ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ
Τομέας: Οργάνωσης & Διοίκησης

Ανάλυση των προσδιοριστικών παραγόντων ελκυστικότητας επιστημονικών συνεδρίων

An analysis of the factors affecting the attractiveness of scientific conferences

Υπό

Γεωργία Τσισκάκη

Επιβλέπων καθηγητής: Κωνσταντίνος Ζοπουνίδης

Διατριβή που υπεβλήθη για την μερική ικανοποίηση των απαιτήσεων για την απόκτηση Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης

Τριμελής εξεταστική επιτροπή:

Κών/νος Ζοπουνίδης (επιβλέπων)

Μιχάλης Δούμπος

Ευάγγελος Γρηγορούδης

Μια αστραπή η ζωή μας... μα προλαβαίνουμε

Νίκος Καζαντζάκης

Πίνακας περιεχομένων

Περιεχόμενα Πινάκων και Σχημάτων ---------- 5

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ ---------- 7

ΠΕΡΙΛΗΨΗ ---------- 8

ABSTRACT ---------- 10

Εισαγωγή ---------- 12

Κεφάλαιο 1: Βιβλιογραφική Ανασκόπηση ---------- 14

α. Τοποθεσία (location) ---------- 16

β. Δικτύωση (networking) ---------- 18

γ. Κόστος (cost) ---------- 20

δ. Παράγοντες Διευκόλυνσης (facilitators) ---------- 21

ε. Ανασταλτικοί Παράγοντες (Inhibitors) ---------- 22

στ. Παράγοντες του Συνεδρίου (conference factors) – Προσωπικοί /επαγγελματικοί παράγοντες (personal/business factors) ---------- 22

Κεφάλαιο 2: Συνεδριακός Τουρισμός- Θεωρητικό πλαίσιο ---------- 28

2.1. Συνέδριο (conference) ορισμός ---------- 28

2.2. Το «συνέδριο» ως προϊόν ---------- 31

2.3. Θεωρία Κινήτρων στο χώρο του τουρισμού ---------- 32

Κεφάλαιο 3. Χρησιμότητα της έρευνας ---------- 37

3.1. Χρησιμότητα της έρευνας – Εισαγωγή ---------- 37

3.2. Σκοπός της έρευνας ---------- 37

3.3. Περιορισμοί έρευνας ---------- 38

3.4. Μεθοδολογία Έρευνας ---------- 38

3.4.1. Καθορισμός στόχων έρευνας ---------- 38

3.4.2. Καθορισμός τρόπου διεξαγωγής έρευνας ---------- 38

3.4.3. Καθορισμός δείγματος ---------- 38

3.4.4. Ερωτηματολόγιο ---------- 39

3.4.5.Διεξαγωγή έρευνας ---------- 41

3.4.6. Ανάλυση αποτελεσμάτων ---------- 42

Κεφάλαιο 4. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ---------- 44

4.1. Αποτελέσματα Περιγραφικής Στατιστικής---------- 44
4.1.1. Αριθμός αποτελεσμάτων---------- 44
4.1.2. Δημογραφικά χαρακτηριστικά---------- 45
4.1.3. Συχνότητες ---------- 45
4.1.4. Ταξιδιωτικές συνήθειες---------- 49
4.1.5. Κίνητρα Συμμετοχής---------- 53
4.1.6. Κίνητρα Επανασυμμετοχής ---------- 55
Ενότητα 2. Αποτελέσματα Επαγωγικής Στατιστικής ---------- 57
4.2.1.Ταξιδιωτικές Συνήθειες και Δημογραφικά Χαρακτηριστικά -Εισαγωγή ---------- 57
4.2.3.Φύλο/Ταξιδιωτικές συνήθειες---------- 57
4.2.4.Ηλικία/ Ταξιδιωτικές συνήθειες---------- 58
4.2.5. Εθνικότητα/ Ταξιδιωτικές συνήθειες ---------- 62
4.2.6.Επάγγελμα/ Ταξιδιωτικές συνήθειες ---------- 64
Κεφάλαιο 5. Παραγοντική Ανάλυση Δεδομένων ---------- 68
5.1. Εισαγωγή---------- 68
5.2. Παραγοντική Ανάλυση κινήτρων συμμετοχής σε ακαδημαϊκό συνέδριο. ---------- 68
5.2.1.: Έλεγχος εγκυρότητας και αξιοπιστίας ερωτηματολογίων: ---------- 68
5.2.2.: Καθορισμός Παραγόντων μέσω παραγοντικής ανάλυσης---------- 72
5.2.3.Έλεγχος Κανονικότητας των νέων μεταβλητών ---------- 77
5.2.4. Ανάλυση One way ANOVA ---------- 79
5.3. Παραγοντική Ανάλυση κινήτρων πρόθεσης επανασυμμετοχής σε περιοδικό ακαδημαϊκό συνέδριο ---------- 89
5.3.1.: Έλεγχος εγκυρότητας και αξιοπιστίας ερωτηματολογίων: ---------- 89
5.3.2. Καθορισμός Παραγόντων μέσω παραγοντικής ανάλυσης ---------- 91
5.3.3.Έλεγχος Κανονικότητας των νέων μεταβλητών ---------- 93
5.3.4. Ανάλυση One way ANOVA ---------- 94
Συμπεράσματα – Προτάσεις ---------- 97
Περιορισμοί---------- 100
Βιβλιογραφία ---------- 101
Ηλεκτρονικές Πηγές---------- 103
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1---------- 104
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ---------- 104

Περιεχόμενα Πινάκων και Σχημάτων

Πίνακας 1.1: Βασικές διαστάσεις κινήτρων συμμετοχής στο συνέδριο ---------- 16
Σχήμα 1.1: Τελική κλίμακα παραγόντων στη λήψη απόφασης συμμετοχής σε συνέδριο ---------- 25
Σχήμα 1.2: Μοντέλο διαδικασίας λήψης αποφάσεων μοντέλο βασισμένο σε έρευνα σε συμμετέχοντες σε συνέδριο του Ηνωμένου Βασιλείου ---------- 26
Σχήμα 2.2.1. .Τα 3 επίπεδα του προϊόντος «συνέδριο» ---------- 31
Σχήμα 2.3.1: Πυραμίδα ιεράρχησης αναγκών του Maslow ---------- 33
Σχήμα 2.3.2: Κινητήριες ανάγκες David McClelland ---------- 34
Σχήμα 2.3.3: J Crompton: Κίνητρα συμμετοχής ---------- 36
Πίνακας 3.4.5: Διεξαγωγή Έρευνας ---------- 41
Σχήμα 3.4: Μεθοδολογία Έρευνας – Βήματα ---------- 43
Πίνακας 4.1.1: – Κατανομή απαντήσεων ---------- 44
Σχήμα 4.1.1:–Κατανομή απαντήσεων ---------- 44
Πίνακας 4.1.2: Δημογραφικά Χαρακτηριστικά- Missing values ---------- 45
Πίνακας 4.1.3.α: Δημογραφικά Χαρακτηριστικά- Gender ---------- 45
Σχήμα 4.1.3.α: Gender ---------- 46
Πίνακας 4.1.3.β: Δημογραφικά Χαρακτηριστικά- Age ---------- 46
Σχήμα 4.1.3.β: Δημογραφικά Χαρακτηριστικά- Age ---------- 46
Πίνακας 4.1.3.γ: Δημογραφικά Χαρακτηριστικά – Nationality ---------- 47
Σχήμα 4.1.3.γ: Δημογραφικά Χαρακτηριστικά- Nationality ---------- 47
Πίνακας 4.1.3.δ: Δημογραφικά Χαρακτηριστικά- Education ---------- 47
Σχήμα 4.1.3.δ: Δημογραφικά Χαρακτηριστικά – Education ---------- 48
Πίνακας 4.1.3.ε: Δημογραφικά Χαρακτηριστικά- Occupation ---------- 48
Σχήμα 4.1.3.δ: Δημογραφικά Χαρακτηριστικά – Occupation ---------- 48
Εικόνα 4.1.3: Ταξινόμηση των ευρωπαϊκών χωρών βάσει του Τμήματος Στατιστικής του ΟΗΕ ---------- 49
Πίνακας 4.1.4.α: Travel for participation frequency ---------- 50
Σχήμα 4.1.4.α: Travel for participation frequency ---------- 50
Πίνακας 4.1.4.β: Average number of days before/after the conference at the travel destination ---------- 50
Σχήμα 4.1.4.β: Average number of days before/after the conference at the travel destination ---------- 51
Πίνακαςψ4.4.1.γ: Frequency of traveling with Accompanying persons ---------- 51
Σχήμα 4.1.4.γ: Frequency of traveling with Accompanying persons ---------- 51
Πίνακας 4.1.4.δ: Funding sources ---------- 52
Σχήμα 4.1.4.δ: Funding sources ---------- 52
Πίνακας4.1.4.ε: Influence for participation ---------- 52
Σχήμα 4.1.4.ε: Influence for participation ---------- 53
Πίνακας 4.1.5: Κίνητρα συμμετοχής ---------- 54
Πίνακας 4.1.6: Κίνητρα Επανασυμμετοχής ---------- 54
Πίνακας 4.2.3: Chi-Square Tests Travel Information/ Conference Participation * Gender ---------- 58
Πίνακας 4.2.4.α: Kruskal-Wallis Test/ Travel info*Age ---------- 59
Πίνακας 4.2.4.β: One way Anova Travel for participation frequency * Age ---------- 60
Πίνακας 4.2.4.γ: Tukey HSD/ Travel for participation frequency * Age/Multiple Comparisons ---------- 60
Πίνακας 4.2.4.δ: One way Anova Frequency of traveling with Accompanying persons * Age ---------- 61
Πίνακας 4.2.4.γ: Tukey HSD/ Frequency of traveling with Accompanying persons * Age /Multiple Comparisons ---------- 61
Πίνακας 4.2.5.α: Kruskal-Wallis Test/ Travel info*Nationality ---------- 62
Πίνακας 4.2.6.α: Kruskal-Wallis Test/ Travel info* Occupation ---------- 64
Πίνακας 4.2.6.γ: One way Anova Travel for participation frequency * Occupation ---------- 65
Πίνακας 4.2.6.δ: Travel for participation frequency * Occupation /Multiple Comparisons ---------- 65
Πίνακας 4.2.6.ε: One way Anova Frequency of traveling with Accompanying persons * Occupation ---------- 66
Πίνακας 4.2.6.ζ: Tukey HSD: Frequency of traveling with Accompanying persons * Occupation / Multiple Comparisons ---------- 66
Πίνακας 5.1: Μεθοδολογία Ανάλυσης Υπάρχουσας Βιβλιογραφίας ---------- 68
Πίνακας 5.2.1α: Συντελεστής α Cronbach : 1η Επανάληψη ---------- 66
Πίνακας 5.2.1β: Factors - Συντελεστής α Cronbach : 1η Επανάληψη ---------- 68
Πίνακας 5.2.1γ: Factors - Item Statistics ---------- 68
Πίνακας 5.2.1δ: Factors - Item-Total Statistics ---------- 68

Πίνακας 5.2.1ε: Factors - Συντελεστής α Cronbach : 2η Επανάληψη ---------- 71
Πίνακας 5.2.1στ: Factors - Item Statistics ---------- 71
Πίνακας 5.2.1ζ: Factors - Item-Total Statistics ---------- 71
Πίνακας 5.2.2α: Factors - ---------- 73
Πίνακας 5.2.2β: Factors - PCA:Total Variance Explained KMO and Bartlett's Test ---------- 73
Σχήμα 5.2.2γ:Factors - Scree Plot ---------- 74
Πίνακας 5.2.2δ. Factors - PCA: Rotated Component Matrixa ---------- 74
Πίνακας 5.2.3α:New variables (factors) Statistics ---------- 77
Σχήμα 5.2.3. Ραβδογράμματα νέων μεταβλητών (factors) ---------- 79
Πίνακας 5.2.4α1: Descriptives «Location & entertainment features» ---------- 79
Πίνακας 5.2.4α2: Test of Homogeneity of Variances ---------- 79
Πίνακας 5.2.4α3: ANOVA: «Location & entertainment features» ---------- 80
Πίνακας 5.2.4.α4: «Location & entertainment features» Tukey HSD - Multiple Comparisons ---------- 80
Πίνακας 5.2.4.β1: «Cost» - Descriptives ---------- 81
Πίνακας 5.2.4.β2: «Cost» - Test of Homogeneity of Variances ---------- 81
Πίνακας 5.2.4.β3: «Cost» - ANOVA ---------- 81
Πίνακας 5.2.4.β4: «Cost» Tukey HSD -Multiple Comparisons ---------- 81
Πίνακας 5.2.4.γ1: Business Enhancement - Descriptives ---------- 82
Πίνακας 5.2.4.γ2: Business Enhancement - Test of Homogeneity of Variances ---------- 82
Πίνακας 5.2.4.γ3: Business Enhancement - ANOVA ---------- 83
Πίνακας 5.2.4.γ4: Business Enhancement - Tukey HSD - Multiple Comparisons ---------- 83
Πίνακας 5.2.4.δ1: Business schedule availability - Descriptives ---------- 84
Πίνακας 5.2.4δ2: Business schedule availability - Test of Homogeneity of Variances ---------- 84
Πίνακας 5.2.4δ3: Business schedule availability - ANOVA ---------- 84
Πίνακας 5.2.4δ4: Business schedule availability - Tukey HSD -Multiple Comparisons ---------- 84
Πίνακας 5.2.4ε1: Conference Publications/science - Descriptives ---------- 85
Πίνακας 5.2.4ε2: Conference Publications/science - Test of Homogeneity of Variances ---------- 85
Πίνακας 5.2.4ε3: Conference Publications/science - ANOVA ---------- 86
Πίνακας 5.2.4ε4: Conference Publications/science - Multiple Comparisons ---------- 86
Πίνακας 5.2.4ζ1: Time Cost - Descriptives ---------- 87
Πίνακας 5.2.4ζ2: Time Cost - Test of Homogeneity of Variances ---------- 87
Πίνακας 5.2.4ζ4: Time Cost -ANOVA ---------- 87
Πίνακας 5.2.4η1: Personal Enhancement - Descriptives ---------- 88
Πίνακας 5.2.4η2: Personal Enhancement - -Test of Homogeneity of Variances ---------- 88
Πίνακας 5.2.4η3: Personal Enhancement - ANOVA ---------- 88
Πίνακας 5.2.4η4: Personal Enhancement Tukey HSD - Multiple Comparisons ---------- 88
Πίνακας 5.3.1.α1: ReFactors -Συντελεστής α Cronbach : 1η Επανάληψη ---------- 89
Πίνακας 5.3.1.α2: ReFactors - Item-Total Statistics ---------- 89
Πίνακας 5.3.1.β1: ReFactors – Συντελεστής α Cronbach : 2η Επανάληψη ---------- 90
Πίνακας 5.3.1.β2: ReFactors - Item-Total Statistics ---------- 90
Πίνακας 5.3.2.α1 : ReFactors- KMO and Bartlett's Test ---------- 91
Πίνακας 5.3.2.α2 : ReFactors - Total Variance Explained ---------- 91
Σχήμα: 5.3.2α:ReFactors - Scree plot ---------- 92
Πίνακας 5.3.2β: ReFactors - Rotated Component Matrixa ---------- 92
Πίνακας 5.3.3. Re-attendance Factors –Statistics ---------- 93
Σχήμα 5.3.3. Ραβδογράμματα νέων μεταβλητών (Re-attendance factors) ---------- 94
Πίνακας 6.3.4α1: «Augmented conference features» / «Personal/Business Enhancement'»
Descriptives ---------- 94
Πίνακας 5.3.4α2: «Augmented conference features» / «Personal/Business Enhancement'» -
Test of Homogeneity of Variances ---------- 95
Πίνακας 5.3.4α3: «Augmented conference features» / «Personal/Business Enhancement'» - ANOVA ---------- 95
Πίνακας 5.3.4.α4: «Augmented conference features» - Tukey HSD - Multiple Comparisons ---------- 96

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τους ανθρώπους εκείνους που συνέβαλλαν καθοριστικά στην ολοκλήρωση της παρούσας διατριβής.

Καταρχήν θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου Δρ. Κωνσταντίνο Ζοπουνίδη, ο οποίος με στήριξε σε όλη την διάρκεια εκπόνησης της εργασίας.

Στην συνέχεια θα ήθελα να ευχαριστήσω τους καθηγητές Δρ. Μιχάλη Δούμπο και Δρ. Ευάγγελο Γρηγορούδη που μου έκαναν την τιμή να διαβάσουν την μεταπτυχιακή μου διατριβή και να συμμετάσχουν στην εξεταστική επιτροπή.

Για τις καθοριστικές τους παρατηρήσεις και τον χρόνο που αφιέρωσαν κατά τη διάρκεια σύνταξης του ερωτηματολογίου ευχαριστώ θερμά τον Δρ. Μιχάλη Δούμπο, τον Δρ. Βασίλη Κανακούδη, τον Δρ. Γιώργο Καρατζα και τον διευθυντή του ΜΑΙΧ Δρ. Γιώργο Μπαουράκη.

Ιδιαίτερα ευχαριστώ τους Προέδρους των οργανωτικών επιτροπών των συνεδρίων που μετείχε η έρευνα Δρ. Ευάγγελο Γιδαράκο και Δρ. Νικόλαο Καλογεράκη χάρη στην φιλοξενία των οποίων έγινε εφικτή η διεξαγωγή της ερευνάς.

Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω το προσωπικό του ΜΑΙΧ και τους φίλους μου Δρ. Ζωή Δόκου, Δρ. Μάμαλη Πέτρο και Δρ. Τζωράκη Ουρανία για την πολύτιμη βοήθεια τους στην προώθηση των φυσικών και ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων, στο ΜΑΙΧ, το University of Connecticut, στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή και στο Πανεπιστήμιου Αιγαίου αντίστοιχα. Ιδιαίτερα ευχαριστώ την Αδαμαντία Φουντουλάκη για την αποτελεσματική συνεισφορά της ως ερευνήτρια στα συνέδρια ΕΒC και HWM.

Ακόμη ευχαριστώ τον κ. Περικλή Δράκο για την ταχύρυθμη εκπαίδευση στο πρόγραμμα SPPS και για τις πολύτιμες συμβουλές του.

Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω και τους 319 συμμετέχοντες συνέδρους που αφιέρωσαν χρόνο προκειμένου να συμμετέχουν στην έρευνα καθώς χωρίς την δική τους συμβολή δεν θα ήταν δυνατόν να ολοκληρωθεί η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο τουρισμός αποτελεί μία από τις πιο σημαντικές δραστηριότητες στην Ελλάδα, καθώς προσφέρει στη χώρα μας πολύτιμο συνάλλαγμα, δημιουργεί θέσεις απασχόλησης και βοηθά στην επίτευξη γρήγορων ρυθμών οικονομικής ανάπτυξης. Ο συνεδριακός τουρισμός είναι μία από τις μορφές τουρισμού με μεγάλη ανάπτυξη διεθνώς, δεδομένου ότι αποτελεί μία από τις πλέον προσοδοφόρες εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Ειδικότερα στην Ελλάδα και σύμφωνα με εκτιμήσεις του Συνδέσμου Ελλήνων Επαγγελματιών Οργανωτών Συνεδρίων (HAPCO) και με βάση τα συνέδρια που έχουν ήδη προγραμματιστεί να πραγματοποιηθούν στην Αθήνα μέχρι το 2020, καταγράφεται αύξηση της τάξης του 30% σε σύγκριση με την περίοδο 2012-2017. (https://www.euro2day.gr/news/economy/article/1626534/toyrismos-ta-synedria-epistrefoyn-sthn-athhna.html)

Τα οφέλη για την οικονομία, αλλά και τους επιχειρηματικούς τομείς (διαμονή, οπτικοακουστικά μέσα, κατασκευαστικός κλάδος, εστίαση κ.ά.) που στηρίζει ο τουρισμός MICE (**M**eetings, **I**ncentives, **C**onferences and **E**xhibitions) είναι πολλαπλάσια σε σχέση με τον παραδοσιακό τουρίστα. Οι τουρίστες που έρχονται στην Ελλάδα για να παρακολουθήσουν συνέδρια είναι σύμφωνα με το HAPCO, επισκέπτες υψηλού εισοδηματικού επιπέδου, που ξοδεύουν έως και 7 φορές περισσότερα χρήματα συγκριτικά με τον τουρίστα που έρχεται για διακοπές με οργανωμένο πακέτο και συγκεκριμένο προϋπολογισμό. Κατά μέσο όρο, η δαπάνη του επισκέπτη που έρχεται στο πλαίσιο ενός συνεδρίου εκτιμάται σε 1.900 ευρώ, η δαπάνη ενός απλού επισκέπτη εκτιμάται στα 690 ευρώ.(https://www.tour-market.gr/giati-afxithike-o-synedriakos-tourismos-stin-ellada/).

Ο συνεδριακός τουρισμός μπορεί να αποτελεί μία από τις πιο πολλά υποσχόμενες μορφές τουρισμού, καθώς οι απαιτήσεις και αναζητήσεις των τουριστών αυξάνονται συνεχώς. Παρά την οικονομική του σημασία δεν υπάρχει εκτενή ερευνά στον τομέα κινήτρων συμμετοχής, οι υπάρχουσες έρευνες επικεντρώνονται κυρίως στην προσφορά (ανταγωνιστικότητα των συνεδριακών προορισμών) και στις οικονομικές επιπτώσεις στον τόπο διεξαγωγής. Η αγορά του συνεδρίου ορίζεται

κυρίως από την πλευρά της προσφοράς, με μικρότερη προσοχή στους μεμονωμένους συμμετέχοντες του συνεδρίου, στις ανάγκες και τις επιθυμίες τους .

Τα συνέδρια βασίζονται σε οργανωμένες και διαρθρωμένες ομάδες ανθρώπων που έχουν παρόμοια συμφέροντα (McCabe, Poole, Weeks & Leiper, 2000) οι αποφάσεις των οποίων επηρεάζουν σημαντικά την αγορά συνεδριακού τουρισμού. Σκοπός αυτής της μελέτης είναι η ανάλυση των προσδιοριστικών παραγόντων ελκυστικότητας επιστημονικών συνεδρίων που επηρεάζουν τους συμμετέχοντες κατά την απόφαση συμμετοχής σε επιστημονικά συνέδρια. Τα αποτελέσματα της μελέτης θα βοηθήσουν τους υπεύθυνους σχεδιασμού στρατηγικής ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού. Επιπλέον η καλύτερη κατανόηση των κίνητρων, και των παραγόντων που επηρεάζουν τους δυνητικούς συμμετέχοντες, θετικά ή ανασταλτικά, κατά την απόφαση συμμετοχής σε ένα επιστημονικό συνέδριο θα βοηθήσει την οργανωτική επιτροπή του να σχεδιάσει καλύτερα προγράμματα συνεδρίων που ικανοποιούν καλύτερα τις ανάγκες και τις επιθυμίες των συμμετεχόντων. Τέλος, η αύξηση συμμετοχής στο συνέδριο θα μειώσει το συνολικό κόστος των συνεδρίων και θα επιτρέψει στους οργανισμούς να αυξήσουν το κέρδος από τη συμμετοχή στο συνέδριο.

Λέξεις κλειδιά: Κίνητρα συμμετοχής, ακαδημαϊκά συνεδρία, παράγοντες ελκυστικότητας

ABSTRACT

Tourism is one of the most important activities in Greece, as it offers valuable currency to the country, creates jobs and helps achieve rapid economic growth. Conference tourism in particular has gained significant international growth recently, and is one of the most profitable alternative forms of tourism. According to the HAPCO estimates and based on the conferences scheduled to be held in Athens by 2020, there is an increase of 30% in conference tourism in Greece as compared to the period 2012-2017 (https://www.tour-market.gr/giati-afxithike-o-synedriakos-tourismos-stin-ellada/).

The benefits to the economy, as well as to the various business sectors (accommodation, audiovisual sector, construction, catering, etc.) supported by MICE (Multi-events, Conferences and Exhibitions) tourism are multiple compared to traditional tourism. Tourists who come to Greece to attend conferences are high-income visitors, who spend up to 7 times more than most traditional tourists. On average, the amount spent by a visitor attending a conference is estimated at 1,900 euros, while the cost of a tourist who comes for vacation is estimated at 690 euros.(https://www.tour-market.gr/giati-afxithike-o-synedriakos-tourismos-stin-ellada/).

Conference tourism can be one of the most promising forms of tourism, given the fact that tourists' demands are constantly increasing. Notwithstanding its economic importance, there is no extensive research into the field of incentives for participation in academic conferences. The existing surveys focus mainly on the competitiveness of conference destinations and the economic impact on the venue.

The conference market is mainly defined by the supply, with less attention paid to individual conference participants' needs and preferences. Conferences are typically based on organized and structured groups of people with similar interests (McCabe, Poole, Weeks & Leiper, 2000), whose decisions significantly affect the conference tourism market. The purpose of this study is to analyze the determinants of the attractiveness of scientific conferences that affect participants in the decision to attend scientific conferences. The results of the study will help conference planners

to develop strategic plans for conference tourism. In addition, better understanding of the motives and factors affecting potential participants, whether positive or inhibiting, when deciding to participate in a scientific conference, will help its organizing committee to design conferences that best meet the needs and preferences of the participants. Finally, increasing conference attendance will reduce the total cost of the conference and allow organizations to increase profits.

Keywords**: incentives, scientific conferences, attractiveness factors**

Εισαγωγή

Ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί μία από τις πιο πολλά υποσχόμενες μορφές τουρισμού όμως παρά την οικονομική του σημασία δεν υπάρχει εκτενή ερευνά στον τομέα κινήτρων συμμετοχής, ενώ οι υπάρχουσες έρευνες επικεντρώνονται κυρίως στην προσφορά (ανταγωνιστικότητα των συνεδριακών προορισμών) και στις οικονομικές επιπτώσεις στον τόπο διεξαγωγής. Συμφώνα με τη διεθνή βιβλιογραφία η επικρατέστερη θεωρεία κινήτρων συμμετοχής στον χώρο του τουρισμού είναι η θεωρία των παραγόντων έλξης και ώθησης (pull and push factors). Στον τομέα του συνεδριακού τουρισμού, οι εξειδικευμένες μελέτες (λίγες στον αριθμό) αποκαλύπτουν διάφορες κατηγορίες που είναι χρήσιμες για τον προσδιορισμό ενός εννοιολογικού πλαισίου για την έρευνα σχετικά με τα κίνητρα συμμετοχής σε συνέδρια. Ανεξάρτητα από το γεγονός ότι οι διάφορες μελέτες έχουν διερευνήσει διαφορετικούς τύπους συνεδρίων οι παράγοντες που εντοπίζονται κοινοί στις εν λόγω μελέτες αφορούν στην τοποθεσία, στο κόστος, στη δικτύωση, στις κοινωνικές πτυχές, στις ευκαιρίες παρέμβασης, στις δραστηριότητες των συνεδρίων και στην προσωπική και επαγγελματική ανάπτυξη.

Η παρούσα έρευνα ασχολήθηκε με την εξειδικευμένη μορφή του συνεδριακού τουρισμού, και πιο συγκεκριμένα με τη συμμετοχή σε επιστημονικά συνέδρια. Η ανάλυση και καταγραφή των προσδιοριστικών παραγόντων ελκυστικότητας επιστημονικών συνεδρίων που επηρεάζουν τους συμμετέχοντες κατά την απόφαση συμμετοχής σε επιστημονικά συνέδρια θα βοηθήσει στην καταγραφή των στοιχειών εκείνων που δίνουν στις εκδηλώσεις αυτές το μοναδικό τους χαρακτήρα. Με βάση αυτά τα στοιχεία μπορούν να σχεδιαστούν ή να επανασχεδιαστούν συνεδρία που ικανοποιούν καλύτερα τις ανάγκες και τις επιθυμίες των συμμετεχόντων, θα αυξήσουν την συμμέτοχη και θα μειώσουν το κόστος. Σκοπό της παρούσας έρευνας αποτέλεσε η διερεύνηση των κινήτρων των ατόμων που συμμετέχουν σε επιστημονικά συνέδρια, τα οποία διοργανώνονται από πανεπιστήμια, επιστημονικές ενώσεις και ερευνητικά κέντρα και ο προσδιορισμός των παραγόντων που οδηγούν στην επανασυμμετοχή του συμμετέχοντα σε περιοδικά επιστημονικά συνέδρια.

Η παρούσα εργασία περιλαμβάνει ένα θεωρητικό και ένα εμπειρικό μέρος. Στο κεφάλαιο 1 παρουσιάζεται η βιβλιογραφική επισκόπηση και καταγράφονται οι κυριότερες συνιστώσες που συνθέτουν το εννοιολογικό πλαίσιο της έρευνας.

Στο κεφάλαιο 2 αναφέρεται στο θεωρητικό πλαίσιο του συνεδριακού τουρισμού. Στην πρώτη υποενότητα δίνεται ο ορισμός του συνεδριακού τουρισμού και προσδιορίζεται το συνέδριο ως προϊόν από την πλευρά το μάρκετινγκ. Στην δεύτερη υποενότητα εξετάζονται τα κίνητρα στο χώρο του τουρισμού.

Στο κεφάλαιο 3 παρουσιάζεται αναλυτικά η έρευνα ως προς την χρησιμότητα της, τον σκοπό και τους περιορισμούς της. Επίσης αναλύεται βήμα –βήμα η μεθοδολογία της έρευνας από τον σχεδιασμό της έως την ανάλυση των αποτελεσμάτων της.

Στο κεφάλαιο 4 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας. Συνολικά συγκεντρώθηκαν 319 έγκυρα ερωτηματολόγια, η στατιστική επεξεργασία των οποίων πραγματοποιήθηκε με το στατιστικό πρόγραμμα IBM SPPS –Version 25. Στις υποενότητες του κεφαλαίου παρουσιάζονται τα αποτελέσματα περιγραφικής και επαγωγικής στατιστικής.

Το κεφαλαίο 5 αφορά στην παραγοντική ανάλυση των δεδομένων και στην εξαγωγή των προσδιοριστικών παραγόντων ελκυστικότητας επιστημονικών συνεδρίων και των προσδιοριστικών παραγόντων επανασυμμετοχής. Τα αποτελέσματα της έρευνας προσδιορίζουν 7 παράγοντες ελκυστικότητας που εξηγούν το 66,18% της συνολικής συνδιακύμανσης και 2 παράγοντες επανασυμμετοχής που εξηγούν το 66,77% της συνολικής συνδιακύμανσης. Οι νέοι παράγοντες που πρόεκυψαν από την έρευνα εξεταστήκαν σε σχέση με την υπάρχουσα βιβλιογραφία ενώ πραγματοποιήθηκε και έλεγχος των νέων διαστάσεων σε σχέση με την πηγή απαντήσεων στην έρευνα (focus groups) για τον εντοπισμό διαφοροποιήσεων.

Στο τελευταίο μέρος της εργασίας, έχουν διατυπωθεί τα συμπεράσματα από την παραπάνω έρευνα, οι προτάσεις σχετικά με τα εμπειρικά αποτελέσματα και τέλος καταγράφονται οι περιορισμοί της έρευνας.

Κεφάλαιο 1: Βιβλιογραφική Ανασκόπηση

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω δεν υπάρχει εκτενή βιβλιογραφία σχετικά με τα κίνητρα συμμετοχής σε συνέδρια ωστόσο πολλοί ερευνητές τόσο από τον τομέα των κοινωνικών επιστήμων όσο και από τον τομέα του τουρισμού γενικότερα μελέτησαν από καιρό τις αποφάσεις κινήτρων του ανθρώπου-καταναλωτή. Η κατανόηση της συμπεριφοράς αποτελεί θεμέλιο λίθο στην εξήγηση και πρόβλεψή της καταναλωτικής συμπεριφοράς (Yoo & Cho, 2008).

Συμφώνα με τη διεθνή βιβλιογραφία η επικρατέστερη θεωρεία κινήτρων συμμετοχής στον χώρο του τουρισμού είναι η θεωρία των παραγόντων έλξης και ώθησης (pull and push factors). Σύμφωνα με αυτή τα άτομα ταξιδεύουν γιατί ωθούνται και έλκονται από κάποιες δυνάμεις (Crompton, 1979; Dann, 1981). Οι παράγοντες ώθησης (push factors) αποτελούν εσωτερικά κοινωνικό - ψυχολογικά κίνητρα, αφορούν σε εσωτερικές επιθυμίες του ατόμου και περιγράφουν τους λόγους για τους οποίους ένας τουριστικός καταναλωτής ωθείται να λάβει την απόφαση για την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού. (Cha, McCleary & Uysal, 1995).

Οι παράγοντες έλξης (pull factors) είναι εξωτερικά κίνητρα και αφορούν στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του προορισμού (περιβάλλον, ιστορία, πολιτιστικά στοιχεία κ.α.) τα οποία έλκουν τα άτομα στην επιλογή του συγκεκριμένου προορισμού. Σε μελέτη του ο Crompton (1979) θέλησε να προσδιορίσει τα κίνητρα που επηρεάζουν τους ταξιδιώτες στην επιλογή ενός προορισμού. Μέσα από μία σειρά δομημένων συνεντεύξεων με σκοπό να αποκαλυφθούν τα κυρίως κίνητρα των ερωτώμενων, προσδιόρισε συνολικά εννέα κίνητρα. Κατηγοριοποίησε τα επτά ως κοινωνικό- ψυχολογικά: 1. Η απόδραση από το αντιλαμβανόμενο κοσμικό περιβάλλον, 2. η εξερεύνηση και αποτίμηση του εαυτού, 3. η ξεκούραση, 4. το κύρος, 5. η σύσφιξη των συγγενικών σχέσεων, 6. η διευκόλυνση της κοινωνικής αλληλεπίδρασης, και 7. η επιθυμία να νιώσεις νέος αποτελούν τα κίνητρα που κατευθύνουν τη συμπεριφορά των διακοπών για τουρισμό. Από την άλλη η επιθυμία αναζήτησης του νέου και η εκπαίδευση διαμορφώνουν την “πολιτιστική” κατηγορία η οποία, στη συγκεκριμένη μελέτη του Crompton, αποτελεί την κατηγορία των κινήτρων έλξης. Ο ίδιος διατύπωσε την άποψη ότι σημαντικότερο

ρόλο στην επιλογή των ταξιδιών από τους εν δυνάμει τουρίστες παίζουν οι κοινωνικό-ψυχολογικές ανάγκες τους και όχι τα κίνητρα κουλτούρας και πολιτισμού (πλεονεκτήματα προορισμού) όπως λανθασμένα πρέσβευε η βιομηχανία του τουρισμού.

