% δήλωσε ότι η ίδια η επιχείρηση ή ο οργανισμός οφείλει να παρέχει σεμινάρια εκπαίδευσης σχετικά με την ετοιμότητα σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης όπως ο σεισμός. Η εκπαίδευση του προσωπικού είναι απαραίτητη, καθώς σε μία περίπτωση έκτακτης ανάγκης το προσωπικό είναι ικανό να παρέχει και τις κατάλληλες καθοδηγήσεις στους πελάτες χωρίς να προκληθούν ατυχήματα. Αντίθετα, μόλις το 6,4% δηλώνει πως δεν είναι υποχρέωση της επιχείρησης να παρέχει σεμινάρια, αλλά είναι υποχρέωση του ίδιου του ατόμου να παρακολουθήσει τα συγκεκριμένα σεμινάρια για καταστάσεις έκτακτης ανάγκης.

Κάθε πότε γίνεται ενημέρωση για καταστάσεις εκτάκτου ανάγκης από τις επιχειρήσεις στους εργαζομένους;
109 απαντήσεις



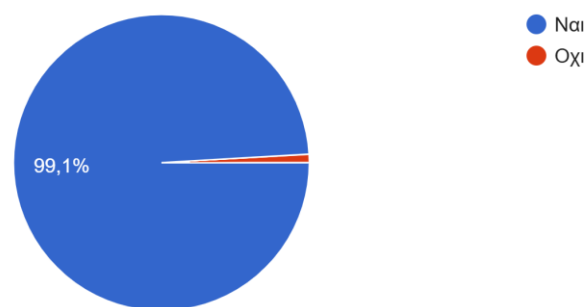
Γράφημα 8. Ενημέρωση εργαζομένων για καταστάσεις έκτακτης ανάγκης

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων 53,2% δήλωσε πως σπάνια γίνεται κάποια ενημέρωση για καταστάσεις εκτάκτου ανάγκης από τις επιχειρήσεις στους εργαζομένους, ενώ μικρότερα ποσοστά συμφωνούν επίσης στην έλλειψη ενημέρωσης, ενώ κανένας από τους ερωτηθέντες δεν απάντησε ότι υπάρχει συχνή ενημέρωση προς τους εργαζομένους. Είναι κατανοητό από τις απαντήσεις που μας έδωσαν οι ερωτηθέντες στις τρεις παραπάνω ερωτήσεις ότι οι επιχειρήσεις δεν επενδύουν στην εκπαίδευση και την ασφάλεια του προσωπικού και κατά επέκταση των ιδίων των πελατών, ή πιθανότητα αδιαφορούν και δεν έχουν λάβει στα σοβαρά υπόψη τις συνέπειες που μπορεί να έχει ένα καταστροφικό γεγονός όπως ο σεισμός.

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός, ότι οι ερωτηθέντες δείχνουν έντονη ευαισθητοποίησή απέναντι στο φαινόμενο του σεισμού, είτε επειδή κατάγονται από περιοχές με έντονη σεισμική δραστηριότητα είτε επειδή βίωσαν την σεισμική δραστηριότητα της Σαντορίνης.

Στη Σαντορίνη λίγο πριν την έναρξη της τουριστικής σεζόν 2025, διαπιστώθηκε έντονη σεισμική δραστηριότητα. Γνωρίζετε για αυτήν την σεισμική δραστηριότητα;

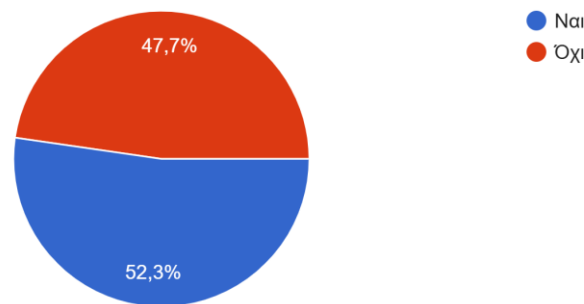
109 απαντήσεις



Γράφημα 9. Σεισμική δραστηριότητα Σαντορίνης

Η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων με ποσοστό 99,1% γνωρίζει για την έντονη σεισμική δραστηριότητα της Σαντορίνης είτε διότι βρισκόταν στο νησί είτε διότι ενημερώθηκε από τα ΜΜΜ. Η έντονη αυτή σεισμική δραστηριότητα έκανε τον γύρο του κόσμου, καθώς η Σαντορίνη αποτελεί έναν τουριστικό προορισμό τεράστιας φήμης, με εκατομμύρια επισκέπτες κάθε χρόνο. Επίσης, το ποσοστό αυτό μας δείχνει το ενδιαφέρον των ερωτηθέντων για το νησί της Σαντορίνης και της σεισμικής της δραστηριότητας.

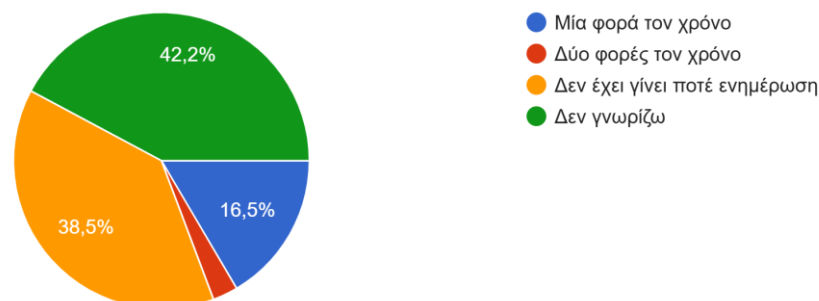
Πιστεύετε ότι η πολιτεία έχει κάποιο σχέδιο έκτακτης ανάγκης για την περιοχή της Σαντορίνης;
109 απαντήσεις



