

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών *Πολιτιστική Πολιτική
και Ανάπτυξη***

Μεταπτυχιακή Εργασία



**Διερεύνηση Ενδιαφέροντος για Συμμετοχή στην
Προτεινόμενη Πολιτιστική Διαδρομή
«οι Άθλοι του Ηρακλή στην Πελοπόννησο»**

Βασιλική Χουντάλα

**Επιβλέπων Καθηγητής
Ελένη Μαυραγάνη**

Μάιος 2017

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών Πολιτιστική Πολιτική
και Ανάπτυξη**

Μεταπτυχιακή Εργασία

**Διερεύνηση Ενδιαφέροντος για Συμμετοχή στην
Προτεινόμενη Πολιτιστική Διαδρομή
«οι Άθλοι του Ηρακλή στην Πελοπόννησο»**

Βασιλική Χουντάλα

**Επιβλέπων Καθηγητής
Ελένη Μαυραγάνη**

Η παρούσα μεταπτυχιακή εργασία υποβλήθηκε προς μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για απόκτηση πτυχιακού τίτλου σπουδών
Στην Πολιτιστική Πολιτική και Ανάπτυξη
από τη Σχολή Κοινωνικών και Ανθρωπιστικών Σπουδών
του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου.

Μάιος 2017

Περίληψη

Οι πολιτιστικές διαδρομές αποτελούν ένα από τα σημαντικότερα και πλέον διαδεδομένα εργαλεία ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού. Η δυναμική τους αυξάνεται ολοένα και περισσότερο, καθώς μπορούν να αποτελέσουν κινητήριο μοχλό για την οικονομική, κοινωνική, πολιτιστική και περιβαλλοντική ανάπτυξη των περιοχών στις οποίες αναπτύσσονται, δημιουργώντας παράλληλα πολύτιμες εμπειρίες για τους επισκέπτες.

Παρόλο που τα τελευταία χρόνια έχουν πληθύνει οι έρευνες που ασχολούνται με το πεδίο των πολιτιστικών διαδρομών, εντούτοις δεν έχουν εκπονηθεί αρκετές μελέτες σχετικές με την έρευνα κοινού, αν και αποτελεί κρίσιμο παράγοντα επιτυχίας μιας πολιτιστικής διαδρομής.

Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή στοχεύει στο να διερευνήσει το ενδιαφέρον εν δυνάμει επισκεπτών να συμμετάσχουν σε μια προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή, με θέμα τους άθλους του Ηρακλή που πραγματοποιήθηκαν στην Πελοπόννησο. Επιμέρους στόχους της διατριβής αποτελούν η σκιαγράφηση του προφίλ των δυνητικών επισκεπτών της διαδρομής, καθώς και η διερεύνηση των κατάλληλων τρόπων οργάνωσης και προβολής της, ούτως ώστε να έχει περισσότερες πιθανότητες επιτυχίας.

Για την επίτευξη των παραπάνω στόχων, πραγματοποιήθηκε έρευνα πεδίου με διανομή ερωτηματολογίου, που απευθυνόταν σε ενήλικες κατοίκους όλων των περιφερειών της Ελλάδας. Συγκεντρώθηκαν 519 έγκυρα ερωτηματολόγια, τα αποτελέσματα των οποίων κατέδειξαν ότι υπάρχει έντονο ενδιαφέρον για συμμετοχή στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή. Όσον αφορά στο προφίλ των ενδιαφερόμενων επισκεπτών, σε μεγαλύτερο ποσοστό φάνηκε πως ενδιαφέρονται γυναίκες, υψηλού μορφωτικού επιπέδου και όλων των ηλικιακών ομάδων. Αναφορικά με τον τρόπο οργάνωσης της διαδρομής, έντονη ήταν η επιθυμία του κοινού να ακολουθήσει την πολιτιστική διαδρομή οργανωμένα (με γκρουπ), ενώ ιδιαίτερο ενδιαφέρον έδειξε για δραστηριότητες εναλλακτικού τουρισμού, καθώς και για οργανωμένες υπηρεσίες στα σημεία-σταθμούς της διαδρομής. Τέλος, το Διαδίκτυο, η διάδοση από στόμα σε στόμα και τα κοινωνικά δίκτυα αποτελούν τα μέσα στα οποία θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση, όσον αφορά στον τρόπο προβολής της διαδρομής.

Τα παραπάνω αποτελέσματα θα μπορούσαν να αποτελέσουν ένα χρήσιμο εργαλείο για τους φορείς/επαγγελματίες του τουρισμού που ενδεχομένως ενδιαφερθούν να υλοποιήσουν την προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή στο μέλλον.

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους όσους συνέβαλαν με τον τρόπο τους στην εκπόνηση της μεταπτυχιακής μου διατριβής. Την καθηγήτριά μου, κ. Ελένη Μαυραγάνη, για την καθοδήγησή της σε όλη τη διάρκεια της συγγραφής της διατριβής. Τον κ. Σωτήρη Βαρελά, επιστημονικό συνεργάτη της Περιφέρειας Πελοποννήσου, για τις πολύτιμες πληροφορίες, υλικό και συμβουλές που μου παρείχε για τη σύνταξη του ερωτηματολογίου που χρησιμοποιήθηκε στο πλαίσιο διεξαγωγής της έρευνας. Τον κ. Βασίλη Τακτικό, συντονιστή της ΑΜΚΕ Ερύμανθος, για τις πληροφορίες και την εμπειρία που μου μετέδωσε σχετικά με το σχεδιασμό των πολιτιστικών διαδρομών. Τον κ. Νικόλα Καραχάλη, διδάσκοντα στο Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, για τις πολύτιμες γνώσεις του και τις καίριες επισημάνσεις του, όποτε τις χρειάστηκα.

Τέλος, ευχαριστώ τους γονείς μου, Φάνη και Αθηνά, για τη στήριξή τους σε κάθε μου βήμα και πάνω από όλους, τον αδερφό μου, Πάνο, για την έμπρακτη υποστήριξη και βοήθεια που μου προσέφερε όλο αυτό το διάστημα.

Περιεχόμενα

Εισαγωγή.....	1
Το Φαινόμενο του Τουρισμού.....	4
2.1 Γενικά για τον τουρισμό.....	4
2.2 Ιστορική εξέλιξη του τουρισμού.....	6
2.3 Η ανάδυση του μαζικού τουρισμού.....	8
2.4 Οι επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού.....	10
2.5 Προς την αναζήτηση ενός νέου μοντέλου ανάπτυξης.....	12
2.6 Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού.....	13
Πολιτιστικός Τουρισμός.....	17
3.1 Ο πολιτιστικός τουρισμός ως έννοια.....	17
3.2 Η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού.....	18
3.3 Τυπολογία αξιοθέατων πολιτιστικού τουρισμού.....	20
3.4 Οφέλη πολιτιστικού τουρισμού.....	22
3.5 Κατηγορίες πολιτιστικού τουρισμού.....	24
3.6 Τυπολογία και προφίλ πολιτιστικών τουριστών.....	26
Πολιτιστικές Διαδρομές.....	31
4.1 Εννοιολογική προσέγγιση των πολιτιστικών διαδρομών.....	31
4.2 Ιστορική εξέλιξη των πολιτιστικών διαδρομών.....	32
4.3 Τα οφέλη των πολιτιστικών διαδρομών.....	35
4.4 Είδη πολιτιστικών διαδρομών.....	37
4.5 Παράγοντες επιτυχίας πολιτιστικών διαδρομών.....	38
4.6 Ανασκόπηση μελετών περίπτωσης.....	42
4.7 Ερευνητικές υποθέσεις.....	48
Μεθοδολογία Έρευνας.....	50
5.1 Πληθυσμός δείγματος και μέθοδος δειγματοληψίας.....	51
5.2 Ταυτότητα δείγματος.....	51
5.3 Διαδικασία διεξαγωγής έρευνας.....	55
5.4 Μέτρηση Μεταβλητών.....	56
Αποτελέσματα της Έρευνας.....	62
6.1 Παράγοντες που επηρεάζουν το ενδιαφέρον των ερωτηθέντων να συμμετάσχουν στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή.....	63
6.2 Κίνητρα και ταξιδιωτικές συνήθειες των ερωτηθέντων.....	71

6.3	Προτιμήσεις/προσδοκίες των ερωτηθέντων σχετικά με την προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή	78
	Συμπεράσματα – Προτάσεις	85
	Βιβλιογραφία.....	91
	Παραρτήματα	110
A.	Ο μύθος του Ηρακλή και η ενσωμάτωσή του στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή.....	108
B.	Ερωτηματολόγιο	115

Κεφάλαιο 1

Εισαγωγή

Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί έναν από τους δυναμικότερους και ταχύτερα αναπτυσσόμενους κλάδους της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, η δημοτικότητα του αυξάνεται με ταχύτερο ρυθμό από ό,τι οι υπόλοιπες μορφές τουρισμού, ενώ ο ίδιος γνωρίζει συνεχώς μεγαλύτερη επέκταση και ανάπτυξη. Ως μια από τις κυριότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, ο πολιτιστικός τουρισμός δημιουργεί σημαντικά οικονομικά, κοινωνικά, πολιτιστικά και περιβαλλοντικά οφέλη στις κοινότητες υποδοχής, συνεισφέροντας σε μεγάλο βαθμό στην επίτευξη της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης (UNWTO, 2015).

Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή πραγματεύεται τη δυναμική μιας από πιο σύγχρονες και περισσότερο διαδεδομένες μορφές του πολιτιστικού τουρισμού, των πολιτιστικών διαδρομών. Οι πολιτιστικές διαδρομές έχουν αποκτήσει τις τελευταίες δεκαετίες σημαντική προβολή και διάδοση, καθώς αποτελούν σημαντικά εργαλεία τοπικής ανάπτυξης τόσο σε οικονομικό, όσο και σε κοινωνικό, πολιτιστικό και περιβαλλοντικό επίπεδο. Ως εκ τούτου, όλο και περισσότεροι προορισμοί εντάσσουν τις πολιτιστικές διαδρομές στην αναπτυξιακή τους ατζέντα, προκειμένου να αποκτήσουν μια πιο ελκυστική και ανταγωνιστική θέση στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη.

Η σύγχρονη βιβλιογραφία έχει ασχοληθεί εκτενώς με τις θεματικές διαδρομές, στις οποίες εντάσσονται και οι πολιτιστικές. Η πλειοψηφία των μελετών που έχουν εκπονηθεί ασχολείται με τον αντίκτυπο των διαδρομών, τόσο στις κοινότητες υποδοχής (Scherrer, Alonso and Sheridan, 2009; Besculides, Lee and McCormick, 2002; Conti et al., 2015), όσο και στους επισκέπτες (Hayes and MacLeod, 2007; Messineo, 2012; Majdoub, 2010). Άλλες έρευνες εξετάζουν τους κρίσιμους παράγοντες επιτυχίας των διαδρομών (Horodnikova and Derco, 2015; Lemky, 2016; Brunori and Rossi, 2000), ενώ άλλες ασχολούνται με τους λόγους για τους οποίους απέτυχαν συγκεκριμένες θεματικές διαδρομές (Gil and de Esteban Curiel, 2008; Bregoli et al., 2016; Hojman and Hunter-

Jones, 2012). Ωστόσο, λίγες έρευνες (Ispas, Constantin and Candrea, 2015; Božić, Berić and Tomić, 2014) έχουν ασχοληθεί με την έρευνα κοινού, παρόλο που αποτελεί κρίσιμο παράγοντα επιτυχίας στο πλαίσιο του σχεδιασμού μιας πολιτιστικής διαδρομής.

Στόχος της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής είναι να διερευνήσει το ενδεχόμενο ενδιαφέρον εν δυνάμει τουριστών, να συμμετάσχουν σε μια προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή, με θέμα το μύθο και τους άθλους του Ηρακλή που πραγματοποιήθηκαν στην Πελοπόννησο. Επιπλέον, στόχος της έρευνας είναι η σκιαγράφηση του προφίλ των τουριστών που θα συμμετείχαν στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή, καθώς και η διερεύνηση των κατάλληλων τρόπων οργάνωσης και προβολής της, ούτως ώστε να έχει περισσότερες πιθανότητες να επιτύχει. Η διατριβή διαρθρώνεται σε 7 κεφάλαια.

Στο δεύτερο κεφάλαιο πραγματοποιείται η ιστορική ανασκόπηση του φαινομένου του τουρισμού και αναλύεται ο ρόλος του σε οικονομικό, κοινωνικό, πολιτισμικό και περιβαλλοντικό επίπεδο. Στη συνέχεια, γίνεται αναφορά στο μοντέλο της βιώσιμης ανάπτυξης και παρουσιάζονται συνοπτικά οι βασικότερες μορφές ειδικού και εναλλακτικού τουρισμού που έχουν αναπτυχθεί τις τελευταίες δεκαετίες.

Στο τρίτο κεφάλαιο, επιχειρείται η ανάλυση μιας από τις βασικότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, του πολιτιστικού τουρισμού. Επιχειρείται η εννοιολογική αποσαφήνιση του όρου, παρουσιάζονται οι κύριοι παράγοντες που ευνόησαν την ανάπτυξή του, γίνεται αναφορά στα θέλγητρα στα οποία στηρίζεται, καθώς και στις επιπτώσεις του στις περιοχές υποδοχής. Στη συνέχεια, αναλύονται οι βασικότερες μορφές του πολιτιστικού τουρισμού, ενώ το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με την παρουσίαση της τυπολογίας και του προφίλ των πολιτιστικών τουριστών.

Το τέταρτο κεφάλαιο πραγματεύεται το ζήτημα των πολιτιστικών διαδρομών. Συγκεκριμένα, δίνεται ο ορισμός τους και γίνεται αναφορά στην ιστορική εξέλιξή τους, με έμφαση στο πρόγραμμα των πολιτιστικών διαδρομών του Συμβουλίου της Ευρώπης, τον οργανισμό που εγκαινίασε το θεσμό των πολιτιστικών διαδρομών. Στη συνέχεια, αναλύεται ο ρόλος και η συμβολή τους στη βιώσιμη τοπική ανάπτυξη, επιχειρείται η κατηγοριοποίησή τους σε διαφορετικά είδη και αναλύονται οι παράγοντες που μπορούν να συμβάλουν στη δημιουργία μιας επιτυχημένης πολιτιστικής διαδρομής. Τέλος, επιχειρείται μια ανασκόπηση των μελετών περίπτωσης που έχουν πραγματοποιηθεί έως

σήμερα, έχοντας ως θέμα τις θεματικές διαδρομές και διατυπώνονται οι ερευνητικές υποθέσεις.

Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για την εκπόνηση της έρευνας της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής. Πιο συγκεκριμένα, ορίζεται ο πληθυσμός του δείγματος και η μέθοδος δειγματοληψίας, παρουσιάζεται η ταυτότητα του δείγματος, αναλύεται η διαδικασία διεξαγωγής της έρευνας και επεξηγείται ο τρόπος μέτρησης των μεταβλητών της.

Στο έκτο κεφάλαιο παρουσιάζεται το ερευνητικό κομμάτι της διατριβής, με την ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας. Τέλος, στο έβδομο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα συμπεράσματα που προέκυψαν από την έρευνα και διατυπώνονται προτάσεις σχετικά με τις κατάλληλες μεθόδους οργάνωσης και προβολής της πολιτιστικής διαδρομής, ούτως ώστε να αποτελέσει μοχλό βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης για την ευρύτερη περιοχή.

Κεφάλαιο 2

Το Φαινόμενο του Τουρισμού

Στο παρόν κεφάλαιο θα εξεταστεί το φαινόμενο του τουρισμού, με αναφορά στις απαρχές του, τον πολυδιάστατο ρόλο του και τη μετεξέλιξή του στις σύγχρονες ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

2.1 Γενικά για τον τουρισμό

Ο τουρισμός αποτελεί ένα πολυδιάστατο κοινωνικο-οικονομικό φαινόμενο, το οποίο γνώρισε ραγδαία ανάπτυξη κατά τη μεταπολεμική περίοδο, με αποτέλεσμα να έχει αναδειχτεί σήμερα σε έναν από τους δυναμικότερους και ταχέως αναπτυσσόμενους κλάδους της παγκόσμιας οικονομίας. Η διεθνής βιβλιογραφία περιλαμβάνει μία πληθώρα ορισμών που έχουν διατυπωθεί για το σύνθετο αυτό φαινόμενο, γεγονός που αποδεικνύει τη δυσκολία αποσαφήνισης του εννοιολογικού του περιεχομένου.

Μια από τις πρώτες προσπάθειες που έγιναν προκειμένου να δοθεί ένας όσο το δυνατόν ακριβέστερος ορισμός του τουρισμού ήταν αυτή των Hunziker και Krapf (1942) οι οποίοι όρισαν τον τουρισμό ως «το σύνολο των σχέσεων και των φαινομένων που προκύπτουν κατά τη διάρκεια της μετακίνησης και της παραμονής των ατόμων εκτός του τόπου της συνήθους κατοικίας τους, υπό την προϋπόθεση ότι αυτή η παραμονή δεν είναι μόνιμη και δε σχετίζεται με κερδοσκοπικές δραστηριότητες».

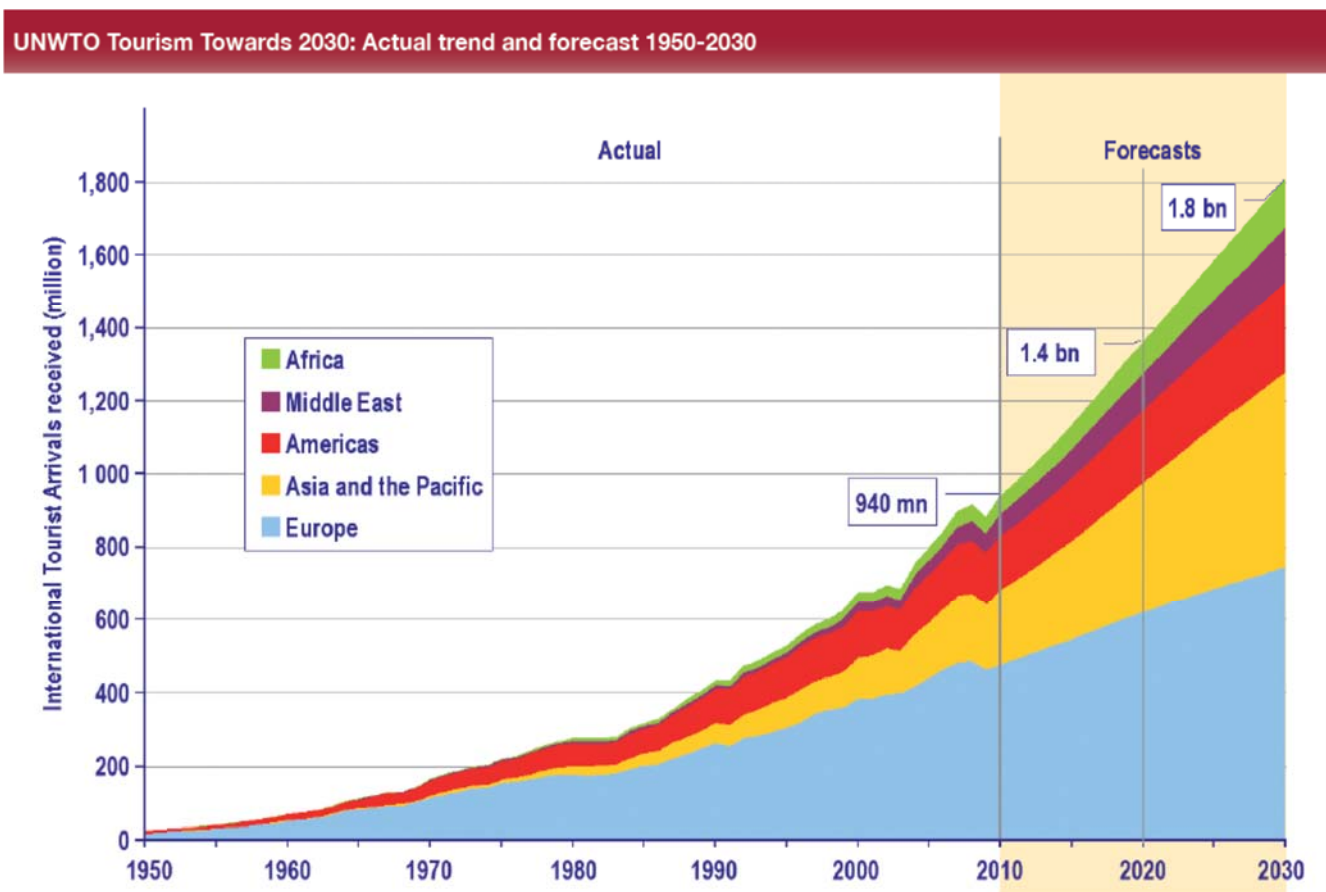
Οι Goeldner και Ritchie (2009) όρισαν τον τουρισμό ως «τις διαδικασίες, τις δραστηριότητες και τα αποτελέσματα που προκύπτουν από τις σχέσεις και τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ τουριστών, προμηθευτών, κυβερνήσεων, κοινοτήτων υποδοχής, περιβάλλοντος και όλων όσοι εμπλέκονται στην προσέλκυση και τη φιλοξενία των επισκεπτών».

Ωστόσο, ο ορισμός που είναι ο πλέον διαδεδομένος και χρησιμοποιείται σήμερα ευρέως είναι εκείνος που διατυπώθηκε από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ο οποίος αντιλαμβάνεται τον τουρισμό ως τις «δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και παραμένουν σε ένα μέρος διαφορετικό από το σύνηθες περιβάλλον τους για διάστημα όχι μεγαλύτερο από ένα συνεχόμενο έτος, για ψυχαγωγικούς, επαγγελματικούς και άλλους λόγους» (World Tourism Organization, 1994).

Τις τελευταίες δεκαετίες, ο τουρισμός εντάσσεται και κατέχει ξεχωριστή θέση στην αναπτυξιακή ατζέντα των σύγχρονων κρατών που προσαρμόζουν τις εθνικές και περιφερειακές πολιτικές τους με στόχο την τουριστική τους ανάπτυξη. Η τεράστια δυναμική του ως οικονομικού αναπτυξιακού εργαλείου γίνεται εμφανής στην τελευταία έκθεση του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών, όπου αναφέρεται πως ο τουρισμός συνεισφέρει κατά 10% στο παγκόσμιο ΑΕΠ, γνωρίζοντας ολοένα μεγαλύτερη ανάπτυξη (UNWTO, 2016). Η ίδια έρευνα προβλέπει ότι ο αριθμός των διεθνών τουριστικών αφίξεων θα αυξάνεται με ρυθμό 3,3% κάθε χρόνο, με αποτέλεσμα το 2030 ο συνολικός αριθμός των ταξιδιωτών να ξεπεράσει το 1,8 δις (Σχήμα 1).

Όσον αφορά στην περίπτωση της Ελλάδας, ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους πυλώνες ανάπτυξης και σταθερή πηγή εσόδων και απασχόλησης (Delitheou and Tsalavoutas, 2015). Πιο συγκεκριμένα, η συμβολή του υπολογίζεται περίπου στο 20% του ΑΕΠ, ποσοστό από τα υψηλότερα στον κόσμο, ενώ η συνεισφορά του στην απασχόληση κυμαίνεται σε ποσοστό μεταξύ 20% - 25% του συνολικού εργατικού δυναμικού (Τσάρτας, 2015). Η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, το φυσικό της κάλος, το ιδανικό κλίμα της, το μήκος και η ποιότητα της ακτογραμμής της, η μεσογειακή κουζίνα, η ποικιλία και η εναλλαγή των πόρων της, αποτελούν μερικά μόνο από τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που καθιστούν την Ελλάδα έναν από τους δημοφιλέστερους προορισμούς παγκοσμίως. Αν και βασισμένο στο ξεπερασμένο πλέον δίπτυχο «ήλιος- θάλασσα», το ελληνικό τουριστικό προϊόν χαρακτηρίζεται από πολλές δυνατότητες και μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης, τις οποίες η χώρα καλείται να εκμεταλλευτεί προκειμένου να γίνει ακόμα πιο ανταγωνιστική στο παγκόσμιο τουριστικό γίγνεσθαι (Νάστος, 2013).

Σχήμα 1: Τρέχουσα εικόνα και πρόβλεψη διεθνών τουριστικών αφίξεων έως το 2030



Πηγή: UNWTO, 2016

2.2 Ιστορική εξέλιξη του τουρισμού

Ο όρος «τουρισμός» πρωτοεμφανίσθηκε στις αρχές του 19ου αιώνα, ωστόσο ως πρακτική εντοπίζεται στους αρχαίους χρόνους, καθώς εξελίχθηκε παράλληλα με τα στάδια που διαμόρφωσαν την ανθρωπότητα στο πέρασμα των αιώνων (Βαρβαρέσος, 2008).

Από τους πρώτους ταξιδιώτες-τουρίστες θεωρούνται ο Ηρόδοτος (5ος αι. π.Χ.) και ο Πausanίας (2ος αιώνας π.Χ.) οι οποίοι περιγράφοντας στις περιηγήσεις τους τα γεωγραφικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά των τόπων που επισκέπτονται, γίνονται οι πρώτοι συγγραφείς άτυπων τουριστικών οδηγιών. Οι Ρωμαίοι αποτελούν επίσης από τους πρώτους τουρίστες αναψυχής καθώς, διαθέτοντας χρήματα και χρόνο, ταξιδεύουν σε χώρες στις οποίες έχουν εύκολη και ασφαλή πρόσβαση (Ελλάδα, Μικρά Ασία,

Αίγυπτο), απολαμβάνοντας τα αξιοθέατα και τις πλούσιες φυσικές ομορφιές τους (Τσάρτας, 1996).

Κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα τα ταξίδια παρακμάζουν, καθώς λόγω των συνεχών πολέμων και των διάσπαρτων κοινωνικών αναταραχών, οι δρόμοι δεν είναι πλέον ασφαλείς για μετακινήσεις. Οι μόνοι που ταξιδεύουν αυτήν την περίοδο είναι οι σταυροφόροι και οι προσκυνητές, με αποτέλεσμα να καθιερωθούν τα ταξίδια με θρησκευτικά κίνητρα και να πάρουν μαζικές διαστάσεις κυρίως με τη μορφή προσκυνημάτων. Οι προσκυνητές έρχονται σε επαφή με νέα ήθη και έθιμα, με αποτέλεσμα τα προσκυνηματικά ταξίδια, αν και φύσει θρησκευτικά, να ευνοήσουν την ανταλλαγή ιδεών και την κατανόηση μεταξύ ανθρώπων με εντελώς διαφορετική προέλευση και κουλτούρα (Bhatia, 2002).

Η περίοδος της Αναγέννησης που ακολουθεί σηματοδοτεί μια νέα εποχή για τον τουρισμό, θέτοντας στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος τα ταξίδια με ιστορικούς και πολιτιστικούς σκοπούς. Τον 17ο αι. εμφανίζεται ο θεσμός του Grand Tour, όρος στον οποίο αποδίδεται συχνά η καταγωγή της λέξης «τουρισμός». Το Grand Tour αναφέρεται στις περιηγήσεις που πραγματοποιούν οι γόννοι αριστοκρατικών οικογενειών της Βρετανίας και αργότερα της Γαλλίας και των ΗΠΑ σε προορισμούς της Ευρώπης με σημαντική κλασική κληρονομιά. Στόχος, εκτός από την αναψυχή, είναι να διευρύνουν την ακαδημαϊκή τους μόρφωση, επισφραγίζοντας με τον ιδανικότερο τρόπο την κλασική τους παιδεία (Richards, 1996).

Σταδιακά, με την άνοδο της μεσαίας τάξης, ο θεσμός του Grand Tour παύει να αποτελεί προνόμιο μιας ολιγομελούς αριστοκρατίας και ο αριθμός των τουριστών πολλαπλασιάζεται. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου ένας μεγάλος αριθμός συγγραφέων, ποιητών και διανοούμενων ταξιδεύουν στην Ιταλία και άλλες χώρες με σκοπό να διευρύνουν τις γνώσεις τους και να έρθουν σε επαφή με τις καλλιτεχνικές και επιστημονικές κατακτήσεις της εποχής. Η καθιέρωση των ετήσιων διακοπών αποτελεί ένα σημαντικό ορόσημο που δίνει το έναυσμα για την πραγματοποίηση μεγάλου πλήθους ταξιδιών στην Ευρώπη. Οι ετήσιες διακοπές του 18ου αι. αποτελούν τον προκάτοχο των διακοπών με αποδοχές που θεσπίστηκαν αργότερα, σηματοδοτώντας την εντυπωσιακά μεγάλη αύξηση του τουρισμού του 19ου αι. (Bhatia, 2002).

Η Βιομηχανική Επανάσταση επιφέρει τεράστιες αλλαγές στο κοινωνικό και οικονομικό σύστημα της εποχής. Η εμφάνιση του σιδηρόδρομου φέρνει την επανάσταση στις μεταφορές καθώς τα ταξίδια γίνονται ταχύτερα, ασφαλέστερα και οικονομικότερα. Η εντυπωσιακή αύξηση του πληθυσμού και του πλούτου δημιουργεί μια τεράστια τουριστική αγορά, με αποτέλεσμα να εμφανιστούν τα πρώτα τουριστικά γραφεία που εμπορευματοποιούν το τουριστικό προϊόν. Πρωτοπόρος στην οργάνωση ολοκληρωμένων τουριστικών πακέτων θεωρείται ο Thomas Cook, ο οποίος εγκαινιάζει το οργανωμένο ταξίδι, μια ιδέα που υιοθετήθηκε στη συνέχεια από τουριστικά πρακτορεία σε ολόκληρο τον κόσμο, προαναγγέλλοντας την εμφάνιση του οργανωμένου μαζικού τουρισμού (Σφακιανάκης, 2000; Lickorish and Jenkins, 2004).

2.3 Η ανάδυση του μαζικού τουρισμού

Η καθιέρωση των πληρωμένων διακοπών που θεσμοθετήθηκαν κατά τη διάρκεια του Μεσοπολέμου για το μεγαλύτερο μέρος του εργατικού δυναμικού, οδήγησε σε τεράστια κινητικότητα του πληθυσμού και δημιούργησε τις βάσεις για την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού. Ωστόσο, ήταν μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου που ο τουρισμός αναδύθηκε ως μια τεράστια οικονομική βιομηχανία με μαζικές διαστάσεις. Οι κυριότεροι παράγοντες που συνέβαλαν στην αλματώδη ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού ήταν οι εξής (Σαραντάκου, 2010; Bhatia, 2002; Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011; Gee et al., 2001; Βαρβαρέσος, 2008):

- ✚ η εμπέδωση του κοινωνικού κράτους και η καθιέρωση της άδειας με αποδοχές συνέβαλαν στην αύξηση του ελεύθερου χρόνου των ευρύτερων κοινωνικών και επαγγελματικών ομάδων
- ✚ η αύξηση των εισοδημάτων οδήγησε σε μεγαλύτερη αγοραστική δύναμη την πλειοψηφία του πληθυσμού που μπορούσε πλέον να πραγματοποιεί τουλάχιστον ένα ταξίδι σε ετήσια βάση

- ✚ η βελτίωση των μεταφορικών μέσων (σιδηρόδρομος, αυτοκίνητο, αεροπλάνο) μείωσε το κόστος και το χρόνο μεταφοράς, διευκολύνοντας τη διεξαγωγή απομακρυσμένων ταξιδιών
- ✚ η επικράτηση νέων κοινωνικών και καταναλωτικών προτύπων, ιδιαίτερα ανάμεσα στη μεσαία τάξη, ανέδειξε το ταξίδι ως σύμβολο καταναλωτικής δύναμης και κοινωνικής ανόδου. Με τον τρόπο αυτό, οι διακοπές αναψυχής έγιναν, για τα εύπορα κυρίως στρώματα, μόδα και σύμβολο κοινωνικού status
- ✚ νέες μορφές τουρισμού εμφανίστηκαν και έγιναν δημοφιλείς όπως η ιστιοπλοΐα, η ιππασία, η ορειβάσια, το σαφάρι κ.λπ.
- ✚ από δραστηριότητα πολυτέλειας, ο τουρισμός έγινε κοινωνικό αγαθό και δικαίωμα ακόμα και για τα χαμηλότερα στρώματα του πληθυσμού
- ✚ η ανάπτυξη και διάδοση των «οργανωμένων πακέτων» τουριστικών υπηρεσιών που προσφέρονταν από ταξιδιωτικά γραφεία σε χαμηλές τιμές, εκδημοκράτισαν το δικαίωμα στον τουρισμό
- ✚ νέες αγορές, κυρίως σε αναπτυσσόμενες χώρες, έκαναν την εμφάνισή τους και οι κατάλληλες υποδομές δημιουργήθηκαν προκειμένου να υποδεχτούν μαζικά τουριστικά ρεύματα
- ✚ οι πολιτικές που εφαρμόστηκαν από τις μεγάλες τουριστικές εταιρίες (αεροπορικές, ξενοδοχειακές, tour operators) συνέβαλαν σε μεγάλο βαθμό στην εμπέδωση και την καθιέρωση του οργανωμένου μαζικού τουρισμού που απέφερε υψηλά κέρδη σε σύντομο χρονικό διάστημα

Όλα τα παραπάνω είχαν ως αποτέλεσμα στις τέσσερις δεκαετίες που μεσολάβησαν μεταξύ 1950 και 1990 να σημειωθεί 18πλάσια αύξηση στις ροές του παγκόσμιου τουρισμού (World Tourism Organization, 1992). Στο διάστημα αυτό, η Ευρώπη και η Αμερική διατήρησαν την πρωτοκαθεδρία στον τουρισμό, τόσο στην υποδοχή όσο και στην αποστολή των ταξιδιωτών (Lickorish and Jenkins, 2004).

2.4 Οι επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού

Το μοντέλο του οργανωμένου μαζικού τουρισμού συνιστούσε ένα σύνθετο «πακέτο» τυποποιημένων υπηρεσιών και δραστηριοτήτων, που επέτρεψε τη μαζική προώθηση και κατανάλωσή του. Το συγκεκριμένο μοντέλο περιλάμβανε πακέτα διακοπών οργανωμένα από τουριστικά γραφεία, τα οποία αναλάμβαναν πλήρως τη μετακίνηση, διαμονή, διατροφή και περιήγηση των τουριστών στους τόπους υποδοχής. Προκειμένου να καλυφθούν οι ανάγκες της μαζικής τουριστικής ζήτησης αναπτύχθηκε πλήθος επιχειρήσεων, οι υποδομές και οι υπηρεσίες προσανατολίστηκαν προς την εξυπηρέτηση και την ικανοποίηση των τουριστών και πραγματοποιήθηκε εκτεταμένη χρήση φυσικών και πολιτιστικών πόρων (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001; Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011).

Όπως ήταν φυσικό, οι επιδράσεις του οργανωμένου μαζικού τουρισμού υπήρξαν καταλυτικές για τους τόπους υποδοχής (Archer, Cooper and Ruhanen, 2005; Stynes, 1997; Haralambopoulos and Pizam, 1996; Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011; Ritchie and Incani, 2006; Κολτσιδόπουλος 2005; Lickorish and Jenkins, 2004).

A) Θετικές επιπτώσεις

Σε οικονομικό επίπεδο, ο μαζικός τουρισμός οδήγησε σε αύξηση της απασχόλησης, ενίσχυσε την περιφερειακή ανάπτυξη και επέφερε πολλαπλασιαστικές επιδράσεις σε πλείστους οικονομικούς κλάδους (βιομηχανία, βιοτεχνία, κατασκευές, γεωργία, κτηνοτροφία, υπηρεσίες, μεταφορές, εμπόριο). Παράλληλα, με τις επενδύσεις στον ευρύτερο τουριστικό τομέα και τη δημιουργία πολλών μικρών επιχειρήσεων, οδήγησε στην αύξηση των φορολογικών εσόδων του κράτους.

Σε κοινωνικό και πολιτιστικό επίπεδο, ο μαζικός τουρισμός δημιούργησε επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα, ιδιαίτερα ανάμεσα στους νέους και τις γυναίκες και συνέβαλε στη συγκράτηση του πληθυσμού στον τόπο καταγωγής του, περιορίζοντας το φαινόμενο της αστικοποίησης. Επιπλέον, συνέβαλε στην καλλιέργεια της κατανόησης και της εκτίμησης του τοπικού πληθυσμού για την τοπική του παράδοση, στην αναβίωση των τοπικών εθίμων, στη διαφύλαξη παραδοσιακών μεθόδων και θρησκευτικών

πρακτικών, στην προστασία και ανάδειξη των τοπικών πολιτιστικών πόρων καθώς και στην αξιοποίηση των πολιτιστικών μνημείων ως τουριστικών θελγέτρων. Τέλος, έφερε κοντά διαφορετικές κουλτούρες και πολιτισμούς, ενισχύοντας την αλληλοκατανόηση και το διαπολιτισμικό διάλογο.

Όσον αφορά στο περιβάλλον, τα έσοδα που προέκυψαν από το μαζικό τουρισμό συνέβαλλαν στην προστασία και τη διατήρηση πάρκων και περιοχών φυσικού κάλους, ενώ η επαφή του κοινού με τη φύση οδήγησε στην ευαισθητοποίηση απέναντι σε περιβαλλοντικά ζητήματα και στην υιοθέτηση συμπεριφορών φιλικών προς το περιβάλλον.

B) Αρνητικές επιπτώσεις

Ωστόσο, παρά τη γενικευμένη ευφορία που δημιούργησε το πρότυπο του μαζικού τουρισμού στις περιοχές υποδοχής, οι θετικές του επιπτώσεις άρχισαν σταδιακά να αμφισβητούνται. Η αμφισβήτηση αυτή, που εντάθηκε προς το τέλος της δεκαετίας του 1970, είχε να κάνει με τις σοβαρές αρνητικές συνέπειες που διαπιστώθηκαν σε κοινωνικό, οικονομικό, πολιτιστικό και περιβαλλοντικό επίπεδο.

Από κοινωνικής και πολιτιστικής πλευράς, η άμεση επαφή του ντόπιου πληθυσμού με τους τουρίστες επέφερε σημαντικές αλλαγές στην κοινωνική δομή, τις οικογενειακές σχέσεις και τον παραδοσιακό τρόπο ζωής. Σε πολλές περιπτώσεις, η μεταξύ τους επικοινωνία πήρε τη μορφή εμπορικής συναλλαγής, ενώ ταυτόχρονα αλλοίωσε τα ήθη και την ιδιαίτερη ταυτότητα της τοπικής κοινότητας. Επιπλέον, ιδιαίτερες μορφές του τοπικού πολιτισμού μετατράπηκαν σε δήθεν αυθεντικά τουριστικά προϊόντα, ενώ δεν έλειψαν και οι φθορές στα ίδια τα μνημεία λόγω της υπερβολικής προσέλευσης των τουριστών.

Σε οικονομικό επίπεδο, παρατηρήθηκαν πληθωριστικές πιέσεις λόγω της αυξημένης ζήτησης για υπηρεσίες και αγαθά, με αποτέλεσμα την αύξηση των τιμών και του κόστους ζωής σε τοπικό επίπεδο. Επιπλέον, λόγω της εποχικότητας της τουριστικής βιομηχανίας, υπήρξαν διακυμάνσεις στα επίπεδα απασχόλησης με μεγάλες περιόδους ανεργίας για τους εργαζόμενους στον τουριστικό κλάδο. Τέλος, υπήρξαν επιβαρύνσεις του ισοζυγίου πληρωμών από εισαγωγές προϊόντων και υπηρεσιών αναγκαίων για τον τουρισμό.

Όσον αφορά στις επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού στο φυσικό περιβάλλον, η μεγάλη έκταση ανάπτυξη των υποδομών και η αυξημένη επισκεψιμότητα των τουριστών επηρέασε σημαντικά την ισορροπία του φυσικού περιβάλλοντος, ιδιαίτερα στις οικολογικά ευαίσθητες περιοχές. Ορισμένα από τα σημαντικότερα προβλήματα που προκλήθηκαν υπήρξαν η ατμοσφαιρική ρύπανση, η μόλυνση των υδάτων, η ηχορύπανση, η εξάντληση των φυσικών πόρων, η οικοπεδοποίηση και αστικοποίηση του αγροτικού χώρου, η υποβάθμιση των οικοσυστημάτων κ.λπ.

2.5 Προς την αναζήτηση ενός νέου μοντέλου ανάπτυξης

Από το τέλος της δεκαετίας του 1970, το μοντέλο του οργανωμένου μαζικού τουρισμού άρχισε σταδιακά να αμφισβητείται. Οι αρνητικές επιπτώσεις της απρογραμματίστης τουριστικής ανάπτυξης στην κοινωνία, την οικονομία, τον πολιτισμό και το περιβάλλον έγιναν αντικείμενο μελέτης από επιστήμονες, φορείς και διεθνείς οργανισμούς, οι οποίοι κατέληξαν στη συνειδητοποίηση της ανάγκης ελέγχου της τουριστικής ανάπτυξης και προστασίας των φυσικών και πολιτιστικών πόρων. Παράλληλα, ο μαζικός ομοιογενοποιημένος τουρισμός επέφερε σταδιακά τον κορεσμό και οδήγησε στη διαφοροποίηση της τουριστικής ζήτησης προς περισσότερο ποιοτικές επιλογές (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011).

Μέσα σε αυτό το πλαίσιο αναζήτησης νέων προτύπων που θα ικανοποιούν τις σύγχρονες ανάγκες, αναπτύσσεται το μοντέλο της βιώσιμης ανάπτυξης. Ως βιώσιμη ή αειφόρος ανάπτυξη ορίζεται η ανάπτυξη που ανταποκρίνεται στις ανάγκες του παρόντος, χωρίς να υπονομεύεται η ικανότητα των μελλοντικών γενεών να ανταποκριθούν στις δικές τους ανάγκες. Η παραπάνω οπτική δόθηκε το 1987 από την έκθεση Brundland της Παγκόσμιας Επιτροπής του ΟΗΕ για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη και επικράτησε διεθνώς ως νέο μοντέλο ανάπτυξης το 1992 μετά την Παγκόσμια Διάσκεψη Κορυφής του ΟΗΕ για το Περιβάλλον στο Rio de Janeiro της Βραζιλίας (United Nations, 1987; UNEP, 1992).

Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη αντιπροσωπεύει ένα μοντέλο που εξασφαλίζει την ισόρροπη ανάπτυξη στην κοινωνική, οικονομική, πολιτισμική και περιβαλλοντική δομή

κάθε τουριστικής περιοχής. Λαμβάνοντας υπόψη τις επιπτώσεις του τουρισμού, στοχεύει στο να διατηρήσει μια ισορροπία μεταξύ των απαιτήσεων και των αναγκών τόσο των τουριστών, όσο και των τοπικών κοινωνιών, διασφαλίζοντας και αυξάνοντας μελλοντικές δυνατότητες και ευκαιρίες (Zamfir and Corbos, 2015). Ιδιαίτερη σημασία δίνεται στο μετριασμό του τουριστικού αποτυπώματος (μόλυνση περιβάλλοντος, συμφόρηση, αλλοίωση του τοπίου και του κοινωνικού ιστού, υποβάθμιση της εμπειρίας) ούτως ώστε να μην υπονομεύεται η κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών (Gisolf, 2015 ; Πούλιος και Τουλούπα, 2015).