Βασιζόμενοι στη θεωρία των παραγόντων έλξης και ώθησης, οι Yuan & Mc Donald (1990) σε μελέτη τους σχετικά με τα κίνητρα ταξιδιωτών 4 διαφορετικών εθνικοτήτων, προσδιόρισαν 5 παράγοντες ώθησης: (α) την απόδραση/διαφυγή, (β) την απόκτηση μιας νέας εμπειρίας, (γ) τη χαλάρωση, (δ) τη σύσφιξη οικογενειακών σχέσεων και (ε) το κύρος/γόητρο. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας τους η επιθυμία αναζήτησης του νέου, είναι ο πιο σημαντικός παράγοντας ώθησης στην απόφαση για διακοπές, ενώ παράλληλα διαπιστώθηκε πως τα άτομα και των τεσσάρων εθνικοτήτων της μελέτης τους ταξίδεψαν για σχεδόν παρόμοιους λόγους, αν και οι λόγοι της τελικής επιλογής του προορισμού και το επίπεδο σημαντικότητας του κάθε παράγοντα μπορεί να είναι διαφορετικά για κάθε εθνικότητα. (Chul, Uysal & Weaver, 1995).

Οι μελέτες στη βιβλιογραφία που εξετάζουν τα κίνητρα για συμμετοχή συμφωνούν, σε ένα γενικότερο πλαίσιο, ως προς τα κυριότερα κίνητρα συμμετοχής. Οι Mair και Thompson (2009) στα πλαίσια της μελέτης τους για την διαδικασία λήψης αποφάσεων συμμετοχής σε συνέδριο του Ηνωμένου Βασιλείου συγκέντρωσαν μεγάλο μέρος της προηγούμενης έρευνας και αναγνώρισαν την δικτύωση (networking), την προσωπική & επαγγελματική εξέλιξη (personal/professional development), το κόστος (cost), τον προορισμό, τον χρόνο και την ευκολία του συνεδρίου (location, time and convenience of conference) και την ασφάλεια & υγεία (health & security) ως σημαντικούς παράγοντες στη διαδικασία λήψης αποφάσεων συμμετοχής. Ο Πίνακας 1 παρουσιάζει τα κύρια κίνητρα που έχουν εντοπιστεί στη βιβλιογραφία.

Πίνακας 1.1.: Βασικές διαστάσεις κινήτρων συμμετοχής στο συνέδριο

Author	Dimension							
	Location	Networking	Cost	Social aspects	Intervening opportunities	Conference/association activities	Self-enhancement or personal/ professional development	Products and deals
Var et al. (1985)	x							
Witt et al. (1995)	x	x	x	x		x	x	
Oppermann and Chon (1997)	x	x	x		x	x	x	
Rittichainuwat et al. (2001)	x	x	x	x	x	x	x	
Jago and Deery (2005)	x	x		x				
Severt et al. (2007)	x	x		x		x	x	x
Zhang et al. (2007)	x	x	x		x	x	x	

Πηγή : Mair J, Thompson K, (2009)

Η ανάλυση της βιβλιογραφίας αποκαλύπτει διάφορες κατηγορίες που είναι χρήσιμες για τον προσδιορισμό ενός εννοιολογικού πλαισίου για την έρευνα σχετικά με τα κίνητρα συμμετοχής σε συνέδρια. Μια σειρά ερευνών εξετάζει τα κίνητρα συμμετοχής τόσο σε διεθνής όσο και σε εθνικά συνέδρια. Ανεξάρτητα από το γεγονός ότι οι διάφορες μελέτες έχουν διερευνήσει διαφορετικούς τύπους συνεδρίων οι παράγοντες που εντοπίζονται κοινοί στις εν λόγω μελέτες αφορούν στην τοποθεσία, στο κόστος, στη δικτύωση, στις κοινωνικές πτυχές, στις ευκαιρίες παρέμβασης, στις δραστηριότητες των συνεδρίων και στην προσωπική και επαγγελματική ανάπτυξη.

α. Τοποθεσία (location)

Ένας βασικός προσδιοριστικός παράγοντας κατά την απόφαση συμμετοχής είναι η τοποθεσία (location). Όλες οι μελέτες σχετικά με τα κίνητρα συμμετοχής επισήμαναν τον συγκεκριμένο παράγοντα. Η εργασία των Var, Cesario και Mauser (1985) κατέληξε στο συμπέρασμα ότι ο τόπος διεξαγωγής του συνεδρίου είναι βασικό κίνητρο, σημειώνοντας ότι «η προσβασιμότητα και η ελκυστικότητα αποτελούν μακράν το πιο σημαντικό στοιχείο στις αποφάσεις του συνεδριακού χώρου». Συμπεραίνουν ότι τα συνδυασμένα αποτελέσματα της ελκυστικότητας και της προσβασιμότητας οδηγούν σε ένα συγκεκριμένο επίπεδο συμμετοχής σε κάθε συνέδριο. Οι Witt, Sykes και Dartus (1995) προσδιορίζουν επίσης τον τόπο ως σημαντικό παράγοντα, αν και ένα από τα πρώτα συμπεράσματα είναι ότι «τα εγγενή χαρακτηριστικά μιας πόλης/χώρας διεξαγωγής του συνεδρίου και ενός συγκεκριμένου θεματολογίου του συνεδρίου δεν έχουν συνήθως σημαντικό

αντίκτυπο στο ποσοστό των μελών των οργανώσεων που συμμετέχουν σε ετήσια συνέδρια αλλά μόνο όταν ο προορισμός είναι ιδιαίτερα «ενδιαφέρον» ή «εξωτικός» τότε η συμμετοχή στο συνέδριο είναι πιθανό αυξηθεί. Υποδηλώνεται έτσι ότι η ελκυστικότητα του προορισμού μπορεί να διαδραματίσει κάποιο ρόλο στην απόφαση συμμετοχής. Ένας παρόμοιος παράγοντας εντοπίστηκε επίσης από τους Jago και Deery (2005), οι οποίοι προτείνουν ότι η τοποθεσία του συνεδρίου επιλέγεται συχνά από την οργανωτική επιτροπή ως «ενδιαφέρον, εξωτική, ασφαλής, προσιτή και αποδεκτή από όλους τους δυνητικούς συμμετέχοντες». Και σε αυτή την μελέτη υπογραμμίζεται η διπλή φύση του παράγοντα τοποθεσίας η οποία αντιπροσωπεύει τόσο την ελκυστικότητα όσο και την προσβασιμότητα.

Ο παράγοντας της τοποθεσίας εντοπίστηκε επίσης ως σημαντικός από τους Oppermann και Chon (1997). Για παράδειγμα, ένας δυνητικός συμμετέχων μπορεί να εξετάσει ευνοϊκότερα την συμμετοχή του σε ένα συνέδριο που λαμβάνει χώρα κοντά στο σπίτι του επειδή θα εξοικονομήσει το κόστος και το χρόνο ταξιδιού. Τα συνέδρια που πραγματοποιούνται σε πιο προσιτές περιοχές, όπως σε κέντρα πόλεων ή κοντά σε αεροδρόμια, είναι επίσης πιθανό να προσελκύσουν περισσότερους ανθρώπους. Το κλίμα του προορισμού του συνεδρίου μπορεί επίσης να είναι σημαντικό, εάν πρόκειται για διεθνές συνέδριο. Τέλος, σύμφωνα με τους ίδιους ερευνητές, η εικόνα του προορισμού που επέλεξαν οι διοργανωτές του συνεδρίου μπορεί να είναι ζωτικής σημασίας για τον προσδιορισμό των επιπέδων παρουσίας ενώ οι Witt et al (1995), δηλώνουν ότι μόνο εάν ένας προορισμός θεωρείται ιδιαίτερα εξωτικός τότε και μόνο αυξάνεται η συμμετοχή.

Στην μελέτη τους οι Rittichainuwat, Beck και Lalopa (2001) διερευνούν όχι μόνο τους παράγοντες που θεωρούνται ως κίνητρα, αλλά και τους παράγοντες που μπορεί να εμποδίσουν τη συμμετοχή και εκείνους τους παράγοντες που διευκολύνουν τη συμμετοχή. Προσδιορίζουν έναν παράγοντα κινήτρων, ο οποίος χαρακτηρίζεται ως «περιήγηση στα αξιοθέατα» - και στον οποίο περιλαμβάνονταν χαρακτηριστικά όπως το ταξίδι σε επιθυμητά μέρη, η υπαίθρια αναψυχή και η αλλαγή του ρυθμού της καθημερινότητας. Αυτό συνδέεται σαφώς με την ελκυστικότητα του προορισμού. Ωστόσο, εντοπίζουν επίσης έναν παράγοντα που υποδηλώνει ότι

διευκολύνει τη συμμετοχή στο συνέδριο, την απόσταση και την ευκολία πρόσβασης. Ο παράγοντας αυτός είναι εννοιολογικά συνδεδεμένος με την ιδέα της προσπελασιμότητας προορισμού, αλλά οι Rittichainuwat et al. (2001) δεν θεωρούν ότι ο παράγοντας αυτός αποτελεί κίνητρο, αλλά μάλλον είναι ένας διευκολυντής, κάτι δηλαδή που θα διευκολύνει έναν σύνεδρο να παρευρεθεί σε ένα συνέδριο. Τα συμπεράσματά τους προέκυψαν από τη μελέτη ενός διεθνή συνεδρίου και μπορεί να υποτεθεί ότι για ένα διαφορετικό είδος συνεδρίου, όπως για παράδειγμα ένα εθνικό συνέδριο, πολλές από τις διαστάσεις του παράγοντα σημασίας (π.χ. αξιοθέατα, απόσταση, ευκολία πρόσβασης) θα ήταν πολύ μικρότερης σημασίας.

Οι Severt, Wang, Chen και Breiter (2007) επεσήμαναν επίσης δύο παράγοντες που σχετίζονται με τη θέση ενός συνεδρίου, τους οποίους ονομάζουν «δραστηριότητες και ευκαιρίες» και «ευκολία της διάσκεψης». Ο παράγοντας δραστηριοτήτων και ευκαιριών περιλαμβάνει ευκαιρίες ταξιδιού και επισκέψεις σε φίλους και συγγενείς, ενώ η ευκολία του παράγοντα της διάσκεψης έχει διαστάσεις όπως ο χρόνος ταξιδιού και η απόσταση. Τα ευρήματά τους δεν χωρίζονται ομοιόμορφα σε ελκυστικότητα προορισμού και προσβασιμότητας προορισμού και έτσι θέτουν υπό αμφισβήτηση τα συστατικά στοιχεία οποιουδήποτε παράγοντα τοποθεσίας.

Τέλος οι Yoo και Chon (2008) στη δική τους μελέτη επιβεβαίωσαν επίσης την σημαντικότητα του προορισμού, ειδικότερα για τους συμμετέχοντες εκείνους που θέλουν να συνδυάσουν το επαγγελματικό ταξίδι με αναψυχή. (Σχήμα 1.1.)

Συμπερασματικά, η τοποθεσία φαίνεται να είναι ένας από τους βασικούς προσδιοριστικούς παράγοντες στην απόφαση συμμετοχής και μπορεί να αποτελείται από ένα συνδυασμό ελκυστικότητας και προσβασιμότητας του προορισμού.

β. Δικτύωση (networking)

Ένας ακόμα προσδιοριστικός παράγοντας ελκυστικότητας του συνεδρίου που έχει επιβεβαιωθεί ευρέως από την βιβλιογραφία είναι η δικτύωση (networking). Η πλειοψηφία των σχετικών μελετών θεωρεί ότι οι ευκαιρίες δικτύωσης αποτελούν σημαντική πτυχή οποιασδήποτε απόφασης για συμμετοχή σε συνέδριο. Το

εννοιολογικό πλαίσιο που περιγράφεται από τους Witt et αϊ. (1995) υποδεικνύει ότι η δικτύωση είναι μια σημαντική διάσταση, όπως και εκείνο των Oppermann και Chon (1997). Υποστηρίζουν ότι η προσωπική αλληλεπίδραση με άλλους ανθρώπους που μοιράζονται κοινά χαρακτηριστικά, η δυνατότητα μαθαίνουν νέες δεξιότητες και να συμβαδίζουν με τις αλλαγές στον τομέα τους αποτελούν διαστάσεις του παράγοντα «δικτύωση». Η ίδιος παράγοντας αναγνωρίζεται επίσης από τους Rittichainuwat et al. (2001) ως κίνητρο συμμετοχής στο συνέδριο και τοποθετείται σε έναν «παράγοντα αυτοβελτίωσης» που περιλαμβάνει επίσης την ενίσχυση της σταδιοδρομίας και την ενίσχυση της ηγεσίας.

Η δικτύωση και οι κοινωνικές εκδηλώσεις κρίθηκαν ιδιαίτερα σημαντικές και από τους Jago και Deery (2005) ίσως λόγω του γεγονότος ότι, κατά την άποψή τους, οι περισσότεροι συμμετέχοντες δεν διαθέτουν αρκετό ελεύθερο χρόνο και επομένως επωφελούνται από τις ευκαιρίες να δικτυωθούν και να ερευνήσουν τις δυνατότητες για νέες συνεργασίες, που προσφέρονται σε τέτοιου είδους επαγγελματικών εκδηλώσεων όπως είναι τα συνέδρια. Τα παραπάνω στοιχεία μας δίνουν περαιτέρω στοιχεία για τη σημασία της δικτύωσης στην απόφαση συμμετοχής στο συνέδριο.

Στη μελέτη τους, οι Severt et al. (2007) αποκάλυψαν επίσης έναν παράγοντα δικτύωσης. Ωστόσο, μπορεί να αμφισβητηθεί η συνάφεια ορισμένων διαστάσεων σε αυτόν τον παράγοντα (δικτύωση, χρηματοδότηση από τον εργοδότη, ευκαιρίες απασχόλησης και διαφυγή από την καθημερινότητα), καθώς η σχέση εμφανίζεται περιορισμένη. Επομένως, αυτός ο παράγοντας (σύμφωνα με τους Mair και Thompson) έχει αναμφίβολα επισημανθεί εσφαλμένα. Βεβαίως, η υψηλή φόρτωση της διάστασης της δικτύωσης σε αυτόν τον παράγοντα (0,67) υποδηλώνει ότι η αυτή είναι μια πτυχή του βασικού παράγοντα, αλλά τα άλλα χαρακτηριστικά φαίνεται να σχετίζονται περισσότερο με τη σταδιοδρομία και τον προορισμό.

Οι Yoo και Chon (2008) αναφέρουν τον παράγοντα Ευκαιρίες Δικτύωσης (networking opportunities) με διαστάσεις α. Συνάντηση με συναδέλφους, β. Προσωπική αλληλεπίδραση με συναδέλφους & φίλους και γ. Ανάπτυξη επαγγελματικού δικτύου. (Σχήμα 1.1.)

Είναι σαφές ότι η δικτύωση διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην απόφαση κάποιου να συμμετάσχει σε ένα συνέδριο και μπορεί να υποστηριχθεί ότι οποιοδήποτε μοντέλο για τη διαδικασία λήψης αποφάσεων συμμετοχής σε ένα συνέδριο θα πρέπει να περιλαμβάνει τον εν λόγω παράγοντα.

γ. Κόστος (cost)

Ένας ακόμα προσδιοριστικός παράγοντας ελκυστικότητας του συνεδρίου που είναι πιθανό να συμπεριληφθεί στην απόφαση συμμετοχής είναι ο παράγοντας του κόστους (cost). Το κόστος επισημαίνεται ως ένας παράγοντας που επηρεάζει την συμμετοχή σε τουλάχιστον τέσσερις προηγούμενες μελέτες. Οι Witt et al (1995) αναφέρουν συγκεκριμένα τους δημοσιονομικούς περιορισμούς, συμπεριλαμβανομένων των εξόδων ταξιδιού και των συνεδρίων, αλλά φαίνεται σαφές ότι το κόστος που βαρύνει έναν σύνεδρο μπορεί να είναι μεγαλύτερο από το κόστος μεταφοράς και το κόστος εγγραφής. Για παράδειγμα, πρέπει επίσης να ληφθούν υπόψη τα έξοδα διαμονής και άλλα έξοδα. Οι Oppermann και Chon (1997) περιλαμβάνουν το κόστος ως μέρος της προσωπικής / επιχειρηματικής διάστασης ενώ τονίζεται ότι η χρηματοδότηση της συμμετοχής (από τον οργανισμό, τον εργοδότη κτλ) αποτελεί σημαντικό μέρος κατά την απόφασης συμμετοχής.

Οι Zhang et al. (2007) υποστηρίζουν ότι το οικονομικό κόστος (financial cost) και το κόστος ευκαιρίας (opportunity cost) ανήκουν μαζί, μέσα σε ένα συνολικό παράγοντα κόστους. Ωστόσο, το θεωρητικό μοντέλο του Zhang et al. (2007) δεν έχει δοκιμαστεί ακόμη εμπειρικά. Εν τω μεταξύ, οι Rittichainuwat et al. (2001) προσδιορίζουν το κόστος ως καθοριστικό παράγοντα της συμμετοχής, μαζί με το χρόνο και την απόσταση. Επίσης, πρότειναν ότι η «οικονομική προσιτότητα και ο διαθέσιμος χρόνος» (κόστος συνεδρίων, κόστος μεταφοράς και χρηματοδότηση από τους εργοδότες) αποτελεί βασική διάσταση που διευκολύνει τη συμμετοχή στο συνέδριο. Τα συμπεράσματα τους επιβεβαιώνουν περαιτέρω τη σημασία του κόστους και της χρηματοδότησης στην απόφασης συμμετοχής. Στην μελέτη των Severt et al. (2007) δεν εντοπίστηκε καθαυτός ο παράγοντας του κόστους. Ωστόσο, οι σχετικές με το κόστος και την χρηματοδότηση διαστάσεις προσδιορίστηκαν σε τρείς παράγοντες που προέκυψαν από την έρευνα τους. Η διάσταση «προσφορές

για το πακέτο συνεδρίων» που φορτώνεται στον παράγοντα του προϊόντος, η διάσταση «το συνέδριο κοστίζει λογικά» που φορτώνεται στον παράγοντα ευκολίας και τέλος της διάστασης «της χρηματοδότησης από τον εργοδότη» που όπως αναφέρθηκε παραπάνω φορτώνεται στον παράγοντα της δικτύωσης. Οι Yoo και Chon (2008) επιβεβαιώνουν τον παράγοντα κόστους και την σημαντικότητα της χρηματοδότησης της συμμετοχής ειδικά για συνέδρια που διοργανώνονται στο εξωτερικό. Οι ερευνητές εντοπίζουν το κόστος ως διάσταση του παράγοντα ταξιδιωτικής ικανότητας (Travelability) που περιλαμβάνει τις διαστάσεις: α. Χρόνος ταξιδιού που απαιτείται έως τον προορισμό του συνεδρίου, β. Συνολικό κόστος συμμετοχής και γ. Προσωπική οικονομική κατάσταση. (Σχήμα 1.1.)

Συνοπτικά, μπορεί να υποστηριχθεί ότι κάθε εννοιολογικό πλαίσιο για τη διαδικασία λήψης αποφάσεων συμμετοχής στο συνέδριο θα πρέπει να περιλαμβάνει αναφορά στην τοποθεσία του συνεδρίου, τις διαθέσιμες δυνατότητες δικτύωσης και το κόστος συμμετοχής στο συνέδριο.

δ. Παράγοντες Διευκόλυνσης (facilitators)

Στη μελέτη του οι Rittichainuwat et al. (2001) προτείνουν τρεις βασικούς παράγοντες που διευκολύνουν τη συμμετοχή (facilitators). Τον παράγοντα «οικονομική προσιτότητα και διαθεσιμότητα χρόνου», ο οποίος συζητήθηκε παραπάνω σε σχέση με το κόστος, τον παράγοντα «απόσταση και ευκολία πρόσβασης (που αναφέρεται στην τοποθεσία) και τον παράγοντα «οικογένεια / σύζυγο (οικογενειακή άδεια, σύζυγος ή / και κοινωνικό πρόγραμμα για συνοδούς» . Αυτός ο τελευταίος παράγοντας, σχετικά με τις κοινωνικές πτυχές της συμμετοχής σε ένα συνέδριο, είναι ένα θέμα στο οποίο δεν έχει δοθεί ιδιαίτερη προσοχή, αλλά μπορεί ενδεχομένως να αποτελέσει μέρος της απόφασης συμμετοχής. Οι Witt et al. (1995) θεωρούν ότι η συμμετοχή σε ψυχαγωγικές δραστηριότητες παίζει ρόλο στη διαδικασία λήψης αποφάσεων για τη συμμετοχή οι Jago και Deery (2005) διαπίστωσαν ότι τα κοινωνικά γεγονότα (social events) διαδραμάτισαν σημαντικό ρόλο στα κίνητρα συμμετοχής των συνέδρων. Επιπλέον οι Severt et al. (2007) στη μελέτη τους δεν βρήκαν μεμονωμένο παράγοντα κοινωνικής πτυχής, αλλά συμπεριέλαβαν τα προγράμματα συνοδών και φιλοξενούμενων στο πλαίσιο του

παράγοντα «Δραστηριότητες και Ευκαιρίες». Έτσι, τα στοιχεία για την ενσωμάτωση ενός παράγοντα κοινωνικής διάστασης σε ένα εννοιολογικό πλαίσιο είναι ίσως πιο περιορισμένα από ό, τι για την τοποθεσία, το κόστος και τη δικτύωση, αλλά το γεγονός ότι προέκυψε από προηγούμενες μελέτες υποστηρίζει την ένταξή του σε ένα υποθετικό πρότυπο μοντέλο για τη διαδικασία λήψης αποφάσεων συμμετοχής σε ένα συνέδριο

ε. Ανασταλτικοί Παράγοντες (Inhibitors)

Ένας άλλος τομέας όπου η βιβλιογραφία είναι διαιρεμένη είναι αυτός των «παρεμβάσεων», που προσδιορίζονται ως ξεχωριστό ζήτημα από τους Oppermann και Chon (1997). Ως παρεμβάσεις μπορούν να οριστούν άλλα συνέδρια που λαμβάνουν χώρα ταυτόχρονα σε πιο ελκυστικό προορισμό ή με καλύτερους ομιλητές κ.α., το χρονοδιάγραμμα του συνεδρίου, η σύγκρουση ημερομηνιών και οι αλληλεπικαλύψεις, (Oppermann, 1995) Var et al. (1985). Παράλληλα λόγοι μη συμμετοχής σε ένα συνέδριο μπορεί να είναι και άλλοι τρόποι για να καλύψουν οι δυνητικοί σύνεδροι τον χρόνο τους, όπως είναι οι διακοπές με την οικογένεια ή φίλους, η ξεκούραση στο σπίτι κ.α. Οι Rittichainuwat et all. (2001) αναφέρουν επίσης την οικογένεια ως παράγοντα διευκόλυνσης της συμμετοχής, γεγονός που υποδηλώνει ότι η λήψη της άδειας από την οικογένειά κάποιου για να παρευρεθεί στο συνέδριο έχει σχέση με την απόφαση συμμετοχής και η αντίστοιχη άρνηση οδηγεί σε μη συμμετοχή. Οι Oppermann and Chon (1997) αναφέρουν ότι όχι μόνο τα συνέδρια ανταγωνίζονται μεταξύ τους για τους συμμετέχοντες αλλά πρέπει επίσης να ανταγωνίζονται και άλλα προϊόντα όπως οι διακοπές αναψυχής κτλ. Συνοπτικά, οι παρεμβάσεις είναι οτιδήποτε μπορεί να παρεμποδίσει τη συμμετοχή στο συνέδριο. Είναι σκόπιμο να εξεταστούν και αυτές οι εναλλακτικές λύσεις και γι' αυτό προτείνεται η μελέτη ενός παράγοντα παρεμβάσεων.

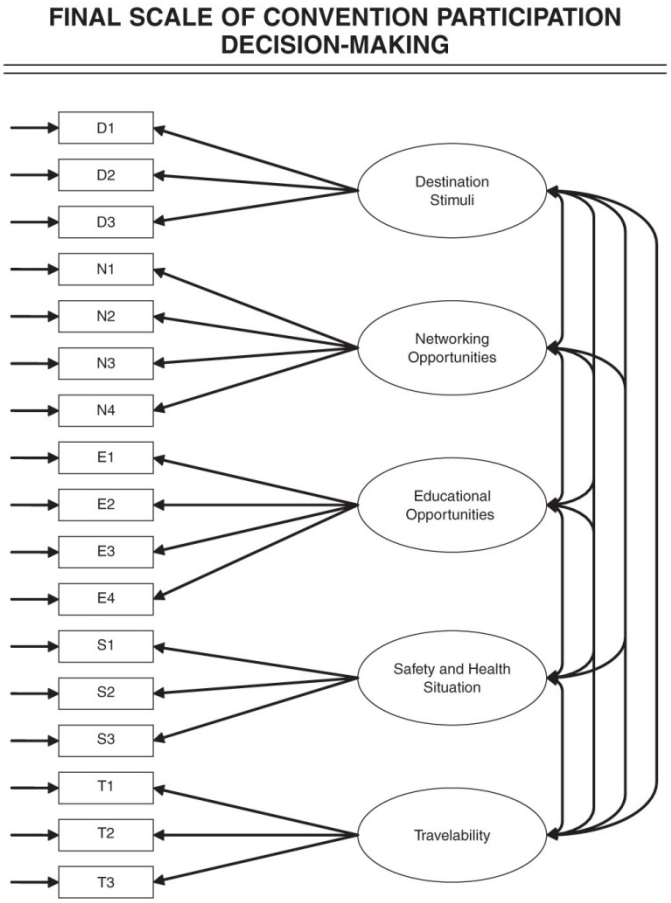
στ. Παράγοντες του Συνεδρίου (conference factors) – Προσωπικοί /επαγγελματικοί παράγοντες (personal/business factors)

Στη διεθνή βιβλιογραφία υπάρχει κάποια σύγχυση ως προς τη σύνθεση των δύο επόμενων παραγόντων που αναφέρθηκαν από πολλούς συγγραφείς (βλ. Πίνακα 1),

δηλαδή στον παράγοντα «δραστηριότητες του συνεδρίου/ οργανισμού» 'conference/ association activities' και στον παράγοντα «αυτο-ανάπτυξη» 'self-enhancement' ή «προσωπική / επαγγελματική ανάπτυξη» 'personal/ professional development'. Η προσεκτική εξέταση των διαστάσεων που φορτώνουν στους δύο παράγοντες υποδηλώνει ότι στην πραγματικότητα συνδέονται στενά. Ο παράγοντας «δραστηριότητες οργανισμού/συνέδριου» που εντοπίστηκε από τους Oppermann και Chon (1997) αφορά στη συμμετοχή του ατόμου σε κάποιο συνέδριο ενός οργανισμού. Μερικοί άνθρωποι είναι μέλη πολλών οργανισμών και, ελλείψει απεριόριστου προϋπολογισμού, πρέπει να ταξινομήσουν τις προτιμήσεις τους προκειμένου να αποφασίσουν αν και σε ποια συνέδρια θα παραστούν. Επιπλέον, ορισμένα συνέδρια έχουν πιο διάσημους ομιλητές από άλλα γεγονός που επηρεάζει επίσης την απόφαση συμμετοχής. Σύμφωνα με τους ίδιους ερευνητές άλλοι παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν τον πιθανό συμμετέχοντα είναι η προσωπική αλληλεπίδραση με άλλους συναδέλφους, η παρακολούθηση των αλλαγών στον τομέα τους και η εκμάθηση νέων δεξιοτήτων. Αυτοί οι παράγοντες φαίνεται να αντιπροσωπεύουν έναν τομέα της διαδικασίας λήψης αποφάσεων που μπορεί να ονομαστεί προσωπική ή / και επαγγελματική εξέλιξη. Το πλαίσιο που προτάθηκε από τους Witt et al. (1995) περιλαμβάνει την απόκτηση πληροφοριών, την ακρόαση ομιλητών και την παρουσίαση εργασιών στο συνέδριο ως χαρακτηριστικά κινήτρων συμμετοχής. Τα παραπάνω σχετίζονται περισσότερο με τον παράγοντα της προσωπικής και επαγγελματικής εξέλιξης παρά με τον παράγοντα που αφορά στις δραστηριότητες οργανισμού/συνέδριου». Εν τω μεταξύ, οι Rittichainuwat et al. (2001) συμπεριλαμβάνουν έναν παράγοντα τον οποίο ονομάζουν «επιχειρηματικές και συνεδριακές δραστηριότητες», με διαστάσεις όπως ενδιαφέρον πρόγραμμα συνεδρίων, επιχειρηματικές δραστηριότητες και δραστηριότητες που σχετίζονται με τον οργανισμό διοργάνωσης. Προσδιόρισαν επίσης έναν ξεχωριστό παράγοντα «αυτοεκτίμησης», ο οποίος περιλαμβάνει την ενίσχυση της σταδιοδρομίας, την ενίσχυση της ηγεσίας, τη δικτύωση, την εκπαίδευση και τη βελτίωση της αυτό-εκτίμησης. Ορισμένες πτυχές του παράγοντα «επιχειρηματικές και συνεδριακές δραστηριότητες» είναι παρόμοιες με εκείνες που προσδιορίστηκαν από τους Witt et al. (1995) και τους Oppermann and Chon (1997),

όπως οι δραστηριότητες που σχετίζονται με τον οργανισμό και το ενδιαφέρον πρόγραμμα, ενώ ο παράγοντας αυτο-βελτίωσης που περιλαμβάνουν συνδέεται στενότερα με την προσωπική / επαγγελματική εξέλιξη. Ομοιότητες με τον παράγοντα «δραστηριότητες οργανισμού/συνέδριου» των Oppermann and Chon (1997), παρουσιάζει και ο παράγοντας «δραστηριότητες και ευκαιρίες» που αποκαλύφθηκε από τους Severt et al. (2007) και φορτώνει διαστάσεις επαγγελματικών δραστηριοτήτων και δραστηριότητες σχετικές με τον οργανισμό διοργάνωσης. Παράλληλα ο παράγοντας "δικτύωσης" των ίδιων ερευνητών, που περιλαμβάνει τη διάσταση «επαγγελματικές ευκαιρίες» παρουσιάζει ομοιότητες με τον παράγοντα «προσωπική και / ή επαγγελματική εξέλιξη». Οι Severt et al. (2007) αναφέρουν το παράγοντα «παροχές εκπαίδευσης» ο οποίος περιλαμβάνει ενδιαφέρον πρόγραμμα, βελτιωμένη σταδιοδρομία και εκπαιδευτικούς σκοπούς, και μοιράζεται και αυτός κάποιες ομοιότητες με τον παράγοντα «δραστηριότητες οργανισμού/συνέδριου» των Oppermann και Chon (1997), που περιλαμβάνει αναφορές στην επιθυμία για μάθηση και για επαγγελματική εξέλιξη. Γενικότερα, οι διαστάσεις των παραγόντων που χρησιμοποιούνται από τους Severt et al. (2007) είναι από πολλές απόψεις παρόμοιες με εκείνες που έχουν επιλεγεί από άλλους συγγραφείς, αλλά φαίνεται να φορτώνονται σε μη σχετικούς παράγοντες, πιθανώς ως αποτέλεσμα του συγκεκριμένου συνεδρίου που ερεύνησαν. Τα χαρακτηριστικά και τα στοιχεία που σχετίζονται με τους παράγοντες που έχουν προσδιοριστεί είτε ως δραστηριότητες συνεδρίου/ οργανισμού είτε ως προσωπικές και επαγγελματικές εξελίξεις είναι πολύ παρόμοιες και φαίνεται ότι πρόκειται για διαφορετική ερμηνεία ως προς τον τρόπο με τον οποίο οι διαστάσεις αυτές είναι δομημένες. Οι Yoo και Chon (2008) επίσης συμπεριλαμβάνουν τον παράγοντα ευκαιρίας επιμόρφωσης (Educational opportunities) που περιλαμβάνει τις διαστάσεις α. παρακολούθηση των αλλαγών στον τομέα τους, β. την ακρόαση σεβαστών ομιλητών και γ. τα topics του συνεδρίου. (Σχήμα 1.1.)

Συμπερασματικά λοιπόν προτείνεται να υπάρχει στο μοντέλο λήψης απόφασης συμμετοχής ένας παράγοντας, ο οποίος θα ονομάζεται Προσωπική και Επαγγελματική Ανάπτυξη, που θα περιλαμβάνει τόσο τα στοιχεία που σχετίζονται με τον οργανισμό διοργάνωσης και το συνέδριο, καθώς και αυτά που σχετίζονται με την προσωπική και επαγγελματική ανάπτυξη.



Note:

D1: Opportunity to visit the convention destination; D2: Extra opportunities available at the convention destination; D3: Attractive image of the convention destination;

N1: Seeing people I know in my field; N2: Personal interactions with colleagues and friends; N3: Developing professional network;

N4: Involvement with the association;

E1: Keeping up with changes in my profession; E2: Listening to respected speakers; E3: Topic of the convention; E4: Fulfilling my desire to learn;

S1: Safety/security situation at the convention destination; S2: Hygiene standards at the convention destination; S3: My health conditions for travel;

T1: Time required to travel to the convention destination; T2:Total cost of attending the convention; T3: My personal financial situation

Σχήμα 1.1. Τελική κλίμακα παραγόντων στη λήψη απόφασης συμμετοχής σε συνέδριο (Πηγή: Yoo και Chon (2008)

Βασισμένοι στα παραπάνω, οι Mair και Thompson (2008) προσπάθησαν να προσαρμόσουν τα υπάρχοντα μοντέλα λήψης αποφάσεων για ταξίδια αναψυχής στο πλαίσιο του συνεδριακού τουρισμού και δημιούργησαν ένα μοντέλο βασισμένο σε έρευνα που διεξήγαγαν σε συμμετέχοντες σε συνέδριο του Ηνωμένου Βασιλείου(σχήμα 1.2.). Η μελέτη τους αυτή παρέχει ορισμένα στοιχεία για να υποστηρίξει ότι, ενώ οι αποφάσεις για συμμετοχή σε συνέδριο είναι αναμφισβήτητα παρόμοιες με τις αποφάσεις για ταξίδια αναψυχής, υπάρχουν ορισμένες διαφορές μεταξύ των δύο διαδικασιών λήψης αποφάσεων. Για παράδειγμα, το κίνητρο για συμμετοχή σε ένα συνέδριο συχνά ενεργοποιείται από το call for papers announcement ή από ένα newsletter του οργανισμού διοργάνωσης το οποίο δεν συμβαίνει στην απόφαση για ταξίδι αναψυχής.

Επιπλέον, οι τουρίστες για αναψυχή είναι πιο πιθανό να αξιολογήσουν τον προορισμό κατά τον προγραμματισμό των διακοπών, ενώ οι συνεδριακοί τουρίστες, εκτός από την αξιολόγηση του προορισμού, μπορούν να επιλέξουν να παρακολουθήσουν ένα συνέδριο με βάση τα ορατά οφέλη της παρακολούθησης, όπως το εκπαιδευτικό στοιχείο ή οι δυνατότητες δικτύωσης.