Γράφημα 10. Σχέδιο έκτακτης ανάγκης από την πολιτεία για την Σαντορίνη

Στην ερώτηση αν η πολιτεία έχει κάποιο σχέδιο έκτακτης ανάγκης για την περιοχή της Σαντορίνης, οι ερωτηθέντες μοιάζουν είναι διχασμένοι, καθώς το 52,3% θεωρεί πως η πολιτεία έχει κάποιο σχέδιο έκτακτης ανάγκης για την περιοχή της Σαντορίνης, ενώ το 47,7% θεωρεί πως η πολιτεία δεν έχει κάποιο σχέδιο έκτακτης ανάγκης. Η πλειοψηφία αν και με μικρή διαφορά, δείχνει εμπιστοσύνη στην πολιτεία καθώς η παρουσία έντονης πυροσβεστικής δύναμης κυρίως των ειδικών δυνάμεων πυροσβεστικής (Ε.Μ.Ο.Δ.Ε.) και η άμεση ανάρτηση μέτρων προστασίας από τον δήμο Θήρας σε συνεργασία με την πολιτική προστασία, ανέπτυξε το συναίσθημα της εμπιστοσύνης και της ασφάλειας. Αντίθετα, το 47,7% ίσως νιώθει ότι τα μέτρα που λήφθηκαν δεν ήταν αρκετά, ειδικά για την περίπτωση της Σαντορίνης όπου πρόκειται για ένα νησί με έντονη σεισμική και ηφαιστειακή δραστηριότητα.

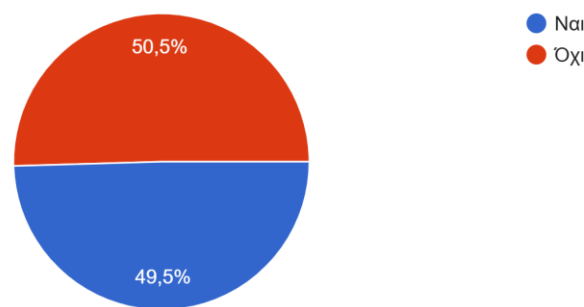
Σε τι συχνότητα πιστεύετε ότι γίνεται εκπαίδευση του πληθυσμού από τον κρατικό μηχανισμό για την αντιμετώπισης κάποια σεισμικής δραστηριότητας στο νησί της Σαντορίνης;
109 απαντήσεις



Γράφημα 11. Συχνότητα εκπαίδευσης του πληθυσμού

Σχετικά με της συχνότητα εκπαίδευσης του πληθυσμού της Σαντορίνης από τον κρατικό μηχανισμό για την αντιμετώπιση κάποιας σεισμικής δραστηριότητας το 42,2% των ερωτηθέντων δηλώνει πως δεν γνωρίζει αν έχει γίνει και σε πια συχνότητα αν έχει γίνει κάποια ενημέρωση. Το συγκεκριμένο αποτέλεσμα μας δείχνει ότι υπάρχει ελλιπής ενημέρωση του πληθυσμού του νησιού σε σημαντικά θέματα όπως θέματα έκτακτης ανάγκης. Παράλληλα, το 38,5% των ερωτηθέντων συμπληρώνει ότι δεν έχει γίνει ποτέ ενημέρωση από τον κρατικό μηχανισμό προς τον πληθυσμό του νησιού. Αντίθετα, μόλις 16,5% των ερωτηθέντων απάντησε πως έχει λάβει κάποια ενημέρωση ή εκπαίδευση από τον κρατικό μηχανισμό, δείχνοντας ότι μόλις ένα πολύ μικρό ποσοστό του νησιού έχει εκπαιδευτεί. Όλα τα ανωτέρω δείχνουν πως ο πληθυσμός της Σαντορίνης, αν και θα έπρεπε, δεν κατέχει την κατάλληλη εκπαίδευση, ώστε να ανταποκριθεί σε περιπτώσεις έκτακτης ανάγκης όπως ο σεισμός.

Πιστεύετε ότι ο κρατικός μηχανισμός λειτούργησε έγκυρα κατά την διάρκεια της σεισμικής δραστηριότητας;
109 απαντήσεις

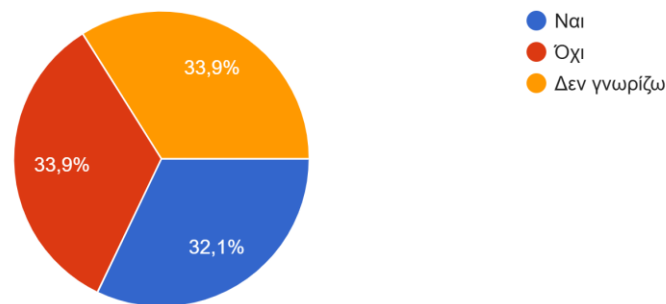


Γράφημα 12. Άμεση αντίδραση του κρατικού μηχανισμού

Το 50,5% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι ο κρατικός μηχανισμός δεν λειτούργησε έγκυρα κατά την διάρκεια της σεισμικής δραστηριότητας. Αυτό υποδεικνύει ότι ο πληθυσμός του νησιού θεωρεί πως κρατικός μηχανισμός έπρεπε να λειτουργήσει πιο γρήγορα, λαμβάνοντας υπόψη της έντονης σεισμικής δραστηριότητας και φυσικά σε συνδυασμό με το ενεργό ηφαίστειο Κολούμπο. Αντίθετα, το 49,5% των ερωτηθέντων θεωρεί πως ο κρατικός μηχανισμός λειτούργησε έγκυρα. Η παρουσία της πυροσβεστικής και της πολιτικής προστασίας στο νησί της Σαντορίνης, κατάφερε να αναπτύξει ένα συναίσθημα εμπιστοσύνης και ασφάλειας σε μεγάλο ποσοστό του πληθυσμού.