Προκειμένου να λειτουργήσει ένα τέτοιο μοντέλο, είναι ανάγκη να υπάρξει ένα ειδικό θεσμικό πλαίσιο που θα προωθή τις διαδικασίες της βιώσιμης ανάπτυξης, να υιοθετηθούν πολιτικές που θα συμβάλουν στην προστασία και την ανάδειξη του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος και να ενισχυθούν όλα εκείνα τα μέτρα (συνεργασίες, έρευνα, εκπαίδευση, μάρκετινγκ) που θα διευκολύνουν τις διαδικασίες ανατροφοδότησής της. Κεντρικό άξονα αλλά και βάση εμπέδωσης του προτύπου της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης αποτελεί η χρήση των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Αυτές αναπτύσσονται στη βάση των ιδιαίτερων πολιτιστικών και περιβαλλοντικών πόρων ενός προορισμού και αποτελούν ένα δυναμικό και συγκροτημένο τουριστικό προϊόν με βιώσιμα χαρακτηριστικά (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011).

2.6 Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού εμφανίζονται από τη δεκαετία του 1970 και η ανάδυσή τους συνδέεται με μια σειρά από παράγοντες που ευνόησαν τη συγκρότηση και επέκτασή τους. Αρχικά, όπως αναφέρθηκε, η αμφισβήτηση του μοντέλου του μαζικού τουρισμού έστρεψε το ενδιαφέρον προς ένα νέο μοντέλο βιώσιμης ανάπτυξης που βασίστηκε στις περισσότερο ήπιες ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Επιπλέον, από τη δεκαετία του 1980 και μετά παρατηρείται μια στροφή στα τουριστικά κίνητρα. Εξαιτίας της αστικοποίησης, των έντονων ρυθμών εργασίας και του

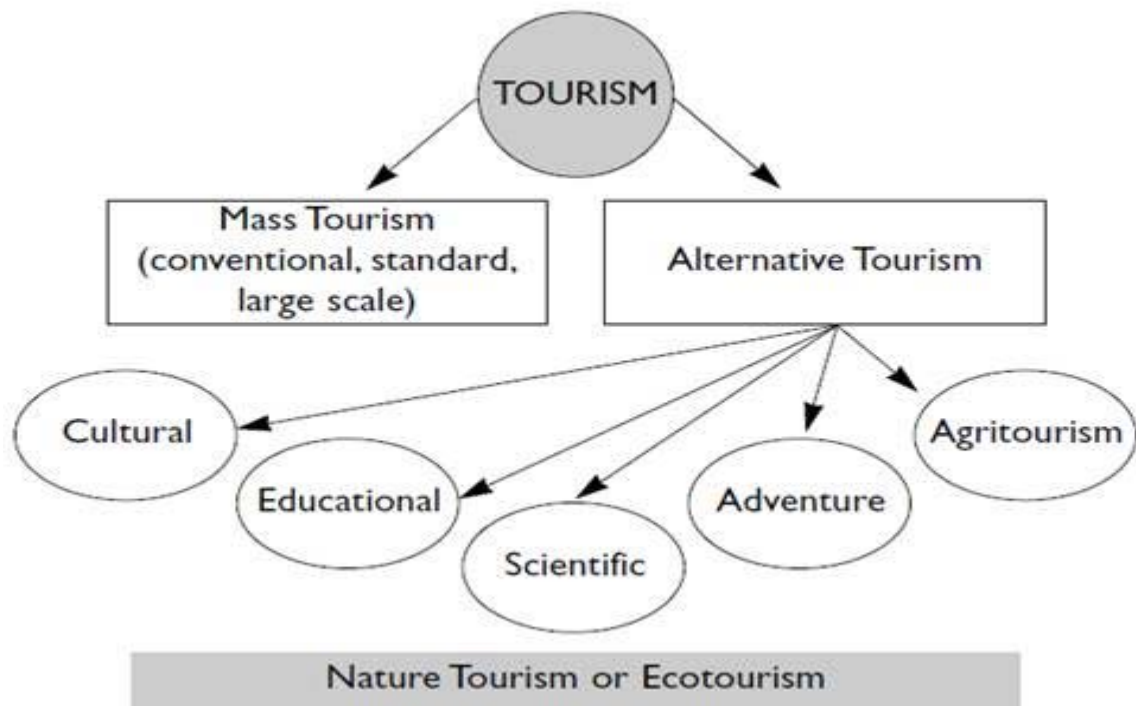
άγχους για κοινωνική άνοδο και επιβεβαίωση, οι άνθρωποι στρέφονται πλέον προς την παραδοσιακή ζωή και το περιβάλλον της υπαίθρου. Γνωριμία με τη φύση, αθλητικές δραστηριότητες, πεζοπορία, περιηγήσεις, συμμετοχή σε τοπικές πολιτιστικές εκδηλώσεις αποτελούν πλέον τα κίνητρα που ωθούν τους ανθρώπους να ταξιδεύουν. Ταυτόχρονα, οι σύγχρονοι ταξιδιώτες αναζητούν μοναδικές εμπειρίες μέσα από αυτό που ονομάστηκε «REAL» τουριστικό ταξίδι, ταξίδι δηλαδή που προσφέρει ικανοποίηση (Rewarding), εμπλουτισμό (Enriching), περιπέτεια (Adventuresome) και επιμόρφωση (Learning). Τέλος, η αλματώδης επέκταση της χρήσης του Διαδικτύου ευνόησε την ανάπτυξη των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Η ευκολότερη πρόσβαση στην πληροφορία προσέφερε στους τουρίστες πλήρη αυτονομία στην οργάνωση και τη διεξαγωγή των ταξιδιών. Από την πλευρά του ο τουριστικός τομέας (tour operators, ξενοδοχεία, πρακτορεία) προσαρμόστηκε στα νέα δεδομένα της ζήτησης, προσφέροντας νέα και εξειδικευμένα προϊόντα ειδικού και εναλλακτικού τουρισμού (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011).

Οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού εμφανίζουν μεγάλη ποικιλία, καθώς αντίστοιχα ποικίλουν τα ειδικά κίνητρα που ωθούν τα άτομα να ταξιδέψουν με σκοπό να ικανοποιήσουν μια συγκεκριμένη ανάγκη. Ορισμένες από τις σημαντικότερες μορφές ειδικού και εναλλακτικού τουρισμού που έχουν αναπτυχθεί τις τελευταίες δεκαετίες είναι οι παρακάτω (Richards, 2009; Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011; Rinschede, 1992; Scheyvens, 1999; Yang, Cai and Sliuzas, 2010; Cook, 2008; Βελισσαρίου, 2000; Neirotti, 2003):

- ✚ Πολιτιστικός τουρισμός: αναφέρεται σε ταξίδια που πραγματοποιούνται από άτομα με κύριο κίνητρο τη συλλογή πληροφοριών και εμπειριών, ικανών να ικανοποιήσουν τις πολιτιστικές τους ανάγκες (Σχήμα 2)
- ✚ Θρησκευτικός τουρισμός: αφορά σε ταξίδια που πραγματοποιούνται για θρησκευτικούς λόγους σε περιοχές με θρησκευτικά μνημεία καθώς και σε τόπους θρησκευτικής λατρείας
- ✚ Αγροτουρισμός: αναφέρεται σε επισκέψεις σε αγροτικές περιοχές με σκοπό την ψυχαγωγία, την εκπαίδευση και την ενεργό συμμετοχή σε γεωργικές εργασίες και δραστηριότητες της αγροτικής ζωής

- ✚ Οικοτουρισμός: περιλαμβάνει ταξίδια σε οικολογικά ευαίσθητες και συνήθως προστατευόμενες περιοχές με ιδιαίτερα υψηλή οικολογική αξία, με στόχο οι τουρίστες να απολαύσουν και να εκτιμήσουν τη φύση
- ✚ Τουρισμός Υγείας: αναφέρεται σε επισκέψεις σε περιοχές που διαθέτουν ιαματικά λουτρά, ιαματικές πηγές, κέντρα θαλασσοθεραπείας, Spa και παραθαλάσσια θέρετρα με σκοπό τη βελτίωση της σωματικής, ψυχικής και κοινωνικής υγείας
- ✚ Εκπαιδευτικός και επιστημονικός τουρισμός: αφορά σε ταξίδια που πραγματοποιούν συγκεκριμένες ομάδες τουριστών (επιστήμονες, εκπαιδευτικοί, ακαδημαϊκοί, φοιτητές) προκειμένου να λάβουν μέρος σε σεμινάρια, εκδηλώσεις, επιστημονικές ανταλλαγές, έρευνες κ.λπ.
- ✚ Αθλητικός Τουρισμός: αναφέρεται στα ταξίδια που πραγματοποιούνται με σκοπό τη συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες και αθλητικά γεγονότα καθώς και την επίσκεψη σε αξιοθέατα σχετικά με τον αθλητισμό όπως στάδια, αθλητικές εγκαταστάσεις, αθλητικά μουσεία κ.λπ.
- ✚ Επαγγελματικός Τουρισμός: αναφέρεται στα ταξίδια που πραγματοποιούνται για επαγγελματικούς λόγους και, ανάλογα με το σκοπό του ταξιδιού, διακρίνεται στο συνεδριακό τουρισμό, όταν σκοπός του ταξιδιού είναι η συμμετοχή σε κάποιο συνέδριο, στον εκθεσιακό τουρισμό, όταν σκοπός είναι η συμμετοχή σε κάποια έκθεση και ο τουρισμός κινήτρων όταν το ταξίδι είναι ένα τουριστικό πακέτο που δίδεται στους εργαζόμενους ως ανταμοιβή για την εξαιρετική τους απόδοση.

Σχήμα 2: Η θέση του πολιτιστικού τουρισμού ανάμεσα στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού



Πηγή: Csapo, 2012

Η δυναμική ανάπτυξη του τουριστικού τομέα σε συνδυασμό με την εξειδίκευση των τουριστικών κινήτρων έχουν οδηγήσει στην ανάδυση πολλών υποπροϊόντων των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού, όπως είναι ο ποδηλατικός, ο περπατητικός, ο γαστρονομικός, ο οινικός, ο τουρισμός περιπέτειας κ.λπ. Αυτό που θα πρέπει να επισημανθεί είναι πως κάθε ειδική και εναλλακτική μορφή τουρισμού διαθέτει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά προσφοράς και ζήτησης, συγκεκριμένες προϋποθέσεις υλοποίησης και λειτουργίας, ως εκ τούτου απαιτείται μια συγκροτημένη στρατηγική για την ανάπτυξή τους, ούτως ώστε να εξασφαλίζεται η βιωσιμότητα του τοπικού τουριστικού προϊόντος (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011).

Οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι σε θέση να αναβαθμίσουν και να εμπλουτίσουν το ελληνικό τουριστικό προϊόν, καλύπτοντας ένα ευρύ φάσμα της μεταβαλλόμενης τουριστικής ζήτησης. Καθώς οι ανταγωνιστικές χώρες εφαρμόζουν επιτυχημένες εναλλακτικές στρατηγικές ανάπτυξης, είναι αναγκαίο να αναπτυχθούν και στην Ελλάδα εξειδικευμένα πακέτα εναλλακτικού τουρισμού, ικανά να δώσουν στο ελληνικό προϊόν μια εξέχουσα θέση στην παγκόσμια τουριστική αγορά (Νάστος, 2013).

Κεφάλαιο 3

Πολιτιστικός Τουρισμός

Στο παρόν κεφάλαιο θα εξεταστεί μια από τις βασικότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, ο πολιτιστικός τουρισμός. Πιο συγκεκριμένα θα γίνει αναφορά στην εννοιολογική του οριοθέτηση, στην ανάπτυξη, τα οφέλη και τις κατηγορίες του, στα αξιοθέατα που περιλαμβάνει και τέλος στην τυπολογία των πολιτιστικών τουριστών.

3.1 Ο πολιτιστικός τουρισμός ως έννοια

Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί μία από τις σημαντικότερες και περισσότερο διαδεδομένες μορφές εναλλακτικού τουρισμού. Η σημασία του για την παγκόσμια τουριστική αγορά γίνεται εμφανής στην έρευνα που δημοσιοποιήθηκε το 2009 από τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης, όπου αναφέρεται ότι ο πολιτιστικός τουρισμός αντιπροσωπεύει περίπου το 40% της παγκόσμιας τουριστικής κίνησης. Εάν ληφθεί μάλιστα υπόψη ότι το ποσοστό αυτό αφορά στην άμεση μόνο επιρροή του πολιτιστικού τουρισμού στην τουριστική βιομηχανία, αντιλαμβάνεται κανείς ότι η έμμεση συμβολή του είναι ακόμη μεγαλύτερη, εξαιτίας των σημαντικών πολλαπλασιαστικών του επιδράσεων στο σύνολο της οικονομίας (OECD, 2009).

Η εννοιολογική αποσαφήνιση του όρου «πολιτιστικός τουρισμός» είναι μια αρκετά προβληματική διαδικασία, καθώς αποτελείται από δύο δύσκολα προσδιορίσιμες έννοιες, τον «πολιτισμό» και τον «τουρισμό», για τις οποίες έχει διατυπωθεί ένα ευρύτατο φάσμα ορισμών. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρουν οι McKercher και Du Cros (2002), η φαινομενικά εύκολη ερώτηση «τι είναι πολιτιστικός τουρισμός» είναι πολύ δύσκολο να απαντηθεί, καθώς έχουν δοθεί τόσοι πολλοί ορισμοί, όσοι είναι και οι πολιτιστικοί τουρίστες.

Ο Lord (1999) ορίζει τον πολιτιστικό τουρισμό ως «τις επισκέψεις που πραγματοποιούν άτομα που ζουν εκτός της κοινότητας υποδοχής, παρακινημένα εξ ολοκλήρου ή εν μέρει

από το ενδιαφέρον τους για την ιστορική, καλλιτεχνική, επιστημονική ή πολιτιστική κληρονομιά μιας κοινότητας, μιας περιφέρειας, μιας ομάδας ή ενός οργανισμού».

Ένας απλός ορισμός που χρησιμοποιείται σήμερα αρκετά συχνά είναι εκείνος που έχει δοθεί από τον οργανισμό ATLAS, ο οποίος περιλαμβάνει στον πολιτιστικό τουρισμό «τις μετακινήσεις των ανθρώπων σε πολιτιστικά αξιοθέατα μακριά από το συνήθη τόπο διαμονής τους, με σκοπό να συλλέξουν πληροφορίες και εμπειρίες που θα ικανοποιήσουν τις πολιτιστικές τους ανάγκες» (Richards, 1996).

Το Διεθνές Συμβούλιο Μνημείων και Τοποθεσιών (ICOMOS, 1997), ορίζει τον πολιτιστικό τουρισμό ως «οποιαδήποτε δραστηριότητα δίνει την ευκαιρία στους επισκέπτες να βιώσουν την εμπειρία των διαφορετικών τρόπων ζωής άλλων ανθρώπων, επιτρέποντάς τους να γνωρίσουν τα έθιμα, τις παραδόσεις, το φυσικό περιβάλλον και τις ιδέες τους και να έχουν πρόσβαση σε χώρους με διαχρονική αρχιτεκτονική, ιστορική, αρχαιολογική και πολιτιστική αξία».

Αρκετά διαδεδομένος είναι και ο ορισμός του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (World Tourism Organization, 1985), ο οποίος ορίζει τον πολιτιστικό τουρισμό ως «τις μετακινήσεις των ανθρώπων κυρίως για πολιτιστικούς σκοπούς, στις οποίες περιλαμβάνονται εκπαιδευτικές περιηγήσεις, συμμετοχή σε φεστιβάλ, παραστατικές τέχνες και άλλες πολιτιστικές εκδηλώσεις, επισκέψεις σε ιστορικούς χώρους και μνημεία, ταξίδια για τη μελέτη της φύσης, της τέχνης και του λαϊκού πολιτισμού καθώς και θρησκευτικά προσκυνήματα».

3.2 Η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού

Έως τα τέλη του 20ου αι. ο πολιτισμός και ο τουρισμός αποτελούσαν δύο διαφορετικές έννοιες προσέγγισης ενός προορισμού. Οι πολιτιστικοί πόροι αποτελούσαν τμήμα της πολιτιστικής κληρονομιάς, άμεσα συνδεδεμένοι με τις αξίες, το παρελθόν και την ταυτότητα του τοπικού πληθυσμού. Ο τουρισμός, από την άλλη, ήταν συνυφασμένος με ψυχαγωγικές δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου, εντελώς αποκομμένος από την κουλτούρα της τοπικής κοινότητας. Ωστόσο, από τη δεκαετία του 1980 και εξής άρχισε

να αναπτύσσεται μια ιδιαίτερα στενή σχέση μεταξύ του πολιτισμού και του τουρισμού (OECD, 2009).

Σύμφωνα με τους Richards και Wilson (2007), η εντυπωσιακή ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού οφείλεται σε τρεις θεμελιώδεις αλλαγές: στην αλλαγή στη φύση της κατανάλωσης, στην αλλαγή της παραγωγικής διαδικασίας και στην αλλαγή της ίδιας της φύσης του τουρισμού.

Η αλλαγή στη φύση της κατανάλωσης ήταν απόρροια της σταδιακής μεταβολής των ανθρώπινων αναγκών και επιθυμιών. Καθώς η κοινωνία εξελισσόταν και ο άνθρωπος ήταν πλέον σε θέση να καλύπτει τις βασικές του ανάγκες, έστρεψε το ενδιαφέρον του προς την ικανοποίηση πιο εξεζητημένων αναγκών που θα μπορούσαν να του προσφέρουν το αίσθημα της αυτοεκπλήρωσης και αυτοπραγμάτωσης.

Ταυτόχρονα, η φύση της παραγωγής άλλαξε δραματικά. Όπως αναφέρουν οι Pine και Gilmore (1999) οι τομείς της οικονομίας που βασίζονταν στην παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών (πρωτογενής, δευτερογενής και τριτογενής) αντικαταστάθηκαν σταδιακά από έναν νέο παραγωγικό τομέα, την «οικονομία της εμπειρίας». Οι σύγχρονοι καταναλωτές άρχισαν να αναζητούν ξεχωριστές εμπειρίες και οι επιχειρήσεις, ανταποκρινόμενες στον ολοένα αυξανόμενο ανταγωνισμό, ξεκίνησαν να διαφοροποιούν τα προϊόντα τους, παρέχοντας στους καταναλωτές μοναδικές εμπειρίες που δύσκολα μπορούσαν να αντιγραφούν.

Τέλος και ο ίδιος ο τουρισμός γνώρισε σημαντική διαφοροποίηση. Οι αρνητικές συνέπειες του μαζικού τουρισμού δημιούργησαν την ανάγκη για στροφή προς μια νέα μορφή τουρισμού, μικρότερης κλίμακας και πιο φιλικής προς το περιβάλλον. Ο πολιτιστικός τουρισμός αναδύθηκε ως το κατάλληλο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης, ικανό να προσφέρει αυθεντικές εμπειρίες με το μικρότερο δυνατό αντίκτυπο.

Ο Lord (1999) αναφέρεται και σε μια σειρά επιπλέον παραγόντων που επηρέασαν την εδραίωση του πολιτιστικού τουρισμού. Η άνοδος του μορφωτικού επιπέδου του πληθυσμού οδήγησε στην αύξηση του πολιτιστικού κεφαλαίου, που με τη σειρά του ενίσχυσε τη συμμετοχή σε πολιτιστικές δραστηριότητες. Η γήρανση του πληθυσμού αύξησε ομοίως την πολιτιστική συμμετοχή, καθώς οι άνθρωποι μέσης ηλικίας είναι ως

επί το πλείστον εκείνοι που έχουν το εισόδημα και το χρόνο να διαθέσουν σε ταξίδια και πολιτιστικές εμπειρίες. Οι εντεινόμενοι ρυθμοί ζωής, σε συνδυασμό με τη μείωση του ελεύθερου χρόνου, οδήγησαν στην αναζήτηση ποιοτικού χρόνου και νοήματος, το οποίο πολλοί ανακάλυψαν στη φύση και τον πολιτισμό. Τέλος, πολλές περιοχές στράφηκαν προς την ανάδειξη των φυσικών και πολιτιστικών τους πόρων, προκειμένου να προβάλουν μια διαφορετική και μοναδική ταυτότητα και να γίνουν περισσότερο ελκυστικές και ανταγωνιστικές στη διεθνή τουριστική αγορά.

3.3 Τυπολογία αξιοθέατων πολιτιστικού τουρισμού

Ο πολιτιστικός τουρισμός αναφέρεται τόσο στην επίσκεψη σε συγκεκριμένους πολιτιστικούς χώρους, όσο και στην επαφή με δραστηριότητες που συνθέτουν την ιδιαίτερη ουσία του πολιτισμού. Στους πόρους/ θέλγητρα που μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο προσέλκυσης πολιτιστικών τουριστών περιλαμβάνονται, σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό Κέντρο Παραδοσιακών και Περιφερειακών Πολιτισμών (ECTARC, 1989), οι εξής:

- τα αρχαιολογικά μνημεία, τοποθεσίες και μουσεία
- η αρχιτεκτονική δομή και τα οικιστικά σύνολα (ερείπια, ιστορικά κτίρια, ολόκληροι οικισμοί)
- τα αντικείμενα τέχνης και τα χειροτεχνήματα
- οι γκαλερί, τα φεστιβάλ και οι καλλιτεχνικές εκδηλώσεις
- η μουσική και ο χορός (κλασικός, παραδοσιακός, σύγχρονος)
- το θέατρο και ο κινηματογράφος
- η μελέτη του γραπτού και προφορικού λόγου
- οι θρησκευτικές γιορτές και τα προσκυνήματα
- η κουλτούρα και η υπο-κουλτούρα

Ο Richards (2001) προτείνει την παρακάτω κατηγοριοποίηση (Σχήμα 3) η οποία διαχωρίζει τα πολιτιστικά θέλγητρα με βάση:

(α) την ιστορική τους τοποθέτηση (πού τοποθετούνται χρονικά) και

(β) τη λειτουργία τους (εάν συνδέονται περισσότερο με την εκπαίδευση ή την ψυχαγωγία).

Σχήμα 3: Τυπολογία πολιτιστικών αξιοθέατων



Πηγή: Richards, 2001

Το πρώτο τεταρτημόριο περιλαμβάνει τα «παραδοσιακά» αξιοθέατα που σχετίζονται κυρίως με την πολιτιστική κληρονομιά και τοποθετούνται στο παρελθόν, όπως τα μουσεία, οι πινακοθήκες και τα μνημεία. Το δεύτερο τεταρτημόριο περιλαμβάνει πιο σύγχρονα αξιοθέατα που σχετίζονται με διαδικασίες που έχουν σχέση με τον πολιτισμό όπως καλλιτεχνικές εκθέσεις, μαθήματα ξένων γλωσσών κτλ.

Η δεξιά πλευρά του διαγράμματος περιλαμβάνει θέλγητρα που στοχεύουν περισσότερο στην ψυχαγωγία, ως εκ τούτου είναι περισσότερο προσανατολισμένα προς τις ανάγκες των σύγχρονων τουριστών, παρά προς τη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Στο πάνω δεξιά τεταρτημόριο περιλαμβάνονται θέλγητρα που προσφέρουν κυρίως διασκέδαση, όπως φεστιβάλ και καλλιτεχνικές παραστάσεις. Τα θεματικά πάρκα βρίσκονται στο μεταίχμιο μεταξύ τρίτου και τέταρτου τεταρτημρίου καθώς δεν προσφέρουν μόνο αναψυχή αλλά μπορεί να σχετίζονται με ιστορικά θέματα, άρα να έχουν εξερευνήσει ιστορικές πηγές. Στο τέταρτο τεταρτημόριο περιλαμβάνονται θέλγητρα, όπως ιστορικά κέντρα και παραδοσιακά φεστιβάλ, που συνδυάζουν την εκπαίδευση με την ψυχαγωγία.

Με βάση το παραπάνω διάγραμμα, γίνεται εμφανές το όφελος που αναμένεται να προκύψει για τον επισκέπτη από το εκάστοτε αξιοθέατο και ταυτόχρονα η ανάγκη που μπορεί να ικανοποιηθεί μέσα από την επίσκεψη σ' αυτό. Η συγκεκριμένη προσέγγιση του Richards είναι αρκετά διαφωτιστική, καθώς δίνεται πλέον έμφαση όχι μόνο στη χρήση του αξιοθέατου, αλλά και στην εμπειρία που μπορεί να αποκομίσει ο επισκέπτης μέσω αυτού (Duhme, 2012).

3.4 Οφέλη πολιτιστικού τουρισμού

Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί ένα ιδιαίτερης σημασίας και αποτελεσματικότητας μέσο ανάπτυξης, με σημαντικά οφέλη σε οικονομικό, κοινωνικό και πολιτιστικό επίπεδο. Η βιβλιογραφία έχει ασχοληθεί εκτενώς με τα οφέλη που μπορούν να προκύψουν από την εστίαση μιας περιοχής στον πολιτιστικό τουρισμό. Ως σημαντικότερα θα μπορούσαν να αναφερθούν τα εξής: (OECD, 2009; Council of Europe, 2011; Evans and Shaw, 2004; Λιναρδάτου, 2009; Κόνσολα, 2013).

- ✚ ενισχύει την απασχόληση δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας
- ✚ συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη της περιφέρειας
- ✚ δημιουργεί σύγχρονες υποδομές και βελτιώνει τον τρόπο διαβίωσης των τοπικών κοινοτήτων
- ✚ δημιουργεί ευκαιρίες για συνεργασίες σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο, φέρνοντας κοντά φορείς τοπικής αυτοδιοίκησης, μικρομεσαίες επιχειρήσεις, εταιρίες μεταφορών, παραγωγούς, τουριστικούς πράκτορες, πανεπιστήμια, εκπαιδευτικά ιδρύματα, συλλόγους, μη κυβερνητικές οργανώσεις κ.λπ.
- ✚ συμβάλλει στην ανάπτυξη νέων και καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών όπως χειροτεχνήματα, παιχνίδια, φεστιβάλ, εργαστήρια, εκπαιδευτικά προγράμματα κ.λπ.
- ✚ βελτιώνει την ελκυστικότητα των προορισμών έναντι άλλων ανταγωνιστικών περιοχών, αναδεικνύοντας τα μοναδικά συγκριτικά τους πλεονεκτήματα
- ✚ αυξάνει το ενδιαφέρον και συμβάλλει στην κατανόηση της αξίας της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς
- ✚ ενισχύει την κοινωνική αλληλεπίδραση, την ανταλλαγή ιδεών, την αλληλοκατανόηση και το σεβασμό μεταξύ ανθρώπων διαφορετικών πολιτισμών

- ✚ δημιουργεί αίσθημα υπερηφάνειας στην τοπική κοινότητα για την πολιτιστική της κληρονομιά και συμβάλλει στη σύσφιξη των σχέσεων των μελών της κοινότητας, μέσω της συμμετοχής σε κοινές πολιτιστικές δραστηριότητες
- ✚ συμβάλλει στην προβολή του προορισμού σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, μέσα από τη δημιουργία ξεχωριστής ταυτότητας για τον τόπο (destination branding)
- ✚ προστατεύει, αναδεικνύει και αξιοποιεί τους τοπικούς πολιτιστικούς πόρους
- ✚ προβάλλει τις πολιτιστικές ιδιαιτερότητες και αναβιώνει στοιχεία της τοπικής παράδοσης (ήθη, έθιμα, πανηγύρια, παραδοσιακές τέχνες και τεχνικές)
- ✚ καθώς δεν επηρεάζεται από κλιματολογικές συνθήκες, συμβάλλει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου περιορίζοντας το πρόβλημα της εποχικότητας
- ✚ διαχέει τα τουριστικά ρεύματα σε λιγότερο γνωστές και ανεπτυγμένες περιοχές, περιορίζοντας το πρόβλημα της υπερσυγκέντρωσης των τουριστών στα πιο δημοφιλή αξιοθέατα
- ✚ προσελκύει τουρίστες υψηλότερου εισοδήματος και μορφωτικού επιπέδου, οι οποίοι ξοδεύουν περισσότερο και συμμετέχουν με μεγαλύτερη συχνότητα σε πολιτιστικές δραστηριότητες
- ✚ ενισχύει την τοπική οικονομία μέσω της παραγωγής και προώθησης τοπικών προϊόντων (αγροτικών, ειδών λαϊκής τέχνης κτλ) στην τουριστική αγορά
- ✚ ενισχύει την αποκέντρωση, συγκρατώντας τον πληθυσμό στον τόπο καταγωγής του
- ✚ καθώς αποτελεί αειφόρο πρόταση τουριστικής ανάπτυξης, έχει περιορισμένο αντίκτυπο στο περιβάλλον σε σχέση με το μαζικό τουρισμό

Ωστόσο, ο πολιτιστικός τουρισμός ενδέχεται να επιφέρει και αρνητικές συνέπειες στις περιοχές υποδοχής. Συνοπτικά, από την ευρεία προσέλκυση τουριστών, είναι πιθανό να προκληθούν καταστροφές στο φυσικό περιβάλλον, αλλά και προβλήματα στη φέρουσα ικανότητα της κοινότητας. Σε αρκετές περιπτώσεις παρουσιάζεται το φαινόμενο οι αλλαγές στο δομημένο περιβάλλον να μη συνάδουν με τον τοπικό χαρακτήρα, ενώ τα τοπικά έθιμα και η τοπική παράδοση να εμπορευματοποιούνται (Csapo, 2012).

3.5 Κατηγορίες πολιτιστικού τουρισμού

Η διεύρυνση της πολιτιστικής κατανάλωσης σε συνδυασμό με τη γενικευμένη αναζήτηση για βιωματικά τουριστικά προϊόντα, οδήγησαν στη ανάπτυξη μιας σειράς διακριτών και εξειδικευμένων μορφών πολιτιστικού τουρισμού. Με βάση το θεματικό περιεχόμενο και τις δραστηριότητες που περιλαμβάνουν, ο Csapo (2012) διακρίνει τις κύριες μορφές του πολιτιστικού τουρισμού στις εξής κατηγορίες:

1. Τουρισμός πολιτιστικής κληρονομιάς: Αποτελεί μια σημαντική μορφή πολιτιστικού τουρισμού καθώς βασίζεται στη βιωματική εμπειρία των τοποθεσιών και δραστηριοτήτων που αντιπροσωπεύουν τους αυθεντικούς ιστορικούς, πολιτιστικούς και φυσικούς πόρους μιας περιοχής. Στον όρο πολιτιστική κληρονομιά περιλαμβάνονται η απτή (αρχιτεκτονική κληρονομιά, αρχαιολογικοί χώροι, μνημεία παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς, εθνικά και ιστορικά μνημεία), η άυλη (λογοτεχνία, τέχνες, λαογραφία), καθώς και οι πολιτιστικοί χώροι όπως τα μουσεία, οι συλλογές, οι βιβλιοθήκες, τα θέατρα, οι χώροι εκδηλώσεων κ.λπ.
2. Θεματικές διαδρομές: με πολλές διαφορετικές μορφές και τύπους, οι θεματικές διαδρομές οργανώνονται γύρω από φυσικά ή τεχνητά αξιοθέατα, τα οποία συνδέονται μεταξύ τους στη βάση ενός κοινού θέματος. Οι πολιτιστικές διαδρομές, το πλέον αντιπροσωπευτικό είδος των θεματικών διαδρομών, πολλαπλασιάζονται τα τελευταία χρόνια με εντυπωσιακούς ρυθμούς, καθώς δεν απαιτούν υψηλές επενδύσεις, αξιοποιούν τους τοπικούς πόρους, προσελκύουν νέες ομάδες ζήτησης και συμβάλλουν στην οικονομική, πολιτιστική και κοινωνική ανάπτυξη των προορισμών όπου αναπτύσσονται.
3. Αστικός τουρισμός: ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό των πολιτιστικών τουριστών υποκινείται σήμερα από τον τουρισμό της πόλης, καθώς τα σύγχρονα αστικά κέντρα έχουν να επιδείξουν σημαντική πολιτιστική κληρονομιά, παραστατικές και εικαστικές τέχνες και ανταγωνιστικές δημιουργικές βιομηχανίες. Μια σημαντική πρωτοβουλία που συνδέεται με τον αστικό τουρισμό, περιλαμβάνοντας τις πιο λαμπρές και υψηλού κύρους πολιτιστικές εκδηλώσεις, αποτελεί ο θεσμός της

πολιτιστικής πρωτεύουσας, που θεσπίστηκε το 1985 με στόχο την προβολή του πλούτου και της ποικιλομορφίας των ευρωπαϊκών πολιτισμών.

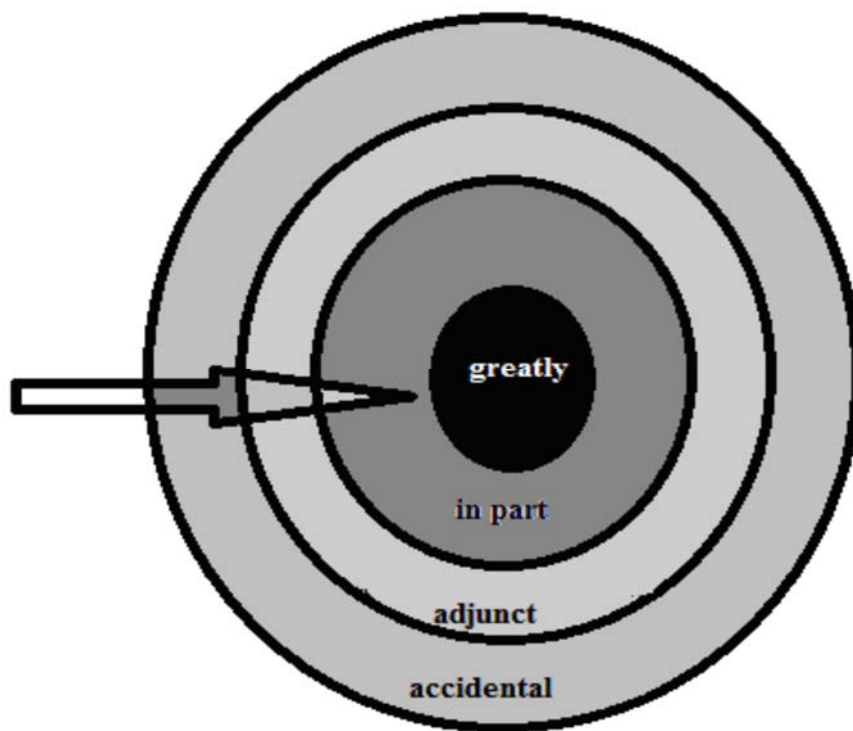
4. **Εθνοτικός τουρισμός:** ο τουρισμός αυτού του είδους περιλαμβάνει την κατηγορία των τουριστών που επισκέπτονται έναν τόπο με σκοπό την γνωριμία με το διαφορετικό εθνικό και πολιτιστικό υπόβαθρο άλλων ανθρώπων, μέσα από μια προσωπική και αυθεντική προσέγγιση. Ένας από τους βασικότερους στόχους αυτής της μορφής τουρισμού είναι η γνωριμία με άλλους πολιτισμούς, χωρίς να διαταραχθεί και να επηρεαστεί αρνητικά ο τοπικός πληθυσμός και η τοπική κουλτούρα. Βασικό κίνητρο για τέτοιου είδους ταξίδια που προωθούν την πολιτισμική ανεκτικότητα και κατανόηση, αποτελεί φυσικά η περιέργεια, καθώς και ο σεβασμός προς διαφορετικές εθνοτικές ομάδες.
5. **Θρησκευτικός τουρισμός:** ο θρησκευτικός τουρισμός και οι προσκυνηματικές διαδρομές αποτελούν την αρχαιότερη μορφή τουρισμού. Η θρησκεία αποτελεί το βασικό κίνητρο σε αυτού του είδους τα ταξίδια τα οποία περιλαμβάνουν επισκέψεις σε θρησκευτικούς τόπους και μνημεία, συμμετοχή σε θρησκευτικές εκδηλώσεις, προσκυνηματικές διαδρομές και πνευματική εκπαίδευση (θρησκευτικές κατασκηνώσεις, αποστολές κ.α.). Καθώς ο θρησκευτικός τουρισμός έχει γνωρίσει τεράστια επέκταση από τη δεκαετία του 1990 και μετά, χώρες με έντονο το θρησκευτικό στοιχείο έχουν μια ισχυρή βάση να αναπτύξουν το θρησκευτικό τουρισμό, προσελκύοντας εκατομμύρια τουρίστες που ενδιαφέρονται να επισκεφτούν ιερούς τόπους και να συμμετάσχουν σε θρησκευτικές εκδηλώσεις.
6. **Τουρισμός πολιτιστικών εκδηλώσεων και φεστιβάλ:** Σύμφωνα με έρευνες (World Tourism Organization and European Travel Commission, 2005), τα φεστιβάλ και οι πολιτιστικές εκδηλώσεις αποτελούν σημαντικό κίνητρο για την πλειοψηφία των πολιτιστικών τουριστών, πριν επιλέξουν να επισκεφθούν ένα συγκεκριμένο προορισμό. Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις και τα φεστιβάλ αυξάνουν την ελκυστικότητα περιοχών που μπορεί να μην αποτελούν κατεξοχήν πολιτιστικούς προορισμούς, ενώ παράλληλα καταπολεμούν την εποχικότητα, καθώς ένας αρκετά μεγάλος αριθμός αυτών διοργανώνεται σε περιόδους χαμηλής τουριστικής κίνησης.
7. **Δημιουργικός τουρισμός:** σύμφωνα με τον ορισμό της UNESCO (2006), ο δημιουργικός τουρισμός περιλαμβάνει τα ταξίδια που έχουν ως στόχο την

απόκτηση μιας βιωματικής και αυθεντικής εμπειρίας μέσω της συμμετοχής στις τέχνες, την πολιτιστική κληρονομιά και τον ιδιαίτερο χαρακτήρα ενός τόπου. Το συγκεκριμένο είδος τουρισμού παρέχει μια σύνδεση με τους ανθρώπους που κατοικούν σε αυτόν τον τόπο και οι οποίοι διαμορφώνουν συνεχώς το ζωντανό πολιτισμό του. Καθώς η σχέση μεταξύ πολιτισμού και δημιουργικότητας είναι προφανής, ο πολιτισμός ως κινητήριος δύναμη του πολιτιστικού τουρισμού δεν περιλαμβάνει πλέον μόνο τις παραδοσιακές πολιτιστικές και καλλιτεχνικές δραστηριότητες (εικαστικές και οπτικοακουστικές τέχνες, πολιτιστική κληρονομιά και λογοτεχνία) αλλά και τις δημιουργικές βιομηχανίες (εκδόσεις, πολυμέσα, κινηματογράφο, χειροτεχνία, σχέδιο κ.λπ.).

3.6 Τυπολογία και προφίλ πολιτιστικών τουριστών

Οι πολιτιστικοί τουρίστες αποτελούν μια ετερογενή ομάδα με διαφορετικές ανάγκες, προτιμήσεις και χαρακτηριστικά (Hughes, 2002). Σύμφωνα με τον Silberberg (1995) δεν ενδιαφέρονται όλοι οι άνθρωποι στον ίδιο βαθμό για τον πολιτισμό, ως εκ τούτου προτείνει μια κατηγοριοποίηση των τουριστών σε 5 διαφορετικούς τύπους, ανάλογα με το πολιτιστικό τους κίνητρο. Η προσέγγιση αυτή επεξηγείται στο Σχήμα 4 με τη μορφή των ομόκεντρων κύκλων.

Σχήμα 4: Βαθμός καταναλωτικού κινήτρου για τον πολιτιστικό τουρισμό



Πηγή: Silberberg, 1995

Στον πρώτο κύκλο, στο κέντρο του γραφήματος, ανήκουν οι τουρίστες που παρακινούνται σε μεγάλο βαθμό (*greatly*) από τον πολιτισμό. Η ομάδα αυτή αντιπροσωπεύει το 15% των τουριστών και επισκέπτεται ένα μέρος κυρίως για τις πολιτιστικές δραστηριότητες που προσφέρει (μουσεία, θεατρικές παραστάσεις, πολιτιστικές εκδηλώσεις και φεστιβάλ).

Ο δεύτερος κύκλος περιλαμβάνει τα άτομα που παρακινούνται εν μέρει (*in part*) από τον πολιτισμό. Αυτοί αντιπροσωπεύουν το 30% των τουριστών και επισκέπτονται ένα μέρος τόσο για τις πολιτιστικές δραστηριότητες που προσφέρει, όσο και για να επισκεφθούν συγγενείς και φίλους, να καταλύσουν σε κάποιο θερινό ή χειμερινό θέρετρο κτλ.

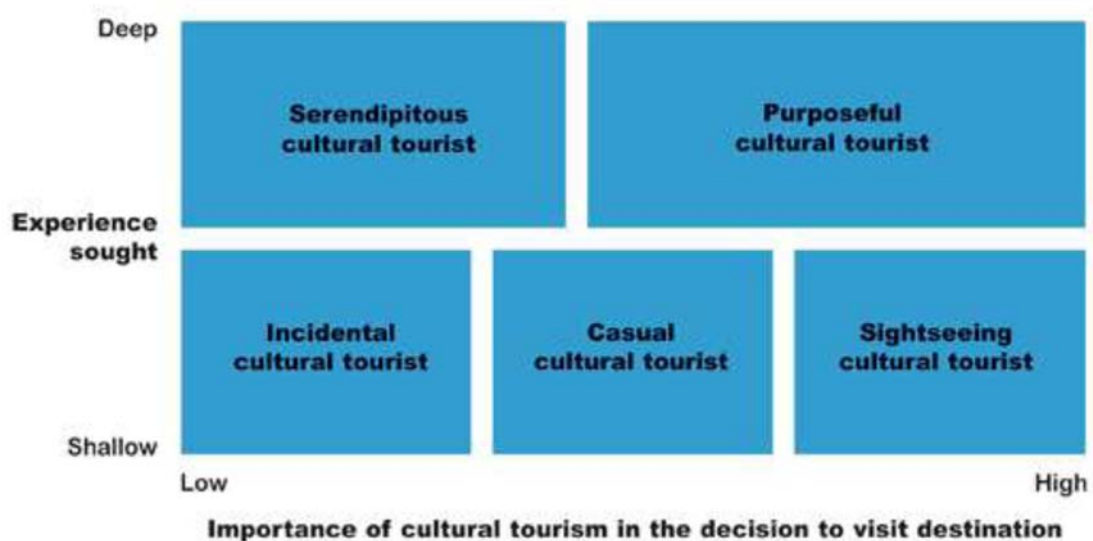
Ο τρίτος κύκλος αφορά στα άτομα για τα οποία ο πολιτισμός αποτελεί μια προσθήκη (*adjunct*) σε κάποιο άλλο βασικό κίνητρο. Για τη συγκεκριμένη ομάδα ατόμων, η οποία αντιπροσωπεύει το 20% των τουριστών, ο πολιτισμός δεν αποτελεί κύριο κίνητρο για την επιλογή ενός προορισμού, ωστόσο κατά την παραμονή τους εκεί θα συμμετάσχουν σε κάποιες πολιτιστικές δραστηριότητες, οι οποίες θα λαμβάνουν χώρα κυρίως το βράδυ και δε θα είναι πολλές σε αριθμό.

Ο εξωτερικός κύκλος περιλαμβάνει τους τυχαίους (accidental) πολιτιστικούς τουρίστες οι οποίοι αποτελούν το 20% της τουριστικής αγοράς. Οι συγκεκριμένοι δεν έχουν προγραμματίσει να επισκεφθούν κάποιο αξιοθέατο ή κάποια εκδήλωση πριν πραγματοποιήσουν το ταξίδι, ωστόσο τελικά θα τύχει να παρευρεθούν σε κάποια πολιτιστική δραστηριότητα, είτε εξαιτίας κάποιου φίλου/συγγενή, είτε επειδή θα τύχει να λαμβάνει χώρα κοντά στο κατάλυμα που διαμένουν.

Τέλος, έξω από τους κύκλους βρίσκονται τα άτομα που δε θα συμμετάσχουν σε καμία πολιτιστική δραστηριότητα κάτω από οποιεσδήποτε συνθήκες. Η ομάδα αυτή αντιπροσωπεύει το 15% του συνόλου των τουριστών.