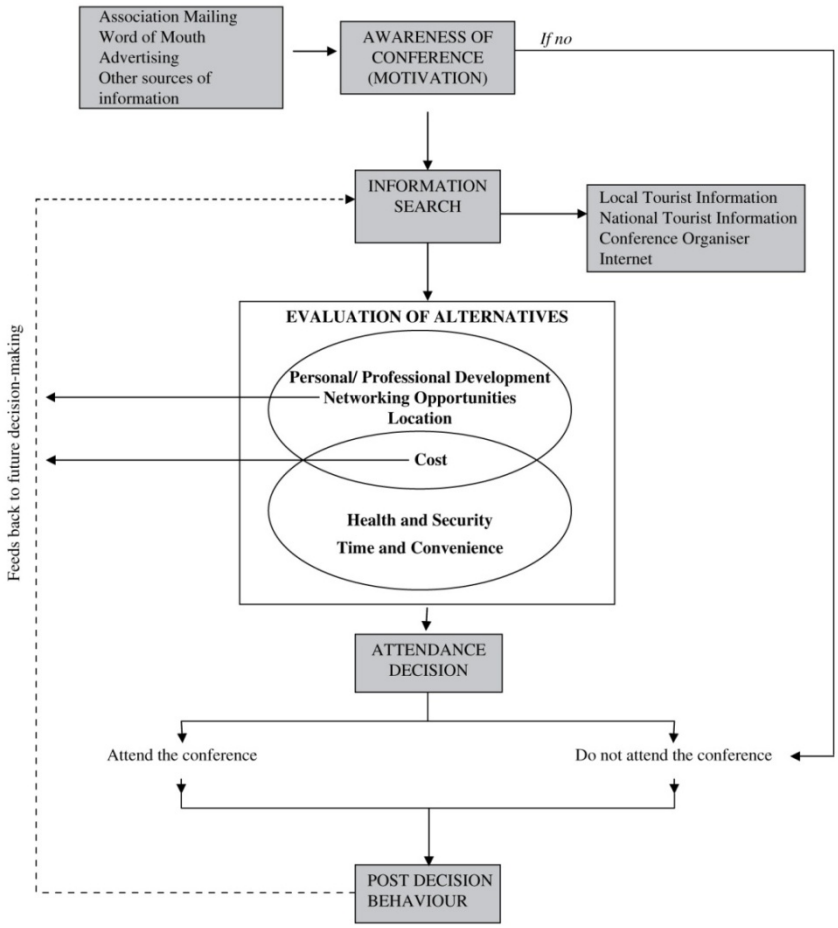


Fig. 2. Amended model of the UK association conference attendance decision-making process.

Σχήμα 1.2. Μοντέλο διαδικασίας λήψης αποφάσεων μοντέλο βασισμένο σε έρευνα σε συμμετέχοντες σε συνέδριο του Ηνωμένου Βασιλείου (Πηγή: Mair και Thompson (2008)).

Στην δική τους μελέτη της υπάρχουσας βιβλιογραφίας για τα κίνητρα στην διαδικασία λήψης απόφασης συμμετοχής, οι Malek Mohammadi και Mohamed (2010), κατηγοριοποιούν 4 κοινούς παράγοντες επιρροής: 1.το κόστος (cost), 2. την τοποθεσία (location), 3.τους παράγοντες του συνεδρίου (conference factors) και 4. τους προσωπικούς/επαγγελματικούς παράγοντες (personal/business factors).

Συμπερασματικά, η προσεκτική εξέταση της διαθέσιμης βιβλιογραφίας υποδεικνύει ότι ορισμένα από τα στάδια της διαδικασίας λήψης αποφάσεων τουρισμού αναψυχής και ταξιδιών για συμμετοχή σε συνέδριο διαφέρουν. Γενικότερα σε ότι αφορά στα κίνητρα συμμετοχής σε συνέδριο, υπάρχουν διαστάσεις των κινήτρων αυτών, οι οποίες έχουν αποδειχθεί σταθερές σε διαφορετικές έρευνες και σε διαφορετικά συνέδρια και οι οποίες στηρίζουν τη διαδικασία λήψης αποφάσεων συμμετοχής στο συνέδριο κατά την αξιολόγηση των εναλλακτικών λύσεων. Οι παράγοντες αυτοί προσδιορίζονται ως «η τοποθεσία», «το κόστος», «οι ευκαιρίες δικτύωσης», «οι κοινωνικές πτυχές», «η προσωπική και επαγγελματική ανάπτυξη» και «οι παρεμβάσεις». Οι παραπάνω παραγόντες θα αποτελέσουν το εννοιολογικό πλαίσιο για την παρούσα έρευνα με δεδομένο ότι ορισμένα από τα στάδια της διαδικασίας λήψης αποφάσεων τουρισμού αναψυχής και ταξιδιών για συμμετοχή σε συνέδριο διαφέρουν, όπως αναφέρθηκε.

Κεφάλαιο 2: Συνεδριακός Τουρισμός- Θεωρητικό πλαίσιο

2.1. Συνέδριο (conference) ορισμός

Σύμφωνα με το άρθρο 12 του υπουργείου τουρισμού *«ως Συνεδριακός Τουρισμός νοούνται οι οργανωμένες συναντήσεις ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα ή επαγγελματικές ιδιότητες και με πρωτεύοντα σκοπό την επιστημονική ενημέρωση και την ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων μεταξύ των παρευρισκομένων στην εκδήλωση συνέδρων/ομιλητών. Αποτελεί συνιστώσα του επαγγελματικού τουρισμού, μαζί με τα ταξίδια κινήτρων και τις εκθέσεις. Στοχεύει στην προσέλκυση μεγάλου αριθμού ατόμων για λίγες μέρες σε ένα συγκεκριμένο τοπικό προορισμό, διευρύνοντας την τουριστική περίοδο και προβάλλοντας τα ιδιαίτερα τοπικά χαρακτηριστικά (πολιτιστικά, υπαίθρου κ.α.)*

Τα συνέδρια διακρίνονται σε τοπικά, εθνικά ή διεθνή και η θεματολογία τους ποικίλλει (ενδεικτικά μπορεί να είναι ιατρικά, επιστημονικά κ.α.). Περιλαμβάνουν διαλέξεις, διασκέψεις, ημερίδες, σεμινάρια, συναντήσεις, συσκέψεις, φόρουμ.» (http://www.opengov.gr/tourism/?p=1440)

Στην διεθνής ορολογία δεν υπάρχει κοινός αποδεκτός όρος, στις Ευρωπαϊκές χώρες χρησιμοποιείται συνήθως ο όρος “congress”, στην Μεγάλη Βρετάνια “conference” και στις Ηνωμένες Πολιτείες ο όρος “convention”. Στην παρούσα έρευνα αναφέρεται ο όρος “conference”.

Τα συνέδρια διακρίνονται με βάση:

- **Τον φορέα** υπό την αιγίδα του οποίου συνέρχονται οι σύνεδροι και το αντικείμενο με το οποίο ασχολούνται σε επαγγελματικά, επιστημονικά, πολιτιστικά, πολιτικά, κοινωνικά κ.λπ. Ο φορέας πραγματοποίησης του συνεδρίου έχει την τελική ευθύνη επιτυχίας του, συχνά όμως η διοργάνωση του συνεδρίου ανατίθεται σε επαγγελματίες διοργανωτές ή και σε τουριστικά γραφεία.
- **Το γεωγραφικό τους χαρακτήρα** σε τοπικής, περιφερειακής, εθνικής και διεθνούς εμβέλειας.

- **Το μέγεθος,** τον αριθμό δηλαδή των συμμετεχόντων, σε ολιγομελή ή πολυάριθμα.
- **Την χρονική τους διάρκεια.** Πολύ συχνά οι σύνεδροι φτάνουν στο τόπο διεξαγωγής του συνεδρίου μια μέρα πριν την έναρξη και στο πρόγραμμα του συνεδρίου περιλαμβάνεται μια μικρή εκδήλωση γνωριμίας (icebreaker) το βράδυ πριν την έναρξη των εργασιών. Επίσης συχνά οι σύνεδροι παρατείνουν την παραμονή τους για κάποιες μέρες μετά την διεξαγωγή του συνεδρίου, ιδιαίτερα αν ακολουθεί Σαββατοκύριακο και τα ξενοδοχεία φιλοξενίας προσφέρουν ειδικά εκπτωτικά πακέτα στην ανάλογη περίσταση παράτασης διαμονής.
- **Τη συχνότητα με την οποία συνέρχονται** σε σταθερά συνέδρια και σε μη σταθερά, περιοδικά και μη περιοδικά συνέδρια.

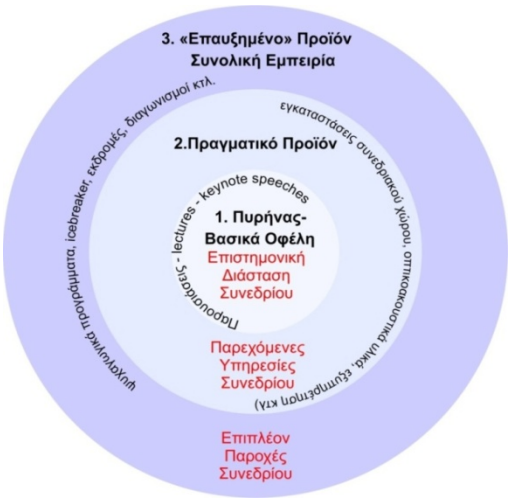
Εκτός από τα συνέδρια, άλλοι τύποι επαγγελματικών συναντήσεων είναι:

- Σύσκεψη: Συνάντηση λίγων ατόμων που έχει συνεδριακό χαρακτήρα. Οι συμμετέχοντες συμμετέχουν ισότιμα και καταλήγουν σε συμπεράσματα και αποφάσεις υπό την καθοδήγηση ενός προέδρου
- Διάσκεψη: είναι μια μορφή συνεδρίου μεγάλης διάρκειας η οποία απαιτεί την ενεργή αλληλεπίδραση των συμμετεχόντων. Μπορεί να έχει τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνή χαρακτήρα.
- Τηλεδιάσκεψη: Η τηλεδιάσκεψη είναι η δορυφορική σύνδεση δύο ή περισσοτέρων σημείων, π.χ. αιθουσών, όπου υπάρχουν σύνεδροι, που έχουν τη δυνατότητα να επικοινωνήσουν σε πραγματικό χρόνο με άλλους συνέδρους, ευρισκόμενους σε απομακρυσμένο χώρο, μέσω ηλεκτρονικών υπολογιστών και γιγαντο-οθόνων.
- Εργαστήριο (workshop): το εργαστήριο είναι η συνάντηση όπου ενθαρρύνονται η έκφραση και η ανταλλαγή απόψεων και εξετάζονται διάφορες μέθοδοι και η εφαρμογή τους σε συγκεκριμένους τομείς. Συχνά διοργανώνεται παράλληλα με ένα συνέδριο

- Ημερίδα (One day workshop-One day meeting): η ημερίδα είναι η συνάντηση που έχει πανηγυρικό χαρακτήρα ή που αποτελεί γενέθλια επέτειο του εκάστοτε οργανωτικού φορέα που την πραγματοποιεί. Διαρκεί, όπως φαίνεται από την ονομασία της, μια ημέρα.
- Σεμινάριο (Seminar): το σεμινάριο είναι η συγκέντρωση ατόμων που ανήκουν σε μια συγκεκριμένη ομάδα με σκοπό την εκπαίδευσή τους, η οποία θα έχει ως αποτέλεσμα την εξοικείωσή τους με ένα θέμα ή προϊόν ή τον εμπλουτισμό των γνώσεών τους. Ο αριθμός των συμμετεχόντων στο σεμινάριο είναι συνήθως μικρός.
- Συμπόσιο (Symposium): είναι η συνάθροιση ατόμων μετά μουσικής και συζήτησης ή επίσημη συνάντηση ειδικών ενός συγκεκριμένου τομέα με σκοπό τη διερεύνηση ενός θέματος ή την παρουσίαση σχετικών εργασιών.
- Δορυφορικό συμπόσιο: είναι συνάντηση στην οποία κάποιος ή κάποιοι από τους εισηγητές εμφανίζονται σε οθόνη μέσω internet ή δορυφόρου.
- Συνάντηση (meeting): είναι η συγκέντρωση ατόμων μιας εταιρίας με σκοπό τη συζήτηση πάνω σε ένα θέμα ενδοεπιχειρησιακού ενδιαφέροντος. Οι συναντήσεις αυτές μπορεί να γίνονται έκτακτα ή σε προγραμματισμένα τακτά διαστήματα.
- Σύνοδος (synod): είναι η συνάθροιση υψηλά ιστάμενων προσώπων, για παράδειγμα μελών της κυβερνήσεως. Οι σύνοδοι δεν έχουν τακτική συχνότητα. Σύσκεψη: είναι η συνάντηση μιας ομάδας ατόμων με σκοπό την ανταλλαγή και διάδοση απόψεων και μηνυμάτων, την έναρξη διαλόγου και την επίλυση προβλημάτων. Οι συσκέψεις είναι συνήθως μικρότερης διάρκειας και κλίμακας από τα συνέδρια.
- Φόρουμ (Forum): είναι η συνάθροιση ατόμων όπου γίνεται ανοικτή συζήτηση από διακεκριμένους συμμετέχοντες για την ανταλλαγή απόψεων σε θέματα κοινού ενδιαφέροντος. (Κραβαρίτης & Παπαγεωργίου 2007)

2.2. Το «συνέδριο» ως προϊόν

Από πλευράς μάρκετινγκ το συνέδριο είναι ένα σύνθετο προϊόν, μίγμα υλικών (εγκαταστάσεις συνεδριακού χώρου, οπτικοακουστικό υλικό, coffee breaks κ.α.) και άυλων στοιχείων (επιστημονική διάσταση, υπηρεσίες εξυπηρέτησης, υπηρεσίες ψυχαγωγίας κα). Το πρώτο επίπεδο του προϊόντος, είναι ο πυρήνας του, δηλαδή τα βασικά οφέλη που αποκομίζει ο συμμετέχον και αφορά στην επιστημονική διάσταση του συνεδρίου. Το δεύτερο επίπεδο αφορά στις παρεχόμενες υπηρεσίες του συνεδρίου (εγκαταστάσεις συνεδριακού χώρου, οπτικοακουστικά υλικά, εξυπηρέτηση κτλ) και τέλος το τρίτο επίπεδο, το «επαυξημένο» προϊόν, που αφορά στις επιπλέον παροχές (ψυχαγωγικά προγράμματα, εκδρομές κτλ.) και γενικότερα στη συνολική εμπειρία που αποκομίζει ο συμμετέχον. Αναφορικά με τις στρατηγικές διαφοροποίησης, ο Middleton et al. (2009) επισημαίνει χαρακτηριστικά, ότι οι δυνατότητες διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος, στο επίπεδο του επαυξημένου προϊόντος, είναι πολλές και με λίγη διορατικότητα και φαντασία μπορεί να προσφερθεί ένα προϊόν που θα διαφέρει από τα άλλα και θα δημιουργεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Στην περίπτωση περιοδικών συνεδρίων, η πετυχημένη διαφοροποίηση οδηγεί στη δημιουργία μιας ιδιαίτερα θετικής εικόνας για το συνέδριο στο μυαλό των συμμετεχόντων και επιτυγχάνεται υψηλός βαθμός πιστότητας.



Σχήμα 2.2.1. :Τα 3 επίπεδα του προϊόντος «συνέδριο»

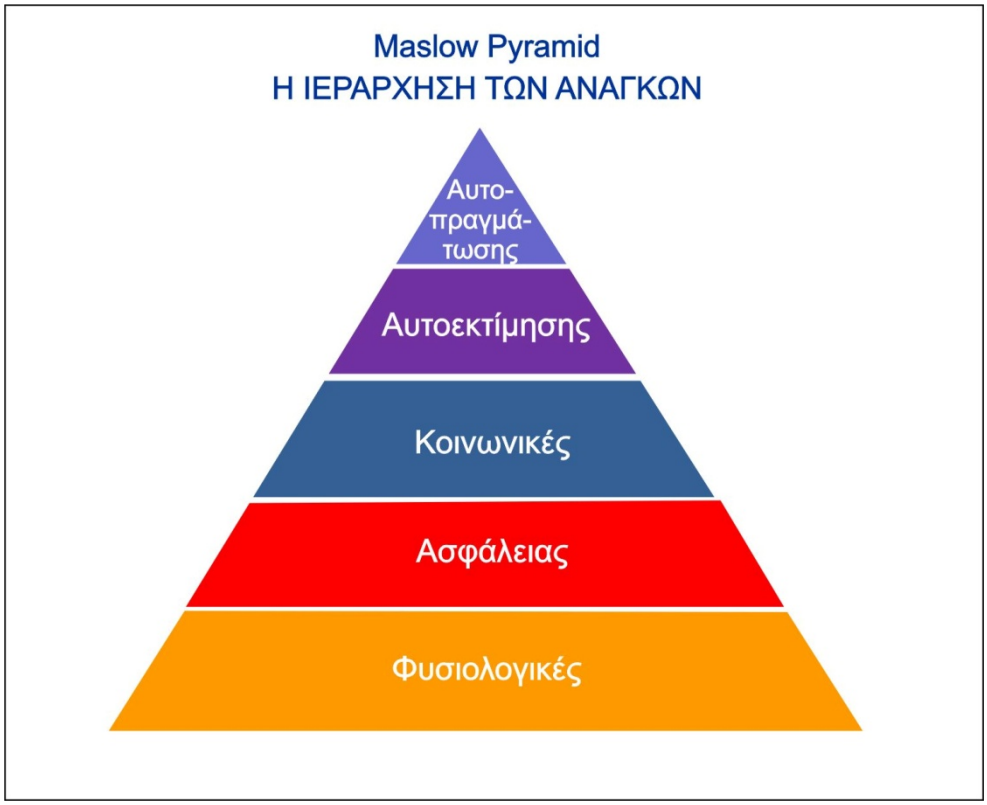
2.3. Θεωρία Κινήτρων στο χώρο του τουρισμού

Στην υπάρχουσα βιβλιογραφία έχουν διατυπωθεί πολλοί επιστημονικοί ορισμοί για τα κίνητρα και έχουν γίνει αρκετές μελέτες για τα κίνητρα τουρισμού. Οι πρώτοι ψυχολόγοι στηρίχτηκαν στις απόψεις του Πλάτωνα και του Αριστοτέλη. Θεώρησαν ότι ο ανθρώπινος νους αποτελούνταν από τρία συστατικά στοιχεία, τη γνώση, το συναίσθημα και τη θέληση (κινητοποίηση). Η θέληση αντανακλούσε την επιθυμία του ατόμου ή το σκοπό του. Η βούληση είναι η πράξη χρησιμοποίησης της θέλησης. Ο Sigmund Freud αναφέρθηκε στα κίνητρα τα οποία αντιλαμβάνονταν ως μια ψυχική ενέργεια. Υπεύθυνες για τη συμπεριφορά του ατόμου θεωρούσε τις δυνάμεις που έχει ο άνθρωπος. Ο ίδιος χρησιμοποίησε τη λέξη trieb που σημαίνει κινητήρια δύναμη η οποία μοιάζει με την κινητοποίηση. Η λέξη trieb έχει μεταφραστεί ως ένστικτο παρά το γεγονός ότι πιο πολύ προσεγγίζει την έννοια της ορμής (Freud, 1966).

Οι πιο δημοφιλείς θεωρίες στη Βόρεια Αμερική για τα κίνητρα ξεκίνησαν από τους Maslow (1943), McClelland (1961) και Vroom (1964), οι οποίοι διατύπωσαν τις θεωρίες των προσδοκιών, του κινήτρου της επιτυχίας και της ιεραρχίας των ανθρώπινων αναγκών.

Σύμφωνα με τη θεωρία του Maslow, ο οποίος εισήγαγε για πρώτη φορά την έννοια της ιεράρχησης των ανθρώπινων αναγκών, οι δράσεις ωθούνται από κίνητρα, με σκοπό να ικανοποιηθούν συγκεκριμένες ανάγκες, και τα ανθρώπινα κίνητρα μπορούν να περιγραφούν με όρους ιεράρχησης των βασικών αναγκών. Η συγκεκριμένη ιεράρχηση υποδεικνύει ότι οι άνθρωποι κινητοποιούνται πρωτίστως για την ικανοποίηση των πλέον βασικών αναγκών προτού προχωρήσουν στην ικανοποίηση άλλων πιο σύνθετων αναγκών. Ο Maslow έδωσε ιδιαίτερη έμφαση στην έννοια της αυτοπραγμάτωσης, η οποία βρίσκεται στην κορυφή της πυραμίδας και αποτελεί μια διαδικασία πλήρους ωρίμανσης και ανάπτυξης του ατόμου με στόχο να αξιοποιηθούν οι πλήρεις δυνατότητές του.

Η ιεράρχηση αναγκών του Maslow απεικονίζεται με τη μορφή πυραμίδας, όπως φαίνεται στο σχήμα 2.3.1:



Σχήμα 2.3.1 Πυραμίδα ιεράρχησης αναγκών του Maslow. Πηγή: Maslow (1943).

Ο David McClelland το 1961, στο βιβλίο του με τίτλο «The Achieving Society», εξήγησε την θεωρία του σχετικά με τις επίκτητες ανάγκες. Στα γραπτά του πρότεινε ότι οι συγκεκριμένες ανάγκες ενός ατόμου αποκτώνται με την πάροδο του χρόνου και διαμορφώνονται από τις εμπειρίες της ζωής. Περιέγραψε τρεις συγκεκριμένους τύπους κινητήριων αναγκών:

1. **η ανάγκη για εξουσία ή δύναμη (power)** – είναι η ανάγκη για επιρροή και έλεγχο σε άλλα άτομα, η οποία ικανοποιείται με την επιδίωξη της εξουσίας για επικράτηση σε προσωπικό επίπεδο και για να προσφέρει στην ομάδα ή στον οργανισμό

2. **η ανάγκη κοινωνικών σχέσεων (affiliation)** – είναι η ανάγκη για φιλικές σχέσεις, για συνεργασία και επαφή με τους άλλους ανθρώπους επιδιώκοντας αποδοχή, σεβασμό και αφοσίωση, διότι έτσι αποδίδουν καλύτερα

3. **η ανάγκη για επίτευξη στόχων (achievement)** – πρόκειται για την έντονη επιθυμία του ατόμου να θέσει δύσκολους μεν, εφικτούς δε στόχους και για την προσπάθειά του να τους ολοκληρώσει επιτυχώς με εντατική εργασία και με πλήρης ευθύνη των πράξεών του

Σχήμα 2.3.2. Κινητήριες ανάγκες David McClelland (Προσαρμογή από https://www.pocketbook.co.uk/blog/2012/11/20/david-mcclellands-three-motivational-needs/)

Ο Victor Vroom (1964) εισήγαγε πρώτος την θεωρία των προσδοκιών. Ο Vroom επιχειρεί να ερμηνεύσει τη διαδικασία μέσω της οποίας ένα άτομο επιλέγει μια συγκεκριμένη οδό δράσης. Υποστηρίζει ότι η προθυμία ενός ατόμου να προβεί σε μια ενέργεια εξαρτάται από τρεις παράγοντες:

1. **την αξία** που έχει για το άτομο κάθε ένα από τα πιθανά αποτελέσματα της ενέργειας,

2. **την αντίληψή του** για την πιθανότητα που έχει η συγκεκριμένη ενέργεια να οδηγήσει σε ένα ορισμένο αποτέλεσμα και

3. **την προσδοκία του** ότι καταβάλλοντας προσπάθεια θα εκτελέσει επιτυχώς την ενέργεια.

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω μια από τις θεωρίες που μελετούν τα κίνητρα των τουριστών και είναι ευρέως αποδεκτή από πολλούς μελετητές, (Crompton, 1979;

Dann, 1981; Yuan & McDonald 1990) είναι αυτή των παραγόντων έλξης και ώθησης (pull & push factors). Οι άνθρωποι ταξιδεύουν γιατί ωθούνται και έλκονται από ορισμένες δυνάμεις. Οι δυνάμεις αυτές, περιγράφουν πώς τα άτομα ωθούνται από αυτές τις μεταβλητές κινήτρων στη λήψη της απόφασης να ταξιδέψουν και πώς έλκονται από τον τόπο προορισμού. Τα κίνητρα ώθησης (push factors), τα οποία ωθούν τα άτομα μακριά από τον τόπο κατοικίας τους, εξηγούν την επιθυμία να ταξιδέψουν, να αλλάξουν περιβάλλον, χωρίς ωστόσο να προσδιορίζουν που ακριβώς θέλουν να πάνε. Αντίθετα, τα κίνητρα έλξης εξηγούν την επιλογή του προορισμού, καθώς είναι αυτά τα οποία έλκουν προς ένα προορισμό (Bansal & Eiselt, 2004). Ως παράγοντες ώθησης χαρακτηρίζονται τα κοινωνιολογικά και ψυχολογικά χαρακτηριστικά που προδιαθέτουν τα άτομα να ταξιδέψουν. Έχουν εσωτερική προέλευση και αποτελούν απροσδιόριστες και εσωτερικές επιθυμίες των ταξιδιωτών όπως η επιθυμία για αλλαγή περιβάλλοντος, για ανάπαυση και χαλάρωση, περιπέτεια, κύρος και κοινωνικές σχέσεις. Παραδοσιακά τα κίνητρα ώθησης χρησιμοποιούνταν για την ερμηνεία της ανάγκης να πάει κάποιος διακοπές, σε αντίθεση με τα κίνητρα έλξης τα οποία χρησιμοποιούνταν για την ερμηνεία της επιλογής του προορισμού.

Η πιο διαδεδομένη θεωρία κινήτρων στη διεθνή βιβλιογραφία είναι του Crompton (1979) ο οποίος προσδιορίζει ***7 ωθητικά κίνητρα*** συμμετοχής τα οποία αφορούν

(1) στην απόδραση από ένα κοινότυπο περιβάλλον,

(2) στην εξερεύνηση και αξιολόγηση του εαυτού,

(3) στη χαλάρωση,

(4) στο κύρος,

(5) στην επιστροφή στην παιδική ηλικία,

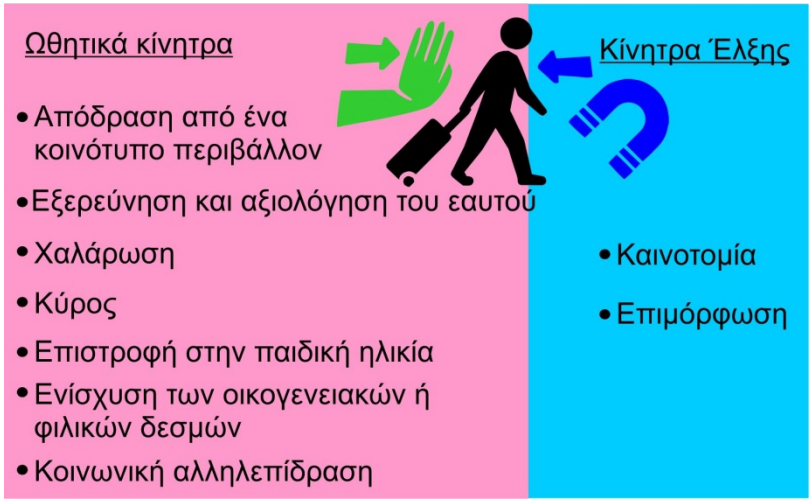
(6) στην ενίσχυση των οικογενειακών ή φιλικών δεσμών και

(7) στην κοινωνική αλληλεπίδραση,

και ***2 κίνητρα έλξης*** *τα οποία αφορούν*

(8) στην καινοτομία και

(9) στην επιμόρφωση (σχήμα 2.2.3)



Σχήμα 2.3.3.: J Crompton: Κίνητρα συμμετοχής

Με βάση τα παραπάνω ευρήματα ο Crompton πρότεινε πως η τουριστική βιομηχανία οφείλει να δώσει μεγαλύτερη σημασία στον τομέα των κοινωνικό-ψυχολογικών κινήτρων και να στηρίξει σε αυτά τις στρατηγικές σχεδιασμού και προώθησης των τουριστικών προϊόντων της, ξεπερνώντας την αντίληψη πως οι τουρίστες ταξιδεύουν απλά και μόνο για να δουν και να κάνουν πράγματα μοναδικά πράγματα, αλλά και γιατί επιζητούν ένα προορισμό που θα είναι ως φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον διαφορετικό από αυτό που βιώνουν καθημερινά.

Κεφάλαιο 3. Χρησιμότητα της έρευνας

3.1. Χρησιμότητα της έρευνας – Εισαγωγή

Η παρούσα έρευνα ασχολήθηκε με την εξειδικευμένη μορφή του συνεδριακού τουρισμού, και πιο συγκεκριμένα με τη συμμετοχή σε επιστημονικά συνέδρια. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω η αγορά του συνεδρίου ορίζεται κυρίως από την πλευρά της προσφοράς, με μικρότερη προσοχή στους μεμονωμένους συμμετέχοντες του συνεδρίου, στις ανάγκες και τις επιθυμίες τους. Τα συνέδρια βασίζονται σε οργανωμένες και διαρθρωμένες ομάδες ανθρώπων που έχουν παρόμοια συμφέροντα (McCabe, Poole, Weeks & Leiper, 2000) οι αποφάσεις των οποίων επηρεάζουν σημαντικά την αγορά συνεδριακού τουρισμού. Η ανάλυση και καταγραφή των προσδιοριστικών παραγόντων ελκυστικότητας επιστημονικών συνεδρίων που επηρεάζουν τους συμμετέχοντες κατά την απόφαση συμμετοχής σε επιστημονικά συνέδρια θα βοηθήσει στην καταγραφή των στοιχειών εκείνων που δίνουν στις εκδηλώσεις αυτές το μοναδικό τους χαρακτήρα. Με βάση αυτά τα στοιχεία μπορούν να σχεδιαστούν ή να επανασχεδιαστούν συνεδρία που ικανοποιούν καλύτερα τις ανάγκες και τις επιθυμίες των συμμετεχόντων, θα αυξήσουν την συμμέτοχη και θα μειώσουν το κόστος.

3.2. Σκοπός της έρευνας

Σκοπό της παρούσας έρευνας αποτέλεσε η διερεύνηση των κινήτρων των ατόμων που συμμετέχουν σε επιστημονικά συνέδρια, τα οποία διοργανώνονται από πανεπιστήμια, επιστημονικές ενώσεις και ερευνητικά κέντρα. Η δυνατότητα πρόβλεψης της συμμετοχής των ατόμων σε μελλοντικά συνέδρια με βάση τα κίνητρα τους, καθώς και οι διαφοροποιήσεις των κινήτρων των συμμετεχόντων με βάση το φύλλο, την ηλικία, την εθνικότητα, το επίπεδο μόρφωσης και την οικογενειακή τους κατάσταση. Παράλληλα η ερευνά διερευνά τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν την πρόθεση επανασυμμετοχής σε σειρά συνεδρίων που οργανώνονται ανά τακτά χρονικά διαστήματα (2-3 έτη κτλ.) στο ίδιο ή σε διαφορετικό προορισμό.

3.3. Περιορισμοί έρευνας

Κατά την διεξαγωγή της παρούσας έρευνας, έγινε προσπάθεια εξάλειψης παραγόντων περιορισμού γεωγραφικής κατανομής με την αποστολή ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων, όμως η πλειοψηφία του δείγματος προέρχεται από συνέδρια που οργανώθηκαν στην Ελλάδα και ειδικότερα στην Κρήτη, γεγονός που περιορίζει την γενίκευση των αποτελεσμάτων στο σύνολο των επιστημονικών συνεδρίων.

3.4. Μεθοδολογία Έρευνας

3.4.1. Καθορισμός στόχων έρευνας

Από την εκτενή επισκόπηση της βιβλιογραφίας ανασύρθηκαν λεπτομερώς τα κίνητρα που έχουν καταγραφεί ως σημαντικά για τους συμμετέχοντες κατά την επιλογή συμμετοχής σε συνέδριο, τα οποία στη συνέχεια ομαδοποιήθηκαν και έγινε εξάλειψη των κριτηρίων εκείνων που εκφράζουν παρόμοιες έννοιες. Παράλληλα έγινε προσωπική συνέντευξη με δύο προέδρους οργανωτικής επιτροπής διοργάνωσης συνεδρίου και σε συνδυασμό με την εμπειρία της συγγραφέως στην επαγγελματική οργάνωση συνεδρίων καθορίστηκαν οι διαστάσεις που πρέπει να μελετηθούν για την συμμετοχή και την πρόθεση επανασυμμετοχής σε ακαδημαϊκά συνέδρια καθώς και η δομή του ερωτηματολογίου.

3.4.2. Καθορισμός τρόπου διεξαγωγής έρευνας

Η διεξαγωγή της ερευνάς επιλέχθηκε να γίνει με 2 τρόπους: α. επιτόπου διαμοιρασμός ερωτηματολογίων (με ή χωρίς παρουσία ερευνητή) σε συνεδρία που διοργανώνονται στην πόλη των Χανίων κατά τη διάρκεια συγγραφής της παρούσας διπλωματικής και β. διαδικτυακά με την αποστολή ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων σε επιλεγμένο κοινό που πληροί τα κριτήρια συμμετοχής.

3.4.3. Καθορισμός δείγματος

Ως αντιπροσωπευτικό δείγμα επιλεχτήκαν όλοι οι δυνητικοί συμμετέχοντες σε συνέδρια (ακαδημαϊκή κοινότητα, ερευνητές, μέλη της κυβέρνησης, ιδιώτες). Για λόγους εγκυρότητας και αξιοπιστίας, επιλέχθηκε η ανώνυμη συμπλήρωση

ερωτηματολογίου. Τα ερωτηματολόγια θα μοιράζονται στους συνέδρους για συμπλήρωση και μετά θα συλλέγονται με κάλπη και αντίστοιχα θα αποσταλούν μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ερωτηματολόγια συνοδευόμενα με ένα μικρό κείμενο επεξήγησης του σκοπού της ερευνάς τα οποία θα συλλέγονται ανώνυμα μέσω του προγράμματος «Google drives».

3.4.4. Ερωτηματολόγιο

-Σύνταξη ερωτηματολογίου

Το ερωτηματολόγιο αποτελεί έναν από τους κυριότερους τρόπους συλλογής δεδομένων κατά τη διάρκεια μιας έρευνας. Ο σωστός σχεδιασμός ενός ερωτηματολογίου μας εξασφαλίζει την εγκυρότητα των αποτελεσμάτων έρευνας. Οι ερωτήσεις δημιουργούνται ώστε να ληφθούν μέσω αυτών όσο το δυνατόν περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τις προτιμήσεις αλλά και τα δημογραφικά στοιχεία των ερωτηθέντων, αλλά η ύπαρξη μεγάλου αριθμού ερωτήσεων εγκυμονεί τον κίνδυνο κόπωσης του ερωτώμενου και εγκατάλειψης της διαδικασίας απάντησής του.

