



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ

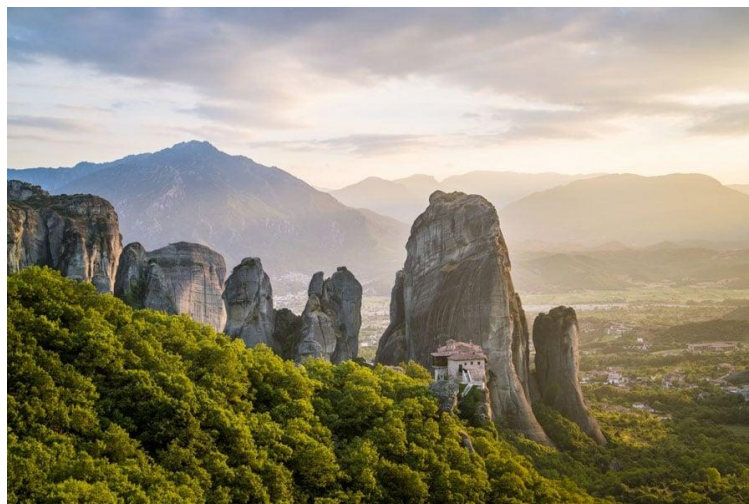
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

**ΔΙΔΡΥΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ»**

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ :

**ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΨΕΩΝ ΤΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ
ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΩΝ ΜΕΤΕΩΡΩΝ**

Μεταπτυχιακή Φοιτήτρια: Κυρίτση Αικατερίνη, 20018
Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Δρ. Πανωραία Πουλάκη
Διδάκτωρ Πανεπιστημίου Αιγαίου



ΑΘΗΝΑ, 2023

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ	ΥΠΟΓΡΑΦΗ
Δρ. Πουλάκη Πανωραία ΕΔΠΠ Πανεπιστήμιο Αργαίου	
Δρ. Δημήτριος Λαγός Ομότιμος Καθηγητής Πανεπιστήμιο Αργαίου	
Δρ. Κωνσταντίνος Μαρινάκος Επίκουρος Καθηγητής Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής	

ΜΕΛΗ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

Περίληψη

Τα Μετέωρα αποτελούν μία μοναδική περιοχή στην Ελλάδα που συνδυάζουν τη μαγεία της φύσης και τον έντονο θρησκευτικό χαρακτήρα. Τα Μοναστήρια στα Μετέωρα έχουν χτιστεί πάνω σε απότομους βράχους και δίνουν την αίσθηση πως βρίσκονται στον ουρανό, δίπλα στον Δημιουργό του ανθρώπου. Οι πόροι αυτοί, έχουν αξιοποιηθεί μέχρι σήμερα με σεβασμό από τους αρμόδιους φορείς για να αναπτυχθεί ο θρησκευτικός/προσκυνηματικός χαρακτήρας. Ωστόσο, η ευρύτερη περιοχή των Μετεώρων ενδείκνυται και για την ανάπτυξη κι άλλων μορφών εναλλακτικού τουρισμού.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να διερευνήσει μέσα από τις απόψεις και τις αντιλήψεις των τοπικών παραγόντων, των φορέων τουριστικής ανάπτυξης και των ντόπιων επιχειρηματιών, τη δυνατότητα ανάπτυξης διαφόρων μορφών εναλλακτικού τουρισμού, καθώς επίσης και να εντοπίσει όλα τα βήματα που πρέπει να πραγματοποιηθούν ώστε τα Μετέωρα να αποτελέσουν έναν προορισμό για όλους εκείνους που επιθυμούν να βιώσουν μοναδικές και εξατομικευμένες εμπειρίες που μπορεί να προσφέρει μόνο ο εναλλακτικός τουρισμός.

Για την επίτευξη του σκοπού της εργασίας, πραγματοποιήθηκε ποσοτική έρευνα με τη χρήση ερωτηματολογίου σε 41 εκπροσώπους τοπικών φορέων της ευρύτερης περιοχής των Μετεώρων. Από τα αποτελέσματα της έρευνας έγινε αντιληπτό, πως ο θρησκευτικός/προσκυνηματικός τουρισμός είναι η μορφή εκείνη που έχει αναπτυχθεί σε ικανοποιητικό βαθμό στα Μετέωρα ως απόρροια του ξεχωριστού πλούτου που διαθέτουν. Ωστόσο, δεν έχουν αποτελέσει αντικείμενο αξιοποίησης οι λοιποί πόροι της περιοχής, ώστε να αναπτυχθούν στον μέγιστο δυνατό βαθμό άλλες ενδεδειγμένες μορφές όπως είναι ο πολιτιστικός, ο γαστρονομικός και ο αθλητικός τουρισμός αναψυχής.

Οι αρμόδιοι φορείς πρέπει να επενδύσουν στην περαιτέρω ανάπτυξη των Μετεώρων, σύμφωνα με το πρότυπο του εναλλακτικού τουρισμού, δεδομένου ότι η περιοχή διαθέτει τις απαιτούμενες προϋποθέσεις όπως είναι η πρόσβαση, οι ξενοδοχειακές μονάδες και οι επιχειρήσεις εστίασης. Για να το επιτύχουν αυτό, πρέπει να υπερβούν

τα εμπόδια που αφορούν στην έλλειψη πόρων και υποδομών και να εκμεταλλευτούν τις δυνατότητες της περιοχής και τις ευκαιρίες που δεν είναι άλλες από τις κρατικές και ευρωπαϊκές επιδοτήσεις, από τις δυνατότητες που προσφέρουν οι νέες τεχνολογίες και οι ψηφιακές εφαρμογές και από την έμπρακτη και ουσιαστική συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας. Τέλος, οι αρμόδιοι φορείς πρέπει να επενδύσουν στις λύσεις που προσφέρουν οι νέες τεχνολογίες σε επίπεδο προβολής και προώθησης και να υλοποιήσουν υποδομές που εξυπηρετούν τις ανάγκες των τουριστών και προστατεύουν το φυσικό περιβάλλον.

Λέξεις κλειδιά: Μετέωρα, Εναλλακτικός τουρισμός, Εμπόδια, Ευκαιρίες, Μέτρα και δράσεις πολιτικής.

Abstract

Meteora is a unique area in Greece that combines awesome scenery with a strong religious tradition. The Monasteries in Meteora have been built on steep cliffs, and give the impression that they are in the sky, next to the Creator of man. So far, these resources have been used in a respectful manner by the stakeholders involved, with an emphasis on the religious/pilgrimage element. However, the wider area of Meteora is recommended to develop other forms of alternative tourism, as well.

The aim of this assignment is to explore, based on the views and beliefs of local stakeholders, tourism development agencies, and local entrepreneurs, the possibility of developing various forms of alternative tourism. It is also attempted to identify all the steps that need to be taken, in order for Meteora to become a destination for all those who wish to live unique and personalized experiences that only alternative tourism can offer.

In order to reach this aim, quantitative research was carried out by using a questionnaire on 41 representatives of local stakeholders in the wider area of Meteora. Research results made it obvious that religious/pilgrimage tourism has been developed in Meteora to a satisfactory degree, as a result of the rich and unique resources that are available in the area. Nevertheless, other resources in the area have not been exploited, which would have resulted in the optimum development of other appropriate forms of tourism, as well, such as cultural, gastronomic, and recreational sports tourism.

The stakeholders involved should invest in the further development of Meteora, based on the model of alternative tourism, since the area meets the necessary conditions, such as easy access, and availability of hotel accommodation and catering facilities. To achieve this, the stakeholders involved need to overcome any barriers that refer to the lack of resources and infrastructure; they should also be able to exploit the region's potential, along with opportunities that are currently limited to government and EU subsidies, and possibilities offered by new technologies and digital applications, combined with the practical and essential participation of the local community. Finally, the stakeholders involved should invest in solutions offered by new technologies, in

terms of promotion and marketing, and also build the necessary infrastructure to serve the needs of tourists, and protect the natural environment, at the same time.

Keywords: Meteora, Alternative Tourism, Barriers, Opportunities, Measures and policy actions.

Περιεχόμενα

Περίληψη	1
Abstract.....	3
Εισαγωγή	10
1. Εναλλακτικός και ειδικός τουρισμός.....	12
1.1 Ο μαζικός τουρισμός και οι επιπτώσεις του.....	12
1.2 Ο εναλλακτικός τουρισμός	15
1.3 Μορφές εναλλακτικού και ειδικού τουρισμού.....	18
1.3.1 Πολιτιστικός τουρισμός.....	18
1.3.2 Θρησκευτικός/Προσκυνηματικός τουρισμός.....	20
1.3.3 Γαστρονομικός τουρισμός.....	23
1.3.4 Αθλητικός τουρισμός αναψυχής.....	25
1.4 Καλές πρακτικές για την προώθηση και προβολή των εναλλακτικών τουριστικών προορισμών	27
1.5 Ο ρόλος του κράτους στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού	29
2. Ο προορισμός των Μετεώρων	30
2.1 Γεωγραφικές και γεωλογικές πληροφορίες για τα Μετέωρα.....	30
2.2 Το συνολικό τουριστικό προϊόν των Μετεώρων.....	31
2.2.1 Αξιοθέατα και περιβάλλον	31
2.2.2 Υποδομές και υπηρεσίες.....	34
2.2.3 Εικόνες και αντιλήψεις του κοινού για τον προορισμό	36
2.2.4 Προσβασιμότητα	37
2.2.5 Τιμή προϊόντος	38
2.3 SWOT Ανάλυση για τα Μετέωρα	39
3. Μεθοδολογία της έρευνας	41
3.1 Σκοπός και ερευνητικά ερωτήματα	41
3.2 Ερευνητική στρατηγική	42
3.3 Εργαλείο συλλογής δεδομένων.....	43
3.4 Δείγμα της έρευνας.....	45
3.5 Δεοντολογία της έρευνας	45

4.	Αποτελέσματα έρευνας	46
4.1	Υφιστάμενη κατάσταση ανάπτυξης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού ..	46
4.2	Πιθανά Εμπόδια	51
4.3	Πιθανές ευκαιρίες.....	53
4.4	Συμπεριφορά τουριστών σύμφωνα με τις αντιλήψεις των τουριστικών φορέων της περιοχής των Μετεώρων.....	55
4.5	Απόψεις των τουριστικών φορέων των Μετεώρων σχετικά με τη διαχείριση και την προώθηση του τουριστικού προϊόντος της περιοχής.....	60
4.6	Μέτρα πολιτικής/ Δράσεις/ Προτάσεις για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού.....	61
5.	Συζήτηση αποτελεσμάτων.....	65
5.1	Η υφιστάμενη κατάσταση ανάπτυξης των μορφών εναλλακτικού τουρισμού στα Μετέωρα	65
5.2	Ο βαθμός στον οποίον τα Μετέωρα διαθέτουν τους απαιτούμενους πόρους για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού	66
5.3	Τα εμπόδια και οι ευκαιρίες ανάπτυξης των μορφών εναλλακτικού τουρισμού στα Μετέωρα	68
5.4	Η διαχείριση και η προώθηση του τουριστικού προϊόντος των Μετεώρων...	69
5.5	Τα μέτρα πολιτικής, οι δράσεις και οι προτάσεις των τουριστικών φορέων για την περαιτέρω ανάπτυξη των Μετεώρων	70
6.	Συμπεράσματα.....	70
6.1	Συμπεράσματα θεωρητικού μέρους	70
6.2	Συμπεράσματα πρακτικού μέρους.....	72
6.3	Μέτρα πολιτικής	74
6.4	Περιορισμοί και προτάσεις για μελλοντικές έρευνες	74
	Βιβλιογραφία	75
	Παράρτημα: Ερωτηματολόγιο	82