Η παρουσία της αρμόδιων φορέων στο νησί της Σαντορίνης και η εγρήγορση του κρατικού μηχανισμού αναπτύζει μία σχέση εμπιστοσύνης μεταξύ της πολιτείας και του πληθυσμού του νησιού, αλλά και των επισκεπτών του νησιού.

Στην επιχείρηση που εργάζεστε υπάρχει κάποιο σχέδιο έκτακτης ανάγκης;
109 απαντήσεις

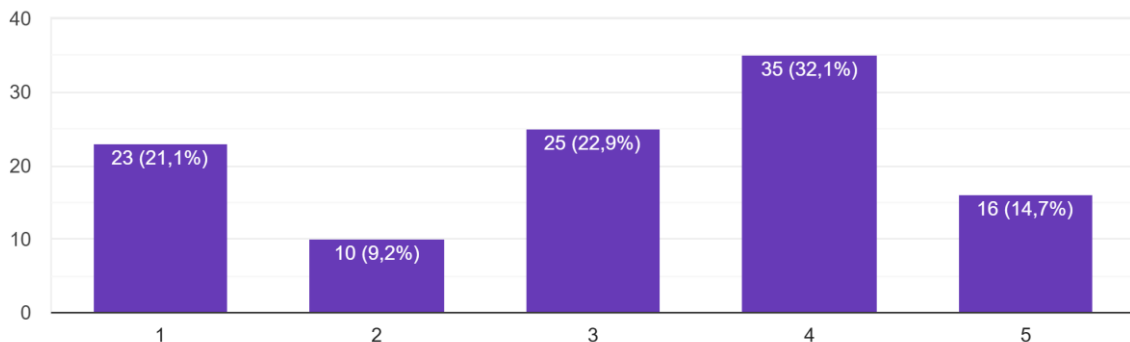


Γράφημα 13. Σχέδιο έκτακτης ανάγκης στις επιχειρήσεις

Το 67,8% των ερωτηθέντων (33,9% και 33,9%), δήλωσαν πως δεν γνωρίζουν ή πως δεν υπάρχει κάποιο σχέδιο έκτακτης ανάγκης.. Αυτό υποδεικνύει, όπως και σε παραπάνω απαντήσεις, ότι οι επιχειρήσεις δεν έχουν κάποιο σχέδιο έκτακτης. Η μη ύπαρξη κάποιου σχεδίου έκτακτης ανάγκης βάζει σε κίνδυνο τόσο την υγεία των υπαλλήλων, όσο και των πελατών-τουριστών, αλλά παράλληλα βάζει σε κίνδυνο και την ίδια την επιχείρηση.

Αντίθετα, το 32,1% των ερωτηθέντων δηλώνει πως υπάρχει κάποιο σχέδιο έκτακτης ανάγκης στην επιχείρηση που εργάζονται. Ωστόσο πρόκειται για ένα πολύ μικρό ποσοστό επιχειρήσεων με σχέδιο έκτακτης ανάγκης, συγκριτικά με την ιδιαιτερότητα του νησιού της Σαντορίνης. Αυτό δείχνει ότι οι επιχειρήσεις του νησιού δεν δείχνουν κάποια ευαισθητοποίηση και κινητοποίηση για την αντιμετώπιση κάποιας κρίσης.

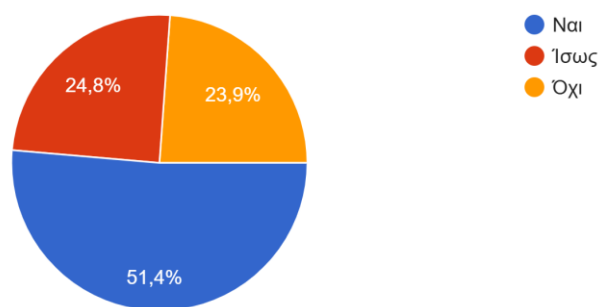
Πιστεύετε ότι έντονη αυτή σεισμική δραστηριότητα θα επηρεάσει την φετινή τουριστική σεζόν της Σαντορίνης;
109 απαντήσεις



Γράφημα 14. Επηρεασμός τουριστικής σεζόν από την σεισμική δραστηριότητα

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων 32,1% και 14,7% συμφωνούν ότι η τουριστική σεζόν της Σαντορίνης θα επηρεασθεί από την έντονη αυτή σεισμική δραστηριότητα που έλαβε μέρος λίγο πριν την έναρξη της καλοκαιρινής σεζόν. Αντίθετα, η μειοψηφία των ερωτηθέντων 21,1% και 9,2% δήλωσαν πως η φετινή τουριστική σεζόν της Σαντορίνης δεν θα επηρεαστεί από την σεισμό θεωρώντας πως ο αριθμός επισκεπτών και οι τιμές θα μείνουν στάσιμα. Τέλος, το 22,9% των ερωτηθέντων κράτησε μία ουδέτερη στάση όπου δεν είναι σίγουροι αν οι τιμές ή η φήμη του νησιού ως προορισμός θα επηρεαστούν. Αυτό ίσως οφείλεται στο γεγονός ότι παρά την έντονη σεισμική δραστηριότητα δεν υπήρξαν κάποιες σοβαρές υλικές ζημιές ή τραυματισμοί.