Για το σκοπό της παρούσας έρευνας δημιουργήθηκε ένα ερωτηματολόγιο με το εισαγωγικό κείμενο και τέσσερα επιμέρους διακριτά τμήματα.

Εισαγωγή: Πανεπιστημιακό ίδρυμα, θέμα ερευνάς, στοιχεία της μεταπτυχιακής φοιτήτριας και του επιβλέποντα καθηγητή και οδηγίες συμπλήρωσης.

Τμήμα 1. Στο πρώτο τμήμα περιλήφθηκαν ερωτήσεις οι οποίες διερευνούν τις ταξιδιωτικές συνήθειες (στα πλαίσια συμμετοχής σε συνέδρια) των συμμετεχόντων. Πιο συγκεκριμένα περιλαμβάνονται 5 ονομαστικές (nominal)- κλειστές ερωτήσεις που αφορούν στην α. συχνότητα ταξιδιού για συμμετοχή σε συνέδρια, β. στον αριθμό ημερών παραμονής στον προορισμό πριν/μετά το συνέδριο, γ. στις πηγές χρηματοδότησης της συμμετοχής (ερώτηση πολλαπλών απαντήσεων) δ. στην συχνότητα που οι συμμετέχοντες ταξιδεύουν με παρέα και ε. στην διερεύνηση των ομάδων εκείνων, από το περιβάλλον του συμμετέχοντα, που τον επηρεάζουν στην απόφαση του για συμμετοχή (ερώτηση πολλαπλών απαντήσεων).

Τμήμα 2. Ο στόχος του δεύτερου τμήματος του ερωτηματολογίου ήταν η διερεύνηση των κίνητρων που ωθούν στη συμμετοχή των ατόμων σε ακαδημαϊκά συνέδρια. Επιλέχθηκαν συνολικά 41 κατηγορίες δηλώσεων (κατηγοριοποιημένα κίνητρα συμμετοχής), τα οποία βασίστηκαν σε προηγούμενες έρευνες και στις συνεντεύξεις των προέδρων οργανωτικών επιτροπών ακαδημαϊκών συνεδρίων.

Το τμήμα αυτό περιλάμβανε πέντε διαστάσεις κινήτρων οι οποίες ήταν α) οι συνιστώσες που συνθέτουν ένα συνέδριο, β) προσωπικά και επαγγελματικά κίνητρα, γ) αυτό- ενίσχυση, δ) παράγοντες ελκυστικότητας του προορισμού διοργάνωσης του συνεδρίου και ε) το κόστος, οικονομικό κόστος και κόστος χρόνου. Οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να απαντήσουν με βάση 5βάθμια κλίμακα του Likert (1 καθόλου σημαντικό - 5 πολύ σημαντικό) πόσο σημαντικός ήταν ο κάθε ένας από τους παράγοντες που ακολουθούσε στην απόφαση για συμμετοχή σε ακαδημαϊκά συνέδρια. Η 5βάθμια κλίμακα του Likert προτιμάτε στην διεθνή βιβλιογραφία.

Τμήμα 3. Ο στόχος του τρίτου τμήματος του ερωτηματολογίου ήταν η διερεύνηση των προσδιοριστικών παραγόντων που ωθούν στη επανασυμμετοχή των ατόμων σε σειρά ακαδημαϊκών συνέδριων. Επιλέχθηκαν συνολικά 8 κατηγορίες δηλώσεων που αφορούν στην ικανοποίηση από την συμμετοχή στο συνέδριο, σε προσωπικούς και επαγγελματικούς παράγοντες και σε παράγοντες αυτό-ενίσχυσης. Και σε αυτό το τμήμα οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να απαντήσουν με βάση την 5βάθμια κλίμακα του Likert αλλά εδώ δήλωναν τον βαθμό συμφωνίας του με τις δηλώσεις (1 διαφωνώ έντονα - 5 συμφωνώ έντονα).

Τμήμα 4. Το τέταρτο τμήμα του ερωτηματολογίου εξετάζει το προφίλ των συμμετεχόντων στην έρευνα με βάση τα δημογραφικά στοιχεία: φύλο, ηλικία, επίπεδό μόρφωσης, καταγωγή και τομέας επαγγελματικής απασχόλησης.

-Δοκιμή ερωτηματολογίου

Το δοκιμαστικό ερωτηματολόγιο, στα πλαίσια της πιλοτικής έρευνας, διανεμήθηκε σε 8 καθηγητές και εργαζόμενους postdoc του Πολυτεχνείου Κρήτης για λήψη απόψεων πάνω στο περιεχόμενο και τη δομή του. Από τη διαδικασία αυτή

λήφθηκαν σημαντικές παρατηρήσεις, που οδήγησαν στην επανασχεδίαση και την τελική κατάρτιση του ερωτηματολογίου. Ο χρόνος συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου διαμορφώθηκε στα 8-10'.

3.4.5.Διεξαγωγή έρευνας

Η έρευνα διεξήχθη από τον Ιούλιο του 2018 έως τον Οκτώβριο του 2018. Συμπληρώθηκαν συνολικά 319 ερωτηματολόγια. Στον πίνακα 3.4.5. παρουσιάζονται αναλυτικά τα σημεία διεξαγωγής της ερευνάς, ο αριθμός συμπληρωμένων ερωτηματολογίων και περαιτέρω στοιχεία σχετικά με την διεξαγωγή της.

Πίνακας 3.4.5.: Διεξαγωγή Έρευνας

Focus group/ Sample	Date/Venue	Organized by:	Data Collection Method	Number of Participants	Number of Completed Questionnairies	%
7th International Symposium & 29th National Conference on Operational	June 14-16, 2018, Chania, Crete, Greece	Technical University of Crete, Greece - Mediterranean Agronomic Institute of Chania - CIHEAM, Greece	Available questionnaires at the conference secretariat during the conference/ 1 day researcher's presence	70	38	54%
7th European Bioremediation Conference (EBC-VII) and the 11th International Society for Environmental Biotechnology conference (ISEB 2018)	June 25- 28, 2018, Chania, Crete, Greece	Technical University of Crete - University of Bologna- International Society for Environmental Biotechnology	Available questionnaires at the conference secretariat during the conference/ 1 day researcher's presence	320	100	32%
38th Annual EARSeL Symposium Earth Observation Supporting Sustainability Research	July 9-12, 2018 Chania, Crete, Greece	European Association of Remote Sensing Laboratories (EARSeL)	Available questionnaires at the conference secretariat during the conference	200	24	12%
6th International Conference on Industrial and Hazardous Waste	September 4-7, 2018, Chania, Crete,	Technical University of Crete - University of Padua - Hamburg	Available questionnaires at the conference secretariat during the conference/ 1	290	109	38%

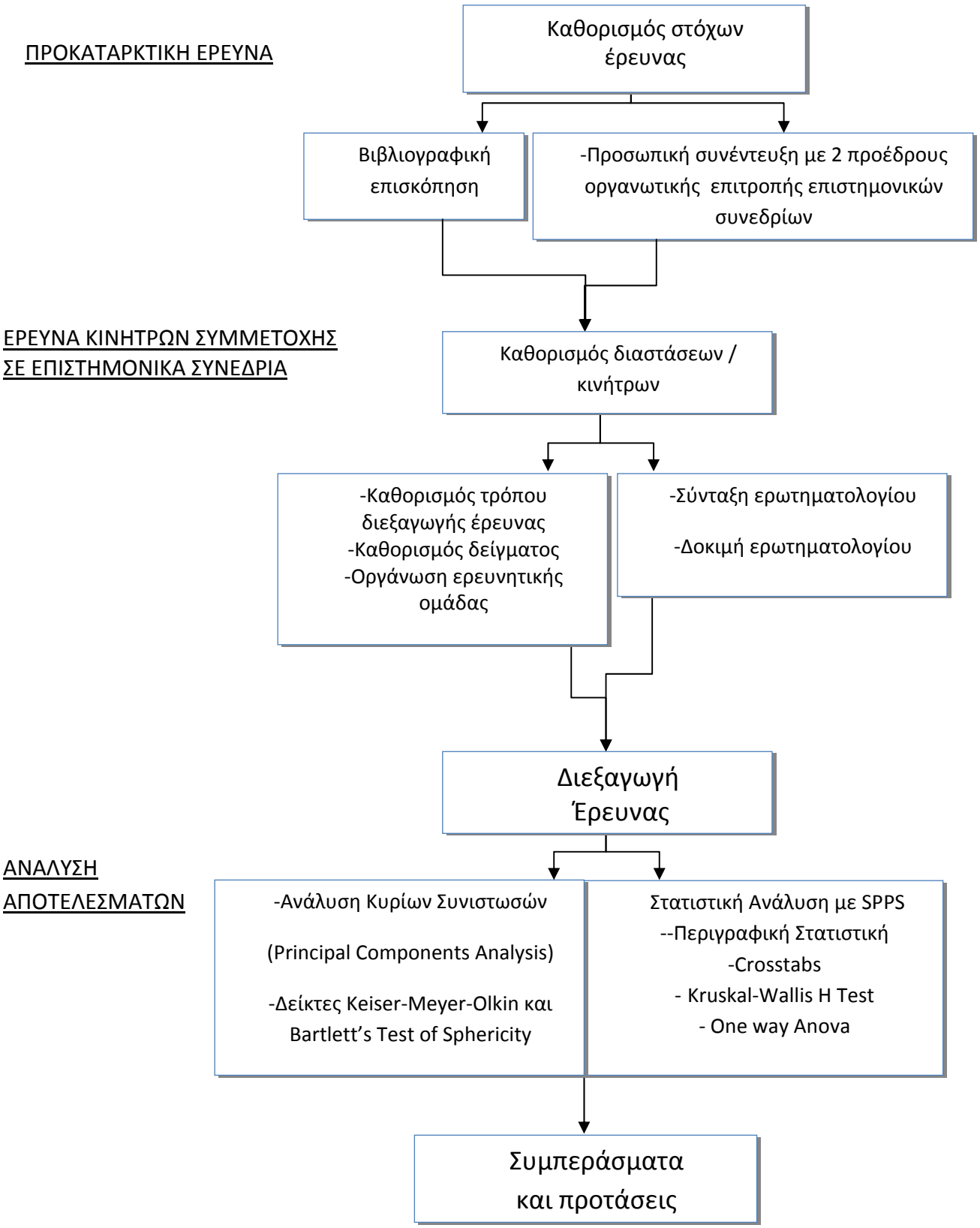
Management	Greece	University of Technology	day researcher's presence			
University of the Aegean -Department of Marine Sciences	-	-	Researcher	50	21	42%
On Line Survey	-	-	Email invites - boost by sending out a reminder email/ phone calls from colleagues	90	31	34%

3.4.6. Ανάλυση αποτελεσμάτων

Ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας πραγματοποιήθηκε μέσω του λογιστικού προγράμματος SPPS[1] - version 25, με χρήση επιλεγμένων στατιστικών μεθόδων.

[1] Το SPSS (Statistical Package for the Social Sciences - Στατιστικό πακέτο για τις Κοινωνικές Επιστήμες) δημιουργήθηκε από δυο φοιτητές του Stanford University, Norman Nie και Dale Ben (1965), με σκοπό να υπάρξει η δυνατότητα στατιστικής ανάλυσης. Το 1981 αναπτύχθηκε το πρόγραμμα SPSS για προσωπικούς υπολογιστές.

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ



Σχήμα 3.4.: Μεθοδολογία Έρευνας – Βήματα (προσαρμογή από: Γρηγορούδης Β., Σίσκος Γ., 2005)

Κεφάλαιο 4. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1. Αποτελέσματα Περιγραφικής Στατιστικής

4.1.1. Αριθμός αποτελεσμάτων

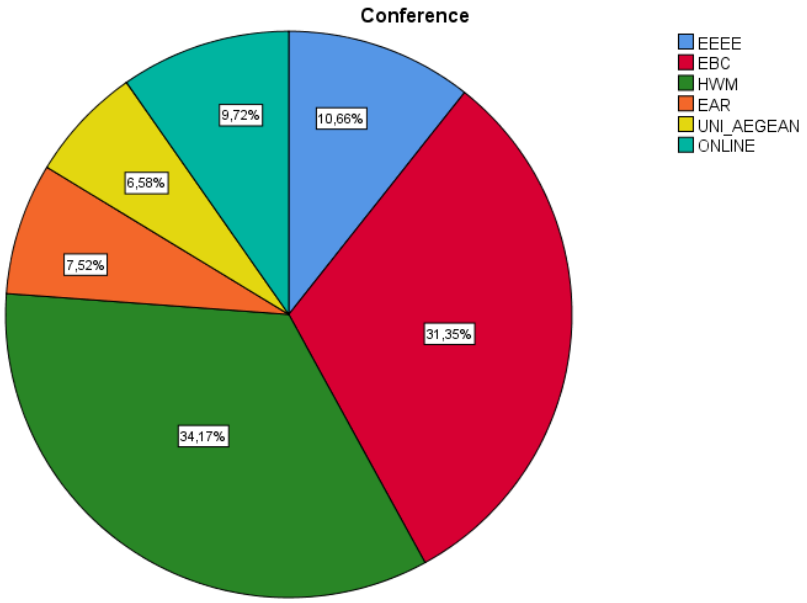
Συγκεντρώθηκαν 319 ερωτηματολόγια. Στον πίνακα 4.4.1 παρουσιάζεται η κατανομή των ερωτηματολογίων ανά πηγή. Σε σύνολο 83,7% τα ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν στα συνέδρια που συμμετείχε η έρευνα και το υπόλοιπο 16,3% των απαντήσεων προήλθε από online απαντήσεις και από έρευνα στο Πανεπιστήμιο Αιγαίου.

Πίνακας 4.1.1. – Κατανομή απαντήσεων

N	Valid	319
	Missing	0

Conference

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	EEEE	34	10,7	10,7	10,7
	EBC	100	31,3	31,3	42,0
	HWM	109	34,2	34,2	76,2
	EAR	24	7,5	7,5	83,7
	UNI_AEGEAN	21	6,6	6,6	90,3
	ONLINE	31	9,7	9,7	100,0
	Total	319	100,0	100,0	



Σχήμα 4.1.1.–Κατανομή απαντήσεων

4.1.2. Δημογραφικά χαρακτηριστικά

Πίνακας 4.1.2.: Δημογραφικά Χαρακτηριστικά- Missing values						
		Gender	Age	Nationality	Education	Occupation
N	Valid	304	319	298	317	318
	Missing	15	0	21	2	1

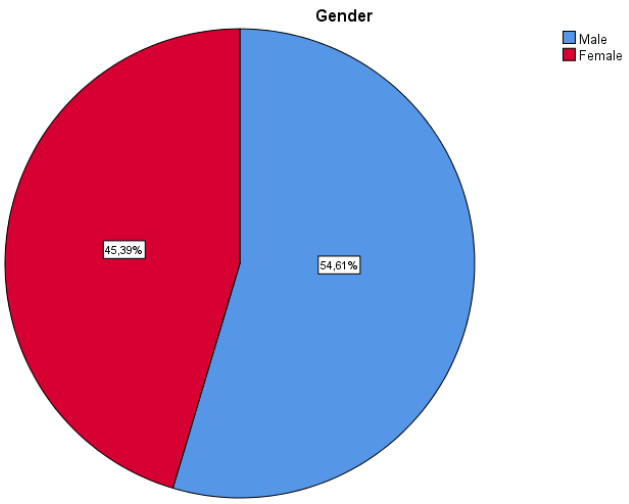
Η ανοικτή τύπου ερώτηση συμπλήρωσης της εθνικότητας παρουσιάζει την μεγαλύτερη απώλεια απαντήσεων (21/319) ενώ και το φύλο δεν απαντήθηκε κατά 15/319 (βλ. πίνακα 4.1.2)

4.1.3. Συχνότητες

Το 54,6% των ερωτηθέντων είναι άντρες και το 45,4% γυναίκες (βλ. πίνακα 4.1.3α). Το μεγαλύτερο ποσοστό 32,60% είναι 26-35 ετών ενώ το μικρότερο ποσοστό 3,76% είναι πάνω από 65 ετών (βλ. πίνακα 4.1.3β). Όπως ήταν αναμενόμενο, λόγω της γεωγραφικής κατανομής αλλά και του αντικειμένου της ερευνάς, το μεγαλύτερο ποσοστό ύψους 57,4% των ερωτηθέντων κατάγεται από τη Νότια Ευρώπη[2] (βλ. πίνακα 4.1.3γ) και στην πλειοψηφία τους (63,4%) είναι κάτοχοι διδακτορικού διπλώματος (βλ. πίνακα 4.1.3δ). Από το σύνολο των ερωτηθέντων το 46,1% είναι ακαδημαϊκοί, το 23,5% φοιτητές ενώ σε ποσοστό 15% απασχολούνται στον ιδιωτικό τομέα και 10% σε κυβερνητικές θέσεις ή σε όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης ενώ 5% απασχολούνται σε άλλους τομείς (π.χ. ερευνητικά κέντρα) (βλ. πίνακα 4.1.3ε).

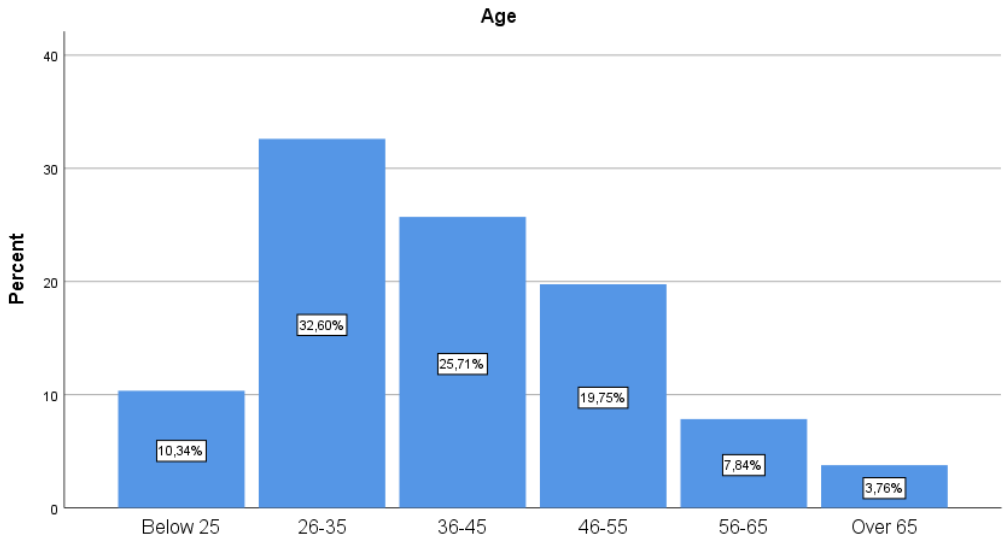
Πίνακας 4.1.3α: Δημογραφικά Χαρακτηριστικά- Gender					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Male	166	52,0	54,6	54,6
	Female	138	43,3	45,4	100,0
	Total	304	95,3	100,0	
Missing	System	15	4,7		
Total		319	100,0		

[2] *Η ταξινόμηση των ευρωπαϊκών χωρών στην παρούσα ερευνά έγινε βάσει του* Τμήματος Στατιστικής του ΟΗΕ *(Αρμενία, Κύπρος, Γεωργία, Καζακστάν και Τουρκία κατατάσσονται στην Ασία) βλ. εικόνα 4.1.3 (Πηγή:* https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CE%BD%CE%B1%CF%84%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%95%CF%85%CF%81%CF%8E%CF%80%CE%B7#%CE%9F%CE%97%CE%95)



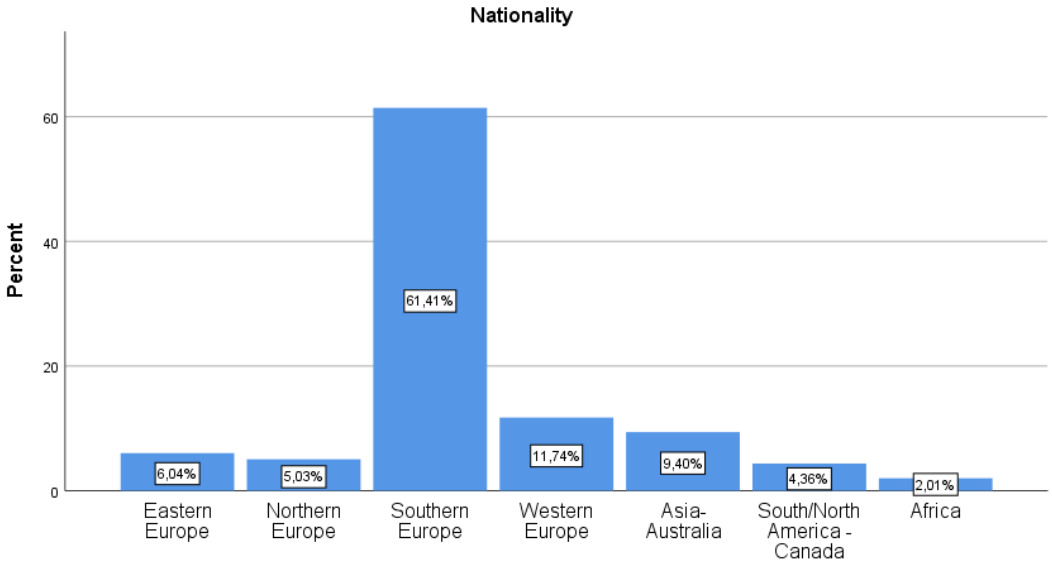
Σχήμα 4.1.3α: Gender

Πίνακας 4.1.3β: Δημογραφικά Χαρακτηριστικά- Age					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulatie Percent
Valid	Below 25	33	10,3	10,3	10,3
	26-35	104	32,6	32,6	42,9
	36-45	82	25,7	25,7	68,7
	46-55	63	19,7	19,7	88,4
	56-65	25	7,8	7,8	96,2
	Over 65	12	3,8	3,8	100,0
	Total	319	100,0	100,0	



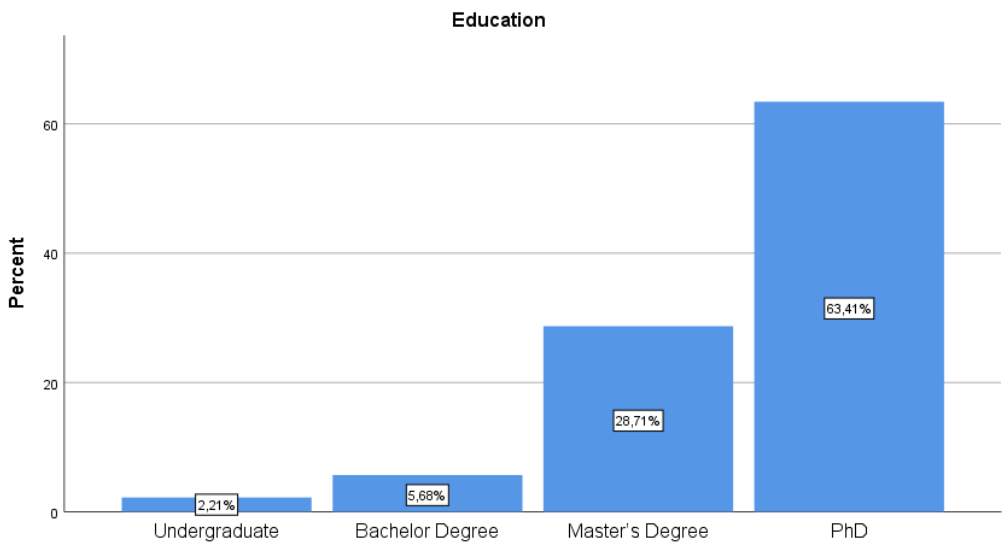
Σχήμα 4.1.3β: Δημογραφικά Χαρακτηριστικά- Age

Πίνακας 4.1.3γ: Δημογραφικά Χαρακτηριστικά - Nationality					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Eastern Europe	18	5,6	6,0	6,0
	Northern Europe	15	4,7	5,0	11,1
	Southern Europe	183	57,4	61,4	72,5
	Western Europe	35	11,0	11,7	84,2
	Asia- Australia	28	8,8	9,4	93,6
	South/North America - Canada	13	4,1	4,4	98,0
	Africa	6	1,9	2,0	100,0
	Total	298	93,4	100,0	
Missing	System	21	6,6		
Total		319	100,0		



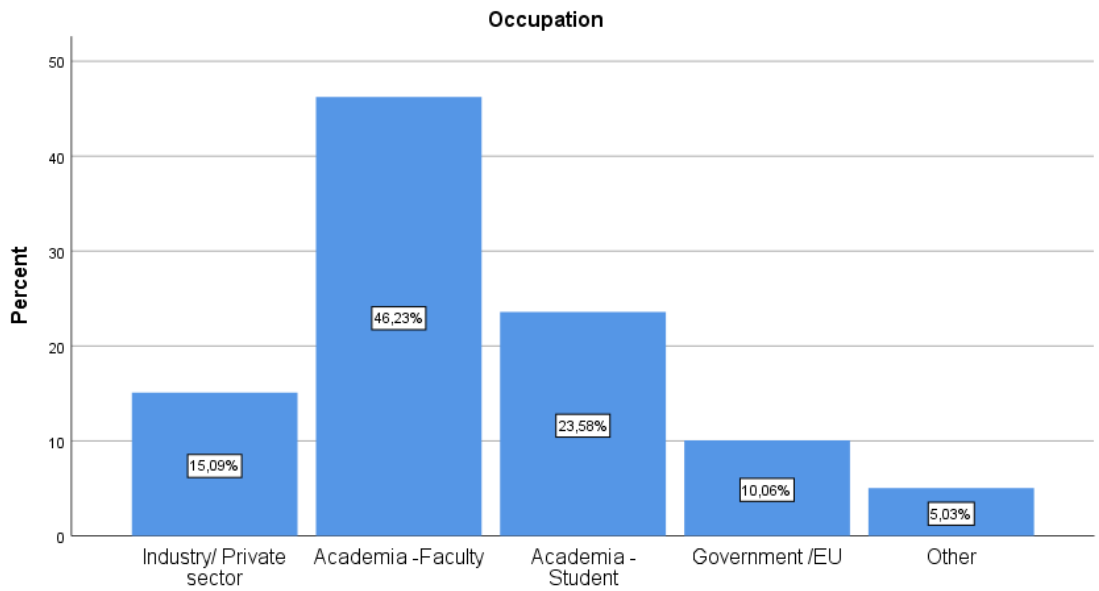
Σχήμα 4.1.3γ: Δημογραφικά Χαρακτηριστικά- Nationality

Πίνακας 4.1.3δ: Δημογραφικά Χαρακτηριστικά- Education					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Undergraduate	7	2,2	2,2	2,2
	Bachelor Degree	18	5,6	5,7	7,9
	Master's Degree	91	28,5	28,7	36,6
	PhD	201	63,0	63,4	100,0
	Total	317	99,4	100,0	
Missing	System	2	,6		
Total		319	100,0		

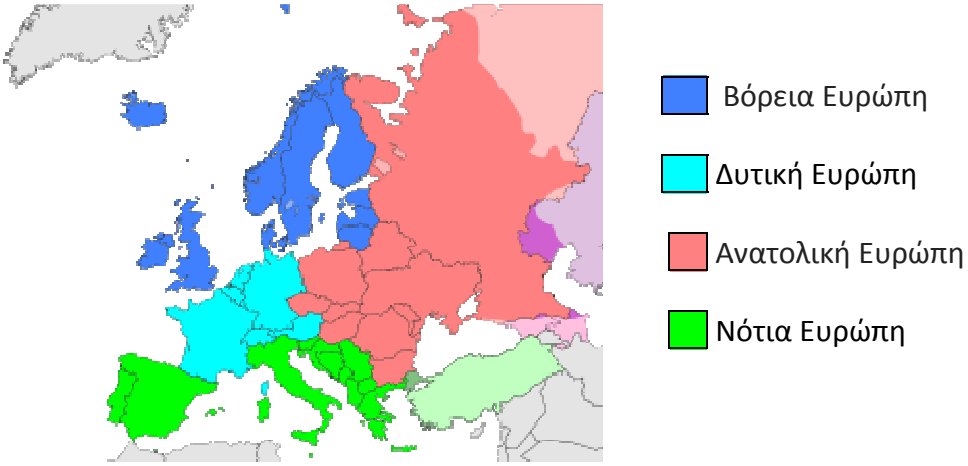


Σχήμα 4.1.3δ: Δημογραφικά Χαρακτηριστικά - Education

Πίνακας 4.1.3ε: Δημογραφικά Χαρακτηριστικά- Occupation					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Industry/ Private sector	48	15,0	15,1	15,1
	Academia -Faculty	147	46,1	46,2	61,3
	Academia -Student	75	23,5	23,6	84,9
	Government /EU	32	10,0	10,1	95,0
	Other	16	5,0	5,0	100,0
	Total	318	99,7	100,0	
Missing	System	1	,3		
Total		319	100,0		



Σχήμα 4.1.3ε: Δημογραφικά Χαρακτηριστικά - Occupation



Εικόνα 4.1.3: Ταξινόμηση των ευρωπαϊκών χωρών βάσει του Τμήματος Στατιστικής του ΟΗΕ

4.1.4. Ταξιδιωτικές συνήθειες

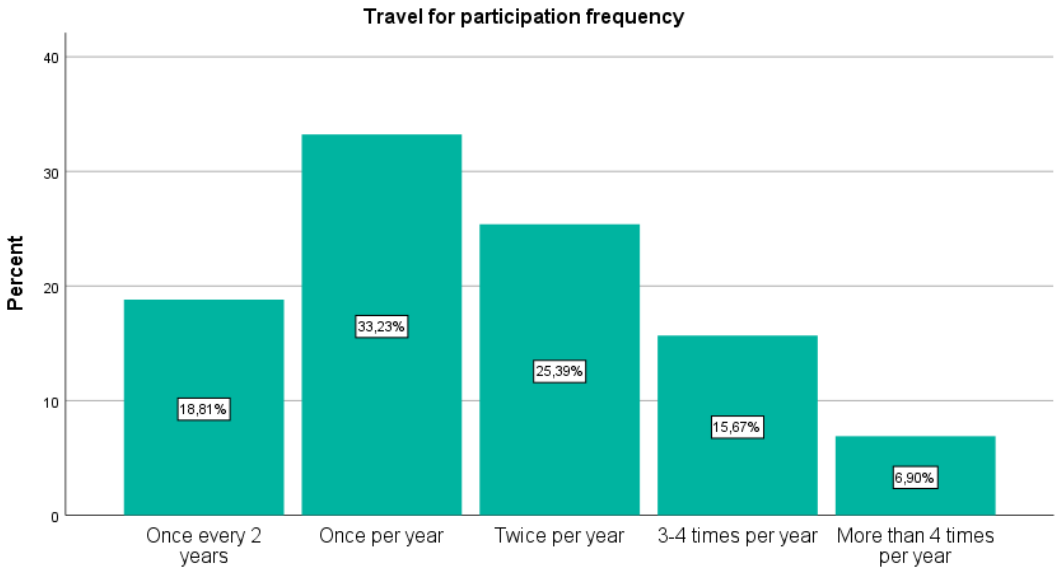
Η συχνότητα συμμετοχής στα ακαδημαϊκά συνέδρια καταδεικνύει και την ανταγωνιστικότητα αυτών, αφού η περιορισμένη συμμετοχή σε αριθμό συνεδρίων ανά έτος καθιστά καίριας σημασίας την επιλογή του συνεδρίου που θα επιλέξει ο δυνητικός σύνεδρος. Στο σύνολο των ερωτηθέντων το 18,8% ταξιδεύει για συμμετοχή σε ακαδημαϊκά συνέδρια μόνο 1 φορά ανά 2 έτη, το 33,2% ταξιδεύει 1 φορά τον χρόνο, ακολουθεί ένα ποσοστό 25,4% που ταξιδεύει 2 φορές το χρόνο ενώ ελάχιστοι (6,9%) ταξιδεύουν περισσότερες από 4 φορές τον χρόνο. (βλ. Πίνακα 4.1.4α). Η πλειοψηφία αυτών, 58,4%, επιλέγει να μείνει στον προορισμό 1-2 ημέρες παραπάνω ενώ ένα ποσοστό 15,7% δεν αφιερώνουν καμία επιπλέον ημέρα στον προορισμό (βλ. Πίνακα 4.1.4β). Σε ποσοστό 32,3% συνοδεύονται συχνά ή πάντα από φίλους ή συγγενείς, ενώ το 35,4% δεν συνοδεύονται ποτέ και κατά 32% συνοδεύονται σπάνια. (βλ. Πίνακα 4.1.4γ). Οι παραπάνω πληροφορίες είναι ενδεικτικές για την αναγκαιότητα ύπαρξης ειδικών προγραμμάτων για τους συνοδούς στα ακαδημαϊκά συνέδρια.

Σχετικά με την τιμολογιακή πολιτική και το κόστος συμμετοχής στο συνέδριο, μόνο το 22,3% των ερωτηθέντων συμμετέχει με ιδία χρηματοδότηση ενώ σε ποσοστό 41% και 56% χρηματοδοτούνται από το πανεπιστήμιο/ οργανισμό και από ερευνητικά προγράμματα αντίστοιχα (βλ. πίνακα 4.1.4δ).

