



Καινοτομία
και Επιχειρηματικότητα
στον Τουρισμό



**«Τα θεματικά πάρκα και η συμβολή τους
στην τουριστική ανάπτυξη.
Μελέτη περίπτωσης: ο Νομός Θεσπρωτίας»**

Φοιτήτρια: ΚΑΛΛΙΤΣΗ ΚΑΡΟΛΙΝΑ

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Δρ. ΠΟΥΛΑΚΗ ΠΑΝΩΡΑΙΑ

Αθήνα, 2023



**«Τα θεματικά πάρκα και η συμβολή τους
στην τουριστική ανάπτυξη.
Μελέτη περίπτωσης: ο Νομός Θεσπρωτίας»**

Φοιτήτρια: ΚΑΛΛΙΤΣΗ ΚΑΡΟΛΙΝΑ

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Δρ. ΠΟΥΛΑΚΗ ΠΑΝΩΡΑΙΑ

Εξεταστική Επιτροπή

Πουλάκη Παναωραία, ΕΔΙΠ Πανεπιστημίου Αιγαίου

Λαγός Δημήτριος, Ομότιμος Καθηγητής Πανεπιστημίου Αιγαίου

Μαρινάκος Κωνσταντίνος, Επίκουρος Καθηγητής Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής

Αθήνα, Φεβρουάριος 2023

**«Τα θεματικά πάρκα και η συμβολή τους
στην τουριστική ανάπτυξη.
Μελέτη περίπτωσης: ο Νομός Θεσπρωτίας»**

Μέλη Εξεταστικής Επιτροπής συμπεριλαμβανομένου και του Εισηγητή

Η μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία εξετάστηκε επιτυχώς από την κάτωθι Εξεταστική Επιτροπή:

A/a	ΟΝΟΜΑ ΕΠΩΝΥΜΟ	ΒΑΘΜΙΑΑ/ΔΙΟΤΗΤΑ	ΨΗΦΙΑΚΗ ΥΠΟΓΡΑΦΗ
	Πουλάκη Πανωραία	ΕΔΙΠ Πανεπιστημίου Αιγαίου	
	Λαγός Δημήτριος	Ομότιμος Καθηγητής Πανεπιστημίου Αιγαίου	
	Μαρινάκος Κωνσταντίνος	Επίκουρος Καθηγητής Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής	

Copyright © Καρολίνα Καλλίτση, 2023
Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος.

All rights reserved. Η παρούσα διπλωματική εργασία εκπονήθηκε στο πλαίσιο των απαιτήσεων του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα στον Τουρισμό του Τμήματος Διοίκησης Τουρισμού του της Σχολής Διοικητικών, Οικονομικών & Κοινωνικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής και του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων της Σχολής Επιστημών της Διοίκησης του Πανεπιστημίου Αιγαίου. Η έγκρισή της δεν υποδηλώνει απαραίτητως και την αποδοχή των απόψεων της συγγραφέας εκ μέρους των προαναφερθέντων τμημάτων.

Βεβαιώνω ότι η παρούσα Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία είναι αποτέλεσμα δικής μου δουλειάς και δεν αποτελεί προϊόν αντιγραφής. Στις δημοσιευμένες ή μη δημοσιευμένες πηγές που αναφέρω έχω χρησιμοποιήσει εισαγωγικά όπου απαιτείται και έχω παραθέσει τις πηγές τους στο τμήμα της βιβλιογραφίας.

Υπογραφή:



ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η ολοκλήρωση της παρούσας μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας ήταν αποτέλεσμα προσωπικής προσπάθειας, ωστόσο η επίτευξη της δεν θα ήταν εφικτή χωρίς στη συμβολή και τη στήριξη κάποιων ανθρώπων.

Αρχικά θα ήθελα να εκφράσω τις θερμότερες ευχαριστίες μου στη Δρ. Πουλάκη Πανωραία, Διδάσκουσα στον Τουρισμό, του Τμήματος Οικονομικής και Διοίκησης Τουρισμού του Πανεπιστημίου Αιγαίου για τις συμβουλές και τις υποδείξεις της, τη διαθεσιμότητα και την υποστήριξή της, καθ' όλη τη διάρκεια εκπόνησης της Μ.Δ.Ε.

Στη συνέχεια θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένειά μου και ιδιαίτερα την αδελφή μου για τη συνεχή υποστήριξη που μου παρείχαν κατά τη διάρκεια των μεταπτυχιακών σπουδών μου.

Επίσης θα ήθελα να αποδώσω ιδιαίτερες ευχαριστίες στους Πολιτιστικούς Συλλόγους Ηπειρωτών Αγίας Βαρβάρας και Χαϊδαρίου και στον Πολιτιστικό Σύλλογο Κυψελιωτών Άρτας 'Ο Πατροκοσμάς' για τη συνεισφορά τους στη συλλογή ερωτηματολογίων.

Τέλος ένα μεγάλο ευχαριστώ στους φίλους μου, που ο καθένας ξεχωριστά στάθηκε δίπλα μου με τον τρόπο του.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	i
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	ii
ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΠΙΝΑΚΩΝ	vii
ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ	ix
ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΣΧΕΔΙΩΝ	x
ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΧΑΡΤΩΝ	x
ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΕΙΚΟΝΩΝ	x
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	xi
ABSTRACT	xii
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΘΕΜΑΤΙΚΩΝ ΠΑΡΚΩΝ	
1.1 Ορισμός και χαρακτηριστικά των θεματικών πάρκων	3
1.2 Η ιστορία των θεματικών πάρκων	5
1.3 Τα σύγχρονα θεματικά πάρκα	6
1.4 Είδη θεματικών πάρκων	7
1.5 Σημαντικές ψυχαγωγικές εγκαταστάσεις (ατραξιόν)	9
1.6 Το θεματικό πάρκο ως υπηρεσία	9
1.7 Παράγοντες Επιτυχίας	10
1.8 Θεματικά πάρκα ανά τον κόσμο	12
1.8.1 Θεματικά πάρκα στην Ευρώπη	14
1.8.1.1 Θεματικό πάρκο <i>Europa Park</i>	14
1.8.1.2 Θεματικό πάρκο <i>Efteling</i>	15
1.8.1.3 Θεματικό πάρκο <i>Alton Towers</i>	15
1.8.1.4 Θεματικό πάρκο <i>PortAventura</i>	16
1.8.1.5 <i>Disneyland Park</i>	16
1.8.2 Θεματικά πάρκα στην Αμερική	17

1.8.2.1 <i>Universal's Islands of adventure</i>	17
1.8.2.2 <i>Disneyland Καλιφόρνια</i>	18
1.8.3 Θεματικά πάρκα στην Ασία	18
1.8.3.1 <i>Everland (Νότια Κορέα)</i>	19
1.9 Θεματικά πάρκα στην Ελλάδα	19
1.9.1 Θεματικό Πάρκο Συνεβρού Area Synest	19
1.9.2 Περιβαλλοντικό Πάρκο Δεινοσαύρων	20
1.9.3 Odysseus zoo land	20
1.9.4 Labyrinth park	20
1.9.5 Greek Mythology Thematic Park	21
1.9.6 Allou Fun Park	21

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο: ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΘΕΜΑΤΙΚΩΝ ΠΑΡΚΩΝ ΣΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

2.1 Θεματικά πάρκα και τουρισμός	22
2.2 Συμβολή των θεματικών πάρκων στην περιοχή υποδοχής	22
2.2.1 Οικονομικές επιδράσεις	23
2.2.2 Κοινωνικό – πολιτιστικές επιδράσεις	25
2.2.3 Περιβαλλοντικές επιδράσεις	26
2.3 Παγκόσμια Οικονομικά οφέλη	28
2.4 Κορυφαίες εταιρείες θεματικών πάρκων	28
2.5 Διεθνή παραδείγματα τουριστικής και τοπικής ανάπτυξης	30
2.5.1 Walt Disney World στο Ορλάντο	30
2.5.2 Disneyland	31
2.5.3 PortAventura	32
2.5.4 Allou Fun Park	33
2.6 Συμπεράσματα κεφαλαίου	33

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο: ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

3.1 Εισαγωγή κεφαλαίου	35
3.2 Ιστορία – Μυθολογία	35
3.3 Γεωγραφική θέση	36
3.4 Κλίμα	36

3.5 Δημογραφικά και διοικητικά στοιχεία	37
3.6 Δημοφιλείς προορισμοί	38
3.7 Τουριστική προσφορά του προορισμού	39
3.7.1 Αξιοθέατα	39
3.7.2 Δίκτυο Natura	40
3.7.3 Τουριστικά καταλύματα	41
3.7.4 Εστίαση – διασκέδαση	42
3.7.5 Προσβασιμότητα	42
3.8 Τουριστική ζήτηση	43
3.9 Οικονομικά χαρακτηριστικά της Ηπείρου	45
3.10 Ανάλυση SWOT	47
3.11 Συμπεράσματα κεφαλαίου	48
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο : ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	
4.1 Επιλογή θέματος Μ.Ε.Π.	49
4.2 Μεθοδολογία έρευνας	49
4.2.1. Δευτερογενής έρευνα	49
4.2.2. Πρωτογενής έρευνα	50
4.2.2.1. Μέθοδοι επικοινωνίας	51
4.2.2.2 Σχεδιασμός δειγματοληψίας	51
4.2.2.3 Ερευνητικά ερωτήματα	52
4.2.2.4 Ερευνητικά εργαλεία	53
4.2.2.5 Στατιστική ανάλυση	53
4.3 Σχεδίαση του χάρτη	54
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ, ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΥ ΘΕΜΑΤΙΚΟΥ ΠΑΡΚΟΥ	
5.1 Παρουσίαση του θεματικού πάρκου	55
5.2 Ο χάρτης του θεματικού πάρκου	55
5.3 Ανάλυση αναπτυξιακού σχεδίου	57
5.3.1 Θεματική κατηγορία Ολύμπιοι Θεοί	57
5.3.2 Θεματική κατηγορία Κένταυροι	58
5.3.3 Θεματική κατηγορία Ηρακλής	58

5.3.4 Θεματική κατηγορία Κοσμογονία	59
5.3.5 Θεματική κατηγορία Οδυσσέας	59
5.3.6 Θεματική κατηγορία Δαίδαλος	60
5.3.7 Θεματική κατηγορία Αργοναύτες	61
5.3.8 Θεματική κατηγορία Αρχαία Αγορά	61
5.3.9 Βοηθητικές κατηγορίες	62
5.3.9.1 Συνεδριακές και εκθεσιακές αίθουσες	62
5.3.9.2 Αίθουσα πλανηταρίου	62
5.3.9.3 Αίθουσα εκθεμάτων	63
5.3.9.4 Ξενοδοχειακό συγκρότημα	63
5.4 Χωρητικότητα του θεματικού πάρκου	63
5.5 Προτάσεις για τη θέση του θεματικού πάρκου	66
5.6 Ανάλυση αγοράς	69
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο: ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ	
6.1. Εισαγωγή	71
6.2. Περιγραφική στατιστική	71
6.2.1 Εισαγωγή στην περιγραφική στατιστική	71
6.2.2 Η εφαρμογή της περιγραφικής στατιστικής στα δεδομένα	72
6.2.2.1 Τουριστικές επιλογές συμμετεχόντων	72
6.2.2.2 Δημιουργία θεματικού πάρκου στο νομό Θεσπρωτίας	76
6.2.2.3 Προτεινόμενο μοντέλο θεματικού πάρκου	81
6.2.2.4 Δημογραφικά χαρακτηριστικά	83
6.3 Επαγωγική στατιστική	86
6.3.1 Έλεγχοι υποθέσεων	86
6.3.1.1. <i>T-test</i>	87
6.3.1.1.1 Εισαγωγή στο <i>T-test</i>	87
6.3.1.1.2 Εφαρμογή <i>T-test</i>	87
6.3.1.2 <i>Mann-Whitney test</i>	89
6.3.1.2.1 Εισαγωγή <i>Mann-Whitney test</i>	89
6.3.1.2.2 Εφαρμογή <i>Mann-Whitney test</i>	89
6.3.1.3 <i>Kruskal Wallis</i>	92

6.3.1.3.1 Εισαγωγή στο <i>Kruskal Wallis</i>	92
6.3.1.3.2 Εφαρμογή του <i>Kruskal Wallis</i> στα δεδομένα	92
6.3.1.4 <i>Chi-Square Test</i>	98
6.3.1.4.1 Εισαγωγή στο <i>Chi-Square Test</i>	98
6.3.1.4.2 Εφαρμογή του <i>Chi-Square Test</i>	99
6.4 Συσχέτιση (Correlation)	107
6.4.1 Εισαγωγή στον συντελεστή συσχέτισης Spearman	107
6.4.2 Εφαρμογή ρ του Spearman στα δεδομένα	108
6.5 Αξιοπιστία εσωτερικής συνέπειας	110
6.5.1 Συντελεστής α του Cronbach	110
6.5.2 Εφαρμογή του συντελεστή α Cronbach στα δεδομένα	111
6.6 Ανάλυση Συστάδων	113
6.6.1 Εισαγωγή στην Ανάλυση Συστάδων	113
6.6.2 Εφαρμογή της Ανάλυσης Συστάδων στα δεδομένα	114
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7Ο: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	124
7.1 Συμπεράσματα δευτερογενούς έρευνας	124
7.2 Συμπεράσματα πρωτογενούς έρευνας	125
7.3 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα	126
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	128
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ	
Παράρτημα Α: Ερωτηματολόγιο έρευνας	157
Παράρτημα Β: Επιπλέον πίνακες και γραφήματα SPSS	162
Παράρτημα Γ: Εννοιολογικό Λεξικό	165
Παράρτημα Δ: Αρκτικόλεξο	167

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1.1: Τύποι και χαρακτηριστικά θεματικών πάρκων	8
Πίνακας 1.2: Τα 25 κορυφαία θεματικά πάρκα παγκοσμίως	13
Πίνακας 2.1: Οι 10 κορυφαίες εταιρίες θεματικών πάρκων	29
Πίνακας 3.1: Πληθυσμός Περιφερειακής Ενότητας Θεσπρωτίας	37
Πίνακας 3.2: Εξέλιξη Πληθυσμού Περιφερειακής Ενότητας Θεσπρωτίας	37
Πίνακας 3.3: Περιοχές Natura	40
Πίνακας 3.4: Ξενοδοχειακές Μονάδες ανά κατηγορία (2021)	41
Πίνακας 3.5: Ξενοδοχειακές Μονάδες ανά δήμο (2021)	41
Πίνακας 3.6: Λοιπά Τουριστικά Καταλύματα	42
Πίνακας 3.7: Διακίνηση επιβατών (Λιμάνι Ηγουμενίτσας 2015 -2020)	43
Πίνακας 3.8: Αφίξεις κρουαζιέρας (2014-2020)	44
Πίνακας 3.9: Οδικές Αφίξεις	44
Πίνακας 3.10: Αφίξεις σε ξενοδοχειακού τύπου καταλύματα (πλην κάμπινγκ)	44
Πίνακας 3.11: Διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχειακού τύπου καταλύματα (πλην κάμπινγκ)	45
Πίνακας 3.12: Απασχόληση και ανεργία	46
Πίνακας 3.13: Απασχολούμενοι ανά εργασιακό κλάδο	46
Πίνακας 5.1 : Χωρητικότητα Παιχνιδιών	63
Πίνακας 6.1: Κύρια περίοδος διακοπών	72
Πίνακας 6.2: Περίοδος ολιγοήμερων διακοπών	73
Πίνακας 6.3: Κύριος λόγος ταξιδιού	73
Πίνακας 6.4: Πόσες φορές έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο	74
Πίνακας 6.5: Με ποιον θα επιλέγατε να επισκεφτείτε ένα θεματικό πάρκο	74
Πίνακας 6.6: Τι κάνει επιτυχημένο ένα θεματικό πάρκο Frequencies	75
Πίνακας 6.7: Λόγοι επίσκεψης Frequencies	76
Πίνακας 6.8: Τομείς που θα ενισχυθούν	77
Πίνακας 6.9: Τρόποι συμβολής στον προορισμό Frequencies	78
Πίνακας 6.10: Άμβλυνση εποχικότητας/επιμήκυνση τουριστικής περιόδου	79
Πίνακας 6.11: Λύση στο πρόβλημα της ανεργίας	79
Πίνακας 6.12: Αύξηση αριθμού επισκεπτών περιοχής	79
Πίνακας 6.13: Πόλος έλξης εσωτερικού και εξωτερικού τουρισμού	80

Πίνακας 6.14: Σημαντική η ύπαρξη φαγητού ποτού	80
Πίνακας 6.15: Καλή επιλογή για ένα ταξίδι	80
Πίνακας 6.16: Θετική επιρροή στον προορισμό (διάμεσος και επικρατούσα τιμή) Statistics	80
Πίνακας 6.17: Κύριοι παράγοντες που καθορίζουν τον αριθμό τουριστών Frequencies	81
Πίνακας 6.18: Θελκτικό μοντέλο (διάμεσος και επικρατούσα τιμή) Statistics	82
Πίνακας 6.19: Το θέμα ελληνική μυθολογία θα προκαλέσει τουριστικό ενδιαφέρον	82
Πίνακας 6.20: Ικανοποιημένος/η από τις υπηρεσίες/δραστηριότητες	82
Πίνακας 6.21: Μια εμπειρία διασκέδασης και μάθησης	83
Πίνακας 6.22: Ελκυστικό σκηνικό	83
Πίνακας 6.23: Ακριβής ηλικία Statistics	84
Πίνακας 6.24: Ηλικία σε κατηγορίες	84
Πίνακας 6.25: Επαγγελματική Ιδιότητα Statistics	85
Πίνακας 6.26: Έλεγχος κανονικότητας	88
Πίνακες 6.27 & 6.28: Αποτελέσματα τεστ Mann-Whitney (‘Ηλικία’ vs ‘Επίσκεψη σε θεματικό πάρκο’)	90
Πίνακες 6.29 & 6.30: Αποτελέσματα τεστ Mann-Whitney (‘θελκτικό μοντέλο’ vs ‘φύλο’)	91
Πίνακες 6.31 & 6.32: Αποτελέσματα τεστ Kruskal – Wallis (‘θελκτικό μοντέλο’ vs ‘ηλικία σε κατηγορίες’)	94
Πίνακες 6.33 & 6.34: Αποτελέσματα τεστ Kruskal – Wallis (‘καλή επιλογή για ταξίδι’ vs ‘οικογενειακή κατάσταση’)	96
Πίνακες 6.35 & 6.36: Αποτελέσματα τεστ Kruskal – Wallis (‘καλή επιλογή για ταξίδι’ vs ‘γεωγραφική θέση’)	96
Πίνακες 6.37 & 6.38: Αποτελέσματα τεστ Kruskal – Wallis (‘θετική επιρροή προτεινόμενου μοντέλου’ vs ‘γεωγραφική θέση’)	97
Πίνακες 6.39 & 6.40: Αποτελέσματα Chi-Square Test (‘προηγούμενη επίσκεψη σε θεματικό πάρκο vs ‘φύλο’)	100
Πίνακες 6.41 & 6.42: Αποτελέσματα Chi-Square Tests (‘προηγούμενη επίσκεψη σε θεματικό πάρκο vs ‘οικογενειακή κατάσταση’)	102
Πίνακες 6.43 & 6.44: Αποτελέσματα Chi-Square Tests (‘προηγούμενη επίσκεψη σε θεματικό πάρκο vs ‘γεωγραφική θέση’)	103
Πίνακες 6.45 & 6.46: Αποτελέσματα Chi-Square Tests (‘προηγούμενη επίσκεψη σε θεματικό πάρκο vs ‘κύριος λόγος ταξιδιού’)	104
Πίνακες 6.47 & 6.48: Αποτελέσματα Chi-Square Tests (‘με ποιον θέλετε να επισκεφτείτε θεματικό πάρκο’ vs ‘οικογενειακή κατάσταση’)	106
Πίνακας 6.49: Αποτελέσματα Monte Carlo	107
Πίνακας 6.50: Αποτελέσματα συντελεστή συσχέτισης Spearman	109

Πίνακας 6.51 : Τιμές του συντελεστή Cronbach	110
Πίνακες 6.52 & 6.53: Στατιστική Αξιοπιστία	111
Πίνακες 6.54 & 6.55: Συνολικά Στατιστικά Στοιχεία	112
Πίνακας 6.56: Κανονικοποίηση Τιμών	114
Πίνακας 6.57: Αρχικά Κέντρα Συστάδων	115
Πίνακας 6.58: Επαναλήψεις του αλγόριθμου	115
Πίνακας 6.59: Συμμετοχή σε Συστάδες	117
Πίνακας 6.60: Τελικά Κέντρα Συστάδων	119
Πίνακας 6.61: Αποστάσεις μεταξύ Τελικών Κέντρων	120
Πίνακας 6.62: Ανάλυση Διακύμανσης	120
Πίνακας 6.63: Παρατηρήσεις ανά Συστάδα	121
Πίνακας 6.64: Σύγκριση μέσων όρων και τυπικών αποκλίσεων	122

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα 2.1: Έσοδα εταιριών θεματικών πάρκων σε δισ. δολάρια ΗΠΑ (2021)	29
Γράφημα 6.1: Ταξιδεύετε για ολιγοήμερες διακοπές	73
Γράφημα 6.2: Έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο	74
Γράφημα 6.3: Τι κάνει επιτυχημένο ένα θεματικό πάρκο	75
Γράφημα 6.4: Λόγοι επίσκεψης σε ένα θεματικό πάρκο	76
Γράφημα 6.5: Τοπική ανάπτυξη	77
Γράφημα 6.6: Βαθμός συμβολής στην τοπική ανάπτυξη	77
Γράφημα 6.7: Τρόποι συμβολής στον προορισμό	78
Γράφημα 6.8: Φύλο συμμετεχόντων	84
Γράφημα 6.9: Οικογενειακή Κατάσταση	85
Γράφημα 6.10: Γεωγραφική θέση	85
Γράφημα 6.11: Επαγγελματική ιδιότητα	85
Γράφημα 6.12 : Επίπεδα συμφωνίας συμμετεχόντων ανά ομάδα	123
Γράφημα 6.13: Γραμμή σφαλμάτων συστάδων	123

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΣΧΕΔΙΩΝ

Σχέδιο 5.1: Χάρτης προτεινόμενου θεματικού πάρκου	56
Σχέδιο 5.2: Παροχή ενέργειας και υδροδότησης	67

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΧΑΡΤΩΝ

Χάρτης 5.1: Προτεινόμενες Περιοχές	68
Χάρτης 5.2: Μαργαρίτι Θεσπρωτίας	68
Χάρτης 5.3: Κόνιτσα	69
Χάρτης 5.4: Σαγιάδα	69

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 6.1: Στιγμιότυπο οθόνης ερωτηματολογίου μετά την ανάλυση Cluster	121
---	-----

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία έχει σκοπό να προσεγγίσει θεωρητικά το φαινόμενο της παγκόσμιας βιομηχανίας θεματικών πάρκων, να αναλύσει τις επιδράσεις της στην τουριστική ανάπτυξη, να αναδείξει τα οικονομικά οφέλη που δημιουργεί στις περιοχές υποδοχής και να εξετάσει μέσα από πρωτογενή έρευνα την προοπτική της δημιουργίας ενός θεματικού πάρκου στο νομό Θεσπρωτίας.

Η εργασία παρέχει μια βιβλιογραφική και ιστορική ανασκόπηση γύρω από βασικές έννοιες και χαρακτηριστικά του φαινομένου, παραθέτει οικονομικά στοιχεία, κοινωνικό – πολιτιστικά και περιβαλλοντικά οφέλη. Επιπλέον παρουσιάζει τη μελέτη περίπτωσης, συγκεκριμένα το νομό Θεσπρωτίας μέσα από μια σύντομη αλλά περιεκτική περιγραφή του προορισμού. Τέλος μελετά την υλοποίηση ενός εμπνευσμένου από την ερευνήτρια θεματικού πάρκου. Η μελέτη αυτή περιλαμβάνει μεταξύ άλλων τη δημιουργία σχεδίου του πάρκου, αναλυτική παρουσίαση των ατραξιόν (παιχνίδια/ δραστηριότητες) και υπολογισμό της χωρητικότητας του.

Ο σχεδιασμός και η δομή της εργασίας βασίζονται τόσο σε δευτερογενή όσο και σε πρωτογενή έρευνα. Η στατιστική ανάλυση των αποτελεσμάτων πραγματοποιήθηκε με την περιγραφική στατιστική και με τη χρήση των ελέγχων t ανεξάρτητων δειγμάτων, Mann-Whitney, Kruskal-Wallis και Chi-square. Επίσης χρησιμοποιήθηκε ο συντελεστής συσχέτισης Spearman και η ανάλυση Cluster.

Με την ολοκλήρωση της δευτερογενούς έρευνας η ερευνήτρια καταλήγει στο συμπέρασμα ότι η ανάπτυξη της παγκόσμιας βιομηχανίας θεματικών πάρκων συμβάλει σημαντικά στην τουριστική ανάπτυξη, ενισχύοντας τόσο σε τοπικό όσο και σε περιφερειακό επίπεδο έναν προορισμό.

Με το πέρας της διεξαγωγής της πρωτογενούς έρευνας, η ερευνήτρια συλλέγει πολύτιμες πληροφορίες για το προφίλ των εν δυνάμει επισκεπτών, τις ανάγκες και τα ενδιαφέροντα τους γύρω από τα θεματικά πάρκα. Επιπροσθέτως συλλέγει δεδομένα αξιολόγησης από τους πιθανούς επισκέπτες σχετικά με την επένδυση του θεματικού πάρκου και τη συνεισφορά στο νομό Θεσπρωτίας.

Λέξεις κλειδιά: θεματικά πάρκα, ατραξιόν, τοπική ανάπτυξη, τουριστική ανάπτυξη, επιπτώσεις, οικονομία, κοινωνία, περιβάλλον, επισκεψιμότητα, εισπράξεις

ABSTRACT

The purpose of this postgraduate thesis is to approach theoretically the phenomenon of the global theme park industry, to analyze its effects on tourism development, to highlight the economic benefits it creates in the host areas and examine through a primary research the prospect of creating a theme park in the Prefecture of Thesprotia.

The thesis provides a bibliographic and historical review around the main concepts and characteristics of the phenomenon, economic data, social-cultural and environmental benefits. In addition, it presents the case study of the Prefecture of Thesprotia, through a short but comprehensive description of the destination. Finally, it studies the implementation of a theme park inspired by the researcher. This study includes, among other things, the designing of the park, a detailed presentation of its attractions (games/activities) and the calculation of its capacity.

The structure of the thesis is based on both primary and secondary research. The statistical analysis of the results was executed with descriptive statistics and with using the chi-square, independent samples t, Mann-Whitney and Kruskal-Wallis tests. Also, Spearman correlation and Cluster analysis were used.

Upon completion of the secondary research, the researcher concludes that the growth of the global theme park industry contributes significantly to the tourism development, enhancing on both the local and peripheral level of a destination.

After conducting a primary research, the researcher collects valuable information on the profiling of potential visitors, their needs and interests around the theme parks. In addition, she collects evaluation data from potential visitors regarding the theme park investment and its contribution to the prefecture of Thesprotia.

Keywords: theme parks, attractions, local development, tourism development, impacts, economy, society, environment, attendance, revenue

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα τελευταία χρόνια η τουριστική βιομηχανία κατευθύνεται προς την ανάπτυξη μίας νέας μορφής τουρισμού που σχετίζεται με τις δραστηριότητες αναψυχής. Τα θεματικά πάρκα εντάσσονται στην κατηγορία αυτή και διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη δημιουργία τουριστικής ζήτησης για έναν προορισμό. Αποτελούν πόλο έλξης για τεράστια μερίδα τουριστών παγκοσμίως και βασικό κίνητρο για το σχεδιασμό ενός ταξιδιού.

Η δομή και η οργάνωσή τους βασίζεται σε ένα συγκεκριμένο θέμα γύρω από το οποίο διαμορφώνεται κάθε παιχνίδι και δραστηριότητα προσφέροντας τη δυνατότητα στον επισκέπτη να βιώσει την εμπειρία σε κάθε σημείο του πάρκου.

Τα θεματικά πάρκα είναι ικανά να ενισχύσουν την απήχηση ενός προορισμού, βελτιώνοντας την εικόνα του και παρέχοντας μια σειρά ωφελειών που σχετίζονται με οικονομικούς, κοινωνικό – πολιτιστικούς και περιβαλλοντικούς παράγοντες. Με τον τρόπο αυτό συντελούν στη βιωσιμότητα ενός προορισμού, αποτελούν σημαντική πηγή εσόδων, ενισχύουν την τουριστική περίοδο και δίνουν λύσεις σε θέματα της απασχόλησης.

Σε εθνικό επίπεδο η Ελλάδα δεν έχει να επιδείξει αντίστοιχα παραδείγματα θεματικών πάρκων με την προσφορά της να περιορίζεται κυρίως σε περιφερειακά και εποχικά πάρκα. Σε τοπικό επίπεδο ο νομός Θεσπρωτίας αποτελεί έναν προορισμό με φυσική ομορφιά και πλούσια πολιτιστική κληρονομιά. Παρόλα αυτά η περιοχή γνωρίζει τουριστική ζήτηση κυρίως κατά τους θερινούς μήνες έχοντας ως γνώμονα το τρίπτυχο ήλιος, θάλασσα και άμμος (3S) ενώ παράλληλα η συμβολή της, όπως και ολόκληρης της Π. Ηπείρου, στον τουρισμό και στο Α.Ε.Π. είναι πολύ μικρή.

Η ορθή χρήση των παραπάνω χαρακτηριστικών σε συνδυασμό με την πλεονεκτική γεωγραφική θέση και τη σημαντική τουριστική προσφορά (καταλύματα, χώροι εστίασης κ.α.) καθιστούν τη Θεσπρωτία μια ιδανική περιοχή για την υποδοχή μιας τέτοιας επένδυσης.

Η παρούσα έρευνα στηρίχθηκε σε πέντε θεματικά πεδία γύρω από τα οποία οργανώθηκε η δομή και το περιεχόμενό της. Τα δυο πρώτα πεδία προσεγγίζουν θεωρητικά το φαινόμενο των θεματικών πάρκων και τη συμβολή τους στην τοπική και τουριστική ανάπτυξη. Στο τρίτο πεδίο παρουσιάζεται ο προορισμός που επιλέχθηκε από την ερευνήτρια για τη ‘φιλοξενία’ του προτεινόμενου μοντέλου, ενώ το τέταρτο πεδίο είναι αφιερωμένο στο σχεδιασμό και την περιγραφή του θεματικού πάρκου. Το

τελευταίο πεδίο εμπεριέχει τη μελέτη των αποτελεσμάτων της έρευνας για την προτεινόμενη επένδυση βασιζόμενο στις αντιλήψεις κατοίκων της Π. Ηπείρου και της Π. Αττικής.

Αναλυτικότερα ο αναγνώστης μέσα από το πρώτο κεφάλαιο εισάγεται στην έννοια και τα βασικά χαρακτηριστικά των θεματικών πάρκων. Στη συνέχεια ακολουθεί μια ιστορική αναδρομή έως τα σύγχρονα θεματικά πάρκα του σήμερα, ενώ παράλληλα παρουσιάζονται διεθνή παραδείγματα επιτυχημένων θεματικών πάρκων.

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στο αντίκτυπο των θεματικών πάρκων στην οικονομική βιωσιμότητα των προορισμών, καθώς και στις κοινωνικό – πολιτιστικές και περιβαλλοντικές επιδράσεις.

Το τρίτο κεφάλαιο περιλαμβάνει την παρουσίαση της περιοχής υποδοχής και την ανάλυση των κύριων χαρακτηριστικών της. Μέσα από την παράθεση ιστορικών και δημογραφικών στοιχείων, γεωγραφικών χαρακτηριστικών, οικονομικών μεγεθών, τουριστικής προσφοράς και ζήτησης.

Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η μεθοδολογία της έρευνας, ενώ στο πέμπτο το προτεινόμενο μοντέλο θεματικού πάρκου με την αναλυτική περιγραφή κάθε παιχνιδιού – δραστηριότητας και τη σχεδίαση αξονομετρικού χάρτη.

Στο επόμενο κεφάλαιο περιλαμβάνεται η πρωτογενής έρευνα και αναλύονται όλες οι παρατηρήσεις που συλλέχθηκαν. Μέσω της περιγραφικής στατιστικής δίνονται συγκεντρωτικά στοιχεία για το προφίλ και τα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων, ενώ μέσω της επαγωγικής στατιστικής ελέγχονται κάποιες υποθέσεις, οι οποίες θα παρέχουν στην ερευνήτρια τη δυνατότητα να εξάγει συμπεράσματα για το σύνολο του πληθυσμού.

Το τελευταίο κεφάλαιο εμπεριέχει την παράθεση των συμπερασμάτων που προέκυψαν με την ολοκλήρωση της δευτερογενούς και πρωτογενούς έρευνας καθώς και προτάσεις για το μέλλον της βιομηχανίας θεματικών πάρκων στην Ελλάδα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΘΕΜΑΤΙΚΩΝ ΠΑΡΚΩΝ

1.1 Ορισμός και χαρακτηριστικά των θεματικών πάρκων

Σύμφωνα με την βιβλιογραφική ανασκόπηση που πραγματοποιήθηκε για τα θεματικά πάρκα, διαπιστώνεται ότι έχουν γίνει σημαντικές προσπάθειες για την απόδοση του συγκεκριμένου όρου. Ωστόσο η ύπαρξη πολλαπλών τύπων πάρκων αναφυχής εμποδίζει στο να δοθεί ο ακριβής ορισμός της έννοιας θεματικό πάρκο και φέρει σαν αποτέλεσμα την ποικιλομορφία τους.

Τα θεματικά πάρκα αποτελούν μέρος της αγοράς θεαμάτων, αντιπροσωπεύουν ένα υποσύνολο των πάρκων ψυχαγωγίας και περιλαμβάνουν μια συλλογή από ξεχωριστές ατραξιόν. Επομένως τα θεματικά πάρκα μπορούν να οριστούν γενικά, ως ένα υποσύνολο έλξης επισκεπτών. *Οι ατραξιόν των επισκεπτών (managed attraction) περιγράφονται ως μόνιμοι πόροι που σχεδιάζονται, ελέγχονται και διαχειρίζονται με σκοπό την απόλαυση, τη διασκέδαση, την ψυχαγωγία και την εκπαίδευση του επισκέπτη (Middleton, 2009: 409).*

Τα θεματικά πάρκα έχουν πολλές ομοιότητες με άλλους τύπους πάρκων, ωστόσο διαφέρουν πολύ από αυτά στις αρχές οργάνωσης και λειτουργίας τους, που βασίζονται σε νέα επιστημονικά επιτεύγματα και σε προηγμένες τεχνολογίες. Το θεματικό πάρκο είναι ουσιαστικά ένα μεγάλο πάρκο αναφυχής που αποτελείται από πολλές θεματικές ζώνες και περιλαμβάνει ατραξιόν, καταστήματα, εστιατόρια, αίθουσες εκδηλώσεων και ξενοδοχεία.

Στην συνέχεια παραθέτονται κάποιοι ορισμοί όπως τους απέδωσαν συγγραφείς, ερευνητές βιβλίων και επιστημονικών άρθρων.

Ένα θεματικό πάρκο περιγράφεται ως ένα πάρκο ψυχαγωγίας στο οποίο οι δομές, τα υπόβαθρα και το περιβάλλον εστιάζονται σε ένα κεντρικό θέμα ('Theme Park', n.d.).

Ένα θεματικό πάρκο ορίζεται ως ένας «κλειστός» κόσμος, που σκοπός του είναι η ονειρική ατμόσφαιρα που δημιουργεί να συναντήσει την επιθυμία του επισκέπτη (Coltier, 1985: 18).

Ένα θεματικό πάρκο μπορεί να οριστεί ως μία υπαίθρια ατραξιόν που συνδυάζει βόλτες, θεάματα (attractions) και παραστάσεις, είναι σχεδιασμένο γύρω από ένα κεντρικό θέμα ή ομάδα θεμάτων και περιλαμβάνει μία ενιαία τιμή εισόδου για τους επισκέπτες (Page, 2000: 227).

Στην Ελλάδα ο ορισμός των θεματικών πάρκων συμπεριλαμβάνεται στην Κ.Υ.Α. 16793/2009 σύμφωνα με την οποία, *τα θεματικά πάρκα είναι εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής, οι οποίες βρίσκονται σε οριοθετημένες εκτάσεις γης, μέσα ή έξω από κατοικημένες περιοχές και στις οποίες προσφέρονται ποικίλες ψυχαγωγικές υπηρεσίες στους επισκέπτες γύρω από έναν ή περισσότερους θεματικούς άξονες.*

Ωστόσο η δυσκολία στην διατύπωση ενός συγκεκριμένου ορισμού, οδήγησε ορισμένους συγγραφείς να ορίσουν τα θεματικά πάρκα με βάση μια σειρά χαρακτηριστικών.

Ο Clavé βασιζόμενος στους διάφορους ορισμούς που αποδόθηκαν στον όρο θεματικά πάρκα, κατέληξε στο συμπέρασμα ότι τα θεματικά πάρκα είναι χώροι αναψυχής και διακρίνονται από 12 βασικά χαρακτηριστικά. Συγκεκριμένα τα θεματικά πάρκα για τον Clavé (2007: 28-29) χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη θεματικής ταυτότητας, τη δημιουργία μιας ή περισσότερων θεματικών περιοχών, την ελεγχόμενη πρόσβαση επισκεπτών (κλειστός χώρος), την ενιαία τιμή εισόδου και την προσέλκυση οικογενειακού τουρισμού. Επιπλέον περιέχουν αρκετές βόλτες, παραστάσεις και άλλες μορφές ψυχαγωγίας, υπηρεσίες φαγητού, ποτού και καταστημάτων λιανικής, με σκοπό την παραμονή των επισκεπτών στο πάρκο για τουλάχιστον 5 ώρες. Τέλος πρόκειται για επενδύσεις υψηλού επιπέδου, που παρέχουν ποιοτικά προϊόντα και υπηρεσίες, ενσωματώνουν την τεχνολογία και έχουν κεντρική διαχείριση.

Άλλοι ερευνητές όπως ο Mills και ο Nagle περιορίζουν τα χαρακτηριστικά στα οποία στηρίζεται ο ορισμός των σύγχρονων θεματικών πάρκων. Σύμφωνα με τον Mills (1990), τα εντυπωσιακά κτίρια, οι ψυχαγωγικές παραστάσεις, οι ιστορικές και εκπαιδευτικές προβολές ή παρουσιάσεις, οι υπηρεσίες τροφίμων και ποτών και τα τεχνολογικά επιτεύγματα αποτελούν μοναδικά χαρακτηριστικά ενός θεματικού πάρκου, ενώ για τον Nagle (1999: 105) τα κύρια χαρακτηριστικά των θεματικών πάρκων είναι ότι αποτελούν ατραξιόν που βασίζονται σε ένα ειδικό θέμα, διαθέτουν μηχανικές βόλτες και έχουν τη δυνατότητα να διασκεδάζουν τους επισκέπτες για μια ολόκληρη μέρα, έναντι μιας τιμής εισόδου.

Συμπερασματικά το κύριο χαρακτηριστικό που φαίνεται να διακρίνει τα θεματικά πάρκα από άλλα πάρκα αναψυχής είναι η έμφαση σε ένα βασικό θέμα (ή θεματικές ενότητες), γύρω από το οποίο αναπτύσσεται η αρχιτεκτονική, το τοπίο και η ατμόσφαιρα και βάση του οποίου διαμορφώνονται όλες ή οι περισσότερες από τις ατραξιόν του.

Τέλος ένα άλλο χαρακτηριστικό που συμβάλλει στον ορισμό τους είναι η είσοδος στο πάρκο επί πληρωμή, συνήθως με ένα ενιαίο ημερήσιο εισιτήριο.

1.2 Η ιστορία των θεματικών πάρκων

Τα θεματικά πάρκα αποτελούν την εξέλιξη των παραδοσιακών λούνα παρκ, ωστόσο η προέλευση τους χρονολογείται από την αρχαία και μεσαιωνική εποχή. Κατά τη διάρκεια των θρησκευτικών εορτών, πλήθος ανθρώπων συγκεντρώνονταν σε ειδικά διαμορφωμένους υπαίθριους ψυχαγωγικούς χώρους και διασκεδάζε με παιχνίδια, μουσική και χορό (Clavé, 2007).

Με την πάροδο του χρόνου δημιουργήθηκαν τα μεγάλα πάρκα αναψυχής τα οποία άρχισαν να εξαπλώνονται στην Ευρώπη. Στις παροχές τους προστέθηκαν παραστάσεις και μηχανικές βόλτες, με σκοπό να διασκεδάσουν περισσότερο τους επισκέπτες.

Στα τέλη του 19^{ου} αιώνα δημιουργήθηκε στη Νέα Υόρκη το Coney Island που αποτέλεσε ένα πρότυπο κέντρο διασκέδασης και ψυχαγωγίας. Περιλάμβανε τρία πάρκα αναψυχής και άλλα μικρότερα αξιοθέατα. Το Coney Island ήταν το πρώτο πάρκο που ενσωμάτωσε στις δραστηριότητες του μοντέρνα ξύλινα τρενάκια. Συγκεκριμένα το 1884 παρουσιάστηκε το Switchback Gravity Pleasure, το πρώτο τρενάκι λούνα παρκ (Richard, Kaak and Orłowski, 2017).

Τις δεκαετίες που ακολούθησαν, τα λούνα παρκ αποτέλεσαν ένα μέρος απόδρασης από την καθημερινότητα και το άγχος προσελκύοντας όλο και περισσότερους επισκέπτες. Ενδεικτικό παράδειγμα της δημοτικότητας τους, αποτελεί η λειτουργία 1500 λούνα παρκ στις Η.Π.Α το 1919 (Cluzeau, 1998).

Με αφετηρία την οικονομική κρίση του 1930 και στη συνέχεια την έναρξη του Β' Παγκοσμίου Πολέμου τα παραδοσιακά λούνα παρκ, άρχισαν να παρακμάζουν. Η βιομηχανία τους μειώθηκε αισθητά, πολλά από αυτά έκλεισαν οριστικά, ενώ άλλα υπολειπούνταν.

Η δεκαετία του 50' σηματοδότησε μια νέα αρχή για την παγκόσμια ψυχαγωγική βιομηχανία. Η άνθηση της ιδιωτικής χρήσης αυτοκινήτων, η ύπαρξη ελεύθερου χρόνου και οι αμειβόμενες διακοπές συνέβαλαν στον αυξημένο αριθμό επισκεπτών (Dridea and Strutzen, 2008: 642).

Η δημιουργία και λειτουργία της Disneyland, το 1955 στην Καλιφόρνια θα αποτελέσει το εφαλτήριο για την επέκταση των σύγχρονων θεματικών πάρκων και τη συμβολή τους στην παγκόσμια οικονομία. Ο Walt Disney κατασκεύασε ένα νέο

μοντέλο πάρκου, που διέφερε πολύ από το παλιό λούνα παρκ. Ένα πάρκο ατμοσφαιρικό, με υψηλής ποιότητας υπηρεσίες, βασισμένο σε μια συγκεκριμένη σειρά θεμάτων και διαχωρισμένο σε θεματικές περιοχές. Το πάρκο περιλαμβάνει μέχρι και σήμερα βόλτες, παραστάσεις και άλλες δραστηριότητες για όλη την οικογένεια, δίνοντας τη δυνατότητα σε μικρούς και μεγάλους να απολαύσουν την εμπειρία.

Η επιτυχία του οδήγησε πολλούς επιχειρηματίες να προσπαθήσουν να αντιγράψουν τη Disneyland, χωρίς ωστόσο τα προσδοκώμενα αποτελέσματα. Το δεύτερο επιτυχημένο θεματικό πάρκο που ακολούθησε άνοιξε το 1961 στο Τέξας. Το Six Flags over Texas αποτέλεσε ένα καινοτόμο περιφερειακό θεματικό πάρκο, με θέματα που συνδέονταν με τα έθνη που κυβέρνησαν το Τέξας (Ισπανία, Γαλλία, Μεξικό, Δημοκρατία του Τέξας, ΗΠΑ και Συνομοσπονδία).

Η αναγνώριση των οικονομικών οφελών των θεματικών πάρκων στην παγκόσμια τουριστική βιομηχανία ήταν πλέον γεγονός. Τα επόμενα χρόνια τα θεματικά πάρκα άρχισαν να εξαπλώνονται σε παγκόσμιο επίπεδο, κυριάρχησαν στις Η.Π.Α από το 1960 και μετά, ενώ στην Ευρώπη η πλειοψηφία τους δημιουργήθηκε τη δεκαετία του 90'. Οι ασιατικές πόλεις αποσκοπώντας και αυτές στην προσέλκυση μεγάλου όγκου τουριστών δημιούργησαν υπερσύγχρονα θεματικά πάρκα. Με τη νέα χιλιετία η ασιατική ήπειρος αναγνωρίζεται ως η επόμενη κορυφαία διεθνής αγορά θεματικών πάρκων στον κόσμο. Φυσικά η ανάπτυξη τους διαφέρει από χώρα σε χώρα, αποτέλεσμα της οικονομικής ανάπτυξης της εκάστοτε περιοχής, της πολιτισμικής κληρονομιάς, του φυσικού πλούτου και των φυσικών πόρων.

1.3 Τα σύγχρονα θεματικά πάρκα

Το σημερινό θεματικό πάρκο δεν μοιάζει καθόλου με τις πρώιμες μορφές που παρουσιάστηκαν, ωστόσο διατηρεί κάτι από το πνεύμα τους, παρέχοντας μια σημαντική διέξοδο από τα προβλήματα της καθημερινότητάς και ταξιδεύοντας το κοινό σε έναν κόσμο χαράς και ενθουσιασμού.

Η σκέψη του Walt Disney εξακολουθεί να κυριαρχεί στη βιομηχανία των θεματικών πάρκων. Η τεράστια επιτυχία που σημείωσαν τα πάρκα της Disney, έδειξε στους επιχειρηματίες ότι η απόδραση και η φαντασία μέσα από τα θεματικά πάρκα, μπορεί να εξασφαλίσουν τεράστια οικονομικά οφέλη για τον εκάστοτε προορισμό. Τα σύγχρονα θεματικά πάρκα, τα οποία είναι βασισμένα στο μοντέλο της Disney, άψογος χώρος, άρτια εκπαιδευμένο και ελκυστικό προσωπικό, καταστήματα υψηλής

ποιότητας, περιποιημένα δωμάτια διαμονής και εστιατόρια, εξακολουθούν μέχρι και σήμερα να αποτελούν την προτίμηση των καταναλωτών.

Τα σύγχρονα θεματικά πάρκα προσπαθούν να προσφέρουν εμπειρία στον επισκέπτη σχεδόν σε οποιοδήποτε σημείο του πάρκου. Ο σχεδιασμός τους γίνεται με γνώμονα την οικογένεια ως επισκέπτρια, παρέχοντας δραστηριότητες για όλα τα μέλη της. Τα θεματικά πάρκα διαφέρουν από τα παραδοσιακά λούνα παρκ, όχι μόνο επειδή βασίζονται σε ένα ή περισσότερα θέματα, αλλά και λόγω της τεράστιας κλίμακας λειτουργίας τους. Ενδεικτικό παράδειγμα είναι το συγκρότημα WaltDisney World στη Φλόριντα, με συνολική έκταση περίπου 120.000 στρεμμάτων (Orr, 2021). Τέλος τα περισσότερα από αυτά, έχουν ενιαία τιμή εισόδου που συμπεριλαμβάνει βόλτες, παραστάσεις, προβολές και τις υπόλοιπες ψυχαγωγικές δραστηριότητες.

1.4 Είδη θεματικών πάρκων

Τα θεματικά πάρκα μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σύμφωνα με διάφορους παράγοντες. Το θέμα γύρω από το οποίο αναπτύσσονται, το μέγεθος τους, το εύρος δράσης τους, αποτελούν κάποιους από αυτούς.

Οι Wong και Cheung (1999) μετά από έρευνα που διεξήγαγαν κατέληξαν στο διαχωρισμό των θεματικών πάρκων σε επτά τύπους με βάση το περιεχόμενο και κάποια χαρακτηριστικά τους που τα διαφοροποιούν. Πάρκα περιπέτειας, φουτουριστικά και διεθνή πάρκα αποτελούν κάποιες από τις κατηγορίες. Στον πίνακα 1.1 παρουσιάζονται οι τύποι και τα χαρακτηριστικά αυτά. Στην Ελλάδα τα είδη των θεματικών πάρκων με παράγοντα το θέμα, περιστρέφονται γύρω από την ιστορία, τη μυθολογία, τη ψυχαγωγία, την τεχνολογία, τις επιστήμες, τις τέχνες (κινηματογράφος, λογοτεχνία) και την οικολογία. Επιπλέον στην κατηγορία των θεματικών πάρκων περιλαμβάνονται τα υδροψυχαγωγικά πάρκα, με την προϋπόθεση να πληρούνται οι προδιαγραφές των θεματικών πάρκων, ενώ αντίθετα δεν εμπεριέχονται τα καταδυτικά (Κ.Υ.Α. 16793/2009).

Παράλληλα άλλες έρευνες ταξινομούν τα θεματικά πάρκα ανάλογα με το μέγεθος τους, σε μεγάλα θεματικά πάρκα, μεσαία και μικρά θεματικά πάρκα καθώς και μεγάλα πάρκα αναψυχής.

Τέλος με βάση το πεδίο εφαρμογής (scope) τους, μπορούν να διακριθούν σε θεματικά πάρκα προορισμού και σε περιφερειακά θεματικά πάρκα. Ο διαχωρισμός αυτός βασίζεται κατά κύριο λόγο στην απόσταση που διανύει η πλειοψηφία των επισκεπτών προκειμένου να προσεγγίσει το πάρκο. Τα θεματικά πάρκα προορισμού,

συνήθως εμπεριέχουν ξενοδοχειακές μονάδες, αίθουσες συνεδρίων, θεματικά εστιατόρια κ.α. και αποτελούν από μόνα τους έναν τουριστικό προορισμό. Τα πάρκα αυτά προσεγγίζονται στην πλειοψηφία τους από επισκέπτες που διανύουν τουλάχιστον 50 μίλια για να φτάσουν στον προορισμό. Στον αντίποδα τα περιφερειακά θεματικά πάρκα δέχονται την πλειοψηφία των επισκεπτών τους από τις γύρω περιοχές. Η πρόσβαση τους πραγματοποιείται κυρίως οδικώς με αποστάσεις που δεν ξεπερνούν τις τρεις ώρες (Richard, Kaak and Orlowski, 2017: 1220).

Πίνακας 1.1: Τύποι και χαρακτηριστικά θεματικών πάρκων	
Τύποι θεματικών πάρκων	Χαρακτηριστικά
Περιπέτειας	<ul style="list-style-type: none"> • Προφέρουν έντονο ενθουσιασμό και συγκινήσεις • Διακατέχονται από βόλτες μυστηρίου, δράσης και τρόμου
Φουτουριστικά	<ul style="list-style-type: none"> • Το περιεχόμενο τους οργανώνεται γύρω από τη διερεύνηση της επιστήμης και της τεχνολογίας • Η πρόοδος στην κοινωνία και η εξέλιξη της επιστήμης, η ρομποτική, η επιστημονική φαντασία και οι ανακαλύψεις κυριαρχούν
Διεθνή	<ul style="list-style-type: none"> • Βασισμένα σε γεύσεις του κόσμου, διεθνή χωριά, και εκδοχές διεθνών ορόσημων αξιοθέατων σε μικρότερες κλίμακες (πάρκα μινιατούρων) κ.α.
Φυσικά	<ul style="list-style-type: none"> • Βασίζονται σε κήπους και εκθέσεις λουλουδιών • Στη θαλάσσια και άγρια ζωή • Γενικά σε θαύματα της φύσης
Φαντασίας	<ul style="list-style-type: none"> • Σχετίζονται με κινούμενα σχέδια και τους χαρακτήρες τους, θρύλους και μύθους, παραμύθια ή μάγους • Παρουσιάζουν τη μαγεία της παιδικής ηλικίας
Ιστορικά και πολιτιστικά	<ul style="list-style-type: none"> • Οργανώνονται με βάση την κουλτούρα ενός πολιτισμού και την πολιτιστική κληρονομιά • Οι επισκέπτες έρχονται σε επαφή με ένα πολιτιστικό χωριό ή με μια ιστορική ατμόσφαιρα
Κινηματογραφικά	<ul style="list-style-type: none"> • Οι υπηρεσίες – δραστηριότητες βασίζονται σε Αμερικάνικα σόου της Άγριας Δύσης, κωμωδίες, παραστάσεις κασκαντέρ, σόου κ.α.

Πηγή: Wong and Cheung, 1999
Επεξεργασία: Προσωπική

1.5 Σημαντικές ψυχαγωγικές εγκαταστάσεις (ατραξιόν)

Τα θεματικά πάρκα προσφέρουν στους επισκέπτες τους, ένα πλήθος δραστηριοτήτων μέσα από τη δημιουργία διάφορων ψυχαγωγικών εγκαταστάσεων. Οι εγκαταστάσεις αυτές σχετίζονται αμιγώς με το εκάστοτε θέμα και αποτελούν κατασκευές μεγάλης κλίμακας.

Τη κύρια και σημαντικότερη ατραξιόν σ' ένα θεματικό πάρκο, αποτελεί το περίφημο τρενάκι (roller coaster). Υπερυψωμένες διαδρομές, σχεδιασμένες σε σιδηροδρομικές γραμμές, με στροφές, απότομες κλίσεις, υψηλή ταχύτητα ακόμη και αναστροφές προσελκύουν εκατομμύρια επισκέπτες. Αντίστοιχες διαδρομές υπάρχουν και για τους μικρούς φίλους του πάρκου, ειδικές παιδικές διαδρομές μικρότερης διάρκειας και δυσκολίας. Μια άλλη σημαντική εγκατάσταση είναι οι βόλτες του τρόμου. Πρόκειται για σκοτεινές διαδρομές σε στοιχειωμένα σπίτια, μονοπάτια, πλοία και άλλες τοποθεσίες. Οι επισκέπτες βρίσκονται ανάμεσα σε τρομακτικά σκηνικά και χαρακτήρες, όπως μάγοι, τέρατα, φαντάσματα, ζόμπι και δαίμονες. Έντονο ενδιαφέρον προσελκύουν και οι υδάτινες διαδρομές, σε τεχνητές λίμνες, με οχήματα βάρκες, σχεδίες ή κορμούς, καθώς και οι κλασσικές εγκαταστάσεις παιχνιδιών, με περιστροφική κίνηση, όπως το καρουζέλ και η ρόδα. Μια ακόμη ψυχαγωγική εγκατάσταση που δημιουργεί υψηλή αδρεναλίνη στο κοινό είναι οι πύργοι ελεύθερης πτώσης, στα παιχνίδια αυτά τα οχήματα ανυψώνονται κατακόρυφα, σε μεγάλα ύψη και στη συνέχεια απελευθερώνονται πίσω στη γη. Επιπλέον, θελκτικές θεωρούνται οι εγκαταστάσεις προσομοίωσης, όπου οι επισκέπτες μέσα από ειδικά διαμορφωμένους χώρους, με οπτικοακουστικά εφέ και κινήσεις, έχουν την ψευδαίσθηση ότι συμμετέχουν άμεσα στο εκάστοτε θέμα. Τέλος σημαντική είναι και η ύπαρξη κινούμενων οχημάτων σε μορφή τρένου. Τα τρένα αυτά, στα οποία μπορεί να επιβιβαστεί μεγάλος αριθμός ατόμων, διασχίζουν τις θεματικές ενότητες του πάρκου και ταυτόχρονα εξιστορούν ιστορίες γύρω από το θέμα.

1.6 Το θεματικό πάρκο ως υπηρεσία

Η απόφαση του καταναλωτή για το αν θα επιλέξει ένα προϊόν ή μια υπηρεσία, εξαρτάται άμεσα από την εικόνα του προϊόντος – υπηρεσίας. Το θεματικό πάρκο ως υπηρεσία έχει άυλη φύση, καθώς ο επισκέπτης δεν έχει εκ των προτέρων τη δυνατότητα να δει από κοντά και να «δοκιμάσει» αυτό που αγοράζει. Ένας επισκέπτης δεν ξέρει ποιο είναι το αποτέλεσμα της βόλτας με τρενάκι πριν συμμετάσχει πραγματικά στη βόλτα. Επομένως ο καταναλωτής, για να μειώσει την αβεβαιότητα, θα αναζητήσει σημάδια ή αποδείξεις που εγγυώνται την ποιότητα των υπηρεσιών. Οι πάροχοι

υπηρεσιών βασισμένοι σε αληθή στοιχεία και εμπειρίες, μέσω της σωστής εξυπηρέτησης πελατών και των αποτελεσματικών δημόσιων σχέσεων, θα πρέπει να παρουσιάσουν στους πελάτες μια εικόνα προσαρμοσμένη στην πραγματικότητα.

Ένα ακόμη χαρακτηριστικό του, αποτελεί η αδιαιρετότητα, καθώς οι υπηρεσίες του παράγονται και καταναλώνονται ταυτόχρονα, χωρίς να μπορούν να διαχωριστούν. Το χαρακτηριστικό αυτό φέρει σαν συνέπεια η υπηρεσία του θεματικού πάρκου να προσφέρεται μόνο για κοινή χρήση μεταξύ των επισκεπτών. Επιπλέον οι επισκέπτες διατηρούν προσωρινό δικαίωμα χρήσης στην υπηρεσία του, καθώς κάθε εισιτήριο που αγοράζουν τους παρέχει τη δυνατότητα να επισκεφτούν το πάρκο και να συμμετάσχουν στις δραστηριότητες του για μια συγκεκριμένη ημέρα.

Τέλος το θεματικό πάρκο ως υπηρεσία χαρακτηρίζεται από φθαρτότητα, καθώς είναι μια υπηρεσία που δεν μπορεί να αποθηκευτεί, ούτε να μεταβιβαστεί. Ο επισκέπτης δεν έχει κάποιο χειροπιαστό προϊόν, το οποίο μπορεί να πάρει σπίτι, ή να μεταβιβάσει σε κάποιο άλλο πρόσωπο. Μετά τη βόλτα με το τρενάκι, υπάρχει μόνο η εμπειρία και οι αναμνήσεις που μένουν στο μυαλό του και μπορεί να μοιραστεί με τους οικείους του.

1.7 Παράγοντες Επιτυχίας

Η ύπαρξη ενός θεματικού πάρκου δεν εγγυάται και την είσοδο μεγάλου αριθμού τουριστών. Η επίτευξη του στόχου αυτού προϋποθέτει την ύπαρξη κάποιων βασικών παραγόντων.

Σημαντικό παράγοντα επιτυχίας αποτελεί η μοναδικότητα του πάρκου, ένα πάρκο με ελκυστικό θέμα, ιδιαίτερη αρχιτεκτονική, ποίκιλα και ξεχωριστά ατραξιόν (τρενάκια, υδάτινες διαδρομές), σε συνδυασμό με ενδιαφέρουσες παραστάσεις και προβολές θα κεντρίσουν το ενδιαφέρον του κοινού. Επιπλέον, η ύπαρξη συμπληρωματικών δραστηριοτήτων, χώροι εστίασης και αναψυχής, εμπορικά καταστήματα, αίθουσες εκδηλώσεων θα συντελέσουν σε μεγάλο βαθμό στην ανάδειξη του ως τουριστικού προορισμού.

Εστιάζοντας στη σπουδαιότητα της επιλογής του θέματος στο εκάστοτε πάρκο, οι δημιουργοί θα πρέπει να βασιστούν σε ένα πρωτότυπο θέμα, που να προσελκύει ανθρώπους όλων των ηλικιών. Η ιστορία του να προσφέρει ένα σύνολο δραστηριοτήτων και να εμπεριέχει διαδραστικό και εκπαιδευτικό χαρακτήρα. Το κοινό να μπορεί να συμμετέχει τόσο ενεργητικά όσο και παθητικά, μέσα από την

παρακολούθηση παραστάσεων και λοιπών εκδηλώσεων. Η ύπαρξη ενός ξεχωριστού θέματος βασισμένου στη φαντασία, την επιτυχία κάποιου προϊόντος, στον τοπικό πολιτισμό, είναι ικανά να δημιουργήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των υπολοίπων. Το θέμα, επομένως, γίνεται το κύριο μέρος της εμπειρίας του θεματικού πάρκου και αντανακλάται μέσα από την αρχιτεκτονική, τα κουστούμια του προσωπικού, τις βόλτες, τις δραστηριότητες, τις παραστάσεις, και σε ορισμένες περιπτώσεις και από τις υπηρεσίες σίτισης (Milman 2010: 221).

Επιπλέον η κατάλληλη διαρρύθμιση των ατραξιόν, ο μετριασμός των αποστάσεων και το ατμοσφαιρικό περιβάλλον συμβάλλουν στην ελκυστικότητα του χώρου. Η ύπαρξη των υπηρεσιών φαγητού και ποτού συντελεί στη παράταση της παραμονής των επισκεπτών στο πάρκο, ενώ η ποιότητα τους παίζει σημαντικό ρόλο, γιατί αποτελεί κύριο στοιχείο στην ικανοποίηση του κοινού.