Οι McKercher και Du Cros (2002) προτείνουν μια διαφορετική κατηγοριοποίηση (Σχήμα 5), διακρίνοντας μεταξύ 5 τύπων πολιτιστικών τουριστών, ανάλογα με το πολιτιστικό τους κίνητρο και το είδος της πολιτιστικής εμπειρίας που αποκομίζουν.

Σχήμα 5: Τύποι πολιτιστικών τουριστών



Πηγή: McKercher and Du Cros, 2002

Ο πολιτιστικός τουρίστας με συγκεκριμένο σκοπό (the purposeful cultural tourist) είναι εκείνος που επισκέπτεται έναν προορισμό παρακινημένος εξολοκλήρου από τον πολιτισμό, αποκομίζοντας μια βαθιά πολιτιστική εμπειρία.

Ο περιηγητικός πολιτιστικός τουρίστας (the sightseeing cultural tourist) παρακινείται επίσης ως επί το πλείστον από πολιτιστικούς λόγους, ωστόσο η εμπειρία που αποκομίζει είναι σχετικά επιφανειακή, καθώς ενδιαφέρεται περισσότερο να επισκεφτεί τα βασικά αξιοθέατα, παρά να βιώσει την ουσία του τοπικού πολιτισμού.

Ο εξερευνητικός πολιτιστικός τουρίστας (the serendipitous cultural tourist) είναι ο τύπος του τουρίστα που δεν ταξιδεύει για πολιτιστικούς λόγους, ωστόσο όταν κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του συμμετέχει σε πολιτιστικές δραστηριότητες, η πολιτιστική εμπειρία που αποκομίζει είναι βαθιά.

Ο συνηθισμένος πολιτιστικός τουρίστας (the casual cultural tourist) είναι εκείνος για τον οποίο η επίσκεψη σε έναν πολιτιστικό προορισμό αποτελεί πολύ χαμηλό κίνητρο, με αποτέλεσμα η τελική πολιτιστική εμπειρία που αποκομίζει να είναι ιδιαίτερα επιφανειακή.

Τέλος, ο τυχαίος πολιτιστικός τουρίστας (the incidental cultural tourist) είναι εκείνος για τον οποίο η επίσκεψη σε έναν πολιτιστικό προορισμό δεν αποτελεί καθόλου κίνητρο, ως εκ τούτου ακόμα και αν συμμετάσχει τυχαία σε κάποια πολιτιστική δραστηριότητα, η εμπειρία που θα αποκομίσει θα παραμείνει επιφανειακή.

Όσον αφορά στην ταυτότητα των πολιτιστικών τουριστών, οι μέχρι σήμερα έρευνες (Urry, 1990; Silberberg, 1995; Craik, 1997; Lord, 1999; Kerstetter, Confer and Graefer, 2001; Pulido-Fernández and Sánchez-Rivero, 2010) έχουν διαμορφώσει ένα αρκετά κοινό πολιτιστικό προφίλ, σύμφωνα με το οποίο οι πολιτιστικοί τουρίστες:

- ✚ έχουν υψηλό μορφωτικό επίπεδο
- ✚ χαρακτηρίζονται από υψηλό επαγγελματικό status
- ✚ διαθέτουν υψηλό εισόδημα
- ✚ είναι συνήθως μέσης και ώριμης ηλικίας
- ✚ είναι ως επί το πλείστον γυναίκες και
- ✚ έχουν μεγάλο ενδιαφέρον για την πολιτιστική κληρονομιά

Το γεγονός ότι οι γυναίκες συμμετέχουν σε πολιτιστικές δραστηριότητες σε ποσοστό μεγαλύτερο από τους άντρες, συνδέεται με το γεγονός ότι η θέση των γυναικών έχει βελτιωθεί σημαντικά τις τελευταίες δεκαετίες τόσο σε επαγγελματικό, όσο και σε οικογενειακό επίπεδο, με αποτέλεσμα οι γυναίκες να είναι εκείνες που αποφασίζουν συνήθως για τις δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου και για το είδος των οικογενειακών διακοπών (Lord, 1999; Filippou et al., 2010). Επιπλέον, το υψηλό μορφωτικό επίπεδο συνδέεται με το πολιτισμικό κεφάλαιο που χρειάζεται να διαθέτει κανείς, προκειμένου να μπορεί να κατανοήσει και να εκτιμήσει την εμπειρία που προσφέρει μια πολιτιστική δραστηριότητα (Kim, Cheng and O'Leary, 2007). Όσον αφορά στην ηλικία, τα όρια μάλλον δεν είναι τόσο στεγανά. Η έρευνα που πραγματοποίησε ο οργανισμός ATLAS (2007) σχετικά με τον πολιτιστικό τουρισμό, κατέδειξε ότι η συμμετοχή σε πολιτιστικές δραστηριότητες δεν είναι αποκλειστικό προνόμιο των μεγαλύτερων ηλικιών, καθώς και οι νεότερες ηλικίες καταλαμβάνουν πλέον ένα σημαντικό ποσοστό.

Αντίστοιχη έρευνα που πραγματοποιήθηκε από την Travel Industry Association of America (2003) έδειξε, εκτός από τα παραπάνω, ότι οι πολιτιστικοί τουρίστες:

- ✚ τείνουν να ξοδεύουν περισσότερα χρήματα κατά τη διάρκεια των διακοπών τους
- ✚ διαμένουν μεγαλύτερο χρονικό διάστημα στον προορισμό τους και
- ✚ συμμετέχουν σε περισσότερες πολιτιστικές δραστηριότητες, συγκριτικά με άλλους τύπους τουριστών

Από τα παραπάνω γίνεται εύκολα αντιληπτό το γεγονός ότι οι πολιτιστικοί τουρίστες αντιπροσωπεύουν ένα πολύ επιθυμητό και υψηλού επιπέδου είδος τουριστών, ενώ ο πολιτιστικός τουρισμός θεωρείται ανώτερος και περισσότερο εκλεπτυσμένος σε σχέση με τις υπόλοιπες μορφές τουρισμού (Hughes, 2002).

Κεφάλαιο 4

Πολιτιστικές Διαδρομές

Στο παρόν κεφάλαιο θα εξεταστεί ένα από τα πιο σύγχρονα εργαλεία ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού, οι πολιτιστικές διαδρομές. Θα γίνει αναφορά στην έννοια, την εξέλιξη και το ρόλο τους στη βιώσιμη ανάπτυξη, στα είδη και τους κρίσιμους παράγοντες επιτυχίας των πολιτιστικών διαδρομών. Τέλος, θα γίνει μια ανασκόπηση προηγούμενων μελετών περίπτωσης και θα διατυπωθούν οι ερευνητικές υποθέσεις.

4.1 Εννοιολογική προσέγγιση των πολιτιστικών διαδρομών

Οι πολιτιστικές διαδρομές αποτελούν ένα από τα πιο διαδεδομένα εργαλεία ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού. Συνίστανται στον προσδιορισμό μιας προκαθορισμένης διαδρομής που διαμορφώνεται στη βάση του συνδυασμού ενός συγκεκριμένου θέματος με ποικίλα φυσικά και πολιτιστικά αξιοθέατα, τα οποία είναι δυνατό να προσεγγιστούν με διαφορετικά μέσα μεταφοράς (Puczko and Ratz, 2000). Στόχος των πολιτιστικών διαδρομών είναι να αποτελέσουν κινητήριο μοχλό για την οικονομική, κοινωνική, πολιτιστική και περιβαλλοντική ανάπτυξη των περιοχών στις οποίες αναπτύσσονται, μέσα στο πλαίσιο των περιορισμών που επιβάλλουν οι αρχές της αειφορίας (Χατζηνικολάου, Ζηρίνη και Σοφικίτου, χ.χ.)

Η Διεθνής Επιτροπή για τις Πολιτιστικές Διαδρομές του ICOMOS (Suárez-Inclán, 2003), ορίζει την πολιτιστική διαδρομή ως «μια χερσαία, θαλάσσια, μεικτή ή διαφορετικού τύπου διαδρομή, η οποία είναι φυσικά οριοθετημένη, χαρακτηρίζεται από τη δική της δυναμική και ιστορική λειτουργικότητα και οφείλει να πληροί τις παρακάτω προϋποθέσεις:

α) να προκύπτει και να αντικατοπτρίζει τις αμοιβαίες μετακινήσεις ανθρώπων και τις πολυδιάστατες και συνεχείς ανταλλαγές αγαθών, ιδεών, γνώσεων και αξιών στο

εσωτερικό μιας χώρας ή περιοχής ή μεταξύ χωρών ή περιοχών για μεγάλα χρονικά διαστήματα και

β) να έχει λειτουργήσει ως σταυροδρόμι πολιτισμών στο χώρο και το χρόνο, γεγονός που αντανακλάται τόσο στην υλική όσο και στην άυλη πολιτιστική τους κληρονομιά».

Η Αυγερινού-Κολώνια (2009) αντιλαμβάνεται τις πολιτιστικές διαδρομές ως μια σύγχρονη προσέγγιση της πολιτιστικής κληρονομιάς, απόρροια της διεύρυνσης της έννοιας του πολιτιστικού αγαθού που έχει συντελεστεί τις τελευταίες δεκαετίες. Η άμβλυνση της διάκρισης μεταξύ «υψηλής» και «χαμηλής» κουλτούρας που επέτρεψε τη σύνδεση του πολιτισμού με την ψυχαγωγία, η μετατόπιση του ενδιαφέροντος από την εθνική στην τοπική κουλτούρα, η ανάδειξη της σύγχρονης βιομηχανικής κληρονομιάς και η σύνδεση του πολιτισμού με τους κανόνες της αγοράς, διαμόρφωσαν τη σύγχρονη έννοια του πολιτιστικού πόρου, με αποτέλεσμα να συμπεριλαμβάνει όλες τις εκφάνσεις της ανθρώπινης έκφρασης και δημιουργίας (Σαραντάκου, 2010). Με τον τρόπο αυτό, οι πολιτιστικές διαδρομές συνδέουν μεταξύ τους διαφορετικά πολιτιστικά αγαθά και τα ενσωματώνουν σε ένα κοινό λειτουργικό πλαίσιο, αναδεικνύοντας τη μεταξύ τους σχέση και τη μοναδική τους αξία (Αυγερινού-Κολώνια, 2009).

Είναι σημαντικό να διευκρινιστεί ότι μια πολιτιστική διαδρομή, με την αυστηρή έννοια του όρου, δεν επινοείται, ούτε σχεδιάζεται, παρά ανακαλύπτεται. Αυτό σημαίνει ότι όταν αναφερόμαστε σε πολιτιστικές διαδρομές εννοούμε τις ιστορικές εκείνες διαδρομές οι οποίες συνέβαλαν στη διαμόρφωση της αρχιτεκτονικής και καλλιτεχνικής δημιουργίας, την οποία σήμερα αντιλαμβανόμαστε ως απτή πολιτιστική κληρονομιά και μετέβαλαν τη συλλογική συνείδηση των εθνών, διαμορφώνοντας την άυλη πολιτιστική τους κληρονομιά. Ως εκ τούτου, οι πολιτιστικές διαδρομές διαφοροποιούνται από τις τουριστικές διαδρομές οι οποίες σχεδιάζονται σύμφωνα με τα ενδιαφέροντα των τουριστών, τις γεωγραφικές αποστάσεις, τις υποδομές, τα σημεία ενδιαφέροντος και άλλους παράγοντες, που στερούνται όμως επιστημονικής βάσης (Carreño, 2003).

4.2 Ιστορική εξέλιξη των πολιτιστικών διαδρομών

Οι πολιτιστικές διαδρομές έχουν προκύψει ιστορικά, καθώς αντιπροσωπεύουν ένα ιδιαίτερο ιστορικό φαινόμενο, την κινητικότητα των ανθρώπων που λάμβανε χώρα από αρχαιοτάτων χρόνων με σκοπό την πραγματοποίηση κάθε είδους ανταλλαγών: υλικών αγαθών, πληροφοριών, θρησκευτικών δοξασιών, πρακτικών, ιδεών και αντιλήψεων φιλοσοφικού, ιδεολογικού και πολιτικού περιεχομένου. Καθώς αρθρώνονται στο χώρο και στο χρόνο στη βάση της ανθρώπινης συνεργασίας και ανταλλαγής, δημιουργούν ένα γόνιμο έδαφος για την κατανόηση μεταξύ των λαών και τη διάδοση της ιδέας της ειρηνικής συνύπαρξης (Αυγερινού-Κολώνια, 2009).


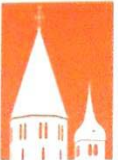




















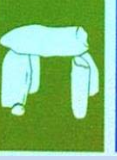

Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, οι διεθνείς οργανισμοί ανέπτυξαν από τη δεκαετία του 1960 και μετά μια σειρά από πρωτοβουλίες, με στόχο να προωθήσουν τη συνεννόηση και τον αμοιβαίο σεβασμό μεταξύ των λαών. Μία από αυτές τις πρωτοβουλίες κατέληξε το 1987 στη διατύπωση του Προγράμματος των Πολιτιστικών Διαδρομών από το Συμβούλιο της Ευρώπης.

Το πρόγραμμα των πολιτιστικών διαδρομών του Συμβουλίου της Ευρώπης αριθμεί έως σήμερα 33 πιστοποιημένες διαδρομές (Σχήμα 6), που καλύπτουν διάφορα θέματα της ευρωπαϊκής ιστορίας, μνήμης και κληρονομιάς, συμβάλλοντας στην ερμηνεία της σύγχρονης πολυπολιτισμικής εικόνας της Ευρώπης. Οι διαδρομές, που προσελκύουν κάθε χρόνο εκατομμύρια επισκέπτες, διασχίζουν 53 χώρες και έχουν χαραχτεί στα χνάρια θρησκευτικών προσκυνημάτων, διάσημων προσωπικοτήτων, πολιτιστικών εννοιών και φαινομένων με διακρατική σημασία και συμβολή στην κατανόηση και το σεβασμό στις κοινές ευρωπαϊκές αξίες (Council of Europe, 2016).

Μέσω των πολιτιστικών διαδρομών το Συμβούλιο της Ευρώπης φιλοδοξεί να επιτύχει 3 βασικούς στόχους (Capp, 2002):

- να γνωρίσουν οι Ευρωπαίοι πολίτες την ευρωπαϊκή πολιτιστική κληρονομιά και ταυτότητα
- να διατηρηθεί και να ενισχυθεί η ευρωπαϊκή πολιτιστική κληρονομιά ως μέσο βελτίωσης του ανθρώπινου περιβάλλοντος και ως πηγή κοινωνικής, οικονομικής και πολιτιστικής ανάπτυξης
- να αποκτήσει ο πολιτιστικός τουρισμός μια ξεχωριστή θέση ανάμεσα στις δραστηριότητες του ελεύθερου χρόνου των Ευρωπαίων πολιτών

Σχήμα 6: Πιστοποιημένες Διαδρομές του Συμβουλίου της Ευρώπης

1987	Santiago de Compostela Pilgrim Routes
1991	The Hansa
1992	Heinrich Schickhardt Route
1993	Viking Routes
1994	Via Francigena
1995	Vauban and Wenzel Routes
1997	Routes of El Legado Andalusi
2002	European Mozart Ways
2003	Phoenicians' Route Pyrenean Iron Route
2004	European Route of Jewish Heritage
2005	Saint Martin of Tours Route Cluniac Sites in Europe Routes of the Olive Tree, Via Regia
2007	Transromanica
2009	Iter Vitis Route
2010	European Route of Cistercian abbeys European Cemeteries Route Prehistoric Rock Art Trail Route of Saint Olav Ways European Route of Historical Thermal Towns
2012	Casadean Sites European Route of Ceramics
2013	European Route of Megalithic Culture Huguenot and Waldensian trail
2014	Atrium, architecture of totalitarian regimes of the 20 th century, Via Habsbourg Reseau Art Nouveau Network
2015	European Routes of Emperor Charles V Destination Napoleon Roman Emperors and Danube Wine Route In the footsteps of R.L. Stevenson

Πηγή: Council of Europe, 2016

Ωστόσο, ο θεσμός των πολιτιστικών διαδρομών δεν είναι σημαντικός μόνο για τον ευρωπαϊκό, αλλά και για τον παγκόσμιο πολιτιστικό τουρισμό, με αποτέλεσμα και άλλοι διεθνείς οργανισμοί να έχουν αναλάβει αντίστοιχες πρωτοβουλίες. Το 1998, το Διεθνές Συμβούλιο Μνημείων και Τοποθεσιών (ICOMOS) ίδρυσε τη Διεθνή Επιστημονική Επιτροπή για τις Πολιτιστικές Διαδρομές, με σκοπό την παρακολούθηση θεμάτων

σχετικών με τις πολιτιστικές διαδρομές, σε θεωρητικό και πρακτικό επίπεδο. Από την άλλη πλευρά, η UNESCO ενεργοποιήθηκε επίσης στον τομέα των πολιτιστικών διαδρομών, συμπεριλαμβάνοντάς τις στα πολιτιστικά αγαθά και σχεδιάζοντας πολυάριθμες πολιτιστικές διαδρομές, τόσο στην Ευρώπη όσο και στον υπόλοιπο κόσμο (Tomka, Đurić and Tomka, 2012).

Οι πολιτιστικές διαδρομές έχουν πολλαπλασιαστεί τις τελευταίες δεκαετίες σε ολόκληρο τον κόσμο και ιδιαίτερα στις αναπτυγμένες χώρες. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι προσφέρουν σημαντικές ευκαιρίες ανάπτυξης σε τοπικό επίπεδο, ενώ ταυτόχρονα ευθυγραμμίζονται με τις σύγχρονες ανάγκες των τουριστών, οι οποίοι αναζητούν συνεχώς ξεχωριστές και μοναδικές εμπειρίες. Δεδομένου ότι έχουν την ικανότητα να αναδεικνύουν τη μοναδικότητα και την ιδιαιτερότητα των προορισμών, δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι οι τελευταίοι στρέφονται ολοένα και περισσότερο προς την ανάπτυξη πολιτιστικών διαδρομών, προκειμένου να αποκτήσουν μια ξεχωριστή θέση στο σύγχρονο ανταγωνιστικό τουριστικό γίγνεσθαι (Meyer, 2004).

4.3 Τα οφέλη των πολιτιστικών διαδρομών

Οι πολιτιστικές διαδρομές κερδίζουν τα τελευταία χρόνια όλο και μεγαλύτερη σπουδαιότητα και προβολή. Συνδυάζοντας απτούς και άυλους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους, δημιουργούν τεράστιες ευκαιρίες για την ανάπτυξη των τοπικών κοινοτήτων, προσφέροντας παράλληλα πολύτιμες εμπειρίες στους επισκέπτες. Τα σημαντικότερα οφέλη που προκύπτουν από την ανάπτυξη των πολιτιστικών διαδρομών είναι συνοπτικά τα εξής (UNWTO, 2015; OECD, 2009; Council of Europe, 2011; Meyer, 2004; Hayes and MacLeod, 2008; Dinu and Cioaca, 2008; Majdoub, 2010, Ochoa Sigüencia et al., 2016):

- ✚ βελτιώνουν την ελκυστικότητα και την ανταγωνιστικότητα των προορισμών
- ✚ διευρύνουν την τουριστική αγορά, εισάγοντας λιγότερο γνωστούς προορισμούς και τόπους ενδιαφέροντος
- ✚ διαμορφώνουν νέες ομάδες ζήτησης για νέους και ανεξερεύνητους προορισμούς
- ✚ αυξάνουν την ροή του τουρισμού, με αποτέλεσμα την αύξηση των τοπικών εισοδημάτων και τη δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης

- ✚ λειτουργούν ως αναπτυξιακό εργαλείο σε αγροτικές και απομακρυσμένες περιοχές, τονώνοντας την οικονομική δραστηριότητα και την τουριστική κίνηση
- ✚ αυξάνουν τη διάρκεια της διαμονής και τη δαπάνη των τουριστών
- ✚ ενισχύουν την ιδιαίτερη εικόνα (brand) και βελτιώνουν τη φήμη των προορισμών, αντανακλώντας τον αυθεντικό χαρακτήρα και τη μοναδικότητά τους
- ✚ μεταφέρουν την πίεση που δημιουργείται από την υπερσυγκέντρωση των τουριστών στα δημοφιλή αξιοθέατα, προσανατολίζοντάς τους σε άλλες ζώνες
- ✚ δημιουργούν κίνητρα για επιχειρηματικότητα στις τοπικές κοινωνίες
- ✚ ενθαρρύνουν τη δημιουργία νέων και καινοτόμων τουριστικών προϊόντων
- ✚ δημιουργούν ευκαιρίες για συνέργειες μεταξύ ιδιωτικού και δημόσιου τομέα
- ✚ διαχέουν το εισόδημα που προέρχεται από τους τουρίστες από το κέντρο προς στις περιφέρειες των προορισμών, δημιουργώντας νέες ευκαιρίες για απασχόληση και επιχειρηματικότητα
- ✚ ενισχύουν τη βιωσιμότητα του τουριστικού προϊόντος
- ✚ αποκαλύπτουν τη φυσική και πολιτιστική κληρονομιά των προορισμών, συνεισφέροντας στην καλύτερη και βαθύτερη κατανόησή τους από τον τοπικό πληθυσμό και τους επισκέπτες
- ✚ δημιουργούν αίσθημα υπερηφάνειας στον τοπικό πληθυσμό, προάγοντας και ενδυναμώνοντας την πολιτιστική του ταυτότητα
- ✚ συμβάλλουν στη διατήρηση παραδοσιακών επαγγελμάτων και πρακτικών
- ✚ συμβάλλουν στην ευαισθητοποίηση των επισκεπτών απέναντι στο φυσικό περιβάλλον, φέρνοντάς τους σε επαφή με τις φυσικές ομορφιές των προορισμών όπου αναπτύσσονται
- ✚ έχουν ευεργετική επίδραση στην υγεία και την ευεξία των επισκεπτών (οι διαδρομές που περιλαμβάνουν πεζοπορία ή ποδηλασία έχουν σημαντικά καρδιαγγειακά και άλλα οφέλη)
- ✚ συμβάλλουν στην κοινωνικοποίηση των επισκεπτών, οι οποίοι μοιράζονται κοινές εμπειρίες και απολαμβάνουν την επαφή με άλλους ανθρώπους
- ✚ προωθούν το διαπολιτισμικό διάλογο και την αμοιβαία κατανόηση μεταξύ των λαών
- ✚ εμπλουτίζουν την εμπειρία του επισκέπτη συνδέοντας μεταξύ τους επίσημα τουριστικά προϊόντα όπως μουσεία, ιστορικά κτίρια και τοποθεσίες, με ανεπίσημα όπως υπαίθριες αγορές, καφέ και μπαρ, δημιουργώντας μια αυθεντική αίσθηση της τοπικής κουλτούρας

- ✚ είναι δυνατό να αποτελέσουν τη βάση για επιτυχημένες προτάσεις χρηματοδότησης από ευρωπαϊκά προγράμματα και να προσελκύσουν επενδύσεις τόσο από το εσωτερικό, όσο και από το εξωτερικό
- ✚ ο σχεδιασμός και η υλοποίησή τους δεν απαιτούν μεγάλες επενδύσεις
- ✚ οι διαδρομές που περιλαμβάνουν πεζοπορία, ποδηλασία ή χρήση της τοπικής συγκοινωνίας μειώνουν το περιβαλλοντικό αποτύπωμα που προκαλείται από τη χρήση των μηχανοκίνητων μέσων μεταφοράς
- ✚ συμβάλλουν στην προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς μέσω δράσεων αναστήλωσης και αποκατάστασης μνημείων και τοποθεσιών, ιστορικής έρευνας, ανάπτυξης μουσείων κ.λπ.

4.4 Είδη πολιτιστικών διαδρομών

Οι πολιτιστικές διαδρομές εμφανίζουν πολύ μεγάλη ποικιλία και μπορούν να ταξινομηθούν σε διάφορες κατηγορίες με βάση πολλές και διαφορετικές παραμέτρους. Πιο συγκεκριμένα μπορούν να διακριθούν (UNWTO, 2015; ICOMOS, 2008; Dinu and Cioaca, 2008; Richards, 2007):

- ✚ ως προς τη γεωγραφική τους έκταση, σε τοπικές, περιφερειακές, εθνικές και διεθνείς
- ✚ από άποψη θεματικής προσέγγισης, μπορούν να βασίζονται σε ένα θέμα ιστορικής, πολιτιστικής, θρησκευτικής, κοινωνικής ή βιομηχανικής κληρονομιάς, να σχετίζονται με μια συγκεκριμένη ιστορική περίοδο, μια ιστορική ή καλλιτεχνική προσωπικότητα, ένα συγκεκριμένο είδος τέχνης, τοπικές παραδόσεις ή τοπικά προϊόντα, ή απλώς να ενώνουν μεταξύ τους τοποθεσίες που βρίσκονται σε κοντινή απόσταση
- ✚ από άποψη μετακινήσεων, υπάρχουν διαδρομές που μπορεί να διασχίσει κανείς είτε περπατώντας είτε χρησιμοποιώντας τρένο, αυτοκίνητο, μηχανή, ποδήλατο ή άλογο, ενώ ακόμα και το ιστιοπλοϊκό σκάφος, το scuba diving ή το rafting μπορούν να αποτελέσουν μέσο διάσχισης μιας πολιτιστικής διαδρομής
- ✚ ως προς το φυσικό περιβάλλον μέσα στο οποίο αναπτύσσονται, οι διαδρομές μπορεί να είναι χερσαίες, υδάτινες ή και μεικτές

- ✚ ως προς τα κίνητρα των τουριστών που συμμετέχουν, τα οποία εκτός από πολιτιστικά μπορεί να είναι περιβαλλοντικά, αθλητικά, εκπαιδευτικά, υγείας και ευεξίας, επαγγελματικά, θρησκευτικά, πνευματικά
- ✚ ως προς τον αρχικό σκοπό που εξυπηρετούσε η λειτουργία τους, κατηγοριοποιούνται σε εκείνες που εξυπηρετούσαν κάποιο ρόλο κοινωνικό, οικονομικό, εμπορικό, διοικητικό, πολιτικό ή πολιτιστικό
- ✚ ως προς το σχεδιασμό και τη δομή τους, υπάρχουν διαδρομές που ξεκινούν από ένα ή περισσότερα σημεία και καταλήγουν σε ένα συγκεκριμένο προορισμό (γραμμικές), ενώ υπάρχουν και εκείνες που σχηματίζονται από ένα δίκτυο σημείων τα οποία δε συνδέονται διαδοχικά μεταξύ τους, ως εκ τούτου οι επισκέπτες μπορούν να ξεκινούν και να σταματούν σε οποιοδήποτε μέρος της διαδρομής επιθυμούν
- ✚ τέλος, ως προς το χρόνο που απαιτείται προκειμένου να τις ακολουθήσει κανείς, οι διαδρομές διακρίνονται σε αυτές που δεν προϋποθέτουν καμμία διανυκτέρευση, σε όσες απαιτούν τουλάχιστον μία και σε εκείνες που περιλαμβάνουν περισσότερες από μία διανυκτερεύσεις σε διαφορετικά σημεία-σταθμούς τους

Η επιλογή της πολιτιστικής διαδρομής που αρμόζει σε κάθε περιοχή εξαρτάται από την ιδιαίτερη φυσιογνωμία και την ταυτότητα της συγκεκριμένης περιοχής. Αξίζει επιπλέον να σημειωθεί ότι η συμπερίληψη ενός πολιτιστικού πόρου σε μια πολιτιστική διαδρομή δεν αναιρεί τη δυνατότητά του να συμμετέχει και σε άλλες πολιτιστικές διαδρομές, διαφορετικού χαρακτήρα ή κλίμακας, αρκεί να συνδέεται με τους υπόλοιπους πόρους της διαδρομής με ένα κοινό συνεκτικό στοιχείο (Παπαγεωργίου και Γκαντούνα, 2012).

4.5 Παράγοντες επιτυχίας πολιτιστικών διαδρομών

Η επιτυχημένη πορεία μιας πολιτιστικής διαδρομής εξαρτάται από μια σειρά σημαντικών παραγόντων που είναι αναγκαίο να λαμβάνονται υπόψη κατά το σχεδιασμό και την

ανάπτυξή της. Οι κυριότεροι παράγοντες επιτυχίας μιας πολιτιστικής διαδρομής θα μπορούσαν να συνοψιστούν ως εξής:

- ✚ **Θέμα:** η διαδρομή θα πρέπει να περιστρέφεται γύρω από ένα ενδιαφέρον θέμα, ικανό να παρακινήσει και να προσελκύσει τους επισκέπτες. Σύμφωνα με τους Hayes και MacLeod (2007) η αφήγηση μιας συναρπαστικής ιστορίας (storytelling) είναι απαραίτητη, καθώς συμβάλλει στη δημιουργία μιας αξιομνημόνευτης και μοναδικής εμπειρίας για τους επισκέπτες. Κάποιοι προορισμοί διαθέτουν πλούσιο υλικό (σημαντική ιστορία, σπουδαία αρχιτεκτονική κληρονομιά, σχέση με κάποια διάσημη προσωπικότητα), ικανό να δημιουργήσει μια πειστική αφήγηση, ενώ άλλοι χρειάζεται να κατασκευάσουν μια ιστορία χρησιμοποιώντας λιγότερο σημαντικά ή ενδιαφέροντα στοιχεία.
- ✚ **Κύριος σκοπός και επιμέρους στόχοι:** όποιος και να είναι ο σκοπός (η βελτίωση της ελκυστικότητας των προορισμών, η οικονομική ανάπτυξη, η προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς) θα πρέπει να είναι ρεαλιστικός και επιτεύξιμος, ενώ οι στόχοι που θα τεθούν θα πρέπει να είναι σαφείς και μετρήσιμοι (Pattarano and Pisticchi, 2016).
- ✚ **Διαφοροποίηση προορισμών:** προκειμένου να προσελκύσει όσο το δυνατόν περισσότερους επισκέπτες, η διαδρομή θα πρέπει να προσφέρει ποικιλία όσον αφορά στο είδος των προορισμών που περιλαμβάνει. Για παράδειγμα, μπορούν να συμπεριλαμβάνονται προορισμοί που έχουν να επιδείξουν σημαντικά αξιοθέατα πολιτιστικής κληρονομιάς, αλλά και προορισμοί που μπορεί να φημίζονται για άλλα χαρακτηριστικά, όπως τις φυσικές ομορφιές τους, τη γαστρονομία, το καλό κρασί τους κ.λπ. (Pattarano and Pisticchi, 2016).
- ✚ **Καταγραφή διαθέσιμων πόρων:** απαραίτητο στάδιο κατά τη διαδικασία σχεδιασμού μιας πολιτιστικής διαδρομής, αποτελεί η κατάρτιση μιας αναλυτικής λίστας με τους διαθέσιμους τοπικούς πόρους, τα μνημεία, τα μουσεία, τα σημεία ενδιαφέροντος, τις τουριστικές υποδομές, τους φυσικούς πόρους, εν γένει όλα εκείνα τα στοιχεία που μπορούν να θεωρηθούν συγκριτικά πλεονεκτήματα, ικανά να διαφοροποιήσουν τις περιοχές που συμμετέχουν στη διαδρομή (Pattarano and Pisticchi, 2016).

- ✚ **Ερμηνευτικά μέσα:** Το ερμηνευτικό υλικό μιας πολιτιστικής διαδρομής μπορεί να ποικίλει περιλαμβάνοντας φυλλάδια, διαδικτυακές πληροφορίες, κέντρα επισκεπτών, ενημερωτικές πινακίδες, οργανωμένες ξεναγήσεις κ.λπ. Ανεξάρτητα από το μέσο, η ερμηνεία που παρέχεται θα πρέπει να είναι ευχάριστη, συνεπής και καλά οργανωμένη (Hardy, 2003). Σύμφωνα με την Al-hagla (2010) η έλλειψη επαρκούς ερμηνείας, οδηγεί στη δυσαρέσκεια των τουριστών, η οποία σταδιακά θα οδηγήσει στη μείωση του αριθμού τους και κατ' επέκταση στη μείωση του οικονομικού αντίκτυπου στην περιοχή.

- ✚ **Πρόσβαση:** θα πρέπει να εξασφαλίζεται η απρόσκοπτη φυσική και διανοητική πρόσβαση στα αξιοθέατα, τις τουριστικές υποδομές και τις υπηρεσίες που προσφέρονται κατά μήκος της διαδρομής. Μια καλή πρακτική μπορεί να περιλαμβάνει τη δημιουργία μιας διαδικτυακής πλατφόρμας, προσβάσιμης και από κινητά τηλέφωνα, ούτως ώστε οι επισκέπτες να μπορούν καθοδόν να αντλούν τις πληροφορίες που χρειάζονται. Επιπλέον, η σύνδεση από το ένα σημείο της διαδρομής στο άλλο θα πρέπει να εξασφαλίζεται από επαρκή μέσα μεταφοράς και σε ασφαλείς δρόμους, ενώ είναι απαραίτητη η εξασφάλιση της άνετης πρόσβασης και από άτομα περιορισμένης κινητικότητας (Pattarano and Pisticchi, 2016).

- ✚ **Έρευνα κοινού:** η έρευνα κοινού αποτελεί απαραίτητο στάδιο προκειμένου να γίνει αντιληπτό εάν η διαδρομή φαίνεται ελκυστική στους επισκέπτες, καθώς και ποια είναι η τυπολογία των τουριστών που θα πρέπει να προσεγγιστεί. Σύμφωνα με τον Hughes (2002), αυτή η διαδικασία συμβάλλει στη διαμόρφωση μιας ορθής αντίληψης για την αγορά και επιτρέπει την επιλογή των κατάλληλων μέσων προώθησης, καθώς και την κατεύθυνση της προώθησης στα κατάλληλα τμήματα της τουριστικής αγοράς. Η πρόκληση όσον αφορά στο σχεδιασμό και την ανάπτυξη επιτυχημένων θεματικών διαδρομών είναι να πραγματοποιούνται τακτικές έρευνες αγοράς προκειμένου να γίνονται κατανοητές και να προβλέπονται οι προτιμήσεις, οι περιορισμοί αλλά και οι μελλοντικές ανάγκες των τουριστών (Olsen, 2003).

- ✚ **Συνεργασία μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών:** ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες από τους οποίους εξαρτάται η επιτυχία μιας πολιτιστικής διαδρομής είναι η ενεργή συμμετοχή και η συνεργασία όλων των ενδιαφερόμενων μερών (stakeholders) με σκοπό να δημιουργηθεί ένα πραγματικά αυθεντικό τουριστικό προϊόν. Ενδιαφερόμενα μέρη μιας πολιτιστικής διαδρομής μπορεί να είναι η τοπική αυτοδιοίκηση, επιστημονικά και εκπαιδευτικά ιδρύματα, φορείς διαχείρισης μουσείων, μνημείων και πολιτιστικής κληρονομιάς, επιχειρήσεις εστίασης και φιλοξενίας, επιχειρήσεις που σχετίζονται με το εμπόριο και τις μεταφορές, χρηματοδοτικοί οργανισμοί, πολιτιστικά κέντρα, τοπικοί σύλλογοι, μη κυβερνητικές οργανώσεις κ.λπ. (Charo, 2012). Σύμφωνα με τους Geiger και Werner (2009) απαραίτητη κρίνεται και η εμπλοκή της τοπικής κοινότητας, καθώς οι γνώσεις και οι εμπειρίες του τοπικού πληθυσμού μπορούν να αποδειχτούν εξαιρετικά χρήσιμες στη διαδικασία σχεδιασμού και ανάπτυξης των πολιτιστικών διαδρομών.

- ✚ **Κατάλληλος σχεδιασμός και προβολή:** ο σχεδιασμός της πολιτιστικής διαδρομής αφορά σε ενέργειες όπως ο καθορισμός των στάσεων της διαδρομής, ο υπολογισμός του χρόνου που χρειάζεται προκειμένου να μετακινηθούν οι επισκέπτες από το ένα σημείο στο άλλο κ.λπ. Απαραίτητη διαδικασία αποτελεί και ο καθορισμός μιας στρατηγικής προβολής της διαδρομής, η οποία θα πρέπει να περιλαμβάνει τη δημιουργία ενός λογότυπου, μιας διαδικτυακής πλατφόρμας, παρουσία στον Τύπο και στα κοινωνικά δίκτυα, την έκδοση ενός τουριστικού οδηγού και ενός χάρτη της διαδρομής, την τοποθέτηση κέντρων πληροφόρησης κατά μήκος της διαδρομής κ.λπ. (Certess, 2014; Puczko and Ratz, 2007).

- ✚ **Χρηματοδότηση:** προκειμένου να εξασφαλιστεί η βιωσιμότητα της διαδρομής, είναι απαραίτητο να εξασφαλιστούν οι απαραίτητοι πόροι, είτε μέσω ευρωπαϊκής χρηματοδότησης, είτε μέσω στήριξης από δημόσιους οργανισμούς, χρηματοδοτικούς φορείς, επιχειρήσεις, ιδιώτες κ.λπ. (Pattarano and Pisticchi, 2016).

- ✚ **Παρακολούθηση και αξιολόγηση:** τόσο ο οικονομικός αντίκτυπος στην περιοχή, όσο και η κοινωνική και περιβαλλοντική βιωσιμότητα της διαδρομής θα πρέπει να παρακολουθούνται και να αξιολογούνται συνεχώς με συγκεκριμένους

δείκτες. Οι Jurigóna και Lencsésóna (2015) προτείνουν μια σειρά δεικτών που μπορούν να χρησιμοποιηθούν προκειμένου να μετρηθεί ο οικονομικός, κοινωνικός και περιβαλλοντικός αντίκτυπος των πολιτιστικών διαδρομών στους διάφορους προορισμούς. Όσον αφορά στον οικονομικό αντίκτυπο μπορούν να μετρηθούν οι νέες θέσεις εργασίας, ο αριθμός επισκεπτών, οι διανυκτερεύσεις και οι δαπάνες τους, τα έσοδα από τις πωλήσεις τοπικών προϊόντων κ.λπ. Όσον αφορά στον κοινωνικό αντίκτυπο, μπορεί να μετρηθεί η ικανοποίηση των επισκεπτών αλλά και των ντόπιων κατοίκων, η αναλογία επισκεπτών και ντόπιων σε περιόδους μέσης κίνησης και περιόδους αιχμής κ.λπ. Τέλος αναφορικά με τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο, μπορούν να μετρηθούν ο όγκος και η διαχείριση των αποβλήτων, η φέρουσα ικανότητα των τοπικών κοινοτήτων, η ύπαρξη ή μη προγραμμάτων ανακύκλωσης, η απώλεια χλωρίδας και πανίδας κ.λπ.).

✚ **Συντονιστικός φορέας:** Για όλα τα παραπάνω κρίνεται απαραίτητη η συγκρότηση μιας συντονιστικής αρχής, η οποία θα αναλάβει την οργάνωση και την ορθή λειτουργία της διαδρομής, δίνοντας κίνητρα στις τοπικές επιχειρήσεις να συμμετάσχουν στη διαδρομή, στοχεύοντας στην κατάλληλη προβολή της, ενημερώνοντας το κοινό και εφαρμόζοντας τακτικές πρακτικές αξιολόγησης (Piskóti and Nagy, 2016 ; Hayes and MacLeod, 2008).

✚ **Προστασία και Βιωσιμότητα:** Μια βασική αρχή για την ανάπτυξη των θεματικών διαδρομών αποτελεί η προστασία της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς. Οι θεματικές διαδρομές προσελκύουν επισκέπτες κυρίως λόγω των φυσικών και πολιτιστικών πόρων που περιλαμβάνουν, η προστασία των οποίων είναι πρωταρχικής σημασίας προκειμένου να εξασφαλιστεί η μακροχρόνια βιωσιμότητα των διαδρομών (Hardy, 2003).

4.6 Ανασκόπηση μελετών περίπτωσης

Η σύγχρονη βιβλιογραφία έχει ασχοληθεί εκτενώς με τις θεματικές διαδρομές, ερευνώντας μέσω διαφορετικών μελετών περίπτωσης τις πολυδιάστατες και διαφορετικές πτυχές τους.

Ένας μεγάλος αριθμός ερευνών ασχολείται με τον αντίκτυπο των θεματικών διαδρομών τόσο στον τόπο υποδοχής, όσο και στους επισκέπτες. Όσον αφορά στον οικονομικό αντίκτυπο στους τόπους υποδοχής, σημαντική είναι η συνεισφορά των θεματικών διαδρομών στην αύξηση της τουριστικής κίνησης (Scherrer, Alonso and Sheridan, 2009; Karafolas, 2007; Olsen, 2003), στη δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης (Stoddart and Rogerson, 2009; Conti et al., 2015; Cojocariu, 2015) στην ενίσχυση των τοπικών επιχειρήσεων (Bowker, Bergstrom and Gill, 2007; Briedenhann and Wickens, 2004) και στην ανάπτυξη και διαφοροποίηση των τοπικών προϊόντων (Brunori and Rossi, 2000; Koščak, 2016).

Εκτός από τον οικονομικό αντίκτυπο, οι θεματικές διαδρομές έχουν και σημαντικό κοινωνικό - πολιτιστικό αντίκτυπο στις κοινότητες υποδοχής. Εξετάζοντας τις απόψεις των κατοίκων που διαβιούν κατά μήκος διαφορετικών θεματικών διαδρομών, τα κυριότερα πλεονεκτήματα που φαίνεται πως έχουν αποκομίσει από την εμπειρία τους αυτή, είναι η διαφύλαξη της πολιτιστικής τους κληρονομιάς (Snowball and Courtney, 2010; P. Taylor, 2015; Karafolas, 2007), η ενίσχυση των δεσμών μεταξύ των κατοίκων και της κοινότητας (MacLeod, 2016; Cojocariu, 2015) καθώς και η ενίσχυση της ανεκτικότητας, του σεβασμού και της κατανόησης μεταξύ των διαφορετικών λαών (Besculides, Lee and McCormick, 2002; Tomka, Đurić and Tomka, 2012). Επιπλέον, σημαντική είναι η συμβολή τους και στη βελτίωση της υγείας και της ευεξίας των ντόπιων κατοίκων, καθώς προάγουν και αυξάνουν τη σωματική δραστηριότητα (VanBlarcom and Janmaat, 2013; Wang et al., 2005; Bichis-Lupas and Moisey, 2001; Brownson et al., 2000; Abildso et al., 2012).

Ένα σημαντικός αριθμός ερευνών έχει πραγματοποιηθεί προκειμένου να διερευνηθεί ο αντίκτυπος των πολιτιστικών διαδρομών στους επισκέπτες που συμμετέχουν σε αυτές. Σύμφωνα με τα αποτελέσματά τους, οι θεματικές διαδρομές δίνουν τη δυνατότητα στους επισκέπτες να βιώσουν μοναδικές εμπειρίες (Miles, 2016; Hartmann, 2016; Hayes and MacLeod, 2007; E.P.Taylor, 2015), να κατανοήσουν καλύτερα τον τόπο και την πολιτιστική του κληρονομιά (Patullo, 1997; Majdoub, 2010), να αναπτύξουν ισχυρούς

συναισθηματικούς δεσμούς με την κοινότητα (Kanelloroulou, 2015; Messineo, 2012; Blackwell, 2002) και να έρθουν σε επαφή με διαφορετικές κουλτούρες, εκτιμώντας τη διαφορετικότητά τους (Gardner, Mentley and Signori, 2006; Tomka, Đurić and Tomka, 2012).