Ενδεικτική πληροφορία σχετικά με την στόχευση γνωστοποίησης και επικοινωνίας της διοργάνωσης ενός συνεδρίου είναι οι ομάδες επιρροής στην απόφαση συμμετοχής. Το 26% των συμμετεχόντων δηλώνουν ότι δεν επηρεάζονται από κανένα κατά την απόφαση συμμετοχής τους σε συνέδριο, ενώ το 38,9% επηρεάζεται από τον εργοδότη του, το 42,6% από του συναδέλφους και τέλος το 8,2% από φίλους ή συγγενείς. (βλ. πίνακα 5.4.1ε)

Πίνακας 4.1.4α : Travel for participation frequency

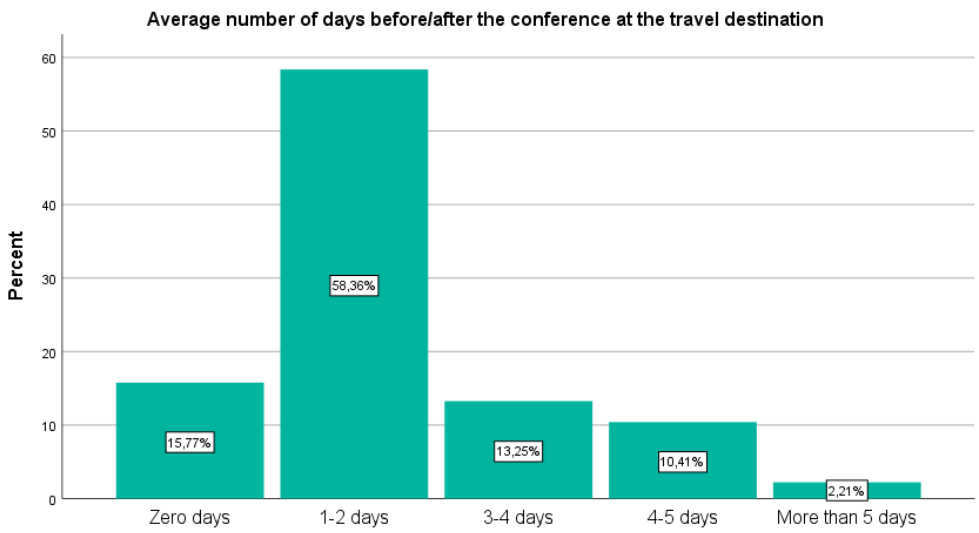
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Once every 2 years	60	18,8	18,8	18,8
	Once per year	106	33,2	33,2	52,0
	Twice per year	81	25,4	25,4	77,4
	3-4 times per year	50	15,7	15,7	93,1
	More than 4 times per year	22	6,9	6,9	100,0
	Total	319	100,0	100,0	



Σχήμα 4.1.4α: Travel for participation frequency

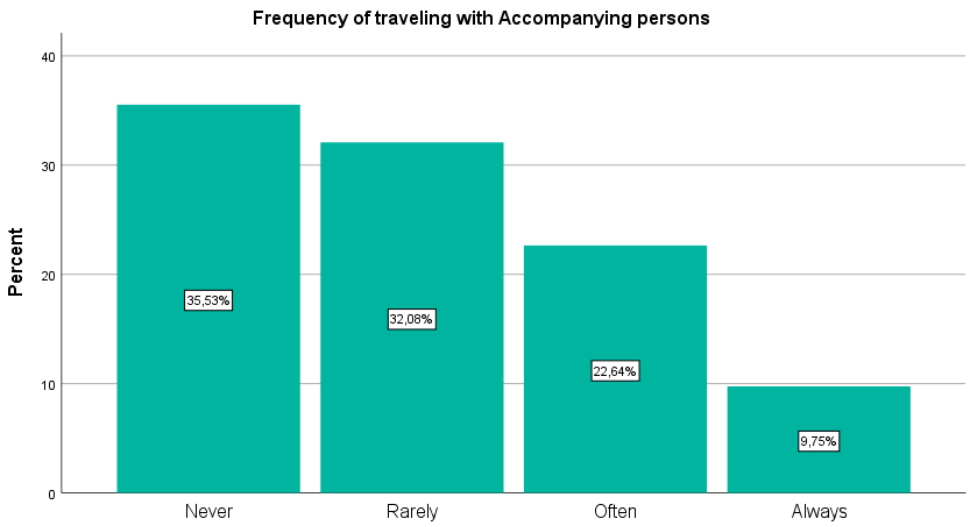
Πίνακας 4.1.4β: Average number of days before/after the conference at the travel destination

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Zero days	50	15,7	15,8	15,8
	1-2 days	185	58,0	58,4	74,1
	3-4 days	42	13,2	13,2	87,4
	4-5 days	33	10,3	10,4	97,8
	More than 5 days	7	2,2	2,2	100,0
	Total	317	99,4	100,0	
Missing	System	2	,6		
Total		319	100,0		



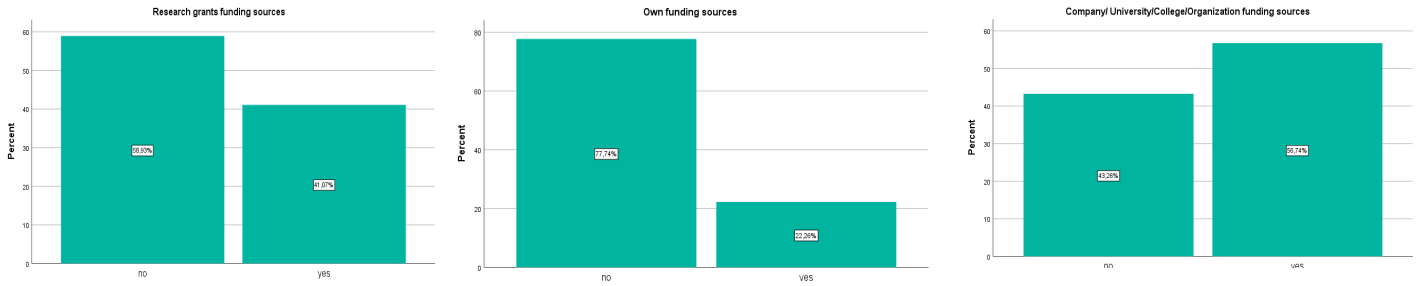
Σχήμα 4.1.4β: Average number of days before/after the conference at the travel destination

Πίνακας 4.4.1γ Frequency of traveling with Accompanying persons					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Never	113	35,4	35,5	35,5
	Rarely	102	32,0	32,1	67,6
	Often	72	22,6	22,6	90,3
	Always	31	9,7	9,7	100,0
	Total	318	99,7	100,0	
Missing	System	1	,3		
Total		319	100,0		



Σχήμα 4.1.4γ: Frequency of traveling with Accompanying persons

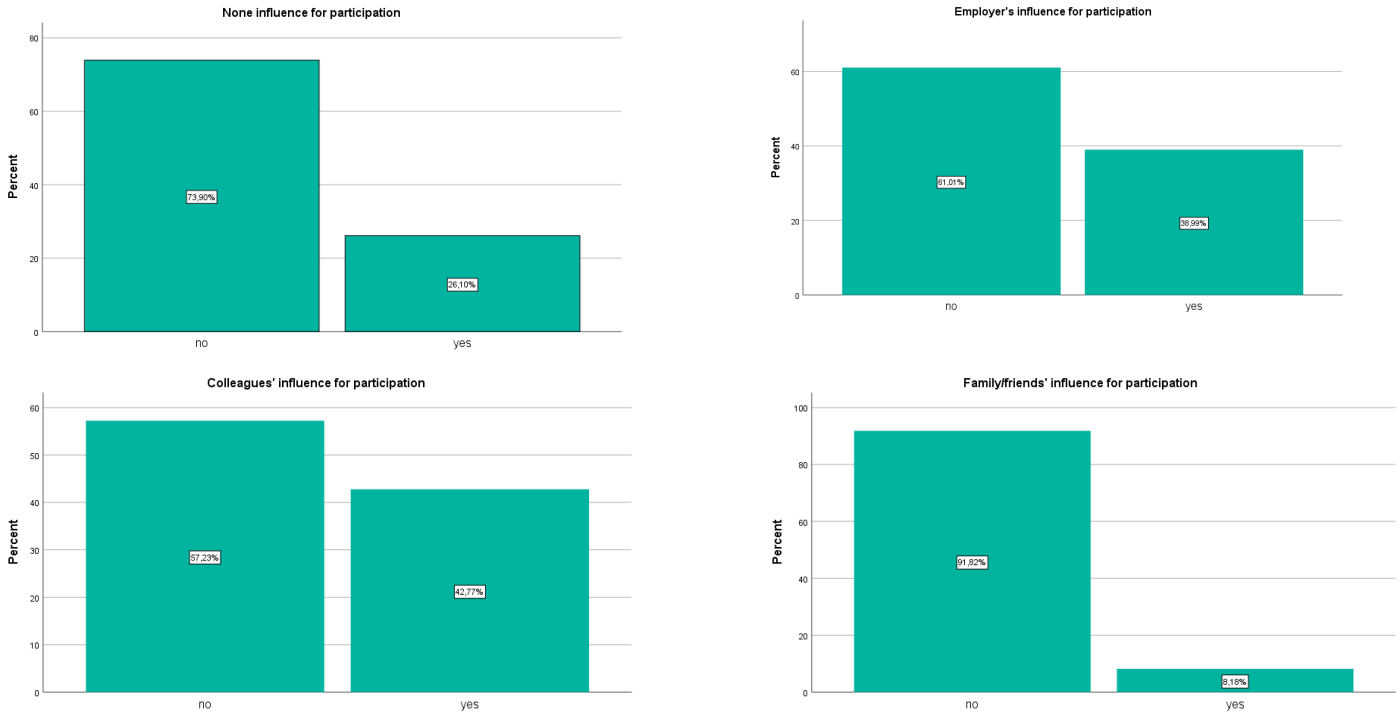
Πίνακας 4.1.4δ: Funding sources					
Research grants funding sources					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	no	188	58,9	58,9	58,9
	yes	131	41,1	41,1	100,0
	Total	319	100,0	100,0	
Own funding sources					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	no	248	77,7	77,7	77,7
	yes	71	22,3	22,3	100,0
	Total	319	100,0	100,0	
Company/ University/College/Organization funding sources					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	no	138	43,3	43,3	43,3
	yes	181	56,7	56,7	100,0
	Total	319	100,0	100,0	



Σχήμα 4.1.4δ: Funding sources

Πίνακας 4.1.4ε: Influence for participation					
None influence for participation					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	no	235	73,7	73,9	73,9
	yes	83	26,0	26,1	100,0
	Total	318	99,7	100,0	
Missing	System	1	,3		
Total		319	100,0		
Employer's influence for participation					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	no	194	60,8	61,0	61,0
	yes	124	38,9	39,0	100,0
	Total	318	99,7	100,0	
Missing	System	1	,3		
Total		319	100,0		
Colleagues' influence for participation					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	no	182	57,1	57,2	57,2
	yes	136	42,6	42,8	100,0
	Total	318	99,7	100,0	
Missing	System	1	,3		
Total		319	100,0		

Family/friends' influence for participation					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	no	292	91,5	91,8	91,8
	yes	26	8,2	8,2	100,0
	Total	318	99,7	100,0	
Missing	System	1	,3		
Total		319	100,0		



Σχήμα 4.1.4ε: Influence for participation

4.1.5. Κίνητρα Συμμετοχής

Στον πίνακα 4.1.5. παρουσιάζονται η μέσες τιμές και η τυπικές αποκλίσεις των κινήτρων συμμετοχής σε ακαδημαϊκό συνέδριο. Τα 6 κυριότερα κίνητρα (>4) συμμετοχής αναφέρονται στην επιστημονικότητα του συνεδρίου και στην επαγγελματική εξέλιξη του συμμετέχοντα και είναι τα: “Relevance of topics”, “Learning about new research”, “Developing professional network”, “Introducing new topics in the field”, “Opportunity to present a paper” και “work time availability. Από την άλλη πλευρά τα «χαμηλότερα» κίνητρα συμμετοχής (<2,5) αφορούν στον προορισμό και σε προσωπικά κίνητρα και είναι τα: “Weather at the conference destination”, “Chance to travel with family/ friends”, “Chance to

visit family & friends", "Availability of night life at the conference destination" και "Shopping during the conference".

Πίνακας 4.1.5. Κίνητρα συμμετοχής					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Relevance of topics	**318**	**2**	**5**	**4,54**	**,602**
Learning about new research	**317**	**1**	**5**	**4,29**	**,785**
Developing professional network	**318**	**1**	**5**	**4,13**	**,825**
Introducing new topics in the field	**318**	**1**	**5**	**4,09**	**,889**
Opportunity to present a paper	**318**	**1**	**5**	**4,04**	**,949**
Work time availability	**316**	**1**	**5**	**4,03**	**,903**
Affordable registration fees	319	1	5	4,00	1,019
Affordable transportation costs	319	1	5	3,92	,990
Convenient conference dates	318	1	5	3,92	,951
Affordable accommodation costs	319	1	5	3,91	,993
Financed by my organization	316	1	5	3,86	1,196
Involvement with a research association/professional organization	316	1	5	3,72	,904
Interesting Special Sessions	317	1	5	3,70	,952
Gaining peer recognition	318	1	5	3,69	1,045
Meeting colleagues I know from my field	317	1	5	3,67	1,022
Reputation of the invited speakers	318	1	5	3,66	,959
Attractiveness compared to alternative conferences	318	1	5	3,65	,995
Career opportunity	318	1	5	3,63	1,225
Reputation of the conference organizer	318	1	5	3,56	1,030
Safety and Security at the conference destination	318	1	5	3,55	1,163
Easy access to conference destination	318	1	5	3,50	1,059
Time required to travel to the conference destination	319	1	5	3,48	1,060
Easy access to the conference venue	318	1	5	3,39	1,065
Special issue publications	318	1	5	3,38	1,161
Opportunity to visit the conference destination	318	1	5	3,34	1,071
Conference proceedings (with an assigned ISBN/ISSN - indexed in Scopus)	317	1	5	3,32	1,174
The conference location is attractive	319	1	5	3,14	1,175
Accommodation & hotel facilities at the conference destination	318	1	5	3,10	1,103
The conference venue facilities are of high standard	317	1	5	3,00	1,097
Food & restaurant facilities at the conference destination	317	1	5	2,91	1,165
Trade off on vacation time	319	1	5	2,89	1,167
Visa requirements	318	1	5	2,88	**1,439**

Sightseeing & outdoor activities at the conference destination	318	1	5	2,86	1,140
Trade off on time with family/friends	319	1	5	2,80	1,215
Availability of medical facilities at the conference destination	318	1	5	2,75	1,281
Interesting social program of the conference	317	1	5	2,74	1,137
Weather at the conference destination	318	1	5	2,65	1,205
Chance to travel with family/ friends	**317**	**1**	**5**	**2,45**	**1,268**
Chance to visit family & friends	**318**	**1**	**5**	**2,17**	**1,224**
Availability of night life at the conference destination	**317**	**1**	**5**	**1,96**	**1,159**
Shopping during the conference	**318**	**1**	**5**	**1,82**	**1,082**
Valid N (listwise)	312				

4.1.6. Κίνητρα Επανασυμμετοχής

Στον πίνακα 4.1.6 παρουσιάζονται η μέσες τιμές και η τυπικές αποκλίσεις των κινήτρων επανασυμμετοχής σε ακαδημαϊκό συνέδριο. Τα 2 κυριότερα κίνητρα επανασυμμετοχής αφορούν τα: “Re-attendance because of the conference(s)’ scientific program satisfaction”, “Re-attending a conference to feel part of a global community”. Το «χαμηλότερο» κίνητρο επανασυμμετοχής αφορά στο αν το συνέδριο επαναδιοργανωθεί στο ίδιο μέρος ή όχι και είναι το: “Re-attendance because it will be held again in the same place”, το οποίο παρουσιάζει και την μεγαλύτερη τυπική απόκλιση.

Πίνακας 4.1.6. Κίνητρα Επανασυμμετοχής

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Re-attendance because of the conference(s)’ scientific program satisfaction	**316**	**2**	**5**	**4,22**	**0,702**
Re-attending a conference to feel part of a global community	315	1	5	3,86	0,955
Re-attendance to meet again with old colleagues	315	1	5	3,83	0,93
Re-attendance because of the staff's service satisfaction	316	1	5	3,73	0,986
Re-attending a conference to gain peer recognition	315	1	5	3,66	1,008
Re-attendance because of the conference(s)’ venue facilities satisfaction	316	1	5	3,53	0,957
Re-attendance because of the conference(s)’ social program satisfaction	316	1	5	3,32	1,04

Re-attendance because it will be held again in the same place	315	1	5	2,97	**1,110**
Valid N (listwise)	315				

Ενότητα 2. Αποτελέσματα Επαγωγικής Στατιστικής

4.2.1.Ταξιδιωτικές Συνήθειες και Δημογραφικά Χαρακτηριστικά -Εισαγωγή

Στην ενότητα αυτή αναλύονται τα δημογραφικά χαρακτηριστικά σε σχέση με τις ταξιδιωτικές συνήθειες των συμμετεχόντων αναφορικά με την:

Α). συχνότητα ταξιδιού για συμμετοχή σε συνέδριο

Β). του αριθμού ημερών που παραμένουν στον προορισμό πριν ή μετά το συνέδριο

Γ). τη συχνότητα ταξιδιού για συμμετοχή σε συνέδριο, συνοδευόμενος/η με παρέα

Η ανάλυση πραγματοποιείται με τις μεθόδους:

- Πίνακες διπλής εισόδου (Crosstabs)
- Kruskal-Wallis H Test
- One way Anova

4.2.3.Φύλο/Ταξιδιωτικές συνήθειες

Η διερεύνηση της σχέσης των ταξιδιωτικών συνηθειών σε σχέση με το φύλλο με την μέθοδο Crosstabs[3] στο SPSS δεν αποκάλυψε σημαντικές διαφορές σε καμία από τις τρείς περιπτώσεις σύγκρισης. Στον Πίνακα 4.2.3. παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης όπου για κάθε μια περίπτωση $p>0,05$, και ως εκ τούτου η αρχική υπόθεση H_0 ότι οι μεταβλητές φύλο και ταξιδιωτικές συνήθειες είναι ανεξάρτητες γίνεται αποδεκτή για κάθε μία από αυτές. Δεδομένου ότι τα ταξίδια που εξετάζονται στην παρούσα έρευνα αφορούν σε συμμετοχή σε συνέδριο, ο επαγγελματικός χαρακτήρας των ταξιδιών αυτών φαίνεται πως υπερισχύει σε

[3] Για την πραγματοποίηση του ελέγχου χ^2 πρέπει να ισχύει: 1. Τα δεδομένα να προέρχονται από τυχαία δειγματοληψία από τον πληθυσμό 2. Οι παρατηρήσεις να είναι ανεξάρτητες, 3. Οι μεταβλητές να είναι ποιοτικές και 4. Το πολύ το 20% των κελιών του πίνακα να έχει αναμενόμενη συχνότητα κάτω από 5.

διαφορές που πιθανά θα υπήρχαν λόγω φύλου, αν τα άτομα συμμετείχαν σε ταξίδια ψυχαγωγίας.

Πίνακας 4.2.3.: Chi-Square Tests Travel Information/ Conference Participation * Gender

Travel for participation frequency * Gender			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,753[a]	4	**,600**
Likelihood Ratio	2,759	4	,599
Linear-by-Linear Association	,981	1	,322
N of Valid Cases	304		
a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9,99.			

Average number of days before/after the conference at the travel destination * Gender			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,032[a]	4	**,402**
Likelihood Ratio	4,097	4	,393
Linear-by-Linear Association	1,196	1	,274
N of Valid Cases	303		
a. 2 cells (20,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,17.			

Frequency of traveling with Accompanying persons * Gender			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,231[a]	3	**,238**
Likelihood Ratio	4,291	3	,232
Linear-by-Linear Association	,794	1	,373
N of Valid Cases	303		
a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13,11.			

4.2.4.Ηλικία/ Ταξιδιωτικές συνήθειες

Για τον έλεγχο της σχέσης της ηλικίας με τις ταξιδιωτικές συνήθειες εφαρμόστηκε το μη παραμετρικό κριτήριο Kruskal-Wallis[4] τα αποτελέσματα του οποίου παρουσιάζονται στον πίνακα 4.2.4α.

4 Προϋπόθεση εφαρμογής του ελέγχου Kruskal-Wallis είναι η ανεξαρτησία των παρατηρήσεων.

Πίνακας 4.2.4α Kruskal-Wallis Test/ Travel info*Age

Ranks- Travel for participation frequency			
	Age	N	Mean Rank
Travel for participation frequency	Below 25	33	133,62
	26-35	104	141,94
	36-45	82	167,54
	46-55	63	178,04
	56-65	25	176,50
	Over 65	12	208,46
	Total	319	

Test Statistics[a,b]	
Kruskal-Wallis H	14,698
df	5
Asymp. Sig.	**,012**

Ranks- Average number of days before/after the conference at the travel destination			
	Age	N	Mean Rank
Average number of days before/after the conference at the travel destination	Below 25	33	153,45
	26-35	104	161,41
	36-45	82	166,92
	46-55	63	152,11
	56-65	24	154,69
	Over 65	11	142,64
	Total	317	

Test Statistics[a,b]	
Kruskal-Wallis H	1,971
df	5
Asymp. Sig.	**,853**

Ranks - Ranks- Frequency of traveling with Accompanying persons			
	Age	N	Mean Rank
Frequency of traveling with Accompanying persons	Below 25	33	198,55
	26-35	104	173,89
	36-45	82	150,77
	46-55	62	141,96
	56-65	25	126,82
	Over 65	12	145,75
	Total	318	

Test Statistics[a,b]	
Kruskal-Wallis H	16,403
df	5
Asymp. Sig.	**,006**

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Age

Από τον παραπάνω πίνακα προκύπτει ότι το στατιστικό Η του ελέγχου Kruskal-Wallis έχει p-value = 0,012 < 0,05 για την μεταβλητή **Travel for participation frequency** και p-value = 0,006 < 0,05 για την μεταβλητή **Frequency of traveling with**

Accompanying persons, επομένως για τις δύο αυτές μεταβλητές απορρίπτεται η μηδενική υπόθεση H_0. Για την μεταβλητή **Average number of days before/after the conference at the travel destination** p-value = 0,853 > 0,05 επομένως η μηδενική υπόθεση H_0 γίνεται αποδεκτή για την μεταβλητή αυτή.

Το τεστ Kruskall-Wallis δεν δίνει πληροφορίες για τον μέσο που διαφέρει σε σχέση με τους υπόλοιπους στις δύο παραπάνω περιπτώσεις που απορρίφτηκε η μηδενική υπόθεση H_0. Για να αντληθούν παραπάνω πληροφορίες πραγματοποιείται έλεγχος One Way Anova[56].

Πίνακας 4.2.4β: One way Anova Travel for participation frequency * Age

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	22,303	5	4,461	3,430	**,005**
Within Groups	407,076	313	1,301		
Total	429,379	318			

F= (5, 313) =3,430 p= 0,005<α (0, 05) αρά απορρίπτεται η αρχική υπόθεση H_0 ότι οι μεταβλητές συχνότητας ταξιδιού για συμμετοχή σε συνέδριο και ηλικία είναι ανεξάρτητες.

Για να ελεγχθούν οι διαφορές μεταξύ των μέσων όρων ανά ζεύγη έγιναν post hoc αναλύσεις με το κριτήριο Tukey HSD και επίπεδο σημαντικότητας 0,05.

Πίνακας 4.2.4γ: Tukey HSD/ Travel for participation frequency * Age
Multiple Comparisons

Dependent Variable: Travel for participation frequency

Tukey HSD

(I) Age	(J) Age	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Below 25	26-35	-,084	,228	,999	-,74	,57
	36-45	-,428	,235	,453	-1,10	,25
	46-55	-,615	,245	,125	-1,32	,09
	56-65	-,638	,302	,286	-1,50	,23
	Over 65	-,924	,384	,158	-2,03	,18

5 Για την εφαρμογή παραμετρικών τεστ σε ποιοτικά δεδομένα πολλοί ερευνητές συμφωνούν ότι για μεγάλο δείγμα (n>300) οι απόλυτες τιμές λοξότητας (Skewness) και κύρτωσης (Kurtosis) υπό εξέταση μεταβλήτων πρέπει να είναι μικρότερες του δύο. **Travel for participation frequency: Skewness=0,395<2 - Kurtosis=-0,671<2, Average number of days before/after the conference at the travel destination: Skewness=0,983<2 - Kurtosis=-0,787<2** και **Frequency of traveling with Accompanying persons: Skewness=0,485<2 - Kurtosis=-0,863<2**

6 Σε αντίθεση με τον έλεγχο Kruskal-Wallis που εξετάζει το άθροισμα των βαθμών των θέσεων των παρατηρήσεων ο έλεγχος One-way ANOVA εξετάζει την ισότητα των μέσων.

26-35	Below 25	,084	,228	,999	-,57	,74
	36-45	-,344	,168	,321	-,83	,14
	46-55	-,530*	,182	,044	-1,05	-,01
	56-65	-,553	,254	,251	-1,28	,18
	Over 65	-,840	,348	,154	-1,84	,16
36-45	Below 25	,428	,235	,453	-,25	1,10
	26-35	,344	,168	,321	-,14	,83
	46-55	-,186	,191	,925	-,73	,36
	56-65	-,209	,261	,967	-,96	,54
	Over 65	-,496	,352	,723	-1,51	,51
46-55	Below 25	,615	,245	,125	-,09	1,32
	26-35	,530*	,182	,044	,01	1,05
	36-45	,186	,191	,925	-,36	,73
	56-65	-,023	,270	1,000	-,80	,75
	Over 65	-,310	,359	,955	-1,34	,72
56-65	Below 25	,638	,302	,286	-,23	1,50
	26-35	,553	,254	,251	-,18	1,28
	36-45	,209	,261	,967	-,54	,96
	46-55	,023	,270	1,000	-,75	,80
	Over 65	-,287	,401	,980	-1,44	,86
Over 65	Below 25	,924	,384	,158	-,18	2,03
	26-35	,840	,348	,154	-,16	1,84
	36-45	,496	,352	,723	-,51	1,51
	46-55	,310	,359	,955	-,72	1,34
	56-65	,287	,401	,980	-,86	1,44

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Στατιστική διαφορά εντοπίζεται ανάμεσα στα γκρουπ «46-55» - «26-35».

Πίνακας 4.2.4δ: One way Anova Frequency of traveling with Accompanying persons * Age

Frequency of traveling with Accompanying persons

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	19,383	5	3,877	4,196	,001
Within Groups	288,230	312	,924		
Total	307,613	317			

F= (5, 312) =3,887 p= 0,001<α (0, 05) αρά απορρίπτεται η αρχική υπόθεση H_0 ότι οι μεταβλητές συχνότητας ταξιδιού για συμμετοχή σε συνέδριο με παρέα και ηλικία είναι ανεξάρτητες.

Για να ελεγχθούν οι διαφορές μεταξύ των μέσων όρων ανά ζεύγη έγιναν post hoc αναλύσεις με το κριτήριο Tukey HSD και επίπεδο σημαντικότητας 0,05.

Πίνακας 4.2.4γ: Tukey HSD/ Frequency of traveling with Accompanying persons * Age
Multiple Comparisons

Dependent Variable: Frequency of traveling with Accompanying persons

Tukey HSD

(I) Age	(J) Age	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Below 25	26-35	,295	,192	,640	-,26	,85

	36-45	,594*	,198	,034	,03	1,16
	46-55	,707*	,207	,009	,11	1,30
	56-65	,865*	,255	,010	,13	1,60
	Over 65	,629	,324	,379	-,30	1,56
26-35	Below 25	-,295	,192	,640	-,85	,26
	36-45	,299	,142	,287	-,11	,71
	46-55	,411	,154	,085	-,03	,85
	56-65	,570	,214	,086	-,04	1,18
	Over 65	,333	,293	,865	-,51	1,17
36-45	Below 25	-,594*	,198	,034	-1,16	-,03
	26-35	-,299	,142	,287	-,71	,11
	46-55	,113	,162	,982	-,35	,58
	56-65	,271	,220	,819	-,36	,90
	Over 65	,035	,297	1,000	-,82	,89
46-55	Below 25	-,707*	,207	,009	-1,30	-,11
	26-35	-,411	,154	,085	-,85	,03
	36-45	-,113	,162	,982	-,58	,35
	56-65	,159	,228	,982	-,49	,81
	Over 65	-,078	,303	1,000	-,95	,79
56-65	Below 25	-,865*	,255	,010	-1,60	-,13
	26-35	-,570	,214	,086	-1,18	,04
	36-45	-,271	,220	,819	-,90	,36
	46-55	-,159	,228	,982	-,81	,49
	Over 65	-,237	,338	,982	-1,20	,73
Over 65	Below 25	-,629	,324	,379	-1,56	,30
	26-35	-,333	,293	,865	-1,17	,51
	36-45	-,035	,297	1,000	-,89	,82
	46-55	,078	,303	1,000	-,79	,95
	56-65	,237	,338	,982	-,73	1,20

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Στατιστική διαφορά εντοπίζεται ανάμεσα στο γκρουπ «κάτω από 25 ετών» με τα γκρουπ «36-45», «46-55» και «56-65 ετών» .

4.2.5. Εθνικότητα/ Ταξιδιωτικές συνήθειες

Οπώς παραπάνω, για τον έλεγχο της σχέσης της εθνικότητας με τις ταξιδιωτικές συνήθειες εφαρμόστηκε το κριτήριο Kruskal-Wallis τα αποτελέσματα του οποίου παρουσιάζονται στον πίνακα 5.2.5.

Πίνακας 4.2.5α Kruskal-Wallis Test/ Travel info*Nationality

Ranks -Travel for participation frequency			
	Nationality	N	Mean Rank
Travel for participation frequency	Eastern Europe	18	112,69
	Northern Europe	15	156,73
	Southern Europe	183	144,39
	Western Europe	35	181,89
	Asia- Australia	28	163,02
	South/North America - Canada	13	165,62
	Africa	6	110,83
	Total	298	

	Test Statistics[a,b]
Kruskal-Wallis H	12,084
df	6
Asymp. Sig.	**,060**

Ranks- Average number of days before/after the conference at the travel destination			
	Nationality	N	Mean Rank
Average number of days before/after the conference at the travel destination	Eastern Europe	17	128,50
	Northern Europe	15	153,93
	Southern Europe	182	142,01
	Western Europe	35	155,64
	Asia- Australia	28	162,70
	South/North America - Canada	13	172,81
	Africa	6	228,00
	Total	296	

	Test Statistics[a,b]
Kruskal-Wallis H	11,698
df	6
Asymp. Sig.	**,069**

Ranks- Frequency of traveling with Accompanying persons			
Ranks			
	Nationality	N	Mean Rank
Frequency of traveling with Accompanying persons	Eastern Europe	18	113,64
	Northern Europe	15	160,97
	Southern Europe	182	147,23
	Western Europe	35	139,09
	Asia- Australia	28	180,25
	South/North America - Canada	13	173,50
	Africa	6	137,67
	Total	297	

	Test Statistics[a,b]
Kruskal-Wallis H	9,681
df	6
Asymp. Sig.	**,139**

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Nationality

Από τον παραπάνω πίνακα προκύπτει ότι το στατιστικό Η του ελέγχου Kruskal-Wallis έχει p-value = 0,06 > 0,05 για την μεταβλητή **Travel for participation frequency** και p-value = 0,069 > 0,05 για την μεταβλητή **Average number of days before/after the conference at the travel destination** και p-value = 0,139 > 0,05 για

την μεταβλητή **Frequency of traveling with Accompanying persons** επομένως η μηδενική υπόθεση H_0 γίνεται αποδεκτή και για τις τρεις μεταβλητές.

4.2.6.Επάγγελμα/ Ταξιδιωτικές συνήθειες

Τα αποτελέσματα του ελέγχου, με το κριτήριο το κριτήριο Kruskal-Wallis, της σχέσης του επαγγέλματος με τις ταξιδιωτικές συνήθειες παρουσιάζονται στον πίνακα 5.2.6.α.

Πίνακας 4.2.6α Kruskal-Wallis Test/ Travel info* Occupation

Ranks -Travel for participation frequency

	Occupation	N	Mean Rank
Travel for participation frequency	Industry/ Private sector	48	144,38
	Academia -Faculty	147	173,71
	Academia -Student	75	134,85
	Government /EU	32	173,23
	Other	16	162,41
	Total	318	

	Test Statistics[a,b]
Kruskal-Wallis H	11,669
df	4
Asymp. Sig.	**,020**

Ranks - Average number of days before/after the conference at the travel destination

	Occupation	N	Mean Rank
Average number of days before/after the conference at the travel destination	Industry/ Private sector	48	148,88
	Academia -Faculty	145	164,14
	Academia -Student	75	158,57
	Government /EU	32	159,77
	Other	16	133,41
	Total	316	

	Test Statistics[a,b]
Kruskal-Wallis H	2,901
df	4
Asymp. Sig.	**,574**

Ranks- Frequency of traveling with Accompanying persons

	Occupation	N	Mean Rank
Frequency of traveling with Accompanying persons	Industry/ Private sector	48	158,93
	Academia -Faculty	146	147,37
	Academia -Student	75	186,03
	Government /EU	32	154,39
	Other	16	147,84
	Total	317	

	Test Statistics[a,b]
Kruskal-Wallis H	10,111
df	4
Asymp. Sig.	**,039**

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Occupation

Από τον παραπάνω πίνακα προκύπτει ότι το στατιστικό Η του ελέγχου Kruskal-Wallis έχει p-value = 0,020 < 0,05 για την μεταβλητή **Travel for participation frequency** και p-value = 0,039 < 0,05 για την μεταβλητή **Frequency of traveling with Accompanying persons** επομένως για τις δύο αυτές μεταβλητές απορρίπτεται η μηδενική υπόθεση H_0. Για την μεταβλητή **Average number of days before/after the conference at the travel destination** p-value = 0,574 > 0,05 επομένως η μηδενική υπόθεση H_0 γίνεται αποδεκτή για την μεταβλητή αυτή.

Πραγματοποιήθηκε ανάλυση One way ANOVA για τις μεταβλήτες που απορρίφτηκε η μηδενική υπόθεση H_0.

Πίνακας 4.2.6γ: One way Anova Travel for participation frequency * Occupation

Travel for participation frequency

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	14,611	4	3,653	2,759	,028
Within Groups	414,423	313	1,324		
Total	429,035	317			

F= (4, 313) =3,653 p= 0,028<α (0, 05) αρά απορρίπτεται η αρχική υπόθεση H_0 ότι οι μεταβλητές συχνότητας ταξιδιού για συμμετοχή σε συνέδριο και εθνικότητα είναι ανεξάρτητες.

Για να ελεγχθούν οι διαφορές μεταξύ των μέσων όρων ανά ζεύγη έγιναν post hoc αναλύσεις με το κριτήριο Tukey HSD και επίπεδο σημαντικότητας 0,05.

Πίνακας 4.2.6δ: Travel for participation frequency * Occupation
Multiple Comparisons

Dependent Variable: Travel for participation frequency

Tukey HSD

(I) Occupation	(J) Occupation	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Industry/ Private sector	Academia -Faculty	-,338	,191	,393	-,86	,19
	Academia -Student	,150	,213	,955	-,43	,73
	Government /EU	-,365	,263	,636	-1,09	,36
	Other	-,271	,332	,926	-1,18	,64
Academia - Faculty	Industry/ Private sector	,338	,191	,393	-,19	,86
	Academia -Student	,488*	,163	,025	,04	,94
	Government /EU	-,026	,224	1,000	-,64	,59
	Other	,068	,303	,999	-,76	,90

Academia - Student	Industry/ Private sector	-,150	,213	,955	-,73	,43
	Academia -Faculty	-,488*	,163	,025	-,94	-,04
	Government /EU	-,515	,243	,215	-1,18	,15
	Other	-,421	,317	,674	-1,29	,45
Government /EU	Industry/ Private sector	,365	,263	,636	-,36	1,09
	Academia -Faculty	,026	,224	1,000	-,59	,64
	Academia -Student	,515	,243	,215	-,15	1,18
	Other	,094	,352	,999	-,87	1,06
Other	Industry/ Private sector	,271	,332	,926	-,64	1,18
	Academia -Faculty	-,068	,303	,999	-,90	,76
	Academia -Student	,421	,317	,674	-,45	1,29
	Government /EU	-,094	,352	,999	-1,06	,87

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Η στατιστική διαφορά εντοπίζεται ανάμεσα στα γκρουπ «Ακαδημαϊκοί εργαζόμενοι» - «Ακαδημαϊκοί φοιτητές».