Ευρετήριο Πινάκων

Πίνακας 1. Αποτελέσματα για το βαθμό στον οποίο ο εναλλακτικός τουρισμός έχει αναπτυχθεί στα Μετέωρα σε σχέση με τους πόρους που διαθέτει	46
Πίνακας 2. Αποτελέσματα για το βαθμό στον οποίο έχουν αναπτυχθεί κάποιες μορφές εναλλακτικού τουρισμού στα Μετέωρα	47
Πίνακας 3. Αποτελέσματα για την πρόσβαση στα Μετέωρα και την επάρκεια των υποδομών (ξενοδοχειακές υποδομές, χώροι εστίασης, προσφερόμενες δραστηριότητες) στα Μετέωρα	48
Πίνακας 4. Αποτελέσματα για τα χαρακτηριστικά που μπορούν να αποτελέσουν προτρεπτικούς ή αποτρεπτικούς παράγοντες επίσκεψης στα Μετέωρα.....	49
Πίνακας 5. Αποτελέσματα για το ποια είναι τα δυνατά στοιχεία των Μετεώρων	51
Πίνακας 6. Αποτελέσματα για το ποια είναι τα εμπόδια ανάπτυξης των μορφών εναλλακτικού τουρισμού	51
Πίνακας 7. Έλεγχος συσχέτισης μεταξύ των εμποδίων ανάπτυξης των μορφών εναλλακτικού τουρισμού	52
Πίνακας 8. Αποτελέσματα για τους πόρους που διαθέτουν τα Μετέωρα για την ανάπτυξη διάφορων μορφών εναλλακτικού τουρισμού	54
Πίνακας 9. Αποτελέσματα για τις ευκαιρίες ανάπτυξης των μορφών εναλλακτικού τουρισμού.....	54
Πίνακας 10. Αποτελέσματα για τις προτιμήσεις των τουριστών αναφορικά με τον τρόπο επίσκεψης στα Μετέωρα.....	55
Πίνακας 11. Αποτελέσματα για τον κύριο λόγο επίσκεψης στα Μετέωρα	58
Πίνακας 12. Αποτελέσματα για τα κύρια ενδιαφέροντα των τουριστών στα Μετέωρα	58
Πίνακας 13. Έλεγχος συσχέτισης μεταξύ ενδιαφερόντων των τουριστών στα Μετέωρα	59
Πίνακας 14. Αποτελέσματα για τη διαχείριση και την προώθηση του τουριστικού προϊόντος στα Μετέωρα	61
Πίνακας 15. Αποτελέσματα για τα μέτρα και τις δράσεις που μπορούν να κάνουν οι αρμόδιες αρχές ώστε να συνεισφέρουν στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού	62

Πίνακας 16. Έλεγχος συσχέτισης μεταξύ μέτρων και δράσεων που μπορούν να κάνουν οι αρμόδιες αρχές ώστε να συνεισφέρουν στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού63

Ευρετήριο Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1. Αποτελέσματα για το ποιο είναι το σημαντικότερο αξιοθέατο/ μνημείο στα Μετέωρα	50
Διάγραμμα 2. Αποτελέσματα για το ποια είναι η πιο δημοφιλής περίοδος επίσκεψης στα Μετέωρα	56
Διάγραμμα 3. Αποτελέσματα για το ποια είναι η μέση διάρκεια διαμονής των τουριστών στα Μετέωρα.....	57

Εισαγωγή

Ο τουρισμός θεωρείται ως ένα από τα εργαλεία που διαθέτει η σύγχρονη ανθρωπότητα, προκειμένου να μπορέσει να αντιμετωπίσει τη φτώχεια που βιώνει μεγάλος αριθμός ανθρώπων παγκοσμίως, να εξαλείψει τις οικονομικές και κατά συνέπεια τις κοινωνικές ανισότητες και να δημιουργήσει οικονομικές ευκαιρίες και ευκαιρίες εργασίας για επιχειρηματίες και άνεργους πολίτες (Lee et al., 2022). Ωστόσο, η ανάπτυξη του τουρισμού από άκρη σε άκρη, δεν είναι πανάκεια, ειδικά αν δεν έχουν λάβει χώρα οι απαιτούμενες προβλέψεις και ο κατάλληλος σχεδιασμός (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2019).

Κατά τη διάρκεια του 20^{ου} αιώνα, όπου ο τουρισμός αναπτύχθηκε ταχύτατα και αποτέλεσε αγαθό διαθέσιμο για όλους τους πολίτες, οι τουριστικοί φορείς και οι επιχειρηματίες στον χώρο, δεν προχώρησαν σε προβλέψεις σχετικά με τις επιπτώσεις που μπορεί να έχει η ανεξέλεγκτη ανάπτυξή του και οδηγήθηκαν στο πρότυπο του μαζικού τουρισμού. Ο μαζικός τουρισμός που έχει αναπτυχθεί σε πολλούς προορισμούς ανά τον κόσμο μπορεί να συμβάλλει σε μεγάλο βαθμό στην οικονομική ανάπτυξη των προορισμών, αλλά παράλληλα έχει δυσμενείς επιπτώσεις σε επίπεδο κοινωνικό, πολιτισμικό, οικονομικό και περιβαλλοντικό (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2019).

Ο μαζικός τουρισμός μπορεί να προκαλέσει οικονομικές ανισότητες και να εντείνει το χάσμα μεταξύ των ανώτερων και των κατώτερων κοινωνικών στρωμάτων, να αλλοιώσει και να υποβαθμίσει το φυσικό περιβάλλον λόγω της ανεξέλεγκτης οικοδόμησης και του μεγάλου αριθμού επισκεπτών, να αλλοιώσει την κοινωνία και τις δομές της οργάνωσής της λόγω του προσανατολισμού της απασχόλησης στον τομέα των υπηρεσιών και να υποβαθμίσει τον πολιτισμό των προορισμών, λόγω της εμπορευματοποίησης των στοιχείων της υλικής και άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς τους (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2019). Η αναγνώριση των δυσμενών επιδράσεων του μαζικού τουρισμού, διαμόρφωσε νέες ανάγκες στην κοινωνία, που οδήγησαν στη ζήτηση μορφών εναλλακτικού τουρισμού, μέσω του οποίου μπορεί να επιτευχθεί η βιώσιμη ανάπτυξη και να διασφαλιστούν συμπεριφορές που προάγουν τον σεβασμό απέναντι στο φυσικό περιβάλλον, στις ίσες ευκαιρίες για τους ανθρώπους, για τον πολιτισμό και των κουλτούρα των ντόπιων (Agora & Sharma, 2021; Terkenli & Georgoula, 2022).

Η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού και των διάφορων μορφών του, οι οποίες πρέπει να συνάδουν με τους πόρους και τις δυνατότητες των προορισμών, μπορεί να συμβάλλει σε πολύ μεγάλο βαθμό στην επίτευξη της βιώσιμης ανάπτυξης των διαφόρων προορισμών (Indwar & Muthukumar, 2023). Διάφορες μορφές εναλλακτικού τουρισμού προάγουν την υιοθέτηση «πράσινων» συμπεριφορών από την πλευρά των επιχειρηματιών και των τουριστών, γεγονός που επηρεάζει θετικά τον γενικότερο τρόπο ζωής των εμπλεκόμενων στις εν λόγω μορφές και τη μετάβαση στο μοντέλο της βιώσιμης ανάπτυξης (Sun et al., 2023).

Η παρούσα εργασία εξετάζει την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού και των διαφόρων μορφών του, στην περιοχή των Μετεώρων, μία περιοχή που αποτελεί ορόσημο για την Ορθοδοξία στην Ελλάδα. Πιο αναλυτικά, η παρούσα εργασία επιχειρεί να διερευνήσει μέσα από τις απόψεις και τις αντιλήψεις των τοπικών παραγόντων, των φορέων τουριστικής ανάπτυξης και των ντόπιων επιχειρηματιών, τη δυνατότητα ανάπτυξης διαφόρων μορφών εναλλακτικού τουρισμού, καθώς επίσης και να εντοπίσει όλα τα βήματα που πρέπει να πραγματοποιηθούν ώστε τα Μετέωρα να αποτελέσουν έναν προορισμό για όλους εκείνους που επιθυμούν να βιώσουν μοναδικές και εξατομικευμένες εμπειρίες που μπορεί να προσφέρει μόνο ο εναλλακτικός τουρισμός.

Η εργασία αποτελείται από έξι κεφάλαια, εκ των οποίων τα δύο πρώτα συνθέτουν το θεωρητικό μέρος και τα τέσσερα επόμενα το εμπειρικό. Το πρώτο κεφάλαιο εστιάζει στον εναλλακτικό τουρισμό και στις τέσσερις βασικές μορφές που μπορούν να αναπτυχθούν στα Μετέωρα, δεδομένων των πόρων που διαθέτει η περιοχή. Το δεύτερο κεφάλαιο, χρησιμοποιώντας το μοντέλο των Middleton et al. (2013) περιγράφει το συνολικό τουριστικό προϊόν που προσφέρει ο υπό εξέταση προορισμός και στη συνέχεια με τη βοήθεια της SWOT analysis, εντοπίζονται τα δυνατά και τα αδύνατα στοιχεία του προορισμού καθώς και οι ευκαιρίες και οι απειλές που εντοπίζονται στο ευρύτερο περιβάλλον. Το τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζει τις λεπτομέρειες που αφορούν στη μεθοδολογία της έρευνας που χρησιμοποιήθηκε για το τέταρτο κεφάλαιο, τα αποτελέσματα που έχουν προκύψει από τη συμμετοχή των ειδικών στον χώρο των Μετεώρων. Τέλος, στο πέμπτο και έκτο κεφάλαιο παρουσιάζονται με κριτικό τρόπο και συγκριτικά με την υφιστάμενη βιβλιογραφία, τα γενικότερα ευρήματα και συμπεράσματα της έρευνας.

1. Εναλλακτικός και ειδικός τουρισμός

1.1 Ο μαζικός τουρισμός και οι επιπτώσεις του

Το ταξίδι αποτελεί μία πτυχή της ζωής του ανθρώπου, που έχει τις ρίζες του στην αρχαιότητα. Ωστόσο, στην αρχαιότητα τα ταξίδια πραγματοποιούνταν με σκοπό την μετακίνηση πληθυσμών προς περιοχές, στις οποίες επικρατούσαν καλύτερες συνθήκες διαβίωσης, με σκοπό την αγοραπωλησία εμπορευμάτων και τέλος με σκοπό τη συμμετοχή και την παρακολούθηση αθλητικών δρώμενων. Το ταξίδι με την μορφή που έχει σήμερα, δηλαδή με σκοπό ιατρικό, ψυχαγωγικό ή εκπαιδευτικό καθιερώθηκε κατά τη διάρκεια του Διαφωτισμού στην Ευρώπη. Οι εξελίξεις που σημειώθηκαν τον 19^ο και τον 20^ο αιώνα, σε επίπεδο μεταφορών, δεν θα μπορούσαν να μην επηρεάσουν και το ταξίδι. Οι πολίτες που ανήκανε στα ανώτερα κοινωνικά και οικονομικά στρώματα, μπορούσαν να μεταβούν σε διάφορους προορισμούς με σχετική ευκολία λόγω του σιδηρόδρομου, των αεροπλάνων, των αυτοκινήτων και των λοιπών μέσων μεταφοράς, χωρίς ωστόσο να μπορούν να ακολουθήσουν οι πολίτες που ανήκαν στα χαμηλότερα στρώματα. Ωστόσο, από τα μέσα του 20^{ου} αιώνα και έπειτα, το ταξίδι σταμάτησε να αφορά μόνο τους πολίτες που εντάσσονταν στα ανώτερα κοινωνικά και οικονομικά στρώματα και να απευθύνεται σε όλα τα κοινωνικά στρώματα (Fletcher et al., 2019).