Ένας ακόμη παράγοντας που συμβάλει στην επιτυχία του θεματικού πάρκου είναι το κόστος συμμετοχής. Ένα προσιτό για τις υπηρεσίες αντίτιμο, θα προσελκύσει μεγαλύτερη μερίδα επισκεπτών. Αντίστοιχα σημαντική θεωρείται και η ασφάλεια των εγκαταστάσεων, η οποία πρέπει να είναι υψηλού επιπέδου, συνεχείς έλεγχοι, εργασίες συντήρησης, συμμόρφωση με τα διεθνή πρότυπα και άρτια εκπαιδευμένο προσωπικό ενισχύουν την εμπιστοσύνη του κοινού.

Στα πλαίσια του στρατηγικού σχεδιασμού η ύπαρξη δυναμικού/επιθετικού μάρκετινγκ, (εταιρικοί χορηγοί, διαφοροποιημένο προϊόν, σαφή εμπορική ταυτότητα, κ.α.) το οποίο αναγνωρίζει τις ανάγκες της αγοράς και συμβαδίζει με αυτές συντελεί στην ολοκλήρωση της επιτυχίας.

Τέλος η δημιουργία μιας ξενοδοχειακής μονάδας, εντός του πάρκου, θα ενισχύσει σημαντικά τα έσοδα του και θα επιφέρει μεγάλα οικονομικά οφέλη στον προορισμό.

Εν κατακλείδι, εφόσον ένα θεματικό πάρκο μπορεί να καλύψει τις ανάγκες των πελατών του, τότε υπάρχει η βάση για μια επιτυχημένη τουριστική επιχείρηση. Όταν οι προσδοκίες των καταναλωτών ικανοποιούνται ή υπερβαίνουν τα προσδοκώμενα, μπορεί κανείς να περιμένει οι επισκέπτες να επαναλάβουν το συγκεκριμένο ταξίδι, να διαφημίσουν θετικά το πάρκο, τόσο από στόμα σε στόμα, όσο και με τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, διατηρώντας ή και αυξάνοντας τα έσοδα της εκάστοτε τουριστικής υπηρεσίας.

1.8 Θεματικά πάρκα ανά τον κόσμο

Τα τελευταία χρόνια τα θεματικά πάρκα παρουσιάζουν έντονο τουριστικό ενδιαφέρον τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο. Η δημοτικότητα τους έχει αυξηθεί κατακόρυφα και εκατομμύρια επισκέπτες ανά τον κόσμο συρρέουν στα πάρκα αυτά. Αναλυτικότερα το 2019, πάνω από 253 εκατομμύρια άνθρωποι επισκέφτηκαν τα 25 κορυφαία θεματικά πάρκα παγκοσμίως, ποσοστό αυξημένο κατά 0,7%, σε σύγκριση με το 2018. Το 2017 οι επισκέπτες κυμάνθηκαν σχεδόν στα 244 εκατομμύρια, σημειώνοντας αύξηση 4,7% έναντι του 2016. (Rubin, 2020; 2019; 2018; 2017). Αυτό που παρατηρείται είναι ότι ο αριθμός των επισκεπτών κυμαίνεται σε υψηλά επίπεδα και παρουσίαζε συνεχή αύξηση, μέχρι και την εμφάνιση του covid – 19, που επηρέασε το σύνολο της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας (Πίν. 1.2). Ενδιαφέρον είναι να αναφερθεί ότι ο αριθμός των επισκεπτών στα κορυφαία αυτά θεματικά πάρκα είναι ελαφρώς υψηλότερος από τον αριθμό των διεθνών τουριστών που επισκέφθηκαν την Ισπανία, την Κίνα, την Ιταλία και το Ηνωμένο Βασίλειο μαζί το 2008 (Aziz *et al*, 2012)

Πίνακας 1.2: Τα 25 κορυφαία θεματικά πάρκα παγκοσμίως

	Θεματικά Πάρκα	Τοποθεσία	Αριθμός επισκεπτών			
			2019	2018	2017	2020
1	Magic Kingdom (Walt Disney World)	USA (Florida)	20.963.000	20.859.000	20.450.000	6.941.000
2	Disneyland park (Anaheim)	USA (California)	18.666.000	18.666.000	18.300.000	3.674.000
3	Tokyo Disneyland	Japan (Tokio)	17.910.000	17.907.000	16.600.000	4.160.000
4	Tokyo Disneysea	Japan(Tokio)	14.650.000	14.651.00	13.500.000	3.400.000
5	Universal studios Japan	Japan (Osaka)	14.500.000	14.300.000	14.935.000	4.901.000
6	Disney's Animal Kingdom	USA (Florida)	13.888.000	13.750.000	12.500.000	4.166.000
7	Epcot (Walt Disney World)	USA (Florida)	12.444.000	12.444.000	12.200.000	4.044.000
8	Chimelong Ocean Kingdom	China (Hengquin)	11.736.000	10.830.000	9.788.000	4.797.000
9	Disney's Hollywood studios (Walt Disney World)	USA (Florida)	11.483.000	11.258.000	10.722.000	3.675.000
10	Shanghai Disneyland	China (Shanghai)	11.210.000	11.800.000	11.000.000	5.500.000
11	Universal studios Orlando	USA (Florida)	10.922.000	10.708.000	10.198.000	4.096.000
12	Universal's Islands of adventure	USA (Florida)	10.375.000	9.788.000	9.549.000	4.005.000
13	Disney California Adventure	USA (California)	9.861.000	9.861.000	9.574.000	1.919.000
14	Disneyland Park	France (Paris)	9.745.000	9.843.000	9.660.000	2.620.000
15	Universal studios Hollywood	USA (California)	9.147.000	9.147.000	9.056.000	1.299.000
16	Everland	South Korea (Seoul)	6.606.000	5.850.000	6.310.000	2.760.000
17	Lotte World	South Korea (Seoul)	5.953.000	5.960.000	6.714.000	1.560.000
18	Nagashima Spa Land	Japan (Kuwana)	5.950.000	5.920.000	5.930.000	2.400.000
19	Europa Park	Germany (Rust)	5.750.000	5.720.000	5.700.000	2.500.000
20	Ocean Park	Hong Kong Sar	5.700.000	5.800.000	5.800.000	2.200.000
21	Hong Kong Disneyland	Hong Kong Sar	5.695.000	6.700.000	6.200.000	1.700.000
22	De Efteling theme park resort	Netherlands (Kaatsheuvel)	5.260.000	5.400.000	5.180.000	2.900.000
23	Walt Disney Studios Park	France (Paris)	5.245.000	5.298.000	5.200.000	1.410.000
24*	OCT Happy Valley / Tivoli Gardens	China (Beijing) Denmark(Copenhagen)	5.160.000	4.850.000	4.640.000	3.950.000
25	Chimelong Paradise	China (Guangzhou)	4.905.000	4.680.000	4.181.000	2.681.000
	Συνολική επισκεψιμότητα		253.724.000	251.990.000	243.926.000	83.258.000

Πηγή: Rubin, J. (ed.) (2018) TEA/AECOM 2017 Theme index, Museum index 2017: The Global Attractions Attendance Report
 Rubin, J. (ed.) (2019a) TEA/AECOM 2018 Theme index, Museum index 2018: The Global Attractions Attendance Report
 Rubin, J. (ed.) (2019b) TEA/AECOM 2019 Theme index, Museum index 2019: The Global Attractions Attendance Report
 Rubin, J. (ed.) (2020) TEA/AECOM 2020 Theme index, Museum index 2020: The Global Attractions Attendance Report

Επεξεργασία: Προσωπική

Αναλύοντας τον πίνακα με τα κορυφαία θεματικά πάρκα, παρατηρείται ότι η πλειοψηφία τους βρίσκεται στην Ασία, ακολουθούν οι ΗΠΑ με εννιά θεματικά πάρκα και τέλος η Ευρώπη. Την τετραετία 2017- 2020 η λίστα με τα κορυφαία 25 θεματικά πάρκα παγκοσμίως παραμένει σχεδόν αναλλοίωτη. Η μοναδική μεταβολή που παρατηρείται παρουσιάζεται στον αριθμό 24 της λίστας, όπου για το 2020 και το 2019 βρίσκεται το OCT Happy Valley στην Κίνα, ενώ για το 2017 και 2018 το Tivoli Gardens στην Κοπεγχάγη της Δανίας (Rubin, 2020; 2019; 2018; 2017). Αξίζει να σημειωθεί ότι ο υπολογισμός της ετήσιας επισκεψιμότητας στα 25 κορυφαία θεματικά πάρκα υπολογίζεται αντίστοιχα από το εκάστοτε θεματικό πάρκο που κατέχει την 24^η θέση της λίστας.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται ορισμένα από τα δημοφιλέστερα και πιο επισκέψιμα θεματικά πάρκα παγκοσμίως.

1.8.1 Θεματικά πάρκα στην Ευρώπη

Η ευρωπαϊκή αγορά θεματικών πάρκων, αποτελεί μια σπουδαία αγορά στον τομέα της αναψυχής. Διαθέτει ορισμένα από τα πιο δημοφιλή θεματικά πάρκα παγκοσμίως, με συναρπαστικές βόλτες, υδάτινες διαδρομές, καθηλωτικά θεάματα και παραστάσεις. Η αγορά της κυριαρχείται κυρίως από τις εταιρείες, Walt Disney Company και Merlin Entertainment, οι οποίες διαθέτουν θεματικά πάρκα στην κατάταξη των πάρκων ψυχαγωγίας με τις περισσότερες επισκέψεις στην Ευρώπη.

1.8.1.1 Θεματικό πάρκο Europa Park

Το Europa Park αποτελεί το μεγαλύτερο θεματικό πάρκο της Γερμανίας και ένα από τα κορυφαία θεματικά πάρκα στην Ευρώπη. Το πάρκο βρίσκεται στην περιοχή Rust και λειτουργεί από τον Ιούλιο του 1975. Σήμερα η συνολική του έκταση αγγίζει τα 950.000 τμ, συμπεριλαμβανομένων και των ξενοδοχείων. Το πάρκο χωρίζεται σε 18 θεματικές περιοχές, εκ των οποίων οι 15 είναι εμπνευσμένες από ευρωπαϊκές χώρες ενώ οι άλλες 3 από φανταστικούς κόσμους. Περιλαμβάνει περισσότερες από 100 ατραξιόν και παραστάσεις, 13 roller coaster (τρενάκια), 12 υδάτινες διαδρομές, 45 θεματικά εστιατόρια και μπαρ, κινηματογράφο καθώς και 6 ξενοδοχεία 4* (Europa – Park GmbH & Co Mack KG, 2022a).

1.8.1.2 Θεματικό πάρκο Efteling

Το πάρκο Efteling είναι το μεγαλύτερο θεματικό πάρκο της Ολλανδίας, βρίσκεται στην πόλη Kaatsheuvel και αποτελεί ένα από τα τρία πιο επισκέψιμα θεματικά πάρκα της Ευρώπης. Το πάρκο άνοιξε τις πύλες του τον Μάιο του 1952 και πλέον η έκταση του φτάνει τα 720.000 τμ (μόνο το πάρκο). Το θέμα του βασίζεται στη φαντασία, σε μύθους, θρύλους και παραμύθια. Το πάρκο χωρίζεται σε πέντε θεματικές περιοχές ή «βασιλεία», το βασίλειο των ταξιδιών, το βασίλειο των νεραϊδών, της περιπέτειας, το «άλλο» βασίλειο και το βασίλειο της φαντασίας. Στο πάρκο υπάρχουν πολλές βόλτες με τρενάκια, βόλτες με κατακόρυφη πτώση και υδάτινες διαδρομές, κατάλληλες για τους μεγαλύτερους επισκέπτες. Οι μικροί φίλοι του πάρκου μπορούν να εξερευνήσουν το δάσος του παραμυθιού, να επισκεφτούν το παλάτι Symbolica, να συναντήσουν δράκους, βασιλιάδες και βασίλισσες. Τέλος το πάρκο διαθέτει πολλές επιλογές για φαγητό, καφέ και διαμονή (Efteling, 2022).

1.8.1.3 Θεματικό πάρκο Alton Towers

Το πάρκο Alton Towers αποτελεί ένα από τα πιο δημοφιλή θεματικά πάρκα στο Ηνωμένο Βασίλειο και το μεγαλύτερο σε έκταση στη χώρα. Βρίσκεται στο Staffordshire, κοντά στο χωριό Alton, άνοιξε τις πύλες του ως θεματικό πάρκο τον Απρίλιο του 1980 και λειτουργεί από την εταιρεία Merlin Entertainments. Το πάρκο είναι εμπνευσμένο από τη Disneyland και σχεδιάστηκε για να φιλοξενήσει πολλούς και διαφορετικούς χώρους, βασισμένους στην αγγλική κληρονομιά. Το πάρκο είναι χωρισμένο σε 10 θεματικές περιοχές περιπέτειας, την οδό Towers, το φαράγγι Katanga με θέμα ένα αφρικανικό χωριό, το Gloomy Wood, την Απαγορευμένη Κοιλιάδα, το X – Sector με θέμα τις πειραματικές δοκιμές, το Mutiny Bay βασισμένο στους πειρατές, τον κόσμο του David Walliams, βασισμένο στα παιδικά βιβλία του συγγραφέα, το Σκοτεινό δάσος, το CBeebies Land, βασισμένο σε προγράμματα του ομότιτλου παιδικού τηλεοπτικού καναλιού και τέλος τους Πύργους. Διαθέτει συνολικά πάνω από 40 ατραξιόν, εκ των οποίων δέκα τρενάκια, τρεις υδάτινες διαδρομές, τρεις σκοτεινές διαδρομές (τρενάκι του τρόμου) και 20 ατραξιόν – δραστηριότητες που απευθύνονται στο μικρό κοινό και τις οικογένειες τους. Το πάρκο προσφέρει μια σειρά από επιλογές για φαγητό, γλυκό και καφέ, καταστήματα με είδη δώρων και αναμνηστικά. Τέλος οι εγκαταστάσεις του περιλαμβάνουν το υδάτινο πάρκο Alton Towers, γήπεδο γκολφ, συνεδριακές εγκαταστάσεις και εγκαταστάσεις διαμονής. Η περίοδος λειτουργίας του

θεματικού πάρκου αρχίζει συνήθως στα τέλη Μάρτιου και ολοκληρώνεται αρχές Νοεμβρίου, ενώ κάποια από τα ξενοδοχεία του είναι ανοιχτά όλο το χρόνο (Merlin Entertainments, 2022a).

1.8.1.4 Θεματικό πάρκο PortAventura

Το PortAventura, δημιουργήθηκε τον Μάιο του 1995 στην Καταλονία και αποτέλεσε το πρώτο θεματικό πάρκο στην Ισπανία. Το πάρκο είναι χωρισμένο σε έξι θεματικές ενότητες, η καθεμία από αυτές βασίζεται σε διαφορετικούς πολιτισμούς, της Μεσογείου, της Πολυνησίας, της Κίνας, του Μεξικού και της Άγριας Δύσης αντίστοιχα, ενώ το 2011 δημιουργήθηκε η θεματική ενότητα της οδού Sesame, ειδικά σχεδιασμένη για παιδιά. Το πάρκο διαθέτει συνολικά 38 ατραξιόν, με 7 τρενάκια και 5 υδάτινες διαδρομές. Επιπλέον οι επισκέπτες μπορούν να παρακολουθήσουν μοναδικές παραστάσεις, με μουσικό, χορευτικό ή εκπαιδευτικό χαρακτήρα. Το πάρκο διαθέτει εστιατόρια, καταστήματα αναμνηστικών και δώρων, καταστήματα με γλυκά, καθώς και ειδικά διαμορφωμένους χώρους όπου το κοινό μπορεί να προμηθευτεί αναμνηστικές φωτογραφίες (PortAventura, 2022).

1.8.1.5 Disneyland Park

Το πάρκο της Disneyland είναι ένα από τα σημαντικότερα θεματικά πάρκα παγκοσμίως και ίσως το δημοφιλέστερο θεματικό πάρκο στην Ευρώπη. Το πάρκο βρίσκεται στο Παρίσι, η λειτουργία του ξεκίνησε τον Απρίλιο του 1992 και αποτέλεσε το πρώτο από τα δύο πάρκα που συνθέτουν σήμερα το τουριστικό συγκρότημα της Disneyland. Σχεδιασμένο και κατασκευασμένο από την εταιρεία της Walt Disney το πάρκο μεταφέρει τους επισκέπτες του σ' ένα κόσμο φαντασίας. Το θέμα του είναι αφιερωμένο στα παραμύθια και τους χαρακτήρες της Disney και χωρίζεται σε πέντε θεματικές χώρες. Στη Main Street, έναν δρόμο γεμάτο καταστήματα, εστιατόρια, καφέ και ζαχαροπλαστεία, που παραπέμπει στις Η.Π.Α. του 1870. Στη Fantasyland, τη χώρα των παραμυθιών και των μύθων, με κύριο θέλγητρο το Κάστρο της Ωραίας Κοιμωμένης. Στη Frontierland, με θέμα την Άγρια Δύση του 19^{ου} αιώνα. Στην Adventureland, τη χώρα της περιπέτειας και των ονείρων, όπου μεταφέρει τους επισκέπτες στη θάλασσα και τους πειρατές, στον μαγευτικό κόσμο του Αλαντίν και σ' ένα σαφάρι στην Αφρική. Τέλος στη Discoveryland, τη χώρα των οραματιστών, των ανακαλύψεων, του διαστήματος και του μέλλοντος. Συνολικά στο πάρκο φιλοξενούνται 49 ατραξιόν, ενώ τη μαγεία της Disneyland ολοκληρώνουν

παραστάσεις, παρελάσεις, καταστήματα, θεματικά εστιατόρια και καφέ (Disneyland Paris, n.d a; n.d. b; ParcDeParis.com, 2022).

1.8.2 Θεματικά πάρκα στην Αμερική

Οι ΗΠΑ συγκεντρώνουν ένα σημαντικό αριθμό θεματικών πάρκων, κυρίως στην Κεντρική Φλόριντα και στην Καλιφόρνια.

Η βιομηχανία θεματικών πάρκων της Φλόριντας αποτελείται από μερικά μεγάλα θεματικά πάρκα, όπου το καθένα προσελκύει πάνω από ένα εκατομμύριο επισκέπτες (Walt Disney's Magic Kingdom, Epcot Center, Universal's Islands of Adventure) και περίπου 20 μικρότερα πάρκα που προσφέρουν στο κοινό θεματικές εμπειρίες.

Αντίστοιχα και στην Καλιφόρνια υπάρχουν σπουδαία θεματικά πάρκα, που παρουσιάζουν έντονο τουριστικό ενδιαφέρον και πολύ υψηλή επισκεψιμότητα (Disneyland park, Disney California Adventure).

1.8.2.1 Universal's Islands of adventure

Το Universal's Islands of Adventure είναι ένα θεματικό πάρκο που βρίσκεται στο Ορλάντο της Φλόριντα. Η λειτουργία του ξεκίνησε στις 28 Μαΐου 1999, από την εταιρία Universal Parks and Resorts. Το πάρκο χωρίζεται σε οκτώ θεματικά νησιά και διαθέτει συνολικά 19 ατραξιόν. Το Port of Entry, αποτελεί την κύρια είσοδο του πάρκου, διαθέτει πολλά καταστήματα και επιλογές για φαγητό, ενώ δεν περιέχει βόλτες και άλλες δραστηριότητες. Το Marvel Super Hero Island βασισμένο στους υπερήρωες της Marvel, διαθέτει τέσσερις ατραξιόν, καταστήματα και χώρους εστίασης. Το Toon Lagoon εμπνευσμένο από τους χαρακτήρες του King Features Syndicate και τον Jay Ward, εστιάζει κυρίως στις υδάτινες διαδρομές. Το Skull Island, που αποτελεί το νεότερο νησί του πάρκου (2016) διαθέτει μια σκοτεινή διαδρομή βασισμένη στον King Kong. Το Jurassic Park είναι βασισμένο στην ομώνυμη σειρά ταινιών. Το νησί περιέχει συναρπαστικές βόλτες και διαδραστικά εκπαιδευτικά παιχνίδια. Το Wizarding World of Harry Potter – Hogsmeade διαθέτει ατραξιόν, καταστήματα και εστιατόρια που βρίσκονται μέσα σε τοποθεσίες, όπως το Απαγορευμένο Δάσος και το Κάστρο του Χόγκουαρτς. Το Lost Continent με θέμα αρχαίους μύθους και θρύλους, φιλοξενεί ένα διαδραστικό παιχνίδι, μια παράσταση ειδικών εφέ και ένα εστιατόριο πλήρους εξυπηρέτησης. Τέλος το Seuss Landing, βασισμένο στα έργα του συγγραφέα Dr. Seuss, διαθέτει πολλές ατραξιόν για μικρά παιδιά, καθώς και μια ποικιλία από εστιατόρια και

καταστήματα εμπορευμάτων (Universal Orlando Resort™, 2022; Universal's Islands of Adventure, n. d.).

1.8.2.2 Disneyland Καλιφόρνια

Η Disneyland βρίσκεται στο Anaheim της Καλιφόρνια, άνοιξε τις πύλες της το 1955 και αποτελεί το μόνο πάρκο της Disney που σχεδιάστηκε και κατασκευάστηκε υπό την άμεση επίβλεψη του Walt Disney. Το πάρκο διαιρείται σε οκτώ θεματικές περιοχές, (μετά τη διακοπή λειτουργίας της Mickey's Toonland, τον Μάιο του 2022) με θέματα χαρακτήρες και παραμύθια της Disney. Η Main Street, Η.Π.Α. είναι εμπνευσμένη από τη γενέτειρα του Walt Disney, Marceline, στο Μιζούρι. Η θεματική αυτή περιοχή αναπαριστά το δρόμο που βρισκόταν η παιδική κατοικία του Disney, διαθέτει σιδηροδρομικό σταθμό, κινηματογράφο, εμπορικό κέντρο και καταστήματα.

Η περιοχή φιλοξενεί επίσης το σπίτι της Όπερας, με την ανιματρονική παράσταση «Υπέροχες στιγμές με τον κ. Λίνκολν» και την Γκαλερί Τέχνης της Disney.

Στην Adventureland το κοινό έρχεται σε επαφή με ένα σκηνικό ζούγκλας. Ατραξιόν όπως οι περιπέτειες του Ιντιάνα Τζόνσον και το Δεντρόσπιτο του Ταρζάν προσφέρουν μοναδική εμπειρία. Η πλατεία της Νέας Ορλεάνης βασίζεται στη Νέα Ορλεάνη του 19ου αιώνα. Στην περιοχή αυτή κυριαρχεί η τζαζ μουσική, μοναδικά καταστήματα και ατραξιόν. Στη Fantasyland, ζωντανεύουν διάσημες αγαπημένες παιδικές ιστορίες, μέσα από ευφάνταστες βόλτες και μοναδική αρχιτεκτονική. Ο Peter Pan, η Αλίκη στη χώρα των θαυμάτων είναι κάποιες από αυτές. Στη Star Wars: Galaxy's Edge, το κοινό θα βρεθεί σε έναν πολύ μακρινό γαλαξία, θα τον εξερευνήσει και θα ζήσει μοναδικές περιπέτειες. Τέλος το πάρκο ολοκληρώνουν η Frontierland, βασισμένη στην Άγρια Δύση, η Critter Country, μια θεματική περιοχή με υδάτινες κυρίως διαδρομές και η Tomorrowland όπου οι επισκέπτες «μεταφέρονται» στο μέλλον (Disney, 2022b).

1.8.3 Θεματικά πάρκα στην Ασία

Η Ασία αποτέλεσε μια σπουδαία αγορά θεματικών πάρκων για τον 21^ο αιώνα. Αρκετές ασιατικές πόλεις, όπως η Μπανγκόκ και η Σιγκαπούρη, θέλοντας να αποτελέσουν τουριστικούς κόμβους, ενέταξαν στα σχέδια τους τη δημιουργία θεματικών πάρκων. Πλέον η Ασιατική Ήπειρος απαριθμεί ένα μεγάλο αριθμό πάρκων και καταλαμβάνει σημαντικές θέσεις στο πίνακα με τα κορυφαία θεματικά πάρκα ανά τον κόσμο την τελευταία δεκαετία.

1.8.3.1 Everland (Νότια Κορέα)

Η Everland αποτελεί το μεγαλύτερο θεματικό πάρκο της Νότιας Κορέας. Το πάρκο βρίσκεται στην περιοχή Yongin και η λειτουργία του ξεκίνησε το 1976 από τη Samsung C&T Corporation. Η Everland αποτελεί ένα μαγικό κόσμο περιπέτειας και ενθουσιασμού και χωρίζεται σε πέντε θεματικές ζώνες. Στη ζώνη Global Fair, είναι συγκεντρωμένα καταστήματα και εστιατόρια. Στο σημείο κυριαρχεί ποικίλη αρχιτεκτονική, από τη Μεσοποταμία ως και την αναγεννησιακή περίοδο. Η American Adventure, είναι εμπνευσμένη από την ιστορία της Αμερικής, από την ανακάλυψη της μέχρι και τη δεκαετία του 60'. Συναρπαστικά παιχνίδια και έντονη μουσική περιμένουν τους επισκέπτες. Η θεματική ζώνη Magic Land, βασίζεται στους μύθους του Αισώπου, απευθύνεται στους μικρούς φίλους του πάρκου και περιλαμβάνει παιχνίδια, βόλτες και άλλες δραστηριότητες. Η Europan Adventure, είναι κατασκευασμένη στα πρότυπα ευρωπαϊκών χωρών. Εστιατόρια, ένας κήπος με εποχικά λουλούδια, ατραξιόν και παιχνίδια συνθέτουν τη ζώνη αυτή. Τέλος η Zootopia, ταξιδεύει το κοινό στον άγριο κόσμο των ζώων (EverlandResort, n. d).

1.9 Θεματικά πάρκα στην Ελλάδα

Σε αντίθεση με τα διεθνή παραδείγματα που παρουσιάστηκαν, η Ελλάδα δεν έχει να επιδείξει κάποιο θεματικό πάρκο, το οποίο να συνιστά εστία τουριστικού ενδιαφέροντος (Ντούβας, 2000: 146). Στην Ελλάδα τα θεματικά πάρκα δεν είναι ιδιαίτερα διαδεδομένα και η ανάπτυξη τους έχει καθυστερήσει σημαντικά. Ορισμένα από αυτά λειτουργούν παροδικά, κυρίως στις γιορτές των Χριστουγέννων, σε προσωρινές εγκαταστάσεις και είναι αφιερωμένα στον Άγιο Βασίλη και σε χριστουγεννιάτικα παραμύθια. Κάποια παραδείγματα θεματικών πάρκων της χώρας που προσεγγίζουν σ' ένα βαθμό την έννοια και τα χαρακτηριστικά του θεματικού πάρκου παρουσιάζονται στη συνέχεια.

1.9.1 Θεματικό Πάρκο Συνεβρού Area Synest

Το Θεματικό Πάρκο Συνεβρού Area Synest βρίσκεται στον νομό Πελοποννήσου και συγκεκριμένα στην περιοχή της Ακράτας, σε απόσταση μόλις μιάμιση ώρα από την Αθήνα. Η δημιουργία του πάρκου αποτέλεσε έμπνευση του καλλιτέχνη Martin Manikian και η λειτουργία του ξεκίνησε τον χειμώνα του 2016. Το πάρκο συνδυάζει αρμονικά την ομορφιά της φύσης με τη μαγεία της τέχνης. Η ονομασία του είναι εμπνευσμένη από την αγγλική λέξη Nest που σημαίνει φωλιά, ενώ και το θέμα του πάρκου βασίζεται στην αγάπη του καλλιτέχνη για τα πουλιά. (Area Synest All Day

Nature, χ.χ.). Οι επισκέπτες έχουν τη δυνατότητα να περιηγηθούν ανάμεσα σε φωλιές που έχουν ανθρώπινες διαστάσεις, να συναντήσουν ζώα του δάσους, να παρατηρήσουν τα γυάλινα θεματικά θερμοκήπια, ενώ σε διάφορα σημεία του πάρκου θα δουν εικόνες νεραϊδών (Ντόκα Α., 2018).

1.9.2 Περιβαλλοντικό Πάρκο Δεινοσαύρων

Το Περιβαλλοντικό Πάρκο Δεινοσαύρων στη Θεσσαλονίκη, αποτελεί ένα θεματικό πάρκο κατάλληλο για όλες τις ηλικιακές κατηγορίες, μικροί και μεγάλοι μπορούν να θαυμάσουν δεινόσαυρους και άλλα προϊστορικά ζώα σε μια έκταση 10.000 τμ. Το πάρκο βρίσκεται στο 7χλμ. Θεσσαλονίκης – Ωραιόκαστρου, σε ένα φυσικό περιβάλλον με καταρράχτες και λίμνη. Η λειτουργία του ξεκίνησε το 2008 και αποτελεί τη μεγαλύτερη έκθεση δεινοσαύρων στην Ευρώπη. Το πάρκο φιλοξενεί εκατό ομοιώματα δεινοσαύρων με κίνηση, σε φυσικό μέγεθος. Επιπλέον παρέχει στους επισκέπτες τη δυνατότητα να συναντήσουν πραγματικά απολιθώματα που χρονολογούνται χιλιάδες χρόνια πριν, να βρεθούν στο σπήλαιο της εξέλιξης του ανθρώπου με τις θεματικές φιγούρες Homo Sapiens, Homo Erectus κ.α. και να περιπλανηθούν στο τμήμα των θηλαστικών και της θαλάσσιας ζωής. Τέλος το πάρκο διαθέτει μουσεία, παιδότοπους, υπαίθριες αθλητικές εγκαταστάσεις, καφέ μπαρ, ταβέρνα, αίθουσες εκδηλώσεων και ξενοδοχείο (Πάρκο Δεινοσαύρων, 2020).

1.9.3 Odysseus zoo land

Ο ζωολογικός κήπος Οδυσσέας στη Κεφαλονιά, βρίσκεται στην Εθνική Οδό Αργοστολίου – Σάμης. Πρόκειται για ένα ξεχωριστό θεματικό πάρκο, όπου οι επισκέπτες μέσα σ' ένα φυσικό περιβάλλον μπορούν να συνδυάσουν τη γνωριμία τους με σπάνια ζώα και πτηνά, με την εξιστόρηση των περιπετειών του Οδυσσέα. Μια σειρά εκθεμάτων συνθέτουν την ιστορία του ταξιδιού του ήρωα μέχρι την επιστροφή του στην Ιθάκη (OdysseusZooLand, 2022).

1.9.4 Labyrinth park

Το θεματικό πάρκο Λαβύρινθος, βρίσκεται στο Ηράκλειο Κρήτης και συγκεκριμένα στην Άνω Χερσόνησο. Το πάρκο καταλαμβάνει μια έκταση 15 στρεμμάτων και έχει σαν κύριο θέμα του τον λαβύρινθο. Πρόκειται για μια ξύλινη κατασκευή, 1300 τμ και τριών διαστάσεων σχεδιασμένη από τον Adrian Fisher. (Δήμος Χερσονήσου, 2022). Συμμετέχοντες όλων των ηλικιών περιπλανούνται στα διάφορα μονοπάτια,

ανακαλύπτουν πληροφορίες γύρω από τον μύθο και προσπαθούν να οδηγηθούν στην έξοδο. Επιπλέον το κοινό του θεματικού πάρκου, μπορεί να λάβει μέρος σε δραστηριότητες όπως μίνι γκολφ και τοξοβολία, να επισκεφτεί τη φάρμα, τον βιολογικό κήπο και το εργαστήρι κεραμικής (LabyrinthPark.gr, 2022).

1.9.5 Greek Mythology Thematic Park

Ένα ακόμη θεματικό πάρκο που αξίζει να αναφερθεί είναι το Greek Mythology thematic park, στο Ψυχρό του νομού Λασιθίου. Η κατασκευή του πάρκου ολοκληρώθηκε το 2020 και η έκταση του φτάνει τα 3000 τμ. Τα θέματα του πάρκου είναι εμπνευσμένα από την αρχαία Ελλάδα, τον πολιτισμό, την μυθολογία και την αγροτική ζωή της Κρήτης. Οι επισκέπτες που θα περιηγηθούν στο πάρκο θα συναντήσουν περισσότερα από πενήντα εκθέματα, ενώ μέσω της ξενάγησης θα ανακαλύψουν την ιστορία και τους μύθους της Κρήτης και της Ελλάδας ευρύτερα. Το πάρκο διαθέτει κατάστημα αναμνηστικών δώρων και καφέ. (Greek Mythology Theme Park Crete, 2022).

1.9.6 Allou Fun Park

Τέλος άξιο αναφοράς είναι το ψυχαγωγικό πάρκο Allou Fun Park, στον δήμο Νίκαιας – Αγίου Ιωάννη Ρέντη το οποίο δραστηριοποιείται από την Ανώνυμη Εταιρία Ελληνικά ψυχαγωγικά πάρκα. Το πάρκο παρόλο που δεν έχει κάποιο συγκεκριμένο θέμα, προσεγγίζει τα θεματικά πάρκα του εξωτερικού όσον αφορά τις ατραξιόν. Εγκαινιάστηκε τον Οκτώβριο του 2002 και διαθέτει εκτός από ένα πλήθος καινοτόμων παιχνιδιών, όπως τρενάκια (roller coaster) και υδάτινες διαδρομές, υπηρεσίες φαγητού και ποτού. Την επόμενη χρόνια ένα νέο πάρκο προστέθηκε στο συγκρότημα ψυχαγωγίας. Συγκεκριμένα στα τέλη του 2003 το Kidom άνοιξε τις πύλες του, αποκλειστικά για μικρά παιδιά και τους γονείς τους (Allou! Fun Park, 2022).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο: ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΘΕΜΑΤΙΚΩΝ ΠΑΡΚΩΝ ΣΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

2.1 Θεματικά πάρκα και τουρισμός

Ο τομέας του τουρισμού διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας συνεισφέροντας σημαντικά στο περιφερειακό εισόδημα. Τις τελευταίες δεκαετίες τα θεματικά πάρκα πρωταγωνιστούν στην τουριστική βιομηχανία και συμβάλλουν στη δημιουργία τουριστικής ζήτησης, καθώς αποτελούν κύρια κίνητρα για τουριστικά ταξίδια σε πολλούς προορισμούς παγκοσμίως (Dridea Catrinel and Strutzen, 2008).

Η σύγχρονη έννοια του τουρισμού προσανατολίζεται σε δραστηριότητες όπου οι τουρίστες μπορούν να συμμετέχουν. Τα ταξίδια παρακινούνται από ενδιαφέρον για ένα συγκεκριμένο θέμα ή περιοχή και όχι από πιο παραδοσιακά κίνητρα, όπως ο ήλιος, η θάλασσα ή ένα ειδυλλιακό τοπίο. Πλέον η αγορά θεματικών πάρκων βιώνει τεράστια ανάπτυξη στον ταξιδιωτικό και τουριστικό κλάδο, αποτελώντας μια από τις κορυφαίες μορφές μαζικής ψυχαγωγίας και αναπόσπαστο κομμάτι των τουριστικών αξιοθέατων οποιασδήποτε χώρας.

2.2 Συμβολή των θεματικών πάρκων στην περιοχή υποδοχής

Η επίδραση των θεματικών πάρκων, όπως και κάθε τουριστικής δραστηριότητας, σε μια περιοχή είναι πολυδιάστατη όπως ακριβώς και η φύση του τουρισμού, καθώς συνδέεται με διάφορες άλλες δραστηριότητες, όπως οι μεταφορές και οι υποδομές. Ο τουρισμός μπορεί να επιφέρει ένα σύνολο επιπτώσεων στην περιοχή υποδοχής, ενώ αντίστοιχα αποτελέσματα μπορούν να προκληθούν από τη δημιουργία ενός θεματικού πάρκου. Κάθε τουριστικά ανεπτυγμένη κοινωνία αντιμετωπίζει τις πολλαπλές συνέπειες του τουρισμού, οι οποίες συνδέονται με οικονομικούς, κοινωνικό – πολιτιστικούς και περιβαλλοντικούς παράγοντες.

Η βιομηχανία των θεματικών πάρκων και πάρκων αναψυχής, συμβάλλει σημαντικά στη βιωσιμότητα των προορισμών σε πολλούς τομείς, παρέχοντας σημαντικό αντίκτυπο στην περιφερειακή ανάπτυξη, στην οικονομία, στην κουλτούρα του πληθυσμού, στη δημιουργία θέσεων εργασίας καθώς και στις επενδύσεις σε υποδομές.

Η δημιουργία ενός πρότυπου θεματικού πάρκου ενισχύει την εικόνα της περιοχής, συμβάλλει στη διαμόρφωση του κοινωνικού περιβάλλοντος και προσδίδει κύρος σε

τοπικό και σε εθνικό επίπεδο. Η λειτουργία του πάρκου αποτελεί ένα επιπλέον κίνητρο για ταξίδι σε έναν προορισμό, καθιστώντας το, κεντρικό τουριστικό κόμβο για την εξερεύνηση της πόλης, ενισχύοντας παράλληλα την τουριστική περίοδο και αμβλύνοντας την εποχικότητα.

2.2.1 Οικονομικές επιδράσεις

Η δημιουργία θεματικών πάρκων, μέσα από την πώληση υπηρεσιών αναψυχής, στοχεύει κατά κύριο λόγο στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής φιλοξενίας. Τα θεματικά πάρκα ανάλογα με τον τύπο και το μέγεθος τους, μπορούν να προσελκύσουν επισκέπτες τόσο από κοντινές όσο και από μακρινές περιοχές, και να επιφέρουν μια ποικιλία οικονομικών οφελών στον προορισμό. Εσωτερικός και εξωτερικός τουρισμός, θα συντελέσουν στην αναχαίτιση της εκροής συναλλάγματος από τη χώρα και στην εισροή συναλλάγματος από το εξωτερικό αντίστοιχα. Η βιομηχανία των θεματικών πάρκων αποτελεί άλλωστε έναν σημαντικό τομέα προκειμένου μία χώρα να κερδίσει ξένο συνάλλαγμα (Dridea Catrinel and Strutzen, 2008).

Σε γενικές γραμμές τα θεματικά πάρκα παράγουν έσοδα στις τοπικές και περιφερειακές οικονομίες, πέρα από αυτά που αναδίδουν, δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας και ευνοϊκές συνθήκες για καινούριες επενδύσεις.

Τα θεματικά πάρκα αποτελούν ένα σημαντικό τομέα της τουριστικής βιομηχανίας και η συμβολή τους στα πλαίσια μιας εθνικής οικονομίας μετριέται όπως ευρύτερα και ο τουρισμός, από το μέγεθος των συναλλαγματικών εισροών, από τη δημιουργία θέσεων απασχόλησης, από την εξισορρόπηση του Ισοζυγίου Πληρωμών, την τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη (Κορρές, χ.χ.). Επιπλέον συνεισφέρουν στην ανάπτυξη του περιφερειακού και εθνικού ΑΕΠ.

Εξετάζοντας αναλυτικά τις οικονομικές επιδράσεις που θα επιφέρει μία τέτοια επένδυση, συμπεραίνεται ότι τα θεματικά πάρκα θα αποτελέσουν μια νέα πηγή εσόδων στην αγορά και θα συμβάλλουν στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας με άμεσο και έμμεσο τρόπο. Στα άμεσα οφέλη συγκαταλέγονται τα έσοδα από τα εισιτήρια εισόδου, τα οποία υποδηλώνουν την επισκεψιμότητα του πάρκου. Ένας μεγάλος αριθμός επισκεπτών φέρει και μεγαλύτερα οικονομικά οφέλη στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας. Αντίστοιχα, έμμεσα οφέλη θα επέλθουν από την κατανάλωση φαγητού και ποτού, τις αγορές σε εμπορικά καταστήματα και τις διανυκτερεύσεις. Συνεπώς το μέγεθος του εισοδήματος του πάρκου δεν εξαρτάται μόνο από τον αριθμό των

επισκεπτών, αλλά και από το κεφάλαιο που είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν κατά την στην παραμονή τους σε αυτό.

Παράλληλα παρουσιάζονται πολλαπλασιαστικές επιδράσεις στην τοπική οικονομία, μέσω της οικονομικής ενίσχυσης που θα γνωρίσουν οι επιχειρήσεις εκτός του θεματικού πάρκου, καθώς οι επισκέπτες δεν περιορίζονται αποκλειστικά εντός του χώρου του, αλλά μπορούν να επισκεφτούν την ευρύτερη περιοχή. Τα έσοδα από τις δαπάνες αυτές σε εστιατόρια, καφέ, καταστήματα λιανικής και καταλύματα, θα συμβάλλουν στην τοπική ανάπτυξη. Οι επιλογές που προσφέρει η εκάστοτε περιοχή παράλληλα με τις υπηρεσίες του θεματικού πάρκου, θα παρατείνουν τη διαμονή των επισκεπτών και θα οδηγήσουν στην ανάπτυξη οικονομιών κλίμακας (Milman *et al.*, 2010). Επιπλέον από τον τουρισμό του θεματικού πάρκου θα επηρεαστούν σημαντικά ο τομέας των μεταφορών και οι εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων.

Πέρα από τα έσοδα του θεματικού πάρκου, οι δαπάνες των επισκεπτών φέρουν σημαντικά οφέλη στην απασχόληση. Η λειτουργία ενός θεματικού πάρκου δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας. Στην περιοχή υποδοχής παρατηρείται αύξηση της προσφοράς απασχόλησης, τόσο με θέσεις εργασίας εντός του θεματικού πάρκου, όσο και εκτός αυτού σε νέες ή υπάρχοντες τουριστικές υποδομές – εγκαταστάσεις. Παράλληλα ενισχύεται σημαντικά ο τομέας της αυτοαπασχόλησης με τη ίδρυση ατομικών τουριστικών επιχειρήσεων.

Επιπλέον συνδράμει στην τοπική οικονομία μέσω της συνεργασίας με προμηθευτές (πρώτων υλών) απαραίτητους για τη δημιουργία και τη λειτουργία του πάρκου. Εταιρίες που αναλαμβάνουν την κατασκευή των παιχνιδιών, των βολτών με τρενάκια και όλων των δραστηριοτήτων του πάρκου. Εταιρίες που προμηθεύουν τραπεζοκαθίσματα, κάδους απορριμμάτων, ιστούς και πυλώνες φωτισμού, εξοπλισμό ειδών υγιεινής, εξοπλισμό πυρασφάλειας κ.α. Εταιρίες υπεύθυνες για την προμήθεια πρώτων υλών που απαιτούνται για την κάλυψη των αναγκών σίτισης, καθώς σε ένα θεματικό πάρκο καταναλώνεται πολύ μεγάλη ποσότητα φαγητού και ποτού από τους επισκέπτες κατά τη διάρκεια παραμονής τους. Η εκμετάλλευση και απορρόφηση των διαθέσιμων τοπικών πόρων, χρησιμοποιώντας τα αγαθά του τόπου κρίνεται σημαντική, γιατί με τον τρόπο αυτό οι επισκέπτες γνωρίζουν τα παραδοσιακά προϊόντα και ενισχύεται η εξαγωγή τους.

Τέλος η συμβολή τους στη διαμόρφωση του εγχώριου ισοζυγίου πληρωμών είναι πολύ σημαντική, καθώς οι εισπράξεις από τα θεματικά πάρκα ενισχύουν τις συνολικές ετήσιες τουριστικές εισπράξεις.

2.2.2 Κοινωνικό – πολιτιστικές επιδράσεις

Πέρα όμως από τα οικονομικά οφέλη στην ευρύτερη περιοχή είναι πολύ σημαντικό να λαμβάνεται υπόψη το κοινωνικό – πολιτιστικό αντίκτυπο που θα επιφέρει η δημιουργία ενός θεματικού πάρκου. Μια τέτοια επένδυση θα έχει θετικά αποτελέσματα για την κοινωνία υποδοχής, αναπτύσσοντας τη διαπολιτισμική επικοινωνία, βελτιώνοντας το βιοτικό επίπεδο, μειώνοντας το ποσοστό φτώχειας και ενισχύοντας την ψυχική και σωματική υγεία κατοίκων και τουριστών.

Η επίτευξη των θετικών αυτών αποτελεσμάτων και η ομαλή και σωστή λειτουργία του θεματικού πάρκου προϋποθέτει την απουσία ανοιχτών κοινωνικών ζητημάτων. Η δημιουργία ενός θεματικού πάρκου δημιουργεί αλληλεπίδραση μεταξύ κατοίκων και επισκεπτών (Dridea Catrinel and Strutzen, 2008). Άνθρωποι με διαφορετικά ήθη, έθιμα, κουλτούρες συναναστρέφονται μεταξύ τους ανταλλάσσοντας γνώσεις και εμπειρίες. Προκειμένου να εξασφαλιστεί η βιώσιμη τοπική ανάπτυξη και να αποφευχθούν προβλήματα, απόρροια του υπερπληθυσμού εγκαταστάσεων, της εμπορευματοποίησης, της διαπολιτισμικής επικοινωνίας (διαφορά γλώσσας, ήθη – έθιμα), της αύξησης της κυκλοφορίας κρίνεται σημαντική η ενημέρωση της τοπικής κοινωνίας γύρω από την έννοια των θεματικών πάρκων και τη συμβολή της παρούσας επένδυσης.

Παράλληλα μεγίστης σημασίας είναι το πόσο προσιτό είναι το θεματικό πάρκο στους κατοίκους της περιοχής. Μια επένδυση η οποία δε θα μπορεί να χρησιμοποιηθεί από τους ντόπιους λόγω υψηλού κόστους είναι πιθανό να προκαλέσει τη δυσαρέσκεια τους έναντι των ξένων τουριστών, που απολαμβάνουν τις υπηρεσίες της (Clavé, 2007: 259).

Επιπλέον η ενίσχυση της αγοράς εργασίας, εκτός από τα οικονομικά οφέλη θα επηρεάσει και το κοινωνικό – πολιτιστικό επίπεδο. Οι ευκαιρίες εργασίας θα συντελέσουν στην μείωση της κοινωνικής ανισότητας ανάμεσα σε κατοίκους και τουρίστες. Το βιοτικό επίπεδο θα αναπτυχθεί και θα τεθούν βάσεις για προσωπική αλλά και κοινωνική ολοκλήρωση.

Τέλος η συμβολή τους στην κοινωνία είναι πολύ σημαντική καθώς προωθούν ένα χαρούμενο και ξέγνοιαστο περιβάλλον, μέσα στο οποίο το πλήθος βιώνει στιγμές ευτυχίας. Τα θεματικά πάρκα για περισσότερο από έναν αιώνα, προσφέρουν στους επισκέπτες περιπέτεια, διασκέδαση, ξεχωριστές αναμνήσεις, με την κάθε επίσκεψη να κρύβει σημαντικά οφέλη για το κοινό.

Συγκεκριμένα τα θεματικά πάρκα παρέχουν στους επισκέπτες τη δυνατότητα να ξεφύγουν από την καθημερινότητα έστω και για σύντομο χρονικό διάστημα, να μεταφερθούν σε ένα κόσμο φαντασίας και παιχνιδιού. Επιπλέον εξασφαλίζουν τη διαφυγή από το άγχος, καθώς το κοινό κατά τη παραμονή του στο πάρκο ζει τη στιγμή, αφήνοντας πίσω του πιθανά προσωπικά ή επαγγελματικά προβλήματα. Παράλληλα μια επίσκεψη σε ένα θεματικό πάρκο βελτιώνει τη διάθεση δημιουργώντας μια αίσθηση ενθουσιασμού και χαράς, ενώ οι μεγάλες εκτάσεις που αυτά καταλαμβάνουν συντελούν στην σωματική υγεία των επισκεπτών (Health Fitness Revolution, 2015). Τέλος είναι ένας τρόπος για να ενισχυθεί το δέσιμο με την οικογένεια ή τους φίλους, που μοιράζονται μαζί αυτή τη ξεχωριστή εμπειρία και δημιουργούν μοναδικές αναμνήσεις .

2.2.3 Περιβαλλοντικές επιδράσεις

Η δημιουργία ενός θεματικού πάρκου, συνδέεται άμεσα με το φυσικό αλλά και το δομημένο περιβάλλον (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2019: 126). Κάθε έργο ή δραστηριότητα που εκτελείται επιφέρει περιβαλλοντικές επιδράσεις στην περιοχή που υλοποιείται, δηλαδή θετικές ή αρνητικές αλλαγές στο περιβάλλον. Οι περιβαλλοντικές συνέπειες, που θα επιφέρει μία τέτοια επένδυση, σε αντίθεση με τις οικονομικές προκαλούν έντονο προβληματισμό και ανησυχία.

Η προστασία της γης, των υδάτων, του ατμοσφαιρικού αέρα, των φυσικών πόρων, της χλωρίδας και της πανίδας είναι μεγίστης σημασίας. Ταυτόχρονα, σημαντική κρίνεται η διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Περιβαλλοντικά προβλήματα όπως η ατμοσφαιρική ρύπανση, ο θόρυβος, η αύξηση στην κατανάλωση ενέργειας, το πρόβλημα στη διαθεσιμότητα νερού και η κυκλοφοριακή συμφόρηση, σε συνδυασμό με την οπτική ρύπανση που μπορεί να προκληθεί από τη δημιουργία μη ελκυστικών κτιρίων και εγκαταστάσεων είναι ορισμένες από τις αρνητικές συνέπειες που μπορεί να οδηγήσουν στην καταστροφή μέρους του περιβάλλοντος (Dridea Catrinel and Strutzen, 2008).

Η ενέργεια παρόλο που δεν αποτελεί φυσικό πόρο υπάγεται στις επιπτώσεις του φυσικού περιβάλλοντος γιατί επικείμενη αύξηση στην κατανάλωση της, οδηγεί σε αύξηση της παραγωγής της, κατά κύριο λόγο με χρήση μη ανανεώσιμων φυσικών πόρων (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2019: 134).

Προκειμένου λοιπόν να αποφευχθούν τα προβλήματα αυτά απαιτείται προκαταρκτική περιβαλλοντική εκτίμηση και αξιολόγηση και κρίνεται αναγκαίος ο

προσδιορισμός της φέρουσας ικανότητας και των επιπέδων κορεσμού χρήσης της περιοχής.

Στην Ευρώπη η Εκτίμηση Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων αποτελεί ένα ισχυρό εργαλείο, καθώς αναγκάζει τις αρχές να εξακριβώσουν τις συνέπειες που θα προκληθούν από ένα τέτοιο έργο πριν αποφασίσουν για την ολοκλήρωση του. Συγκεκριμένα σύμφωνα με την οδηγία 2011/92/EU διασφαλίζεται ότι *δημόσια ή ιδιωτικά έργα τα οποία ενδέχεται να έχουν σημαντικές επιπτώσεις στο περιβάλλον λόγω, μεταξύ άλλων, της φύσεως, του μεγέθους ή της θέσεώς τους, υπόκεινται σε υποχρέωση εκτίμησης των επιπτώσεων τους, πριν τη χορήγηση άδειας ή έγκρισης ή εξουσιοδότησης* (Τμήμα Περιβάλλοντος, χ. χ.). Τα θεματικά πάρκα εμπίπτουν στην παράγραφο 2 του άρθρου 4 της άνωθεν οδηγίας και ανήκουν στα έργα για τα οποία είναι απαραίτητη η υποβολή πληροφοριών, ώστε να αποφασιστεί αν απαιτείται η ετοιμασία μελέτης εκτίμησης επιπτώσεων στο περιβάλλον (ΜΕΕΠ).

Παράλληλα ο προσδιορισμός της φέρουσας ικανότητας, καθορίζει τον αριθμό ανθρώπων, χλωρίδας και πανίδας που δύναται να συντηρήσει η εκάστοτε περιοχή υποδοχής.

Οι φορείς εκμετάλλευσης θεματικών πάρκων λαμβάνοντας υπόψη τους τόσο την εμφάνιση των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού, όσο και την ολοένα και μεγαλύτερη γενική ευαισθητοποίηση γύρω από την πράσινη ενέργεια, ενσωμάτωσαν κριτήρια περιβαλλοντικής ποιότητας στις εγκαταστάσεις τους, ενώ αναπτύσσονται και πάρκα που το θέμα τους προσαρμόζεται στις περιβαλλοντικές συνθήκες.

Επιπλέον αναζητούν λύσεις στο πρόβλημα ύδρευσης της εκάστοτε περιοχής μέσω στρατηγικών εξοικονόμησης νερού, όπως η επεξεργασία και η ανακύκλωση. Προβλήματα που συνδέονται με την εκπομπή ρύπανσης, την παραγωγή αποβλήτων, την ηχορύπανση δύναται να αντιμετωπιστούν με τεχνικές λύσεις. Φυσικό αέριο και φωτοβολταϊκά πάνελ, στη θέρμανση, την εστίαση, τη φωταγωγήση, μπορούν να ελαχιστοποιήσουν τη ρύπανση και την κατανάλωση ενέργειας.

Τέλος η δημιουργία ενός θεματικού πάρκου με υψηλή αναλογία πρασίνου συμβάλλει στη βελτίωση του περιβάλλοντος, ενώ συγχρόνως δημιουργεί μια ελκυστική εικόνα για τους επισκέπτες και την ευρύτερη περιοχή.

2.3 Παγκόσμια Οικονομικά οφέλη

Τα θεματικά πάρκα αποτελούν ένα είδος ισχυρού τουριστικού προορισμού και έχουν συμβάλλει σημαντικά στην αύξηση των ταξιδιών αναψυχής, περισσότερο από

κάθε άλλο αξιοθέατο. Η είσοδος τους στον τουριστικό τομέα είναι εντυπωσιακή και προσφέρει υψηλά έσοδα και πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα. Παλαιότερες και σύγχρονες έρευνες αποτυπώνουν τους επισκέπτες και τις εισπράξεις στα θεματικά πάρκα παγκοσμίως. Το 1992, καταγράφηκαν 177 εκατομμύρια επισκέπτες στα θεματικά πάρκα παγκοσμίως, ενώ τα συνολικά έσοδα που επέφεραν ξεπέρασαν τα 3.500 εκατομμύρια δολάρια (Kemperman, 2000: 16). Το 2019, ο αριθμός των επισκεπτών έφτασε τα 253,7 εκατομμύρια στα 25 κορυφαία θεματικά πάρκα ανά τον κόσμο (Rubin, 2020) και το μέγεθος της παγκόσμιας αγοράς του τομέα των θεματικών και ψυχαγωγικών πάρκων ανήλθε στα 73,5 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ. Την επόμενη χρονιά (2020) η αγορά τους αποτιμήθηκε στα 51,7 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ εξαιτίας του covid – 19 (Statista, 2022c).

2.4 Κορυφαίες εταιρείες θεματικών πάρκων

Η παρουσίαση που ακολουθεί, για τις κορυφαίες εταιρείες θεματικών πάρκων παγκοσμίως με βάση την επισκεψιμότητα και τα έσοδα τους, γίνεται με σκοπό την κατανόηση τόσο του μεγάλου αριθμού τουριστών που καταφθάνει στα θεματικά πάρκα, όσο και των τεράστιων οικονομικών απολαβών που αυτά επιφέρουν.

Σύμφωνα με τον πίνακα 2.1 διαπιστώνεται ότι η εταιρεία Walt Disney, αποτελεί την κορυφαία εταιρεία εκμετάλλευσης θεματικών πάρκων παγκοσμίως για την πενταετία 2015-2019, με τον υψηλότερο συνολικό αριθμό επισκεπτών. Επιπλέον παρατηρείται ότι η εταιρεία για το 2021, απέφερε συνολικά έσοδα 16,55 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ από τα πάρκα και τα θέρετρα της καταλαμβάνοντας την πρώτη θέση μεταξύ των εταιρειών (Γραφ. 2.1). Το τμήμα αυτό αποτελεί τη δεύτερη μεγαλύτερη πηγή εσόδων της, καθιστώντας το ένα από τα πιο επιτυχημένα τμήματα της εταιρείας. Στην λίστα με τη δεύτερη υψηλότερη αξία ακολουθεί η OCT Limited, η οποία διαχειρίζεται θεματικά πάρκα στην Κίνα, με 11 δισεκατομμύρια δολάρια και ακολουθεί η εταιρεία Universal Parks and Resorts.

Από τη πλευρά της η εταιρεία Merlin Entertainments απέφερε έσοδα 1,7 δισεκατομμύρια δολάρια το 2021, ποσό σχεδόν διπλάσιο από αυτό που καταγράφηκε το 2020. Σε πολλές τοποθεσίες η εταιρεία συμβάλλει σημαντικά στην τοπική οικονομία μέσω της απασχόλησης, των τοπικών προμηθειών και την υποστήριξη άλλων τοπικών επιχειρήσεων και υπηρεσιών μέσω της δημιουργίας τουριστικών ροών. Συγκεκριμένα στον εργασιακό τομέα η Merlin απασχολεί συνολικά 28.000 εργαζομένους, επενδύει

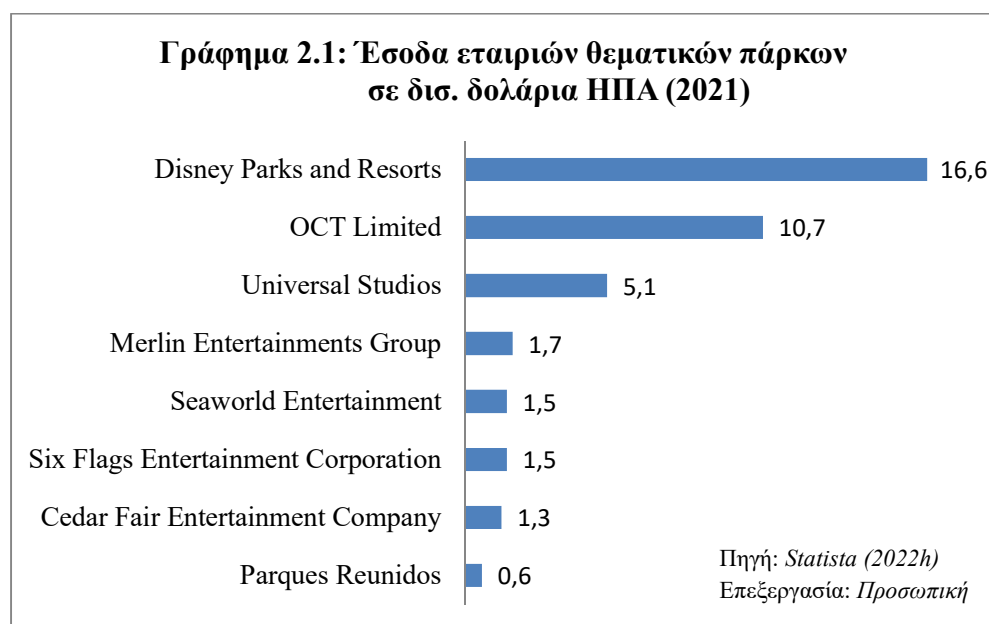
στην εκπαίδευση και την συνεχή κατάρτιση τους εμπλουτίζοντας τις γνώσεις και τις δεξιότητες τους (Merlin Entertainments, 2022).

Πίνακας 2.1: Οι 10 κορυφαίες εταιρίες θεματικών πάρκων

Εταιρίες Θεματικών πάρκων		Αριθμός επισκεπτών				
		2019	2018	2017	2016	2015
1	Walt Disney Attractions	155.991.000	157.311.000	150.014.000	140.403.000	137.902.000
2	Merlin Entertainments Group	67.000.000	66.400.000	66.000.000	61.200.000	60.500.000
3	Universal Parks and Resorts	53.970.000	49.350.000	49.458.000	47.356.000	44.884.000
4	OCT Parks China	51.243.000	50.068.000	42.880.000	32.270.000	28.830.000
5	Fantawild	50.393.000	42.074.000	38.495.000	31.639.000	23.093.000
6	Chimelong Group	37.018.000	34.007.000	31.031.000	27.362.000	28.557.000
7	Six Flags Inc.	32.811.000	32.024.000	30.789.000	30.108.000	23.587.000
8	Cedar Fair Entertainment Company	27.938.000	25.912.000	25.700.000	25.104.000	24.448.000
9	Seaworld Parks & Entertainment	22.624.000	22.582.000	20.800.000	22.000.000	22.471.000
10	Parques Reunidos	22.195.000	20.900.000	20.600.000	20.825.000	22.154.000
	Σύνολο	521.183.000	501.228.000	475.767.000	438.267.000	420.360.000

Πηγή: Rubin, J. (ed.) (2017) TEA/AECOM 2016 Theme index, Museum index 2016: The Global Attractions Attendance Report
 Rubin, J. (ed.) (2018) TEA/AECOM 2017 Theme index, Museum index 2017: The Global Attractions Attendance Report
 Rubin, J. (ed.) (2019a) TEA/AECOM 2018 Theme index, Museum index 2018: The Global Attractions Attendance Report
 Rubin, J. (ed.) (2019b) TEA/AECOM 2019 Theme index, Museum index 2019: The Global Attractions Attendance Report
 Rubin, J. (ed.) (2020) TEA/AECOM 2020 Theme index, Museum index 2020: The Global Attractions Attendance Report
 Επεξεργασία: Προσωπική

Γράφημα 2.1: Έσοδα εταιριών θεματικών πάρκων σε δισ. δολάρια ΗΠΑ (2021)



2.5 Διεθνή παραδείγματα τουριστικής και τοπικής ανάπτυξης

Στην προσπάθεια να γίνει αντιληπτή η συμβολή των θεματικών πάρκων στην ευρύτερη ανάπτυξη μιας περιοχής, παρουσιάζονται παραδείγματα παγκοσμίου κλάσης, τα οποία με την κατάλληλη στρατηγική μάρκετινγκ και υπερσύγχρονες υποδομές γίνονται τουριστικοί προορισμοί προσελκύοντας μεγάλο αριθμό τουριστών, ενώ ταυτόχρονα προσφέρουν χιλιάδες θέσεις εργασίας και αμβλύνουν την εποχικότητα. Κάποια από τα θεματικά αυτά πάρκα βρίσκονται σε ήδη δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς και αποσκοπούν στην προσέλκυση νέων τμημάτων της αγοράς.