Εκτός από τον αντίκτυπο των πολιτιστικών διαδρομών στους επισκέπτες, μελέτες έχουν ασχοληθεί και με τη ζήτηση και τα κίνητρα των επισκεπτών. Οι Palmer, Wolff και Cassidy (2008) και οι Kelley, Van Rensburg και Jeserich (2016) εξετάζοντας τους παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση των τουριστών να πάρουν μέρος σε μια θεματική διαδρομή, καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι τα φυλλάδια καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό τη ζήτηση των θεματικών διαδρομών. Όσον αφορά στα κίνητρα των επισκεπτών, εμφανίζουν μεγάλη ετερογένεια και ποικιλία, καθώς μπορεί να είναι πολιτιστικά, φυσικά/σωματικά, θρησκευτικά/ πνευματικά, περιβαλλοντικά, αναψυχής κλπ. (Fernandes et al., 2012; Murray and Graham, 1997; Correia et al., 2017; López-Guzmán, Vieira-Rodríguez and Rodríguez-García, 2014).

Οι κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας των θεματικών διαδρομών έχουν απασχολήσει ένα πλήθος ερευνών μέσα από την εξέταση συγκεκριμένων μελετών περίπτωσης. Η κατάλληλη προβολή (σήμανση, ιστοσελίδα, κοινωνικά δίκτυα, συνεργασία με κέντρα πληροφόρησης, παρουσία σε τουριστικές εκθέσεις, επαφές με τουριστικούς πράκτορες και δημοσιογράφους) αποτελεί έναν από τους βασικότερους παράγοντες επιτυχίας σύμφωνα με αρκετούς μελετητές (Horodnikova and Derco, 2015; Koščak, 2016; Sivini and Parlato, 2015; Lemni and Tangheroni, 2015). Επιπλέον, η αποτελεσματική δικτύωση και οι επιτυχημένες συνεργασίες μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών (ιδιωτικές επιχειρήσεις, σύλλογοι, μη κερδοσκοπικές οργανώσεις, δημόσιοι οργανισμοί, χρηματοδοτικοί φορείς κ.λπ.) αποτελούν έναν ακόμη κρίσιμο παράγοντα από τον οποίο εξαρτάται η επιτυχία μιας διαδρομής (Koščak, 2016; Telfer, 2001; Lemky, 2016). Η συγκρότηση ενός συντονιστικού φορέα που θα έχει γνώση της αγοράς και εξειδικευμένο προσωπικό ώστε να αναλάβει την αποτελεσματική διαχείριση της διαδρομής, αποτελεί έναν επιπλέον παράγοντα επιτυχίας (Hayes and MacLeod, 2008; Correia, Passos Ascencao and Charters, 2004; Piskóti and Nagy, 2016; Brunori and Rossi, 2000). Οι Vana και Malaescu (2016) υποστηρίζουν ότι θα πρέπει να εξετάζονται εκ των προτέρων τα ψυχοκοινωνικά χαρακτηριστικά των τοπικών κοινοτήτων (ανοιχτότητα, εμπιστοσύνη και ανοχή απέναντι στον «άλλο», διάθεση για συνεργασία, προκαταλήψεις κ.λπ.)

προκειμένου να διαγνωστεί έγκαιρα εάν είναι διατεθειμένες ή όχι να υποστηρίξουν και να αναπτύξουν τουριστικές δραστηριότητες κατά μήκος των θεματικών διαδρομών. Ο εμπλουτισμός της τουριστικής εμπειρίας με παράλληλες δραστηριότητες, εκπαιδευτικά προγράμματα κ.λπ. (Jaffe and Pasternak, 2004), η συμμετοχή της τοπικής κοινότητας στο σχεδιασμό και την ανάπτυξη των διαδρομών (Hardy, 2003) και η ένταξη της διαδρομής σε μια μεγαλύτερη και πιο αναγνωρισμένη διαδρομή προκειμένου να εξασφαλιστεί το διεθνές ενδιαφέρον (Horodnikova and Derco, 2015), αποτελούν επιπλέον παράγοντες που μπορούν να συμβάλουν την επιτυχία μιας διαδρομής.

Σε αντιστοιχία με τα παραπάνω, άλλες έρευνες (López-Guzmán, Sánchez Cañizares and García, 2010; Gil and de Esteban Curiel, 2008; Correia, Passos Ascencao and Charters, 2004; Bregoli et al., 2016; Hojman and Hunter-Jones, 2012) εντοπίζουν τους λόγους για τους οποίους συγκεκριμένες θεματικές διαδρομές έχουν αποτύχει να αποτελέσουν μοχλό βιώσιμης ανάπτυξης για τις περιοχές στις οποίες αναπτύσσονται. Ως σημαντικότεροι λόγοι αναφέρονται η ανεπαρκής δικτύωση και συνεργασία μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών, η ανεπαρκής προβολή των θεματικών διαδρομών, η έλλειψη μακροχρόνιου σχεδιασμού και ενδιαφέροντος από τις τοπικές αρχές και οι χαμηλής ποιότητας προσφερόμενες υπηρεσίες και υποδομές.

Ορισμένες μελέτες ασχολούνται με τις τεχνολογικές εφαρμογές που έχουν αναπτυχθεί για συγκεκριμένες θεματικές διαδρομές. Οι Ferrari και Morazzoni (2012), Cloutier et al. (2016), Camprubí και Galí (2015) και Owen, Buhalis και Pletinckx (2004) αναφέρονται σε μια σειρά εφαρμογών (ιστοσελίδες, διαδικτυακές πύλες, οδηγούς πολυμέσων, εφαρμογές εικονικής και επαυξημένης πραγματικότητας για κινητά τηλέφωνα), οι οποίες μπορούν να αποτελέσουν πολύ χρήσιμα εργαλεία για τους επισκέπτες, ενώ άλλες μελέτες εξετάζουν τον τρόπο με τον οποίο τα social media μπορούν να χρησιμεύσουν ως εργαλεία καταγραφής των προτιμήσεων και αντιλήψεων των τουριστών που ακολουθούν διάφορες θεματικές διαδρομές (Bellens et al., 2016; Jones and Severo, 2016).

Στη βιβλιογραφία εντοπίζει κανείς μελέτες που αναπτύσσουν τυπολογίες και ταξινομήσεις των θεματικών διαδρομών. Οι MacLeod και Hayes (2013) διακρίνουν τις θεματικές διαδρομές με βάση τα εξωτερικά χαρακτηριστικά τους (κλίμακα, διοίκηση, προβολή, σκοπός, ενδιαφερόμενα μέρη, επισκέπτες, κόστος κ.λπ.) καθώς και με το περιεχόμενό τους (κατά πόσο συμβάλλουν στη διάδοση της γνώσης, στην προβολή της

εικόνας ενός προορισμού και στη δημιουργία μιας ξεχωριστής ατμόσφαιρας για την περιοχή). Οι MacLeod, Hayes και Slater (2009) ταξινομούν τις θεματικές διαδρομές ανάλογα με τη διαχειριστική αρχή τους και το είδος των εμπειριών που προσφέρουν στους επισκέπτες (εκπαίδευση, ψυχαγωγία κ.λπ.), ενώ οι Silbergh et al. (1994) ανάλογα με τη γεωγραφική τους κλίμακα, τα μέσα μεταφοράς που χρησιμοποιεί κανείς για να τις διασχίσει, καθώς και τον τρόπο με τον οποίο είναι οργανωμένες (σήμανση, ταξιδιωτικοί οδηγοί, ξενάγηση κ.λπ.).

Σε ορισμένες μελέτες προτείνονται συγκεκριμένοι τρόποι ανάπτυξης των θεματικών διαδρομών προκειμένου να γίνουν περισσότερο ελκυστικές και αποτελεσματικές. Οι Bambi et al. (2015a) προτείνουν η διαδρομή Via Francigena της Τοσκάνης να αποκτήσει τις κατάλληλες υποδομές ώστε οι τουρίστες να μπορούν να τη διασχίζουν και έφιπποι, καθώς με αυτόν τον τρόπο θα προσελκυστούν περισσότεροι επισκέπτες και θα δημιουργηθούν ευκαιρίες ανάπτυξης της τοπικής οικονομίας. Επιπλέον, οι Bambi et al. (2015b) προτείνουν τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών για τους τουρίστες-προσκυνητές της ίδιας διαδρομής, μέσω της δημιουργίας ειδικών πολυχρηστικών χώρων, όπως χώρους για πικ νικ, κάμπινγκ, ποδήλατα, κέντρα πληροφόρησης κ.λπ.

Άλλες μελέτες (Oswald Beiler, Burkhart and Nicholson, 2015; Betz, Bergstrom and Bowker, 2003) αναπτύσσουν ενδεικτικά εργαλεία αξιολόγησης, προκειμένου να εκτιμηθεί η τουριστική ζήτηση και ο οικονομικός αντίκτυπος που θα είχε στις κοινότητες υποδοχής η ανάπτυξη δυνητικών θεματικών διαδρομών.

Τέλος, ένας μικρός αριθμός μελετών διερευνά το ενδιαφέρον δυνητικών τουριστών να λάβουν μέρος σε συγκεκριμένες θεματικές διαδρομές. Οι Ispas, Constantin και Candrea (2015) διερευνούν κατά πόσο υπάρχει ενδιαφέρον από τους επισκέπτες της πόλης Brasov της Ρουμανίας να συμμετάσχουν σε μια πολιτιστική διαδρομή που ενώνει τις σαξονικές εκκλησίες της Νοτιανατολικής Τρανσυλβανίας. Από την άλλη πλευρά, οι Božić, Berić και Tomić (2014) διεξάγουν διαδικτυακή έρευνα σε ένα δείγμα 298 Σέρβων, με σκοπό να διαπιστώσουν το ενδεχόμενο ενδιαφέρον τους να συμμετάσχουν στην πολιτιστική διαδρομή «The Trail of Roman Emperors» της Σερβίας. Και από τις δύο έρευνες προέκυψε ενδιαφέρον από την πλευρά των ερωτηθέντων να συμμετάσχουν στις συγκεκριμένες διαδρομές, ενώ ταυτόχρονα εξήχθησαν χρήσιμα συμπεράσματα σχετικά με το προφίλ των επισκεπτών και τον κατάλληλο τρόπο προβολής των διαδρομών.

Από τα παραπάνω προκύπτει, ότι οι περισσότερες έρευνες έως σήμερα έχουν ασχοληθεί με τον αντίκτυπο (οικονομικό, κοινωνικό, πολιτιστικό) των διαδρομών στις κοινότητες υποδοχής και στους επισκέπτες, ενώ αρκετές έχουν μελετήσει τους παράγοντες επιτυχίας αλλά και τους λόγους αποτυχίας συγκεκριμένων θεματικών διαδρομών. Λίγες είναι οι έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί με στόχο να διερευνηθεί το ενδεχόμενο ενδιαφέρον του κοινού να συμμετάσχει σε μία πολιτιστική διαδρομή. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή στοχεύει στο να διερευνήσει το ενδεχόμενο ενδιαφέρον δυνητικών τουριστών να ακολουθήσουν μια προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή στην Ελλάδα.

Η Ελλάδα είναι μια χώρα με πλούσιο φυσικό και πολιτιστικό απόθεμα, γεγονός που την καθιστά ιδανικό πεδίο για την ανάπτυξη πολιτιστικών διαδρομών. Ωστόσο, το έδαφος είναι ακόμα σχετικά ανεκμετάλλευτο, καθώς είναι λίγες οι θεματικές διαδρομές που προσφέρονται αυτή τη στιγμή και μάλιστα οι περισσότερες όχι σε οργανωμένο επίπεδο. Πιο συγκεκριμένα, η εταιρία Οίνοι Βορείου Ελλάδος και η Ένωση Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα της Πελοποννήσου προτείνουν σε μεμονωμένους ταξιδιώτες πολιτιστικές διαδρομές με κεντρικό άξονα τον οίνο, με σκοπό την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και των τοπικών δραστηριοτήτων της Β. Ελλάδας και της Πελοποννήσου (Δρόμοι του κρασιού της Βορείου Ελλάδος, χ.χ. ; Δρόμοι του κρασιού της Πελοποννήσου, χ.χ.). Το σωματείο «ΔΙΑΖΩΜΑ» έχει πραγματοποιήσει μελέτες για τη δημιουργία πολιτιστικών διαδρομών σε αρκετές περιοχές της χώρας, ωστόσο δεν έχει υλοποιηθεί ακόμα κάποια (Διάζωμα, χ.χ.). Επιπλέον, η πολιτιστική διαδρομή του Συμβουλίου της Ευρώπης «Δρόμοι της Ελιάς» στην οποία συμμετείχε στο παρελθόν η Ελλάδα, έχει ανασταλεί λόγω της έκρυθμης κατάστασης που επικρατεί τα τελευταία χρόνια στη Μεσόγειο (Δρόμοι της Ελιάς, χ.χ.).

Οργανωμένες πολιτιστικές διαδρομές προσφέρει το Geo Routes Cultural Institute, ένας μη κυβερνητικός πολιτιστικός οργανισμός που τελεί υπό την αιγίδα της Ελληνικής Εθνικής Επιτροπής για την UNESCO και αποσκοπεί στην ανάδειξη και προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς της Ελλάδας (Geo Routes Cultural Institute, χ.χ.). Τέλος, την τελευταία πενταετία διοργανώνεται με πρωτοβουλία της Διεύθυνσης Μουσείων του ΥΠΠΟΑ η δράση «Πράσινες Πολιτιστικές Διαδρομές», με πλήθος πολιτιστικών

εκδηλώσεων σε 36 νομούς της χώρας και ευρεία συμμετοχή από όλες τις κατηγορίες κοινού (ΥΠΠΟΑ, 2016).

Η θερμή ανταπόκριση φορέων και κοινού απέναντι στις πολιτιστικές διαδρομές αναδεικνύει την ανάγκη αυτές να συνεχιστούν, να πολλαπλασιαστούν και να εμπλουτιστούν περαιτέρω. Ως εκ τούτου, κρίνεται χρήσιμη η πρόταση για την ανάπτυξη μιας νέας πολιτιστικής διαδρομής στην Ελλάδα, η οποία θα συνδυάζει ένα παγκοσμίως γνωστό μυθολογικό θέμα, τους άθλους του Ηρακλή, με το φυσικό και πολιτιστικό απόθεμα που διαθέτει μια από τις πιο ανεπτυγμένες τουριστικά περιοχές της, η Πελοπόννησος. Ένα σχέδιο με παρόμοιο θέμα είχε επιχειρήσει να υλοποιήσει πριν από μια περίπου δεκαετία η ΜΚΟ «Ερύμανθος», χωρίς ωστόσο επιτυχία, κυρίως λόγω έλλειψης πόρων και ορθής επικοινωνιακής στρατηγικής (Τακτικός, 2017). Ωστόσο, η περιφέρεια Πελοποννήσου έχει ενδιαφερθεί πρόσφατα να υλοποιήσει μια πολιτιστική διαδρομή βασισμένη στους άθλους του Ηρακλή (Βαρελάς, 2017). Ως εκ τούτου, κρίνεται σκόπιμο να διερευνηθεί το ενδιαφέρον εν δυνάμει επισκεπτών να συμμετάσχουν στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή «Οι άθλοι του Ηρακλή στην Πελοπόννησο» (βλ. Παράρτημα 1), καθώς η έρευνα κοινού αποτελεί, όπως είδαμε στην προηγούμενη ενότητα, κρίσιμο παράγοντα επιτυχίας μιας πολιτιστικής διαδρομής. Επιπλέον, σκοπό της έρευνας θα αποτελέσει η σκιαγράφηση του προφίλ των εν δυνάμει επισκεπτών της διαδρομής και η διερεύνηση των κατάλληλων μεθόδων οργάνωσης και προβολής της, ούτως ώστε να έχει περισσότερες πιθανότητες επιτυχίας.

4.7 Ερευνητικές υποθέσεις

Προκειμένου να απαντηθούν τα βασικά ερωτήματα της έρευνας θα διατυπωθεί μια σειρά ερευνητικών υποθέσεων, οι οποίες θα εξειδικευτούν σε επιμέρους υποθέσεις. Πιο συγκεκριμένα, θα εξεταστούν αρχικά οι παράγοντες που επηρεάζουν το ενδιαφέρον των ερωτηθέντων να συμμετάσχουν στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή και

συγκεκριμένα τα δημογραφικά τους στοιχεία και οι ταξιδιωτικές τους συνήθειες και εμπειρίες.

Σχήμα 7: Παράγοντες που επηρεάζουν το ενδιαφέρον των ερωτηθέντων να συμμετάσχουν στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή

H1:	Το φύλο	}	επηρεάζει το ενδιαφέρον των ερωτηθέντων για συμμετοχή στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή.
H2:	Η ηλικία		
H3:	Το επίπεδο εκπαίδευσης		
H4:	Η επαγγελματική ιδιότητα		
H5:	Το εισόδημα		
H6:	Η προτίμηση για ταξίδια στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό		
H7:	Το πλήθος των ταξιδιών που πραγματοποιούν ετησίως		
H8:	Η σύνθεση ταξιδιού		
H9:	Η εξοικείωση με τον όρο «πολιτιστική διαδρομή»		
H10:	Η προηγούμενη περιήγηση σε πολιτιστικές διαδρομές		
H11:	Το πλήθος των αξιοθέατων της διαδρομής που έχουν επισκεφθεί ήδη		

Επιπλέον, θα εξεταστούν επιλεκτικά τα δημογραφικά τους στοιχεία (φύλο- ηλικία) ως προς τους εξής επί μέρους παράγοντες:

H12: το φύλο επηρεάζει το πολιτιστικό κίνητρο των ερωτηθέντων

H13: η ηλικία επηρεάζει το πολιτιστικό κίνητρο των ερωτηθέντων

H14: η ηλικία επηρεάζει το μέσο πληροφόρησης που επιλέγουν οι ερωτηθέντες πριν επιλέξουν να επισκεφθούν έναν προορισμό

H15: το φύλο επηρεάζει τον τρόπο με τον οποίο οι ερωτηθέντες θα προτιμούσαν να ακολουθήσουν την προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή

H16: το φύλο επηρεάζει το είδος των υπηρεσιών που οι ερωτηθέντες θα επιθυμούσαν να συναντήσουν στα σημεία-σταθμούς της διαδρομής

Κεφάλαιο 5

Μεθοδολογία Έρευνας

Στο παρόν κεφάλαιο θα αναλυθεί η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για την εκπόνηση της έρευνας της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής. Πιο συγκεκριμένα, θα οριστεί ο πληθυσμός του δείγματος και η μέθοδος δειγματοληψίας, θα παρουσιαστεί η ταυτότητα του δείγματος, θα αναλυθεί η διαδικασία διεξαγωγής της έρευνας και τέλος θα επεξηγηθεί ο τρόπος μέτρησης των μεταβλητών.

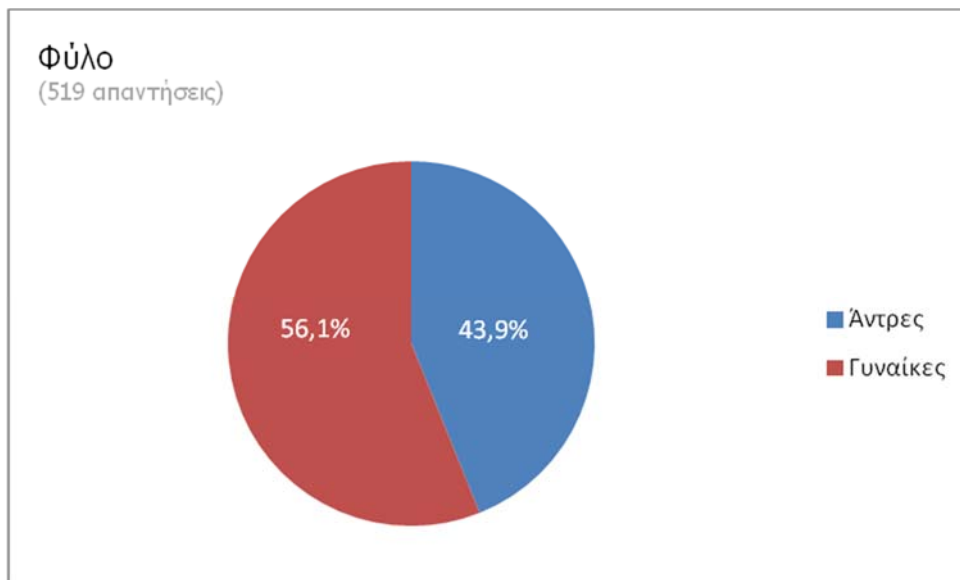
5.1 Πληθυσμός δείγματος και μέθοδος δειγματοληψίας

Ο πληθυσμός του δείγματος της έρευνας ορίζεται ως οι ενήλικες κάτοικοι όλων των περιφερειών της ελληνικής επικράτειας, οι οποίοι είναι ικανοί να πάρουν απόφαση να πραγματοποιήσουν ένα ταξίδι αναψυχής. Όσον αφορά στη μέθοδο δειγματοληψίας, ακολουθήθηκε η δειγματοληψία ευκολίας (Convenience sampling) η οποία αποφέρει μεγάλα δείγματα σε σχετικά μικρό χρονικό διάστημα και με μικρό κόστος. Συλλέχθηκαν 519 έγκυρα ερωτηματολόγια, το οποίο κρίνεται ως επαρκές δείγμα, συγκριτικά με τις απαντήσεις που συγκέντρωσαν αντίστοιχες έρευνες (431 ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν για την έρευνα των Ispas, Constantin και Candrea (2015) προκειμένου να διαπιστωθεί εάν υπάρχει τουριστικό ενδιαφέρον για συμμετοχή σε μια πολιτιστική διαδρομή που ενώνει τις σαξονικές εκκλησίες της νοτιοανατολικής Τρανσυλβανίας και 298 ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν για την έρευνα των Božić, Berić και Tomić (2014) με σκοπό να διαπιστωθεί ο βαθμός του τουριστικού ενδιαφέροντος για συμμετοχή στην πολιτιστική διαδρομή «the Trail of Roman Emperors» της Σερβίας).

5.2 Ταυτότητα δείγματος

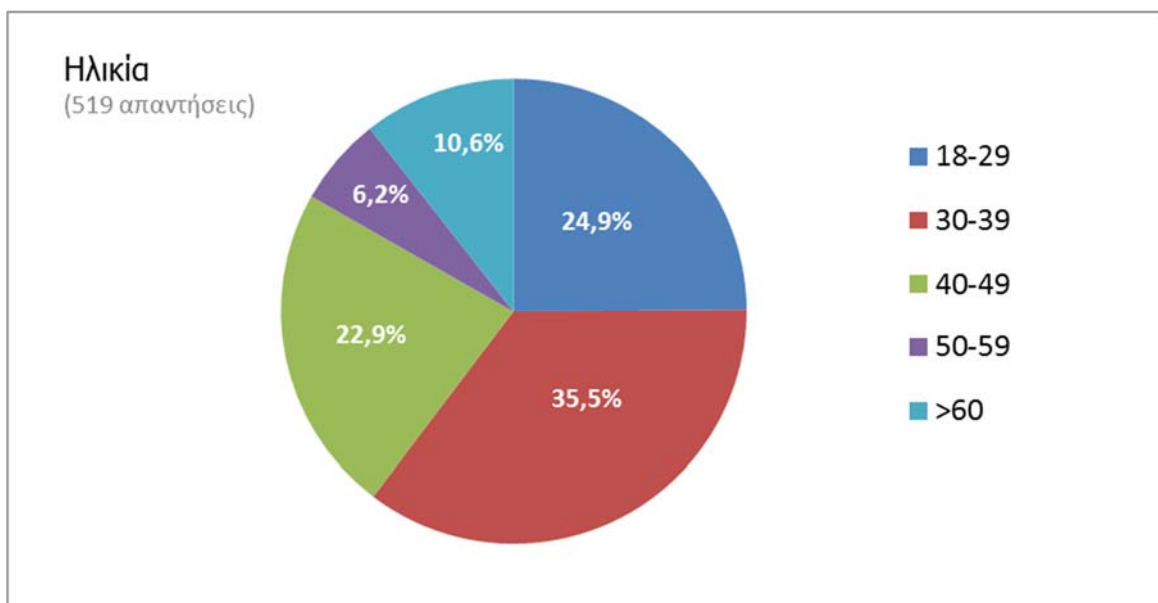
Με βάση τις απαντήσεις των 519 ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα, η ταυτότητα του δείγματος διαμορφώνεται ως εξής:

Σχήμα 8: Φύλο



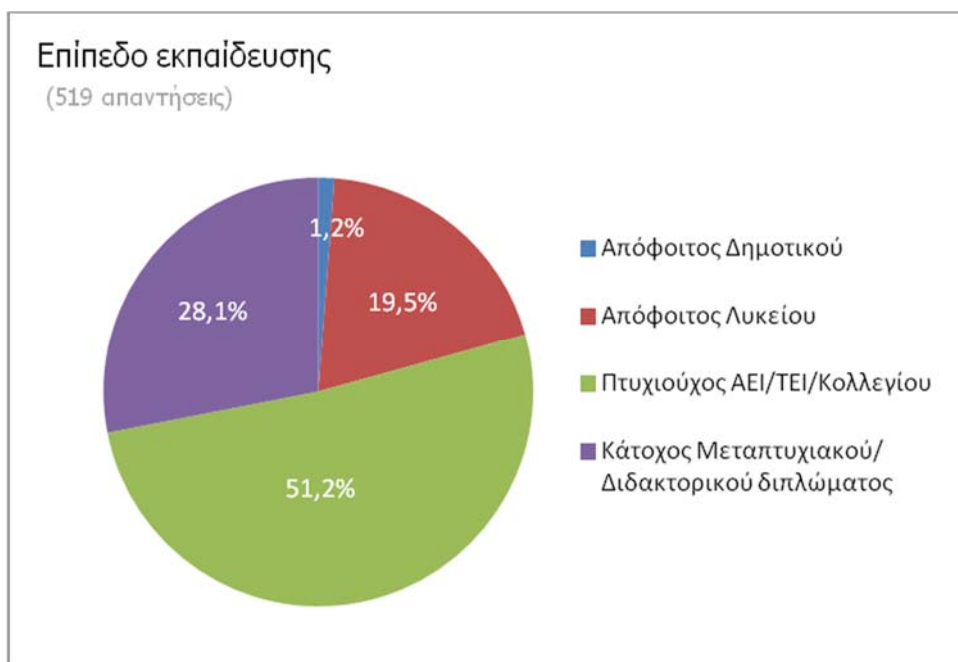
Σύμφωνα με το παραπάνω σχήμα, το μεγαλύτερο ποσοστό απαντήσεων προήλθε από γυναίκες. Συγκεκριμένα, στην έρευνα απάντησαν 291 γυναίκες και 228 άντρες.

Σχήμα 9: Ηλικία



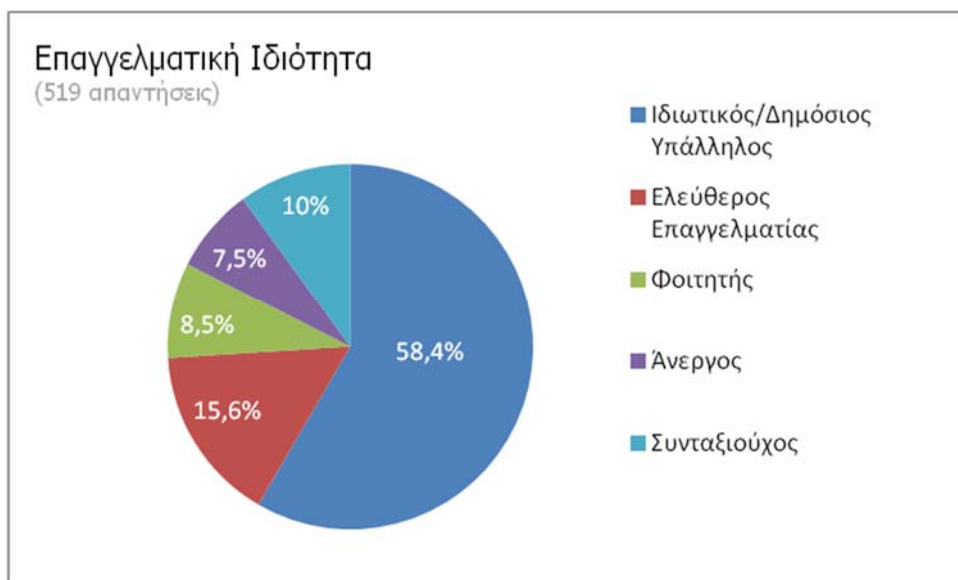
Όσον αφορά στην ηλικία, από το παραπάνω σχήμα φαίνεται πως όλες οι ηλικιακές ομάδες εκπροσωπούνται επαρκώς. Το μεγαλύτερο ποσοστό απαντήσεων δόθηκε από άτομα ηλικίας μεταξύ 30-39 ετών, που αποτελεί αντίστοιχα και τη μεγαλύτερη πληθυσμιακή ομάδα της χώρας (ΕΛΣΤΑΤ, 2015).

Σχήμα 10: Επίπεδο Εκπαίδευσης



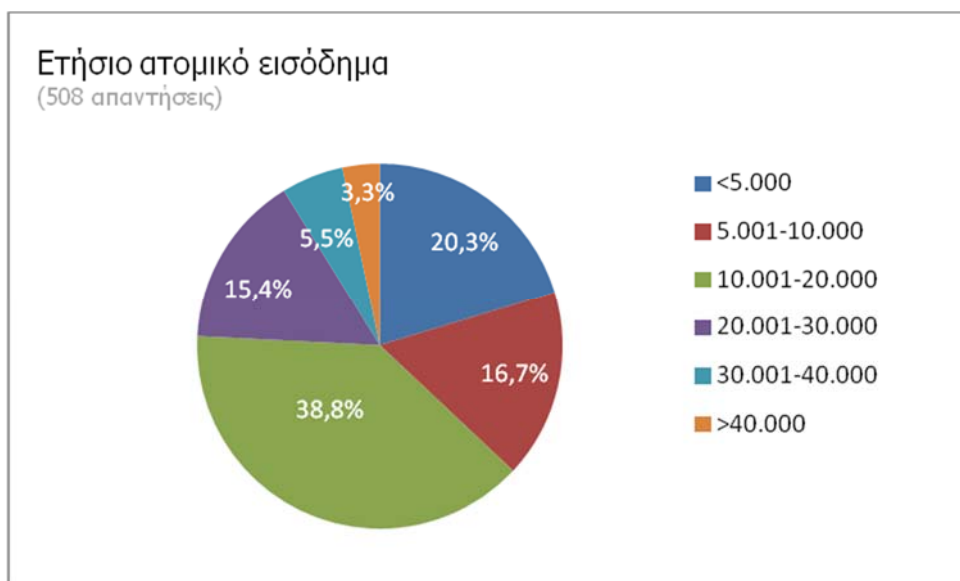
Όσον αφορά στο επίπεδο εκπαίδευσης, παρατηρούμε ότι είναι ιδιαίτερα υψηλό καθώς η πλειοψηφία έχει λάβει ανώτατη εκπαίδευση ή διαθέτει μεταπτυχιακό/ διδακτορικό δίπλωμα.

Σχήμα 11: Επαγγελματική Ιδιότητα



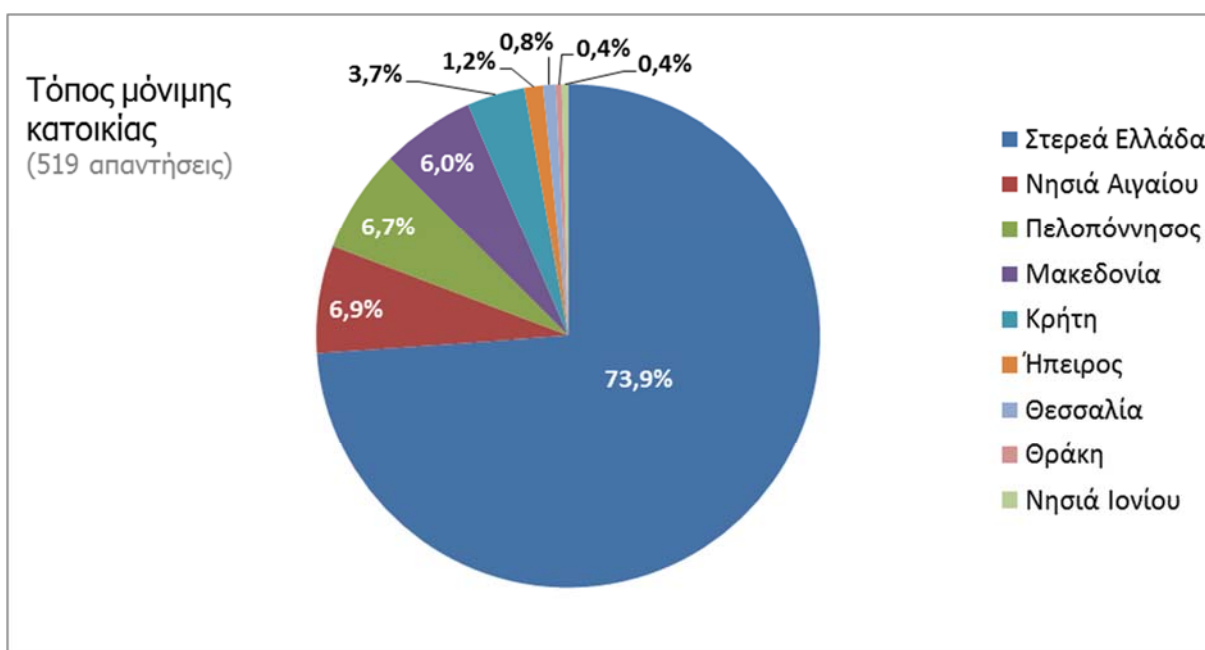
Όσον αφορά στην επαγγελματική ιδιότητα, η ευρύτερη επαγγελματική ομάδα αποτελείται από ιδιωτικούς και δημόσιους υπαλλήλους. Οι ελεύθεροι επαγγελματίες, οι συνταξιούχοι, οι φοιτητές και οι άνεργοι εκπροσωπούνται με μικρότερα ποσοστά.

Σχήμα 12: Ετήσιο ατομικό εισόδημα



Όσον αφορά στις ετήσιες απολαβές, προκύπτει ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων διαθέτει από μέσο έως υψηλό ατομικό εισόδημα.

Σχήμα 13: Γεωγραφική κατανομή



Τέλος, όσον αφορά στον τόπο μόνιμης κατοικίας, οι περισσότεροι συμμετέχοντες προέρχονται από το γεωγραφικό διαμέρισμα της Στερεάς Ελλάδας, συμπεριλαμβανομένης της Αττικής. Αυτή η συγκέντρωση που απέχει κάπως από την πραγματική κατανομή του ελληνικού πληθυσμού (περίπου το 50% του πληθυσμού διαβιεί στη Στερεά Ελλάδα), δημιουργεί ιδιαίτερο πρόβλημα, καθώς έτσι κι αλλιώς αναμένεται μεγαλύτερη συμμετοχή επισκεπτών από την κοντινότερη στην Πελοπόννησο περιφέρεια.

5.3 Διαδικασία διεξαγωγής έρευνας

Η συγγραφή της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής, βασίστηκε σε έναν συνδυασμό πρωτογενούς και δευτερογενούς έρευνας. Η τεκμηρίωση του θεωρητικού μέρους πραγματοποιήθηκε μέσω βιβλιογραφικής ανασκόπησης επιστημονικών περιοδικών, πρακτικών συνεδρίων, διδακτορικών διατριβών, βιβλίων και επίσημων ιστοσελίδων του Διαδικτύου, με σκοπό να καταδειχτεί η αναγκαιότητα διεξαγωγής της παρούσας έρευνας. Πράγματι, μέσω της μελέτης και της κριτικής ανάλυσης των βιβλιογραφικών πηγών, διαπιστώθηκε ότι το βασικό ερευνητικό ερώτημα (να διαπιστωθεί εάν υπάρχει ενδιαφέρον από το κοινό να συμμετάσχει σε μια προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή) αποτελεί κρίσιμο παράγοντα επιτυχίας των πολιτιστικών διαδρομών, άρα έχει αξία να διερευνηθεί.

Από τη βιβλιογραφική ανασκόπηση παλαιότερων εμπειρικών ερευνών, πραγματοποιήθηκε μια σύνθεση των βασικών ερωτημάτων, τα οποία θα ήταν χρήσιμο να εξεταστούν για τους σκοπούς της παρούσας έρευνας. Στη συνέχεια πραγματοποιήθηκαν συνεντεύξεις με τη μορφή ημι-δομημένου ερωτηματολογίου με ειδικούς ακαδημαϊκούς και επαγγελματίες του τουρισμού, προκειμένου να επικυρώσουν την επιλογή τόσο των βασικών ενοτήτων, όσο και των βασικών ερωτημάτων του ερωτηματολογίου. Ενδεικτικά, πραγματοποιήθηκε επικοινωνία με την Περιφέρεια Πελοποννήσου και το Επιμελητήριο Ξάνθης που έχουν ενδιαφερθεί να υλοποιήσουν μια πολιτιστική διαδρομή με την ίδια θεματική, με την AMKE Ερύμανθος που είχε επιχειρήσει στο παρελθόν να υλοποιήσει μια αντίστοιχη διαδρομή, καθώς και με το τουριστικό γραφείο Destino Tours και που πραγματοποιεί οργανωμένα ταξίδια βασισμένα στο μύθο του Ηρακλή. Με βάση τα παραπάνω, σχεδιάστηκε το τελικό ερωτηματολόγιο της έρευνας, το οποίο δομήθηκε σε 4 μέρη.

Το πρώτο μέρος είχε σκοπό να διερευνήσει ζητήματα σχετικά με τις ταξιδιωτικές συνήθειες, τα κίνητρα και τις προτιμήσεις των ερωτηθέντων όταν πραγματοποιούν ταξίδια αναψυχής. Το δεύτερο μέρος περιελάμβανε ερωτήσεις που σχετίζονται γενικότερα με τις πολιτιστικές διαδρομές και στη συνέχεια συγκεκριμένα με την προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή «Οι άθλοι του Ηρακλή στην Πελοπόννησο». Οι ερωτήσεις που επιλέχθηκαν στο τρίτο μέρος είχαν σκοπό να διαπιστώσουν εάν υπάρχει

ενδιαφέρον για συμμετοχή στην πολιτιστική διαδρομή που προτείνεται καθώς και ποιες θα ήταν οι προτιμήσεις/ προσδοκίες των επισκεπτών από τη συγκεκριμένη διαδρομή. Τέλος, οι ερωτήσεις του τέταρτου μέρους αποσκοπούσαν στη σκιαγράφιση του προφίλ των ερωτηθέντων μέσω της συλλογής γενικών κοινωνικών και δημογραφικών στοιχείων (φύλο, ηλικία, επίπεδο εκπαίδευσης, επάγγελμα κ.λπ.).

Όσον αφορά στη δομή του, το ερωτηματολόγιο βασίστηκε κυρίως σε ερωτήσεις κλειστού τύπου τριών κατηγοριών:

- (α) Διχοτομικές Ερωτήσεις, οι οποίες είχαν ως δυνατές απαντήσεις μόνο δύο επιλογές (τύπου Ναι/Όχι)
- (β) Ερωτήσεις πολλαπλών επιλογών, με δυνατότητα επιλογής μόνο μιας ή και περισσότερων απαντήσεων από μία σειρά πολλαπλών επιλογών και
- (γ) Ερωτήσεις με χρήση της κλίμακας Likert στις οποίες οι απαντήσεις δίνονταν σε κλίμακα, ούτως ώστε να υποδηλώνεται διαφορετικός βαθμός συμφωνίας ή διαφωνίας.

Ο μέσος χρόνος συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου ήταν 7 λεπτά. Το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε μαζικά σε ηλεκτρονική αλλά και σε έντυπη μορφή, προκειμένου να μην αποκλειστεί η μερίδα του κοινού που δεν είναι εξοικειωμένη με τις νέες τεχνολογίες. Έπειτα από την συμπλήρωση 519 ερωτηματολογίων πραγματοποιήθηκε αρχικά η αναλυτική παρουσίαση των αποτελεσμάτων και στη συνέχεια η επεξεργασία τους με τη χρήση του στατιστικού συστήματος SPSS. Κατόπιν πραγματοποιήθηκε έλεγχος των υποθέσεων στις οποίες βασίστηκε η έρευνα και παρουσιάστηκαν τα αποτελέσματά της, ούτως ώστε να εξαχθούν χρήσιμα συμπεράσματα.

5.4 Μέτρηση Μεταβλητών

Στην παρούσα ενότητα θα γίνει η επεξήγηση της μέτρησης των μεταβλητών που χρησιμοποιήθηκαν στο πλαίσιο της παρούσας έρευνας.

Το βασικό ερώτημα της έρευνας ήταν να διαπιστωθεί εάν υπάρχει ενδιαφέρον από δυνητικούς επισκέπτες να συμμετάσχουν στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή «Οι άθλοι του Ηρακλή στην Πελοπόννησο». Αντίστοιχο ερώτημα είχαν θέσει και οι έρευνες

των Božić, Berić και Tomić (2014) και των Ispas, Constantin και Candrea (2015) που διερευνούσαν το ενδιαφέρον δυνητικών επισκεπτών να συμμετάσχουν στις πολιτιστικές διαδρομές που εξέταζαν. Το συγκεκριμένο ερώτημα μετρήθηκε με μια διχοτομική ερώτηση τύπου Ναι/Όχι.

Σε σχέση με το βασικό ερώτημα εξετάστηκε και μια σειρά επιπλέον παραγόντων, προκειμένου να καταδειχτεί εάν επηρεάζουν το ενδιαφέρον των ερωτηθέντων να συμμετάσχουν στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή (δημογραφικά στοιχεία, ταξιδιωτικές συνήθειες και εμπειρίες των ερωτηθέντων).

Ακολούθως παρουσιάζονται τα δημογραφικά στοιχεία που συμπεριλαμβάνονται στην έρευνα. Η ίδια συσχέτιση δημογραφικών στοιχείων και ενδιαφέροντος πραγματοποιείται και στις έρευνες των Božić, Berić και Tomić (2014) και των Ispas, Constantin και Candrea (2015).

- Το φύλο, με δυνατότητα επιλογής μιας εκ των απαντήσεων: Άντρας- Γυναίκα
- Η ηλικία, με δυνατότητα επιλογής μίας μόνο απάντησης μέσα από μία λίστα πολλαπλών επιλογών (18-29, 30-39, 40-49, 50-59, >60)
- Το επίπεδο εκπαίδευσης, με δυνατότητα επιλογής μίας μόνο απάντησης μέσα από μία λίστα πολλαπλών επιλογών (απόφοιτος δημοτικού, απόφοιτος Λυκείου, πτυχιούχος ΑΕΙ/ΤΕΙ/Κολλεγίου και κάτοχος μεταπτυχιακού/διδακτορικού διπλώματος).
- Η επαγγελματική ιδιότητα, με δυνατότητα επιλογής μίας μόνο απάντησης μέσα από μία λίστα πολλαπλών επιλογών (Ιδιωτικός/Δημόσιος Υπάλληλος, ελεύθερος επαγγελματίας, φοιτητής, άνεργος, συνταξιούχος).
- Το ετήσιο ατομικό εισόδημα, με δυνατότητα επιλογής μίας μόνο απάντησης μέσα από μία λίστα πολλαπλών επιλογών (<5.000, 5.001-10.000, 10.001-20.000, 20.001-30.000, 30.001-40.000, >40.000).

