

**«Στάσεις, αντιλήψεις και βαθμός ικανοποίησης των συμμετεχόντων στο Διεθνή ιστιοπλοϊκό αγώνα RODOS CUP και συμβολή αυτών στην επικοινωνιακή προώθηση των Δωδεκανήσων».**

Του Γεωργίου Β. Μιχαλάκη

**Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία που υποβάλλεται  
στο καθηγητικό σώμα για τη μερική εκπλήρωση των υποχρεώσεων  
απόκτησης του μεταπτυχιακού τίτλου του Μεταπτυχιακού Προγράμματος  
«Οργάνωση και Διοίκηση Αθλητικών Οργανισμών και Επιχειρήσεων» του Τμήματος  
Οργάνωσης και Διαχείρισης Αθλητισμού του Παν/μίου Πελοποννήσου στην κατεύθυνση  
«Οργάνωση & Διοίκηση Αθλητικών Οργανισμών & Επιχειρήσεων»**

**Σπάρτη**

**2019**

Εγκεκριμένο από την Εξεταστική Επιτροπή:

---

Επιβλέπουσα: Παναγιώτα Αντωνοπούλου, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια

---

2ο Μέλος: Αντώνιος Τραυλός, Καθηγητής

---

3ο Μέλος: Γεώργιος Κυπραίος, Καθηγητής

## **Υπεύθυνη Δήλωση**

Με ατομική μου ευθύνη και γνωρίζοντας τις κυρώσεις που προβλέπονται από τις διατάξεις του άρθρου 14 της παραγράφου 2 (Διαγραφές Μεταπτυχιακών Φοιτητών) του Κανονισμού Λειτουργίας Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών, δηλώνω υπεύθυνα ότι για τη συγγραφή της Μεταπτυχιακής Διπλωματικής μου Εργασίας (ΜΔΕ) δεν χρησιμοποίησα ολόκληρο ή μέρος έργου άλλου δημιουργού ή τις ιδέες και αντιλήψεις άλλου δημιουργού χωρίς να γίνεται αναφορά στην πηγή προέλευσης (βιβλίο, άρθρο από εφημερίδα ή περιοδικό, ιστοσελίδα κλπ.).

Ημερομηνία: 10/02/2019

Ο Δηλών  
Μιχαλάκης Γεώργιος  
(Υπογραφή)

**Copyright © Γεώργιος Μιχαλάκης, 2019**

**Με επιφύλαξη κάθε δικαιώματος. All rights reserved.**

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας εργασίας, εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της εργασίας για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς τον συγγραφέα. Οι απόψεις και τα συμπεράσματα που περιέχονται σε αυτό το έγγραφο εκφράζουν τον συγγραφέα και δεν πρέπει να ερμηνευθεί ότι αντιπροσωπεύουν τις επίσημες θέσεις του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου του Τμήματος Οργάνωσης και Διαχείρισης Αθλητισμού.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Γεώργιος Β. Μιχαλάκης: Στάσεις, αντιλήψεις και βαθμός ικανοποίησης των συμμετεχόντων στο Διεθνή Ιστιοπλοϊκό αγώνα «RODOS CUP» και συμβολή αυτών στην επικοινωνιακή προώθηση των Δωδεκανήσων

(Με την επίβλεψη της κ. Παναγιώτας Αντωνοπούλου, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια)

Η γνώση των στάσεων, των αντιλήψεων, του βαθμού ικανοποίησης των συμμετεχόντων σε αθλητικά γεγονότα βοηθά στην πρόβλεψη μελλοντικής συμπεριφοράς και της πιθανότητας να γίνουν επαναλαμβανόμενοι επισκέπτες, να είναι πιστοί συμμετέχοντες, να επικοινωνούν «από στόμα σε στόμα» με άλλους, διαδίδοντας θετικές σκέψεις, συναισθήματα, εικόνες της διοργάνωσης και να είναι με τον τρόπο αυτό υποστηρικτές του brand της διοργάνωσης και του τόπου φιλοξενίας. Επίσης από οικονομική άποψη, έρευνες σχετικά με τα γεγονότα μικρής κλίμακας έδειξαν ότι αποφέρουν οφέλη στις κοινότητες υποδοχής, κυρίως όσον αφορά τις τοπικές δαπάνες για φαγητό, ποτό, ψώνια και διαμονή. Ο διεθνής ιστιοπλοϊκός αγώνας RODOS CUP μπορεί να θεωρηθεί ως αγώνας της κατηγορίας τύπου E. Ένα συνεπές εύρημα μεταξύ των μελετών είναι ότι τα οικονομικά οφέλη υπερτερούν του κόστους. Αυτό οφείλεται κυρίως στο γεγονός ότι οι διοργανώσεις αυτού τύπου χρησιμοποιούν τις ήδη υπάρχουσες εγκαταστάσεις και φέρνουν ανθρώπους σε προορισμούς που διαφορετικά δεν θα είχαν επισκεφθεί ποτέ. Για τη διερεύνηση των στάσεων, των αντιλήψεων, του βαθμού ικανοποίησης, των επικοινωνιακών μέσων και το είδος των εμπειριών που επικοινωνούν με αυτά, το είδος και το ύψος των άμεσων δαπανών των συμμετεχόντων στη διοργάνωση, κατασκευάστηκε ερωτηματολόγιο βασισμένο στην υπάρχουσα βιβλιογραφία και προσαρμοσμένο στις ιδιαιτερότητες της διοργάνωσης, συνολικά συλλέχθηκαν 121 ερωτηματολόγια. Για την εξέταση των σχέσεων μεταξύ των μεταβλητών διατυπώθηκαν 8 στατιστικές υποθέσεις. Για την στατιστική ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε περιγραφική στατιστική, παραγοντική ανάλυση, one way ANOVA, t-test, Multiple Regression Analysis και  $\chi^2$ . Τα αποτελέσματα υποστήριξαν την επίδραση της εθνικότητας και του μορφωτικού επιπέδου στους παράγοντες ικανοποίησης. Επίσης, υποστήριξαν την επίδραση του επιπέδου προηγούμενων συμμετοχών όπως και των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης στους παράγοντες ικανοποίησης, καθώς και την επίδραση της εθνικότητας στο ύψος των άμεσων δαπανών που πραγματοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια της διοργάνωσης. Τα t-test υποστήριξαν την επίδραση των ειδικών χαρακτηριστικών της θέσης στο σκάφος στους παράγοντες ικανοποίησης, ενώ το one sample t-test υποστήριξε την υπόθεση ότι οι μέσες άμεσες δαπάνες που πραγματοποιεί ο ξένος συμμετέχων στο RODOS

CUP διαφέρουν από την μέση δαπάνη που πραγματοποιεί ο ξένος τουρίστας στην Ελλάδα. Τα αποτελέσματα της πολλαπλής ανάλυσης παλινδρόμησης υποστήριξαν ότι ο βαθμός ικανοποίησης από παράγοντες του αγώνα επηρεάζει την πρόθεση παρότρυνσης σε φίλους, γνωστούς, κοινωνικό περίγυρο για επίσκεψη των τόπων φιλοξενίας του αγώνα. Τέλος η στατιστική ανάλυση με  $\chi^2$  υποστήριξε ότι δύο από τα είδη των εμπειριών που επικοινωνούν οι συμμετέχοντες, επιδρούν στην πρόθεση να παροτρύνουν φίλους και γνωστούς για την επίσκεψη των τόπων φιλοξενίας του αγώνα.

*Λέξεις κλειδιά: Αθλητικός τουρισμός, Ιστιοπλοϊκός αγώνας, Βαθμός ικανοποίησης, Επικοινωνιακά μέσα, Δαπάνες.*

## ABSTRACT

Georgios V. Michalakis: Attitudes, perceptions and satisfaction of the participants in the International Sailing Race Week «RODOS CUP» and their contribution to the promotion of the Dodecanese island complex.

(With the supervision of Dr. Panagiota Antonopoulou, Associate Professor)

The knowledge of attitudes, perceptions, satisfaction of the participants in sports events helps anticipate their future behavior and the likelihood of becoming repetitive visitors, being loyal participants, communicating "mouth-to-mouth" with others, spreading positive thoughts, emotions, images of the event and to be supporters of the brand of the organization and the place of hospitality. Also from an economic point of view, surveys on small-scale events have shown benefits to host communities, particularly in terms of local spending on food, drink, shopping and accommodation. The RODOS CUP international sailing race can be considered as a Type E race. A consistent finding among studies is that the economic benefits outweigh the cost. This is mainly due to the fact that this type of organization uses existing facilities and brings people to destinations that they would never have visited otherwise. In order to investigate the above mentioned factors, a total of 121 questionnaires based on the existing literature and tailored to the event's particularities, were collected. In order to examine the relationships between the variables, 8 statistical cases were formulated. For statistical analysis of data, descriptive statistics, factor analysis, one-way ANOVA, t-test, Multiple Regression Analysis and  $\chi^2$  were used. The results supported the effect of nationality and educational attainment on satisfaction factors. They also supported the effect of the level of previous participations as well as the enjoyment of the event on the satisfaction factors and the effect of nationality on the level of direct costs incurred during the event. The t-test supported the effect of the specific characteristics of the position on the boat on the satisfaction factors, while the one sample t-test supported the hypothesis that the average direct costs incurred by the foreign participant in RODOS CUP differ from the average cost incurred by the foreign tourist in Greece. The results of the multiple regression analysis argued that the degree of satisfaction by the participants in the event affects the intention to encourage friends, acquaintances, social circle to visit the venues of the race. Finally, the statistical analysis with  $\chi^2$  argued that two of the kinds of experiences communicated by the participants affected the intention to encourage friends and acquaintances to visit the venues of the race.

Keywords: *Sports tourism, Sailing, Satisfaction degree, Communication media, Expenditures.*

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΠΕΡΙΛΗΨΗ</b>	III
<b>ABSTRACT</b>	V
<b>ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ</b>	IX
<b>ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ</b>	XIII
<b>1. ΚΕΦΑΛΑΙΟ – ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b>	1
1.1 Εισαγωγή	1
1.2 Διατύπωση του προβλήματος	3
1.3 Σημαντικότητα της έρευνας	5
1.4 Σκοπός της έρευνας	6
1.5 Στατιστικές υποθέσεις	7
1.6 Προϋποθέσεις & περιορισμοί	9
1.7 Λειτουργικοί ορισμοί	9
<b>2. ΚΕΦΑΛΑΙΟ - ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ</b>	11
2.1 Η ιστιοπλοΐα ως άθλημα -ιστορική ανασκόπηση	11
2.2 Η Αγωνιστική Ιστιοπλοΐα Ανοικτής Θάλασσας	11
2.3 Στάσεις, αντιλήψεις, βαθμός ικανοποίησης και πρόθεση συμπεριφοράς συμμετεχόντων σε αθλητικά γεγονότα μικρής κλίμακας	12
2.4 Η οικονομική συμβολή των μικρής κλίμακας αθλητικών γεγονότων στις τοπικές κοινότητες που τα φιλοξενούν	14
2.5 Η συμβολή των συμμετεχόντων σε μικρής κλίμακας αθλητικά γεγονότα στην επικοινωνιακή προώθηση των τόπων φιλοξενίας	15
<b>3. ΚΕΦΑΛΑΙΟ - ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ</b>	17
3.1 Σχεδιασμός της έρευνας	17
3.2 Μέσα συλλογής δεδομένων-ερευνητικό εργαλείο	17
3.3 Δείγμα	18

3.4 Διαδικασία συλλογής δεδομένων-----	18
3.5 Στατιστική ανάλυση -----	18
3.6 Στατιστικά Εργαλεία -----	19
4. ΚΕΦΑΛΑΙΟ - ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΕΥΝΑΣ-----	21
4.1 Συμμετέχοντες και Χώρα Προέλευσης -----	21
4.2 Περιγραφική ανάλυση αποτελεσμάτων -----	25
4.2.1 Δημογραφικά χαρακτηριστικά-----	25
4.2.2 Ειδικά χαρακτηριστικά -----	27
4.2.3 Δεδομένα στάσεων, αντιλήψεων, ικανοποίησης και συμπεριφοράς -----	28
4.3 Επαγωγική ανάλυση αποτελεσμάτων-----	40
4.3.1 Παραγοντική ανάλυση ερωτηματολογίου ικανοποίησης -----	40
4.3.2 Σχέσεις μεταξύ Μεταβλητών της Μελέτης -----	46
4.3.3 Έλεγχοι Στατιστικών Υποθέσεων -----	50
4.3.3.1 Επίδραση της εθνικότητας στους παράγοντες ικανοποίησης -----	51
4.3.3.2 Επίδραση της ηλικίας, στους παράγοντες ικανοποίησης -----	60
4.3.3.3 Επίδραση του επίπεδου εκπαίδευσης, στους παράγοντες ικανοποίησης-----	65
4.3.3.4 Επίδραση του εισοδήματος στους παράγοντες ικανοποίησης -----	72
4.3.3.5 Επίδραση των προηγούμενων συμμετοχών στην διοργάνωση, στους παράγοντες ικανοποίησης -----	79
4.3.3.6 Επίδραση των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης, στους παράγοντες ικανοποίησης-----	86
4.3.3.7 Επίδραση του φύλου, στους παράγοντες ικανοποίησης -----	98
4.3.3.8 Επίδραση της θέσης στο σκάφος, στους παράγοντες ικανοποίησης-----	102
4.3.4 Πολυμεταβλητή Ανάλυση Παλινδρόμησης (Multiple Regression Analysis) για την πρόβλεψη πρόθεσης για παρότρυνση σε φίλους, γνωστούς, οικογενειακό και κοινωνικό περίγυρο για επίσκεψη στα νησιά. -----	107



4.3.5 Στατιστική ανάλυση $\chi^2$ για την επίδραση των επικοινωνιακών μέσων που χρησιμοποιούν οι συμμετέχοντες και το είδος των εμπειριών που επικοινωνούν με αυτά, στις προθέσεις τους να παροτρύνουν φίλους και γνωστούς για την επίσκεψη των τόπων φιλοξενίας του αγώνα. -----	109
4.3.6 Στατιστική ανάλυση ANOVA και t-test για τις δαπάνες που πραγματοποίησαν οι συμμετέχοντες κατά τη διάρκεια του Rodos cup. -----	110
5. ΚΕΦΑΛΑΙΟ - ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ -----	114
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ -----	121
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ -----	126

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1. Συμμετέχοντες ανά χώρα προέλευσης.....	21
Πίνακας 2. Μετασχηματισμένος πίνακας συμμετεχόντων ανά χώρα προέλευσης .....	22
Πίνακας 3. Κατάσταση συμμετοχής σκαφών.....	22
Πίνακας 4. Δημογραφικά χαρακτηριστικά .....	26
Πίνακας 5. Τύπος σκάφους, θέση στο σκάφος και λιμάνι επιβίβασης.....	28
Πίνακας 6. Προηγούμενες συμμετοχές.....	29
Πίνακας 7. Ετήσιες συμμετοχές σε παρόμοιες διοργανώσεις .....	29
Πίνακας 8. Πηγή πληροφόρησης του αγώνα.....	30
Πίνακας 9. Πρόθεση διακοπών αν δεν υπήρχε το Rodos Cup .....	31
Πίνακας 10. Προορισμός διακοπών αν δεν υπήρχε το Rodos Cup .....	31
Πίνακας 11. Πρώτη επίσκεψη στην Ελλάδα ή στα νησιά .....	31
Πίνακας 12. Βαθμολογία χωρικής και χρονικής σημαντικότητας του Rodos Cup .....	32
Πίνακας 13. Κατάταξη παραγόντων που συντελούν στην απόλαυση της διοργάνωσης Rodos Cup .....	33
Πίνακας 14. Βαθμολογία ικανοποίησης.....	34
Πίνακας 15. Πρόθεση επιστροφής για συμμετοχή στη διοργάνωση στο μέλλον .....	35
Πίνακας 16. Πρόθεση σύστασης για συμμετοχή στη διοργάνωση σε φίλους .....	36
Πίνακας 17. Παρότρυνση σε φίλους, οικογενειακό κύκλο ή κοινωνικό περίγυρο για επίσκεψη στα νησιά .....	36
Πίνακας 18. Δαπάνες κατά τη διάρκεια του Rodos Cup .....	37
Πίνακας 19. Αξιολόγηση σχέσης ποιότητας / τιμής για τις δαπάνες κατά τη διάρκεια του Rodos Cup .....	38
Πίνακας 20. Τρόποι επικοινωνίας .....	39
Πίνακας 21. Είδη εμπειριών και εντυπώσεων .....	39
Πίνακας 22. Μήτρα συσχετίσεων των μεταβλητών ικανοποίησης .....	40

<b>Πίνακας 23.</b> <i>KMO and Bartlett's Test</i> .....	42
<b>Πίνακας 24.</b> <i>Communalities</i> .....	42
<b>Πίνακας 25.</b> <i>Total Variance Explained</i> .....	43
<b>Πίνακας 26.</b> <i>Rotated Component Matrix</i> .....	45
<b>Πίνακας 27.</b> <i>Συσχετίσεις ερωτημάτων κλίμακας</i> .....	46
<b>Πίνακας 28.</b> <i>Βαθμολογία παραγόντων ικανοποίησης</i> .....	46
<b>Πίνακας 29.</b> <i>Συσχετίσεις μεταξύ παραγόντων ικανοποίησης και πρόθεσης παρότρυνσης σε άλλους για επίσκεψης στα νησιά</i> .....	47
<b>Πίνακας 30.</b> <i>Συσχετίσεις μεταξύ δαπανών και Value for Money</i> .....	48
<b>Πίνακας 31.</b> <i>Μήτρα συσχετίσεων μεταξύ δαπανών</i> .....	50
<b>Πίνακας 32.</b> <i>Βαθμολογίες και αποτελέσματα της επίδρασης της εθνικότητας στους παράγοντες ικανοποίησης</i> .....	51
<b>Πίνακας 33.</b> <i>Αποτελέσματα της απλής ANOVA ανεξάρτητων δειγμάτων των ομάδων της εθνικότητας στους παράγοντες ικανοποίησης</i> .....	52
<b>Πίνακας 34.</b> <i>Πολλαπλές συγκρίσεις με post hoc ανάλυση με τη μέθοδο διόρθωσης του Tamhane στη βαθμολογία Ικανοποίησης από παροχή τουριστικών υπηρεσιών στην μεταβλητή της εθνικότητας</i> .....	54
<b>Πίνακας 35.</b> <i>Πολλαπλές συγκρίσεις με post hoc ανάλυση με τη μέθοδο διόρθωσης του Tamhane στη βαθμολογία Ικανοποίησης από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών στην μεταβλητή της εθνικότητας</i> .....	57
<b>Πίνακας 36.</b> <i>Βαθμολογίες και αποτελέσματα της επίδρασης της ηλικίας στους παράγοντες ικανοποίησης</i> .....	60
<b>Πίνακας 37.</b> <i>Αποτελέσματα της απλής ANOVA ανεξάρτητων δειγμάτων των ομάδων της ηλικίας στους παράγοντες ικανοποίησης</i> .....	61
<b>Πίνακας 38.</b> <i>Βαθμολογίες και αποτελέσματα της επίδρασης του επιπέδου εκπαίδευσης στους παράγοντες ικανοποίησης</i> .....	65
<b>Πίνακας 39.</b> <i>Αποτελέσματα της απλής ANOVA ανεξάρτητων δειγμάτων των ομάδων του επιπέδου εκπαίδευσης στους παράγοντες ικανοποίησης</i> .....	67

<b>Πίνακας 40.</b> Πολλαπλές συγκρίσεις με <i>post hoc</i> ανάλυση με τη μέθοδο διόρθωσης του <i>Bonferroni</i> στη βαθμολογία Ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά στην μεταβλητή του επιπέδου εκπαίδευσης .....	70
<b>Πίνακας 41.</b> Βαθμολογίες και αποτελέσματα της επίδρασης του εισοδήματος στους παράγοντες ικανοποίησης .....	72
<b>Πίνακας 42.</b> Αποτελέσματα της απλής ANOVA ανεξάρτητων δειγμάτων των ομάδων του επιπέδου εισοδήματος στους παράγοντες ικανοποίησης.....	74
<b>Πίνακας 43.</b> Βαθμολογίες και αποτελέσματα της επίδρασης των προηγούμενων συμμετοχών στους παράγοντες ικανοποίησης .....	79
<b>Πίνακας 44.</b> Αποτελέσματα της απλής ANOVA ανεξάρτητων δειγμάτων των ομάδων του επιπέδου προηγούμενων συμμετοχών στους παράγοντες ικανοποίησης .....	80
<b>Πίνακας 45.</b> Πολλαπλές συγκρίσεις με <i>post hoc</i> ανάλυση με τη μέθοδο διόρθωσης του <i>Bonferroni</i> στην Ικανοποίηση οργανωτικών υπηρεσιών.....	84
<b>Πίνακας 46.</b> Βαθμολογίες και αποτελέσματα της επίδρασης των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης στους παράγοντες ικανοποίησης .....	87
<b>Πίνακας 47.</b> Αποτελέσματα της απλής ANOVA ανεξάρτητων δειγμάτων των ομάδων κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης στους παράγοντες ικανοποίησης.....	88
<b>Πίνακας 48.</b> Πολλαπλές συγκρίσεις των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης με <i>post hoc</i> ανάλυση με τη μέθοδο διόρθωσης του <i>Bonferroni</i> στην Ικανοποίηση οργανωτικών υπηρεσιών.....	92
<b>Πίνακας 49.</b> Πολλαπλές συγκρίσεις των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης με <i>post hoc</i> ανάλυση με τη μέθοδο διόρθωσης του <i>Bonferroni</i> στην Ικανοποίηση κατά την παραμονή στα μικρά νησιά .....	95
<b>Πίνακας 50.</b> Βαθμολογίες και αποτελέσματα της επίδρασης του φύλου, στους παράγοντες ικανοποίησης .....	98
<b>Πίνακας 51.</b> Βαθμολογίες και αποτελέσματα της επίδρασης της θέσης στο σκάφος, στους παράγοντες ικανοποίησης .....	102

<b>Πίνακας 52.</b> Συνοπτικά αποτελέσματα της πολυμεταβλητής ανάλυσης παλινδρόμησης των μεταβλητών ικανοποίησης στην πρόβλεψη της πρόθεσης για παρότρυνση σε φίλους, γνωστούς, οικογενειακό και κοινωνικό περίγυρο για επίσκεψη στα νησιά. ....	108
<b>Πίνακας 53.</b> Αποτελέσματα της απλής ANOVA ανεξάρτητων δειγμάτων της εθνικότητας στις άμεσες δαπάνες .....	112
<b>Πίνακας 54.</b> Πολλαπλές συγκρίσεις με <i>post hoc</i> ανάλυση με τη μέθοδο διόρθωσης του Bonferroni στις άμεσες δαπάνες ανά εθνικότητα .....	112
<b>Πίνακας 55.</b> Μέσος όρος άμεσων δαπανών ανά εθνικότητα .....	113

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ

<i>Σχήμα 1.</i> Σχεδιάγραμμα ιδιοτιμών (scree plot) των παραγόντων ικανοποίησης.....	44
<i>Σχήμα 2.</i> Θηκόγραμμα της εθνικότητας στη μεταβλητή της ικανοποίησης από παροχή τουριστικών υπηρεσιών .....	53
<i>Σχήμα 3.</i> Μέσοι όροι της βαθμολογίας ικανοποίησης από παροχή τουριστικών υπηρεσιών στην μεταβλητή εθνικότητα.....	55
<i>Σχήμα 4.</i> Θηκόγραμμα της εθνικότητας στη μεταβλητή της ικανοποίησης από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών .....	56
<i>Σχήμα 5.</i> Μέσοι όροι της βαθμολογίας ικανοποίησης από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών στην μεταβλητή εθνικότητα.....	58
<i>Σχήμα 6.</i> Θηκόγραμμα της ηλικίας στη μεταβλητή της ικανοποίησης από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών .....	63
<i>Σχήμα 7.</i> Θηκόγραμμα του μορφωτικού επιπέδου στη μεταβλητή της ικανοποίησης από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών .....	69
<i>Σχήμα 8.</i> Μέσοι όροι της βαθμολογίας ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά ανάμεσα στα διαφορετικά επίπεδα εκπαίδευσης .....	71
<i>Σχήμα 9.</i> Θηκόγραμμα του εισοδήματος στη μεταβλητή της ικανοποίησης από παροχή τουριστικών υπηρεσιών .....	75
<i>Σχήμα 10</i> Θηκόγραμμα του εισοδήματος στη μεταβλητή της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά .....	77
<i>Σχήμα 11</i> Θηκόγραμμα των προηγούμενων συμμετοχών στη μεταβλητή της ικανοποίησης από παροχή τουριστικών υπηρεσιών .....	81
<i>Σχήμα 12.</i> Θηκόγραμμα των προηγούμενων συμμετοχών στη μεταβλητή της ικανοποίησης από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών .....	83
<i>Σχήμα 13.</i> Μέσοι όροι της βαθμολογίας ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών μεταξύ των επιπέδων προηγούμενων συμμετοχών στη διοργάνωση .....	85
<i>Σχήμα 14.</i> Θηκόγραμμα των κύριων παραγόντων απόλαυσης στη μεταβλητή της ικανοποίησης από παροχή τουριστικών υπηρεσιών .....	89

<i>Σχήμα 15.</i> Θηκόγραμμα των κύριων παραγόντων απόλαυσης στη μεταβλητή της ικανοποίησης από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών.....	91
<i>Σχήμα 16.</i> Μέσοι όροι της βαθμολογίας ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών μεταξύ των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης .....	93
<i>Σχήμα 17.</i> Θηκόγραμμα των κύριων παραγόντων απόλαυσης στη μεταβλητή της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά.....	94
<i>Σχήμα 18.</i> Μέσοι όροι της βαθμολογίας ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά μεταξύ των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης.....	96
<i>Σχήμα 19.</i> Η διάμεσος της βαθμολογίας ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης μεταξύ των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης .....	97
<i>Σχήμα 20.</i> Θηκόγραμμα του φύλου στη μεταβλητή της ικανοποίησης από παροχή τουριστικών υπηρεσιών .....	99
<i>Σχήμα 21.</i> Θηκόγραμμα του φύλου στη μεταβλητή της ικανοποίησης από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών .....	100
<i>Σχήμα 22.</i> Θηκόγραμμα της θέσης στο σκάφος στη μεταβλητή της ικανοποίησης από παροχή τουριστικών υπηρεσιών .....	103
<i>Σχήμα 23.</i> Μέσοι όροι της βαθμολογίας ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών μεταξύ των σκίπτερ και των πληρωμάτων.....	104
<i>Σχήμα 24.</i> Θηκόγραμμα της θέσης στο σκάφος στη μεταβλητή της ικανοποίησης από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών .....	105
<i>Σχήμα 25.</i> Μέσος όρος δαπανών κατά τη διάρκεια της διοργάνωσης ανά εθνικότητα .....	113

# 1. ΚΕΦΑΛΑΙΟ – ΕΙΣΑΓΩΓΗ

## 1.1 Εισαγωγή

Η ιστιοπλοΐα έχει μια μακρά παρουσία στην ιστορία του ανθρώπινου πολιτισμού. Αρχικά, χρησιμοποιήθηκε ως μέσο για επιβίωση στην προσπάθεια ανεύρεσης τροφής. Επίσης χρησιμοποιήθηκε στις μεταφορές, στις ανακαλύψεις, στις μεταναστεύσεις και αργότερα στο εμπόριο, τους αποικισμούς και τις πολεμικές επιχειρήσεις. Ωστόσο, με την πάροδο του χρόνου, η τεχνολογική ανάπτυξη μαζί με κοινωνικούς, πολιτιστικούς, πολιτικούς και οικονομικούς μετασχηματισμούς έδωσαν την ευκαιρία και την ώθηση για να εξελιχτεί η ιστιοπλοΐα σε μια δραστηριότητα με πολλαπλότητα επιλογών όπως χόμπι, αναψυχή, τουριστική εμπειρία, τρόπο ζωής ή αγωνιστική με τα όρια μεταξύ των επιλογών να είναι τις περισσότερες φορές δυσδιάκριτα (Jennings, 2007). Τα τελευταία χρόνια, έχει αυξηθεί το ενδιαφέρον των αθλητικών τουριστών για συμμετοχή σε αγώνες ιστιοπλοΐας ανοικτής θάλασσας και υπάρχουν παγκοσμίως εκατοντάδες αγωνιστικές διοργανώσεις οι οποίες κυμαίνονται από διάπλου ωκεανών έως τους αγώνες μικρής διάρκειας και οργανώνονται από την World Sailing, τις εθνικές ιστιοπλοϊκές ομοσπονδίες ή και από τοπικούς ιστιοπλοϊκούς ομίλους. Αυτές οι διοργανώσεις για την τουριστική βιομηχανία είναι ένας ταχύτατα αναπτυσσόμενος τομέας ο οποίος συμβάλλει σημαντικά στην αύξηση της τουριστικής κίνησης και στην ενίσχυση της οικονομικής ανάπτυξης μιας περιοχής και ταυτόχρονα στην διαμόρφωση και προώθηση του brand name του προορισμού (Turco, Swart, Bob, & Moodley, 2003). Ο Gibson (1998) σε ανασκόπηση της βιβλιογραφίας του αθλητικού τουρισμού προτείνει τρεις ξεχωριστούς τύπους συμπεριφοράς που σχετίζονται με τον αθλητικό τουρισμό: (1) ενεργής συμμετοχής, (2) παρακολούθησης αθλητικής δραστηριότητας, και (3) επίσκεψης σε αθλητικούς χώρους. Έτσι, ως ορισμό του αθλητικού τουρισμού διατυπώνει τον εξής: «τα ταξίδια που βασίζονται στην αναψυχή και μεταφέρουν άτομα προσωρινά έξω από την οικιακή τους κοινότητα για να συμμετάσχουν σε σωματικές δραστηριότητες, να παρακολουθήσουν σωματικές δραστηριότητες ή να επισκεφτούν αξιοθέατα που σχετίζονται με σωματικές δραστηριότητες.»

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω υπάρχουν παγκοσμίως, εκατοντάδες αγωνιστικές διοργανώσεις. Παρόλο που δεν υπάρχουν καθολικοί ορισμοί για διαφορετικούς τύπους διοργανώσεων, για τους σκοπούς της παρούσας μελέτης δεχόμαστε την τυπολογία που



διατύπωσαν οι Gratton, Dobson και Shibli (2000) για τα μεγάλα αθλητικά γεγονότα σύμφωνα με την οποία τα γεγονότα αυτά κατατάσσονται σε:

- Τύπου A: Μίας φορές, έκτακτα, μεγάλα διεθνή γεγονότα, μεγάλου ενδιαφέροντος για τους φιλάθλους, που δημιουργούν σημαντική οικονομική δραστηριότητα και ενδιαφέρον για τα MME (π.χ. Ολυμπιακοί Αγώνες, America's Cup, Volvo Ocean Race).
- Τύπου B: Μεγάλα αθλητικά γεγονότα, μεγάλου ενδιαφέροντος για τους φιλάθλους, που δημιουργούν σημαντική οικονομική δραστηριότητα, ενδιαφέρον για τα MME και επαναλαμβάνονται ετήσια (π.χ. Sydney to Hobart Yacht Race).
- Τύπου C: Μίας φορές, έκτακτοι, σημαντικοί διεθνείς αγώνες, μεγάλου ενδιαφέροντος για φιλάθλους και αγωνιζόμενους, που δημιουργούν περιορισμένη οικονομική δραστηριότητα (π.χ. Clipper Round the World Yacht Race).
- Τύπου D: Σημαντικές εκδηλώσεις, μεγάλου ενδιαφέροντος για αγωνιζόμενους, παράγουν περιορισμένη οικονομική δραστηριότητα και επαναλαμβάνονται ετήσια (π.χ. Εθνικό Πρωτάθλημα στα περισσότερα αθλήματα)

Ωστόσο, για την ανάπτυξη αθλητικών διοργανώσεων μικρής κλίμακας, μια άλλη κατηγορία αθλητικών γεγονότων μπορεί να είναι πιο κατάλληλη. Η κατηγορία τύπου E περιλαμβάνει μικρές εκδηλώσεις όπου οι αγωνιζόμενοι μπορούν να ξεπεράσουν τους θεατές, συχνά πραγματοποιούνται ετησίως, με μικρό ενδιαφέρον για τα μέσα ενημέρωσης και περιορισμένη οικονομική δραστηριότητα σε σύγκριση με τα μεγάλα αθλητικά γεγονότα (Διεθνές Ιστιοπλοϊκό Ράλλυ Αιγαίου, AEGEAN REGATTA, RODOS CUP). Οι αθλητικές εκδηλώσεις αυτού του τύπου, που διεξάγονται σε μικρές και μεσαίες κοινότητες, τείνουν να παρέχουν αναλογικά περισσότερα οικονομικά οφέλη απ' ό,τι αν είχαν πραγματοποιηθεί σε μια μεγαλύτερη πόλη (Gibson, Kaplanidou, & Kang, 2012). Η χρήση της λέξης «μεγάλα» σε κάθε μία από αυτές τις κατηγορίες είναι για να υποδηλώνει τη σημασία των αθλητικών γεγονότων (π.χ. εθνικά, ευρωπαϊκά ή παγκόσμια πρωταθλήματα) και όχι την οικονομική σημασία. Η τυπολογία έχει σημασία για να υποδείξει ότι δεν είναι σημαντικά από οικονομικής απόψεως όλα τα γεγονότα που είναι «μεγάλα» σε αθλητικούς όρους (Gratton και συν., 2000).

Στην Ελλάδα κάθε χρόνο από τον Μάρτιο μέχρι τον Δεκέμβριο διοργανώνονται από την Επιτροπή Ανοικτής Θάλασσας, (Ε.Α.Θ.) της Ελληνικής Ιστιοπλοϊκής Ομοσπονδίας (Ε.Ι.Ο.) ή από ομίλους μέλη της Ε.Α.Θ. περί τις δέκα μεγάλες διοργανώσεις αγωνιστικής ιστιοπλοΐας ανοικτής θάλασσας.

Ο Διεθνής Ιστιοπλοϊκός Αγώνας RODOS CUP είναι μια ετήσια αθλητική διοργάνωση στην περιοχή των Δωδεκανήσων, την οποία διοργανώνει ο Αθλητικός Σύλλογος Ιστιοπλοΐων Ανοικτής Θάλασσας Ρόδου. Στόχος της διοργάνωσης είναι η προώθηση της Ιστιοπλοΐας Ανοικτής Θάλασσας, δίνοντάς σε αυτούς που συμμετέχουν την ευκαιρία να απολαύσουν τον άνεμο, τη θάλασσα και τον ήλιο των ελληνικών νησιών. Ο ιστιοπλοϊκός αγώνας RODOS CUP διεξάγεται παραδοσιακά την τρίτη εβδομάδα του Ιουλίου και προσελκύει ερασιτεχνικά και επαγγελματικά πληρώματα από όλο τον κόσμο. Η Regatta RODOS CUP μπορεί να συμπεριληφθεί στις δέκα πιο δημοφιλείς regattas ιστιοπλοΐας στη Μεσόγειο Θάλασσα. Με σημείο εκκίνησης το νησί της Κω και με ενδιάμεσους σταθμούς την Κάλυμνο, Νίσυρο και Σύμη, ο αγώνας καταλήγει στην Ρόδο. Ιστιοπλόοι από διαφορετικές χώρες καταφθάνουν για να συμμετάσχουν σε ένα αγώνα στα πιο όμορφα νερά της Μεσογείου. Αυτός ο αγώνας ιστιοπλοΐας απευθύνεται ταυτόχρονα και στο επίπεδο των αρχαρίων αλλά και σε έμπειρους ιστιοπλόους και παρέχει πολλές ευκαιρίες για να ζήσουν πραγματική αγωνιστική δράση και να βελτιώσουν τις ικανότητές τους στην ιστιοπλοΐα. Σε κάθε περίπτωση η φιλοξενία του Αθλητικού Συλλόγου Ιστιοπλοΐας Ανοικτής Θάλασσας Ρόδου παίζει σημαντικό ρόλο στην πραγματοποίηση αυτού του ιστιοπλοϊκού γεγονότος, του τόσο δημοφιλούς στους ιστιοπλόους. Μετά το τέλος κάθε αγωνιστικής ημέρας υπάρχει επιπλέον μια ξεχωριστή εκδήλωση και ένα πρόγραμμα διασκέδασης που οργανώνεται από τον ΑΣΙΑΘΡ κάθε βράδυ. Το Rodos Cup 2018 πραγματοποιήθηκε από τις 15 Ιουλίου έως τις 20 Ιουλίου. Στο Rodos Cup 2018 συμμετείχαν 76 σκάφη και 485 ιστιοπλόοι προερχόμενοι από διάφορες χώρες με κυριότερες την Ελλάδα, Ρωσία και Τουρκία.

## ***1.2 Διατύπωση του προβλήματος***

Με την παρατηρούμενη αύξηση παγκοσμίως, των αθλητικών διοργανώσεων μικρής κλίμακας και συνεπώς την αύξηση των ευκαιριών για συμμετοχή σε αυτές τις διοργανώσεις, υπάρχει ανάγκη για διαχωρισμό του τύπου των ενεργών αθλητικών τουριστών σε δύο

κατηγορίες: σε συμμετέχοντες σε αγωνιστικές δράσεις (π.χ. μαραθώνιοι, ιστιοπλοϊκές ρεγγάτες) και σε συμμετέχοντες σε μη αγωνιστικές δράσεις (π.χ. σκι, γκολφ, ιστιοπλοΐα αναψυχής). Ο ενεργός αθλητικός τουρίστας αγωνιστικών δράσεων είναι αυτός που επιλέγει να ταξιδέψει για να συμμετάσχει σε παντός είδους οργανωμένα αθλητικά γεγονότα, από πιστοποιημένης ποιότητας, όπως ο μαραθώνιος της Αθήνας, μέχρι μικρής κλίμακας τα οποία φιλοξενούνται από δήμους ή περιφέρειες (Karlanidou & Gibson, 2010). Οι αθλητικές διοργανώσεις μικρής κλίμακας αποτελούν βιώσιμες λύσεις προώθησης του τουριστικού προϊόντος για προορισμούς που η κύρια οικονομική δραστηριότητα τους είναι ο τουρισμός. Για τους ενεργούς αθλητικούς τουρίστες, η εικόνα προορισμού δεν φαίνεται να επηρεάζει την εικόνα του αθλητικού γεγονότος, επειδή οι τουρίστες του αθλητισμού οδηγούνται στον προορισμό κυρίως λόγω της εκδήλωσης. Αντίθετα η ύπαρξη τέτοιων γεγονότων είναι παράγοντας σχηματισμού ή τόνωσης της εικόνας του τουριστικού προορισμού (Karlanidou & Vogt, 2007).

Τα ψηφιακά μέσα κοινωνικής δικτύωσης περιλαμβάνουν ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών οι οποίες σε μεγάλο βαθμό υποκαθιστούν τον παραδοσιακό τρόπο, την από στόμα σε στόμα, μετάδοση της πληροφορίας, συμπεριλαμβανομένων των ιστολογίων, του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, των ιστοσελίδων, των φόρουμ συζητήσεων και των μονlogs (ιστολόγια των οποίων το περιεχόμενο προέρχεται από κινητά τηλέφωνα και άλλες φορητές ασύρματες συσκευές, τοποθεσίες που περιέχουν ψηφιακό ήχο, εικόνες, ταινίες ή φωτογραφίες). Από της αρχές του 21ου αιώνα βιώνουμε την εμπειρία μιας έκρηξης μηνυμάτων στο διαδίκτυο που έχουν γίνει ένας σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει διάφορες πτυχές της συμπεριφοράς των καταναλωτών, συμπεριλαμβανομένης της ευαισθητοποίησης, της απόκτησης πληροφοριών, της διαμόρφωσης των απόψεων, των στάσεων, της αγοραστικής συμπεριφοράς και της επικοινωνίας και της αξιολόγησης μετά την αγορά. (Mangold & Faulds, 2009)

Τα στοιχεία μελετών από τριακονταετίας δείχνουν ότι η διοργανώσεις αθλητικού τουρισμού μικρής κλίμακας τείνουν να προσφέρουν οικονομική αξία στους τόπους φιλοξενίας των διοργανώσεων, με τις περισσότερες δαπάνες να πηγάζουν από διαμονή και φαγητό. Ένα συνεπές εύρημα μεταξύ όλων αυτών των μελετών είναι ότι τα οικονομικά οφέλη υπερτερούν του κόστους. Αυτό οφείλεται κυρίως στο γεγονός ότι οι διοργανώσεις αυτού τύπου χρησιμοποιούν τις ήδη υπάρχουσες εγκαταστάσεις, φέρνουν ανθρώπους σε προορισμούς που

διαφορετικά δεν θα είχαν επισκεφθεί ποτέ, φέρνουν εισόδημα σε ξενοδοχεία και εστιατόρια και ωφελούν άλλες επιχειρήσεις και καταστήματα λιανικής πώλησης (Gibson και συν., 2012).

Υπάρχουν ποικίλες μελέτες οι οποίες εξετάζουν τα αθλητικά γεγονότα και ιδιαίτερα σε ότι μας ενδιαφέρει, αυτά που ανήκουν στην κατηγορία τύπου E, με το μεγαλύτερο μέρος της έρευνας να έχει επικεντρωθεί στις οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιδράσεις. Πλείστες δε εξ αυτών προτείνουν ότι αυτά τα γεγονότα μπορούν να αποτελούν μια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης (Gibson, 1998; Gratton και συν., 2000; Turco, Swart, Bob, & Moodley, 2003; Hodur & Leistriz, 2006; Gibson, Kaplanidou, Kang, 2012; Taks, Chalip, & Green, 2015; Mackellar, 2015), ενώ άλλες επικεντρώνονται στην μελέτη των αλληλεξαρτήσεων μεταξύ των αθλητικών γεγονότων, της εικόνας του προορισμού και της συμπεριφοράς, της ικανοποίησης, των στάσεων και των αντιλήψεων των συμμετεχόντων ( π.χ. Chalip & Costa, 2005; Kaplanidou & Vogt, 2007; Funk, Alexandris, & McDonald, 2008; Walsh, Clavio, Lovell, & Blaszk, 2013; Koo, Byon, & Baker, 2014; Mackellar & Nisbet, 2017 ).

Ωστόσο, υπάρχει ελάχιστη έρευνα, συνήθως περιγραφική και χωρίς θεωρητική βάση, που να εξετάζει τον ρόλο των αθλητικών ιστιοπλοϊκών γεγονότων, είτε στην ανάπτυξη τουριστικών προορισμών είτε στην κατεύθυνση των αλληλεξαρτήσεων μεταξύ των γεγονότων και της συμπεριφοράς, της ικανοποίησης, των στάσεων και των αντιλήψεων των συμμετεχόντων (π.χ. Tyrrell, & Sullivan, 1992; Shields, Deane, & McDowell, 1997; Daniels & Norman, 2003; Maudos, Benages, Cucarella, & Fernandez de Guevara, 2007; Pereira, Mascarenhas, Flores, & Pires, 2015)

### ***1.3 Σημαντικότητα της έρευνας***

Οι μεταβλητές που επιδρούν στις συμπεριφορές του ενεργού αθλητικού τουρίστα στο γενικό πλαίσιο των επαναλαμβανόμενων σε τακτά χρονικά διαστήματα (π.χ. ετησίως) αθλητικών διοργανώσεων μικρής κλίμακας δεν έχουν μελετηθεί ευρέως στην βιβλιογραφία του αθλητικού τουρισμού.