Πίνακας 4.2.6ε: One way Anova Frequency of traveling with Accompanying persons * Occupation

Frequency of traveling with Accompanying persons

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	10,582	4	2,646	2,814	,026
Within Groups	293,279	312	,940		
Total	303,861	316			

F= (4, 312) =2,646 p= 0,026<α (0, 05) αρά απορρίπτεται η αρχική υπόθεση H_0 ότι οι μεταβλητές συχνότητας ταξιδιού για συμμετοχή σε συνέδριο και εθνικότητα είναι ανεξάρτητες.

Για να ελεγχθούν οι διαφορές μεταξύ των μέσων όρων ανά ζεύγη έγιναν post hoc αναλύσεις με το κριτήριο Tukey HSD και επίπεδο σημαντικότητας 0,05.

Πίνακας 4.2.6ζ: Tukey HSD: Frequency of traveling with Accompanying persons * Occupation

Multiple Comparisons

Dependent Variable: Frequency of traveling with Accompanying persons

Tukey HSD

(I) Occupation	(J) Occupation	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval Lower Bound	95% Confidence Interval Upper Bound
Industry/ Private sector	Academia -Faculty	,145	,161	,898	-,30	,59
	Academia -Student	-,311	,179	,414	-,80	,18
	Government /EU	,031	,221	1,000	-,58	,64

	Other	,125	,280	,992	-,64	,89
Academia - Faculty	Industry/ Private sector	-,145	,161	,898	-,59	,30
	Academia -Student	-,456*	,138	,009	-,83	-,08
	Government /EU	-,113	,189	,975	-,63	,41
	Other	-,020	,255	1,000	-,72	,68
Academia - Student	Industry/ Private sector	,311	,179	,414	-,18	,80
	Academia -Faculty	,456*	,138	,009	,08	,83
	Government /EU	,342	,205	,453	-,22	,90
	Other	,436	,267	,478	-,30	1,17
Government /EU	Industry/ Private sector	-,031	,221	1,000	-,64	,58
	Academia -Faculty	,113	,189	,975	-,41	,63
	Academia -Student	-,342	,205	,453	-,90	,22
	Other	,094	,297	,998	-,72	,91
Other	Industry/ Private sector	-,125	,280	,992	-,89	,64
	Academia -Faculty	,020	,255	1,000	-,68	,72
	Academia -Student	-,436	,267	,478	-1,17	,30
	Government /EU	-,094	,297	,998	-,91	,72

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Η στατιστική διαφορά εντοπίζεται ανάμεσα στα γκρουπ «Ακαδημαϊκοί εργαζόμενοι» - «Ακαδημαϊκοί φοιτητές».

Κεφάλαιο 5. Παραγοντική Ανάλυση Δεδομένων

5.1. Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο 1, βιβλιογραφική επισκόπηση, παρουσιαστήκαν οι κυριότερες μελέτες ανάλυσης των προσδιοριστικών παραγόντων ελκυστικότητας συνεδρίων. Στον πίνακα 5.3.1. καταγράφονται οι τεχνικές ανάλυσης που χρησιμοποιήθηκαν από τους ερευνητές. Στην παρούσα έρευνα, για την παραγοντική ανάλυση των κινήτρων, χρησιμοποιήθηκε η Ανάλυση Κύριων Συνιστωσών[7], (Principal component analysis-PCA) με Ορθογώνια περιστροφή VARIMAX[8], η οποία έχει ήδη χρησιμοποιηθεί στην πλειοψηφία των ερευνών που παρουσιάστηκαν.

Πίνακας 5.1.: Μεθοδολογία Ανάλυσης Υπάρχουσας Βιβλιογραφίας

Author	Analysis Methodology
Mair, J., & Thompson, K. (2009)	Principal components analysis (PCA) with varimax orthogonal rotation
Mair, J., (2010)	Principal components analysis (PCA), and K-means cluster analysis
Rittichainuwat Ngamson, B., Beck, J. A., & Lalopa, J. (2001)	Principal components analysis (PCA) with varimax orthogonal rotation
Severt, D., Wang, Y., Chen, P., & Breiter, D. (2007)	Principal components analysis (PCA) with varimax orthogonal rotation
Witt, S. F., Sykes, A. M., & Dartus, M. (1995)	Logistic Regression Analysis
Yoo, J. J.-E., & Chon, K. (2008)	Exploratory factor analysis (EFA) – Confirmatory factor analysis (CFA) with PROMAX oblique rotation
Zhang, H., Leung, V., & Qu, H. (2007)	Ranking of variables

5.2. Παραγοντική Ανάλυση κινήτρων συμμετοχής σε ακαδημαϊκό συνέδριο.

5.2.1.: Έλεγχος εγκυρότητας και αξιοπιστίας ερωτηματολογίων:

Πίνακας 5.2.1α: Factors - Συντελεστής α Cronbach : 1η Επανάληψη

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	312	97,8
	Excluded[a]	7	2,2
	Total	319	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,919	41

Πίνακας 5.2.1β: Factors - **Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
The conference location is attractive	3,14	1,177	312
Relevance of topics	4,55	,598	312

[7] PCA :Η πιο ευρέως χρησιμοποιούμενη μέθοδος. Είναι ιδιαίτερα κατάλληλη για τον προσδιορισμό του ελάχιστου αριθμού παραγόντων που λαμβάνουν υπόψη το μέγιστο εύρος διακύμανσης των δεδομένων

[8] Varimax: ελαχιστοποιεί τον αριθμό μεταβλητών που έχουν μεγάλες επιβαρύνσεις για κάθε παράγοντα.

Introducing new topics in the field	4,09	,883	312
Reputation of the invited speakers	3,65	,961	312
Conference proceedings (with an assigned ISBN/ISSN - indexed in Scopus)	3,33	1,177	312
Special issue publications	3,38	1,162	312
Interesting Special Sessions	3,71	,946	312
Reputation of the conference organizer	3,55	1,019	312
Interesting social program of the conference	2,74	1,131	312
The conference venue facilities are of high standard	3,00	1,095	312
Easy access to the conference venue	3,38	1,064	312
Convenient conference dates	3,91	,957	312
Attractiveness compared to alternative conferences	3,65	,993	312
Work time availability	4,03	,907	312
Meeting colleagues I know from my field	3,67	1,020	312
Involvement with a research association/professional organization	3,72	,909	312
Financed by my organization	3,85	1,200	312
Learning about new research	4,29	,778	312
Chance to travel with family/ friends	2,44	1,269	312
Developing professional network	4,13	,826	312
Opportunity to present a paper	4,03	,953	312
Career opportunity	3,63	1,233	312
Gaining peer recognition	3,68	1,045	312
Opportunity to visit the conference destination	3,41	1,506	312
Easy access to conference destination	3,50	1,064	312
Weather at the conference destination	2,65	1,204	312
Safety and Security at the conference destination	3,54	1,164	312
Sightseeing & outdoor activities at the conference destination	2,86	1,142	312
Accommodation & hotel facilities at the conference destination	3,09	1,100	312
Food & restaurant facilities at the conference destination	2,91	1,160	312
Shopping during the conference	1,80	1,059	312
Availability of night life at the conference destination	1,95	1,154	312
Availability of medical facilities at the conference destination	2,74	1,286	312
Chance to visit family & friends	2,15	1,206	312
Visa requirements	2,88	1,441	312
Affordable registration fees	4,01	1,025	312
Affordable transportation costs	3,92	,995	312
Affordable accommodation costs	3,91	,999	312
Time required to travel to the conference destination	3,48	1,061	312
Trade off on vacation time	2,89	1,172	312
Trade off on time with family/friends	2,79	1,219	312

Πίνακας 5.2.1γ: Factors - **Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
The conference location is attractive	134,91	446,650	,470	,917
Relevance of topics	133,50	468,720	**,090**	,919
Introducing new topics in the field	133,95	460,966	**,255**	,919
Reputation of the invited speakers	134,39	459,031	**,278**	,918
Conference proceedings (with an assigned ISBN/ISSN - indexed in Scopus)	134,71	449,960	,402	,917
Special issue publications	134,66	451,388	,378	,918
Interesting Special Sessions	134,34	457,028	,333	,918
Reputation of the conference organizer	134,49	454,347	,369	,918
Interesting social program of the conference	135,30	443,473	,559	,916
The conference venue facilities are of high standard	135,05	441,679	,620	,915
Easy access to the conference venue	134,66	445,730	,547	,916
Convenient conference dates	134,13	452,442	,443	,917

Attractiveness compared to alternative conferences	134,39	450,002	,484	,916
Work time availability	134,02	458,951	**,299**	,918
Meeting colleagues I know from my field	134,38	457,117	,304	,918
Involvement with a research association/professional organization	134,32	454,226	,422	,917
Financed by my organization	134,20	456,203	**,268**	,919
Learning about new research	133,76	460,204	,318	,918
Chance to travel with family/ friends	135,61	443,230	,497	,916
Developing professional network	133,92	458,344	,350	,918
Opportunity to present a paper	134,02	457,630	,315	,918
Career opportunity	134,42	446,990	,439	,917
Gaining peer recognition	134,36	451,557	,422	,917
Opportunity to visit the conference destination	134,64	446,521	,355	,919
Easy access to conference destination	134,55	443,683	,593	,915
Weather at the conference destination	135,39	438,040	,633	,915
Safety and Security at the conference destination	134,50	443,003	,552	,916
Sightseeing & outdoor activities at the conference destination	135,19	442,325	,578	,915
Accommodation & hotel facilities at the conference destination	134,95	441,435	,622	,915
Food & restaurant facilities at the conference destination	135,14	439,933	,619	,915
Shopping during the conference	136,24	447,662	,505	,916
Availability of night life at the conference destination	136,09	447,744	,457	,917
Availability of medical facilities at the conference destination	135,30	437,068	,608	,915
Chance to visit family & friends	135,89	448,734	,415	,917
Visa requirements	135,16	438,907	,504	,916
Affordable registration fees	134,04	449,957	,469	,917
Affordable transportation costs	134,12	450,853	,463	,917
Affordable accommodation costs	134,13	448,661	,514	,916
Time required to travel to the conference destination	134,56	449,868	,454	,917
Trade off on vacation time	135,16	446,512	,475	,916
Trade off on time with family/friends	135,26	446,976	,445	,917

Ο συντελεστής α Cronbach=0,919> 0,70 αρά το ερωτηματολόγιο χαρακτηρίζεται ως αξιόπιστο. Από το σχήμα παρατηρείται ότι δεν υπάρχει ερώτηση η οποία αν εξαιρεθεί αυξάνεται ο συντελεστής, όμως παρατηρώντας την 4ρτη στήλη του πίνακα παρατηρείται ότι οι ερωτήσεις : «Relevance of topics», «Introducing new topics in the field», «Reputation of the invited speakers», «work time availability» και «Financed by my organization» παρουσιάζουν ιδιαίτερα χαμηλή συσχέτιση <0,300 ενώ αν αφαιρεθούν ο συντελεστής α Cronbach δεν επηρεάζεται ιδιαίτερα (-0,001). Οι ερωτήσεις αυτές θα εξαιρεθούν από την παραγοντική ανάλυση.

Πίνακας 5.2.1ε: Factors - Συντελεστής α Cronbach : 2η Επανάληψη

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	313	98,1
	Excluded[a]	6	1,9
	Total	319	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,920	36

Πίνακας 5.2.1στ: Factors - Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
The conference location is attractive	3,14	1,176	313
Conference proceedings (with an assigned ISBN/ISSN - indexed in Scopus)	3,33	1,178	313
Special issue publications	3,38	1,162	313
Interesting Special Sessions	3,70	,950	313
Reputation of the conference organizer	3,56	1,021	313
Interesting social program of the conference	2,74	1,132	313
The conference venue facilities are of high standard	3,00	1,093	313
Easy access to the conference venue	3,39	1,066	313
Convenient conference dates	3,91	,957	313
Attractiveness compared to alternative conferences	3,65	,996	313
Meeting colleagues I know from my field	3,67	1,021	313
Involvement with a research association/professional organization	3,72	,907	313
Learning about new research	4,29	,777	313
Chance to travel with family/ friends	2,44	1,267	313
Developing professional network	4,13	,826	313
Opportunity to present a paper	4,03	,952	313
Career opportunity	3,63	1,232	313
Gaining peer recognition	3,68	1,043	313
Opportunity to visit the conference destination	3,41	1,504	313
Easy access to conference destination	3,50	1,063	313
Weather at the conference destination	2,65	1,203	313
Safety and Security at the conference destination	3,55	1,162	313
Sightseeing & outdoor activities at the conference destination	2,86	1,140	313
Accommodation & hotel facilities at the conference destination	3,09	1,098	313
Food & restaurant facilities at the conference destination	2,91	1,158	313
Shopping during the conference	1,81	1,058	313
Availability of night life at the conference destination	1,95	1,152	313
Availability of medical facilities at the conference destination	2,74	1,284	313
Chance to visit family & friends	2,15	1,206	313
Visa requirements	2,88	1,440	313
Affordable registration fees	4,01	1,024	313
Affordable transportation costs	3,92	,994	313
Affordable accommodation costs	3,91	,998	313
Time required to travel to the conference destination	3,49	1,059	313
Trade off on vacation time	2,89	1,170	313
Trade off on time with family/friends	2,79	1,217	313

Πίνακας 5.2.1ζ: Factors - Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
The conference location is attractive	114,73	395,909	,486	,917
Conference proceedings (with an assigned ISBN/ISSN - indexed in Scopus)	114,55	400,204	,391	,918
Special issue publications	114,50	401,103	,377	,919
Interesting Special Sessions	114,17	407,218	,311	,919
Reputation of the conference organizer	114,31	404,613	,350	,919

Interesting social program of the conference	115,13	393,099	,571	,916
The conference venue facilities are of high standard	114,88	391,558	,630	,916
Easy access to the conference venue	114,48	395,565	,550	,917
Convenient conference dates	113,96	402,569	,431	,918
Attractiveness compared to alternative conferences	114,23	400,041	,476	,917
Meeting colleagues I know from my field	114,20	407,405	,281	,920
Involvement with a research association/professional organization	114,15	404,493	,403	,918
Learning about new research	113,58	410,507	,283	,919
Chance to travel with family/ friends	115,43	392,855	,509	,917
Developing professional network	113,74	408,300	,331	,919
Opportunity to present a paper	113,84	407,158	,311	,919
Career opportunity	114,25	397,494	,428	,918
Gaining peer recognition	114,19	401,570	,415	,918
Opportunity to visit the conference destination	114,47	395,115	,379	,919
Easy access to conference destination	114,38	393,306	,607	,916
Weather at the conference destination	115,22	387,616	,654	,915
Safety and Security at the conference destination	114,33	393,099	,555	,916
Sightseeing & outdoor activities at the conference destination	115,01	391,884	,594	,916
Accommodation & hotel facilities at the conference destination	114,78	391,179	,636	,915
Food & restaurant facilities at the conference destination	114,96	389,630	,636	,915
Shopping during the conference	116,07	396,781	,525	,917
Availability of night life at the conference destination	115,92	396,554	,482	,917
Availability of medical facilities at the conference destination	115,13	387,495	,611	,916
Chance to visit family & friends	115,72	397,573	,436	,918
Visa requirements	114,99	389,247	,505	,917
Affordable registration fees	113,86	400,260	,457	,918
Affordable transportation costs	113,95	401,087	,451	,918
Affordable accommodation costs	113,96	399,104	,500	,917
Time required to travel to the conference destination	114,39	400,058	,445	,918
Trade off on vacation time	114,98	396,740	,470	,917
Trade off on time with family/friends	115,08	396,878	,447	,918

Ο συντελεστής α Cronbach=0,92> 0,70. Κατά την δεύτερη επανάληψη παρατηρείται ότι δεν υπάρχουν άλλες προτάσεις με χαμηλή συσχέτιση ή προτάσεις οι οποίες αν εξαιρεθούν θα αυξηθεί ο α Cronbach.

5.2.2.: Καθορισμός Παραγόντων μέσω παραγοντικής ανάλυσης

Μέτα τον έλεγχο ποιότητας πραγματοποιήθηκε ανάλυση κύριων συνιστώσων με περιστροφή Varimax, κριτήριο σημαντικότητας συντελεστών =± .40[9] και ιδιοτιμές (Eigenvalues)>1.

[9] Οι συντελεστές φόρτωσης ± .40 θεωρούνται σημαντικοί πληρώνοντας το ελάχιστο επίπεδο πρακτικής σημασίας (Hair, Anderson, Tatham, & Black, 1998).

Οι διαστάσεις που «φόρτωναν» σε παραπάνω από ένα παράγοντα αφαιρέθηκαν από την ανάλυση και η διαδικασία επαναλήφτηκε. Συνολικά έγιναν 3 επαναλήψεις παραγοντικής ανάλυσης. Στην παρούσα ενότητα θα παρουσιαστεί η τελευταία επανάληψη με την εξαγωγή και ερμηνεία των τελικών παραγόντων:

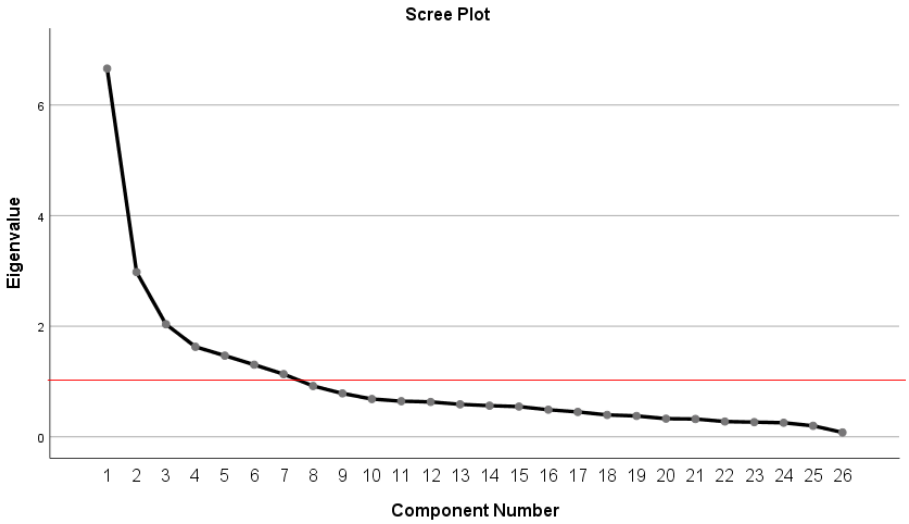
Πίνακας Factors - 5.2.2α KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,840
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	3680,274
	df	325
	Sig.	,000

Ο Πίνακας 5.2.2α. περιλαμβάνει δυο βασικά κριτήρια προκειμένου να διασφαλιστούν οι δυο παραδοχές που κάνουν εφικτή την διεξαγωγή της παραγοντικής ανάλυσης. Το πρώτο κριτήριο που εφαρμόζεται είναι το μέτρο επάρκειας δείγματος Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) που εξετάζει τον βαθμό ομοιογένειας των μεταβλητών. Οι τιμές που λαμβάνει το μέτρο αυτό κυμαίνονται από 0 έως 1 ενώ τιμές πάνω από 0,6 δείχνουν ένα επαρκές δείγμα. Με βάση τον πίνακα 5.2.2.α. όπου το KMO ισούται με 0,84>0,60 το δείγμα φαίνεται επαρκές. Το δεύτερο κριτήριο είναι ο δείκτης ελέγχου της σφαιρικότητας Bartlett και εξετάζει εάν υπάρχει σχέση μεταξύ των μεταβλητών. Συγκεκριμένα ελέγχει εάν ισχύει η μηδενική υπόθεση:H_0: *«Ο πίνακας συσχέτισης είναι ο μοναδιαίος (δεν υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των μεταβλητών)».* Με βάση τον πίνακα 5.2.2α. όπου p=0,000 απορρίπτεται η μηδενική υπόθεση.

5.2.2β. Factors - PCA:Total Variance Explained									
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
Component	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6,660	25,614	25,614	6,660	25,614	25,614	3,970	15,270	15,270
2	2,979	11,457	37,071	2,979	11,457	37,071	2,870	11,040	26,309
3	2,035	7,828	44,900	2,035	7,828	44,900	2,613	10,052	36,361
4	1,628	6,261	51,160	1,628	6,261	51,160	2,162	8,316	44,677
5	1,468	5,644	56,805	1,468	5,644	56,805	2,054	7,900	52,576
6	1,303	5,013	61,818	1,303	5,013	61,818	1,880	7,232	59,808
7	1,133	4,357	66,175	1,133	4,357	66,175	1,655	6,367	66,175
8	,920	3,537	69,712						
9	,785	3,018	72,730						
10	,683	2,627	75,356						
11	,644	2,477	77,834						

12	,631	2,426	80,260						
13	,588	2,260	82,520						
14	,563	2,165	84,685						
15	,547	2,104	86,789						
16	,489	1,882	88,672						
17	,450	1,731	90,402						
18	,395	1,520	91,923						
19	,377	1,450	93,373						
20	,328	1,263	94,636						
21	,322	1,238	95,874						
22	,276	1,062	96,936						
23	,266	1,021	97,957						
24	,254	,977	98,934						
25	,199	,764	99,698						
26	,079	,302	100,000						
Extraction Method: Principal Component Analysis.									

Στον πίνακα 5.2.2β. παρουσιάζονται οι ιδιοτιμές (Eigenvalues) και το ποσοστό συνδιακύμανσης που εξηγεί κάθε παράγοντας. Προκύπτουν 7 παράγοντες που εξηγούν το 66,18% της συνολικής συνδιακύμανσης >50%.



Σχήμα 5.2.2γ. Factors - Scree Plot

Από το Scree plot (σχήμα 5.2.2γ.) φαίνεται ότι θα χρησιμοποιηθούν 7 παράγοντες.

6.2.2δ. Factors - PCA: Rotated Component Matrix[a]							
	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
Availability of night life at the conference destination	,784						
Sightseeing & outdoor activities at the conference destination	,758						
Shopping during the conference	,743						
The conference location is attractive	,725						
Weather at the conference destination	,705						

Chance to travel with family/ friends	,666						
Interesting social program of the conference	,577						
Affordable transportation costs		,917					
Affordable accommodation costs		,893					
Affordable registration fees		,889					
Gaining peer recognition			,840				
Career opportunity			,780				
Opportunity to present a paper			,723				
Developing professional network			,607				
Convenient conference dates				,732			
Attractiveness compared to alternative conferences				,689			
Easy access to the conference venue				,644			
Special issue publications					,840		
Conference proceedings (with an assigned ISBN/ISSN - indexed in Scopus)					,731		
Interesting Special Sessions					,630		
Trade off on time with family/friends						,835	
Trade off on vacation time						,802	
Meeting colleagues I know from my field							,834
Involvement with a research association/professional organization							,719
Extraction Method: Principal Component Analysis. -Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.[a]							
a. Rotation converged in 7 iterations.							

Από τον πίνακα επιβαρύνσεων μετά από περιστροφή (5.2.2δ.) παρατηρείται ότι όλες οι προτάσεις έχουν φόρτιση πάνω από 0,4 και κάθε πρόταση βρίσκεται σε έναν παράγοντα. Ο παράγοντας 1 περιλαμβάνει 7 διαστάσεις: «Availability of night life at the conference destination», «Sightseeing & outdoor activities at the conference destination», «Shopping during the conference», «The conference location is attractive», «Weather at the conference destination», «Chance to travel with family/ friends», «Interesting social program of the conference». Παρατηρείται ότι οι διαστάσεις αφορούν στον προορισμό, στην ψυχαγωγική πλευρά του συνεδρίου και τέλος μια διάσταση αναφέρεται στην ευκαιρία να ταξιδεύσουν με την οικογένεια και τους φίλους. Ο περιγραφικός τίτλος για τον πρώτο παράγοντα θα μπορούσε να είναι: **«Χαρακτηριστικά τοποθεσίας και ψυχαγωγίας» / «Location & entertainment features»**

Ο παράγοντας 2 περιλαμβάνει τις διαστάσεις «Affordable transportation costs», «Affordable accommodation costs» και «Affordable registration fees». Παρατηρείται ότι οι διαστάσεις αφορούν στο κόστος συμμετοχής συνεπώς ο περιγραφικός τίτλος για τον δεύτερο παράγοντα θα μπορούσε να είναι **«κόστος» / «cost».**

Ο παράγοντας 3 περιλαμβάνει τις διαστάσεις «Gaining peer recognition», «Career opportunity», «Opportunity to present a paper», «Developing professional network». Παρατηρείται ότι οι διαστάσεις αφορούν στην επαγγελματική εξέλιξη συνεπώς ο περιγραφικός τίτλος για τον τρίτο παράγοντα θα μπορούσε να είναι **«Επαγγελματική ενίσχυση» /«Business Enhancement».**

Ο παράγοντας 4 περιλαμβάνει τις διαστάσεις «Convenient conference dates», «Attractiveness compared to alternative conferences», «Easy access to the conference venue». Παρατηρείται ότι οι διαστάσεις αφορούν «ανταγωνιστικότητα» του συνεδρίου σε σχέση με άλλα συνέδρια, στην ευκολία πρόσβασης στον συνεδριακό χώρο και τέλος στην ημερομηνία διεξαγωγής του συνεδρίου. Ο περιγραφικός τίτλος για τον τέταρτο παράγοντα θα μπορούσε να είναι **Επαγγελματικό Χρονοδιάγραμμα» / «Business schedule availability».**

Ο παράγοντας 5 περιλαμβάνει τις διαστάσεις «Special issue publications», «Conference proceedings (with an assigned ISBN/ISSN-indexed in Scopus)» «Interesting Special Sessions». Ο περιγραφικός τίτλος για τον πέμπτο παράγοντα θα μπορούσε να είναι **«Δημοσιεύσεις συνεδρίου» / «Conference Publications/ science».**

Ο παράγοντας 6 περιλαμβάνει τις διαστάσεις «Trade off on time with family/friends» και «Trade off on vacation time». Οι διαστάσεις αφορούν στην σύγκρουση του χρόνου διεξαγωγής του συνεδρίου με τον ελεύθερο χρόνο του συμμετέχοντα. Ο περιγραφικός τίτλος για τον έκτο παράγοντα θα μπορούσε να είναι: **«Διαθέσιμος προσωπικός χρόνος»/ «Time availability».**

Ο παράγοντας 7 περιλαμβάνει τις διαστάσεις «Meeting colleagues I know from my field» και «Involvement with a research association/professional organization». Ο περιγραφικός τίτλος για τον έβδομο παράγοντα θα μπορούσε να είναι **«Προσωπική ενίσχυση» /«Personal Enhancement».**

5.2.3.Έλεγχος Κανονικότητας των νέων μεταβλητών

Πραγματοποιήθηκε έλεγχος κανονικότητας των νέων μεταβλητών για να διαπιστωθεί αν πληρούν το κριτήριο της κανονικότητας (απαραίτητο για τη χρήση σε παραμετρικά τεστ). Ελέγχονται οι απόλυτες τιμές λοξότητας (Skewness) και κύρτωσης (Kurtosis) των νέων μεταβλήτων που πρέπει να είναι μικρότερες του δύο για μεγάλο δείγμα (n >300) .

Πίνακας 5.2.3α.New variables (factors) Statistics

		«Location & entertainment features»	Cost	Business Enhancement	Business schedule availability	Conference Publications/science	Time Cost	Personal Enhancement
N	Valid	313	313	313	313	313	313	313
	Missing	6	6	6	6	6	6	6
Mean		,0000000	,0000000	,0000000	,0000000	,0000000	,0000000	,0000000
Median		-,0772873	,1055562	-,0171270	,0354505	,1193689	,0572210	,0670967
Std. Deviation		1,00000000	1,00000000	1,00000000	1,00000000	1,00000000	1,00000000	1,00000000
Skewness		**,459**	**-,574**	**-,409**	**-,297**	**-,572**	**-,143**	**-,479**
Std. Error of Skewness		,138	,138	,138	,138	,138	,138	,138
Kurtosis		**-,282**	**,019**	**,129**	**,458**	**,461**	**-,309**	**,491**
Std. Error of Kurtosis		,275	,275	,275	,275	,275	,275	,275
Minimum		-1,98352	-3,25304	-3,56649	-3,39505	-3,81702	-2,67992	-3,92814
Maximum		2,82202	2,10955	2,10804	2,74434	2,43532	3,03666	2,28417

Διαπιστώθηκε ότι οι μεταβλητές πληρούν τα κριτήρια για παραμετρικά τεστ αφού:

1. <u>για την νέα μεταβλητή **««Location & entertainment features»»**</u>

|skew| =0,459 < 2 και |kurtosis|= 0,282 <2

2. <u>για την μεταβλητή **«Cost»**</u>

|skew| =0,574 < 2 και |kurtosis|= 0,019<2

3. <u>για την νέα μεταβλητή **«Business Enhancement»**</u>

|skew| =0,409 < 2 και |kurtosis|= 0,129 <2

4. <u>για την μεταβλητή **« Business schedule availability»**</u>

|skew| =0,297 < 2 και |kurtosis|= 0,458<2

5. <u>για την νέα μεταβλητή **«Conference Publications/science»**</u>

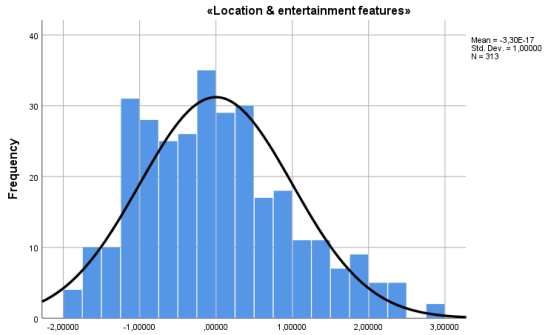
|skew| =0,572 < 2 και |kurtosis|= 0,461 <2

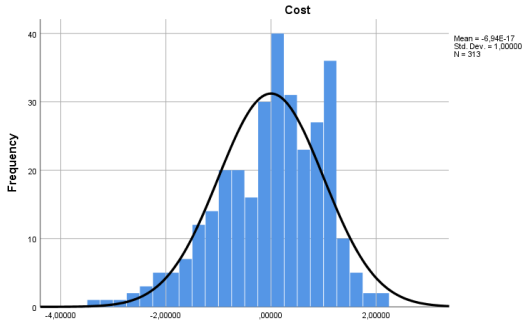
6. <u>για την μεταβλητή **««Time availability»**</u>

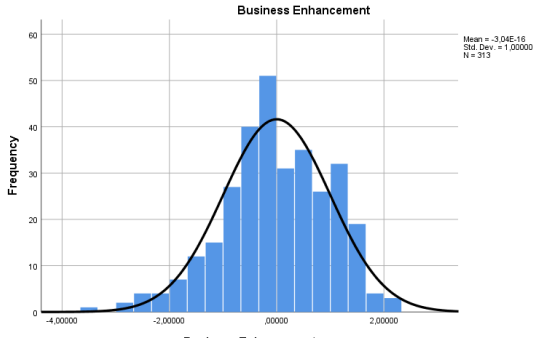
|skew| =0,143 < 2 και |kurtosis|= 0,309<2

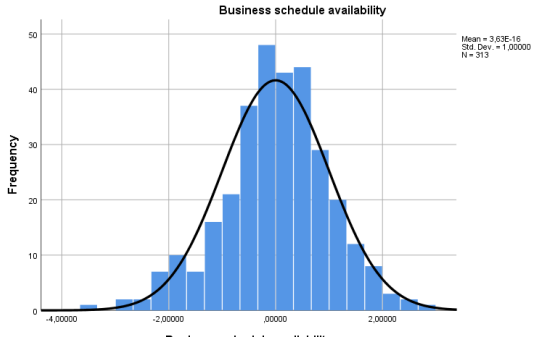
7. <u>για την νέα μεταβλητή «**Personal Enhancement»**</u>

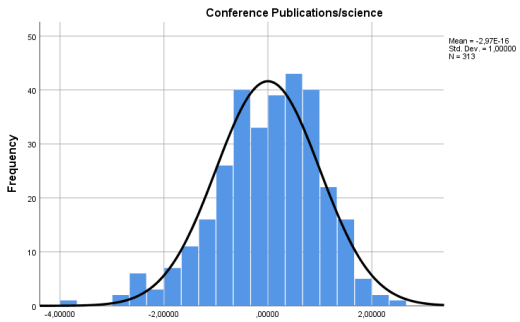
|skew| =0,479 < 2 και |kurtosis|= 0,491 <2

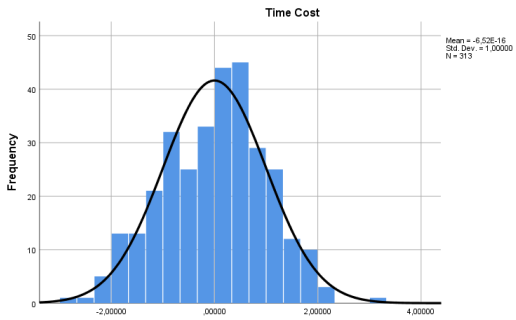


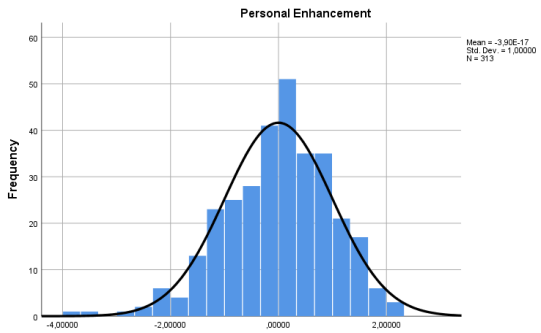












Σχήμα 5.2.3. Ραβδογράμματα νέων μεταβλητών (factors)

5.2.4. Ανάλυση One way ANOVA

Ένα ερώτημα που εξετάζει η παρούσα ερεύνα είναι αν υπάρχουν διαφοροποιήσεις στα κίνητρα συμμετοχής ανάλογα με την πηγή απαντήσεων στην έρευνα (διαφορετικά συνέδρια - πανεπιστήμιο Αιγαίου, on line Survey). Για τον σχετικό έλεγχο, πραγματοποιήθηκε ανάλυση One way ANOVA, με εξαρτημένες μεταβλητές τους 7 νέους παράγοντες επανασυμμετοχής και ανεξάρτητη μεταβλητή την πηγή απαντήσεων του ερωτηματολογίου.