2.5.1 Walt Disney World στο Ορλάντο

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα για το πώς η βιομηχανία των θεματικών πάρκων συνέβαλλε στην τοπική ανάπτυξη είναι το Walt Disney World στο Ορλάντο. Πρόκειται για ένα συγκρότημα θέρετρων ψυχαγωγίας που περιλαμβάνει τέσσερα θεματικά πάρκα. Το Magic Kingdom, ήταν το πρώτο πάρκο που κατασκευάστηκε και η λειτουργία του ξεκίνησε τον Οκτώβριο του 1971. Ακολούθησαν το Epcot (1982), το Disney's Hollywood Studios (1989) και το Disney Animal Kingdom (1998). Η δημιουργία των θεματικών πάρκων αύξησε την ελκυστικότητα της περιοχής και ταυτόχρονα δημιούργησε ευνοϊκές συνθήκες για επιχειρηματική δραστηριότητα. Παρήγαγε νέες θέσεις εργασίας, δίνοντας τη δυνατότητα στους νέους να εισέλθουν στην αγορά εργασίας μέσω προγραμμάτων κατάρτισης. Επιπλέον η δημιουργία των θεματικών πάρκων συνέβαλε στην ενίσχυση του κλάδου παραγωγής, κινηματογράφου και τηλεόρασης καθώς και στην ανάπτυξη και άλλων μορφών τουρισμού, όπως ο συνεδριακός. Ο τουρισμός αποτέλεσε το βασικό πυλώνα της οικονομίας του και η μέχρι τότε αγροτική περιοχή του Ορλάντο, γνωστή μόνο για τα εσπεριδοειδή της, μετατράπηκε στο μεγαλύτερο κέντρο διασκέδασης και ψυχαγωγίας στον κόσμο (Clavé, 2007).

Με την πάροδο του χρόνου όλο και περισσότεροι κάτοικοι γειτονικών πόλεων μετακόμισαν στο Ορλάντο για να εργαστούν στα θεματικά πάρκα. Ο μόνιμος πληθυσμός αυξάνεται και η ανάπτυξη της πόλης είναι θεαματική.

Η συμβολή των θεματικών πάρκων είναι αδιαμφισβήτητη, η τουριστική ζήτηση στα επτά κύρια πάρκα του Ορλάντο, το 2005 φτάνει τα 60,4 εκατομμύρια επισκέψεις ενώ την ίδια χρονιά, ο αριθμός των επισκεπτών στη μητροπολιτική περιοχή του Ορλάντο ήταν περίπου 48 εκατομμύρια (Clavé, 2007: 276). Σήμερα το Walt Disney World προσελκύει κατά μέσο όρο 58 εκατομμύρια επισκέπτες ετησίως (Orr, 2021), με ημερήσια έσοδα πάνω από 1 εκατομμύριο δολάρια, μόνο από τις πωλήσεις εισιτηρίων.

Το Walt Disney World είναι αναμφισβήτητα το χαρακτηριστικό παράδειγμα ενός θεματικού πάρκου που έχει μετατραπεί σε έναν τουριστικό προορισμό.

2.5.2 Disneyland

Η Disneyland του Παρισιού αποτελεί ένα ακόμη τρανταχτό παράδειγμα της συμβολής των θεματικών πάρκων στον προορισμό. Η περιοχή Marne-la-Vallée, στην οποία βρίσκεται το πάρκο, γνώρισε σημαντική οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη από τα πρώτα χρόνια λειτουργίας του. Επιπλέον η ανάπτυξη της Disneyland επιφέρει σημαντικές επιδράσεις στη δυναμική του τουρισμού στο Παρίσι.

Η Disneyland μέχρι και τον εορτασμό των 25 ετών λειτουργίας της δέχτηκε περισσότερους από 320 εκατομμύρια επισκέπτες, οι οποίοι ξόδεψαν ένα ποσό κοντά στα 80 δισεκατομμύρια ευρώ στα πάρκα και τη γύρω περιοχή (Powell, 2017). Πέντε χρόνια αργότερα η συνολική επισκεψιμότητα ξεπέρασε τα 375 εκατομμύρια. Το θεματικό πάρκο της Disneyland αποτελεί έναν κορυφαίο τουριστικό προορισμό για τη Γαλλία και την Ευρώπη ευρύτερα, αντιπροσωπεύοντας το 6% των συνολικών τουριστικών εσόδων της χώρας. Ο όμιλος Euro Disney, από το 1992 έχει επενδύσει 9,1 δισεκατομμύρια ευρώ στη Γαλλία, ενώ παράλληλα είχε δημιουργήσει σχεδόν 6 δισεκατομμύρια ευρώ φορολογικά έσοδα για την κυβέρνηση έως το 2016 (Powell, 2017). Επιπλέον η Disneyland συνεισέφερε 84,5 δισεκατομμύρια ευρώ προστιθέμενης αξίας τη τριακονταετία 1992 – 2022 (Disneyland Paris News, 2022).

Σήμερα η περιοχή υποδοχής παρουσιάζει σημαντική πληθυσμιακή ανάπτυξη, με χαρακτηριστικό παράδειγμα το Val' d' Europe όπου από 5.000 κατοίκους το 1989, έφτασε τους 30.000 το 2016 και ξεπέρασε τις 36.000 το 2022. (Powell, 2017; Disneyland Paris News, 2022). Παράλληλα η περιοχή αναπτύσσεται κοινωνικά με τη δημιουργία σχολείου, πανεπιστημίου και νοσοκομείου, ενώ η τοπική οικονομία ενισχύεται με την υλοποίηση έργων μεγάλης κλίμακας. Στα έργα αυτά περιλαμβάνεται η επέκταση του περιφερειακού σιδηροδρομικού δικτύου RER A στην Marne-la-Vallée τον Απρίλιο του 1992 (Railway Technology, 2018). Ο νέος αυτός σταθμός εγκαινιάστηκε σχεδόν ταυτόχρονα με τη λειτουργία της Disneyland και ένωσε το θεματικό πάρκο με την καρδιά του Παρισιού. Δυο χρόνια αργότερα, το Μάιο του 1994, τα τρένα υψηλής ταχύτητας TGV έφτασαν στην περιοχή και την συνέδεσαν με το αεροδρόμιο Charles De Gaulle του Παρισιού και άλλες ευρωπαϊκές πόλεις (Disneyland Paris, n.d. c; SNCB International, n. d.). Μέσα από την υλοποίηση των έργων αυτών

ενισχύθηκε ο κλάδος των μεταφορών, το θεματικό πάρκο γίνεται εύκολα προσβάσιμο σε ευρωπαίους τουρίστες, ενώ παράλληλα διευκολύνεται η καθημερινότητα εκατομμυρίων κατοίκων.

Τέλος η Disneyland ενίσχυσε σημαντικά την αγορά εργασίας, προσφέροντας ετησίως πάνω από 56.000 θέσεις άμεσης, έμμεσης και επαγόμενης απασχόλησης σε ολόκληρη τη Γαλλία, κυρίως στους τομείς της φιλοξενίας και της εστίασης (Powell, 2017).

2.5.3 PortAventura

Το PortAventura διαδραμάτισε βασικό ρόλο στην αναζωογόνηση της τουριστικής ανάπτυξης στο Salou και σε ολόκληρη την κεντρική Costa Daurada της Καταλονίας. Η δημιουργία του PortAventura επιτεύχθηκε με τη συνεργασία δημοσίων και ιδιωτικών φορέων και το πάρκο αποτέλεσε κύριο αξιοθέατο της Καταλονίας. Ο παράκτιος προορισμός του Salou, διάσημος για τον ήλιο και τη θάλασσα, ήταν έτοιμος να φιλοξενήσει μια νέα μορφή τουρισμού βασισμένη στην οικογενειακή διασκέδαση. Το πάρκο θεωρήθηκε μια επένδυση ικανή να δημιουργήσει μια νέα αντίληψη για τον τουριστικό προορισμό.

Με πάνω από 3,7 εκατομμύρια επισκέπτες κατά μέσο όρο σε ετησία βάση, το PortAventura World αποτελεί βασικό συστατικό στην τουριστική σκηνή του Costa Daurada (López, 2022). Παράλληλα ενισχύει σημαντικά την καταλανική οικονομία, ενδεικτικό παράδειγμα η συνεισφορά 1,7 δισεκατομμυρίων ευρώ για το 2020. Κάθε ευρώ εισπραχθείς του PortAventura World δημιουργεί επιπλέον 6 ευρώ στην υπόλοιπη οικονομία. Η οικονομική αυτή συνεισφορά κατανέμεται κυρίως σε τομείς, όπως η διαμονή, τα εστιατόρια και οι μεταφορές, εξαιτίας των δαπανών των επισκεπτών σε αυτούς.

Το PortAventura World, μέσω της δραστηριότητάς του, έως το 2020, συνέβαλε στη δημιουργία περισσότερων από 18.000 άμεσων, έμμεσων και επαγόμενων θέσεων εργασίας. Συγκεκριμένα για κάθε θέση εργασίας εντός αυτού, δημιουργούνται 8 έμμεσες και επαγόμενες θέσεις εργασίας στην Καταλονία (PortAventura WorldParks & Resort, 2021). Η απασχόληση που προκύπτει από τη δραστηριότητα του PortAventura World δημιουργείται στους ίδιους τομείς όπου η εταιρεία δημιουργεί οικονομική αξία (μεταφορές, λιανικό εμπόριο, εστιατόρια και καταλύματα). Επιπλέον η λειτουργία του ενισχύει το κοινωνικό επίπεδο της περιοχής.

Τέλος η ανάπτυξη του PortAventura World συντελεί στη βελτίωση των τοπικών υποδομών με στόχο έναν ποιοτικό και ελκυστικό προορισμό. Ο αριθμός των καταλυμάτων αυξάνεται, ενώ πραγματοποιούνται σημαντικά έργα για την τοπική οικονομία. Άξια αναφοράς η κατασκευή δύο σταθμών επεξεργασίας νερού για την εξυπηρέτηση της κεντρικής τουριστικής περιοχής *Costa Daurada* και για την άρδευση των περιοχών και των εγκαταστάσεων του θεματικού πάρκου. Αυτό είναι σημαντικό σε μια περιοχή όπως η *Tarragona* στην οποία το νερό είναι σπάνιος πόρος (Clavé 2010: 75).

2.5.4 Allou Fun Park

Αντίστοιχα ένα σημαντικό παράδειγμα για τα ελληνικά δεδομένα αποτελεί το Allou Fun Park (βλ. 1.8.6). Το ψυχαγωγικό πάρκο που παρουσιάζεται δεν αποτέλεσε το εφαλτήριο για την επιμέρους ενίσχυση της τουριστικής βιομηχανίας, με την εισροή ξένων τουριστών, τη δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων, την ανάπτυξη του τομέα των μεταφορών, ωστόσο συνέβαλε σε μεγάλο βαθμό στην οικονομία και στην απασχόληση.

Το 2018 το πάρκο απασχόλησε 210 εργαζομένους ενισχύοντας την προσφορά εργασίας στην περιοχή. Οι συνολικές αμοιβές του προσωπικού έφτασαν στο τέλος της ίδιας χρονιάς το 1,089 εκατομμύρια ευρώ, ενώ σχεδόν 339 χιλιάδες ευρώ ήταν οι αμοιβές του διοικητικού προσωπικού.

Τέλος για την περίοδο αυτή, σημείωσε συνολικά έσοδα πάνω από 4,7 εκατομμύρια ευρώ. Βασικοί τομείς εσόδων τα παιχνίδια, με 4.002.596 ευρώ, ενώ το υπόλοιπο ποσό προκύπτει από τις λοιπές δραστηριότητες εντός του πάρκου (Γαρμπής, 2019) .

2.6 Συμπεράσματα κεφαλαίου

Τα θεματικά πάρκα που προαναφέρθηκαν μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως παραδείγματα για να δοθεί έμφαση στο πως ορισμένες τουριστικές επενδύσεις μπορούν να αλλάξουν και να ενισχύσουν την τουριστική δραστηριότητα ενός προορισμού.

Τα δεδομένα που παρουσιάστηκαν υποδεικνύουν την σπουδαιότητα των θεματικών πάρκων στις περιοχές υποδοχής και το πώς αυτά συντελούν στη διαφυγή από τη στασιμότητα και στη διαφοροποίηση της τουριστικής εικόνας με σημείο αναφοράς το θεματικό πάρκο.

Συμπερασματικά η ίδρυση ενός θεματικού πάρκου αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της νέας τουριστικής ζήτησης και αναδιαμορφώνει έναν τουριστικό προορισμό. Αποτελεί το εφαλτήριο για την προσέγγιση νέων αγορών στόχων και κινητοποιεί τους υπόλοιπους επιχειρηματίες της περιοχής υποδοχής να βελτιώσουν και να εξελίξουν τις εγκαταστάσεις και τις παροχές τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^Ο: ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

3.1 Εισαγωγή κεφαλαίου

Η Θεσπρωτία διαθέτει πλούσια φυσική και πολιτιστική κληρονομιά. Οι ομορφιές των βουνών της, σε συνδυασμό με τις ακρογιαλιές της, οι παραδοσιακοί οικισμοί και τα μνημεία της, η ιστορία και η μυθολογία της, η σημαντική τουριστική προσφορά σε καταλύματα, χώρους εστίασης και διασκέδασης καθιστούν το νομό έναν ιδανικό προορισμό για κάθε επισκέπτη.

Η αναλυτική περιγραφή του νομού, έχει σκοπό τη γνωριμία με τον προορισμό αυτό και την κατανόηση της επιλογής του ως κατάλληλο για τη δημιουργία ενός θεματικού πάρκου.

3.2 Ιστορία – Μυθολογία

Η Θεσπρωτία αποτελεί μια περιοχή με εξαιρετικά μακρά ιστορία, μια ιστορία που ενώνεται με τη μυθολογία και προσδίδει ένα μοναδικό κύρος στον τόπο.

Σύμφωνα με τη μυθολογία, το όνομα της οφείλεται στον Θεσπρωτό, μυθικό ηγεμόνα και δευτερότοκο γιο του βασιλιά Λυκάονα. Το μυθολογικό ενδιαφέρον της περιοχής πηγάζει από την παρουσία του Οδυσσέα ο οποίος κατά την Τηλεγονεία, το τελευταίο έπος του τρωικού πολέμου, επισκέπτεται τη Θεσπρωτία και ζει σ' αυτήν για αρκετά χρόνια, ενώ πολλές περιπέτειες του λαμβάνουν χώρα εκεί.

Η μυθολογία και η τοπική παράδοση ενώνονται στον Αχέροντα. Στις εκβολές του, στην προϊστορική πόλη Εφύρα ο Οδυσσέας αγοράζει δηλητήριο για τα βέλη του. Στη ροή του ποταμού, ο μύθος θέλει να βρίσκεται το βασίλειο του Άδη και το Νεκρομαντείο (από τη πλευρά της Πρέβεζας) εκεί όπου οι ζωντανοί συναντούν τις ψυχές των νεκρών. Σημαντικό μυθολογικό ενδιαφέρον παρουσιάζει και η Ηγουμενίτσα, όπου στην είσοδο του κόλπου, βρίσκεται το νησάκι Πρασούδι, που δημιουργήθηκε από το βράχο που πέταξε στον Οδυσσέα ο Κύκλωπας Πολύφημος. (Δημητρίου, 2019).

Η ιστορία της Θεσπρωτίας ξεκινάει από την Παλαιολιθική περίοδο, όπου τα ευρήματα των αρχαιολογικών ερευνών αποδεικνύουν την παρουσία του ανθρώπου στην ευρύτερη περιοχή. Κατά τον 4^ο π. Χ αιώνα η ιστορική πόλη Ελέα, αποτελεί την πρωτεύουσα της Θεσπρωτίας ενώ ιδρύονται οι πρώτοι οικισμοί στο μέγεθος μιας πραγματικής πόλης.

Κεφάλαιο 3^ο: Περιγραφή του Προορισμού

Στη διάρκεια της Ρωμαϊκής αυτοκρατορίας η Θεσπρωτία επλήγη σκληρά, περιοχές καταστράφηκαν και οι Ρωμαίοι κυριάρχησαν στα παράλια της. Μετέπειτα κατά τη διάρκεια της βυζαντινής αυτοκρατορίας, δέχθηκε πολλές επιθέσεις και επιδρομές, εξαιτίας της γεωγραφικής της θέσης. Στα χρόνια που ακολούθησαν η Θεσπρωτία πολιορκήθηκε και λεηλατήθηκε, από Βούλγαρους και Τούρκους κατακτητές. Το 1913, η περιοχή απελευθερώνεται από την Οθωμανική Αυτοκρατορία και προσαρτάται στην Ελλάδα. Αρχικά ανήκε στο νομό Ιωαννίνων, ενώ στις 25/11/1936 η Θεσπρωτία αποσπάτε και με τον Αναγκαστικό Νόμο 93 συντάσσεται ο νομός Θεσπρωτίας, με έδρα την Ηγουμενίτσα (Αν. Ν. 353/1936).

3.3 Γεωγραφική θέση

Ο νομός Θεσπρωτίας, είναι η 43^η σε έκταση περιοχή της Ελλάδας και η 44^η σε πυκνότητα πληθυσμού. Ανήκει στην Περιφέρεια Ηπείρου και αποτελεί το βορειοδυτικότερο από τους τέσσερις νομούς της. Το βόρειο τμήμα του συνορεύει με τη γειτονική Αλβανία, το ανατολικό και δυτικό τμήμα του με το νομό Ιωαννίνων και το νομό Πρεβέζης αντίστοιχα, ενώ στα δυτικά βρέχεται από το Ιόνιο Πέλαγος.

Η πόλη της Ηγουμενίτσας είναι πρωτεύουσα του νομού και διοικητική έδρα της Περιφερειακής Ενότητας Θεσπρωτίας. Η έκταση του νομού είναι 1.515τ.χλμ. και κατά μεγάλο ποσοστό η μορφολογία του εδάφους του είναι ορεινή (περίπου 70%) με υψηλότερη κορυφή τη Βρυτζάνα (Περιφέρεια Ηπείρου, Περιφερειακή Ενότητα Θεσπρωτίας, χ.χ.α). Οι γεωγραφικές συντεταγμένες του ορίζονται από το γεωγραφικό πλάτος 39ο 31' 24.69" N και το γεωγραφικό μήκος 20ο 24' 26.3" E.

3.4 Κλίμα

Το κλίμα του νομού Θεσπρωτίας χαρακτηρίζεται ως μεσογειακό στα παράλια και ηπειρωτικό στο εσωτερικό (ημιορεινά και ορεινά), η ποικιλία που παρουσιάζει οφείλεται στη γεωγραφική του θέση. Συγκεκριμένα στα παράλια, ο χειμώνας είναι ήπιος, με μικρές ποσότητες χιονιού. Στον αντίποδα ο χειμώνας στο εσωτερικό, είναι ιδιαίτερα βαρύς με θερμοκρασίες υπό το μηδέν, ενώ το χιόνι αποτελεί πολύ συχνό φαινόμενο. Τους θερινούς μήνες η θερμοκρασία κυμαίνεται σε υψηλότερα επίπεδα στο εσωτερικό σε σχέση με τα παράκτια, με τιμές που αγγίζουν ή και ξεπερνούν τους 40° C. Τέλος στο νομό παρουσιάζονται έντονες και συνεχείς βροχοπτώσεις, κυρίως τους μήνες Οκτώβριο με Απρίλιο. (ΙΝΣΕΤΕ, 2020: 13)

Κεφάλαιο 3^ο: Περιγραφή του Προορισμού

3.5 Δημογραφικά και διοικητικά στοιχεία

Ο νομός Θεσπρωτίας αποτελεί έναν από τους πιο αραιοκατοικημένους νομούς της Ελλάδας. Έχει πληθυσμό 43.587 κατοίκους (Α. ΓΠ–191/2014), αποτελείται από τρεις δήμους και χωρίζεται σε δέκα δημοτικές ενότητες (Πίν. 3.1). Με πιο πρόσφατες έρευνες ο πληθυσμός του νομού την τετραετία 2017 – 2020 κυμάνθηκε σε σταθερά επίπεδα, λίγο πάνω από τους 45.000 κατοίκους. Τέλος από τα στατιστικά στοιχεία προκύπτει πως ο πληθυσμός είναι ισομοιρασμένος σε άνδρες και γυναίκες (Πίν. 3.2).

Δήμος	Πληθυσμός
Δήμος Ηγουμενίτσας	25.814
• Δημοτική Ενότητα Ηγουμενίτσας	17.902
• Δημοτική Ενότητα Μαργαριτίου	2.491
• Δημοτική Ενότητα Παραποτάμου	1.168
• Δημοτική Ενότητα Πέρδικας	1.613
• Δημοτική Ενότητα Σύβοτων	2.640
Δήμος Σουλίου	10.063
• Δημοτική Ενότητα Αχέροντα	2.146
• Δημοτική Ενότητα Παραμυθιάς	7.459
• Δημοτική Ενότητα Σουλίου	458
Δήμος Φιλιατών	7.710
• Δημοτική Ενότητα Σαγιάδας	1.740
• Δημοτική Ενότητα Φιλιατών	5.970

Πηγή: Α. ΓΠ–191/2014
Επεξεργασία: Προσωπική

Έτος	2017	2018	2019	2020
Άνδρες	22.333	22.324	22.267	22.213
Γυναίκες	22.798	22.809	22.797	22.819
Πληθυσμός	45.131	45.133	45.064	45.032

Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2020;2019;2018;2017)
Επεξεργασία: Προσωπική

3.6 Δημοφιλείς προορισμοί

Η Θεσπρωτία διαθέτει πανέμορφες καταπράσινες ορεινές περιοχές και παραθαλάσσια χωριά. Ξεκινώντας την περιήγηση ο επισκέπτης θα συναντήσει την Ηγουμενίτσα, τη μεγαλύτερη πόλη και πρωτεύουσα του νομού. Η πρωτεύουσα συνδυάζει αρμονικά βουνό και θάλασσα, διαθέτει υπερσύγχρονο λιμάνι, μεγάλες παραλίες και αποτελεί το ιδανικό μέρος για φαγητό και διασκέδαση. Η πόλη διαθέτει δύο ποδηλατοδρόμους, δίνοντας τη δυνατότητα σε τουρίστες και ντόπιους να ποδηλατήσουν σ' ένα ευχάριστο φυσικό περιβάλλον. Νότια της Ηγουμενίτσας, σε απόσταση 24χλμ βρίσκονται τα Σύβοτα, ένα από τα ομορφότερα παραθαλάσσια μέρη της Ελλάδας. Το μοναδικό τοπίο του, οι τουριστικές υποδομές του, οι παραλίες με τα καταπράσινα νερά, το έχουν μετατρέψει σε τουριστικό θέλγητρο των τελευταίων ετών (Alexakis, χ.χ.). Φεύγοντας από τα Σύβοτα, στο νοτιότερο σημείο του νομού, ο επισκέπτης θα συναντήσει την Πέρδικα. Το ημιορεινό αυτό παραδοσιακό χωριό διαθέτει δύο από τις ομορφότερες παραλίες της Δυτικής Ελλάδας, ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, ταβέρνες, μπαρ και καφέ που συνθέτουν έναν ελκυστικό προορισμό. Στο χωριό διεξάγεται κάθε Αύγουστο η γιορτή του λαδιού, με τοπικά παραδοσιακά προϊόντα και παραδοσιακή μουσική.

Η περιήγηση συνεχίζεται στο δήμο Σουλίου, 30χλμ μακριά από την Ηγουμενίτσα, ο ταξιδιώτης θα συναντήσει, το ιστορικό Σούλι (Δήμος Σουλίου, 2021α). Σε μια μικρή πεδιάδα, ανάμεσα στα βουνά, δεσπόζουν ακόμη σπίτια οπλαρχηγών της εποχής και αρχαία πηγάδια. Στο νοτιοανατολικό άκρο βρίσκεται η Παραμυθιά, μια ιστορική περιοχή του νομού και η μεγαλύτερη κωμόπολή του. Είναι χτισμένη αμφιθεατρικά και το κέντρο της πόλης παρουσιάζει έντονο αρχιτεκτονικό ενδιαφέρον (Δήμος Σουλίου, 2021β). Έχει πλούσια αγορά, καφέ, εστιατόρια, νυχτερινά κέντρα και τουριστικά καταλύματα για κάθε επιλογή. Στην περιοχή λαμβάνει χώρα το γνωστό έθιμο του Λάμποβου, την πρώτη Κυριακή του Οκτωβρίου. Πρόκειται για το μεγαλύτερο πανηγύρι της Ηπείρου, διαρκεί μια εβδομάδα και συγκεντρώνει μεγάλο αριθμό τουριστών (VisitThesprotia, 2020). Συνεχίζοντας νοτιοανατολικά ο επισκέπτης θα δει τη Γλυκή. Η έκταση της κατά το μεγαλύτερο μέρος της είναι πεδινή και περικλείεται από οροσειρές. Η περιοχή αποτελεί χωριό της δημοτικής ενότητας Αχέροντα, είναι χτισμένη στη δυτική όχθη του ομώνυμου ποταμού και αποτελεί την επιτομή της φύσης και της ιστορίας.

Τέλος ο επισκέπτης θα περιπλανηθεί στο δήμο Φιλιατών. Θα περπατήσει στην ομώνυμη πόλη με την ιδιαίτερη μορφολογία, κτισμένη σ' ένα μικρό οροπέδιο

Κεφάλαιο 3^ο: Περιγραφή του Προορισμού

περικλειόμενο από πευκοδάσος. Παράλληλα θα γνωρίσει το έντονο πολιτιστικό και αρχιτεκτονικό ενδιαφέρον της. Στα βορειοδυτικά θα περιπλανηθεί στο παραδοσιακό ψαροχώρι της Σαγιάδας, εκεί μπορεί να γευτεί τα φημισμένα αλιεύματα του χωριού και να θαυμάσει το ηλιοβασίλεμα (Δήμος Φιλιατών, 2021).

3.7 Τουριστική προσφορά του προορισμού

Η Θεσπρωτία αποτελεί μία από τις ομορφότερες σε φυσικό κάλλος περιοχές της Ελλάδας. Η ποικιλομορφία του εδάφους της, προσφέρει στους επισκέπτες της, τη δυνατότητα να περιπλανηθούν στις ορεινές και ημιορεινές περιοχές, να διασχίσουν τα μονοπάτια, να γνωρίσουν τα δάση, τα σπήλαια, τα ποτάμια και τους καταρράκτες της, ενώ ταυτόχρονα μπορούν να απολαύσουν τα παράκτια χωριά, με τα κρυστάλλινα νερά του Ιονίου και τα γραφικά λιμάνια τους. Οι πρωτογενείς αυτοί πόροι, σε συνδυασμό με τους δευτερογενείς (καταλύματα, εστίαση) που δημιουργήθηκαν για την εκπλήρωση των τουριστικών αναγκών συνθέτουν την τουριστική προσφορά του νομού.

3.7.1 Αξιοθέατα

Ο νομός Θεσπρωτίας διαθέτει μία πλούσια πολιτιστική και αρχιτεκτονική κληρονομιά, με παραδοσιακούς οικισμούς, μοναδικά αξιοθέατα, αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία.

Οι παραδοσιακοί οικισμοί με τα ξεχωριστά ιστορικά, κοινωνικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά τους, έχουν συμβάλει στη διατήρηση της αμετάβλητης εικόνας του παρελθόντος και στην ενίσχυση του τοπικού χαρακτήρα. Στη Θεσπρωτία έχουν καταγραφεί οκτώ παραδοσιακοί οικισμοί, η Σαγιάδα, το Πλαίσιο, το Γιρομέρι, η Φανερωμένη, το Φοινίκι, η Καμιτσάνη, η Παραμυθιά και το Μαργαρίτι (ΙΝΣΕΤΕ, 2020).

Επιπλέον στο νομό υπάρχουν πολλά μνημεία, αρχαιολογικά, βυζαντινά και μεταβυζαντινά. Σημαντικότερα από αυτά, η ακρόπολη του Δημόκαστρου στην Πέρδικα, η Γιτάνη (Γίτανα) πρωτεύουσα της αρχαίας Θεσπρωτίας, η Ραβενή στα Φιλιατά, το κάστρο της Ηγουμενίτσας, η αρχαία Ελέα στην Παραμυθιά, ο Πύργος Ραγίου του 5^{ου} αι. π.Χ. στη Λυγία, ο οχυρωμένος οικισμός στο Πολυνέρι (Κούτσι) και το ιστορικό Σούλι (ΙΝΣΕΤΕ, 2020).

Η πολιτιστική ατζέντα ολοκληρώνεται με τα μουσεία στα οποία εκτίθενται ευρήματα από το σύνολο της επικράτειας. Σημαντικότερο όλων το Αρχαιολογικό Μουσείο της Ηγουμενίτσας όπου οι επισκέπτες μπορούν να θαυμάσουν αντικείμενα

Κεφάλαιο 3^ο: Περιγραφή του Προορισμού

από τις ποικίλες πολιτισμικές επιδράσεις που ξεκινούν από τη Μέση Παλαιολιθική εποχή (100.000 π.Χ.) και φτάνουν ως τους Μεταβυζαντινούς χρόνους (17ος αι. μ.Χ.) (Ευλίμενος Θεσπρωτία, Δήμος Ηγουμενίτσα, 2018). Άλλα αναγνωρισμένα μουσεία του νομού αποτελούν το Λαογραφικό Μουσείο Τσαμαντά και το Λαογραφικό Μουσείο Φοινικίου (ΙΝΣΕΤΕ, 2020).

3.7.2 Δίκτυο Natura

Το δίκτυο Natura, αποτελεί το μεγαλύτερο δίκτυο προστατευόμενων περιοχών στον κόσμο. Ιδρύθηκε το 1992 και η λειτουργία του βασίστηκε στις οδηγίες του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τα άγρια πτηνά (2009/147/EC) και τους οικοτόπους (92/43/EEC). Σύμφωνα με τις οδηγίες αυτές, οι περιοχές διακρίνονται σε δύο κατηγορίες, τις ζώνες ειδικής προστασίας ορνιθοπανίδας και τους τόπους κοινοτικής σημασίας. Με το νόμο Ν. 3937/2011, 239 Ελληνικοί Τόποι Κοινοτικής Σημασίας χαρακτηρίστηκαν ως Ειδικές Ζώνες Διατήρησης (Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας, 2020).

Το δίκτυο προστατευόμενων φυσικών περιοχών στο νομό Θεσπρωτίας, περιλαμβάνει συνολικά εννιά περιοχές, εκ των οποίων τέσσερις υπάγονται στους τόπους κοινοτικής σημασίας και πέντε στη ζώνη ειδικής προστασίας (Πίν. 3.3).

Κατηγορία	Ονομασία περιοχής	Έκταση
ΕΖΔ / ΤΚΣ	Εκβολές Καλαμά	8.531,43
ΕΖΔ / ΤΚΣ	Έλος Καλοδίκι	786,78
ΕΖΔ / ΤΚΣ	Λίμνη Λιμνοπούλα	579,5
ΕΖΔ / ΤΚΣ	Στενά Καλαμά	1.820,3
ΖΕΠ	Υγρότοπος Εκβολών Καλαμά και νήσος Πρασούδι	8.541,93
ΖΕΠ	Έλη Καλοδίκι, Μαργαρίτι, Καρτέρι και λίμνη Προντάνη	1.807,98
ΖΕΠ	Στενά Παρακαλάμου	3.482,75
ΖΕΠ	Όρη Παραμυθίας, στενά Καλαμά και στενά Αχέρωντα	11.691,56
ΖΕΠ	Όρη Τσαμαντά, Φιλιατών, Φαρμακοβούνι, Μεγάλη Ράχη	19.854,15

Πηγή: *Κ.Υ.Α. Η.Π.37338/1807/Ε.103 και Ν. 3937/2011*

Επεξεργασία: *Προσωπική*

3.7.3 Τουριστικά καταλύματα

Κεφάλαιο 3^ο: Περιγραφή του Προορισμού

Ο νομός διαθέτει έναν ικανοποιητικό αριθμό ξενοδοχειακών μονάδων και λοιπών ενοικιαζόμενων καταλυμάτων. Στις ευρύτερες περιοχές υπάρχουν καταλύματα διαφόρων κατηγοριών και τύπων σε μεγάλο εύρος τιμών. Ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, ενοικιαζόμενες κατοικίες, βίλες και camping, μπορούν να ικανοποιήσουν τις απαιτήσεις των επισκεπτών και να προσφέρουν μια ευχάριστη και απολαυστική διαμονή.

Σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα στοιχεία του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος (2021), η Θεσπρωτία διαθέτει 66 ξενοδοχειακές μονάδες, οι οποίες στο σύνολο τους αποτελούνται από 1.901 δωμάτια με 3.759 κλίνες. Η πλειοψηφία των ξενοδοχείων βρίσκονται στην Ηγουμενίτσα και είναι τριών αστέρων (Πίν. 3.4 και Πίν. 3.5). Κατά κύριο λόγο η λειτουργία των ξενοδοχείων ξεκινάει Απρίλιο ή Μάιο και ολοκληρώνεται τον Οκτώβριο, υπάρχουν όμως και πολλά ξενοδοχεία (27 στο σύνολο) που λειτουργούν σε ετήσια βάση. Επιπλέον ο νομός διαθέτει ενοικιαζόμενα δωμάτια, επιπλωμένες κατοικίες και κάμπινγκ (Πίν. 3.6).

Πίνακας 3.4: Ξενοδοχειακές Μονάδες ανά κατηγορία (2021)							
Κατηγορία Καταλύματος	5 *	4*	3*	2*	C Class	1*	Σύνολα
Ξενοδοχειακές Μονάδες	4	14	23	15	2	8	66
Δωμάτια	487	326	610	307	15	156	1901
Κλίνες	1012	667	1196	553	31	300	3759

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2021)

Επεξεργασία: Προσωπική

Πίνακας 3.5: Ξενοδοχειακές Μονάδες ανά δήμο (2021)	
Δήμος	Ξενοδοχεία
Ηγουμενίτσα	58
Σουλίου	7
Φιλιππών	1
Σύνολο	66

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2021)

Επεξεργασία: Προσωπική

Πίνακας 3.6: Λοιπά Τουριστικά Καταλύματα

Ενοικιαζόμενα δωμάτια (2019)					
	4K	3K	2K	1K	Σύνολο
Μονάδες	23	118	131	57	329
Δωμάτια	159	544	677	278	1.658
Κλίνες	381	1.438	1.677	591	4.017

Δυναμικό επιπλωμένων κατοικιών και επαύλεων (2018)	
Μονάδες	45
Δωμάτια	114
Κλίνες	399

Δυναμικό Κάμπινγκ (2021)					
	4*	3*	2*	1*	Σύνολο
Μονάδες			5		5
Οικίσκοι			0		0
Θέσεις			320		320

Πηγή: *INSETE (2022)*

Επεξεργασία: *Προσωπική*

3.7.4 Εστίαση – διασκέδαση

Στον τομέα της εστίασης η Θεσπρωτία παρουσιάζει ποικιλία εγκαταστάσεων που καλύπτουν τις ανάγκες κατοίκων και τουριστών. Ένας μεγάλος αριθμός από ταβέρνες, εστιατόρια, μεζεδοπωλεία, ικανοποιούν όλες τις γευστικές επιθυμίες. Η κάθε περιοχή έχει τα δικά της μυστικά, τεχνικές και συνταγές. Η Ηγουμενίτσα είναι ξακουστή για τις φρέσκιες παραδοσιακές πίτες, τα γλυκά του ταψιού και του κουταλιού, η Παραμυθιά φημίζεται για τα ντόπια κρέατα της, το τσίπουρο και το τοπικό κρασί, ενώ τα Φιλιατά για τα ρόδια τους. Επιπλέον η περιοχή διαθέτει κέντρα διασκέδασης, μπαράκια, παραδοσιακά καφενεία και καφετέριες.

3.7.5 Προσβασιμότητα

Η προσβασιμότητα στο νομό Θεσπρωτίας πραγματοποιείται μέσω θαλάσσης και μέσω των οδικών αξόνων. Στο νομό και συγκεκριμένα στην Ηγουμενίτσα βρίσκεται το ομώνυμο λιμάνι. Πρόκειται για ένα από τα σημαντικότερα λιμάνια της χώρας, το πρώτο σε κίνηση στη δυτική Ελλάδα και το δεύτερο μεγαλύτερο πανελλαδικά. Το λιμάνι της Ηγουμενίτσας συνδέει ακτοπλοϊκά το νομό με δρομολόγια εσωτερικού, συγκεκριμένα με Πάτρα, Κέρκυρα, Κεφαλονιά και Παξούς, καθώς και με δρομολόγια εξωτερικού σε περιοχές της Ιταλίας (Ανκόνα, Μπάρι, Πρίντεζι, Βενετία). Κατά κύριο λόγο παρέχει

Κεφάλαιο 3^ο: Περιγραφή του Προορισμού

υπηρεσίες διακίνησης επιβατών, οχημάτων και εμπορευμάτων. Σε ετήσια βάση, οι διακινηθέντες επιβάτες κυμαίνονται περίπου στα 2,5 εκατομμύρια (Ένωση Λιμένων Ελλάδος, 2021).

Εξίσου σημαντική είναι και η συμβολή του οδικού δικτύου στην προσβασιμότητα της Π.Ε. Θεσπρωτίας. Η κατασκευή της Εγνατίας Οδού μείωσε σημαντικά την απόσταση μεταξύ της πόλης και των Ιωαννίνων, ενώ τη συνέδεσε με τη Βόρεια Ελλάδα, συγκεκριμένα με τη Θεσσαλονίκη και την Αλεξανδρούπολη. Η ολοκλήρωση του έργου αυτού είχε σαν αποτέλεσμα τόσο η πόλη, όσο και γενικότερα ο νομός να βγουν από την απομόνωση των προηγούμενων ετών.

3.8 Τουριστική ζήτηση

Ο νομός Θεσπρωτίας αποτελεί προορισμό με μεγάλη απήχηση και επισκεψιμότητα τόσο σε εγχώριο όσο και σε διεθνή επίπεδο. Η κοντινή απόσταση από την Ιταλία διευκολύνει στην έλευση τουριστών κυρίως τους καλοκαιρινούς μήνες, ενώ πολλοί είναι και οι εισερχόμενοι τουρίστες που επισκέπτονται το νομό από γύρω περιοχές αλλά και ολόκληρη την Ελλάδα. Η τουριστική του ζήτηση αποτυπώνεται σε αριθμούς μέσω της κίνησης στο λιμάνι της Ηγουμενίτσας (Πίν. 3.7 και Πιν. 3.8) και στο μεθοριακό σταθμό της Σαγιάδας (Πίν. 3.9.), καθώς και με τις αφίξεις (Πίν. 3.10) και διανυκτερεύσεις (Πίν. 3.11) στα καταλύματα.

Πίνακας 3.7: Διακίνηση επιβατών (Λιμάνι Ηγουμενίτσας 2015 -2020)			
	Διακινηθέντες εσωτερικού (απόπλοι – κατάπλοι)	Διακινηθέντες εξωτερικού (απόπλοι – κατάπλοι)	Σύνολο Διακινηθέντων
2020	840.773	408.204	1.248.977
2019	1.816.717	955.684	2.772.401
2018	1.889.426	953.203	2.842.629
2017	1.759.239	918.064	2.677.303
2016	1.604.725	822.155	2.426.880
2015	1.561.605	799.720	2.361.325

Πηγή: Ένωση Λιμένων Ελλάδος, 2021
Επεξεργασία: Προσωπική

Κεφάλαιο 3^ο: Περιγραφή του Προορισμού

Πίνακας 3.8: Αφίξεις κρουαζιέρας (2014-2020)		
ΕΤΟΣ	Αφίξεις κρουαζιερόπλοιων	Αφίξεις επιβατών κρουαζιέρας
2020	1	102
2019	5	1053
2018	14	12650
2017	8	9088
2016	7	7623
2015	6	3090
2014	13	3096

Πηγή: Ένωση Λιμένων Ελλάδος, 2021
Επεξεργασία: Προσωπική

Πίνακας 3.9: Οδικές Αφίξεις					
ΕΤΟΣ	2019	2018	2017	2016	2015
Μεθοριακός σταθμός Σαγιάδας	275.458	278.044	286.044	280.759	271.084

Πηγή: INΣΕΤΕ. (2020)
Επεξεργασία: Προσωπική

Πίνακας 3.10: Αφίξεις σε ξενοδοχειακού τύπου καταλύματα (πλην κάμπινγκ)							
ΕΤΟΣ	Δήμος Ηγουμενίτσας		Δήμοι Σουλίου και Φιλιατρών		Σύνολο περιφερειακής ενότητας Θεσπρωτίας		
	Ημεδαπών	Αλλοδαπών	Ημεδαπών	Αλλοδαπών	Ημεδαπών	Αλλοδαπών	Σύνολο
2020	24.708	8.221	726	199	25.434	8.420	33.854
2019	33.127	44.750	2.341	759	35.468	44.509	79.967
2018	31.452	44.371	2.343	482	33.795	44.853	78.648
2017	20.585	21.489	337	23	20.922	21.515	42.437
2016	23.231	15.993	402	47	23.633	16.040	39.673
2015	27.935	15.664	350	44	28.285	15.708	43.993

Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2015; 2016; 2017; 2018; 2019; 2020
Επεξεργασία: Προσωπική

Κεφάλαιο 3^ο: Περιγραφή του Προορισμού

Πίνακας 3.11: Διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχειακού τύπου καταλύματα (πλην κάμπινγκ)

ΕΤΟΣ	Δήμος Ηγουμενίτσας		Δήμοι Σουλίου και Φιλιατρών		Σύνολο περιφερειακής ενότητας Θεσπρωτίας		
	Ημεδαπών	Αλλοδαπών	Ημεδαπών	Αλλοδαπών	Ημεδαπών	Αλλοδαπών	Σύνολο
2020	62.093	35.569	2.255	982	64.348	36.461	100.809
2019	75.838	217.459	4.804	1.918	80.642	219.377	300.019
2018	68.478	209.950	4.842	1.359	73.320	211.309	284.629
2017	42.996	89.528	710	99	43.706	89.627	133.333
2016	46.706	63.769	769	135	47.475	63.904	111.379
2015	60.823	49.371	750	94	61.573	49.465	111.038

Πηγή: *Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2015; 2016; 2017; 2018; 2019; 2020*
Επεξεργασία: Προσωπική

Από τα δεδομένα που παρουσιάζονται προκύπτει ότι το σύνολο των διακινηθέντων επιβατών διατηρείται σε υψηλά επίπεδα, με την ποσοστιαία κατανομή των διακινηθέντων εξωτερικού να φτάνει το 53% της χώρας. Στον τομέα της κρουαζιέρας, μέχρι το 2018, παρατηρείται σημαντική αύξηση στον αριθμό των επιβατών. Επιπλέον ο μεθοριακός σταθμός Σαγιάδας, που ενώνει την Ελλάδα με τη γειτονική Αλβανία, κυμαίνεται σε σταθερά επίπεδα την πενταετία 2015-2019 και αποτελεί το δεύτερο σε εισερχόμενη κίνηση διεθνή οδικό σταθμό της Ηπείρου.

Όσον αφορά τα καταλύματα οι αφίξεις δείχνουν την ανοδική τουριστική ζήτηση που σημειώθηκε στο νομό από το 2016 έως το 2019, μέχρι την εμφάνιση της παγκόσμιας επιδημιολογικής κρίσης. Το ίδιο διαπιστώνεται και στο σύνολο των διανυκτερεύσεων. Τέλος από τα στατιστικά στοιχεία, προκύπτει πως ο μέσος όρος διανυκτέρευσης για τους αλλοδαπούς τουρίστες είναι 4,2 νύχτες, σχεδόν διπλάσιος από αυτόν των ημεδαπών, οι οποίοι κατά μέσο όρο διανυκτερεύουν 2,2 νύχτες.

3.9 Οικονομικά χαρακτηριστικά της Ηπείρου

Στην ενότητα αυτή παρατίθενται βασικά οικονομικά χαρακτηριστικά της Ηπείρου, που υποδηλώνουν την υφιστάμενη κατάσταση της, σε θέματα γύρω από την ανεργία, την απασχόληση και τα μακροοικονομικά στοιχεία.

Αναφορικά με τα ποσοστά ανεργίας, το 2021 η Π. Ηπείρου κατέγραψε 19 χιλ. ανέργους ποσοστό που αποτελεί το 15% του οικονομικά ενεργού πληθυσμού της. Συνολικά ο αριθμός των απασχολούμενων εμφανίζεται μειωμένος κατά 8% συγκριτικά

Κεφάλαιο 3^ο: Περιγραφή του Προορισμού

με το 2019, αγγίζοντας τις 104 χιλ., εκ των οποίων 6.981 και 2.022 απορροφώνται από τους κλάδους εστίασης και καταλυμάτων αντίστοιχα (Πίν. 3.12 και Πίν. 3.13).

Σύμφωνα με τα μακροοικονομικά στοιχεία το 2021 ο τουρισμός συνέβαλε άμεσα στο ΑΕΠ της χώρας με σχεδόν 13,2 δισ. ευρώ, ωστόσο η συνεισφορά της Π. Ηπείρου κυμάνθηκε σε χαμηλά επίπεδα (4%). Τέλος για το ίδιο έτος τα έσοδα της από τον τουρισμό ανέρχονται μόλις στο 1% (€ 162 εκατ.) των συνολικών εσόδων της χώρας (ΙΝΣΕΤΕ, 2022).

Τα αριθμητικά αυτά στοιχεία παρατέθηκαν θέλοντας να γίνει αντιληπτή η συμβολή του τουρισμού στην ευρύτερη περιοχή.

Μέσα από τα αριθμητικά στοιχεία που παρουσιάστηκαν εκτιμάται ότι η Θεσπρωτία και η περιοχή της Ηπείρου ευρύτερα δύναται να ενισχυθεί από τη δημιουργία του προτεινόμενου μοντέλου θεματικού πάρκου σε τομείς όπως η απασχόληση, η οικονομία και ο τουρισμός.

		2019	2021	Ποσοστιαία μεταβολή	
Π. Ηπείρου	Απασχολούμενοι	112.748	103.875	-8%	
	Ανεργία	<i>Ποσοστό</i>	16%	15%	-16%
		<i>Αριθμός (σε χιλ.)</i>	22	19	

Πηγή: *ΙΝΣΕΤΕ (2022)*
Επεξεργασία: *Προσωπική*

Κλάδος	2015	2019	2021
Καταλύματα	1.827	1.943	2.022
Δραστηριότητες υπηρεσιών εστίασης	7.914	11.273	6.981
Λοιποί Κλάδοι	95.531	99.532	94.872
Σύνολο	105.272	112.748	103.875

Πηγή: *ΙΝΣΕΤΕ (2022)*
Επεξεργασία: *Προσωπική*

Κεφάλαιο 3^ο: Περιγραφή του Προορισμού

3.10 Ανάλυση SWOT

Η SWOT ανάλυση αποτελεί ένα δημοφιλές εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού, το οποίο χρησιμοποιείται για την ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος μια επιχείρησης – οργανισμού ή ενός προορισμού. Η ονομασία SWOT προέρχεται από τις αγγλικές λέξεις, Strength (δυνατά σημεία), Weakness (αδυναμίες), Opportunities (ευκαιρίες) και Treats (απειλές).

Σύμφωνα με την περιγραφή των συστατικών στοιχείων του προορισμού, που αναλύθηκαν στην αρχή του κεφαλαίου, παρουσιάζεται η ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος του.

ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	<p style="text-align: center;"><u>Δυνατά σημεία</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Φυσική γεωγραφική θέση του νομού• Πολιτιστικός πλούτος (παραδοσιακοί οικισμοί, αρχαιολογικοί χώροι)• Καλή ακτοπλοϊκή σύνδεση με την Ιταλία• Ανάπτυξη του οδικού δικτύου (δημιουργία Εγνατίας Οδού)• Άθικτη φύση (τοπίο, ομορφιά, διατήρηση)	<p style="text-align: center;"><u>Αδύναμα σημεία</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Εποχικότητα στον τουρισμό• Ελλειπείς μεταφορικές υποδομές (έλλειψη αεροδρομίου)• Απουσία σημαντικών διεθνών εκδηλώσεων πολιτισμού• Ελλιπής προβολή του νομού• Χαμηλή αξιοποίηση των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού
ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	<p style="text-align: center;"><u>Ευκαιρίες</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Απορρόφηση μεγαλύτερου μεριδίου τουρισμού υψηλής προστιθέμενης αξίας (π.χ. υποδομές κρουαζιέρας)• Ανάπτυξη θεματικού τουρισμού (φυσικό κάλλος, ιστορία – μυθολογία)• Επέκταση της τουριστικής περιόδου κατά τους χειμερινούς μήνες, καθιερώνοντας τον σαν προορισμό τεσσάρων εποχών• Προβολή και ανάδειξη του νομού	<p style="text-align: center;"><u>Απειλές</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Παγκόσμια επιδημιολογική και Οικονομική Κρίση• Διαμοιρασμένη τουριστική προσφορά με ανταγωνισμό στο τομέα του τουρισμού• Διεθνής ανταγωνισμός

3.11 Συμπεράσματα κεφαλαίου

Κεφάλαιο 3^ο: Περιγραφή του Προορισμού

Η βιβλιογραφική έρευνα που πραγματοποιήθηκε συντέλεσε στη διαπίστωση ότι ο νομός Θεσπρωτίας διαθέτει όλες τις κατάλληλες προϋποθέσεις για τη δημιουργία ενός θεματικού πάρκου. Επιπλέον μέσα από την καταγραφή και ανάλυση των δεδομένων των ερωτηματολογίων (που παρατίθεται στη συνέχεια) αποτυπώνεται η άποψη κατοίκων και επισκεπτών για τις δυνατότητες και τις ευκαιρίες που προσφέρει η δημιουργία του πάρκου στην περιοχή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^Ο: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1 Επιλογή θέματος Μ.Ε.Π.

Η παρούσα μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία μελετά τα θεματικά πάρκα, την έννοια και την ιστορία τους, καθώς και τη συμβολή τους στην τουριστική ανάπτυξη. Επιπλέον εξετάζει τη δημιουργία ενός σύγχρονου και καινοτόμου για τα ελληνικά δεδομένα θεματικού πάρκου, το οποίο τοποθετείται στην περιοχή της Θεσπρωτίας. Η ιδέα για την ανάλυση αυτής της έρευνας πηγάζει από το γεγονός ότι τα θεματικά πάρκα γνωρίζουν διεθνή αίγλη, επιφέροντας σημαντικά οφέλη στην τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη μιας χώρας. Παράλληλα αποτελούν ένα μέρος απόδρασης και διασκέδασης προσφέροντας στους επισκέπτες τους μια μοναδική εμπειρία. Έμπνευση για το θέμα του πάρκου αποτέλεσε η προσωπική αγάπη της ερευνήτριας για την ελληνική μυθολογία, ένα θέμα παγκοσμίου φήμης και απήχησης.

4.2 Μεθοδολογία έρευνας

Η μεθοδολογία έρευνας αποτελεί ένα απαραίτητο και αναπόσπαστο κομμάτι κάθε διπλωματικής εργασίας. Με τη μεθοδολογία συλλέγονται οι απαραίτητες πληροφορίες που θα συμβάλλουν στην επιλογή του εκάστοτε θέματος και θα διευκολύνουν στην υλοποίηση του. Κάθε ερευνητής επιλέγει τη μεθοδολογία που θα ακολουθήσει, δηλαδή τα μέσα, τα υλικά και τις διαδικασίες για τη διεξαγωγή της ερευνάς του.

Μία έρευνα μπορεί να περιλαμβάνει τη συλλογή δευτερογενών και πρωτογενών δεδομένων. Τα δευτερογενή δεδομένα, αναφέρονται σε ήδη υπάρχουσες πληροφορίες που μπορούν να αντλήσουν οι ερευνητές, παρέχονται συνήθως δωρεάν ή σε χαμηλό κόστος και αποτελούν μια μέθοδο οικονομίας χρόνου. Ο όρος πρωτογενή δεδομένα, αναφέρεται σε πληροφορίες που συλλέγονται για πρώτη φορά, με σκοπό να απαντήσουν συγκεκριμένες ερευνητικές υποθέσεις που τέθηκαν από τον εκάστοτε ερευνητή, στα πλαίσια μιας συγκεκριμένης έρευνας. Στην παρούσα εργασία χρησιμοποιήθηκαν τόσο δευτερογενή όσο και πρωτογενή δεδομένα.

4.2.1 Δευτερογενής έρευνα

Η παρούσα μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία υλοποιήθηκε έπειτα από λεπτομερή και σε βάθος δευτερογενή έρευνα. Πρωτίστως μελετήθηκε με προσοχή το θέμα και εξετάστηκαν αναλυτικά όλοι οι επιμέρους τομείς που έπρεπε να αναπτυχθούν. Στη συνέχεια διεξήχθη αναζήτηση για την συλλογή πληροφοριών και στοιχείων,

Κεφάλαιο 4^ο: Μεθοδολογία Έρευνας

απαραίτητων για την προετοιμασία, ολοκλήρωση και πλήρη κάλυψη της εργασίας. Η έρευνα ήταν απαραίτητη για την παρουσίαση και εκτίμηση της υφιστάμενης κατάστασης, την εξαγωγή συμπερασμάτων και την ανάπτυξη προτάσεων για το μέλλον.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε με άντληση των απαραίτητων στοιχείων από ήδη υπάρχουσες και δημοσιευμένες πηγές, όπως επίσημες στατιστικές μελέτες, στοιχεία επίσημων τουριστικών φορέων, επιστημονικές εργασίες, βιβλία και περιοδικά, έντυπα τουριστικών οδηγών και χάρτες, ειδήσεις, άρθρα εφημερίδων και το διαδίκτυο.

4.2.2 Πρωτογενής έρευνα

Η κάλυψη των αναγκών της πρωτογενούς έρευνας πραγματοποιήθηκε με τη σύνταξη ερωτηματολογίων, τα οποία διανεμήθηκαν σε κατοίκους της Περιφέρειας Ηπείρου και σε κατοίκους της Περιφέρειας Αττικής. Οι ερωτήσεις συντάχθηκαν σύμφωνα με τους κανόνες δόμησης των ερωτηματολογίων και διατυπώθηκαν με απλό, σαφή και ακριβή τρόπο ώστε να είναι απόλυτα κατανοητές στο δείγμα που συμμετείχε. Το ερωτηματολόγιο απευθύνθηκε σε ενήλικο πληθυσμό, ανεξαρτήτου φύλου, πόλης διαμονής και τουριστικής συμπεριφοράς και η επιλογή του βασίστηκε στην κατά κρίση δειγματοληψία. Οι ερωτώμενοι που συμμετείχαν στην έρευνα έφτασαν τους 405.

Οι ερωτήσεις που επιλέχθηκαν ήταν κλειστού τύπου ποσοτικής έρευνας, με επιλογή προκαθορισμένων απαντήσεων, διπλής ή πολλαπλής επιλογής, καθώς και ερωτήσεις με βαθμολογία κλίμακας. Το ερωτηματολόγιο διαιρέθηκε σε τέσσερα μέρη, περιείχε συνολικά 29 ερωτήσεις και ήταν ανώνυμο. Περιλάμβανε δημογραφικές ερωτήσεις, γενικές ερωτήσεις για τις διακοπές και τα ταξίδια των ερωτηθέντων, καθώς και για τα θεματικά πάρκα. Ακολούθησαν εξειδικευμένες ερωτήσεις σε θέματα που αφορούν την περιοχή μελέτης, βασισμένα σε άξονες που σχετίζονται με την ανάπτυξη και τη συμβολή ενός πιθανού θεματικού πάρκου στο νομό.

Η διεξαγωγή της έρευνας πραγματοποιήθηκε τους εαρινούς και τους φθινοπωρινούς μήνες. Η πλειοψηφία των απαντήσεων συγκεντρώθηκε σε έντυπη φυσική μορφή, ενώ μεγάλο ήταν και το ποσοστό των ερωτηματολογίων που εστάλησαν ηλεκτρονικά. Επιπλέον προκειμένου να συγκεντρωθεί ο απαιτούμενος αριθμός έγινε προσπάθεια για την συλλογή απαντήσεων μέσω τηλεφωνικής επικοινωνίας. Η καταχώρηση, επεξεργασία και ανάλυση των αποτελεσμάτων έγινε σε ηλεκτρονικές φόρμες και συγκεκριμένα με τη χρήση του συστήματος SPSS.

Κεφάλαιο 4^ο: Μεθοδολογία Έρευνας

4.2.2.1 Μέθοδοι επικοινωνίας

Η συλλογή των απαιτούμενων πληροφοριών πραγματοποιήθηκε με τον διαμοιρασμό ερωτηματολογίων, μέσω ηλεκτρονικής αλληλογραφίας (e-mail), τηλεφωνικής επικοινωνίας και δια ζώσης.

Στην περίπτωση αποστολής των ερωτηματολογίων μέσω ηλεκτρονικής αλληλογραφίας συλλέχθηκε σημαντικός όγκος πληροφοριών. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων δέχτηκε να συμμετάσχει στην έρευνα, αποστέλλοντας συμπληρωμένο το ερωτηματολόγιο σε σύντομο χρονικό διάστημα.

Η τηλεφωνική έρευνα που διεξήχθη, με σκοπό να ενισχύσει τον συνολικό αριθμό του δείγματος δεν επέφερε τα προσδοκώμενα αποτελέσματα, καθώς μόνο ένα μικρό ποσοστό δέχθηκε να συμμετάσχει στην έρευνα.

Τέλος η δια ζώσης διανομή έντυπων ερωτηματολογίων αποτέλεσε την μέθοδο με το μικρότερο ποσοστό αποχής και συνέβαλλε σημαντικά στην συλλογή του απαιτούμενου δείγματος.

4.2.2.2 Σχεδιασμός δειγματοληψίας

Ο σχεδιασμός της έρευνας περιλάμβανε βασικά ερωτήματα, όπως το ποιοι θα συμμετάσχουν στην έρευνα, πόσοι θα συμμετάσχουν σε αυτήν, με ποιον τρόπο θα γίνει η επιλογή του δείγματος και ποιο χρονικό διάστημα θα διενεργηθεί.

Στην παρούσα έρευνα επιλέχθηκε να συμμετάσχει ενήλικος πληθυσμός, από την Περιφέρεια Αττικής και την Περιφέρεια Ηπείρου, ενώ αποδεκτή ήταν η συμμετοχή μελών της ίδιας οικογένειας. Με σκοπό ένα όσο το δυνατόν πιο αξιόπιστο αποτέλεσμα έγινε προσπάθεια ο αριθμός του δείγματος να προσεγγίζει τα 400 άτομα.

Η Περιφέρεια Αττικής επιλέχθηκε δεδομένης της ευκολίας της ερευνήτριας να αντλήσει τα απαιτούμενα στοιχεία, ενώ η επιλογή της Περιφέρειας Ηπείρου βασίστηκε στην προσωπική της κρίση ότι τα συγκεκριμένα μέλη του πληθυσμού θα παράσχουν σημαντικές πληροφορίες στην έρευνα.

Τέλος αναφορικά με τη διεξαγωγή της έρευνας, το κύριο μέρος της υλοποιήθηκε τους καλοκαιρινούς μήνες. Το διάστημα αυτό συγκεντρώθηκε το απαιτούμενο δείγμα από την Περιφέρεια Αττικής, ωστόσο λόγω μικρής έλλειψης στο ανάλογο αριθμητικό δείγμα της Περιφέρειας Ηπείρου η έρευνα συνεχίστηκε και τους φθινοπωρινούς μήνες.

4.2.2.3 Ερευνητικά ερωτήματα

Κεφάλαιο 4^ο: Μεθοδολογία Έρευνας

Στην υποενότητα αυτή παρουσιάζονται τα βασικά ερωτήματα στα οποία στηρίχθηκε η έρευνα και συντέλεσαν στη διαμόρφωση του ερωτηματολογίου. Προκειμένου ένα θέμα να διερευνηθεί πλήρως, συνήθως συμπεριλαμβάνονται πολλά ερωτήματα για τα οποία οι ερευνητές επιθυμούν να λάβουν απαντήσεις. Η διατύπωση ερευνητικών ερωτημάτων κρίνεται πολύ σημαντική γιατί προσδίδει σκοπό στην έρευνα.