Τα αποτελέσματα της μελέτης του Διεθνή Ιστιοπλοϊκού Αγώνα RODOS CUP 2018 θα βοηθήσουν στην κατεύθυνση του προσδιορισμού των παραγόντων στους οποίους οι διοργανωτές θα μπορούν να στηριχθούν, ώστε να επιτύχουν υψηλής ποιότητας διοργανώσεις

που θα διατηρήσουν τους υφιστάμενους συμμετέχοντες αλλά και θα προσελκύσουν νέους. Επίσης διά μέσου της μελέτης αυτής θα δοθεί η δυνατότητα στην εκδήλωση αυτή να λάβει την κατάλληλη αναγνώριση για τη συμβολή της στις οικονομίες των νησιών που αυτή περιλαμβάνει.

#### ***1.4 Σκοπός της έρευνας***

Η παρούσα έρευνα επικεντρώθηκε στη μελέτη των στάσεων, των αντιλήψεων και του βαθμού ικανοποίησης των συμμετεχόντων στο Διεθνή ιστιοπλοϊκό αγώνα RODOS CUP και τη συμβολή αυτών στην επικοινωνιακή προώθηση των Δωδεκανήσων. Ο Διεθνής Ιστιοπλοϊκός Αγώνας RODOS CUP 2018 χρησιμοποιήθηκε για τη μελέτη. Ο σκοπός αυτής της μελέτης ήταν:

- A) Να διερευνήσει αν η προηγούμενη συμμετοχή, η στάση απέναντι στη συμμετοχή στην διοργάνωση, η ικανοποίηση από την αθλητική διοργάνωση και την εικόνα προορισμού συσχετίζονται με τις προθέσεις να επαναλάβουν τη συμμετοχή στο αθλητικό γεγονός ή με τις προθέσεις των συμμετεχόντων να προτείνουν τον τόπο φιλοξενίας του γεγονότος ως άξιο επίσκεψης τουριστικό προορισμό.
- B) Να διερευνήσει αν τα επικοινωνιακά μέσα που χρησιμοποιούν οι συμμετέχοντες και το είδος των εμπειριών που επικοινωνούν με αυτά, επιδρούν στις προθέσεις τους να παροτρύνουν φίλους και γνωστούς για συμμετοχή στον αγώνα ή την επίσκεψη των τόπων φιλοξενίας του αγώνα.
- Γ) Επίσης να διερευνήσει εάν οι άμεσες δαπάνες που πραγματοποιήθηκαν, από τους ξένους συμμετέχοντες, κατά τη διάρκεια της διοργάνωσης διαφέρουν από την μέση δαπάνη που πραγματοποιεί ο ξένος τουρίστας στην Ελλάδα όπως και την ενδεχόμενη διαφορά δαπανών μεταξύ των συμμετεχόντων με βάση την εθνικότητα.

### *1.5 Στατιστικές υποθέσεις*

$H_{0,1}$

Τα δημογραφικά χαρακτηριστικά φύλο, ηλικία, μορφωτικό επίπεδο, εισόδημα εθνικότητα δεν επηρεάζουν το βαθμό ικανοποίησης.

$H_{1,1}$

Τα δημογραφικά χαρακτηριστικά φύλο, ηλικία, μορφωτικό επίπεδο, εισόδημα εθνικότητα επηρεάζουν το βαθμό ικανοποίησης.

$H_{0,2}$

Το επίπεδο των προηγούμενων συμμετοχών (εμπειρία) δεν επηρεάζει το βαθμό ικανοποίησης.

$H_{1,2}$

Το επίπεδο των προηγούμενων συμμετοχών (εμπειρία) επηρεάζει το βαθμό ικανοποίησης.

$H_{0,3}$

Οι παράγοντες που συμβάλουν στην απόλαυση του αγώνα δεν επηρεάζουν το βαθμό ικανοποίησης.

$H_{1,3}$

Οι παράγοντες που συμβάλουν στην απόλαυση του αγώνα επηρεάζουν το βαθμό ικανοποίησης.

$H_{0,4}$

Η θέση στο σκάφος (Κυβερνήτης, πλήρωμα) δεν επηρεάζει το βαθμό ικανοποίησης.

$H_{1,4}$

Η θέση στο σκάφος (Κυβερνήτης, πλήρωμα) επηρεάζει το βαθμό ικανοποίησης

H<sub>0,5</sub>

Ο βαθμός ικανοποίησης από παράγοντες του αγώνα δεν επηρεάζει την πρόθεση παρότρυνσης σε φίλους, γνωστούς, κοινωνικό περίγυρο για επίσκεψη των τόπων φιλοξενίας του αγώνα.

H<sub>1,5</sub>

Ο βαθμός ικανοποίησης από παράγοντες του αγώνα επηρεάζει την πρόθεση παρότρυνσης σε φίλους, γνωστούς, κοινωνικό περίγυρο για επίσκεψη των τόπων φιλοξενίας του αγώνα.

H<sub>0,6</sub>

Τα επικοινωνιακά μέσα που χρησιμοποιούν οι συμμετέχοντες και το είδος των εμπειριών που επικοινωνούν με αυτά, δεν επιδρούν στις προθέσεις τους να παροτρύνουν φίλους και γνωστούς για την επίσκεψη των τόπων φιλοξενίας του αγώνα.

H<sub>1,6</sub>

Τα επικοινωνιακά μέσα που χρησιμοποιούν οι συμμετέχοντες και το είδος των εμπειριών που επικοινωνούν με αυτά, επιδρούν στις προθέσεις τους να παροτρύνουν φίλους και γνωστούς για την επίσκεψη των τόπων φιλοξενίας του αγώνα.

H<sub>0,7</sub>

Οι μέσες άμεσες δαπάνες που πραγματοποιεί ο ξένος συμμετέχοντας στο RODOS CUP δεν διαφέρουν από την μέση δαπάνη που πραγματοποιεί ο ξένος τουρίστας στην Ελλάδα.

H<sub>1,7</sub>

Οι μέσες άμεσες δαπάνες που πραγματοποιεί ο ξένος συμμετέχοντας στο RODOS CUP διαφέρουν από την μέση δαπάνη που πραγματοποιεί ο ξένος τουρίστας στην Ελλάδα.

H<sub>0,8</sub>

Οι μέσες άμεσες δαπάνες που πραγματοποιούν οι συμμετέχοντες στο RODOS CUP δεν διαφέρουν ανάλογα με την εθνικότητα τους.

H<sub>1.8</sub>

Οι μέσες άμεσες δαπάνες που πραγματοποιούν οι συμμετέχοντες στο RODOS CUP διαφέρουν ανάλογα με την εθνικότητα τους.

### ***1.6 Προϋποθέσεις & περιορισμοί***

Τα άτομα που πήραν μέρος στη μελέτη ήταν συμμετέχοντες στο RODOS CUP

Τα άτομα που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο επιλέχθηκαν τυχαία.

Τα άτομα απάντησαν μόνο στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου.

Τα άτομα απάντησαν στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου με ειλικρίνεια.

Ο χρόνος συλλογής των ερωτηματολογίων ήταν εξ αντικειμένου περιορισμένος.

### ***1.7 Λειτουργικοί ορισμοί***

IYRU: International Yacht Racing Union

ISAF: International Sailing Federation

E.A.Θ.: Επιτροπή Ανοικτής Θάλασσας

E.I.O.: Ελληνική Ιστιοπλοϊκή Ομοσπονδία

RODOS CUP: Διεθνής ιστιοπλοϊκός αγώνας

ΑΣΙΑΘΡ: Αθλητικός Σύλλογος Ιστιοπλοΐας Ανοικτής Θάλασσας Ρόδου

Regatta: Ιστιοπλοϊκά αγωνιστικά γεγονότα

Αθλητικά γεγονότα: Σημαντικές αθλητικές εκδηλώσεις, μεγάλου ενδιαφέροντος για αγωνιζόμενους και φιλάθλους, παράγουν οικονομική δραστηριότητα και επαναλαμβάνονται σε τακτά χρονικά διαστήματα σε ίδιους ή διαφορετικούς τόπους.

Brand name: Ένα όνομα, ένας όρος, ένα σχέδιο, ένα σύμβολο ή οποιοδήποτε άλλο χαρακτηριστικό το οποίο ταυτίζεται με το προϊόν ή την υπηρεσία ενός οργανισμού ή ενός ανθρώπου ή ενός τόπου και το διαφοροποιεί από τα άλλα τις αγορές.

Social media: Μέσα αλληλεπίδρασης και επικοινωνίας ομάδων ανθρώπων μέσω διαδικτυακών κοινοτήτων.



Οικονομική δαπάνη: Ένα έξοδο που έχει πχ μία επιχείρηση, ένας οργανισμός, ένας άνθρωπος, κλπ. Ουσιαστικά είναι ένα χρηματικό ποσό το οποίο καλείται να δώσει κάποιος κάπου είτε για να καλύψει μία ανάγκη του, είτε επειδή είναι υποχρεωμένος να δώσει.

## **2. ΚΕΦΑΛΑΙΟ - ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ**

### **2.1 Η Ιστιοπλοΐα ως άθλημα -ιστορική ανασκόπηση**

Ο πρώτος επίσημος αγώνας μεταξύ ιστιοφόρων σκαφών πιστεύεται ότι ξεκίνησε στην Ολλανδία κάποια στιγμή τον 17ο αιώνα. Σύντομα, στην Αγγλία άρχισαν να κυκλοφορούν αγωνιστικά «σκάφη» και η βασιλική μοίρα ιστιοπλοΐας ιδρύθηκε το 1815 (“Yacht racing,” 2018). Η παγκόσμια ομοσπονδία για το άθλημα της ιστιοπλοΐας δημιουργήθηκε στο Παρίσι τον Οκτώβριο του 1907. Αρχικά ονομάστηκε International Yacht Racing Union (IYRU) προτού αλλάξει η ονομασία της σε Διεθνή Ιστιοπλοϊκή Ομοσπονδία International Sailing Federation (ISAF) στις 5 Αυγούστου 1996. Στις 14 Νοεμβρίου 2015, η ISAF άλλαξε το όνομά της σε World Sailing. Η IYRU γεννήθηκε από την ανάγκη των αθλητών ιστιοπλοΐας να έχουν ένα ομοιόμορφο σύνολο κανόνων και προτύπων μέτρησης. Πριν από το 1870, μεμονωμένοι σύλλογοι σκαφών αναψυχής ανέπτυξαν το δικό τους σύνολο αγωνιστικών κανόνων, εκ των οποίων ο καθένας ήταν ο μοναδικός υπεύθυνος για την ερμηνεία και την εφαρμογή τους. Ενώ η δημοτικότητα των αγώνων μεταξύ συλλόγων αυξήθηκε, η αναγκαιότητα για εφαρμογή ενιαίων κανόνων οδήγησε στην διεξαγωγή μιας διεθνούς διάσκεψης στο Λονδίνο, τον Ιανουάριο και τον Ιούνιο του 1906, για τη μέτρηση των σκαφών αναψυχής, όπου οι παρευρισκόμενοι δημιούργησαν την IYRU και ενέκριναν κοινό κώδικα με τον τίτλο «κανόνες αγωνιστικής ιστιοπλοΐας» (“A Short History of World Sailing,” n.d.). Η ιστιοπλοΐα έκανε το Ολυμπιακό της ντεμπούτο στους Αγώνες του 1900 στο Παρίσι (“World Sailing - Olympic Sport,” 2018).

### **2.2 Η Αγωνιστική Ιστιοπλοΐα Ανοικτής Θάλασσας**

Η αγωνιστική ιστιοπλοΐα ανοικτής θάλασσας είναι μια μορφή αθλήματος που περιλαμβάνει ιστιοπλοϊκά σκάφη μέσου ή μεγάλου μεγέθους εξοπλισμένα για κρουαζιέρες ή αγώνες και διακρίνονται από τα μικρά ανοικτά αγωνιστικά ιστιοπλοϊκά σκάφη. Υπάρχουν δύο βασικοί τύποι αγώνων: οι offshore (ανοικτής θαλάσσης), όπου τα σκάφη καλούνται να διασχίσουν σημαντικές αποστάσεις στην ανοικτή θάλασσα, συνήθως μετακινούμενα από νησί σε νησί και οι inshore (περίπλους σημαντήρων ή αλλιώς τριγώνου), όπου τα σκάφη καλούνται να ακολουθήσουν συγκεκριμένες διαδρομές γύρω από σημαντήρες ή άλλα σημεία στροφής κοντά στην ακτή. Όταν τα σκάφη που συμμετέχουν είναι διαφορετικά μεταξύ τους,

χρησιμοποιείται κάποιο σύστημα ισοζυγισμού, προκειμένου να εξισώνονται οι επιδόσεις τους. Τα σκάφη ξεκινούν όλα μαζί, και σύμφωνα με το χρόνο του τερματισμού, υπολογίζεται ένας χαριζόμενος χρόνος, τον οποίο τα γρηγορότερα σκάφη χαρίζουν στα πιο αργά (“Επιτροπή Ανοικτής Θαλάσσης E.I.O.,” n.d.)

Μια regatta είναι μια σειρά αγώνων με ιστιοπλοϊκά σκάφη. Ο όρος συνήθως περιγράφει τα αγωνιστικά γεγονότα των ιστιοπλοϊκών σκαφών. Μια regatta περιλαμβάνει συχνά κοινωνικές και διαφημιστικές δραστηριότητες που περιβάλλουν την αγωνιστική εκδήλωση. Αν και οι regattas είναι συνήθως ερασιτεχνικοί διαγωνισμοί, είναι ταυτόχρονα και επίσημα διαρθρωμένα γεγονότα, με περιεκτικούς κανόνες που περιγράφουν το χρονοδιάγραμμα και τις διαδικασίες του γεγονότος. Οι regattas μπορούν να οργανωθούν ως πρωταθλήματα για μια συγκεκριμένη περιοχή ή τύπο σκάφους, αλλά συχνά πραγματοποιούνται μόνο για τη χαρά του ανταγωνισμού, της συντροφικότητας και της γενικής προώθησης του αθλήματος. Τα γεγονότα ιστιοπλοϊκών αγώνων τύπου regattas συνήθως διοργανώνονται για μία μόνο κατηγορία και συνήθως διαρκούν περισσότερο από μία ημέρα. Οι Regattas μπορούν να φιλοξενηθούν από ένα κλαμπ ιστιοπλοΐας, έναν ιστιοπλοϊκό σύλλογο, μια πόλη (“Regatta,” 2018) (<https://en.wikipedia.org/wiki/Regatta>).

### ***2.3 Στάσεις, αντιλήψεις, βαθμός ικανοποίησης και πρόθεση συμπεριφοράς συμμετεχόντων σε αθλητικά γεγονότα μικρής κλίμακας***

Η φράση «Η συμπεριφορά των καταναλωτών στον αθλητισμό είναι για το ταξίδι όχι για τον προορισμό», περιγράφει την ουσία της συμπεριφοράς των καταναλωτών αθλητικών γεγονότων. Η συμπεριφορά των καταναλωτών αθλητικών γεγονότων, είτε παρακολουθούν είτε συμμετέχουν σε ένα αθλητικό γεγονός, αφορά στην εμπειρία. Η επιθυμία για αναζήτηση μιας καταναλωτικής εμπειρίας αντανάκλα την επιθυμία να ικανοποιηθούν οι εσωτερικές ανάγκες και να αποκομιστούν οφέλη μέσω της απόκτησης. Το ποσό του χρόνου και των χρημάτων που αφιερώνουν τα άτομα στα αθλητικά γεγονότα αντιπροσωπεύουν συμπεριφορικά αποτελέσματα κάποιου βιωματικού ταξιδιού. Το ταξίδι αντιστοιχεί στο συγκεκριμένο αθλητικό γεγονός και στη διαδρομή που ταξιδεύει ένα άτομο για να αναζητήσει εμπειρίες που παρέχουν θετικά αποτελέσματα. Από αυτήν την άποψη, η συμπεριφορά των καταναλωτών αθλητικών γεγονότων και η κατανάλωση δραστηριοτήτων που συμβαίνουν σε

προορισμούς αθλητικών εκδηλώσεων σημαίνουν την ολοκλήρωση του ταξιδιού (Funk, και συν., 2008).

Η πρόθεση συμπεριφοράς ορίζεται ως η τάση ενός ατόμου να συμπεριφέρεται σύμφωνα με τα συναισθήματά του, τη γνώση ή τις αξιολογήσεις προηγούμενων εμπειριών (Spears & Singh, 2004; Koo, και συν.,2014).

Οι στάσεις χρησιμεύουν ως περιλήψεις των πεποιθήσεών μας, βοηθούν τους άλλους να μάθουν τι να περιμένουν από εμάς. Υπάρχει πλέον ευρεία συμφωνία μεταξύ των κοινωνικών ψυχολόγων ότι ο όρος στάση θα πρέπει να χρησιμοποιείται για να αναφέρεται σε ένα γενικό και διαρκή θετικό ή αρνητικό συναίσθημα για κάποιο άτομο, αντικείμενο ή ζήτημα. Η γνώση των στάσεων μας, προφανώς βοηθά τους άλλους να προβλέψουν τα είδη συμπεριφορών που πιθανότατα θα εκδηλώσουμε. (Petty, 2018). Οι Carrasco & Lucas, (2015) προσδιόρισαν ότι οι στάσεις και οι αντιλήψεις των ανθρώπων συνδέονται στενά με διάφορους κοινωνικούς παράγοντες. Οι κοινωνικοί παράγοντες μπορεί να περιλαμβάνουν την προσωπική κατάσταση του ατόμου, την εργασία και τις οικιακές ευθύνες, τις αξίες, τις συνήθειες, τους κοινωνικούς κανόνες, τις επιλογές του τρόπου ζωής, καθώς και τις προθέσεις, τις προσδοκίες και το συναίσθημα. Οι στάσεις που διαμορφώνονται μέσω των άμεσων εμπειριών μπορούν επίσης να επηρεαστούν από τα επίπεδα ικανοποίησης που συνδέονται με τη συνολική εμπειρία συμμετοχής στο γεγονός, ιδιαίτερα στη φάση μετά την εκδήλωση (Karlanidou & συν., 2010).

Επειδή η ικανοποίηση θεωρείται ότι είναι η εκτίμηση μετά την αξιολόγηση της πρόσφατης εμπειρίας, η ικανοποίηση ορίζεται ως η ευχαρίστηση από την εκπλήρωση της προσδοκίας μέσω μιας συνολικής αξιολόγησης της υπηρεσίας ή του προϊόντος σε σχέση με τις προσδοκίες του καταναλωτή. Κατά συνέπεια, η ικανοποίηση μπορεί να γίνει κατανοητή ως συνάρτηση της προσδοκίας και της εμπειρίας. Δηλαδή, ένας καταναλωτής μπορεί να ικανοποιηθεί όταν μια εμπειρία, δεδομένης μιας σειράς προσδοκιών, έχει ως αποτέλεσμα το αίσθημα της ευχαρίστησης (Koo, και συν.,2014). Προηγούμενες μελέτες έχουν δείξει ότι η ικανοποίηση μπορεί να ποικίλει ανάλογα με διάφορους παράγοντες, συμπεριλαμβανομένης της αντίληψης της ποιότητας των υπηρεσιών, της διάθεσης, των συναισθημάτων, των κοινωνικών αλληλεπιδράσεων και άλλων υποκειμενικών παραγόντων που εξαρτώνται από την εμπειρία. Πιο έμπειροι συμμετέχοντες – καταναλωτές σε αθλητικά γεγονότα είναι πιο πιθανό να είναι ικανοποιημένοι με μια υπηρεσία ή ένα προϊόν (Lympferopoulos & Pantounakis, 2008; Koo, και

συν.,2014). Επιπλέον οι συμμετέχοντες που είναι ιδιαίτερα ικανοποιημένοι με την εμπειρία τους είναι πιθανό να είναι επαναλαμβανόμενοι επισκέπτες, να είναι πιστοί συμμετέχοντες, να επικοινωνούν «από στόμα σε στόμα» με άλλους, διαδίδοντας θετικές σκέψεις, συναισθήματα, εικόνες της διοργάνωσης και να είναι υποστηρικτές του οργανωτή και παρόχου των υπηρεσιών (Tian-Cole, Crompton, & Willson, 2002).

#### ***2.4 Η οικονομική συμβολή των μικρής κλίμακας αθλητικών γεγονότων στις τοπικές κοινότητες που τα φιλοξενούν***

Τα οικονομικά οφέλη των αθλητικών γεγονότων και των αθλητικών εγκαταστάσεων προέρχονται από τρεις ξεχωριστές πηγές: (α) την κατασκευή εγκαταστάσεων (όπου είναι αναγκαίες), (β) τα λειτουργικά έσοδα/έξοδα της εγκατάστασης και (γ) τις δαπάνες των συμμετεχόντων που είναι σχετικές με την παρακολούθηση και τη συμμετοχή στην εκδήλωση.

Οι οικονομικές επιδράσεις από την κατασκευή εγκαταστάσεων προκύπτουν από δαπάνες προς τοπικές οντότητες για τον σχεδιασμό και την οικοδόμηση της εγκατάστασης.

Οικονομικές επιδράσεις απορρέουν επίσης από τις λειτουργίες της εγκατάστασης. Παραδείγματα δαπανών που σχετίζονται με τις λειτουργίες της εγκατάστασης περιλαμβάνουν προμήθειες (π.χ. προμήθειες παραχώρησης), διαφήμιση, μισθοδοσία και παροχές, συντήρηση εγκαταστάσεων, υπηρεσίες κοινής ωφέλειας και άλλα έξοδα που σχετίζονται με καθημερινές εργασίες.

Τέλος, τα οφέλη προέρχονται από δαπάνες που πραγματοποιούν θεατές και συμμετέχοντες στην εκδήλωση, όπως συμμετέχοντες στους αγώνες, πωλητές, ή εκθέτες. Οι δαπάνες που σχετίζονται με τους θεατές και τους συμμετέχοντες στην εκδήλωση περιλαμβάνουν τα έξοδα ταξιδιού για παρακολούθηση ή συμμετοχή στην εκδήλωση, γεύματα, διαμονή και άλλες αγορές (Hodur και συν., 2006).

Μεγάλη προσοχή στο θέμα των οικονομικών επιπτώσεων δόθηκε σε μεγάλες αθλητικές διοργανώσεις, όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες ή το Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου, οι οποίες εμπίπτουν στην κατηγορία "Τύπου Α" της τυπολογίας των εκδηλώσεων «Μίας φορές, έκτακτα, μεγάλα διεθνή γεγονότα, μεγάλου ενδιαφέροντος για τους φιλάθλους, που δημιουργούν σημαντική οικονομική δραστηριότητα και ενδιαφέρον για τα ΜΜΕ» (Gratton και συν., 2000). Καθώς τα γεγονότα αυτά χρησιμοποιούνται σε μεγάλο βαθμό για την ανάπτυξη

του τουρισμού, την παροχή νέων επιχειρηματικών ευκαιριών ή την τόνωση της δημιουργίας θέσεων εργασίας, η έρευνα εστιάζεται κυρίως στις οικονομικές τους επιδράσεις. Από οικονομική άποψη, οι συγγραφείς επισημαίνουν ότι οι επιδράσεις αυτές είναι στην πραγματικότητα περιορισμένες, τουλάχιστον για τις τοπικές κοινότητες (Djaballah, Hautbois, & Desbordes, 2015). Σε αντίθεση έρευνες σχετικά με τα γεγονότα μικρής κλίμακας έδειξαν ότι χιλιάδες άνθρωποι ταξιδεύουν σε σημαντικές αποστάσεις σε τακτική βάση, για να παρακολουθήσουν ή για να συμμετάσχουν στα αγαπημένα τους αθλήματα και να αποφέρουν οφέλη στις κοινότητες υποδοχής, κυρίως όσον αφορά τις τοπικές δαπάνες για φαγητό, ποτό, ψώνια και διαμονή (Pereira, Mascarenhas, Flores, & Pires, 2015). Ένα συνεπές εύρημα μεταξύ όλων αυτών των μελετών είναι ότι τα οικονομικά οφέλη υπερτερούν του κόστους. Αυτό οφείλεται κυρίως στο γεγονός ότι οι διοργανώσεις αυτού του τύπου χρησιμοποιούν τις ήδη υπάρχουσες εγκαταστάσεις, φέρνουν ανθρώπους σε προορισμούς που διαφορετικά δεν θα είχαν επισκεφθεί ποτέ, φέρνουν εισόδημα σε ξενοδοχεία και εστιατόρια και ωφελούν άλλες επιχειρήσεις και καταστήματα λιανικής πώλησης (Gibson και συν., 2012).

### ***2.5 Η συμβολή των συμμετεχόντων σε μικρής κλίμακας αθλητικά γεγονότα στην επικοινωνιακή προώθηση των τόπων φιλοξενίας***

Η μεγάλη πλειοψηφία των ενεργά συμμετεχόντων σε αθλητικές διοργανώσεις ανήκουν σε γενιές που είτε έχουν μεγαλώσει είτε έχουν εξοικειωθεί με computers, internet, mobile phones, video games and MP3 players. Είναι κυριολεκτικά στην πρίζα, συνδεδεμένοι και ενεργοποιημένοι, ακόμη και ασύρματα. Μπορούν να παρακολουθούν τηλεόραση, ενώ την ίδια στιγμή σερφάρουν στο διαδίκτυο, μιλούν στο τηλέφωνο, αποστέλλουν SMS ή ακούνε μουσική. Χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να αλληλεπιδράσουν με άλλους και προτιμούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης από πιο παραδοσιακές μεθόδους επικοινωνίας. Εξίσου δημιουργούν περιεχόμενο καθώς και το καταναλώνουν, σε αντίθεση με τις παλαιότερες γενιές που προτιμούν απλά να περιηγούνται στο διαδίκτυο. Είναι επίσης πιο πιθανό να εκτιμήσουν τις απόψεις των άλλων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρά το Marketing και τη διαφήμιση και αισθάνονται σημαντικοί όταν παρέχουν ανατροφοδότηση σχετικά με τα εμπορικά σήματα ή τα προϊόντα που χρησιμοποιούν (Hoefnagels et al., 2013). Οι ενεργοί συμμετέχοντες σε αθλητικά γεγονότα είχαν πάντα και ενεργή συμμετοχή στην κατανάλωση και παραγωγή περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η ραγδαία αύξηση σε αριθμό

των νέων τεχνολογιών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης διαδραματίζει έναν ολοένα και σημαντικότερο ρόλο στη εξέλιξη των επικοινωνιακών δεξιοτήτων μεταξύ των ενεργών αθλητών και των αφοσιωμένων συμμετεχόντων στον αθλητισμό ψυχαγωγίας και οικοδομείται μια αίσθηση κοινότητας μεταξύ των θιασωτών των αθλητικών διοργανώσεων και των ακροατηρίων τους σε τοπικό, εθνικό και παγκόσμιο πλαίσιο. Περισσότερο και από τα προηγούμενα πρότυπα (έντυπα, τηλεόραση, ραδιόφωνο), τέτοιες τεχνολογίες των μέσων ενημέρωσης συμβάλλουν στις νέες σχέσεις μεταξύ εταιρειών, αθλητικών οργανισμών και κοινοτήτων (Thorpe, 2017).

Η από το στόμα σε στόμα (WOM) και οι διαπροσωπικές επιρροές, κατατάσσονται τώρα ως δύο από τις σημαντικότερες πηγές πληροφόρησης των καταναλωτών που χρησιμοποιούνται για τη λήψη αποφάσεων αγοράς. Σήμερα, οι ταξιδιώτες χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να διαδώσουν θετικό ή αρνητικό WOM για έναν προορισμό. Το online WOM αναφέρεται τακτικά ως ηλεκτρονικό (eWOM). Εν μέρει, σε σύγκριση με το WOM, το eWOM έχει αποκτήσει μεγάλη επιρροή λόγω της ευκολίας και της ταχύτητάς του, της ικανότητάς του να μεταδίδει απόψεις και εμπειρίες σε ένα ευρύτερο κοινό. Από την άποψη του τουρισμού, οι πλατφόρμες των κοινωνικών μέσων επιτρέπουν στους επισκέπτες να βρουν στοιχεία ταξιδιού πριν και κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους, να συλλέγουν πληροφορίες και συστάσεις από φίλους, οικογένειες ή άλλους χρήστες και να μοιράζονται τις δικές τους ταξιδιωτικές εμπειρίες. Οι ιστότοποι μέσων κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook, το Twitter και το Instagram έχουν γίνει δημοφιλή μέσα, με τα οποία οι επισκέπτες μπορούν να μοιραστούν τις εμπειρίες τους με τους φίλους, την οικογένεια και το ευρύ κοινό. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ένα σημαντικό πεδίο, όπου οι τουρίστες όχι μόνο μοιράζονται τις πραγματικές γνώσεις σχετικά με έναν προορισμό αλλά και τις προσωπικές τους εμπειρίες με τουριστικές δραστηριότητες. Παρέχουν τη δυνατότητα στους επισκέπτες να προτείνουν έναν προορισμό, προωθώντας τον θετικά μέσω του περιεχομένου που παράγει ο χρήστης (Plunkett & Brooks, 2018).

### **3. ΚΕΦΑΛΑΙΟ - ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ**

Η ανάλυση για τον διεθνή ιστιοπλοϊκό αγώνα RODOS CUP 2018 βασίστηκε σε δειγματοληπτική έρευνα που διεξήχθη κατά τη διάρκεια της διοργάνωσης.

#### **3.1 Σχεδιασμός της έρευνας**

Η παρούσα μελέτη περιελάμβανε 26 ερωτήσεις. Οι 9 από αυτές διερεύνησαν κατηγορικές μεταβλητές όπως την εθνικότητα, το φύλο, την ηλικία, την εκπαίδευση, τη χώρα διαμονής, τον τύπο του σκάφους, την θέση στο σκάφος και το εισόδημα των συμμετεχόντων. Τρεις ερωτήσεις εξέτασαν προηγούμενη συμπεριφορά. Τέσσερις διερεύνησαν στάσεις. Μία ερώτηση με 14 υποερωτήματα διερεύνησε την ικανοποίηση των συμμετεχόντων. Μια τις άμεσες δαπάνες. Μια την αντιληπτική σχέση ποιότητας τιμής. Δύο την πρόθεση συμπεριφοράς. Δύο την επικοινωνιακή επίδραση των συμμετεχόντων και δύο ήταν ανοικτού τύπου, στις οποίες οι συμμετέχοντες εξέφρασαν προτάσεις για τη βελτίωση του αγώνα.

#### **3.2 Μέσα συλλογής δεδομένων-ερευνητικό εργαλείο**

Για τους σκοπούς της παρούσας μελέτης χρησιμοποιήθηκαν το Cruise Ship Questionnaire του Παρατηρητήριου Τουρισμού Ν. Αιγαίου (“Cruise Ship Questionnaire | Παρατηρητήριο Τουρισμού Ν. Αιγαίου,” n.d.) και το SKIPPERS' SURVEY QUESTIONNAIRE των Timothy J. Tyrrell and Susan Sullivan (Tyrrell & Sullivan, n.d.), προσαρμοσμένα στα δεδομένα του RODOS CUP 2018. Οι ερωτήσεις σημαντικότητας, ικανοποίησης, σχέσης ποιότητας – τιμής και πρόθεσης για ενθάρρυνση άλλων σε μελλοντική επίσκεψη στα νησιά μετρήθηκαν σε πεντάβαθμη κλίμακα (Likert). Η ερώτηση για τους παράγοντες που τους οδηγούν σε ευχαρίστηση όταν συμμετέχουν σε ιστιοπλοϊκούς αγώνες ήταν σε κλίμακα συγκριτικής βαθμολογίας κατάταξης. Οι ερωτήσεις για το πώς και τι κοινοποιούν σε άλλους ήταν πολλαπλής απάντησης. Στη συνέχεια οι απαντήσεις καταχωρήθηκαν σε προσωπικό υπολογιστή με το στατιστικό πρόγραμμα για τις κοινωνικές επιστήμες (SPSS).



### **3.3 Δείγμα**

Το δείγμα ήταν από τους συμμετέχοντες στον διεθνή ιστιοπλοϊκό αγώνα RODOS CUP 2018. Για τις ανάγκες της έρευνας συλλέχτηκαν πρωτογενή δεδομένα από 121 δειγματικές μονάδες προερχόμενες από τους αγωνιζόμενους συμμετέχοντες στη διοργάνωση και επιλέχθηκαν αντιπροσωπευτικά από τις χώρες προέλευσης και συγκεκριμένα από Ελλάδα, Τουρκία, Ρωσία, καθώς επίσης και από τις υπόλοιπες συμμετέχουσες χώρες ως άλλες χώρες (Πίνακας 2). Για τη συλλογή στοιχείων από 121 δειγματικές μονάδες χρειάστηκε να προσεγγιστούν περίπου 200 άτομα, δηλαδή το ποσοστό ανταπόκρισης των ερωτώμενων στην έρευνα ήταν 60.5%, και ήταν στρωματοποιημένο με βάση την εθνικότητα και το φύλο των συμμετεχόντων. Συνολικά απαντήθηκαν ερωτηματολόγια από 121 άτομα, εκ των οποίων 31 ήταν Τούρκοι, 44 Ρώσοι, 8 από άλλες χώρες και 38 Έλληνες. Από τους παραπάνω, κυβερνήτες ήταν 42 και πλήρωμα οι 79. Ως προς το φύλο απάντησαν 86 άνδρες και 35 γυναίκες.

### **3.4 Διαδικασία συλλογής δεδομένων**

Η παρούσα μελέτη διεξήχθη κατά τη διάρκεια του διεθνή ιστιοπλοϊκού αγώνα RODOS CUP 2018. Αναλυτικά, η παράδοση των ερωτηματολογίων έγινε στην Κω κατά την διάρκεια της συγκέντρωσης κυβερνητών μια μέρα πριν την έναρξη του αγώνα, ενημερώθηκαν ότι το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο και ότι τα δεδομένα που θα συλλεχθούν είναι μόνο για στατιστικούς λόγους. Στην Νίσυρο κατά την διάρκεια της ελεύθερης μέρας υπήρξε υπενθύμιση συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου και τελικά η συλλογή του έγινε στη Ρόδο μια μέρα μετά το τέλος του αγώνα.

### **3.5 Στατιστική ανάλυση**

Τα δεδομένα καταχωρήθηκαν σε προσωπικό υπολογιστή, με το στατιστικό πρόγραμμα Statistical Package for Social Sciences (SPSS) και πραγματοποιήθηκε η ανάλυση. Χρησιμοποιήθηκε περιγραφική στατιστική, παραγοντική ανάλυση και οι δοκιμασίες  $\chi^2$ , t-test, ανάλυση διασποράς ANOVA σε έναν παράγοντα και ανάλυση παλινδρόμησης, για να προσδιορισθεί εάν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές ή συσχετίσεις μεταξύ των μεταβλητών.

### 3.6 Στατιστικά Εργαλεία

Τα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάζονται με το συνδυασμό της χρήσης εργαλείων τόσο της περιγραφικής όσο και της επαγωγικής στατιστικής. Πιο συγκεκριμένα και σχετικά με τα εργαλεία περιγραφικής στατιστικής που χρησιμοποιούνται, αυτά περιλαμβάνουν την παρουσίαση των συχνοτήτων των απαντήσεων των ερωτηθέντων, ενώ παράλληλα για την παρουσίαση των αποτελεσμάτων των απαντήσεων που προσδιορίζονται μέσω αριθμητικών κλιμάκων ή ιεραρχικών κλιμάκων Likert χρησιμοποιούνται μέτρα θέσης και διασπορά και συγκεκριμένα ο μέσος όρος και η τυπική απόκλιση. Επίσης, για τη διεξαγωγή ελέγχων συσχετίσεων μεταξύ αριθμητικών μεταβλητών χρησιμοποιείται ο συντελεστής γραμμικής συσχέτισης κατά Pearson και Spearman, ενώ η πολλαπλή παλινδρόμηση χρησιμοποιείται για την πρόβλεψη των τιμών μίας εξαρτημένης μεταβλητής από τις τιμές  $n$  ανεξάρτητων μεταβλητών, όταν αυτές είναι συσχετισμένες. Για τη διεξαγωγή ελέγχων στατιστικά σημαντικών διαφοροποιήσεων γίνεται χρήση των εργαλείων Ανάλυσης Διακύμανσης ANOVA και του ελέγχου  $t$  για ανεξάρτητα δείγματα. Για την εύρεση πιθανής σχέσης μεταξύ δύο ποιοτικών μεταβλητών χρησιμοποιείται το  $\chi^2$  στατιστικό τεστ. Σε κάθε περίπτωση το χρησιμοποιούμενο επίπεδο σημαντικότητας για τη διενέργεια ελέγχων υποθέσεων είναι το 5% ( $\alpha=.05$ ) και για την εξαγωγή συμπερασμάτων σχετικά με την απόρριψη ή μη των μηδενικών υποθέσεων των ελέγχων χρησιμοποιείται το επίπεδο σημαντικότητας ( $p$ -value).

Επιπρόσθετα, για την ομαδοποίηση ομοειδών μεταβλητών που αναφέρονται σε κοινά χαρακτηριστικά χρησιμοποιείται η μέθοδος της Ανάλυσης Παραγόντων. Η τεχνική της ανάλυσης παραγόντων επιτρέπει την κωδικοποίηση ενός συνόλου μεταβλητών σε μικρότερο αριθμό παραγόντων βασιζόμενη στη γραμμική συσχέτισή τους και οι παράγοντες που προκύπτουν συγκεντρώνουν σε μεγάλο βαθμό την πληροφορία των μεταβλητών που τους συγκροτούν (Κατσής, Σιδερίδης και Εμβαλωτής, 2010). Με αυτόν τον τρόπο οι εξεταζόμενες παράμετροι που συγκροτούν τη μελέτη ενός ερευνητικού ερωτήματος γίνονται περισσότερο συμπαγείς και μειώνονται σε αριθμό, διευκολύνοντας έτσι τη διενέργεια ελέγχων υποθέσεων. Για την εξαγωγή παραγόντων που προκύπτουν μέσω της Ανάλυσης Παραγόντων, συνηθέστερα χρησιμοποιείται η Μέθοδος των Κυρίων Συνιστωσών, με περιστροφή Varimax, μέσω της οποίας η «Ορθογώνια περιστροφή» επιτρέπει στους εξαχθέντες παράγοντες να

παραμένουν ασυσχέτιστοι μεταξύ τους. Στην πράξη είναι ένας μετασχηματισμός των παραγόντων ώστε να καταστούν ευκολότερα ερμηνεύσιμοι (Κατσή και συν.,2010). Η εφαρμογή της τεχνικής της Ανάλυσης Παραγόντων προϋποθέτει την ύπαρξη ικανοποιητικής επάρκειας δειγματοληψίας. Στην παρούσα έρευνα αυτή εξετάζεται με τη χρήση του συντελεστή Kaiser-Meyer-Olkin (KMO). Ο δείκτης λαμβάνει τιμές από 0 έως 1 και όσο περισσότερο κοντά στη μονάδα βρίσκεται τόσο μεγαλύτερη είναι και η επάρκεια της δειγματοληψίας. Παράλληλα, για την αποτύπωση της αξιοπιστίας προκύπτόντων παραγόντων και εσωτερικής συνοχής των μεταβλητών που τους συνιστούν, χρησιμοποιείται ο συντελεστής Alpha του Cronbach, ο οποίος αποτυπώνει τον βαθμό των ανά ζεύγη συνδιακυμάνσεων των μεταβλητών που συνιστούν έναν παράγοντα, καθώς και τη συνολική διακύμανσή του με αποδεκτό κατώτατο όριο το 0,6 και εν δυνάμει ικανή βαθμολόγηση από 0 έως 1.

## 4. ΚΕΦΑΛΑΙΟ - ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΕΥΝΑΣ

### 4.1 Συμμετέχοντες και Χώρα Προέλευσης

Συνολικά έλαβαν μέρος στον αγώνα 76 σκάφη, συμμετείχαν 485 ιστιοπλόοι (Ιδιοκτήτες Σκαφών, κυβερνήτες και πληρώματα) από 13 χώρες. Η χώρα προέλευσης αυτών των συμμετεχόντων παρουσιάζεται στον πίνακα 1.

**Πίνακας 1.** Συμμετέχοντες ανά χώρα προέλευσης

Χώρα	Άνδρες	Γυναίκες	Σύνολο	%
Ελλάδα	52	11	63	13.00
Ρωσία	175	67	242	49.90
Τουρκία	86	29	115	23.71
Αγγλία	5		5	1.03
Βέλγιο		1	1	0.21
Γερμανία	1	1	2	0.41
Ελβετία	2		2	0.41
Κροατία	2		2	0.41
Λευκορωσία	3	1	4	0.82
Ολλανδία	3	3	6	1.24
Ουκρανία	16	8	24	4.95
Ρουμανία	13	2	15	3.09
Σλοβενία	4		4	0.82
Σύνολο	362	123	485	

Από τον πίνακα 1 παρατηρείται ότι το 86.6% των συμμετεχόντων στη διοργάνωση προερχόταν από την Ελλάδα, την Ρωσία και την Τουρκία ενώ το υπόλοιπο 13.4% από όλες τις υπόλοιπες χώρες. Για τη διευκόλυνση της ανάλυσης και επεξεργασίας των αποτελεσμάτων από εδώ και πέρα θα αναφέρονται όλες οι υπόλοιπες χώρες μαζί σαν «Άλλες χώρες», οπότε ο πίνακας 1 μετασχηματίζεται στον πίνακα 2.

**Πίνακας 2.** Μετασηματισμένος πίνακας συμμετεχόντων ανά χώρα προέλευσης

Χώρα	Άνδρες	Γυναίκες	Σύνολο	%
Ελλάδα	52	11	63	13.00
Ρωσία	175	67	242	49.90
Τουρκία	86	29	115	23.70
Άλλες χώρες	49	16	65	13.40
Σύνολο	362	123	485	

Όπως παρατηρείται στον πίνακα 2, το 87% των συμμετεχόντων προερχόταν από χώρες εκτός Ελλάδας. Αυτά τα ευρήματα παρουσιάζουν ενδιαφέρον διότι αποδεικνύουν τον ουσιαστικό ρόλο που παίζει αυτό το γεγονός στην προσέλκυση ξένων επισκεπτών στην Ελλάδα. Από την κατάσταση συμμετοχών των σκαφών του πίνακα 3 διαπιστώνεται ότι συμμετείχαν στον αγώνα 76 σκάφη με 39 πληρώματα από Ρωσία, 15 πληρώματα από Τουρκία, 12 πληρώματα από Ελλάδα, 3 πληρώματα από Ουκρανία και από ένα πλήρωμα από Αγγλία, Βέλγιο, Γερμανία, Ελβετία, Λευκορωσία, Ολλανδία, Ρουμανία. (“RC2018 – Entry List – Rodos Cup,” n.d.)