Η δυνατότητα πραγματοποίησης ταξιδιών από πολύ μεγάλο μέρος του πληθυσμού, οδήγησε στην τουριστική ανάπτυξη πολλών προορισμών, δεδομένου ότι αναγνώριζαν τα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν από την προσέλκυση των τουριστών. Πιο αναλυτικά, η τουριστική ανάπτυξη συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη των προορισμών και κατά συνέπεια στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των ντόπιων. Η προσέλκυση τουριστών έχει ως αποτέλεσμα την πραγματοποίηση επενδύσεων στον τριτογενή τομέα, δηλαδή στον τομέα των επιχειρήσεων. Ξενοδοχειακές μονάδες, επιχειρήσεις φιλοξενίας και επιχειρήσεις εστίασης και διασκέδασης αποτελούν κάποιες από τις βασικές επενδύσεις που πραγματοποιούνται σε προορισμούς που αναπτύσσονται τουριστικά. Ως φυσικό επακόλουθο, δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας στον κλάδο του τουρισμού και πολλοί ντόπιοι εγκατέλειψαν τον πρωτογενή και τον δευτερογενή τομέα, προκειμένου να εργαστούν στον τομέα των υπηρεσιών (Terkenli & Georgoula, 2022). Οι επενδύσεις αυτές και η βελτίωση του εισοδήματος και του βιοτικού επιπέδου των ντόπιων έχει ιδιαίτερα θετικό αντίκτυπο και στις

υπόλοιπες επιχειρήσεις, δεδομένης της πολλαπλασιαστικής δύναμης του τουρισμού (Kyriakaki et al., 2016; Mathouraparsad & Maurin, 2017).

Πολλοί προορισμοί, που διέθεταν πόρους ελκυστικούς για τους τουρίστες, όπως η θάλασσα, οι παραλίες, η διασκέδαση, ο πολιτισμός κτλ. άρχισαν να αναπτύσσονται τουριστικά, δημιουργώντας τις απαιτούμενες υποδομές προκειμένου να εκμεταλλευτούν τα οικονομικά οφέλη που συνεπάγεται η τουριστική ανάπτυξη (Fletcher et al., 2019). Οι υποδομές αυτές αφορούσαν σε ξενοδοχειακές μονάδες, σε λοιπές επιχειρήσεις φιλοξενίας και σε επιχειρήσεις εστίασης καθώς επίσης και σε δημόσια έργα, όπως είναι τα αεροδρόμια και τα οδικά δίκτυα (Aroga & Sharma, 2021).

Ωστόσο, η προσπάθεια από τους τοπικούς παράγοντες και τους επιχειρηματίες διαφόρων προορισμών να εκμεταλλευτούν στον μέγιστο δυνατό βαθμό την τουριστική ανάπτυξη, οδήγησε σε ενέργειες που δεν ακολουθούσαν κάποιον στρατηγικό σχεδιασμό, γεγονός που δημιούργησε ευνοϊκές συνθήκες για την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού. Το πρότυπο του μαζικού τουρισμού εστιάζει στην προσέλκυση μεγάλου αριθμού τουριστών την ίδια στιγμή, στον ίδιο προορισμό, χωρίς να εστιάζει στις επιπτώσεις που μπορεί να έχει στην τοπική κοινωνία. Πρόκειται ουσιαστικά για ένα πρότυπο που προωθεί την ραγδαία και σε πολλές περιπτώσεις τη βίαιη ανάπτυξη του τουρισμού, δίχως να έχει προηγηθεί κάποια μελέτη, μέσω της οποίας θα μπορούσε να αποφευχθεί ο κίνδυνος κατασπατάλησης των διαθέσιμων φυσικών και ενεργειακών πόρων, η υποβάθμιση του δομημένου και του φυσικού περιβάλλοντος και ο κίνδυνος καταστροφής διαφόρων οικοσυστημάτων (Andries et al., 2021).

Στο σημείο αυτό είναι πολύ σημαντικό να τονιστεί πως η ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού σχετίζεται με το φαινόμενο της κλιματικής αλλαγής. Πιο συγκεκριμένα, με γνώμονα την εξυπηρέτηση ενός μεγάλου αριθμού τουριστών που συγκεντρώνονται σε μία συγκεκριμένη περιοχή, παράγεται ένας μεγάλος όγκος προϊόντων και υπηρεσιών, γεγονός που συνδράμει στην έκλυση αερίων που σχετίζονται με το φαινόμενο του θερμοκηπίου. Επίσης, οι πολλοί τουρίστες που συγκεντρώνονται σε έναν προορισμό, καταναλώνουν πολλά προϊόντα, πολλές υπηρεσίες και συμμετέχουν ενεργά στην αύξηση του όγκου των απορριμμάτων και των αποβλήτων, τα οποία συνδράμουν στην υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος και στη δημιουργία του φαινομένου του θερμοκηπίου (Wolf et al., 2021).

Επιπλέον, είναι σημαντικό να αναφερθεί πως σε ορισμένες περιπτώσεις η ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού έχει δυσμενείς συνέπειες για τους ντόπιους, την καθημερινότητα και τη ζωή τους. Χαρακτηριστικά, ο μετασχηματισμός ορισμένων περιοχών ως αμιγώς τουριστικών προορισμών, όπως συμβαίνει στη Βενετία, στη Βαρκελώνη κτλ. επηρεάζει αρνητικά την ποιότητα της ζωής των ντόπιων (García-Hernández και συν., 2017). Ο συνωστισμός, η αύξηση του κόστους διαβίωσης λόγω των αυξήσεων στα προϊόντα και στα ενοίκια, η δυσκολία εύρεσης ακινήτων για ενοικίαση λόγω των προτιμήσεων των ιδιοκτητών να χρησιμοποιούν τις πλατφόρμες βραχυχρόνιας μίσθωσης, καθιστούν αρκετά δύσκολη την καθημερινότητα των ντόπιων, με αποτέλεσμα πολλοί από αυτούς να εγκαταλείπουν τον χώρο διαμονής τους και να αναζητούν έναν νέο τόπο προς εγκατάσταση (Milano, 2017).

Ο μαζικός τουρισμός δεν έχει όμως μόνο επιπτώσεις στο φυσικό και στο δομημένο περιβάλλον του προορισμού, στον οποίον αναπτύσσεται αλλά και στο πολιτισμικό περιβάλλον του. Πολλές φορές, οι επιχειρήσεις των προορισμών με στόχο να μεγιστοποιήσουν το κέρδος τους εκμεταλλεύονται τον πολιτισμό τους και ειδικά τα μνημεία που έχουν, με αποτέλεσμα να τον υποβαθμίζουν. Πιο συγκεκριμένα, οι επιχειρηματίες επενδύουν στην παραγωγή φτηνών αντικειμένων, όπως είναι τα ενθύμια και τα σουβενίρ, τα οποία μειώνουν την πραγματική αξία του πολιτισμού της περιοχής. Ακόμη, οι ντόπιοι αλλά και οι επιχειρηματίες με στόχο να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των τουριστών, αλλοιώνουν τις παραδόσεις τους, τα ήθη και τα έθιμα τους, ώστε να ανταποκρίνονται περισσότερο σε αυτές. Φυσικά αναφορά πρέπει να γίνει και στη φθορά ορισμένων μνημείων, όπως και στην ανάπτυξη θεματικών πάρκων και άλλων τουριστικών περιβαλλόντων που δεν σχετίζονται με την κουλτούρα και τον πολιτισμό των προορισμών (Τσάρτας και συν., 2020).

Η μαζικοποίηση του τουρισμού και η αναγνώριση των επιπτώσεων του, ανέδειξε την αναγκαιότητα άσκησης ελέγχου και επιβολής περιορισμών. Ειδικότερα, οι κυβερνήσεις πολλών χωρών και οι τοπικές αρχές ορισμένων προορισμών, κατανόησαν την αναγκαιότητα προστασίας αφενός του φυσικού και αφετέρου του δομημένου περιβάλλοντος, προκειμένου να προστατευθεί ο ίδιος ο άνθρωπος, τα είδη του ζωικού και φυτικού βασιλείου των διαφόρων προορισμών, ο πολιτισμός και οι δομές των κοινωνιών. Επίσης, πολλοί διεθνείς οργανισμοί και επιστημονικές οργανώσεις, αναγνώρισαν την αναγκαιότητα ενός βιώσιμου μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης, που προστατεύει το δομημένο και το φυσικό περιβάλλον, όπως και τους πόρους για τις

μελλοντικές γενιές, με αποτέλεσμα να ασκούν πιέσεις για την υιοθέτηση ορθών στρατηγικών σχεδιασμών. Ακόμη, περιβαλλοντικά κινήματα που αναπτύχθηκαν τα τελευταία χρόνια, ανέδειξαν την ανάγκη της προστασίας του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος όπως και της πολιτισμικής κληρονομιάς των τουριστικών προορισμών και αφύπνισαν τους πολίτες και τους τουρίστες. Όλοι οι παραπάνω εμπλεκόμενοι φορείς και οργανισμοί, μέσα από τα έργα που ανέλαβαν και τις πιέσεις που άσκησαν, οδήγησαν στην ανάπτυξη του εναλλακτικού και του ειδικού τουρισμού (Τσάρτας και συν., 2020).

1.2 Ο εναλλακτικός τουρισμός

Ο εναλλακτικός τουρισμός αναπτύχθηκε ως μία απάντηση στον μαζικό τουρισμό και στις επιπτώσεις του στο φυσικό, στο κοινωνικό, στο πολιτισμικό και στο οικονομικό περιβάλλον των προορισμών, που αναπτύσσεται. Σύμφωνα με το Υπουργείο Τουρισμού (2020) *«Ο εναλλακτικός τουρισμός περιλαμβάνει το σύνολο των τουριστικών υπηρεσιών, οι οποίες διακρίνονται ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες, τις προτιμήσεις και τα κίνητρα των τουριστών, απευθύνονται σε ένα εξειδικευμένο κοινό, τηρούν τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης και συμβάλλουν στην άμβλυση της εποχικότητας της τουριστικής ζήτησης»*. Μέσα από τον εν λόγω ορισμό γίνεται εύκολα αντιληπτό, πως ο εναλλακτικός τουρισμός διαφοροποιείται σημαντικά από τον μαζικό τουρισμό, καθώς παρέχει διαφοροποιημένες υπηρεσίες και εμπειρίες, που έρχονται σε συμφωνία με την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και των φυσικών πόρων, δηλαδή με τη βιώσιμη ανάπτυξη. Επίσης, μέσα από τον ίδιο ορισμό γίνεται αντιληπτό, πως ο εναλλακτικός τουρισμός σε αντίθεση με τον μαζικό, μπορεί να προσελκύει τουρίστες μεγάλη περίοδο του χρόνου καθώς αξιοποιεί με ποιοτικό τρόπο όλους τους πόρους που διαθέτει ο προορισμός.

Τα χαρακτηριστικά που διακρίνουν τον εναλλακτικό τουρισμό είναι ο μικρός βαθμός τουριστικής ανάπτυξης και ο έντονος τοπικός χαρακτήρας των επιχειρήσεων, οι ελάχιστες δυνατές επιπτώσεις στο φυσικό και στο δομημένο περιβάλλον αλλά και στο κοινωνικό περιβάλλον, η διασύνδεση του τουρισμού με άλλα τμήματα της τοπικής οικονομίας όπως είναι η γεωργία και η κτηνοτροφία, η μείωση της ανάγκης πραγματοποίησης εισαγωγών για την κάλυψη των αναγκών των τουριστών, η συγκράτηση των νέων και η αποφυγή μετανάστευσής τους με στόχο την εύρεση εργασίας, η συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας σε δράσεις που έχουν ως στόχο την

ανάπτυξη στο πλαίσιο του εναλλακτικού τουρισμού και η ανάληψη αποφάσεων από τους άμεσα εμπλεκόμενους και όχι από εξωτερικούς παράγοντες (Holden 2000, όπως αναφέρεται στους Triarchi και Karamanis, 2017).