Βασικός σκοπός για τη διεξαγωγή της παρούσας έρευνας ήταν η αξιολόγηση ενός προτεινόμενου μοντέλου θεματικού πάρκου στην Π. Ε Θεσπρωτίας και οι πιθανές σύμφωνα με τους συμμετέχοντες επιδράσεις του στον προορισμό. Τα πρώτα βασικά ερωτήματα που τέθηκαν για την απάντηση του σκοπού αυτού σχετίζονται με τις τουριστικές επιλογές των συμμετεχόντων. Ερωτήσεις αναφορικά με την κύρια περίοδο διακοπών μέσα στο χρόνο, την πραγματοποίηση ολιγοήμερων διακοπών και τον κύριο λόγο για τον οποίο οργανώνεται ένα ταξίδι. Το επόμενο ερευνητικό ερώτημα που απασχόλησε την ερευνήτρια πηγάζει από τις γενικές αντιλήψεις για τα θεματικά πάρκα. Πόσο διαδεδομένος είναι ο όρος θεματικά πάρκα στην Ελλάδα; Έχουν επισκεφτεί κάποιο θεματικό πάρκο και τι είναι αυτό που κατά τη γνώμη τους τα καθιστά πετυχημένα;

Στη συνέχεια τα επόμενα ερωτήματα τέθηκαν με βάση το έντονο ερευνητικό ενδιαφέρον για τη γνώμη των συμμετεχόντων γύρω από τη συμβολή μιας τέτοιας επένδυσης στην τουριστική – τοπική ανάπτυξη. Εν προκειμένου αν πρόκειται να αποτελέσει τουριστικό πόλο έλξης, αν θα αμβλύνει την εποχικότητα και αν θα επιφέρει οικονομικά και κοινωνικό – πολιτιστικά οφειλή στον προορισμό.

Το τελευταίο ερευνητικό ερώτημα στο οποίο στηρίχθηκε η ερευνήτρια ήταν σε ποιο βαθμό ένα θεματικό πάρκο με έντονο μυθολογικό περιεχόμενο θα προκαλέσει τουριστικό ενδιαφέρον. Αν μέσα από τις ατραξιόν που προσφέρονται και το σκηνικό που παρουσιάζεται δύναται να μετατραπεί σε τουριστικό προορισμό.

4.2.2.4 Ερευνητικά εργαλεία

Η συλλογή των πρωτογενών δεδομένων, όπως αναφέρθηκε και στην αρχή του κεφαλαίου επιτεύχθηκε με τη χρήση ερωτηματολογίων. Εξαιτίας της ευελιξίας τους, τα ερωτηματολόγια επιλέχθηκαν έναντι άλλων ερευνητικών εργαλείων.

Η σωστή και απλή διατύπωση των ερωτήσεων καθώς και η ορθολογική σειρά με την οποία ταξινομήθηκαν μέσα στο ερωτηματολόγιο αποτέλεσαν σημαντικό

Κεφάλαιο 4^ο: Μεθοδολογία Έρευνας

πλεονέκτημα για την συλλογή του απαιτούμενου αριθμού δείγματος. Οι ερωτήσεις καταχωρήθηκαν με τρόπο που να διατηρείται το ενδιαφέρον των ερωτώμενων, ενώ οι δημογραφικού τύπου ερωτήσεις τοποθετήθηκαν στο τέλος. Η διατύπωση έγινε με σαφήνεια, θέλοντας να αποφευχθούν οι αμφιβολίες ως προς την ερμηνεία των ερωτήσεων. Παράλληλα δεν υπήρξαν κατευθυνόμενες ερωτήσεις που να καθοδηγούν τον ερωτώμενο σε μια συγκεκριμένη επιθυμητή απάντηση. Οι ερωτήσεις με βαθμολογία κλίμακας στηρίχθηκαν στο μοντέλο της κλίμακας Likert και οι επιλογές των επικείμενων απαντήσεων κυμάνθηκαν από το 1 έως το 5. Οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να προσδιορίσουν το επίπεδο συμφωνίας τους σε μια δήλωση όπου: (1) Διαφωνώ κάθιστα, (2) Διαφωνώ, (3) Δηλώνω ουδέτερος/η (4) Συμφωνώ και (5) Συμφωνώ απόλυτα.

Το ερωτηματολόγιο συνοδευόταν από μια μικρή περίληψη των υπηρεσιών – δραστηριοτήτων που συνθέτουν το προτεινόμενο μοντέλο θεματικού πάρκου. Η συμπερίληψη αυτή, έγινε με σκοπό τη γνωριμία των ερωτηθέντων με το πάρκο και συντέλεσε στην καλύτερη διεξαγωγή της έρευνας και στην ορθότερη εξαγωγή συμπερασμάτων.

4.2.2.5 Στατιστική ανάλυση

Την ολοκλήρωση της συλλογής των απαιτούμενων δεδομένων ακολούθησε η ανάλυση τους με τη χρήση του στατιστικού προγράμματος IBM SPSS Statistics 29.

Συγκεκριμένα, σε πρώτο στάδιο πραγματοποιήθηκε κωδικοποίηση των μεταβλητών και στη συνέχεια εισαγωγή των δεδομένων στο στατιστικό πρόγραμμα SPSS. Η διαδικασία αυτή παρείχε στην ερευνήτρια, τη δυνατότητα για ανάλυση των μεταβλητών και για ορθή εξαγωγή συμπερασμάτων.

Στα πλαίσια της συγκεκριμένης μελέτης επιλέχθηκαν στατιστικές αναλύσεις μέσω της περιγραφικής και της επαγωγικής στατιστικής, όπως διαγράμματα, πίνακες συχνοτήτων, περιγραφικά μέτρα, διενέργεια ελέγχου υποθέσεων, έλεγχοι αξιοπιστίας και συσχέτισης.

4.3 Σχεδίαση του χάρτη

Ο χάρτης του θεματικού πάρκου και οι θεματικές κατηγορίες είναι ένα προϊόν προσωπικής έμπνευσης και φαντασίας. Το θεματικό πάρκο έχει χωριστεί σε 8 θεματικές κατηγορίες και δύο βοηθητικές κατηγορίες, με καθεμία από αυτές να αποτυπώνεται στο χάρτη με διαφορετικό χρώμα. Η δημιουργία του χάρτη βασίστηκε στα πρότυπα αντίστοιχων θεματικών πάρκων υψηλών προδιαγραφών και

Κεφάλαιο 4^ο: Μεθοδολογία Έρευνας

δημιουργήθηκε με τα γραφιστικά προγράμματα Adobe Illustrator 2021 και CorelDRAW X3. Επιπλέον χρησιμοποιήθηκε το πρόγραμμα ζωγραφικής Paint 3D της Microsoft.

Στο χάρτη αποτυπώνεται η αξονομετρική απεικόνιση του θεματικού πάρκου, δηλαδή μια τρισδιάστατη αλλά αφηρημένη απεικόνιση του χώρου, με τις εγκαταστάσεις και τα κτίρια του. Η πύλη εισόδου και τα κύρια κτίρια του πάρκου είναι σχεδιασμένα στα πρότυπα των κτιρίων της αρχαίας Ελλάδας, ενώ σε κάθε ατραξιόν αποτυπώνονται λεπτομέρειες με μυθικούς ήρωες, τέρατα και Θεούς.

Η σχεδίαση του πραγματοποιήθηκε με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι κατανοητός για τον αναγνώστη ο διαχωρισμός των κατηγοριών και των ατραξιόν τους. Ο χάρτης αυτός προσφέρει τη δυνατότητα στον εν δυνάμει επισκέπτη να οργανώσει το πρόγραμμά του, επιλέγοντας τη θεματική κατηγορία και τις ατραξιόν από τις οποίες θα προτιμήσει να ξεκινήσει την περιήγησή του.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ, ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΥ ΘΕΜΑΤΙΚΟΥ ΠΑΡΚΟΥ

5.1 Παρουσίαση του θεματικού πάρκου

Οι ήρωες της ελληνικής μυθολογίας και της αρχαίας Ελλάδας αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι του ιστορικού πλούτου της χώρας. Ήρωες που έχουν εμπνεύσει ξένους παραγωγούς και έχουν πρωταγωνιστήσει σε δεκάδες διεθνείς ταινίες. Ήρωες που έχουν διδαχθεί σε χιλιάδες σχολεία ανά τον κόσμο. Αυτό το τουριστικό προϊόν που παραμένει ανεκμετάλλευτο στην Ελλάδα, οι δώδεκα Θεοί του Ολύμπου, ο Ηρακλής, ο Θησέας, ο Ιάσωνας, ο Οδυσσεύς, μπορούν να ζωντανέψουν μέσα από ένα ιστορικό, φαντασμαγορικό, διαδραστικό και περιπετειώδες θεματικό πάρκο.

Η πρόταση ανάπτυξης σχεδίου θεματικού πάρκου στο νομό Θεσπρωτίας είναι εμπνευσμένη από τους ήρωες αυτούς. Το σχέδιο δράσης περιλαμβάνει ποικίλες, ψυχαγωγικές, διαδραστικές και εκπαιδευτικές δραστηριότητες. Ανάμεσα σ' αυτές θα συμπεριληφθούν, διαδρομές με τρενάκια (roller coasters), ειδικές υδάτινες διαδρομές σε τεχνητά νερά καθώς και παραστάσεις και αναπαραστάσεις μύθων. Στο θεματικό πάρκο θα δημιουργηθούν ειδικοί χώροι εστίασης και αναψυχής, ενώ οι επισκέπτες θα βρουν καταστήματα λιανικής, όπου μπορούν να πραγματοποιήσουν τη βόλτα τους και να αγοράσουν τα αγαπημένα τους σουβενίρ. Επιπλέον θα δημιουργηθούν δύο αίθουσες συνεδρίων και λοιπών εκδηλώσεων καθώς και μια ξενοδοχειακή μονάδα, 4^{ων} αστέρων. Το προσωπικό του πάρκου θα είναι ντυμένο με τα κατάλληλα κοστούμια ταξιδεύοντας με τον τρόπο αυτό τους επισκέπτες στη συγκεκριμένη εποχή. Τέλος ο εξωτερικός χώρος του πάρκου θα διαθέτει δύο χώρους παρκινγκ με περισσότερες από 500 θέσεις στάθμευσης, καθώς υπόγεια παρκινγκ, μεγαλύτερης χωρητικότητας.

5.2 Ο χάρτης του θεματικού πάρκου

Ο χάρτης του θεματικού πάρκου παρέχει στον αναγνώστη τη δυνατότητα να γνωρίσει τις οκτώ θεματικές και τις δύο βοηθητικές κατηγορίες. Οι κατηγορίες αυτές συμβολίζονται με γράμματα του αγγλικού αλφαβήτου και η καθεμία αποτυπώνεται με διαφορετικό χρώμα. Στο κάτω μέρος του χάρτη παρουσιάζονται συνοπτικά οι ατραξιόν κάθε ενότητας. Το πάρκο περιλαμβάνει συνολικά 26 ατραξιόν, 2 αίθουσες συνεδρίων, 1 πλανητάριο, 1 αίθουσα εκθεμάτων και 1 ξενοδοχειακό συγκρότημα.

Κεφάλαιο 5^ο: Παρουσίαση, Σχεδιασμός και Περιγραφή του Προτεινόμενου Θεματικού Πάρκου



A

ΔΩΔΕΚΑΘΕΟ

1. Επίσκεψη στον Όλυμπο
2. Πίστες αναρρίχησης
3. Ολύμπιοι Θεοί (τρενάκι)
4. Τα σύμβολα των αρχαίων Θεών (παιδικό τρενάκι)

B

ΚΕΝΤΑΥΡΟΙ

5. Βόλτα με τους Κενταύρους (καρουζέλ)
6. Η κενταυρομαχία της Φολόης (οπτικοακουστική παράσταση)
7. Ο Σοφός Χείρωνας (δωμάτιο απόδρασης)

C

ΗΡΑΚΛΗΣ

8. Ιόλαος (προσομοίωση αρματοδρομίας)
9. Αρχαίο θέατρο
10. Μυθικά τέρατα (τρενάκι τρέμου)
11. Ο Ηρακλής στο σταυροδρόμι (τρενάκι)
12. Οι αθλοι του Ηρακλή (τρενάκι)

D

ΚΟΣΜΟΓΟΝΙΑ

13. Οι πηγές του Αχέροντα (υδάτινη διαδρομή)
14. Ταξίδι στα έγκατα της Γης (πύργοι κατακόρυφης πτώσης - ενηλίκων και ανηλίκων)

I

- i) Ιλιάδα & Οδύσσεια (συνεδριακά κέντρα)
- ii) Αστερισμοί και μύθοι (πλανητάριο)
- ii) Μυθόπολη (αίθουσα εκθεμάτων)

J

- iv) Διόσκουροι (ξενοδοχείο)

F

ΟΔΥΣΣΕΑΣ

15. Δούρειος Ίππος (εκπαιδευτική δραστηριότητα)
16. Μνηστηροφονία (παιχνίδι τοξοβολίας)
17. Ο δρόμος προς την Ιθάκη (τρενάκι)
18. Η οργή του Πολύφημου (παιχνίδι τακτικής)

F

ΔΑΙΔΑΛΟΣ

19. Η πτήση του Ίκαρου (περιστροφική διαδρομή)
20. Μικροί Εφευρέτες (παιδικές δραστηριότητες)
21. Ο μίτος της Αριάδνης (λαβύρινθος)

G

ΑΡΓΟΝΑΥΤΕΣ

22. Συμπληγάδες πέτρες (υδάτινη διαδρομή)
23. Ο άγρυπνος δράκος (περιπατητική διαδρομή)

H

ΑΡΧΑΙΑ ΑΓΟΡΑ

24. Νέκταρ και Αμβροσία (θεματικό εστιατόριο)
25. (i) Κάδμος (ii) Αρμονία (αναμνηστικά και δώρα)
26. Το κέρας της Αμάλθειας (φραγτό και ποτό)

Σχέδιο 5.1: Χάρτης προτεινόμενου θεματικού πάρκου

Σχεδίαση & Επεξεργασία: Προσωπική με χρήση *Illustrator vectors* από <https://www.freepik.com/>
 Ενότητα I (ξενοδοχείο) από: *Dementyev, D., (2021) Isometric ancient buildings [Image]. Available at: https://www.artstation.com/artwork/WKZyLQ*

5.3 Ανάλυση αναπτυξιακού σχεδίου

Η είσοδος στις εγκαταστάσεις του θεματικού πάρκου θα πραγματοποιείται μέσω ενός κεντρικού κτιρίου, που θα έχει τη μορφή αρχαίου ναού. Στο σημείο αυτό θα βρίσκονται τα εκδοτήρια, όπου οι επισκέπτες θα έχουν τη δυνατότητα να εκδώσουν ένα ενιαίο εισιτήριο για τη συμμετοχή σ' όλες τις θεματικές κατηγορίες, που θα φιλοξενηθούν στο θεματικό πάρκο. Επιπλέον θα υπάρχουν γραφεία που θα παρέχουν γενικές πληροφορίες στους επισκέπτες, καθώς και αυτόματοι πωλητές όπου το κοινό θα μπορεί να προμηθευτεί νερό και συσκευασμένα αναψυκτικά και χυμούς.

Στο εσωτερικό χώρο του θεματικού πάρκου θα υπάρχει τρενάκι στο οποίο θα επιβιβάζεται το κοινό και θα έχει τη δυνατότητα να περιηγηθεί στις θεματικές εγκαταστάσεις, να επιλέξει τις δραστηριότητες που θα συμμετάσχει και τις παραστάσεις – αναπαραστάσεις που θα παρακολουθήσει.

5.3.1 Θεματική κατηγορία Ολύμπιοι Θεοί

Η θεματική κατηγορία Θεοί του Ολύμπου, περιλαμβάνει διαδρομές με τρενάκια, εκπαιδευτικές δραστηριότητες, πίστες αναρρίχησης και πολλά ακόμη παιχνίδια.

Η πρώτη διαδρομή με τρενάκι είναι ειδικά διαμορφωμένη για τους ενήλικους φίλους του πάρκου. Το τρενάκι ανεβαίνει στον Όλυμπο και η περιήγηση ανάμεσα στους δώδεκα Θεούς ξεκινάει. Μια διαδρομή με μεγάλη ταχύτητα, συνεχείς εναλλαγές και περιστροφές. Μια διαδρομή με μεγάλες ανηφόρες και κατηφόρες, ανάμεσα από θύελλες και φωτιές, αστραπές και κεραυνούς.

Η δεύτερη διαδρομή με τρενάκι, αφορά αποκλειστικά τους μικρούς επισκέπτες του πάρκου, ένα τρενάκι γνώσης και παιχνιδιού. Ο ταξιδιώτης θα επιβιβαστεί στο βαγόνι και το ταξίδι για τον Όλυμπο θα ξεκινήσει. Στο πέραςμα του το κοινό θα συναντήσει το δωδεκάθεο και τα σύμβολα τους, την αστραπή, τη φωτιά, την τρίαινα, το φτερό της Ήρας, την καρδιά, την κουκουβάγια, το βέλος, το σανδάλι του Ερμή.

Οι πίστες αναρρίχησης περιλαμβάνουν διαφορετικά ύψη και επίπεδα δυσκολίας και είναι προσαρμοσμένες σε παιδιά και ενήλικες. Οι συμμετέχοντες θα αναρριχηθούν στο βουνό των Θεών, θα προσπαθήσουν να κατακτήσουν την κορυφή και να τοποθετήσουν το σημαϊάκι τους στο υψηλότερο σημείο.

Επιπλέον στη θεματική αυτή ενότητα το κοινό έχει τη δυνατότητα να απολαύσει μια μοναδική αναπαράσταση της κορυφής του Ολύμπου, με τα παλάτια που κατοικούσε το δωδεκάθεο. Σε ένα τοπίο γεμάτο ομίχλη και χαμηλά σύννεφα θα επισκεφτεί τις

κατοικίες των Θεών, θα γνωρίσει τον Δία, την Αθηνά, τον Ποσειδώνα, την Αφροδίτη, τον Άρη. Θα καθίσει στον θρόνο του αρχηγού των Θεών ενώ μοναδικά εφέ θα εξαπολύουν αστραπές και κεραυνούς.

Τέλος το εσωτερικό του βουνού, που δεσπόζει το παλάτι των Θεών, είναι κατάλληλα διαμορφωμένο για να υποδεχτεί μια σειρά από παιχνίδια, κουίζ και πάζλ που θα ενισχύσουν τις γνώσεις των επισκεπτών γύρω από το δωδεκάθεο.

5.3.2 Θεματική κατηγορία Κένταυροι

Στη θεματική αυτή κατηγορία πρωταγωνιστούν οι Κένταυροι. Σ' ένα διαφορετικό από τα συνηθισμένα καρουζέλ, ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να ιππεύσει τα μυθικά πλάσματα, με το ανθρώπινο άνω μέρος του κορμού τους και τη μορφή αλόγου στο κάτω μέρος.

Επιπλέον στην ενότητα αυτή, μπορούν να γνωρίσουν τους σημαντικότερους Κένταυρους, τον Δημολέων, τον Φόλο, τον Χείρων και να παρακολουθήσουν με τη βοήθεια σύγχρονου τεχνολογικού εξοπλισμού την Κενταυρομαχία της Φολόης. Η εντυπωσιακή ψηφιακή αναπαράσταση δίνει στον επισκέπτη το αίσθημα της συμμετοχής.

Τέλος οι συμμετέχοντες μπορούν να περιπλανηθούν σ' ένα σκοτεινό μυστικό δωμάτιο. Με σύμμαχο μια γυάλινη σφαίρα και τον χάρτη της γης, του σοφού Χείρωνα, καλούνται να ανακαλύψουν την έξοδο από ένα δωμάτιο γεμάτο γρίφους και παιχνίδια.

5.3.3 Θεματική κατηγορία Ηρακλής

Στη θεματική κατηγορία Ηρακλής, οι επισκέπτες θα ζήσουν τα μυθικά κατορθώματα του ήρωα. Η κατηγορία αυτή περιλαμβάνει δύο διαδρομές με τρενάκι. Η πρώτη θα ταξιδέψει το κοινό στους 12 άθλους του ημιθέου ήρωα. Ένα γρήγορο τρενάκι, με έντονες κλίσεις και υψηλό βαθμό δυσκολίας. Στη δεύτερη διαδρομή, ο επισκέπτης σαν άλλος Ηρακλής ζει το μύθο που έγραψε ο Ξενοφώντας. Ένα διαφορετικό τρενάκι με δύο διαφορετικές διαδρομές, τη διαδρομή της αρετής και τη διαδρομή της κακίας. Ο ένας δρόμος είναι εύκολος και ίσιος, το τρενάκι κινείται με χαμηλή και σταθερή ταχύτητα, ενώ ο άλλος είναι δύσβατος και το τρενάκι διανύει με μεγάλη ταχύτητα μια ανηφορική διαδρομή ανάμεσα σε πέτρες και αγκάθια.

Σε μια δεύτερη θεματική δραστηριότητα ο επισκέπτης μπορεί να συμμετάσχει σ' ένα τρενάκι του τρόμου. Να επιβιβαστεί στο βαγόνι του και να περιηγηθεί σε μια σκοτεινή αίθουσα όπου τα τέρατα που συνάντησε ο Ηρακλής, η Λερναία Ύδρα, το

ελάφι της Κερύνειας, η Στυμφαλίδες Όρνιθες, ο Κέρβερος, караδοκούν και ξεπροβάλλουν στα ξαφνικά, ανεβάζοντας την αδρεναλίνη.

Επιπλέον οι επισκέπτες μέσα από αναπαραστάσεις ηθοποιών μπορούν να βιώσουν τον μύθο γύρω από την γέννηση και τους άθλους του σημαντικού αυτού ήρωα.

Τέλος η θεματική κατηγορία Ηρακλής περιλαμβάνει δύο προσομοιωτές αρμάτων. Οι επισκέπτες θα επιβιβαστούν σε ένα αντίγραφο άρματος εποχής, θα αισθανθούν ότι οδηγούν πραγματικά το άρμα και θα μεταφερθούν πίσω στο χρόνο. Θα προσπαθήσουν να οδηγήσουν όσο πιο γρήγορα μπορούν, να προσπεράσουν τους αντιπάλους τους και να τερματίσουν πρώτοι. Ένα παιχνίδι βασισμένο στον πρώτο Ολυμπιονίκη αρματοδρομιών και πιστό φίλο του Ηρακλή, Ιόλαο, ένα παιχνίδι που απαιτεί ισορροπία και συγκέντρωση. Τα εικονικά γυαλιά και τα ειδικά εφέ δημιουργούν το απαραίτητο περιβάλλον της αρματοδρομίας, συμπεριλαμβανομένου σ' αυτού της αίσθησης του αέρα, της κίνησης πάνω στο άρμα και των ιαχών του κοινού που παρακολουθεί.

5.3.4 Θεματική κατηγορία Κοσμογονία

Οι επισκέπτες ανεβαίνουν στον πανύψηλο πύργο του πάρκου και το ταξίδι για τον Τάρταρο ξεκινάει. Σε μια κατακόρυφη διαδρομή ύψους 40 μέτρων, οι συμμετέχοντες θα γνωρίσουν την οργή του Ουρανού. Φτάνοντας στο υψηλότερο σημείο θα απολαύσουν τη μαγευτική θέα και πριν προλάβουν να το συνειδητοποιήσουν θα βρεθούν στα έγκατα της Γης, μέσα από μια υψηλής ταχύτητας κατακόρυφη πτώση. Αντίστοιχος πύργος μικρότερου ύψους και ταχύτητας θα διαμορφωθεί για τους μικρούς επισκέπτες του θεματικού πάρκου.

Τέλος στη θεματική αυτή κατηγορία ο επισκέπτης θα περιπλανηθεί στον Αχέροντα, θα συναντήσει τους Τιτάνες που ξεδιψούν από τα νερά του ποταμού. Θα έρθει αντιμέτωπος με την οργή του Δία, όλα ξαφνικά θα σκοτεινιάσουν, τα νερά θα μαυρίσουν, η ταχύτητα θα αυξηθεί και η προσγείωση από ύψος 10 μέτρων θα είναι απότομη.

5.3.5 Θεματική κατηγορία Οδυσσέας

Στη θεματική κατηγορία Οδυσσέας θα φιλοξενηθούν οι περιπέτειες του πολυμήχανου ήρωα.. Ο επισκέπτης σαν άλλος Οδυσσέας θα περιπλανηθεί μέχρι να φτάσει στην Ιθάκη του. Το τρενάκι θα τον ταξιδέψει στη χώρα των Κικόνων, στη χώρα των Λωτοφάγων, θα περάσει από το νησί των Κυκλώπων, το νησί του Αιόλου και τους Λαιστρυγόνες. Η περιπέτεια θα συνεχιστεί στο νησί της Κίρκης, θα βρεθεί στον Άδη,

θα συναντήσει τη Σκύλα και τη Χάρυβδη, το νησί του Ήλιου, της Καλυψώς και το νησί των Φαιάκων. Η περιπέτεια ολοκληρώνεται με την επιστροφή στην Ιθάκη. Μία βόλτα για μικρούς και μεγάλους, που θέλουν να ζήσουν την εμπειρία.

Συνεχίζοντας την περιήγηση στη θεματική αυτή κατηγορία ο επισκέπτης θα πάρει μέρος στη Μνηστηροφονία. Πρόκειται για έναν διαφορετικό αγώνα τοξοβολίας, όπου οι συμμετέχοντες θα δοκιμάσουν να τεντώσουν τη χορδή στο παλιό τόξο του Οδυσσέα και να πετύχουν το στόχο. Παραδοσιακά τόξα, σε διάφορες λίμπρες για όλες τις ηλικίες και άριστα εκπαιδευμένο προσωπικό που θα μνήσει τους συμμετέχοντες στην τέχνη της τοξοβολίας.

Επιπλέον στη θεματική αυτή ενότητα ζωντανεύει η ιστορία του Οδυσσέα και του κύκλωπα Πολύφημου. Βασισμένο στο μύθο για τη δημιουργία του μικρού νησιού Πρασούδι, οι επισκέπτες σαν άλλος Κύκλωπας προσπαθούν να βυθίσουν το πλοίο του Οδυσσέα και των συντρόφων του. Με σύμμαχο τεράστιες σφενδόνες πετούν φουσκωτά με τη μορφή βράχων στη θάλασσα. Θα καταφέρει κάποιος να σταματήσει τον πολυμήχανο Οδυσσέα;

Τέλος οι επισκέπτες θα συναντήσουν ένα αντίγραφο του δούρειου ίππου. Τη ξύλινη κατασκευή εμπνευσμένη από τον πολύτροπο Οδυσσέα, ένα άλογο που λειτούργησε σαν κρύπτη και έκρυψε εντός του, μερικούς από τους σπουδαιότερους Έλληνες ήρωες της αρχαιότητας. Το κοινό θα έχει τη δυνατότητα να περιπλανηθεί στο εσωτερικό του και να μάθει την ιστορία του.

5.3.6 Θεματική κατηγορία Δαίδαλος

Η θεματική κατηγορία Δαίδαλός περιλαμβάνει ορισμένα από τα σπουδαία έργα του περίφημου εφευρέτη και τεχνίτη της εποχής.

Ο επισκέπτης θα έρθει αντιμέτωπος με τον Μινώταυρο και θα προσπαθήσει να δραπετεύσει από τον λαβύρινθο. Θα βρεθεί μέσα στο ανάκτορο που κατασκεύασε ο Δαίδαλος, θα ανακαλύψει τα πολλά δωμάτια και θα μπλεχθεί σε στενούς πολύπλοκους διαδρόμους που οδηγούν σε αδιέξοδο. Μια μόνο διαδρομή οδηγεί στην έξοδο, ο Μινώταυρος παραμονεύει, ενώ καλά κρυμμένος βρίσκεται ο μίτος της Αριάδνης που μπορεί να βοηθήσει στη διαφυγή.

Η ενότητα αυτή περιλαμβάνει και ένα παιχνίδι για τους επισκέπτες που αγαπούν τη δράση και τα ύψη. Οι συμμετέχοντες φορούν στους ώμους τους τα φτερά τους και πετούν, πρέπει όμως να προσέξουν και να μην παρασυρθούν από τη μαγεία της πτήσης.

Τέλος η κατηγορία περιλαμβάνει δραστηριότητες αποκλειστικά για τους μικρούς επισκέπτες, οι οποίοι με σύμμαχο τη φαντασία και έμπειρους βοηθούς μπορούν να δημιουργήσουν πρωτότυπες κατασκευές.

5.3.7 Θεματική κατηγορία Αργοναύτες

Οι επισκέπτες μέσα από μια διαφορετική υδάτινη διαδρομή θα ζήσουν τις περιπέτειες του Ιάσονα και των αργοναυτών. Το κοινό θα επιβιβαστεί σε ένα πλοίο αντίγραφο της Αργούς και το ταξίδι από την Ιωλκό θα ξεκινήσει. Το πλοίο μέσα από ήρεμα νερά αλλά και φουρτούνες θα διασχίσει τον Ελλήσποντο, θα φτάσει ως τις συμπληγάδες πέτρες και θα προσπαθήσει να περάσει ανάμεσα από τους πελώριους αυτούς βράχους που ανοιγοκλείνουν.

Τέλος στη θεματική αυτή κατηγορία ο επισκέπτης θα ζήσει μια περιπατητική διαδρομή μέσα σ' ένα σκοτεινό δενδρόφυτο χώρο. Η διαδρομή αυτή θα βασιστεί στην περιπέτεια του Ιάσονα, της Μήδειας και του Ορφέα. Οι επισκέπτες θα περιπλανηθούν στο δάσος του θεού Άρη, θα προσπαθήσουν να ξεγελάσουν το δράκο του φυλάει το χρυσόμαλλο δέρασ και να τον αποκοιμίσουν. Σύμμαχος τους στο παιχνίδι αυτό ένα μαγικό φίλτρο και μια άρπα.

5.3.8 Θεματική κατηγορία Αρχαία Αγορά

Με την είσοδο τους στο θεματικό πάρκο οι επισκέπτες θα περιηγηθούν στην θεματική κατηγορία Αρχαία Αγορά. Η θεματική αυτή ενότητα δεν περιλαμβάνει ατραξιόν, αλλά στεγάζει τους χώρους εστίασης και αναψυχής, ταχυφαγία, καφέ και ζαχαροπλαστεία σε κατάλληλα διαμορφωμένα κιόσκια καθώς και ένα θεματικό εστιατόριο πλήρους εξυπηρέτησης για κάθε προτίμηση.

Στο εστιατόριο 'Αμάλθειας Κέρας' κλασικά πιάτα, παραδοσιακή και μοντέρνα κουζίνα, παντρεύονται με τις διατροφικές συνήθειες των Αρχαίων Ελλήνων. Συνταγές με παντζάρια, διατροφική συνήθεια της Θεάς Αφροδίτης, ζεστά και κρύα ροφήματα με δίκταμο, μοναδικές αλοιφές με κατσικίσιο γάλα καθώς και γλυκά με αμυγδαλέλαιο και ξηρούς καρπούς.

Επιπλέον η ενότητα αυτή περιλαμβάνει τα καταστήματα 'Κάδμος' και 'Αρμονία', καταστήματα με αναμνηστικά είδη και είδη δώρων, όπου οι επισκέπτες θα μπορούν να πραγματοποιήσουν τις αγορές τους. Τα ονόματα των καταστημάτων είναι εμπνευσμένα από τα θαυμαστά δώρα που έλαβε το μυθικό ζευγάρι στο γάμο του από τους Θεούς του Ολύμπου.

5.3.9 Βοηθητικές κατηγορίες

Το θεματικό πάρκο εκτός από τις κύριες κατηγορίες περιλαμβάνει και δύο βοηθητικές. Την πρώτη βοηθητική κατηγορία απαρτίζουν οι συνεδριακές – εκθεσιακές αίθουσες, το πλανητάριο και μια αίθουσα εκθεμάτων, ενώ τη δεύτερη το ξενοδοχειακό συγκρότημα.

5.3.9.1 Συνεδριακές και εκθεσιακές αίθουσες

Στο θεματικό πάρκο θα στεγαστούν δύο κτίρια, κατάλληλα διαμορφωμένα για τη διεξαγωγή συνεδρίων και λοιπών εκδηλώσεων εκπαιδευτικού ή επαγγελματικού χαρακτήρα. Οι αίθουσες θα είναι κατάλληλα εξοπλισμένες, με σύγχρονα τεχνολογικά μέσα, καλή ακουστική, απόρροια της σωστής γεωμετρίας του χώρου και της χρήσης κατάλληλων ηχοαπορροφητικών υλικών. Το πρώτο κτίριο θα διαθέτει δύο εσωτερικές αίθουσες ικανές να φιλοξενήσουν συνολικά έως 1000 άτομα. Τέλος το δεύτερο κτίριο απαρτίζεται από δύο εσωτερικές αίθουσες μικρότερης χωρητικότητας (600 άτομα συνολικά) και έναν υπαίθριο χώρο.

5.3.9.2 Αίθουσα πλανηταρίου

Σε μια ειδικά διαμορφωμένη αίθουσα με μεγάλο θόλο το κοινό έχει τη δυνατότητα να θαυμάσει τους πλανήτες, τους αστερισμούς και άλλα ουράνια σώματα, μέσα από τις προβολές «Αστερισμοί και Ελληνική Μυθολογία». Οι προβολές είναι βασισμένες στην έμπνευση των αρχαίων παρατηρητών που σχημάτισαν αστερισμούς, από κατορθώματα και άθλους ηρώων, πράξεις θεών, ιστορίες αγάπης και διάσημα μυθικά ζευγάρια. Το πλανητάριο θα μεταφέρει το κοινό του σε γνωστούς αστερισμούς και θα περιγράψει τον μύθο που κρύβεται πίσω από τον καθένα από αυτούς. Ο αστερισμός του τοξότη, που συμβολίζει τον Κένταυρο Χείρωνα, οι αστερισμοί του Περσέα και της Ανδρομέδας, ο αστερισμός του κύκνου, στον οποίο αποτυπώνεται ο έρωτας του Δία για τη Λήδα, η μικρή και μεγάλη Άρκτος με την ιστορία της Καλυψώς και του Αρκά είναι μόνο κάποιοι από αυτούς. Στο σύγχρονο αυτό πλανητάριο η προβολή βασίζεται στη χρήση οπτικών ινών, προσφέροντας στους θεατές μια ρεαλιστική εικόνα.

5.3.9.3 Αίθουσα εκθεμάτων

Κεφάλαιο 5^ο: Παρουσίαση, Σχεδιασμός και Περιγραφή του Προτεινόμενου Θεματικού Πάρκου

Η αίθουσα αυτή φιλοξενεί πιστά αντίγραφα από αρχαία ελληνικά αγγεία με αναπαραστάσεις Θεών και ηρώων, γλυπτά νεότερης εποχής εμπνευσμένα από την ελληνική μυθολογία καθώς και ψηφιακή απεικόνιση των μυθικών τεράτων.

5.3.9.4 Ξενοδοχειακό συγκρότημα

Το σχέδιο του θεματικού πάρκου, περιλαμβάνει και τη δημιουργία ενός ξενοδοχείου. Οι επισκέπτες που θέλουν να ολοκληρώσουν την μοναδική αυτή εμπειρία μπορούν να επιλέξουν για τη διανυκτέρευσή τους το ξενοδοχείο Διόσκουροι του πάρκου. Ένα όνομα συνώνυμο της φιλοξενίας των αρχαίων Ελλήνων. Οι εσωτερικοί χώροι του ξενοδοχείου και η διακόσμηση των δωματίων είναι εμπνευσμένα από τους δώδεκα Θεούς του Ολύμπου και διάφορους μύθους της ελληνικής μυθολογίας, κάθε δωμάτιο κρύβει και μια διαφορετική ιστορία.

5.4 Χωρητικότητα του θεματικού πάρκου

Σε μία προσπάθεια να υπολογιστεί η χωρητικότητα του θεματικού πάρκου συνοψίστηκαν τα μεμονωμένα στοιχεία χωρητικότητας για κάθε βόλτα, παιχνίδι, παράσταση και δραστηριότητα.

Η χωρητικότητα και ο χρόνος διάρκειας καθενός από αυτά βασίστηκε στα πρότυπα σπουδαίων θεματικών πάρκων ανά τον κόσμο.

A/a	Παιχνίδια - Δραστηριότητες	Χωρητικότητα
1	Επίσκεψη στον Όλυμπο	Ταυτόχρονη είσοδος 30 ατόμων x 10' = 180 άτομα την ώρα
2	Πίστες αναρρίχησης	4 πίστες x 3 άτομα x 10' = 72 άτομα την ώρα (ενήλικοι) 4 πίστες x 3 άτομα x 10' = 72 άτομα την ώρα (ανήλικοι)
3	Τρενάκι «Ολύμπιοι Θεοί»	60 καθίσματα x 5' = 720 άτομα την ώρα
4	Παιδικό τρενάκι «Τα σύμβολά των αρχαίων Θεών»	40 καθίσματα x 4' = 600 άτομα την ώρα
5	Οπτικοακουστική παράσταση «Η κενταυρομαχία της Φολόης»	80 καθίσματα x 12' = 400 άτομα την ώρα
6	Δωμάτιο απόδρασης «Ο Σοφός Χείρωνας»	6 άτομα x 30' = 12 άτομα την ώρα
7	Καρουζέλ «Βόλτα με τους Κενταύρους»	30 καθίσματα x 5' = 360 άτομα την ώρα

Κεφάλαιο 5^ο: Παρουσίαση, Σχεδιασμός και Περιγραφή του Προτεινόμενου Θεματικού Πάρκου

8	Προσομοιωτής «Ιόλαος»	2 καθίσματα x 6' = 20 άτομα την ώρα (ηλεκτρονική κράτηση προτεραιότητας προκειμένου να αποφευχθεί η μεγάλη αναμονή)
9*	Αρχαίο Θέατρο: παράσταση «Η γέννηση και οι άθλοι»	800 καθίσματα (4 ωριαίες παραστάσεις)
10	Τρενάκι τρόμου «Μυθικά Τέρατα»	Βαγόνι 4 καθισμάτων ανά 30'' 480 άτομα την ώρα
11	Τρενάκι «Ο Ηρακλής στο σταυροδρόμι»	40 καθίσματα x 4' = 600 άτομα την ώρα
12	Τρενάκι «Οι Άθλοι του Ηρακλή»	60 καθίσματα x 5' = 720 άτομα την ώρα
13	Τρενάκι «Οι πηγές του Αχέροντα»	Μια βάρκα 8 καθισμάτων ανά 30'' 960 άτομα την ώρα
14	Πύργος ελεύθερης πτώσης (ενήλικες)	24 καθίσματα x 4' = 360 άτομα την ώρα
	Πύργος ελεύθερης πτώσης (ανήλικοι)	16 καθίσματα x 4' = 240 άτομα την ώρα
15	Εκπαιδευτική δραστηριότητα «Δούρειος Ίππος»	Ταυτόχρονη είσοδος 30 ατόμων x 10' = 180 άτομα την ώρα
16	Παιχνίδι τοξοβολίας «Μνηστηροφονία»	Ταυτόχρονη είσοδος 12 ατόμων x 15' = 48 άτομα την ώρα
17	Τρενάκι «Ο δρόμος προς την Ιθάκη»	60 καθίσματα x 5' = 720 άτομα την ώρα
18	Παιχνίδι «Η οργή του Πολύφημου»	6 άτομα x 10' = 36 άτομα την ώρα
19	Περιστροφική διαδρομή «Η πτήση του Ίκαρου»	30 καθίσματα x 4' = 450 άτομα την ώρα
20	Παιδικές δραστηριότητες «Μικροί Εφευρέτες»	Ταυτόχρονη είσοδος 30 ατόμων x 20' = 90 άτομα την ώρα
21	Λαβύρινθος «Ο μίτος της Αριάδνης»	Ταυτόχρονη είσοδος 10 ατόμων ανά 6' = 100 άτομα την ώρα
22	Υδάτινη διαδρομή «Συμπληγάδες Πέτρες»	20 καθίσματα x 5' = 240 άτομα την ώρα
23	Περιπατητική διαδρομή «Ο άγρυπνος δράκος»	Είσοδος των ατόμων μετά το πέρας της υδάτινης διαδρομής

Προσωπική Συγγραφή & Επεξεργασία

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάστηκαν στον πίνακα 5.1 η συνολική χωρητικότητα του πάρκου κυμαίνεται στα 7.660 άτομα ανά ώρα, χωρίς να συμπεριλαμβάνονται οι επισκέπτες που παρακολουθούν τη θεατρική παράσταση.

Προκειμένου να γίνει μία προσέγγιση για το κατάλληλο μέγεθος του θεματικού πάρκου χρησιμοποιήθηκαν έρευνες και στοιχεία που συλλέχθηκαν από καταξιωμένες εταιρίες προγραμματισμού και σχεδιασμού θεματικών πάρκων παγκοσμίως.

Κεφάλαιο 5^ο: Παρουσίαση, Σχεδιασμός και Περιγραφή του Προτεινόμενου Θεματικού Πάρκου

Ένα θεματικό πάρκο πολύ μικρού ή πολύ μεγάλου μεγέθους θα επιφέρει και τα αντίστοιχα προβλήματα. Στην πρώτη περίπτωση το πάρκο θα ασφυκτιά από κόσμο κυρίως κατά τις ώρες αιχμής και οι επισκέπτες του δεν θα μπορούν να το απολαύσουν, ενώ στη δεύτερη περίπτωση το πάρκο θα φαίνεται άδειο. Επιπλέον τα στοιχεία αυτά έδειξαν ότι το μέγεθος ενός θεματικού πάρκου πρέπει να βασιστεί στην «ημέρα σχεδίασης» και να κυμανθεί 20% – 25% κάτω από τη μέγιστη χωρητικότητα. Λαμβάνοντας υπόψη και τις τυπικές αναλογίες του κλάδου για τη βέλτιστη ποσότητα χώρου μεταξύ του πλήθους που είναι τουλάχιστον 10τμ. για υπαίθρια θεματικά πάρκα, υπολογίζεται ότι το μέγεθος της MythicaLand θα πρέπει να προσεγγίζει τουλάχιστον τα 62.000τμ. (μόνο οι κύριες κατηγορίες).

Στον σχεδιασμό του πάρκου το 45% περίπου καταλαμβάνουν τα ίδια τα αξιοθέατα (τρενάκια, παιχνίδια κ.α.), το 12% οι υπηρεσίες τροφίμων, ποτών και τα καταστήματα λιανικής, ενώ το υπόλοιπο 43% περίπου είναι ανοιχτοί χώροι, με πράσινο, λίμνες, κοινόχρηστους χώρους, υπηρεσίες υποστήριξης κ.α.. Επιπλέον με βάση τους κανόνες σχεδιασμού, οι χώροι ξεκούρασης και αποφόρτισης θα πρέπει να επαρκούν για το 2% του μέγιστου αριθμού επισκεπτών.

Τέλος πολύ σημαντική κρίνεται η τοποθέτηση κάδων απορριμμάτων και ανακύκλωσης. Ένας μεγάλος χώρος που φιλοξενεί χιλιάδες επισκέπτες θα πρέπει να είναι πάντα καθαρός και περιποιημένος. Η τοποθέτηση κυρίως κάδων απορριμμάτων ανά 10 με 20 μέτρα διασφαλίζει σε μεγάλο ποσοστό ότι τα προσωπικά σκουπίδια των επισκεπτών δε θα καταλήξουν στο έδαφος.

Στο μοντέλο θεματικού πάρκου που προτείνεται έχουν σχεδιαστεί ειδικά διαμορφωμένοι χώροι για ξεκούραση και αποφόρτιση του κοινού, καθώς παγκάκια έχουν τοποθετηθεί κατά μήκος κάθε θεματικής ενότητας. Αντίστοιχη τοποθέτηση έχει γίνει με κάδους απορριμμάτων και ανακύκλωσης.

5.5 Προτάσεις για τη θέση του θεματικού πάρκου

Κεφάλαιο 5^ο: Παρουσίαση, Σχεδιασμός και Περιγραφή του Προτεινόμενου Θεματικού Πάρκου

Η επιλογή της θέσης του θεματικού πάρκου βασίστηκε σε ένα σύνολο προδιαγραφών που ορίζονται στην Κ.Υ.Α. 16793/2009 από τα υπουργεία Οικονομίας και Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων και Τουριστικής Ανάπτυξης.

Αρχική προϋπόθεση για την επιλογή της θέσης είναι η τοποθέτηση του πάρκου μέσα σε ένα αστικό κέντρο με πληθυσμό 40.000 κατοίκων και άνω ή σε χρονοαπόσταση έως και 60χλμ (1 ώρα οδικώς) από αστικά κέντρα ή οικισμούς με συνολικό πληθυσμό 40.000 (Κ.Υ.Α. 16793/2009).

Επιπλέον σημαντικό κριτήριο επιλογής αποτελεί η ευχέρεια πρόσβασης. Μια τοποθεσία με ικανοποιητικό συγκοινωνιακό δίκτυο, δρόμο προσπέλασης – σύνδεσης με εθνικό ή επαρχιακό δίκτυο και κατάλληλη κυκλοφοριακή σύνδεση, ώστε να αποφευχθεί η κυκλοφοριακή συμφόρηση που θα προκληθεί από μία τέτοια επένδυση.

Παράλληλα βασικό ρόλο για την κατάλληλη επιλογή θέσης παίζει η συνολική δυναμικότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων. Η ύπαρξη ξενοδοχειακών μονάδων 2* έως και 5*, σε ακτίνα έως 60χλμ., με τουλάχιστον 3.000 συνολικό αριθμό κλινών, σε περιπτώσεις μεγάλων θεματικών πάρκων.

Ο νομός Θεσπρωτίας με συνολικό πληθυσμό 45.032 κατοίκους (βλέπε ενότητα 3.5.) και χιλιομετρικές αποστάσεις που δεν ξεπερνούν τα 60χλμ μεταξύ αστικών κέντρων και οικισμών κρίνεται κατάλληλος για τη δημιουργία του ψυχαγωγικού θεματικού πάρκου. Επιπλέον ο νομός διαθέτει 56 ξενοδοχεία 2* έως 5*, με συνολικό αριθμό 3.428 κλινών (βλέπε ενότητα 3.7.3.). Στο ζήτημα της ευχέρειας πρόσβασης η δημιουργία της Εγνατίας Οδού, ένωσε το νομό με την υπόλοιπη Ελλάδα, μειώνοντας τις αποστάσεις και διευκολύνοντας τη ζωή των πολιτών. Ακόμη τα έργα υποδομής του Διασυνοριακού δικτύου (τελωνείο, μεθοριακός σταθμός και λιμάνι) καθιστούν τη Σαγιάδα σημαντική είσοδο μεταξύ της Ελλάδας και της γειτονικής Αλβανίας, ενώ το λιμάνι της Ηγουμενίτσας εξασφαλίζει την σύνδεση μέσω θαλάσσης.

Συμπεραίνεται λοιπόν πως ο νομός Θεσπρωτίας πληροί τις απαραίτητες προδιαγραφές που προαναφέρθηκαν.

Στη συνέχεια εξετάζεται η εύρεση συγκεκριμένων τοποθεσιών στο νομό που να πληρούν επιμέρους προδιαγραφές. Συγκεκριμένα ελέγχθηκαν ενιαία οικόπεδα ικανά να φιλοξενήσουν το θεματικό πάρκο και το ξενοδοχειακό συγκρότημα. Κατόπιν επιλέχθηκαν και παρουσιάστηκαν τα οικόπεδα που τηρούν τις προβλεπόμενες από τον νόμο αποστάσεις, από ξενοδοχεία, κατοικίες, σχολεία, νοσοκομεία, χώρους λατρείας κ.α καθώς και από προστατευόμενες περιοχές. Απαιτούμενες αποστάσεις τουλάχιστον 150μ. με σκοπό την αποφυγή της ηχορύπανσης. Επιπλέον ελήφθησαν υπόψη κριτήρια

Κεφάλαιο 5^ο: Παρουσίαση, Σχεδιασμός και Περιγραφή του Προτεινόμενου Θεματικού Πάρκου

αποστάσεων σχετικά με κοιμητήρια, λατομεία, εγκαταστάσεις βιολογικού καθαρισμού οικισμών καθώς και βιομηχανίες ή βιοτεχνίες μέσης ή μεγάλης όχλησης. Το θεματικό πάρκο θα πρέπει να απέχει τουλάχιστον 500μ. από τις εγκαταστάσεις αυτές και 1.000μ. στην περίπτωση των βιομηχανιών ή βιοτεχνιών μέσης ή μεγάλης όχλησης, ενώ παράλληλα δεν θα πρέπει να υπάρχει οπτική επαφή με τις εγκαταστάσεις που προαναφέρθηκαν.

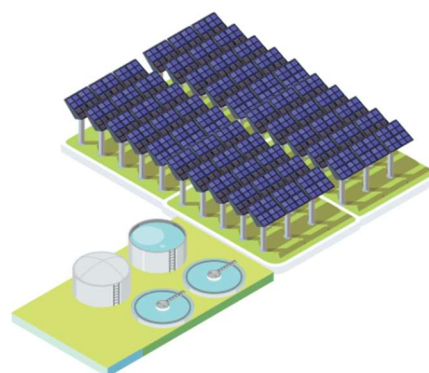
Με την ολοκλήρωση της επιλογής των πιθανών οικοπέδων η υπεύθυνη για την κατασκευή και λειτουργία του πάρκου εταιρία, θα πρέπει να διασφαλίσει επαρκή χώρο στάθμευσης αυτοκινήτων, επαρκή ποσότητα και ποιότητα ενέργειας και υδροδότησης, κατάλληλα συστήματα αποχέτευσης και διάθεσης απορριμμάτων και λυμάτων καθώς και την απαραίτητη χωροταξική ένταξη για την προστασία του περιβάλλοντος.

Το μοντέλο θεματικού πάρκου που προτείνεται περιλαμβάνει τη δημιουργία δύο χώρων στάθμευσης τριών επιπέδων, υπαίθριος χώρος, υπόγειο γκαράζ επιπέδου -1 και υπόγειο γκαράζ επιπέδου -2 (έκαστος). Οι δύο αυτοί χώροι στάθμευσης είναι ικανοί να διασφαλίσουν τις αναγκαίες θέσεις παρκαρίσματος σύμφωνα με την αναμενόμενη επισκεψιμότητα.

Η επαρκής ποσότητα και ποιότητα ενέργειας και υδροδότησης εξασφαλίζεται με την τοποθέτηση ενεργειακών πάνελ (φωτοβολταϊκών) και δεξαμενών όμβριων υδάτων. Παράλληλα το θεματικό πάρκο θα πληροί όλα τα απαραίτητα συστήματα αποχέτευσης και διάθεσης απορριμμάτων και λυμάτων για την αποφυγή της ρύπανσης, ενώ θα διεξαχθεί προκαταρκτική περιβαλλοντική εκτίμηση και αξιολόγηση για την προστασία του περιβάλλοντος.

Τέλος μεγάλο μέρος του θα καλυφθεί από πράσινο παρέχοντας σημαντικά περιβαλλοντικά οφέλη (χαμηλότερες θερμοκρασίες, μείωση του θορύβου) και ενισχύοντας τη φυσική ομορφιά της περιοχής.

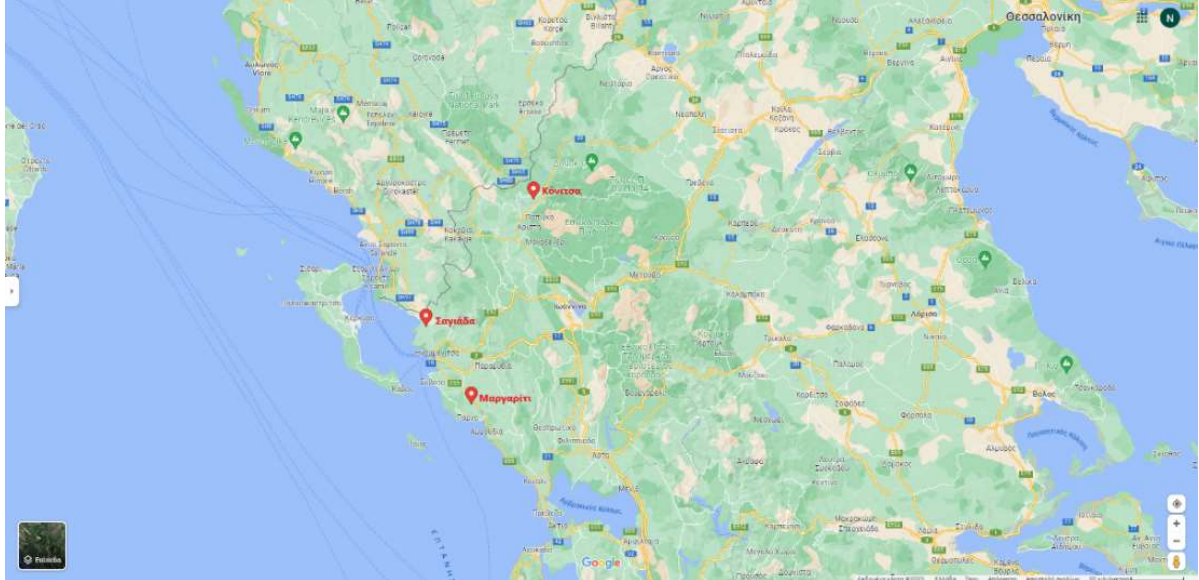
Ενδεικτικά παρουσιάζονται τρεις περιοχές που πληρούν τις προδιαγραφές που προαναφέρθηκαν. Η επιλογή των θέσεων βασίστηκε σε μετρήσεις που



Σχέδιο 5.2: Παροχή ενέργειας και υδροδότησης
Σχεδίαση & Επεξεργασία: Προσωπική με χρήση
Illustrator vectors από <https://www.freepik.com/>

Κεφάλαιο 5^ο: Παρουσίαση, Σχεδιασμός και Περιγραφή του Προτεινόμενου Θεματικού Πάρκου

πραγματοποιήθηκαν μέσω της εφαρμογής Google Maps. Στους χάρτες που ακολουθούν έχουν οριοθετηθεί τόσα τα επιλεγμένα οικόπεδα, τουλάχιστον 90.000τμ, όσο και οι απαιτούμενες αποστάσεις που προαναφέρθηκαν.



Χάρτης 5.1: Προτεινόμενες Περιοχές

Πηγή:

https://www.google.com/maps/place/@39.6653728,20.2985601,9z/data=!3m1!4b1!4m6!1m3!1!m2!2s94WY5L7X-bo1jRxBl7_9C8IwGwzCwA!3e2!3m1!15sCgEg4AEA

Επεξεργασία: Προσωπική



Χάρτης 5.2: Μαργαρίτι
Θεσπρωτίας

Πηγή:

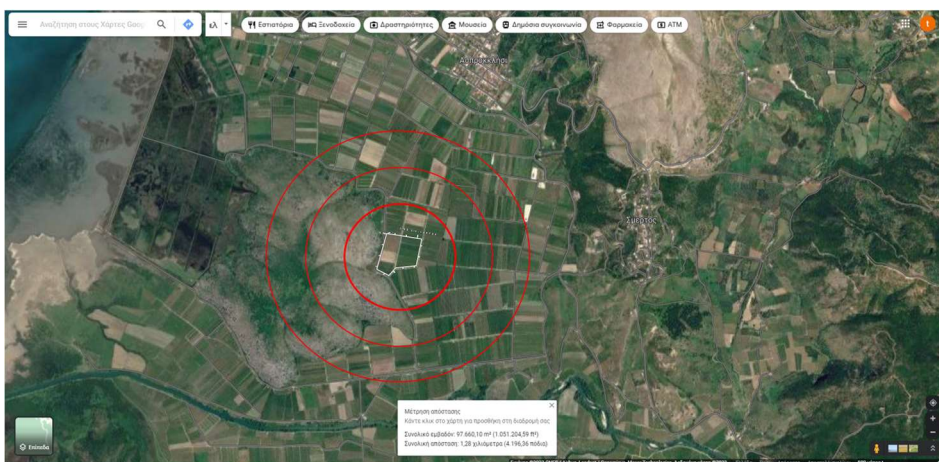
<https://goo.gl/maps/ghzAdivSMjDeYV7H9>

Επεξεργασία: Προσωπική

Κεφάλαιο 5^ο: Παρουσίαση, Σχεδιασμός και Περιγραφή του Προτεινόμενου Θεματικού Πάρκου



Χάρτης 5.3: Κόνιτσα
Πηγή:
<https://goo.gl/maps/JO4oik7ODZ41VE2m9>
Επεξεργασία: Προσωπική



Χάρτης 5.4: Σαγιάδα
Πηγή:
<https://goo.gl/maps/T69jbNEmWzbgZCxx6>
Επεξεργασία: Προσωπική

5.6 Ανάλυση αγοράς

Η δημιουργία του θεματικού πάρκου MythicaLand, απευθύνεται κατά κύριο λόγο στον πληθυσμό του νομού Θεσπρωτίας καθώς και στους τουρίστες που επισκέπτονται ευρύτερα την Περιφέρεια Ηπείρου. Βασικός στρατηγικός στόχος αποτελεί η προσέλκυση μεμονωμένων επισκεπτών που θα ταξιδέψουν χωρίς κάποιο τουριστικό γκρουπ, μόνο με την οικογένεια ή φίλους τους, για να γνωρίσουν το πάρκο και να ζήσουν τη μοναδική αυτή εμπειρία. Συγκεκριμένα κάτοικοι του νομού και των γειτονικών νομών της Ηπείρου, 333.000 περίπου άνθρωποι σε απόσταση μικρότερη των 130χμλ, έχουν τη δυνατότητα μέσα σε λιγότερη από 1,5 ώρα να προσεγγίσουν το θεματικό πάρκο. Επιπλέον αγορά στόχο, αποτελούν οι κάτοικοι του Ιόνιου και κυρίως της Λευκάδας που μπορούν να προσεγγίσουν σε σύντομο χρονικό διάστημα την περιοχή καθώς και μεμονωμένοι επισκέπτες από ολόκληρη την Ελλάδα. Επιπρόσθετα

Κεφάλαιο 5^ο: Παρουσίαση, Σχεδιασμός και Περιγραφή του Προτεινόμενου Θεματικού Πάρκου

η θεματολογία του πάρκου σε συνδυασμό με την επιμορφωτική του δράση, θα συμβάλλουν στην προώθηση του, ως προορισμό τόσο για τα σχολεία της Περιφέρειας Ηπείρου όσο και της υπόλοιπης χώρας.

Ταυτόχρονα η αγάπη των ξένων λαών για την ελληνική ιστορία και μυθολογία, θα συμβάλλει στην προσέλκυση μιας νέας αγοράς στόχου. Αλλοδαποί τουρίστες, μέσα από τη διοργάνωση τουριστικών εκδρομών από ταξιδιωτικά γραφεία, θα έχουν τη δυνατότητα να επισκεφτούν το πάρκο και να γνωρίσουν την ιστορία πίσω από τους μύθους. Ενώ και μεμονωμένοι αλλοδαποί τουρίστες που επισκέπτονται το νομό μέσω του λιμανιού της Ηγουμενίτσας έχουν ένα επιπλέον κίνητρο να οργανώσουν ένα σύντομο ταξίδι χαλάρωσης και περιπέτειας στην περιοχή ενισχύοντας σημαντικά τον ήδη υψηλό αριθμό ξένων τουριστών που καταφθάνουν από θαλάσσης. Επιπλέον το θεματικό πάρκο θα δώσει τη δυνατότητα σε μαθητές σχολείων και φοιτητές πανεπιστημίων του εξωτερικού να οργανώσουν μια εκπαιδευτική εκδρομή. Να συναντήσουν από κοντά τους αγαπημένους τους ήρωες και να μάθουν για αυτούς μέσα από δραστηριότητες και διαδραστικά παιχνίδια. Τέλος σημαντική θα ήταν η ενσωμάτωση της επίσκεψης στο θεματικό πάρκο σε προγράμματα κρουαζιέρας, με στόχο την προσέλκυση τουρισμού κρουαζιέρας καθώς η κίνηση των κρουαζιερόπλοιων στην περιοχή κυμαίνεται σε πολύ χαμηλά επίπεδα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^Ο: ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ

6.1 Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας, δηλαδή η ανάλυση των απαντήσεων των συμμετεχόντων σε κάθε ερώτηση του ερωτηματολογίου, μέσω της περιγραφικής στατιστικής. Στη συνέχεια παρατίθενται, μέσω της επαγωγικής στατιστικής τα αποτελέσματα για τις σχέσεις μεταξύ των μεταβλητών.

Η έρευνα που διεξήχθη γύρω από το προτεινόμενο μοντέλο θεματικού πάρκου με γνώμονα μυθικούς ήρωες και τα κατορθώματά τους, περιλάμβανε κατά κύριο λόγο εσωτερικές μεταβλητές που σχετίζονται με τα χαρακτηριστικά του και την επιρροή του στην τοπική κοινωνία. Επιπλέον εμπεριείχε μεταβλητές που αφορούν γενικές αντιλήψεις γύρω από τα θεματικά πάρκα και τις τουριστικές επιλογές των συμμετεχόντων.