**Πίνακας 3.** Κατάσταση συμμετοχής σκαφών

Bow No	Yacht Name	Nation	Skipper
1	MIRMIR	TUR	
2	BLUE SHARK	GRE	SPYRIDIS MANOLIS
3	APOLLON	GRE	ALIVANIS POLICHRONIS
4	DAS BOOT	GRE	STAMATAS STAMATIS
5	APOLLON	GRE	IMSIRIDIS KONSTANTINOS
6	MUGE	TUR	OZDEMIR MUSTAFA
7	PANORMITIS	GRE	STAVRAS SOTIRIS
8	TUCACU	GRE	GKIKAS ANTONIS
9	MAD TORO	RUS	DENIS AKSENOV
10	VICTORIA II	RUS	
11	MARTLET	RUS	
12	STEVE WONDER 2	GER	KOHLER STEPHAN
13	BUSE I	TUR	

14	JOVA	TUR	OZTURK MUSTAFA
15	ISKORPIT	RUS	GOLOFAST SERGEY
16	RICCARDA	BLR	
17	MANICI	TUR	BAKTUR ALI NAIL
18	ATLANTIS X	TUR	GOKBERK IBRAHIM
19	SWALLOW	RUS	
20	LOOPING	RUS	SHUVALOV YURIY
21	PYRRHA	RUS	
22	BLUES	BEL	
23	PAMINA BLUE	UKR	
24	COMRADE	RUS	
25	GHOST RIDER	RUS	KALININ OLEG
26	COURRIER DU CURE	RUS	ARBUZOV ANDREI
27	SUNYATA	SUI	
28	PURA VIDA	TUR	ONALDI OZER
29	SINGLE STAR	TUR	TEKYILDIZ JAN ARTO
30	EXIT	UKR	FAYNBERG FELIKS
31	KALIMERA	GRE	KOUMBIADIS ELEFTERIOS
32	LA LOBA	UKR	MIKHEIEV MYKOLA
33	HOT PANTS	GBR	KINMONT SEAN
34	MARE SOLLARE	ROU	
35	SURPISE	RUS	
36	TIBURON	RUS	
37	JULIA	RUS	
38	New Breeze	NED	
39	MOUSMOULO	GRE	KOUMNAKIS NIKOLAOS
40	HEAVEN CAN WAIT 2	RUS	LEBEDEV SERGEY
41	DANCER	RUS	MAXIMOV DMITRY
42	PANDEIA	RUS	
43	ATLAS I	TUR	
44	AURA	TUR	
45	GOKOVA 3	TUR	GOKOVA CUMHUR
46	CODE	RUS	

47	BABA YAGA	RUS	
48	PAPIRUS	TUR	KALAYCI IHSAN
49	ST ANNA	RUS	KADETOV MIKHAIL
50	ARMIDA	GRE	MICHALAKIS GEORGE
51	VIVAT	RUS	FIRSOV YURY
52	BELKA	RUS	
53	ARTEMIS	RUS	
54	CHARLOTTE	TUR	
55	GEMINI	RUS	
56	KOS 51.3	RUS	
57	PERSEUS	RUS	
58	OLIVIA	RUS	
59	NAVARINO	RUS	
60	DEFKALION	RUS	
61	MX	TUR	OZNUR ZAFER
62	FANTASIA	RUS	
63	MELODIA	RUS	
64	DANA QUEEN	RUS	SAMOKHIN ALEXEY
65	TAKE WIND	RUS	
66	ESTELLA	GRE	KATSARAS SOTIRIS
67	MOURMOURA	GRE	PAPAMARGARITIS VASILEIOS
68	RACE DOG	RUS	ZAINULLIN ALEKSEI
69	NIKOLAOS	GRE	CHRISTODOULOU IOANNIS
70	FOXY FOX	RUS	ELISEEV ANDREY
71	WILD BEE	RUS	SMIRNOV EVGENII
72	RED SCORPION	RUS	SHLIYANTS SERGEY
73	GREY GOOSE	RUS	NIKIFOROV EVGENII
74	KRAKEN	TUR	
75	LORELEY	RUS	KROTOV SERGEY
76	NORD STAR	RUS	KAPITANOV ANDREY

---

## **4.2 Περιγραφική ανάλυση αποτελεσμάτων**

### **4.2.1 Δημογραφικά χαρακτηριστικά**

Τα δημογραφικά δεδομένα περιλαμβάνουν το φύλο, την ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, το εισόδημα και την εθνικότητα (Πίνακας 4).

#### *Φύλο*

Από το συνολικό δείγμα N=121 οι 86 ήταν άνδρες και 35 ήταν γυναίκες, σε ποσοστά 71,1% και 28.9% αντίστοιχα.

#### *Ηλικία*

Στα δεδομένα για την ηλικία των ερωτηθέντων παρατηρείται ότι το 8.5% ήταν κάτω των 29 ετών, το 28% ήταν από 30 έως 39 ετών, το 31.4% ήταν από 40 έως 49 ετών, το 20.3% ήταν από 50 έως 59 ετών και το 11.9% ήταν άνω των 60 ετών. Παράλληλα, προκύπτει ότι στην πλειοψηφία τους οι ερωτηθέντες ήταν από 30 έως 59 ετών αντιπροσωπεύοντας αθροιστικά το 79.7% του συνολικού δείγματος.

#### *Μορφωτικό επίπεδο*

Σε ότι αφορά το μορφωτικό επίπεδο των ερωτηθέντων παρατηρείται ότι το 12.8% ήταν δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, το 38.5% ήταν πτυχιούχοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, το 42.7% ήταν κάτοχοι μεταπτυχιακού διπλώματος και το 6% κάτοχοι διδακτορικού διπλώματος. Παράλληλα, προκύπτει ότι το επίπεδο εκπαίδευσής τους ήταν ιδιαίτερα υψηλό, καθώς το αθροιστικό ποσοστό των αποφοίτων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και των κατόχων μεταπτυχιακού και διδακτορικού τίτλου σπουδών ήταν 87.2%.

#### *Εισόδημα*

Αναφορικά με το ετήσιο εισόδημα των ερωτηθέντων παρατηρείται ότι το 35.1% είχε εισόδημα έως 20.000 ευρώ, το 36.2% είχε εισόδημα από 20.001 έως 40.000 ευρώ, το 13.4% είχε εισόδημα από 40.001 έως 60.000 ευρώ και τέλος το 12.4% είχε εισόδημα από 60.000 ευρώ και πάνω.



### *Εθνικότητα*

Ολοκληρώνοντας την παρουσίαση των δημογραφικών χαρακτηριστικών των συμμετεχόντων στην έρευνα και εστιάζοντας στην παράθεση των δεδομένων σχετικά με την εθνικότητα των ερωτηθέντων παρατηρείται ότι το 31.4% ήταν Έλληνες, το 25.6% ήταν Τούρκοι, το 36.4% ήταν Ρώσοι και το 6.6% ήταν από Άλλες Χώρες.

**Πίνακας 4.** *Δημογραφικά χαρακτηριστικά*

		N	%
Φύλο	Άνδρες	86	71.1
	Γυναίκες	35	28.9
Ηλικία	<29	10	8.5
	30-39	33	28
	40-49	37	31.4
	50-59	24	20.3
	60>	14	11.9
Μορφωτικό επίπεδο	High school graduate	15	12.8
	Bachelor' s degree	45	38.5
	Master' s degree	50	42.7
	Doctoral degree	7	6
Εισόδημα	<20.000	34	35.1
	20.001-40.000	38	39.2
	40.001-60.000	13	13.4
	60.001>	12	12.4
Εθνικότητα	Ελληνική	38	31.4
	Τουρκική	31	25.6
	Ρωσική	44	36.4
	Άλλων χωρών	8	6.6

#### ***4.2.2 Ειδικά χαρακτηριστικά***

Τα ειδικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων, σε σχέση με το σκάφος στο οποίο αγωνίστηκαν και αφορούν το λιμάνι επιβίβασης, τη θέση τους στο σκάφος (πλήρωμα, κυβερνήτης) και τον τύπο του σκάφους, με την έννοια του ναυλωμένου επαγγελματικού ή ιδιωτικού ιστιοπλοϊκού σκάφους αναψυχής, παρουσιάζονται στον Πίνακα 5.

##### *Τύπος σκάφους*

Το 35.6% των ερωτηθέντων δήλωσαν ότι συμμετείχαν στον αγώνα με ναυλωμένο επαγγελματικό σκάφος αναψυχής και το 64.4% με ιδιωτικό σκάφος αναψυχής.

##### *Θέση στο σκάφος*

Το 34.7% όσων συμμετείχαν στην μελέτη δήλωσε ότι η θέση που είχε στο σκάφος κατά τη διάρκεια του αγώνα ήταν του Σκίππερ (κυβερνήτη) και το 65.3% δήλωσε πλήρωμα. Επιπλέον το 9.9% εντός των παραπάνω ομάδων ήταν ταυτόχρονα και ιδιοκτήτης του σκάφους.

##### *Λιμάνι επιβίβασης*

Σε ότι αφορά το λιμάνι επιβίβασης, των ερωτηθέντων παρατηρείται ότι το 36.3% επιβιβάστηκε στο σκάφος με το οποίο αγωνίστηκε από το Marmaris, το 15% από το Bodrum, το 4.5% από το Fethye, το 0.9% από το Finike, το 32.7 από τη Ρόδο, το 9.7 από την Κω και το 0.9% από το Zadar. Παράλληλα, προκύπτει ότι στην πλειοψηφία τους οι ερωτηθέντες επιβιβάστηκαν από Τουρκικά λιμάνια, αντιπροσωπεύοντας αθροιστικά το 56.7% του συνολικού δείγματος.

**Πίνακας 5.** Τύπος σκάφους, θέση στο σκάφος και λιμάνι επιβίβασης

		N	%
Τύπος	Επαγγελματικό	42	35.6
	Ιδιωτικό	76	64.4
Θέση	Σκίπτερ	42	34.7
	Πλήρωμα	79	65.3
	Ιδιοκτήτης	12	9.9
Λιμάνι	Marmaris	41	36.3
	Bodrum	17	15
	Fhethye	5	4.5
	Finike	1	0.9
	Rhodos	37	32.7
	Kos	11	9.7
	Zadar	1	0.9

#### **4.2.3 Δεδομένα στάσεων, αντιλήψεων, ικανοποίησης και συμπεριφοράς**

Σε αυτό το υποκεφάλαιο αναλύονται περιγραφικά τα δεδομένα που αναφέρονται σε στάσεις, αντιλήψεις, ικανοποίηση, προηγούμενες και μελλοντικές συμπεριφορές. Περιλαμβάνουν δεδομένα που αφορούν προηγούμενες συμμετοχές στον αγώνα, ετήσιες συμμετοχές σε παρόμοιες διοργανώσεις, πηγές πληροφόρησης του αγώνα, πρόθεση διακοπών, σημαντικότητας του αγώνα, κατάταξης παραγόντων που συντελούν στην απόλαυση του αγώνα, ικανοποίησης και τέλος πρόθεση επιστροφής για συμμετοχή στον αγώνα και σύστασης για συμμετοχή σε τους.

### *Προηγούμενες συμμετοχές*

Από τους  $N=121$  συμμετέχοντες στη μελέτη, οι 36 ή ποσοστό 29.8% δήλωσαν ότι συμμετείχαν στον αγώνα για πρώτη φορά, οι 24 ή ποσοστό 19.8% συμμετείχαν στον αγώνα για δεύτερη φορά, οι 18 ή ποσοστό 14.9% συμμετείχαν στον αγώνα για τρίτη φορά, οι 7 ή ποσοστό 5.8% για τέταρτη φορά και πάνω από τέσσερις φορές συμμετείχαν 36 ή ποσοστό 29.8% (Πίνακας 6). Παράλληλα, παρατηρείται ότι σε ποσοστό 70.2% αθροιστικά, οι συμμετέχοντες στον αγώνα έχουν συμμετάσχει πάνω από μία φορά.

**Πίνακας 6.** Προηγούμενες συμμετοχές

		N	%
Προηγούμενες συμμετοχές	First Time	36	29.8
	Second Time	24	19.8
	Third Time	18	14.9
	Fourth Time	7	5.8
	More than four Times	36	29.8

### *Ετήσιες συμμετοχές*

Αναφορικά με τις ετήσιες συμμετοχές σε παρόμοιες διοργανώσεις το 28.7% των ερωτηθέντων απάντησε ότι συμμετέχει μόνο σε μία το χρόνο, το 32.4% συμμετέχει σε δύο το χρόνο, το 19.4% συμμετέχει σε τρεις το χρόνο και το υπόλοιπο 19.4% συμμετέχει σε τέσσερις και πάνω διοργανώσεις το χρόνο (Πίνακας 7). Επίσης, παρατηρείται ένα αθροιστικό ποσοστό 71.3% για αυτούς που ετησίως συμμετέχουν από δύο φορές και πάνω σε παρόμοιες αγωνιστικές ιστιοπλοϊκές διοργανώσεις.

**Πίνακας 7.** Ετήσιες συμμετοχές σε παρόμοιες διοργανώσεις

		N	%
Πόσες συμμετοχές το χρόνο	Μία	31	28.7
	Δύο	35	32.4
	Τρεις	21	19.4
	Τέσσερις και πάνω	21	19.4

### *Πηγή πληροφόρησης του αγώνα*

Ως πηγή πληροφόρησης του αγώνα, οι συμμετέχοντες στην μελέτη, απάντησαν στην ερώτηση πολλαπλών επιλογών, με το 58.3% να δηλώνει ότι η προηγούμενη συμμετοχή ήταν η πηγή της πληροφόρησης, το 46.7% να δηλώνει ως πηγή πληροφόρησης φίλους, συγγενείς και άλλους ιστιοπλόους, το 20% τους ιστιοπλοϊκούς συλλόγους και τις σχολές ιστιοπλοΐας, το 12.5% τα social media, ενώ το 4.2% επικαλείται άλλες πηγές και 0.8% τον ιστιοπλοϊκό τύπο (Πίνακας 8).

**Πίνακας 8.** Πηγή πληροφόρησης του αγώνα

	N	%
Προηγούμενη συμμετοχή	70	58.3
Φίλοι, συγγενείς, άλλοι ιστιοπλόοι	56	46.7
Ιστιοπλοϊκοί σύλλογοι, σχολές	24	20
Πηγή πληροφόρησης του αγώνα Social media	15	12.5
Άλλες πηγές	5	4.2
Ιστιοπλοϊκός τύπος	1	0.8
Ναυτικά σαλόνια	0	0

### *Πρόθεση διακοπών αν δεν υπήρχε το Rodos Cup*

Στην ερώτηση για την πρόθεση να πραγματοποιούσαν διακοπές εάν δεν συμμετείχαν στο Rodos Cup, οι συμμετέχοντες στη μελέτη σε ποσοστό 62.5% απάντησαν ότι θα πήγαιναν διακοπές και σε ποσοστό 37.5% ότι δεν θα πήγαιναν (Πίνακας 9). Από το ποσοστό αυτών που θα πήγαιναν διακοπές το 50.7% θα της πραγματοποιούσε στην Ελλάδα και το 49.3% θα της πραγματοποιούσε εκτός Ελλάδας (Πίνακας 10). Από τα παραπάνω προκύπτει ότι το 68.3% του δείγματος της μελέτης, εάν δεν υπήρχε το Rodos Cup δεν θα πραγματοποιούσε διακοπές στην Ελλάδα.

**Πίνακας 9.** Πρόθεση διακοπών αν δεν υπήρχε το Rodos Cup

		N	%
Πρόθεση διακοπών αν δεν υπήρχε το Rodos cup	Ναι θα πήγαινα	75	62.5
	Όχι δεν θα πήγαινα	45	37.5

**Πίνακας 10.** Προορισμός διακοπών αν δεν υπήρχε το Rodos Cup

		N	%
Προορισμός διακοπών αν δεν υπήρχε το Rodos cup	Ελλάδα	38	50.7
	Κάπου αλλού	37	49.3

*Πρώτη επίσκεψη στην Ελλάδα ή στα νησιά*

Από τους συμμετέχοντες στη μελέτη, 9 (7.5%) επισκέφτηκαν την Ελλάδα για πρώτη φορά. Δεκαοκτώ συμμετέχοντες (15%) επισκέφτηκαν την Κω για πρώτη φορά. Σαρανταεννέα συμμετέχοντες (15%) επισκέφτηκαν την Κάλυμνο για πρώτη φορά. Εικοσιεννέα συμμετέχοντες (24%) επισκέφτηκαν την Νίσυρο για πρώτη φορά. Εικοσιένα συμμετέχοντες (17.5%) επισκέφτηκαν την Σύμη για πρώτη φορά και 16 συμμετέχοντες (13.3%) επισκέφτηκαν την Ρόδο για πρώτη φορά (Πίνακας 11).

**Πίνακας 11.** Πρώτη επίσκεψη στην Ελλάδα ή στα νησιά

		N	%
Πρώτη επίσκεψη	Πρώτη επίσκεψη Ελλάδα	9	7.5
	Πρώτη επίσκεψη Κω	18	15
	Πρώτη επίσκεψη Κάλυμνο	49	40.5
	Πρώτη επίσκεψη Νίσυρο	29	24
	Πρώτη επίσκεψη Σύμη	21	17.5
	Πρώτη επίσκεψη Ρόδο	16	13.3

### *Χωροχρονική σημαντικότητα του Rodos Cup*

Στους 121 ερωτηθέντες ζητήθηκε να βαθμολογήσουν τρεις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου σχετικά με τη σημαντικότητα που είχε α) η διοργάνωση του Rodos Cup σε σχέση με την ιστιοπλοϊκή τους σεζόν, β) ο τόπος της έναρξης και γ) ο τόπος της λήξης της διοργάνωσης. Οι ερωτήσεις ήταν σε μια πεντάβαθμη κλίμακα Likert, με το βαθμό πέντε να αναφέρεται στο «πολύ σημαντικό» και το βαθμό ένα στο «καθόλου σημαντικό». Μελετώντας τις απαντήσεις των ερωτηθέντων σε σχέση την χωροχρονική σημαντικότητα του Rodos Cup (Πίνακας 12), παρατηρείται ότι τα άτομα που συμμετείχαν στον αγώνα θεωρούσαν σημαντικότερη τη λήξη του αγώνα στη Ρόδο με μέση βαθμολογία ( $M=4.08\pm 1.28$ ), λιγότερο σημαντική την έναρξη του αγώνα στην Κω ( $M=3.13\pm 1.438$ ) και τη σχέση αγώνα με ιστιοπλοϊκή σεζόν στο ενδιάμεσο ( $M=3.97\pm 1.159$ ).

**Πίνακας 12.** *Βαθμολογία χωρικής και χρονικής σημαντικότητας του Rodos Cup*

		N	M.O.	T.A.
	Σημαντικότητα λήξης του αγώνα στη Ρόδο	119	4.08	1.283
Χωροχρονική σημαντικότητα	Σημαντικότητα του αγώνα σε σχέση με ιστιοπλοϊκή σεζόν	120	3.97	1.159
	Σημαντικότητα έναρξης του αγώνα στην Κω	119	3.13	1.438

### *Παράγοντες απόλαυσης της διοργάνωσης*

Στους συμμετέχοντες στη μελέτη ζητήθηκε να αναγνωρίσουν και να κατατάξουν τους παρακάτω παράγοντες: «αγώνας», «γενική ατμόσφαιρα», «διαχείριση αγώνα» και «μη ιστιοπλοϊκές εκδηλώσεις» ως παράγοντες που συμβάλουν στην απόλαυση της διοργάνωσης του Rodos Cup, σημειώνοντας με «1» αυτόν που θεωρούσαν πρώτο συντελεστή στην

απόλαυση, με «2» αυτόν που θεωρούσαν δεύτερο συντελεστή στην απόλαυση και ου το καθ' εξής. Στον πίνακα 13 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα αυτής της κατάταξης όπου παρατηρείται ότι ο «αγώνας» με  $N=77(68.14\%)$  είναι ο επικρατέστερος πρώτος παράγοντας, η «γενική ατμόσφαιρα» με  $N=48(45.71\%)$  είναι ο δεύτερος επικρατέστερος παράγοντας, η «διαχείριση αγώνα» με  $N=34(36.56\%)$  είναι ο τρίτος επικρατέστερος παράγοντας και οι «μη ιστιοπλοϊκές εκδηλώσεις» με  $N=46(59,74\%)$  είναι ο τέταρτος επικρατέστερος παράγοντας. Επιπλέον, παρατηρείται ότι εκτός του 68.14% που θεωρούσε τον «αγώνα» ως πρώτο παράγοντα, 19 συμμετέχοντες (16.81%) θεωρούσαν την «γενική ατμόσφαιρα» ως πρώτο παράγοντα, 11 συμμετέχοντες (9.73%) θεωρούσαν τις «μη ιστιοπλοϊκές εκδηλώσεις» ως πρώτο παράγοντα και 6 συμμετέχοντες (5.31%) θεωρούσαν την «διαχείριση αγώνα» ως πρώτο παράγοντα για την απόλαυση της διοργάνωσης.

**Πίνακας 13.** Κατάταξη παραγόντων που συντελούν στην απόλαυση της διοργάνωσης Rodos Cup

		Πρώτος		Δεύτερος		Τρίτος		Τέταρτος	
		<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%
Κατάταξη παραγόντων απόλαυσης	Αγώνας	77	68.14	18	17.14	9	9.68	5	6.49
	Γενική ατμόσφαιρα	19	16.81	48	45.71	27	29.03	6	7.79
	Διαχείριση αγώνα	6	5.31	25	23.1	34	36.56	20	25.97
	Μη ιστιοπλοϊκές εκδηλώσεις	11	9.73	14	13.33	23	24.73	46	59.74

#### *Βαθμός ικανοποίησης*

Από τους συμμετέχοντες στην μελέτη, ζητήθηκε να εκφράσουν το βαθμό ικανοποίησης τους σε 14 ερωτήματα, σε μια πεντάβαθμη κλίμακα Likert με το βαθμό πέντε να αναφέρεται στο «πολύ ικανοποιημένος - η» και το βαθμό ένα στο «πολύ δυσαρεστημένος - η». Από τις 14 ερωτήσεις ικανοποίησης οι 8 αφορούσαν τις υπηρεσίες, οι 5 τη συνολική ικανοποίηση κατά την παραμονή στα νησιά και μία τη συνολική ικανοποίηση από τη συμμετοχή στη διοργάνωση



(Πίνακας 14). Παρατηρείται ότι η ερώτηση ικανοποίησης που βαθμολογήθηκε με τον μεγαλύτερο βαθμό ήταν αυτή για τη «Φιλικότητα των ανθρώπων» ( $M=4.59\pm 0.72$ ), η αμέσως επόμενη ερώτηση ικανοποίησης που βαθμολογήθηκε με τον δεύτερο μεγαλύτερο βαθμό ήταν «η συνολική ικανοποίηση κατά την παραμονή στη Ρόδο» ( $M=4.55\pm 0.68$ ) και τρίτη σε βαθμολογική κατάταξη ήταν η ερώτηση για τη «συνολική ικανοποίηση από τη συμμετοχή στη διοργάνωση Rodos Cup» ( $M=4.52\pm 0.78$ ). Αντίθετα οι ερωτήσεις που βαθμολογήθηκαν με το χαμηλότερο βαθμό ήταν οι ερωτήσεις για την ικανοποίηση από «διάθεση τουριστικών πληροφοριών» ( $M=3.58\pm 0.99$ ), «ποιότητα εκδρομών» ( $M=3.51\pm 1.02$ ) και «αγορές» με ( $M=2.72\pm 1.15$ ).

**Πίνακας 14.** Βαθμολόγια ικανοποίησης

	N	M.O.	T.A.
Φιλικότητα των ανθρώπων	115	4.59	0.724
Κατά την παραμονή στη Ρόδο	112	4.55	0.682
Συνολικά από το Rodos Cup	116	4.52	0.639
Δημόσια ασφάλεια	113	4.29	0.776
Κατά την παραμονή στη Νίσυρο	114	4.24	0.886
Κατά την παραμονή στην Κω	114	4.22	0.796
Καθαριότητα και περιβάλλον	115	4.11	0.866
Ικανοποίηση Κατά την παραμονή στην Κάλυμνο	114	4.00	0.902
Κατά την παραμονή στη Σύμη	113	3.81	1.122
Καλωσόρισμα στο λιμάνι	113	3.76	1.104
Ιστορικά και πολιτιστικά αξιοθέατα	115	3.75	1.099
Διάθεση τουριστικών πληροφοριών	113	3.58	0.989
Ποιότητα εκδρομών	109	3.51	1.015
Αγορές	111	2.72	1.153

### *Πρόθεση μελλοντικής συμπεριφοράς*

Στη συνέχεια οι ερωτώμενοι, με βάση τις εμπειρίες που αποκόμισαν από τη συμμετοχή τους στη διοργάνωση, κλήθηκαν να απαντήσουν σε τρεις ερωτήσεις που διερευνούσαν την πρόθεση τους για μελλοντική συμμετοχή στον αγώνα, την πρόθεση για σύσταση συμμετοχής στον αγώνα σε φίλους και τέλος την πρόθεση ενθάρρυνσης σε φίλους, οικογενειακό κύκλο ή κοινωνικό περίγυρο για επίσκεψη των νησιών από τα οποία διέπλευσε το Rodos Cup. Οι δύο πρώτες ερωτήσεις ήταν διχοτομικές με «ναι» ή «όχι» σαν πιθανές απαντήσεις, ενώ η τρίτη ερώτηση διερευνούσε το επίπεδο της πρόθεσης ενθάρρυνσης σε μια πεντάβαθμη κλίμακα Likert με το βαθμό πέντε να αναφέρεται στο «ναι» το τέσσερα στο «πιθανότατα ναι» το τρία στο «δεν έχω αποφασίσει» το δύο στο «πιθανότατα όχι» και το ένα στο «όχι». Στην ερώτηση που διερευνούσε την πρόθεση για μελλοντική συμμετοχή στον αγώνα N=114 συμμετέχοντες, οι 113(99.1%) απάντησαν «ναι» και μόνο 1(0.9%) «όχι» (Πίνακας 15). Στην ερώτηση που διερευνούσε την πρόθεση για σύσταση συμμετοχής στον αγώνα σε φίλους N=114 συμμετέχοντες, οι 112(98.2%) απάντησαν «ναι» και μόνο 1(1.8%) «όχι» (Πίνακας 16). Στην ερώτηση που διερευνούσε την πρόθεση για παρότρυνση σε φίλους, οικογενειακό κύκλο ή κοινωνικό περίγυρο για επίσκεψη των νησιών από τα οποία διέπλευσε το Rodos Cup N=113 συμμετέχοντες, οι 75(66.4%) απάντησαν «ναι», 27(23.9%) απάντησαν «πιθανότατα ναι», 10(8.8%) απάντησαν «δεν έχω αποφασίσει» και μόνο 1(0.9%) «πιθανότατα όχι» (Πίνακας 17).

**Πίνακας 15.** Πρόθεση επιστροφής για συμμετοχή στη διοργάνωση στο μέλλον

		N	%
Επιστροφή για συμμετοχή	Ναι	113	99.1
	Όχι	1	0.9

**Πίνακας 16.** Πρόθεση σύστασης για συμμετοχή στη διοργάνωση σε φίλους

		N	%
Σύσταση για συμμετοχή σε φίλους	Ναι	112	98.2
	Όχι	2	1.8

**Πίνακας 17.** Παρότρυνση σε φίλους, οικογενειακό κύκλο ή κοινωνικό περίγυρο για επίσκεψη στα νησιά

		N	%
Παρότρυνση σε φίλους, οικογενειακό κύκλο για επίσκεψη στα νησιά	Ναι	75	66.4
	Πιθανότατα ναι	27	23.9
	Δεν έχω αποφασίσει	10	8.8
	Πιθανότατα όχι	1	0.9

*Δαπάνες που πραγματοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια του Rodos Cup*

Στο σκέλος των δαπανών ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες στη μελέτη, να εκτιμήσουν κατά προσέγγιση το συνολικό ποσό που δαπάνησαν, κατά την διάρκεια του Rodos Cup, στις παρακάτω κατηγορίες δαπανών:

- Συμμετοχή σε έξοδα σκάφους
- Συνδρομή συμμετοχής
- Δαπάνες Διατροφής
- Δαπάνες Διαμονής
- Δαπάνες Αγορών
- Δαπάνες Μετακίνησης
- Δαπάνες Διασκέδασης

Από την άθροιση των παραπάνω δαπανών, πλην της συμμετοχής σε έξοδα σκάφους των ξένων πληρωμάτων, προέκυψε η μεταβλητή «Σύνολο δαπανών στην Ελλάδα». Η μεταβλητή «συμμετοχή σε έξοδα σκάφους» αποφασίστηκε να εξαιρεθεί για δύο λόγους: α) Δεν προσδιοριζόταν με ακρίβεια πιο μέρος της δαπάνης πραγματοποιήθηκε στην Ελλάδα και β) η συχνότητα απόκρισης στην ερώτηση N=30(36%) θεωρήθηκε μικρή, έτσι προτιμήθηκε η εξαίρεση της δαπάνης και η επιλογή υπέρ της συντηρητικής εκτίμησης των συνολικών δαπανών. Οι μέσοι όροι και οι τυπικές αποκλίσεις των δαπανών παρουσιάζονται στον πίνακα 18.

**Πίνακας 18.** Δαπάνες κατά τη διάρκεια του Rodos Cup

		N	M.O.	T.A.
	Σύνολο δαπανών στην Ελλάδα	93	628.24	272.12
	<b>Συμμετοχή σε έξοδα σκάφους (Μόνο για Έλληνες)</b>	<b>30</b>	<b>195.17</b>	<b>97.95</b>
Δαπάνες κατά τη διάρκεια του Rodos Cup	Διατροφής	93	281.07	151.88
	Συνδρομή συμμετοχής	92	115.76	43.93
	Διαμονής	92	57.07	102.33
	Αγορών	93	48.17	58.89
	Μετακίνησης	93	45.86	43.92
	Διασκέδασης	93	38.56	41.40

#### *Value for Money*

Στη συνέχεια ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να αξιολογήσουν το συνολικό επίπεδο υπηρεσιών, για τις υπηρεσίες που έλαβαν στη διατροφή, στη διασκέδαση, στη διαμονή και στη μετακίνηση, λαμβάνοντας υπ' όψιν τη σχέση ανάμεσα στην ποιότητα και την τιμή και να βαθμολογήσουν σε μια πεντάβαθμη κλίμακα Likert, με το βαθμό πέντε να αναφέρεται στο «εξαιρετικό» το τέσσερα στο «πολύ καλό» το τρία στο «καλό» το δύο στο «επαρκές» και το ένα στο «ανεπαρκές» (Πίνακας 19). Παρατηρείται ότι το Value for Money στη διατροφή βαθμολογήθηκε με τον μεγαλύτερο βαθμό ( $M=4.02\pm 0.75$ ) και στη συνέχεια η διασκέδαση με ( $M=3.74\pm 1.05$ ), η διαμονή με ( $M=3.68\pm 0.83$ ), η μετακίνηση με ( $M=3.44\pm 0.9$ ) και οι αγορές με ( $M=3.1\pm 1.13$ ).

**Πίνακας 19.** Αξιολόγηση σχέσης ποιότητας / τιμής για τις δαπάνες κατά τη διάρκεια του Rodos Cup

	N	M.O.	T.A.
Διατροφή	110	4.02	0.75
Διασκέδαση	97	3.74	1.05
Σχέση ποιότητας / τιμής	69	3.68	0.83
Διαμονή	91	3.44	0.90
Μετακίνηση	86	3.10	1.13
Αγορές			

*Τρόποι και είδη εμπειριών και εντυπώσεων που επικοινωνήσαν οι συμμετέχοντες*

Στο τελευταίο μέρος του ερωτηματολογίου διερευνήθηκαν οι τρόποι με τον οποίους, οι συμμετέχοντες στο Rodos Cup, επικοινωνήσαν τις εμπειρίες και τις εντυπώσεις που αποκόμισαν από τη διοργάνωση (Πίνακας 20), όπως και τα είδη των εμπειριών και των εντυπώσεων (Πίνακας 21) μέσα από ερωτήσεις πολλαπλών επιλογών. Παρατηρείται ότι σε  $N=110$  δειγματικές μονάδες οι 92(83.6%) χρησιμοποίησαν για την επικοινωνία των εμπειριών και των εντυπώσεων τους τα κοινωνικά δίκτυα. Εβδομήντα τέσσερις (67.3%) τις προφορικές συζητήσεις. Τριάντα τρεις (30%) τα επαγγελματικά δίκτυα και 9(8.2%) χρησιμοποίησαν άλλους τρόπους. Σε ότι αφορά τα είδη των εμπειριών και των εντυπώσεων οι 102(92.7%) επικοινωνήσαν εμπειρίες κατά τη διάρκεια του αγώνα. Εβδομήντα επτά (70%) επικοινωνήσαν εμπειρίες από το πλήρωμα. Εξήντα τρεις (57.3%) επικοινωνήσαν εμπειρίες από τη γαστρονομία. Εξήντα δύο (56.4%) επικοινωνήσαν εντυπώσεις από τα τοπία, οι 42(38.2%) εντυπώσεις από τις υπηρεσίες στα νησιά, 37 (33.6%) εντυπώσεις από τους κατοίκους των νησιών και 6 (5.5%) επικοινωνήσαν διάφορες άλλες εμπειρίες και εντυπώσεις.

**Πίνακας 20.** *Τρόποι επικοινωνίας*

	N	%
	92	83.60%
Τρόποι επικοινωνίας εμπειριών και εντυπώσεων	74	67.30%
	33	30.00%
	9	8.20%

**Πίνακας 21.** *Είδη εμπειριών και εντυπώσεων*

	N	%
	102	92.70%
	77	70.00%
Είδη εμπειριών και εντυπώσεων	63	57.30%
	62	56.40%
	42	38.20%
	37	33.60%
	6	5.50%

### 4.3 Επαγωγική ανάλυση αποτελεσμάτων

#### 4.3.1 Παραγοντική ανάλυση ερωτηματολογίου ικανοποίησης

Η ανάδειξη κρίσιμων παραμέτρων για την διερεύνηση της ικανοποίησης των συμμετεχόντων στη διοργάνωση του Rodos Cup, η ερμηνεία των σχέσεων μεταξύ των 14 μεταβλητών της ικανοποίησης μέσω της ανάδειξης παραγόντων που ερμηνεύουν τη δομή των αρχικών μεταβλητών και η μείωση του όγκου των δεδομένων, χωρίς την απώλεια σημαντικής πληροφορίας, με στόχο την μετέπειτα στατιστική τους επεξεργασία, μας οδήγησαν στη χρήση της στατιστικής μεθόδου της διερευνητικής παραγοντικής ανάλυσης για τον έλεγχο ύπαρξης ή μη παραγόντων.

Η εξέταση του πίνακα 22 των συσχετίσεων οδηγεί στο συμπέρασμα ότι, οι περισσότερες μεταβλητές συσχετίζονται έντονα μεταξύ τους οι περισσότερες p-values είναι μικρότερες από 5%.

**Πίνακας 22.** Μήτρα συσχετίσεων των μεταβλητών ικανοποίησης

	Q13.1	Q13.2	Q13.3	Q13.4	Q13.5	Q13.6	Q13.7	Q13.8	Q13.9	Q13.10	Q13.11	Q13.12	Q13.13	Q13.14
13.1	1	.54	.31	.23	.31	.59	.47	.56	.32	.34	.42	.34	.24	.36
13.2		1	.16	.11	.22	.44	.43	.34	.29	.33	.19	.32	.21	.29
13.3			1	.43	.42	.35	.30	.27	.30	.24	.22	.14	.33	.33
13.4				1	.38	.40	.31	.31	.3	.34	.31	.31	.17	.29
13.5					1	.44	.29	.29	.33	.37	.32	.42	.33	.38
13.6						1	.42	.50	.36	.52	.47	.39	.16	.37
13.7							1	.53	.58	.44	.38	.39	.59	.54
13.8								1	.38	.31	.29	.42	.25	.44
13.9									1	.68	.57	.27	.48	.55
13.10										1	.52	.44	.39	.43
13.11											1	.39	.29	.47
13.12												1	.25	.27
13.13													1	.53
13.14														1

Sig. (1-tailed)	13.1	.000	.000	0.01	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	0.01	.000	
	13.2		0.05	0.13	0.01	.000	.000	.000	.000	.000	.000	0.02	.000	0.01	.000
	13.3			.000	.000	.000	.000	.000	.000	0.01	0.01	0.07	.000	.000	.000
	13.4				.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	0.03	.000
	13.5					.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	13.6						.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	0.05	.000
	13.7							.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	13.8								.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	13.9									.000	.000	.000	.000	.000	.000
	13.10										.000	.000	.000	.000	.000
	13.11											.000	.000	.000	.000
	13.12												.000	.000	.000
	13.13														.000
	13.14														

Τα αποτελέσματα του ελέγχου της σφαιρικότητας του Bartlett (631.94, df 91,  $p < .001$ ) οδηγούν στην απόρριψη της μηδενικής υπόθεσης ότι οι μεταβλητές είναι ανεξάρτητες μεταξύ τους, ενώ η τιμή του κριτηρίου (KMO) που ήταν .838 ήταν σε ικανοποιητικό επίπεδο υποστηρίζοντας τη συνολική επάρκεια και την καταλληλότητα του δείγματος για παραγοντική ανάλυση (Πίνακας 23).



**Πίνακας 23.** *KMO and Bartlett's Test*

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.838
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	631.939
	df	91
	Sig.	.001

Η εταιρικότητα των 14 μεταβλητών είναι ικανοποιητική, ελάχιστη τιμή  $\approx 0.500$  (Πίνακας 24).

**Πίνακας 24.** *Εταιρικότητες των μεταβλητών που ερμηνεύουν οι παράγοντες*

	Initial	Extraction
Ιστορικά και πολιτιστικά αξιοθέατα	1	.73
Αγορές	1	.64
Δημόσια ασφάλεια	1	.74
Καθαριότητα και περιβάλλον	1	.64
Φιλικότητα των ανθρώπων	1	.55
Διάθεση τουριστικών πληροφοριών	1	.71
Καλωσόρισμα στο λιμάνι	1	.73
Ποιότητα εκδρομών	1	.59
Κατά την παραμονή στην Κω	1	.75
Κατά την παραμονή στην Κάλυμνο	1	.73
Κατά την παραμονή στη Νίσυρο	1	.67
Κατά την παραμονή στη Σύμη	1	.48
Κατά την παραμονή στη Ρόδο	1	.75
Συνολικά από το RODOSCUP	1	.63

Extraction Method: Principal Component Analysis.

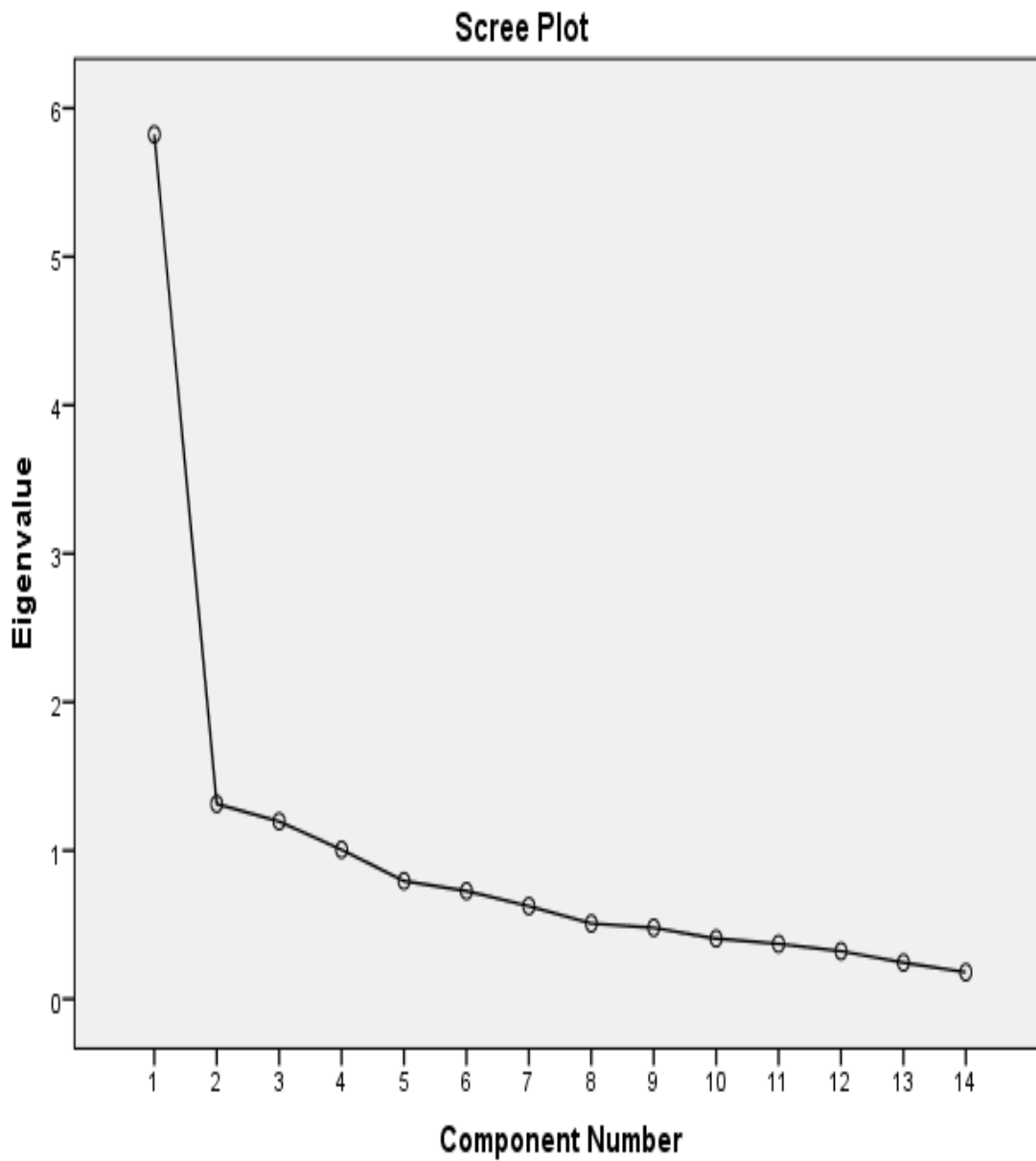
Επιλέχθηκε η μέθοδος Ανάλυσης των Κύριων Συνιστωσών με ορθογώνια περιστροφή των αξόνων με τη μέθοδο Varimax. Για την επιλογή του αριθμού των παραγόντων χρησιμοποιήθηκε το κριτήριο της ιδιοτιμής (eigenvalue), το σχεδιάγραμμα ιδιοτιμών (scree plot) (Σχήμα1), το ποσοστό της διακύμανσης που ερμηνεύει τον κάθε παράγοντα και το ποσοστό της συνολικής διακύμανσης από τους εξαχθέντες παράγοντες (Πίνακας 25). Η

ανάλυση των κυρίων συνιστωσών, σύμφωνα με τα κριτήρια επιλογής παραγόντων που αναφέρθηκαν, υποστήριξε την ύπαρξη τεσσάρων παραγόντων που ερμηνεύουν το 66.71% της συνολικής διακύμανσης. Ο πρώτος παράγοντας ερμηνεύει το 18.68% της διακύμανσης, ο δεύτερος παράγοντας ερμηνεύει το 17.03% της διακύμανσης, ο τρίτος παράγοντας ερμηνεύει το 16.74% της διακύμανσης και τέταρτος παράγοντας ερμηνεύει το 14.26% της διακύμανσης των αρχικών μεταβλητών.