- Ο τόπος μόνιμης κατοικίας, με δυνατότητα επιλογής μίας μόνο απάντησης μέσα από μία λίστα πολλαπλών επιλογών (Στερεά Ελλάδα, Πελοπόννησος, Μακεδονία, Κρήτη, Νησιά Αιγαίου, Νησιά Ιονίου, Θεσσαλία, Ήπειρος, Θράκη)

Στη συνέχεια παρουσιάζονται οι μεταβλητές που αφορούν στις ταξιδιωτικές συνήθειες των ερωτηθέντων. Η συσχέτιση ανάμεσα σε ορισμένες ταξιδιωτικές συνήθειες και στο ενδιαφέρον των ερωτηθέντων για συμμετοχή στη διαδρομή πραγματοποιείται και στην έρευνα των Ispas, Constantin και Candrea (2015). Πιο συγκεκριμένα οι συμμετέχοντες στην έρευνα ρωτήθηκαν:

- Εάν προτιμούν να ταξιδεύουν στην Ελλάδα ή το εξωτερικό. Η συγκεκριμένη ερώτηση έδινε τη δυνατότητα επιλογής μίας εκ των δύο προηγούμενων απαντήσεων.
- Πόσα ταξίδια αναψυχής πραγματοποιούν κάθε χρόνο στην Ελλάδα. Η συγκεκριμένη ερώτηση έδινε τη δυνατότητα επιλογής μίας μόνο απάντησης μέσα από μία λίστα πολλαπλών επιλογών (0, 1-3, 4-6, >7).
- Τη σύνθεση με την οποία προτιμούν να ταξιδεύουν. Η συγκεκριμένη ερώτηση έδινε τη δυνατότητα επιλογής μίας μόνο απάντησης μέσα από μία λίστα πολλαπλών επιλογών (μόνος, με οικογένεια, με σύζυγο/σύντροφο, με φίλους, με γκρουπ).
- Εάν τους ήταν γνώριμος ο όρος «πολιτιστική διαδρομή» πριν διαβάσουν το περιεχόμενό του στην αρχική σελίδα του ερωτηματολογίου. Το συγκεκριμένο ερώτημα μετρήθηκε με μια διχοτομική ερώτηση τύπου Ναι/Όχι.
- Εάν έχουν περιηγηθεί σε κάποια πολιτιστική διαδρομή στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό. Το συγκεκριμένο ερώτημα μετρήθηκε με μια διχοτομική ερώτηση τύπου Ναι/Όχι.
- Εάν θα τους ενδιέφερε να περιηγηθούν σε κάποια πολιτιστική διαδρομή. Το συγκεκριμένο ερώτημα μετρήθηκε με μια διχοτομική ερώτηση τύπου Ναι/Όχι.

- Ποια από τα αξιοθέατα που περιλαμβάνονται στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή έχουν επισκεφτεί έως σήμερα. Η συγκεκριμένη ερώτηση έδινε τη δυνατότητα επιλογής παραπάνω από μιας απάντησης μέσα από μία λίστα πολλαπλών επιλογών (Λίμνη Στυμφαλία, Νεμέα, Μυκήνες, Λέρνη, ποταμός Λάδωνας, δρυοδάσος Φολόης, αρχαία Ήλιδα, αρχαία Ολυμπία, κανένα).

Ακολούθως, εξετάστηκαν τα κίνητρα και οι ταξιδιωτικές συνήθειες των ερωτηθέντων. Συγκεκριμένα, ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες στην έρευνα να διευκρινίσουν τους λόγους για τους οποίους ταξιδεύουν συνήθως. Η ερώτηση επιλέχθηκε από τη βιβλιογραφία και συγκεκριμένα από τους Swarbrooke και Horner (1999), οι οποίοι ορίζουν τα κίνητρα με βάση τα οποία ταξιδεύουν συνήθως οι τουρίστες. Οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να δηλώσουν το βαθμό συμφωνίας τους ως προς τις διαθέσιμες επιλογές, οι οποίες ήταν: προσωπικοί λόγοι, σωματικοί/φυσικοί λόγοι, συναισθηματικοί λόγοι, πολιτιστικοί λόγοι, λόγοι status και λόγοι προσωπικής ανάπτυξης. Η ερώτηση μετρήθηκε με 5βαθμη κλίμακα Likert όπου 1=Καθόλου και 5=απόλυτα.

Επιπλέον, τους ζητήθηκε να διευκρινίσουν πόσο σημαντικό κίνητρο για την επιλογή ενός προορισμού αποτελεί η συμμετοχή σε κάποια πολιτιστική δραστηριότητα. Ομοίως και αυτή η ερώτηση επιλέχθηκε από τη βιβλιογραφία και συγκεκριμένα από τον Silberberg (1995) ο οποίος διακρίνει την τουριστική αγορά σε 5 ομάδες, ανάλογα με το βαθμό πολιτιστικού κινήτρου. Η ερώτηση έδινε τη δυνατότητα επιλογής μίας μόνο απάντησης μέσα από μία λίστα πολλαπλών επιλογών (βασικό κίνητρο, δευτερεύον κίνητρο, δεν αποτελεί κίνητρο αλλά θα συμμετάσχω, θα συμμετάσχω μόνο τυχαία, δε θα συμμετάσχω για οποιονδήποτε λόγο).

Στη συνέχεια, οι συμμετέχοντες στην έρευνα ρωτήθηκαν πόσο πιθανό είναι να πραγματοποιήσουν κάποια πολιτιστική δραστηριότητα στον τόπο προορισμού. Η συγκεκριμένη ερώτηση συμπεριλαμβάνεται στην έρευνα του οργανισμού ATLAS (2007) για τον πολιτιστικό τουρισμό. Οι διαθέσιμες επιλογές ήταν επίσκεψη σε μουσεία/ αρχαιολογικούς χώρους, επίσκεψη σε ιστορικά μνημεία, επίσκεψη σε θρησκευτικούς χώρους, παρακολούθηση παραστάσεων θεάτρου/ χορού και συμμετοχή σε συναυλίες/ φεστιβάλ. Η ερώτηση μετρήθηκε με 5βαθμη κλίμακα Likert όπου 1=Καθόλου και 5=απόλυτα.

Κατόπιν, τους ζητήθηκε να διευκρινίσουν ποιο μέσο πληροφόρησης συμβουλευόταν πριν επιλέξουν να επισκεφθούν έναν προορισμό. Ομοίως και αυτή η ερώτηση συμπεριλαμβάνεται στην έρευνα του οργανισμού ATLAS (2007) για τον πολιτιστικό τουρισμό. Η ερώτηση έδινε τη δυνατότητα επιλογής περισσότερων από μίας απάντησης μέσα από μία λίστα πολλαπλών επιλογών (συστάσεις από φίλους, αναζήτηση στο Internet, ταξιδιωτικό γραφείο, τηλεόραση/ραδιόφωνο, εφημερίδες/περιοδικά, ταξιδιωτικοί οδηγοί).

Τέλος, από τους ερωτηθέντες ζητήθηκε να δηλώσουν εάν θα τους ενδιέφερε να συμμετάσχουν γενικά σε κάποια πολιτιστική διαδρομή. Το συγκεκριμένο ερώτημα μετρήθηκε με μια διχοτομική ερώτηση τύπου Ναι/Όχι.

Στη συνέχεια, εξετάστηκαν οι προτιμήσεις των ερωτηθέντων σχετικά με την προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή. Οι παρακάτω ερωτήσεις προτάθηκαν από την Περιφέρεια Πελοποννήσου προκειμένου να επιλεγούν οι κατάλληλοι τρόποι οργάνωσης και προβολής της διαδρομής.

Πιο συγκεκριμένα οι συμμετέχοντες στην έρευνα ρωτήθηκαν με ποιο τρόπο θα προτιμούσαν να ακολουθήσουν την προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή. Η ερώτηση έδινε τη δυνατότητα επιλογής μίας μόνο απάντησης μεταξύ των επιλογών: με γκρουπ, μεμονωμένα με τοπική ξενάγηση, μεμονωμένα χωρίς τοπική ξενάγηση.

Στη συνέχεια ρωτήθηκαν με ποιο τρόπο θα επιθυμούσαν να ενημερωθούν για τη συγκεκριμένη πολιτιστική διαδρομή. Η ερώτηση έδινε τη δυνατότητα επιλογής περισσότερων από μίας απάντησης μέσα από μία λίστα πολλαπλών επιλογών (τοπικά τουριστικά γραφεία, τοπικά ξενοδοχεία, Διαδίκτυο, τοπικούς συλλόγους, ΜΜΕ και social media).

Επιπλέον ρωτήθηκαν τι θα επιθυμούσαν να συναντήσουν στα σημεία-σταθμούς της διαδρομής όπου διαδραματίστηκαν οι άθλοι. Η ερώτηση έδινε τη δυνατότητα επιλογής περισσότερων από μίας απάντησης μέσα από μία λίστα πολλαπλών επιλογών (μια ενημερωτική πινακίδα, ξενάγηση από ειδικευμένο προσωπικό, ένα διαδραστικό infokiosk πληροφοριών, εικονική ή επαυξημένη πραγματικότητα για την παρουσίαση των άθλων, χώρους διαμονής και εστίασης, τίποτα).

Στη συνέχεια, οι συμμετέχοντες στην έρευνα ρωτήθηκαν κατά πόσο θα τους ενδιέφερε να συμμετάσχουν σε δραστηριότητες εναλλακτικού τουρισμού στα σημεία-σταθμούς της διαδρομής. Οι διαθέσιμες επιλογές ήταν οινογνωσία, παρατήρηση πουλιών, rafting/canoe kayak, ποδηλασία/ιππασία και φυσιολατρικές πεζοπορίες. Η ερώτηση μετρήθηκε με 5βαθμη κλίμακα Likert όπου 1=Καθόλου και 5=απόλυτα.

Επιπλέον, ζητήθηκε από τους ερωτηθέντες να δηλώσουν πόσο ενδιαφέρουσα βρίσκουν την προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή με βάση το θέμα της, τα πολιτιστικά αξιοθέατα του περιλαμβάνει, την ποικιλία των φυσικών της τοπίων και τις εναλλακτικές δραστηριότητες που προσφέρει. Η ερώτηση μετρήθηκε με 5βαθμη κλίμακα Likert όπου 1=Καθόλου και 5=απόλυτα.

Στη συνέχεια, ζητήθηκε από τους ερωτηθέντες να δηλώσουν σε ποιο βαθμό θεωρούν ότι η προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή μπορεί να οδηγήσει σε συγκεκριμένα οφέλη (αύξηση της τουριστικής κίνησης, ενίσχυση της τοπικής οικονομίας, ανάδειξη και προστασία της τοπικής φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, κατανόηση της τοπικής κουλτούρας από τους επισκέπτες, σύσφιξη των σχέσεων μεταξύ τουριστών και τοπικού πληθυσμού, βελτίωση της εικόνας/φήμης των προορισμών, βελτίωση της εικόνας/φήμης της Ελλάδας). Επιλέχθηκαν τα βασικότερα οφέλη που εντοπίστηκαν στη βιβλιογραφία σχετικά με τον αντίκτυπο των πολιτιστικών διαδρομών (UNWTO, 2015; OECD, 2009; Council of Europe, 2011; Meyer, 2004; Hayes and MacLeod, 2008; Dinu and Cioaca, 2008; Majdoub, 2010; Ochoa Sigüencia et al., 2016). Η ερώτηση μετρήθηκε με 5βαθμη κλίμακα Likert όπου 1=Καθόλου και 5=απόλυτα.

Τέλος, για όσους απάντησαν ότι δε θα επιθυμούσαν να συμμετάσχουν στη διαδρομή, ζητήθηκε να διευκρινίσουν τους λόγους. Η ερώτηση έδινε τη δυνατότητα επιλογής περισσότερων από μίας απάντησης μέσα από μία λίστα πολλαπλών επιλογών (δε μου φαίνεται αρκετά ενδιαφέρουσα, για οικονομικούς λόγους, για λόγους υγείας/ ανωτέρας βίας, λόγω απόστασης από τον τόπο κατοικίας μου, άλλο).

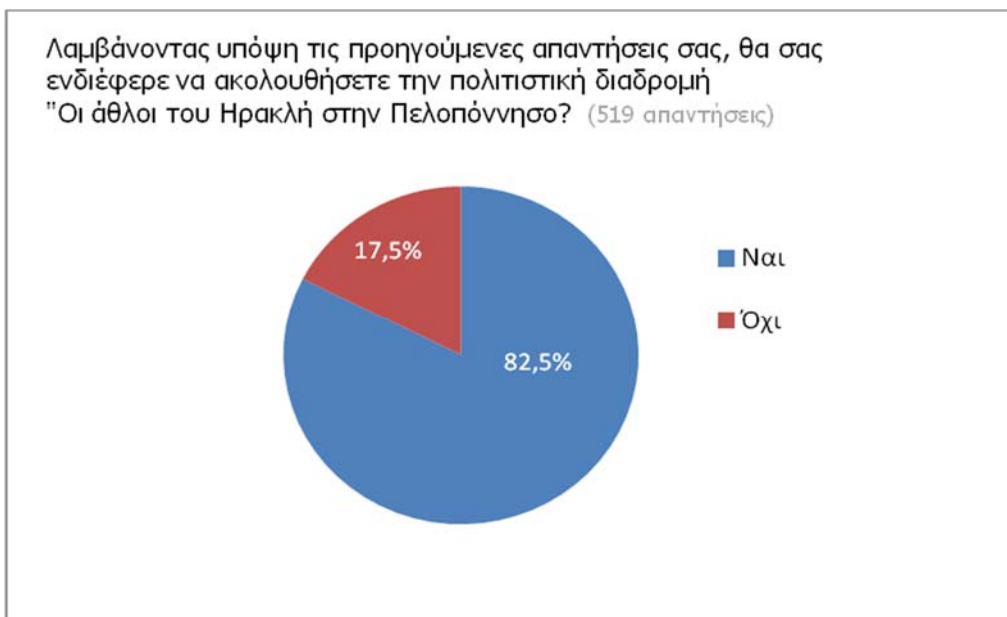
Κεφάλαιο 6

Αποτελέσματα της Έρευνας

Στο παρόν κεφάλαιο θα παρουσιαστούν τα αποτελέσματα της έρευνας, όπως προέκυψαν από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων και τη στατιστική τους ανάλυση με το σύστημα SPSS.

Βασικός στόχος της έρευνας ήταν να διαπιστωθεί εάν υπάρχει ενδιαφέρον από δυνητικούς επισκέπτες να συμμετέχουν στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή «Οι άθλοι του Ηρακλή στην Πελοπόννησο». Στο Σχήμα 14 παρουσιάζεται η κατανομή των απαντήσεων που έδωσαν οι ερωτηθέντες αναφορικά με την παραπάνω ερώτηση. Όπως προκύπτει από το σχήμα, η μεγάλη πλειοψηφία των ερωτηθέντων απάντησε ότι θα ενδιαφερόταν να ακολουθήσει τη διαδρομή.

Σχήμα 14: Ενδιαφέρον για συμμετοχή στην πολιτιστική διαδρομή «Οι άθλοι του Ηρακλή στην Πελοπόννησο»



6.1 Παράγοντες που επηρεάζουν το ενδιαφέρον των ερωτηθέντων να συμμετάσχουν στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή

Ακολούθως, κρίθηκε απαραίτητο να διερευνηθεί κατά πόσο το ενδιαφέρον των ερωτηθέντων να συμμετάσχουν στη συγκεκριμένη διαδρομή μπορεί να σχετίζεται με μια σειρά παραγόντων. Για το λόγο αυτό, τέθηκε μια σειρά ερευνητικών υποθέσεων:

H1: Το φύλο επηρεάζει το ενδιαφέρον των ερωτηθέντων για συμμετοχή στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή

Η ερευνητική υπόθεση ελέγχθηκε με το στατιστικό τεστ chi-square, το αποτέλεσμα του οποίου (chi-square=7,820, $p < 0.01$) κατέδειξε ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ αντρών και γυναικών σε επίπεδο εμπιστοσύνης 99%. Συγκεκριμένα, φαίνεται ότι οι γυναίκες ενδιαφέρονται περισσότερο να συμμετάσχουν στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή από ό,τι οι άντρες. Το αποτέλεσμα αυτό φαίνεται πως επιβεβαιώνει την άποψη που έχει διαμορφωθεί από προηγούμενες μελέτες (Silberberg, 1995; ATLAS, 2007; Kim, Cheng and O'Leary, 2007) σύμφωνα με τις οποίες οι γυναίκες ενδιαφέρονται σε μεγαλύτερο βαθμό για τον πολιτισμό σε σχέση με τους άντρες.

H2: Η ηλικία επηρεάζει το ενδιαφέρον των ερωτηθέντων για συμμετοχή στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή

Η ερευνητική υπόθεση ελέγχθηκε με το στατιστικό τεστ chi-square, το αποτέλεσμα του οποίου (chi-square=4,089, $p > 0.05$) κατέδειξε ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των διάφορων ηλικιακών ομάδων. Συγκεκριμένα, φαίνεται ότι όλες οι ηλικιακές ομάδες ενδιαφέρονται στο ίδιο περίπου ποσοστό να ακολουθήσουν την προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή. Ελάχιστα μεγαλύτερο ποσοστό εμφανίζει η ηλικιακή ομάδα 30-39, ωστόσο αυτό που φαίνεται είναι πως η συγκεκριμένη πολιτιστική διαδρομή κατορθώνει να κεντρίσει το ενδιαφέρον του κοινού, ανεξαρτήτως ηλικίας. Το αποτέλεσμα αυτό συμφωνεί με την έρευνα του οργανισμού ATLAS (2007) που υποστηρίζει ότι τα άτομα που ενδιαφέρονται για τον πολιτισμό δεν είναι απαραίτητα μεγαλύτερης ηλικίας όπως υποστηρίζει ένας μεγάλο πλήθος μελετών (Kerstetter, Confer

and Graefer, 2001; Isaac, 2008; Silberberg, 1995; Travel Industry Association of America, 2003) αντιθέτως, τείνουν πλέον να ενδιαφέρονται και μικρότερες ηλικιακές ομάδες.

H3: Το επίπεδο εκπαίδευσης επηρεάζει το ενδιαφέρον των ερωτηθέντων για συμμετοχή στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή

Η ερευνητική υπόθεση ελέγχθηκε με το στατιστικό τεστ chi-square, το αποτέλεσμα του οποίου (chi-square=7,212, $p < 0.05$) κατέδειξε ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επιπέδων εκπαίδευσης, σε επίπεδο εμπιστοσύνης 95%. Συγκεκριμένα, φαίνεται ότι οι απόφοιτοι Δημοτικού/Λυκείου ενδιαφέρονται σε μικρότερο ποσοστό να συμμετάσχουν στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή, σε σχέση με τους πτυχιούχους ΑΕΙ/ΤΕΙ/Κολλεγίων και τους κατόχους Μεταπτυχιακού-Διδακτορικού διπλώματος. Το αποτέλεσμα αυτό επιβεβαιώνει προηγούμενες έρευνες που υποστηρίζουν ότι άτομα με υψηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης ενδιαφέρονται περισσότερο για τον πολιτισμό (Travel Industry Association of America, 2003; Silberberg, 1995; Kerstetter, Confer and Graefer, 2001).

H4: Η επαγγελματική ιδιότητα επηρεάζει το ενδιαφέρον των ερωτηθέντων για συμμετοχή στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή

Η ερευνητική υπόθεση ελέγχθηκε με το στατιστικό τεστ chi-square, το αποτέλεσμα του οποίου (chi-square=3,825, $p > 0.05$) κατέδειξε ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των επαγγελμάτων. Συγκεκριμένα, φαίνεται ότι οι ιδιωτικοί-δημόσιοι υπάλληλοι, οι ελεύθεροι επαγγελματίες, οι φοιτητές, οι άνεργοι και οι συνταξιούχοι ενδιαφέρονται στον ίδιο βαθμό να συμμετάσχουν στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή. Λίγο χαμηλότερο ποσοστό παρουσιάζουν οι άνεργοι, το οποίο δικαιολογείται ίσως λόγω της δυσχερέστερης οικονομικής τους κατάστασης.

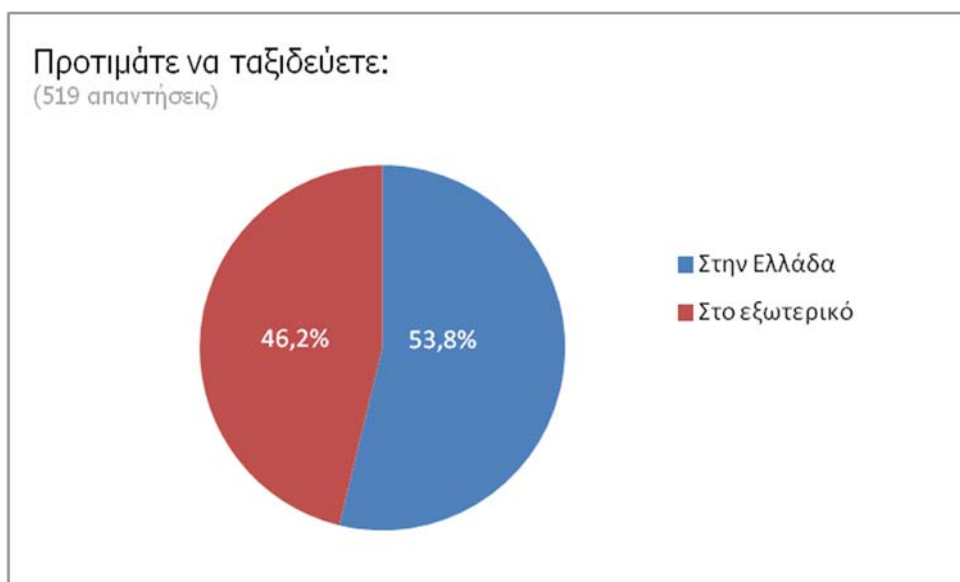
H5: Το εισόδημα επηρεάζει το ενδιαφέρον των ερωτηθέντων για συμμετοχή στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή

Η ερευνητική υπόθεση ελέγχθηκε με το στατιστικό τεστ chi-square, το αποτέλεσμα του οποίου ($\text{chi-square}=3,113$, $p>0.05$) κατέδειξε ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των εισοδημάτων. Συγκεκριμένα, φαίνεται ότι οι ερωτηθέντες ενδιαφέρονται περίπου το ίδιο να συμμετάσχουν στην πολιτιστική διαδρομή, ανεξάρτητα από το ύψος του ατομικού ετήσιου εισοδήματός τους. Το αποτέλεσμα αυτό έρχεται σε αντίθεση με προηγούμενες έρευνες που υποστηρίζουν ότι άτομα με υψηλότερο εισόδημα τείνουν να ενδιαφέρονται περισσότερο για τον πολιτισμό (Travel Industry Association of America, 2003; Silberberg, 1995; ATLAS, 2007; Kerstetter, Confer and Graefer, 2001).

H6: Η προτίμηση για ταξίδια στην Ελλάδα ή το εξωτερικό επηρεάζει το ενδιαφέρον των ερωτηθέντων για συμμετοχή στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή

Στο Σχήμα 15 παρουσιάζεται η κατανομή των απαντήσεων που έδωσαν οι ερωτηθέντες σχετικά με την προτίμησή τους να ταξιδεύουν στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό.

Σχήμα 15: Προτίμηση για ταξίδια στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό



Η ερευνητική υπόθεση ελέγχθηκε με το στατιστικό τεστ chi-square, το αποτέλεσμα του οποίου ($\text{chi-square}=0,045$, $p>0.05$) κατέδειξε ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά όσον αφορά στην προτίμηση των ερωτηθέντων για ταξίδια στην Ελλάδα ή το εξωτερικό. Φαίνεται ως εκ τούτου ότι οι εμπειρίες ή οι διαφορετικές εικόνες που μπορεί

να έχουν αποκομίσει οι ερωτηθέντες από ταξίδια που έχουν πραγματοποιήσει στο εξωτερικό δεν επηρεάζουν το ενδιαφέρον τους για συμμετοχή στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή.

H7: Το πλήθος ταξιδιών αναψυχής που πραγματοποιούν ετησίως επηρεάζει το ενδιαφέρον των ερωτηθέντων για συμμετοχή στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή

Στο Σχήμα 16 παρουσιάζεται η κατανομή των απαντήσεων που έδωσαν οι ερωτηθέντες σχετικά με τον αριθμό ταξιδιών που πραγματοποιούν κάθε χρόνο στην Ελλάδα. Όπως φαίνεται από το σχήμα, η μεγάλη πλειοψηφία απάντησε πως πραγματοποιεί ετησίως από 1 έως 3 ταξίδια αναψυχής.

Σχήμα 16: Αριθμός ταξιδιών αναψυχής που πραγματοποιούν οι ερωτηθέντες ετησίως στην Ελλάδα

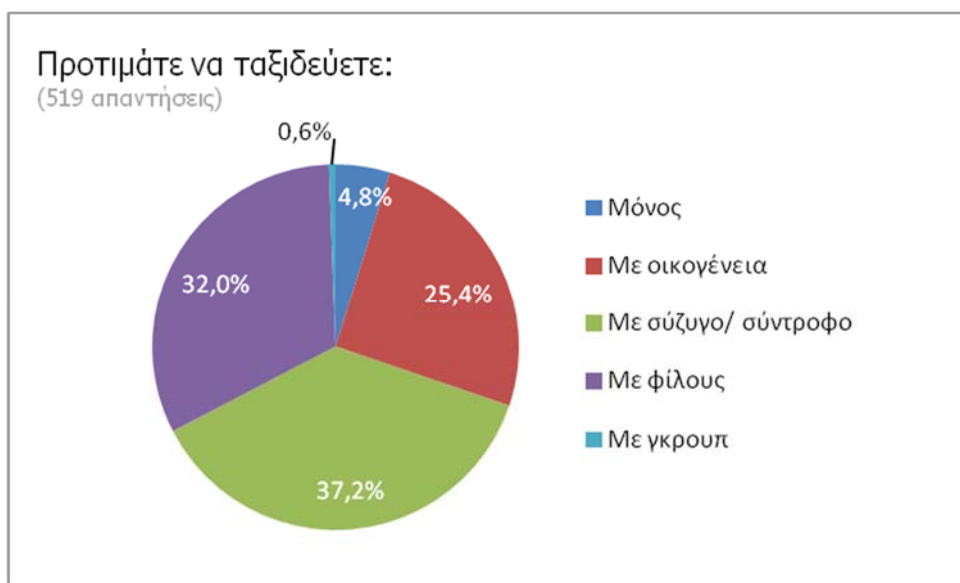


Η ερευνητική υπόθεση ελέγχθηκε με το στατιστικό τεστ chi-square, το αποτέλεσμα του οποίου (chi-square=2,433, $p>0.05$) κατέδειξε ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά όσον αφορά στο πλήθος των ετήσιων ταξιδιών. Από τα επιμέρους αποτελέσματα ωστόσο φαίνεται ότι όσα περισσότερα ταξίδια πραγματοποιούν οι ερωτηθέντες, τόσο περισσότερο ενδιαφέρονται να συμμετάσχουν στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή (σε ποσοστό 70% ενδιαφέρονται όσοι δεν πραγματοποιούν κανένα ταξίδι και σε ποσοστό 90% όσοι πραγματοποιούν πάνω από 7 ταξίδια ετησίως).

H8: Η σύνθεση ταξιδιού επηρεάζει το ενδιαφέρον των ερωτηθέντων για συμμετοχή στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή

Στο Σχήμα 17 παρουσιάζεται η κατανομή των απαντήσεων που έδωσαν οι ερωτηθέντες σχετικά με τη σύνθεση των ταξιδιών που πραγματοποιούν.

Σχήμα 17: Σύνθεση ταξιδιών

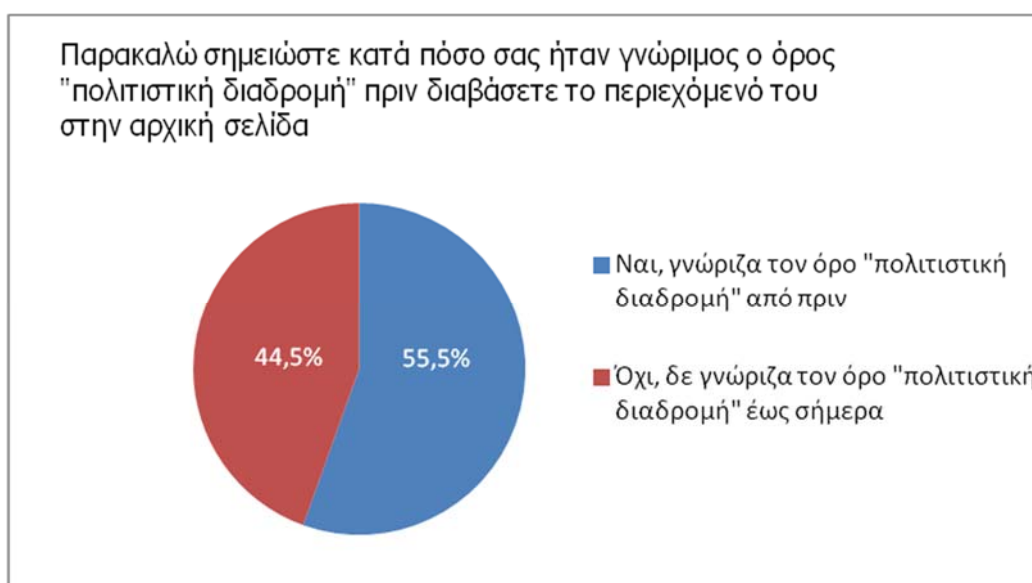


Η ερευνητική υπόθεση ελέγχθηκε με το στατιστικό τεστ chi-square, το αποτέλεσμα του οποίου ($\chi^2=1,215$, $p>0.05$) κατέδειξε ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά όσον αφορά στη σύνθεση ταξιδιού των ερωτηθέντων. Συγκεκριμένα φαίνεται ότι η προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή είναι ικανή να προσελκύσει τόσο οικογένειες, όσο και μεμονωμένους ταξιδιώτες, ζευγάρια, παρέες φίλων κλπ.

H9: Η εξοικείωση με τον όρο «πολιτιστική διαδρομή» επηρεάζει το ενδιαφέρον των ερωτηθέντων για συμμετοχή στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή

Στο Σχήμα 18 παρουσιάζεται η κατανομή των απαντήσεων που έδωσαν οι ερωτηθέντες σχετικά με το εάν γνώριζαν ή όχι τον όρο «πολιτιστική διαδρομή» πριν διαβάσουν το περιεχόμενό του στην αρχική σελίδα του ερωτηματολογίου.

Σχήμα 18: Εξοικείωση με τον όρο πολιτιστική διαδρομή



Η ερευνητική υπόθεση ελέγχθηκε με το στατιστικό τεστ chi-square, το αποτέλεσμα του οποίου ($\chi^2=6,062, p<0.05$) κατέδειξε ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά σε επίπεδο εμπιστοσύνης 95%. Συγκεκριμένα φάνηκε ότι εκείνοι που γνώριζαν την έννοια του όρου «πολιτιστική διαδρομή» ενδιαφέρονται σε μεγαλύτερο βαθμό να συμμετάσχουν στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή, σε σχέση με εκείνους που δεν ήταν εξοικειωμένοι με τον όρο.

H10: Η προηγούμενη περιήγηση σε πολιτιστικές διαδρομές επηρεάζει το ενδιαφέρον των ερωτηθέντων για συμμετοχή στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή

Στο Σχήμα 19 παρουσιάζεται η κατανομή των απαντήσεων που έδωσαν οι ερωτηθέντες σχετικά με το εάν έχουν περιηγηθεί ήδη σε κάποια πολιτιστική διαδρομή στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό.

Σχήμα 19: Εμπειρία συμμετοχής σε πολιτιστική διαδρομή

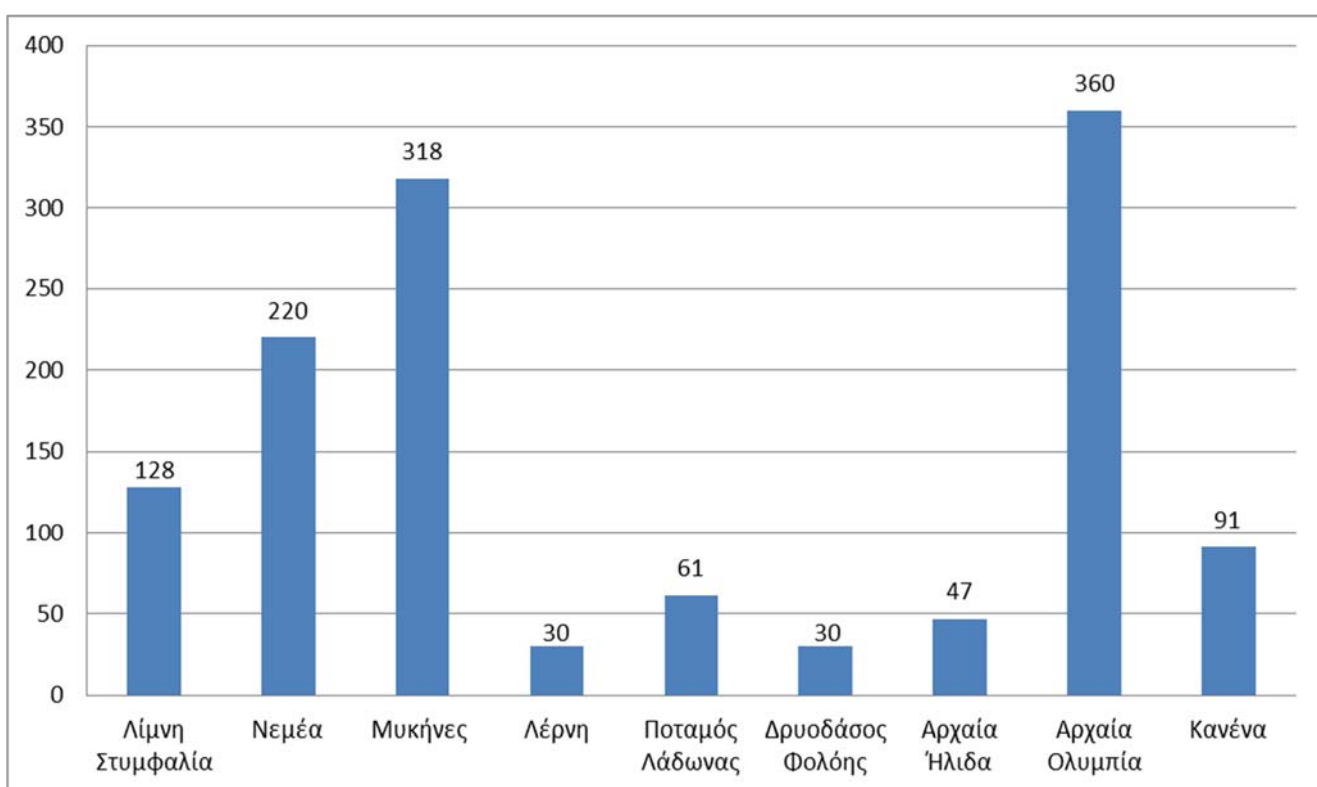


Η ερευνητική υπόθεση ελέγχθηκε με το στατιστικό τεστ chi-square, το αποτέλεσμα του οποίου ($\text{chi-square}=2,451$, $p>0.05$) κατέδειξε ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά ανάμεσα σε εκείνους που έχουν και σε εκείνους που δεν έχουν περιηγηθεί ήδη σε κάποια πολιτιστική διαδρομή. Συγκεκριμένα φάνηκε ότι ακόμα και εκείνοι που δεν έχουν την εμπειρία της συμμετοχής σε κάποια πολιτιστική διαδρομή ενδιαφέρονται σχεδόν το ίδιο για την προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή με εκείνους που έχουν συμμετάσχει σε κάποια, είτε στην Ελλάδα, είτε στο εξωτερικό.

H11: το πλήθος των αξιοθέατων της διαδρομής που έχουν επισκεφτεί ήδη, επηρεάζει το ενδιαφέρον των ερωτηθέντων για συμμετοχή στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή

Στο Σχήμα 20 παρουσιάζεται η κατανομή των απαντήσεων που έδωσαν οι ερωτηθέντες σχετικά με τον αριθμό των αξιοθέατων της διαδρομής "Οι άθλοι του Ηρακλή στην Πελοπόννησο" που έχουν επισκεφτεί έως σήμερα. Όπως αναμενόταν, ως πιο δημοφιλή αξιοθέατα αναδείχτηκαν η Αρχαία Ολυμπία και οι Μυκήνες που αποτελούν μνημεία παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς της UNESCO και είναι από τα πλέον επισκέψιμα μνημεία της Ελλάδας (ΕΛΣΤΑΤ, 2016).

Σχήμα 20: Πλήθος αξιοθέατων της διαδρομής "Οι άθλοι του Ηρακλή στην Πελοπόννησο" που έχουν επισκεφτεί ήδη οι ερωτηθέντες

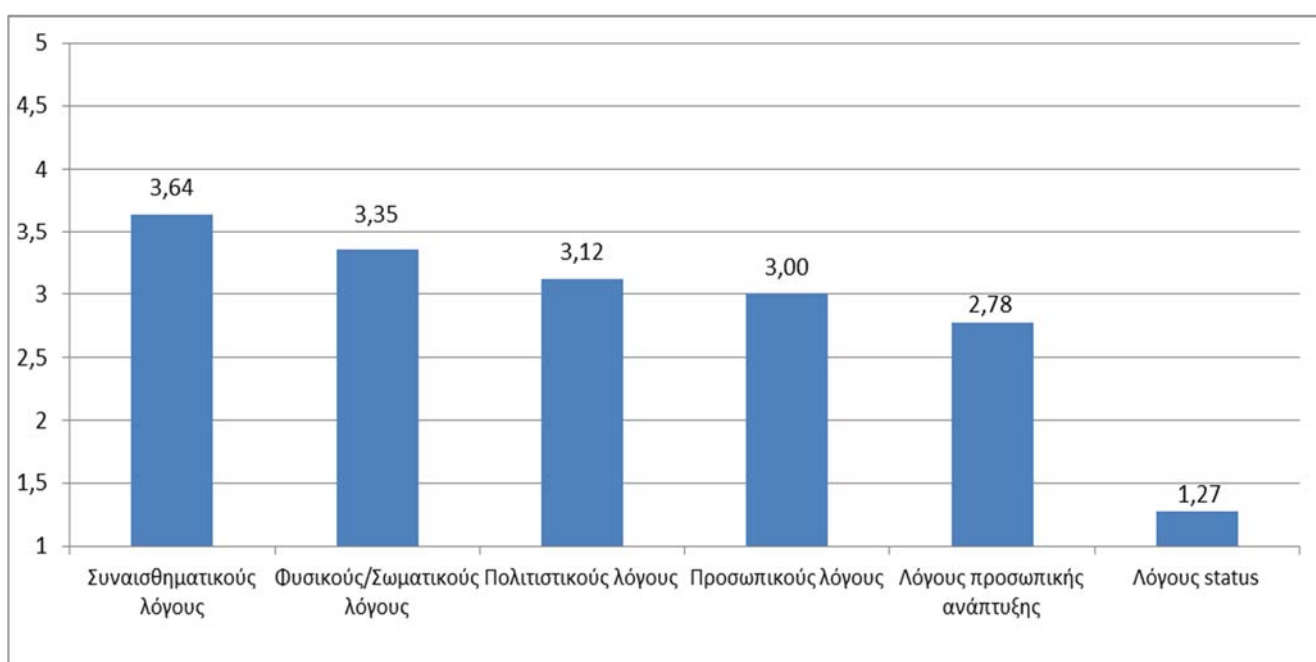


Η ερευνητική υπόθεση ελέγχθηκε με το στατιστικό τεστ chi-square, το αποτέλεσμα του οποίου ($\chi^2=7,550, >0.05$) κατέδειξε ότι οριακά δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά αναφορικά με το πλήθος των αξιοθέατων της διαδρομής. Από τα επιμέρους αποτελέσματα, ωστόσο, φαίνεται πως όσο περισσότερα αξιοθέατα έχει επισκεφτεί κανείς, τόσο περισσότερο ενδιαφέρεται να ακολουθήσει τη συγκεκριμένη διαδρομή. Φαίνεται λοιπόν πως η επιλογή των αξιοθέατων της διαδρομής είναι μάλλον επιτυχημένη, καθώς ακόμα και αυτοί που έχουν επισκεφτεί τα περισσότερα από αυτά, θα ενδιαφέρονταν να τα επισκεφθούν ξανά με αφορμή την προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή.

6.2 Κίνητρα και ταξιδιωτικές συνήθειες των ερωτηθέντων

Στο Σχήμα 21 παρουσιάζεται το σκορ των απαντήσεων των ερωτηθέντων αναφορικά με τους λόγους για τους οποίους επιλέγουν να επισκεφτούν έναν προορισμό.

Σχήμα 21: Ταξιδιωτικά κίνητρα ερωτηθέντων



Όπως φαίνεται από το σχήμα, οι ερωτηθέντες φαίνεται πως ταξιδεύουν πρωτίστως για συναισθηματικούς λόγους (διαφυγή από την καθημερινότητα, περιπέτεια, ρομαντισμός), στη συνέχεια για φυσικούς/σωματικούς λόγους (χαλάρωση, ξεκούραση, άσκηση, μαύρισμα) και στη συνέχεια για πολιτιστικούς λόγους (επίσκεψη σε μουσεία και αξιοθέατα, γνωριμία με νέους πολιτισμούς). Ακολουθούν οι προσωπικοί λόγοι (επίσκεψη σε συγγενείς και φίλους, νέες γνωριμίες), ενώ λιγότερο φαίνεται πως ταξιδεύουν για λόγους προσωπικής ανάπτυξης (απόκτηση νέων γνώσεων και δεξιοτήτων) και λόγους status (ακολουθώ τη μόδα, επίδειξη οικονομικών δυνατοτήτων).

Στο Σχήμα 22 παρουσιάζεται η κατανομή των απαντήσεων που έδωσαν οι ερωτηθέντες στην ερώτηση πόσο σημαντικό κίνητρο για την επιλογή ενός προορισμού αποτελεί η συμμετοχή σε κάποια πολιτιστική δραστηριότητα (π.χ. επίσκεψη σε μουσεία, θεατρικές παραστάσεις, συναυλίες, φεστιβάλ).

Σχήμα 22: Βαθμός πολιτιστικού κινήτρου



Όπως φαίνεται από το Σχήμα 22, για το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων ο πολιτισμός αποτελεί δευτερεύον κίνητρο, επιλέγουν δηλαδή έναν προορισμό τόσο για να συμμετάσχουν σε κάποια πολιτιστική δραστηριότητα, όσο και για να επισκεφθούν φίλους, να μείνουν σε ένα ωραίο ξενοδοχείο κ.λπ. Σε σχέση με την τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς του Silberberg (1995) που είδαμε σε προηγούμενο κεφάλαιο, το ποσοστό των τουριστών για τους οποίους ο πολιτισμός αποτελεί δευτερεύον κίνητρο είναι και στις δύο έρευνες το μεγαλύτερο, ωστόσο, παρουσιάζεται μεγαλύτερη διαφορά στα άκρα. Οι τουρίστες που ταξιδεύουν με βασικό κίνητρο τον πολιτισμό αντιπροσωπεύουν στην παρούσα έρευνα μεγαλύτερο ποσοστό από εκείνους του Silberberg (22% αντί για 15%), ενώ στο άλλο άκρο, οι τουρίστες που δε θα συμμετείχαν σε καμία πολιτιστική δραστηριότητα αντιπροσωπεύουν, σύμφωνα με τον Silberberg σχεδόν το τριπλάσιο ποσοστό από τους αντίστοιχους της παρούσας έρευνας (15% αντί για 5%). Οι δύο ενδιάμεσες κατηγορίες είναι αρκετά κοντά με το αντίστοιχο ποσοστό του Silberberg για τα αντίστοιχα τμήματα της τουριστικής αγοράς.