Πιστεύετε ότι θα επηρεαστούν οι τιμές π.χ. ξενοδοχείων, ενοικιαζόμενων, airbnb;
109 απαντήσεις

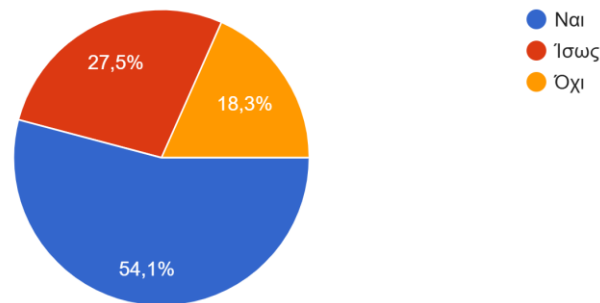


Γράφημα 15. Τιμές μετά την σεισμική δραστηριότητα

Σχετικά με τον αν θα επηρεαστούν οι τιμές σε ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα, airbnb, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων με ποσοστό 51,4% δήλωσε πως οι τιμές θα επηρεαστούν. Η άποψη αυτή ίσως οφείλεται και στο γεγονός ότι η σεισμική δραστηριότητα της Σαντορίνης πήρε τεράστια έκταση τόσο σε διεθνή όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο, καθώς η Σαντορίνη αποτελεί έναν από τους πιο διάσημους προορισμούς παγκοσμίως. Παράλληλα, το 24,8% δεν είναι απόλυτα σίγουρο αν οι τιμές θα επηρεαστούν. Προφανώς οι τιμές θα καθοριστούν και από την πληρότητα των καταλυμάτων σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος. Αντίθετα, το 23,9% δήλωσε πως οι τιμές στα καταλύματα δεν θα επηρεαστούν καθόλου, καθώς θεωρεί πως η συγκεκριμένη σεισμική δραστηριότητα δεν μπορεί να επηρεάσει αριθμό επισκεπτών στο νησί και κατά επέκταση την αύξηση ή μείωση των τιμών.

Γνωρίζοντας για την συγκεκριμένη σεισμική δραστηριότητα, θα ήταν η Σαντορίνη ένας από τους προορισμούς σας;

109 απαντήσεις

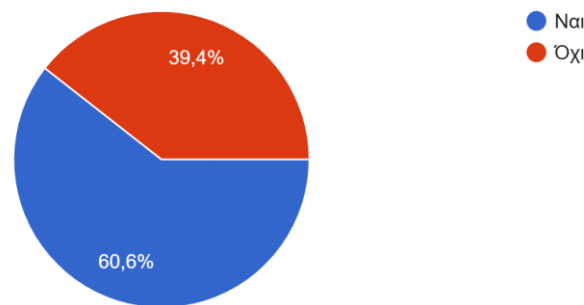


Γράφημα 16. Σαντορίνη τουριστικός προορισμός

Στην ερώτηση αν η Σαντορίνη θα αποτελούσε τουριστικός προορισμός μετά την έντονη σεισμική δραστηριότητα το 54,1% δήλωσε πως η Σαντορίνη θα ήταν και πάλι ένας από τους προορισμούς τους. Παράλληλα, το 27,5% των ερωτηθέντων δήλωσε πως δεν είναι απολύτως σίγουρα αν η Σαντορίνη θα ήταν ένας από τους προορισμούς τους, ενώ το 18,3% δήλωσε πως η Σαντορίνη δεν θα ήταν ένας από τους προορισμούς τους.

Κατά την διαμονή σας στην Σαντορίνη, θα νιώθατε ασφαλείς σε περίπτωση κάποιου σεισμού;

109 απαντήσεις

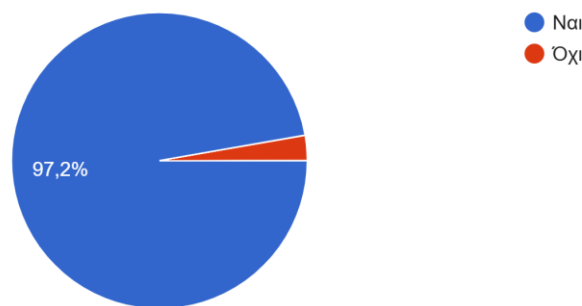


Γράφημα 17. Ασφάλεια κατά την διάρκεια της διαμονής

Η συντριπτική πλειοψηφία 60,6% στην ερώτηση αν κατά την διαμονή τους στην Σαντορίνη, θα ένιωθαν ασφαλείς σε περίπτωση κάποιου σεισμού, δήλωσε πως θα ένιωθε ασφαλείς, ενώ αντίθετα το 39,4% δήλωσε πως δεν θα ένιωθε ασφαλείς κατά την διάρκεια της διαμονής τους στο νησί. Αυτό μας δείχνει πως η άμεση ενεργοποίηση του κρατικού μηχανισμού και τις πολιτικής προστασίας κατάφερε να δημιουργήσει ένα κλίμα εμπιστοσύνης και ασφάλειας σε

περιόδους έκτακτης ανάγκης όπως ο σεισμός. Πρόκειται για ένα ενθαρρυντικό ποσοστό που θα ένιωθε ασφαλές κατά την διαμονή τους στο νησί της Σαντορίνης, χωρίς όμως αυτό να σημαίνει ότι υπάρχουν περιθώρια εφησυχασμού, καθώς φαινόμενα όπως ο σεισμός ειδικά σε περιπτώσεις όπως αυτή της Σαντορίνης απαιτούν μία μονίμως επαγρύπνηση και γρήγορη ανταπόκριση.