Πίνακας 5.2.4$^{\alpha}$1: Descriptives «Location & entertainment features»

«Location & entertainment features»

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum	Between-Component Variance
						Lower Bound	Upper Bound			
EEEE		33	,1320152	1,03203996	,17965510	-,2339302	,4979607	-1,40566	2,23505	
EBC		99	,1594017	1,06958219	,10749705	-,0539227	,3727261	-1,89083	2,82202	
HWM		105	,1612614	,93286648	,09103845	-,0192713	,3417940	-1,98352	2,45300	
EAR		24	-,4428423	,66805718	,13636660	-,7249381	-,1607465	-1,21760	1,49391	
UNI_AEGEAN		21	-,5546243	,73823108	,16109523	-,8906631	-,2185856	-1,56780	1,60356	
ONLINE		31	-,4772383	1,00143967	,17986388	-,8445694	-,1099073	-1,96293	2,27599	
Total		313	,0000000	1,00000000	,05652334	-,1112151	,1112151	-1,98352	2,82202	
Model	Fixed Effects			,96848046	,05474175	-,1077165	,1077165			
	Random Effects				,15147723	-,3893846	,3893846			,08179606

Πίνακας 5.2.4$^{\alpha}$2: Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
«Location & entertainment features»	Based on Mean	2,432	5	307	,035
	Based on Median	2,279	5	307	,047
	Based on Median and with adjusted df	2,279	5	296,874	,047
	Based on trimmed mean	2,444	5	307	,034

Πίνακας 5.2.4α3: ANOVA: «Location & entertainment features»					
«Location & entertainment features»					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	24,048	5	4,810	5,128	,000
Within Groups	287,952	307	,938		
Total	312,000	312			

F= (5, 307) =4,810 p= 0,000<α (0, 05) αρά απορρίπτεται η αρχική υπόθεση H_0 ότι οι μεταβλητές «Location & entertainment features» και «πηγή απαντήσεων» είναι ανεξάρτητες.

Για να ελεγχθούν οι διαφορές μεταξύ των μέσων όρων ανά ζεύγη έγιναν post hoc αναλύσεις με το κριτήριο Tukey HSD και επίπεδο σημαντικότητας 0,05.

Πίνακας 5.2.4α4: «Location & entertainment features» Tukey HSD - Multiple Comparisons

Dependent Variable: «Location & entertainment features»
Tukey HSD

(I) Conference	(J) Conference	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval Lower Bound	95% Confidence Interval Upper Bound
EEEE	EBC	-,02738651	,19467190	1,000	-,5856688	,5308958
	HWM	-,02924614	,19327638	1,000	-,5835264	,5250341
	EAR	,57485753	,25981588	,235	-,1702454	1,3199605
	UNI_AEGEAN	,68663954	,27034673	,116	-,0886639	1,4619430
	ONLINE	,60925355	,24223842	,123	-,0854406	1,3039477
EBC	EEEE	,02738651	,19467190	1,000	-,5308958	,5856688
	HWM	-,00185963	,13567308	1,000	-,3909445	,3872252
	EAR	,60224404	,22035363	,072	-,0296886	1,2341767
	UNI_AEGEAN	,71402604*	,23267742	,028	,0467511	1,3813010
	ONLINE	,63664006*	,19932607	,019	,0650105	1,2082696
HWM	EEEE	,02924614	,19327638	1,000	-,5250341	,5835264
	EBC	,00185963	,13567308	1,000	-,3872252	,3909445
	EAR	,60410367	,21912173	,067	-,0242961	1,2325035
	UNI_AEGEAN	,71588568*	,23151111	,026	,0519555	1,3798159
	ONLINE	,63849969*	,19796336	,017	,0707781	1,2062213
EAR	EEEE	-,57485753	,25981588	,235	-1,3199605	,1702454
	EBC	-,60224404	,22035363	,072	-1,2341767	,0296886
	HWM	-,60410367	,21912173	,067	-1,2325035	,0242961
	UNI_AEGEAN	,11178201	,28938889	,999	-,7181308	,9416948
	ONLINE	,03439602	,26332115	1,000	-,7207594	,7895514
UNI_AEGEAN	EEEE	-,68663954	,27034673	,116	-1,4619430	,0886639
	EBC	-,71402604*	,23267742	,028	-1,3813010	-,0467511
	HWM	-,71588568*	,23151111	,026	-1,3798159	-,0519555
	EAR	-,11178201	,28938889	,999	-,9416948	,7181308
	ONLINE	-,07738599	,27371717	1,000	-,8623552	,7075832
ONLINE	EEEE	-,60925355	,24223842	,123	-1,3039477	,0854406
	EBC	-,63664006*	,19932607	,019	-1,2082696	-,0650105
	HWM	-,63849969*	,19796336	,017	-1,2062213	-,0707781
	EAR	-,03439602	,26332115	1,000	-,7895514	,7207594
	UNI_AEGEAN	,07738599	,27371717	1,000	-,7075832	,8623552

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Στατιστική διαφορά εντοπίζεται ανάμεσα στα γκρουπ «UNI_AEGEAN» /«HWM», «UNI_AEGEAN» /«EBC», «ONLINE»/ «EBC» και «ON LINE»/ «HWM».

Πίνακας 5.2.4β1: «Cost» - Descriptives

Cost

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum	Between-Component Variance
EEEE		33	,0882602	,88724280	,15444915	-,2263424	,4028628	-2,29175	2,10955	
EBC		99	,0827756	,97722252	,09821456	-,1121280	,2776792	-2,50205	2,05520	
HWM		105	-,0477119	1,00641621	,09821617	-,2424782	,1470545	-3,25304	1,64948	
EAR		24	,2502773	,88646761	,18094944	-,1240451	,6245998	-1,81359	1,48337	
UNI_AEGEAN		21	,4677421	,87719305	,19141922	,0684486	,8670356	-2,51424	1,32021	
ONLINE		31	-,7073182	1,02696179	,18444778	-1,0840109	-,3306256	-2,18253	1,80978	
Total		313	,0000000	1,00000000	,05652334	-,1112151	,1112151	-3,25304	2,10955	
Model	Fixed Effects			,97060803	,05486201	-,1079531	,1079531			
	Random Effects				,14707855	-,3780774	,3780774			,07635726

Πίνακας 5.2.4β2: «Cost» - Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Cost	Based on Mean	1,100	5	307	,361
	Based on Median	1,096	5	307	,363
	Based on Median and with adjusted df	1,096	5	304,122	,363
	Based on trimmed mean	1,125	5	307	,347

Πίνακας 5.2.4.β: «Cost» - ANOVA

Cost

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	22,781	5	4,556	4,836	,000
Within Groups	289,219	307	,942		
Total	312,000	312			

F= (5, 307)=4,556 p= 0,000<α(0,05) αρά απορρίπτεται η αρχική υπόθεση H_0 ότι οι μεταβλητές «Cost» και «πηγή απαντήσεων» είναι ανεξάρτητες.

Για να ελεγχθούν οι διαφορές μεταξύ των μέσων όρων ανά ζεύγη έγιναν post hoc αναλύσεις με το κριτήριο Tukey HSD και επίπεδο σημαντικότητας 0,05.

Πίνακας 5.2.4β3: «Cost» Tukey HSD -Multiple Comparisons

Dependent Variable: Cost

Tukey HSD

(I) Conference	(J) Conference	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval Lower Bound	Upper Bound
EEEE	EBC	,00548461	,19509955	1,000	-,5540241	,5649933
	HWM	,13597208	,19370097	,982	-,4195258	,6914699
	EAR	-,16201713	,26038665	,989	-,9087570	,5847227
	UNI_AEGEAN	-,37948186	,27094063	,727	-1,1564885	,3975248

	ONLINE	,79557846*	,24277058	,015	,0993582	1,4917987
EBC	EEEE	-,00548461	,19509955	1,000	-,5649933	,5540241
	HWM	,13048747	,13597113	,930	-,2594521	,5204270
	EAR	-,16750174	,22083770	,974	-,8008226	,4658191
	UNI_AEGEAN	-,38496647	,23318857	,565	-1,0537073	,2837744
	ONLINE	,79009385*	,19976395	,001	,2172085	1,3629792
HWM	EEEE	-,13597208	,19370097	,982	-,6914699	,4195258
	EBC	-,13048747	,13597113	,930	-,5204270	,2594521
	EAR	-,29798922	,21960310	,753	-,9277695	,3317911
	UNI_AEGEAN	-,51545394	,23201970	,231	-1,1808427	,1499348
	ONLINE	,65960638*	,19839825	,013	,0906376	1,2285752
EAR	EEEE	,16201713	,26038665	,989	-,5847227	,9087570
	EBC	,16750174	,22083770	,974	-,4658191	,8008226
	HWM	,29798922	,21960310	,753	-,3317911	,9277695
	UNI_AEGEAN	-,21746473	,29002462	,975	-1,0492007	,6142712
	ONLINE	,95759560*	,26389962	,004	,2007813	1,7144099
UNI_AEGEAN	EEEE	,37948186	,27094063	,727	-,3975248	1,1564885
	EBC	,38496647	,23318857	,565	-,2837744	1,0537073
	HWM	,51545394	,23201970	,231	-,1499348	1,1808427
	EAR	,21746473	,29002462	,975	-,6142712	1,0492007
	ONLINE	1,17506032*	,27431847	,000	,3883667	1,9617540
ONLINE	EEEE	-,79557846*	,24277058	,015	-1,4917987	-,0993582
	EBC	-,79009385*	,19976395	,001	-1,3629792	-,2172085
	HWM	-,65960638*	,19839825	,013	-1,2285752	-,0906376
	EAR	-,95759560*	,26389962	,004	-1,7144099	-,2007813
	UNI_AEGEAN	-1,17506032*	,27431847	,000	-1,9617540	-,3883667

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Στατιστική διαφορά παρουσιάζει το γκρουπ «ONLINE» με όλα τα υπόλοιπα γκρουπ.

Πίνακας 5.2.4γ1: Business Enhancement - Descriptives

Business Enhancement

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum	Between-Component Variance
						Lower Bound	Upper Bound			
EEEE		33	-,1923928	,92479201	,16098563	-,5203098	,1355242	-2,29563	1,74220	
EBC		99	,0525630	,87590652	,08803192	-,1221335	,2272595	-3,56649	1,50108	
HWM		105	-,1565460	1,01878670	,09942340	-,3537063	,0406144	-2,67345	2,10804	
EAR		24	,4850342	1,15633787	,23603648	-,0032445	,9733128	-2,50880	2,10246	
UNI_AEGEAN		21	-,1187024	1,03331248	,22548727	-,5890606	,3516558	-2,77289	1,60813	
ONLINE		31	,2720801	1,11186960	,19969768	-,1357570	,6799171	-1,71517	2,07025	
Total		313	,0000000	1,00000000	,05652334	-,1112151	,1112151	-3,56649	2,10804	
Model	Fixed Effects			,98803071	,05584680	-,1098909	,1098909			
	Random Effects				,10377598	-,2667647	,2667647			,03136988

Πίνακας 5.2.4γ2: Business Enhancement - Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Business Enhancement	Based on Mean	1,849	5	307	,103
	Based on Median	1,553	5	307	,173
	Based on Median and with adjusted df	1,553	5	290,180	,173
	Based on trimmed mean	1,716	5	307	,131

Πίνακας 5.2.4γ3: Business Enhancement - ANOVA

Business Enhancement

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	12,305	5	2,461	2,521	,030
Within Groups	299,695	307	,976		
Total	312,000	312			

F= (5, 307)=2,521 p= 0,030<α(0,05) αρά απορρίπτεται η αρχική υπόθεση H_0 ότι οι μεταβλητές «Business Enhancement» και «πηγή απαντήσεων» είναι ανεξάρτητες.

Για να ελεγχθούν οι διαφορές μεταξύ των μέσων όρων ανά ζεύγη έγιναν post hoc αναλύσεις με το κριτήριο Tukey HSD και επίπεδο σημαντικότητας 0,05.

Πίνακας 5.2.4γ4: Business Enhancement - Tukey HSD - Multiple Comparisons

Dependent Variable: Business Enhancement

Tukey HSD

(I) Conference	(J) Conference	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval Lower Bound	Upper Bound
EEEE	EBC	-,24495583	,19860165	,820	-,8145079	,3245962
	HWM	-,03584688	,19717796	1,000	-,6013161	,5296223
	EAR	-,67742702	,26506066	,112	-1,4375710	,0827170
	UNI_AEGEAN	-,07369041	,27580409	1,000	-,8646445	,7172637
	ONLINE	-,46447292	,24712838	,417	-1,1731905	,2442447
EBC	EEEE	,24495583	,19860165	,820	-,3245962	,8145079
	HWM	,20910896	,13841185	,658	-,1878301	,6060481
	EAR	-,43247119	,22480180	,390	-1,0771604	,2122180
	UNI_AEGEAN	,17126542	,23737437	,979	-,5094795	,8520104
	ONLINE	-,21951709	,20334977	,889	-,8026859	,3636517
HWM	EEEE	,03584688	,19717796	1,000	-,5296223	,6013161
	EBC	-,20910896	,13841185	,658	-,6060481	,1878301
	EAR	-,64158015*	,22354503	,050	-1,2826652	-,0004951
	UNI_AEGEAN	-,03784353	,23618451	1,000	-,7151762	,6394891
	ONLINE	-,42862604	,20195955	,279	-1,0078080	,1505559
EAR	EEEE	,67742702	,26506066	,112	-,0827170	1,4375710
	EBC	,43247119	,22480180	,390	-,2122180	1,0771604
	HWM	,64158015*	,22354503	,050	,0004951	1,2826652
	UNI_AEGEAN	,60373661	,29523064	,319	-,2429292	1,4504024
	ONLINE	,21295410	,26863669	,969	-,5574453	,9833535
UNI_AEGEAN	EEEE	,07369041	,27580409	1,000	-,7172637	,8646445
	EBC	-,17126542	,23737437	,979	-,8520104	,5094795
	HWM	,03784353	,23618451	1,000	-,6394891	,7151762
	EAR	-,60373661	,29523064	,319	-1,4504024	,2429292
	ONLINE	-,39078251	,27924257	,727	-1,1915975	,4100325
ONLINE	EEEE	,46447292	,24712838	,417	-,2442447	1,1731905
	EBC	,21951709	,20334977	,889	-,3636517	,8026859
	HWM	,42862604	,20195955	,279	-,1505559	1,0078080
	EAR	-,21295410	,26863669	,969	-,9833535	,5574453
	UNI_AEGEAN	,39078251	,27924257	,727	-,4100325	1,1915975

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Στατιστική διαφορά εντοπίζεται μεταξύ των γκρουπ «EAR» /«HWM.

Πίνακας 5.2.4δ1: Business schedule availability - Descriptives

Business schedule availability

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum	Between-Component Variance
EEEE		33	-,0391263	,78522735	,13669054	-,3175558	,2393032	-2,28408	1,36949	
EBC		99	,1315810	,95597005	,09607861	-,0590839	,3222459	-2,08202	2,74434	
HWM		105	,0013117	1,02038139	,09957903	-,1961572	,1987807	-2,83516	2,37632	
EAR		24	,3144467	,73201244	,14942141	,0053450	,6235485	-1,70976	1,73629	
UNI_AEGEAN		21	-,2866081	,99800628	,21778282	-,7408951	,1676789	-2,22832	1,26775	
ONLINE		31	-,4322914	1,29776815	,23308604	-,9083166	,0437338	-3,39505	1,76208	
Total		313	,0000000	1,00000000	,05652334	-,1112151	,1112151	-3,39505	2,74434	
Model	Fixed Effects			,98910027	,05590725	-,1100099	,1100099			
	Random Effects				,10048041	-,2582931	,2582931			,02858208

Πίνακας 5.2.4δ2: Business schedule availability - Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Business schedule availability	Based on Mean	2,636	5	307	,024
	Based on Median	2,716	5	307	,020
	Based on Median and with adjusted df	2,716	5	295,816	,020
	Based on trimmed mean	2,672	5	307	,022

Πίνακας 5.2.4δ3: Business schedule availability - ANOVA

Business schedule availability

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	11,656	5	2,331	2,383	,038
Within Groups	300,344	307	,978		
Total	312,000	312			

F= (5, 307)=2,331 p= 0,038<α(0,05 αρά απορρίπτεται η αρχική υπόθεση H_0 ότι οι μεταβλητές «Business schedule availability» και «πηγή απαντήσεων» είναι ανεξάρτητες.

Για να ελεγχθούν οι διαφορές μεταξύ των μέσων όρων ανά ζεύγη έγιναν post hoc αναλύσεις με το κριτήριο Tukey HSD και επίπεδο σημαντικότητας 0,05.

Πίνακας 5.2.4δ4: Business schedule availability - Tukey HSD -Multiple Comparisons

Dependent Variable: Business schedule availability

Tukey HSD

(I) Conference	(J) Conference	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval Lower Bound	Upper Bound
EEEE	EBC	-,17070729	,19881663	,956	-,7408759	,3994613

	HWM	-,04043801	,19739141	1,000	-,6065193	,5256433
	EAR	-,35357300	,26534760	,767	-1,1145399	,4073939
	UNI_AEGEAN	,24748177	,27610265	,947	-,5443286	1,0392921
	ONLINE	,39316508	,24739590	,606	-,3163197	1,1026499
EBC	EEEE	,17070729	,19881663	,956	-,3994613	,7408759
	HWM	,13026928	,13856169	,936	-,2670995	,5276381
	EAR	-,18286571	,22504515	,965	-,8282528	,4625213
	UNI_AEGEAN	,41818906	,23763133	,493	-,2632928	1,0996709
	ONLINE	,56387238	,20356989	,065	-,0199277	1,1476724
HWM	EEEE	,04043801	,19739141	1,000	-,5256433	,6065193
	EBC	-,13026928	,13856169	,936	-,5276381	,2670995
	EAR	-,31313499	,22378703	,728	-,9549140	,3286440
	UNI_AEGEAN	,28791978	,23644019	,828	-,3901461	,9659857
	ONLINE	,43360309	,20217818	,267	-,1462058	1,0134120
EAR	EEEE	,35357300	,26534760	,767	-,4073939	1,1145399
	EBC	,18286571	,22504515	,965	-,4625213	,8282528
	HWM	,31313499	,22378703	,728	-,3286440	,9549140
	UNI_AEGEAN	,60105477	,29555023	,326	-,2465276	1,4486371
	ONLINE	,74673808	,26892749	,064	-,0244952	1,5179714
UNI_AEGEAN	EEEE	-,24748177	,27610265	,947	-1,0392921	,5443286
	EBC	-,41818906	,23763133	,493	-1,0996709	,2632928
	HWM	-,28791978	,23644019	,828	-,9659857	,3901461
	EAR	-,60105477	,29555023	,326	-1,4486371	,2465276
	ONLINE	,14568331	,27954485	,995	-,6559986	,9473652
ONLINE	EEEE	-,39316508	,24739590	,606	-1,1026499	,3163197
	EBC	-,56387238	,20356989	,065	-1,1476724	,0199277
	HWM	-,43360309	,20217818	,267	-1,0134120	,1462058
	EAR	-,74673808	,26892749	,064	-1,5179714	,0244952
	UNI_AEGEAN	-,14568331	,27954485	,995	-,9473652	,6559986

Πίνακας 5.2.4ε1: Conference Publications/science - Descriptives

Conference Publications/science

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum	Between-Component Variance
EEEE		33	,0593308	,72421634	,12606988	-,1974651	,3161268	-1,90815	1,29263	
EBC		99	,1515703	,95812516	,09629520	-,0395244	,3426650	-2,98032	1,84563	
HWM		105	,0260637	,89957015	,08778906	-,1480253	,2001527	-2,33995	2,43532	
EAR		24	-,2697196	1,10607350	,22577631	-,7367734	,1973343	-2,78596	1,62118	
UNI_AEGEAN		21	,4807182	,97893045	,21362014	,0351144	,9263220	-1,43871	2,17530	
ONLINE		31	-,7523188	1,25408569	,22524044	-1,2123211	-,2923165	-3,81702	1,41626	
Total		313	,0000000	1,00000000	,05652334	-,1112151	,1112151	-3,81702	2,43532	
Model	Fixed Effects			,96416877	,05449804	-,1072370	,1072370			
	Random Effects				,15999350	-,4112764	,4112764			,09278161

Πίνακας 5.2.4ε2: Conference Publications/science - Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Conference Publications/science	Based on Mean	2,121	5	307	,063
	Based on Median	1,984	5	307	,081
	Based on Median and with adjusted df	1,984	5	286,044	,081
	Based on trimmed mean	2,121	5	307	,063

Πίνακας 5.2.4ε3: Conference Publications/science - ANOVA

Conference Publications/science

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	26,606	5	5,321	5,724	,000
Within Groups	285,394	307	,930		
Total	312,000	312			

F= (5, 307)=5,724 p= 0,000<α(0,05 αρά απορρίπτεται η αρχική υπόθεση H_0 ότι οι μεταβλητές «Conference Publications/science» και «πηγή απαντήσεων» είναι ανεξάρτητες.

Για να ελεγχθούν οι διαφορές μεταξύ των μέσων όρων ανά ζεύγη έγιναν post hoc αναλύσεις με το κριτήριο Tukey HSD και επίπεδο σημαντικότητας 0,05.

Πίνακας 5.2.4ε4: Conference Publications/science - Multiple Comparisons

Dependent Variable: Conference Publications/science

Tukey HSD

(I) Conference	(J) Conference	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval Lower Bound	Upper Bound
EEEE	EBC	-,09223947	,19380522	,997	-,6480363	,4635573
	HWM	,03326712	,19241591	1,000	-,5185454	,5850797
	EAR	,32905041	,25865918	,800	-,4127353	1,0708362
	UNI_AEGEAN	-,42138736	,26914315	,622	-1,1932391	,3504644
	ONLINE	,81164964*	,24115998	,011	,1200483	1,5032510
EBC	EEEE	,09223947	,19380522	,997	-,4635573	,6480363
	HWM	,12550659	,13506907	,939	-,2618460	,5128592
	EAR	,42128988	,21937261	,392	-,2078294	1,0504092
	UNI_AEGEAN	-,32914789	,23164154	,714	-,9934521	,3351564
	ONLINE	,90388911*	,19843866	,000	,3348044	1,4729738
HWM	EEEE	-,03326712	,19241591	1,000	-,5850797	,5185454
	EBC	-,12550659	,13506907	,939	-,5128592	,2618460
	EAR	,29578330	,21814620	,753	-,3298189	,9213855
	UNI_AEGEAN	-,45465447	,23048042	,360	-1,1156289	,2063199
	ONLINE	,77838253*	,19708203	,001	,2131884	1,3435766
EAR	EEEE	-,32905041	,25865918	,800	-1,0708362	,4127353
	EBC	-,42128988	,21937261	,392	-1,0504092	,2078294
	HWM	-,29578330	,21814620	,753	-,9213855	,3298189
	UNI_AEGEAN	-,75043777	,28810053	,099	-1,5766558	,0757802
	ONLINE	,48259923	,26214884	,441	-,2691942	1,2343927
UNI_AEGEAN	EEEE	,42138736	,26914315	,622	-,3504644	1,1932391
	EBC	,32914789	,23164154	,714	-,3351564	,9934521
	HWM	,45465447	,23048042	,360	-,2063199	1,1156289
	EAR	,75043777	,28810053	,099	-,0757802	1,5766558
	ONLINE	1,23303700*	,27249858	,000	,4515625	2,0145115
ONLINE	EEEE	-,81164964*	,24115998	,011	-1,5032510	-,1200483
	EBC	-,90388911*	,19843866	,000	-1,4729738	-,3348044
	HWM	-,77838253*	,19708203	,001	-1,3435766	-,2131884
	EAR	-,48259923	,26214884	,441	-1,2343927	,2691942
	UNI_AEGEAN	-1,23303700*	,27249858	,000	-2,0145115	-,4515625

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Το γκρουπ «ONLINE» παρουσιάζει στατιστικές διαφορές με όλα τα υπόλοιπα γκρουπ.

Πίνακας 5.2.4ζ1: Time Cost - Descriptives

Time Cost

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum	Between-Component Variance
EEEE		33	,2735709	1,01584152	,17683531	-,0866308	,6337727	-2,51053	2,12848	
EBC		99	-,0415863	1,07742865	,10828565	-,2564756	,1733031	-2,67992	2,01311	
HWM		105	-,0885788	,93156028	,09091097	-,2688587	,0917011	-2,09113	1,72183	
EAR		24	-,1174348	,77178730	,15754042	-,4433320	,2084624	-1,76372	1,44913	
UNI_AEGEAN		21	-,1974245	,92569020	,20200216	-,6187936	,2239446	-1,60379	1,65290	
ONLINE		31	,3662685	1,08553719	,19496823	-,0319098	,7644468	-1,87535	3,03666	
Total		313	,0000000	1,00000000	,05652334	-,1112151	,1112151	-2,67992	3,03666	
Model	Fixed Effects			,99383599	,05617493	-,1105366	,1105366			
	Random Effects				,08430344	-,2167089	,2167089			,01620220

Πίνακας 5.2.4ζ2: Time Cost - Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Time Cost	Based on Mean	1,216	5	307	,301
	Based on Median	1,086	5	307	,368
	Based on Median and with adjusted df	1,086	5	289,561	,368
	Based on trimmed mean	1,188	5	307	,315

Πίνακας 5.2.4ζ3: Time Cost -ANOVA

Time Cost

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	8,773	5	1,755	1,776	,117
Within Groups	303,227	307	,988		
Total	312,000	312			

F= (5, 307)=5,724 p= 0,117>α(0,05) αρά <u>ΔΕΝ</u> απορρίπτεται η αρχική υπόθεση H_0 ότι οι μεταβλητές «Time Cost» και «πηγή απαντήσεων» είναι ανεξάρτητες.

Πίνακας 5.2.4^{η}1: Personal Enhancement - Descriptives

Personal Enhancement

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum	Between-Component Variance
EEEE	33	,0242304	,91960358	,16008243	-,3018468	,3503077	-1,85080	1,80367	
EBC	99	,2159983	,88811059	,08925847	,0388677	,3931288	-2,52752	2,28417	
HWM	105	-,1155318	1,08130525	,10552459	-,3247910	,0937274	-3,92814	2,07080	
EAR	24	,1289787	1,03390002	,21104396	-,3075990	,5655564	-1,84505	2,09566	
UNI_AEGEAN	21	,0558184	,84189907	,18371744	-,3274094	,4390463	-1,65184	1,39735	

ONLINE		31	-,4619442	1,06710956	,19165853	-,8533631	-,0705253	-2,66720	1,45567	
Total		313	,0000000	1,00000000	,05652334	-,1112151	,1112151	-3,92814	2,28417	
Model	Fixed Effects			,98668730	,05577086	-,1097415	,1097415			
	Random Effects				,10776788	-,2770262	,2770262			,03486720

Πίνακας 5.2.4η2: Personal Enhancement - -Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Personal Enhancement	Based on Mean	1,265	5	307	,279
	Based on Median	1,178	5	307	,320
	Based on Median and with adjusted df	1,178	5	295,735	,320
	Based on trimmed mean	1,241	5	307	,290

Πίνακας 5.2.η3.στ: Personal Enhancement - ANOVA

Personal Enhancement

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	13,120	5	2,624	2,695	,021
Within Groups	298,880	307	,974		
Total	312,000	312			

F= (5, 307)=2,624 p= 0,021<α(0,05 αρά απορρίπτεται η αρχική υπόθεση H_0 ότι οι μεταβλητές «Personal Enhancement» και «πηγή απαντήσεων» είναι ανεξάρτητες.

Για να ελεγχθούν οι διαφορές μεταξύ των μέσων όρων ανά ζεύγη έγιναν post hoc αναλύσεις με το κριτήριο Tukey HSD και επίπεδο σημαντικότητας 0,05.

Πίνακας 5.2.4.η4: Personal Enhancement Tukey HSD - Multiple Comparisons

Dependent Variable: Personal Enhancement

Tukey HSD

(I) Conference	(J) Conference	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval Lower Bound	Upper Bound
EEEE	EBC	-,19176784	,19833161	,928	-,7605455	,3770098
	HWM	,13976219	,19690986	,981	-,4249382	,7044625
	EAR	-,10474830	,26470026	,999	-,8638587	,6543621
	UNI_AEGEAN	-,03158803	,27542909	1,000	-,8214667	,7582907
	ONLINE	,48617462	,24679236	,362	-,2215793	1,1939286
EBC	EEEE	,19176784	,19833161	,928	-,3770098	,7605455
	HWM	,33153003	,13822366	,160	-,0648693	,7279294
	EAR	,08701954	,22449614	,999	-,5567931	,7308321
	UNI_AEGEAN	,16017981	,23705161	,985	-,5196395	,8399991
	ONLINE	,67794246*	,20307327	,012	,0955666	1,2603183
HWM	EEEE	-,13976219	,19690986	,981	-,7044625	,4249382
	EBC	-,33153003	,13822366	,160	-,7279294	,0648693
	EAR	-,24451049	,22324108	,883	-,8847238	,3957028
	UNI_AEGEAN	-,17135022	,23586338	,979	-,8477619	,5050615
	ONLINE	,34641242	,20168495	,521	-,2319820	,9248068
EAR	EEEE	,10474830	,26470026	,999	-,6543621	,8638587
	EBC	-,08701954	,22449614	,999	-,7308321	,5567931
	HWM	,24451049	,22324108	,883	-,3957028	,8847238

	UNI_AEGEAN	,07316027	,29482922	1,000	-,7723543	,9186749
	ONLINE	,59092292	,26827142	,239	-,1784289	1,3602748
UNI_AEGEAN	EEEE	,03158803	,27542909	1,000	-,7582907	,8214667
	EBC	-,16017981	,23705161	,985	-,8399991	,5196395
	HWM	,17135022	,23586338	,979	-,5050615	,8477619
	EAR	-,07316027	,29482922	1,000	-,9186749	,7723543
	ONLINE	,51776264	,27886288	,431	-,2819635	1,3174888
ONLINE	EEEE	-,48617462	,24679236	,362	-1,1939286	,2215793
	EBC	-,67794246*	,20307327	,012	-1,2603183	-,0955666
	HWM	-,34641242	,20168495	,521	-,9248068	,2319820
	EAR	-,59092292	,26827142	,239	-1,3602748	,1784289
	UNI_AEGEAN	-,51776264	,27886288	,431	-1,3174888	,2819635

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Το γκρουπ «ONLINE» παρουσιάζει στατιστικές διαφορές με το γκρουπ «EBC» .

5.3. Παραγοντική Ανάλυση κινήτρων πρόθεσης επανασυμμετοχής σε περιοδικό ακαδημαϊκό συνέδριο

5.3.1.: Έλεγχος εγκυρότητας και αξιοπιστίας ερωτηματολογίων:

Πινάκας 5.3.1.α. ReFactors - Συντελεστής α Cronbach : 1η Επανάληψη	
Cronbach's Alpha	N of Items
,806	8

Πίνακας 5.3.1.α: ReFactors - Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Re-attendance because of the conference(s)' scientific program satisfaction	24,89	23,229	,245	,081	,815
Re-attendance because of the conference(s)' social program satisfaction	25,78	19,132	,568	,445	,776
Re-attendance because of the conference(s)' venue facilities satisfaction	25,57	19,405	,599	,497	,772
Re-attendance because of the staff's service satisfaction	25,37	19,171	,608	,467	,770
Re-attendance to meet again with old colleagues	25,28	20,417	,488	,332	,788
Re-attending a conference to feel part of a global community	25,24	19,720	,560	,528	,777

Re-attending a conference to gain peer recognition	25,44	19,560	,539	,477	,780
Re-attendance because it will be held again in the same place	26,13	19,165	,513	,306	,786

Ο συντελεστής α Cronbach=0,806> 0,70 αρά το ερωτηματολόγιο χαρακτηρίζεται ως αξιόπιστο. Από το σχήμα παρατηρείται ότι η ερώτηση « Re-attendance because of the conference(s)' scientific program satisfaction» παρουσιάζει χαμηλή συσχέτιση=0,245<0,300 ενώ αν αφαιρεθεί θα συντελεστής θα αυξηθεί και θα γίνει=0,815.

Πίνακας 5.3.1β1: ReFactors - Συντελεστής α Cronbach : 2η Επανάληψη

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,815	7

Πίνακας 5.3.1β2: ReFactors - Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Re-attendance because of the conference(s)' social program satisfaction	21,57	17,240	,567	,442	,788
Re-attendance because of the conference(s)' venue facilities satisfaction	21,36	17,485	,602	,495	,783
Re-attendance because of the staff's service satisfaction	21,16	17,236	,614	,467	,780
Re-attendance to meet again with old colleagues	21,06	18,445	,491	,331	,801
Re-attending a conference to feel part of a global community	21,03	17,862	,552	,525	,791
Re-attending a conference to gain peer recognition	21,23	17,725	,529	,471	,795
Re-attendance because it will be held again in the same place	21,91	17,149	,528	,304	,797

Κατά την δεύτερη επανάληψη παρατηρείται ότι δεν υπάρχουν άλλες προτάσεις οι οποίες αν εξαιρεθούν θα αυξηθεί ο α Cronbach.

5.3.2. Καθορισμός Παραγόντων μέσω παραγοντικής ανάλυσης

Μέτα τον έλεγχο ποιότητας πραγματοποιήθηκε ανάλυση κύριων συνιστώσων με περιστροφή Varimax, κριτήριο σημαντικότητας συντελεστών =± .40 και ιδιοτιμές (Eigenvalues)>1.

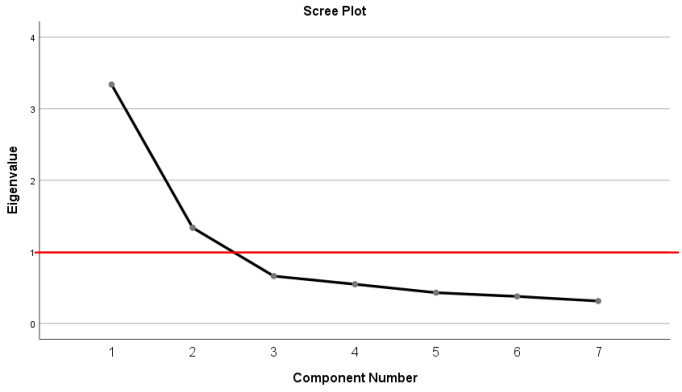
Πίνακας 5.3.2$^{\alpha}$1 : ReFactors- **KMO and Bartlett's Test**		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,806
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	779,726
	df	21
	Sig.	,000

KMO=0,806>0,6 => επαρκές δείγμα

Bartlett=0,000<α => γίνεται αποδεκτή η εναλλακτική υπόθεση H_1.

Πίνακας5.3.2α2 : ReFactors - **Total Variance Explained**									
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
Component	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,338	47,684	47,684	3,338	47,684	47,684	2,532	36,168	36,168
2	1,336	19,088	66,773	1,336	19,088	66,773	2,142	30,605	66,773
3	,661	9,439	76,212						
4	,547	7,811	84,023						
5	,429	6,133	90,157						
6	,377	5,384	95,540						
7	,312	4,460	100,000						
Extraction Method: Principal Component Analysis.									