**Πίνακας 25.** *Total Variance Explained*

Παράγοντες	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5.823	41.595	41.595	5.823	41.595	41.595	2.615	18.675	18.675
2	1.314	9.385	50.981	1.314	9.385	50.981	2.384	17.031	35.706
3	1.196	8.543	59.524	1.196	8.543	59.524	2.343	16.738	52.444
4	1.005	7.182	66.706	1.005	7.182	66.706	1.997	14.262	66.706
5	.795	5.676	72.382						
6	.727	5.191	77.573						
7	.626	4.470	82.043						
8	.509	3.633	85.676						
9	.480	3.429	89.105						
10	.407	2.905	92.009						
11	.371	2.653	94.662						
12	.322	2.298	96.961						
13	.245	1.751	98.711						
14	.180	1.289	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.



*Σχήμα 1.* Σχεδιάγραμμα ιδιοτιμών (scree plot) των παραγόντων ικανοποίησης.

Η ορθογώνια περιστροφή Varimax δημιούργησε τη δομή των παραγόντων που παρουσιάζεται στον Πίνακα 26.

**Πίνακας 26. Rotated Component Matrix**

	Component			
	1	2	3	4
Ικανοποίηση από ιστορικά και πολιτιστικά αξιοθέατα	.802			
Ικανοποίηση από αγορές	.77			
Ικανοποίηση από ποιότητα εκδρομών	.669			
Ικανοποίηση από διάθεση τουριστικών πληροφοριών	.601			
Ικανοποίηση κατά την παραμονή στη Ρόδο		.846		
Ικανοποίηση από καλωσόρισμα στο λιμάνι	.474	.672		
Συνολική ικανοποίηση από το RODOSCUP		.664		
Ικανοποίηση κατά την παραμονή στην Κω		.615	.591	
Ικανοποίηση κατά την παραμονή στην Κάλυμνο			.759	
Ικανοποίηση κατά την παραμονή στη Νίσυρο			.753	
Ικανοποίηση κατά την παραμονή στη Σύμη			.529	
Ικανοποίηση από δημόσια ασφάλεια				.779
Ικανοποίηση από καθαριότητα και περιβάλλον				.74
Ικανοποίηση από τη φιλικότητα των ανθρώπων				.634

Αναλυτικά, οι παράγοντες που προέκυψαν από την παραγοντική ανάλυση των 14 ερωτήσεων ικανοποίησης από τη διοργάνωση του Rodos Cup είναι οι παρακάτω:

1. Συνολική ικανοποίηση από παροχή τουριστικών υπηρεσιών ( $\alpha=.80$ )
2. Ικανοποίηση από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών στο Rodos Cup ( $\alpha=.82$ )
3. Συνολική ικανοποίηση από την παραμονή στα νησιά, ενδιάμεσους σταθμούς του αγώνα ( $\alpha=.70$ )
4. Συνολική ικανοποίηση από την αντιλαμβανόμενη αίσθηση ασφάλειας και άνεσης ( $\alpha=.68$ )

Ύστερα από την τελική επιλογή των ερωτημάτων, του ερωτηματολογίου ικανοποίησης, που συγκροτούν τους παράγοντες ελέγχθηκε ο βαθμός αξιοπιστίας των παραγόντων με  $\alpha$  του Cronbach (Πίνακας 27). Με την επιφύλαξη αξιοπιστίας για τους παράγοντες 3 και 4, που βρίσκονται στο όριο που προτείνουν οι περισσότεροι ερευνητές  $\alpha>.70$  με  $\alpha=.70$  και  $\alpha=.68$

αντίστοιχα, δεχόμαστε τους τέσσερις παράγοντες για να χρησιμοποιηθούν ως ασυσχέτιστες μεταβλητές για περαιτέρω ανάλυση.

**Πίνακας 27.** Βαθμοί αξιοπιστίας των παραγόντων

	Mean	Min	Max	N	$\alpha$ Cronbach
1	0.505	0.342	0.613	4	0.80
2	0.563	0.477	0.604	4	0.82
3	0.448	0.385	0.521	3	0.70
4	0.415	0.37	0.454	3	0.68

#### 4.3.2 Σχέσεις μεταξύ Μεταβλητών της Μελέτης

Εξετάζοντας τη σημαντικότητα των παραγόντων που προέκυψαν από την παραγοντική ανάλυση των ερωτημάτων ικανοποίησης, παρατηρείται από τον πίνακα 28 ότι ο παράγοντας «Ικανοποίηση από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών» ( $M=4.39\pm 0.75$ ) λαμβάνει την μεγαλύτερη βαθμολογία και ο παράγοντας «Ικανοποίηση από παροχή τουριστικών υπηρεσιών» την μικρότερη ( $M=3.52\pm 0.82$ )

**Πίνακας 28.** Βαθμολογία παραγόντων ικανοποίησης

	N	M.O.	T.A.
Ικανοποίηση από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών	116	4.39	0.75
Ικανοποίηση από αίσθημα άνεσης και ασφάλειας	121	4.33	0.98
Ικανοποίηση κατά την παραμονή στα μικρά νησιά	121	4.02	0.98
Ικανοποίηση από παροχή τουριστικών υπηρεσιών	115	3.52	0.82

Από τη μήτρα συσχετίσεων (Πίνακας 29) των παραγόντων ικανοποίησης και της πρόθεσης παρότρυνσης σε φίλους, οικογενειακό κύκλο ή κοινωνικό περίγυρο για επίσκεψη των νησιών από τα οποία διέπλευσε το Rodos Cup παρατηρείται ότι:

- Ανάμεσα στη σειρά κατάταξης της πρόθεσης παρότρυνσης για επίσκεψη στα νησιά και στη σειρά κατάταξης βαθμολογίας της Ικανοποίησης τουριστικών υπηρεσιών δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική συσχέτιση ( $r = .134, df = 113, p = .156$ )
- Ανάμεσα στη σειρά κατάταξης της πρόθεσης παρότρυνσης για επίσκεψη στα νησιά και στη σειρά κατάταξης βαθμολογίας της Ικανοποίησης οργανωτικών υπηρεσιών υπάρχει στατιστικά σημαντική θετική συσχέτιση ( $r = .242, df = 113, p = .010$ )
- Ανάμεσα στη σειρά κατάταξης της πρόθεσης παρότρυνσης για επίσκεψη στα νησιά και στη σειρά κατάταξης βαθμολογίας της Ικανοποίησης από την παραμονή στα μικρά νησιά υπάρχει στατιστικά σημαντική θετική συσχέτιση ( $r = .221, df = 113, p = .019$ )
- Ανάμεσα στη σειρά κατάταξης της πρόθεσης παρότρυνσης για επίσκεψη στα νησιά και στη σειρά κατάταξης βαθμολογίας της Ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης υπάρχει στατιστικά σημαντική θετική συσχέτιση ( $r = .274, df = 113, p = .003$ )

**Πίνακας 29.** Συσχετίσεις μεταξύ παραγόντων ικανοποίησης και πρόθεσης παρότρυνσης σε άλλους για επίσκεψης στα νησιά

	Παρότρυνση σε άλλους για επίσκεψη στα νησιά	Ικανοποίηση από αίσθημα ασφάλειας	Ικανοποίηση τουριστικών υπηρεσιών	Ικανοποίηση οργανωτικών υπηρεσιών	Ικανοποίηση κατά την παραμονή στα νησιά
Παρότρυνση σε άλλους για επίσκεψη στα νησιά	1	<b>,274**</b> ,003 N=113	,134 ,156 N=113	<b>,242**</b> ,010 N=113	<b>,221*</b> ,019 N=113
Ικανοποίηση από αίσθημα ασφάλειας		1	,000 1,000 121	,000 ,999 121	,000 1,000 121
Ικανοποίηση τουριστικών υπηρεσιών			1	,000 1,000 121	,000 1,000 121
Ικανοποίηση οργανωτικών υπηρεσιών				1	,000 1,000 121
Ικανοποίηση κατά την παραμονή στα νησιά					1

\*\* $p < .01$  level (2-tailed). \* $p < .05$  level (2-tailed).

Από τη διμεταβλητή συσχέτιση μεταξύ των δαπανών που πραγματοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια της διοργάνωσης και της αντιλαμβανόμενης σχέσης ποιότητας / τιμής (Value for Money) δεν παρατηρείται καμία στατιστικά σημαντική συσχέτιση πλην αυτής ανάμεσα στις δαπάνες αγορών και της Value for Money αγορών με ασθενή θετική συσχέτιση ( $r_s = .390$ ,  $df = 67$ ,  $p < .01$ ) (Πίνακας 30)

**Πίνακας 30.** Συσχετίσεις μεταξύ δαπανών και Value for Money

		Δαπάνες διαμονής	Value for Money
Spearman's rho Listwise N = 57	Δαπάνες διαμονής	1	-.161
	Value for Money για διαμονή		.233
		Δαπάνες διατροφής	Value for Money
Spearman's rho Listwise N = 93	Δαπάνες διατροφής	1	-.116
	Value for Money για διατροφή		.268
		Δαπάνες μετακίνησης	Value for Money
Spearman's rho Listwise N = 80	Δαπάνες μετακίνησης	1	.172
	Value for Money για μετακινήσεις		.128
		Δαπάνες διασκέδασης	Value for Money
Spearman's rho Listwise N = 80	Δαπάνες διασκέδασης	1	.096
	Value for Money για διασκέδαση		.398
		Δαπάνες αγορών	Value for Money
Spearman's rho Listwise N = 69	Δαπάνες αγορών	1	.390**
	Value for Money για αγορές		.001

\*\* $p < .01$  level (2-tailed). \* $p < .05$  level (2-tailed).

Από τη μήτρα συσχετίσεων (Πίνακας 31) των δαπανών ανά κατηγορία διαμονής, διατροφής, μετακινήσεων, διασκέδασης και αγορών παρατηρείται ότι ανάμεσα σε όλες της

παραμέτρους υπάρχει ασθενής θετική αλλά στατιστικά σημαντική συσχέτιση. Συγκεκριμένα παρατηρείται

1. Ανάμεσα στη σειρά κατάταξης των δαπανών διαμονής και στη σειρά κατάταξης των δαπανών διατροφής παρατηρείται στατιστικά σημαντική χαμηλή θετική συσχέτιση ( $r_s = .297, df = 90, p < .01$ )
2. Ανάμεσα στη σειρά κατάταξης των δαπανών διαμονής και στη σειρά κατάταξης των δαπανών μετακίνησης παρατηρείται στατιστικά σημαντική χαμηλή θετική συσχέτιση ( $r_s = .459, df = 90, p < .01$ )
3. Ανάμεσα στη σειρά κατάταξης των δαπανών διαμονής και στη σειρά κατάταξης των δαπανών διασκέδασης παρατηρείται στατιστικά σημαντική χαμηλή θετική συσχέτιση ( $r_s = .264, df = 90, p < .05$ )
4. Ανάμεσα στη σειρά κατάταξης των δαπανών διαμονής και στη σειρά κατάταξης των δαπανών αγορών παρατηρείται στατιστικά σημαντική χαμηλή θετική συσχέτιση ( $r_s = .374, df = 90, p < .01$ )
5. Ανάμεσα στη σειρά κατάταξης των δαπανών διατροφής και στη σειρά κατάταξης των δαπανών μετακίνησης παρατηρείται στατιστικά σημαντική χαμηλή θετική συσχέτιση ( $r_s = .403, df = 90, p < .01$ )
6. Ανάμεσα στη σειρά κατάταξης των δαπανών διατροφής και στη σειρά κατάταξης των δαπανών διασκέδασης παρατηρείται στατιστικά σημαντική χαμηλή θετική συσχέτιση ( $r_s = .266, df = 90, p < .05$ )
7. Ανάμεσα στη σειρά κατάταξης των δαπανών διατροφής και στη σειρά κατάταξης των δαπανών αγορών παρατηρείται στατιστικά σημαντική χαμηλή θετική συσχέτιση ( $r_s = .437, df = 90, p < .01$ )
8. Ανάμεσα στη σειρά κατάταξης των δαπανών μετακίνησης και στη σειρά κατάταξης των δαπανών διασκέδασης παρατηρείται στατιστικά σημαντική χαμηλή θετική συσχέτιση ( $r_s = .376, df = 90, p < .01$ )
9. Ανάμεσα στη σειρά κατάταξης των δαπανών μετακίνησης και στη σειρά κατάταξης των δαπανών αγορών παρατηρείται στατιστικά σημαντική χαμηλή θετική συσχέτιση ( $r_s = .457, df = 90, p < .01$ )



10. Ανάμεσα στη σειρά κατάταξης των δαπανών διασκέδασης και στη σειρά κατάταξης των δαπανών αγορών παρατηρείται στατιστικά σημαντική χαμηλή θετική συσχέτιση ( $r_s = .406, df = 90, p < .01$ )

**Πίνακας 31.** Μήτρα συσχετίσεων μεταξύ δαπανών

	Δαπάνες διαμονής	Δαπάνες διατροφής	Δαπάνες μετακίνησης	Δαπάνες διασκέδασης	Δαπάνες αγορών
Δαπάνες διαμονής	1	.297**	.459**	.264*	.374**
Δαπάνες διατροφής		1	.403**	.266*	.437**
Δαπάνες μετακίνησης			1	.376**	.457**
Δαπάνες διασκέδασης				1	.406**
Δαπάνες αγορών					1

\*\* $p < .01$  level (2-tailed). \* $p < .05$  level (2-tailed). Listwise N = 92

#### 4.3.3 Έλεγχοι Στατιστικών Υποθέσεων

##### Στατιστική ανάλυση ANOVA και t-test στους παράγοντες ικανοποίησης

Μελετήθηκε με ANOVA η επίδραση των βασικών δημογραφικών χαρακτηριστικών και των ειδικών κατηγορικών μεταβλητών «προηγούμενες συμμετοχές», «κύριοι παράγοντες απόλαυσης της διοργάνωσης» και με t-test η επίδραση του φύλου και η «θέση στο σκάφος» στις μεταβλητές «παράγοντες ικανοποίησης» του συνολικού δείγματος, -στο βαθμό που οι εξεταζόμενοι παράγοντες μπορούν να αποτυπώσουν την ικανοποίηση των ερωτηθέντων-, για να αποφανθούμε αν δεχόμαστε ή απορρίπτουμε τη μηδενική στατιστική υπόθεση περί ισότητας των μέσων όρων των βαθμολογιών στους παράγοντες ικανοποίησης, χρησιμοποιώντας μεθόδους της παραμετρικής στατιστικής. Για τις παραπάνω μεθόδους θα πρέπει να πληρούνται οι ακόλουθες προϋποθέσεις:

1. Τα δείγματά μας να είναι τυχαία επιλεγμένα
2. Κάθε πληθυσμός να περιγράφεται ικανοποιητικά από την κανονική κατανομή.
3. Η μεταβλητή να παρουσιάζει την ίδια διασπορά σε όλους τους πληθυσμούς.

#### 4.3.3.1 Επίδραση της εθνικότητας στους παράγοντες ικανοποίησης

**Πίνακας 32.** Βαθμολογίες και αποτελέσματα της επίδρασης της εθνικότητας στους παράγοντες ικανοποίησης

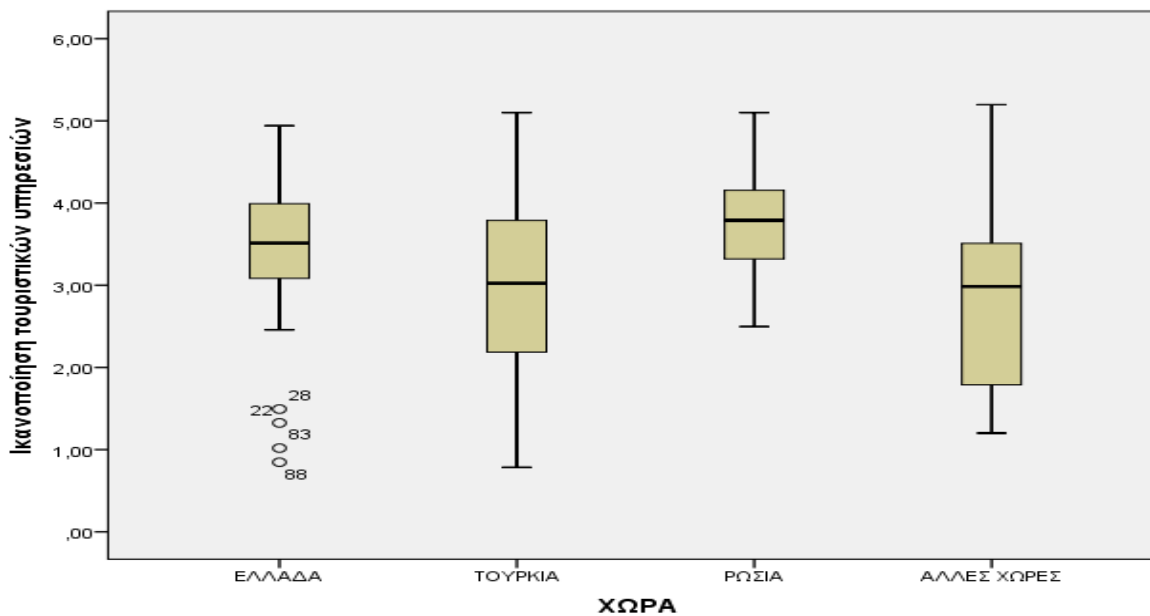
		Ικανοποίηση από παροχή τουριστικών υπηρεσιών								
		Kolmogorov-Smirnov				Shapiro-Wilk		Levene		
		N	M.O.	T.A.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.
Εθνικότητα	Ελλάδα	36	3.53	0.77	0.089	.200*	0.941	.054	3.222	.025
	Τουρκία	31	2.93	1.08	0.085	.200*	0.967	.443		
	Ρωσία	44	3.80	0.66	0.096	.200*	0.973	.378		
	Άλλες χώρες	8	2.87	1.31	0.16	.200*	0.94	.608		
			Ικανοποίηση από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών							
	Ελλάδα	37	4.75	0.69	0.087	.200*	0.977	.617	8.002	.001
	Τουρκία	30	3.76	1.10	0.125	.200*	0.923	.033		
	Ρωσία	42	4.33	0.53	0.113	.200*	0.961	.157		
	Άλλες χώρες	8	4.82	0.47	0.152	.200*	0.953	.746		
			Ικανοποίηση κατά την παραμονή στα μικρά νησιά							
	Ελλάδα	38	3.90	0.85	0.081	.200*	0.98	.83	3.428	.019
	Τουρκία	31	3.71	1.21	0.231	.001	0.89	.01		
	Ρωσία	44	4.26	0.79	0.099	.200*	0.97	.27		
	Άλλες χώρες	8	4.49	1.22	0.242	.19	0.91	.38		
			Ικανοποίηση από αίσθημα ασφάλειας και άνεσης							
	Ελλάδα	38	4.09	0.92	0.078	.200*	0.98	.72	2.764	.05
Τουρκία	31	4.54	1.20	0.134	.17	0.937	.069			
Ρωσία	43	4.45	0.79	0.127	.081	0.951	.064			
Άλλες χώρες	8	4.33	0.87	0.119	.200*	0.966	.869			

**Πίνακας 33.** Αποτελέσματα της απλής ANOVA ανεξάρτητων δειγμάτων των ομάδων της εθνικότητας στους παράγοντες ικανοποίησης

Εθνικότητα								
Ικανοποίηση τουριστικών υπηρεσιών								
Πηγή διασποράς	Άθροισμα τετραγώνων	df	Μέσα τετράγωνα	Πηλίκιο F	Sig.	df	Statistic	Sig.
Ανάμεσα στις μέσες τιμές των Ομάδων	1730571.61	3	576857.20			3		
Σφάλμα μέσα στις ομάδες	5082075.18	115	57101.97	10.10	.001	27.86	5.851	.003
Ολική	6812646.80	118						
Ικανοποίηση οργανωτικών υπηρεσιών								
Πηγή διασποράς	Άθροισμα τετραγώνων	df	Μέσα τετράγωνα	Πηλίκιο F	Sig.	df	Statistic	Sig.
Ανάμεσα στις μέσες τιμές των Ομάδων	18.339	3	6.113			3		
Σφάλμα μέσα στις ομάδες	63.365	112	0.566	10.81	.001	30.998	7.988	.001
Ολική	81.704	115						
Ικανοποίηση κατά την παραμονή στα νησιά								
Πηγή διασποράς	Άθροισμα τετραγώνων	df	Μέσα τετράγωνα	Πηλίκιο F	Sig.	df	Statistic	Sig.
Ανάμεσα στις μέσες τιμές των Ομάδων	7.798	3	2.599			3		
Σφάλμα μέσα στις ομάδες	108.202	117	0.925	2.81	.043	28.528	2.461	.083
Ολική	116	120						
Ικανοποίηση από αίσθημα ασφάλειας								
Πηγή διασποράς	Άθροισμα τετραγώνων	df	Μέσα τετράγωνα	Πηλίκιο F	Sig.	df	Statistic	Sig.
Ανάμεσα στις μέσες τιμές των Ομάδων	4.186	3	1.395					
Σφάλμα μέσα στις ομάδες	106.145	116	0.915	1.53	.212			
Ολική	110.331	119						

*Επίδραση της εθνικότητας, στην μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών*

Στην επίδραση της εθνικότητας, στην μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών ως προς τις τέσσερις διαφορετικές ομάδες. Αρχικά εξετάζεται η ικανοποίηση των προϋποθέσεων για παραμετρική ανάλυση με one way ANOVA. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται μετά την αφαίρεση των ακραίων τιμών, στην εθνικότητα Έλληνες, στις παρατηρήσεις 88 και 83 με τιμές στη βαθμολογία της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών 0.85 και 1.02 αντίστοιχα (Σχήμα 2). Ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα των ανά ομάδα εθνικοτήτων ακολουθούν κανονική κατανομή δεν απορρίπτεται σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov και Shapiro-Wilk  $p > .05$  (Πίνακας 32).



**Σχήμα 2.** Θηκόγραμμα της εθνικότητας στη μεταβλητή της ικανοποίησης από παροχή τουριστικών υπηρεσιών

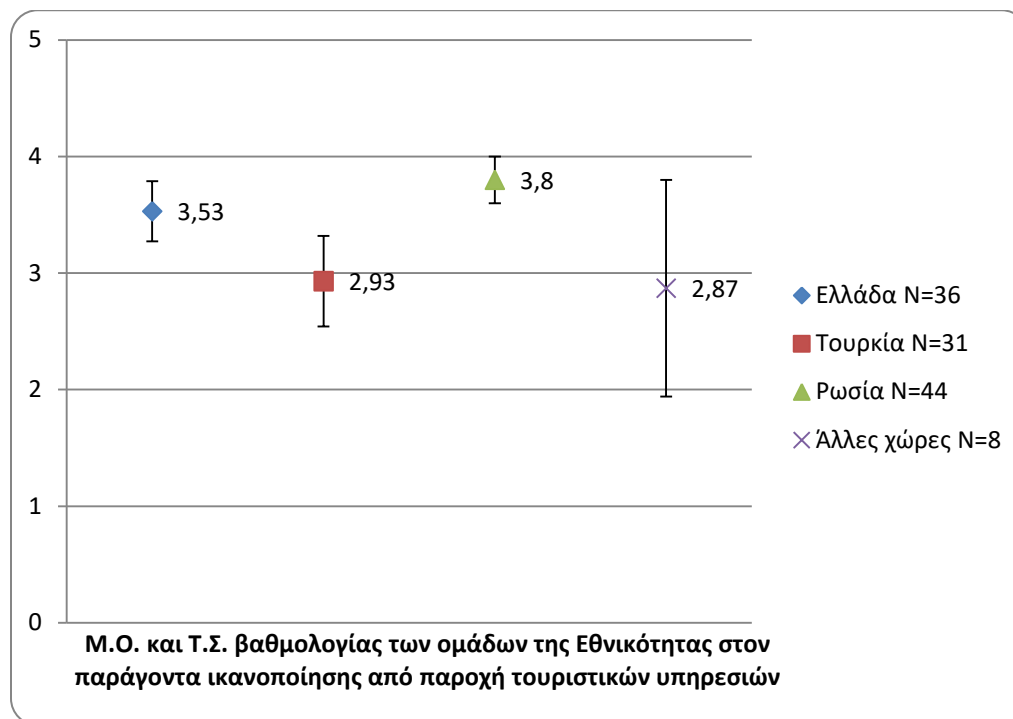
Στην τρίτη προϋπόθεση, ο έλεγχος Levene, παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F_{3,115} = 3.222, p = .025$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 32). Κατά συνέπεια δεν μπορούμε να ερμηνεύσουμε την στατιστική μηδενική υπόθεση ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών, με τον στατιστικό έλεγχο της κατανομής F. Η παραπάνω στατιστική υπόθεση ελέγχεται με το ανθεκτικό σε αποκλίσεις από την ομοιογένεια των διασπορών, Welch Statistic (Πίνακας 33) με  $p=.003$  απορρίπτουμε τη μηδενική υπόθεση της ισότητας στη βαθμολογία της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών ανάμεσα στις εθνικότητες που συμμετέχουν στη μελέτη. Υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά ανάμεσα στις τέσσερις ομάδες εθνικότητας. Για να εντοπιστούν οι διαφορές εντός των εθνικοτήτων ακολούθησαν πολλαπλές συγκρίσεις με *post hoc* ανάλυση με τη μέθοδο διόρθωσης Tamhane, η οποία είναι κατάλληλη όταν η προϋπόθεση της ομοιογένειας των διασπορών δεν ικανοποιείται. Έτσι προέκυψε ότι η μόνη στατιστικά σημαντική διαφορά παρουσιάστηκε μεταξύ των μέσων βαθμολογιών των Ρώσων σε σύγκριση με των Τούρκων  $p=.002$  (Πίνακας 34).

**Πίνακας 34.** Πολλαπλές συγκρίσεις με *post hoc* ανάλυση με τη μέθοδο διόρθωσης του Tamhane στη βαθμολογία Ικανοποίησης από παροχή τουριστικών υπηρεσιών στην μεταβλητή της εθνικότητας

(I) Εθνικότητα	(J) Εθνικότητα	Διαφορές μέσων όρων (I-J)	S. E	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Ελλάδα	Τουρκία	.59815	.23315	.076	-.0389	1.2352
	Ρωσία	-.26942	.16315	.480	-.7112	.1724
	Άλλες Χώρες	.66154	.48224	.751	-1.0025	2.3256
Τουρκία	Ελλάδα	-.59815	.23315	.076	-1.2352	.0389
	Ρωσία	<b>-.86757*</b>	.21870	.002	-1.4689	-.2662
	Άλλες Χώρες	.06339	.50376	1.000	-1.5974	1.7241
Ρωσία	Ελλάδα	.26942	.16315	.480	-.1724	.7112
	Τουρκία	<b>.86757*</b>	.21870	.002	.2662	1.4689
	Άλλες Χώρες	.93096	.47542	.423	-.7383	2.6002
Άλλες Χώρες	Ελλάδα	-.66154	.48224	.751	-2.3256	1.0025
	Τουρκία	-.06339	.50376	1.000	-1.7241	1.5974
	Ρωσία	-.93096	.47542	.423	-2.6002	.7383

\*. Η διαφορά των μέσων όρων είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας  $\alpha=.05$

Η μέση βαθμολογία, στην ικανοποίηση από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών, των Ρώσων ( $M=3.80\pm.66$ ) ήταν στατιστικά σημαντικά μεγαλύτερη από τη μέση βαθμολογία των Τούρκων ( $M=2.93\pm1.08$ ) (Πίνακας 32). Δεν παρατηρήθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές ανάμεσα στη μέση βαθμολογία των Ελλήνων με τη μέση βαθμολογία των Τούρκων, Ρώσων και Άλλων Χωρών, όπως και ανάμεσα στη μέση βαθμολογία των Άλλων Χωρών με τη μέση βαθμολογία των Τούρκων και των Ρώσων (Σχήμα 3).

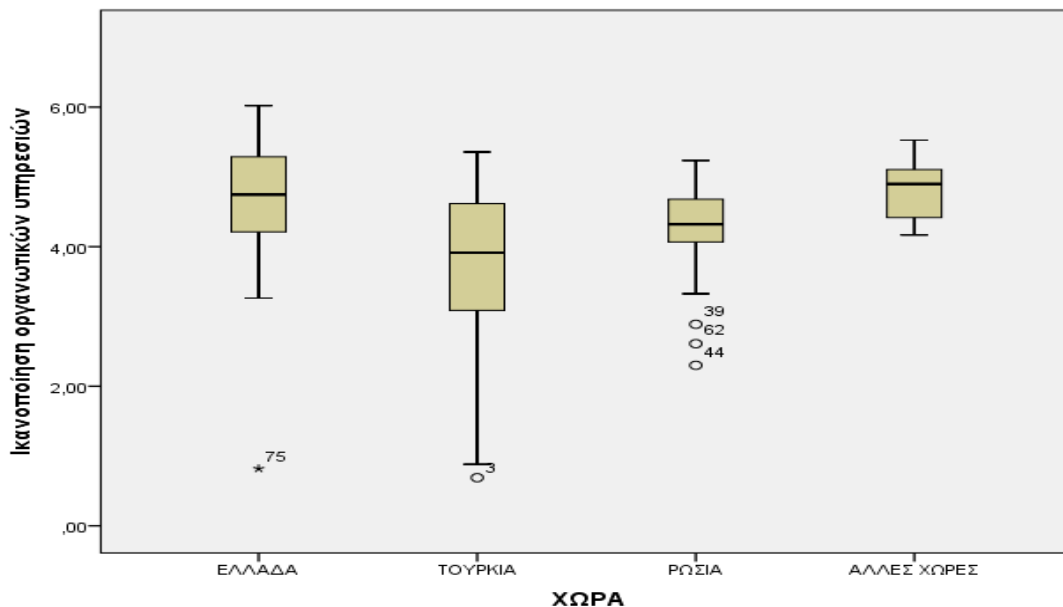


**Σχήμα 3.** Μέσοι όροι της βαθμολογίας ικανοποίησης από παροχή τουριστικών υπηρεσιών στην μεταβλητή εθνικότητα

*Επίδραση της εθνικότητας, στην μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών*

Στην επίδραση της εθνικότητας, στην μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών ως προς τις τέσσερις διαφορετικές ομάδες. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο

επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται μετά την αφαίρεση των ακραίων τιμών, στην εθνικότητα Έλληνες στην παρατήρηση με id 75 και τιμή στη βαθμολογία της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών 0.82, στην εθνικότητα Τούρκοι στην παρατήρηση με id 3 και τιμή 0.69 και στην εθνικότητα Ρώσοι στις παρατηρήσεις με id 44 και 62 με τιμές 2.30 και 2.61 αντίστοιχα (Σχήμα 4). Ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα, των ανά ομάδα εθνικοτήτων ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή, δεν απορρίπτεται. Σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov  $p > .05$  ενώ στο τεστ Shapiro-Wilk σε όλα  $p > .05$  πλην της κατανομής για τα δεδομένα από την εθνικότητα της Τουρκίας  $p = .033$  (Πίνακας 32).



**Σχήμα 4.** Θηκόγραμμα της εθνικότητας στη μεταβλητή της ικανοποίησης από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών

Στην τρίτη προϋπόθεση, ο έλεγχος Levene παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F_{3,113} = 7.065$ ,  $p = .001$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 33), κατά συνέπεια δεν μπορούμε να ερμηνεύσουμε την στατιστική μηδενική υπόθεση ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών, με τον στατιστικό έλεγχο της κατανομής F. Η παραπάνω στατιστική υπόθεση ελέγχεται με το ανθεκτικό σε αποκλίσεις από την ομοιογένεια των διασπορών, Welch Statistic (Πίνακας 34) με

$p=.001$ . Οπότε απορρίπτουμε τη μηδενική υπόθεση της ισότητας στη βαθμολογία της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών ανάμεσα στις εθνικότητες που συμμετέχουν στη μελέτη. Υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά ανάμεσα στις τέσσερις ομάδες εθνικότητας. Για να εντοπιστούν οι διαφορές εντός των εθνικοτήτων ακολούθησαν πολλαπλές συγκρίσεις με *post hoc* ανάλυση με τη μέθοδο διόρθωσης Tamhane, η οποία είναι κατάλληλη όταν η προϋπόθεση της ομοιογένειας των διασπορών δεν ικανοποιείται και προέκυψε ότι υπήρχαν στατιστικά σημαντικές διαφορές. Συγκεκριμένα εντοπίστηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των μέσων βαθμολογιών των Ελλήνων σε σύγκριση με των Τούρκων  $p=.001$  και των Ρώσων  $p=.023$  όπως και μεταξύ των άλλων χωρών και των Τούρκων  $p=.002$  (Πίνακας 35).

**Πίνακας 35.** Πολλαπλές συγκρίσεις με *post hoc* ανάλυση με τη μέθοδο διόρθωσης του Tamhane στη βαθμολογία Ικανοποίησης από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών στην μεταβλητή της εθνικότητας

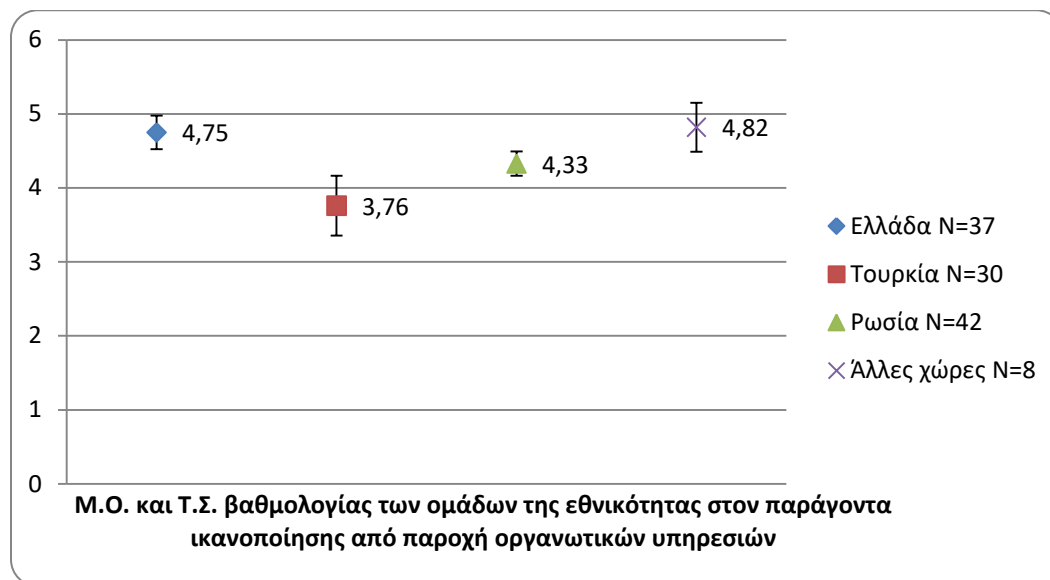
(I) Εθνικότητα	(J) Εθνικότητα	Διαφορές μέσων			95% Confidence Interval	
		όρων (I-J)	S. E	Sig.	Lower Bound	Upper Bound
Ελλάδα	Τουρκία	<b>.99701*</b>	.23098	.000	.3624	1.6316
	Ρωσία	<b>.41918*</b>	.13997	.023	.0398	.7986
	Άλλες Χώρες	-.06501	.20076	1.000	-.6758	.5458
Τουρκία	Ελλάδα	-.99701*	.23098	.000	-1.6316	-.3624
	Ρωσία	-.57783	.21738	.066	-1.1805	.0248
	Άλλες Χώρες	-1.06202*	.26071	.002	-1.7996	-.3244
Ρωσία	Ελλάδα	-.41918*	.13997	.023	-.7986	-.0398
	Τουρκία	.57783	.21738	.066	-.0248	1.1805
	Άλλες Χώρες	-.48419	.18495	.137	-1.0782	.1098
Άλλες Χώρες	Ελλάδα	.06501	.20076	1.000	-.5458	.6758
	Τουρκία	<b>1.06202*</b>	.26071	.002	.3244	1.7996
	Ρωσία	.48419	.18495	.137	-.1098	1.0782

\*.  $p < .05$  level (2-tailed).

Η μέση βαθμολογία (Πίνακας 32), στην ικανοποίηση από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών των Ελλήνων ( $M=4.75\pm 0.69$ ) ήταν στατιστικά σημαντικά μεγαλύτερη από τη μέση



βαθμολογία των Τούρκων ( $M=3.76\pm 1.10$ ) και των Ρώσων ( $M=4.37\pm 0.49$ ), όπως και η μέση βαθμολογία των Άλλων Χωρών ( $M=4,82\pm 0.47$ ) ήταν στατιστικά σημαντικά μεγαλύτερη από τη μέση βαθμολογία των Τούρκων ( $M=3.76\pm 1.10$ ). Δεν παρατηρήθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές ανάμεσα στη μέση βαθμολογία των Ελλήνων με τη μέση βαθμολογία των Άλλων Χωρών, όπως και ανάμεσα στη μέση βαθμολογία των Ρώσων με τη μέση βαθμολογία των Άλλων Χωρών (Σχήμα 5).



**Σχήμα 5.** Μέσοι όροι της βαθμολογίας ικανοποίησης από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών στην μεταβλητή εθνικότητα

*Επίδραση της εθνικότητας, στην μεταβλητή της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά*

Στην επίδραση της εθνικότητας, στην μεταβλητή της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά ως προς τις τέσσερις διαφορετικές ομάδες. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται προσεγγιστικά, καθώς ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα, των ανά ομάδα εθνικοτήτων ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή, δεν απορρίπτεται (σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov

$p > .05$  πλην της κατανομής για τα δεδομένα από την εθνικότητα της Τουρκίας  $p < .05$  και το ίδιο στο αποτέλεσμα στα τεστ Shapiro-Wilk σε όλα  $p > .05$  πλην της κατανομής για τα δεδομένα από την εθνικότητα της Τουρκίας  $p < .05$ ) (Πίνακας 32). Στην τρίτη προϋπόθεση ο έλεγχος Levene παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F_{3,117} = 3.428, p = .019$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 32) και κατά συνέπεια δεν μπορούμε να ερμηνεύσουμε την στατιστική μηδενική υπόθεση ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας, της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά, με τον στατιστικό έλεγχο της κατανομής F. Η παραπάνω στατιστική υπόθεση ελέγχεται με το ανθεκτικό σε αποκλίσεις, από την ομοιογένεια των διασπορών, Welch Statistic (Πίνακας 33). Με  $p = .083$  δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση ως προς τη βαθμολογία της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά ανάμεσα στις εθνικότητες που συμμετέχουν στη μελέτη. Δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά ανάμεσα στις τέσσερις ομάδες εθνικότητας.

*Επίδραση της εθνικότητας, στην μεταβλητή της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης*

Στην επίδραση της εθνικότητας, στην μεταβλητή της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης ως προς τις τέσσερις διαφορετικές ομάδες. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται, καθώς ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα, των ανά ομάδα εθνικοτήτων ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή, δεν απορρίπτεται. Σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov  $p > .05$  και το ίδιο αποτέλεσμα προκύπτει και στα τεστ Shapiro-Wilk (σε όλα  $p > .05$ ) (Πίνακας 32). Στην τρίτη προϋπόθεση ο έλεγχος Levene δεν παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F_{3,116} = 2.764, p = .05$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 32), κατά συνέπεια μπορούμε να ερμηνεύσουμε την στατιστική μηδενική υπόθεση ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας, της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης, με τον στατιστικό έλεγχο της κατανομής F. Εφόσον το αποτέλεσμα (Πίνακας 33) της επίδρασης της εθνικότητας στην βαθμολογία ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης δεν ήταν στατιστικά σημαντικό ( $F_{3,116} = 1.525, p = .212$ ), δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση ως προς την

ισότητα του μέσου όρου στη βαθμολογία της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης ανάμεσα στις εθνικότητες που συμμετείχαν στη μελέτη.

#### 4.3.3.2 Επίδραση της ηλικίας, στους παράγοντες ικανοποίησης

**Πίνακας 36.** Βαθμολογίες και αποτελέσματα της επίδρασης της ηλικίας στους παράγοντες ικανοποίησης

Ικανοποίηση από παροχή τουριστικών υπηρεσιών									
			Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-Wilk		Levene		
	N	M.O.	T.A.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.
	<29	10	3.4311	0.63742	0.174	.200	0.928	0.429	
	30-39	33	3.5499	0.73992	0.129	0.175357	0.949	0.127	
	40-49	37	3.5444	0.93716	0.079	.200	0.959	0.192	3.038 .020
	50-59	24	3.0507	1.18902	0.144	.200	0.955	0.352	
	60>	14	3.2304	1.34555	0.185	.200	0.885	0.069	
Ικανοποίηση από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών									
			Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-Wilk		Levene		
	N	M.O.	T.A.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.
	<29	9	4.5703	0.66617	0.142	.200	0.948	0.664	
	30-39	32	4.5746	0.52367	0.104	.200	0.977	0.722	
	40-49	37	4.2021	0.77045	0.113	.200	0.971	0.426	3.941 .005
	50-59	22	4.2244	0.97841	0.189	0.039	0.926	0.1	
	60>	13	4.7752	0.64807	0.124	.200	0.974	0.937	
Ικανοποίηση κατά την παραμονή στα μικρά νησιά									
			Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-Wilk		Levene		
	N	M.O.	T.A.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.
	<29	10	3.89	1.14	0.174	.200	0.954	.712	
	30-39	33	3.99	1.05	0.124	.200	0.930	.035	
	40-49	37	4.01	1.01	0.141	.06	0.953	.120	0.252 .908
	50-59	24	3.87	0.91	0.083	.200	0.966	.578	
	60>	14	4.43	0.88	0.098	.200	0.977	.950	
Ικανοποίηση από αίσθημα ασφάλειας και άνεσης									
			Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-Wilk		Levene		
	N	M.O.	T.A.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.

Ηλικία

<29	10	3.95	1.06	0.12	.200	0.982	.975		
30-39	33	4.03	0.85	0.111	.200	0.969	.466		
40-49	37	4.37	0.86	0.124	.164	0.947	.077	4.925	.001
50-59	24	4.62	1.32	0.172	.063	0.919	.055		
60>	14	4.51	0.59	0.129	0.2	0.969	.861		

**Πίνακας 37.** Αποτελέσματα της απλής ANOVA ανεξάρτητων δειγμάτων των ομάδων της ηλικίας στους παράγοντες ικανοποίησης

		Ικανοποίηση τουριστικών υπηρεσιών					Welch		
Πηγή διασποράς		Άθροισμα τετραγώνων	df	Μέσα τετράγωνα	Πηλίκιο F	Sig.	df	Statistic	Sig.
Ηλικία	Ανάμεσα στις μέσες τιμές των Ομάδων	4.854	4	1.214	1.26	.29	4		
	Σφάλμα μέσα στις ομάδες	108.847	113	0.963			38.57	0.965	.438
	Ολική	113.701	117						
		Ικανοποίηση οργανωτικών υπηρεσιών					Welch		
Πηγή διασποράς		Άθροισμα τετραγώνων	df	Μέσα τετράγωνα	Πηλίκιο F	Sig.	df	Statistic	Sig.
Ηλικία	Ανάμεσα στις μέσες τιμές των Ομάδων	5.188	4	1.297	2.39	.055	4	2.412	.068
	Σφάλμα μέσα στις ομάδες	58.564	108	0.542			34.112		
	Ολική	63.751	112						
		Ικανοποίηση κατά την παραμονή στα νησιά					Welch		
Πηγή διασποράς		Άθροισμα τετραγώνων	df	Μέσα τετράγωνα	Πηλίκιο F	Sig.	df	Statistic	Sig.
Ηλικία	Ανάμεσα στις μέσες τιμές των Ομάδων	3.167	4	0.792	0.794	.531			
	Σφάλμα μέσα στις ομάδες	112.665	113	0.997					
	Ολική	115.832	117						
		Ικανοποίηση από αίσθημα ασφάλειας					Welch		
Πηγή διασποράς		Άθροισμα τετραγώνων	df	Μέσα τετράγωνα	Πηλίκιο F	Sig.	df	Statistic	Sig.