Η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού, όπως προκύπτει εύκολα και μέσα από την ανάγνωση των παραπάνω χαρακτηριστικών, έχει πολλαπλά οφέλη για τις τοπικές κοινωνίες στις οποίες εκδηλώνεται. Αρχικά, η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού μπορεί να συμβάλλει στη βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών. Αναλυτικότερα, οι φορείς και παράγοντες ορισμένων προορισμών, αντιλαμβανόμενοι των δυνατοτήτων που έχουν, επενδύουν στην ανάπτυξη ορισμένων μορφών εναλλακτικού τουρισμού. Η επένδυση αυτή, σηματοδοτεί επιχειρηματική δράση, κατασκευαστικά έργα και δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Ως εκ τούτου, βελτιώνεται αισθητά το βιοτικό επίπεδο των ντόπιων καθώς επίσης και το εισόδημά τους, το οποίο μπορεί να συγκρατήσει τους νέους αλλά και τους μεγαλύτερους σε ηλικία ντόπιους (Manea & Cozea, 2023).

Επιπρόσθετα, μέσω του εναλλακτικού τουρισμού και της ανάπτυξής του, μπορεί να περιοριστεί η εποχικότητα που σχετίζεται με τον μαζικό τουρισμό. Για παράδειγμα, πολλοί προορισμοί ανά τον κόσμο, όπως συμβαίνει και στην περίπτωση των περισσότερων ελληνικών νησιών, προσελκύουν τουρίστες μόνο κατά τους θερινούς μήνες. Αυτό σημαίνει πως η επιχειρηματικότητα και οι θέσεις εργασίας έχουν εποχικό χαρακτήρα και όχι μόνιμο, γεγονός που καθιστά τα τουριστικά επαγγέλματα και την τουριστική επιχειρηματικότητα όχι την πρωταρχική επιλογή για το εργατικό δυναμικό. Αντίθετα, οι διάφορες μορφές εναλλακτικού τουρισμού μπορούν να αντιμετωπίσουν σε πολύ μεγάλο βαθμό την εποχικότητα, δεδομένου ότι οι εμπειρίες που μπορούν να προσφέρουν δεν στηρίζονται στις καιρικές συνθήκες (Agius & Briguglio, 2021; Geranti, 2022).

Η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού είναι σίγουρα επωφελής για τις τοπικές κοινωνίες, ωστόσο δεν είναι πάντα εφικτή. Για να μπορέσει να αναπτυχθεί ο εναλλακτικός τουρισμός, οι προορισμοί πρέπει να διαθέτουν συγκεκριμένους πόρους και συγκεκριμένες προδιαγραφές. Ειδικότερα, οι προορισμοί πρέπει να διαθέτουν πόρους και θέλγητρα τα οποία μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για την ανάπτυξη συγκεκριμένων μορφών. Για παράδειγμα, αν ένας προορισμός διαθέτει πλούσια ιστορία, άυλη πολιτιστική κληρονομιά, μνημεία και μουσεία μπορεί να αναπτύξει τον

πολιτισμικό τουρισμό. Ομοίως, αν ένας προορισμός διαθέτει ιαματικές πηγές μπορεί να επενδύσει στον ιαματικό τουρισμό κτλ. Αν όμως δεν διαθέτουν τους εν λόγω πόρους, τότε δεν θα μπορέσουν να αναπτύξουν τις συγκεκριμένες μορφές εναλλακτικού τουρισμού (Κοκκώσης και συν., 2020).

Πέρα από την ύπαρξη των απαιτούμενων πόρων για να μπορέσει να αναπτυχθεί ο εναλλακτικός τουρισμός σε διάφορες περιοχές, θα πρέπει να διασφαλίζεται η πρόσβαση. Αυτό σημαίνει πως θα πρέπει να υπάρχουν αεροδρόμια, λιμάνια και δρόμοι που συνδέουν τους προορισμούς με μεγάλα ή με μικρά αστικά κέντρα, ώστε να είναι εφικτή η πρόσβαση των τουριστών. Εξίσου σημαντική προϋπόθεση είναι η ύπαρξη επιχειρήσεων που μπορούν να καλύψουν τις βασικές ανάγκες των τουριστών (επιχειρήσεις φιλοξενίας και εστίασης) και που μπορούν να δημιουργήσουν δραστηριότητες που εντάσσονται στο πλαίσιο των μορφών εναλλακτικού τουρισμού που αναπτύσσονται και που προσφέρουν μία αυθεντική εμπειρία στους συμμετέχοντες (Κοκκώσης και συν., 2020).

Επιπρόσθετα, για την επιτυχή ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού πολύ σημαντική είναι και η παροχή κινήτρων από την πλευρά των κυβερνήσεων των χωρών. Οι κυβερνήσεις των χωρών που δεσμεύονται στο μοντέλο της βιώσιμης οικονομικής ανάπτυξης, οφείλουν να χρηματοδοτούν και να παρέχουν οικονομικά κίνητρα στους επιχειρηματίες που αναλαμβάνουν σχετικές επενδυτικές πρωτοβουλίες. Η στήριξη των επιχειρηματιών των μικρών τοπικών κοινωνιών, με στόχο την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού, μπορεί να αποτελέσει το έναυσμα για τη μετάβαση προς στη βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη μέσω της εκμετάλλευσης των δυνατοτήτων που προσφέρει ο εναλλακτικός τουρισμός (Geraki & Polyzos, 2015).

Ο εναλλακτικός τουρισμός θεωρείται ως ένα είδος τουρισμού που περιλαμβάνει διάφορες μορφές, οι οποίες εστιάζουν στην παροχή ποιοτικών και αυθεντικών εμπειριών στους τουρίστες. Παράλληλα, ο εναλλακτικός τουρισμός και οι διάφορες μορφές του εστιάζουν στην αλληλοεπίδραση των τουριστών με την τοπική κουλτούρα, με τον πολιτισμό και τις παραδόσεις και με το φυσικό περιβάλλον των προορισμών που επισκέπτονται (Koliouska & Andreopoulou, 2023). Σήμερα, εντοπίζεται ένας μεγάλος αριθμός μορφών εναλλακτικού και ειδικού τουρισμού, οι οποίες απορρέουν από τη συνεχή εκδήλωση διαφορετικών κινήτρων και διαφορετικών αναγκών από την πλευρά των τουριστών. Οι φορείς τουριστικής ανάπτυξης που επενδύουν στον εναλλακτικό και

ειδικό τουρισμό, προσπαθούν να δημιουργήσουν και να παρέχουν στους τουρίστες ένα «προϊόν» το οποίο είναι αυθεντικό και συνάμα μη εφικτό να βρεθεί στην καθημερινή τους ζωή (Τσάρτας και συν., 2020).

1.3 Μορφές εναλλακτικού και ειδικού τουρισμού

1.3.1 Πολιτιστικός τουρισμός

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι μία μορφή εναλλακτικού τουρισμού που έχει ένα ιδιαίτερα ευρύ περιεχόμενο και ενσωματώνει κάτω από την «ομπρέλα» του, διάφορες δραστηριότητες που σχετίζονται με διάφορες άλλες ειδικές μορφές τουρισμού, όπως είναι ο θρησκευτικός, ο εκπαιδευτικός κτλ. (Κοκκώσης και συν., 2020). Σύμφωνα με τον Νόμο Υπ' αριθμόν 4582/2018 και ειδικότερα με το 13^ο Άρθρο *«ο πολιτιστικός τουρισμός είναι η ειδική μορφή τουρισμού κατά τον οποίο οι επισκέπτες-τουρίστες ανακαλύπτουν, γνωρίζουν και βιώνουν την ιστορία, την παράδοση, την πολιτιστική κληρονομιά, το σύγχρονο πολιτισμό, καθώς και την κουλτούρα και την ταυτότητα της χώρας και του λαού της, μέσα από πολιτιστικές δραστηριότητες αναψυχής»*.

Στόχος του πολιτιστικού τουρισμού δεν είναι άλλος από την ανάδειξη, τη διατήρηση και την αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς ενός τόπου, υλικής και άυλης. Μέσα από δραστηριότητες που εντάσσονται στον πολιτιστικό τουρισμό, οι επισκέπτες έχουν τη δυνατότητα να γνωρίσουν τα αρχαιολογικά και τα ιστορικά μνημεία των διαφόρων προορισμών, να βιώσουν τις παραδόσεις, τον τρόπο ζωής, τα ήθη και τα έθιμα των ντόπιων και των προγόνων αυτών (Κοκκώσης και συν., 2020).

Ένας προορισμός δύναται να αναπτύξει τον πολιτιστικό τουρισμό αν διαθέτει τα απαιτούμενα θέλγητρα, τους αναγκαίους πόρους και αν προσφέρει συγκεκριμένες υπηρεσίες. Αναλυτικότερα, για να αναπτυχθεί ο πολιτιστικός τουρισμός είναι απαραίτητο να διαθέτει ο προορισμός αρχαιολογικά μνημεία και μουσεία καθώς επίσης και να έχει αναπτυγμένα λαογραφικά στοιχεία, ήθη και έθιμα. Με πιο απλά λόγια, ένας προορισμός για να αναπτύξει τη συγκεκριμένη μορφή εναλλακτικού τουρισμού, θα πρέπει να διαθέτει πλούσια υλική και άυλη πολιτισμική κληρονομιά και παράλληλα να μπορεί να την αξιοποιήσει, ώστε να δημιουργήσει σχετικές δραστηριότητες (Κοκκώσης και συν., 2020). Στον πολιτιστικό τουρισμό μπορούν να επενδύσουν τα μεγάλα αστικά κέντρα, τα οποία έχουν πλούσια άυλη και υλική πολιτισμική κληρονομιά αλλά και άλλες περιοχές της περιφέρειας της εκάστοτε χώρας, που έχουν αξιόλογες παραδόσεις των οποίων οι ρίζες βρίσκονται στο βάθος του χρόνου. Επίσης,

στον πολιτιστικό τουρισμό μπορούν να επενδύσουν και περιοχές που έχουν αναδείξει σπουδαίους καλλιτέχνες και διατηρούν σημαντικές δημιουργίες τους (Stoica et al., 2022).

Η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού είναι ιδιαίτερα χρήσιμη και επωφελής για τις τοπικές κοινωνίες, όχι μόνο για τη δυνατότητα διατήρησης και προβολής του πολιτισμού και της κουλτούρας του προορισμού, αλλά και για την οικονομική συμβολή του (Gomez, 2018). Οι Altunel και Erkurt (2015) τονίζουν μέσα από τη μελέτη τους πως ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να λειτουργήσει ως ένα από τα σημαντικότερα «εργαλεία» προσέλκυσης αλλοδαπών τουριστών, τόσο αυτών που επιζητούν αμιγώς εμπειρίες πολιτισμού και γνωριμίας με την τοπική κουλτούρα ενός προορισμού, όσο και αυτών που επιθυμούν παράλληλα με τη χαλάρωσή τους να αποκομίσουν γνώσεις για τη ζωή, το παρελθόν και τα επιτεύγματα του πληθυσμού και του τόπου που επισκέπτονται.

Επιπρόσθετα, οι Terkenli και Georgoula (2022) καθιστούν σαφές μέσα από τη μελέτη τους, πως ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει ένα «όχημα» οικονομικής ανάπτυξης, για τους προορισμούς που επενδύουν σε αυτόν. Λόγω της πολλαπλασιαστικής ικανότητάς του, ο πολιτιστικός τουρισμός οδηγεί στην πραγματοποίηση επενδύσεων, στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και στη δημιουργία πρόσθετων θέσεων εργασίας, στοιχεία που συμβάλλουν παράλληλα στη διατήρηση των νέων στον προορισμό, στην αποφυγή μετανάστευσης και στη γενικότερη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των ντόπιων.