6.2 Περιγραφική στατιστική

6.2.1 Εισαγωγή στην περιγραφική στατιστική

Η περιγραφική στατιστική αποτελεί έναν από τους δύο κύριους τομείς της στατιστικής και ασχολείται με την συνοπτική αλλά συνάμα αποτελεσματική παρουσίαση των δεδομένων μιας στατιστικής έρευνας. Βασικά της εργαλεία είναι οι πίνακες συχνοτήτων, οι γραφικές παραστάσεις – γραφήματα και τα περιγραφικά μέτρα.

Οι πίνακες συχνοτήτων παρουσιάζουν τη συχνότητα εμφάνισης κάθε τιμής X , το πόσες δηλαδή φορές μία συγκεκριμένη τιμή εμφανίζεται στο δείγμα που αναλύεται. Επιπλέον στους πίνακες συχνοτήτων παρουσιάζεται η σχετική συχνότητα, δηλαδή το ποσοστό % που προκύπτει από το λόγο της συχνότητας εμφάνισης μιας τιμής X ως προς το μέγεθος του δείγματος.

Όσον αφορά τις γραφικές παραστάσεις αυτές προσφέρουν μια πιο σαφή και παραστατική παρουσίαση των αποτελεσμάτων, διευκολύνοντας στη σύγκρισή τους, χωρίς ωστόσο να παρέχουν περισσότερες πληροφορίες από τους πίνακες. Υπάρχουν διάφορα είδη γραφημάτων, ανάλογα με το είδος της μεταβλητής που θα αναλυθεί επιλέγεται και το κατάλληλο διάγραμμα (Αδαμόπουλος, Δαμιανού και Σβέρκος, 2000: 67).

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

Τέλος τα περιγραφικά μέτρα διευκολύνουν στην περαιτέρω στατιστική επεξεργασία των δεδομένων και διακρίνονται σε μέτρα θέσης, διασποράς και ασυμμετρίας.

6.2.2 Η εφαρμογή της περιγραφικής στατιστικής στα δεδομένα

Στην παρούσα μελέτη επιλέχθηκε η σύνοψη των αποτελεσμάτων με τη χρήση πινάκων συχνοτήτων και γραφικών παραστάσεων. Συγκεκριμένα τα αποτελέσματα που αφορούν κατηγορικές μεταβλητές παρουσιάζονται με τη χρήση πινάκων συχνοτήτων ή διαγραμμάτων πίτας.

Στις διατάξιμες (τακτικές), με την κλίμακα Likert ερωτήσεις επιλέχθηκαν για την εμφάνιση της κατανομής των απαντήσεων οι πίνακες συχνοτήτων και τα ραβδογράμματα., ενώ παράλληλα υπολογίστηκε η διάμεσος και το εύρος τους. Παρόλο που σε αρκετές περιπτώσεις τα δεδομένα σε κλίμακα Likert αντιμετωπίζονται ως δεδομένα κλίμακας λόγου, η συγκεκριμένη προσέγγιση δεν είναι πλέον ενδεδειγμένη από στατιστική άποψη καθώς τα διατάξιμα δεδομένα δεν μπορούν να έχουν αληθή αριθμητικό μέσο και τυπική απόκλιση (Γαλάνης, 2014: 224).

Τέλος η δημογραφική ερώτηση ηλικία συμμετεχόντων, αποτελεί μια ποσοτική μεταβλητή και για το λόγο αυτό υπολογίστηκαν περιγραφικά μέτρα όπως ο αριθμητικός μέσος και η τυπική της απόκλιση.

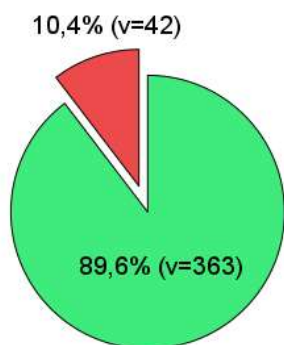
6.2.2.1 Τουριστικές επιλογές συμμετεχόντων

Οι συμμετέχοντες στην παρούσα έρευνα κατά συντριπτική πλειοψηφία (n=342, 84,4%), επιλέγουν το καλοκαίρι για να πραγματοποιήσουν τις κύριες διακοπές τους. Με πολύ μικρά ποσοστά ακολουθούν ο χειμώνας, το φθινόπωρο και η άνοιξη αντίστοιχα (Πίν. 6.1).

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	καλοκαίρι	342	84,4	84,4	84,4
	άνοιξη	15	3,7	3,7	88,1
	φθινόπωρο	21	5,2	5,2	93,3
	χειμώνας	27	6,7	6,7	100,0
	Total	405	100,0	100,0	

Κεφάλαιο 6°: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

Σε ποσοστό 89,6% οι ερωτηθέντες πραγματοποιούν ολιγοήμερα ταξίδια μέσα στο έτος, με το 41,6% αυτών, να επιλέγουν οποιαδήποτε εποχή του χρόνου για να ταξιδέψουν.



Γράφημα 6.1
ταξιδεύετε για ολιγοήμερες διακοπές

■ ΝΑΙ ■ ΟΧΙ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	καλοκαίρι	52	12,8	14,3	14,3
	άνοιξη	54	13,3	14,9	29,2
	φθινόπωρο	32	7,9	8,8	38,0
	χειμώνας	74	18,3	20,4	58,4
	οποιαδήποτε εποχή	151	37,3	41,6	100,0
	Total	363	89,6	100,0	
Missing	System	42	10,4		
Total		405	100,0		

Ο κύριος λόγος των διακοπών – ταξιδιών για το 44,2% του δείγματος είναι η ξεκούραση, ενώ έπεται με 39,8% η διασκέδαση. Στον πίνακα 6.3 αποτυπώνονται αναλυτικά οι κύριοι λόγοι ταξιδιού των συμμετεχόντων.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ξεκούραση	179	44,2	44,2	44,2
	διασκέδαση/ψυχαγωγία	161	39,8	39,8	84,0
	επαγγελματικός	16	4,0	4,0	87,9
	πολιτιστικός	14	3,5	3,5	91,4
	αγάπη για τη φύση	35	8,6	8,6	100,0
Total		405	100,0	100,0	

Αναφορικά με προηγούμενη επίσκεψη σε θεματικά πάρκα, το 62% (n=251) δήλωσε ότι έχει επισκεφθεί θεματικό πάρκο, με το 68,9% αυτών να έχουν επισκεφθεί θεματικά πάρκα 1-2 φορές.

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας



		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-2	173	42,7	68,9	68,9
	3-5	62	15,3	24,7	93,6
	6+	16	4,0	6,4	100,0
	Total	251	62,0	100,0	
Missing	System	154	38,0		
Total		405	100,0		

Σε σχέση με τα άτομα, με τα οποία θα επισκέπτονταν ένα θεματικό πάρκο η πλειοψηφία των συμμετεχόντων (n=137, 33,8%) θα επέλεγαν να μοιραστούν την εμπειρία αυτή με την οικογένεια τους, ενώ με πολύ μικρή ποσοστιαία διαφορά ακολουθεί η επιλογή με φίλους και οικογένεια μαζί.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	μόνος/μόνη	7	1,7	1,7	1,7
	με τον/την σύντροφο μου	54	13,3	13,3	15,1
	με φίλους	75	18,5	18,5	33,6
	με την οικογένεια μου	137	33,8	33,8	67,4
	με φίλους και οικογένεια	132	32,6	32,6	100,0
Total		405	100,0	100,0	

Τέλος στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται δύο ερωτήσεις με δυνατότητα πολλαπλών απαντήσεων. Στις περιπτώσεις που οι ερευνητές επιτρέψουν στους συμμετέχοντες να δώσουν περισσότερες από μια απαντήσεις είναι απαραίτητη η καταχώρηση όλων των δυνατών συνδυασμών των επιλογών που δίνονται. Προκειμένου να επιτευχθεί αυτό καταχωρείται κάθε απάντηση ως μια μεταβλητή και κωδικοποιούνται οι απαντήσεις ναι και όχι με αριθμούς. Στην προκειμένη περίπτωση οι απαντήσεις ναι και όχι έχουν κωδικοποιηθεί με τους αριθμούς 1 και 2 αντίστοιχα.

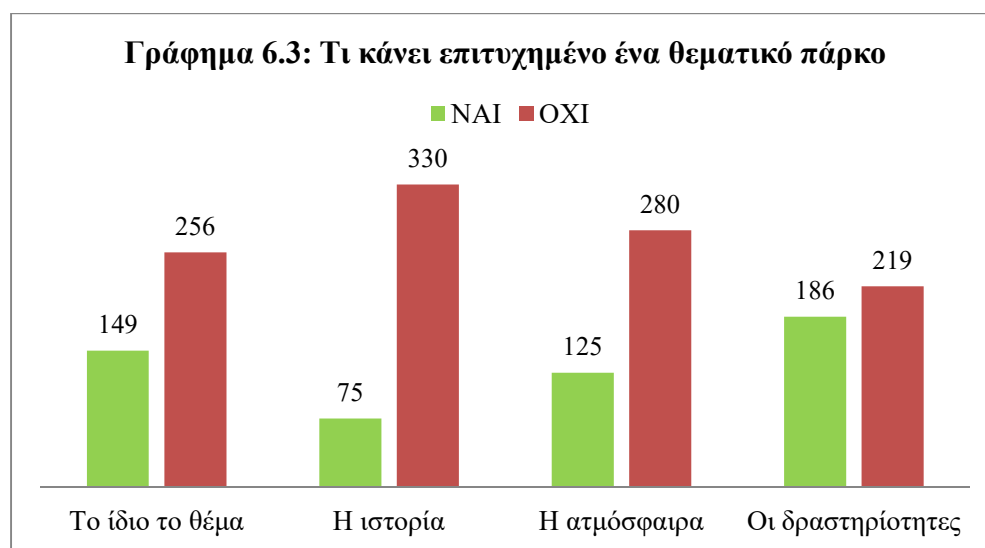
Στη συνέχεια για να πραγματοποιηθεί η ανάλυση αυτή σχηματίστηκε μια νέα μεταβλητή για κάθε ερώτηση πολλαπλών απαντήσεων, κάθε μία από τις μεταβλητές αυτές εμπεριείχε το σύνολο των πιθανών επιλογών της εκάστοτε ερώτησης

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

Αναλύοντας τα αποτελέσματα των πολλαπλών απαντήσεων, πρέπει να αναφερθεί ότι οι δύο πρώτες στήλες που προκύπτουν αφορούν τις απόλυτες και σχετικές συχνότητες επί των απαντήσεων και όχι επί των συμμετεχόντων.

Στην ερώτηση «Τι είναι αυτό που κάνει επιτυχημένο ένα θεματικό πάρκο», δόθηκαν συνολικά 535 θετικές απαντήσεις, από αυτές 149 αφορούσαν το ίδιο το θέμα, 75 την ιστορία, 125 την ατμόσφαιρα και 186 τις δραστηριότητες (Γράφ. 6.3), με ποσοστά 27,9%, 14%, 23,4% και 34,8% αντίστοιχα.

Η τρίτη στήλη δίνει τις σχετικές συχνότητες επί των συμμετεχόντων. Εφόσον καθένας από τους ερωτηθέντες είχε τη δυνατότητα να δώσει περισσότερες από μία θετικές απαντήσεις οι σχετικές συχνότητες αθροίζουν ποσοστό μεγαλύτερο του 100%. Η σωστή ερμηνεία των αποτελεσμάτων των μεταβλητών της στήλης αυτής έχει ως εξής: το 36,9% των ερωτηθέντων επέλεξαν σαν παράγοντα επιτυχίας ενός θεματικού πάρκου το ίδιο το θέμα, 18,6% την ιστορία, 30,9% την ατμόσφαιρα και 46,0% τις δραστηριότητες (Πίν. 6.6).



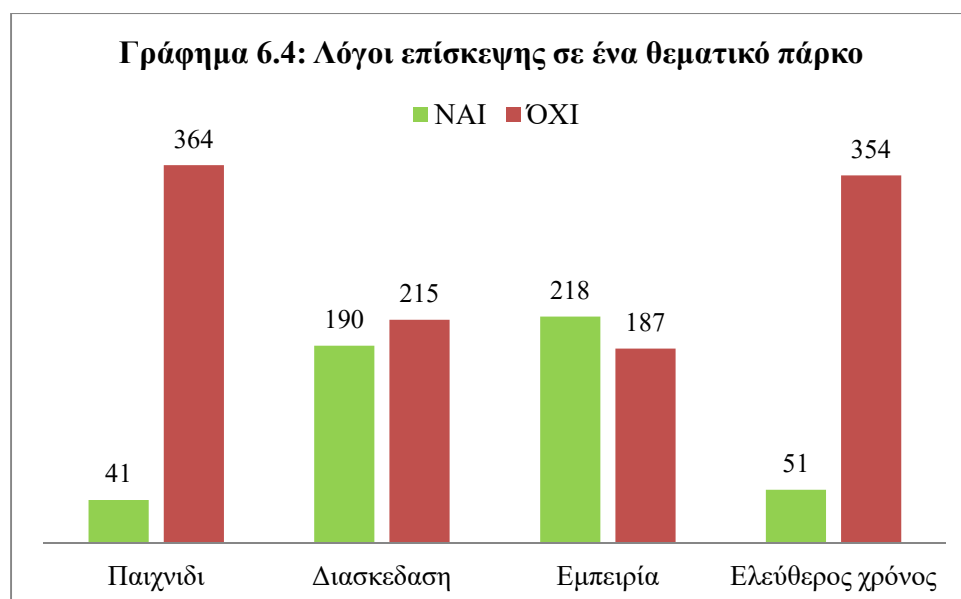
Πίνακας 6.6: Τι κάνει επιτυχημένο ένα θεματικό πάρκο Frequencies

		Responses		
		N	Percent	Percent of Cases
Σε επιτυχημένο ^a	το ίδιο το θέμα	149	27,9%	36,9%
	η ιστορία	75	14,0%	18,6%
	η ατμόσφαιρα	125	23,4%	30,9%
	οι δραστηριότητες	186	34,8%	46,0%
Total		535	100,0%	132,4%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

Αντίστοιχα στην ερώτηση «Ποιοι είναι οι λόγοι επίσκεψης σας σ' ένα θεματικό πάρκο», δόθηκαν συνολικά 499 θετικές απαντήσεις, από αυτές στις 40 επιλέχτηκε το παιχνίδι σαν λόγος επίσκεψης στο θεματικό πάρκο, στις 190 η διασκέδαση, στις 218 η εμπειρία και στις 51 ο ελεύθερος χρόνος (Γράφ. 6.4). Όσον αφορά τη σχετική συχνότητα επί των συμμετεχόντων, το 10% των ερωτηθέντων επέλεξαν σαν λόγο επίσκεψης στο θεματικό πάρκο το παιχνίδι, 47,4% τη διασκέδαση, 54,4% την εμπειρία και 12,7% τον ελεύθερο χρόνο.



Πίνακας 6.7: Λόγοι επίσκεψης Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Λόγοι ^a	παιχνίδι	41	8,2%	10,2%
	διασκέδαση	190	38,0%	47,3%
	εμπειρία	218	43,6%	54,2%
	ελεύθερος χρόνος	51	10,2%	12,7%
Total		500	100,0%	124,4%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

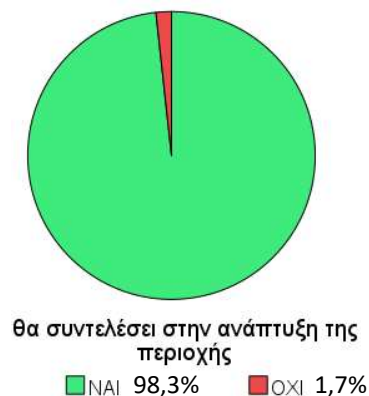
6.2.2.2 Δημιουργία θεματικού πάρκου στο νομό Θεσπρωτίας

Οι συμμετέχοντες σε απόλυτο σχεδόν ποσοστό (98,3%) δήλωσαν ότι η δημιουργία του θεματικού πάρκου θα συντελέσει στην τοπική ανάπτυξη του προορισμού (Γράφ. 6.5).

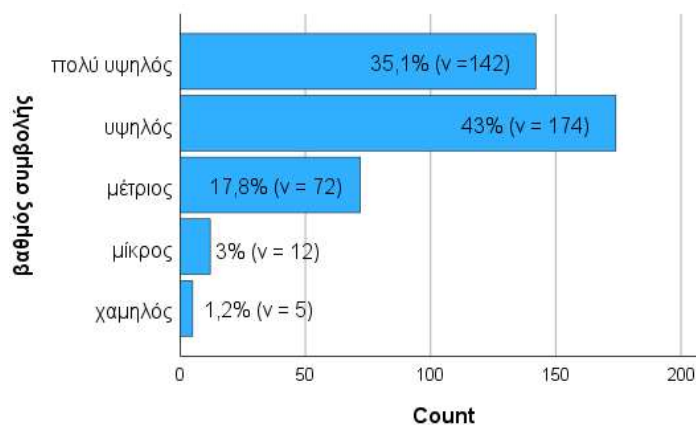
Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

Όσον αφορά το βαθμό συμβολής, 316 από τους ερωτηθέντες έκριναν πως θα είναι υψηλός ή πολύ υψηλός, με ποσοστά 43% και 35,1% αντίστοιχα (Γράφ. 6.6).

Γράφημα 6.5: Τοπική ανάπτυξη



Γράφημα 6.6: Βαθμός συμβολής στην τοπική ανάπτυξη

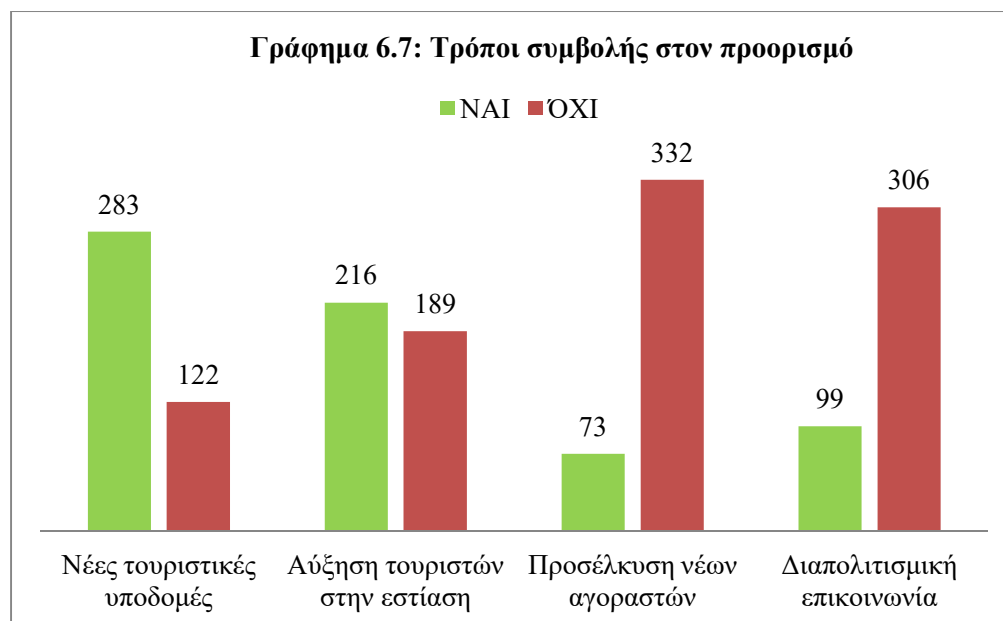


Αναφορικά με τον τομέα ενίσχυσης οι συμμετέχοντες εξέφρασαν την άποψη τους ότι εξίσου σημαντική ενίσχυση θα γνωρίσουν και οι τρεις τομείς, τουρισμός, πολιτισμός και μακροοικονομικά στοιχεία (Πίν. 6.8).

Πίνακας 6.8: Τομείς που θα ενισχυθούν

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Τουρισμός	97	24,0	24,0	24,0
	Πολιτισμός	21	5,2	5,2	29,2
	μακροοικονομικά στοιχεία	27	6,7	6,7	35,9
	όλα τα παραπάνω	259	64,0	64,1	100,0
	Total	404	99,8	100,0	
Missing	System	1	,2		
Total		405	100,0		

Στην ερώτηση για τη θετική επιρροή του θεματικού πάρκου στην κοινότητα, ο αριθμός των θετικών απαντήσεων έφτασε τις 671. Οι 283 απαντήσεις δόθηκαν για τη δημιουργία νέων τουριστικών υποδομών στην περιοχή, 216 για την αύξηση του αριθμού των τουριστών στο χώρο της εστίασης, 73 για την προσέλκυση περισσότερων αγοραστών και 99 για τη διαπολιτισμική επικοινωνία (Γράφ. 6.7). Η αποτύπωση της σχετικής συχνότητας επί των συμμετεχόντων δίνεται στον πίνακα 6.9.



Πίνακας 6.9: Τρόποι συμβολής στον προορισμό Frequencies

		Responses		
		N	Percent	Percent of Cases
Σεπιρροή	νέες τουριστικές υποδομές	283	42,2%	70,0%
	αύξηση τουριστών εστίαση	216	32,2%	53,5%
	προσέλκυση αγοραστών	73	10,9%	18,1%
	διαπολιτισμική επικοινωνία	99	14,8%	24,5%
Total		671	100,0%	166,1%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Στη συνέχεια ακολούθησαν έξι ερωτήσεις σε κλίμακα Likert. Οι ερωτήσεις αυτές σχετίζονται με τη θετική επιρροή του πάρκου στην τουριστική – τοπική ανάπτυξη της περιοχής υποδοχής. Με βάση τις απαντήσεις των συμμετεχόντων προκύπτει ότι η πλειοψηφία τους «συμφωνούν» ή «συμφωνούν απόλυτα» με τις παρακάτω απόψεις.

- 284 με την άποψη ότι η δημιουργία ενός θεματικού πάρκου θα αμβλύνει την εποχικότητα και θα συμβάλει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου (Πίν. 6.10)
- 253 με την άποψη ότι το πάρκο θα αποτελέσει λύση στο πρόβλημα της ανεργίας (Πίν. 6.11)
- 336 με την άποψη ότι η δημιουργία του πάρκου θα συντελέσει στην αύξηση του αριθμού επισκεπτών της περιοχής (Πίν. 6.12)
- 330 με την άποψη ότι το θεματικό πάρκο θα αποτελέσει πόλο έλξης εσωτερικού και εξωτερικού τουρισμού (Πίν. 6.13)
- 339 με την άποψη ότι η ύπαρξη φαγητού και ποτού είναι σημαντική (Πίν. 6.14)

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

- 241 με την άποψη ότι το θεματικό πάρκο αποτελεί καλή επιλογή για ταξίδι (Πίν. 6.15)

Επιπλέον για τις ερωτήσεις αυτές υπολογίστηκε η διάμεσος και η επικρατούσα τιμή. Σύμφωνα με τον πίνακα 6.16 προκύπτει ότι η διάμεσος και για τις έξι ερωτήσεις είναι το 4, ενώ η επικρατούσα τιμή παίρνει τις τιμές 4 και 5.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	διαφωνώ απόλυτα	2	,5	,5	,5
	διαφωνώ	20	4,9	4,9	5,4
	δηλώνω ουδέτερος/η	99	24,4	24,4	29,9
	συμφωνώ	160	39,5	39,5	69,4
	συμφωνώ απόλυτα	124	30,6	30,6	100,0
	Total	405	100,0	100,0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	διαφωνώ απόλυτα	5	1,2	1,2	1,2
	διαφωνώ	34	8,4	8,4	9,6
	δηλώνω ουδέτερος/η	113	27,9	27,9	37,5
	συμφωνώ	126	31,1	31,1	68,6
	συμφωνώ απόλυτα	127	31,4	31,4	100,0
	Total	405	100,0	100,0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	διαφωνώ απόλυτα	1	,2	,2	,2
	διαφωνώ	11	2,7	2,7	3,0
	δηλώνω ουδέτερος/η	57	14,1	14,1	17,0
	συμφωνώ	179	44,2	44,2	61,2
	συμφωνώ απόλυτα	157	38,8	38,8	100,0
	Total	405	100,0	100,0	

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

Πίνακας 6.13: Πόλος έλξης εσωτερικού και εξωτερικού τουρισμού					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	διαφωνώ απόλυτα	2	,5	,5	,5
	διαφωνώ	11	2,7	2,7	3,2
	δηλώνω ουδέτερος/η	62	15,3	15,3	18,5
	συμφωνώ	180	44,4	44,4	63,0
	συμφωνώ απόλυτα	150	37,0	37,0	100,0
	Total	405	100,0	100,0	

Πίνακας 6.14: Σημαντική η ύπαρξη φαγητού ποτού					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	διαφωνώ απόλυτα	4	1,0	1,0	1,0
	διαφωνώ	11	2,7	2,7	3,7
	δηλώνω ουδέτερος/η	51	12,6	12,6	16,3
	συμφωνώ	143	35,3	35,3	51,6
	συμφωνώ απόλυτα	196	48,4	48,4	100,0
	Total	405	100,0	100,0	

Πίνακας 6.15: Καλή επιλογή για ένα ταξίδι					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	διαφωνώ απόλυτα	5	1,2	1,2	1,2
	διαφωνώ	43	10,6	10,6	11,9
	δηλώνω ουδέτερος/η	116	28,6	28,6	40,5
	συμφωνώ	151	37,3	37,3	77,8
	συμφωνώ απόλυτα	90	22,2	22,2	100,0
	Total	405	100,0	100,0	

Πίνακας 6.16: Θετική επιρροή στον προορισμό (διάμεσος και επικρατούσα τιμή) Statistics							
		επιμήκυνση τουριστικής περιόδου	λύση στο πρόβλημα της ανεργίας	αύξηση επισκεπτών περιοχής	πόλος έλξης εσωτερικού και εξωτερικού τουρισμού	σημαντική η ύπαρξη φαγητού ποτού	καλή επιλογή για ένα ταξίδι
N	Valid	405	405	405	405	405	405
	Missing	0	0	0	0	0	0
Median		4,0000	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000
Mode		4,00	5,00	4,00	4,00	5,00	4,00

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

Τέλος στην ερώτηση για τους κύριους παράγοντες που καθορίζουν τον αριθμό των τουριστών που θα επισκεφθούν το προτεινόμενο μοντέλο θεματικού πάρκου οι συνολικές θετικές απαντήσεις έφτασαν στις 788. 205 για το κόστος, 86 για την ασφάλεια, 209 για το ίδιο το θέμα, 172 για τις δραστηριότητες – παιχνίδια, 76 για τη διαμόρφωση χώρου και 40 για το χρόνο αναμονής. Τα ποσοστά των σχετικών συχνοτήτων επί των συμμετεχόντων κυμάνθηκαν σε 50,6%, 21,2%, 51,6%, 42,5%, 18,8% και 9,9% αντίστοιχα (Πίν. 6.17). Παρατηρείται πως το ίδιο το θέμα και το κόστος κυριάρχησαν στις θετικές απαντήσεις, ενώ σε υψηλά επίπεδα κυμάνθηκε η επιλογή δραστηριότητες/παιχνίδια.

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Παράγοντες	κόστος	205	26,0%	50,6%
	ασφάλεια	86	10,9%	21,2%
	το ίδιο το θέμα	209	26,5%	51,6%
	δραστηριότητες/παιχνίδια	172	21,8%	42,5%
	διαμόρφωση χώρου	76	9,6%	18,8%
	χρόνος αναμονής	40	5,1%	9,9%
	Total	788	100,0%	194,6%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

6.2.2.3 Προτεινόμενο μοντέλο θεματικού πάρκου

Το γ' μέρος του ερωτηματολογίου περιλάμβανε αποκλειστικά ερωτήσεις για το προτεινόμενο μοντέλο θεματικού πάρκου. Στο μέρος αυτό αποτυπώνεται η προσπάθεια αξιολόγησης του θέματος, των προσφερόμενων υπηρεσιών και του σκηνικού του πάρκου, μέσα από την παρουσίαση της διαμέσου και της επικρατούσας τιμής (Πίν. 6.18), καθώς και με τη χρήση πινάκων συχνοτήτων για κάθε μία από τις ερωτήσεις της υποκατηγορίας αυτής.

Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων (80,9%) συμφώνησε ότι το θέμα βασισμένο στην ελληνική μυθολογία θα προκαλέσει τουριστικό ενδιαφέρον. Επιπλέον σε ποσοστό 79,5% δήλωσαν ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες – δραστηριότητες του πάρκου. Το

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

87,9% συμφώνησε ή συμφώνησε απόλυτα ότι οι προσφερόμενες υπηρεσίες – δραστηριότητες θα αποτελέσουν μια εμπειρία διασκέδασης και μάθησης.

Τέλος το σκηνικό του θεματικού πάρκου φαντάζει ελκυστικό για το 85,2% των ερωτηθέντων (Πίν. 6.19 – 6.22).

		το θέμα θα προκαλέσει τουριστικό ενδιαφέρον	ικανοποιημένος από υπηρεσίες - δραστηριότητες	μια εμπειρία διασκέδασης και μάθησης	ελκυστικό σκηνικό
N	Valid	405	405	405	405
	Missing	0	0	0	0
Median		4,0000	4,0000	4,0000	4,0000
Mode		5,00	4,00	5,00	5,00

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	διαφωνώ απόλυτα	1	,2	,2	,2
	διαφωνώ	9	2,2	2,2	2,5
	δηλώνω ουδέτερος/η	67	16,5	16,5	19,0
	συμφωνώ	133	32,8	32,8	51,9
	συμφωνώ απόλυτα	195	48,1	48,1	100,0
	Total	405	100,0	100,0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	διαφωνώ απόλυτα	1	,2	,2	,2
	διαφωνώ	3	,7	,7	1,0
	δηλώνω ουδέτερος/η	79	19,5	19,5	20,5
	συμφωνώ	170	42,0	42,0	62,5
	συμφωνώ απόλυτα	152	37,5	37,5	100,0
	Total	405	100,0	100,0	

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

Πίνακας 6.21: Μια εμπειρία διασκέδασης και μάθησης					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	διαφωνώ	6	1,5	1,5	1,5
	δηλώνω ουδέτερος/η	43	10,6	10,6	12,1
	συμφωνώ	177	43,7	43,7	55,8
	συμφωνώ απόλυτα	179	44,2	44,2	100,0
	Total	405	100,0	100,0	

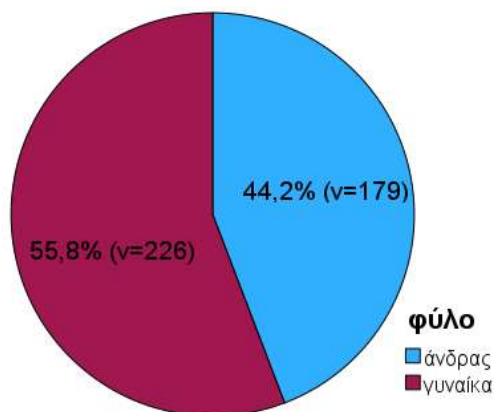
Πίνακας 6.22: Ελκυστικό σκηνικό					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	διαφωνώ	7	1,7	1,7	1,7
	δηλώνω ουδέτερος/η	53	13,1	13,1	14,8
	συμφωνώ	151	37,3	37,3	52,1
	συμφωνώ απόλυτα	194	47,9	47,9	100,0
	Total	405	100,0	100,0	

6.2.2.4 Δημογραφικά χαρακτηριστικά

Στο τελευταίο μέρος του ερωτηματολογίου παρουσιάζονται τα δημογραφικά στοιχεία των ερωτηθέντων. Σε αυτά αποτυπώνονται το φύλο, η ηλικία, η οικογενειακή και επαγγελματική κατάσταση καθώς και η γεωγραφική θέση.

Στην έρευνα συμμετείχαν συνολικά 405 άτομα, εκ των οποίων οι 179 (44,2%) ήταν άνδρες και οι 226 (55,8%) γυναίκες (Γράφ. 6.8). Οι ηλικίες των συμμετεχόντων κυμάνθηκαν από 18 έως 78 ετών. Ο μέσος όρος των ηλικιών ήταν τα 41,35 έτη, ενώ η επικρατούσα τιμή ήταν τα 40 έτη (Πίν. 6.23). Σε ποσοστό 1% ($n = 4$) έφτασε η αποχή των συμμετεχόντων από τη συγκεκριμένη ερώτηση. Στη συνέχεια η ακριβής ηλικία των συμμετεχόντων ταξινομήθηκε σε πέντε κατηγορίες προκειμένου να παρουσιαστεί αυτή με τις μεγαλύτερες συγκεντρώσεις. Στον πίνακα 6.24 αποτυπώνεται αναλυτικά η κατανομή σε κάθε ηλικιακή κατηγορία.

Γράφημα 6.8: Φύλο συμμετεχόντων



Πίνακας 6.23: Ακριβής ηλικία Statistics

N	Valid	401
	Missing	4
Mean		41,35
Median		40,00
Mode		40
Std. Deviation		14,142
Variance		199,992
Range		60
Minimum		18
Maximum		78
Sum		16580

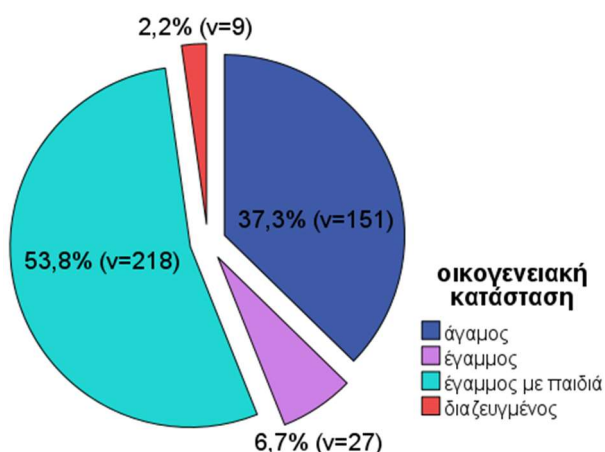
Πίνακας 6.24: Ηλικία σε κατηγορίες

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-24	56	13,8	14,0	14,0
	25-34	76	18,8	19,0	32,9
	35-44	121	29,9	30,2	63,1
	45-54	82	20,2	20,4	83,5
	55+	66	16,3	16,5	100,0
	Total	401	99,0	100,0	
Missing	System	4	1,0		
Total		405	100,0		

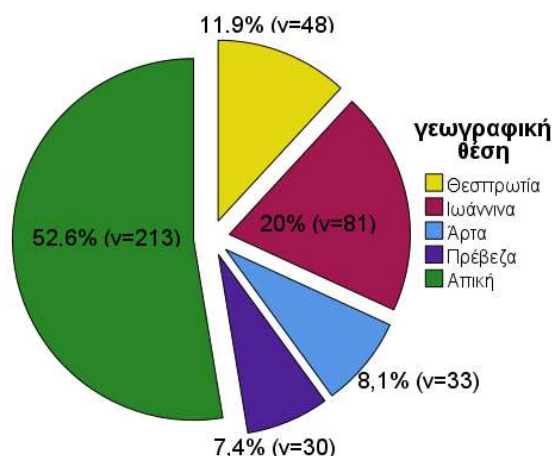
Με βάση την οικογενειακή κατάσταση των συμμετεχόντων σχηματίστηκαν τέσσερις κατηγορίες. Η πλειοψηφία τους δήλωσαν έγγαμοι με παιδιά ($n=218$, 53,8%), ακολούθησαν οι άγαμοι ($n=151$) με ποσοστό 37,3%, οι έγγαμοι χωρίς παιδιά με 6,7% και οι διαζευγμένοι με 2,2% (Γράφ. 6.9).

Αναφορικά με τη γεωγραφική τους θέση, έγινε προσπάθεια να συγκεντρωθεί αντίστοιχος αριθμός ατόμων από τις δύο Περιφέρειες. Τα τελικά αποτελέσματα περιλάμβαναν 213 άτομα από την Περιφέρεια Αττικής και 192 από την Περιφέρεια Ηπείρου, εκ των οποίων 48 από Θεσπρωτία, 81 από Ιωάννινα, 33 από Άρτα και 30 από Πρέβεζα (Γράφ. 6.10).

Γράφημα 6.9: Οικογενειακή Κατάσταση



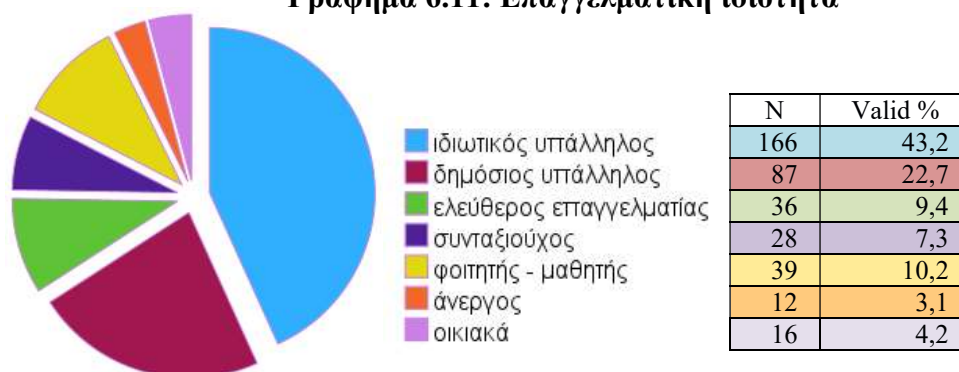
Γράφημα 6.10: Γεωγραφική θέση



Τέλος σύμφωνα με την επαγγελματική τους κατάσταση προέκυψαν επτά κατηγορίες: ιδιωτικοί υπάλληλοι, δημόσιοι υπάλληλοι, ελεύθεροι επαγγελματίες, συνταξιούχοι, μαθητές/φοιτητές, άνεργοι και οικιακά. Τα μεγαλύτερα ποσοστά παρατηρήθηκαν στους ιδιωτικούς και δημόσιους υπαλλήλους, ενώ το 5,2% (n=21) δήλωσε επαγγελματική ιδιότητα (Πίν. 6.25). Τα στοιχεία του διαγράμματος διαμορφώθηκαν με βάση τα έγκυρα αποτελέσματα (Γράφ. 6.11).

Valid	N	384	Valid Percent	94,8
Missing		21		5,2

Γράφημα 6.11: Επαγγελματική ιδιότητα



Αξίζει να αναφερθεί ότι το ερωτηματολόγιο εμπεριείχε ερώτηση αναφορικά με το εισόδημα των συμμετεχόντων, εξαιτίας όμως της μεγάλης αποχής στην συγκεκριμένη ερώτηση δεν συμπεριλήφθηκε στην τελική ανάλυση.

6.3 Επαγωγική στατιστική

Η επαγωγική στατιστική ή στατιστική συμπερασματολογία, εξάγει συμπεράσματα για τις τιμές των παραμέτρων του πληθυσμού από το δείγμα που έχει επιλέξει ο εκάστοτε ερευνητής.

Οι κύριες τεχνικές που χρησιμοποιούνται για την εξαγωγή των απαραίτητων αυτών συμπερασμάτων είναι η εκτίμηση των παραμέτρων και οι έλεγχοι στατιστικών υποθέσεων (Αγγελής, 2021).

6.3.1 Έλεγχοι υποθέσεων

Οι έλεγχοι υποθέσεων αποτελούν μια στατιστική μέθοδο με την οποία ο εκάστοτε ερευνητής αξιοποιεί τα δεδομένα του δείγματος και εκτιμά την ορθότητα μιας εικασίας, με την αποδοχή ή την απόρριψη μιας στατιστικής υπόθεσης. Οι έλεγχοι υποθέσεων εκτελούνται με σκοπό την εξαγωγή συμπερασμάτων για τις τιμές των παραμέτρων του πληθυσμού με βάση το δείγμα που έχει ληφθεί.

Μια στατιστική υπόθεση είναι μια αφαιρετική δήλωση που τίθεται για τον προσδιορισμό της σχέσης μεταξύ δύο ή περισσότερων μεταβλητών που μπορούν να μετρηθούν (Γάκη, χ.χ α). Η βασική υπόθεση που τίθεται, ονομάζεται μηδενική υπόθεση (H_0), και δέχεται ότι οι διαφορές μεταξύ δύο ή περισσότερων ομάδων (δειγμάτων) βασίζονται μόνο σε τυχαία σφάλματα και δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ τους.

Οι έλεγχοι υποθέσεων διακρίνονται σε παραμετρικούς και μη παραμετρικούς. Ο παραμετρικός έλεγχος είναι ένας έλεγχος υποθέσεων για μία ή περισσότερες παραμέτρους του πληθυσμού σύμφωνα με τον οποίο οι πληθυσμιακές κατανομές θα πρέπει να ακολουθούν ορισμένες παραδοχές, όπως για παράδειγμα η κανονική κατανομή του πληθυσμού (T-test) (Γναρδέλλης, 2009: 499). Σε ορισμένες περιπτώσεις η εφαρμογή των παραμετρικών μεθόδων δεν είναι δυνατή, γιατί δεν πληρούνται οι απαραίτητες προϋποθέσεις, όπως όταν η κατανομή του πληθυσμού δεν μπορεί να θεωρηθεί γνωστή ή οι μεταβλητές που ελέγχονται δεν είναι ποσοτικές αλλά τακτικές. Στις περιπτώσεις αυτές εφαρμόζονται οι μη παραμετρικές μέθοδοι βασισμένες στις τάξεις μεγέθους (βαθμοί διατακτικότητας), οι οποίες ελέγχουν την ομοιογένεια και όχι την ισότητα των μέσων όρων.

Το SPSS διαθέτει μια σειρά από παραμετρικούς και μη παραμετρικούς ελέγχους που προσδιορίζουν τη σχέση μεταξύ των μεταβλητών.

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

6.3.1.1. T-test

6.3.1.1.1 Εισαγωγή στο T- test

Ένας από τους πιο συχνούς ελέγχους υποθέσεων στην επαγωγική στατιστική αποτελεί ο έλεγχος των μέσων τιμών δύο ομάδων. Οι ομάδες αυτές μπορεί να αποτελούνται από ανεξάρτητες μεταξύ τους παρατηρήσεις ή από εξαρτημένες παρατηρήσεις κατά ζεύγη. Επιπλέον παρέχει τη δυνατότητα ελέγχου της μέσης τιμής μιας ποσοτικής μεταβλητής συγκριτικά με μια προκαθορισμένη αριθμητική τιμή που έχει οριστεί.

Η σύγκριση των μέσων αυτών τιμών με το πρόγραμμα SPSS πραγματοποιείται με το T-test. Σε καθεμία από τις περιπτώσεις εφαρμόζεται και αντίστοιχο T-test. Στην παρούσα έρευνα χρησιμοποιήθηκε το Independent Samples T-test, ένα παραμετρικό τεστ, το οποίο συγκρίνει τους αριθμητικούς μέσους για την ίδια ποσοτική μεταβλητή δύο ανεξάρτητων ομάδων που αποτελούν δύο διαφορετικά δείγματα του πληθυσμού.

Η διαδικασία του ελέγχου αφορά την υπόθεση ότι οι παρατηρούμενες διαφορές ανάμεσα στους αριθμητικούς μέσους των δύο ομάδων μπορούν να επεκταθούν και στο σύνολο του πληθυσμού.

Στο Independent Samples T-test ο έλεγχος γίνεται μέσω της μηδενικής υπόθεσης $H_0: \mu_1 = \mu_2$, δεν υπάρχει δηλαδή διαφορά στις μέσες τιμές των δύο δειγμάτων. Η εφαρμογή του συγκεκριμένου τεστ προϋποθέτει τα δύο δείγματα να ακολουθούν κανονική κατανομή. Επιπλέον οι παρατηρήσεις θα πρέπει να είναι ανεξάρτητες και να μην σχετίζονται μεταξύ τους, δηλαδή μια παρατήρηση από το ένα δείγμα δεν μπορεί να ανήκει και στο άλλο. Τέλος η εξαρτημένη μεταβλητή ελέγχου πρέπει να είναι ποσοτική μεταβλητή και η ανεξάρτητη μεταβλητή κατηγορική με δύο μόνο κατηγορίες.

6.3.1.1.2 Εφαρμογή T-test

Στην παρούσα έρευνα επιλέχθηκε το Independent Samples T-test για τη σύγκριση της ποσοτικής μεταβλητής 'ηλικία' με την κατηγορική μεταβλητή 'επίσκεψη σε θεματικό πάρκο', κατηγορική δύο κατηγοριών 'έχετε επισκεφτεί' και 'δεν έχετε επισκεφτεί' θεματικό πάρκο.

Η μηδενική υπόθεση που ελέγχεται είναι:

H_0 : Δεν υπάρχει διαφορά στις μέσες τιμές των δύο δειγμάτων ή $H_0: \mu_1 = \mu_2$, δηλαδή η μέση ηλικία των ατόμων που έχουν επισκεφτεί θεματικό πάρκο δε διαφέρει σημαντικά από την μέση ηλικία των ατόμων που δεν έχουν επισκεφτεί θεματικό πάρκο.

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

Έναντι της εναλλακτικής:

H_1 : Υπάρχει διαφορά στις μέσες τιμές των δύο δειγμάτων ή $H_1: \mu_1 \neq \mu_2$, δηλαδή η μέση ηλικία των ατόμων που έχουν επισκεφτεί θεματικό πάρκο διαφέρει σημαντικά από την μέση ηλικία των ατόμων που δεν έχουν επισκεφτεί θεματικό πάρκο.

Πριν εφαρμοστεί το T-test είναι απαραίτητος ο έλεγχος της προϋπόθεσης αν η ποσοτική μεταβλητή ηλικία ακολουθεί κανονική κατανομή και για τις δύο κατηγορίες. Η υπόθεση που ελέγχεται είναι:

Για την 1^η κατηγορία (έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο)

H_0 : Η μεταβλητή ακολουθεί κανονική κατανομή

H_1 : Η μεταβλητή δεν ακολουθεί κανονική κατανομή

Για την 2^η κατηγορία (δεν έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο)

H_0 : Η μεταβλητή ακολουθεί την κανονική κατανομή

H_1 : Η μεταβλητή δεν ακολουθεί την κανονική κατανομή

Πίνακας 6.26: Έλεγχος κανονικότητας

		Tests of Normality					
		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
ακριβής ηλικία	ΝΑΙ	,063	248	,018	,980	248	,001
	ΟΧΙ	,069	153	,071	,967	153	<,001

a. Lilliefors Significance Correction

Επειδή ο αριθμός του δείγματος ξεπερνά τα 30 άτομα και στις δύο περιπτώσεις ελέγχεται το Kolmogorov-Smirnov. Στην πρώτη κατηγορία, προηγούμενη επίσκεψη σε θεματικό πάρκο sig= 0,018 < 0,05 επομένως απορρίπτεται η H_0 , δηλαδή η μεταβλητή δεν ακολουθεί κανονική κατανομή. Στη δεύτερη κατηγορία sig= 0,071 > 0,05 κατά συνέπεια γίνεται αποδεκτή η H_0 , η μεταβλητή ακολουθεί κανονική κατανομή.

Με την ολοκλήρωση του ελέγχου της κανονικότητας παρατηρείται ότι δεν ακολουθούν κανονική κατανομή και οι δύο κατηγορίες, επομένως δεν είναι δυνατή η εφαρμογή του Independent Sample T-test. Στην περίπτωση αυτή θα εφαρμοστεί ο μη παραμετρικός έλεγχος Mann-Whitney.

6.3.1.2 Mann-Whitney test

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

6.3.1.2.1 Εισαγωγή Mann-Whitney test

Το Mann-Whitney test αποτελεί ένα μη παραμετρικό test, αντίστοιχο του παραμετρικού T-test, και εξετάζει δύο ανεξάρτητα δείγματα. Η εφαρμογή του δεν προϋποθέτει την κανονικότητα των δύο κατανομών, ενώ ενδείκνυται και για τις τακτικές μεταβλητές.

Το Mann-Whitney test συγκρίνει τις μέσες τάξεις κάθε ομάδας και εξετάζει αν η κατάταξη των τιμών της μίας ομάδας διαφέρει από την κατάταξη των τιμών της άλλης ομάδας. Αρχικά συνδυάζονται όλες οι βαθμολογίες και των δύο δειγμάτων σε ένα ενιαίο σύνολο και ταξινομούνται από τη μικρότερη στη μεγαλύτερη τιμή. Έπειτα καθεμία από αυτές τις τιμές λαμβάνει μια θέση κατάταξης. Όταν δύο ή περισσότερες βαθμολογίες εμφανίζουν ίσες τιμές χρησιμοποιείται η μέση τιμή των αρχικών τους θέσεων. Στο τέλος υπολογίζονται τα αθροίσματα των θέσεων των παρατηρήσεων, σύμφωνα με την ενιαία κατάταξη, ξεχωριστά για καθεμιά από τις ομάδες (Γναρδέλλης, 2009: 500).

6.3.1.2.2 Εφαρμογή Mann-Whitney test

Στην παρούσα έρευνα υπολογίστηκε το u του test Mann-Whitney για τη σύγκριση της ποσοτικής μεταβλητής 'ηλικία' με την κατηγορική μεταβλητή 'επίσκεψη σε θεματικό πάρκο', εξαιτίας του ότι δεν πληρούνταν τα κριτήρια της κανονικότητας (βλ. ενότητα 6.3.1.1.2).

Με την εφαρμογή του Mann-Whitney προκύπτουν δύο πίνακες. Στον πίνακα 6.27 δίνεται ο αριθμός των ατόμων, η μέση θέση (mean rank) και το άθροισμα των θέσεων (sum of ranks) της κάθε ομάδας στην ενιαία διάταξη της ηλικίας. Αυτό που παρατηρείται είναι ότι η μέση θέση των ατόμων που έχουν ήδη επισκεφθεί θεματικό πάρκο είναι μικρότερη από τη μέση θέση των ατόμων που δεν έχουν επισκεφθεί ακόμη θεματικό πάρκο.

Στον πίνακα 6.28 εμφανίζονται τα κριτήρια ελέγχου του Mann-Whitney. Το $asympt. sig = 0,003 < 0,05$ δίνει το δικαίωμα στην ερευνήτρια να απορρίψει τη μηδενική υπόθεση της ισότητας των διαμέσων των δύο ομάδων. Επομένως γίνεται αποδεκτή η H_1 και συμπεραίνεται ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά στην ηλικία ανάλογα με την επίσκεψη ή όχι σε θεματικό πάρκο. Δηλαδή η μέση ηλικία των ατόμων που έχουν επισκεφθεί θεματικό πάρκο παρουσιάζει στατιστικά σημαντική διαφορά από αυτή των ατόμων που δεν έχουν επισκεφθεί.

Πίνακες 6.27 & 6.28: Αποτελέσματα τεστ Mann-Whitney
(‘Ηλικία’ vs ‘Επίσκεψη σε θεματικό πάρκο’)

Πίνακας 6.27

		Ranks		
έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο		N	Mean Rank	Sum of Ranks
ακριβής ηλικία	NAI	248	187,27	46442,00
	OXI	153	223,26	34159,00
	Total	401		

Πίνακας 6.28

Test Statistics ^a	
ακριβής ηλικία	
Mann-Whitney U	15566,000
Wilcoxon W	46442,000
Z	-3,022
Asymp. Sig. (2-tailed)	,003

a. Grouping Variable: έχετε επισκεφτεί
θεματικό πάρκο

Επιπλέον υπολογίστηκε το u του τεστ Mann-Whitney για καθέναν από τους παράγοντες θελκτικό προτεινόμενο μοντέλο θεματικού πάρκου (εξαρτημένη τακτική μεταβλητή) και της ανεξάρτητης μεταβλητής ‘φύλο’ (κατηγορική με δύο κατηγορίες).

Οι υποθέσεις που ελέγχθηκαν παρουσιάζονται παρακάτω:

H_0 : Η κατανομή των δύο ομάδων δε διαφέρει, δηλαδή οι δύο ομάδες δεν παρουσιάζουν διαφορά στις διαμέσους τους (ισότητα διαμέσων)

$H_{0.1}$: Η κατανομή της τακτικής μεταβλητής πρόκληση τουριστικού ενδιαφέροντος σύμφωνα με το θέμα είναι πανομοιότυπη μεταξύ ανδρών και γυναικών

$H_{0.2}$: Η κατανομή της τακτικής μεταβλητής ικανοποίηση από την ποιότητα των προτεινόμενων υπηρεσιών – δραστηριοτήτων είναι πανομοιότυπη μεταξύ ανδρών και γυναικών

$H_{0.3}$: Η κατανομή της τακτικής μεταβλητής απόκτηση εμπειρίας με γνώμονα τη διασκέδαση και τη μάθηση είναι πανομοιότυπη μεταξύ ανδρών και γυναικών

$H_{0.4}$: Η κατανομή της τακτικής μεταβλητής ελκυστικότητα του σκηνικού είναι πανομοιότυπη μεταξύ ανδρών και γυναικών

H_1 : Η κατανομή των δύο ομάδων διαφέρει, δηλαδή οι δύο ομάδες παρουσιάζουν διαφορά στις διαμέσους τους

$H_{1.1}$: Η κατανομή της τακτικής μεταβλητής πρόκληση τουριστικού ενδιαφέροντος σύμφωνα με το θέμα διαφέρει μεταξύ ανδρών και γυναικών

$H_{1.2}$: Η κατανομή της τακτικής μεταβλητής ικανοποίηση από την ποιότητα των προτεινόμενων υπηρεσιών – δραστηριοτήτων διαφέρει μεταξύ ανδρών και γυναικών

$H_{1.3}$: Η κατανομή της τακτικής μεταβλητής απόκτηση εμπειρίας με γνώμονα τη διασκέδαση και τη μάθηση διαφέρει μεταξύ ανδρών και γυναικών

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

H_{1.4}: Η κατανομή της τακτικής μεταβλητής ελκυστικότητα του σκηνικού διαφέρει μεταξύ ανδρών και γυναικών

Πίνακες 6.29 & 6.30: Αποτελέσματα τεστ Mann-Whitney
(‘θελκτικό μοντέλο’ vs ‘φύλο’)

Πίνακας 6.29

Ranks				
	φύλο	N	Mean Rank	Sum of Ranks
το θέμα ελληνική μυθολογία θα προκαλέσει τουριστικό ενδιαφέρον	άνδρας	179	198,95	35612,00
	γυναίκα	226	206,21	46603,00
	Total	405		
ικανοποιημένος από υπηρεσίες -δραστηριότητες	άνδρας	179	190,06	34021,00
	γυναίκα	226	213,25	48194,00
	Total	405		
μια εμπειρία διασκέδασης και μάθησης	άνδρας	179	186,35	33356,00
	γυναίκα	226	216,19	48859,00
	Total	405		
ελκυστικό σκηνικό	άνδρας	179	188,02	33656,00
	γυναίκα	226	214,86	48559,00
	Total	405		

Πίνακας 6.30

	το θέμα θα προκαλέσει τουριστικό ενδιαφέρον	Ικανοποιημένος/η από υπηρεσίες - δραστηριότητες	μια εμπειρία διασκέδασης και μάθησης	ελκυστικό σκηνικό
Mann-Whitney U	19502,000	17911,000	17246,000	17546,000
Wilcoxon W	35612,000	34021,000	33356,000	33656,000
Z	-,673	-2,128	-2,799	-2,506
Asymp. Sig. (2-tailed)	,501	,033	,005	,012

a. Grouping Variable: φύλο

Στον πίνακα 6.29 παρατηρείται είναι ότι η μέση θέση των γυναικών για κάθε ερώτηση της υποκατηγορίας ‘θελκτικό μοντέλο θεματικού πάρκου’ είναι μεγαλύτερη από την αντίστοιχη μέση θέση των ανδρών.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα των τεσσάρων αναλύσεων που παρουσιάζονται στον πίνακα 6.30 παρατηρείται στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ ανδρών και γυναικών, ως προς την ικανοποίηση από την ποιότητα των προτεινόμενων υπηρεσιών – δραστηριοτήτων (sig= 0,033 < 0,05), ως προς την απόκτηση εμπειρίας με γνώμονα

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

τη διασκέδαση και τη μάθηση ($\text{sig} = 0,005 < 0,05$) και ως προς την ελκυστικότητα του σκηνικού ($\text{sig} = 0,012 < 0,05$). Αντίθετα δεν παρατηρούνται στατιστικά σημαντικές διαφορές στη $H_{0.1}$ όπου το $\text{asympt. sig} = 0,501 > 0,05$ άρα η ερευνήτρια μπορεί να αποδεχτεί ότι η κατανομή της τακτικής μεταβλητής πρόκληση τουριστικού ενδιαφέροντος σύμφωνα με το θέμα είναι πανομοιότυπη μεταξύ ανδρών και γυναικών.

6.3.1.3 Kruskal Wallis

6.3.1.3.1 Εισαγωγή στο Kruskal Wallis

Το στατιστικό τεστ των Kruskal and Wallis (1952) αποτελεί μία λογική επέκταση του Mann-Whitney τεστ. Πρόκειται για έναν μη παραμετρικό τρόπο ελέγχου της υπόθεσης ότι τρία ή περισσότερα ανεξάρτητα δείγματα προέρχονται από τον ίδιο πληθυσμό, έναντι της εναλλακτικής υπόθεσης ότι τουλάχιστον δύο από τα δείγματα προέρχονται από πληθυσμούς που διαφέρουν ως προς τις διαμέσους. Ο υπολογισμός των διαμέσων βασίζεται στο άθροισμα των βαθμών των θέσεων των παρατηρήσεων. Προκειμένου να εφαρμοστεί η μέθοδος αυτή, οι παρατηρήσεις διατάσσονται κατά αύξουσα σειρά και για καθεμία από τις παρατηρήσεις προσδιορίζεται η σχετική της θέση (rank) (Χαλικιάς, Μανωλέσου και Λάλου, 2015: 209).

Το Kruskal Wallis test, εφαρμόζεται στις περιπτώσεις που δεν πληρούνται τα κριτήρια του παραμετρικού τεστ One-Way ΑνοVA, συγκεκριμένα όταν οι πληθυσμοί από τους οποίους προέρχονται τα δείγματα δεν ακολουθούν κανονική κατανομή ή όταν η εξαρτημένη μεταβλητή είναι τακτική και όχι ποσοτική. Στη δοκιμή Kruskal-Wallis, οι τακτικές μεταβλητές είναι επαρκείς, αφού οι μη παραμετρικές δοκιμές δεν χρησιμοποιούν τις διαφορές των τιμών, αλλά τις τάξεις.

6.3.1.3.2 Εφαρμογή του Kruskal Wallis στα δεδομένα

Στην παρούσα έρευνα ο έλεγχος των Kruskal και Wallis εφαρμόστηκε για τη σύγκριση κατηγορικών μεταβλητών με περισσότερες από δυο κατηγορίες και των τακτικών σε κλίμακα Likert μεταβλητών που περιλαμβάνονται στο ερωτηματολόγιο.

Αρχικά ο έλεγχος χρησιμοποιήθηκε για τη σύγκριση της μεταβλητής ‘ηλικιακή κατηγορία’, με τις διατάξιμες μεταβλητές που σχετίζονται με το ‘προτεινόμενο μοντέλο θεματικού πάρκου’.