Στο σημείο αυτό θεωρήθηκε χρήσιμο να διερευνηθεί κατά πόσο σχετίζονται το φύλο και η ηλικία με το βαθμό πολιτιστικού κινήτρου. Για το λόγο αυτό, διατυπώθηκαν οι παρακάτω ερευνητικές υποθέσεις:

H12: το φύλο επηρεάζει το πολιτιστικό κίνητρο των ερωτηθέντων

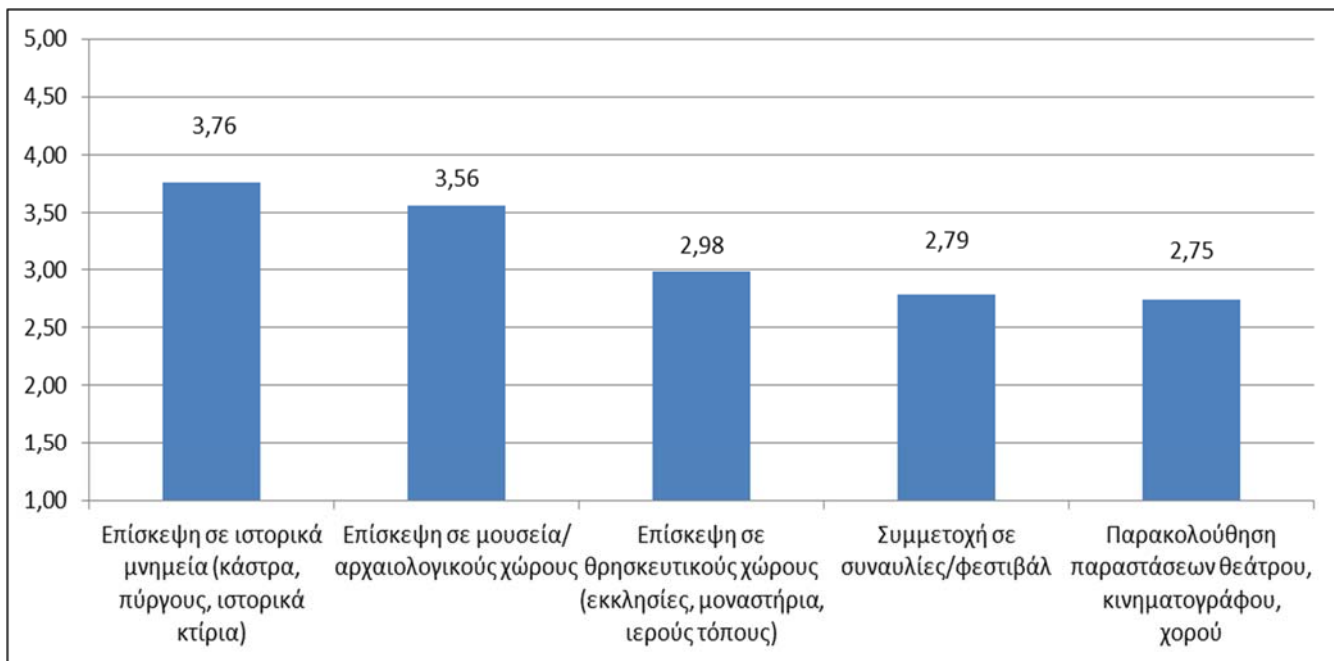
Η ερευνητική υπόθεση ελέγχθηκε με το στατιστικό τεστ chi-square, το αποτέλεσμα του οποίου (chi-square=26,467, $p < 0.001$) κατέδειξε ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά ανάμεσα στα δύο φύλα σε επίπεδο εμπιστοσύνης 99,9%. Πιο συγκεκριμένα, φαίνεται πως οι γυναίκες επιλέγουν σε μεγαλύτερο ποσοστό έναν προορισμό με βασικό κίνητρο τη συμμετοχή σε κάποια πολιτιστική δραστηριότητα σε σύγκριση με τους άντρες. Επιπλέον, φαίνεται πως οι άντρες θα συμμετάσχουν τυχαία σε κάποια πολιτιστική δραστηριότητα σε μεγαλύτερο ποσοστό από ό,τι οι γυναίκες, ενώ είναι επίσης μεγαλύτερο το ποσοστό των αντρών που δε θα συμμετάσχουν σε καμία πολιτιστική δραστηριότητα για οποιονδήποτε λόγο σε σχέση με τις αντίστοιχες γυναίκες.

H13: η ηλικία επηρεάζει το πολιτιστικό κίνητρο των ερωτηθέντων

Η ερευνητική υπόθεση ελέγχθηκε με το στατιστικό τεστ chi-square, το αποτέλεσμα του οποίου (chi-square=24,662, $p > 0.05$) κατέδειξε ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά ανάμεσα στις ηλικιακές ομάδες. Από τα επιμέρους αποτελέσματα προκύπτει ότι με βασικό κίνητρο τη συμμετοχή σε πολιτιστικές δραστηριότητες ταξιδεύει σε μεγαλύτερο ποσοστό η ηλικιακή ομάδα >60, ενώ η ηλικιακή ομάδα 18-29 είναι περισσότερο πιθανό να μη συμμετάσχει σε καμία πολιτιστική δραστηριότητα όταν επισκέπτεται κάποιον προορισμό.

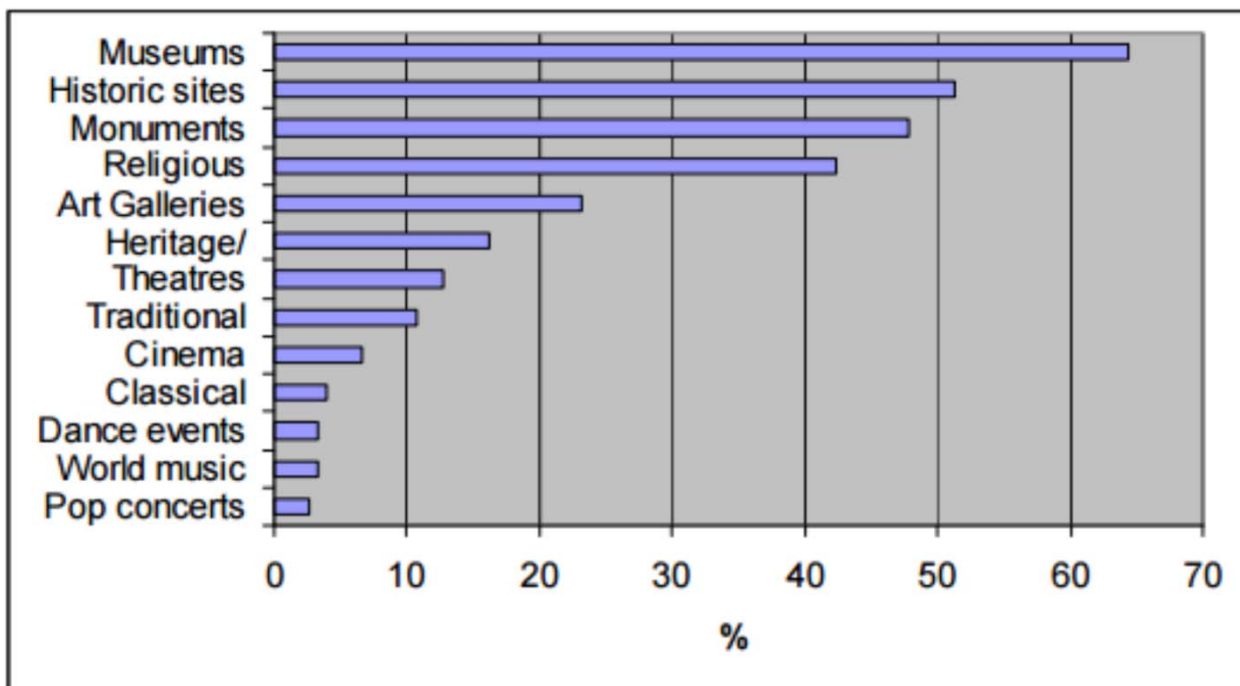
Στο Σχήμα 23 παρουσιάζεται το σκορ των απαντήσεων που έδωσαν οι ερωτηθέντες στην ερώτηση πόσο πιθανό είναι να πραγματοποιήσουν κάποια από τις παρακάτω πολιτιστικές δραστηριότητες όταν επισκέπτονται έναν προορισμό.

Σχήμα 23: πολιτιστικές δραστηριότητες που επιλέγουν οι ερωτηθέντες στον τόπο προορισμού



Όπως φαίνεται από το Σχήμα 23, μεγαλύτερο ενδιαφέρον φαίνεται πως συγκεντρώνουν οι επισκέψεις σε ιστορικά μνημεία, μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους, ενώ λιγότερο φαίνεται πως ενδιαφέρει η επίσκεψη σε θρησκευτικούς χώρους, η συμμετοχή σε συναυλίες/φεστιβάλ και η παρακολούθηση παραστάσεων θεάτρου, κινηματογράφου και χορού. Τα παραπάνω αποτελέσματα συμφωνούν με την έρευνα που πραγματοποίησε ο οργανισμός ATLAS (2007) για τον πολιτιστικό τουρισμό, όπου φαίνεται ότι μουσεία, ιστορικά μνημεία και αρχαιολογικοί χώροι είναι αυτά που επισκέπτονται κυρίως οι τουρίστες όταν επισκέπτονται έναν προορισμό, ακολουθούν τα θρησκευτικά αξιοθέατα, ενώ συναυλίες, παραστάσεις χορού κ.λπ. φαίνεται πως προτιμώνται λιγότερο από τους τουρίστες (Σχήμα 24).

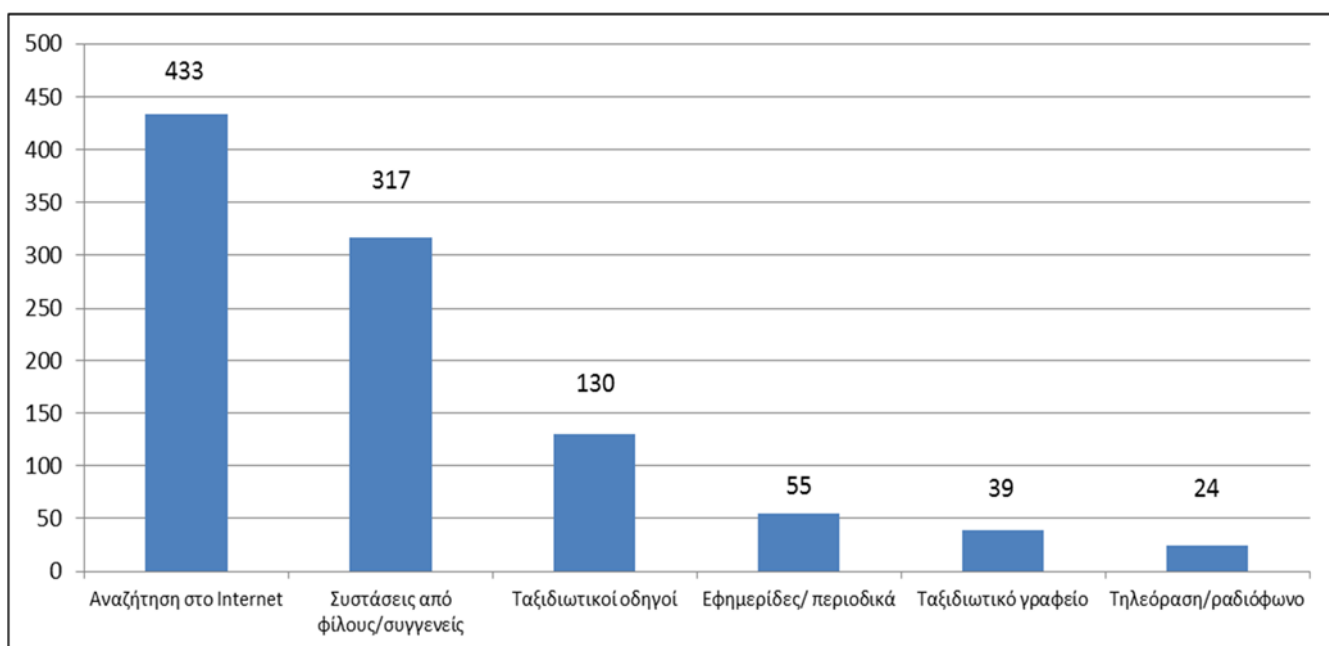
Σχήμα 24: Πολιτιστικά αξιοθέατα που επισκέπτονται κυρίως οι τουρίστες



Πηγή: ATLAS, 2007

Στο Σχήμα 25 παρουσιάζεται η κατανομή των απαντήσεων που έδωσαν οι ερωτηθέντες στην ερώτηση ποιο μέσο πληροφόρησης συμβουλεύονται πριν επιλέξουν να επισκεφθούν έναν προορισμό.

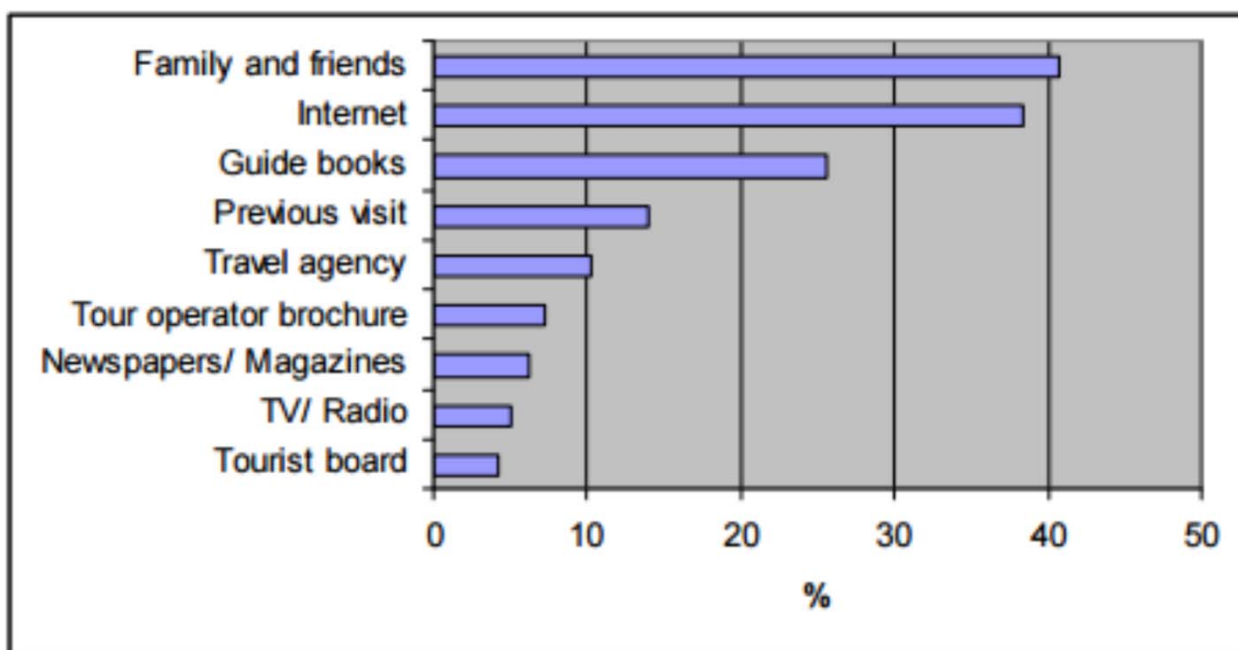
Σχήμα 25: Μέσα πληροφόρησης που επιλέγουν οι ερωτηθέντες πριν επισκεφτούν έναν προορισμό



Όπως φαίνεται από το παραπάνω σχήμα, τις περισσότερες απαντήσεις συγκέντρωσε η «αναζήτηση στο Internet», με δεύτερη επιλογή τις «συστάσεις από φίλους/συγγενείς».

Οι υπόλοιπες απαντήσεις επιλέχθηκαν από αρκετά λιγότερους ερωτηθέντες. Την ίδια σχεδόν εικόνα παρουσιάζει η έρευνα του οργανισμού ATLAS (2007) για τον πολιτιστικό τουρισμό, με τη διαφορά ότι εκεί η επιλογή «συστάσεις από φίλους/συγγενείς» ξεπερνά σε μικρό ποσοστό την «αναζήτηση στο Internet». Οι υπόλοιπες επιλογές, έρχονται και σ' αυτήν την έρευνα σε αρκετά μεγάλη απόσταση από τις δύο πρώτες (Σχήμα 26).

Σχήμα 26: Μέσα πληροφόρησης που επιλέγουν οι ταξιδιώτες πριν επισκεφτούν έναν προορισμό



Πηγή: ATLAS, 2007

Ως προς τα παραπάνω, κρίνεται χρήσιμο να διερευνηθεί κατά πόσο η ηλικία επηρεάζει το μέσο πληροφόρησης που επιλέγουν οι ερωτηθέντες πριν επιλέξουν να επισκεφθούν έναν προορισμό. Για το λόγο αυτό διατυπώνεται η παρακάτω ερευνητική υπόθεση:

H14: η ηλικία επηρεάζει το μέσο πληροφόρησης που επιλέγουν οι ερωτηθέντες πριν επιλέξουν να επισκεφθούν έναν προορισμό

Η ερευνητική υπόθεση ελέγχθηκε με το στατιστικό τεστ chi-square, τα αποτελέσματα του οποίου κατέδειξαν ότι ανάλογα με το μέσο, παρατηρείται κατά περίπτωση στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των ηλικιακών ομάδων. Στην περίπτωση της «αναζήτησης στο Internet» υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά (chi-square=48,418, $p < 0.001$) σε επίπεδο εμπιστοσύνης 99,9%. Συγκεκριμένα φαίνεται ότι όσο αυξάνονται οι ηλικίες, τόσο μειώνεται το ποσοστό εκείνων που επιλέγουν το Internet ως μέσο πληροφόρησης (η μικρότερη ηλικιακή ομάδα το επιλέγει σε ποσοστό 90% και η μεγαλύτερη σε ποσοστό 50%). Το αποτέλεσμα αυτό θα μπορούσε να εξηγηθεί από το μικρότερο βαθμό εξοικείωσης των μεγαλύτερων ηλικιών με τις νέες τεχνολογίες. Η επιλογή του «ταξιδιωτικού γραφείου» παρουσιάζει επίσης στατιστικά σημαντική διαφορά (chi-square=11,949, $p < 0.05$) σε επίπεδο εμπιστοσύνης 95%, καθώς φαίνεται ότι επιλέγεται σε μεγαλύτερο ποσοστό από τη μεγαλύτερη ηλικιακή ομάδα (>60). Στα υπόλοιπα μέσα πληροφόρησης (συστάσεις από φίλους/συγγενείς, τηλεόραση-ραδιόφωνο, εφημερίδες-περιοδικά, ταξιδιωτικοί οδηγοί) δεν παρατηρείται στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των ηλικιακών ομάδων. Αξίζει ωστόσο να σημειωθεί ότι όλες οι ηλικιακές ομάδες δείχνουν να προτιμούν συνολικά το Internet ως μέσο πληροφόρησης πριν επιλέξουν να επισκεφτούν έναν προορισμό, εκτός από τη μεγαλύτερη ηλικιακή ομάδα (>60) που λαμβάνει περισσότερο υπόψη τις συστάσεις από συγγενείς και φίλους.

Στο Σχήμα 27 αποτυπώνεται το ενδιαφέρον των ερωτηθέντων που δεν έχουν συμμετάσχει έως σήμερα σε πολιτιστικές διαδρομές, να περιηγηθούν γενικά σε κάποια πολιτιστική διαδρομή. Όπως φαίνεται από το σχήμα, η μεγάλη πλειοψηφία των

ερωτηθέντων δήλωσε πως παρόλο που δεν έχει προηγούμενη εμπειρία, θα ενδιαφερόταν να συμμετάσχει σε κάποια πολιτιστική διαδρομή στο μέλλον.

Σχήμα 27: Ενδιαφέρον για συμμετοχή σε πολιτιστικές διαδρομές



6.3 Προτιμήσεις/προσδοκίες των ερωτηθέντων σχετικά με την προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή

Στο Σχήμα 28 παρουσιάζεται η κατανομή των απαντήσεων που έδωσαν οι ερωτηθέντες στην ερώτηση με ποιον τρόπο θα επιθυμούσαν να ακολουθήσουν την προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή. Ενδιαφέρον παρουσιάζει το μεγάλο ποσοστό που δήλωσε πως θα επιθυμούσε να την ακολουθήσει με γκρουπ, το οποίο έρχεται σε πλήρη αντίθεση με την ερώτηση για τη σύνθεση του ταξιδιού που εξετάστηκε νωρίτερα, στην οποία μόνο 3 άτομα είχαν απαντήσει ότι προτιμούν να ταξιδεύουν με γκρουπ.

Σχήμα 28: τρόπος συμμετοχής στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή.



Ως προς το παραπάνω, κρίθηκε χρήσιμο να διερευνηθεί κατά πόσο το φύλο επηρεάζει τον τρόπο με τον οποίο οι ερωτηθέντες θα προτιμούσαν να ακολουθήσουν την προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή. Για το λόγο αυτό διατυπώθηκε η παρακάτω ερευνητική υπόθεση:

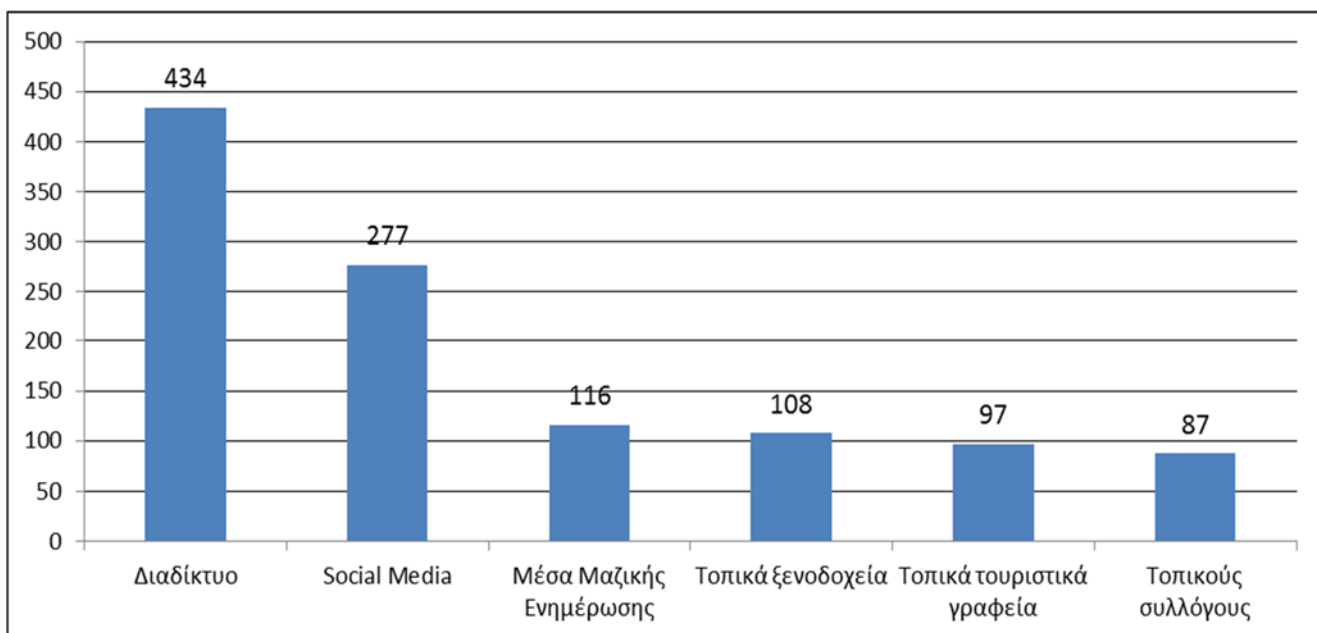
H15: το φύλο επηρεάζει τον τρόπο με τον οποίο οι ερωτηθέντες θα προτιμούσαν να ακολουθήσουν την προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή

Η ερευνητική υπόθεση ελέγχθηκε με το στατιστικό τεστ chi-square, το αποτέλεσμα του οποίου ($\text{chi-square}=11,996$, $p<0.01$) κατέδειξε ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά ανάμεσα στα δύο φύλα σε επίπεδο εμπιστοσύνης 99%. Πιο συγκεκριμένα, φαίνεται ότι οι γυναίκες προτιμούν σε μεγαλύτερο ποσοστό να ακολουθήσουν τη διαδρομή με γκρουπ από ό,τι οι άντρες. Μεμονωμένα με ξενάγηση επιλέγουν και τα δύο φύλα με το ίδιο περίπου ποσοστό, ενώ τη μεμονωμένη επίσκεψη χωρίς ξενάγηση φαίνεται πως προτιμούν περισσότερο οι άντρες και λιγότερο οι γυναίκες.

Στο Σχήμα 29 παρουσιάζεται η κατανομή των απαντήσεων που έδωσαν οι ερωτηθέντες στην ερώτηση με ποιον τρόπο θα επιθυμούσαν να ενημερωθούν για την προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή. Όπως φαίνεται, το Internet συγκέντρωσε τη συντριπτική

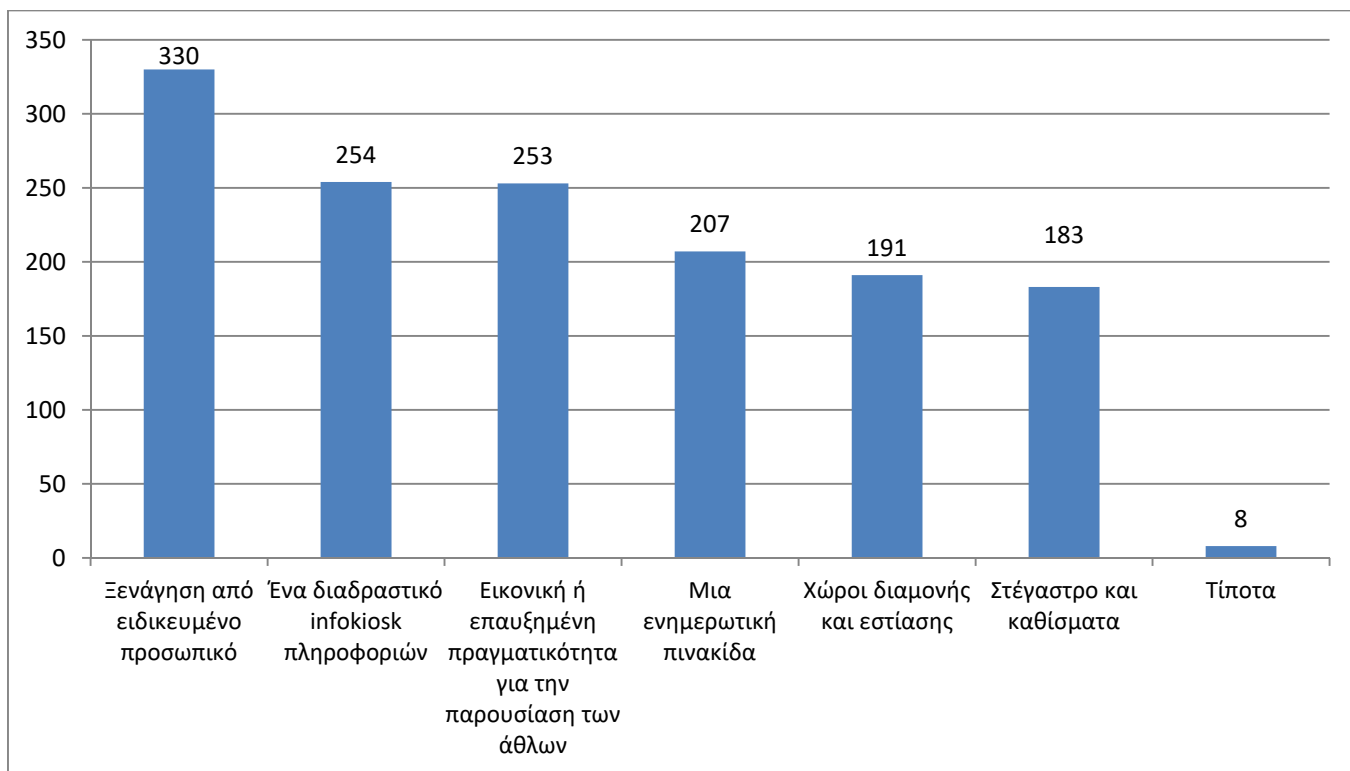
πλειοψηφία των απαντήσεων (σχεδόν το 85%), ενώ τα social media επέλεξαν περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες.

Σχήμα 29: Τρόποι ενημέρωσης για την προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή.



Ακολούθως, στο Σχήμα 30 παρουσιάζεται η κατανομή των απαντήσεων που έδωσαν οι ερωτηθέντες στην ερώτηση τι θα επιθυμούσαν να συναντήσουν στα σημεία-σταθμούς της προτεινόμενης πολιτιστικής διαδρομής. Όπως προκύπτει, η επιλογή «ξενάγηση από ειδικευμένο προσωπικό» συγκέντρωσε το μεγαλύτερο ποσοστό απαντήσεων, ενώ στη δεύτερη θέση σχεδόν ισοψήφησαν οι επιλογές «ένα διαδραστικό info kiosk πληροφοριών» και «εικονική ή επαυξημένη πραγματικότητα για την παρουσίαση των άθλων».

Σχήμα 30: Προτεινόμενες υπηρεσίες στα σημεία- σταθμούς της διαδρομής



Ως προς το παραπάνω, κρίθηκε χρήσιμο να διερευνηθεί κατά πόσο το φύλο επηρεάζει το είδος των υπηρεσιών που οι ερωτηθέντες θα επιθυμούσαν να συναντήσουν στα σημεία-σταθμούς της διαδρομής. Για το λόγο αυτό διατυπώθηκε η παρακάτω ερευνητική υπόθεση:

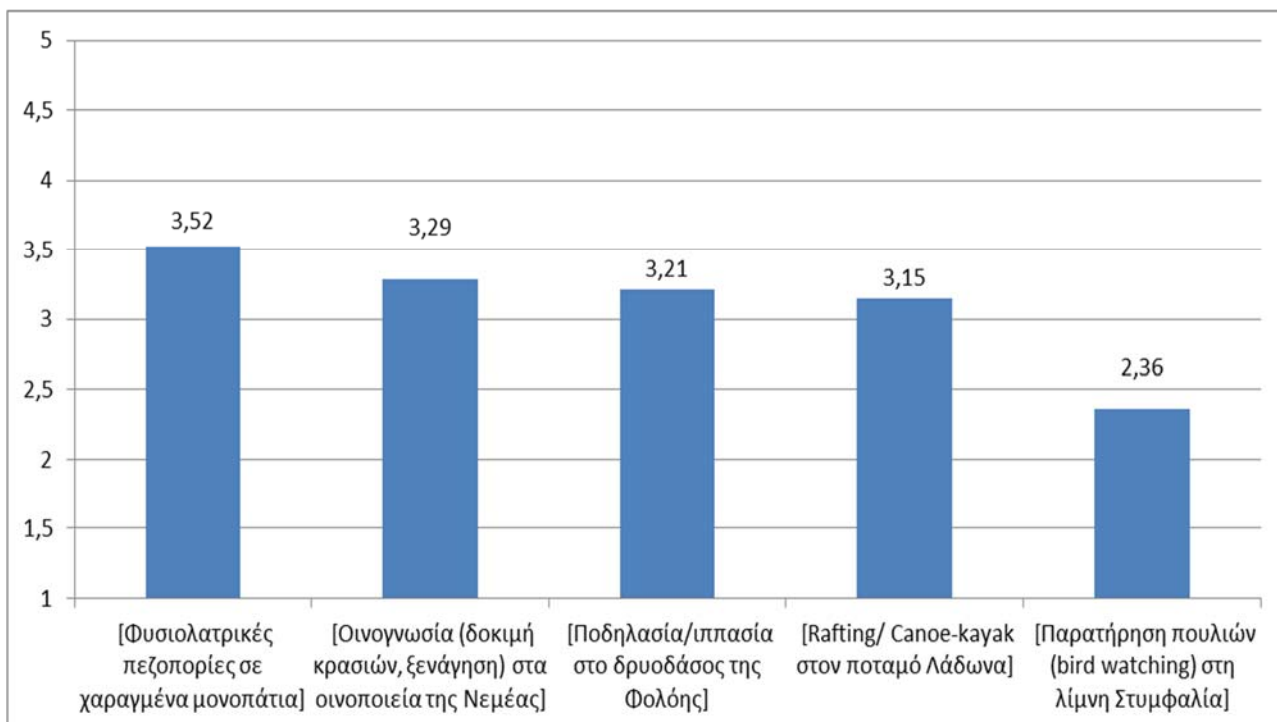
H16: το φύλο επηρεάζει το είδος των υπηρεσιών που οι ερωτηθέντες θα επιθυμούσαν να συναντήσουν στα σημεία-σταθμούς της διαδρομής

Η ερευνητική υπόθεση ελέγχθηκε με το στατιστικό τεστ chi-square, τα αποτελέσματα του οποίου κατέδειξαν ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των δύο φύλων, εκτός από την περίπτωση της ξενάγησης από ειδικευμένο προσωπικό. Πιο συγκεκριμένα, οι γυναίκες απάντησαν ότι θα επιθυμούσαν οργανωμένη ξενάγηση σε αρκετά μεγαλύτερο ποσοστό σε σχέση με τους άντρες. Το αποτέλεσμα αυτό συνάδει με το αποτέλεσμα προηγούμενης υπόθεσης (H15) που είχε δείξει ότι οι γυναίκες θα προτιμούσαν να επισκεφτούν τη διαδρομή μεμονωμένα χωρίς ξενάγηση σε αρκετά μικρότερο ποσοστό σε σχέση με τους άντρες.

Στη συνέχεια, διερευνήθηκε το ενδιαφέρον των ερωτηθέντων για τις δραστηριότητες εναλλακτικού τουρισμού που προσφέρονται στα σημεία-σταθμούς της διαδρομής.

Όπως φαίνεται στο Σχήμα 31, σχεδόν όλες οι εναλλακτικές δραστηριότητες που προτείνονται φαίνεται πως ενδιαφέρουν ιδιαίτερα τους εν δυνάμει επισκέπτες της διαδρομής, με εξαίρεση την παρατήρηση πουλιών, καθώς δεν αποτελεί ιδιαίτερα διαδεδομένη πρακτική στην Ελλάδα.

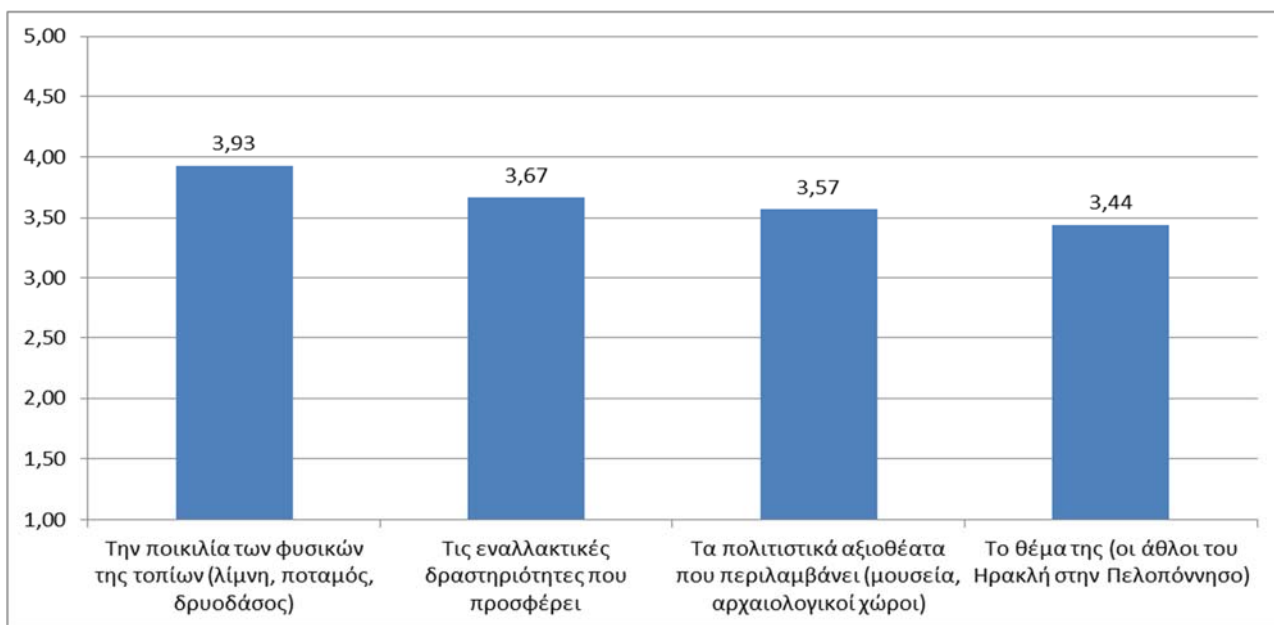
Σχήμα 31: Ενδιαφέρον ερωτηθέντων για τις δραστηριότητες εναλλακτικού τουρισμού της διαδρομής



Επίσης, κρίθηκε χρήσιμο να διερευνηθεί πόσο ενδιαφέρουσα βρίσκουν οι ερωτηθέντες την προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή αναφορικά με το θέμα της, τα πολιτιστικά αξιοθέατα που περιλαμβάνει, την ποικιλία των φυσικών της τοπίων και τις εναλλακτικές δραστηριότητες που προσφέρει.

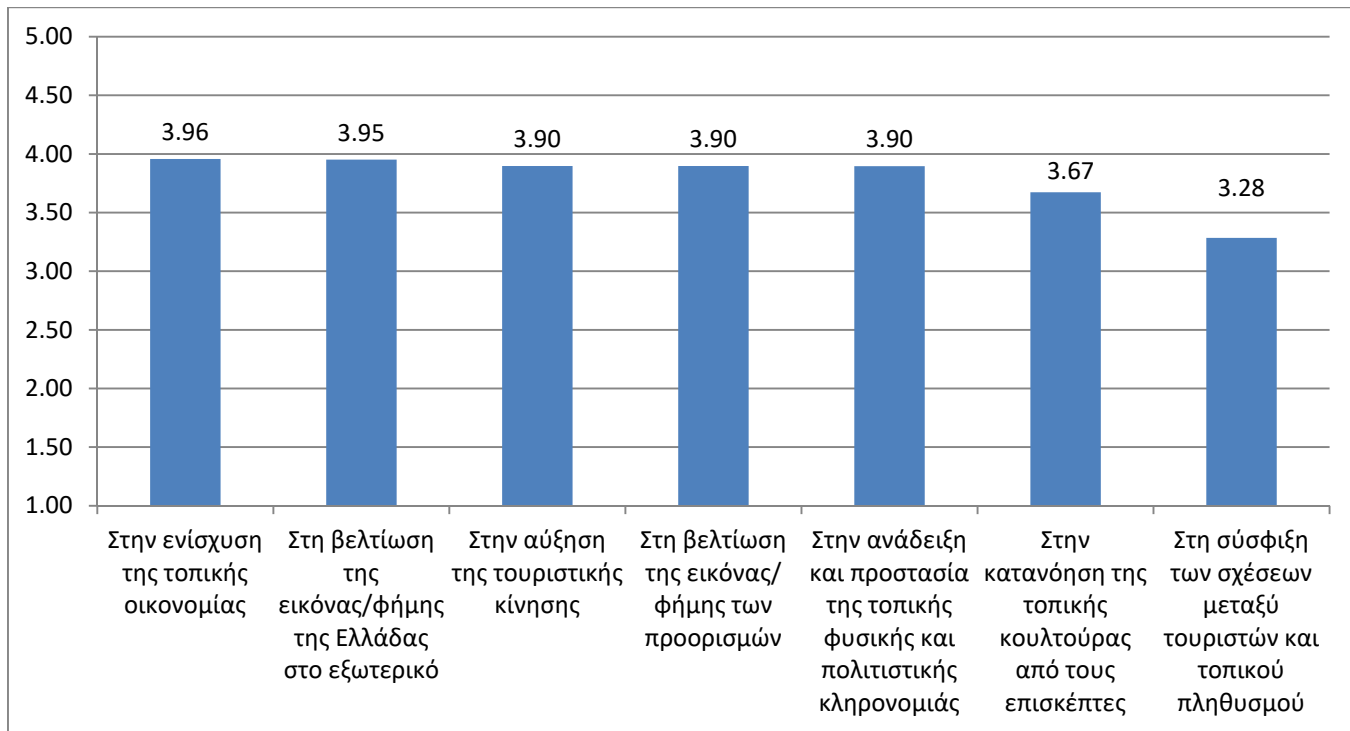
Στο Σχήμα 32 παρουσιάζεται το σκορ των απαντήσεων που έδωσαν οι ερωτηθέντες σχετικά με τα παραπάνω. Όπως προκύπτει, όλα τα επιμέρους χαρακτηριστικά της διαδρομής δείχνουν πως ικανοποιούν σε μεγάλο βαθμό τους ερωτηθέντες.

Σχήμα 32: Ενδιαφέρον ερωτηθέντων για τα επιμέρους χαρακτηριστικά της διαδρομής



Στη συνέχεια, ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες στην έρευνα να δηλώσουν σε ποιο βαθμό θεωρούν ότι η προτεινόμενη πολιτιστική μπορεί να επιφέρει συγκεκριμένα οφέλη. Όπως προκύπτει από το Σχήμα 33, ο εκτιμώμενος θετικός αντίκτυπος της διαδρομής είναι ιδιαίτερα υψηλός τόσο σε οικονομικό, όσο και σε κοινωνικό - πολιτιστικό επίπεδο.

Σχήμα 33: Εκτιμώμενος αντίκτυπος διαδρομής



Τέλος, ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες στην έρευνα που απάντησαν ότι δε θα επιθυμούσαν να συμμετάσχουν στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή, να διευκρινίσουν τους λόγους. Όπως προκύπτει από το Σχήμα 34, το μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε πως δε θα συμμετείχε γιατί δε βρίσκει ενδιαφέρουσα τη διαδρομή, ενώ «για οικονομικούς λόγους» και «λόγω απόστασης από τον μόνιμο τόπο κατοικίας» ήταν οι επιλογές που συγκέντρωσαν ακολούθως τις περισσότερες απαντήσεις.

Σχήμα 34: Λόγοι άρνησης συμμετοχής στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή



Κεφάλαιο 6

Συμπεράσματα - Προτάσεις

Στο παρόν κεφάλαιο θα εξετάσουμε τα σημαντικότερα ευρήματα της έρευνας, προκειμένου να καταλήξουμε στα συμπεράσματα και τις προτάσεις. Ουσιαστικά, αυτό που ενδιέφερε την έρευνα ήταν να διαπιστώσει το ενδεχόμενο ενδιαφέρον εν δυνάμει επισκεπτών να ακολουθήσουν την προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή «Οι άθλοι του Ηρακλή στην Πελοπόννησο». Εν συνεχεία, σκοπός της έρευνας ήταν να σκιαγραφήσει το προφίλ των εν δυνάμει επισκεπτών της διαδρομής και να διερευνήσει τις κατάλληλες μεθόδους με τις οποίες θα πρέπει να οργανωθεί και να προβληθεί, προκειμένου να έχει περισσότερες πιθανότητες να επιτύχει.