Βέβαια, είναι αναγκαίο να αναφερθεί πως οι τοπικοί φορείς των προορισμών που επενδύουν στο συγκεκριμένο τουριστικό προϊόν, θα πρέπει να προσέξουν σε πολύ μεγάλο βαθμό τις κινήσεις, τις ενέργειες και τις στρατηγικές τους, ώστε να μην «ξεπεράσουν τα όρια» που θα οδηγήσουν την μετατροπή του πολιτισμού και της κουλτούρας τους, σε φθηνά εμπορεύματα (Gomez, 2018). Αν δεν γίνει κατάχρηση των μνημείων, της ιστορίας, των ηθών και των εθίμων των προορισμών από τους φορείς τουριστικής ανάπτυξης και από τους επιχειρηματίες των προορισμών στους οποίους αναπτύσσεται ο πολιτιστικός τουρισμός, τότε μπορούν εύκολα οι συγκεκριμένοι προορισμοί να οδηγηθούν στο μοντέλο της βιώσιμης ανάπτυξης (Rosická et al., 2009).

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται πως ολοένα και μεγαλύτερος αριθμός ατόμων επιδιώκουν να βιώσουν εμπειρίες που εντάσσονται στο πλαίσιο του πολιτιστικού

τουρισμού. Ωστόσο, όλοι οι τουρίστες που επιλέγουν να καταναλώσουν το εν λόγω τουριστικό προϊόν, δεν έχουν τα ίδια κίνητρα και τον ίδιο βαθμό αναγκών. Υπάρχουν τουρίστες των οποίων η απόφαση να επισκεφθούν έναν προορισμό, καθορίζεται από την επιθυμία τους να γνωρίσουν τον πολιτισμό του προορισμού και τουρίστες των οποίων τα κίνητρα δεν σχετίζονται αμιγώς με την ανάγκη να έρθουν σε επαφή με τον πολιτισμό και την ιστορία του τόπου. Πιο αναλυτικά, υπάρχουν τουρίστες οι οποίοι επισκέπτονται έναν προορισμό για τον πολιτισμό τους, αλλά όχι μόνο γι' αυτόν, καθώς επιδιώκουν να συνδυάσουν τη διασκέδαση, τη χαλάρωση και την ψυχαγωγία. Επίσης, υπάρχουν τουρίστες, για τους οποίους η επαφή με τον πολιτισμό του προορισμού δεν αποτελεί κίνητρο επιλογής, αλλά αποτελεί επιθυμητή δραστηριότητα εφόσον επιλέξουν τον προορισμό (Sayeh, 2022).

Τις εμπειρίες που προσφέρει ο πολιτιστικός τουρισμός αποζητούν άτομα που έχουν ένα συγκεκριμένο προφίλ. Πιο αναλυτικά, τα άτομα που σχεδιάζουν ένα ταξίδι με γνώμονα να γνωρίσουν τον πολιτισμό, την ιστορία και την κουλτούρα ενός τόπου, όπως και τα άτομα που δίνουν πολύ μεγάλη έμφαση στα παραπάνω περιουσιακά στοιχεία των προορισμών, διακρίνονται για τον ανώτερο εκπαιδευτικό επίπεδο τους, για την ιδιαίτερη μόρφωσή τους και για τις περιβαλλοντικές ανησυχίες τους. Πρόκειται για άτομα που έχουν επιθυμία να αποκτήσουν μέσα από τα ταξίδια τους γνώσεις και που προσπαθούν με τη συμπεριφορά τους, να προστατεύουν το περιβάλλον. Ακόμη, τα άτομα αυτά έχουν συνήθως ικανοποιητικά έως και υψηλά εισοδήματα και δεν διστάζουν να καταναλώσουν αξιόλογο μέρος του εισοδήματός τους κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους (Huete-Alcocer et al. 2019).

1.3.2 Θρησκευτικός/Προσκυνηματικός τουρισμός

Μία ιδιαίτερα διαδεδομένη μορφή ειδικού τουρισμού είναι ο θρησκευτικός/προσκυνηματικός τουρισμός, ο οποίος «αφορά ταξίδια σε τόπους θρησκευτικής λατρείας, όπως είναι οι Άγιοι Τόποι, η Μέκκα και ο Άγιος Πέτρος, αλλά και εξερευνήσεις ή επισκέψεις σε περιοχές με θρησκευτικά μνημεία, είτε για λόγους θρησκευτικούς είτε με σκοπό την επαφή, τη γνωριμία, τη μελέτη και τη γνώση της θρησκευτικής παράδοσης και κληρονομιάς, και συνδέονται στενά με τον πολιτισμό, εφόσον η θρησκεία αποτελεί τμήμα του (Κοκκώσης και συν., 2020, σελ. 277).

Από την αρχαιότητα έως και σήμερα, η θρησκεία όπως και η ανάγκη του ανθρώπου να προσκυνήσουν τον Θεό ή τους Θεούς στους οποίους πίστευε και πιστεύει, αποτελεί

έναν από τους λόγους που τον ωθούν στην πραγματοποίηση ταξιδιών. Αναφορά πρέπει να γίνει στα ταξίδια που πραγματοποιούσαν οι Αρχαίοι Έλληνες στο μαντείο των Δελφών και στο μαντείο της Δωδώνης, προκειμένου να μπορέσουν να πάρουν τη συμβουλή που χρειάζονταν για να λάβουν τη σωστή απόφαση. Ομοίως, μνεία πρέπει να γίνει και στα ταξίδια που υλοποιούσαν οι Αιγύπτιοι προκειμένου να προσκυνήσουν τον Ναό της Μέμφιδας. Σήμερα, ο άνθρωπος συνεχίζει να πραγματοποιεί ταξίδια θρησκευτικού και προσκυνηματικού τουρισμού, τα οποία βέβαια έχουν εμπλουτιστεί σημαντικά από πρόσθετες δραστηριότητες που έχουν πιο κοσμικό χαρακτήρα. Στην πλειοψηφία των περιπτώσεων, τα θρησκευτικά και τα προσκυνηματικά ταξίδια συνοδεύονται από μία σειρά άλλων δραστηριοτήτων που σχετίζονται με την κουλτούρα, τον πολιτισμό, τη γαστρονομία ή ακόμη και την ψυχαγωγία (Κοκκώσης και συν., 2020).

Σε ταξίδια που εντάσσονται στο φάσμα του θρησκευτικού/προσκυνηματικού τουρισμού, προβαίνουν οι σύγχρονοι τουρίστες για πολλούς και διαφορετικούς λόγους. Αρχικά, κάποιοι από αυτούς επιθυμούν να πραγματοποιήσουν ένα ταξίδι σε έναν προορισμό που διαθέτει πλούσια θρησκευτική κληρονομιά, μοναστήρια, ναούς και ιερούς χώρους, προκειμένου να εκπληρώσουν το θρησκευτικό τους χρέος και για να έρθουν κοντά στον Θεό που πιστεύουν. Κάποιοι άλλοι επιθυμούν να επισκεφθούν έναν θρησκευτικό προορισμό έχοντας εκπαιδευτικά κίνητρα, καθώς μέσα από το ταξίδι τους επιδιώκουν να αποκτήσουν γνώσεις που αφορούν στον κόσμο, στην κουλτούρα των λαών και στη θρησκεία τους. Επίσης, άλλοι τουρίστες επισκέπτονται κάποιον θρησκευτικό προορισμό, έχοντας ως κριτήριο την επαφή με μία ξεχωριστή και ιδιαίτερη αρχιτεκτονική που συνδέεται άμεσα και με τον πολιτισμό που έχει αναπτυχθεί στον προορισμό. Ως εκ τούτου, τα ταξίδια σε προορισμούς που έχουν αναπτυχθεί στο πλαίσιο του θρησκευτικού τουρισμού, πραγματοποιούνται από τους τουρίστες για πολλούς και διαφορετικούς λόγους και όχι απόλυτα για θρησκευτικούς και προσκυνηματικούς λόγους (Bogan et al., 2019).

Σύμφωνα με τους Abbate και Di Nuovo (2013) και άλλοι λόγοι μπορούν να λειτουργήσουν ως κίνητρα υλοποίησης ταξιδιών θρησκευτικού/προσκυνηματικού τουρισμού. Ειδικότερα, μέσα από την έρευνα που πραγματοποίησαν κατέληξαν πως οι γυναίκες πολλές φορές επιλέγουν οργανωμένα ταξίδια αυτής της ειδικής μορφής τουρισμού με στόχο την κοινωνικοποίηση και τη γνωριμία άλλων ατόμων, και οι άντρες με στόχο την εξερεύνηση και την απόκτηση νέων γνώσεων. Επίσης, οι Al Zoubi

και Ibrahim (2020) υποστηρίζουν πως πέρα από την ανάγκη προσκύνησης, πολλοί τουρίστες επιλέγουν αυτό το τουριστικό προϊόν για λόγους πολιτισμικούς, για λόγους ιστορικούς, για εκπαιδευτικούς λόγους αλλά και για τυχαίους λόγους που δεν μπορούν να προσδιοριστούν.

Ο θρησκευτικός/προσκυνηματικός τουρισμός είναι μία ειδική μορφή τουρισμού, που μπορεί να αναπτυχθεί σε προορισμούς που διαθέτουν πλούσια θρησκευτική παράδοση, που έχουν ιερούς χώρους που αποτελούν ορόσημα για τους πιστούς διαφόρων θρησκειών, που διαθέτουν ναούς, μοναστήρια και χώρους προσκύνησης, που επιτρέπουν στους επισκέπτες να ικανοποιήσουν τις θρησκευτικές τους ανάγκες. Παράλληλα, μπορεί να αναπτυχθεί σε προορισμούς που έχουν σημαντικά θρησκευτικά έθιμα και θρησκευτικές παραδόσεις, που ενδιαφέρουν τους επισκέπτες τόσο από θρησκευτική, όσο και από πολιτισμική σκοπιά (Κοκκώσης και συν., 2020). Όλοι αυτοί οι πόροι και όλα αυτά τα θέλγητρα, μπορούν να αποτελέσουν αξιόλογο πόλο έλξης για μεγάλο αριθμό τουριστών, όπως συμβαίνει και στην Ελλάδα και σε άλλες πόλεις της Ευρώπης (Bogan et al., 2019; Tsironis, 2022).

Η ανάπτυξη της συγκεκριμένης ειδικής μορφής τουρισμού υποστηρίζεται πως μπορεί να βοηθήσει διάφορους προορισμούς να αναπτυχθούν στο πλαίσιο της βιώσιμης ανάπτυξης. Ειδικότερα, αν οι φορείς τουριστικής ανάπτυξης των προορισμών που διαθέτουν τους απαιτούμενους πόρους, επενδύσουν και στις αναγκαίες υποδομές όπως είναι η κατασκευή καταλυμάτων, η ανάπτυξη των διόδων πρόσβασης και αν δημιουργήσουν το κατάλληλο επιχειρηματικό κλίμα, τότε θα μπορέσουν να προσελκύσουν τουρίστες, οι οποίοι μέσα από την κατανάλωση τους θα επηρεάσουν θετικά την τοπική οικονομία και θα στηρίξουν τις τοπικές επιχειρήσεις (Gurita & Sxortescu, 2023).

Ιδιαίτερα σημαντική φαίνεται πως είναι η συνεισφορά της συγκεκριμένης μορφής τουρισμού στην οικονομία των προορισμών που αναπτύσσονται. Σύμφωνα με τους Ojo και Bysayo (2017) η ανάπτυξη του θρησκευτικού/προσκυνηματικού τουρισμού μπορεί να βοηθήσει διάφορους προορισμούς να αποκτήσουν μία σχετικά δυνατή και ισχυρή οικονομία, προσφέροντας ένα καλύτερο βιοτικό επίπεδο στους κατοίκους τους. Παράλληλα, διαπιστώνουν πως μέσω της ανάπτυξης του συγκεκριμένου τουριστικού προϊόντος, κατασκευάζονται δημόσια έργα και υποδομές, που βελτιώνουν αισθητά την καθημερινότητα των ντόπιων και που συνάμα διευκολύνουν τη ζωή τους.