Συγκεκριμένα ελέχθησαν οι εξής υποθέσεις:

$H_{0.1}$: Η κατανομή της τακτικής μεταβλητής ‘πρόκληση τουριστικού ενδιαφέροντος’ σύμφωνα με το θέμα είναι πανομοιότυπη για καθεμία από τις ηλικιακές κατηγορίες

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

H_{0.2}: Η κατανομή της τακτικής μεταβλητής ‘ικανοποίηση από την ποιότητα των προτεινόμενων υπηρεσιών – δραστηριοτήτων’ είναι πανομοιότυπη για καθεμία από τις ηλικιακές κατηγορίες

H_{0.3}: Η κατανομή της τακτικής μεταβλητής ‘απόκτηση εμπειρίας με γνώμονα τη διασκέδαση και τη μάθηση’ είναι πανομοιότυπη για καθεμία από τις ηλικιακές κατηγορίες

H_{0.4}: Η κατανομή της τακτικής μεταβλητής ‘ελκυστικότητα του σκηνικού’ είναι πανομοιότυπη για καθεμία από τις ηλικιακές κατηγορίες

H_{1.1}: Η κατανομή της τακτικής μεταβλητής ‘πρόκληση τουριστικού ενδιαφέροντος σύμφωνα με το θέμα’ διαφέρει μεταξύ των ηλικιακών κατηγοριών

H_{1.2}: Η κατανομή της τακτικής μεταβλητής ‘ικανοποίηση από την ποιότητα των προτεινόμενων υπηρεσιών – δραστηριοτήτων’ διαφέρει μεταξύ των ηλικιακών κατηγοριών

H_{1.3}: Η κατανομή της τακτικής μεταβλητής ‘απόκτηση εμπειρίας με γνώμονα τη διασκέδαση και τη μάθηση’ διαφέρει μεταξύ των ηλικιακών κατηγοριών

H_{0.4}: Η κατανομή της τακτικής μεταβλητής ‘ελκυστικότητα του σκηνικού’ διαφέρει μεταξύ των ηλικιακών κατηγοριών

Πίνακες 6.31 & 6.32: Αποτελέσματα τεστ Kruskal – Wallis
(‘θελκτικό μοντέλο’ vs ‘ηλικία σε κατηγορίες’)

Πίνακας 6.31

	Ranks		
	ηλικία	N	Mean Rank
το θέμα ελληνική μυθολογία θα προκαλέσει τουριστικό ενδιαφέρον	18-24	56	163,51
	25-34	76	199,59
	35-44	121	214,94
	45-54	82	213,73
	55+	66	193,06
	Total	401	
ικανοποιημένος από υπηρεσίες - δραστηριότητες	18-24	56	176,57
	25-34	76	200,57
	35-44	121	220,20
	45-54	82	191,65
	55+	66	198,65
	Total	401	
μια εμπειρία διασκέδασης και μάθησης	18-24	56	189,46
	25-34	76	192,86
	35-44	121	210,92
	45-54	82	203,33
	55+	66	199,08
	Total	401	
ελκυστικό σκηνικό	18-24	56	166,24
	25-34	76	200,53
	35-44	121	215,36
	45-54	82	208,91
	55+	66	194,89
	Total	401	

Πίνακας 6.32

Test Statistics ^{a,b}				
	το θέμα θα προκαλέσει τουριστικό ενδιαφέρον	ικανοποιημένος/η από υπηρεσίες - δραστηριότητες	μια εμπειρία διασκέδασης και μάθησης	ελκυστικό σκηνικό
Kruskal-Wallis H	10,533	7,367	2,257	8,934
df	4	4	4	4
Asymp. Sig.	,032	,118	,689	,063

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: ηλικία

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

Στον πίνακα 6.31 εμφανίζονται οι μέσες θέσεις στο βαθμό συμφωνίας, με βάση την κλίμακα Likert, των πέντε ηλικιακών κατηγοριών για κάθε μία από τις ερωτήσεις προτεινόμενο μοντέλο θεματικού πάρκου. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του πίνακα 6.32 παρατηρείται στατιστικά σημαντική διαφορά της τακτικής μεταβλητής 'πρόκλησης τουριστικού ενδιαφέροντος με βάση το θέμα' μεταξύ των πέντε ηλικιακών κατηγοριών ($\text{sig} = 0,032 < 0,05$). Αντίθετα δεν παρατηρούνται στατιστικά σημαντικές διαφορές στις υπόλοιπες υποθέσεις όπου το asympt. sig είναι μεγαλύτερο του 0,05. Κατά συνέπεια η ερευνήτρια μπορεί να αποδεχτεί ότι υπάρχει ομοιογένεια μεταξύ των ηλικιακών κατηγοριών ως προς 'την ικανοποίηση από την ποιότητα των προτεινόμενων υπηρεσιών – δραστηριοτήτων' ($\text{sig} = 0,118 < 0,05$), ως προς 'την απόκτηση εμπειρίας με γνώμονα τη διασκέδαση και τη μάθηση' ($\text{sig} = 0,689 > 0,05$) και ως προς 'την ελκυστικότητα του σκηνικού' ($\text{sig} = 0,063 < 0,05$).

Στη συνέχεια το τεστ εκτελέστηκε για τη σύγκριση των κατηγορικών μεταβλητών 'γεωγραφική θέση' και 'οικογενειακή κατάσταση' με την διατάξιμη μεταβλητή 'το θεματικό πάρκο αποτελεί μια καλή επιλογή για ταξίδι'.

Οι υποθέσεις που ελέγχθησαν ήταν οι εξής:

$H_{0.1}$: Η κατανομή της τακτικής μεταβλητής 'το θεματικό πάρκο αποτελεί μια καλή επιλογή για ένα ταξίδι' είναι πανομοιότυπη μεταξύ των πέντε γεωγραφικών περιοχών.

$H_{0.2}$: Η κατανομή της τακτικής μεταβλητής 'το θεματικό πάρκο αποτελεί μια καλή επιλογή για ένα ταξίδι', είναι πανομοιότυπη μεταξύ άγαμων, έγγαμων, έγγαμων με παιδιά και διαζευγμένων.

Με βάση τα αποτελέσματα του τεστ (Πίν. 6.33) προκύπτει ότι οι μέσες θέσεις στη βαθμολόγηση για τη μεταβλητή 'το θεματικό πάρκο αποτελεί μια καλή επιλογή για ένα ταξίδι' κυμαίνονται από 175,17 (διαζευγμένοι) μέχρι 216,44 (έγγαμοι με παιδιά). Αντίστοιχα οι μέσες θέσεις για την ίδια μεταβλητή (Πίν. 6.35) στην ενιαία τους διάταξη δεν διαφοροποιούνται ιδιαίτερα μεταξύ τους και κυμαίνονται από 195,27 (Αττική) έως 233,77 (Αρτα). Σύμφωνα με την ανάλυση των πινάκων 6.34 και 6.36 δεν διαπιστώθηκε στατιστικά σημαντική επίδραση των παραγόντων 'γεωγραφική θέση' και 'οικογενειακή κατάσταση' στην πρόθεση για επίσκεψη στο θεματικό πάρκο ($\text{sig} = 0,055 > 0,05$ και $\text{sig} = 0,444 > 0,05$). Επομένως η ερευνήτρια μπορεί να εξάγει το συμπέρασμα ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά στις μέσες τιμές (τάξεις) των υπό εξέταση μεταβλητών.

Πίνακες 6.33 & 6.34: Αποτελέσματα τεστ Kruskal – Wallis

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

(‘καλή επιλογή για ταξίδι’ vs ‘οικογενειακή κατάσταση’)

Πίνακας 6.33

Ranks				
		οικογενειακή κατάσταση	N	Mean Rank
καλή επιλογή για ένα ταξίδι		άγαμος	151	185,05
		έγγαμος	27	204,19
		έγγαμος με παιδιά	218	216,44
		διαζευγμένος	9	175,17
		Total	405	

Πίνακας 6.34

Test Statistics ^{a,b}	
καλή επιλογή για ένα ταξίδι	
Kruskal-Wallis H	7,599
df	3
Asymp. Sig.	,055

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: οικογενειακή κατάσταση

Πίνακες 6.35 & 6.36: Αποτελέσματα τεστ Kruskal – Wallis

(‘καλή επιλογή για ταξίδι’ vs ‘γεωγραφική θέση’)

Πίνακας 6.35

Ranks				
		γεωγραφική θέση	N	Mean Rank
καλή επιλογή για ένα ταξίδι		Θεσπρωτία	48	208,42
		Ιωάννινα	81	206,38
		Άρτα	33	233,77
		Πρέβεζα	30	206,27
		Αττική	213	195,27
		Total	405	

Πίνακας 6.36

Test Statistics ^{a,b}	
καλή επιλογή για ένα ταξίδι	
Kruskal-Wallis H	3,730
df	4
Asymp. Sig.	,444

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: γεωγραφική θέση

Τέλος εφαρμόστηκε το τεστ Kruskal – Wallis προκειμένου να διαπιστωθεί κατά πόσον υπάρχει ομοιογένεια στις μέσες θέσεις των τακτικών μεταβλητών που σχετίζονται με την θετική επιρροή του θεματικού πάρκου στον προορισμό, ως προς τη γεωγραφική θέση.

Πίνακες 6.37 & 6.38: Αποτελέσματα τεστ Kruskal – Wallis

(‘θετική επιρροή προτεινόμενου μοντέλου’ vs ‘γεωγραφική θέση’)

Πίνακας 6.37

Ranks			
	γεωγραφική θέση	N	Mean Rank
άμβλυνση εποχικότητας επιμήκυνση τουριστικής περιόδου	Θεσπρωτία	48	222,38
	Ιωάννινα	81	214,65
	Άρτα	33	201,68
	Πρέβεζα	30	186,73
	Αττική	213	196,70
	Total	405	
λύση στο πρόβλημα της ανεργίας	Θεσπρωτία	48	220,33
	Ιωάννινα	81	211,48
	Άρτα	33	177,33
	Πρέβεζα	30	196,07
	Αττική	213	200,82
	Total	405	
αύξηση αριθμού επισκεπτών περιοχής	Θεσπρωτία	48	217,08
	Ιωάννινα	81	200,60
	Άρτα	33	184,39
	Πρέβεζα	30	208,20
	Αττική	213	202,89
	Total	405	
πόλος έλξης εσωτερικού και εξωτερικού τουρισμού	Θεσπρωτία	48	193,46
	Ιωάννινα	81	214,53
	Άρτα	33	188,73
	Πρέβεζα	30	182,37
	Αττική	213	205,88
	Total	405	

Πίνακας 6.38

Test Statistics ^{a,b}				
	επιμήκυνση τουριστικής περιόδου	λύση στο πρόβλημα της ανεργίας	αύξηση αριθμού επισκεπτών περιοχής	πόλος έλξης εσωτερικού και εξωτερικού τουρισμού
Kruskal-Wallis H	3,709	3,538	1,902	3,097
df	4	4	4	4
Asymp. Sig.	,447	,472	,754	,542

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: γεωγραφική θέση

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

Με βάση τα αποτελέσματα του πίνακα 6.38 συμπεραίνεται ότι τα επίπεδα συμφωνίας και για τις τέσσερις υποκατηγορίες, ‘επιμήκυνση τουριστικής περιόδου’, ‘λύση στο πρόβλημα της ανεργίας’ αύξηση αριθμού επισκεπτών στην περιοχή’, ‘πόλος έλξης εσωτερικού και εξωτερικού τουρισμού’ παρουσιάζουν ομοιογένεια μεταξύ των γεωγραφικών θέσεων. Συνεπώς δε διαπιστώθηκε στατιστικά σημαντική επίδραση του παράγοντα γεωγραφική θέση.

6.3.1.4 Chi-Square Test

6.3.1.4.1. Εισαγωγή στο Chi-square Test

Το Chi-Square test γνωστό και ως χ^2 , είναι μια μέθοδος ελέγχου των σχέσεων δύο ποιοτικών μεταβλητών. Το συγκεκριμένο τεστ αποτελεί μια στατιστική δοκιμή που χρησιμοποιείται για τη σύγκριση των παρατηρούμενων αποτελεσμάτων με τα αναμενόμενα αποτελέσματα και έχει σαν σκοπό να προσδιορίσει αν υπάρχει ή όχι σχέση ανάμεσα στις δύο μεταβλητές, κατά πόσο δηλαδή η μία επηρεάζεται από την άλλη. Ο έλεγχος αυτός παρέχει στους ερευνητές πληροφορίες για το αν οι μεταβλητές συσχετίζονται ή όχι, χωρίς ωστόσο να δείχνει το βαθμό στον οποίο αυτές σχετίζονται.

Η δοκιμή αυτή χρησιμοποιεί έναν πίνακα έκτακτης ανάγκης για την ανάλυση των δύο μεταβλητών. Σύμφωνα με τον πίνακα αυτόν, γνωστό και ως διασταυρούμενο πίνακα (crosstab) τα δεδομένα της μίας μεταβλητής εμφανίζονται στις σειρές (οριζόντια) και της άλλης μεταβλητής στις στήλες (κάθετα). Κάθε κελί αντικατοπτρίζει τον συνολικό αριθμό περιπτώσεων για ένα συγκεκριμένο ζεύγος κατηγοριών.

Όπως και στους υπόλοιπους ελέγχους υποθέσεων έτσι και στο Chi-Square test ελέγχονται δύο υποθέσεις. Η μηδενική υπόθεση, η οποία είναι πάντα η υπόθεση της ισότητας ή της μη διαφοροποίησης των δυο μεταβλητών και ερμηνεύεται ως:

- *H₀: Δεν υπάρχει σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών, (οι παρατηρηθείσες συχνότητες είναι ίσες με τις αναμενόμενες συχνότητες)*

και η εναλλακτική υπόθεση

- *H₁: Υπάρχει σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών (οι παρατηρηθείσες συχνότητες και οι αναμενόμενες συχνότητες διαφέρουν)*

Στο κάτω μέρος του πίνακα Chi-Square Tests εμφανίζεται μία υποσημείωση, η οποία αφορά την προϋπόθεση εφαρμογής του τεστ. Προκειμένου να είναι αξιόπιστος ο έλεγχος θα πρέπει όλες οι αναμενόμενες συχνότητες να είναι > 5 (Γάκη, $\chi \cdot \chi \alpha$), ενώ

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

σύμφωνα με άλλους εμπειρικούς κανόνες τουλάχιστον το 80% των κελίων να έχουν θεωρητική συχνότητα > 5 (Ρούσσοι και Ευσταθίου, 2008: 33).

6.3.1.4.2. Εφαρμογή του Chi-Square Test στα δεδομένα

Στην παρούσα έρευνα πραγματοποιήθηκε Chi-Square test για τον προσδιορισμό της σχέσης ποιοτικών μεταβλητών του ερωτηματολογίου. Αναλυτικότερα ελέγχονται οι σχέσεις φύλου, οικογενειακής κατάστασης και γεωγραφικής θέσης με τη μεταβλητή 'προηγούμενη επίσκεψη σε θεματικό πάρκο'.

Οι υποθέσεις οι οποίες εξετάζονται είναι οι εξής:

Μηδενικές υποθέσεις

H_{0.1}: Δεν υπάρχει σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών, το φύλο δεν επηρεάζει την κατηγορική μεταβλητή 'προηγούμενη επίσκεψη σε θεματικό πάρκο'

H_{0.2}: Δεν υπάρχει σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών, η οικογενειακή κατάσταση δεν επηρεάζει την κατηγορική μεταβλητή 'προηγούμενη επίσκεψη σε θεματικό πάρκο'

H_{0.3}: Δεν υπάρχει σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών, η γεωγραφική θέση δεν επηρεάζει την κατηγορική μεταβλητή 'προηγούμενη επίσκεψη σε θεματικό πάρκο'

Εναλλακτικές υποθέσεις

H_{1.1}: Υπάρχει σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών, το φύλο επηρεάζει την κατηγορική μεταβλητή 'προηγούμενη επίσκεψη σε θεματικό πάρκο' (η προηγούμενη επίσκεψη σε θεματικό πάρκο εξαρτάται από το φύλο)

H_{1.2}: Υπάρχει σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών, η οικογενειακή κατάσταση επηρεάζει την κατηγορική μεταβλητή 'προηγούμενη επίσκεψη σε θεματικό πάρκο'

H_{1.3}: Υπάρχει σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών, η γεωγραφική θέση επηρεάζει την κατηγορική μεταβλητή 'προηγούμενη επίσκεψη σε θεματικό πάρκο'

Με τη διεξαγωγή του Chi-Square test προέκυψαν δύο πίνακες δεδομένων, ο διασταυρούμενος πίνακας ή πίνακας συνάφειας και ο πίνακας ελέγχου υποθέσεων. Στον πρώτο πίνακα παρατηρούνται κάποιες τάσεις σχετικά με τις μεταβλητές. Συγκεκριμένα ο πίνακας αυτός εμφανίζει τις παρατηρηθείσες και τις αναμενόμενες συχνότητες για κάθε κατηγορία μιας μεταβλητής και για το σύνολο αυτών.

Ο δεύτερος πίνακας της ανάλυσης παρέχει στους ερευνητές τα αποτελέσματα του ελέγχου και έχει τον γενικό τίτλο Chi-Square Test. Στη γραμμή Pearson Chi-Square εμφανίζονται τα αποτελέσματα του τεστ, οι βαθμοί ελευθερίας και η αντίστοιχη πιθανότητα p του ελέγχου. Σε περιπτώσεις τετράπτυχων πινάκων (2 x 2) εμφανίζεται

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

από την αρχή της εκτέλεσης του τεστ, η ακριβής δοκιμασίας του Fisher (Fisher's Exact Test) και η διόρθωση συνέχειας του Yates (Continuity Correction) (Γναρδέλλης, 2009: 387).

Πίνακες 6.39 & 6.40: Αποτελέσματα Chi-Square Test
(‘προηγούμενη επίσκεψη σε θεματικό πάρκο vs ‘φύλο’)

Πίνακας 6.39

Crosstab					
		έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο		Total	
		ΝΑΙ	ΟΧΙ		
φύλο	άνδρας	Count	106	73	179
		% within φύλο	59,2%	40,8%	100,0%
		% within έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο	42,2%	47,4%	44,2%
	γυναίκα	Count	145	81	226
		% within φύλο	64,2%	35,8%	100,0%
		% within έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο	57,8%	52,6%	55,8%
Total	Count	251	154	405	
	% within φύλο	62,0%	38,0%	100,0%	
	% within έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο	100,0%	100,0%	100,0%	

Πίνακας 6.40

Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,035 ^a	1	,309		
Continuity Correction ^b	,836	1	,361		
Likelihood Ratio	1,034	1	,309		
Fisher's Exact Test				,354	,180
Linear-by-Linear Association	1,032	1	,310		
N of Valid Cases	405				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 68,06.

b. Computed only for a 2x2 table

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

Από τον πίνακα 6.39 προκύπτει ότι το 59,2% των ανδρών ($n=106$) έχουν επισκεφτεί θεματικό πάρκο έναντι του 64,2% των γυναικών ($n=145$). Σύμφωνα με τις παρατηρήσεις αυτές θα μπορούσε να θεωρηθεί ότι περισσότερες γυναίκες επισκέπτονται τα θεματικά πάρκα. Ωστόσο δεν είναι γνωστό αν το αποτέλεσμα που προκύπτει είναι αποδεκτό προτού πραγματοποιηθεί ο απαιτούμενος έλεγχος για την ύπαρξη σχέσης μεταξύ των δύο μεταβλητών.

Με βάση τα αποτελέσματα του δευτέρου πίνακα 6.40 παρατηρείται ότι $sig. > 0,05$ και κατά συνέπεια η μηδενική υπόθεση (H_0 : δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ των μεταβλητών) γίνεται αποδεκτή, δηλαδή η προηγούμενη επίσκεψη σε θεματικό πάρκο δεν εξαρτάται από το φύλο.

Το $sig. > 0,05$ τόσο στην περίπτωση που ληφθεί υπόψη η αμφίπλευρη πιθανότητα της δοκιμασίας του Fisher (Exact Sig. 2-sided), όσο και αν ληφθεί υπόψη το Continuity Correction. Συγκεκριμένα $sig = 0,354$ και $0,361$ αντίστοιχα, με τις δύο δοκιμασίες να παρέχουν πιθανότητες αποδοχής της μηδενικής υπόθεσης πολύ κοντά η μία στην άλλη (Πίν. 6.40).

Στην επόμενη υπόθεση που εξετάζεται προκύπτει ότι για τον συντελεστή Pearson του στατιστικού ελέγχου χ^2 το $p\text{-value} = 0,221 > 0,05$ (Πίν. 6.42). Με βάση το αποτέλεσμα αυτό η μηδενική υπόθεση γίνεται αποδεκτή και συνεπώς δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά σε επίπεδο σημαντικότητας 0,05 στη συχνότητα εμφάνισης των επιλογών 'έχω' και 'δεν έχω επισκεφθεί θεματικό πάρκο' για άγαμους, έγγαμους, έγγαμους με παιδιά και διαζευγμένους.

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

Πίνακες 6.41 & 6.42: Αποτελέσματα Chi-Square Tests

(‘προηγούμενη επίσκεψη σε θεματικό πάρκο vs ‘οικογενειακή κατάσταση’)

Πίνακας 6.41

Crosstab					
		έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο		Total	
		NAI	OXI		
οικογενειακή κατάσταση	άγαμος	Count	87	64	151
		% within οικογενειακή κατάσταση	57,6%	42,4%	100,0%
		% within έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο	34,7%	41,6%	37,3%
	έγγαμος	Count	18	9	27
		% within οικογενειακή κατάσταση	66,7%	33,3%	100,0%
		% within έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο	7,2%	5,8%	6,7%
	έγγαμος με παιδιά	Count	138	80	218
		% within οικογενειακή κατάσταση	63,3%	36,7%	100,0%
		% within έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο	55,0%	51,9%	53,8%
	διαζευγμένος	Count	8	1	9
		% within οικογενειακή κατάσταση	88,9%	11,1%	100,0%
		% within έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο	3,2%	0,6%	2,2%
Total	Count	251	154	405	
	% within οικογενειακή κατάσταση	62,0%	38,0%	100,0%	
	% within έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο	100,0%	100,0%	100,0%	

Πίνακας 6.42

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,399 ^a	3	,221
Likelihood Ratio	4,932	3	,177
Linear-by-Linear Association	2,242	1	,134
N of Valid Cases	405		

a. 1 cells (12,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,42.

Αναφορικά με τη σχέση μεταξύ των μεταβλητών ‘γεωγραφική θέση’ και ‘προηγούμενη επίσκεψη σε θεματικό πάρκο’ παρατηρείται ότι $\text{sig} = 0,141 > 0,05$ (Πίν.

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

6.44). Το αποτέλεσμα αυτό οδηγεί την ερευνήτρια στην αποδοχή της $H_{0.3}$ κατά την οποία δεν υπάρχει σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών και συνεπώς η γεωγραφική θέση δεν επηρεάζει την κατηγορική μεταβλητή 'προηγούμενη επίσκεψη σε θεματικό πάρκο'.

Πίνακες 6.43 & 6.44: Αποτελέσματα Chi-Square Tests
(‘προηγούμενη επίσκεψη σε θεματικό πάρκο vs ‘γεωγραφική θέση’)

Πίνακας 6.43

		Crosstab			
		έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο		Total	
		ΝΑΙ	ΟΧΙ		
γεωγραφική θέση	Θεσπρωτία	Count	30	18	48
		% within γεωγραφική θέση	62,5%	37,5%	100,0%
		% within έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο	12,0%	11,7%	11,9%
	Ιωάννινα	Count	53	28	81
		% within γεωγραφική θέση	65,4%	34,6%	100,0%
		% within έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο	21,1%	18,2%	20,0%
	Άρτα	Count	20	13	33
		% within γεωγραφική θέση	60,6%	39,4%	100,0%
		% within έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο	8,0%	8,4%	8,1%
	Πρέβεζα	Count	12	18	30
		% within γεωγραφική θέση	40,0%	60,0%	100,0%
		% within έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο	4,8%	11,7%	7,4%
	Αττική	Count	136	77	213
		% within γεωγραφική θέση	63,8%	36,2%	100,0%
		% within έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο	54,2%	50,0%	52,6%
Total	Count	251	154	405	
	% within γεωγραφική θέση	62,0%	38,0%	100,0%	
	% within έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο	100,0%	100,0%	100,0%	

Πίνακες 6.44

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,908 ^a	4	,141
Likelihood Ratio	6,679	4	,154
Linear-by-Linear Association	,016	1	,899
N of Valid Cases	405		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,41.

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

Στη συνέχεια το τεστ εφαρμόστηκε για τον έλεγχο της σχέσης της κατηγορικής μεταβλητής ‘προηγούμενη επίσκεψη σε θεματικό πάρκο’ με την κατηγορική μεταβλητή ‘κύριος λόγος ταξιδιού’.

H₀: Δεν υπάρχει σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών, ο κύριος λόγος ταξιδιού δεν επηρεάζει την κατηγορική μεταβλητή ‘προηγούμενη επίσκεψη σε θεματικό πάρκο’ (η μεταβλητή ‘έχω επισκεφτεί θεματικό πάρκο’ δεν εξαρτάται από τον κύριο λόγο ταξιδιού).

H₁: Υπάρχει σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών, ο κύριος λόγος ταξιδιού επηρεάζει την κατηγορική μεταβλητή ‘προηγούμενη επίσκεψη σε θεματικό πάρκο’ (η επίσκεψη σε θεματικό πάρκο εξαρτάται από τον κύριο λόγο ταξιδιού).

Πίνακες 6.45 & 6.46: Αποτελέσματα Chi-Square Tests
(‘προηγούμενη επίσκεψη σε θεματικό πάρκο vs ‘κύριος λόγος ταξιδιού’)

Πίνακας 6.45

		Crosstab			
		έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο		Total	
		NAI	OXI		
κύριος λόγος ταξιδιού	ξεκούραση	Count	94	85	179
		% within κύριος λόγος ταξιδιού	52,5%	47,5%	100,0%
		% within έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο	37,5%	55,2%	44,2%
	διασκέδαση/ ψυχαγωγία	Count	109	52	161
		% within κύριος λόγος ταξιδιού	67,7%	32,3%	100,0%
		% within έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο	43,4%	33,8%	39,8%
	επαγγελματικός	Count	10	6	16
		% within κύριος λόγος ταξιδιού	62,5%	37,5%	100,0%
		% within έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο	4,0%	3,9%	4,0%
	πολιτιστικός	Count	12	2	14
		% within κύριος λόγος ταξιδιού	85,7%	14,3%	100,0%
		% within έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο	4,8%	1,3%	3,5%
	αγάπη για τη φύση	Count	26	9	35
		% within κύριος λόγος ταξιδιού	74,3%	25,7%	100,0%
		% within έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο	10,4%	5,8%	8,6%
Total	Count	251	154	405	
	% within κύριος λόγος ταξιδιού	62,0%	38,0%	100,0%	
	% within έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο	100,0%	100,0%	100,0%	

Πίνακας 6.46

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,640 ^a	4	,006
Likelihood Ratio	15,170	4	,004
Linear-by-Linear Association	10,054	1	,002
N of Valid Cases	405		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,32.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του πίνακα $\text{sig} = 0,006 < 0,05$ (Πίν. 6.46) άρα η H_0 απορρίπτεται και γίνεται αποδεκτή η εναλλακτική υπόθεση ότι υπάρχει σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών. Συνεπώς ο κύριος λόγος για τον οποίο επιλέγουν οι συμμετέχοντες να ταξιδέψουν επηρεάζει την μεταβλητή ‘προηγούμενη επίσκεψη σε θεματικό πάρκο’.

Στην προκειμένη περίπτωση δεν είναι εκ των προτέρων γνωστό στην ερευνήτρια ποιες ομάδες υφίστανται στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ τους. Στις περιπτώσεις αυτές θα πρέπει να πραγματοποιηθεί σύγκριση των ομάδων της συγκεκριμένης μεταβλητής ανά ζεύγη. Η δυνατότητα αυτή παρέχεται από το πρόγραμμα SPSS μέσω της επιλογής Select cases.

Η τελευταία υπόθεση που εξετάστηκε με την εφαρμογή Chi-Square Test αφορά τη σχέση μεταξύ των μεταβλητών ‘με ποιον θα επισκεπτόσασταν ένα θεματικό πάρκο’ και ‘οικογενειακής κατάστασης’

H_0 : Δεν υπάρχει σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών, η επιλογή με ποιον θα επισκεπτόσασταν ένα θεματικό πάρκο δεν εξαρτάται από την οικογενειακή κατάσταση

H_1 : Υπάρχει σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών, η επιλογή με ποιον θα επισκεπτόσασταν ένα θεματικό πάρκο εξαρτάται από την οικογενειακή κατάσταση

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

Πίνακες 6.47 & 6.48: Αποτελέσματα Chi-Square Tests

(‘με ποιον θέλετε να επισκεφτείτε θεματικό πάρκο’ vs ‘οικογενειακή κατάσταση’)

Πίνακας 6.47

		Crosstab					Total	
		Με ποιον θα επιλέγατε να επισκεφτείτε ένα θεματικό πάρκο						
		μόνος/η	με τον/την σύντροφο μου	με φίλους	με την οικογένεια	με φίλους και οικογένεια		
οικογενειακή κατάσταση	άγαμος	Count	5	32	59	11	44	151
		% within οικογενειακή κατάσταση	3,3%	21,2%	39,1%	7,3%	29,1%	100,0%
		% within με ποιον θα επιλέγατε να επισκεφτείτε ένα θεματικό πάρκο	71,4%	59,3%	78,7%	8,0%	33,3%	37,3%
	έγγαμος	Count	0	9	5	5	8	27
		% within οικογενειακή κατάσταση	0,0%	33,3%	18,5%	18,5%	29,6%	100,0%
		% within με ποιον θα επιλέγατε να επισκεφτείτε ένα θεματικό πάρκο	0,0%	16,7%	6,7%	3,6%	6,1%	6,7%
	έγγαμος με παιδιά	Count	2	12	9	118	77	218
		% within οικογενειακή κατάσταση	0,9%	5,5%	4,1%	54,1%	35,3%	100,0%
		% within με ποιον θα επιλέγατε να επισκεφτείτε ένα θεματικό πάρκο	28,6%	22,2%	12,0%	86,1%	58,3%	53,8%
	διαζευγμένος	Count	0	1	2	3	3	9
		% within οικογενειακή κατάσταση	0,0%	11,1%	22,2%	33,3%	33,3%	100,0%
		% within με ποιον θα επιλέγατε να επισκεφτείτε ένα θεματικό πάρκο	0,0%	1,9%	2,7%	2,2%	2,3%	2,2%
	Total	Count	7	54	75	137	132	405
		% within οικογενειακή κατάσταση	1,7%	13,3%	18,5%	33,8%	32,6%	100,0%
		% within με ποιον θα επιλέγατε να επισκεφτείτε ένα θεματικό πάρκο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Πίνακας 6.48

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	148,686 ^a	12	<,001
Likelihood Ratio	162,521	12	<,001
Linear-by-Linear Association	46,435	1	<,001
N of Valid Cases	405		

a. 9 cells (45,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,16.

Στην προκειμένη υπόθεση που εξετάστηκε εμφανίζεται η υποσημείωση ότι δεν πληρούνται οι προδιαγραφές για την εφαρμογή του Chi-Square test (Πίν. 6.48) και κατά συνέπεια η ερευνήτρια εκτελεί τον μη παραμετρικό Monte – Carlo. Με τη χρήση του Monte – Carlo προκύπτει ένας νέος πίνακας, που εμπεριέχει το Fisher Exact test, του οποίου το αποτέλεσμα λαμβάνεται υπόψη.

Πίνακας 6.49: Αποτελέσματα Monte Carlo

Chi-Square Tests									
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)			Monte Carlo Sig. (1-sided)		
				Significance	95% Confidence Lower Bound	Interval Upper Bound	Significance	95% Confidence Lower Bound	Interval Upper Bound
Pearson Chi-Square	148,686 ^a	12	<,001	<,001 ^b	<,001	<,001			
Likelihood Ratio	162,521	12	<,001	<,001 ^b	<,001	<,001			
Fisher-Freeman- Halton Exact Test	160,022			<,001 ^b	<,001	<,001			
Linear-by-Linear Association	46,435 ^c	1	<,001	<,001 ^b	<,001	<,001	<,001 ^b	<,001	<,001
N of Valid Cases	405								

a. 9 cells (45,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is,16.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 624387341.

c. The standardized statistic is 6,814.

Με βάση το νέο πίνακα που προέκυψε $\text{sig} < 0,05$ άρα η μηδενική υπόθεση απορρίπτεται και κατά συνέπεια υπάρχει σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών.

6.4 Συσχέτιση (Correlation)

Στις περιπτώσεις που οι ερευνητές επιθυμούν να ελέγξουν κατά πόσο η μεταβολή στην τιμή μιας μεταβλητής θα προκαλέσει και μεταβολή στην τιμή μιας άλλης μεταβλητής, χρησιμοποιούνται οι συντελεστές συσχέτισης. Ο όρος συσχέτιση αναφέρεται δηλαδή στο βαθμό στον οποίο δύο μεταβλητές, ποσοτικές ή τακτικές, συμμεταβάλλονται. Δύο από τους συνηθέστερους συντελεστές συσχέτισης είναι οι Pearson και Spearman. Ο υπολογισμός των συντελεστών αυτών εκφράζει την ποσοτικοποίηση της επίδρασης που έχει μια μεταβλητή στην άλλη.

6.4.1 Εισαγωγή στον συντελεστή συσχέτισης Spearman

Στην παρούσα έρευνα υπολογίστηκε ο συντελεστή συσχέτισης Spearman (ρ). Πρόκειται για ένα μη παραμετρικό συντελεστή που εκφράζει την ύπαρξη ή μη συσχέτισης μεταξύ δύο μεταβλητών καθώς και την ένταση και την κατεύθυνση της σχέσης τους.

Ο συγκεκριμένος έλεγχος της στατιστικής εξάρτησης των δύο μεταβλητών μεταξύ τους δεν απαιτεί την κανονικότητα των παρατηρήσεων και υποθέτει μονότονη σχέση μεταξύ των μεταβλητών (π.χ. αν η μεταβλητή x αυξάνεται η μεταβλητή y ποτέ να μην μειώνεται ή ποτέ να μην αυξάνεται). Επιπλέον η χρήση του ενδείκνυται για τη συσχέτιση μεταβλητών που εκφράζονται σε τακτική κλίμακα, λόγω του ότι

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

υπολογίζεται με βάση τις τάξεις μεγέθους των δεδομένων. Ο υπολογισμός του δηλαδή δεν γίνεται σύμφωνα με τις αριθμητικές τιμές τους αλλά με τη χρήση των θέσεων αυτών όπως έχουν καταταχισθεί στο δείγμα.

Ο συντελεστής Spearman δίνει αποτελέσματα μεταξύ -1 και 1. Τιμές του συντελεστή κοντά στο 1 και το -1, υποδηλώνουν θετική ή αρνητική συσχέτιση αντίστοιχα, ενώ η τιμή μηδέν ή τιμές κοντά στο μηδέν υποδηλώνουν πλήρη έλλειψη ή έλλειψη συσχέτισης αντίστοιχα, μεταξύ των δύο μεταβλητών.

6.4.2 Εφαρμογή ρ του Spearman στα δεδομένα

Σε αυτή την ενότητα ελέγχεται η πιθανή ύπαρξη (ή μη) στατιστικά σημαντικής σχέσης στο επίπεδο συμφωνίας των συμμετεχόντων σε καθέναν από τους παράγοντες θελκτικό μοντέλο θεματικού πάρκου. Οι μεταβλητές ανήκουν στην κατηγορία των τακτικών μεταβλητών και η διάταξη τους βασίστηκε στην κλίμακα Likert.

Συγκεκριμένα υπολογίστηκε κάθε φορά ο συντελεστής ρ του Spearman και μελετήθηκε η σημαντικότητά του για τη σχέση μεταξύ των μεταβλητών, 'πρόκληση τουριστικού ενδιαφέροντος σύμφωνα με το θέμα', 'ικανοποίηση από την ποιότητα των προτεινόμενων υπηρεσιών – δραστηριοτήτων', 'απόκτηση εμπειρίας με γνώμονα τη διασκέδαση και τη μάθηση' και 'ελκυστικότητα του σκηνικού'.

$H_0: \rho = 0$, δηλαδή οι τυχαίες μεταβλητές X και Y είναι αμοιβαία ανεξάρτητες και δεν υπάρχει σχέση (συσχέτιση) μεταξύ τους.

$H_1: \rho \neq 0$, δηλαδή μεγάλες τιμές της μιας μεταβλητής αντιστοιχούν σε μεγάλες τιμές της άλλης και αντίστροφα, είτε μεγάλες τιμές της μιας μεταβλητής να αντιστοιχούν σε μικρές τιμές της άλλης και αντίστροφα.

Έπειτα από την εφαρμογή του συντελεστή Spearman προέκυψε ο πίνακας Συσχέτισης (Πίν. 6.50). Στην πρώτη γραμμή του πίνακα παρουσιάζεται ο δείκτης ρ του Spearman για όλους τους πιθανούς συνδυασμούς των μεταβλητών που συμμετείχαν στη συγκεκριμένη ανάλυση. Ο αστερίσκος που εμφανίζεται δίπλα στον δείκτη υποδηλώνει τις στατιστικώς σημαντικές συνάφειες. Η συνάφεια κάθε μεταβλητής με τον εαυτό της είναι 1.

Στη δεύτερη γραμμή εμφανίζεται το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας (p-value) και στην τρίτη ο αριθμός των συμμετεχόντων για τους οποίους υπήρχαν στοιχεία και στις δύο μεταβλητές.

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του πίνακα 6.50 η ερευνήτρια μπορεί να αξιολογήσει μέτρια θετική τη συσχέτιση μεταξύ ‘πρόκλησης τουριστικού ενδιαφέροντος σύμφωνα με το θέμα’ και:

- ‘ικανοποίησης από την ποιότητα των προτεινόμενων υπηρεσιών – δραστηριοτήτων’, $\rho = 0,569$
- ‘απόκτησης εμπειρίας με γνώμονα τη διασκέδαση και τη μάθηση’, $\rho = 0,514$
- ‘ελκυστικότητα του σκηνικού’, $\rho = 0,562$

Επιπλέον με βάση τη τιμή του p-value ($<0,05$) η συσχέτιση αυτή μπορεί να θεωρηθεί στατιστικά σημαντική.

Αντίστοιχα ως μέτρια θετική μπορεί να χαρακτηριστεί και η συσχέτιση μεταξύ ‘ικανοποίησης από την ποιότητα των προτεινόμενων υπηρεσιών – δραστηριοτήτων’ με τις μεταβλητές, ‘απόκτηση εμπειρίας με γνώμονα τη διασκέδαση και τη μάθηση’ και ‘ελκυστικότητα του σκηνικού’, όπου ρ ισούται με 0,502 και 0,577 αντίστοιχα. Η συσχέτιση και σε αυτή την περίπτωση μπορεί να χαρακτηριστεί στατιστικά σημαντική.

Τέλος όπως παρατηρείται από τα αποτελέσματα του πίνακα 6.50 και οι υπόλοιπες μεταβλητές παρουσιάζουν τιμές του ρ σχεδόν σε παρόμοια επίπεδα, ενώ το ίδιο ισχύει και για το p –value.

Συμπερασματικά η συσχέτιση των τεσσάρων μεταβλητών μεταξύ τους θεωρείται μέτρια θετική και στατιστικά σημαντική.

Πίνακας 6.50: Αποτελέσματα συντελεστή συσχέτισης Spearman

Correlations						
			το θέμα θα προκαλέσει τουριστικό ενδιαφέρον	ικανοποιημένος από υπηρεσίες - δραστηριότητες	εμπειρία διασκέδασης και μάθησης	ελκυστικό ή σκηνικό
Spearman's rho	το θέμα θα προκαλέσει τουριστικό ενδιαφέρον	Correlation Coefficient	1,000	,569**	,514**	,562**
		Sig. (2-tailed)	.	<,001	<,001	<,001
		N	405	405	405	405
	ικανοποιημένος/η από υπηρεσίες/ δραστηριότητες	Correlation Coefficient	,569**	1,000	,502**	,577**
		Sig. (2-tailed)	<,001	.	<,001	<,001
		N	405	405	405	405
	εμπειρία διασκέδασης και μάθησης	Correlation Coefficient	,514**	,502**	1,000	,602**
		Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	.	<,001
		N	405	405	405	405
	ελκυστικό σκηνικό	Correlation Coefficient	,562**	,577**	,602**	1,000
		Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	.
		N	405	405	405	405

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

6. 5 Αξιοπιστία εσωτερικής συνέπειας

Σε κάθε έρευνα που βασίζεται στη μέτρηση και στοχεύει στην εξαγωγή έγκυρων ερευνητικών αποτελεσμάτων, κρίνεται απαραίτητη η διενέργεια ελέγχου της αξιοπιστίας των ερευνητικών εργαλείων που χρησιμοποιούνται. Η αξιοπιστία αναφέρεται στη συνέπεια, στη συνοχή και στη σταθερότητα που παρουσιάζει ένα ερευνητικό εργαλείο (Ουζούνη και Νακάκης, 2011: 232) και η μέτρηση της μπορεί να πραγματοποιηθεί με διάφορες μεθόδους.

6.5.1 Συντελεστής α του Cronbach

Στην παρούσα έρευνα για τον έλεγχο της αξιοπιστίας χρησιμοποιήθηκε η αξιοπιστία εσωτερικής συνέπειας, η οποία εκτιμά τη συνέπεια – συνοχή στις απαντήσεις των ερωτηθέντων σε ένα ερωτηματολόγιο και δείχνει κατά πόσο οι συμμετέχοντες απαντούν στις ερωτήσεις που τους θέτονται με παρεμφερή τρόπο. Πόσο δηλαδή στενά συνδεδεμένο είναι ένα σύνολο στοιχείων και κατά πόσο αυτό μπορεί να θεωρηθεί ομάδα. Στις ερωτήσεις που χρησιμοποιούνται κλίμακες, όπως η κλίμακα Likert, και επιδέχονται βαθμολόγηση με περισσότερες από δύο βαθμίδες κρίνεται απαραίτητος ο υπολογισμός και η αναφορά στον συντελεστή α του Cronbach, όπου το α είναι ο δείκτης αξιοπιστίας (Cronbach, 1951: 299).

Οι τιμές του συντελεστή αυτού κυμαίνονται μεταξύ του 0 και του 1 (Πίν. 6.51). Κλίμακες ερωτηματολογίων με α του Cronbach μικρότερο του 0,5 θεωρούνται μη αποδεκτές, ενώ οποιαδήποτε τιμή μεγαλύτερη του 0,7 είναι αποδεκτή (θεωρείται ικανοποιητική) και εκφράζει τη συνοχή μεταξύ των στοιχείων που μετρήθηκαν (Ζουρμπάνος, Παπαϊωάννου και Μίνος, 2016: 325).

<0,5	Μη αποδεκτή
0,5–0,59	Φτωχή
0,6–0,69	Αμφισβητήσιμη
0,7–0,79	Αποδεκτή
0,8–0,89	Καλή
0,9≤	Άριστη

Πηγή: Ζουρμπάνος, Παπαϊωάννου και Μίνος, 2016: 325
Επεξεργασία: Προσωπική

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

6.5.2 Εφαρμογή του συντελεστή α Cronbach στα δεδομένα

Ο συντελεστής α του Cronbach, υπολογίστηκε για τις υποκατηγορίες θετική επιρροή του θεματικού πάρκου στην τουριστική ανάπτυξη της περιοχής (ερωτ. 1, 5-8 και 10 του β' μέρους) και θελκτικό μοντέλο θεματικού πάρκου. Συγκεκριμένα χρησιμοποιήθηκε για την εκτίμηση της αξιοπιστίας της εσωτερικής συνέπειας μετρήσεων του ερωτηματολογίου και αναφέρεται στον βαθμό στον οποίο οι ερωτήσεις 2, 5-8 και 10 του Β' μέρους που σχετίζονται με τη θετική επιρροή του προτεινόμενου μοντέλου θεματικού πάρκου στην τουριστική και τοπική ανάπτυξη της περιοχής, παρουσιάζουν υψηλή συνοχή ή συσχέτιση, τόσο μεταξύ τους όσο και με το χαρακτηριστικό αυτό. Αντίστοιχη εκτίμηση διεξάγεται στις ερωτήσεις 1-4 του Γ' μέρους που αφορούν την ικανοποίηση των ερωτηθέντων από την παρουσίαση του προτεινόμενου μοντέλου θεματικού πάρκου (θέμα, δραστηριότητες – υπηρεσίες, εμπειρία – διασκέδαση, σκηνικό – διαμόρφωση χώρου).

Στον πίνακα 6.52 εμφανίζεται η τιμή του δείκτη α του Cronbach για τις προτάσεις της υποκατηγορίας θετική επιρροή στην τουριστική και τοπική ανάπτυξη της περιοχής. Η τιμή 0,834 δείχνει καλή αξιοπιστία, με την έννοια της εσωτερικής συνέπειας, της υποκατηγορίας.

Αντίστοιχα στον πίνακα 6.53 εμφανίζεται η τιμή του δείκτη α του Cronbach για τις προτάσεις της υποκατηγορίας θελκτικό προτεινόμενο μοντέλο θεματικού πάρκου. Η τιμή ισούται με 0,841 και η αξιοπιστία εσωτερικής συνέπειας μπορεί να χαρακτηριστεί καλή.

Πίνακες 6.52 & 6.53: Στατιστική Αξιοπιστία

Πίνακας 6.52

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,831	,834	6

Πίνακας 6.53

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,839	,841	4

Στους πίνακες 6.54 και 6.55 η τελευταία στήλη αποτυπώνει το δείκτη α του Cronbach για την περίπτωση που θα διαγραφεί η αντίστοιχη μεταβλητή. Αν από την αφαίρεση μιας ερώτησης προκύψει μεγάλη αύξηση του δείκτη, τότε ενδείκνυται η ερώτηση αυτή να διαγραφεί. Στην προκειμένη περίπτωση παρατηρείται πως η

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

αφαίρεση κάποιας μεταβλητής δεν θα επιφέρει βελτίωση του συντελεστή, άρα ο συντελεστής που προκύπτει είναι ο μέγιστος δυνατός.

Πίνακες 6.54 & 6.55: Συνολικά Στατιστικά Στοιχεία

Πίνακας 6.54

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
βαθμός συμβολής	19,7975	11,399	,584	,362	,807
άμβλυνση εποχικότητας επιμήκυνση τουριστικής περιόδου	19,9259	11,163	,609	,417	,802
λύση στο πρόβλημα της ανεργίας	20,0444	10,488	,625	,413	,800
αύξηση αριθμού επισκεπτών περιοχής	19,6889	11,373	,670	,472	,792
πόλος έλξης εσωτερικού και εξωτερικού τουρισμού	19,7259	11,605	,600	,412	,805
καλή επιλογή για ένα ταξίδι	20,1877	11,064	,550	,311	,816

Πίνακας 6.55

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
το θέμα ελληνική μυθολογία θα προκαλέσει τουριστικό ενδιαφέρον	12,7778	3,663	,657	,434	,806
ικανοποιημένος από υπηρεσίες -δραστηριότητες	12,8840	3,796	,679	,467	,794
μια εμπειρία διασκέδασης και μάθησης	12,7358	4,051	,649	,435	,807
ελκυστικό σκηνικό	12,7284	3,758	,710	,512	,780

6.6 Ανάλυση Συστάδων

6.6.1 Εισαγωγή στην Ανάλυση Συστάδων

Η Ανάλυση Συστάδων (Cluster Analysis) αποτελεί μια σημαντική μέθοδο ανάλυσης δεδομένων. Η μέθοδος αυτή εξετάζει πόσο ομοιογενές είναι ένα σύνολο δεδομένων – παρατηρήσεων (περιπτώσεις) ως προς ένα σύνολο μεταβλητών και έχει σαν στόχο το διαχωρισμό των δεδομένων αυτών σε ομάδες που μοιάζουν μεταξύ τους, τις συστάδες. Η ομαδοποίηση των παρατηρήσεων γίνεται με τέτοιο τρόπο ώστε τα μέλη της ίδιας ομάδας να παρουσιάζουν ομοιότητες στα χαρακτηριστικά τους και να διαφέρουν ως προς αυτά με τις υπόλοιπες συστάδες.

Οι μεταβλητές που ενδιαφέρουν τον εκάστοτε ερευνητή, δηλαδή τα χαρακτηριστικά βάση των οποίων εξετάζεται το δείγμα, διαδραματίζουν βασικό ρόλο στην ανάλυση συστάδων. Ο βαθμός ομοιότητας καθορίζεται κυρίως από το μέτρο της απόστασης, πρόκειται για μια αριθμητική περιγραφή που μετρά πόσο απέχει μία παρατήρηση από μια άλλη. Η ομοιότητα και η απόσταση είναι δύο έννοιες αντίθετες, καθώς δεδομένα που παρουσιάζουν μεγάλη ομοιότητα παρουσιάζουν αντίστοιχα και μικρή απόσταση.

Η ανάλυση των συστάδων κατά κύριο λόγο πραγματοποιείται με δύο μεθόδους, την Ιεραρχική ανάλυση, όπου ο αριθμός των ομάδων δεν είναι γνωστός εκ των προτέρων, και τη μη Ιεραρχική ή διαχωριστική ανάλυση, όπου ο αριθμός των ομάδων είναι γνωστός. Οι ιεραρχικές μέθοδοι δημιουργούν μια (ιεραρχική) σειρά συνεχών επιπέδων ομαδοποίησης. Αρχικά η κάθε παρατήρηση αποτελεί από μόνη της μια ομάδα, οι παρατηρήσεις που παρουσιάζουν τη μικρότερη μεταξύ τους απόσταση ενώνονται και στη συνέχεια η ήδη υπάρχουσα ομάδα ενώνεται με άλλες παρατηρήσεις μέχρι να σχηματιστεί μία ομάδα. Με τη μέθοδο αυτή πραγματοποιούνται διαδοχικές ενώσεις παρατηρήσεων μέχρι να επιτευχθεί ο επιθυμητός αριθμός ομάδων. Στη μέθοδο αυτή μία παρατήρηση δεν μπορεί να μετακινηθεί από μία ομάδα μόλις συμπεριληφθεί σε αυτή.

Οι μη ιεραρχικές μέθοδοι δημιουργούν ένα σύνολο από k ομάδες και οι παρατηρήσεις διανέμονται σύμφωνα με το ποια ομάδα είναι πιο κοντά στην κάθε παρατήρηση. Μέχρι να συμπεριληφθεί μια παρατήρηση στην κατάλληλη ομάδα μετακινείται μεταξύ των ομάδων ωσότου δεν πραγματοποιηθεί κάποια αλλαγή.

Ο αλγόριθμος k -means αποτελεί τον πιο συχνά χρησιμοποιούμενο αλγόριθμο ομαδοποίησης και την πιο γνωστή μη ιεραρχική μέθοδο ανάλυσης συστάδων. Ο αλγόριθμος βασίζεται στο κριτήριο του διαχωρισμού των ομάδων με τρόπο που να αυξάνεται η ομοιογένεια μέσα στην κάθε ομάδα. Το σύνολο των δεδομένων

Κεφάλαιο 6°: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

διαμοιράζεται στον κατάλληλο κάθε φορά αριθμό ομάδων, ο οποίος ορίζεται ανάλογα, ώστε η συνολική διακύμανση εντός της συστάδας (ή το σφάλμα) να είναι ελάχιστη.

Στις περιπτώσεις κατά τις οποίες τα δεδομένα προς ανάλυση αποτελούνται από τακτικές μεταβλητές, οι μεταβλητές αυτές λαμβάνονται υπόψη ως συνεχείς. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι η χρήση της ίδιας κλίμακας για όλες τις μεταβλητές (Γάκη, χ.χ.δ: 30). Σε αντίθετη περίπτωση οι αριθμητικές τιμές θα έπρεπε να κανονικοποιηθούν στο διάστημα μεταξύ [0,...,1] (Πίν. 6.56).

Πίνακας 6.56: Κανονικοποίηση Τιμών		
Διατακτικές τιμές	Αριθμητικές τιμές	Κανονικοποιημένες τιμές
Διαφωνώ απόλυτα	1	$\frac{1-1}{5-1} = 0$
Διαφωνώ	2	$\frac{2-1}{5-1} = 0,25$
Δηλώνω ουδέτερος/η	3	$\frac{3-1}{5-1} = 0,5$
Συμφωνώ	4	$\frac{4-1}{5-1} = 0,75$
Συμφωνώ απόλυτα	5	$\frac{5-1}{5-1} = 1$

6.6.2 Εφαρμογή της Ανάλυσης Συστάδων στα δεδομένα

Στην παρούσα έρευνα η ομαδοποίηση των παρατηρήσεων πραγματοποιήθηκε με την ιεραρχική ομαδοποίηση και την μη ιεραρχική και συγκεκριμένα τον αλγόριθμο k-means. Η ιεραρχική ομαδοποίηση χρησιμοποιήθηκε για τον εντοπισμό (καθορισμό) του κατάλληλου αριθμού ομάδων και στη συνέχεια εφόσον ο αριθμός k έγινε γνωστός επιλέχθηκε και η μέθοδος k-Means. Η ομαδοποίηση αφορά τις τακτικές μεταβλητές που σχετίζονται με τη θετική επιρροή στην τοπική και τουριστική ανάπτυξη της περιοχής υποδοχής και με την παρουσίαση του προτεινόμενου μοντέλου θεματικού πάρκου. Όπως αναφέρθηκε η χρήση του αλγόριθμου k-means σε διατάξιμες μεταβλητές προϋποθέτει την αποδοχή αυτών ως συνεχών μεταβλητών. Οι μεταβλητές ακολουθούν την ίδια κλίμακα, κατά συνέπεια δεν απαιτήθηκε η κανονικοποίηση τους.

Σε πρώτο στάδιο εφαρμόστηκε η ιεραρχική ομαδοποίηση. Μέσω του προγράμματος SPSS επιλέχθηκε η μέθοδος Ward's και η μέθοδος πλησιέστερου γείτονα (Nearest neighbor), ενώ και στις δύο αυτές μεθόδους χρησιμοποιήθηκε η ευκλείδεια απόσταση.

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

Τα αποτελέσματα που προέκυψαν από τη διεξαγωγή της συγκεκριμένης ανάλυσης ομαδοποίησαν τα δεδομένα σε δύο συστάδες.

Στη συνέχεια, εφόσον ο αριθμός των ομάδων έγινε γνωστός εφαρμόστηκε η μέθοδος k-means. Μέσω της μεθόδου αυτής προέκυψαν πινάκες οι οποίοι παρείχαν πληροφορίες για τις ομάδες που δημιουργήθηκαν.

Πίνακας 6.57: Αρχικά Κέντρα Συστάδων

Initial Cluster Centers	Cluster	
	1	2
βαθμός συμβολής	5,00	2,00
άμβλυνση εποχικότητας επιμήκυνση τουριστικής περιόδου	5,00	1,00
λύση στο πρόβλημα της ανεργίας	5,00	2,00
αύξηση αριθμού επισκεπτών περιοχής	5,00	1,00
πόλος έλξης εσωτερικού και εξωτερικού τουρισμού	5,00	1,00
καλή επιλογή για ένα ταξίδι	5,00	2,00
το θέμα ελληνική μυθολογία θα προκαλέσει τουριστικό ενδιαφέρον	5,00	2,00
ικανοποιημένος από υπηρεσίες -δραστηριότητες	5,00	2,00
μια εμπειρία διασκέδασης και μάθησης	5,00	2,00
ελκυστικό σκηνικό	5,00	3,00

Πίνακας 6.58: Επαναλήψεις του αλγόριθμου

Iteration History ^a		
Iteration	Change in Cluster Centers	
	1	2
1	2,572	4,063
2	,231	,820
3	,316	,631
4	,184	,274
5	,128	,172
6	,044	,061
7	,079	,103
8	,062	,073
9	,021	,025
10	,000	,000

- a. Convergence achieved due to no or small change in cluster centers. The maximum absolute coordinate change for any center is ,000. The current iteration is 10. The minimum distance between initial centers is 10,296.

Στον πίνακα 6.57 εμφανίζονται τα αρχικά κέντρα των μεταβλητών των δύο κλάσεων που δημιουργήθηκαν. Καθεμία από τις παρατηρήσεις τοποθετείται στη συστάδα από της οποίας το κέντρο απέχει λιγότερο. Οι τιμές στον πίνακα αποτελούν τους μέσους κάθε μεταβλητής μέσα σε κάθε αρχικό κέντρο.

Στον πίνακα 6.58 αποτυπώνεται ο αριθμός των επαναλήψεων που εκτέλεσε ο αλγόριθμος μέχρι να δημιουργηθούν τα τελικά κέντρα. Στην προκειμένη περίπτωση προκύπτει ότι ο αλγόριθμος εκτέλεσε δέκα επαναλήψεις μέχρι να δημιουργηθούν τα

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

τελικά κέντρα. Ταυτόχρονα ο πίνακας παρέχει στην ερευνήτρια πληροφορίες για το πώς μετακινείται ο αλγόριθμος σε κάθε επανάληψη. Όταν η απόσταση αυτή μηδενιστεί ο αλγόριθμος σταματάει. Οι τιμές που εμφανίζονται αποτελούν την απόσταση μεταξύ του κέντρου της κάθε ομάδας στην τρέχουσα επανάληψη με το κέντρο της αντίστοιχης ομάδας κατά την προηγούμενη επανάληψη. Όταν οι τιμές αυτές μηδενιστούν υποδηλώνουν τον μηδενισμό της απόστασης ανάμεσα στις δύο ομάδες και ο αλγόριθμος σταματά.

Μέσω του πίνακα 6.59 γίνεται αντιληπτή η τοποθέτηση της εκάστοτε παρατήρησης στην ομάδα στην οποία ανήκει ο καθένας από τους συμμετέχοντες (στήλη Cluster). Στον ίδιο πίνακα η στήλη Distance αποτυπώνει την απόσταση της κάθε παρατήρησης από τα αρχικά κέντρα.

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

Πίνακας 6.59: Συμμετοχή σε Συστάδες			Cluster Membership								
Case			39	2	1,293	79	1	1,862	119	2	1,574
Number	Cluster	Distance	40	2	2,061	80	1	2,153	120	1	1,685
1	2	2,265	41	1	1,574	81	1	1,575	121	1	1,568
2	2	2,395	42	1	1,673	82	1	1,556	122	2	1,911
3	1	1,620	43	1	2,176	83	1	1,854	123	1	1,765
4	2	1,790	44	1	2,204	84	1	2,177	124	1	1,846
5	2	2,684	45	1	1,973	85	1	1,402	125	2	1,563
6	1	2,910	46	1	2,280	86	1	1,943	126	2	3,721
7	2	2,708	47	2	1,628	87	1	1,394	127	2	2,420
8	1	1,574	48	2	2,429	88	1	2,177	128	1	1,881
9	2	2,265	49	1	2,204	89	1	1,807	129	1	2,146
10	2	2,172	50	1	2,218	90	1	1,546	130	1	1,620
11	2	1,507	51	2	1,989	91	1	1,647	131	1	1,394
12	2	2,274	52	1	1,574	92	2	2,413	132	1	1,183
13	2	1,873	53	2	2,090	93	1	1,574	133	1	1,574
14	2	5,911	54	1	1,711	94	1	2,013	134	1	2,601
15	1	1,496	55	2	2,900	95	1	2,056	135	2	5,225
16	2	1,489	56	1	2,263	96	1	2,017	136	1	1,556
17	1	2,968	57	2	2,090	97	1	2,278	137	1	2,085
18	1	1,454	58	2	1,525	98	2	3,119	138	2	4,173
19	1	1,605	59	1	2,252	99	1	2,129	139	1	2,245
20	2	2,319	60	2	2,043	100	1	1,270	140	2	1,146
21	1	1,975	61	2	2,511	101	1	1,799	141	1	1,895
22	1	1,975	62	2	2,562	102	1	1,574	142	1	1,718
23	1	1,795	63	1	2,258	103	1	1,548	143	2	3,555
24	2	1,775	64	1	1,346	104	1	1,852	144	1	1,561
25	1	1,620	65	2	1,710	105	1	1,804	145	1	2,118
26	2	4,278	66	2	3,370	106	1	1,992	146	2	3,034
27	1	1,496	67	1	1,862	107	1	1,245	147	2	2,134
28	2	1,347	68	1	1,456	108	1	1,922	148	1	2,071
29	1	3,068	69	1	1,575	109	1	1,575	149	1	1,622
30	1	2,693	70	1	1,443	110	1	2,248	150	2	2,734
31	1	3,503	71	1	1,322	111	2	2,982	151	2	2,340
32	1	2,141	72	1	1,808	112	2	3,546	152	2	3,741
33	2	2,712	73	1	1,270	113	2	2,032	153	1	1,339
34	2	2,005	74	1	1,384	114	1	1,710	154	1	1,812
35	2	5,849	75	2	1,916	115	1	3,526	155	2	4,245
36	2	2,994	76	1	1,637	116	2	3,511	156	2	3,055
37	2	1,763	77	1	1,341	117	2	2,386	157	2	2,260
38	1	2,057	78	1	1,764	118	2	2,409	158	1	2,347

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

159	2	1,440	199	1	2,482	239	2	2,040	279	1	1,620
160	1	1,574	200	2	1,793	240	2	3,470	280	2	1,735
161	2	2,436	201	2	2,303	241	2	1,945	281	2	2,000
162	1	1,574	202	1	1,509	242	2	2,043	282	2	2,233
163	2	2,980	203	2	1,146	243	2	1,677	283	1	1,840
164	1	2,086	204	2	2,061	244	2	1,268	284	2	4,052
165	1	1,243	205	2	1,641	245	2	1,703	285	1	2,538
166	2	3,259	206	2	1,406	246	1	1,974	286	1	1,721
167	2	1,521	207	1	2,109	247	2	,988	287	2	2,532
168	1	1,865	208	1	2,170	248	1	1,967	288	1	2,394
169	1	2,564	209	2	1,584	249	1	1,327	289	1	2,677
170	2	1,922	210	2	2,838	250	1	1,312	290	1	2,354
171	2	2,056	211	1	3,011	251	1	1,934	291	2	1,710
172	1	2,596	212	1	1,574	252	1	1,609	292	1	1,574
173	1	1,574	213	2	1,655	253	2	2,061	293	1	1,574
174	2	2,939	214	2	1,347	254	2	,920	294	2	1,832
175	2	1,725	215	1	1,503	255	2	1,268	295	1	2,022
176	1	1,270	216	2	2,312	256	2	2,872	296	1	2,333
177	2	1,433	217	1	1,315	257	2	2,402	297	1	2,366
178	1	2,814	218	1	1,761	258	2	2,164	298	1	1,946
179	2	2,319	219	2	2,350	259	2	1,811	299	2	2,534
180	2	2,656	220	2	1,859	260	1	1,259	300	1	2,337
181	1	2,152	221	2	2,495	261	1	1,369	301	2	2,728
182	2	1,826	222	2	2,958	262	1	2,448	302	1	1,822
183	2	2,100	223	2	3,034	263	1	2,215	303	1	1,326
184	2	2,010	224	2	2,354	264	1	1,721	304	2	1,891
185	1	1,514	225	2	2,189	265	1	1,615	305	1	2,844
186	1	1,893	226	1	1,978	266	2	1,823	306	1	1,415
187	1	2,183	227	2	1,956	267	1	1,341	307	1	3,673
188	2	1,322	228	1	2,051	268	1	1,257	308	2	2,324
189	2	2,714	229	1	1,467	269	2	2,182	309	1	1,494
190	2	2,539	230	2	3,119	270	2	2,524	310	2	2,032
191	2	2,627	231	1	1,647	271	2	2,532	311	2	2,272
192	1	1,315	232	2	3,432	272	1	1,683	312	2	2,556
193	2	2,064	233	2	4,793	273	2	2,124	313	1	1,248
194	1	1,571	234	2	3,255	274	1	1,863	314	1	3,283
195	2	2,192	235	2	4,546	275	1	2,234	315	1	1,551
196	2	2,641	236	2	1,638	276	1	2,189	316	2	1,902
197	2	1,856	237	2	1,160	277	1	1,394	317	2	1,919
198	2	2,037	238	1	3,211	278	2	3,269	318	2	2,534

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

319	1	1,574	341	1	1,403	363	2	1,902	385	2	2,124
320	1	1,753	342	1	1,752	364	1	1,683	386	1	1,863
321	1	2,346	343	1	1,807	365	2	1,215	387	1	2,234
322	1	1,847	344	1	1,805	366	1	1,721	388	1	2,189
323	1	1,574	345	1	1,435	367	1	1,369	389	1	1,394
324	1	2,535	346	1	1,620	368	2	1,347	390	2	3,269
325	1	2,535	347	2	2,473	369	2	2,312	391	1	1,620
326	2	1,481	348	2	2,398	370	1	1,315	392	2	1,735
327	1	2,006	349	2	3,103	371	2	2,324	393	2	2,000
328	1	2,409	350	1	1,556	372	1	1,494	394	1	2,538
329	2	1,763	351	2	2,621	373	2	2,032	395	1	1,721
330	2	2,395	352	1	1,629	374	2	2,272	396	1	1,574
331	1	2,004	353	1	2,188	375	2	2,556	397	1	1,574
332	2	3,235	354	2	1,838	376	1	1,248	398	2	1,832
333	1	1,710	355	2	1,981	377	2	2,103	399	2	2,395
334	2	1,706	356	2	3,346	378	1	1,620	400	1	2,004
335	2	2,612	357	2	3,436	379	1	1,929	401	2	2,103
336	1	1,625	358	2	2,447	380	1	1,929	402	1	1,620
337	1	2,265	359	1	1,685	381	1	1,327	403	1	1,929
338	1	1,575	360	1	1,468	382	2	1,563	404	1	1,929
339	1	1,454	361	2	3,235	383	2	1,655	405	1	1,327
340	1	1,181	362	1	1,551	384	2	2,350			

Ακολουθεί ο πίνακας 6.60, στον οποίο αποτυπώνονται τα τελικά κέντρα κάθε συστάδας που προέκυψαν με την ολοκλήρωση του αλγόριθμου.