Πιστεύετε ότι η επιχείρηση ή ο οργανισμός που εργάζεστε σε συνεργασία με αρμόδιους κρατικούς φορείς, οφείλουν να παρέχουν στους π...ετικά με την ετοιμότητα σε περίπτωση σεισμού;
109 απαντήσεις



Γράφημα 18. Εκπαίδευση πολιτών σχετικά με την ετοιμότητα τους σε περίπτωση σεισμού

Το 97,2% σχεδόν ολόκληρο το δείγμα πιστεύει ότι η επιχείρηση ή ο οργανισμός σε συνεργασία με αρμόδιους κρατικούς φορείς, οφείλουν να παρέχουν στους πολίτες εκπαίδευση σχετικά με την ετοιμότητα σε περίπτωση σεισμού. Αυτό υποδεικνύει ότι πλέον υπάρχει μία τεράστια ευαισθητοποίηση σχετικά με τις φυσικές καταστροφές στην χώρα μας, καθώς είναι ξεκάθαρο ότι όλο και περισσότεροι πολίτες επιθυμούν να λάβουν περαιτέρω εκπαίδευση ώστε να κατέχουν την απαιτούμενη γνώση ώστε να ανταπεξέλθουν σε περιπτώσεις έκτακτης ανάγκης. Αντίθετα μόλις το 2,8% του δείγματος δηλώνει πως η εκπαίδευση των πολιτών για καταστάσεις έκτακτης ανάγκης δεν αποτελούν υποχρέωση των επιχειρήσεων ή των οργανισμών στους οποίους εργάζονται, αλλά αντίθετα είναι ευθύνη του ίδιου του πολίτη να λάβει την κατάλληλη εκπαίδευση σχετικά με το φαινόμενο του σεισμού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Συμπεράσματα

6.1 Αναλυτική περιγραφή αποτελεσμάτων

Η παρούσα εργασία είχε ως στόχο τη διερεύνηση της συμπεριφοράς των καταναλωτών και των πρακτικών διαχείρισης κρίσεων κατά την περίοδο της σεισμικής δραστηριότητας, με μελέτη περίπτωσης τη Σαντορίνη, έναν από τους σημαντικότερους προορισμούς της Ελλάδας.

Από τα βιβλιογραφικά δεδομένα που αξιοποιήθηκαν για την συγγραφή της παρούσας εργασίας και από τα δεδομένα της έρευνας που διεξήχθη μέσω των ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων που διατέθηκαν σε εργαζομένους του τουριστικού κλάδου, μόνιμων κατοίκων του νησιού και τουριστών προκύπτουν, μεταξύ άλλων, η σπουδαιότητα της συνεργασίας ανάμεσα στους αρμόδιους κρατικούς φορείς και τις επιχειρήσεις του νησιού για την αντιμετώπιση κρίσεων, όπως σε περιπτώσεις σεισμού, καθώς και η συμμόρφωση στα διεθνή πρότυπα διαχείρισης κρίσεων και η ανάγκη εκπαίδευσης. Είναι σαφές ότι η διαχείριση μίας κρίσης απαιτεί το ανάλογο σχέδιο δράσης, συντονισμό και εκπαίδευση από τους αρμόδιους φορείς ώστε να ανιχνεύεται η δυσμενής κατάσταση και αναζητείται άμεσα η λύση για να μειωθούν όσο το περισσότερο γίνεται οι αρνητικές επιπτώσεις (Coombs H., 2004). Η ύπαρξη σχεδίου το οποίο στηρίζεται και δίνει έμφαση στις βέλτιστες πρακτικές και στα διεθνή πρότυπα αποτελεί έναν καθοριστικό παράγοντα για την αντιμετώπιση κρίσεων. Η δημιουργία ενός σχεδίου κρίσεων είναι ιδιαίτερα περίπλοκο, καθώς ένα σχέδιο διαχείρισης κρίσεως πρέπει να δημιουργηθεί εκ των προτέρων, το οποίο θα καλύπτει ενδεχόμενες μελλοντικές κρίσεις στον τουριστικό κλάδο, κρίσεις όπως φυσικές καταστροφές (σεισμοί, πυρκαγιές, πλημμύρες κ.α.), οικονομικές κρίσεις, πανδημίες, κλπ.

Ένας ακόμη σημαντικός παράγοντας για την αποτελεσματική διαχείριση της και κατά επέκταση αναχαίτιση και λήξη, είναι η καλή συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων φορέων πριν, κατά την διάρκεια και μετά από την κρίση, ώστε να διασφαλιστεί η ασφάλεια των ανθρώπων, αλλά και των επιχειρήσεων. Η Σαντορίνη αποτελεί έναν τουριστικό προορισμό που προσελκύει τουρίστες από όλον τον κόσμο, και γι' αυτό ακριβώς τον λόγο πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στην συνεργασία των φορέων, φορέων όπως το Υπουργείο Εξωτερικών και τις πρεσβείες των κρατών. Σε περιόδους κρίσεων όπως φυσικές καταστροφές, πλημμύρες και τρομοκρατικές επιθέσεις, ανά τον κόσμο, έχει υπάρξει συντονισμός μεταξύ των συγκεκριμένων φορέων για την υποστήριξη των αλλοδαπών επισκεπτών.