1.3.3 Γαστρονομικός τουρισμός

Μία ακόμη μορφή εναλλακτικού τουρισμού είναι ο γαστρονομικός τουρισμός ο οποίος *«αφορά ένα πλέγμα δραστηριοτήτων, υποδομών και υπηρεσιών, με κύριους άξονες την εθνική και τοπική κουζίνα και τα ποιοτικά αγροτικά προϊόντα μίας περιοχής. Η παράδοση και η πολιτισμική κληρονομιά μίας χώρας ή περιοχής έχει ιδιαίτερη σημασία στη διαδικασία προσέλκυσης της ζήτησης σε υπηρεσίες (ταξίδια, διαδρομές, επισκέψεις, γευσιγνωσία, συμμετοχή, σεμινάρια, αγορές, γνωριμία κτλ.) του γαστρονομικού τουρισμού»* (Κοκκώσης και συν., 2020, σελ. 281).

Αναμφίβολα, ο γαστρονομικός τουρισμός έχει έντονη σχέση με την τοπική παράδοση και αποτελεί βασικό και αναπόσπαστο κομμάτι του πολιτισμού και των εθίμων μίας περιοχής. Τα προϊόντα, οι παρασκευές τους, οι παραδόσεις που υπάρχουν γύρω από αυτά συνθέτουν ένα ξεχωριστό τουριστικό προϊόν που διαμορφώνουν μέρος της πολιτισμικής ταυτότητας των προορισμών. Για τον λόγο αυτόν και η UNESCO αποδέχεται πως η γαστρονομία μίας χώρας αποτελεί άυλο στοιχείο της δικής της πολιτιστικής κληρονομιάς αλλά και άυλο στοιχείο της παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς (Κοκκώσης και συν., 2020).

Στόχος του γαστρονομικού τουρισμού είναι να αναδείξει τη γαστρονομία του τόπου, ως αναπόσπαστο κομμάτι του πολιτισμού και της κουλτούρας τους. Μέσα από τις παραδοσιακές συνταγές, τα παραδοσιακά πιάτα και την ιστορία γύρω από αυτά, ένας προορισμός μπορεί να προσεγγίσει τον επισκέπτη και να του δώσει κίνητρα να γνωρίσει ένα σημαντικό τμήμα του πολιτισμού τους. Ο γαστρονομικός τουρισμός δεν αφορά μόνο στην πραγματοποίηση ενός ταξιδιού και στην παραμονή σε έναν τόπο, με στόχο τη δοκιμή των τοπικών παραδόσεων αλλά και με πολλές άλλες μορφές δραστηριοτήτων. Ειδικότερα, ένας τουρίστας μπορεί να επισκεφθεί τις τοπικές παραδοσιακές αγορές και να αγοράσει τοπικά προϊόντα αφού πρωτίστως τα δοκιμάσει, να συμμετέχει σε γευστικές δοκιμασίες, να επισκεφθεί κάποιο φεστιβάλ παραδοσιακού φαγητού αλλά και να συμμετέχει σε σεμινάρια παραδοσιακής μαγειρικής που χρησιμοποιούν ως πρώτες ύλες τα τοπικά προϊόντα (Alfiero et al., 2019).

Για να μπορέσει να αναπτυχθεί ένας προορισμός στο πλαίσιο του γαστρονομικού τουρισμού θα πρέπει να διαθέτει σημαντική γαστρονομική παράδοση καθώς επίσης και να διαθέτει κεντρικές αγορές και καταστήματα τα οποία πωλούν τοπικά προϊόντα. Επίσης, σημαντικός πόρος είναι η ύπαρξη συνοικιών που διαθέτουν εστιατόρια με

γαστρονομική παράδοση, τα οποία είναι ιδιαίτερα δημοφιλή σε διεθνές επίπεδο (Κοκκώσης και συν., 2020). Αξίζει να σημειωθεί πως είναι αναγκαίο να δημιουργούνται διάφορα φεστιβάλ και διάφορες εκδηλώσεις που προάγουν την τοπική γαστρονομία, όπως είναι τα street foods festivals και οι διαγωνισμοί μαγειρικής, καθώς προσφέρουν πέρα από την επαφή με τη γαστρονομία του προορισμού και τη δυνατότητα διασκέδασης και ψυχαγωγίας σε ένα πιο εορταστικό κλίμα (Akmese, 2019; Sandybayev, 2018).

Ο γαστρονομικός τουρισμός απευθύνεται σε ένα ιδιαίτερο τμήμα του συνολικού τουριστικού κοινού. Πιο αναλυτικά, οι τουρίστες που ενδιαφέρονται για την κατανάλωση των προϊόντων που προσφέρει ο γαστρονομικός τουρισμός είναι άτομα που ανήκουν στις υψηλές κοινωνικές τάξεις και στις υψηλές εισοδηματικές κατηγορίες και που έχουν υψηλό εκπαιδευτικό υπόβαθρο. Πρόκειται για προφίλ τουριστών που ενδιαφέρει σημαντικά τους διάφορους προορισμούς, δεδομένου πως οι τουρίστες αυτοί μπορούν να προβαίνουν σε αξιόλογες δαπάνες και παράλληλα έχουν την παιδεία να προστατεύσουν με τη συμπεριφορά τους και τις ενέργειες τους την τοπική κουλτούρα, τον πολιτισμό των ντόπιων και το φυσικό περιβάλλον του προορισμού (Beltran et al., 2016). Οι Galvez et al. (2017) υποστηρίζουν πως το συγκεκριμένο τουριστικό κοινό, επειδή πραγματοποιεί ταξίδια με γνώμονα να δοκιμάσει την τοπική κουζίνα και τα παραδοσιακά προϊόντα είναι διατεθειμένο να προχωρήσει σε αξιόλογες δαπάνες, σε σχέση πάντα με το εισόδημά τους.

Ο γαστρονομικός τουρισμός αποτελεί μία ιδιαίτερα μορφή τουρισμού, της οποίας η ανάπτυξη μπορεί να συμβάλει σε μεγάλο βαθμό στην τοπική οικονομική ανάπτυξη, εφόσον αφορά σε συγκεκριμένες περιοχές και στην εθνική οικονομική ανάπτυξη, εφόσον αφορά στο σύνολο μίας χώρας (Manola & Koufadakis, 2020) και να οδηγήσει στη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος (Nistor et al., 2022). Σύμφωνα με τους Privitera et al. (2018) η γαστρονομία μίας περιοχής ή μίας χώρας, μπορεί να ενισχύσει σημαντικά την αξία του συνολικού τουριστικού προϊόντος που προσφέρει, να το καταστήσει πιο ελκυστικό και εν τέλει να καταφέρει να προσελκύσει ικανοποιητικό αριθμό επισκεπτών. Η προσέλκυση τουριστών έχει ως αποτέλεσμα την πραγματοποίηση δαπανών από την πλευρά τους και κατά συνέπεια την ενίσχυση των εσόδων των τοπικών επιχειρήσεων και της τοπικής κοινωνίας (Galvez et al., 2017).

Ακόμη, οι Dougherty et al. (2013) υποστηρίζουν πως η ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού, μπορεί να αποτελέσει κίνητρο ενασχόλησης με τον πρωτογενή και τον δευτερογενή τομέα, για τα μέλη της τοπικής κοινωνίας. Ειδικότερα, οι κάτοικοι των περιοχών που αναπτύσσουν το εν λόγω τουριστικό προορισμό, μπορούν να δράσουν τις ευκαιρίες που υπάρχουν και να επενδύσουν σε παραγωγικές μονάδες, σε μικρές βιοτεχνίες τοπικών προϊόντων, ώστε να παράγουν παραδοσιακά προϊόντα τα οποία γίνονται ιδιαίτερα αγαπητά στο καταναλωτικό κοινό. Τέλος, η Mackenzie (2021) αναγνωρίζει πως ο γαστρονομικός τουρισμός καθιστά τα τοπικά προϊόντα ιδιαίτερα δημοφιλή και δίνει προοπτικές στις εξαγωγές τους, γεγονός ιδιαίτερα ευνοϊκό για τους παραγωγούς τους.

1.3.4 Αθλητικός τουρισμός αναψυχής

Ο αθλητικός τουρισμός αναψυχής αφορά *«σε έναν μεγάλο αριθμό δραστηριοτήτων, κατά κύριο λόγο ήπιων και μαζικού χαρακτήρα -αναφορικά με τους συμμετέχοντες-, με διαφορετικά χαρακτηριστικά και στόχους, αλλά με έναν κυρίαρχο πυρήνα, την άθληση. Αφορά αθλητικές δραστηριότητες με οργανωμένο χαρακτήρα, οι οποίες πραγματοποιούνται στην ύπαιθρο, είτε στο πλαίσιο τουριστικού ταξιδιού, είτε στο πλαίσιο του ελεύθερου χρόνου των συμμετεχόντων»* (Κοκκώσης και συν., 2020, σελ. 221).

Στο σημείο αυτό είναι σημαντικό να τονιστεί πως για να μπορέσει να αναπτυχθεί ο αθλητικός τουρισμός αναψυχής θα πρέπει ένας προορισμός να διασφαλίσει την οργάνωση και την ανάπτυξη ήπιων αθλητικών δραστηριοτήτων στη φύση. Η διασφάλιση των εν λόγω δραστηριοτήτων στην πλειοψηφία των περιπτώσεων απαιτούν την ύπαρξη κατάλληλων υποδομών και εξειδικευμένων υπηρεσιών που προσφέρονται από άτομα και επιχειρήσεις που έχουν την απαιτούμενη γνώση. Παράλληλα είναι πολύ βασικό να υπάρχουν τουριστικές υποδομές διαμονής και εστίασης, ώστε οι επισκέπτες να μπορούν να ικανοποιήσουν βασικές τους ανάγκες. Συμπληρωματική θετική επίδραση στην ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού αναψυχής μπορεί να έχουν οι συναφείς υποστηρικτικές υποδομές, όπως είναι τα θεματικά μουσεία και τα καταστήματα αθλητικού εξοπλισμού (Κοκκώσης και συν., 2020, σελ. 221).

Οι δραστηριότητες που εντάσσονται στο πλαίσιο του αθλητικού τουρισμού αναψυχής είναι οι πεζοπορικές διαδρομές που μπορεί να λαμβάνουν χώρα σε διάφορα μονοπάτια της υπαίθρου ή σε διαδρομές με έντονο πολιτισμικό ή θρησκευτικό ή περιβαλλοντικό

ενδιαφέρον, οι οργανωμένες ποδηλασίες, η περιήγηση και η εξερεύνηση σε σπήλαια, η πραγματοποίηση αθλητικών δραστηριοτήτων σε λίμνες και ποτάμια, η ιππασία και διάφορες άλλες δραστηριότητες που απαιτούν την αξιοποίηση ειδικών εγκαταστάσεων στη φύση όπως είναι η τοξοβολία και τα παιχνίδια σε πάρκα περιπέτειας (Κώστα, 2015).

Ο τουρισμός αθλητικής αναψυχής είναι ιδιαίτερα δημοφιλής μεταξύ του νεανικού τουριστικού κοινού. Οι νέοι τουρίστες και ειδικά όσοι θέλουν να διαφοροποιηθούν από τον μαζικό τουρισμό, επιδιώκουν να βιώσουν μοναδικές εμπειρίες που τους προσφέρει η άσκηση στη φύση (Usamah & Anuar, 2017).