Όσον αφορά στο πρώτο ερευνητικό ερώτημα, διαπιστώθηκε ότι υπάρχει μεγάλο ενδιαφέρον για συμμετοχή στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή «Οι άθλοι του Ηρακλή στην Πελοπόννησο. Παρόλο που ο όρος «πολιτιστική διαδρομή» δεν είναι καθολικά γνωστός και οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες δεν έχουν λάβει ποτέ μέρος σε πολιτιστικές διαδρομές στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, εν τούτοις η συντριπτική πλειοψηφία δήλωσε πως θα ενδιαφερόταν να συμμετάσχει γενικά σε πολιτιστικές διαδρομές και ειδικά στην πολιτιστική διαδρομή που προτείνεται από την παρούσα έρευνα. Το αποτέλεσμα αυτό δείχνει ότι υπάρχει πολύ μεγάλη δυναμική στο συγκεκριμένο τομέα, ως εκ τούτου αξίζει να δοθεί έμφαση στην υλοποίηση και ανάπτυξη πολιτιστικών διαδρομών, δεδομένου μάλιστα του φυσικού και πολιτιστικού πλούτου της Ελλάδας.

Εξετάζοντας τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των επισκεπτών που θα επέλεγαν να ακολουθήσουν την προτεινόμενη διαδρομή, παρατηρούμε ότι σε μεγαλύτερο ποσοστό ενδιαφέρονται γυναίκες, ενώ όσον αφορά στις ηλικίες, όλες οι ηλικιακές ομάδες φαίνεται πως ενδιαφέρονται εξίσου (με λίγο μεγαλύτερο ποσοστό ξεχωρίζει η ηλικιακή ομάδα 30-39). Το εκπαιδευτικό επίπεδο των εν δυνάμει επισκεπτών είναι ιδιαίτερα υψηλό (σε μεγαλύτερο ποσοστό δήλωσαν πως θα συμμετείχαν πτυχιούχοι ΑΕΙ/ΤΕΙ/Κολλεγίων και κάτοχοι μεταπτυχιακού/διδακτορικού διπλώματος, παρά απόφοιτοι δημοτικού-λυκείου), ενώ ανεξάρτητο φαίνεται πως είναι το ενδιαφέρον τους από την επαγγελματική τους ιδιότητα και το ύψος του ετήσιου εισοδήματός τους.

Σε σχέση με το προφίλ του πολιτιστικού τουρίστα που εξετάσαμε σε προηγούμενο κεφάλαιο, η παρούσα έρευνα φαίνεται πως επιβεβαιώνει το φύλο, καθώς οι γυναίκες αποδεικνύονται εκείνες που ενδιαφέρονται περισσότερο να λάβουν μέρος στην

πολιτιστική διαδρομή, καθώς και το υψηλό μορφωτικό επίπεδο. Δεν επιβεβαιώνει το υψηλό εισόδημα, καθώς δε φαίνεται να επηρέασε ιδιαίτερα το ενδιαφέρον του κοινού να συμμετάσχει στην προτεινόμενη διαδρομή, ενώ όσον αφορά στις ηλικίες, συντάσσεται περισσότερο με την έρευνα του οργανισμού ATLAS (2007), που συμπεριλαμβάνει στους πολιτιστικούς τουρίστες και τις μικρότερες ηλικιακές ομάδες.

Όσον αφορά στον τρόπο οργάνωσης της διαδρομής, το γεγονός ότι περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες δήλωσαν πως θα προτιμούσαν να την ακολουθήσουν με γκρουπ, καθιστά αναγκαία την οργάνωσή της από κάποιον τοπικό φορέα ή ταξιδιωτικό γραφείο, ούτως ώστε να μπορεί να προσφέρεται και μαζικά, εκτός από τους ταξιδιώτες που θα επιλέξουν να την ακολουθήσουν μεμονωμένα.

Ένα άλλο ενδιαφέρον σημείο της έρευνας σχετίζεται με τις υπηρεσίες που θα επιθυμούσαν οι ερωτηθέντες να συναντήσουν στα σημεία-σταθμούς της διαδρομής. Η «ξενάγηση από ειδικευμένο προσωπικό» συγκέντρωσε τις περισσότερες απαντήσεις, με το «διαδραστικό info kiosk» και την «εικονική/επαυξημένη πραγματικότητα για την παρουσίαση των άθλων» να συγκεντρώνουν επίσης μεγάλο αριθμό απαντήσεων. Από τις παραπάνω απαντήσεις συνάγεται το συμπέρασμα ότι οι σύγχρονοι τουρίστες δεν αρκούνται πλέον σε μια απλή περιήγηση στους χώρους πολιτιστικού ενδιαφέροντος, αντίθετα επιθυμούν να γνωρίσουν σε μεγαλύτερο βάθος τα αξιοθέατα και μάλιστα κάνοντας χρήση νέων και καινοτόμων τεχνολογιών. Ως εκ τούτου, στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στην παροχή τέτοιου είδους υπηρεσιών, ενώ δε θα πρέπει να παραβλεφθεί και η επιθυμία του κοινού για χώρους εστίασης και διαμονής σε κοντινή απόσταση από τα αξιοθέατα.

Επιπλέον, ενδιαφέρον παρουσιάζει η προτίμηση που διαπιστώθηκε στους εν δυνάμει επισκέπτες της διαδρομής για δραστηριότητες εναλλακτικού τουρισμού. Αυτό σημαίνει ότι παρουσιάζονται σημαντικές ευκαιρίες για τις τοπικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε υπηρεσίες εναλλακτικού τουρισμού (canoe-kayak, rafting, ποδηλασία, πεζοπορίες κλπ) οι οποίες θα μπορούσαν να προσεγγιστούν προκειμένου να συνεργαστούν στο πλαίσιο της προτεινόμενης πολιτιστικής διαδρομής. Ευκαιρίες παρουσιάζονται επίσης και όσον αφορά στην προβολή και διάδοση των τοπικών προϊόντων (π.χ. των κρασιών της Νεμέας), καθώς η οινογνωσία φάνηκε να ενδιαφέρει ιδιαίτερα τους ερωτηθέντες.

Όσον αφορά στην προβολή της διαδρομής, θα ήταν αρχικά σκόπιμο να ερμηνεύσουμε τα κίνητρα και τις προτιμήσεις των ερωτηθέντων, όσον αφορά στα ταξίδια που πραγματοποιούν και τη σχέση τους με τον πολιτισμό. Όσον αφορά στους λόγους για τους οποίους συνηθίζουν να ταξιδεύουν, φαίνεται ότι περισσότερο υποκινούνται από συναισθηματικούς λόγους (διαφυγή από την καθημερινότητα), έπονται οι φυσικοί/σωματικοί λόγοι (ξεκούραση, άσκηση), ενώ τρίτη επιλογή αποτελούν οι πολιτιστικοί λόγοι (επίσκεψη σε μουσεία και αξιοθέατα, γνωριμία με νέους πολιτισμούς). Όσον αφορά στα πολιτιστικά κίνητρα, ο πολιτισμός αυτός καθαυτός φαίνεται να παρακινεί μια μικρή μόνο μερίδα του κοινού, ενώ η πλειοψηφία φαίνεται πως χρειάζεται και ένα επιπλέον κίνητρο για να ταξιδέψει. Επιπλέον, αναφορικά με τη συγκεκριμένη πολιτιστική διαδρομή, περισσότερο φαίνεται πως ενδιαφέρουν το κοινό οι φυσικοί της πόροι και οι εναλλακτικές δραστηριότητες που προσφέρει και σε μικρότερο βαθμό τα πολιτιστικά της αξιοθέατα.

Από τα παραπάνω, συνάγεται το συμπέρασμα ότι ο τρόπος με τον οποίον θα προβληθεί η διαδρομή «Οι άθλοι του Ηρακλή στην Πελοπόννησο», δε θα πρέπει να εξαντλείται στο πολιτιστικό της περιεχόμενο. Είναι φυσικά προφανές, ότι το γεγονός ότι περιλαμβάνει δύο κορυφαία μνημεία παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς, τις Μυκήνες και την Αρχαία Ολυμπία, αποτελεί σημαντικό προνόμιο που πρέπει να τονιστεί ιδιαίτερα. Ωστόσο, θα πρέπει να τονιστούν εξίσου οι φυσικές ομορφιές και οι εναλλακτικές δραστηριότητες που προσφέρει και η συμμετοχή σε αυτήν να προβληθεί ως ευκαιρία για διαφυγή από την καθημερινότητα, χαλάρωση και άσκηση. Με τον τρόπο αυτό θα προσελκυστεί ένα πολύ ευρύτερο κοινό από το αμιγώς πολιτιστικό, γεγονός που θα διευρύνει κατά πολύ τους επισκέπτες της διαδρομής. Στην παραπάνω πρόταση συνηγορεί και το γεγονός ότι η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων, δήλωσε πως πραγματοποιεί από 1-3 ταξίδια ετησίως. Αυτό σημαίνει πως ο ανταγωνισμός είναι πλέον ιδιαίτερα υψηλός και πως προκειμένου η διαδρομή να καταφέρει να προσελκύσει ένα μεγάλο εύρος κοινού, θα πρέπει να προσφέρει ένα πολύπλευρο και πραγματικά ανταγωνιστικό πακέτο.

Όσον αφορά στα μέσα προβολής της διαδρομής, η έρευνα έδειξε ότι το Internet αποτελεί το πρωταρχικό μέσο πληροφόρησης όλων των ηλικιακών ομάδων προτού επιλέξουν να επισκεφθούν έναν προορισμό, ως εκ τούτου, η διαδικτυακή προβολή της πολιτιστικής διαδρομής είναι εκ των ων ουκ άνευ. Σε αυτήν την κατεύθυνση απαραίτητη είναι η

δημιουργία μιας ιστοσελίδας που θα παρουσιάζει τη διαδρομή, θα παρέχει πληροφορίες για τα αξιοθέατα και τις δράσεις που περιλαμβάνει, θα διαθέτει ψηφιακούς χάρτες, ενώ παράλληλα θα παρέχει προτάσεις (καταλύματα, εστίαση, παράλληλες δραστηριότητες κλπ) για την πλήρη αξιοποίησή της από τους επισκέπτες που θα επιλέξουν να την ακολουθήσουν μεμονωμένα. Χρήσιμη επίσης θα είναι και η εισαγωγή της διαδρομής σε διεθνείς ταξιδιωτικές πλατφόρμες (tripadvisor, lonely planet κ.λπ.), προκειμένου να αυξήσει σημαντικά την παγκόσμια διαδικτυακή προβολή της.

Καθώς οι συστάσεις από φίλους και συγγενείς είναι η δεύτερη πηγή πληροφόρησης που εμπιστεύονται όλες οι ηλικιακές ομάδες, θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στο «word of mouth», στη διάδοση δηλαδή «από στόμα σε στόμα» που αποτελεί έναν από τους αποτελεσματικότερους τρόπους διαφήμισης. Για το λόγο αυτό, θα πρέπει να δοθεί πολύ μεγάλη έμφαση στην ικανοποίηση των επισκεπτών, με παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών και συχνή ανατροφοδότηση προκειμένου να βελτιώνεται συνεχώς.

Στο ίδιο πλαίσιο, απαραίτητη είναι η ένταξη της διαδρομής και στα κοινωνικά δίκτυα (facebook, twitter, instagram, pinterest κλπ), ούτως ώστε να δημιουργηθεί μια μεγάλη διαδικτυακή κοινότητα που θα ανταλλάσσει απόψεις, προτάσεις και σχόλια, συμβάλλοντας στη προβολή της διαδρομής και στη συνεχή διεύρυνση του κοινού της. Άλλωστε, περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες δήλωσαν πως θα ήθελαν να ενημερωθούν για τη συγκεκριμένη πολιτιστική διαδρομή μέσω κοινωνικών δικτύων. Ωστόσο, επειδή η εξοικείωση με τις νέες τεχνολογίες δεν είναι δεδομένη, είναι απαραίτητη η προβολή της διαδρομής και με άλλους τρόπους (μέσα μαζικής ενημέρωσης, τοπικούς συλλόγους, τοπικά ξενοδοχεία, τοπικά τουριστικά γραφεία) καθώς και η συμπερίληψή της σε ταξιδιωτικούς οδηγούς, προκειμένου να εξασφαλιστεί η πρόσβαση και από τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας.

Από τους παράγοντες επιτυχίας που αναφέρθηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο, η συγκεκριμένη πολιτιστική διαδρομή φαίνεται πως ήδη πληροί κάποιους. Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων, βασίζεται σε ένα ενδιαφέρον θέμα και είναι ικανή να αυξήσει την τουριστική κίνηση, να αναπτύξει την τοπική οικονομία και να συμβάλει στην ανάδειξη της τοπικής φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς. Παράλληλα, διαθέτει ποικιλία φυσικών, πολιτιστικών και εναλλακτικών πόρων, ικανών να βελτιώσουν την ελκυστικότητα των προορισμών και να συμβάλουν στη βελτίωση της εικόνας τόσο των ίδιων, όσο και της χώρας. Η περιφέρεια Πελοποννήσου έχει ενδιαφερθεί να υλοποιήσει

τη συγκεκριμένη πολιτιστική διαδρομή και βρίσκεται αυτή τη στιγμή στο στάδιο της καταγραφής των διαθέσιμων πόρων της. Παράλληλα, σε συνεργασία με το επιμελητήριο Ξάνθης, έχει πραγματοποιηθεί επαφή με φορείς του εξωτερικού, προκειμένου να οργανωθεί μια παγκόσμια πολιτιστική διαδρομή που θα περιλαμβάνει τα μέρη όπου πραγματοποιήθηκαν και οι δώδεκα άθλοι του Ηρακλή (Βαρελάς, 2017). Όσον αφορά στην έρευνα κοινού, πραγματοποιήθηκε ως ένα βαθμό από την παρούσα εργασία, προσφέροντας χρήσιμα συμπεράσματα για το προφίλ των εν δυνάμει επισκεπτών της διαδρομής καθώς και για τον τρόπο με τον οποίο θα πρέπει να γίνει η προβολή της και η οργάνωση των στάσεων-σταθμών της. Ως εκ τούτου, τα συμπεράσματα της παρούσας έρευνας θα μπορούσαν να φανούν ιδιαίτερα χρήσιμα στους φορείς που έχουν ενδιαφερθεί για την υλοποίηση της διαδρομής, όταν προχωρήσουν στο στάδιο της σχεδίασης και ανάπτυξής της.

Στις επόμενες κινήσεις θα πρέπει να συμπεριληφθεί η επίτευξη της ενεργούς συμμετοχής όλων των ενδιαφερόμενων μερών: τοπικής αυτοδιοίκησης, φορέων διαχείρισης πολιτιστικής κληρονομιάς, επιχειρήσεων εστίασης και φιλοξενίας, επιχειρήσεων που σχετίζονται με τον τουρισμό, το εμπόριο, τις υπηρεσίες και τις μεταφορές, τοπικών συλλόγων, μη κυβερνητικών οργανώσεων κ.λπ. Στη συνέχεια θα πρέπει να εξασφαλιστεί η απαραίτητη χρηματοδότηση (από δημόσιους οργανισμούς, ευρωπαϊκά προγράμματα, χρηματοδοτικούς φορείς, επιχειρήσεις, ιδιώτες κ.λπ.) προκειμένου κατ' αρχήν να υλοποιηθεί και στη συνέχεια να εξασφαλιστεί η βιωσιμότητα της διαδρομής. Απαραίτητη για τα παραπάνω, κρίνεται η συγκρότηση ενός συντονιστικού φορέα με εξειδικευμένο προσωπικό, ο οποίος θα παρέχει συμβουλευτική υποστήριξη στις κατά τόπους αυτοδιοικήσεις, θα ενθαρρύνει τη συμμετοχή των ενδιαφερόμενων μερών, θα αναλάβει τη συντονισμένη προβολή, καθώς και τη διενέργεια τακτικών αξιολογήσεων της διαδρομής.

Η παρούσα εργασία επιχείρησε να καλύψει το γνωστικό αντικείμενο των πολιτιστικών διαδρομών. Αρχικά πραγματοποιήθηκε η παρουσίαση του θεωρητικού μέρους, όπου μέσω βιβλιογραφικής ανασκόπησης καλύφθηκαν τα πεδία του τουρισμού και του πολιτιστικού τουρισμού, προκειμένου να καταλήξουμε στο θεσμό των πολιτιστικών διαδρομών. Στη συνέχεια παρουσιάστηκαν τα αποτελέσματα της έρευνας, που διενεργήθηκε με σκοπό να διερευνηθεί το ενδεχόμενο ενδιαφέρον εν δυνάμει τουριστών να συμμετάσχουν σε μια προτεινόμενη πολιτισμική διαδρομή, με θέμα το μύθο και τους άθλους του Ηρακλή που πραγματοποιήθηκαν στην Πελοπόννησο.

Ενδιαφέρον θα έχει, εφόσον μελλοντικά υλοποιηθεί η διαδρομή, να διερευνηθεί η επισκεψιμότητά της, ο βαθμός ικανοποίησης των επισκεπτών της, ο αντίκτυπός της στις τοπικές επιχειρήσεις και τις τοπικές κοινότητες, καθώς επίσης και ο βαθμός βελτίωσης της εικόνας και της φήμης τόσο των επιμέρους προορισμών της, όσο και της Ελλάδας. Για το λόγο αυτό, θα είναι χρήσιμο να συμπεριληφθεί στις επόμενες έρευνες και η γνώμη ξένων τουριστών, προκειμένου να αποκτηθεί μια πιο σφαιρική εικόνα για το κοινό της εν λόγω πολιτιστικής διαδρομής. Επιπλέον, ενδιαφέρον θα έχει να πραγματοποιηθούν και άλλες αντίστοιχες έρευνες που θα διερευνούν το ενδεχόμενο ενδιαφέρον του κοινού για συμμετοχή σε πολιτιστικές διαδρομές. Ακολούθως, θα είναι χρήσιμο να γίνει μια μετα-ανάλυση των ευρημάτων, ούτως ώστε τα αποτελέσματα που θα εξαχθούν να διασταυρωθούν μεταξύ τους και να εξαχθούν πιο ασφαλή συμπεράσματα για τα υπό εξέταση θέματα.

Βιβλιογραφία

Ξενογλώσση

Abildso, C. G., Zizzi, S. J., Selin, S. and Gordon, P. M., 2012. Assessing the cost effectiveness of a community rail-trail in achieving physical activity gains. *Journal of Park and Recreation Administration*, 30(2), pp.102-113.

Al-hagla, K. S., 2010. Sustainable urban development in historical areas using the tourist trail approach: A case study of the Cultural Heritage and Urban Development (CHUD) project in Saida, Lebanon. *Cities*, 27(4), pp.234-248.

Archer, B., Cooper, C. and Ruhanen, L., 2005. The positive and negative impacts of tourism. In: W. Theobald, W. ed. 2005. *Global tourism*. 3rd ed. Burlington: Elsevier Inc. pp.79-102.

ATLAS, 2007. *ATLAS Cultural Tourism Survey. Summary Report 2007*. [pdf]. Διαθέσιμο στο: <http://www.tram-research.com/atlas/ATLAS%20Cultural%20Tourism%20Survey%202007.PDF> (τελευταία πρόσβαση 26 Φεβρουαρίου 2016).

Bambi G., Iacobelli S., Monti M. and Barbari M., 2015a, Equestrian pilgrim along the Francigena way. Planning, surveying and testing Francigena as an equestrian path in Tuscany. In: G. Bambi and M. Barbari, eds.2015. *The European Pilgrimage Routes for promoting sustainable and quality tourism in rural area*. Florence: Firenze University Press. pp.593-602.

Bambi G., Iacobelli S., Monti M. and Barbari, M., 2015b. Multi-service pilgrimage areas: ideas and new solutions for the promotion and development of the tourism. In: G. Bambi and M. Barbari, eds.2015. *The European Pilgrimage Routes for promoting sustainable and quality tourism in rural area*. Florence: Firenze University Press. pp.531-539.

Bellens, A., Banc, N. V. L., Eloire, F., Grabar, N., Kergosien, E. and Severo, M., 2016. Social media and European cultural routes: Instagram Networks on the Via Francigena. In: ACM: *Proceedings of the 8th International Conference on Management of Digital EcoSystem*. Hendaye, France, 2-4 November 2016, pp. 122-128.

Besculides, A., Lee, M. E. and McCormick, P. J., 2002. Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of tourism research*, 29(2), pp.303-319.

Betz, C. J., Bergstrom, J. C. and Bowker, J. M., 2003. A contingent trip model for estimating rail-trail demand. *Journal of Environmental Planning and Management*, 46(1), pp.79-96.

Bhatia, A. K., 2002. *Tourism development: Principles and practices*. New Delhi: Sterling Publishers Pvt. Ltd.

Bichis-Lupas, M. and Moisey, R. N., 2001. A Benefit Segmentation of Rail-Trail Users: Implications for Marketing by Local Communities. *Journal of Park & Recreation Administration*, 19(3), pp.78-92.

Blackwell, D., 2002. *Community and visitor benefits associated with the Otago Central Rail Trail*. Master Thesis. Lincoln University.

Bowker, J. M., Bergstrom, J. C. and Gill, J., 2007. Estimating the economic value and impacts of recreational trails: a case study of the Virginia Creeper Rail Trail. *Tourism Economics*, 13(2), pp.241-260.

Bowker, J., Bergstrom, J. C., Gill, J. and Lemanski, U., 2004. *The Washington & Old Dominion Trail: An Assessment of User Demographics, Preferences, and Economics*. Final Report. Prepared for the Virginia Department of Conservation by the Southern Forest Research Station, the University of Georgia and the National Park Service.

Božić, S., Berić, D. and Tomić, N., 2014. The role of promotion in tourists' decision to partake in a cultural route: the case study of the Trail of Roman Emperors (Serbia). *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*. 5(3), pp.141-161.

Bregoli, I., Hingley, Del Chiappa, G. and Sodano, V., 2016. Challenges in Italian wine routes: managing stakeholder networks. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 19(2), pp.204-224.

Briedenhann, J., & Wickens, E., 2004. Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas-vibrant hope or impossible dream?. *Tourism management*, 25(1), pp.71-79.

Brownson, R. C., Housemann, R. A., Brown, D. R., Jackson-Thompson, J., King, A. C., Malone, B. R. and Sallis, J. F., 2000. Promoting physical activity in rural communities: walking trail access, use, and effects. *American journal of preventive medicine*, 18(3), pp.235-241.

Brunori, G. and Rossi, A., 2000. Synergy and coherence through collective action: some insights from wine routes in Tuscany. *Sociologia ruralis*, 40(4), pp.409-423.

Camprubí, R. and Galí, N., 2015. An exploratory analysis of wineries websites functionality: the case of the DOQ Priorat Route Wineries. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 68, pp.159-176.

- Capp, S., 2002. *The European Institute of Cultural Routes*. Strasbourg: Council of Europe.
- Carreño, A.M., 2003. Cultural Routes: Tangible and Intangible Dimensions of Cultural Heritage. In: *The ICOMOS 14th General Assembly and Scientific Symposium: Place, memory, meaning: preserving intangible values in monuments and sites*. Zimbabwe, 27-31 October 2003.
- Certess, 2014. *Cultural European Routes: Transferring Experiences, Sharing Solutions*. Luxembourg : Certess Partnership.
- Cloutier, L. M., Renard, L., Arcand, S. and Laviolette, E. M., 2016. Rejuvenating the Cider Route in Quebec: An Action Design Research Approach to Stakeholder Collaboration and Innovation. *Technology Innovation Management Review*, 6(11), pp.6-17.
- Cojocariu, S., 2015. The Development of Cultural Routes: A Valuable Asset for Romania. *Procedia Economics and Finance*, 32, pp.959-967.
- Conti, E., Iommi, S., Rosignoli, S. and Piccini L., 2015. The European Cultural Routes as engine for sustainable development. The case of Via Francigena in Tuscany. In: G. Bambi and M. Barbari, eds. 2015. *The European Pilgrimage Routes for promoting sustainable and quality tourism in rural areas*. Florence: Firenze University Press, pp.455-469.
- Cook, P., 2008. What is health and medical tourism? In: *The annual conference of the Australian Sociological Association*. The University of Melbourne, Victoria, 2 to 5 December 2008.
- Correia, L., Passos Ascencao, M.J. and Charters, M.W.S., 2004. Wine routes in Portugal: A case study of the Bairrada Wine Route. *Journal of wine research*, 15(1), pp.15-25.
- Correia, M.I.G., Lopez, L., González, R.C.L. and Santos, X.M., 2017. The Challenges of the First European Cultural Itinerary: The Way to St. James. *Almatourism-Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 8(6), pp.1-19.
- Council of Europe, 2011. *Impact of European Cultural Routes on SMEs' innovation and competitiveness*. Strasbourg: Council of Europe Publishing
- Council of Europe, 2016. *Cultural Routes of the Council of Europe*. Διαθέσιμο στο: <http://culture-routes.net/cultural-routes/list> (τελευταία πρόσβαση 15 Μαρτίου 2017).

Csapo, J. 2012. The role and importance of cultural tourism in modern tourism industry. In: Dr M. Kasimoglu, ed. 2012. *Strategies for Tourism Industry – Micro and Macro Perspectives*. Rijeka: InTech Open Access Publisher. pp. 201-232.

Delitheou, V. and Tsalavoutas, D., 2015. Economic Development and Congress Tourism: How Could Greece be a Pole of Attraction. *Journal of Regional & Socio-Economic Issues*, 5(3), pp. 112-122.

Dinu, M. and Cioaca, A., 2008. Thematic Routes–Tourist Destinations in Romania. *Journal of Tourism Challenges and Trends*, 1(2), pp.11-32.

Duhme, L., 2012. *Cultural Tourism: Case Study Portugal*. Hamburg: Diplomica Verlag.

e-stymfalia, 2014. Η λίμνη της Στυμφαλίας. Διαθέσιμο στο: <http://www.e-stymfalia.gr/index.php/el/area/stymfalia-lake> (τελευταία πρόσβαση 08 Μαρτίου 2017).

European Centre for Traditional and regional Cultures (ECTARC), 1989. *Contribution to the drafting of a Charter for Cultural Tourism*. Llangollen, Wales: European Centre for Traditional and Regional Cultures.

Evans, G. and Shaw, P., 2004. *The contribution of culture to regeneration in the UK: a review of evidence*. London: DCMS.

Fernandes, C., Pimenta, E., Gonçalves, F. and Rachão, S., 2012. A new research approach for religious tourism: the case study of the Portuguese route to Santiago. *International Journal of Tourism Policy*, 4(2), pp.83-94.

Ferrari, S. and Morazzoni, M., 2012. Heritage and Information Communication Technologies.“The Glorious Return”, from Little Mont Moncenisio to Bobbio Pellice: a Tourist-Cultural Route. *Almatourism-Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 3(5), pp.1-16.

Filippou, F., Goulimaris, D., Mihaltsi, M. and Genti, M., 2010. Dance and cultural tourism: the effect of demographic characteristics on foreigners' participation in traditional Greek dancing courses. *Studies in Physical Culture & Tourism*, 17(1), pp. 63-71.

Gardner, S.M., Mentley, C. and Signori, L.F., 2006. The Roads to Compostela: An Immersion Experience in Germany, France, and Spain. In: M. Cherry, ed. 2006. Conference of the

Southern Conference on Language Teaching: *Languages for Today's World*. Valdosta: SCOLT Publications. pp.45-60.

Gee C., Makens J. and Choy D., 1984. *Τουριστική και Ταξιδιωτική Βιομηχανία*. Μετάφραση από τον Θ. Μαυροδόντη, 2001. Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.

Geiger, B.F., & Werner, K.A., 2009. A guided walking trail to explore the Martin Luther King Jr. national voting rights walk and Selma Antebellum historic district. *International Journal of Heritage Studies*, 15(5), pp.467-476.

Geo Routes Cultural Institute, χ.χ. Οδοιπορικά. Διαθέσιμο στο: <http://www.geo-routes.com/el/programata/> (τελευταία πρόσβαση 5 Μαΐου 2017).

Gil, A.R. and de Esteban Curiel, J., 2008. Religious events as special interest tourism. A Spanish experience. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(3), pp.419-433.

Gisolf, M.C., 2015. Tourists' roles in a sustainable development: Polluters, Mitigators and Believers. *Revista de turism-studiisicercetari in turism*, 20, pp. 8-15.

Goeldner, C.R., and Ritchie, J.B. , 2009. *Tourism: principles, practices, philosophies*. New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.

Haralambopoulos, N. and Pizam, A., 1996. Perceived impacts of tourism: The case of Samos. *Annals of tourism Research*, 23(3), pp. 503-526.

Hardy, A., 2003. An investigation into the key factors necessary for the development of iconic touring routes. *Journal of Vacation Marketing*, 9(4), pp.314-330.

Hartmann, R., 2016. In the footsteps of Anne Frank, The Beatles and Vincent Van Gogh: a review and discussion of personal legacy trails. *Journal of Heritage Tourism*, pp.1-11.

Hayes, D. and MacLeod, N., 2007. Packaging places: Designing heritage trails using an experience economy perspective to maximize visitor engagement. *Journal of vacation Marketing*, 13(1), pp.45-58.

Hayes, D. and MacLeod, N., 2008. Putting down routes: an examination of local government cultural policy shaping the development of heritage trails. *Managing Leisure*, 13(2), pp. 57-73.

Hojman, D. E. and Hunter-Jones, P., 2012. Wine tourism: Chilean wine regions and routes. *Journal of Business Research*, 65(1), pp.13-21.

Horodnikova, J., and Derco, J., 2015. Dark tourism, thematic routes and possibilities for innovation in the Slovak Republic. *Turizam: znanstveno-stručni časopis*, 63(2), pp.241-246.

Hughes, H. L., 2002. Culture and tourism: a framework for further analysis. *Managing leisure*, 7(3), pp.164-175.

Hunziker, W. and Krapf, K., 1942. *Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre*. Zürich: Polygraphischer Verlag.

ICOMOS, 1997. Charter for cultural tourism. Διαθέσιμο στο: <http://www.icomos.org/tourism/> (τελευταία πρόσβαση 16 Φεβρουαρίου 2017).

ICOMOS, 2008. The ICOMOS charter on cultural routes. Διαθέσιμο στο: http://www.icomos.org/charters/culturalroutes_e.pdf (τελευταία πρόσβαση 3 Απριλίου 2017).

Ispas, A., Constantin, C. P. and Candrea, A.N., 2015. An examination of visitors' interest in tourist cards and cultural routes in the case of a Romanian destination. *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 11(46), pp.107-125.

Jaffe, E. and Pasternak, H., 2004. Developing wine trails as a tourist attraction in Israel. *International Journal of Tourism Research*, 6(4), pp.237-249.

Jones, K., and Severo, M., 2016. Exploring cultural itineraries using social networks and geographic analysis: a Via Francigena usecase of histogram. In: *Proceedings of DH Benelux 2016*. Luxembourg, 9 - 10 June 2016.

Jurigová, Z., and Lencséssová, Z., 2015. Monitoring system of sustainable development in cultural and mountain tourism destinations. *Journal of Competitiveness*, 7(1), pp. 35-52.

Kanellopoulou, G., 2015. The challenge of geotourism in Greece: geocultural routes in Zagori region (NW Greece). In: *IMIC, 1st International Conference on Experiential Tourism*. Santorini, Greece, 9-11 October 2015.

Karafolas, S., 2007. Wine roads in Greece: a cooperation for the development of local tourism in rural areas. *Journal of Rural Cooperation*, 35(1), pp.71-90.

Kelley, H., van Rensburg, T. M. and Jeserich, N., 2016. Determinants of demand for recreational walking trails in Ireland. *Tourism Management*, 52, pp.173-186.

Kerstetter, D.L., Confer, J.J., and Graefe, A.R., 2001. An exploration of the specialization concept within the context of heritage tourism. *Journal of Travel Research*, 39(3), pp. 267-274.

Kim, H., Cheng, C.K., and O'Leary, J.T., 2007. Understanding participation patterns and trends in tourism cultural attractions. *Tourism management*, 28(5), pp.1366-1371.

Košćak, M., 2016. Heritage trails through Dolenjska and Bela Krajina in Slovenia: A multi-stakeholder approach to tourism development. *TIMS. Acta*, 10 (2), pp.109-118.

Lemky, K., 2016. The revitalization of a heritage travel route: Canada's Cabot Trail. *Journal of Heritage Tourism*, pp.1-10

Lemni, E. and Tangheroni, M.S., 2015. The Via Francigena as a tourist product for local development: The case of Lucca and its province. In: G. Bambi, M. Barbari, M., eds. 2015. *The European pilgrimage routes for promoting sustainable and quality tourism in rural areas*. Florence: Florence University Press, pp.437-455.

Lickorish, L.-J. and Jenkins, C.-L., 2004. Μια εισαγωγή στον τουρισμό. Μετάφραση από τον Κ. Κιτίδη. Αθήνα: Κριτική.

López-Guzmán, T., Vieira-Rodríguez, A. and Rodríguez-García, J., 2014. Profile and motivations of European tourists on the Sherry wine route of Spain. *Tourism Management Perspectives*, 11, pp.63-68.

López-Guzmán, T., Sanchez Canizares, S.M. and García, R., 2010. Wine routes in Spain: a case study. *Turizam: znanstveno-stručni časopis*, 57(4), pp.421-434.

Lord, G.D., 1999. The power of cultural tourism. In: Wisconsin Heritage Tourism Conference. Lac du Flambeau, Wisconsin, USA, 17 September 1999.

MacLeod, N., 2016. The role of trails in the creation of tourist space. *Journal of Heritage Tourism*, pp.1-8.

MacLeod, N. and Hayes, D., 2013. Understanding self-guided trails: two explorative typologies. *Managing Leisure*, 18(4), pp.257-272.

MacLeod, N., Hayes, D. and Slater, A., 2009. Reading the landscape: The development of a typology of literary trails that incorporate an experiential design perspective. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(2-3), pp.154-172.

Majdoub, W., 2010. Analyzing cultural routes from a multidimensional perspective. *Almatourism: Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 1(2), pp.29-37.

McKercher, B. and du Cros, H. 2002. *Cultural Tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*. New York: The Haworth Hospitality Press.

Messineo, E., 2012. Tourist creative processes and experiences in the European Cultural Itinerary 'The Phoenicians' Route'. *Journal of Tourism Consumption and Practice Volume*, 4(2), pp.41-54.

Meyer, D., 2004. *Tourism routes and getaways: key issues for the development of tourism routes and gateways and their potential for pro-poor tourism*. [pdf]. Διαθέσιμο στο: <https://www.odi.org/publications/3100-routes-gateways-tourism> (τελευταία πρόσβαση 25 Φεβρουαρίου 2017).

Miles, S., 2016. Remembrance Trails of the Great War on the Western Front: routes of heritage and memory. *Journal of Heritage Tourism*, pp.1-11.

Murray, M. and Graham, B., 1997. Exploring the dialectics of route-based tourism: the Camino de Santiago. *Tourism Management*, 18(8), pp.513-524.

Neirotti, L. 2003. An Introduction to Sport and adventure tourism. In S. Hudson, ed. 2003. *Sport and adventure tourism*. New York: The Haworth Press, Inc.

Ochoa Sigüencia, L., Gómez-Ullate, M., Kamara, A., Joukes, V., Zaralli, F., Barrios Manzano, P., Gómez Pérez, J., Pereiro, X., Zhelyazkova, G., Ward-Perkins, D., Tüdes, G., Kruszynska, K., Pittau Sevilla, Z., Dávila Lafuente, J., Jiménez Rodrigo, R., Ochoa-Daderska, R. and De Cave, M., 2016. *Cultural Management and Tourism in European Cultural Routes: from*

theory to practice. Czestochowa: Publishing House of the Research and Innovation in Education Institute.

OECD, 2009. *The Impact of Culture on Tourism*. Paris: OECD

Olsen, M., 2003. Tourism themed routes: A Queensland perspective. *Journal of Vacation Marketing*, 9(4), pp.331-341.

Oswald Beiler, M., Burkhart, K. and Nicholson, M., 2015. Evaluating the impact of rail-trails: A methodology for assessing travel demand and economic impacts. *International Journal of Sustainable Transportation*, 9(7), pp.509-519.

Owen, R., Buhalis, D. and Pletinckx, D., 2004. Developing the tourism aspects of a cultural route. In: Eurographics Association: *Proceedings of the 5th International conference on Virtual Reality, Archaeology and Intelligent Cultural Heritage*. Belgium, 7-10 December 2004. pp.75-84.

Palmer, C. T., Wolff, B. and Cassidy, C., 2008. Cultural heritage tourism along the Viking Trail: An analysis of tourist brochures for attractions on the Northern Peninsula of Newfoundland. *Newfoundland and Labrador Studies*, 23(2), pp. 1-10.

Pattanaro, G. and Pistocchi, F., 2016. Linking Destinations Through Sustainable Cultural Routes. *Symphonya*, (1), pp. 83-96.

Patullo, P., 1997. Reclaiming the heritage trail: Culture and identity. In: L. France, ed. 1997. *The Earthscan reader in sustainable tourism*. London: Earthscan Publications, pp.135-148.

Pine, B.J. and Gilmore, J.H., 1999. *The Experience Economy*. Boston: Harvard University Press.

Piskóti, I., and Nagy, K., 2016. Route-Based Tourism Product Development as a Tool for Social Innovation: History Valley in the Cserehát Region. *Club of Economics in Miskolc*, 12(02), pp.75-86

Puczko, L. and Ratz, T., 2007. Trailing Goethe, Humbert and Ulysses Tourism: Cultural Routes in Tourism. In: G. Richards ed. 2007. *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives*. Binghamton, NY: The Haworth Hospitality Press. pp. 131-143.

- Pulido-Fernández, J. I., and Sánchez-Rivero, M., 2010. Attitudes of the cultural tourist: a latent segmentation approach. *Journal of Cultural Economics*, 34(2), pp.111-129.
- Richards, G., 1996. The scope and significance of cultural tourism. In: G. Richards, ed., 1996. *Cultural tourism in Europe*. Wallingford: CABI Publishing. pp. 19-46.
- Richards, G., 2001. The development of cultural tourism in Europe. In: G. Richards, ed., 2001. *Cultural Attractions and European Tourism*. London: CABI Publishing. , pp. 3–30.
- Richards, G., 2009. Tourism development trajectories – From culture to creativity? Tourism Research and Marketing, Barcelona. Paper presented to the Asia-Pacific Creativity Forum on Culture and Tourism, Jeju Island, Republic of Korea, 3-5 June 2009.
- Richards, G. and Wilson, J., 2007. Tourism development trajectories: From culture to creativity? In: Richards, G. and Wilson, J., eds., 2007. *Tourism, Creativity and Development*. London: Routledge, pp. 1-34.
- Rinschede, G., 1992. Forms of religious tourism. *Annals of tourism Research*, 19(1), pp.51-67.
- Ritchie, B. W. and Inkari, M., 2006. Host community attitudes toward tourism and cultural tourism development: the case of the Lewes District, Southern England. *International journal of tourism research*, 8(1), pp.27-44.
- Scherrer, P., Alonso, A. and Sheridan, L., 2009. Expanding the destination image: Wine tourism in the Canary Islands. *International Journal of Tourism Research*, 11(5), pp.451-463.
- Scheyvens, R., 1999. Ecotourism and the empowerment of local communities. *Tourism management*, 20(2), pp.245-249.
- Silberberg, T., 1995. Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism management*, 16 (5), pp.361-365.
- Silbergh, D., Fladmark, J. M., Henry, G. and Young, M., 1994. A strategy for theme trails. In: J.M.Fladmark, ed. 1995. *Cultural Tourism*. London: Donhead Publishing. pp.123-146.
- Sivini, S. and Parlato, C., 2015. Wine routes for regional tourism development in Italy. A research in Calabria and Friuli Venezia Giulia Regions. In: Proceedings of the Second

International Conference on Agriculture in an Urbanizing Society: *Reconnecting Agriculture and Food Chains to Societal Needs*. Rome, Italy. 14-17 September 2015. pp.337-338.

Snowball, J. D. and Courtney, S., 2010. Cultural heritage routes in South Africa: Effective tools for heritage conservation and local economic development?. *Development Southern Africa*, 27(4), pp.563-576.

Stoddart, H. and Rogerson, C., 2009. Tourism routes, local economic promotion and pro-poor development The case of the crocodile ramble. *Africa Insight*, 38(4), pp.10-26.

Stynes, D. J., 1997. *Economic impacts of tourism: a handbook for tourism professionals*. Urbana, IL: University of Illinois, Tourism Research Laboratory.

Suárez-Inclán, M.-R., 2003. Los Itinerarios Culturales. Ponencia presentada el 15 de diciembre del 2003 en el "Encuentro Internacional sobre: La Representatividad en la Lista del Patrimonio Mundial. El Patrimonio Cultural y Natural de Iberoamérica, Estados Unidos y Canadá", celebrado en Querétaro, México, del 12 al 16 de Diciembre del año 2003.

Swarbrooke, J. and Horner, S., 1999. *Consumer behaviour in tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Taylor, E. P., 2015. Alternate routes: Interpretive trails, resistance, and the view from East Jerusalem. *Journal of Community Archaeology & Heritage*, 2(2), pp.106-120.

Taylor, P., 2015. What factors make rail trails successful as tourism attractions? Developing a conceptual framework from relevant literature. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 12, pp.89-98.

Telfer, D. J., 2001. Strategic alliances along the Niagara wine route. *Tourism Management*, 22(1), pp.21-30.

Tomka, D., Đurić, G., and Tomka, G., 2012. Thematic cultural tourist routes of Danube region-Local culture goods as a global attraction. In: N. Jeftić Šarčević and E. Stojić Karanović. eds. 2012. *Danube Strategy-Strategic Significance for Serbia*. Belgrade: Institute of International Politics and Economics. pp.259-273.

Travel Industry Association of America, 2003. *The historic / cultural traveler, 2003 Edition*. Washington, DC: Travel Industry Association of America.

UNEP, 1992. *Rio Declaration on Environment and Development*. Διαθέσιμο στο: <http://www.unep.org/documents.multilingual/default.asp?documentid=78&articleid=1163> (τελευταία πρόσβαση 2 Απριλίου 2016)

UNESCO, 2006. *Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism Discussion*. Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism Santa Fe, New Mexico, USA October 25–27.

United Nations, 1987. *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. Διαθέσιμο στο: <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm> (τελευταία πρόσβαση 4 Απριλίου, 2016)

UNWTO, 2015. *Global Report on Cultural Routes and Itineraries*. Madrid: World Tourism Organization.

UNWTO, 2016. *Tourism Highlights, 2016 Edition*. Madrid: World Tourism Organization.

Vana, M. V. and Malaescu, S., 2016. Cultural Thematic Tourism Itineraries: Mediators of Success. *Procedia Economics and Finance*, 39, pp.642-652.

VanBlarcom, B. and Janmaat, J., 2013. Comparing the costs and health benefits of a proposed rail trail. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 5(2), pp.187-206.

visit-korinthia χ.χ. *Πεζοπορία από Στυμφαλία*. Διαθέσιμο στο: <http://www.visit-korinthia.gr/index.php/drastiriotites/pezoporia/apo-stymfalia> (τελευταία πρόσβαση 08 Μαρτίου 2017).

Wang, G., Macera, C. A., Scudder-Soucie, B., Schmid, T., Pratt, M. and Buchner, D., 2005. A cost-benefit analysis of physical activity using bike/pedestrian trails. *Health promotion practice*, 6(2), pp.174-179.

World Tourism Organization, 1985. *The State's Role in Protecting and Promoting Culture as a Factor of Tourism Development and the Proper Use and Exploitation of the National Cultural Heritage of Sites and Monuments for Tourism*. Madrid: WTO.

World Tourism Organization, 1992. *Tourism Trends Worldwide, 1950-1991*. Madrid: WTO.

World Tourism Organization, 1994. *Recommendations on Tourism Statistics*. New York: WTO.

World Tourism Organization and European Travel Commission, 2005. *City tourism & culture: the European experience*. Madrid: WTO.

Yang, Z., Cai, J. and Sliuzas, R., 2010. Agro-tourism enterprises as a form of multi-functional urban agriculture for peri-urban development in China. *Habitat International*, 34(4), pp.374-385.