Πίνακας 6.60: Τελικά Κέντρα Συστάδων

Final Cluster Centers		
	Cluster	
	1	2
βαθμός συμβολής	4,50	3,57
επιμήκυνση τουριστικής περιόδου	4,41	3,40
λύση στο πρόβλημα της ανεργίας	4,39	3,15
αύξηση αριθμού επισκεπτών περιοχής	4,60	3,68
πόλος έλξης εσωτερικού και εξωτερικού τουρισμού	4,58	3,63
καλή επιλογή για ένα ταξίδι	4,16	3,12
το θέμα θα προκαλέσει τουριστικό ενδιαφέρον	4,68	3,77
ικανοποιημένος από υπηρεσίες -δραστηριότητες	4,57	3,66
μια εμπειρία διασκέδασης και μάθησης	4,66	3,88
ελκυστικό σκηνικό	4,74	3,80

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

Πίνακας 6.61: Αποστάσεις μεταξύ Τελικών Κέντρων

Distances between Final Cluster Centers		
Cluster	1	2
1		3,071
2	3,071	

Ο πίνακας 6.61 υποδηλώνει την ευκλείδεια απόσταση ανάμεσα στα τελικά κέντρα των δύο ομάδων.

Πίνακας 6.62: Ανάλυση Διακύμανσης

ANOVA						
	Cluster		Error		F	Sig.
	Mean Square	df	Mean Square	df		
βαθμός συμβολής	88,161	1	,537	403	164,131	<,001
άμβλυνση εποχικότητας επιμήκυνση τουριστικής περιόδου	102,525	1	,539	403	190,064	<,001
λύση στο πρόβλημα της ανεργίας	154,754	1	,631	403	245,062	<,001
αύξηση αριθμού επισκεπτών περιοχής	84,434	1	,419	403	201,730	<,001
πόλος έλξης εσωτερικού και εξωτερικού τουρισμού	90,377	1	,434	403	208,443	<,001
καλή επιλογή για ένα ταξίδι	108,349	1	,682	403	158,880	<,001
το θέμα ελληνική μυθολογία θα προκαλέσει τουριστικό ενδιαφέρον	83,590	1	,484	403	172,627	<,001
ικανοποιημένος από υπηρεσίες - δραστηριότητες	84,439	1	,391	403	216,129	<,001
μια εμπειρία διασκέδασης και μάθησης	61,117	1	,365	403	167,648	<,001
ελκυστικό σκηνικό	89,317	1	,362	403	246,778	<,001

The F tests should be used only for descriptive purposes because the clusters have been chosen to maximize the differences among cases in different clusters. The observed significance levels are not corrected for this and thus cannot be interpreted as tests of the hypothesis that the cluster means are equal.

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

Με βάση τον πίνακα ανάλυσης διακύμανσης (Πίν. 6.62) προκύπτουν πληροφορίες για τις μέσες τιμές των δύο ομάδων. Οι τιμές που εμφανίζονται στη στήλη F αποτελούν ένδειξη της σημαντικότητας των μεταβλητών.

Πίνακας 6.63: Παρατηρήσεις ανά Συστάδα		
Number of Cases in each Cluster		
Cluster	1	221,000
	2	184,000
Valid		405,000
Missing		,000

Στον πίνακα 6.63 αποτυπώνεται ο συνολικός αριθμός των παρατηρήσεων που ανήκουν στην κάθε συστάδα, με την πρώτη συστάδα να περιλαμβάνει τον μεγαλύτερο αριθμό, με 221 παρατηρήσεις.

The screenshot shows the IBM SPSS Statistics Data Editor interface. The main window displays a data view with 13 rows and 11 columns. The columns are labeled E_25, E_26, E_26A, E_27α, E_27β, E_27γ, E_27δ, E_27, E_28, E_29, and QCL_2. The values in the QCL_2 column are 2, 2, 1, 2, 2, 1, 2, 1, 2, 2, 2, 2, 2. A red circle highlights the QCL_2 column header and its values. The status bar at the bottom indicates 'IBM SPSS Statistics Processor is ready' and 'Unicode: ON Classic'.

Εικόνα 6.1: Στιγμιότυπο οθόνης ερωτηματολογίου μετά την ανάλυση Cluster

Μέσω του προγράμματος SPSS παρατηρείται ότι στο ερωτηματολόγιο έχει δημιουργηθεί μια επιπλέον μεταβλητή στην οποία αποτυπώνεται ο αριθμός της εκάστοτε ομάδας (Εικ. 6.1). Η μεταβλητή αυτή στην προκειμένη περίπτωση λαμβάνει τις τιμές 1 και 2, ανάλογα με την ομάδα στην οποία έχει καταταχθεί η κάθε

Κεφάλαιο 6^ο: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

παρατήρηση. Στη συνέχεια γίνεται έλεγχος των αρχικών μεταβλητών με τη νέα αυτή μεταβλητή. Κατά τη σύγκριση των μέσων παρέχονται πληροφορίες για τις δύο ομάδες που έχουν δημιουργηθεί (Πίν. 6.64).

Πίνακας 6.64: Σύγκριση μέσων όρων και τυπικών αποκλίσεων

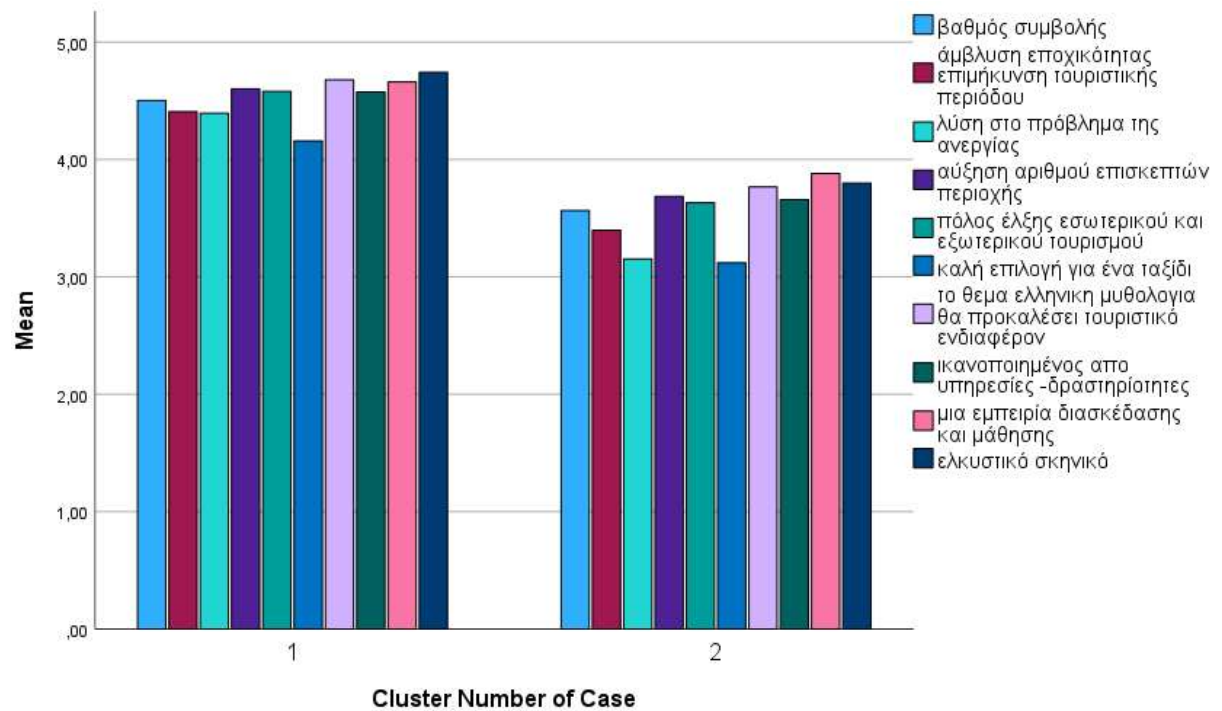
		Report									
Cluster Number	of Case	βαθμός συμβολής	επιμήκυνση τουριστικής περιόδου	λύση στο πρόβλημα της ανεργίας	αύξηση αριθμού επισκεπτών περιοχής	πόλος έλξης εσωτερικού - εξωτερικού τουρισμού	καλή επιλογή για ένα ταξίδι	το θέμα θα προκαλέσει τουριστικό ενδιαφέρον	ικανοποιημένος από υπηρεσίες - δραστηριότητες	μια εμπειρία διασκέδασης και μάθησης	ελαστικό σκινηκό
1	Mean	4,5023	4,4072	4,3937	4,6018	4,5792	4,1584	4,6787	4,5747	4,6606	4,7421
	N	221	221	221	221	221	221	221	221	221	221
	Std. Deviation	,60771	,70501	,73470	,52639	,57944	,77886	,53168	,53944	,52892	,45875
2	Mean	3,5652	3,3967	3,1522	3,6848	3,6304	3,1196	3,7663	3,6576	3,8804	3,7989
	N	184	184	184	184	184	184	184	184	184	184
	Std. Deviation	,85959	,76836	,86125	,76722	,74243	,87893	,85235	,71452	,68301	,73759
Total	Mean	4,0765	3,9481	3,8296	4,1852	4,1481	3,6864	4,2642	4,1580	4,3062	4,3136
	N	405	405	405	405	405	405	405	405	405	405
	Std. Deviation	,86835	,88986	1,00647	,79153	,81007	,97389	,83062	,77378	,71759	,76297

Με την ολοκλήρωση της ανάλυσης συστάδων προκύπτει ο διαχωρισμός του δείγματος σε δύο ομάδες. Η πρώτη ομάδα εμπεριέχει αυτούς που θεωρούν πως η δημιουργία ενός θεματικού πάρκου θα συντελέσει σημαντικά στην τοπική ανάπτυξη. Επιπλέον οι συμπεριλαμβανόμενοι στην ομάδα αυτή, υποστηρίζουν πως το προτεινόμενο μοντέλο είναι θελκτικό και θα προκαλέσει τουριστικό ενδιαφέρον, ενώ επισημαίνουν πως αποτελεί για τους ίδιους μια καλή επιλογή για να πραγματοποιήσουν ένα ταξίδι. Σε γενικές γραμμές διαμορφώνεται μία ομάδα με θετική αντίληψη γύρω από τα θεματικά πάρκα και τη συμβολή τους.

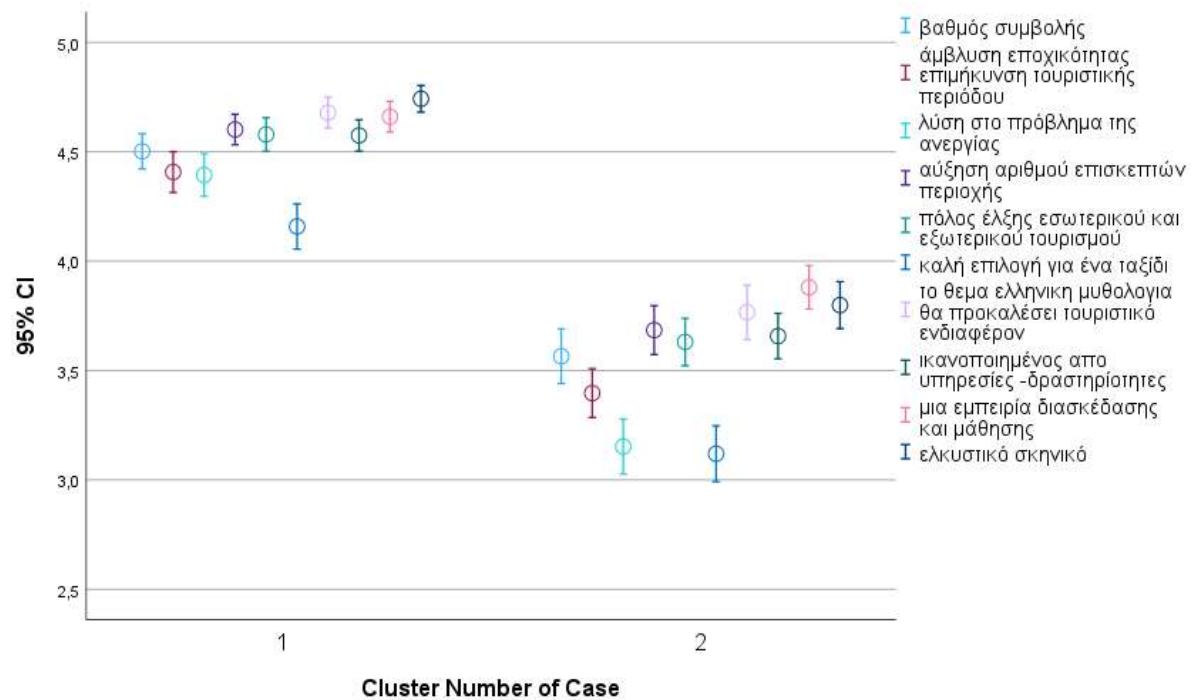
Στον αντίποδα σχηματίζεται μία δεύτερη ομάδα, λίγο μικρότερης όπως αναφέρθηκε κλίμακας, η οποία χαρακτηρίζεται κυρίως από την ουδέτερη στάση των ατόμων που εμπεριέχονται σε αυτήν. Πρόκειται για συμμετέχοντες οι οποίοι δεν τάσσονται υπέρ ή κατά της άποψης ότι το θεματικό πάρκο αποτελεί έναν καλό προορισμό ταξιδιού, ενώ ταυτόχρονα εμφανίζουν ουδέτερη στάση σε σχέση με το προτεινόμενο μοντέλο. Τέλος δηλώνουν στην πλειοψηφία τους συγκρατημένοι ως προς την συμβολή του θεματικού πάρκου στην τοπική κοινωνία.

Κεφάλαιο 6°: Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

Γράφημα 6.12 : Επίπεδα συμφωνίας συμμετεχόντων ανά ομάδα



Γράφημα 6.13: Γραμμή σφαλμάτων συστάδων



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σκοπός της παρούσας εργασίας, όπως έχει ήδη αναφερθεί, είναι η ανάλυση της παγκόσμιας βιομηχανίας θεματικών πάρκων και του πως αυτά έχουν συντελέσει στην τουριστική ανάπτυξη ενός προορισμού. Επιπλέον αξιολογείται η δημιουργία και λειτουργία ενός πρότυπου θεματικού πάρκου στο νομό Θεσπρωτίας.

Στο κεφάλαιο αυτό αποτυπώνονται τα συμπεράσματα που προέκυψαν με την ολοκλήρωση της δευτερογενούς και πρωτογενούς έρευνας.

7.1 Συμπεράσματα δευτερογενούς έρευνας

Στο πρώτο στάδιο της έρευνας διαπιστώθηκε ότι τα θεματικά πάρκα αποτελούν πόλο έλξης για μεγάλο μέρος του πληθυσμού καθιστώντας τα τουριστικό προορισμό και συμβάλλοντας στην τοπική ανάπτυξη. Η κυριαρχία τους σε παγκόσμιο επίπεδο είναι δεδομένη και αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι του οικονομικού και κοινωνικού περιβάλλοντος μιας περιοχής.

Στον αντίποδα στην Ελλάδα η προσφορά στον τομέα των θεματικών πάρκων είναι ελλιπής, συγκριτικά τόσο με άλλες χώρες της Ευρώπης, όσο και με χώρες στην Αμερική και την Ασία. Το προϊόν περιορίζεται σε περιφερειακού τύπου θεματικά πάρκα, που δε δύναται να αποτελέσουν εστία τουριστικού ενδιαφέροντος, προσελκύοντας κατά κύριο λόγο επισκέπτες από τις γύρω περιοχές καθώς και σε εποχικά θεματικά πάρκα, που λειτουργούν μικρή χρονική περίοδο μέσα στο έτος.

Επιπλέον μέσα από τη δευτερογενή έρευνα διαπιστώνεται η έλλειψη στατιστικών στοιχείων αναφορικά με τα θεματικά πάρκα στη χώρα. Η επισκεψιμότητα, οι εισπράξεις και οι θέσεις απασχόλησης είναι μερικά από τα στοιχεία που θα ήταν χρήσιμα στην παρούσα έρευνα. Τα στοιχεία αυτά θα παρείχαν στην ερευνήτρια τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει συγκρίσεις με αντίστοιχα του εξωτερικού, ενώ παράλληλα μέσα από την αποτύπωση των μεγεθών αυτών θα ήταν δυνατή η κατανόηση με αριθμούς της συμβολής τους στην εκάστοτε περιοχή.

Αναφορικά με τη μελέτη περίπτωσης διαπιστώθηκε πως ο νομός Θεσπρωτίας, διαθέτει φυσική ομορφιά και ιστορία και ο συνδυασμός τους μπορεί να αποτελέσει το εφαλτήριο για ανάπτυξη μιας νέας, για την περιοχή, μορφής τουρισμού. Επιπλέον η μικρή συνεισφορά της Π. Ηπείρου τόσο στο ΑΕΠ όσο και στα συνολικά έσοδα της Ελλάδας στον τουρισμό, συνέβαλαν στην επιλογή του νομού.

7.2 Συμπεράσματα πρωτογενούς έρευνας

Στο δεύτερο στάδιο της έρευνας αποτυπώνονται και αναλύονται οι απόψεις των συμμετεχόντων γύρω από την υλοποίηση ενός θεματικού πάρκου στην περιοχή. Η πρόταση αφορά ένα θεματικό πάρκο μυθολογικού χαρακτήρα, το οποίο σχεδιάστηκε και προτάθηκε από την ερευνήτρια, βασισμένο σε διεθνή πρότυπα. Ένα πάρκο ικανό να φιλοξενήσει τουλάχιστον 7.000 επισκέπτες την ώρα, ένα πάρκο με μοναδικές και ξεχωριστές ατραξιόν, ιδανικό και για οικογενειακές αποδράσεις.

Με την διεξαγωγή της παρούσας έρευνας έγινε προσπάθεια να αξιολογηθεί η ποιότητα των υπηρεσιών του προτεινόμενου μοντέλου θεματικού πάρκου καθώς και η ικανοποίηση των εν δυνάμει πελατών από το μοντέλο αυτό. Επιπλέον εκτιμήθηκε η συνεισφορά του θεματικού πάρκου στην περιοχή υποδοχής, δίνοντας έμφαση στις οικονομικές επιπτώσεις.

Μέσα από την ανάλυση όλων των ερωτήσεων και την παρουσίαση κάθε μεταβλητής με πίνακες συχνοτήτων ή γραφήματα συμπεραίνεται ότι οι συμμετέχοντες στην έρευνα θεωρούν στην πλειοψηφία τους, ότι η δημιουργία του θεματικού πάρκου θα επηρεάσει την τουριστική και τοπική ανάπτυξη της περιοχής. Τομείς όπως ο τουρισμός, ο πολιτισμός, τα μακροοικονομικά στοιχεία θα ενισχυθούν σημαντικά, ενώ θα δοθεί η δυνατότητα για νέες τουριστικές υποδομές, είσοδο νέων αγοραστών, αύξηση των τουριστών στην εστίαση και ενίσχυση της διαπολιτισμικής επικοινωνίας. Επιπλέον οι συμμετέχοντες θεωρούν πως το θεματικό πάρκο θα δώσει λύσεις στο πρόβλημα της ανεργίας και θα συμβάλλει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Παράλληλα θα συντελέσει στην αύξηση του αριθμού τουριστών που επισκέπτονται την περιοχή, προσελκύοντας τόσο εγχώριους όσο και αλλοδαπούς τουρίστες. Σημαντική για τους ερωτηθέντες κρίνεται η ύπαρξη υπηρεσιών φαγητού και ποτού εντός του πάρκου. Τέλος η πλειοψηφία τους το θεωρεί μια καλή επιλογή για την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού.

Αναφορικά με το προτεινόμενο θεματικό πάρκο οι συμμετέχοντες υποστηρίζουν πως πρόκειται για ένα θελκτικό μοντέλο το οποίο θα κεντρίσει το ενδιαφέρον των τουριστών. Το θέμα του, οι υπηρεσίες/δραστηριότητες που προσφέρονται, η εμπειρία που θα αποκομίσουν μέσα από τη διασκέδαση και τη μάθηση καθώς και το σκηνικό που παρουσιάστηκε (σχέδιο 5.1) κρίνονται ικανά να προσελκύσουν μεγάλη μερίδα επισκεπτών.

Οι συμμετέχοντες με βάση τις απαντήσεις του ερωτηματολογίου ομαδοποιήθηκαν σε δύο συστάδες, τη συστάδα 'θετική επίδραση' και τη συστάδα 'ουδέτερη στάση'.

Αξίζει να αναφερθεί πως δε σχηματίστηκε κάποια ομάδα που οι συμμετέχοντες της να έχουν αρνητική αντίληψη για το προτεινόμενο θεματικό πάρκο και τη συμβολή του.

Η έλλειψη αντίστοιχων μελετών στην Ελλάδα, προβάλλει τη σπουδαιότητα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε και των αποτελεσμάτων που συλλέχθηκαν. Αρχικά τα συμπεράσματα που εξήχθησαν μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τους αρμόδιους φορείς, τοπικούς και περιφερειακούς, προκειμένου να μελετηθούν και να αξιολογηθούν οι θετικές επιπτώσεις που θα επιφέρει η δημιουργία ενός θεματικού πάρκου βασισμένου στην ελληνική μυθολογία. Παράλληλα μέσα από την έρευνα αυτή, μπορούν να συλλέξουν σημαντικά στοιχεία για τα χαρακτηριστικά, τις ανάγκες και γενικά το προφίλ των εν δυνάμει πελατών. Τα στοιχεία αυτά δύναται να συνεισφέρουν στη διαμόρφωση των προσφερόμενων υπηρεσιών του πάρκου και στη δημιουργία μιας επιτυχημένης στρατηγικής μάρκετινγκ. Οι αρμόδιοι φορείς θα πρέπει να εξετάσουν προσεκτικά και σε βάθος τις ανάγκες των εν δυνάμει πελατών αναφορικά με το προϊόν του θεματικού πάρκου εστιάζοντας στις ατραξιόν του, τη διαμόρφωση του χώρου, την μοναδική ατμόσφαιρα αλλά και στο αίσθημα ασφάλειας που είναι σημαντικό να αισθάνονται εντός του πάρκου.

Αναφορικά με το εργαλείο μέτρησης, τα αποτελέσματα που προέκυψαν από τον υπολογισμό του συντελεστή α του Cronbach, υποδηλώνουν τα καλά επίπεδα εσωτερικής συνοχής του ερωτηματολογίου, γεγονός που καθιστά το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο ένα σημαντικό εργαλείο μέτρησης.

Συμπερασματικά η παρούσα έρευνα μπορεί να αποτελέσει τη βάση για τη περαιτέρω μελέτη ενός σχεδίου ανάπτυξης θεματικού πάρκου στην περιοχή της Θεσπρωτίας.

7.3 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα

Ολοκληρώνοντας την παρούσα μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία, η ερευνήτρια παραθέτει κάποιες προτάσεις για μελλοντική έρευνα, με σκοπό την επιπλέον διερεύνηση του παρόντος θέματος και τη συμβολή των επιμέρους αυτών ερευνών στη δημιουργία μιας ολοκληρωμένης επενδυτικής πρότασης.

Σημαντική πρόταση αποτελεί η συνέχεια της εν λόγω έρευνας, με τη διανομή του ερωτηματολογίου σε αλλοδαπούς τουρίστες που επισκέπτονται την Ελλάδα. Σκοπός της πρότασης αυτής είναι να μελετηθεί κατά πόσο το προτεινόμενο μοντέλο θεματικού πάρκου θα αποτελέσει πηγή τουριστικού ενδιαφέροντος και τουριστικό προορισμό για κατοίκους του εξωτερικού. Μέσα από την μετάφραση του ερωτηματολογίου και την προσθήκη ερωτήσεων αναφορικά με την περιοχή της Θεσπρωτίας (αν γνωρίζουν την

περιοχή, αν την έχουν επισκεφτεί) θα μπορούσαν να συλλεχθούν σημαντικές πληροφορίες αναφορικά με τα χαρακτηριστικά και τις απόψεις των αλλοδαπών τουριστών.

Μία επιπλέον πρόταση αποτελεί η πραγματοποίηση μιας τοπογραφικής έρευνας, μέσω της οποίας θα αξιολογηθούν επιμέρους και σε βάθος οι προτεινόμενες για την υποδοχή του θεματικού πάρκου περιοχές του νομού. Η έρευνα αυτή δύναται να πραγματοποιηθεί με αναλυτική εκτίμηση των οικοπέδων σύμφωνα με τις εθνικές και διεθνείς προδιαγραφές γύρω από την κατασκευή και ανέγερση θεματικών πάρκων. Παράλληλα μπορούν να εξεταστούν επιπλέον εκτάσεις άνω των 80.000 τμ ικανές να «φιλοξενήσουν» την παρούσα επένδυση.

Τέλος μία ακόμη πρόταση είναι η οικονομοτεχνική μελέτη για το κόστος ανέγερσης του πάρκου. Έρευνες βασισμένες σε οικονομικά στοιχεία, επικοινωνία με αρμόδιες κατασκευαστικές εταιρίες και ανεύρεση κόστους για κάθε δραστηριότητα/υπηρεσία αποτελούν ορισμένα από τα βασικά βήματα προκειμένου να πραγματοποιηθεί οικονομική εκτίμηση της συγκεκριμένης επένδυσης.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

- Α. ΓΠ-191/2014 Τροποποίηση της Απόφασης με αριθμό 11247/28.12.2012 (ΦΕΚ 3465/Β'/28.12.2012) και θέμα «Αποτελέσματα της Απογραφής Πληθυσμού-Κατοικιών 2011 που αφορούν στο Μόνιμο Πληθυσμό της Χώρας». Εφημερίς της Κυβερνήσεως της Ελληνικής Δημοκρατίας (ΦΕΚ 698/Β/20-03-2014)
- Αγγελής, Β. (2021) *Ποσοτικές Μέθοδοι στη λήψη αποφάσεων: 1. Περιγραφική Στατιστική - Διδακτικές Σημειώσεις*. Πανεπιστήμιο Αιγαίου.
- Αδαμόπουλος, Λ., Δαμιανού, Χ. και Σβέρκος, Α. (2000) *Μαθηματικά και στοιχεία στατιστικής – Γ. Λυκείου*. Β έκδοση. Αθήνα: Οργανισμός Εκδόσεων Διδακτικών Βιβλίων
- Αν. Ν. 353/1936 «Περί συστάσεως Νομού Θεσπρωτίας εν Ηπείρω» Εφημερίς της Κυβερνήσεως του Βασιλείου της Ελλάδος (ΦΕΚ 525/Α/27-11-1936)
- «Ατραξιόν» 1998. Σε Μπαμπινιώτης (επιμ.), *Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας*. Αθήνα: ΚΕΝΤΡΟ ΛΕΞΙΚΟΛΟΓΙΑΣ
- Βαγενάς, Γ. (2018) *Στατιστικές Εφαρμογές στην Αθλητική Επιστήμη με Παραδείγματα στο SPSS*. 6^η έκδοση. Αθήνα: Τζιόλα
- Γάκη, Ε., (χωρίς ημερομηνία α) *Ποσοτικές μέθοδοι στη λήψη αποφάσεων: Έλεγχοι υποθέσεων - Διδακτικές Σημειώσεις*.
- Γναρδέλλης Χ. (2009) *Ανάλυση δεδομένων με το PASWStatistics 17.0.Η νέα μετονομασμένη έκδοση του SPSS*. Αθήνα: Παπαζήση
- Ζουρμπάνος, Ν., Παπαϊωάννου Α. και Μίνος Γ. (2016) *Εφαρμογές Της Στατιστικής: στις επιστήμες του Αθλητισμού και της Φυσικής Αγωγής με τη χρήση του SPSS 18*. Θεσσαλονίκη: Δίσιγμα
- Κακρίδης, Ι.Θ κ.α. (1986) *Οι Θεοί*, στο Κακρίδης, Ι.Θ. (επιμ.) *Ελληνική Μυθολογία*, Τόμος 2, Αθήνα: Εκδοτική Αθηνών
- Κιόχος, Π. (1993) *Στατιστική*. Αθήνα: Interbooks
- Κοκκώσης, Χ. και Τσάρτας, Π. (2019) *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*. 2^η έκδοση. Αθήνα: Κριτική
- Κ.Υ.Α. Η.Π.37338/1807/Ε.103: Καθορισμός μέτρων και διαδικασιών για τη διατήρηση της άγριας ορνιθοπανίδας και των οικοτόπων/ενδιαιτημάτων της, σε συμμόρφωση με τις διατάξεις της Οδηγίας 79/409/ΕΟΚ, «Περί διατηρήσεως των

Βιβλιογραφία

άγριων πτηνών», του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου της 2ας Απριλίου 1979, όπως κωδικοποιήθηκε με την οδηγία 2009/147/ΕΚ. Εφημερίστης Κυβερνήσεως της Ελληνικής Δημοκρατίας (ΦΕΚ 1495/Β/6-09-2010)

- Κ.Υ.Α. 16793/2009. Προδιαγραφές Ψυχαγωγικών Θεματικών Πάρκων για την υπαγωγή τους στο καθεστώς κινήτρων του ν. 3299/2004. Εφημερίς της Κυβερνήσεως της Ελληνικής Δημοκρατίας (ΦΕΚ 2086/Β/29-09-2009)
- Λιανός, Θ., Παπαβασιλείου, Α. και Χατζηανδρέου, Α. (1999) *Αρχές οικονομικής θεωρίας: Γ τάξη ενιαίου λυκείου – μάθημα επιλογής*. Αθήνα: Οργανισμός Εκδόσεων Διδακτικών Βιβλίων
- Μαϊστρέλλης, Σ., Καλύβη, Ε. και Μιχαήλ, Μ. (2012) *Ιστορία Γ' Δημοτικού: Από τη μυθολογία στην Ιστορία*. Αθήνα: Ινστιτούτο Τεχνολογίας Υπολογιστών Και Εκδόσεων «ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ»
- Ν. 3937/2011. *Διατήρηση της βιοποικιλότητας και άλλες διατάξεις*. Εφημερίς της Κυβερνήσεως της Ελληνικής Δημοκρατίας (ΦΕΚ 60/Α/31-03-2011)
- Ν. 3986/2011. *Επείγοντα Μέτρα Εφαρμογής Μεσοπρόθεσμου Πλαισίου Δημοσιονομικής Στρατηγικής 2012-2015*. Εφημερίς της Κυβερνήσεως της Ελληνικής Δημοκρατίας (ΦΕΚ 152/Α/1.7.2011)
- Ντούμη, Μ. Π. (χωρίς ημερομηνία) *Ποσοτικές μέθοδοι στη λήψη αποφάσεων / Εισαγωγή στο SPSS - Διδακτικές Σημειώσεις*.
- Ρούσσος, Π. Α. και Τσαούσης, Γ. (2011) *Στατιστική στις επιστήμες της συμπεριφοράς με τη χρήση του SPSS*. Αθήνα: Τόπος
- Παπαδόπουλος, Γ. (2015) *Εισαγωγική στις Πιθανότητες και τη στατιστική*. Αθήνα: Gutenberg
- Τσάτσος, Κ. κ.α. (1986) *Εισαγωγή στο Μύθο*, στο Κακρίδης, Ι.Θ. (επιμ.) *Ελληνική Μυθολογία*, Τόμος 1, Αθήνα: Εκδοτική Αθηνών

Ξενόγλωσση

- Coltier T. (1985) Les parcs a themes. *Espaces*, 73, 18-20.
- Clavé, S. A. (2007) *The global theme park industry*. Oxfordshire: GABI
- Goeldner, Ch. and Ritchie, B. (2009) *TOURISM, Principles, Practices, Philosophies*. 11th edition. Hoboken, NJ: John Wiley.
- Kotler, Ph. Etal. (2019) *Μάρκετινγκ Τουρισμός και Φιλοξενία*. 7^η έκδοση, Λευκωσία: Broken Hill Publishers Ltd.

Βιβλιογραφία

- Lukas, S.A. (2008) *Theme park (objekt series)*. London: Reaktion Books Ltd.
- Middleton, V.T.C. et al. (2009) *Marketing in travel and tourism*. 4th edition. Oxford: Elsevier Ltd
- Mills S. (1990) Disney and the Promotions of Synthetic Worlds. *American Studies International*, Special Issue on the Impact of US Culture Abroad,28(2), pp. 66-79
- Nagle, G., (1999) *Tourism, Leisure and Recreation*. Surrey, Thomas Nelson and Sons Ltd
- Tucholka, A. and Weese, S. (2006) *Future Development of Theme Parks with the Help of a Comparison between SeaWorld, Orlando and Oceanpark, Hongkong*. Munich: GRIN Verlag

Διαδίκτυο

- 4 Εποχές Ελλάδα (2021) *Η Θεσπρωτία με μια ματιά*. Διαθέσιμο στην: <https://fourseasonsgreece.gr/προορισμοί/ήπειρος/θεσπρωτια/> (Πρόσβαση: 28 Δεκεμβρίου 2021)
- Αντωνιάδου, Γ. και Μαυρογένης, Γ. (2013) Σχέδια θεματικού πάρκου σε συνδυασμό με καζίνο. *Η φωνή της Λεμεσού*, 13 Ιουνίου. Διαθέσιμο στην: <https://www.foni-lemesos.com/news/lemesos/9894-sxedia-thematikou-parkou-se-sunduasmo-me-kazino.html> (Πρόσβαση: 28 Σεπτεμβρίου 2021)
- ΑΣΠΑΙΤΕ (2018) *Μεθοδολογία έρευνας για τους σκοπούς ΣΥΕΠ: Στατιστική και έρευνα - Επαγωγική Στατιστική*. Διαθέσιμο στην: <https://eclass.aspete.gr/modules/document/> (Πρόσβαση 2 Σεπτεμβρίου 2022)
- Aziz, N. A., et all. (2012) Examining the Impact of Visitors' Emotions and Perceived Quality towards Satisfaction and Revisit Intention to Theme Parks. *Jurnal Pengurusan*, 35, pp. 97-109. Available at: https://www.researchgate.net/publication/265906071_Examining_the_Impact_of_Visitors'_Emotions_and_Perceived_Quality_towards_Satisfaction_Revisit_Intention_to_Theme_Parks (Accessed: 20 January 2022)
- Alcocer Yang, Y. (A.) (2022) The Impact of Theme Parks in the Tourism Industry. 19 January. Available at: <https://study.com/academy/lesson/the-impact-of-theme-parks-in-the-tourism-industry.html> (Accessed: 11 February 2022)

Βιβλιογραφία

- Alexakis, G. (χωρίς χρονολογία) *Θεσπρωτία, τα Σύβοτα, η Πέρδικα και οι παραλίες του ονείρου*. Διαθέσιμο στην: <https://viewsofgreece.gr/thesprotia-syvota-perdika/> (Πρόσβαση: 22 Νοεμβρίου 2021)
- Allou! Fun Park (2022). *Allou! Fun Park – Η Εταιρεία*. Διαθέσιμο στην: <https://www.allou.gr/gr/etairia/> (Πρόσβαση: 30 Δεκεμβρίου 2021)
- Area Synest All Day Nature (χωρίς χρονολογία). *Ποιοι είμαστε*. Διαθέσιμο στην: <https://www.areasynest.gr/poioi-eimaste/> (Πρόσβαση: 30 Μαρτίου 2022)
- Βάρβογλης, Χ. και Αυγολούπης, Στ., (2008) *Η έλξη είναι η δύναμή του*. Το Βήμα Online, 24 Νοεμβρίου. Διαθέσιμο στην: <https://www.tovima.gr/2008/11/24/culture/i-elksi-einai-i-dynami-toy/> (Πρόσβαση: 15 Μαρτίου 2022)
- Bigné, J. E., Andreu, L. and Gnoth, J. (2005) The theme park experience: An analysis of pleasure, arousal and satisfaction. *Tourism Management*, 26(6), pp. 833-844. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.05.006>
- Blooloop (2013) *New Study Outlines Economic Impact of Amusement Parks and Attractions in the U.S.* Available at: <https://blooloop.com/theme-park/news/new-study-outlines-economic-impact-of-amusement-parks-and-attractions-in-the-u-s/> (Accessed: 20 October 2022)
- Boskamp, E. (2022). *The 10 largest amusement parks in the world*. 25 June. Available at: <https://www.zippia.com/advice/largest-amusement-parks/> (Accessed: 2 October 2022)
- BruneIASK (2013) Chi-square test in SPSS + interpretation. 13 August. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=wflfEWMJY3s> (Accessed: 10 November 2022)
- Γάκη, Ε., (χωρίς ημερομηνία β) *Εφαρμοσμένη Στατιστική – Ενότητα 2: Εισαγωγή στο SPSS - Διδακτικές Σημειώσεις*. Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων. Διαθέσιμο στην: https://eclass.aegean.gr/modules/document/file.php/211122/%CE%94%CE%B9%CE%AC%CE%BB%CE%B5%CE%BE%CE%B72_%CE%B5%CE%BD%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B12.pptx (Πρόσβαση: 25 Νοεμβρίου 2022)
- Γάκη, Ε., (χωρίς ημερομηνία γ) *Εφαρμοσμένη Στατιστική – Ενότητα 4: Cluster Analysis - Διδακτικές Σημειώσεις*. Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων. Διαθέσιμο στην:

https://eclass.aegean.gr/modules/document/file.php/211122/%CE%94%CE%B9%CE%AC%CE%BB%CE%B5%CE%BE%CE%B77_%CE%B5%CE%BD%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B14.pptx (Πρόσβαση: 25 Νοεμβρίου 2022)

• Γάκη, Ε., (χωρίς ημερομηνία δ) *Εφαρμοσμένη Στατιστική – Ενότητα 4: Cluster Analysis - Διδακτικές Σημειώσεις*. Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων. Διαθέσιμο στην:

https://eclass.aegean.gr/modules/document/file.php/211122/%CE%94%CE%B9%CE%AC%CE%BB%CE%B5%CE%BE%CE%B76_%CE%B5%CE%BD%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B14.pptx (Πρόσβαση: 25 Νοεμβρίου 2022)

• Γαλάνης, Π. (2014) Μονομεταβλητή ανάλυση επιδημιολογικών δεδομένων. *Αρχαία Ελληνικής Ιατρικής*, 31(2), σελ. 221-243. Διαθέσιμο στην: <http://www.mednet.gr/archives/2014-2/pdf/221.pdf> (Πρόσβαση: 4 Σεπτεμβρίου 2022)

• Γαρμπής, Ν. (2019) *Ελληνικά Ψυχαγωγικά Πάρκα Ανώνυμη Εταιρία Ψυχαγωγίας και Διασκέδασης – Εστιατόριο Αναψυκτήριο Οικονομικές Καταστάσεις της Χρήσης 01 Ιανουαρίου 2018 - 31η Δεκεμβρίου 2018 - Σύμφωνα με τα Διεθνή Πρότυπα Χρηματοοικονομικής Αναφοράς (Δ.Π.Χ.Α)*. Αθήνα, 12 Απριλίου. Διαθέσιμο στην:

https://www.allou.gr/files/1/Financial/%CE%9F%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82%20%CE%9A%CE%B1%CF%84%CE%B1%CF%83%CF%84%CE%AC%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82%20ALLOU_01.01.-31.12.2018.pdf (Πρόσβαση: 15 Ιανουαρίου 2022)

• Γκισάκης, Ι. (2019) *Δρόμοι Ανάπτυξης – Θεματικά πάρκα – MythLand – AlexanderLand*. Capital.gr, 22 Ιουλίου. Διαθέσιμο στην: <https://www.capital.gr/me-apopsi/3372490/dromoi-anaptuxis-thematika-parka-mythland-alexanderland> (Πρόσβαση: 28 Σεπτεμβρίου 2021)

• Γκορέζης, Χ. (2018) *Τουρισμός στην Θεσπρωτία: Οι προκλήσεις του 2018, τα ρεκόρ και τα προβλήματα*. Fanaripress. Διαθέσιμο στην:

<https://fanaripress.gr/ipeiros/toyrismos-stin-thesprotia-oi-proklise/> (Πρόσβαση: 30 Νοεμβρίου 2021)

• Γκούπε, Μ. (2018). *Διερεύνηση προοπτικών ανάπτυξης θεματικού τουρισμού στην Κρήτη. Μελέτη περίπτωσης: Ενυδρείο Κρήτης «Θαλασόκοσμος»*. (Μη εκδοθείσα πτυχιακή εργασία). Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης. Διαθέσιμο στην: <https://apothesis.lib.hmu.gr/handle/20.500.12688/8661> (Πρόσβαση: 8 Οκτωβρίου 2021)

Βιβλιογραφία

- Γριμάνης Π. (2021) *Διαχείριση ρίσκου σε θεματικά πάρκα. Μελέτη περίπτωσης*. (Μη εκδοθείσα πτυχιακή εργασία). Πανεπιστήμιο Πατρών. Διαθέσιμο στην: <http://repository.library.teiwest.gr/xmlui/handle/123456789/9327?show=full> (Πρόσβαση: 8 Οκτωβρίου 2021)
- Canning A., 2018, (2022) *Europe's best theme parks*. Times Newspapers, 16 June. Available at: <https://www.thetimes.co.uk/travel/experiences/adventure/europes-best-theme-parks>(Accessed: 29 March 2022)
- Chuo, H.-Y. and Heywood, J. L. (2006) Theme Park Visitors' Dynamic Motivations, *Advances in Hospitality and Leisure*, 2, pp. 73–90. DOI: [https://doi.org/10.1016/S1745-3542\(05\)02004-7](https://doi.org/10.1016/S1745-3542(05)02004-7)
- Clavé, S. A. (2010) Leisure parks and destination redevelopment: the case of PortAventura, Catalonia. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*.2(1), pp. 66-78. DOI: <https://doi.org/10.1080/19407960903542326>
- Cluzeau, C. O. Ed. (1998). *Parcs à thème. Du parc de loisirs au centre d'interprétation. Les cahiers espaces*. 58. Paris: Touristiques Européenes. Available at: <https://www.tourisme-espaces.com/doc/924.parcs-theme-parc-loisirs-centre-interpretation.html> (Accessed: 10 September 2022)
- Cornellis, P. C. M. (2010) Impact of new attractions on theme park attendance. *World Hospitality and Tourism Themes*. 2(3), pp.262-280 DOI: <https://doi.org/10.1108/17554211011052203>
- Cronbach, L. J. (1951) Coefficient alpha and the internal structure of tests, *Psychometrika*, 16(3), pp. 297–334. DOI: <https://doi.org/10.1007/BF02310555>
- Δημητρίου, Σ. (2019) *Η ιστορία της Ηγουμενίτσας περιληπτικά*. Thesprotikospalmos.gr. Διαθέσιμο στην: <https://www.thesprotikospalmos.gr/η-ιστορία-της-ηγουμενίτσας-περιληπτι/>(Πρόσβαση: 30 Νοεμβρίου 2021)
- Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης – Πολυτεχνική Σχολή – Ξάνθη – τμήμα Αρχιτεκτόνων Μηχανικών (2007) *Αξονομετρία: Σημειώσεις 1^{ου} έτους*. Διαθέσιμο στην: http://morfologia.arch.duth.gr/1o_etos/pdf/axonometria.pdf (Πρόσβαση: 2 Μαΐου 2022)
- Δήμος Σουλίου (2021α) *Γεωγραφική θέση*. Διαθέσιμο στην:

<https://dimossouliou.gov.gr/o-dimos/geografiki-thesi/> (Πρόσβαση: 4 Δεκεμβρίου 2021)

- Δήμος Σουλίου (2021β) *Ιστορία*. Διαθέσιμο στη: <https://dimossouliou.gov.gr/o-dimos/istoria/>(Πρόσβαση: 29 Δεκεμβρίου 2021)
- Δήμος Φιλιατών (2021) Το Φιλιάτι. Διαθέσιμο στην: <https://filiates.gr/to-φιλιάτι/> (Πρόσβαση: 28 Δεκεμβρίου 2021)
- Δήμος Χερσονήσου, (2022) *Θεματικό Πάρκο Λαβύρινθος, Περιγραφή*. Διαθέσιμο στην: <http://landofexperiences.gr/el/travels/labyrinth/>(Πρόσβαση: 31 Μαρτίου 2022)
- Δραμαλίδης, Α. και Μάρκος, Α. (2014) Διερεύνηση παραγόντων ως προς την επίδοση υποψηφίων σε κατατακτήριες εξετάσεις παιδαγωγικού τμήματος. *Τετράδια Ανάλυσης Δεδομένων*, 16, σελ. 104-113. Διαθέσιμο στην: <http://www.gsda.gr/journal/archives/233> (Πρόσβαση: 10 Νοεμβρίου 2022)
- Davis S.G. (1996) The theme park: global industry and cultural form. *Media, Culture and Society* 18(3), pp. 399-422. DOI: <https://doi.org/10.1177/016344396018003003>
- Dementyev, D., (2021) Isometric ancient buildings [Image]. Available at: <https://www.artstation.com/artwork/WKZyLQ> (Accessed: 13 February 2022)
- ‘Dioscuri: Greco-Roman deities’ (no date) in Britannica Online. Available at: <https://www.britannica.com/topic/Dioscuri> (Accessed: 5 April 2022)
- Disney (2022a) *Attractions and Entertainment*. Available at: <https://disneyland.disney.go.com/attractions/disneyland/#/sort=alpha/> (Accessed: 29 March 2022)
- Disney (2022b) *Disneyland Park*. Available at: <https://disneyland.disney.go.com/destinations/disneyland/> (Accessed: 29 March 2022)
- Disneyland Paris (no date a) *Disneyland Park*. Available at: <https://www.disneylandparis.com/en-usd/destinations/disneyland-park/> (Accessed: 29 March 2022)
- Disneyland Paris(no date b) *Explore Disney Paris: Find theme parks, Disney and Partner hotels, dining and entertainment*. Available at: <https://www.disneylandparis.com/en-usd/maps/> (Accessed 2 July 2022)
- Disneyland Paris (no date c) *History*. Available at:

<https://disneylandparis-news.com/en/the-company/history/?fbclid=IwAR2UnQQEBCTlxAytN7PS5XgXWGMNNEgXR-gecGGLBrexnb156bNChdFX0> (Accessed: 25 October 2022)

- Disneyland Paris News (2022). *Disneyland Paris: 30 years of existence and development* Available at: <https://disneylandparis-news.com/en/disneyland-paris-30-ans-denracinement-et-de-developpement/> (Accessed: 1 September 2022)
- *Disneyland Park* (no date) Available at: <https://www.wdwnfo.com/disneyland-california/disneyland-mainst.htm> (Accessed: 10 February 2022)
- Disneyland Resort (no date) *Discover Disneyland Resort Hotels: Use our hotel list or map view to find the place that's just right for you!* Available at: <https://disneyland.disney.go.com/resorts/map/> (Accessed: 2 July 2022)
- Dreams Unlimited Travel, (no date) *Disneyland Theme Parks*. Available at: <https://www.dreamsunlimitedtravel.com/disneyland/parkindex.htm> (Accessed: 10 February 2022)
- Dridea Catrinel, R. and Strutzen, G. (2008) Theme park – the main Concept of tourism Industry development. *Annals of the University of Oradea, Economic Science*, 17(2), pp. 641-646. Available at: <https://silo.tips/download/theme-park-the-main-concept-of-tourism-industry-development> (Accessed: 10 January 2022)
- Dr.S.Amutharani (2020) Cluster Analysis using SPSS (Tamil). 31 August. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=BCte_ebXbKA (Accessed: 8 November 2022)
- Εδώ Ζούμε - Natura 2000 (χωρίς ημερομηνία) *Τι είναι το δίκτυο Natura 2000*. Διαθέσιμο στην: <https://edozoume.gr/natura-2000-ti-einai/> (Πρόσβαση: 1 Δεκεμβρίου 2021)
- ΕΛΛΑΣ: Ανεξάρτητη ενημέρωση (2010) *Η Θεσπρωτία στο πέρασμα των αιώνων*. Διαθέσιμο στην: <https://ellas2.wordpress.com/2010/07/28/η-θεσπρωτία-στο-πέραςμα-των-αιώνων/> (Πρόσβαση: 29 Οκτωβρίου 2021)
- *Ελληνική Ιστορία και Λαογραφία – ένα blog για τα έθιμα, τις παραδόσεις και την ιστορία ολόκληρης της Ελλάδας: Νομός Θεσπρωτίας* (χωρίς ημερομηνία). Διαθέσιμο στην: <https://ellinikiistoria.wordpress.com//ηπειρος/χωρια-θεσπρωτιασ/> (Πρόσβαση: 29 Οκτωβρίου 2021)

Βιβλιογραφία

- Ελληνική Στατιστική Αρχή (2020) *Εξέλιξη κύκλου εργασιών επιχειρήσεων παροχής καταλύματος και υπηρεσιών εστίασης Σεπτέμβριος και 3ο τρίμηνο 2020*, Δελτίου Τύπου, 20 Νοεμβρίου. Διαθέσιμο στην: [d3440cc3-46dd-8608-5abb-2cb01fd02fed \(statistics.gr\)](https://d3440cc3-46dd-8608-5abb-2cb01fd02fed.statistics.gr) (Πρόσβαση: 30 Νοεμβρίου 2021)
- Ελληνική Στατιστική Αρχή (2017) *Υπολογιζόμενος Πληθυσμός και Μεταναστευτικές Ροές της Χώρας έτους 2016*, Δελτίου Τύπου, 29 Δεκεμβρίου. Διαθέσιμο στην: [ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ \(statistics.gr\)](https://www.statistics.gr) (Πρόσβαση: 30 Νοεμβρίου 2021)
- Ελληνική Στατιστική Αρχή (2018) *Υπολογιζόμενος Πληθυσμός και Μεταναστευτικές Ροές της Χώρας έτους 2017*, Δελτίου Τύπου, 31 Δεκεμβρίου. Διαθέσιμο στην: [ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ \(statistics.gr\)](https://www.statistics.gr) (Πρόσβαση: 30 Νοεμβρίου 2021)
- Ελληνική Στατιστική Αρχή (2019) *Υπολογιζόμενος Πληθυσμός (1.1.2019) και Μεταναστευτικές Ροές της Χώρας (2018)*, Δελτίο Τύπου, 31 Δεκεμβρίου. Διαθέσιμο στην: [ΥΠΟΛΟΓΙΖΟΜΕΝΟΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ - ΜΕΤΑΝΑΣΤΕΥΤΙΚΕΣ ΡΟΕΣ \(statistics.gr\)](https://www.statistics.gr) (Πρόσβαση: 30 Νοεμβρίου 2021)
- Ελληνική Στατιστική Αρχή (2020) *Υπολογιζόμενος Πληθυσμός (1.1.2020) και Μεταναστευτικές Ροές της Χώρας (2019)*, Δελτίο Τύπου, 30 Δεκεμβρίου. Διαθέσιμο στην: [ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ \(statistics.gr\)](https://www.statistics.gr) (Πρόσβαση: 30 Νοεμβρίου 2021)
- Ένωση Λιμένων Ελλάδος (2021) *Οργανισμός Λιμένος Ηγουμενίτσας (Ο.Λ.ΗΓ.)*. Διαθέσιμο στην: <https://www.elime.gr/index.php/igoumenitsa> (Πρόσβαση: 14 Δεκεμβρίου 2021)
- Ευλίμενος Θεσπρωτία, Δήμος Ηγουμενίτσα (2018) *Ανακάλυψε το δήμο Ηγουμενίτσας, Φύση και Πολιτισμός*. Διαθέσιμο στην: <https://igoumenitsa.gr/el/home/gia-ton-episkepti> (Πρόσβαση: 3 Δεκεμβρίου 2021)
- Efteling, (2022) *Discover Efteling, World of Wonders*. Available at: <https://www.efteling.com/en/park> (Accessed: 29 March 2022)
- Europa – Park GmbH & Co Mack KG, (2022a) *Themed areas*. Available at: <https://www.europapark.de/en/theme-park/attractions/themed-areas> (Accessed: 29 March 2022)
- Europa – Park GmbH & Co Mack KG, (2022b) *Theme Story: Welcome at Europa – Park*. Available at: <https://www.europapark.de/en/park> (Accessed: 29 March 2022)
- EverlandResort (no date), *Welcome to Everland, a magical world of adventures and excitement where Everlanders dreams come true*. Available at:

https://www.everland.com/web/multi/english/everland/story/theme/theme_story03.html (Accessed: 29 March 2022)

- Everland Resort(no date)*Guide Map* Available at: https://www.everland.com/web/multi/english/everland/everland_guide/map/GuideMap.html (Accessed:29 March 2022)
- Forrec (2018) *Theme parks by the Numbers*. Available at: <https://forrec.com/theme-parks-by-the-numbers/> (Accessed: 15 October 2022)
- Forrec (2015) *Theme Parks The Business of Storytelling*. Canada: Toronto, Ontario. Available at: https://www.forrec.com/wp-content/uploads/2015/11/FORREC_Theme_Parks.pdf (Accessed: 15 October 2022)
- Freepik (2022) *All the assets you need, in one place: Find and download the best high-quality photos, designs, and mockups*. Available at: <https://www.freepik.com/> (Accessed: 10 December 2022)
- Freepik (2023) *Amusement parks set*. Available at: https://www.freepik.com/free-vector/amusement-parks-set_724504.htm#page=2&query=amusement%20park&position=10&from_view=search&track=sph (Accessed: 10 January 2023) [φωτογραφία εξωφύλλου]
- Frost, J., (2021) *Spearman's Correlation Explained*. Available at: <https://statisticsbyjim.com/basics/spearman-correlation/?fbclid=IwAR1iKyihpIPk5TRycCEKeTtpQ3mIWfcSYO6azFYb2sQYrQ3AGqJhUkANGtw> (Πρόσβαση: 29 October 2022)
- Ζαφειρόπουλος, Κ., (Χωρίς Χρονολογία). *ΒΟΗΘΗΤΙΚΕΣ ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ ΓΙΑ SPSS*. Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Τμήμα Διεθνών και Ευρωπαϊκών Σπουδών. Διαθέσιμο στην: <http://opencourses.uom.gr/assets/site/content/courses/72/Notes-SPSS.pdf> (Πρόσβαση: 12 Νοεμβρίου 2022)
- Ζώτος, Χ. (2021) *Συντελεστής Συσχέτισης Spearman rho SPSS*. 17 Αυγούστου. Διαθέσιμο στην: <https://www.youtube.com/watch?v=jmh9jjaZi5s> (Πρόσβαση: 12 Νοεμβρίου 2022)

Βιβλιογραφία

- Ζώτος, Χ. (2020) *Συντελεστής Αξιοπιστίας Cronbach's Alpha SPSS*. 14 Νοεμβρίου. Διαθέσιμο στην: <https://www.youtube.com/watch?v=IMMa35Ocb5k> (Πρόσβαση: 12 Νοεμβρίου 2022)
- Zhang, Y. and Cheung, Y. (2020) An Ordinal Data Clustering Algorithm with Automated Distance Learning, *Proceedings of the Thirty-Fourth AAAI Conference on Artificial Intelligence 2020*. New York, USA 7–12 February. California: AAAI Press, Palo Alto, 34(04), pp. 6869–6876.
DOI: <https://doi.org/10.1609/aaai.v34i04.6168>
- Giordan, M. and Diana, G. (2011) A Clustering Method for Categorical Ordinal Data, *Communications in Statistics - Theory and Methods*, 40(7), pp. 1315–1334.
DOI: <https://doi.org/10.1080/03610920903581010>
- Garg, Sh. (no date) *Types of theme park*. Available at: https://www.academia.edu/9442251/Types_of_Theme_Park (Accessed: 11 November 2022)
- Geissler, G. L. and Rucks, C. T. (2011) The overall theme park experience: a visitor satisfaction tracking study. *Journal of Vacation Marketing*. 17(2), pp. 127-138. DOI: <https://doi.org/10.1177/1356766710392480>
- Go Paris (2022) Eurodisney – Περιήγηση στην Disneyland – Χάρτης&Πληροφορίες. Διαθέσιμο στην: <https://www.goparis.gr/disneylandparis-asterix/eurodisney/> (Πρόσβαση 27 Φεβρουαρίου 2022)
- Goldsmith, J. (2022) Disney Sees \$350M Profit Hit From Hong Kong, Shanghai Theme Parks In Current Quarter, *Deadline Hollywood*, 11 May. Available at: <https://deadline.com/2022/05/disney-walt-disney-world-shanghai-disney-hong-kong-disney-disneyland-paris-earnings-1235021732/> (Accessed: 2 October 2022)
- Greek Mythology Thematic Park, (2022) *About us*. Available at: <https://greekmythology.eu/about-us/> (Accessed: 31 March 2022)
- GreekTravelPages (χωρίς ημερομηνία) *Θεσπρωτία, Νομός, Ήπειρος: Παρουσίαση*. Διαθέσιμο στην: <http://www.gtp.gr/Thesprotia> (Πρόσβαση: 20 Νοεμβρίου 2021)
- GreekTravelPages (χωρίς ημερομηνία) *Θεσπρωτία, Νομός, Ήπειρος: Τοπικές πληροφορίες- Ιστορία*. Διαθέσιμο στην: <https://www.gtp.gr/LocInfo.asp?infoId=28&IncludeWide=0&code=EGRETS&PrimeCode=EGRETS&Level=4&PrimeLevel=4&LocId=3058&lng=1> (Πρόσβαση: 20 Νοεμβρίου 2021)