Ανάμεσα στις μέσες τιμές των Ομάδων	6.83	4	1.71		4		
Σφάλμα μέσα στις ομάδες	104.388	113	0.924	1.85	.125	38.653	1.853 .139
Ολική	111.217	117					

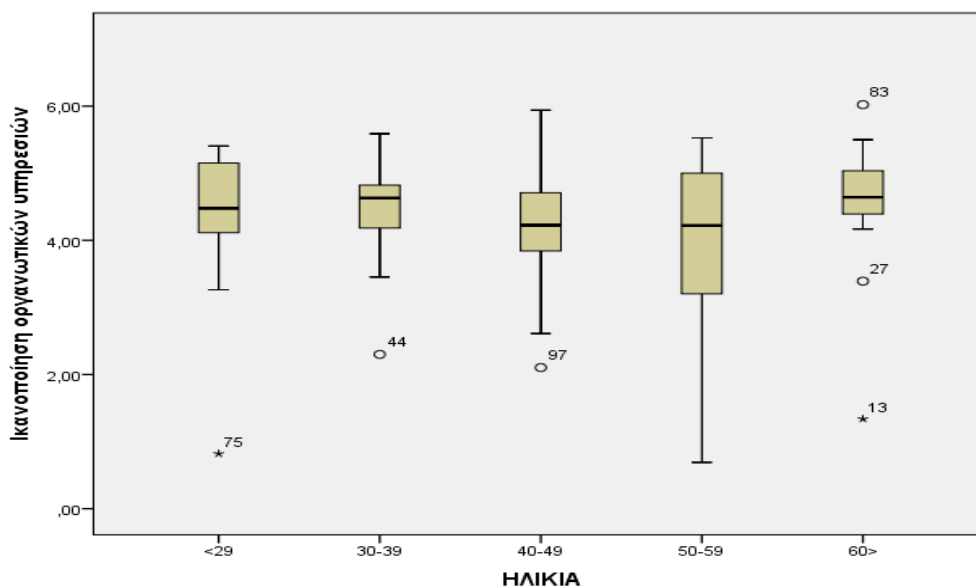
*Επίδραση της ηλικίας, στην μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών*

Στην επίδραση της ηλικίας, στην μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών ως προς τις πέντε ηλικιακές ομάδες. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται, διότι ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα των ηλικιακών ομάδων ακολουθούν κανονική κατανομή δεν απορρίπτεται σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov και Shapiro-Wilk  $p > .05$  (Πίνακας 36). Στην τρίτη προϋπόθεση ο έλεγχος Levene παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F_{4,113} = 3.038, p = .020$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 36) κατά συνέπεια δεν μπορούμε να ερμηνεύσουμε την στατιστική μηδενική υπόθεση ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας, της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών, με τον στατιστικό έλεγχο της κατανομής F. Η παραπάνω στατιστική υπόθεση ελέγχεται με το ανθεκτικό σε αποκλίσεις από την ομοιογένεια των διασπορών Welch Statistic (Πίνακας 37). Με  $p = .438$  δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση ως προς τη βαθμολογία της ικανοποίησης από παροχή τουριστικών υπηρεσιών ανάμεσα στις ηλικιακές ομάδες που συμμετέχουν στη μελέτη. Δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά ανάμεσα στις πέντε ηλικιακές ομάδες.

*Επίδραση της ηλικίας, στην μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών*

Στην επίδραση της ηλικίας, στην μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών ως προς τις

πέντε ηλικιακές ομάδες. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται μετά την αφαίρεση των ακραίων τιμών, αρχικά στην ηλικιακή ομάδα <29 στην παρατήρηση με id 75 και τιμή στη βαθμολογία της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών 0.82, στην ηλικιακή ομάδα 30-39 στην παρατήρηση με id 44 με τιμή 2.30 και στην ηλικιακή ομάδα 60> στην παρατήρηση με id 13 με τιμή 1.34 (Σχήμα 6) και σε επανέλεγχο στην ηλικιακή ομάδα 50-59 στις παρατηρήσεις με id 3 και id 14 με τιμές 0.69 και 0.88 αντίστοιχα. Σε κάθε περίπτωση η αφαίρεση ακραίων παρατηρήσεων δεν ξεπέρασε το 10%, εξ ου και ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα, των ηλικιακών ομάδων ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή, δεν απορρίπτεται.



**Σχήμα 6.** Θηκόγραμμα της ηλικίας στη μεταβλητή της ικανοποίησης από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών

Σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov,  $p > .05$  πλην της κατανομής για τα δεδομένα από την ηλικιακή κατηγορία 50-59  $p = .039$  ενώ σε όλα τα τεστ Shapiro-Wilk,  $p > .05$  (Πίνακας 36). Στην τρίτη προϋπόθεση ο έλεγχος Levene παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F_{4,108} = 3.941$ ,  $p = .005$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 36) κατά συνέπεια δεν μπορούμε να ερμηνεύσουμε την στατιστική μηδενική υπόθεση ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας,

της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών, με τον στατιστικό έλεγχο της κατανομής  $F$ . Η παραπάνω στατιστική υπόθεση ελέγχεται με το ανθεκτικό σε αποκλίσεις από την ομοιογένεια των διασπορών Welch Statistic (Πίνακας 37). Με  $p=.068$  δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση ως προς τη βαθμολογία της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών ανάμεσα στις ηλικιακές ομάδες που συμμετέχουν στη μελέτη. Δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά ανάμεσα στις πέντε ηλικιακές ομάδες.

*Επίδραση της ηλικίας, στην μεταβλητή της ικανοποίησης από την παραμονή στα μικρά νησιά*

Στην επίδραση της ηλικίας, στην μεταβλητή της ικανοποίησης από την παραμονή στα μικρά νησιά, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από την παραμονή στα μικρά νησιά ως προς τις πέντε ηλικιακές ομάδες.

Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται, ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα των ηλικιακών ομάδων ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή δεν απορρίπτεται σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov  $p>.05$  και σε όλα τα τεστ Shapiro-Wilk  $p>.05$  πλην της ηλικιακής κατηγορίας 30-39 με  $p=.035$  (Πίνακας 36). Στην τρίτη προϋπόθεση ο έλεγχος Levene δεν παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F_{4,113} = 0.252, p = .908$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 36) κατά συνέπεια μπορούμε να ερμηνεύσουμε την στατιστική μηδενική υπόθεση ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας, της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά, με τον στατιστικό έλεγχο της κατανομής  $F$ . Το αποτέλεσμα (Πίνακας 37) της επίδρασης της ηλικίας στην βαθμολογία ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά δεν ήταν στατιστικά σημαντικό ( $F_{4,113} = 0.794, p = .531$ ). Δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση ως προς την ισότητα του μέσου όρου στη βαθμολογία της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά ανάμεσα στις ηλικιακές ομάδες που συμμετείχαν στη μελέτη.

### *Επίδραση της ηλικίας, στην μεταβλητή της ικανοποίησης από αίσθημα ασφάλειας και άνεσης*

Στην επίδραση της ηλικίας, στην μεταβλητή της ικανοποίησης από αίσθημα ασφάλειας και άνεσης, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης ως προς τις πέντε ηλικιακές ομάδες.

Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται, ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα των ηλικιακών ομάδων ακολουθούν κανονική κατανομή δεν απορρίπτεται σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov και Shapiro-Wilk  $p > .05$  (Πίνακας 36). Στην τρίτη προϋπόθεση ο έλεγχος Levene παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F_{4,113} = 4.925, p = .001$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 36) κατά συνέπεια δεν μπορούμε να ερμηνεύσουμε την στατιστική μηδενική υπόθεση ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας, της ικανοποίησης από αίσθημα ασφάλειας και άνεσης, με τον στατιστικό έλεγχο της κατανομής  $F$ . Η παραπάνω στατιστική υπόθεση ελέγχεται με το ανθεκτικό σε αποκλίσεις από την ομοιογένεια των διασπορών Welch Statistic (Πίνακας 37) με  $p = .139$  δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση ως προς τη βαθμολογία της ικανοποίησης από αίσθημα ασφάλειας και άνεσης ανάμεσα στις ηλικιακές ομάδες που συμμετέχουν στη μελέτη. Δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά ανάμεσα στις πέντε ηλικιακές ομάδες.

#### **4.3.3.3 Επίδραση του επιπέδου εκπαίδευσης, στους παράγοντες ικανοποίησης**

**Πίνακας 38.** Βαθμολογίες και αποτελέσματα της επίδρασης του επιπέδου εκπαίδευσης στους παράγοντες ικανοποίησης

Ικανοποίηση από παροχή τουριστικών υπηρεσιών								
		Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-Wilk		Levene		
N	M.O.	T.A.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.



Μορφωτικό επίπεδο	High school graduate	15	3.64	1.28	0.198	0.117	0.864	.027	2.589	.056	
	Bachelor's degree	45	3.12	0.93	0.116	.155	0.960	.118			
	Master's degree	50	3.61	0.81	0.098	.200	0.964	.128			
	Doctoral degree	7	3.10	1.44	0.257	.180	0.872	.192			
	Iκανοποίηση από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών										
	Kolmogorov-Smirnov										
	Shapiro-Wilk										
	Levene										
	N M.O. T.A. Statistic Sig. Statistic Sig. Statistic Sig.										
	High school graduate	15	4.20	1.04	0.172	.200	0.968	.828	7.732	.001	
	Bachelor's degree	44	4.47	0.65	0.087	.200	0.968	.259			
	Master's degree	48	4.45	0.77	0.125	.058	0.961	.106			
	Doctoral degree	7	3.19	1.71	0.287	.085	0.767	.019			
	Iκανοποίηση κατά την παραμονή στα μικρά νησιά										
	Kolmogorov-Smirnov										
	Shapiro-Wilk										
Levene											
N M.O. T.A. Statistic Sig. Statistic Sig. Statistic Sig.											
High school graduate	15	4.49	0.68	0.123	.200	0.984	.99	1.405	.245		
Bachelor's degree	45	4.09	0.89	0.078	.200	0.990	.962				
Master's degree	50	3.90	1.07	0.104	.200	0.958	.071				
Doctoral degree	7	3.13	1.01	0.258	.174	0.878	.217				
Iκανοποίηση από αίσθημα ασφάλειας και άνεσης											
Kolmogorov-Smirnov											
Shapiro-Wilk											
Levene											
N M.O. T.A. Statistic Sig. Statistic Sig. Statistic Sig.											
High school graduate	15	4.28	0.86	0.143	.200	0.979	.963	0.705	.551		
Bachelor's degree	45	4.30	1.08	0.086	.200	0.968	.255				
Master's degree	50	4.33	0.90	0.079	.200	0.976	.404				
Doctoral degree	7	4.24	1.26	0.261	.161	0.858	.145				

**Πίνακας 39.** Αποτελέσματα της απλής ANOVA ανεξάρτητων δειγμάτων των ομάδων του επιπέδου εκπαίδευσης στους παράγοντες ικανοποίησης

		Ικανοποίηση τουριστικών υπηρεσιών					Welch		
Πηγή διασποράς	Άθροισμα τετραγώνων	df	Μέσα τετράγωνα	Πηλίκιο F	Sig.	df	Statistic	Sig.	
Ανάμεσα στις μέσες τιμές των Ομάδων	7.271	3	2.424						
Σφάλμα μέσα στις ομάδες	106.077	113	0.939	2.582	.057				
Ολική	113.348	116							
		Ικανοποίηση οργανωτικών υπηρεσιών					Welch		
Πηγή διασποράς	Άθροισμα τετραγώνων	df	Μέσα τετράγωνα	Πηλίκιο F	Sig.	df	Statistic	Sig.	
Ανάμεσα στις μέσες τιμές των Ομάδων	10.784	3	3.595			3			
Σφάλμα μέσα στις ομάδες	78.298	110	0.712	5.05	.003	21.027	1.439	.26	
Ολική	89.083	113							
		Ικανοποίηση κατά την παραμονή στα νησιά					Welch		
Πηγή διασποράς	Άθροισμα τετραγώνων	df	Μέσα τετράγωνα	Πηλίκιο F	Sig.	df	Statistic	Sig.	
Ανάμεσα στις μέσες τιμές των Ομάδων	9.604	3	3.201						
Σφάλμα μέσα στις ομάδες	104.336	113	0.923	3.47	.019				
Ολική	113.939	116							
		Ικανοποίηση από αίσθημα ασφάλειας							
Πηγή διασποράς	Άθροισμα τετραγώνων	df	Μέσα τετράγωνα	Πηλίκιο F	Sig.				
Ανάμεσα στις μέσες τιμές των Ομάδων	0.08	3	0.03						
Σφάλμα μέσα στις ομάδες	110.787	113	0.98	0.03	.994				
Ολική	110.867	116							

5μιαοριστη οριστη

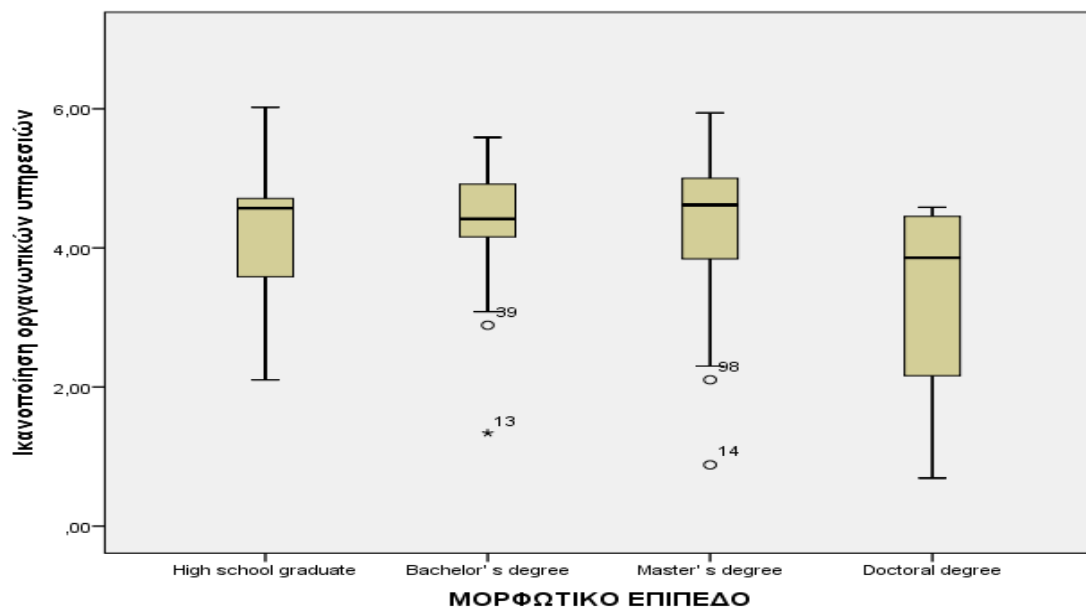
*Επίδραση του επιπέδου εκπαίδευσης, στη μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών*

Στην επίδραση του επιπέδου εκπαίδευσης, στη μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών ως προς τα τέσσερα επίπεδα εκπαίδευσης. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη υπόθεση ικανοποιείται προσεγγιστικά, ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα των ηλικιακών ομάδων ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή δεν απορρίπτεται σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov και σε όλα τα τεστ Shapiro-Wilk  $p > .05$  πλην της μορφωτικής κατηγορίας High school graduate με  $p = .027$  (Πίνακας 38). Στην τρίτη υπόθεση ο έλεγχος Levene δεν παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F_{3,113} = 2.589, p = .056$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 38), κατά συνέπεια μπορούμε να ερμηνεύσουμε την στατιστική μηδενική υπόθεση ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας, της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών, με τον στατιστικό έλεγχο one way ANOVA της κατανομής F για ανεξάρτητα δείγματα. Το αποτέλεσμα (Πίνακας 39) της επίδρασης του επιπέδου εκπαίδευσης στην βαθμολογία ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών δεν ήταν στατιστικά σημαντικό ( $F_{3,113} = 2.582, p = .057$ ). Δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση ως προς την ισότητα του μέσου όρου στη βαθμολογία της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών ανάμεσα στα διαφορετικά επίπεδα εκπαίδευσης.

*Επίδραση της εκπαίδευσης, στην μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών*

Στην επίδραση της εκπαίδευσης, στην μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών ως προς τα τέσσερα επίπεδα εκπαίδευσης. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται μετά την αφαίρεση των ακραίων τιμών, αρχικά την παρατήρηση με id 13 και τιμή στη βαθμολογία της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών 1.34 στο εκπαιδευτικό επίπεδο

Bachelor' s degree, την παρατήρηση με id 14 με τιμή 0.88 στο εκπαιδευτικό επίπεδο Master's degree και σε επανέλεγχο την παρατήρηση με id 98 με τιμή 2.10 (Σχήμα 7). Σε κάθε περίπτωση η αφαίρεση ακραίων παρατηρήσεων δεν ξεπέρασε το 10%, ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα, του επιπέδου εκπαίδευσης ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή, δεν απορρίπτεται. Σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov  $p > .05$  και σε όλα τα τεστ Shapiro-Wilk  $p > .05$  πλην της κατανομής για τα δεδομένα από το εκπαιδευτικό επίπεδο Doctoral degree  $p = .019$  (Πίνακας 38). Στην τρίτη προϋπόθεση ο έλεγχος Levene παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F_{3,110} = 7.732, p = .001$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 38) κατά συνέπεια δεν μπορούμε να ερμηνεύσουμε την στατιστική μηδενική υπόθεση ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας, της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών, με τον στατιστικό έλεγχο της κατανομής F. Η παραπάνω στατιστική υπόθεση ελέγχεται με το ανθεκτικό σε αποκλίσεις από την ομοιογένεια των διασπορών Welch Statistic (Πίνακας 39) με  $p = .260$  δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση ως προς τη βαθμολογία της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών ανάμεσα στο εκπαιδευτικό επίπεδο αυτών που συμμετείχαν στη μελέτη. Δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά ανάμεσα στα τέσσερα εκπαιδευτικά επίπεδα.



**Σχήμα 7.** Θηκόγραμμα του μορφωτικού επιπέδου στη μεταβλητή της ικανοποίησης από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών

*Επίδραση του επιπέδου εκπαίδευσης, στην μεταβλητή της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά*

Στην επίδραση του επιπέδου εκπαίδευσης, στην μεταβλητή της ικανοποίησης από την παραμονή στα μικρά νησιά, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από την παραμονή στα μικρά νησιά ως προς τα τέσσερα επίπεδα εκπαίδευσης. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται, ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα των ηλικιακών ομάδων ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή δεν απορρίπτεται σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov  $p > .05$  και σε όλα τα τεστ Shapiro-Wilk  $p > .05$  (Πίνακας 38). Στην τρίτη προϋπόθεση ο έλεγχος Levene δεν παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F_{3,113} = 1.405, p = .245$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 38) κατά συνέπεια μπορούμε να ερμηνεύσουμε την στατιστική μηδενική υπόθεση ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας, της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά, με τον στατιστικό έλεγχο one way ANOVA της κατανομής F. Το αποτέλεσμα της επίδρασης (Πίνακας 39) του επιπέδου εκπαίδευσης στην βαθμολογία ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά ήταν στατιστικά σημαντικό ( $F_{3,113} = 3.467, p = .019$ ). Δεν δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση ως προς την ισότητα του μέσου όρου στη βαθμολογία της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά ανάμεσα στα διαφορετικά επίπεδα εκπαίδευσης. Για να εντοπιστούν οι διαφορές μεταξύ των επίπεδων εκπαίδευσης ακολούθησαν πολλαπλές συγκρίσεις με post hoc ανάλυση με τη μέθοδο διόρθωσης του Bonferroni και προέκυψε ότι η μόνη στατιστικά σημαντική διαφορά παρουσιάστηκε μεταξύ των μέσων βαθμολογιών των αποφοίτων δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης σε σύγκριση με των κατόχων διδακτορικών τίτλων  $p = .05$  (Πίνακας 40).

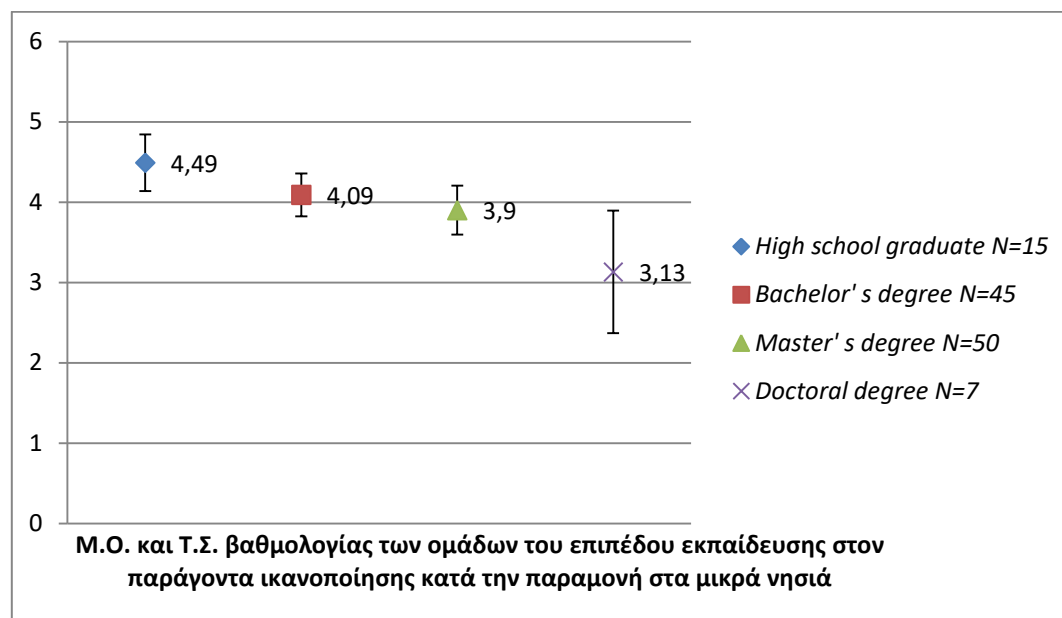
**Πίνακας 40.** Πολλαπλές συγκρίσεις με post hoc ανάλυση με τη μέθοδο διόρθωσης του Bonferroni στη βαθμολογία Ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά στην μεταβλητή του επιπέδου εκπαίδευσης

(I) Μορφωτικό Επίπεδο	(J) Μορφωτικό Επίπεδο	Διαφορές μέσων όρων (I-J)	T.A.	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
High school	Bachelor's degree	0.39609	.28648	1.000	-.3733	1.1654

graduate	Master' s degree	.58218	.28288	.251	-.1775	1.3419
	Doctoral degree	<b>1.35090*</b>	.43984	.016	.1697	2.5321
Bachelor' s degree	High school graduate	-.39609	.28648	1.000	-1.1654	.3733
	Master' s degree	.18608	.19745	1.000	-.3442	.7163
	Doctoral degree	.95480	.39041	.096	-.0936	2.0033
Master' s degree	High school graduate	-.58218	.28288	.251	-1.3419	.1775
	Bachelor' s degree	-.18608	.19745	1.000	-.7163	.3442
	Doctoral degree	.76872	.38778	.299	-.2727	1.8101
Doctoral degree	High school graduate	-1.35090*	.43984	.016	-2.5321	-.1697
	Bachelor' s degree	-.95480	.39041	.096	-2.0033	.0936
	Master' s degree	-.76872	.38778	.299	-1.8101	.2727

\*.  $p < .05$  level (2-tailed).

Η μέση βαθμολογία (Πίνακας 38) στην ικανοποίηση κατά την παραμονή στα μικρά νησιά των αποφοίτων δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης ( $M=4.49\pm 0.68$ ) ήταν σημαντικά μεγαλύτερη από τη μέση βαθμολογία των κατόχων διδακτορικών τίτλων ( $M=3.13\pm 1.01$ ). Δεν παρατηρήθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές ανάμεσα στη μέση βαθμολογία των υπολοίπων επιπέδων εκπαίδευσης (Σχήμα 8).



**Σχήμα 8.** Μέσοι όροι της βαθμολογίας ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά ανάμεσα στα διαφορετικά επίπεδα εκπαίδευσης

#### *Επίδραση του επιπέδου εκπαίδευσης, στη μεταβλητή της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης*

Στην επίδραση του επιπέδου εκπαίδευσης, στη μεταβλητή της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης ως προς τα τέσσερα επίπεδα εκπαίδευσης. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται, ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα των ηλικιακών ομάδων ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή δεν απορρίπτεται σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov  $p > .05$  και σε όλα τα τεστ Shapiro-Wilk  $p > .05$  (Πίνακας 38). Στην τρίτη προϋπόθεση ο έλεγχος Levene δεν παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F_{3,113} = 0.705, p = .055$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 38) κατά συνέπεια μπορούμε να ερμηνεύσουμε την στατιστική μηδενική υπόθεση ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας, της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης, με τον στατιστικό έλεγχο one way ANOVA της κατανομής  $F$ . Το αποτέλεσμα (Πίνακας 39) της επίδρασης του επιπέδου εκπαίδευσης στην βαθμολογία ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης δεν ήταν στατιστικά σημαντικό ( $F_{3,113} = 0.027, p = .994$ ). Δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση ως προς την ισότητα του μέσου όρου στη βαθμολογία της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης ανάμεσα στα διαφορετικά επίπεδα εκπαίδευσης.

#### **4.3.3.4 Επίδραση του εισοδήματος στους παράγοντες ικανοποίησης**

**Πίνακας 41.** Βαθμολογίες και αποτελέσματα της επίδρασης του εισοδήματος στους παράγοντες ικανοποίησης

Ικανοποίηση από παροχή τουριστικών υπηρεσιών								
			Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-Wilk		Levene	
N	M.O.	T.A.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.

Επίπεδο Εισοδήματος	<20.000	34	3.34	0.86	0.087	.200	0.983	.861	2.186	.095	
	20.001-40.000	36	3.79	0.77	0.108	.200	0.951	.113			
	40.001-60.000	13	3.75	0.63	0.144	.200	0.970	.899			
	60.001>	12	3.19	1.22	0.152	.200	0.940	.494			
	Ικανοποίηση από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών										
	Kolmogorov-Smirnov      Shapiro-Wilk      Levene										
	N   M.O.   T.A.   Statistic   Sig.   Statistic   Sig.   Statistic   Sig.										
	<20.000	34	4.20	0.87	0.171	.013	0.832	.001	1.643	.185	
	20.001-40.000	38	4.57	0.74	0.063	.200	0.989	.968			
	40.001-60.000	13	4.36	1.35	0.278	.007	0.754	.002			
	60.001>	12	4.13	1.02	0.300	.004	0.689	.001			
	Ικανοποίηση κατά την παραμονή στα μικρά νησιά										
	Kolmogorov-Smirnov      Shapiro-Wilk      Levene										
	N   M.O.   T.A.   Statistic   Sig.   Statistic   Sig.   Statistic   Sig.										
	<20.000	32	4.05	0.79	0.146	.081	0.966	.401	3.635	.016	
	20.001-40.000	38	4.00	0.80	0.133	.090	0.945	.063			
40.001-60.000	13	4.24	0.95	0.171	.200	0.924	.287				
60.001>	12	4.12	1.49	0.144	.200	0.949	.621				
Ικανοποίηση από αίσθημα ασφάλειας και άνεσης											
Kolmogorov-Smirnov      Shapiro-Wilk      Levene											
N   M.O.   T.A.   Statistic   Sig.   Statistic   Sig.   Statistic   Sig.											
<20.000	33	4.11	0.85	0.166	.022	0.927	.029	0.860	.465		
20.001-40.000	38	4.30	0.96	0.099	.200	0.959	.170				
40.001-60.000	13	4.54	1.05	0.103	.200	0.985	.996				
60.001>	12	4.37	0.72	0.158	.200	0.876	.078				



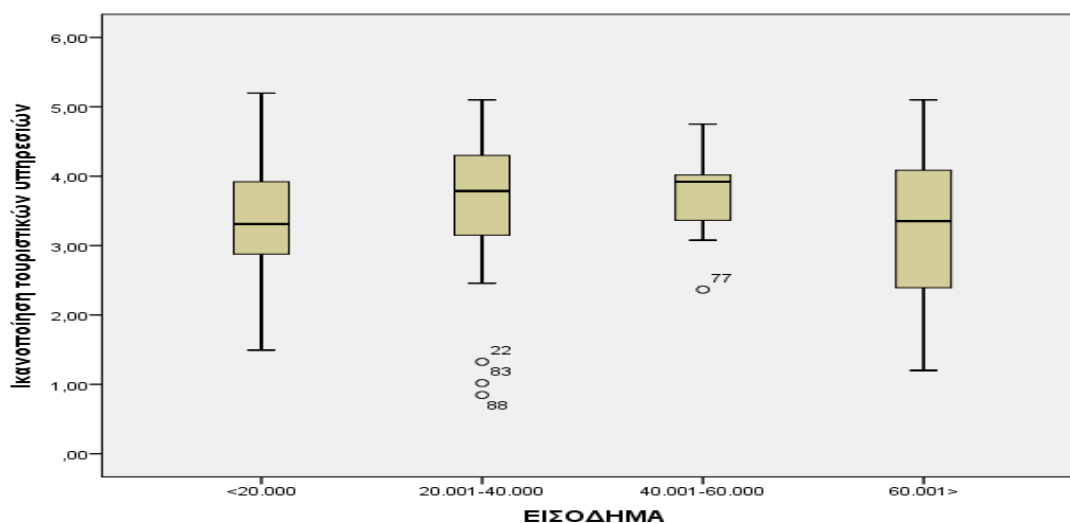
**Πίνακας 42.** Αποτελέσματα της απλής ANOVA ανεξάρτητων δειγμάτων των ομάδων του επιπέδου εισοδήματος στους παράγοντες ικανοποίησης

		Ικανοποίηση τουριστικών υπηρεσιών					Welch			
	Πηγή διασποράς	Άθροισμα τετραγώνων	df	Μέσα τετράγωνα	Πηλίκιο F	Sig.	df	Statistic	Sig.	
επίπεδο εισοδήματος	Ανάμεσα στις μέσες τιμές των Ομάδων	5.736	3	1.912	2.628	.055				
	Σφάλμα μέσα στις ομάδες	66.21	91	0.728						
	Ολική	71.946	94							
	Ικανοποίηση οργανωτικών υπηρεσιών					Kruskal-Wallis				
		Πηγή διασποράς	Άθροισμα τετραγώνων	df	Μέσα τετράγωνα	Πηλίκιο F	Sig.	df	Statistic	Sig.
		Ανάμεσα στις μέσες τιμές των Ομάδων						3	5.953	.114
		Σφάλμα μέσα στις ομάδες					<i>N</i> =97			
		Ολική								
	Ικανοποίηση κατά την παραμονή στα νησιά					Welch				
		Πηγή διασποράς	Άθροισμα τετραγώνων	df	Μέσα τετράγωνα	Πηλίκιο F	Sig.	df	Statistic	Sig.
	Ανάμεσα στις μέσες τιμές των Ομάδων	0.568	3	0.189	0.22	.882	3	0.208	.89	
	Σφάλμα μέσα στις ομάδες	78.338	91	0.861			29.528			
	Ολική	78.906	94							
Ικανοποίηση από αίσθημα ασφάλειας										
	Πηγή διασποράς	Άθροισμα τετραγώνων	df	Μέσα τετράγωνα	Πηλίκιο F	Sig.				
	Ανάμεσα στις μέσες τιμές των Ομάδων	2.86	3.00	0.96	1.11	.35				
	Σφάλμα μέσα στις ομάδες	80.196	93	0.862						
	Ολική	83.06	96							

*Επίδραση του εισοδήματος, στη μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών*

Στην επίδραση του εισοδήματος, στη μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών στα τέσσερα διαφορετικά επίπεδα εισοδήματος. Αρχικά εξετάζεται η ικανοποίηση των προϋποθέσεων για παραμετρική ανάλυση με one way ANOVA.

Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται μετά την αφαίρεση των ακραίων τιμών, στο επίπεδο εισοδήματος 20.001-40.000 στις παρατηρήσεις με id 88 και 83 με τιμές στη βαθμολογία της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών 0.85 και 1.02 αντίστοιχα (Σχήμα 9) . Σε κάθε περίπτωση η αφαίρεση ακραίων παρατηρήσεων δεν ξεπέρασε το 10%, ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα των επιπέδων εισοδήματος ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή, δεν απορρίπτεται. Σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov  $p > .05$  και σε όλα τα τεστ Shapiro-Wilk  $p > .05$  (Πίνακας 41).



**Σχήμα 9.** Θηκόγραμμα του εισοδήματος στη μεταβλητή της ικανοποίησης από παροχή τουριστικών υπηρεσιών

Στην τρίτη προϋπόθεση ο έλεγχος Levene δεν παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F_{3,91}=2.186, p=.095$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 41) κατά συνέπεια μπορούμε να ερμηνεύσουμε την στατιστική μηδενική υπόθεση ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας, της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών, με τον στατιστικό έλεγχο one way ANOVA της κατανομής F. Το αποτέλεσμα (Πίνακας 42) της επίδρασης του επιπέδου εκπαίδευσης στην βαθμολογία ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης δεν ήταν στατιστικά σημαντικό ( $F_{3,91}= 2.628, p = .055$ ). Δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση ως προς την ισότητα του μέσου όρου στη βαθμολογία της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών ανάμεσα στα διαφορετικά επίπεδα εισοδήματος.

*Επίδραση του εισοδήματος, στη μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών*

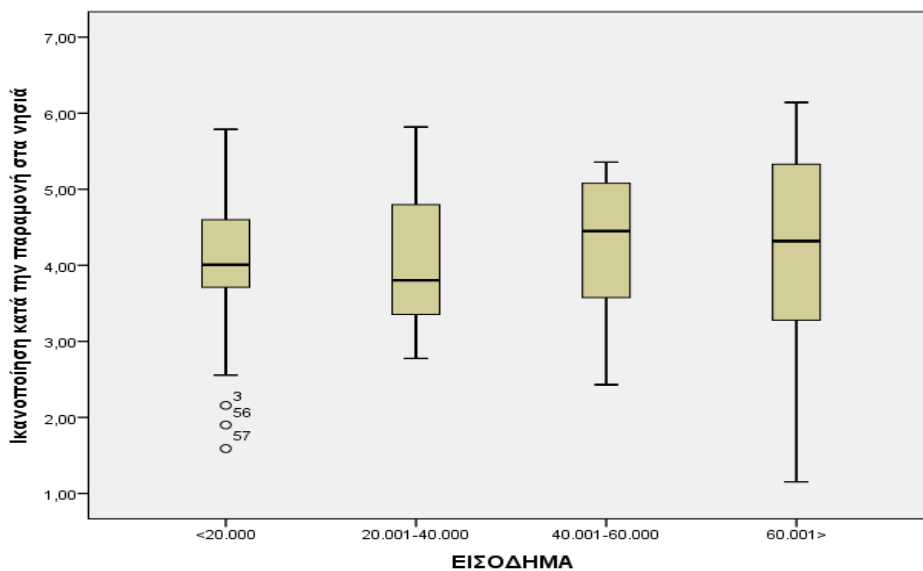
Στην επίδραση του εισοδήματος, στη μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών στα τέσσερα διαφορετικά επίπεδα εισοδήματος.

Αρχικά εξετάζεται η ικανοποίηση των προϋποθέσεων για παραμετρική ανάλυση με one way ANOVA. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση δεν ικανοποιείται ούτε με την αφαίρεση ακραίων τιμών ούτε με μετασχηματισμούς των δεδομένων, ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα των επιπέδων εισοδήματος ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή, απορρίπτεται. Σε τρία επίπεδα εισοδήματος τα τεστ Kolmogorov-Smirnov  $p<.05$  ομοίως και στα τεστ Shapiro-Wilk  $p<.05$  (Πίνακας 41). Ο έλεγχος Levene δεν παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F_{3,93} = 1.643, p = .185$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 41). Στη συνέχεια για την διερεύνηση της μηδενικής στατιστικής υπόθεσης ισότητας των διαμέσων διεξάχθηκε το μη παραμετρικό τεστ Kruskal-Wallis, το αποτέλεσμα ήταν στατιστικά μη σημαντικό  $\chi^2(3,N=97)=5.953, p=.114$  (Πίνακας 42).

*Επίδραση του εισοδήματος, στη μεταβλητή της ικανοποίησης από την παραμονή στα μικρά νησιά*

Στην επίδραση του εισοδήματος στη μεταβλητή της ικανοποίησης από την παραμονή στα μικρά νησιά, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από την παραμονή στα μικρά νησιά, στα τέσσερα διαφορετικά επίπεδα εισοδήματος.

Αρχικά εξετάζεται η ικανοποίηση των προϋποθέσεων για παραμετρική ανάλυση με one way ANOVA. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται μετά την αφαίρεση των ακραίων τιμών, στο επίπεδο εισοδήματος <20.000 στις παρατηρήσεις με id 57 και 56 με τιμές στη βαθμολογία της ικανοποίησης από την παραμονή στα μικρά νησιά 1.59 και 1.90 αντίστοιχα (Σχήμα 10) . Σε κάθε περίπτωση η αφαίρεση ακραίων παρατηρήσεων δεν ξεπέρασε το 10%, ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα των επιπέδων εισοδήματος ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή, δεν απορρίπτεται. Σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov  $p > .05$  και σε όλα τα τεστ Shapiro-Wilk  $p > .05$  (Πίνακας 41).



**Σχήμα 10** Θηκόγραμμα του εισοδήματος στη μεταβλητή της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά

Στην τρίτη προϋπόθεση ο έλεγχος Levene παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F_{3,91} = 3.635, p = .016$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 41) κατά συνέπεια δεν μπορούμε να ερμηνεύσουμε την στατιστική μηδενική υπόθεση ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από την παραμονή στα μικρά νησιά, με τον στατιστικό έλεγχο της κατανομής F. Η παραπάνω στατιστική υπόθεση ελέγχεται με το ανθεκτικό σε αποκλίσεις από την ομοιογένεια των διασπορών Welch Statistic (Πίνακας 42) με  $p = .890$  δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση ως προς τη βαθμολογία της ικανοποίησης από την παραμονή στα μικρά νησιά ανάμεσα στα επίπεδα εισοδήματος αυτών που συμμετείχαν στη μελέτη.

*Επίδραση του εισοδήματος, στη μεταβλητή της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης*

Στην επίδραση του εισοδήματος στη μεταβλητή της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης στα τέσσερα διαφορετικά επίπεδα εισοδήματος.

Αρχικά εξετάζεται η ικανοποίηση των προϋποθέσεων για παραμετρική ανάλυση με one way ANOVA. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται προσεγγιστικά, ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα των επιπέδων εισοδήματος ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή, δεν απορρίπτεται. Σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov  $p > .05$  εκτός από το τεστ για το εισοδηματικό επίπεδο  $< 20.000$  με  $p < .05$  και σε όλα τα τεστ Shapiro-Wilk  $p > .05$  εκτός από το τεστ για το εισοδηματικό επίπεδο  $< 20.000$  με  $p < .05$  (Πίνακας 41). Ο έλεγχος Levene δεν παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F_{3,92} = 0.860, p = .465$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 41), κατά συνέπεια μπορούμε να ερμηνεύσουμε την στατιστική μηδενική υπόθεση ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας, της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης, με τον στατιστικό έλεγχο one way ANOVA της κατανομής F. Το αποτέλεσμα (Πίνακας 42) της επίδρασης του εισοδήματος στην βαθμολογία ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης δεν ήταν στατιστικά σημαντικό ( $F_{3,93} = 0.818, p = .487$ ). Δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση ως προς την ισότητα του μέσου όρου, στη

βαθμολογία της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης, ανάμεσα στα διαφορετικά επίπεδα εισοδήματος.