Zamfir, A. and Corbos, R-A., 2015. Towards Sustainable Tourism Development in Urban Areas: Case Study on Bucharest as Tourist Destination. *Sustainability*, (7), pp.12709-12722.

Ελληνόγλωσση

Αναστασίου, Γ., 1986. Ηρακλής. Στο Ι. Κακριδής, επιμ. 1986. *Ελληνική Μυθολογία*. 4ος τόμος. Αθήνα: Εκδοτική Αθηνών.

Αυγερινού - Κολώνια, Σ., 2009. Πολιτιστικές διαδρομές: Μια πρόταση για τη μελέτη και την ανάδειξη της πολύπλευρης πολιτιστικής πραγματικότητας. Στο: *Τιμητικός τόμος για τον καθηγητή Διονύση Ζήβα*. Αθήνα: ΕΜΠ.

Βαρβαρέσος, Σ., 2000. *Τουρισμός. Έννοιες, μεγέθη, δομές. Η Ελληνική πραγματικότητα*. 2^η εκδ. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.

Βαρελάς, Σ., 2017. Συζήτηση για το ενδιαφέρον της περιφέρειας Πελοποννήσου για τις πολιτιστικές διαδρομές. (Προσωπική τηλεφωνική επικοινωνία 10 Μαρτίου 2017).

Βελισσαρίου, Ε., 2000. *Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού*. Πάτρα: Ε.Α.Π.

Βικάτου, Ο., 2012. *Ολυμπία*. Διαθέσιμο στο: http://odysseus.culture.gr/h/3/gh351.jsp?obj_id=2358 (τελευταία πρόσβαση 09 Μαρτίου 2017)

Διάζωμα, χ.χ. Πολιτιστικές διαδρομές και αρχαιολογικά πάρκα. Διαθέσιμο στο: http://www.diazoma.gr/GR/Politistikes_diaromes.asp (τελευταία πρόσβαση 27 Απριλίου 2017).

Δρόμοι της Ελιάς, χ.χ. Πολιτιστικές Διαδρομές. Διαθέσιμο στο: <http://olivetreeroute.gr/cultural-routes-el/itineraries-el/> (τελευταία πρόσβαση 3 Μαΐου 2017).

Δρόμοι του κρασιού της Βορείου Ελλάδος, χ.χ. *Οινικές Διαδρομές*. Διαθέσιμο στο: <http://www.wineroads.gr/#> (τελευταία πρόσβαση 27 Απριλίου 2017).

Δρόμοι του κρασιού της Πελοποννήσου, χ.χ. *Ταξίδι*. Διαθέσιμο στο: <http://peloponnesewineroads.com/el/> (τελευταία πρόσβαση 27 Απριλίου 2017).

Δρόμοι του Πausανία, 2010. *Λέρνα (Μύλοι)*. Διαθέσιμο στο: <http://arcadia.ceid.upatras.gr/pausanias/place.php?id=88> (τελευταία πρόσβαση 07 Μαρτίου 2017).

ΕΛΣΤΑΤ, 2015. *ΕΛΛΑΣ με αριθμούς*. Διαθέσιμο στο: https://www.statistics.gr/documents/20181/300673/GreeceInFigures_2015Q3_GR.pdf/e0897735-44e7-4d40-aff5-79f14317f7e2 (τελευταία πρόσβαση 12 Μαΐου, 2017).

ΕΛΣΤΑΤ, 2016. *Κίνηση Μουσείων και Αρχαιολογικών Χώρων*. Διαθέσιμο στο: <http://www.statistics.gr/documents/20181/93ccabf2-f78d-4c26-98cf-3ec9f129c31f> (τελευταία πρόσβαση 13 Μαΐου, 2017).

Ερύμανθος, χ.χ α. *Δήμος Φολόης*. Διαθέσιμο στο: http://erymanthos.eu/index.php?option=com_content&view=article&id=263%3Adimo15&catid=52%3Adop&Itemid=59 (τελευταία πρόσβαση 10 Μαρτίου 2017).

Εταιρία Συγγραφέων, 2013. *Πινδάρου Ολυμπιονίκοι*. Διαθέσιμο στο: <http://www.authors.gr/posts/view/pindarou-olumpionikoi/anthologies-sullogikes-ekdoseis> (τελευταία πρόσβαση 09 Μαρτίου 2017).

Εφημερίδα Γορτυνία, χ.χ. Λίμνη Λάδωνα. Διαθέσιμο στο: <http://e-gortynia.gr/tourism/ladona-lake.html> (τελευταία πρόσβαση 10 Μαρτίου 2017).

Εφορία Αρχαιοτήτων Αργολίδας, χ.χ. Αρχαιολογικός Χώρος Λέρνας, Οικία Κεράμων & Οχυρωματικός Περίβολος. Διαθέσιμο στο: <https://www.argolisculture.gr/el/lista-nnimeion/arhaiologikos-horos-lernas-oikia-keramon-ohyromatikos-peribolos/> (τελευταία πρόσβαση 10 Μαρτίου 2017).

Κοκκώσης, Χ. και Τσάρτας, Π., 2001. *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*. Αθήνα: Κριτική.

Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π., Γκρίμπα, Ε., 2011. *Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού - Ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού*. Αθήνα: Κριτική.

Κολτσιδόπουλος, Γ., 2005. *Τουρισμός: θεωρητική προσέγγιση*. Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.

Κόνσολα, Ν., 2013. Στρατηγικό σχέδιο Πολιτισμού Τουρισμού για την Περιφέρεια του Νοτίου Αιγαίου. Στο: *11ο Τακτικό Επιστημονικό Συνέδριο - 2013 (ERSA - GR)*. Πάτρα 14-15 Ιουνίου 2013.

Λιναρδάτου, Χ., 2009. *Πολιτιστικός Τουρισμός-Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*. Αθήνα: ΥΠ.Ε.Π.Θ.

Ματζάνας, Χ., 2012. *Αρχαιολογικό Μουσείο Ήλιδας*. Διαθέσιμο στο: http://odysseus.culture.gr/h/1/gh151.jsp?obj_id=3314 (τελευταία πρόσβαση 09 Μαρτίου 2017)

Νάστος, Γ., 2013. *Εναλλακτικές στρατηγικές ανάπτυξης του Τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα*. Διαθέσιμο στο: http://www.citybranding.gr/2013/05/blog-post_13.html [tourism](http://www.citybranding.gr/2013/05/blog-post_13.html) (τελευταία πρόσβαση 26 Φεβρουαρίου 2017).

NEMEA wine land, χ.χ. Τα κρασιά μας. Διαθέσιμο στο: <http://www.nemeawineland.com/o-syndesmos-oinopoion-nemeas> (τελευταία πρόσβαση 07 Μαρτίου 2017)

Παπαγεωργίου, Μ. και Γκαντούνα, Ε., 2012. *Πολιτιστικός Τουρισμός και πολιτιστικές διαδρομές : Κατευθύνσεις σχεδιασμού σε τοπική κλίμακα μέσα από την περίπτωση του*

Δήμος Ελασσόνας. Διαθέσιμο στο: http://www.citybranding.gr/2012/12/blog-post_19.html#more (τελευταία πρόσβαση 14 Μαρτίου 2017).

Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, χ.χ. Μουσείο Περιβάλλοντος Στυμφαλίας. Διαθέσιμο στο: <http://www.piop.gr/el/diktuo-mouseiwn/Mouseio-Periballontos-Stymfalias/to-mouseio.aspx> (τελευταία πρόσβαση 08 Μαρτίου 2017).

Πούλιος, Ι. και Τουλούπα, Σ., 2015. Τουρισμός, πολιτισμική διαχείριση, τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη. Στο: Ι. Πούλιος et al., επιμ. 2015. *Πολιτισμική Διαχείριση, Τοπική Κοινωνία και Βιώσιμη Ανάπτυξη*. Αθήνα: ΣΕΑΒ. σελ.113-115.

Σαραντάκου, Ε., 2010. *Ωριμοί τουριστικοί προορισμοί. Εξέλιξη και δυνατότητες μετάβασης σε ένα βιώσιμο μοντέλο θερινού-πολιτιστικού τουρισμού. Η ελληνική περίπτωση*. Διδακτορική Διατριβή. Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο.

Σφακιανάκης, Μ., 2000. *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*. Αθήνα: εκδόσεις Έλλην

Τακτικός, Β., 2017. *Συζήτηση για την πορεία του project «Τόποι, Μύθοι και Άθλοι του Ηρακλή» της ΑΜΚΕ Ερύμανθος*. (Προσωπική συνάντηση, 11 Μαρτίου 2017).

Τσάρτας, Π., 1996. *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*. Αθήνα: Εξάντας.

Τσάρτας, Π., 2015. *Αποψη: Κάν' το όπως ο τουρισμός*. Διαθέσιμο στο: <http://www.kathimerini.gr/821214/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/apoyh-kan-to-opws-o-toyrismos> (τελευταία πρόσβαση 28 Φεβρουαρίου 2017)

ΥΠΠΟΑ, 2016. *Πράσινες Πολιτιστικές Διαδρομές 2016*. Διαθέσιμο στο: http://www.yppo.gr/3/g32.jsp?obj_id=65092 (τελευταία πρόσβαση 14 Μαΐου 2017)

Χατζηνικολάου Μ., Ζηρίνη Γ. και Σοφικίτου Μ. (χ.χ.), *Κείμενο ενημερωτικό για πολιτιστικές διαδρομές. Για μια πολιτιστική διαδρομή*. Διαθέσιμο στο: http://www.diazoma.gr/GR/Politistikes_diaromes.asp (τελευταία πρόσβαση 14 Μαρτίου 2017).

Ψυχογιού, Ο., 2012. *Μυκήνες*. Διαθέσιμο στο: http://odysseus.culture.gr/h/3/gh351.jsp?obj_id=2573 (τελευταία πρόσβαση 10 Μαρτίου 2017).

Παράρτημα Α

Ο μύθος του Ηρακλή και η ενσωμάτωσή του στην προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή

Ο Ηρακλής είναι ο πιο δημοφιλής ήρωας της ελληνικής μυθολογίας. Γιος του Δία και της κόρης του βασιλιά των Μυκηνών, Αλκμήνης, αντιπροσωπεύει τον πιο ισχυρό και ατρόμητο ήρωα του αρχαίου ελληνικού κόσμου. Οι περιπέτειες και τα κατορθώματά του συγκεντρώνονται σε τρεις μεγάλους κύκλους, τους Άθλους, τα Πάρεργα και τις Πράξεις. Οι Δώδεκα Άθλοι περιλαμβάνουν όσα ο Ηρακλής εκτέλεσε με εντολή του βασιλιά Ευρυσθέα, καθώς βρισκόταν σε καθεστώς υποχρεωτικής θητείας προς αυτόν ακολουθώντας τη θέληση της θεάς Ήρας. Τα Πάρεργα είναι οι περιπέτειες που του συνέβησαν στα διαστήματα ανάμεσα στους άθλους, ενώ οι Πράξεις είναι τα κατορθώματα που πραγματοποίησε σε εκστρατείες και κατακτητικούς πολέμους.

Στο πρόσωπό του Ηρακλή συγκεντρώθηκαν όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά με τα οποία ο απλός λαός πάσχιζε να ταυτίσει τη δική του ταυτότητα, αποκρυσταλλώνοντας το πρότυπο του ισχυρού, άφοβου και ταυτόχρονα αγαθού ήρωα. Μέσα από τις περιπέτειες και τα κατορθώματά του, ο Ηρακλής παρουσιάζεται ως ο αντίποδας του κακού και ως ο σωτήρας της ανθρωπότητας. Ως εκ τούτου, η μορφή του κυριάρχησε θεματικά σε όλα τα είδη του αρχαίου λόγου και της τέχνης, ενώ η λατρεία του εξαπλώθηκε πέρα από τα ελληνικά σύνορα, αποκτώντας παγκόσμια εμβέλεια (Αναστασίου, 1986).

Η πολιτιστική διαδρομή που προτείνεται στην παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή αφορμάται από το μύθο και τους άθλους του Ηρακλή που πραγματοποιήθηκαν στην περιοχή της Πελοποννήσου. Πιο συγκεκριμένα, προτείνεται μια πολιτιστική διαδρομή που θα περιλαμβάνει τις τοποθεσίες όπου πραγματοποιήθηκαν οι 6 από τους 12 άθλους του και θα ακολουθεί συνοπτικά την εξής πορεία:

1η στάση: Λίμνη Στυμφαλία

Πρώτος σταθμός της διαδρομής θα είναι η λίμνη της Στυμφαλίας, όπου πραγματοποιήθηκε ο 5ος κατά σειρά άθλος του Ηρακλή. Σύμφωνα με το μύθο, ο Ευρυσθέας διέταξε τον Ηρακλή να καθαρίσει τη λίμνη από τις Στυμφαλίδες όρνιθες, κάτι χαλκόφτερα, ανθρωποφάγα πουλιά που ξεχύνονταν στους αγρούς καταστρέφοντας τα πάντα. Ο Ηρακλής με τα δηλητηριώδη βέλη του κατόρθωσε να σκοτώσει πολλές από αυτές, ενώ οι περισσότερες έφυγαν για το νησί του Άρη, απαλλάσσοντας την περιοχή από την απειλητική παρουσία τους (Αναστασίου, 1986).

Η Στυμφαλία είναι μία από τις σπάνιες για την Ελλάδα, ορεινού τύπου και γλυκού νερού λίμνη, που βρίσκεται στα όρια του νομού Κορινθίας και Αργολίδας. Αποτελεί έναν ιδιαίτερο υγροβιότοπο, με σημαντική βιοποικιλότητα, ενώ ταυτόχρονα θεωρείται φυσικό καταφύγιο σπάνιων ειδών ορνιθοπανίδας και σταθμός ξεκούρασης για τα μεταναστευτικά πουλιά (e-stymfalia, 2014).

Η περιοχή ενδείκνυται για πεζοπορία, καθώς υπάρχουν πολλά ενδιαφέροντα μονοπάτια μέσα σε πανέμορφα τοπία, αλλά και για παρατήρηση πουλιών (birdwatching) σε ένα από τα πολλά παρατηρητήρια κατά μήκος της λίμνης (visit-korinthia χ.χ). Αυτές οι δύο, εναλλακτικού τύπου, δραστηριότητες αποτελούν μια ενδιαφέρουσα πρόταση της συγκεκριμένης διαδρομής, καθώς μπορούν να προσελκύσουν άτομα με ιδιαίτερα ενδιαφέροντα, προωθώντας παράλληλα το πρότυπο της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Επίσης, προτείνεται η επίσκεψη στο Μουσείο Περιβάλλοντος του Πολιτιστικού Ιδρύματος του Ομίλου Πειραιώς, όπου ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να γνωρίσει το περιβάλλον της περιοχής και να κατανοήσει τον τρόπο με τον οποίο επηρέασε την ανάπτυξη της ανθρώπινης δραστηριότητας και ειδικότερα των παραδοσιακών επαγγελμάτων (Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, χ.χ.).

2η στάση: Νεμέα

Η Νεμέα συνδέεται με τον πρώτο κατά σειρά άθλο που πραγματοποίησε ο Ηρακλής, ο οποίος έλαβε την εντολή από τον Ευρυσθέα να σκοτώσει το λιοντάρι της Νεμέας. Το φοβερό αυτό θηρίο ζούσε μέσα σε μια σπηλιά στην περιοχή της Νεμέας και κάθε φορά που κατέβαινε στην κοιλάδα λυμαινόταν τα πάντα, κατασπαράζοντας ανθρώπους και

ζώα. Ο Ηρακλής πάλεψε με το λιοντάρι σώμα με σώμα και με μια θανατερή λαβή κατόρθωσε να το σκοτώσει. Σε ανάμνηση αυτής της νίκης, καθιερώθηκαν οι γιορτές «Νεμέα», ενώ ο Ηρακλής κράτησε το δέρμα του λιονταριού, τη γνωστή λεοντή με την οποία αναπαρίσταται συνήθως, προκειμένου να προστατεύεται από κάθε εχθρό (Αναστασίου, 1986).

Η περιοχή της Νεμέας βρίσκεται στο Νομό Κορινθίας και αποτελεί τη μεγαλύτερη αμπελουργική ζώνη της Ελλάδας, εκεί όπου παράγονται τα ονομαστά κρασιά Ονομασίας Προέλευσης Ανωτέρας Ποιότητας «Νεμέα». Η ευρύτερη περιοχή της Νεμέας προσφέρει στον επισκέπτη τη δυνατότητα να έρθει σε επαφή με έναν από τους σημαντικότερους αρχαιολογικούς χώρους της Ελλάδας (περιλαμβάνει τον ιερό ναό του Δία, το αρχαίο στάδιο της Νεμέας και το Αρχαιολογικό Μουσείο της Νεμέας) και να απολαύσει μια υπέροχη διαδρομή μέσα από αμπέλια, ελιές και κυπαρίσσια. Ως εναλλακτική μορφή τουρισμού, περιλαμβάνεται η επίσκεψη σε ένα ή περισσότερα οινοποιεία που είναι εγκαταστημένα και δραστηριοποιούνται στην αμπελουργική ζώνη της Νεμέας. Πολλά από αυτά είναι επισκέψιμα, προσφέρουν γευσιγνωσίες και περιηγήσεις, ενώ κάποια παρέχουν τη δυνατότητα διαμονής και σίτισης (NEMEA wine land, χ.χ.).

3η στάση: Μυκήνες

Οι Μυκήνες αποτελούν το σημαντικότερο και πλουσιότερο ανακτορικό κέντρο της Ύστερης Εποχής του Χαλκού στην Ελλάδα. Το όνομά τους συνδέεται με έναν από τους λαμπρότερους πολιτισμούς της ελληνικής προϊστορίας, το μυκηναϊκό, ενώ οι μύθοι που σχετίζονται με την ιστορία τους συνεχίζουν να εμπνέουν παγκοσμίως την πνευματική δημιουργία και την τέχνη. Βασιλιάς των Μυκηνών ήταν ο Ευρυσθέας στον οποίο παρουσιαζόταν κάθε φορά ο Ηρακλής για να αναλάβει τον επόμενο άθλο του (Αναστασίου, 1986).

Οι επισκέπτες της διαδρομής θα έχουν την ευκαιρία να περιηγηθούν στον αρχαιολογικό χώρο των Μυκηνών, που περιλαμβάνει την τειχισμένη ακρόπολη καθώς και διάσπαρτα ταφικά και οικιστικά συγκροτήματα έξω από αυτήν. Ο θολωτός τάφος του Ατρέα, η Πύλη των Λεόντων, τα Κυκλώπεια Τείχη και ο ταφικός περίβολος είναι ορισμένα από τα πιο γνωστά μνημεία του αρχαιολογικού χώρου. Η περιήγηση ολοκληρώνεται με την επίσκεψη στο Αρχαιολογικό Μουσείο των Μυκηνών όπου οι επισκέπτες θα έχουν την

ευκαιρία να γνωρίσουν τη ζωή των Μυκηναίων, τη σχέση τους με τη μεταθανάτια ζωή, τη χρήση του χώρου κατά τους ιστορικούς χρόνους καθώς και τη μοναδικότητα του Μυκηναϊκού πολιτισμού (Ψυχογιού, 2012).

4η στάση: Λέρνη

Τέταρτος σταθμός της διαδρομής είναι η Λέρνη που συνδέεται με την εκπλήρωση του 2ου άθλου του Ηρακλή, την εξόντωση της Λερναίας Ύδρας. Η Λέρνη είναι παραθαλάσσια τοποθεσία της Αργολίδας, φημισμένη κατά την αρχαιότητα για τα άφθονα νερά της, τα οποία σχημάτιζαν πολλά έλη, από τα οποία γεννήθηκε ο μύθος της Λερναίας Ύδρας (Δρόμοι του Πausανία, χ.χ.).

Σύμφωνα με το μύθο, ο Ευρυσθέας ανέθεσε στον Ηρακλή να σκοτώσει τη Λερναία Ύδρα, ένα φιδόμορφο τέρας με εννέα κεφάλια που με τη φωτιά που έβγαινε από το στόμα του κατάκαιγε και αφάνιζε τα πάντα. Ο Ηρακλής, με βοηθό τον ανιψιό του Ιόλαο, κατόρθωσε να εξολοθρεύσει τη Λερναία Ύδρα, απελευθερώνοντας την περιοχή από το φοβερό αυτό τέρας. Αλληγορικά, ο συγκεκριμένος μύθος συμβολίζει την πρώτη προσπάθεια αποξήρανσης μολυσμένων ελών στον ελλαδικό χώρο από τους μυθικούς κατοίκους της περιοχής, προσωποποιούμενους στη μορφή του Ηρακλή (Αναστασίου, 1986).

Ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να επισκεφθεί την πηγή Λέρνη (η λίμνη έχει αποξηρανθεί), ενώ σε κοντινή απόσταση βρίσκεται ο αρχαιολογικός χώρος με τα ερείπια της Αρχαίας Λέρνας, ενός από τους σημαντικότερους προϊστορικούς οικισμούς της Ελλάδας. Εξέχουσα θέση στον αρχαιολογικό οικισμό κατέχει η «Οικία των Κεράμων», ένα μεγάλο ορθογώνιο κτίσμα με ανακτορική χρήση που οφείλει την ονομασία του στις χιλιάδες κεράμους της στέγης που βρέθηκαν κατά τις ανασκαφές (Εφορία Αρχαιοτήτων Αργολίδας, χ.χ.).

5η στάση: Ποταμός Λάδωνας

Στον ποταμό Λάδωνα ο Ηρακλής πραγματοποίησε τον 3ο κατά σειρά άθλο που του ανέθεσε ο Ευρυσθέας, να φέρει ζωντανό στις Μυκήνες το ιερό ελάφι της θεάς Άρτεμης. Το ελάφι που ζούσε στο Κερύναιο όρος στα σύνορα Αχαΐας- Αρκαδίας, είχε χρυσά κέρατα, χάλκινες οπλές και έτρεχε τόσο γρήγορα που ήταν αδύνατο να το φτάσει κανείς. Ο Ηρακλής το κυνήγησε για έναν ολόκληρο χρόνο χωρίς αποτέλεσμα. Όταν το ελάφι σταμάτησε στις όχθες του ποταμού Λάδωνα με σκοπό να περάσει απέναντι, ο Ηρακλής το τραυμάτισε ελαφρά με το τόξο του και έτσι μπόρεσε να το παγιδεύσει και να το μεταφέρει στις Μυκήνες (Αναστασίου, 1986).

Ο Λάδωνας είναι ένας από τους αρχαιότερους ποταμούς της Πελοποννήσου που ρέει μέσα σε ένα απaráμιλλης ομορφιάς φυσικό τοπίο. Η περιοχή προσφέρεται για πανέμορφες πεζοπορικές διαδρομές, χαλαρούς περιπάτους, ψάρεμα, βαρκάδες, αλλά και για ποτάμια αθλήματα όπως το rafting και το canoe-kayak (Εφημερίδα Γορτυνία, χ.χ.). Με τον τρόπο αυτό, οι επισκέπτες της διαδρομής θα έχουν τη δυνατότητα να γνωρίσουν τις φυσικές ομορφιές της περιοχής αλλά και να συμμετάσχουν σε κάποια από τις πολυάριθμες δραστηριότητες εναλλακτικού τουρισμού που προσφέρονται.

6η στάση: Δρυοδάσος Φολόης

Έκτος σταθμός της διαδρομής είναι η περιοχή του Ερύμανθου που συνδέεται με την εκπλήρωση του 4ου άθλου του Ηρακλή. Σύμφωνα με το μύθο, ο Ευρυσθέας ζήτησε από τον Ηρακλή να του φέρει ζωντανό τον Ερυμάνθιο κάπρος, ένα φοβερό αγριογούρουνο που ζούσε στο βουνό Ερύμανθο της Αρκαδίας και που κάθε φορά που εξορμούσε στη γύρω περιοχή προκαλούσε ανυπολόγιστες καταστροφές. Ο Ηρακλής ξεκίνησε να το καταδιώκει ασταμάτητα μέχρις ότου το ζώο να εξαντληθεί και να μπορέσει να το παγιδεύσει. Πράγματι, όταν ο κάπρος δεν μπορούσε να τρέξει άλλο, ο Ηρακλής τον παγίδεψε με μια θηλιά στο φαράγγι της Φολόης και τον μετέφερε ζωντανό στις Μυκήνες (Αναστασίου, 1986).

Το δρυοδάσος της Φολόης είναι ένα αυτοφυές μοναδικής ομορφιάς δάσος, ενταγμένο στο δίκτυο NATURA 2000. Αποτελεί ένα από τα σπανιότερα δάση σε ολόκληρη την Ευρώπη και προσφέρεται για φυσιολατρικές πεζοπορίες, ποδηλασία, ιππασία και κάθε είδους δραστηριότητα δίπλα στη φύση. Σε κοντινή απόσταση λειτουργεί το Περιβαλλοντικό Μουσείο - Κέντρο Ενημέρωσης και Πληροφόρησης Δρυοδάσους Φολόης

που έχει στόχο την προβολή των φυσικών πόρων της περιοχής (βιότοποι, φαράγγια, ποτάμια, χλωρίδα, πανίδα) καθώς και την ευαισθητοποίηση του κοινού για την προστασία και την ήπια διαχείριση των φυσικών πόρων (Ερύμανθος, χ.χ.).

7η στάση: Ήλιδα

Επόμενη στάση της διαδρομής είναι η περιοχή της Ήλιδας όπου πραγματοποιήθηκε σύμφωνα με το μύθο ο έκτος άθλος του Ηρακλή, αυτός της κόπρου του Αυγείας. Ο Αυγείας, βασιλιάς της Ήλιδας, ήταν ξακουστός για τους αναρίθμητους θησαυρούς του αλλά και για τα κοπάδια από βόδια και πρόβατα που του είχε χαρίσει ο πατέρας του, Ήλιος. Τα ζώα του ήταν τόσα πολλά ώστε η κοπριά που μαζευόταν ήταν αδύνατο να καθαριστεί, με αποτέλεσμα η δυσωδία και η μόλυνση να απειλεί την υγεία των κατοίκων. Ο Ευρυσθέας διέταξε τον Ηρακλή να καθαρίσει την κόπρο του Αυγείας μέσα σε μια μέρα και μάλιστα με τα ίδια του τα χέρια. Ο Ηρακλής αφού έσκαψε ένα βαθύ χαντάκι, διοχέτευσε τα νερά του Αλφειού και του Πηνειού μέσα σε αυτό και το ορμητικό ρεύμα που δημιουργήθηκε παρέσυρε την κοπριά από τα χωράφια και την έριξε στη θάλασσα. Με τον τρόπο αυτό, ο Ηρακλής καθάρισε την κοπριά μέσα σε μια μέρα, φέρνοντας εις πέρας και τον έκτο του άθλο (Αναστασίου, 1986).

Η περιοχή της Ήλιδας παρουσιάζει μεγάλο αρχαιολογικό ενδιαφέρον. Η ανασκαφή που πραγματοποιήθηκε στη δεκαετία του 1960 ανέδειξε μια αρχαία πόλη που έσφυζε από ζωή και οργάνωση ενώ αποκάλυψε κάτι ακόμα πιο σημαντικό: η Ήλιδα υπήρξε η διοργανώτρια πόλη-κράτος των Πανελληνίων Ολυμπιακών αγώνων, έχοντας στην εποπτεία της την οργάνωση και προετοιμασία τους. (Η Καθημερινή, 1998). Σήμερα, η αρχαία πόλη είναι επισκέψιμη και διαθέτει αρχαία αγορά και αρχαίο θέατρο, ενώ στο σύγχρονο αρχαιολογικό Μουσείο Ήλιδας ο επισκέπτης μπορεί να δει εκθέματα που αντιπροσωπεύουν σχεδόν στο σύνολό της τη μακραίωνη ιστορία της (Ματζάνας, 2012).

8η στάση: Ολυμπία

Τελευταίο σταθμό της διαδρομής αποτελεί η Αρχαία Ολυμπία. Σύμφωνα με τον Πίνδαρο, ο Ηρακλής ήταν εκείνος που καθιέρωσε τους Ολυμπιακούς αγώνες στην Αρχαία Ολυμπία προς τιμήν του πατέρα του Δία, μετά τη νίκη του επί του Αυγεία όταν εκείνος αρνήθηκε να του δώσει την αμοιβή που του είχε υποσχεθεί για την εκπλήρωση του άθλου του (Εταιρία Συγγραφέων, 2013).

Στον αρχαιολογικό χώρο της Αρχαίας Ολυμπίας, ο επισκέπτης μπορεί να θαυμάσει το Ιερό του Δία, με τους ναούς και τα κτίρια που σχετίζονταν άμεσα με τη λατρεία του καθώς και διάφορα οικοδομήματα όπως χρηστικά και διοικητικά κτίρια και αθλητικές εγκαταστάσεις που χρησιμοποιούνταν για την προετοιμασία και την τέλεση των Ολυμπιακών Αγώνων. Η Άλτις, το ιερό άλσος, καταλαμβάνει το κεντρικό τμήμα του αρχαιολογικού χώρου μέσα στο οποίο αναπτύσσεται ο πυρήνας του Ιερού , ενώ ανατολικά της εκτείνεται το στάδιο, όπου τελούνταν οι Ολυμπιακοί Αγώνες. Το Αρχαιολογικό Μουσείο της Ολυμπίας, από τα σημαντικότερα της Ελλάδας, περιλαμβάνει εκθέματα ανεκτίμητης αξίας, με σημαντικότερη την έκθεση γλυπτών, στα οποία περιλαμβάνεται και ο πασίγνωστος Ερμής του Πραξιτέλη (Βικάτου, 2012).

Παράρτημα Β

Ερωτηματολόγιο εν δυνάμει κοινού της προτεινόμενης Πολιτιστικής Διαδρομής «Οι άθλοι του Ηρακλή στην Πελοπόννησο»

Ερωτηματολόγιο στο πλαίσιο διπλωματικής εργασίας

Το παρόν ερωτηματολόγιο πραγματοποιείται στο πλαίσιο της διπλωματικής μου εργασίας στο Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου, η οποία έχει ως θέμα τις πολιτιστικές διαδρομές και το ρόλο τους στην τοπική ανάπτυξη. Στόχος του ερωτηματολογίου είναι να διερευνήσει το ενδεχόμενο ενδιαφέρον του κοινού να συμμετάσχει σε μια πολιτιστική διαδρομή που ακολουθεί την πορεία των άθλων του Ηρακλή στην Πελοπόννησο.

Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου διαρκεί περίπου 5 λεπτά και είναι απόλυτα εμπιστευτική και ανώνυμη. Όλες οι πληροφορίες που θα συλλεχθούν, θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για τους σκοπούς της παρούσας έρευνας.

Παρακαλώ, εφόσον το επιθυμείτε, να συμπληρώσετε το παρακάτω ερωτηματολόγιο, λαμβάνοντας υπόψη ότι:

Πολιτιστική Διαδρομή είναι μια περιήγηση η οποία περιλαμβάνει την επίσκεψη σε αρχαιολογικά, ιστορικά, αρχιτεκτονικά μνημεία, θρησκευτικούς χώρους, παραδοσιακούς οικισμούς κ.λπ. τα οποία συνδέονται μεταξύ τους με ένα κοινό στοιχείο. Το στοιχείο αυτό μπορεί να είναι το είδος των μνημείων (π.χ. κάστρα), ένα συγκεκριμένο θέμα (π.χ. μέρη που επισκέφτηκε ο Mozart στη διάρκεια της ζωής του), η χρονική περίοδος στην οποία ανήκουν (π.χ. Μεσαίωνας) ή η γεωγραφική τους κατανομή (να βρίσκονται σε κοντινή απόσταση μεταξύ τους).

Σας ευχαριστώ πολύ εκ των προτέρων,

Χουντάλα Βάλια

6977024023

valia.chountala@gmail.com

Α' ΜΕΡΟΣ: Ταξιδιωτικές συνήθειες

Προτιμάτε να ταξιδεύετε:

Στην Ελλάδα

Στο εξωτερικό

Πόσα ταξίδια αναψυχής πραγματοποιείτε κάθε χρόνο στην Ελλάδα;

0

1-3

4-6

>7

Συνήθως ταξιδεύετε:

Μόνος

Με οικογένεια

Με σύζυγο/ σύντροφο

Με φίλους

Με γκρουπ

Ποιο από τα παρακάτω μέσα πληροφόρησης συμβουλευέστε πριν επιλέξετε να επισκεφτείτε έναν προορισμό; (παρακαλώ επιλέξτε όλα όσα ισχύουν)

Συστάσεις από φίλους/συγγενείς

Αναζήτηση στο Internet

Ταξιδιωτικό γραφείο

Τηλεόραση/ραδιόφωνο

Εφημερίδες/ περιοδικά

Ταξιδιωτικοί οδηγοί

Παρακαλώ σημειώστε κατά πόσο συμφωνείτε με την παρακάτω πρόταση: Συνήθως ταξιδεύω σε έναν προορισμό για: (παρακαλώ βάλτε ένα X σε κάθε σειρά)

	καθόλου	λίγο	ούτε πολύ/ ούτε λίγο	πολύ	απόλυτα
Προσωπικούς λόγους (επίσκεψη σε συγγενείς και φίλους, νέες γνωριμίες)					

Φυσικούς/Σωματικούς λόγους (χαλάρωση, ξεκούραση, άσκηση, μαύρισμα)					
Συναισθηματικούς λόγους (διαφυγή από την καθημερινότητα, περιπέτεια, ρομαντισμός)					
Πολιτιστικούς λόγους (επίσκεψη σε μουσεία και αξιοθέατα, γνωριμία με νέους πολιτισμούς)					
Λόγους status (ακολουθώ τη μόδα, επίδειξη οικονομικών δυνατοτήτων)					
Λόγους προσωπικής ανάπτυξης (απόκτηση νέων γνώσεων και δεξιοτήτων)					

Πόσο σημαντικό κίνητρο για την επιλογή ενός προορισμού αποτελεί η συμμετοχή σε κάποια πολιτιστική δραστηριότητα; (π.χ. επίσκεψη σε μουσεία, θεατρικές παραστάσεις, συναυλίες, φεστιβάλ)

- Βασικό κίνητρο, επιλέγω τον προορισμό κυρίως για την πολιτιστική δραστηριότητα που προσφέρει 0
- Δευτερεύον κίνητρο, με ενδιαφέρει η πολιτιστική δραστηριότητα, αλλά επιλέγω τον προορισμό και για να επισκεφτώ φίλους, να μείνω σε ένα ωραίο ξενοδοχείο κ.λπ. 0
- Η πολιτιστική δραστηριότητα δεν αποτελεί κίνητρο για μένα, αλλά τελικά θα συμμετάσχω σε κάποια 0
- Θα συμμετάσχω σε κάποια πολιτιστική δραστηριότητα μόνο τυχαία, π.χ. αν πραγματοποιείται κοντά στο κατάλυμα που διαμένω 0
- Δε θα συμμετάσχω σε καμία πολιτιστική δραστηριότητα για οποιονδήποτε λόγο 0

Όταν επισκέπτεστε έναν προορισμό, πόσο πιθανό είναι να πραγματοποιήσετε κάποιο από τα παρακάτω: (παρακαλώ βάλτε ένα X σε κάθε σειρά)

	καθόλου	λίγο	ούτε πολύ/ ούτε λίγο	πολύ	απόλυτα
Επίσκεψη σε μουσεία/ αρχαιολογικούς χώρους					
Επίσκεψη σε ιστορικά μνημεία (κάστρα, πύργους, ιστορικά κτίρια)					
Επίσκεψη σε θρησκευτικούς χώρους (εκκλησίες, μοναστήρια, ιερούς τόπους)					
Παρακολούθηση παραστάσεων θεάτρου, κινηματογράφου, χορού					
Συμμετοχή σε συναυλίες/φεστιβάλ					

Β' ΜΕΡΟΣ: Πολιτιστική Διαδρομή "Οι άθλοι του Ηρακλή στην Πελοπόννησο"

Παρακαλώ σημειώστε κατά πόσο σας ήταν γνώριμος ο όρος "πολιτιστική διαδρομή" πριν διαβάσετε το περιεχόμενό του στην αρχική σελίδα:

Ναι, γνώριζα τον όρο "πολιτιστική διαδρομή" από πριν
Όχι, δε γνώριζα τον όρο "πολιτιστική διαδρομή" έως σήμερα

Εάν απαντήσατε ναι, έχετε περιηγηθεί σε κάποια πολιτιστική διαδρομή στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό;

Ναι
Όχι

Αν απαντήσατε όχι, θα σας ενδιέφερε να περιηγηθείτε σε κάποια πολιτιστική διαδρομή;

Ναι
Όχι

Στην πολιτιστική διαδρομή "Οι άθλοι του Ηρακλή στην Πελοπόννησο" περιλαμβάνονται τα παρακάτω αξιοθέατα τα οποία έχουν επιλεγεί βάσει της σχέσης τους με τους αντίστοιχους άθλους.

Παρακαλώ σημειώστε όσα έχετε επισκεφτεί έως σήμερα:

Λίμνη Στυμφαλία (Στυμφαλίδες Όρνιθες): Μουσείο Περιβάλλοντος
Πολιτιστικού Ιδρύματος Ομίλου Πειραιώς
Νεμέα (Λιοντάρι της Νεμέας): αρχαιολογικός χώρος και αρχαιολογικό Μουσείο Νεμέας
Μυκήνες (παλάτι Ευρυσθέα): αρχαιολογικός χώρος και αρχαιολογικό Μουσείο Μυκηνών
Λέρνη (Λερναία Ύδρα)
Ποταμός Λάδωνας (Ελάφι της Κερύνειας)
Δρυοδάσος Φολόης (Ερυμάνθιος Κάπρος)
Αρχαία Ήλιδα (Κάπρος του Αυγεία): αρχαιολογικός χώρος και αρχαιολογικό Μουσείο Ήλιδας
Αρχαία Ολυμπία (Ολυμπιακοί Αγώνες): αρχαιολογικός χώρος και αρχαιολογικό Μουσείο Αρχαίας Ολυμπίας
Κανένα

Η πολιτιστική διαδρομή "Οι άθλοι του Ηρακλή στην Πελοπόννησο" εκτός από τα σημεία πολιτιστικού ενδιαφέροντος που περιλαμβάνει, προσφέρεται και για δραστηριότητες εναλλακτικού τουρισμού. Παρακαλώ σημειώστε κατά πόσο θα σας ενδιέφερε να συμμετάσχετε σε: (παρακαλώ βάλτε ένα **X** σε κάθε σειρά)

	καθόλου	λίγο	ούτε πολύ/ ούτε λίγο	πολύ	απόλυτα

Οινογνωσία (δοκιμή κρασιών, ξενάγηση) στα οινοποιεία της Νεμέας					
Παρατήρηση πουλιών (bird watching) στη λίμνη Στυμφαλία					
Rafting/ Canoe-kayak στον ποταμό Λάδωνα					
Ποδηλασία/ιππασία στο δρυοδάσος της Φολόης					
Φυσιολατρικές πεζοπορίες σε χαραγμένα μονοπάτια					

Πόσο ενδιαφέρουσα βρίσκετε τη συγκεκριμένη διαδρομή με βάση: (παρακαλώ βάλτε ένα **X** σε κάθε σειρά)

	καθόλου	λίγο	ούτε πολύ/ ούτε λίγο	πολύ	απόλυτα
Το θέμα της (οι άθλοι του Ηρακλή στην Πελοπόννησο)					
Τα πολιτιστικά αξιοθέατα που περιλαμβάνει (μουσεία, αρχαιολογικοί χώροι)					
Την ποικιλία των φυσικών της τοπίων (λίμνη, ποταμός, δρυοδάσος)					
Τις εναλλακτικές δραστηριότητες που προσφέρει					

Γ' ΜΕΡΟΣ: Ενδιαφέρον για συμμετοχή στην πολιτιστική διαδρομή "Οι άθλοι του Ηρακλή στην Πελοπόννησο".

Λαμβάνοντας υπόψη τις προηγούμενες απαντήσεις σας, θα σας ενδιέφερε να ακολουθήσετε την πολιτιστική διαδρομή "Οι άθλοι του Ηρακλή στην Πελοπόννησο";

Ναι 0
Όχι 0

Εάν απαντήσατε "Ναι", με ποιον τρόπο θα προτιμούσατε να την ακολουθήσετε;

Με γκρουπ 0
Μεμονωμένα (με τοπική ξενάγηση) 0
Μεμονωμένα (χωρίς τοπική ξενάγηση) 0

Εάν απαντήσατε "Όχι", παρακαλώ αναφέρετε για ποιους λόγους δε θα συμμετείχατε στη συγκεκριμένη διαδρομή):

Δε μου φαίνεται αρκετά ενδιαφέρουσα 0
Για οικονομικούς λόγους 0
Για λόγους υγείας/ανωτέρας βίας 0
Λόγω απόστασης από τον τόπο κατοικίας μου 0
Άλλο 0

Με ποιον τρόπο θα προτιμούσατε να ενημερωθείτε για τη συγκεκριμένη πολιτιστική διαδρομή; (παρακαλώ επιλέξτε όλα όσα ισχύουν)

Τοπικά τουριστικά γραφεία 0
Τοπικά ξενοδοχεία (ρεσεψιόν) 0
Διαδίκτυο 0
Τοπικούς συλλόγους 0
Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης 0
Social Media (Facebook, Twitter..) 0

Τι θα επιθυμούσατε να υπάρχει στα σημεία - σταθμούς της διαδρομής όπου διαδραματίστηκαν οι άθλοι; (παρακαλώ επιλέξτε όλα όσα ισχύουν)

Μια ενημερωτική πινακίδα 0
Ξενάγηση από ειδικευμένο προσωπικό 0
Ένα διαδραστικό infokiosk πληροφοριών 0
Εικονική ή επαυξημένη πραγματικότητα για την παρουσίαση των άθλων 0
Στέγαστρο και καθίσματα 0
Χώροι διαμονής και εστίασης 0
Τίποτα 0

Σε ποιο βαθμό θεωρείτε ότι η συγκεκριμένη πολιτιστική διαδρομή μπορεί να συμβάλει:

	καθόλου	λίγο	ούτε πολύ/ ούτε λίγο	πολύ	απόλυτα
Στην αύξηση της τουριστικής κίνησης					

Στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας					
Στην ανάδειξη και προστασία της τοπικής φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς					
Στην κατανόηση της τοπικής κουλτούρας από τους επισκέπτες					
Στη σύσφιξη των σχέσεων μεταξύ τουριστών και τοπικού πληθυσμού					
Στη βελτίωση της εικόνας/ φήμης των προορισμών					
Στη βελτίωση της εικόνας/φήμης της Ελλάδας στο εξωτερικό					

Δ' ΜΕΡΟΣ: Δημογραφικά Στοιχεία

Φύλο:

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία:

18-29

30-39

40-49

50-59

>60

Επίπεδο εκπαίδευσης:

Απόφοιτος Δημοτικού

Απόφοιτος Λυκείου

Πτυχιούχος ΑΕΙ/ΤΕΙ/Κολλεγίου

Κάτοχος Μεταπτυχιακού/Διδακτορικού διπλώματος

Επαγγελματική ιδιότητα:

Ιδιωτικός/Δημόσιος Υπάλληλος

Ελεύθερος Επαγγελματίας

Φοιτητής

Άνεργος

Συνταξιούχος

Ετήσιο ατομικό εισόδημα:

<5.000

5.001-10.000

10.001-20.000

20.001-30.000

30.001-40.000	0
>40.000	0

Τόπος μόνιμης κατοικίας:

Στερεά Ελλάδα	0
Νησιά Αιγαίου	0
Πελοπόννησος	0
Μακεδονία	0
Κρήτη	0
Ήπειρος	0
Θεσσαλία	0
Θράκη	0
Νησιά Ιονίου	0

Σας ευχαριστώ πολύ για το χρόνο σας!