Βιβλιογραφία

- Greelane, (2019) Κλίμακα Likert: Τι είναι και πώς να την χρησιμοποιήσετε; Διαθέσιμο στην: <https://www.greelane.com/el/επιστήμη-τεχνολογία-μαθηματικά/κοινωνικές-επιστήμες/likert-scale-4685788/> (Πρόσβαση: 2 Φεβρουαρίου 2022)
- Gupta, R. K. and Sharma, A. (2016) Role of amusement park in value addition to the tourist place: case study of Chail, H.P., *PUSA Journal of Hospitality and Applied Sciences*, 2(1), pp. 13-20. New Delhi: Institute of Hotel Management Catering & Nutrition Pusa. Available at: <https://ihmpusa.net/wp-content/uploads/2020/10/2016-pages-2.pdf> (Accessed: 5 September 2022)
- Η Ναυτεμπορική (2020), *Αχέροντας, το «μυθικό» πέρασμα*, Η Ναυτεμπορική, 15 Μαρτίου. Διαθέσιμο στην: <https://m.naftemporiki.gr/story/1258306/axerontas-to-muthiko-perasma-gia-ton-kato-kosmo>(Πρόσβαση: 20 Νοεμβρίου 2021)
- Hapsari, R. (2018) Creating Educational Theme Park Visitor Loyalty: The Role of Experience – Based Satisfaction, Image and Value. *Tourism and Hospitality Management*. 24(2), pp. 359-374. DOI: <https://doi.org/10.20867/thm.24.2.7>
- Health Fitness Revolution (2015) *Top 10 Health benefits of visiting theme parks*. Available at: https://www.healthfitnessrevolution.com/top-10-health-benefits-visiting-theme-parks/?amp&fbclid=IwAR2w5ncrCL7Y4QrWIHdDJng5tYj9CBxViJ6i2KyqSQpN50l_T0Iy_dDFr-A (Accessed: 3 November 2022)
- Heo, C. Y. and Lee, S. (2009) Application of revenue management practices to the theme park industry, *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), pp. 446–453. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.02.001>
- How2stats (2011) *Spearman Correlation - SPSS (part 2)*. 1 September. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=POkFi5vKvI8&t=5s> (Accessed: 12 November 2022)
- Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων –ΙΝΣΕΤΕ, (2021) *Βασικά τουριστικά μεγέθη της Περιφέρειας Ηπείρου*. Διαθέσιμο στην: https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/05/21-04_Epirus-3.xlsx (Πρόσβαση: 20 Νοεμβρίου 2021)
- Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων – ΙΝΣΕΤΕ, (2020) *Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2019*. Διαθέσιμο στην:

https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/05/20-12_Epirus-1.pdf (Πρόσβαση: 20 Νοεμβρίου 2021)

- Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων – ΙΝΣΕΤΕ, (2022) *Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2021*. Διαθέσιμο στην:

https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/05/22-12_Epirus-1.pdf (Πρόσβαση: 26 Δεκεμβρίου 2022)

- Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων - ΙΝΣΕΤΕ, (2015). *Μελέτη εξειδίκευσης των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών ανά κατηγορία προορισμού – Περιφέρεια Ηπείρου*. Διαθέσιμο στην:

https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/02/%CE%A0.5.1.02.11_%CE%A0.%CE%97..pdf (Πρόσβαση: 20 Νοεμβρίου 2021)

- Investindustrial (2017) Case study: PortAventura parks & resort a European leader in the leisure and entertainment industry. Available at: <https://www.investindustrial.com/dam/Investindustrial/Annual-Review/PortAventura-Case-Study-2016/PortAventura%20Case%20Study%202017.pdf> (Accessed: 7 September 2022)

- ‘Iolaus’: Greek Mythology’ (no date) in Britannica Online. Available at: <https://www.britannica.com/topic/Iolaus> (Accessed: 5 April 2022)

- Iseris, G. (2016) Στατιστικές μέθοδοι ελέγχου εγκυρότητας και αξιοπιστίας ερωτηματολογίων. Η περίπτωση του CiGreece, *International Journal of Language, Translation and Intercultural Communication*, 5, pp. 175–189. DOI: <https://doi.org/10.12681/ijltic.10665>

- Johns, N. and Gyimóthy, S. (2002) Mythologies of a theme park: An icon of modern family life, *Journal of Vacation Marketing*, 8(4), pp. 320–331. DOI: <https://doi.org/10.1177/135676670200800403>

- Κέντρο Ελληνικής Γλώσσας (2013) *Spearman's rho*. Διαθέσιμο στην: https://www.greek-language.gr/certification/research/lexicon/show.html?id=209&fbclid=IwAR07-sQZrV5P9xqP0Ydg5IW-CV40w35AwBXfxgKqMLlrF2gZ9i_ud8rUgAg (Πρόσβαση: 29 Οκτωβρίου 2022)

- Κόλλιας, Ο. (2019) *Τουρισμός και άυλα «πολιτιστικά απτά οφέλη*, HuffPost, 2 Ιουλίου. Διαθέσιμο στην: https://www.huffingtonpost.gr/entry/toerismos-kai-politistika-apta-ofele_gr_5d10573ae4b09125ca466346 (Πρόσβαση: στις 5 Νοεμβρίου 2022).
- Κόνσολα Ντ. (2020) Δημιουργία τουριστικών πάρκων στη Δυτική Αθήνα: Αστικά Θεματικά Πάρκα Ιστορίας. *21^ο Επιστημονικό Συνέδριο του συνδέσμου ελλήνων περιφερειολόγων: Η περιφερειακή επιστήμη, το μέλλον της και οι προκλήσεις στα πεδία της έρευνας και της εφαρμογής 2020*. Ηράκλειο, Κρήτη 16-17 Οκτωβρίου. σελ. 113-122. Διαθέσιμο στην: https://www.academia.edu/45035380/Δημιουργία_τουριστικών_πάρκων_στη_Δυτική_Αθήνα_Αστικά_Θεματικά_Πάρκα_Ιστορίας (Πρόσβαση: 8 Οκτωβρίου 2021)
- Κορρές, Γ. (χωρίς χρονολογία) *Ευρωπαϊκή Ένωση και Ελληνική Οικονομία*. Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Τμήμα Γεωγραφίας. Διαθέσιμο στην: <https://eclass.aegean.gr/modules/document/file.php/GEO173/EE%26Elliniki-Oikonomia-enotita10.pdf> (Πρόσβαση: 30 Μαΐου 2022)
- Κοτσώνη-Μητσάκη Α. (2008) «*Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*» *Δυνατότητες και προοπτικές στη Θεσπρωτία*. Διαθέσιμο στην: http://thesprotia-neaepoxi.blogspot.com/2008/11/blog-post_29.html (Πρόσβαση: 30 Νοεμβρίου 2021)
- Κωνσταντάκος, Ι. (2018) *Ο Πρόδικος και ο μύθος του Ηρακλή στο σταυροδρόμι. Οι απαρχές του φιλοσοφικού διηγήματος στην αρχαία Αθήνα*. Σεμινάριο Κέντρου Ερευνάς της Ελληνικής Φιλοσοφίας. Ακαδημία Αθηνών, 14 Νοέμβριου. Διαθέσιμο στην: http://www.academyofathens.gr/static/philosophy/Handout_Konstantakos_14.11.2017.pdf (Πρόσβαση: 12 Φεβρουαρίου 2022)
- Kemperman, A., Borgers, A., Oppewal, H. and Timmermans, H. (2003) Predicting the Duration of Theme Park Visitors' Activities: An Ordered Logit Model Using Conjoint Choice Data, *Journal of Travel Research*, 41(4), pp. 375–384. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/0047287503041004006>
- Kemperman, A.D.A.M., (2000) *Temporal aspects of theme park choice behavior: Modeling variety seeking, seasonality and diversification to support theme park planning*. Eindhoven: Technische Universiteit Eindhoven DOI: <https://doi.org/10.6100/IR542240>

- Kemperman, A.D.A.M. and Aloys W. (2000) Consumer Choice of Theme Parks: A Conjoint Choice Model of Seasonality Effects and Variety Seeking Behavior, *Leisure Sciences*, 22(1), 1–18. DOI: <https://doi.org/10.1080/014904000272920>
- Kent State University (2022) University Libraries *SPSS Tutorials: Analyzing Data*. Available at: <https://libguides.library.kent.edu/SPSS/AnalyzeData> (Accessed: 23 Οκτωβρίου 2022)
- Kim, W. (no date) *The Business of Theme Parks (Part I): How Much Money Do They Make?*. Available at: <https://www.theparkdb.com/blog/the-business-of-theme-parks-part-i-how-much-money-do-they-make/> (Accessed: 5 September 2022)
- Kim, W. (2019) *The theme park sizing formula: rides, retail and open spaces*. Bloolooop, 25 July. Available at: https://bloolooop.com/theme-park/opinion/theme-park-sizing/?fbclid=IwAR1qtZWDC_U6a_zkovctuvTCmawzYvoX_4bHIR6QInY-4QhNye6t82YSmTI (Accessed: 2 November 2022)
- Kissling, B. (2020) *Designing a Physically Distanced Theme Park*. Available at: <https://thinkwellgroup.com/blog/2020/07/22/what-if-we-designed-a-theme-park-with-physical-distancing-and-health-safety-as-a-guiding-principle/> (Accessed: 2 November 2022)
- Kruskal, W. H. and Wallis W. A. (1952) Use of Ranks in One-Criterion Variance Analysis. *Journal of the American Statistical Association*, 47(260), pp. 583-621. DOI: <https://doi.org/10.2307/2280779>
- Λουκίδης Ε. (2006) *Θεματικά πάρκα*. (Μη εκδοθείσα πτυχιακή εργασία). Πανεπιστήμιο Αιγαίου. Διαθέσιμο στην: <https://hellanicus.lib.aegean.gr/browse?type=author&value=Λουκίδης%2C+Ευάγγελος+-+Κωνσταντίνος> (Πρόσβαση: 8 Οκτωβρίου 2021)
- LabyrinthPark.gr, (2022) *Ο λαβύρινθος*. Διαθέσιμο στην: <http://www.labyrinthpark.gr/gr/activities-the-labyrinth> (Πρόσβαση: 30 Μαρτίου 2022)
- LabyrinthPark.gr, (2022) *Γνωρίστε το πάρκο*. Διαθέσιμο στην: <http://www.labyrinthpark.gr/gr/meet-the-park> (Πρόσβαση: 30 Μαρτίου 2022)
- Laerd statistics (no date) *Kruskal-Wallis H Test using SPSS Statistics*. Available at: <https://statistics.laerd.com/spss-tutorials/kruskal-wallis-h-test-using-spss-statistics.php> (Access: 9 November 2022)
- Lawer Insider (no date) *Induced jobs definition*. Available at: <https://www.lawinsider.com/dictionary/induced-jobs> (Accessed: 21 September 2022)

Βιβλιογραφία

- Leeds-Hurwitz, W. (2014) Intercultural Communication. *Key Concepts in Intercultural Dialogue*, (5). translated into Greek by Vovou, E. in 2017. Available at :<https://centerforinterculturaldialogue.org/2017/11/15/kc5-intercultural-communication-translated-into-greek/> (Accessed: 10 January 2022)
- Levin, A. (2019) *Theme park or Amusement Park? What's the Difference?* About Theme Parks, 24 March. Available at: <https://aboutthemaparks.net/theme-park-or-amusement-park-whats-the-difference/> (Accessed: 28 September 2022)
- Levochkina, N. (2018) Theme Parks and Their Contribution to the Development of Territories. *IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science*, 204, pp. 1-4. DOI: <https://doi.org/10.1088/1755-1315/204/1/012025> (Accessed 30 May 2022)
- Liang, Z. and Li, X. (2021) What is a Theme Park? A Synthesis and Research Framework. To be published in *Journal of Hospitality & Tourism Research*, XX(X). DOI: <https://doi.org/10.1177/10963480211069173>
- Likert, R. (1932) A technique for the measurement of attitudes, *Archives of Psychology* 22 (140), pp. 5-55. Available at: https://legacy.voteview.com/pdf/Likert_1932.pdf (Accessed: 9 November 2022)
- López, A. M. (2022) *Attendance to PortAventura World 2011-2020*. Available at: <https://www.statista.com/statistics/922340/port-aventura-park-attendance-spain/?fbclid=IwAR06v6IjocPGTImfMGQoVCMQlpx58Q7U4iNGfg8AtrC8xB1kO AEXWBnKOU8> (Accessed: 1 November 2022)
- Μάρκος, Α. (2012) *Οδηγός Ανάλυσης Αξιοπιστίας και Εγκυρότητας Ψυχομετρικών Κλιμάκων με το SPSS*. Διαθέσιμο στην: <http://www.amarkos.gr/courses/notes/mva.pdf> (Πρόσβαση: 12 Νοεμβρίου 2022)
- Μεταλληνού, Φ. Α. (2020) *Αστερισμοί και ελληνική μυθολογία*. Εθνικό Αστεροσκοπείο Αθηνών, ΙΑΑΔΕΤ, Κέντρο Επισκεπτών Θησείου. Διαθέσιμο στην: <http://magazine.noa.gr/archives/3314> (Πρόσβαση: 2 Μαΐου 2022)
- Μήττα, Δ. (2012) *Μορφές και Θέματα της Αρχαίας Ελληνικής Μυθολογίας: ΑΡΙΩ*. Διαθέσιμο στην: https://www.greek-language.gr/digitalResources/ancient_greek/mythology/lexicon/metamorfoseis/page_037.html (Πρόσβαση: 7 Φεβρουαρίου 2022)
- Μονεμβασίτου, Α., Παυλίδης, Γ. και Παυλίδου, Α. (2000). *Γραμμικό σχέδιο*. Διαθέσιμο στην: http://ebooks.edu.gr/ebooks/v/html/8547/2752/Grammiko-Schedio_G-Lykeiou-Epilogis_html-apli/ (Πρόσβαση: 20 Μαρτίου 2022)

Βιβλιογραφία

- Μπατσίδης, Α. (2014) *Στατιστική Ανάλυση Δεδομένων με το S.P.S.S. Διδακτικές Σημειώσεις*. Διαθέσιμο στην: <http://users.uoi.gr/abatsidis/SPSSClassNotes2014.pdf> (Πρόσβαση:14 Νοεμβρίου 2022)
- Μπατσίδης, Α. (2014) *Εισαγωγή στη Μη Παραμετρική Στατιστική. Διδακτικές Σημειώσεις*. Διαθέσιμο στην: <http://users.uoi.gr/abatsidis/NonParametricClassNotes2014.pdf> (Πρόσβαση:14 Νοεμβρίου 2022)
- Μπόλπαση Κ. (2013) *Θεματικά πάρκα αναψυχής ως μοχλός τοπικής Ανάπτυξης: περίπτωση μελέτης “Olympia Theme Parks” στην πρώην λίμνη μουριάς του νομού Ηλείας*. (Μη εκδοθείσα πτυχιακή εργασία). Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο. Διαθέσιμο στην: <https://estia.hua.gr/file/lib/default/data/6755/theFile> (Πρόσβαση: 6 Οκτωβρίου 2021)
- Malik, J. (2020) *Top Revenue Sources And Their Management In Theme Park*. Available at: <https://hashstudioz.com/blog/top-revenue-sources-and-their-management-in-theme-park/> (Accessed: 28 September 2022)
- Mangiafico, S. S. (2016) *Summary and Analysis of Extension Program Evaluation in R*, version 1.20.01, Available at: rcompanion.org/handbook/ (Accessed:8 November 2022)
- Matošević Radić, M. (2019) The impact of tourism on the balance of payments stability, *5th International Tourism and Hospitality Management Conference (ITHMC)2019*. Bosnia and Herzegovina: Sarajevo, 2-6 October. pp. 44-52. DOI: <https://doi.org/10.35666/25662880.2019.5.44>
- McCarthy, N. (2019) *The World’s Most Popular Theme Parks*. Available at: [Chart: The World's Most Popular Theme Parks | Statista](https://www-statista-com.translate.goog/chart/the-worlds-most-popular-theme-parks?_t=zld) (Accessed:27 March 2022)
- McClung, G. W. (1991) Theme park selection, *Tourism Management*, 12(2), pp. 132–140. DOI: [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(91\)90068-5](https://doi.org/10.1016/0261-5177(91)90068-5)
- Merlin Entertainments, (2022a) *About Alton Towers*. Available at: <https://www.altontowers.com/about-alton-towers/>(Accessed: 29 March 2022)
- Merlin Entertainments, (2022b). *COMMUNITIES*. Available at: <https://www.merlinentertainments.biz/responsible-business/people-and-communities/communities/> (Accessed 29 March 2022)

Βιβλιογραφία

- Middleton, V. T. C. (1989) Marketing implications for attractions, *Tourism Management*, 10(3), pp. 229–232. DOI:[https://doi.org/10.1016/0261-5177\(89\)90080-0](https://doi.org/10.1016/0261-5177(89)90080-0)
- Milman, A. (1991) The Role Of Theme Parks As A Leisure Activity For Local Communities. *Journal of Travel Research*, 29(3), pp. 11–16. DOI:<https://doi.org/10.1177/004728759102900302>
- Milman, A. (1988). Market Identification Of A New Theme Park: An Example From Central Florida, *Journal of Travel Research*, 26(4), pp. 7–11. DOI: <https://doi.org/10.1177/004728758802600402>
- Milman, A. (2001). The Future of the Theme Park and Attraction Industry: A Management Perspective. *Journal of Travel Research*. 40(2), pp.139-147. DOI: <https://doi.org/10.1177/004728750104000204>
- Milman, A. (2007) Theme park tourism and management strategy, *Tourism management: analysis, behaviour and strategy*. pp. 218-231 DOI: <https://doi.org/10.1079/9781845933234.02>
- Milman, A. (2010) The global theme park industry. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes* 2(3), pp. 220–237. DOI:<https://doi.org/10.1108/17554211011052177>
- Milman A., Okumus F. and Dickson D. (2010) The contribution of theme parks and attractions to the social and economic sustainability of destinations. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes* 2(3), pp. 338-345. DOI:<https://doi.org/10.1108/17554211011052249>
- Μπάσδρα, Ε. (2019) Τουρισμός, ανάπτυξη και θεματικά πάρκα, *Liberal Ελεύθερη Ενημέρωση*. 9 Σεπτεμβρίου. Διαθέσιμο στην: <https://www.liberal.gr/apopsi/tourismos-anaptuxi-kai-thematika-parka/265786> (Πρόσβαση: 21 Ιανουαρίου 2022)
- Νικήτα, Ε. (2012) *Έννοιες στατιστικής και εφαρμογές με το SPSS*. Διαθέσιμο στην: <https://users.auth.gr/haidich/MSc/greekspshandout.pdf> (Πρόσβαση: 3 Νοεμβρίου 2022)
- Ντόκα Α. (2018) *Area Synest: Ένα θεματικό πάρκο μέσα στο δάσος στο Συνεβρό*. Διαθέσιμο στην: <https://itravelling.gr/area-synest-ena-thematiko-parko-mesa-sto-dasos-sto-sinevro/> (Πρόσβαση: 30 Μαρτίου 2022)

- Ντούβας Λ. (2007) Θεματικά Πάρκα: Η Συμβολή τους στην Τουριστική Ανάπτυξη, *Διοίκηση και Οικονομία Εξαμηνιαία Επιστημονική Επιθεώρηση*, 4, σελ. 141-156, Αθήνα: Παπαζήση. Διαθέσιμο στην: <http://ejournals.uniwa.gr/index.php/DO/article/view/186/185> (Πρόσβαση: 1 Μαΐου 2022)
- Niles, R. (2002) Three Questions for Theme Park Fans, *Theme Park Insider*, 18 October. Available at: <https://www.themeparkinsider.com/news/response.cfm?ID=793> (Accessed: 7 October 2021)
- Niu, Y., Park, H. and Kirilenko, A. (2019) Theme Park Visitor Experience and Satisfaction: A Case of Trip Advisor Reviews of Three Theme Parks in Orlando, *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally*. 11. Melbourne, Australia, June 25-27. Available at: https://scholarworks.umass.edu/ttra/2019/research_papers/11/ (Accessed: 5 June 2022)
- Ξεκαλάκη, Ε. (2001) Μη Παραμετρική Στατιστική. 1^η έκδοση. Αθήνα: Μπένου Ε. Διαθέσιμο στην: <http://www2.stat-athens.aueb.gr/~exek/NPar-Statistics/index.html>
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2021) *Αναζήτηση ξενοδοχείων και κάμπινγκ*. Διαθέσιμο στην: <https://services.grhotels.gr/el/SearchAccommodation/Results?peripheryID=10202&peripheralUnitID=20&islandID=&municipalityID=&chkHotel=on&chkCamping=on&chkStar5=on&chkStar4=on&chkStar3=on&chkStar2=on&chkStar1=on&b73=&b46=&b59=&b32=&b40=&b24=&b30=&b114=&b61=&ctl00%24ctl00%24OPlaceHolderMain%24PlaceHolderMain%24txtSelect=00000000000000000000000000000000&b1=&b60=&b68=&b16=&b4=&b55=&b66=&b15=&bchk18=&b7=&b34=&b39=&bchk23=&b65=&b52=&b64=&b20=&b50=&b42=&b17=&b80=&b56=&b63=&b54=&bchk35=&b27=&b9=&b71=&b11=&btnSearch=%CE%91%CE%BD%CE%B1%CE%B6%CE%AE%CF%84%CE%B7%CF%83%CE%B7> (Πρόσβαση: 10 Οκτωβρίου 2021)
- Ουζούνη, Χ., Νακάκης, Κ. (2011) Η Αξιοπιστία και η Εγκυρότητα των Εργαλείων Μέτρησης σε Ποσοτικές Μελέτες, *ΝΟΣΗΛΕΥΤΙΚΗ*, 50(2), σελ. 231–239. Διαθέσιμο στην: https://www.researchgate.net/publication/331499029_E_Axiopistia_kai_Enkyroteta_ton_ergaleion_metreses_se_posotikes_meletes (Πρόσβαση: 10 Νοεμβρίου 2022)

- O'Loughlin, E., (2020) How To... Calculate Cronbach's Alpha in SPSS. 9 November. Available at:
https://www.youtube.com/watch?v=TgJG_yDYGec(Accessed: 17 November 2022)
- OdysseusZooLand, (2022) *Discover Odysseus Zoo Land Kefalonia*. Available at:
<https://odysseuszooland.com/>(Accessed: 30 March 2022)
- Ostwald, M. J. (2001) 'Identity Tourism, virtuality and the Theme Park', in Holmes, D. (ed). *Virtual Globalisation: Virtual Spaces / Tourist Spaces*, pp. 192-204. London: Routledge. Available at:
https://www.academia.edu/934454/Identity_Tourism_virtuality_and_the_theme_park
(Accessed: 13 October 2021)
- Orr, R. (2021) How big is Disney World? Sizes of all Wald Disney World theme parks. Available at: <https://disneyparkadvisor.com/how-big-is-disney-world/?fbclid=IwAR3ZDwN11jypmV71pL-BqYlqOBcZx9H12hsELj6yqwxijrnALU6WnumvqDY> (Accessed: 10 January 2022)
- Owens, M. (no date) *NEWS: Disney Theme Park Revenues Increase By Billions*. Available at: <https://www.disneyfoodblog.com/2021/11/10/news-disney-theme-park-revenues-increase-by-billions/> (Accessed: 10 September 2022)
- Πάρκο Δεινοσαύρων, (2020)*Περιβαλλοντικό Προϊστορικό Πάρκο Δεινοσαύρων*. Διαθέσιμο στην: <https://parkodeinosauron.gr/>(Πρόσβαση: 30 Μαρτίου 2022)
- Περιφέρεια Ηπείρου (2015) *Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Ηπείρου 2015-2019, Στρατηγικός Σχεδιασμός*. Διαθέσιμο στην:
https://www.php.gov.gr/images/stories/anakoinoseis/2015/epixeirisiako_programma_2015-2019.pdf (Πρόσβαση: 30 Νοεμβρίου)
- Περιφέρεια Ηπείρου, Περιφερειακή Ενότητα Θεσπρωτίας (χωρίς χρονολογία α). *Γενικές Πληροφορίες*. Διαθέσιμο στην:
<https://www.thesprotia.gr/genikes-plirofories/> (Πρόσβαση: 1 Δεκεμβρίου 2021)
- Περιφέρεια Ηπείρου, Περιφερειακή Ενότητα Θεσπρωτίας (χωρίς χρονολογία β). *Δήμοι & Κοινότητες Περιφερειακής Ενότητας Θεσπρωτία*. Διαθέσιμο στην:
<https://www.thesprotia.gr/dimoi/> (Πρόσβαση 1 Δεκεμβρίου 2021)
- Περιφέρεια Ηπείρου, Περιφερειακή Ενότητα Θεσπρωτίας (χωρίς χρονολογία γ). *Ιστορικά στοιχεία: Η Ιστορία της Θεσπρωτίας*. Διαθέσιμο στην:
<https://www.thesprotia.gr/istorika-stoicheiaa/> (Πρόσβαση: 1 Δεκεμβρίου 2021)

Βιβλιογραφία

- Page, S. (2000) Theme parks. In Ryan, C. and Page, S. (eds.), *Tourism Management*. pp. 227-232. Amsterdam: Pergamon. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780080519449>
- ParcDeParis.com (2022) *Discoveryland – UnextraordinaireFutur à Disney*. Available at: <https://parcdeparis.com/discoveryland-disneyland-paris/> (Accessed: 29 March 2022)
- Park, K.S., Reisinger, Y. and Park C.S. (2009) Visitors' Motivation for Attending Theme Parks in Orlando, Florida. *Event Management*, 13(2), pp. 83-101. DOI: <https://doi.org/10.3727/152599509789686308>
- Park World (2018) *OCT Group: China's largest park operator seeks international recognition*. Available at: <https://www.parkworld-online.com/oct-group/> (Accessed 10 November 2022)
- Pearce, P.L. (1988) *The Ulysses factor: Evaluating visitors in tourist settings*. New York: Springer-Verlag. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-1-4612-3924-6>
- Perret, J., (2018) SPSS - Kruskal-Wallis-Test (k independent samples, ordinal). 17 October. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=X7mArPcPkw4> (Accessed: 17 November 2022)
- Pikkemaat, B., and Schuckert, M. (2007). Success factors of theme parks—An exploration study. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 55(2), pp. 197-208. Available at: <https://hrcak.srce.hr/en/clanak/38801> (Accessed: 2 January 2022)
- PortAventura, (2022) *PortAventura Park*. Available at: <https://www.portaventuraworld.com/en/portaventura> (Accessed: 29 March 2022)
- PortAventura WorldParks & Resort (2021). *2020 Corporate responsibility report of the PortAventura Group*. Available at: https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/portaventura-world-production-files/wilson_cms/documents/documents/000/015/499/original/2020_Informe-RC-PA-EN_baixa.pdf (Accessed: 12 September 2022)
- PortAventura WorldParks & Resort (2022). *2021 Corporate responsibility report PortAventura World Parks & Resort*. Available at: https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/portaventura-world-production-files/wilson_cms/documents/documents/000/016/586/original/2021_Informe-RC-PA-EN_baixa.pdf (Accessed: 12 September 2022)
- Powell, C. (ed.) (2017) *25 years of economic and social contribution*. Available at: <https://cdn.businessinsider.nl/wp->

content/uploads/2017/02/14398_LIVRE_STUDIO_GB_72.pdf (Accessed: 15 June 2022)

- Ρούσσος, Π. και Ευσταθίου, Γ. (2008) *Σύντομο εγχειρίδιο SPSS 16.0*. Διαθέσιμο στην: http://old.psych.uoa.gr/~roussosp/gr/SPSS16_Manual_Greek.pdf (Πρόσβαση: 13 Νοεμβρίου 2022)
- Παπαδόπουλος, Γ. (χωρίς χρονολογία) *Περιγραφική στατιστική: Διδακτικές σημειώσεις στο Εργαστήριο Μαθηματικών και Στατιστικής*. Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών - Τμήμα Επιστήμης Φυτικής Παραγωγής. Διαθέσιμο στην: <https://www.aua.gr/gpapadopoulos/files/perigrafiki08.pdf> (Πρόσβαση 25 Σεπτεμβρίου 2022)
- Πρώιου, Π. (2017) *Η επίδραση της διαφήμισης στην ανάδειξη των θεματικών πάρκων*. (Μη εκδοθείσα διπλωματική εργασία). Πανεπιστήμιο Μακεδονίας. Διαθέσιμο στην: <https://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/21891/3/ProiouPanagiotaMsc2017.pdf> (Πρόσβαση: 8 Οκτωβρίου 2021)
- Railway Technology (2018) *RER E Line Extension, Paris*. Available at: <https://www.railway-technology.com/projects/rer-e-line-extension-paris/> (Accessed: 25 October 2022)
- Ralph O. (2022) *The top 20 theme parks and amusement parks in Europe*, Bloolooop, 11 June. Available at: <https://bloolooop.com/theme-park/in-depth/top-theme-parks-europe/> (Accessed:20 October 2022)
- Ranalli, M. &Rocci, R. (2015) Clustering Methods for Ordinal Data: A Comparison Between Standard and New Approaches, *Advances in Statistical Models for Data Analysis*, pp. 221–229. DOI:https://doi.org/10.1007/978-3-319-17377-1_23
- Research with Fawad (2020) Kruskal-Wallis H Test: Concept, Interpretation, and Reporting. 15 May. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=tjb87PhiswQ> (Accessed:17 November 2022)
- Richard B., Kaak K. andOrlowski M., (2017) Theme Park Tourism. *The SAGE International Encyclopedia of Travel and Tourism*Chapter. pp. 1218-1221. New York, NY: Sage. Available at: https://www.researchgate.net/publication/266146281_Theme_Park_Tourism_Encyclopedia_Entry(Accessed: 1 April 2022)

Βιβλιογραφία

- Rubin, J. (ed.) (2017) *TEA/AECOM 2016 Theme index, Museum index 2016: The Global Attractions Attendance Report*. Available at <https://aecom.com/content/wp-content/uploads/2017/06/2016-ThemeMuseum-Index.pdf> (Accessed: 10 May 2022)
- Rubin, J. (ed.) (2018) *TEA/AECOM 2017 Theme index, Museum index 2017: The Global Attractions Attendance Report*. Available at: <https://aecom.com/content/wp-content/uploads/2018/05/2017-Theme-Museum-Index.pdf> (Accessed: 10 May 2022)
- Rubin, J. (ed.) (2019a) *TEA/AECOM 2018 Theme index, Museum index 2018: The Global Attractions Attendance Report*. Available at: <https://aecom.com/content/wp-content/uploads/2019/05/Theme-Index-2018-5-1.pdf> (Accessed: 10 May 2022)
- Rubin, J. (ed.) (2019b) *TEA/AECOM 2019 Theme index, Museum index 2019: The Global Attractions Attendance Report*. Available at: <https://aecom.com/wp-content/uploads/documents/reports/AECOM-Theme-Index-2019.pdf> (Accessed: 10 May 2022)
- Rubin, J. (ed.) (2020) *TEA/AECOM 2020 Theme index, Museum index 2020: The Global Attractions Attendance Report*. Available at <https://aecom.com/wp-content/uploads/documents/reports/AECOM-Theme-Index-2020.pdf> (Accessed: 10 May 2022)
- Σταθόπουλος, Δ. (2006) *Τουριστική Ανάπτυξη Ηπείρου*. Travel Daily News Greece and Cyprus. Διαθέσιμο στην: <https://traveldailynews.gr/columns/article/1113> (Πρόσβαση: 4 Δεκεμβρίου 2021)
- Sasaki, K., Harada, M. and Morino, S. (1997) Economic impacts of theme-park development by input-output analysis: a process toward local industrialization of leisure services, *Managing Leisure*, 2(1), pp. 29–38.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/136067197376266>
- SNCB International (no date) *Marne-la-Vallée - Chessy train station (Disneyland® Paris)*. Available at: <https://www.b-europe.com/EN/Stations/Marne-la-Vallee-Chessy> (Accessed: 25 October 2022)
- Soloviova, Y. V. (2003) La influencia del Parque Temático de Port Aventura al desarrollo del turismo ruso en Costa Dorada. *Servicios y transporters en el desarrollo territorial de España*, pp. 307-314. Available at: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/64374/La%20influencia%20del%20Parque>

[%20tem%C3%A1tico%20de%20Port%20aventura.%20Soloviova%2C%20y.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#) (Accessed: 29 September 2022)

- Soteriades, M. D. and Dimou, I. (2011) Special Events: A Framework for Efficient Management, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20(3-4), pp. 329–346. DOI:<https://doi.org/10.1080/19368623.2011.562418>
- Statista (2022a) *Attendance at Disney theme parks in the United States from 2019 to 2021, by park(in millions)*. Available at: <https://www.statista.com/statistics/227490/disney-world-visitors-orlando-usa/>(Accessed: 15 December 2022)
- Statista (2022b) *Leading amusement and theme parks worldwide in 2019 and 2021, by attendance (in millions)*. Available at: <https://www.statista.com/statistics/194247/worldwide-attendance-at-theme-and-amusement-parks/>(Accessed: 25 October 2022)
- Statista (2022c) *Market size of amusement parks worldwide in 2019 and 2020, with forecast for 2021 and 2025(in billion U.S. dollars)*. Available at: <https://www.statista.com/statistics/1180141/amusement-parks-market-size-worldwide/?fbclid=IwAR0igyU8teZ1UnSkLIctVuKwkTbaL3resXXzCd2icYp1YtRu5NP2P0xGCBU> (Accessed: 20 December 2022)
- Statista (2022d) *Number of visitors to Disneyland Paris theme park in France from 2009 to 2021(in million)*. Available at: <https://www.statista.com/statistics/639475/disneyland-paris-theme-park-visitor-numbers/>(Accessed: 25 October 2022)
- Statista (2022e) *Revenue of Merlin Entertainments from 2010 to 2021(in billion GBP)*. Available at: <https://www.statista.com/statistics/518691/revenue-of-merlin-entertainments/> (Accessed:25 October 2022)
- Statista (2022f) *Revenue of Merlin Entertainments in 2020 and 2021, by segment (in million GBP)*. Available at: <https://www.statista.com/statistics/663974/revenue-of-merlin-entertainments-by-type/>(Accessed: 25 October 2022)
- Statista (2022g) *Revenue of SeaWorld Entertainment from 2010 to 2021(in billion U.S. dollars)*. Available at: <https://www.statista.com/statistics/427133/revenue-of-seaworld-entertainment/>(Accessed: 25 October 2022)

Βιβλιογραφία

- Statista (2022h) *Revenue of selected amusement and theme park companies worldwide in 2021(in billion U.S. dollars)*. Available at: <https://www.statista.com/statistics/258810/theme-und-amusement-park-companies-ranked-by-revenue/>(Accessed: 25 October 2022)
- Statistics How To (2023) *Spearman Correlation in SPSS*. Available at: https://www.statisticshowto.com/spearman-correlation-in-spss/?fbclid=IwAR2n2--Wrz5qKQ0Owdq_DufC8JICqCQRw2JGKZ5uZow3RSRRfPoF6-wa73c (Accessed at: 7 January 2023)
- Statistics Solution (2022) *Conduct and Interpret a Cluster Analysis*. Available at: <https://www.statisticssolutions.com/free-resources/directory-of-statistical-analyses/cluster-analysis/> (Accessed: 29 September 2022)
- Statistics Solutions (2023) *Correlation (Pearson, Kendall, Spearman)*. Available at: <https://www.statisticssolutions.com/free-resources/directory-of-statistical-analyses/correlation-pearson-kendall-spearman/?fbclid=IwAR3mTn45-4FTOC0QR7QfFZ7YRvwsBAk0uR0jvJvbqv6mz2XJqFcevnYvQtE> (Accessed: 7 January 2023)
- Stoll, J. (2022) *Revenue of the Walt Disney Company in the fiscal year 2022, by operating segment(in billion U.S. dollars)*. Available at: <https://www.statista.com/statistics/193140/revenue-of-the-walt-disney-company-by-operating-segment/>(Accessed: 15 December 2022)
- Sun, L-H. and Uysal, M. (1994) The Role of Theme Parks in Tourism, *Hospitality Review*,12(1), pp. 71-80 Available at: <https://digitalcommons.fiu.edu/hospitalityreview/vol12/iss1/8> (Accessed: 29 December 2021)
- Τμήμα Περιβάλλοντος (χωρίς χρονολογία) *Εκτίμηση Επιπτώσεων στο Περιβάλλον από Έργα*. Διαθέσιμο στην: http://www.moa.gov.cy/moa/environment/environmentnew.nsf/page09_gr/page09_gr?OpenDocument (Πρόσβαση: 18 Νοεμβρίου 2022)
- *Τουριστικός Οδηγός νομού Θεσπρωτίας. Επιμελητήριο Θεσπρωτίας, Τουριστικός Οδηγός*. Διαθέσιμο στην: <https://www.thesprotia-holidays.gr/el/> (Πρόσβαση: 24 Νοεμβρίου 2021)
- Τράπεζα της Ελλάδος (2022) *Ισοζύγιο πληρωμών*. Διαθέσιμο στην:

<https://www.bankofgreece.gr/statistika/ekswterikos-tomeas/isozygio-plhrwmwn>

(Πρόσβαση: 5 Ιουλίου 2022)

- Τσαγκανού, Χ. (2020) *Τα θεματικά πάρκα και η συμβολή τους στην τοπική ανάπτυξη*. (Μη εκδοθείσα μεταπτυχιακή εργασία). Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας. Διαθέσιμο στην:

<https://ir.lib.uth.gr/xmlui/bitstream/handle/11615/53280/21331.pdf?sequence=1>

(Πρόσβαση: 6 Οκτωβρίου 2021)

- Tan, W. K. and Huang, S.Y (2020) Why visit theme parks? A leisure constraints and perceived authenticity perspective, *Journal of retailing and consumer services*. 57.

DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102194>

- The Council of The European Communities (1992) *On the conservation of natural habitats and of wild fauna and flora* (Council Directive 92/43/EEC), 21 May. Available at: [EUR-Lex - 31992L0043 - EN - EUR-Lex \(europa.eu\)](http://eur-lex.europa.eu/lexuri/csdl.nsf/(uri)EUR-Lex-31992L0043-EN-20211202-1) (Accessed: 2 December 2021)

- The European Parliament and the Council of the European Union (2009) *On the Conservation of wild birds (Codified version)* (Directive 2009/147/EC), 30 November. Available at: [EUR-Lex - 32009L0147 - EN - EUR-Lex \(europa.eu\)](http://eur-lex.europa.eu/lexuri/csdl.nsf/(uri)EUR-Lex-32009L0147-EN-20211202-1) (Accessed: 2 December 2021)

- The European Parliament and the Council of the European Union (2014) *On the assessment of the effects of certain public and private projects on the environment*(amending Directive 2011/92/EU), 16 April.. Available at: <http://data.europa.eu/eli/dir/2014/52/oj> (Accessed: 18 November 2022)

- The European Parliament and the Council of the European Union (2011) *On the assessment of the effects of certain public and private projects on the environment (Codification)* (Directive 2011/92/EU), 13 December. Available at:

<http://data.europa.eu/eli/dir/2011/92/oj>(Accessed: 18 November 2022)

- ‘Theme Park’ (no date) in Merriam-Webster Dictionary Online. Available at: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/theme%20park> (Accessed: 5 January 2022)

- TheParkDB (no date) *How to size an attraction (of any kind)*. Available at:

https://www.theparkdb.com/blog/how-to-size-an-attraction-of-any-kind/?fbclid=IwAR0hYnR86nUHPvyefLDWMnMiVErqGihDtV70oED1I91vpp-5jIhXEu_vz-8 (Accessed: 3 November 2022)

- TheResearcher (2018) *Μη παραμετρική ανάλυση διακύμανσης στο SPSS (Kruskal Wallis)*. 20 Ιανουαρίου. Διαθέσιμο στην:

<https://www.youtube.com/watch?v=W5r2Mu3gtJE> (Πρόσβαση: 12 Νοεμβρίου 2022)

- The Tourwriter Team (2015) *Theme Parks are a Key Attraction for Travelers*. Available at: <https://www.tourwriter.com/theme-parks-are-a-key-attraction-for-travelers/> (Accessed: 28 September 2022)
- Tousis, P., (2019) Chisquare - έλεγχος ανεξαρτησίας παράδειγμα spss. 12 Φεβρουαρίου. Διαθέσιμο στην: <https://www.youtube.com/watch?v=4FSc1ANRgXI> (Πρόσβαση: 12 Νοεμβρίου 2022)
- Trashcans Unlimited (2020) *World's largest amusement parks*. Available at: <https://trashcansunlimited.com/blog/the-worlds-6-largest-theme-parks/> (Accessed: 3 November 2022)
- Tsaganou, C. and Komninou E., (2022) *The Contribution of theme parks to the local development*. Available at: https://www.researchgate.net/publication/358830914_The_contribution_of_theme_parks_to_the_local_development (Accessed: 20 April 2022)
- Tutorials4view (2018) How to cut out an image / object in Illustrator CC 2018. 15 October. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=g24oB-68YGw> (Accessed 2 February 2022)
- Υπουργείο Ανάπτυξης (2003) *Μελέτη Τουριστικής Ανάπτυξης Περιφέρειας Ηπείρου*. Διαθέσιμο στην: http://www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files_basic_pages/perilipsi_hpeiros.pdf (Πρόσβαση: 1 Δεκεμβρίου 2021)
- Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας (2020), *Δίκτυο NATURA 2000*. Διαθέσιμο στην: <https://ypen.gov.gr/perivallon/viopoikilotita/diktyo-natura-2000/> (Πρόσβαση: 1 Δεκεμβρίου 2021)
- Universal's Islands of Adventure (no date) Available at: <https://www.universalorlando.com/webdata/k2/en/us/files/Documents/islands-of-adventure-park-map-english.pdf> (Accessed 30 March 2022)
- Universal Orlando Resort™ (2022). *Universal's Islands of adventure*. Available at: https://site.universalorlando.com/minisite/Universal_Islands_of_Adventure/islands-of-adventure.aspx (Accessed: 30 March 2022)
- Universal Orlando Resort (2022) *Universal's Islands of Adventure Theme Park*. Available at: <https://www.universalorlando.com/web/en/us/theme-parks/islands-of-adventure> (Accessed: 30 March 2022)

Βιβλιογραφία

- VisitThesprotia (2020) *Παραμυθιά Θεσπρωτίας*. Διαθέσιμο στην: <https://www.visit-thesprotia.gr/item/παραμυθιά-θεσπρωτίας/> (Πρόσβαση: 30 Νοεμβρίου 2021)
- Φωτίου Ε. (2019) *Θεματικό Πάρκο ΣυνεβρούAreaSynest*. Διαθέσιμο στην: <https://mamakita.gr/thematiko-parko-area-synest/> (Πρόσβαση: 30 Μαρτίου 2022)
- Χαλικιάς, Μ., Μανωλέσου, Α. και Λάλου, Π. (2015) *Μεθοδολογία Έρευνας και Εισαγωγή στη Στατιστική Ανάλυση Δεδομένων με το IBMSPSSSTATISTICS*. Διαθέσιμο στην: <https://eclass.uoa.gr/modules/document/file.php/PRIMEDU294/Biblio%20Statistics%20SPSS%20Kalipos.pdf> (Λήψη: 1 Νοεμβρίου 2022)
- Xu, Zh.,Zhang Y. and Ryan C. (2022) Visitor Experience and Emotion at six types of theme parks. *Travel and Tourism Research Association: Advancing tourism research globally*, 16, TTRA International Conference, 2022. Victoria, British Columbia 14-16 June. Available at: <https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2779&context=ttra> (Accessed: 2 November 2022)
- Web-Greece.gr (χωρίς ημερομηνία) *Θεσπρωτία: Μαγευτική ακτογραμμή με γραφικά λιμανάκια*. Διαθέσιμο στην: <http://web-greece.gr/destinations/thesprotia-epirus/> (Πρόσβαση: 20 Οκτωβρίου 2021)
- Wei, W., Qi, R. and Zhang, L. (2019) Effects of virtual reality on theme park visitors' experience and behaviors: A presence perspective. *Tourism Management*. 71, pp. 282-293 DOI:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.10.024>
- Williams, S. (2009) *Tourism Geography: A new synthesis*. 2nd edition. Oxon: Routledge, Taylor & Francis Group. Available at: <https://perpus.univpancasila.ac.id/repository/EBUPT180170.pdf> (Downloaded: 2 July 2022)
- Wong, K. K. F., and Cheung, P. W. Y. (1999) Strategic theming in theme park marketing, *Journal of Vacation Marketing*, 5(4), pp. 319–332. DOI: <https://doi.org/10.1177/135676679900500402>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ



Το παρόν ερωτηματολόγιο συντάχθηκε στο πλαίσιο εκπόνησης διπλωματικής εργασίας, με θέμα **“Τα θεματικά πάρκα και η συμβολή τους στην τουριστική ανάπτυξη.”**

Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου θα συνεισφέρει στην έρευνα που πραγματοποιείται για τη δημιουργία θεματικού πάρκου στο νομό Θεσπρωτίας, θέτοντας ως στόχο την αύξηση της τουριστικής ζήτησης, την άμβλυνση της εποχικότητας και στην ευρύτερη ανάπτυξη του νομού.

Το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο και οι πληροφορίες που θα συλλεχθούν θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά και μόνο για την υλοποίηση της παρούσας εργασίας. Η άποψή σας είναι πολύτιμη και θα συντελέσει σημαντικά στην προσπάθεια αυτή.

Ευχαριστούμε προκαταβολικά για τη συμμετοχή σας.

ΜΕΡΟΣ Α΄: Τουριστικές επιλογές συμμετεχόντων

(γενικές επιλογές)

1) Ποια περίοδο επιλέγετε να ταξιδέψετε για τις κύριες διακοπές σας;

Καλοκαίρι

Άνοιξη

Φθινόπωρο

Χειμώνας

2) Επιλέγετε να ταξιδέψετε για ολιγοήμερες διακοπές μέσα στο χρόνο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

3) Αν ναι ποια περίοδο προτιμάτε για ολιγοήμερες διακοπές;

Καλοκαίρι

Άνοιξη

Φθινόπωρο

Χειμώνας

Οποιαδήποτε περίοδο μέσα στο χρόνο

4) Ποιος είναι ο κύριος λόγος για τον οποίο πραγματοποιείτε ένα ταξίδι;

Ξεκούραση

Διασκέδαση / ψυχαγωγία

Επαγγελματικός

Πολιτιστικός

Αγάπη για τη φύση

(σχετικά με τα θεματικά πάρκα)

5) Έχετε επισκεφτεί κάποιο θεματικό πάρκο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6) Πόσες φορές έχετε επισκεφτεί ένα θεματικό πάρκο;

1-2

3-5

6+

7) Με ποιον θα επιλέγατε να επισκεφτείτε ένα θεματικό πάρκο;

Μόνος – μόνη

Με τον / την σύντροφο μου

Με φίλους μου

Με την οικογένειά μου

Με φίλους και οικογένειά μαζί

Άλλο.....

8) Τι είναι αυτό που κάνει επιτυχημένο ένα θεματικό πάρκο;

Το ίδιο το θέμα

Η ιστορία

Η ατμόσφαιρα

Οι δραστηριότητες

Άλλο.....

9) Ποιοι είναι οι λόγοι επίσκεψης σας σ' ένα θεματικό πάρκο;

Παιχνίδι

Διασκέδαση

Εμπειρία

Ελεύθερος χρόνος

Άλλο.....

ΜΕΡΟΣ Β': Δημιουργία θεματικού πάρκου στο νομό Θεσπρωτίας

1) Η δημιουργία ενός θεματικού πάρκου θα συντελέσει στην ανάπτυξη της περιοχής;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

2) Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι θα συμβάλλει;

(1= χαμηλό βαθμό, 5= πολύ υψηλό)

1 2 3 4 5

3) Ποιος τομέας θα ενισχυθεί σημαντικά; (σημειώστε μια επιλογή)

Τουρισμός

Πολιτισμός

Μακροοικονομικά στοιχεία (ΑΕΠ, εισόδημα)

Όλα τα παραπάνω

4) Πώς το θεματικό πάρκο θα επηρεάσει θετικά την κοινότητα; (σημειώστε μέχρι δύο επιλογές)

Δημιουργία νέων τουριστικών υποδομών στην περιοχή

Αύξηση του αριθμού των τουριστών στο χώρο της εστίασης

Προσέλκυση περισσότερων αγοραστών

Διαπολιτισμική επικοινωνία

Παράρτημα Α: Ερωτηματολόγιο Έρευνας

<i>Σημειώστε ένα από τα νούμερα που δείχνουν κατά πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με τις παρακάτω προτάσεις</i>	1=Διαφωνώ απόλυτα, 5=Συμφωνώ απόλυτα
5) Η δημιουργία ενός θεματικού πάρκου θα αμβλύνει την εποχικότητα και θα συμβάλει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/>
6) Το πάρκο θα αποτελέσει λύση στο πρόβλημα της ανεργίας συντελώντας στη μείωση αυτής και στην απορρόφηση προσωπικού από την ευρύτερη περιοχή	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/>
7) Η δημιουργία του θεματικού πάρκου θα αυξήσει τον αριθμό των ανθρώπων που έρχονται στην περιοχή	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/>
8) Το θεματικό πάρκο θα αποτελέσει πόλο έλξης ξένου κοινού αλλά και εσωτερικού τουρισμού	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/>
9) Η ύπαρξη υπηρεσιών φαγητού και ποτού είναι σημαντική	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/>
10) Το θεματικό πάρκο αποτελεί μια καλή επιλογή για να πραγματοποιήσω ένα ταξίδι	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/>

11) Ποιοί είναι οι κύριοι παράγοντες που καθορίζουν τον αριθμό των τουριστών που θα επισκεφτούν το θεματικό πάρκο;

Το κόστος

Η ασφάλεια

Το ίδιο το θέμα

Δραστηριότητες - Παιχνίδια

Διαμόρφωση χώρου

Χρόνος αναμονής

ΜΕΡΟΣ Γ': Προτεινόμενο μοντέλο θεματικού πάρκου

<i>Σημειώστε ένα από τα νούμερα που δείχνουν κατά πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με τις παρακάτω προτάσεις</i>	1=Διαφωνώ απόλυτα, 5=Συμφωνώ απόλυτα
1) Το θέμα του θεματικού πάρκου, βασισμένο στην ελληνική μυθολογία, θα προκαλέσει τουριστικό ενδιαφέρον	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/>
2) Οι περιγραφόμενες υπηρεσίες – δραστηριότητες που θα παρέχονται στο θεματικό πάρκο φαίνονται ικανοποιητικές	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/>
3) Οι δραστηριότητες που θα προσφέρει το θεματικό πάρκο είναι μια εμπειρία διασκέδασης και μάθησης	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/>
4) Το σκηνικό του θεματικού πάρκου όπως παρουσιάζεται φαντάζει πολύ ελκυστικό	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/>

ΜΕΡΟΣ Δ': Δημογραφικά – Γεωγραφικά χαρακτηριστικά συμμετεχόντων

1) Φύλο (Σημειώστε το φύλο σας)

Άρρεν

Θήλυ

2) Ηλικία (Σημειώστε την ακριβή ηλικία σας)

.....

3) Οικογενειακή κατάσταση (Σημειώστε μια μόνο επιλογή για την οικογενειακή σας κατάσταση)

Άγαμος

Έγγαμος

Έγγαμος με παιδιά

Άλλο

4) Γεωγραφική θέση (Σημειώστε το νομό μόνιμης κατοικίας)

Θεσπρωτία

Ιωάννινα

Άρτα

Πρέβεζα

Αττική

4) Επαγγελματική Ιδιότητα (Σημειώστε την επαγγελματική σας ιδιότητα)

.....

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β: ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΠΙΝΑΚΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ SPSS

Ταξιδεύετε για ολιγοήμερες διακοπές					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	363	89,6	89,6	89,6
	OXI	42	10,4	10,4	100,0
	Total	405	100,0	100,0	

Έχετε επισκεφτεί θεματικό πάρκο					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	251	62,0	62,0	62,0
	OXI	154	38,0	38,0	100,0
	Total	405	100,0	100,0	

Το ίδιο το θέμα					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	149	36,8	36,8	36,8
	OXI	256	63,2	63,2	100,0
	Total	405	100,0	100,0	

Η ιστορία					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	75	18,5	18,5	18,5
	OXI	330	81,5	81,5	100,0
	Total	405	100,0	100,0	

Η ατμόσφαιρα					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	125	30,9	30,9	30,9
	OXI	280	69,1	69,1	100,0
	Total	405	100,0	100,0	

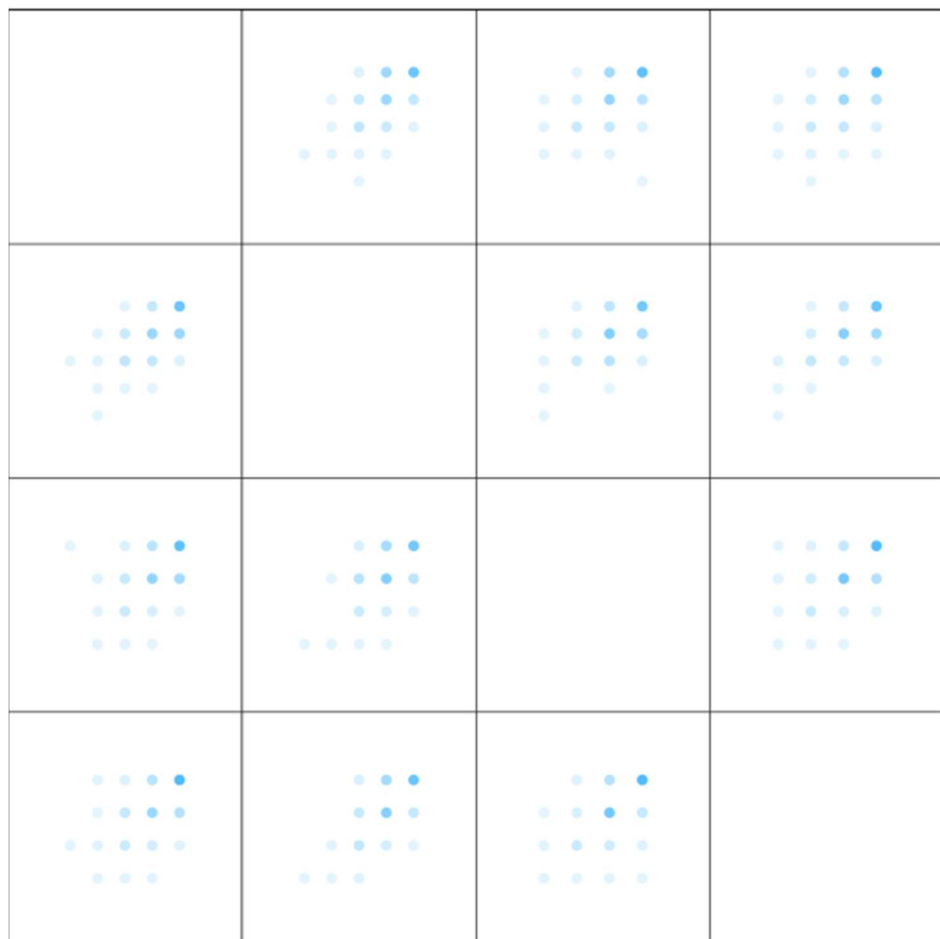
Οι δραστηριότητες					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	186	45,9	45,9	45,9
	OXI	219	54,1	54,1	100,0
	Total	405	100,0	100,0	

Ανάπτυξη της περιοχής					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	398	98,3	98,3	98,3
	OXI	7	1,7	1,7	100,0
	Total	405	100,0	100,0	

Βαθμός συμβολής					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	χαμηλός	5	1,2	1,2	1,2
	μικρός	12	3,0	3,0	4,2
	μέτριος	72	17,8	17,8	22,0
	υψηλός	174	43,0	43,0	64,9
	πολύ υψηλός	142	35,1	35,1	100,0
	Total	405	100,0	100,0	

Επαγγελματική ιδιότητα					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ιδιωτικός υπάλληλος	166	41,0	43,2	43,2
	δημόσιος υπάλληλος	87	21,5	22,7	65,9
	ελεύθερος επαγγελματίας	36	8,9	9,4	75,3
	συνταξιούχος	28	6,9	7,3	82,6
	φοιτητής - μαθητής	39	9,6	10,2	92,7
	άνεργος	12	3,0	3,1	95,8
	οικιακά	16	4,0	4,2	100,0
	Total	384	94,8	100,0	
Missing	System	21	5,2		
Total		405	100,0		

Έλεγχος μονοτονίας



Παράρτημα Β: Επιπλέον Πίνακες και Διαγράμματα SPSS

Το θέμα θα
προκαλέσει
τουριστικό
ενδιαφέρον

Ικανοποιημένος/η
από υπηρεσίες/
δραστηριότητες

Εμπειρία
διασκέδασης
και μάθησης

Ελκυστικό
σκηνικό

Το θέμα θα
προκαλέσει
τουριστικό
ενδιαφέρον

Ικανοποιημένος/η
από υπηρεσίες/
δραστηριότητες

Εμπειρία
διασκέδασης
και μάθησης

Ελκυστικό
σκηνικό

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ: ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΛΕΞΙΚΟ

<p>Αξονομετρική προβολή ή αξονομετρικό σχέδιο</p>	<p>Η παράλληλη προβολή ενός αντικειμένου, ορθή ή πλάγια, σε ένα μόνο επίπεδο προβολής. Σε ένα αξονομετρικό σχέδιο πρέπει να εμφανίζονται όλες οι βασικές έδρες του αντικειμένου. Βασική επιδίωξη ενός αξονομετρικού σχεδίου είναι να αποδίδονται και οι τρεις διαστάσεις του χώρου, παράλληλα με τη διατήρηση του τεχνικού του χαρακτήρα. (Μονεμβασίτου, Παυλίδης και Παυλίδου, 2000).</p>
<p>Ατραξιόν</p>	<p>(η) Πόλος έλξεως· ο πόλος έλξεως του ενδιαφέροντος, οτιδήποτε έλκει την προσοχή γοητεύοντας· (ειδικοτ.) ο καλλιτέχνης ή το νούμερο που σημειώνει τη μεγαλύτερη επιτυχία σε μουσική, θεατρική παράσταση ή τηλεοπτικό πρόγραμμα. [ETYM. < γαλλ. attraction «έλξη» < λατ. attractio < ad+trahere «τραβώ, έλκω»] (Μπαμπινιώτης, 1998: 316)</p>
<p>Διαπολιτισμική επικοινωνία</p>	<p>Η αλληλεπίδραση δύο ή περισσότερων μελών διαφορετικών πολιτισμικών ομάδων (διεθνών, διαθρησκευτικών, διαφυλετικών). Η κάθε μια κουλτούρα προσδίδει στα μέλη της ένα συγκεκριμένο τρόπο ζωής, συμπεριλαμβανομένων της γλώσσας, της συμπεριφοράς, του υλικού πολιτισμού, των ιδεών και πεποιθήσεων, τα οποία και μεταβιβάζουν στην επόμενη γενιά Όταν τα μέλη των ομάδων αυτών έρχονται σε επαφή, συχνά ανακαλύπτουν ότι οι προσδοκίες τους διαφέρουν σε μεγάλο βαθμό (Leeds-Hurwitz, 2017)</p>
<p>Επαγόμενες θέσεις εργασίας</p>	<p>Οι θέσεις εργασίας που δημιουργούνται όταν οι άμεσοι και έμμεσοι εργαζόμενοι βγαίνουν έξω και ξοδεύουν το αυξημένο εισόδημά τους σε καταναλωτικά αγαθά και υπηρεσίες. Οι επαγόμενες θέσεις εργασίας δημιουργούνται από τις τοπικές δαπάνες για αγαθά και υπηρεσίες από τους εργαζόμενους.</p>
<p>Ισοζύγιο Πληρωμών</p>	<p>Ο λογαριασμός που παρουσιάζει όλες τις συναλλαγές μιας χώρας με όλες τις άλλες χώρες σε μια περίοδο (Λιανός, Παπαβασιλείου και Χατζηανδρέου, 1999) Το ισοζύγιο πληρωμών είναι ένας στατιστικός πίνακας στον οποίο καταγράφονται οι συναλλαγές μεταξύ κατοίκων και μη κατοίκων, ανεξαρτήτως νομίσιματος συναλλαγής, κατά τη διάρκεια ορισμένης χρονικής περιόδου (Τράπεζα της Ελλάδος, 2022).</p>
<p>Κλίμακα Likert</p>	<p>Ένα σύστημα αξιολόγησης που χρησιμοποιείται σε ερωτηματολόγια και έχει σχεδιαστεί για τη μέτρηση της στάσης, των απόψεων ή των αντιλήψεων των ανθρώπων.</p>

	<p>Η επιλογή γίνεται από μια σειρά πιθανών απαντήσεων, που πηγάζουν από το ένα άκρο στο άλλο, με επιλογές που ξεκινούν από το «διαφωνώ απόλυτα» και φτάνουν στο «συμφωνώ απόλυτα»</p>
Φέρουσα ικανότητα	<p>Οι δυνατότητες της κοινωνικοοικονομικής δομής και του περιβάλλοντος μιας συγκεκριμένης τουριστικής περιοχής να απορροφήσουν συγκεκριμένο όγκο υποδομών και αριθμό τουριστών (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2019: 30)</p>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ: ΑΡΚΤΙΚΟΛΕΞΟ

A.E.Π.	Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν
Αν. Ν.	Αναγκαστικός Νόμος
ΕΖΔ	Ειδικές Ζώνες Διατήρησης
ΖΕΠ	Ζώνες Ειδικής Προστασίας
ΙΝΣΕΤΕ	Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων
Κ.Υ.Α.	Κοινή Υπουργική Απόφαση
Μ.Δ.Ε.	Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία
ΜΕΕΠ	Μελέτη Εκτίμησης Επιπτώσεων στο Περιβάλλον
n.d.	no date
Π.Ε.	Περιφερειακή Ενότητα
RER	A Reseau Express Regional
SCI	Sites of Community Importance
SPA	Special Protection Areas
TGV	Train à Grande Vitesse
ΤΚΣ	Τόποι Κοινοτικής Σημασίας
λ.λ.	χωρίς χρονολογία