Από την έρευνα, διαπιστώθηκε γενικά ανεπάρκεια στην εκπαίδευση του γενικού πληθυσμού του νησιού σε καταστροφικά γεγονότα όπως ο σεισμός. Επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου δείχνουν ελλιπή προετοιμασία σε καταστάσεις κρίσεως, βασιζόμενες κυρίως σε προσωπική εμπειρία παρά σε συστηματικές στρατηγικές. Αυτό δείχνει ότι η εκπαίδευση του γενικού πληθυσμού του νησιού σε περίπτωση ενός καταστροφικού γεγονότος είναι αναγκαία, ώστε να αποφευχθεί μία σειρά εξαιρετικά δυσμενών επιπτώσεων. Η έρευνα και η αξιολόγηση των

αναγκών σε εκπαίδευση είναι κρίσιμες για την ανάπτυξη προγραμμάτων που να προσφέρουν τις απαραίτητες δεξιότητες και γνώσεις τόσο στους εργαζομένους του τουριστικού κλάδου, όσο και στους μόνιμους κατοίκους της Σαντορίνης. Επιπλέον, αξίζει να σημειωθεί πως η έλλειψη πληροφόρησης οδηγεί σε αυξημένη ανασφάλεια και έλλειψη εμπιστοσύνης των επισκεπτών και εντείνει την αρνητική επίδραση στο τουριστικό προϊόν.

Το κράτος, αλλά και οι ίδιες οι επιχειρήσεις οφείλουν να είναι έτοιμοι για την αντιμετώπιση των κρίσεων. Αυτό μπορεί να απαιτεί δράσεις όπως εκκένωση ενός οικισμού ή ακόμη και ολόκληρου του νησιού, δράσεις οι οποίες απαιτούν προσεκτικές και στοχευμένες κινήσεις. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί και η υγειονομική κρίσης του Covid-19. Πιο συγκεκριμένα στην περίπτωση αυτή η κυβέρνηση σε συνεργασία με τους φορείς υγείας και άλλους φορείς, εργάστηκαν σκληρά για την αντιμετώπιση αυτής της πρωτόγνωρης κρίσης.

Ο τουρισμός της Σαντορίνης αποτελεί σημαντικό μέρος του ΑΕΠ της Ελλάδας και η περίπτωση μείωσης επισκεπτών στο νησί, εξαιτίας της σεισμικής δραστηριότητας, θα έχει αρνητικές επιπτώσεις στον ελλαδικό τουριστικό κλάδο. Όπως φάνηκε από την έρευνα, ο πληθυσμός του νησιού δείχνει διχασμένος, καθώς θεωρεί πως η έντονη αυτή σεισμική δραστηριότητα θα επηρεάσει αρνητικά την τουριστική σεζόν. Οι πολιτικές αποφάσεις και οι δράσεις οι οποίες θα λάβουν μέρος, θα συμβάλλουν σημαντικά στην επαναφορά της εμπιστοσύνης των καταναλωτών και των επιχειρήσεων. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός πως η ανάκαμψη μετά από μία πιθανή κρίση, μπορεί να πάρει από μερικούς μήνες έως και αρκετά χρόνια, ανάλογα το μέγεθος της κρίσης και τις συνθήκες που επικρατούν. Γι' αυτό άλλωστε μετά την κρίση η ανάκαμψη γίνεται σταδιακά και συνδυάζει προσπάθειες αποκατάστασης ζημιών, οικονομικών και υλικών.

Η ποιότητα και η ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος της Σαντορίνης είναι κρίσιμοι παράγοντες για την αποφυγή των αρνητικών επιπτώσεων που μπορεί να προκαλέσει η σεισμική δραστηριότητα που έλαβε μέρος πριν την έναρξη της τουριστικής σεζόν. Κατά την διάρκεια μιας τέτοιας κρίσης οι τουρίστες είναι πολύ πιθανό να αναζητήσουν εναλλακτικούς προορισμούς εάν η ποιότητα ή η ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος δεν είναι ικανοποιητικές. Η βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών, των εγκαταστάσεων, αλλά και η εξασφάλιση ελκυστικών πακέτων διακοπών, μπορούν να μειώσουν τις πιθανότητες μείωσης επισκεπτών στο νησί της Σαντορίνης. Η προσαρμογή στις αλλαγές των προτιμήσεων και των αναγκών των τουριστών είναι ιδιαίτερα σημαντική για την διατήρηση της ανταγωνιστικότητας και την έλξη νέων επισκεπτών στο νησί.

Η εμπιστοσύνη και η αίσθηση ασφάλειας αποτελούν καθοριστικούς παράγοντες στην διαμόρφωση της καταναλωτικής συμπεριφοράς, καθιστώντας αναγκαία την ύπαρξη αποτελεσματικών μηχανισμών διαχείρισης κρίσεων, με έμφαση στην πρόληψη και την ενημέρωση. Η επικοινωνιακή διαχείριση κρίσεων συμβάλλει σημαντικά στην άμεση διαχείριση τους, αλλά και στην ανάκαμψη της πληγούσας κοινωνίας. Η διαφάνεια, η ειλικρίνεια και η παροχή πληροφοριών στους εργαζομένους, στους μόνιμους κατοίκους, αλλά και στους τουρίστες συμβάλλουν σημαντικά στην ανάπτυξη της εμπιστοσύνης. Η αποτελεσματική επικοινωνία, ενημέρωση και εκπαίδευση θα βοηθήσει στην μείωση του

κύματος ανησυχίας και αβεβαιότητας που υπάρχει ανάμεσα στους κατοίκους και εργαζομένους του νησιού.