#### 4.3.3.5 Επίδραση των προηγούμενων συμμετοχών στην διοργάνωση, στους παράγοντες ικανοποίησης

**Πίνακας 43.** Βαθμολογίες και αποτελέσματα της επίδρασης των προηγούμενων συμμετοχών στους παράγοντες ικανοποίησης

Επίπεδο προηγούμενων συμμετοχών στη διοργάνωση									
Ικανοποίηση από παροχή τουριστικών υπηρεσιών									
				Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-Wilk		Levene	
	N	M.O.	T.A.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.
Αρχάριοι *	36	3.39	0.89	0.136	.091	0.958	.187		
Έμπειροι **	42	3.27	1.04	0.106	.200	0.948	.055	1.866	.159
Βετεράνοι ***	40	3.70	0.75	0.084	.200	0.968	.317		
Ικανοποίηση από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών									
				Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-Wilk		Levene	
	N	M.O.	T.A.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.
Αρχάριοι	33	4.51	0.64	0.144	.082	0.940	.070		
Έμπειροι	42	4.10	0.83	0.088	.200	0.967	.263	1.21	.302
Βετεράνοι	42	4.54	0.76	0.126	.092	0.958	.127		
Ικανοποίηση κατά την παραμονή στα μικρά νησιά									
				Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-Wilk		Levene	
	N	M.O.	T.A.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.
Αρχάριοι	36	3.92	1.19	0.118	.200	0.946	.077		
Έμπειροι	42	4.21	0.99	0.128	.083	0.962	.180	4.065	.02
Βετεράνοι	43	3.92	0.75	0.067	.200	0.993	.995		
Ικανοποίηση από αίσθημα ασφάλειας και άνεσης									
				Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-Wilk		Levene	
	N	M.O.	T.A.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.
Αρχάριοι	36	4.52	0.90	0.073	.200	0.986	.924		
Έμπειροι	42	4.17	1.05	0.069	.200	0.980	.663	0.569	.57
Βετεράνοι	43	4.33	0.97	0.097	.200	0.971	.332		

Αρχάριοι \* (πρώτη συμμετοχή), Έμπειροι \*\* (δεύτερη & τρίτη συμμετοχή), Βετεράνοι \*\*\* (τέταρτη & πλέον συμμετοχή)

**Πίνακας 44.** Αποτελέσματα της απλής ANOVA ανεξάρτητων δειγμάτων των ομάδων του επιπέδου προηγούμενων συμμετοχών στους παράγοντες ικανοποίησης

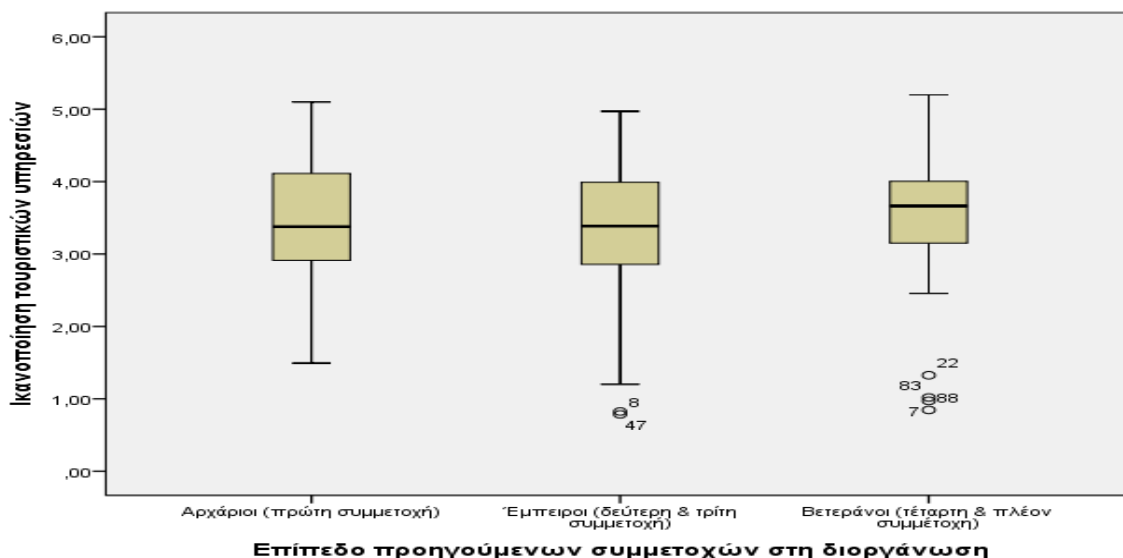
Ικανοποίηση τουριστικών υπηρεσιών								
						Welch		
Πηγή διασποράς	Άθροισμα τετραγώνων	df	Μέσα τετράγωνα	Πηλίκιο F	Sig.	df	Statistic	Sig.
Ανάμεσα στις μέσες τιμές των Ομάδων	3.849	2	1.924	2.36	.099			
Σφάλμα μέσα στις ομάδες	93.756	115	0.815					
Ολική	97.605	117						
Ικανοποίηση οργανωτικών υπηρεσιών								
						Welch		
Πηγή διασποράς	Άθροισμα τετραγώνων	df	Μέσα τετράγωνα	Πηλίκιο F	Sig.	df	Statistic	Sig.
Ανάμεσα στις μέσες τιμές των Ομάδων	5.079	2	2.539	4.46	.014			
Σφάλμα μέσα στις ομάδες	64,845	114	0.569					
Ολική	69.923	116						
Ικανοποίηση κατά την παραμονή στα νησιά								
						Welch		
Πηγή διασποράς	Άθροισμα τετραγώνων	df	Μέσα τετράγωνα	Πηλίκιο F	Sig.	df	Statistic	Sig.
Ανάμεσα στις μέσες τιμές των Ομάδων	2.399	2	1.2	1.25	.291	2	1.298	.279
Σφάλμα μέσα στις ομάδες	113.601	118	0.963			72.438		
Ολική	116	120						
Ικανοποίηση από αίσθημα ασφάλειας								
						Welch		
Πηγή διασποράς	Άθροισμα τετραγώνων	df	Μέσα τετράγωνα	Πηλίκιο F	Sig.	df	Statistic	Sig.
Ανάμεσα στις μέσες τιμές των Ομάδων	2.38	2.00	1.19	1.23	.295			
Σφάλμα μέσα στις ομάδες	113.623	118	0.963					
Ολική	116	120						

επίπεδο προηγούμενων συμμετοχών

*Επίδραση του αριθμού προηγούμενων συμμετοχών στην διοργάνωση, στη μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών*

Στην επίδραση του επιπέδου των προηγούμενων συμμετοχών στον αγώνα, στη μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών, στα τρία διαφορετικά επίπεδα προηγούμενων συμμετοχών στον αγώνα.

Αρχικά εξετάζεται η ικανοποίηση των προϋποθέσεων για παραμετρική ανάλυση με one way ANOVA. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται μετά την αφαίρεση των ακραίων τιμών, στο επίπεδο βετεράνοι, στις παρατηρήσεις με id 88, id 7 και id 83 με τιμές στη βαθμολογία της ικανοποίησης 0.85, 0.97, και 1.05 αντίστοιχα (Σχήμα 11) σε κάθε περίπτωση η αφαίρεση ακραίων παρατηρήσεων δεν ξεπέρασε το 10%, σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov  $p > .05$  και σε όλα τα τεστ Shapiro-Wilk  $p > .05$  (Πίνακας 43). Ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα των επιπέδων εισοδήματος ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή, δεν απορρίπτεται.



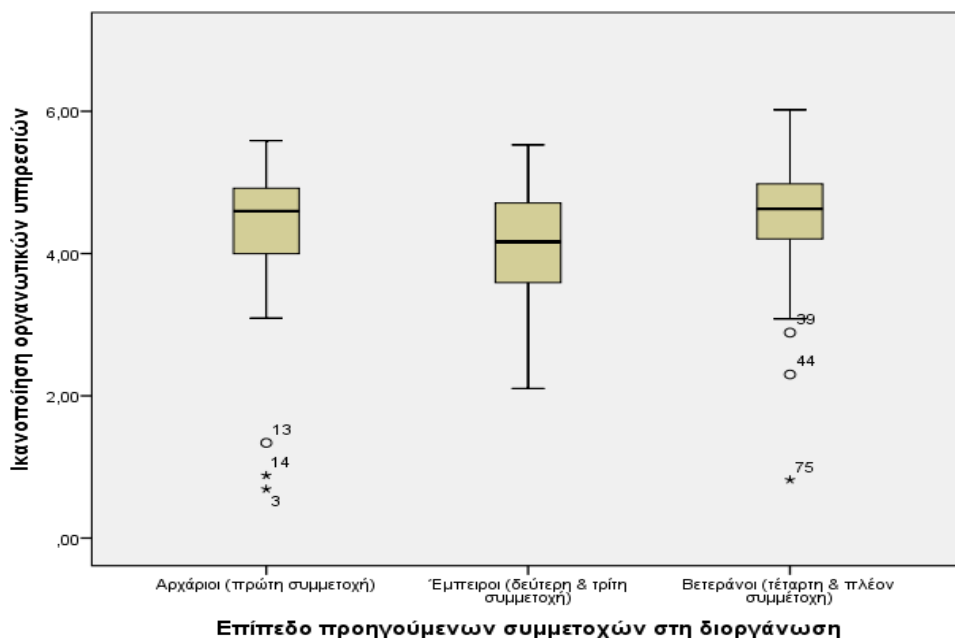
**Σχήμα 11** Θηκόγραμμα των προηγούμενων συμμετοχών στη μεταβλητή της ικανοποίησης από παροχή τουριστικών υπηρεσιών



Ο έλεγχος της ομοιογένειας των διασπορών (Πίνακας 43), με το τεστ Levene δεν παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F_{2,115} = 1.886, p = .159$ ) κατά συνέπεια μπορούμε να ερμηνεύσουμε την στατιστική μηδενική υπόθεση, ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών, με τον στατιστικό έλεγχο one way ANOVA της κατανομής F. Το αποτέλεσμα (Πίνακας 44) της επίδρασης του επιπέδου προηγούμενων συμμετοχών στον αγώνα, στην βαθμολογία ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών δεν ήταν στατιστικά σημαντικό ( $F_{2,115}=2.360, p = .099$ ). Δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση, ως προς την ισότητα του μέσου όρου στη βαθμολογία της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών, ανάμεσα στα διαφορετικά επίπεδα προηγούμενων συμμετοχών στον αγώνα.

*Επίδραση του αριθμού προηγούμενων συμμετοχών στην διοργάνωση, στη μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών*

Στην επίδραση του επιπέδου προηγούμενων συμμετοχών στον αγώνα, στη μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών στα τρία διαφορετικά επίπεδα προηγούμενων συμμετοχών στον αγώνα. Αρχικά εξετάζεται η ικανοποίηση των προϋποθέσεων για παραμετρική ανάλυση με one way ANOVA. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται μετά την αφαίρεση των ακραίων τιμών, στο επίπεδο των προηγούμενων συμμετοχών στον αγώνα αρχάριοι στις παρατηρήσεις με id 3, id 13, id 14 με τιμή στη βαθμολογία της ικανοποίησης 0.69, 1.34, 0.88 αντίστοιχα και στο επίπεδο των προηγούμενων συμμετοχών στον αγώνα βετεράνοι στις παρατηρήσεις με id 75 με τιμή στη βαθμολογία της ικανοποίησης 0.82 (Σχήμα 12).



**Σχήμα 12.** Θηκόγραμμα των προηγούμενων συμμετοχών στη μεταβλητή της ικανοποίησης από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών

Σε κάθε περίπτωση η αφαίρεση ακραίων παρατηρήσεων δεν ξεπέρασε το 10%, ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα των επιπέδων των προηγούμενων συμμετοχών στον αγώνα ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή, δεν απορρίπτεται. Σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov  $p > .05$  και σε όλα τα τεστ Shapiro-Wilk  $p > .05$  (Πίνακας 43). Ο έλεγχος στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 43), με το τεστ Levene δεν παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F_{2,114} = 1.210, p = .302$ ) κατά συνέπεια μπορούμε να ερμηνεύσουμε την στατιστική μηδενική υπόθεση ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών, με τον στατιστικό έλεγχο one way ANOVA της κατανομής F. Το αποτέλεσμα (Πίνακας 44) της επίδρασης του επιπέδου προηγούμενων συμμετοχών στον αγώνα στην βαθμολογία ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών ήταν στατιστικά σημαντικό ( $F_{2,114} = 4.464, p = .014$ ). Δεν δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση ως προς την ισότητα των μέσων όρων, στη βαθμολογία της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών, ανάμεσα στα διαφορετικά επίπεδα των προηγούμενων συμμετοχών στον αγώνα. Για να εντοπιστούν οι διαφορές μεταξύ των επιπέδων των προηγούμενων συμμετοχών στον αγώνα ακολούθησαν πολλαπλές συγκρίσεις με

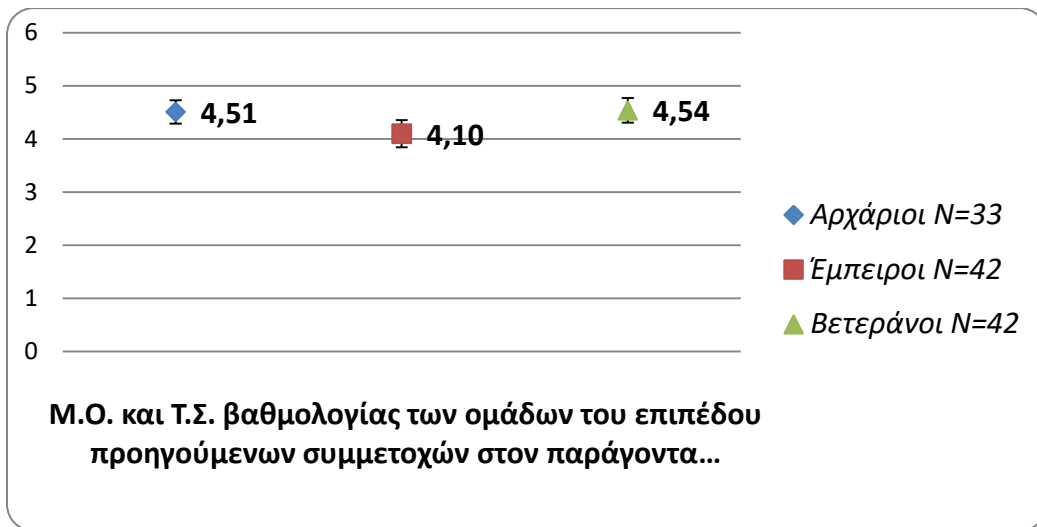
post hoc ανάλυση με τη μέθοδο διόρθωσης του Bonferroni και προέκυψε ότι η μόνη στατιστικά σημαντική διαφορά παρουσιάστηκε μεταξύ των μέσων βαθμολογιών των βετεράνων σε σύγκριση με των έμπειρων  $p=.022$  (Πίνακας 45).

**Πίνακας 45.** Πολλαπλές συγκρίσεις με post hoc ανάλυση με τη μέθοδο διόρθωσης του Bonferroni στην Ικανοποίηση οργανωτικών υπηρεσιών

(I) Επίπεδο προηγούμενων συμμετοχών στη διοργάνωση	(J) Επίπεδο προηγούμενων συμμετοχών στη διοργάνωση	Διαφορές μέσων όρων (I-J)	s.e.	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Αρχάριοι	Έμπειροι	0.41373	0.17544	.060	-0.0126	0.8400
	Βετεράνοι	-0.03503	0.17544	1.000	-0.4613	0.3913
Έμπειροι	Αρχάριοι	-0.41373	0.17544	.060	-0.8400	0.0126
	Βετεράνοι	<b>-0.44876*</b>	0.16458	.022	-0.8487	-0.0489
Βετεράνοι	Αρχάριοι	0.03503	0.17544	1.000	-0.3913	0.4613
	Έμπειροι	<b>0.44876*</b>	0.16458	.022	0.0489	0.8487

\*. Η διαφορά των μέσων όρων είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας  $\alpha=.05$

Η μέση βαθμολογία (Πίνακας 43) στην ικανοποίηση από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών των βετεράνων ( $M = 4.54 \pm 0.76$ ) ήταν σημαντικά μεγαλύτερη από τη μέση βαθμολογία των έμπειρων ( $M=4.10 \pm 0.83$ ). Δεν παρατηρήθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές ανάμεσα στη μέση βαθμολογία των υπολοίπων επιπέδων προηγούμενων συμμετοχών στον αγώνα (Σχήμα 13).



**Σχήμα 13.** Μέσοι όροι της βαθμολογίας ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών μεταξύ των επιπέδων προηγούμενων συμμετοχών στη διοργάνωση

*Επίδραση του αριθμού προηγούμενων συμμετοχών στην διοργάνωση, στη μεταβλητή της ικανοποίησης από την παραμονή στα μικρά νησιά*

Στην επίδραση του αριθμού προηγούμενων συμμετοχών στον αγώνα, στη μεταβλητή της ικανοποίησης από την παραμονή στα μικρά νησιά, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από την παραμονή στα μικρά νησιά στα τρία διαφορετικά επίπεδα προηγούμενων συμμετοχών στον αγώνα.

Αρχικά εξετάζεται η ικανοποίηση των προϋποθέσεων για παραμετρική ανάλυση με one way ANOVA. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται, εφόσον ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα των επιπέδων εισοδήματος ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή, δεν απορρίπτεται. Σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov  $p > .05$  και σε όλα τα τεστ Shapiro-Wilk  $p > .05$  (Πίνακας 43). Ο έλεγχος Levene παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F_{2,118} = 4.065, p = .020$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 43), κατά συνέπεια δεν μπορούμε να ερμηνεύσουμε την στατιστική μηδενική υπόθεση ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας, της ικανοποίησης από την παραμονή στα μικρά νησιά, με τον στατιστικό έλεγχο one way ANOVA της κατανομής  $F$ . Η παραπάνω στατιστική υπόθεση

ελέγχεται με το ανθεκτικό σε αποκλίσεις από την ομοιογένεια των διασπορών Welch Statistic (Πίνακας 44) με  $p=.279$ . Δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση ως προς την ισότητα του μέσου όρου, στη βαθμολογία της ικανοποίησης από την παραμονή στα μικρά νησιά, ανάμεσα στα διαφορετικά επίπεδα του αριθμού προηγούμενων συμμετοχών στον αγώνα.

*Επίδραση του αριθμού προηγούμενων συμμετοχών στην διοργάνωση, στη μεταβλητή της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης*

Στην επίδραση του αριθμού προηγούμενων συμμετοχών στον αγώνα, στη μεταβλητή της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης στα τρία διαφορετικά επίπεδα προηγούμενων συμμετοχών στον αγώνα.

Αρχικά εξετάζεται η ικανοποίηση των προϋποθέσεων για παραμετρική ανάλυση με one way ANOVA. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται, καθώς ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα των επιπέδων εισοδήματος ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή, δεν απορρίπτεται. Σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov  $p>.05$  και σε όλα τα τεστ Shapiro-Wilk  $p>.05$ (Πίνακας 43). Ο έλεγχος Levene δεν παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F_{2,118} = .569, p = .568$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 43), κατά συνέπεια μπορούμε να ερμηνεύσουμε την στατιστική μηδενική υπόθεση ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας, της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης, με τον στατιστικό έλεγχο one way ANOVA της κατανομής F. Το αποτέλεσμα (Πίνακας 44) της επίδρασης του αριθμού προηγούμενων συμμετοχών στον αγώνα στην βαθμολογία ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης δεν ήταν στατιστικά σημαντικό ( $F_{2,118} = 1.234, p = .295$ ). Δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση ως προς την ισότητα του μέσου όρου, στη βαθμολογία της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης, ανάμεσα στα διαφορετικά επίπεδα του αριθμού προηγούμενων συμμετοχών στον αγώνα.

**4.3.3.6 Επίδραση των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης, στους παράγοντες ικανοποίησης**

**Πίνακας 46.** Βαθμολογίες και αποτελέσματα της επίδρασης των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης στους παράγοντες ικανοποίησης

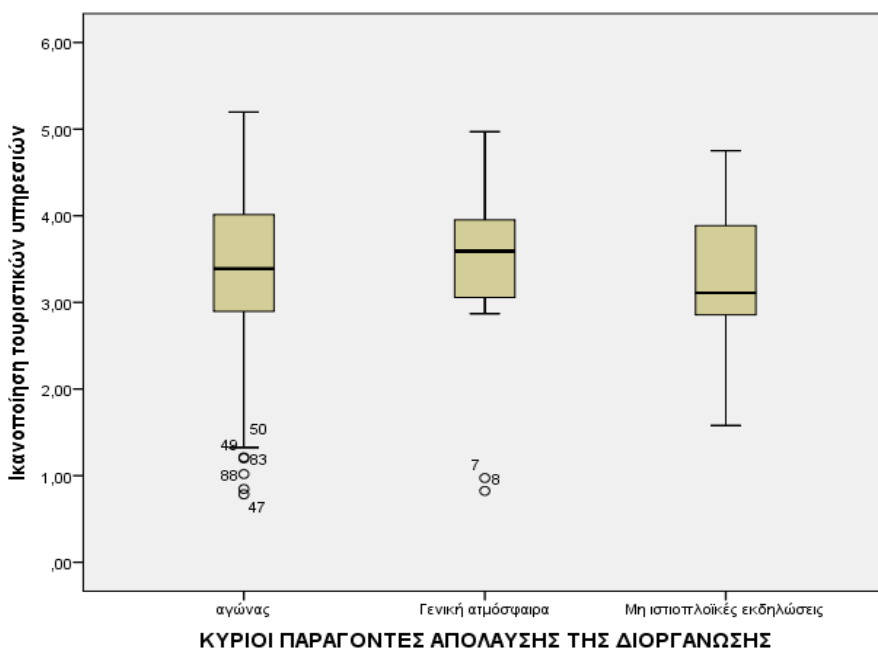
Κύριοι παράγοντες απόλαυσης της διοργάνωσης									
Ικανοποίηση από παροχή τουριστικών υπηρεσιών									
			Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-Wilk		Levene		
	N	M.O.	T.A.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.
Αγώνας	81	3.41	0.92	0.073	.200	0.972	.07		
Γενική ατμόσφαιρα	18	3.56	0.91	0.167	.200	0.906	.07	.107	.899
Μη ιστ/πλοϊκές εκδηλώσεις	11	3.21	0.92	0.167	.200	0.963	.81		
Ικανοποίηση από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών									
			Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-Wilk		Levene		
	N	M.O.	T.A.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.
Αγώνας	79	4.478	0.72	0.073	.200	0.979	.23		
Γενική ατμόσφαιρα	19	4.46	0.70	0.159	.200	0.964	.65	.028	.973
Μη ιστ/πλοϊκές εκδηλώσεις	11	3.32	0.81	0.183	.200	0.923	.34		
Ικανοποίηση κατά την παραμονή στα μικρά νησιά									
			Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-Wilk		Levene		
	N	M.O.	T.A.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.
Αγώνας	82	3.98	0.99	0.094	.07	0.983	.36		
Γενική ατμόσφαιρα	19	3.85	0.90	0.126	.200	0.961	.6	1.264	.287
Μη ιστ/πλοϊκές εκδηλώσεις	10	4.82	0.66	0.255	.07	0.916	.32		
Ικανοποίηση από αίσθημα ασφάλειας και άνεσης									
			Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-Wilk		Levene		
	N	M.O.	T.A.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.
Αγώνας	83	4.21	1.00	0.078	.200	0.983	.32		
Γενική ατμόσφαιρα	19	4.86	0.90	0.119	.200	0.956	.49	.887	.415
Μη ιστ/πλοϊκές εκδηλώσεις	11	4.25	1.11	0.303	.01	0.785	.01		

**Πίνακας 47.** Αποτελέσματα της απλής ANOVA ανεξάρτητων δειγμάτων των ομάδων κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης στους παράγοντες ικανοποίησης

Κύριοι παράγοντες απόλαυσης της διοργάνωσης					
Ικανοποίηση τουριστικών υπηρεσιών					
Πηγή διασποράς	Άθροισμα τετραγώνων	df	Μέσα τετράγωνα	Πηλίκιο F	Sig.
Ανάμεσα στις μέσες τιμές των Ομάδων	0.83	2	0.415	0.494	.611
Σφάλμα μέσα στις ομάδες	89.881	107	0.84		
Ολική	90.711	109			
Ικανοποίηση οργανωτικών υπηρεσιών					
Πηγή διασποράς	Άθροισμα τετραγώνων	df	Μέσα τετράγωνα	Πηλίκιο F	Sig.
Ανάμεσα στις μέσες τιμές των Ομάδων	13.177	2	6.588	12.44	.001
Σφάλμα μέσα στις ομάδες	56.159	106	0.53		
Ολική	69.336	108			
Ικανοποίηση κατά την παραμονή στα νησιά					
Πηγή διασποράς	Άθροισμα τετραγώνων	df	Μέσα τετράγωνα	Πηλίκιο F	Sig.
Ανάμεσα στις μέσες τιμές των Ομάδων	7.11	2	3.555	3.96	.022
Σφάλμα μέσα στις ομάδες	96.99	108	0.898		
Ολική	104.101	110			
Ικανοποίηση από αίσθημα ασφάλειας					
Πηγή διασποράς	Άθροισμα τετραγώνων	df	Μέσα τετράγωνα	Πηλίκιο F	Sig.
Ανάμεσα στις μέσες τιμές των Ομάδων	6.61	2	3.31	3.36	.038
Σφάλμα μέσα στις ομάδες	108.114	110	0.983		
Ολική	114.724	112			

*Επίδραση των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης, στη μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών*

Στην επίδραση των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης, στην μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών ως προς τους τρεις κύριους παράγοντες απόλαυσης της διοργάνωσης. Αρχικά εξετάζεται η ικανοποίηση των προϋποθέσεων για παραμετρική ανάλυση με one way ANOVA. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται μετά την αφαίρεση των ακραίων τιμών, στον παράγοντα «Αγώνας», στις παρατηρήσεις με id 47 και 88 με τιμές στη βαθμολογία της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών .78 και .85 αντίστοιχα και στον παράγοντα «Γενική ατμόσφαιρα» με id 8 και τιμή .82 (Σχήμα 14).



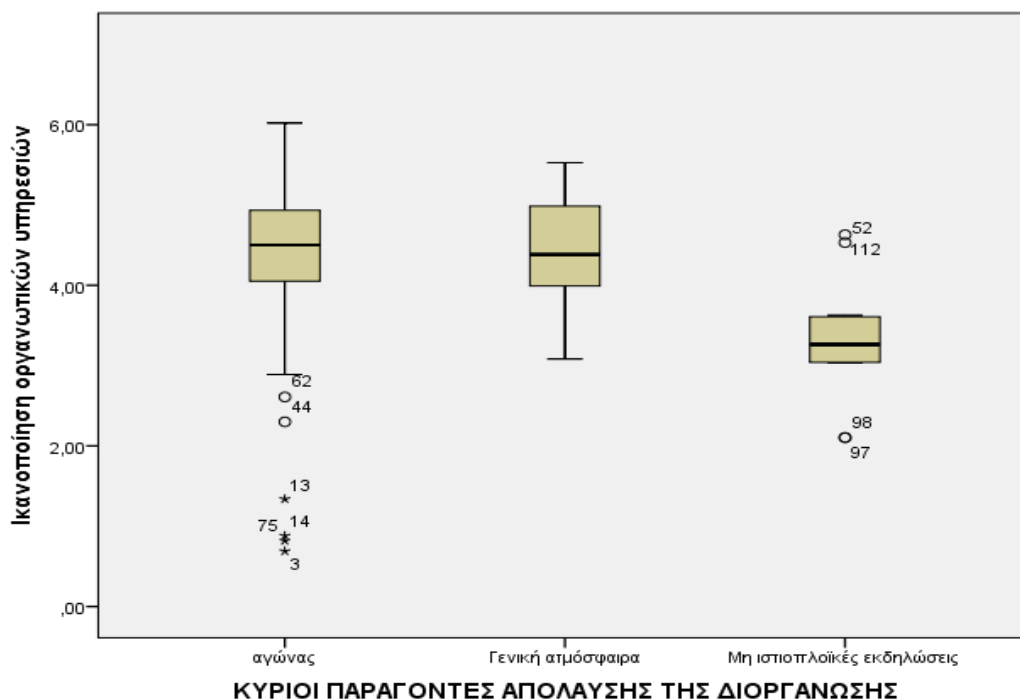
**Σχήμα 14.** Θηκόγραμμα των κύριων παραγόντων απόλαυσης στη μεταβλητή της ικανοποίησης από παροχή τουριστικών υπηρεσιών



Σε κάθε περίπτωση η αφαίρεση ακραίων παρατηρήσεων δεν ξεπέρασε το 10%, σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov  $p > .05$  και σε όλα τα τεστ Shapiro-Wilk  $p > .05$  (Πίνακας 46). Ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή, δεν απορρίπτεται. Στην τρίτη προϋπόθεση ο έλεγχος Levene δεν παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F_{2,107} = .107$ ,  $p = .899$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 46) και κατά συνέπεια μπορούμε να ερμηνεύσουμε την στατιστική μηδενική υπόθεση ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας, της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών, με τον στατιστικό έλεγχο one way ANOVA της κατανομής F. Το αποτέλεσμα (Πίνακας 47) της επίδρασης των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης στην βαθμολογία ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης δεν ήταν στατιστικά σημαντικό ( $F_{2,107} = .494$ ,  $p = .611$ ). Δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση ως προς την ισότητα του μέσου όρου στη βαθμολογία της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών ανάμεσα στους κύριους παράγοντες απόλαυσης της διοργάνωσης.

*Επίδραση των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης, στη μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών*

Στην επίδραση των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης, στην μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών ως προς τους τρεις κύριους παράγοντες απόλαυσης της διοργάνωσης. Αρχικά εξετάζεται η ικανοποίηση των προϋποθέσεων για παραμετρική ανάλυση με one way ANOVA. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται μετά την αφαίρεση των ακραίων τιμών, στον παράγοντα «Αγώνα», στις παρατηρήσεις με id 3, 13, 14, και 75 με τιμές στη βαθμολογία της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών .69, 1.34, .88 και .82 αντίστοιχα (Σχήμα 15).



**Σχήμα 15.** Θηκόγραμμα των κύριων παραγόντων απόλαυσης στη μεταβλητή της ικανοποίησης από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών

Σε κάθε περίπτωση η αφαίρεση ακραίων παρατηρήσεων δεν ξεπέρασε το 10%, σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov  $p > .05$  και σε όλα τα τεστ Shapiro-Wilk  $p > .05$  (Πίνακας 46). Ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή, δεν απορρίπτεται. Στην τρίτη προϋπόθεση ο έλεγχος Levene δεν παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F_{2,106} = .028$ ,  $p = .973$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 46) και κατά συνέπεια μπορούμε να ερμηνεύσουμε την στατιστική μηδενική υπόθεση ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας, της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών, με τον στατιστικό έλεγχο one way ANOVA της κατανομής F. Το αποτέλεσμα (Πίνακας 47) της επίδρασης των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης, στην μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών, ήταν στατιστικά σημαντικό ( $F_{2,106} = 12.435$ ,  $p = .001$ ). Δεν δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση ως προς την ισότητα των μέσων όρων, στη βαθμολογία της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών, ανάμεσα στους κύριους παράγοντες απόλαυσης της διοργάνωσης. Για να εντοπιστούν οι διαφορές μεταξύ των κύριων παραγόντων

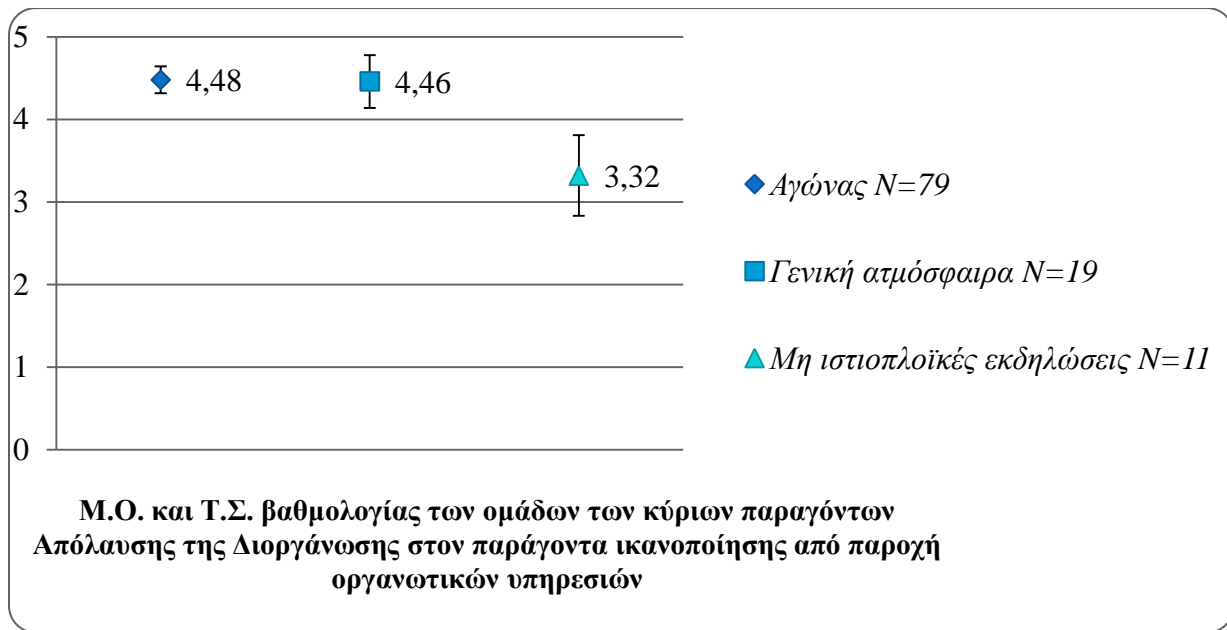
απόλαυσης της διοργάνωσης ακολούθησαν πολλαπλές συγκρίσεις με post hoc ανάλυση με τη μέθοδο διόρθωσης του Bonferroni (πίνακας 48) και προέκυψε ότι υπήρχαν στατιστικά σημαντικές διαφορές οι οποίες εντοπίστηκαν μεταξύ των μέσων βαθμολογιών του παράγοντα «Μη ιστιοπλοϊκές εκδηλώσεις» σε σύγκριση με τους παράγοντες «Αγώνας»  $p=.001$  και «Γενική ατμόσφαιρα»  $p=.001$ .

**Πίνακας 48.** Πολλαπλές συγκρίσεις των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης με post hoc ανάλυση με τη μέθοδο διόρθωσης του Bonferroni στην Ικανοποίηση οργανωτικών υπηρεσιών

(I) Κύριοι Παράγοντες Απόλαυσης Της Διοργάνωσης	(J) Κύριοι Παράγοντες Απόλαυσης Της Διοργάνωσης	Διαφορές μέσων όρων (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Αγώνας	Γενική ατμόσφαιρα	0.01422	0.18599	1.000	-0.4382	0.4666
	Μη ιστιοπλοϊκές εκδηλώσεις	<b>1.15689*</b>	0.23424	.000	0.5871	1.7267
Γενική ατμόσφαιρα	Αγώνας	-0.01422	0.18599	1.000	-0.4666	0.4382
	Μη ιστιοπλοϊκές εκδηλώσεις	<b>1.14267*</b>	0.27577	.000	0.4718	1.8135
Μη ιστιοπλοϊκές εκδηλώσεις	Αγώνας	<b>-1.15689*</b>	0.23424	.000	-1.7267	-0.5871
	Γενική ατμόσφαιρα	<b>-1.14267*</b>	0.27577	.000	-1.8135	-0.4718

\*. Η διαφορά των μέσων όρων είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας  $\alpha=.05$ .

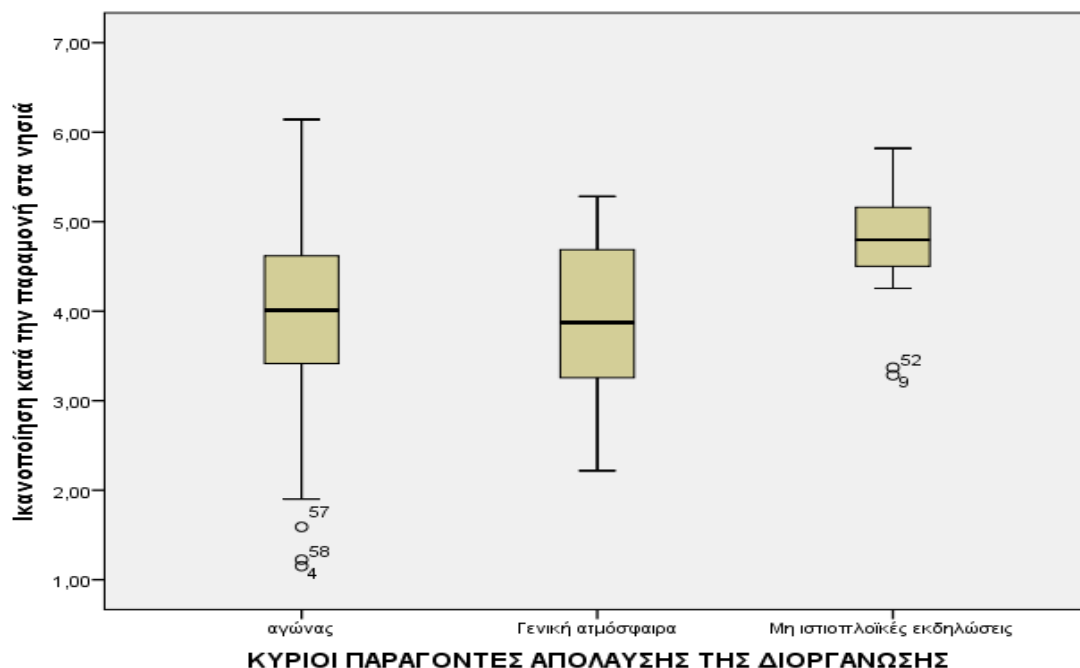
Η μέση βαθμολογία (Πίνακας 46), στην ικανοποίηση από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών του παράγοντα «Μη ιστιοπλοϊκές εκδηλώσεις» ( $M=3.32\pm.81$ ) ήταν στατιστικά σημαντικά χαμηλότερη από τη μέση βαθμολογία του παράγοντα «Αγώνας» ( $M=4.48\pm.72$ ) και του παράγοντα «Γενική ατμόσφαιρα» ( $M=4.46\pm.70$ ). Δεν παρατηρήθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές ανάμεσα στη μέση βαθμολογία του παράγοντα «Αγώνας» με τη μέση βαθμολογία του παράγοντα «Γενική ατμόσφαιρα» (Σχήμα 16).



**Σχήμα 16.** Μέσοι όροι της βαθμολογίας ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών μεταξύ των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης

*Επίδραση των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης, στη μεταβλητή της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά*

Στην επίδραση των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης, στην μεταβλητή της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά ως προς τους τρεις κύριους παράγοντες απόλαυσης της διοργάνωσης. Αρχικά εξετάζεται η ικανοποίηση των προϋποθέσεων για παραμετρική ανάλυση με one way ANOVA. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται μετά την αφαίρεση των ακραίων τιμών, στον παράγοντα «Αγώνα», στις παρατηρήσεις με id 58 και τιμή στη βαθμολογία της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά 1.115 και στον παράγοντα «Μη ιστιοπλοϊκές εκδηλώσεις» με id 52 και τιμή στη βαθμολογία 3.28 (Σχήμα 17).



**Σχήμα 17.** Θηκόγραμμα των κύριων παραγόντων απόλαυσης στη μεταβλητή της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά

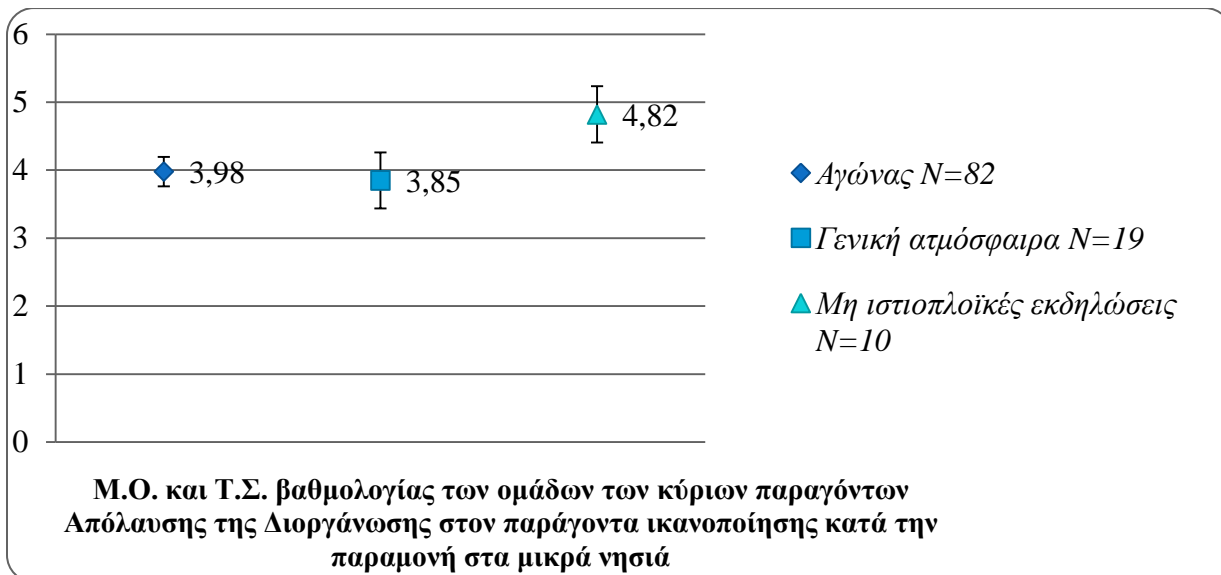
Σε κάθε περίπτωση η αφαίρεση ακραίων παρατηρήσεων δεν ξεπέρασε το 10%, σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov  $p > .05$  και σε όλα τα τεστ Shapiro-Wilk  $p > .05$  (Πίνακας 46). Ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή, δεν απορρίπτεται. Στην τρίτη προϋπόθεση ο έλεγχος Levene δεν παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F_{2,108} = 1.264$ ,  $p = .287$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 46) κατά συνέπεια μπορούμε να ερμηνεύσουμε την στατιστική μηδενική υπόθεση ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας, της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών, με τον στατιστικό έλεγχο one way ANOVA της κατανομής  $F$ . Το αποτέλεσμα (Πίνακας 47) της επίδρασης των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης, στην μεταβλητή της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά, ήταν στατιστικά σημαντικό ( $F_{2,108} = 3.959$ ,  $p = .022$ ). Δεν δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση ως προς την ισότητα των μέσων όρων, στη βαθμολογία της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά, ανάμεσα στους κύριους παράγοντες απόλαυσης της διοργάνωσης. Για να εντοπιστούν οι διαφορές μεταξύ των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης ακολούθησαν πολλαπλές συγκρίσεις με post hoc ανάλυση με τη

μέθοδο διόρθωσης του Bonferroni (πίνακας 49) και προέκυψε ότι υπήρχαν στατιστικά σημαντικές διαφορές οι οποίες εντοπίστηκαν μεταξύ των μέσων βαθμολογιών του παράγοντα «Μη ιστιοπλοϊκές εκδηλώσεις» σε σύγκριση με τους παράγοντες «Αγώνας»  $p=.027$  και «Γενική ατμόσφαιρα»  $p=.029$ . Η μέση βαθμολογία (Πίνακας 49), στην ικανοποίηση κατά την παραμονή στα μικρά νησιά του παράγοντα «Μη ιστιοπλοϊκές εκδηλώσεις» ( $M=4.82\pm.66$ ) ήταν στατιστικά σημαντικά μεγαλύτερη από τη μέση βαθμολογία του παράγοντα «Αγώνας» ( $M=3.98\pm.99$ ) και του παράγοντα «Γενική ατμόσφαιρα» ( $M=3.85\pm.90$ ). Δεν παρατηρήθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές ανάμεσα στη μέση βαθμολογία του παράγοντα «Αγώνας» με τη μέση βαθμολογία του παράγοντα «Γενική ατμόσφαιρα» (Σχήμα 18).