Είναι πραγματικά πολύ σημαντικό να αναφερθεί πως η συμμετοχή σε δραστηριότητες που εντάσσονται στο πλαίσιο του αθλητικού τουρισμού αναψυχής είναι ιδιαίτερα επωφελής για τους συμμετέχοντες. Πιο αναλυτικά, η συμμετοχή σε δραστηριότητες αθλητικού τουρισμού αναψυχής συμβάλλει θετικά στη διαμόρφωση μίας καλής ποιότητας ψυχικής υγείας και ευεξίας. Δύναται να μειώσει τα επίπεδα άγχους που βιώνουν οι συμμετέχοντες στην καθημερινότητά τους και να τους απομακρύνει από την πιθανότητα εκδήλωσης κατάθλιψης, που αποτελεί μία από τις πλέον συχνές και σοβαρές ψυχικές διαταραχές. Παράλληλα, μπορεί να συμβάλλει στην αντιμετώπιση των φοβιών των εντάσεων της καθημερινής τους ζωής. Επίσης, η συμμετοχή σε δραστηριότητες που πραγματοποιούνται στο πλαίσιο του αθλητικού τουρισμού αναψυχής μπορεί να βοηθήσει στη διασφάλιση της συναισθηματικής σταθερότητας, στη βελτίωση της μνήμης και της αντίληψης, στη δημιουργία θετικής εικόνας για το σώμα και στη βελτίωση της εργασιακής αποδοτικότητας (Ματσούκα, 2015).

Ο αθλητικός τουρισμός αναψυχής δεν είναι μόνο επωφελής για τους συμμετέχοντες αλλά και για την τοπική κοινωνία. Σύμφωνα με την έρευνα που πραγματοποίησαν οι Perna et al. (2019) σε 179 ντόπιους ενός προορισμού που έχει επενδύσει στην εν λόγω μορφή εναλλακτικού τουρισμού, διαπιστώνεται πως πρόκειται για ένα τουριστικό προϊόν το οποίο μπορεί να συμβάλλει σε μεγάλο βαθμό στην οικονομική ανάπτυξη του τόπου και στην οικονομική ευημερία των πολιτών, λόγω των πολλαπλασιαστικών επιδράσεων που έχει. Πιο απλά, τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν πως η ανάπτυξη δραστηριοτήτων που εστιάζουν στον αθλητικό τουρισμό αναψυχής, μπορούν να προσελκύσουν τουρίστες, των οποίων η διαμονή στον τόπο συνεπάγεται δαπάνη, την οποία και επωφελείται η τοπική κοινωνία. Ακόμη, οι συμμετέχοντες στην έρευνα

υποστήριξαν πως η ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού αναψυχής δίνει μία συγκεκριμένη ταυτότητα στον προορισμό και παράλληλα λειτουργεί ως κίνητρο για τη συμμετοχή των ίδιων στις διάφορες δραστηριότητες που πραγματοποιούνται.

Οι Min et al. (2015) μέσα από τη δική τους μελέτη, κατέληξαν στο συμπέρασμα πως ο αθλητικός τουρισμός αναψυχής έχει ιδιαίτερα θετικό οικονομικό αντίκτυπο στις κοινωνίες εκείνες που δεν είναι πλήρως οικονομικά αναπτυγμένες. Ουσιαστικά, θεωρούν πως η συγκεκριμένη μορφή εναλλακτικού τουρισμού μπορεί να αποτελέσει μοχλό οικονομικής ανάπτυξης για προορισμούς που δεν έχουν καταφέρει να αναπτύξουν ικανοποιητικά άλλους τομείς της οικονομίας ή για προορισμούς των οποίων η ανάπτυξη άλλων τομέων της οικονομίας δεν επαρκεί.

1.4 Καλές πρακτικές για την προώθηση και προβολή των εναλλακτικών τουριστικών προορισμών

Είναι γεγονός πως ακόμη και αν αναπτυχθούν ορισμένοι προορισμοί στο πρότυπο του εναλλακτικού τουρισμού, προκειμένου να μπορέσουν να διασφαλίσουν τη βιωσιμότητά τους και την προσέλκυση του κοινού στόχου, στο οποίο και απευθύνονται, θα πρέπει να προωθηθούν και να προβληθούν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Το έργο αυτό μπορούν να αναλάβουν οι φορείς τουριστικής ανάπτυξης των περιοχών, που μπορεί να εντάσσονται στην Τοπική ή την Περιφερειακή Αυτοδιοίκηση ή οι Οργανισμοί Διαχείρισης και Προώθησης Προορισμού. Οι οργανισμοί αυτοί μπορούν να σχεδιάσουν και να υλοποιήσουν την επικοινωνιακή πολιτική που απαιτείται, ώστε ο προορισμός να προωθηθεί με τον καλύτερο δυνατό τρόπο και να πείσει το κοινό στόχο, ότι το προϊόν που προσφέρει ανταποκρίνεται πλήρως στις ανάγκες και στις προσδοκίες τους. Επίσης, οι εν λόγω οργανισμοί έχουν τη δυνατότητα να συντονίσουν το έργο όλων εκείνων των προσώπων που εμπλέκονται, άμεσα ή έμμεσα με την τουριστική δραστηριότητα (Adeyinka-Ojo et al., 2014).

Σε πρώτο χρόνο οι παραπάνω φορείς που εστιάζουν στην τουριστική ανάπτυξη των συγκεκριμένων προορισμών, οφείλουν να υιοθετήσουν τον καλύτερο δυνατό σχεδιασμό που θα τους επιτρέψει να αποκτήσουν το brand που χρειάζονται. Πιο αναλυτικά, οι φορείς αυτοί πρέπει να σχεδιάσουν και να υλοποιήσουν ένα ολοκληρωμένο πλάνο που θα τους επιτρέψει να τοποθετήσουν τον προορισμό ως εναλλακτικό, μέσα από την παρουσίαση των πόρων που διαθέτει και των υπηρεσιών που προσφέρει. Με τον τρόπο αυτό θα μπορέσουν να προσεγγίσουν το κοινό που τους

ενδιαφέρει και να το παρακινήσουν να επισκεφθούν τον προορισμό (Sidorenko & Garrido, 2021).

Στη σύγχρονη εποχή, η αξιοποίηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να αποτελέσει ένα από τα πλέον σημαντικά εργαλεία για την ανάδειξη των προορισμών εκείνων που έχουν επιλέξει να αναπτυχθούν στο πλαίσιο του εναλλακτικού τουρισμού. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρουν οι Kilipiri et al. (2023) το Instagram και οι αναρτήσεις φωτογραφιών από άτομα που έχουν πολλούς ακολούθους και χαρακτηρίζονται ως καθοδηγητές γνώμης, μπορούν να επηρεάσουν θετικά τους τουρίστες και να τους παρακινήσουν να επισκεφθούν έναν εναλλακτικό τουριστικό προορισμό. Υπό το πρίσμα αυτό, οι προορισμοί που αναπτύσσουν τον εναλλακτικό τουρισμό και αποστρέφονται τον μαζικό τουρισμό και τους τουρίστες που δεν ενδιαφέρονται για την προστασία του φυσικού, του δομημένου και του πολιτισμικού περιβάλλοντος, μπορούν να χρησιμοποιήσουν το Instagram και τους κατάλληλους καθοδηγητές γνώμης για να προβάλλουν και να προωθήσουν το τουριστικό προϊόν που προσφέρουν.

Σύμφωνα με τους Hysa et al. (2022) οι διάφοροι προορισμοί μπορούν να χρησιμοποιήσουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και παράλληλα να παρακινήσουν τους επισκέπτες τους να αλληλοεπιδράσουν μέσω αυτών, προκειμένου να μπορέσουν να αποτυπώσουν την ικανοποίηση από την εμπειρία που βίωσαν. Επίσης, μέσω της αλληλοεπίδρασης των επισκεπτών με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι προορισμοί μπορούν να παρέχουν πληροφορίες σε τρίτους σχετικά με το τουριστικό προϊόν που προσφέρουν και τη συμπεριφορά που επιθυμούν να έχουν οι επισκέπτες τους. Ουσιαστικά, υποστηρίζουν πως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι εργαλεία τα οποία μπορούν να χρησιμοποιήσουν οι φορείς και οι παράγοντες των προορισμών που αναπτύσσονται στο πλαίσιο του εναλλακτικού τουρισμού, με στόχο να ενημερώσουν το κοινό στο οποίο απευθύνονται για την εμπειρία που μπορούν να του προσφέρουν, όπως και για να «δείξουν» ποιο είναι το κοινό το οποίο τους ενδιαφέρει.

Τέλος, είναι πολύ σημαντικό οι αρμόδιοι φορείς τουριστικής ανάπτυξης των εναλλακτικών προορισμών, να συμμετέχουν σε εκθέσεις και γεγονότα που βοηθούν την προβολή τους. Η συμμετοχή σε εκθέσεις που έχουν ως αντικείμενο τον εναλλακτικό τουρισμό, μέσα από περίπτερα που είναι σωστά οργανωμένα και ικανά να απεικονίσουν το τουριστικό προϊόν που προσφέρει ο προορισμός, μπορεί να εκτιμηθεί

ως μία πολύ καλή πρακτική προβολής, προώθησης αλλά και ταύτισης του προορισμού ως εναλλακτικού στη συνείδηση του κοινού στόχου. Επιπρόσθετα, μέσα από τη συμμετοχή σε εκθέσεις, το κοινό στόχο έχει την ευκαιρία να γνωρίσει καλύτερα το προϊόν που μπορεί να προσφέρει ο εναλλακτικός προορισμός και να διαμορφώσει την επιθυμία να τον επισκεφθεί (Madoui & Bendjeroua, 2023).

1.5 Ο ρόλος του κράτους στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού

Εξέχουσας σημασίας είναι ο ρόλος του κράτους στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού και συγκεκριμένα των κρατικών οργάνων και μηχανισμών που δραστηριοποιούνται στον χώρο του τουρισμού. Τα αρμόδια κρατικά όργανα οφείλουν να υποστηρίζουν με έμπρακτο τρόπο την περιφερειακή ανάπτυξη, η οποία μπορεί να επιτευχθεί μέσω του εναλλακτικού τουρισμού. Αρχικά, μπορεί να συμβάλει στη σύσταση Οργανισμών Διαχείρισης και Προώθησης Προορισμού, οι οποίοι θα μπορέσουν να σχεδιάσουν την ορθή ανάπτυξη του προορισμού, να εστιάσουν στην εκπαίδευση και στην προετοιμασία των δρώντων υποκειμένων, να προβάλουν τον προορισμό και έπειτα να συντονίσουν τη δράση και το έργο όλων των προσώπων, δημόσιων και ιδιωτικών που εμπλέκονται (Adeyinka-Ojo et al., 2014).

Επίσης, μέσω διαφόρων προγραμμάτων οικονομικής στήριξης και χρηματοδότησης, τα κρατικά όργανα, πρέπει να δώσουν κίνητρα ενασχόλησης με τον τουρισμό. Το κράτος, οφείλει να διαθέσει κονδύλια προς όλους εκείνους τους επιχειρηματίες και τους εν δυνάμει επιχειρηματίες που επιθυμούν να επενδύσουν στον εναλλακτικό τουρισμό. Μέσω της χρηματοδότησης, οι επιχειρηματίες θα μπορούν να πραγματοποιήσουν ευκολότερα επενδύσεις, αφενός γιατί θα διαθέτουν σημαντικό μέρος του απαιτούμενου κεφαλαίου και αφετέρου γιατί ο κίνδυνος της επένδυσης θα περιοριστεί αισθητά. Με τον τρόπο αυτόν, οι εναλλακτικοί προορισμοί θα μπορούν να διαθέτουν όλες εκείνες τις επιχειρήσεις που χρειάζονται ώστε να μπορέσουν να προσφέρουν στους επισκέπτες μοναδικές και αυθεντικές εμπειρίες (Κοκκώσης και συν., 2020).