Κατά την διάρκεια των κρίσεων που επηρεάζουν αρνητικά τον τουριστικό κλάδο, είναι απαραίτητο να ληφθούν μέτρα για να περιοριστεί η διαφυγή ανθρώπινου δυναμικού, και κατά επέκταση να προστατευθούν και οι ίδιες τουριστικές επιχειρήσεις. Η κυβέρνηση μπορεί να παρέχει οικονομική στήριξη στις επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου για να διατηρήσουν τη βιωσιμότητα τους και να αποτρέψουν το κλείσιμο επιχειρήσεων. Εν κατακλείδι, το σημαντικότερο αποτέλεσμα της έρευνας αυτής είναι η εκπαίδευση των ανθρώπων. Η εκπαίδευση των ανθρώπων που διαχειρίζονται μια κρίση αποτελεί σημαντικό παράγοντα αποτελεσματικότητας αντιμετώπισης μιας κρίσιμης κατάστασης, δεδομένου ότι η διαχείριση μιας κρίσης, ειδικά μια κρίση όπως ο σεισμός, και η λήψη αποφάσεων απαιτεί γρήγορες και εύστοχες κινήσεις με αυξημένο τον ψυχολογικό παράγοντα (Bland, 1995).

6.2 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα

Η διαχείριση κρίσεων αναδεικνύεται ως κρίσιμος παράγοντας για την διατήρηση της φήμης, της εμπιστοσύνης και για την συμπεριφορά καταναλωτή. Παρόλα αυτά, υπάρχουν πεδία που απαιτούν περαιτέρω διερεύνηση, ώστε να αναπτυχθούν πιο αποτελεσματικές στρατηγικές αντιμετώπισης κρίσεων. Αυτό είναι εφικτό μέσω της συλλογής δεδομένων με την χρήση ερωτηματολογίων. Η ανάλυση αυτών των στρατηγικών σε συνδυασμό με τη μελέτη της αντίδρασης των καταναλωτών μπορεί να αποκαλύψει τακτικές και σχέδια που μπορεί να είναι πιο αποτελεσματικά, καθώς και ποια χρήζουν βελτίωσης.

Με βάση τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας, είναι αναγκαία η περαιτέρω διερεύνηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς και των μηχανισμών διαχείρισης κρίσεων σε συνθήκες φυσικών καταστροφών, κυρίως με έμφαση σε ένα καταστροφικό γεγονός όπως ο σεισμός, σε τουριστικούς προορισμούς. Πιο συγκεκριμένα προτείνεται η έρευνα συγκριτικής εμπειρικής έρευνας σε προορισμούς με παρόμοια σεισμική δραστηριότητα, όπως τα νησιά της Κεφαλονιάς, της Ρόδου ή της Ζακύνθου, προκειμένου να εντοπιστούν πιθανές διαφοροποιήσεις στην συμπεριφορά των επισκεπτών, την αντίληψη κινδύνου και την ανταπόκριση των τοπικών επιχειρηματικών και διοικητικών φορέων.

Επιπροσθέτως, θα είχε ιδιαίτερο ερευνητικό ενδιαφέρον η ανάλυση του ρόλου των ψηφιακών μέσων επικοινωνίας και των πλατφόρμων κοινωνικής δικτύωσης στην διαχείριση της φήμης του αντίστοιχου προορισμού και την ενίσχυση της εμπιστοσύνης του καταναλωτικού κοινού, κυρίως κατά την κρίσιμη περίοδο εκδήλωσης ήπιων ή έντονων σεισμικών φαινομένων. Η μελλοντική έρευνα δύναται επίσης να εστιάσει στην ανάπτυξη προληπτικών στρατηγικών επικοινωνίας και στην ενσωμάτωση τους στο πλαίσιο βιώσιμης και ανθεκτικής τουριστικής ανάπτυξης.

Βιβλιογραφία

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

Albao C., Blansco D., & Espallargas M., (2022). *Lessons from Covid-19 for the future: destination crisis management, tourist behaviour and tourism industry trends*, Journal of Tourism Futures.

Baum, T. (2015). Human resources in tourism: *Still waiting for change*> *Tourism Management*.

Barton, L. (2004), *Crisis Management: Master the Skills to Prevent Disasters*. Boston, MA,: Harvard Business School.

Dann G., (1977) “*Anomie, ego-enhancement and tourism*”, *Annals of Tourism Research*, vol. 4.

Dann G., Nash D., Pearce P., (1988), “*Methodology in tourism research*”, *Annals of Tourism Research*, vol 15.

Dann, G.M.S., (1996). *Tourists’ Images of a Destination – An Alternative Analysis*. *Journal of Travel & Tourism Marketing*.

Foster D., (1985), *Travel and Tourism Management*, Basingstoke, Hampshire (UK), MacMilan Press.

Glaesser, D. (2006). *Crisis Management in the Tourism Industry*, Elsevier, Netherlands

Gani A., & Singh R. (2019). *Managing Disaster and Crisis in Tourism: A Critique of Research and a fresh Research Agenda*.

Heath, R., (1998). *Διαχείριση κρίσεων: Αποτελεσματικές Τεχνικές για Επιχειρησιακή Ετοιμότητα*. *Ηνωμένο Βασίλειο: Pearson Education Limited*.

Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. Millenium Edition, London: Prentice Hall.

Kotler P., Bowen J., & Makens J., (1999) *Marketing for Hospitality and Tourism*.

Kantona G., (1960), *The powerful consumer*, New York, McGraw-Hill.

Krippendorf J., (1987), *The Holiday Makers*, London, Heinemann.

Kovačić, S., Mărgărint, M. C., Ionce, R., & Miljković, Đ. (2020). *What are the factors affecting tourist behavior based on the perception of risk? Romanian and Serbian tourists' perspective in the aftermath of the recent floods and wildfires in Greece.*

Maslow A.H., (1943), *A theory of human motivation*, *Psychological Review*, vol.50.