**Πίνακας 49.** Πολλαπλές συγκρίσεις των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης με *post hoc* ανάλυση με τη μέθοδο διόρθωσης του Bonferroni στην Ικανοποίηση κατά την παραμονή στα μικρά νησιά

(I) κύριοι παράγοντες απόλαυσης της διοργάνωσης	(J) κύριοι παράγοντες απόλαυσης της διοργάνωσης	Διαφορές μέσων όρων (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
αγώνας	Γενική ατμόσφαιρα	.12996	.24128	1.000	-.4568	.7167
	Μη ιστιοπλοϊκές εκδηλώσεις	-.84320*	.31742	.027	-1.6151	-.0713
Γενική ατμόσφαιρα	αγώνας	-.12996	.24128	1.000	-.7167	.4568
	Μη ιστιοπλοϊκές εκδηλώσεις	-.97316*	.37023	.029	-1.8735	-.0728
Μη ιστιοπλοϊκές εκδηλώσεις	αγώνας	.84320*	.31742	.027	.0713	1.6151
	Γενική ατμόσφαιρα	.97316*	.37023	.029	.0728	1.8735

\*. Η διαφορά των μέσων όρων είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας  $\alpha=.05$



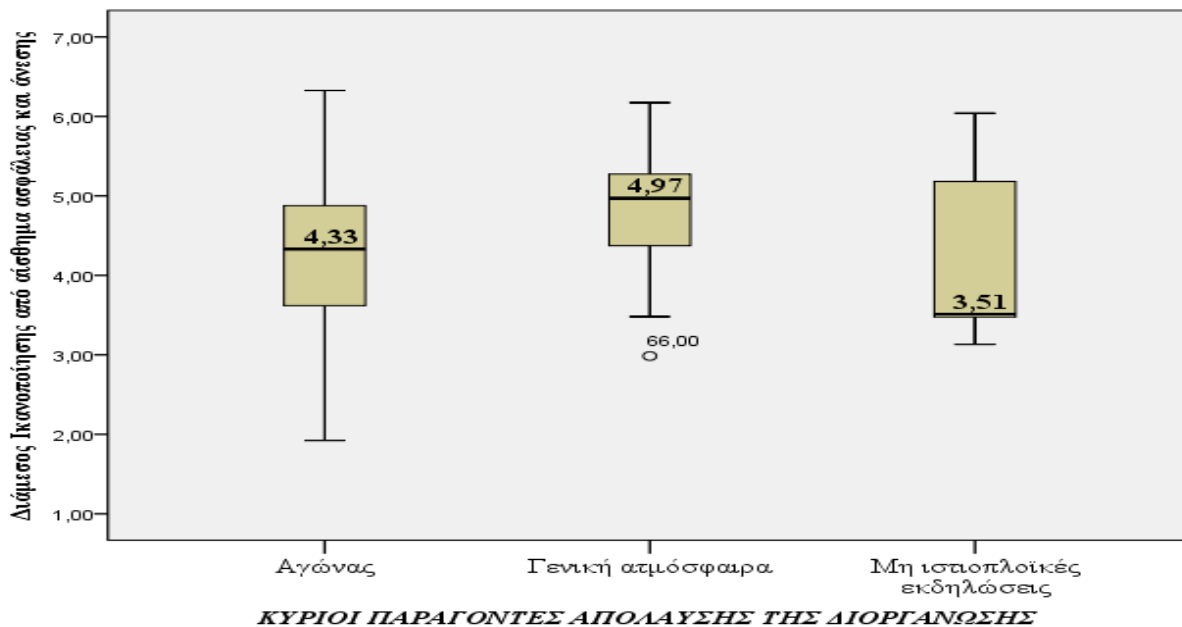
**Σχήμα 18.** Μέσοι όροι της βαθμολογίας ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά μεταξύ των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης

*Επίδραση των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης, στη μεταβλητή της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης*

Στην επίδραση των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης, στη μεταβλητή της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης ως προς τους τρεις κύριους παράγοντες απόλαυσης της διοργάνωσης.

Αρχικά εξετάζεται η ικανοποίηση των προϋποθέσεων για παραμετρική ανάλυση με one way ANOVA. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση δεν ικανοποιείται ούτε με την αφαίρεση ακραίων τιμών ούτε με μετασχηματισμούς των δεδομένων, οπότε ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή, απορρίπτεται. Στον παράγοντα «Μη ιστιοπλοϊκές εκδηλώσεις» το τεστ

Kolmogorov-Smirnov  $p < .05$  ομοίως και στο τεστ Shapiro-Wilk  $p < .05$  (Πίνακας 46). Ο έλεγχος Levene δεν παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F_{2,110} = .887, p = .415$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 46). Στη συνέχεια για την διερεύνηση της μηδενικής στατιστικής υπόθεσης ισότητας των διαμέσων διεξήχθη το μη παραμετρικό τεστ Kruskal-Wallis και το αποτέλεσμα ήταν στατιστικά σημαντικό  $\chi^2(2, N=113) = 6.398, p = .041$ . Για να εντοπιστούν οι διαφορές μεταξύ των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης ακολούθησαν κατά ζεύγη συγκρίσεις. Οι κατά ζεύγη συγκρίσεις διεξήχθησαν χρησιμοποιώντας το Mann-Whitney U τεστ. Για να προστατευθούν τα αποτελέσματα από σφάλμα τύπου I, διαιρέθηκε το επιλεγμένο επίπεδο σημαντικότητας  $\alpha = .05$  με τον αριθμό των συγκρίσεων (μέθοδος διόρθωσης του Bonferroni). Τα αποτελέσματα των Mann-Whitney U τεστ έδειξαν ότι η βαθμολογία (Σχήμα 19) στην ικανοποίηση από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης αυτών που είχαν σαν κύριο παράγοντα απόλαυσης τη «Γενική ατμόσφαιρα» ( $Mdn = 4.97$ ) ήταν στατιστικά σημαντικά μεγαλύτερη από αυτών που είχαν σαν κύριο παράγοντα απόλαυσης τον «Αγώνα» ( $Mdn = 4.33$ ),  $U = 495, p = .012, r = .25$ .



**Σχήμα 19.** Η διάμεσος της βαθμολογίας ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης μεταξύ των κύριων παραγόντων απόλαυσης της διοργάνωσης



#### 4.3.3.7 Επίδραση του φύλου, στους παράγοντες ικανοποίησης

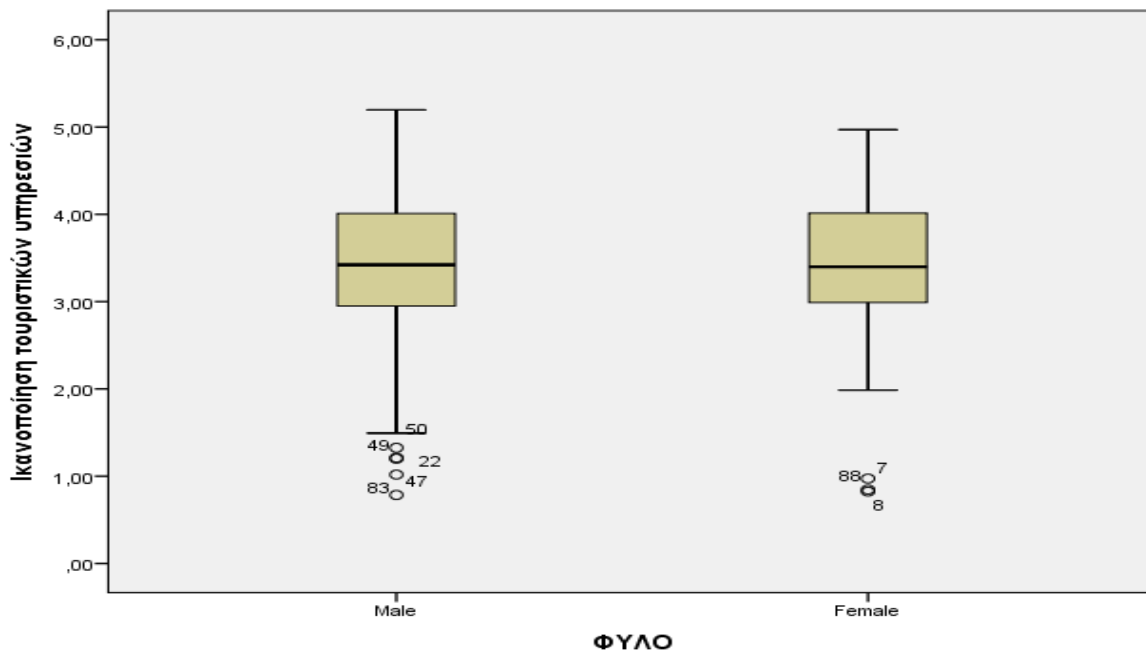
**Πίνακας 50.** Βαθμολογίες και αποτελέσματα της επίδρασης του φύλου, στους παράγοντες ικανοποίησης

		Ικανοποίηση από παροχή τουριστικών υπηρεσιών										
				Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-Wilk		Levene		t-test		
		N	M.O.	T.A.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.
	Ανδρας	84	3.46	0.90	.083	.200	.97	.05	.118	.731	-.293	.770
	Γυναίκα	33	3.51	0.85	.091	.200	.962	.293			df=115	
		Ικανοποίηση από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών										
				Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-Wilk		Levene		t-test		
		N	M.O.	T.A.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.
	Ανδρας	83	4.4	0.76	.077	.200	.984	.372	1.697	.195	-.402	.688
	Γυναίκα	32	4.46	0.62	.11	.200	.967	.414			df=113	
		Ικανοποίηση κατά την παραμονή στα μικρά νησιά										
				Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-Wilk		Levene		t-test		
		N	M.O.	T.A.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.
	Ανδρας	86	4.02	0.93	.062	.200	.991	.801	.978	.325	.031	.976
	Γυναίκα	35	4.02	1.11	.117	.200	.932	.033			df=119	
		Ικανοποίηση από αίσθημα ασφάλειας και άνεσης										
				Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-Wilk		Levene		t-test		
		N	M.O.	T.A.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.
	Ανδρας	86	4.32	0.93	.061	.200	.983	.335	1.824	.179	-.092	.927
	Γυναίκα	5	4.34	1.12	0.105	.200	.974	.57			df=119	

*Επίδραση του φύλου, στη μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών*

Στην επίδραση του φύλου, στην μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών. Αρχικά εξετάζεται η ικανοποίηση των προϋποθέσεων για παραμετρική ανάλυση με t-test. Η πρώτη

από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται μετά την αφαίρεση των ακραίων τιμών, στους άνδρες, στις παρατηρήσεις με id 47 και 83 με τιμές στη βαθμολογία της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών .78 και 1.02 αντίστοιχα και στις γυναίκες με id 8 και 88 και τιμές .82 και .85 αντίστοιχα (Σχήμα 20). Σε κάθε περίπτωση η αφαίρεση ακραίων παρατηρήσεων δεν ξεπέρασε το 10%, σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov  $p > .05$  και σε όλα τα τεστ Shapiro-Wilk  $p \geq .05$  (Πίνακας 50). Ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα της ανεξάρτητης μεταβλητής του φύλου ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή, δεν απορρίπτεται.

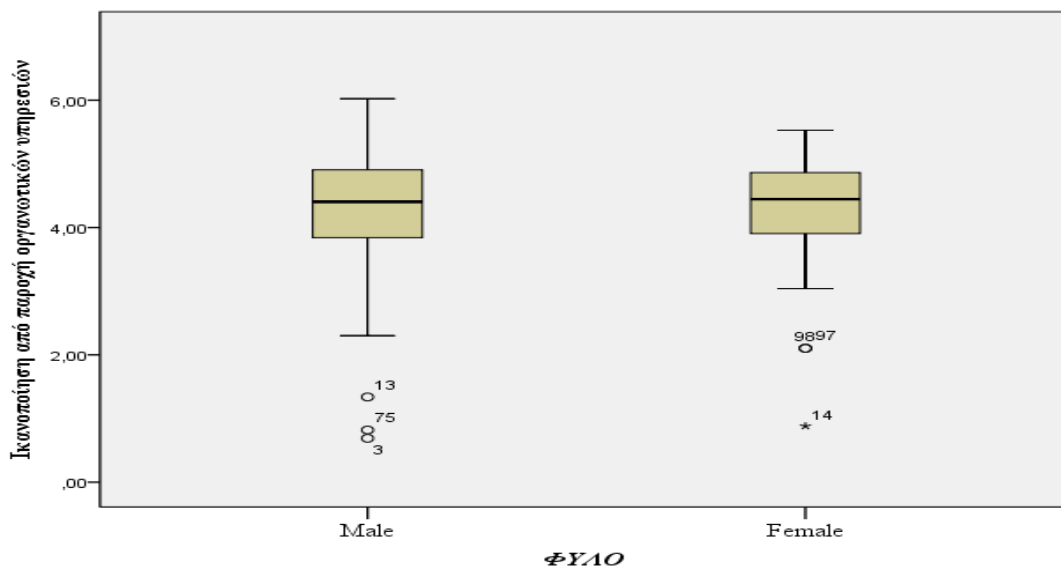


**Σχήμα 20.** Θηκόγραμμα του φύλου στη μεταβλητή της ικανοποίησης από παροχή τουριστικών υπηρεσιών

Ο έλεγχος Levene δεν παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F = .118, p = .731$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 50). Ένα t-test ανεξαρτήτων δειγμάτων έδειξε ότι οι βαθμολογίες δεν ήταν στατιστικά σημαντικά διαφορετικές μεταξύ ανδρών και γυναικών  $t(115) = -.293, p = .770$ . Δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση ως προς την ισότητα του μέσου όρου στη βαθμολογία της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών ανάμεσα στους άνδρες και τις γυναίκες που μετείχαν στη μελέτη.

### Επίδραση του φύλου, στη μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών

Στην επίδραση του φύλου, στην μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών. Αρχικά εξετάζεται η ικανοποίηση των προϋποθέσεων για παραμετρική ανάλυση με t-test. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται μετά την αφαίρεση των ακραίων τιμών, στους άνδρες, στις παρατηρήσεις με id 3, id 13 και id 75 με τιμές στη βαθμολογία της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών .69, 1.34 και .82 αντίστοιχα και στις γυναίκες με id 14, id 97 και id 98 και τιμές .88, 2.1 και 2.1 αντίστοιχα (Σχήμα 21). Σε κάθε περίπτωση η αφαίρεση ακραίων παρατηρήσεων δεν ξεπέρασε το 10%, σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov  $p > .05$  και σε όλα τα τεστ Shapiro-Wilk  $p \geq .05$  (Πίνακας 50). Ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα της ανεξάρτητης μεταβλητής του φύλου ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή, δεν απορρίπτεται.



**Σχήμα 21.** Θηκόγραμμα του φύλου στη μεταβλητή της ικανοποίησης από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών

Ο έλεγχος Levene δεν παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F=1.697, p=.195$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 50). Ένα t-test ανεξαρτήτων δειγμάτων έδειξε ότι οι βαθμολογίες δεν ήταν στατιστικά σημαντικά διαφορετικές μεταξύ ανδρών και γυναικών  $t(113) = -.402, p = .688$ . Δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση ως προς την ισότητα του μέσου όρου στη βαθμολογία της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών ανάμεσα στους άνδρες και τις γυναίκες που μετείχαν στη μελέτη.

*Επίδραση του φύλου, στη μεταβλητή της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά*

Στην επίδραση του φύλου, στην μεταβλητή της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά. Αρχικά εξετάζεται η ικανοποίηση των προϋποθέσεων για παραμετρική ανάλυση με t-test. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται, σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov  $p>.05$  και σε όλα τα τεστ Shapiro-Wilk  $p\geq.05$  (Πίνακας 50). Ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα της ανεξάρτητης μεταβλητής του φύλου ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή, δεν απορρίπτεται. Ο έλεγχος Levene δεν παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F=.978, p=.325$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 50). Ένα t-test ανεξαρτήτων δειγμάτων έδειξε ότι οι βαθμολογίες δεν ήταν στατιστικά σημαντικά διαφορετικές μεταξύ ανδρών και γυναικών  $t(119) = .031, p = .976$ . Δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση ως προς την ισότητα του μέσου όρου στη βαθμολογία της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά ανάμεσα στους άνδρες και τις γυναίκες που μετείχαν στη μελέτη.

*Επίδραση του φύλου, στη μεταβλητή της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης στη διοργάνωση*

Στην επίδραση του φύλου, στην μεταβλητή της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης στη διοργάνωση, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης στη διοργάνωση. Αρχικά εξετάζεται η ικανοποίηση των προϋποθέσεων για

παραμετρική ανάλυση με t-test. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται, σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov  $p > .05$  και σε όλα τα τεστ Shapiro-Wilk  $p \geq .05$  (Πίνακας 50). Ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα της ανεξάρτητης μεταβλητής του φύλου ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή, δεν απορρίπτεται. Ο έλεγχος Levene δεν παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F=1.824$ ,  $p = .179$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 50). Ένα t-test ανεξαρτήτων δειγμάτων έδειξε ότι οι βαθμολογίες δεν ήταν στατιστικά σημαντικά διαφορετικές μεταξύ ανδρών και γυναικών  $t(119) = -.092$ ,  $p = .927$ . Δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση ως προς την ισότητα του μέσου όρου στη βαθμολογία της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά ανάμεσα στους άνδρες και τις γυναίκες που μετείχαν στη μελέτη.

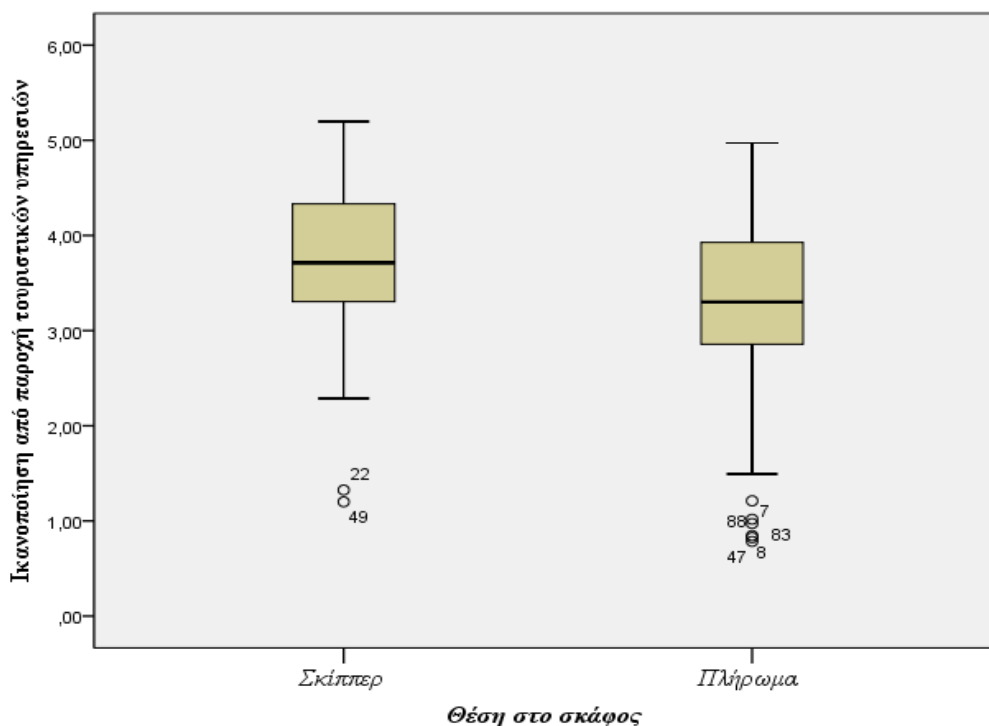
#### 4.3.3.8 Επίδραση της θέσης στο σκάφος, στους παράγοντες ικανοποίησης

**Πίνακας 51.** Βαθμολογίες και αποτελέσματα της επίδρασης της θέσης στο σκάφος, στους παράγοντες ικανοποίησης

Ικανοποίηση από παροχή τουριστικών υπηρεσιών												
				Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-Wilk		Levene		t-test		
		N	M.O.	T.A.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.
	Σκίππερ	42	3.73	0.90	0.097	.200	0.949	.058	.031	.861	2.389	.019
	Πλήρωμα	75	3.33	0.84	0.084	.200	0.969	.062			df=115	
Ικανοποίηση από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών												
				Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-Wilk		Levene		t-test		
		N	M.O.	T.A.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.
Θέση στο σκάφος	Σκίππερ	40	4.45	0.71	0.122	.139	0.97	.362	.685	.409	.630	.530
	Πλήρωμα	76	4.36	0.78	0.091	.186	0.971	.075			df=114	
Ικανοποίηση κατά την παραμονή στα μικρά νησιά												
				Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-Wilk		Levene		t-test		
		N	M.O.	T.A.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.
Θέση στο σκάφος	Σκίππερ	42	4.22	0.89	0.094	.200	0.985	.841	.237	.627	1.617	.109
	Πλήρωμα	79	3.92	1.02	0.093	.089	0.97	.06			df=119	
Ικανοποίηση από αίσθημα ασφάλειας και άνεσης												
				Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-Wilk		Levene		t-test		
		N	M.O.	T.A.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.
Θέση στο σκάφος	Σκίππερ	42	4.18	0.86	0.118	.157	0.968	.28	5.106	.026	-1.564	.121
	Πλήρωμα	79	4.41	1.04	0.092	.094	0.969	.05			df=106	

### Επίδραση της θέσης στο σκάφος στη μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών

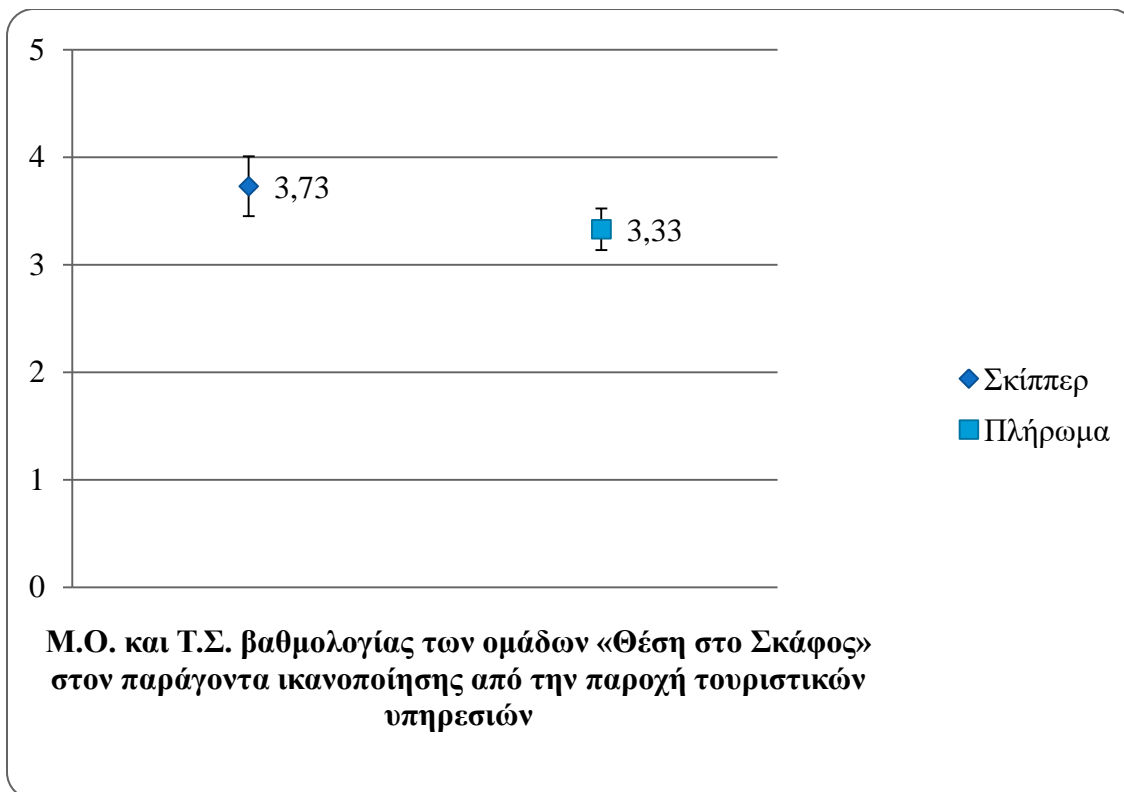
Στην επίδραση της θέσης στο σκάφος, στην μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών. Αρχικά εξετάζεται η ικανοποίηση των προϋποθέσεων για παραμετρική ανάλυση με t-test. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται μετά την αφαίρεση των ακραίων τιμών, στο πλήρωμα, στις παρατηρήσεις με id 47, id 8, id 88 και id 7 με τιμές στη βαθμολογία της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών .78, .82, .85, και .97 αντίστοιχα (Σχήμα 22).



**Σχήμα 22.** Θηκόγραμμα της θέσης στο σκάφος στη μεταβλητή της ικανοποίησης από παροχή τουριστικών υπηρεσιών

Σε κάθε περίπτωση η αφαίρεση ακραίων παρατηρήσεων δεν ξεπέρασε το 10%, σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov  $p > .05$  και σε όλα τα τεστ Shapiro-Wilk  $p \geq .05$  (Πίνακας 51). Ο

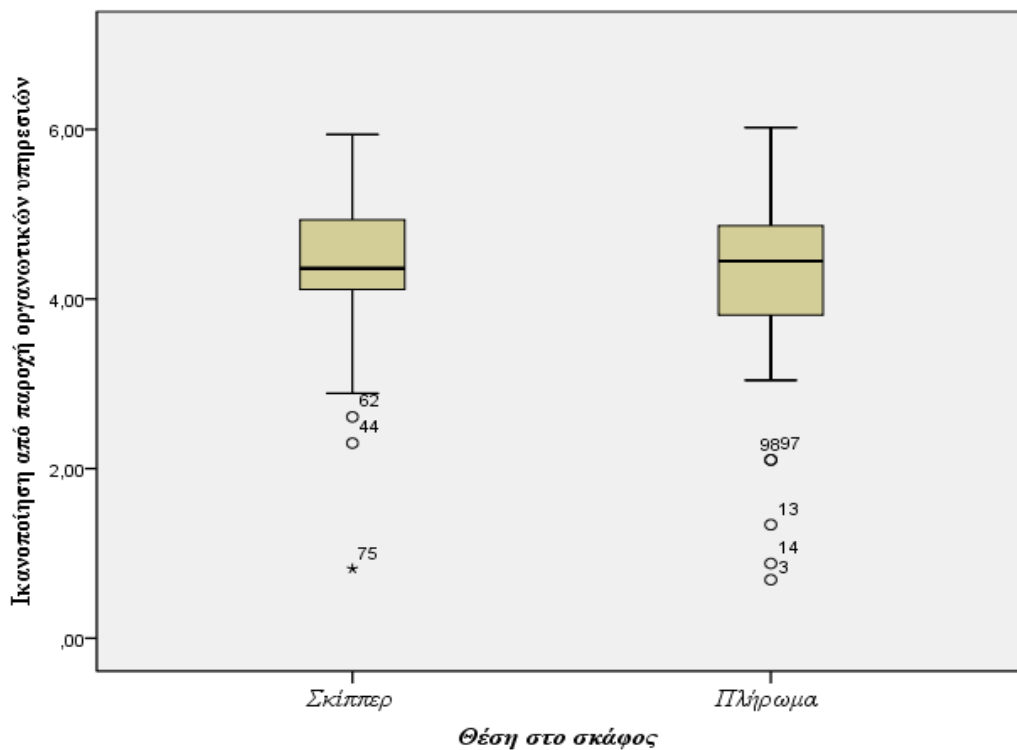
έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα της ανεξάρτητης μεταβλητής της θέσης στο σκάφος ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή, δεν απορρίπτεται. Ο έλεγχος Levene δεν παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F=.031, p =.861$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 51). Ένα t-test ανεξαρτήτων δειγμάτων έδειξε ότι οι βαθμολογίες της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών ήταν στατιστικά σημαντικά μεγαλύτερες από τους σκίπερ ( $M=3.73\pm.90$ ) σε σχέση με των πληρωμάτων ( $M=3.33\pm.84$ ),  $t(115) = 2.389, p = .019$ . Δεν δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση ως προς την ισότητα του μέσου όρου στη βαθμολογία ανάμεσα στους σκίπερ και τα πληρώματα που μετείχαν στη μελέτη (Σχήμα 23).



**Σχήμα 23.** Μέσοι όροι της βαθμολογίας ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών μεταξύ των σκίπερ και των πληρωμάτων

*Επίδραση της θέσης στο σκάφος, στη μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών*

Στην επίδραση της θέσης στο σκάφος, στην μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών. Αρχικά εξετάζεται η ικανοποίηση των προϋποθέσεων για παραμετρική ανάλυση με t-test. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται μετά την αφαίρεση των ακραίων τιμών, στους σκίπερ στις παρατηρήσεις με id 75 και id 44 με τιμές .82 και 2.3 αντίστοιχα και στο πλήρωμα στις παρατηρήσεις με id 3, id 14 και id 13 με τιμές στη βαθμολογία της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών .69, .88, και 1.34 αντίστοιχα (Σχήμα 24).



**Σχήμα 24.** Θηκόγραμμα της θέσης στο σκάφος στη μεταβλητή της ικανοποίησης από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών



Σε κάθε περίπτωση η αφαίρεση ακραίων παρατηρήσεων δεν ξεπέρασε το 10%, σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov  $p > .05$  και σε όλα τα τεστ Shapiro-Wilk  $p > .05$  (Πίνακας 51). Ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα, της ανεξάρτητης μεταβλητής «θέση στο σκάφος», ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή, δεν απορρίπτεται. Ο έλεγχος Levene δεν παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F = .685, p = .409$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 51). Ένα t-test ανεξαρτήτων δειγμάτων έδειξε ότι οι βαθμολογίες της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών δεν ήταν στατιστικά σημαντικά διαφορετικές  $t(114) = .630, p = .530$ . Δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση ως προς την ισότητα του μέσου όρου στη βαθμολογία ανάμεσα στους σκίπερ και τα πληρώματα που μετείχαν στη μελέτη (Πίνακας 51).

*Επίδραση της θέσης στο σκάφος, στη μεταβλητή της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά*

Στην επίδραση της θέσης στο σκάφος, στην μεταβλητή της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά. Αρχικά εξετάζεται η ικανοποίηση των προϋποθέσεων για παραμετρική ανάλυση με t-test. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται, σε κάθε περίπτωση σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov  $p > .05$  και σε όλα τα τεστ Shapiro-Wilk  $p > .05$  (Πίνακας 51). Ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα, της ανεξάρτητης μεταβλητής «θέση στο σκάφος», ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή, δεν απορρίπτεται. Ο έλεγχος Levene δεν παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F = .237, p = .627$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 51). Ένα t-test ανεξαρτήτων δειγμάτων έδειξε ότι οι βαθμολογίες της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά δεν ήταν στατιστικά σημαντικά διαφορετικές  $t(119) = 1.617, p = .109$ . Δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση ως προς την ισότητα του μέσου όρου στη βαθμολογία ανάμεσα στους σκίπερ και τα πληρώματα που μετείχαν στη μελέτη (Πίνακας 51).

*Επίδραση της θέσης στο σκάφος, στη μεταβλητή της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης στη διοργάνωση*

Στην επίδραση της θέσης στο σκάφος, στην μεταβλητή της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης στη διοργάνωση, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων βαθμολογίας της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά. Αρχικά εξετάζεται η ικανοποίηση των προϋποθέσεων για παραμετρική ανάλυση με t-test. Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση ικανοποιείται προσεγγίστεκα, μετά το μετασχηματισμό των δεδομένων, τα τεστ Kolmogorov-Smirnov  $p > .05$  και τα τεστ Shapiro-Wilk  $p > .05$  (Πίνακας 51). Ο έλεγχος της μηδενικής υπόθεσης ότι τα δεδομένα, της ανεξάρτητης μεταβλητής «θέση στο σκάφος», ακολουθούν προσεγγιστικά κανονική κατανομή, δεν απορρίπτεται. Ο έλεγχος Levene παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F=5.106$ ,  $p = .026$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών (Πίνακας 51), ώστε οι βαθμοί ελευθερίας του t-test ανεξαρτήτων δειγμάτων προσαρμόστηκαν από 119 σε 106 και έδειξε ότι οι βαθμολογίες της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά δεν ήταν στατιστικά σημαντικά διαφορετικές  $t(106) = -1.564$ ,  $p = .121$ . Δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση ως προς την ισότητα του μέσου όρου στη βαθμολογία ανάμεσα στους σκίππερ και τα πληρώματα που μετείχαν στη μελέτη (Πίνακας 51).

#### ***4.3.4 Πολυμεταβλητή Ανάλυση Παλινδρόμησης (Multiple Regression Analysis) για την πρόβλεψη πρόθεσης για παρότρυνση σε φίλους, γνωστούς, οικογενειακό και κοινωνικό περίγυρο για επίσκεψη στα νησιά.***

Με την επιφύλαξη της μη τήρησης της προϋπόθεσης στην κανονικότητα κατανομής της εξαρτημένης μεταβλητής, η πολυμεταβλητή ανάλυση παλινδρόμησης (multiple regression analysis) πραγματοποιήθηκε προκειμένου να εξετασθεί η συμβολή των ανεξάρτητων μεταβλητών των παραγόντων ικανοποίησης στην πρόβλεψη της πρόθεσης για παρότρυνση σε φίλους, γνωστούς, οικογενειακό και κοινωνικό περίγυρο για επίσκεψη στα νησιά. Τα διαγνωστικά συγγραμμικότητας έδειξαν τιμές για το VIF (Variation Inflation Factor) και για την Tolerance τιμές κοντά στο 1 ένδειξη μη συγγραμμικότητας. Στον Πίνακα 52 παρουσιάζονται οι μη τυποποιημένοι δείκτες παλινδρόμησης ( $B$ ), το μη τυποποιημένο σφάλμα ( $SE B$ ), οι

τυποποιημένοι δείκτες παλινδρόμησης ( $\beta$ ), οι  $t$ -τιμές, το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας ( $p$ ) και η μισομερική συσχέτιση ( $sr$ ). Σχετικά με την πρόθεση για παρότρυνση σε φίλους, γνωστούς, οικογενειακό και κοινωνικό περίγυρο για επίσκεψη στα νησιά ο συντελεστής πρόβλεψης  $R$  ήταν .45 στατιστικά σημαντικός ( $F_{4,108} = 6.782, p < .001$ ), οι τιμές του  $R^2$  και του προσαρμοσμένου  $R^2$  (adjusted  $R^2$ ) ήταν .20 και .17, αντίστοιχα. Οι τρεις από τους τέσσερις παράγοντες ικανοποίησης συνεισφέρουν στην πρόθεση για παρότρυνση σε φίλους, γνωστούς, οικογενειακό και κοινωνικό περίγυρο για επίσκεψη στα νησιά, ο σταθερός συντελεστής ( $B=2,05$ ) ήταν στατιστικά σημαντικά διαφορετικός από το μηδέν  $t(108)=4.16, p<.001$ , η ικανοποίηση τουριστικών υπηρεσιών εξήγησε μόλις το 1.8% της πρόθεσης, με συντελεστή μη στατιστικά σημαντικά διαφορετικό από το μηδέν  $t(108)=1.56, \beta=.13, p=.121$ , η ικανοποίηση οργανωτικών υπηρεσιών εξήγησε το 5.9% της πρόθεσης με συντελεστή στατιστικά σημαντικά διαφορετικό από το μηδέν  $t(108)=2.82, \beta=.24, p=.006$ , η ικανοποίηση κατά την παραμονή στα μικρά νησιά εξήγησε το 4.9% της πρόθεσης, με συντελεστή στατιστικά σημαντικά διαφορετικό από το μηδέν  $t(108)=2.57, \beta=.22, p=.012$ , η ικανοποίηση από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης εξήγησε το 7.5% της πρόθεσης, με συντελεστή στατιστικά σημαντικά διαφορετικό από το μηδέν  $t(108)=3.19, \beta=.27, p=.002$ .

**Πίνακας 52.** Συνοπτικά αποτελέσματα της πολυμεταβλητής ανάλυσης παλινδρόμησης των μεταβλητών ικανοποίησης στην πρόβλεψη της πρόθεσης για παρότρυνση σε φίλους, γνωστούς, οικογενειακό και κοινωνικό περίγυρο για επίσκεψη στα νησιά.

	$B$	$S. E.$ ( $B$ )	$\beta$	t- test	Sig.	Part (sr)
Σταθερά	2.044	0.491		4.161	.000	
Ικανοποίηση τουριστικών υπηρεσιών	0.095	0.061	.134	1.561	.121	.134
Ικανοποίηση οργανωτικών υπηρεσιών	0.171	0.061	.242	2.817	.006	.242
Ικανοποίηση κατά την παραμονή στα νησιά	0.156	0.061	.221	2.566	.012	.221
Ικανοποίηση από αίσθημα ασφάλειας	0.194	0.061	.274	3.189	.002	.274

*4.3.5 Στατιστική ανάλυση  $\chi^2$  για την επίδραση των επικοινωνιακών μέσων που χρησιμοποιούν οι συμμετέχοντες και το είδος των εμπειριών που επικοινωνούν με αυτά, στις προθέσεις τους να παροτρύνουν φίλους και γνωστούς για την επίσκεψη των τόπων φιλοξενίας του αγώνα.*

Ο έλεγχος της ύπαρξης ή όχι ανεξαρτησίας μεταξύ δύο ποιοτικών μεταβλητών εξετάστηκε με το  $\chi^2$  στατιστικό τεστ. Για τις ανάγκες της στατιστικής ανάλυσης με το  $\chi^2$  διεξήχθη επανακωδικοποίηση της μεταβλητής «πρόθεση για παρότρυνση σε φίλους, γνωστούς, οικογενειακό και κοινωνικό περίγυρο για επίσκεψη στα νησιά» με τις τιμές 1= «No», 2= «Probably No», 3= «I have not decided» σε 0= «No» και τις τιμές 4= « Probably Yes», 5= «Yes» σε 1= «Yes». Δημιουργήθηκαν πίνακες συνάφειας 2X2 για τις παρακάτω συγκρίσεις:

- Επικοινωνία Εμπειριών με Κοινωνικά Δίκτυα \* Παρότρυνση για επίσκεψη στα νησιά
- Επικοινωνία Εμπειριών με Επαγγελματικά Δίκτυα \* Παρότρυνση για επίσκεψη στα νησιά
- Επικοινωνία Εμπειριών με Προφορικές Συζητήσεις \* Παρότρυνση για επίσκεψη στα νησιά
- Επικοινωνία Εμπειριών με Άλλους Τρόπους \* Παρότρυνση για επίσκεψη στα νησιά
- Εντυπώσεις από τα Τοπία \* Παρότρυνση για επίσκεψη στα νησιά
- Εμπειρίες από το Πλήρωμα \* Παρότρυνση για επίσκεψη στα νησιά
- Εμπειρίες κατά τον Αγώνα \* Παρότρυνση για επίσκεψη στα νησιά
- Εντυπώσεις από τις Υπηρεσίες στα Νησιά \* Παρότρυνση για επίσκεψη στα νησιά
- Εντυπώσεις από τους Κατοίκους \* Παρότρυνση για επίσκεψη στα νησιά
- Γαστρονομικές Εμπειρίες \* Παρότρυνση για επίσκεψη στα νησιά
- Άλλες Εντυπώσεις & Εμπειρίες \* Παρότρυνση για επίσκεψη στα νησιά

Σε όλους τους πίνακες συνάφειας υπήρχε ένα κελί 25% με αναμενόμενες συχνότητες κάτω από 5 αλλά όχι κάτω από 1. Καθώς οι πίνακες συνάφειας ήταν 2X2 χρησιμοποιήθηκε το Fisher's exact test από όπου καταλήξαμε στο συμπέρασμα ότι η υπόθεση της ανεξαρτησίας απορρίπτεται στις παρακάτω περιπτώσεις.

*Εντυπώσεις από τις Υπηρεσίες στα Νησιά \* Παρότρυνση για επίσκεψη στα νησιά,  $p=.011$ , οι συμμετέχοντες στην διοργάνωση οι οποίοι επικοινωνούν τις εντυπώσεις τους από τις υπηρεσίες στα νησιά, είναι πιθανότερο, σε σχέση με αυτούς που δεν τις επικοινωνούν, να παροτρύνουν φίλους, γνωστούς, οικογενειακό και κοινωνικό περίγυρο για επίσκεψη στα νησιά.*

*Εντυπώσεις από τους Κατοίκους \* Παρότρυνση για επίσκεψη στα νησιά,  $p=.026$ , οι συμμετέχοντες στην διοργάνωση οι οποίοι επικοινωνούν τις εντυπώσεις τους από τους κατοίκους, είναι πιθανότερο, σε σχέση με αυτούς που δεν τις επικοινωνούν, να παροτρύνουν φίλους, γνωστούς, οικογενειακό και κοινωνικό περίγυρο για επίσκεψη στα νησιά.*

#### ***4.3.6 Στατιστική ανάλυση ANOVA και t-test για τις δαπάνες που πραγματοποίησαν οι συμμετέχοντες κατά τη διάρκεια του Rodos cup.***

Με αναγωγή στο σύνολο του πληθυσμού, οι συμμετέχοντες δαπάνησαν συνολικά 340.000€ κατά τη διάρκεια της διοργάνωσης, εκ των οποίων 310.000€, ή το 91%, ήταν από τους συμμετέχοντες που προέρχονται από το εξωτερικό. Η μέση δαπάνη αυτών των συμμετεχόντων (εξαιρουμένων των μεταφορικών μέσων πρόσβασης και της συμμετοχής σε έξοδα σκάφους) ήταν 624€ για τους Τούρκους, 810€ για τους Ρώσους και 674€ για τους συμμετέχοντες άλλων χωρών. Η μέση δαπάνη των Ελλήνων ήταν 480€. Η μέση κατά κεφαλή δαπάνη από ξένους επισκέπτες που ήρθαν στην Ελλάδα το 2017 σύμφωνα με μελέτη του Σ.Ε.Τ.Ε. ανήλθε στα 522€. (Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2017, Μάιος 2018). Η δαπάνη αυτή είναι περίπου 25% χαμηλότερη από τη δαπάνη που προέρχεται από τους ξένους συμμετέχοντες του RODOS CUP. Για την διερεύνηση της παραπάνω διαφοράς εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων δαπανών μεταξύ των δύο πληθυσμών. Αρχικά εξετάστηκε η ικανοποίηση των προϋποθέσεων για παραμετρική ανάλυση με t-test. Ένα t-test για τον έλεγχο Μέσης Τιμής Πληθυσμού έδειξε ότι ο μέσος όρος των δαπανών που πραγματοποίησαν οι ξένοι συμμετέχοντες στη διοργάνωση ήταν στατιστικά σημαντικά μεγαλύτερος από τη μέση κατά κεφαλή δαπάνη των ξένων επισκεπτών στην Ελλάδα το 2017 ( $M = 721.68 \pm 266.40$ ),  $t(56) = 5.66$ ,  $p < .001$ .

### *Επίδραση της εθνικότητας, στην μεταβλητή των δαπανών*

Στην επίδραση της εθνικότητας, στην μεταβλητή των δαπανών, εξετάζεται η μηδενική στατιστική υπόθεση της ισότητας των μέσων όρων δαπανών ως προς τις τέσσερις διαφορετικές ομάδες. Αρχικά εξετάζεται η ικανοποίηση των προϋποθέσεων για παραμετρική ανάλυση με one way ANOVA:

1. Τα δείγματά μας να είναι τυχαία επιλεγμένα
2. Κάθε πληθυσμός να περιγράφεται ικανοποιητικά από την κανονική κατανομή.
3. Η μεταβλητή να παρουσιάζει την ίδια διασπορά σε όλους τους πληθυσμούς.

Η πρώτη από τις προϋποθέσεις σχετίζεται με τον τρόπο επιλογής του δείγματος και ικανοποιείται. Η δεύτερη προϋπόθεση επίσης ικανοποιείται, σε όλα τα τεστ Kolmogorov-Smirnov  $p > .05$  και σε όλα τα τεστ Shapiro-Wilk  $p > .05$ . Ο έλεγχος Levene δεν παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $F_{3,89}=1.808, p = .152$ ) στην ομοιογένεια των διασπορών κατά συνέπεια μπορούμε να ερμηνεύσουμε την στατιστική μηδενική υπόθεση ισότητας των μέσων όρων δαπανών, με τον στατιστικό έλεγχο one way ANOVA της κατανομής F. Το αποτέλεσμα της επίδρασης της εθνικότητας (Πίνακας 54), στην μεταβλητή των δαπανών κατά τη διάρκεια της διοργάνωσης, ήταν στατιστικά σημαντικό ( $F_{3,89} = 10.10, p < .001$ ). Δεν δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση ως προς την ισότητα των μέσων όρων, στις δαπάνες που πραγματοποίησαν οι συμμετέχοντες, ανάμεσα στις εθνικότητες. Για να εντοπιστούν οι διαφορές μεταξύ των εθνικοτήτων ακολούθησαν πολλαπλές συγκρίσεις με post hoc ανάλυση με τη μέθοδο διόρθωσης του Bonferroni (πίνακας 55) και προέκυψε ότι ο μέσος όρος δαπανών των Ρώσων ( $M=810.21 \pm 289.24$ ) ήταν στατιστικά σημαντικά μεγαλύτερος  $p < .001$  από το μέσο όρο δαπανών των Ελλήνων ( $M=480.28 \pm 210.60$ ) και στατιστικά σημαντικά μεγαλύτερος  $p = .045$  από το μέσο όρο δαπανών των Τούρκων ( $M=624.09 \pm 233.23$ ). Δεν παρατηρήθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των υπολοίπων εθνικοτήτων (Σχήμα 25).