Στον πίνακα 5.3.2α2. Παρουσιάζονται οι ιδιοτιμές (Eigenvalues) και το ποσοστό συνδιακύμανσης που εξηγεί κάθε παράγοντας. Προκύπτουν 2 παράγοντες που εξηγούν το 66,77% της συνολικής συνδιακύμανσης >50%.



Σχήμα: 6.3.2α. ReFactors - Scree plot

Από το Scree plot φαίνεται ότι θα χρησιμοποιηθούν 2 παράγοντες.

Πίνακας 5.3.2β.: ReFactors - Rotated Component Matrix[a]		
	Component	
	1	2
Re-attendance because of the conference(s)' venue facilities satisfaction	,844	
Re-attendance because of the conference(s)' social program satisfaction	,819	
Re-attendance because of the staff's service satisfaction	,798	
Re-attendance because it will be held again in the same place	,641	
Re-attending a conference to feel part of a global community		,879
Re-attending a conference to gain peer recognition		,831
Re-attendance to meet again with old colleagues		,729
Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.[a]		
a. Rotation converged in 3 iterations.		

Από τον πίνακα επιβαρύνσεων μετά από περιστροφή παρατηρείται ότι όλες οι προτάσεις έχουν φόρτιση πάνω από 0,4 και κάθε πρόταση βρίσκεται σε έναν παράγοντα. Ο παράγοντας 1 περιλαμβάνει τις διαστάσεις: «Re-attendance because of the conference(s)' venue facilities satisfaction», «Re-attendance because of the conference(s)' social program satisfaction», «Re-attendance because of the staff's service satisfaction» και «Re-attendance because it will be held again in the same place». Παρατηρείται ότι όλες οι διαστάσεις αφορούν στην «ψυχαγωγική» πλευρά του συνεδρίου και την συνολική εμπειρία που αποκομίζει ο σύνεδρος από την συμμετοχή του καθώς και την θέληση για επιστροφή στο ίδιο μέρος. Αν το ίδιο το συνέδριο θεωρηθεί ως το «προϊόν» της ερευνάς, τότε από πλευράς μάρκετινγκ, οι παραπάνω διαστάσεις αφορούν κυρίως στο δεύτερο και στο τρίτο επίπεδο του

συνεδρίου «προϊόντος» το «επαυξημένο προϊόν». Επιπλέον η διάσταση «Re-attendance because it will be held again in the same place» δείχνει ότι οι συμμετέχοντες είναι πρόθυμοι να επιστρέψουν στον ίδιο προορισμό εφόσον μείνανε ικανοποιημένοι από την προηγούμενη εμπειρία τους. Ο περιγραφικός τίτλος για τον πρώτο παράγοντα θα μπορούσε να είναι: **«Αυξημένα χαρακτηριστικά του συνεδρίου» /«Augmented conference features».**

Ο παράγοντας 2 περιλαμβάνει τις διαστάσεις «Re-attending a conference to feel part of a global community», «Re-attending a conference to gain peer recognition», «Re-attendance to meet again with old colleagues». Οι παραπάνω διαστάσεις αφορούν στην προσωπική και επαγγελματική εξέλιξη και στην αυτοεκτίμηση του συμμετέχοντα. Ο περιγραφικός τίτλος για τον πρώτο παράγοντα θα μπορούσε να είναι: **«Προσωπική/Επιχειρηματική Ενίσχυση» - «Personal/Business Enhancement».**

5.3.3.Έλεγχος Κανονικότητας των νέων μεταβλητών

Πραγματοποιήθηκε έλεγχος κανονικότητας των νέων μεταβλητών για να διαπιστωθεί αν πληρούν το κριτήριο της κανονικότητας (απαραίτητο για τη χρήση σε παραμετρικά τεστ). Ελέγχονται οι απόλυτες τιμές λοξότητας (Skewness) και κύρτωσης (Kurtosis) των νέων μεταβλήτων που πρέπει να είναι μικρότερες του δύο για μεγάλο δείγμα (n >300) .

Πίνακας 5.3.3α. Re-attendance Factors -Statistics

		Augmented conference features	Personal/Business Enhancement
N	Valid	315	315
	Missing	4	4
Mean		,0000000	,0000000
Median		,0533859	,1388984
Std. Deviation		1,00000000	1,00000000
Variance		1,000	1,000
Skewness		**-,249**	**-,734**
Std. Error of Skewness		,137	,137
Kurtosis		**-,275**	**,439**
Std. Error of Kurtosis		,274	,274

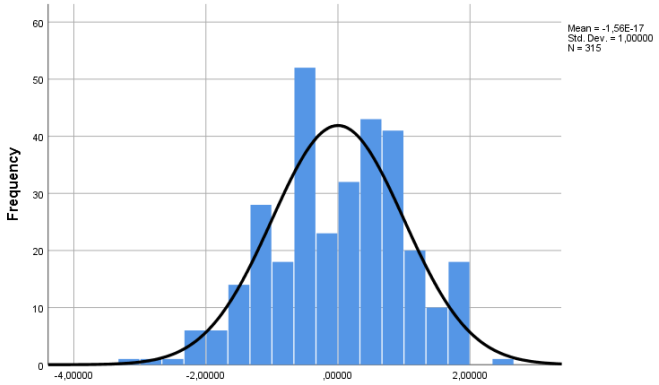
Διαπιστώθηκε ότι οι μεταβλητές πληρούν τα κριτήρια για παραμετρικά τεστ αφού

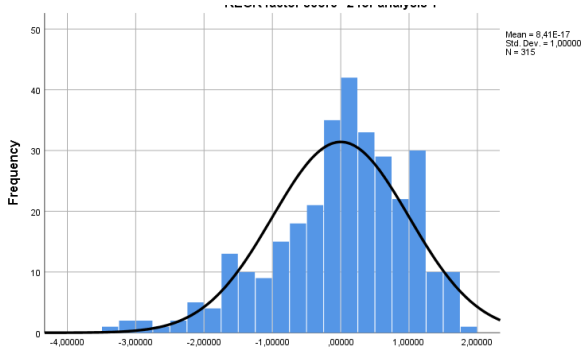
1. για την νέα μεταβλητή **«Augmented conference features»**

|skew| =0,249 < 2 και |kurtosis|= 0,734 <2

2. για την μεταβλητή **«Personal/Business Enhancement»**

|skew| =0,275 < 2 και |kurtosis|= 0,439<2





«Augmented conference features» «Personal/Business Enhancement»

Σχήμα 5.3.3β. Ραβδογράμματα νέων μεταβλητών (Re-attendance factors)

5.3.4. Ανάλυση One way ANOVA

Ένα ερώτημα που εξετάζει η παρούσα ερεύνα είναι για αν υπάρχουν διαφοροποιήσεις στα κίνητρα επανασυμμετοχής ανάλογα με την πηγή απαντήσεων στην έρευνα (διαφορετικά συνέδρια - πανεπιστήμιο Αιγαίου, on line Survey). Για τον σχετικό έλεγχο, πραγματοποιήθηκε ανάλυση One way ANOVA, με εξαρτημένες μεταβλητές τους 2 νέους παράγοντες επανασυμμετοχής και ανεξάρτητη μεταβλητή την πηγή απαντήσεων του ερωτηματολογίου.

Πίνακας 5.3.4.α1: «Augmented conference features» / «Personal/Business Enhancement'» Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
Augmented conference features	EEEE	34	-,0547962	1,00575378	,17248535	-,4057203	,2961279	-1,97951	1,71409
	EBC	99	,2912672	1,02183853	,10269864	,0874651	,4950693	-2,96611	1,93699
	HWM	108	,0837013	,93686348	,09014973	-,0950100	,2624126	-2,00048	2,41324
	EAR	22	-,3650263	,95033536	,20261218	-,7863814	,0563287	-2,10004	1,71409
	UNI_AEGEAN	21	-,6766357	,93600754	,20425359	-1,1027012	-,2505702	-2,27030	,81146
	ONLINE	31	-,4442642	,81581678	,14652502	-,7435082	-,1450202	-3,09699	1,48598
	Total	315	,0000000	1,00000000	,05634362	-,1108588	,1108588	-3,09699	2,41324
Personal/Business Enhancement'	EEEE	34	-,0503763	,94308739	,16173815	-,3794350	,2786825	-2,42286	1,66771
	EBC	99	,1724541	,97596133	,09808780	-,0221980	,3671061	-3,29079	1,67804
	HWM	108	-,2246140	,95948768	,09232675	-,4076410	-,0415870	-3,08007	1,73726
	EAR	22	,2057505	1,09869056	,23424161	-,2813816	,6928826	-2,15151	1,71846
	UNI_AEGEAN	21	,0463716	,93943412	,20500133	-,3812537	,4739969	-1,65679	1,56157
	ONLINE	31	,1096077	1,15426438	,20731200	-,3137799	,5329953	-2,09735	1,79454
	Total	315	,0000000	1,00000000	,05634362	-,1108588	,1108588	-3,29079	1,79454

Πίνακας 5.3.4$^{\alpha}$2: «Augmented conference features» / «Personal/Business Enhancement'» - Test of Homogeneity of Variances					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Augmented conference features'	Based on Mean	1,084	5	309	,369
	Based on Median	,960	5	309	,442
	Based on Median and with adjusted df	,960	5	299,837	,442
	Based on trimmed mean	1,036	5	309	,396
Personal/Business Enhancement'	Based on Mean	,860	5	309	,508
	Based on Median	,821	5	309	,536
	Based on Median and with adjusted df	,821	5	304,530	,536
	Based on trimmed mean	,880	5	309	,495

Πίνακας 5.3.4$^{\alpha}$3: «Augmented conference features» / «Personal/Business Enhancement'» - ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Augmented conference features'	Between Groups	27,922	5	5,58	6,032	,000
	Within Groups	286,09	309	,926		
	Total	314,00	314			
Personal/Business Enhancement'	Between Groups	9,83	5	1,97	1,997	,079
	Within Groups	304,17	309	,984		
	Total	314,00	314			

Από τον πίνακα 5.3.4.α. :

Για τον παράγοντα 1. (Augmented conference features):

F=(27,92, 286)=6,032 p=0,000<α=0,05 αρά απορρίπτεται η αρχική υπόθεση H_0 ότι ότι μεταβλητές «Augmented conference features» και «πηγή απαντήσεων» είναι ανεξάρτητες.

Για τον παράγοντα 2. (Personal/Business Enhancement):

F=(9,83, 304)=1,997 p=0,079>α=0,05 αρά γίνεται αποδεκτή η αρχική υπόθεση H_0 ότι μεταβλητές «Personal/Business Enhancement» επανασυμμέτοχης και και «πηγή απαντήσεων» είναι ανεξάρτητες.

Για την περίπτωση του πρώτου παράγοντα, για τον οποίο απορρίφτηκε η H_0 ακολουθεί post hoc ανάλυση με το κριτήριο Tukey HSD και και επίπεδο σημαντικότητας 0,05, για να ελεγχθούν οι διαφορές μεταξύ των μέσων όρων ανά ζεύγη.

Πίνακας 5.3.4[α]4 «Augmented conference features» - Tukey HSD - Multiple Comparisons

Tukey HSD

Dependent Variable	(I) Conference	(J) Conference	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Augmented conference features'	EEEE	EBC	-0,346	0,191	0,461	-0,895	0,202
		HWM	-0,138	0,189	0,978	-0,681	0,404
		EAR	0,310	0,263	0,847	-0,445	1,065
		UNI_AEGEAN	0,622	0,267	0,186	-0,144	1,388
		ONLINE	0,389	0,239	0,579	-0,296	1,075
	EBC	EEEE	0,346	0,191	0,461	-0,202	0,895
		HWM	0,208	0,134	0,632	-0,176	0,591
		EAR	,657*	0,227	0,047	0,006	1,307
		UNI_AEGEAN	,968*	0,231	0,001	0,305	1,631
		ONLINE	,736*	0,198	0,003	0,168	1,303
	HWM	EEEE	0,138	0,189	0,978	-0,404	0,681
		EBC	-0,208	0,134	0,632	-0,591	0,176
		EAR	0,449	0,225	0,348	-0,197	1,094
		UNI_AEGEAN	,761*	0,229	0,013	0,102	1,418
		ONLINE	0,528	0,196	0,080	-0,034	1,090
	EAR	EEEE	-0,310	0,263	0,847	-1,065	0,445
		EBC	-,657*	0,227	0,047	-1,307	-0,006
		HWM	-0,449	0,225	0,348	-1,094	0,197
		UNI_AEGEAN	0,312	0,294	0,896	-0,530	1,153
		ONLINE	0,079	0,268	1,000	-0,690	0,848
	UNI_AEGEAN	EEEE	-0,622	0,267	0,186	-1,388	0,144
		EBC	-,968*	0,231	0,001	-1,631	-0,305
		HWM	-,761*	0,229	0,013	-1,418	-0,102
		EAR	-0,312	0,294	0,896	-1,153	0,530
		ONLINE	-0,232	0,272	0,957	-1,012	0,547
	ONLINE	EEEE	-0,389	0,239	0,579	-1,075	0,296
		EBC	-,736*	0,198	0,003	-1,303	-0,168
		HWM	-0,528	0,196	0,080	-1,090	0,034
		EAR	-0,079	0,268	1,000	-0,848	0,690
		UNI_AEGEAN	0,232	0,272	0,957	-0,547	1,012

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Στατιστική διαφορά εντοπίζεται ανάμεσα στο γκρουπ «EBC» με τα γκρουπ «UNI_AEGEAN», «ON LINE» και «EAR» και του γκρουπ «HWM» με το «UNI_AEGEAN».

Συμπεράσματα – Προτάσεις

Αντικείμενο της παρούσας μελέτης αποτέλεσε η ανάλυση των προσδιοριστικών παραγόντων ελκυστικότητας επιστημονικών συνεδρίων. Η διεξαγωγή της ερευνάς έγινε, μέσω ερωτηματολογίου, σε συνεδρία που διοργανώθηκαν στην πόλη των Χανίων, στο πανεπιστήμιο Αιγαίου και διαδικτυακά με την αποστολή ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων σε επιλεγμένο κοινό που πληρούσε τα κριτήρια συμμετοχής. Το ερωτηματολόγιο της έρευνας περιελάμβανε 41 κατηγορίες δηλώσεων (κατηγοριοποιημένα κίνητρα συμμετοχής), τα οποία βασίστηκαν σε προηγούμενες σχετικές μελέτες και στις συνεντεύξεις προέδρων οργανωτικών επιτροπών ακαδημαϊκών συνεδρίων και 8 κατηγορίες δηλώσεων επανασυμμετοχής. Συνολικά επιστράφηκαν 319 έγκυρα ερωτηματολόγια, η στατιστική επεξεργασία των οποίων πραγματοποιήθηκε με το στατιστικό πρόγραμμα IBM SPPS –Version 25.

Από τις 41 κατηγορίες δηλώσεων συμμετοχής, τις μεγαλύτερες μέσες τιμές συγκέντρωσαν οι δηλώσεις “Relevance of topics”, “Learning about new research”, “Developing professional network”, “Introducing new topics in the field”, “Opportunity to present a paper” και “Work time availability», ενώ τις μικρότερες μέσες τιμές συγκέντρωσαν οι δηλώσεις “Weather at the conference destination”, “Chance to travel with family/ friends”, “Chance to visit family & friends”, “Availability of night life at the conference destination” και “Shopping during the conference”.

Από τα αποτελέσματα της παραγοντικής ανάλυσης προκύπτουν 7 παράγοντες που εξηγούν το 66,18% της συνολικής συνδιακύμανσης. Τα ευρήματα από την παρούσα μελέτη, αν και δεν συμφωνούν πλήρως με τα ευρήματα προηγούμενων ερευνών, ταιριάζουν με τα ευρύτερα θέματα και τα ζητήματα που έχουν εντοπιστεί από τους προηγούμενους συγγραφείς στον τομέα. Ο παράγοντας 1: «Χαρακτηριστικά τοποθεσίας και ψυχαγωγίας» και ο παράγοντας 2: «κόστος» παρουσίασαν τους δύο υψηλότερους μέσους όρους από τους 7 παράγοντες που προέκυψαν. Οι περισσότερες από τις έρευνες που ασχολούνται με τα κίνητρα συμμετοχής σε συνέδρια περιλαμβάνουν τους παραπάνω παράγοντες, οι οποίοι βρίσκονται

συνήθως μεταξύ των παραγόντων με τους υψηλότερους μέσους όρους της εκάστοτε έρευνας. Οι παράγοντες 3: «Επαγγελματική ενίσχυση» και 7: «Προσωπική ενίσχυση» παρουσιάζουν, ως προς τις διαστάσεις που τους συνθέτουν, αρκετές ομοιότητες με τους παράγοντες «Δικτύωση» και «Επαγγελματική/ Προσωπική ενίσχυση» που εμφανίζονται στη σχετική βιβλιογραφία και αντίστοιχα οι παράγοντες 4: «Επαγγελματικό Χρονοδιάγραμμα» και «Διαθέσιμος προσωπικός χρόνος» παρουσιάζουν αρκετές ομοιότητες με τους «ανασταλτικούς παράγοντες» των μελετών των Oppermann και Chon (1997), (Oppermann, 1995), Var et al. (1985), και Rittichainuwat et all. (2001). Τέλος στη βιβλιογραφία που μελετήθηκε δεν έχει εμφανιστεί ο παράγοντας 5: « Δημοσιεύσεις συνεδρίου» που αποκάλυψε η παρούσα μελέτη και περιλαμβάνει τις διαστάσεις : «Special issue publications», «Conference proceedings (with an assigned ISBN/ISSN - indexed in Scopus)» και «Interesting Special Sessions». Η παρουσία του εν λόγω παράγοντα εξηγείται πιθανώς λόγω του αντικειμένου των συνεδρίων της έρευνας. Η πλειοψηφία των ερωτηματολογίων προήλθε από συνέδρια στον επιστημονικό τομέα των μηχανικών, όπου οι επιστημονικές δημοσιεύσεις είναι σημαντικές.

Στην σύγκριση για τον εντοπισμό διαφορών στα κίνητρα ανάλογα την πηγή απαντήσεων, οι κυριότερες διαφορές βρέθηκαν ανάμεσα στα γκρουπ που απάντησαν on line / από το πανεπιστήμιο Αιγαίου σε σχέση με τα υπόλοιπα γκρουπ (με εξαίρεση τον παράγοντα 3: «Επαγγελματική ενίσχυση» που οι στατιστική διάφορα εντοπίζεται ανάμεσα στα γκρουπ “EBC”/”EAR”) αποτελέσματα που εξηγούνται από την ομοιομορφία που παρουσιάζουν τα συνεδρία που συμμετείχε η έρευνα.

Συμπερασματικά, για τον επιτυχημένο σχεδιασμό ενός συνεδρίου και την επιτυχή προσέλκυση/ μεγιστοποίηση των συμμετοχών οι υπεύθυνοι πρέπει να επιλέξουν και να προβάλουν κατάλληλα τον προορισμό, να τονίσουν τα οφέλη της δικτύωσης και της επαγγελματικής/ προσωπικής βελτίωσης. Ο παράγοντας τους κόστους είναι πάντα μια σημαντική μεταβλητή και πρέπει να ανταποκρίνεται στο προσφερόμενο πακέτο ενώ είναι καθοριστική η επιλογή της κατάλληλης ημερομηνίας διεξαγωγής του συνεδρίου (ανάλογα τον τομέα οι υπεύθυνοι είναι σε θέση να γνωρίζουν τις

περιόδους επαγγελματικής φόρτισης (π.χ. εξετάσεις στο πανεπιστήμιο, τα συνεδρία με παρόμοιο αντικείμενο που διοργανώνονται και τις περιόδους διακοπών). Τέλος πρέπει να σημειωθεί ότι όλοι οι παραπάνω παράγοντες και οι διαστάσεις τους εξετάζονται από τους δυνητικούς συμμετέχοντες και ως συστατικά του ίδιου του συνεδρίου που καλούνται να συμμετάσχουν αλλά και σε σχέση με άλλα συνέδρια, παρόμοιου επιστημονικού ενδιαφέροντος, που έχουν την ευκαιρία να παραστούν. Σε αυτό το πλαίσιο και προκειμένου να αυξηθεί η συμμετοχή ενός συνεδρίου, οι υπεύθυνοι σχεδιασμού πρέπει να κατανοήσουν σε βάθος τις διαστάσεις που συνθέτουν τα παραπάνω κίνητρα συμμετοχής και να μελετήσουν τα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά των δυνητικών συμμετεχόντων, ώστε να επικοινωνήσουν αποτελεσματικά τα συγκριτικά εκείνα πλεονεκτήματα της διοργάνωσης που την διαφοροποιούν.

Στην περίπτωση των περιοδικών συνεδρίων, που οργανώνονται ανά τακτά χρονικά διαστήματα, εκτός από την προσέλκυση νέων συμμετεχόντων σημαντικό στόχο αποτελεί και η διατήρηση των αφοσιωμένων συμμετεχόντων. Στην παρούσα μελέτη ερευνήθηκαν οι λόγοι και τα κίνητρα επανασυμμετοχής σε ένα περιοδικό συνέδριο. Το τμήμα αυτό στο ερωτηματολόγιο της έρευνας περιελάμβανε 8 κατηγορίες δηλώσεων, 4 εκ των οποίων αφορούσαν στην ικανοποίηση από στοιχεία του συνεδρίου, 3 που αφορούσαν στην επαγγελματική/προσωπική ενίσχυση του συμμετέχοντα και τέλος μια δήλωση που αφορά στο αν οι συμμετέχοντες προτιμούν να επιστρέφουν στον ίδιο προορισμό για την συμμετοχή στο συνέδριο ή αν θα ήθελαν να αλλάζει ο προορισμός.

Από τις 8 κατηγορίες δηλώσεων επανασυμμετοχής τις μεγαλύτερες μέσες τιμές συγκέντρωσαν οι δηλώσεις “Re-attendance because of the conference(s)’ scientific program satisfaction”, “Re-attending a conference to feel part of a global community”, “Re-attendance to meet again with old colleagues” ενώ την μικρότερη μέση τιμή η δήλωση “Re-attendance because it will be held again in the same place.

Από τα αποτελέσματα της παραγοντικής ανάλυσης προκύπτουν 2 παράγοντες που εξηγούν το 66,77% της συνολικής συνδιακύμανσης. Ο παράγοντας 1 «Αυξημένα

χαρακτηριστικά του συνεδρίου» αφορά στο συνέδριο ως «επαυξημένο προϊόν» και την συνολική εμπειρία που αποκομίζει ο συμμετέχοντας κυρίως από την διοργάνωση και ο παράγοντας 2 «Προσωπική / Επιχειρηματική Ενίσχυση» αφορά στην προσωπική και επαγγελματική εξέλιξη και στην αυτοεκτίμηση του συμμετέχοντα (βλ. πυραμίδα του Maslow).

Συμπερασματικά για την διατήρηση των αφοσιωμένων συμμετεχόντων, οι υπεύθυνοι πρέπει αφενός να φροντίζουν για μια επιτυχημένη, επαγγελματική διοργάνωση που επιτυγχάνει υψηλά επίπεδα υπηρεσιών και ενδιαφέροντα κοινωνικά προγράμματα και αφετέρου να συνδέσουν το συνέδριο στο μυαλό του συμμετέχοντα με συναισθηματικούς, κοινωνικούς (η αίσθηση του «ανήκειν»), προσωπικούς (αυτοεκτίμησης – αυτοπραγμάτωσης) και επαγγελματικούς (κύρους) παράγοντες.

Περιορισμοί

Η παρούσα μελέτη επικεντρώθηκε στην έρευνα συμμετοχής σε επιστημονικά συνέδρια και όχι σε εταιρικά ή διαφορετικού περιεχομένου συνέδρια αρά ένα μεγάλο ποσοστό συμμετεχόντων σε συνέδρια δεν έχει μελετηθεί. Τα κίνητρα που επηρεάζουν τους συμμετέχοντες είναι πιθανόν να διαφέρουν σε ένα π.χ. εταιρικό συνέδριο. Επιπλέον, η πλειοψηφία των απαντήσεων προήλθε από συνέδρια που διοργανώθηκαν από το Πολυτεχνείο Κρήτης και το ΜΑΙΧ, στην πόλη των Χανίων (83,7%). Συνεπώς τα αποτελέσματα της έρευνας αφορούν σε συγκεκριμένες περιπτώσεις συμμετοχής, όπου λογικά οι συμμετέχοντες παρουσιάζουν ομοιομορφίες στη συμπεριφορά που δεν επιτρέπουν ούτε τη γενίκευση των αποτελεσμάτων ούτε την ευρύτερη κατανόηση των συνέδρων γενικότερα.

Βιβλιογραφία

Bansal, H. & Eiselt, H. A. (2004). Exploratory research of tourist motivations and planning. Tourism Management, 25, 387-396.

Cha, S.,McCleary, K.W., & Uysal, M.(1995). Travel motivations of Japanese overseas travelers: A factor cluster segmentation approach. Journal of Travel Research. 34 (1):33-39

Chul Oh, H., Uysal, M., & Weaver, P. (1995). Product bundles and market segments based on travel motivation. A canonical correlation approach. International Journal of Hospitality Management. 14: 123-137

Cohen, L., Manion, L. & Morrison, K. R. B., (2011). Research methods in education. Oxon, UK: Routledge.

Crompton, J. (1979). Motivations of pleasure vacations. Annals of Tourism Research, 6(4): 408-424.

Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacations. Annals of Tourism Research. 6: 408 – 424.

Dann, G.M.S. (1981). Tourism motivation: An appraisal. Annals of Tourism Research, 8: 187 – 219.

Freud, S.(1966). The Complete introductory lectures on psychoanalysis. New York: Norton

Hair, F., Jr., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). Multivariate data analysis with readings (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

Jago, L. K., & Deery, M. (2005). Relationships and factors influencing convention decision-making. Journal of Convention and Event Tourism, 7(1), 23–42.

Landau S, Everitt B. (2004), A Handbook of Statistical Analyses using SPSS, Chapman & Hall/CRC Press LLC.

Mair, J., & Thompson, K. (2009). The UK Association Conference Attendance Decision-making Process. Tourism Management, 30, 400-409.

Mair, J., (2010) Profiling Conference Delegates Using Attendance Motivations, Journal of Convention & Event Tourism, 11:3, 176-194

Malek Mohammadi ,A,. Mohamed, B.(2010). Convention Decision Making Modeling. International Journal of Trade Economics and Finance.1: 54-6.

Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review, 50*(4), 370-396.

McCabe, V., Poole, B., Weeks, P., & Leiper, N. (2000), The business and management of conventions. John Wiley & Sons, Milton.

McCabe, V., Poole, B., Weeks, P., & Leiper, N. (2000). The business and management of conventions. John Wiley & Sons, Milton, Qld.

McClelland, David C. (1961). The Achieving Society University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship.

Middleton, V.T.C., Fyall,A., Morgan,M., & Ranhhond,A., (2009).Marketing in Travel and Tourism, 4th edition. New York:Routledge.

Oppermann, M., & Chon, K.-S. (1997). Convention participation decision-making process. Annals of Tourism Research, 24(1), 178–191.

Ramirez, D., Laing, J. & Mair, J. (2013). Exploring intentions to attend a convention: a gender perspective. Event Management, 17(2), 165-178

Rittichainuwat Ngamson, B., Beck, J. A., & Lalopa, J. (2001). Understanding motivators, inhibitors and facilitators of association members in attending international conferences. Journal of Convention and Exhibition Management, 3(3), 45–62.

Severt, D., Wang, Y., Chen, P., & Breiter, D. (2007). Examining the motivation, perceived performance, and behavioral intentions of convention attendees: evidence from a regional conference. Tourism Management, 28, 399–408.

Var, T., Cesario, F., & Mauser, G. (1985). Convention tourism modelling. Tourism Management, 6, 194–204.

Vroom, V.H. (1964). Work and motivation. Oxford, England: Wiley.

Witt, S. F., Sykes, A. M., & Dartus, M. (1995). Forecasting international conference attending. Tourism Management, 16(8), 559–570.

Yoo, J. J.-E., & Chon, K. (2008). Factors Affecting Convention Participation Decision-Making: Developing a Measurement Scale. Journal of Travel Research, 47(1), 113-122.

Yuan, S., McDonald, C. (1990). Motivational determinants of international pleasure time. Journal of Travel Research. 24 (1):42-44

Zhang, H., Leung, V., & Qu, H. (2007). A refined model of factors affecting convention participation decision-making. Tourism Management, 28, 1123–1127.

Γρηγορούδης Β., Σίσκος Γ., (2005β), Ποιότητα Υπηρεσιών και Μέτρηση Ικανοποίησης του πελάτη, Αθήνα: Νέες Τεχνολογίες

Κραβαρίτης, Κ., Παπαγεωργίου, Α. (2007), Επαγγελματικός τουρισμός, εκθέσεων – κινήτρων – επιχειρηματικών ταξιδιών, οργάνωση συνεδρίων, Αθήνα: Interbooks

Ηλεκτρονικές Πηγές

http://www.opengov.gr/tourism/?p=1440)

https://www.euro2day.gr/news/economy/article/1626534/toyrismos-ta-synedria-epistrefoyn-sthn-athhna.html)

https://www.pocketbook.co.uk/blog/2012/11/20/david-mcclellands-three-motivational-needs/

https://www.tour-market.gr/giati-afxithike-o-synedriakos-tourismos-stin-ellada/

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Master's thesis survey: **An analysis of the factors affecting the attractiveness of scientific conferences**

By: Georgia Tsiskaki – Supervised by: Prof. Konstantinos Zopounidis
Technical University of Crete- School of Production Engineering and Management

Questionnaire

The purpose of this survey is to find out what motivates participants to attend academic conferences. This survey is ANONYMOUS. The collected information will be solely used for research. Your sincere and honest response is greatly appreciated. The following questionnaire will require approximately 8'-10' to complete. Please respond to all questions. Please return the completed questionnaire to the conference secretariat.

Travel – Conference Participation Information

a. How often do you travel for conferences?

☐ Once every 2 years ☐ Once per year ☐ Twice per year
☐ 3-4 times per year ☐ More than 4 times per year

b. What is the average number of days you spend at the travel destination before/after the conference?

☐ Zero days ☐ 1-2 days ☐ 3-4 days
☐ 4-5 days ☐ More than 5 days

c. What funding sources do you use to support your conference participation? *(please check all that apply)*

☐ Research grants ☐ Own funding ☐ Company/ University/ College/ Organization

d. How often are there accompanying persons to your conference trips?

☐ Never ☐ Rarely
☐ Often ☐ Always

e. Who of the following groups of people influence your decision to attend a conference? *(please check all that apply)*

☐ None ☐ My employer ☐ Other _____ *(Please indicate)*
☐ My colleagues ☐ My family/friends

Attending Academic Conference(s): Motivations

Using the scale below, please indicate how important each of the following items is as one of the reasons for which you decide to attend an academic conference.

1. Not important	2. Somewhat important	3. Quite important	4. Very important	5. Extremely important

Conference component					
1. The conference location is attractive	1	2	3	4	5
2. Relevance of topics	1	2	3	4	5

3. Introducing new topics in the field	1	2	3	4	5
4. Reputation of the invited speakers	1	2	3	4	5
5. Conference proceedings (with an assigned ISBN/ISSN - indexed in Scopus)	1	2	3	4	5
6. Special issue publications	1	2	3	4	5
7. Interesting Special Sessions	1	2	3	4	5
8. Reputation of the conference organizer	1	2	3	4	5
9. Interesting social program of the conference	1	2	3	4	5
10. The conference venue facilities are of high standard	1	2	3	4	5
11. Easy access to the conference venue	1	2	3	4	5
12. Convenient conference dates	1	2	3	4	5
13. Attractiveness compared to alternative conferences	1	2	3	4	5
Personal/ Business Factors					
14. Work time availability	1	2	3	4	5
15. Meeting colleagues I know from my field	1	2	3	4	5
16. Involvement with a research association/professional organization	1	2	3	4	5
17. Financed by my organization	1	2	3	4	5
18. Learning about new research	1	2	3	4	5
19. Chance to travel with family/ friends	1	2	3	4	5
Self enhancement					
20. Developing professional network	1	2	3	4	5
21. Opportunity to present a paper	1	2	3	4	5
22. Career opportunity	1	2	3	4	5
23. Gaining peer recognition	1	2	3	4	5
Destination Stimuli					
24. Opportunity to visit the conference destination	1	2	3	4	5
25. Easy access to conference destination (many flights / good highways etc)	1	2	3	4	5
26. Weather at the conference destination	1	2	3	4	5
27. Safety and security at the conference destination	1	2	3	4	5
28. Sightseeing & outdoor activities at the conference destination	1	2	3	4	5
29. Accommodation & hotel facilities at the conference destination	1	2	3	4	5
30. Food & restaurant facilities at the conference destination	1	2	3	4	5
31. Shopping	1	2	3	4	5
32. Availability of night life at the conference destination	1	2	3	4	5
33. Availability of medical facilities at the conference destination	1	2	3	4	5
34. Chance to visit family & friends	1	2	3	4	5
35. Visa requirements	1	2	3	4	5
Cost					
Monetary cost					
36. Affordable registration fees	1	2	3	4	5

37. Affordable transportation costs	1	2	3	4	5
38. Affordable accommodation costs	1	2	3	4	5
Time cost					
39. Time required to travel to the conference destination	1	2	3	4	5
40. Trade off on vacation time (less vacation days in order to participate)	1	2	3	4	5
41. Trade off on time with family/friends (less time with family/ friends in order to participate)	1	2	3	4	5

Re –attending Conference(s): Motivation

Please consider a conference that you have attended and aim to re-attend. Using the scale below, please indicate your level of agreement on each of the following statements.

1.	2.	3.	4.	5.
Strongly Disagree	**Disagree**	**Neutral**	**Agree**	**Strongly Agree**

I aim to re-attend the conference because					
42. I am satisfied with previous conference(s)' scientific program	1	2	3	4	5
43. I am satisfied with previous conference(s)' social program	1	2	3	4	5
44. I am satisfied with previous conference(s)' venue facilities	1	2	3	4	5
45. The conference staff had a high service attitude	1	2	3	4	5
46. I have the chance to meet again with old colleagues in my field	1	2	3	4	5
47. Re-attending a conference makes me feel part of a global community	1	2	3	4	5
48. Re-attending a conference helps me gain peer recognition	1	2	3	4	5
49. It will be held again in the same place	1	2	3	4	5

Demographic Profile

Gender: ☐ Male ☐ Female

Age: ☐ Below 25 ☐ 26 - 35 ☐ 36 - 45 ☐ 46 - 55 ☐ 55-65 ☐ over 65

Nationality: _____

Education: ☐ Undergraduate ☐ Bachelor Degree ☐ Master's Degree ☐ PhD

Occupation: ☐ Industry/ Private sector (non academia) ☐ Academia -Faculty ☐ Academia -Student

☐ Government ☐ Other _____

(Please indicate)

Thank you!