Moutinho L., (1984), *Vacation tourist decision process*, *Quarterly Review of Marketing*, vol. 9.

Moutinho L., (1986), *Vacation tourist decision process*, *Quarterly Review of Marketing*.

Naeem N. & Rana I. A., *Tourism and Disasters: A systematic Review from 2010-2019.*

Paraskevas A., & Altinay L., (2013). *Signal detection as the first line of defence in tourism crisis management. Tourism Management.*

Ritchie B. W., (2009). *Crisis and disaster management for tourism. Clevedon: Channel View.*

Sommez S., Apostolopoulos Y., & Tarlow P., (1999). *Tourism in Crisis: Managing the Effects of Terrorism. Journal of Travel Research*, 38(1):13-18.

Wayne W., & Carmichael B., (2005). *Canadian seasonality and domestic travel patterns: Regularities and dislocations as a result of the events of 9/11. Journal of Travel & Tourism Marketing.*

Yates D., & Paquette S., (2011). *Emergency knowledge management and social media technologies: A case study of the 2010 Haitian earthquake. International Journal of Information Management.*

Ελληνική βιβλιογραφία

Βενετσανοπούλου Μ., *Η κρατική συμβολή στον τουρισμό. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, Interbooks, Αθήνα (2006).

Βαρβαρέσος, Σ. (2000), *Τουρισμός. Εκδόσεις Προπομπός.*

Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης, Κ. & Λύτρας, Π. (1999). *Εισαγωγή στον τουρισμό. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.*

Ηγουμενάκης, Ν., (2004). *Τουρισμός βασικές έννοιες*, Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks

Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π., Γκρίμπα Ε., (2011). *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.*

Κουτρούλης, Φ. & Παγουλάτος, Γ. (2010). *Διαχείριση Κρίσεων και Δημόσια Διοίκηση: Θεσμικές Αντιφάσεις και Λειτουργικά Κενά*.

Λύτρας, Ν. (2004), *Κοινωνιολογία και ψυχολογία τουρισμού*.

Μπαλτάς, Γ., & Παπασταθοπούλου, Π. (2003). *Συμπεριφορά καταναλωτή*. Αθήνα: Rosili.

Σιώμκος, Γ., *Συμπεριφορά Καταναλωτή και Στρατηγική Μάρκετινγκ*, τ. Α' εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα (1994).

Σφακιανάκης, Μ. (1998). *Διοικητική κρίσεων*. Αθήνα: Έλλην.

Σιταράς, Θ., Τζένος, Χ., (2007). *Εισαγωγή στη θεωρία του τουρισμού*, Εκδόσεις: Interbooks.

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

Παράρτημα

“Συμπεριφορά καταναλωτή και διαχείριση κρίσεων κατά την σεισμική περίοδο. Η περίπτωση της Σαντορίνης”.

1. Φύλο
2. Ηλικία
3. Επίπεδο εκπαίδευσης
4. Έχετε βιώσει κάποιο καταστροφικό γεγονός;
5. Ποιο καταστροφικό γεγονός έχετε βιώσει;
6. Έχετε παρακολουθήσει σεμινάρια σχετικά με την ετοιμότητα σας σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης όπως ο σεισμός;
7. Στο εργασιακό σας περιβάλλον, έχουν ληφθεί μέτρα προστασίας, σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης όπως ο σεισμός;
8. Πιστεύετε ότι η επιχείρηση ή ο οργανισμός που εργάζεστε οφείλει να παρέχει σεμινάρια εκπαίδευσης σχετικά με την ετοιμότητα σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης όπως ο σεισμός;
9. Κάθε πότε γίνεται ενημέρωση για καταστάσεις εκτάκτου ανάγκης από τις επιχειρήσεις στους εργαζομένους;
10. Στη Σαντορίνη λίγο πριν την έναρξη της τουριστικής σεζόν 2025, διαπιστώθηκε έντονη σεισμική δραστηριότητα. Γνωρίζετε για αυτήν την σεισμική δραστηριότητα;
11. Πιστεύετε ότι η πολιτεία έχει κάποιο σχέδιο έκτακτης ανάγκης για την περιοχή της Σαντορίνης;
12. Σε τι συχνότητα πιστεύετε ότι γίνεται εκπαίδευση του πληθυσμού από τον κρατικό μηχανισμό για την αντιμετώπισης κάποια σεισμικής δραστηριότητας στο νησί της Σαντορίνης;
13. Πιστεύετε ότι ο κρατικός μηχανισμός λειτούργησε έγκυρα κατά την διάρκεια της σεισμικής δραστηριότητας;
14. Στην επιχείρηση που εργάζεστε υπάρχει κάποιο σχέδιο έκτακτης ανάγκης;
15. Πιστεύετε ότι έντονη αυτή σεισμική δραστηριότητα θα επηρεάσει την φετινή τουριστική σεζόν της Σαντορίνης;
16. Πιστεύετε ότι θα επηρεαστούν οι τιμές π.χ. ξενοδοχείων, ενοικιαζόμενων, airbnb;
17. Γνωρίζοντας για την συγκεκριμένη σεισμική δραστηριότητα, θα ήταν η Σαντορίνη ένας από τους προορισμούς σας;

18. Κατά την διαμονή σας στην Σαντορίνη, θα νιώθατε ασφαλείς σε περίπτωση κάποιου σεισμού;

19. Πιστεύετε ότι η επιχείρηση ή ο οργανισμός που εργάζεστε σε συνεργασία με αρμόδιους κρατικούς φορείς, οφείλουν να παρέχουν στους πολίτες εκπαίδευση σχετικά με την ετοιμότητα σε περίπτωση σεισμού;