**Πίνακας 53.** Αποτελέσματα της απλής ANOVA ανεξάρτητων δειγμάτων της εθνικότητας στις άμεσες δαπάνες

Πηγή διασποράς	df	Άθροισμα τετραγώνων	Μέσα τετράγωνα	Πηλίκιο F	Sig.
Ομάδες	3	1730571,61	576857,20		
Σφάλμα	89	5082075,18	57101,97	10,10	0.001
Ολική	92	6812646,80			

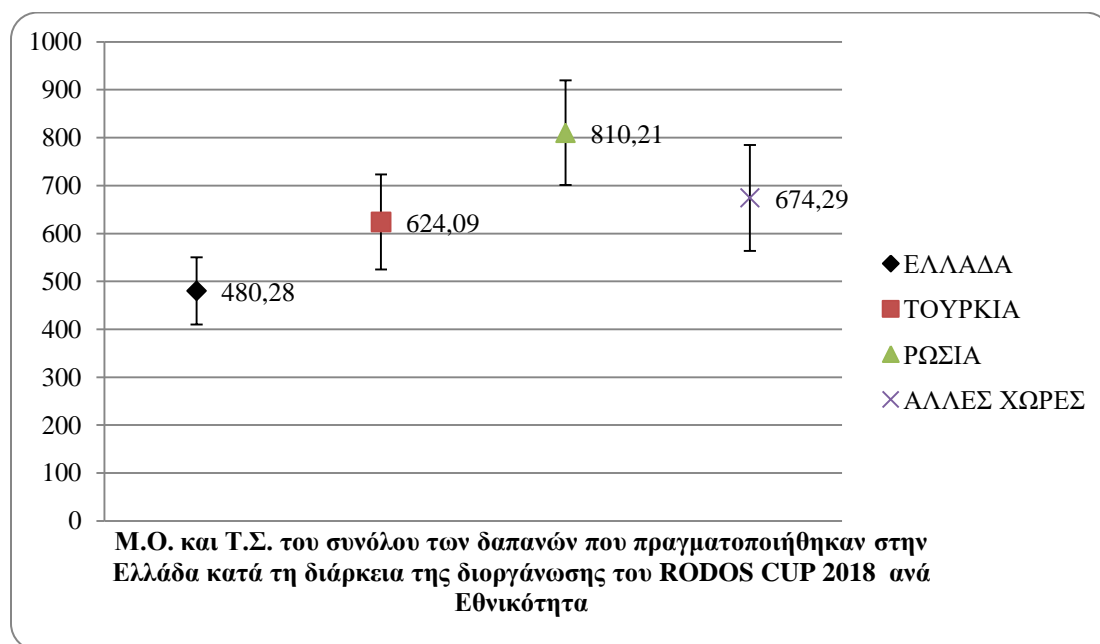
**Πίνακας 54.** Πολλαπλές συγκρίσεις με *post hoc* ανάλυση με τη μέθοδο διόρθωσης του Bonferroni στις άμεσες δαπάνες ανά εθνικότητα

(I) Εθνικότητα	(J) Εθνικότητα	Διαφορές μέσων			95% Confidence Interval	
		όρων (I-J)	Std. Error	Sig.	Lower Bound	Upper Bound
Ελλάδα	Τουρκία	-143,81313	64,66614	,172	-318,3152	30,6890
	Ρωσία	-329,93651*	60,21231	,000	-492,4199	-167,4531
	Άλλες Χώρες	-194,00794	98,70962	,315	-460,3766	72,3608
Τουρκία	Ελλάδα	143,81313	64,66614	,172	-30,6890	318,3152
	Ρωσία	-186,12338*	68,08010	,045	-369,8381	-2,4087
	Άλλες Χώρες	-50,19481	103,69652	1,000	-330,0207	229,6311
Ρωσία	Ελλάδα	<b>329,93651*</b>	60,21231	,000	167,4531	492,4199
	Τουρκία	<b>186,12338*</b>	68,08010	,045	2,4087	369,8381
	Άλλες Χώρες	135,92857	100,97911	1,000	-136,5643	408,4215
Άλλες Χώρες	Ελλάδα	194,00794	98,70962	,315	-72,3608	460,3766
	Τουρκία	50,19481	103,69652	1,000	-229,6311	330,0207
	Ρωσία	-135,92857	100,97911	1,000	-408,4215	136,5643

\*.  $p < .05$  level (2-tailed).

**Πίνακας 55.** Μέσος όρος άμεσων δαπανών και αποτελέσματα των τεστ κανονικότητας

Εθνικότητα	N	Μ.Ο.	Τ.Α.	Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-Wilk		Levene	
				Statistic	Sig.	Statistic	Sig.	Statistic	Sig.
Ελλάδα	36	480,28	210,60	0,11	.200	0,96	0,226		.152
Τουρκία	22	624,09	233,23	0,13	.200	0,93	0,107		
Ρωσία	28	810,21	289,24	0,12	.200	0,95	0,214	1.808	
Άλλες χώρες	7	674,29	146,39	0,16	.200	0,98	0,963		



**Σχήμα 25.** Μέσος όρος δαπανών κατά τη διάρκεια της διοργάνωσης ανά εθνικότητα



## **5. ΚΕΦΑΛΑΙΟ - ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η διερεύνηση και η μελέτη των στάσεων, των αντιλήψεων και του βαθμού ικανοποίησης των συμμετεχόντων στο Διεθνή ιστιοπλοϊκό αγώνα RODOS CUP και η συμβολή αυτών στην επικοινωνιακή προώθηση των Δωδεκανήσων.

Ειδικότεροι στόχοι της παρούσας μελέτης ήταν η διερεύνηση των:

- Δημογραφικών χαρακτηριστικών των συμμετεχόντων στη διοργάνωση
- Προηγούμενων στάσεων, αντιλήψεων και μελλοντικών συμπεριφορών
- Παραγόντων ικανοποίησης
- Εμπειριών και των μέσων επικοινωνίας τους

Τα πρωτογενή δεδομένα συλλέχθηκαν με τη χρήση ερωτηματολογίου καθώς η μέθοδος της ποσοτικής έρευνας παρέχει τη δυνατότητα αποτύπωσης συσχετισμών μεταξύ μεταβλητών και μελέτης της ύπαρξης ή όχι σχέσεων μεταξύ τους. Η συγκρότηση του ερωτηματολογίου στηρίχθηκε στην υπάρχουσα βιβλιογραφία με προσαρμογή στις ιδιαιτερότητες της διοργάνωσης. Η συλλογή των δεδομένων έγινε κατά τη διάρκεια της διοργάνωσης από 15 έως 21 Ιουλίου 2018. Το συνολικό δείγμα της έρευνας ήταν 121 άτομα.

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι το 71% των συμμετεχόντων ήταν άνδρες, το 80% ήταν μεταξύ 30 έως 59 ετών και το 87% ήταν απόφοιτοι τουλάχιστον τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Εισόδημα έως 20.000 ευρώ είχε το 35%, από 20.001 έως 40.000 ευρώ είχε το 36% και το υπόλοιπο 29% είχε εισόδημα από 40.001 ευρώ και πάνω.

Το 87% των συμμετεχόντων προερχόταν από χώρες εκτός Ελλάδας και το 57% επιβίβαστηκε από Τουρκικά λιμάνια.

Το 70% συμμετείχε στη διοργάνωση πάνω από μία φορά. Η προηγούμενη συμμετοχή ήταν η πηγή πληροφόρησης του αγώνα για το 58%. Το 68% δεν θα πραγματοποιούσε ταξίδι διακοπών στην Ελλάδα εάν δεν υπήρχε το RODOS CUP. Από τους συμμετέχοντες στη μελέτη, 7.5% επισκέφτηκαν την Ελλάδα για πρώτη φορά.

Για το 68% των συμμετεχόντων ο πρώτος παράγοντας απόλαυσης της διοργάνωσης είναι ο Αγώνας.

Το συντριπτικό ποσοστό 99% των ερωτηθέντων προτίθεται να επαναλάβει τη συμμετοχή του στην επόμενη διοργάνωση του RODOS CUP. Επίσης το 98% προτίθεται να συστήσει σε φίλους τη συμμετοχή τους στη διοργάνωση, ενώ το 90% απάντησε «ναι» και «πιθανότατα ναι» στην πρόθεση για παρότρυνση σε φίλους, γνωστούς, οικογενειακό και κοινωνικό περίγυρο για επίσκεψη στα νησιά.

Το 84% χρησιμοποίησε για την επικοινωνία των εμπειριών και των εντυπώσεων του τα κοινωνικά δίκτυα. Από τα είδη των ιστιοπλοϊκών εμπειριών και των εντυπώσεων που επικοινωνήσαν, κατά 93% ήταν εμπειρίες κατά τη διάρκεια του αγώνα, από τα είδη των μη ιστιοπλοϊκών εμπειριών και των εντυπώσεων που επικοινωνήσαν, κατά 57% ήταν γαστρονομικές εμπειρίες και κατά 56% εντυπώσεις από τα τοπία.

Από τις δαπάνες που πραγματοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια της διοργάνωσης η μεγαλύτερη κατά μέσο όρο, 281 ευρώ, ήταν για διατροφή και είχε την υψηλότερη βαθμολογία στο Value for Money. Από τα παραπάνω φαίνεται ότι η γαστρονομία παίζει σημαντικό ρόλο για τους συμμετέχοντες στη διοργάνωση, σε συνδυασμό με την επιβεβαίωση της στατιστικής υπόθεσης  $H_7$ , ότι η μέση συνολική άμεση δαπάνη που πραγματοποίησαν οι ξένοι συμμετέχοντες στη διοργάνωση ήταν σημαντικά μεγαλύτερη από την μέση δαπάνη των ξένων επισκεπτών στην Ελλάδα, συντείνουν στην άποψη ότι αυτά τα γεγονότα μπορούν να αποτελέσουν μια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης (Gibson, 1998; Gratton και συν., 2000; Turco και συν., 2003; Hodur και συν., 2006; Gibson και συν., 2012; Taks και συν., 2015; Mackellar, 2015).

Από τις ερωτήσεις ικανοποίησης η ερώτηση που βαθμολογήθηκε με τον μεγαλύτερο βαθμό ήταν αυτή για τη «Φιλικότητα των ανθρώπων». Από την παραγοντική ανάλυση των 14 ερωτήσεων ικανοποίησης προέκυψαν τέσσερις παράγοντες ικανοποίησης:

1. Συνολική ικανοποίηση από παροχή τουριστικών υπηρεσιών
2. Ικανοποίηση από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών στο Rodos Cup

3. Συνολική ικανοποίηση από την παραμονή στα νησιά, ενδιάμεσους σταθμούς του αγώνα
4. Συνολική ικανοποίηση από την αντιλαμβανόμενη αίσθηση ασφάλειας και άνεσης

Ο παράγοντας «Ικανοποίηση από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών» λαμβάνει την μεγαλύτερη βαθμολογία, ακολουθεί ο παράγοντας «Ικανοποίηση από την αντιλαμβανόμενη αίσθηση ασφάλειας και άνεσης» με βαθμολογία και ο παράγοντας «Ικανοποίηση από την παραμονή στα νησιά, ενδιάμεσους σταθμούς του αγώνα» με βαθμολογία ενώ ο παράγοντας «Ικανοποίηση από παροχή τουριστικών υπηρεσιών» την μικρότερη, καταδεικνύοντας από την μία το καλό οργανωτικό επίπεδο του αγώνα και από την άλλη την περαιτέρω ανάγκη για βελτίωση των υπηρεσιών κυρίως από τους τόπους φιλοξενίας της διοργάνωσης.

Τα αποτελέσματα της έρευνας στην επίδραση των δημογραφικών χαρακτηριστικών στους παράγοντες ικανοποίησης επιβεβαίωσαν τις εναλλακτικές στατιστικές υποθέσεις  $H_1$  στις παρακάτω περιπτώσεις.

- ✓ Η εθνικότητα επιδρά στην ικανοποίηση από παροχή τουριστικών υπηρεσιών, με τους Τούρκους να βαθμολογούν στατιστικά σημαντικά χαμηλότερα από τους Ρώσους.
- ✓ Η εθνικότητα επιδρά στην ικανοποίηση από παροχή οργανωτικών υπηρεσιών, με τη μέση βαθμολογία των Ελλήνων στατιστικά σημαντικά μεγαλύτερη από τη μέση βαθμολογία των Τούρκων και των Ρώσων, όπως και η μέση βαθμολογία των Άλλων Χωρών ήταν στατιστικά σημαντικά μεγαλύτερη από τη μέση βαθμολογία των Τούρκων.

Οι Τούρκοι φαίνεται να ήταν πιο απαιτητικοί στην ικανοποίηση των παρεχομένων υπηρεσιών από άλλες εθνικότητες ενώ οι Έλληνες ήταν πιο επιεικείς με την βαθμολογία της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών

- ✓ Το επίπεδο εκπαίδευσης επιδρά στην μεταβλητή της ικανοποίησης από την παραμονή στα μικρά νησιά. Η μέση βαθμολογία στην ικανοποίηση κατά την παραμονή στα μικρά νησιά των αποφοίτων δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης ήταν σημαντικά μεγαλύτερη από τη μέση βαθμολογία των κατόχων διδακτορικών τίτλων.

Τα αποτελέσματα της έρευνας στην επίδραση των ειδικών χαρακτηριστικών στους παράγοντες ικανοποίησης επιβεβαίωσαν τις εναλλακτικές στατιστικές υποθέσεις H<sub>2</sub> στις παρακάτω περιπτώσεις.

- ✓ Το επίπεδο προηγούμενων συμμετοχών στον αγώνα επιδρά στην ικανοποίηση από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών, καθώς η μέση βαθμολογία στην ικανοποίηση από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών των βετεράνων ήταν σημαντικά μεγαλύτερη από τη μέση βαθμολογία των έμπειρων.

Το παραπάνω εύρημα έρχεται να επιβεβαιώσει προηγούμενες μελέτες που υποστηρίζουν ότι πιο έμπειροι συμμετέχοντες – καταναλωτές σε αθλητικά γεγονότα είναι πιο πιθανό να είναι ικανοποιημένοι με μια υπηρεσία ή ένα προϊόν (Lymperopoulos και συν.,2008; Κοο, και συν.,2014 )

Τα αποτελέσματα της έρευνας στην επίδραση των ειδικών χαρακτηριστικών στους παράγοντες ικανοποίησης επιβεβαίωσαν τις εναλλακτικές στατιστικές υποθέσεις H<sub>3</sub> στις παρακάτω περιπτώσεις.

- ✓ Οι κύριοι παράγοντες απόλαυσης της διοργάνωσης επιδρούν στην μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή οργανωτικών υπηρεσιών, καθώς η μέση βαθμολογία του παράγοντα «Μη ιστιοπλοϊκές εκδηλώσεις» ήταν στατιστικά σημαντικά χαμηλότερη από τη μέση βαθμολογία του παράγοντα «Αγώνας» και του παράγοντα «Γενική ατμόσφαιρα».
- ✓ Οι κύριοι παράγοντες απόλαυσης της διοργάνωσης επιδρούν στην μεταβλητή της ικανοποίησης κατά την παραμονή στα μικρά νησιά, καθώς η μέση βαθμολογία του παράγοντα «Μη ιστιοπλοϊκές εκδηλώσεις» ήταν στατιστικά σημαντικά μεγαλύτερη από τη μέση βαθμολογία του παράγοντα «Αγώνας» και του παράγοντα «Γενική ατμόσφαιρα».
- ✓ Οι κύριοι παράγοντες απόλαυσης της διοργάνωσης επιδρούν στην μεταβλητή της ικανοποίησης από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης, καθώς η βαθμολογία αυτών που είχαν σαν κύριο παράγοντα απόλαυσης τη «Γενική ατμόσφαιρα» ήταν στατιστικά σημαντικά μεγαλύτερη από αυτών που είχαν σαν κύριο παράγοντα απόλαυσης τον «Αγώνα».

Από τα παραπάνω αποτελέσματα παρατηρείται ότι υπάρχουν τρεις ομάδες (τμηματοποίηση με κριτήριο τα κίνητρα συμμετοχής) με διαφορετικούς κύριους παράγοντες απόλαυσης της διοργάνωσης, μεταξύ των οποίων υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφοροποίηση στην ικανοποίηση.

Η στατιστική εναλλακτική υπόθεση  $H_5$  ότι ο βαθμός στους παράγοντες ικανοποίησης της διοργάνωσης επηρεάζει την πρόθεση παρότρυνσης σε φίλους, γνωστούς και κοινωνικό περίγυρο για επίσκεψη των τόπων φιλοξενίας της διοργάνωσης επιβεβαιώθηκε στους τρεις από τους τέσσερεις παράγοντες ικανοποίησης, η ικανοποίηση οργανωτικών υπηρεσιών εξήγησε το 5.9% της πρόθεσης, η ικανοποίηση κατά την παραμονή στα μικρά νησιά εξήγησε το 4.9% της πρόθεσης και η ικανοποίηση από το αίσθημα ασφάλειας και άνεσης εξήγησε το 7.5% της πρόθεσης. Φαίνεται ότι το παραπάνω εύρημα συμφωνεί με τους Tian-Cole και συν.(2002) που υποστηρίζουν ότι οι συμμετέχοντες που είναι ιδιαίτερα ικανοποιημένοι με την εμπειρία τους είναι πιθανό να είναι επαναλαμβανόμενοι επισκέπτες, να είναι πιστοί συμμετέχοντες, να επικοινωνούν «από στόμα σε στόμα» με άλλους, διαδίδοντας θετικές σκέψεις, συναισθήματα, εικόνες της διοργάνωσης και να είναι υποστηρικτές του οργανωτή.

Η στατιστική εναλλακτική υπόθεση  $H_6$  ότι τα επικοινωνιακά μέσα που χρησιμοποιούν οι συμμετέχοντες και το είδος των εμπειριών που επικοινωνούν με αυτά, επιδρούν στις προθέσεις τους να παροτρύνουν φίλους και γνωστούς για την επίσκεψη των τόπων φιλοξενίας του αγώνα επιβεβαιώθηκε σε δύο από τα είδη εμπειριών που διερευνήθηκαν

- ✓ Οι συμμετέχοντες στην διοργάνωση οι οποίοι επικοινωνούν τις εντυπώσεις τους από τις υπηρεσίες στα νησιά είναι πιθανότερο, σε σχέση με αυτούς που δεν τις επικοινωνούν, να παροτρύνουν φίλους, γνωστούς, οικογενειακό και κοινωνικό περίγυρο για επίσκεψη στα νησιά.
- ✓ Οι συμμετέχοντες στην διοργάνωση οι οποίοι επικοινωνούν τις εντυπώσεις τους από τους κατοίκους είναι πιθανότερο, σε σχέση με αυτούς που δεν τις επικοινωνούν, να παροτρύνουν φίλους, γνωστούς, οικογενειακό και κοινωνικό περίγυρο για επίσκεψη στα νησιά.

Τα ευρήματα αυτά συμφωνούν με τα συμπεράσματα των Plunkett και συν. (2018) ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ένα σημαντικό πεδίο αναφοράς όπου οι τουρίστες όχι

μόνο μοιράζονται τις πραγματικές γνώσεις σχετικά με έναν προορισμό, αλλά και τις προσωπικές τους εμπειρίες με τουριστικές δραστηριότητες. Έχει επίσης γίνει ένας τρόπος για τους επισκέπτες να προτείνουν έναν προορισμό, προωθώντας τους θετικά μέσω του περιεχομένου που παράγει ο χρήστης.

Τα αποτελέσματα της έρευνας στην επίδραση των ειδικών χαρακτηριστικών στους παράγοντες ικανοποίησης επιβεβαίωσαν τις εναλλακτικές στατιστικές υποθέσεις  $H_4$  στις παρακάτω περιπτώσεις.

- ✓ Η θέση στο σκάφος επιδρά στην μεταβλητή της ικανοποίησης από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών, καθώς οι βαθμολογίες των κυβερνητών ήταν στατιστικά σημαντικά μεγαλύτερες σε σχέση με των πληρωμάτων.

Τα αποτελέσματα της έρευνας επιβεβαίωσαν τις εναλλακτικές στατιστικές υποθέσεις  $H_7$  και  $H_8$  για τις δαπάνες.

- ✓ ο μέσος όρος των δαπανών που πραγματοποίησαν οι ξένοι συμμετέχοντες στη διοργάνωση ήταν στατιστικά σημαντικά μεγαλύτερος από τη μέση κατά κεφαλή δαπάνη των ξένων επισκεπτών στην Ελλάδα το 2017
- ✓ Η εθνικότητα επιδρά στην μεταβλητή των δαπανών, καθώς ο μέσος όρος δαπανών των Ρώσων ήταν στατιστικά σημαντικά μεγαλύτερος από το μέσο όρο δαπανών των Ελλήνων και των Τούρκων.

Τα αποτελέσματα της έρευνας, συντείνουν στην άποψη ότι το RODOS CUP είναι ένα ιστιοπλοϊκό αθλητικό γεγονός για το οποίο εκατοντάδες άνθρωποι ταξιδεύουν σε σημαντικές αποστάσεις σε ετήσια βάση, για να συμμετάσχουν στο αγαπημένο τους άθλημα και φέρνει ανθρώπους σε νησιά που διαφορετικά δεν θα είχαν επισκεφθεί ποτέ, βοηθά στην τόνωση της εικόνας των Δωδεκανήσων κυρίως μέσω της ενεργής συμμετοχής στην παραγωγή περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι συμμετέχοντες μοιράζονται τις εντυπώσεις σχετικά με τα νησιά – προορισμούς της διοργάνωσης αλλά και τις εμπειρίες τους από τις αγωνιστικές δραστηριότητες. Στη μεγάλη τους πλειοψηφία οι συμμετέχοντες είναι ιδιαίτερα ικανοποιημένοι με την εμπειρία τους, είναι επαναλαμβανόμενοι επισκέπτες και πιστοί συμμετέχοντες, επικοινωνούν «από στόμα σε στόμα», διαδίδοντας θετικές σκέψεις,

συναισθήματα και εικόνες της διοργάνωσης. Προτείνουν τον Αγώνα ως άξιο μελλοντικής συμμετοχής και τα νησιά φιλοξενίας της διοργάνωσης ως άξιους τουριστικούς προορισμούς, αποφέρουν οφέλη στις κοινότητες υποδοχής, κυρίως όσον αφορά τις τοπικές δαπάνες για φαγητό, ποτό, ψώνια και διαμονή (Pereira, Mascarenhas, Flores, & Pires, 2015). Το RODOS CUP μπορεί να λειτουργήσει ως πρότυπο διοργάνωσης και να συμβάλει μαζί με μια σειρά από παρόμοια γεγονότα ώστε να αποτελέσουν μια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης για τα νησιά των Δωδεκανήσων (Gibson, 1998; Gratton και συν., 2000; Turco και συν., 2003; Hodur και συν., 2006; Gibson και συν., 2012; Taks και συν., 2015; Mackellar, 2015).

### *Προτάσεις για μελλοντικές έρευνες*

Στη παρούσα μελέτη παρουσιάστηκαν αποτελέσματα από δεδομένα που συλλέχθηκαν από μία μόνο ιστιοπλοϊκή διοργάνωση. Τα αποτελέσματα θα πρέπει να θεωρηθούν ενδεικτικά και όχι αντιπροσωπευτικά για το σύνολο των ιστιοπλοϊκών διοργανώσεων. Μελλοντικές έρευνες σε περισσότερες ιστιοπλοϊκές διοργανώσεις θα μπορούσαν να συγκριθούν με την παρούσα έρευνα και να εξαχθούν πιο ασφαλή συμπεράσματα. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον θα παρουσίαζε μια παρόμοια μελέτη που θα διερευνούσε αυτού του τύπου τις διοργανώσεις σε επίπεδο νοτιοανατολικής Μεσογείου, έτσι ώστε τα αποτελέσματα να είναι συγκρίσιμα μεταξύ χωρών. Μια τέτοια έρευνα θα μπορούσε να βοηθήσει πολιτικούς και κοινωνικούς φορείς στη χάραξη εθνικής πολιτικής στον τομέα του θαλάσσιου αθλητικού τουρισμού.

## ***ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ***

- A Short History of World Sailing. (n.d.). Retrieved October 9, 2018, from <http://www.sailing.org/about/history.php>
- Carrasco, J.-A., & Lucas, K. (2015). Workshop Synthesis: Measuring Attitudes; Quantitative and Qualitative Methods. *Transportation Research Procedia*, *11*, 165–171.  
<https://doi.org/10.1016/j.trpro.2015.12.014>
- Chalip, L., & Costa, C. A. (2005). Sport Event Tourism and the Destination Brand: Towards a General Theory. *Sport in Society*, *8*(2), 218–237.  
<https://doi.org/10.1080/17430430500108579>
- Cruise Ship Questionnaire | Παρατηρητήριο Τουρισμού Ν. Αιγαίου. (n.d.). Retrieved October 27, 2018, from <http://tourismobservatory.ba.aegean.gr/erwtimatologia/cruise-ship-questionnaire/>
- Daniels, M. J., & Norman, W. C. (2003). Estimating the Economic Impacts of Seven Regular Sport Tourism Events. *Journal of Sport & Tourism*, *8*(4), 214–222.  
<https://doi.org/10.1080/1477508032000161528>
- Djaballah, M., Hautbois, C., & Desbordes, M. (2015). Non-mega sporting events' social impacts: a sensemaking approach of local governments' perceptions and strategies. *European Sport Management Quarterly*, *15*(1), 48–76.  
<https://doi.org/10.1080/16184742.2014.1000353>
- Επιτροπή Ανοικτής Θαλάσσης Ε.Ι.Ο. (n.d.). Retrieved October 9, 2018, from <http://www.offshore.org.gr/index.php?a=about&x=circular>



- Funk, D., Alexandris, K., & McDonald, H. (2008). *Consumer Behaviour in Sport and Events*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780080942858>
- Gibson, H. J. (1998). Sport Tourism: A Critical Analysis of Research. *Sport Management Review*, 1(1), 45–76. [https://doi.org/10.1016/S1441-3523\(98\)70099-3](https://doi.org/10.1016/S1441-3523(98)70099-3)
- Gibson, H. J., Kaplanidou, K., & Kang, S. J. (2012). Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism. *Sport Management Review*, 15(2), 160–170. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2011.08.013>
- Gratton, C., Dobson, N., & Shibli, S. (2000). The economic importance of major sports events: a case-study of six events. *Managing Leisure*, 5(1), 17–28. <https://doi.org/10.1080/136067100375713>
- Hodur, N. M., & Leistriz, L. F. (2006). Estimating the Economic Impact of Event Tourism. *Journal of Convention & Event Tourism*, 8(4), 63–79. [https://doi.org/10.1300/J452v08n04\\_05](https://doi.org/10.1300/J452v08n04_05)
- Hoefnagels, A., Bolton, R. N., Solnet, D., Parasuraman, A., Kabadayi, S., Migchels, N., ... Gruber, T. (2013). Understanding Generation Y and their use of social media: a review and research agenda. *Journal of Service Management*, 24(3), 245–267. <https://doi.org/10.1108/09564231311326987>
- Jennings, G. (2007). *Water-Based Tourism, Sport, Leisure, and Recreation Experiences*. Routledge.
- Kaplanidou, K. & Gibson, H. J. (2010). Predicting Behavioral Intentions of Active Event Sport Tourists: The Case of a Small-scale Recurring Sports Event. *Journal of Sport & Tourism*, 15(2), 163–179. <https://doi.org/10.1080/14775085.2010.498261>

- Kaplanidou, K., & Vogt, C. (2007). The Interrelationship between Sport Event and Destination Image and Sport Tourists' Behaviours. *Journal of Sport & Tourism*, 12(3–4), 183–206. <https://doi.org/10.1080/14775080701736932>
- Koo, S. K., Byon, K., & Baker, T. (2014). *Integrating Event Image, Satisfaction, and Behavioral Intention: Small-scale marathon event* (Vol. 23).
- Κατσής, Α., Σιδερίδης, Γ., & Εμβλωτής, Α. (2010). Στατιστικές μέθοδοι στις κοινωνικές επιστήμες. Αθήνα: Τόπος, σελ, 253.
- Lymperopoulos, K., & Pantouvakis, A. (2008). Customer satisfaction and loyalty in the eyes of new and repeat customers: Evidence from the transport sector. *Managing Service Quality: An International Journal*, 18(6), 623–643. <https://doi.org/10.1108/09604520810920103>
- Mackellar, J. (2015). Determinants of business engagement with regional sport events. *European Sport Management Quarterly*, 15(1), 7–26. <https://doi.org/10.1080/16184742.2015.1007882>
- Mackellar, J., & Nisbet, S. (2017). Sport events and integrated destination development. *Current Issues in Tourism*, 20(13), 1320–1335. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.959903>
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357–365. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.03.002>
- Maudos, J., Benages, E., Cucarella, V., & Fernandez de Guevara, J. (2007). Economic Impact of the 32nd America's Cup, Valencia 2007.
- Pereira, E. C. S., Mascarenhas, M. V. M., Flores, A. J. G., & Pires, G. M. V. S. (2015). Nautical small-scale sports events portfolio: a strategic leveraging approach. *European Sport Management Quarterly*, 15(1), 27–47. <https://doi.org/10.1080/16184742.2015.1007883>

- Pereira, E. C. S., Mascarenhas, M. V. M., Flores, A. J. G., & Pires, G. M. V. S. (2015). Nautical small-scale sports events portfolio: a strategic leveraging approach. *European Sport Management Quarterly*, 15(1), 27–47. <https://doi.org/10.1080/16184742.2015.1007883>
- Petty, R. E. (2018). *Attitudes and persuasion: Classic and contemporary approaches*. Routledge.
- Plunkett, D., & Brooks, T. J. (2018). Examining the relationship between satisfaction, intentions, and post-trip communication behaviour of active event sport tourists. *Journal of Sport & Tourism*, 0(0), 1–11. <https://doi.org/10.1080/14775085.2018.1532806>
- RC2018 – Entry List – Rodos Cup. (χ.χ.). Ανακτήθηκε 15 Δεκέμβριος 2018, από [https://www.rodoscup.gr/?page\\_id=814](https://www.rodoscup.gr/?page_id=814)
- Regatta. (2018). In *Wikipedia*. Retrieved from <https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Regatta&oldid=855152541>
- Shields, Y., Deane, B., & McDowell, N. (1997). The Economic Significance of Ford Cork Week 1996 International Sailing Regatta.
- Spears, N., & Singh, S. N. (2004). Measuring Attitude toward the Brand and Purchase Intentions. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 26(2), 53–66. <https://doi.org/10.1080/10641734.2004.10505164>
- Taks, M., Chalip, L., & Green, B. C. (2015). Impacts and strategic outcomes from non-mega sport events for local communities. *European Sport Management Quarterly*, 15(1), 1–6. <https://doi.org/10.1080/16184742.2014.995116>
- Thorpe, H. (2017). Action Sports, Social Media, and New Technologies: Towards a Research Agenda. *Communication & Sport*, 5(5), 554–578. <https://doi.org/10.1177/2167479516638125>

- Tian-Cole, S., Crompton, J. L., & Willson, V. L. (2002). An Empirical Investigation of the Relationships Between Service Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions among Visitors to a Wildlife Refuge. *Journal of Leisure Research*, 34(1), 1–24.  
<https://doi.org/10.1080/00222216.2002.11949957>
- Turco, D. M., Swart, K., Bob, U., & Moodley, V. (2003). Socio-economic Impacts of Sport Tourism in the Durban Unicity, South Africa. *Journal of Sport & Tourism*, 8(4), 223–239. <https://doi.org/10.1080/1477508032000161537>
- Tyrrell, T. J., & Sullivan, S. (n.d.). Economic Impact of the Newport - Bermuda Race 1992 | Request PDF. Retrieved October 27, 2018, from  
[https://www.researchgate.net/publication/268077945\\_Economic\\_Impact\\_of\\_the\\_Newport\\_-\\_Bermuda\\_Race\\_1992](https://www.researchgate.net/publication/268077945_Economic_Impact_of_the_Newport_-_Bermuda_Race_1992)
- Tyrrell, Tim & Sullivan, Susan. (1992). Economic Impact of the Newport - Bermuda Race 1992.
- Walsh, P., Clavio, G., Lovell, M. D., & Blaszk, M. (2013). Differences in Event Brand Personality Between Social Media Users and Non-Users. *Sport Marketing Quarterly*, 22(4).
- World Sailing - Olympic Sport. (2018, May 15). Retrieved October 9, 2018, from  
<https://www.olympic.org/world-sailing>
- Yacht racing. (2018). In Wikipedia. Retrieved from  
[https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Yacht\\_racing&oldid=826960504](https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Yacht_racing&oldid=826960504)

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ**  
**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

Dear Skipper/Sailor

The Offshore Yachting Club of Rhodes and Michalakis George in the context of his master's thesis are jointly conducting a study of the socio-economic impact of RODOS CUP regatta. We need to define the attitudes, perceptions and satisfaction of the participants, the sources of information about the event and the ways in which they communicate their experiences. The purpose of the study is to ensure that this event receives appropriate recognition for its contribution to the economies of the islands it involves.

As part of the study we need your help in determining the importance of participants and their guests in the event. We need to sort out where participants come from and where expenditures go. We need to determine the awareness, the perceptions and satisfaction of participants. Please answer the following questions and return the questionnaire in the organizing committee. **We inform you that the questionnaire is anonymous and that the collected data are only for statistical reasons. Your responses will be treated in the strictest confidence.**

Our sincere thanks.

**Q 1) What is your nationality?** \_\_\_\_\_

**Q 2) Where do you live? Country:** \_\_\_\_\_ **City:** \_\_\_\_\_

**Q 3) Which was your port of embarkation?** (The port from which you charter your boat)

\_\_\_\_\_

**Q 4) With what type of boat are you participating in the race?**

(Please tick the appropriate box)

Q4.1	Professional charter boat	<input type="checkbox"/>	Q4.2	Private boat	<input type="checkbox"/>
------	---------------------------	--------------------------	------	--------------	--------------------------

**Q 5) What is your position on the boat?**

(Please tick the appropriate box, you can tick more than one box)

Q5.1	Skipper	<input type="checkbox"/>	Q5.2	Crew	<input type="checkbox"/>	Q5.3	Owner	<input type="checkbox"/>
------	---------	--------------------------	------	------	--------------------------	------	-------	--------------------------

**Q 6) What is your Previous Attendance of Participation in RODOS CUP?**

(Please tick the appropriate box)

Q6.1	First Time	
Q6.2	Second Time	
Q6.3	Third Time	
Q6.4	Fourth Time	
Q6.5	More than four Times	

**Q 7) What was the source of your information that made you choose to participate in the sailing regatta RODOS CUP 2018**

(Please tick the appropriate box, you can tick more than one box)

Q7.1	Previous participation	
Q7.2	Friends/Relatives/Fellow Sailors	
Q7.3	Sailing club/school	
Q7.4	Social media	
Q7.5	Tourism fairs / boat shows	
Q7.6	Travel agencies	
Q7.7	Yachting press	
Q7.8	Other, please specify	

**Q 8) If RODOS CUP regatta, had not taken place, would you have taken an alternative break/holiday instead?**

(Please tick the appropriate box)

Q8.1	YES		Q8.2	NO	
------	-----	--	------	----	--

**Q 9) If you answered YES which would be your vacation destination?**

(Please tick the appropriate box)

Q9.1	Greece		Q9.2	Somewhere else other than Greece	
------	--------	--	------	----------------------------------	--

**Q 10) Are you visiting for the first time?**

(Please tick the appropriate box)

		YES	NO
Q10.1	Greece?		
Q10.2	Kos Island?		
Q10.3	Kalymnos Island?		
Q10.4	Nisyros Island?		
Q10.5	Simi Island?		
Q10.6	Rhodes Island?		

**Q 11) Please identify and rank the following factors which contributed to your enjoyment of RODOS CUP with “1” as first “2” as second etc.**

(Please write down on the appropriate box)

Q11.1	Competition	
Q11.2	General ambiance and hospitality	
Q11.3	Race management	
Q11.4	Non sailing activities (ceremonies, parties, etc.)	
Q11.5	Restaurants and pubs	
Q11.6	Other, please specify	
Q11.7		

**Q 12)** On a scale of 1 to 5, with 1 being “not at all important” and 5 being “very important” **please rate your level of importance with the following items by encircling the appropriate number.** Would you say it is “not at all important”, “not important”, “indifferent”, “important” or “very important”

(Please circle a number on the scale below to indicate importance.)

Q12.1	How important is the Rodos Cup Race to your sailing/racing season?	1	2	3	4	5
Q12.2	How important to the race is the fact that the start is in Kos island?	1	2	3	4	5
Q12.3	How important to the race is the fact that the finish is in Rhodes island?	1	2	3	4	5

**Q 13)** On a scale of 1 to 5, with 1 being “very dissatisfied” and 5 being “very satisfied” **please rate your level of satisfaction with the following items by encircling the appropriate number.** Would you say you are “very dissatisfied”, “somewhat satisfied”, “neither satisfied nor dissatisfied”, “somewhat satisfied” or “very satisfied” with:

(Please circle a number on the scale below to indicate satisfaction.)

Q13.1	Historical and cultural sightseeing’s	1	2	3	4	5
Q13.2	Shopping	1	2	3	4	5
Q13.3	Public Safety and security	1	2	3	4	5
Q13.4	Clean Environment	1	2	3	4	5
Q13.5	Friendliness of People	1	2	3	4	5
Q13.6	Tourist information available	1	2	3	4	5
Q13.7	Dockside welcome	1	2	3	4	5
Q13.8	Quality of excursions	1	2	3	4	5
Q13.9	Overall satisfaction during your stay in Kos	1	2	3	4	5
Q13.10	Overall satisfaction during your stay in Kalymnos	1	2	3	4	5
Q13.11	Overall satisfaction during your stay in Nisyros	1	2	3	4	5
Q13.12	Overall satisfaction during your stay in Simi	1	2	3	4	5
Q13.13	Overall satisfaction during your stay in Rhodes	1	2	3	4	5
Q13.14	Overall satisfaction during your participation in RODOS CUP 2018	1	2	3	4	5



**Q 14) Based on the estimated amount you spent, approximately how much did you overall spent on:**

(Please write down on the appropriate box)

Your total part on boat expenditures (i.e. chartering cost, entry fee, supplies etc.)	
<b>ACCOMMODATION</b>	
Hotel/ Rooms	
<b>FOOD AND BEVERAGE</b>	
Restaurant/ Taverns	
Café/ drinks/ refreshments	
<b>GROUND TRANSPORTATION</b>	
Taxi/ Buses	
Car Rental	
<b>VISITS AND ENTRAINMENT</b>	
Attractions (i.e. museums)	
Amusement (i.e. clubs, pubs, etc.)	
<b>SHOPPING</b>	
Clothes and accessories	
Souvenirs, gifts and traditional products	
<b>OTHER (please specify)</b>	

**Q 15) On a scale of 1 to 5, with 1 being “Poor” and 5 being “Excellent” what do you think of the overall standard of services considering the relationship between quality and price? (Value for money). Please rate with the following items by encircling the appropriate number. Would you say it is “Poor”, “Sufficient”, “Good”, “Very Good”, or “Excellent”**

(Please circle a number on the scale below.)

Q15.1	ACCOMMODATION	1	2	3	4	5
Q15.2	FOOD	1	2	3	4	5
Q15.3	GROUND TRANSPORTATION	1	2	3	4	5
Q15.4	ENTRAINMENT	1	2	3	4	5
Q15.5	SHOPPING	1	2	3	4	5

**Q 16) Based on your experiences from your participation in RODOS CUP 2018 are you going to**

(Please tick the appropriate box)		YES	NO
Q16.1	Come back to participate in RODOS CUP again?		
Q16.2	Recommend to a friend to participate in RODOS CUP?		

**Q 17) If you answered NO what are the reasons?**

---

**Q 18) What else, could have been done to make your participation in RODOS CUP 2018 better in any possible way? (SUGGESTIONS FOR CHANGE).** (Please write down your suggestions)

---



---

**Q 19) How many times a year do you participate in similar sailing events like RODOS CUP, lasting from one week or more?**

(Please tick the appropriate box)			Can you name them?
Q 19.1	Only once a year		
Q 19.2	Twice a year		
Q 19.3	Three times a year		
Q 19.4	Four times or more		

**Q 20) How do you share in a wide circle of friends / acquaintances / colleagues, your experiences and impressions of your participation in the Regatta?**

(You can tick more than one box)

Q20.1	Through social media	
Q20.2	Through professional promotion networks (eg professional site, articles in branch magazines, other traditional media etc.)	
Q20.3	Through oral discussions	
Q20.4	Other, please specify	

**Q 21) what experiences and / or impressions do you use to share with friends, acquaintances, colleagues? (You can tick more than one box)**

Q21.1	Impressions from landscapes?	
Q21.2	Experiences from the crew?	
Q21.3	Experiences during the race?	
Q21.4	Impressions from service in host islands?	
Q21.5	Impressions from the inhabitants of the islands?	
Q21.6	Gastronomic experiences	
Q21.7	Other, please specify	

**Q 22) On a scale of 1 to 5, with 1 being “No” and 5 being “Yes” please rate your level of intention with the following item by encircling the appropriate number. Would you say “No”, “Probably not”, “I have not decided”, “Probably Yes” or “Yes”**

(Please circle a number on the scale below to indicate intention.)

Would you encourage friends, acquaintances, family or social environment to visit islands through which Regatta passes?	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

**Q 23) What is your Gender? Please tick the appropriate box.**

(Please tick the appropriate box)

Q23.1	Male		Q23.2	Female	
-------	------	--	-------	--------	--

**Q 24) What is your age? Please tick the appropriate box of range.** (Please tick the appropriate box):

Q24.1	< 19		Q24.4	40 – 49	
Q24.2	20 – 29		Q24.5	50 – 59	
Q24.3	30 – 39		Q24.6	60 or more	

**Q 25) What is your Educational Attainment?** (Please tick the appropriate box)

Q25.1	9th grade	
Q25.2	High school graduate	
Q25.3	Bachelor's degree	
Q25.4	Master's degree	
Q25.5	Doctoral degree	

**Q 26) What is your total household income (before taxes)?** (Please tick the appropriate box.)

Q26.1	< 20.000 €		Q26.5	80.001 – 100.000 €	
Q26.2	20.000 – 40.000 €		Q26.6	100.001 – 130.000 €	
Q26.3	40.001 – 60.000 €		Q26.7	130.001 – 150.000€	
Q26.4	60.001 – 80.000 €		Q26.8	>150.000 €	

(We inform you that the questionnaire is anonymous and that the collected data are only for statistical reasons. If you don't wish, you may not answer this question)