Τέλος, απαραίτητη προϋπόθεση είναι το κράτος να πραγματοποιήσει τα απαιτούμενα έργα υποδομών. Για να μπορέσει να διασφαλιστεί η πρόσβαση των τουριστών θα πρέπει να υπάρχει αναπτυγμένο οδικό δίκτυο και σε πολλές περιπτώσεις αεροπορική ή ακτοπολική διασύνδεση. Παράλληλα, θα πρέπει να υπάρχουν υποδομές που να μπορούν να εξυπηρετούν τις ανάγκες των επισκεπτών, όπως είναι τα πάρκα, τα

αθλητικά κέντρα ή ακόμη και οργανισμοί που καλύπτουν βασικές ανάγκες των επισκεπτών, όπως είναι τα κέντρα υγείας. Το κράτος και ειδικά τα κρατικά όργανα που σχετίζονται με τον τουρισμό θα πρέπει να μεριμνήσουν μέσω της πραγματοποίησης δημόσιων έργων, στους προορισμούς που σχεδιάζουν την επίτευξη της τοπικής ανάπτυξης μέσω του εναλλακτικού τουρισμού (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2019).

2. Ο προορισμός των Μετεώρων

2.1 Γεωγραφικές και γεωλογικές πληροφορίες για τα Μετέωρα

Τα Μετέωρα αποτελούν ένα σύμπλεγμα βράχων, που εκτείνεται στον Νομό Τρικάλων στη Θεσσαλία και συγκεκριμένα υψώνονται πάνω από την πόλη της Καλαμπάκας. Οι βράχοι του συμπλέγματος των Μετεώρων αποτελούνται κατά κύριο λόγο από ψαμμίτη και το μέσο υψόμετρό τους ξεπερνά τα 310 μέτρα. Σημειώνεται πως οι γεωλόγοι υποστηρίζουν ότι τα Μετέωρα βρίσκονται στις εκβολές ενός ποταμού, του οποίου το Δέλτα βρισκόταν στη Θεσσαλία, η οποία και καλύπτονταν από θάλασσα. Αξίζει να αναφερθεί πως πριν από 30 εκατομμύρια χρόνια, πραγματοποιήθηκαν σοβαρές μεταβολές σε γεωλογικό επίπεδο που είχαν ως αποτέλεσμα την ανύψωση ενός μεγάλου τμήματος της Κεντρικής Ελλάδας και της βύθισης ενός άλλου ανάλογου τμήματος¹.

¹ <https://travelphoto.gr/meteyora-meteoro-monasteries/>

2.2 Το συνολικό τουριστικό προϊόν των Μετεώρων

Ένα από τα εργαλεία/μοντέλα που μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τους ειδικούς στον χώρο του τουρισμού, προκειμένου να γίνουν αντιληπτές οι δυνατότητες ενός προορισμού, είναι το μοντέλο των Middleton et al. (2013). Πρόκειται για ένα εργαλείο/μοντέλο, το οποίο παρουσιάζει αναλυτικά την υφιστάμενη κατάσταση ενός προορισμού και επιτρέπει στους ειδικούς να κατανοήσουν τα δυνατά στοιχεία, τις αδυναμίες, όπως και τις ευκαιρίες και τις απειλές που πρέπει να εκμεταλλευτούν. Πιο συγκεκριμένα, εξετάζει, εντοπίζει και καταγράφει τα φυσικά θέλγητρα που διαθέτει ένας προορισμός, τις υπηρεσίες φιλοξενίας και τις λοιπές εγκαταστάσεις που διαθέτει, την προσβασιμότητα, τις αντιλήψεις και τις εικόνες που έχει το καταναλωτικό κοινό σχετικά με την προορισμό και τέλος την τιμή, που αναφέρεται στο συνολικό ταξίδι.

Το εργαλείο/μοντέλο των Middleton et al. (2013) χρησιμοποιείται και στην παρούσα περίπτωση προκειμένου να διερευνηθεί πλήρως το τουριστικό προϊόν που μπορεί να προσφέρει στους τουρίστες ο προορισμός των Μετεώρων. Τα επιμέρους στοιχεία της Καλαμπάκας, σύμφωνα με το συγκεκριμένο εργαλείο/μοντέλο είναι τα εξής:

2.2.1 Αξιοθέατα και περιβάλλον

Η θρησκευτική ζωή ήταν έντονη στα Μετέωρα εδώ και πολλά έτη, καθώς πολλοί μοναχοί από τον 14^ο αιώνα και έπειτα επέλεξαν τη συγκεκριμένη περιοχή, προκειμένου να αφιερώσουν τη ζωή τους στο Θεό. Η επιλογή του συγκεκριμένου τόπου δεν ήταν τυχαία, αλλά ήταν αποτέλεσμα της ηρεμίας, της γαλήνης και της απομόνωσης που αναζητούσαν, με στόχο να νιώσουν πως βρίσκονται κοντά στον Θεό. Σήμερα λειτουργούν 6 από τα 24 μοναστήρια που είχαν δημιουργηθεί από τους μοναχούς. Ειδικότερα, σήμερα λειτουργεί η Ι.Μ. Μεγάλο Μετέωρο (Μεταμορφώσεως), η οποία και βρίσκεται στο υψηλότερο σημείο του μεγαλύτερο βράχο των Μετεώρων. Η Ιερά Μονή ιδρύθηκε από τον Όσιο Αθανάσιο τον Μετεωρίτη, τον 14^ο αιώνα και είναι ένα ανδρικό μοναστήρι. Ο επισκέπτης στην Ιερά Μονή μπορεί να επισκεφθεί το κεφάλι, τον καθολικό της Μονής και το παλιό μαγειρείο. Επίσης, έχει τη δυνατότητα να ξεναγηθεί στο Μουσείο της Μονής και να δει από κοντά κειμήλια, μοναδικής αξίας².

Η Ι.Μ. του Αγίου Στεφάνου είναι ένα γυναικείο μοναστήρι, το οποίο βρίσκεται στο Νότιο Άκρο των Μετεώρων. Για το συγκεκριμένο μοναστήρι, η παράδοση υποστηρίζει

² <https://guidemeteora.gr/im-megalo-meteoro-metamorfoseos-meteora/>

πως ιδρύθηκε τον 12^ο αιώνα, αλλά άρχισε να λειτουργεί ως οργανωμένο κοινόβιο τον 14^ο αιώνα. Ο επισκέπτης στον εν λόγω μοναστήρι μπορεί να δει τα ανακαινισμένα κτίρια του συγκροτήματος, τον καθολικό της μονής, την εκκλησία του Αγίου Χαράλάμπους και παράλληλα να απολαύσει την μοναδική θέα της περιοχής που του προσφέρει το μπαλκόνι της μονής³.

Το επόμενο Μοναστήρι που βρίσκεται στα Μετέωρα είναι η Ιερά Μονή Βαρλαάμ. Πρόκειται για ένα αντρικό μοναστήρι το οποίο βρίσκεται κοντά στον βράχο της Ι.Μ. Μεγάλο Μετέωρο. Το μοναστήρι κατασκευάστηκε τον 14^ο αιώνα από τον μοναχό Βαρλαάμ, το οποίο δεν λειτούργησε μετά την κοίμησή του και για 200 χρόνια. Το μοναστήρι ανακατασκευάστηκε και επαναλειτούργησε από τους αδελφούς Αψαράδες, οι οποίοι ήταν ιερομόναχοι. Υπογραμμίζεται πως μεταξύ όλων των μοναστηριών των Μετεώρων, το συγκεκριμένο θεωρείται ως το μοναστήρι με τις καλύτερες και πιο εντυπωσιακές τοιχογραφίες. Ο επισκέπτης μπορεί να δει διάφορα κτήρια όπως είναι το παλιό νοσοκομείο, ο πύργος ανάβασης, τη μικρή εκκλησία των Αγίων Αναργύρων και το Μουσείο το οποίο διαθέτει μία ολοκληρωμένη συλλογή θρησκευτικών και όχι μόνον, κειμηλίων⁴.

Η Ι.Μ Ρουσάνου αποτελεί ένα γυναικείο μοναστήρι, το οποίο είναι χτισμένο σε έναν απομονωμένο βράχο των Μετεώρων. Το μοναστήρι σύμφωνα με την παράδοση κατασκευάστηκε τον 14^ο αιώνα από δύο ασκητές τον Νικόδημο και τον Βενέδικτο. Το μοναστήρι μετά την κοίμησή τους, έμεινε ακατοίκητο για 100 περίπου χρόνια, όπου στην πορεία και ανακατασκευάστηκε από τους ιερομόναχους Ιωσάφ και Μάξιμο. Ο επισκέπτης μπορεί να βιώσει την μοναδική εμπειρία και κατάνυξη που του προσφέρει η εκκλησία της μονής, όπως και η μοναδική θέα⁵.

Αναφορά πρέπει να γίνει και στην Ι.Μ. της Αγίας Τριάδος που αποτελεί ένα ανδρικό μοναστήρι, το οποίο μάλιστα είναι και το πλέον δυσπρόσιτο, λόγω ότι βρίσκεται σε πολύ ψηλό βράχο. Ο Ναός της Μονής αποτελεί το πιο παλιό οίκημα, το οποίο σώζεται από τα τέλη του 15^ο αιώνα. Σημειώνεται πως πολλοί χώροι του μοναστηριού, δεν είναι επισκέψιμοι όπως είναι τα κελιά, οι αίθουσες υποδοχής και η Τράπεζα. Στο εν λόγω μοναστήρι, υπήρχαν πολλά κειμήλια και χειρόγραφα, τα οποία κλάπηκαν κατά τη

³ <https://guidemeteora.gr/meteora-monastiria/im-agiou-stefanou-meteora/>

⁴ <https://guidemeteora.gr/meteora-monastiria/im-barlaam-meteora/>

⁵ <https://guidemeteora.gr/meteora-monastiria/im-roussanou-meteora/>

διάρκεια της κατοχής των Γερμανών. Τα κειμήλια και τα χειρόγραφα που διασώθηκαν, έχουν μεταφερθεί στην Ι.Μ. Αγίου Στεφάνου, δεδομένου πως το εν λόγω μοναστήρι δεν λειτουργούσε για αρκετά χρόνια⁶.

Το τελευταίο ενεργό μοναστήρι είναι η Ι.Μ. του Αγίου Νικολάου Αναπαυσά, το οποίο είναι αντρικό. Η παράδοση αναφέρει πως στον συγκεκριμένο βράχο, οι πρώτοι μοναχοί έφτασαν τον 14^ο αιώνα, αλλά το μοναστήρι ανακατασκευάστηκε πλήρως τον 16^ο αιώνα. Στα μέσα του 20^{ου} αιώνα μετά τη γερμανική κατοχή, το μοναστήρι ανακαινίστηκε και αναστηλώθηκε από την Αρχαιολογική Υπηρεσία. Πρόκειται για το πρώτο μοναστήρι, στο οποίο μπορεί να έχει πρόσβαση ο επισκέπτης, ο οποίος μπορεί να δει το μικρό εκκλησάκι του Αγίου Αντωνίου, την Κρύπη, η οποία σε προγενέστερο χρόνο ήταν χώρος φύλαξης κειμηλίων της μονής, τον Ναό του Αγίου Νικολάου, την παλαιά Τράπεζα, τον ναό του Αγίου Ιωάννου του Προδρόμου, τον Πύργο πρόσβασης και το Καμπαναριό. Μνεία πρέπει να γίνει και στις αγιογραφίες που κοσμούν το μοναστήρι, από τις αρχές του 16^{ου} αιώνα. Σημειώνεται, πως όπως και σε όλα τα υπόλοιπα μοναστήρια έτσι και σε αυτό, η πρόσβαση σε αυτά διασφαλίζει τη δυνατότητα στον επισκέπτη, να απολαύσει μία μοναδική θέα ⁷.

Εκτός από τα μοναστήρια, μεγάλο ενδιαφέρον στα Μετέωρα, παρουσιάζει και το Σπήλαιο της Θεόπετρας. Πρόκειται για ένα σπήλαιο το οποίο καταδεικνύει πως χρησιμοποιούταν από τον άνθρωπο, από τη Μέση Παλαιολιθική εποχή έως και τη Νεολιθική εποχή. Τα στοιχεία που βρέθηκαν από τις ανασκαφές υποστηρίζουν πως υπήρχε στον χώρο του σπηλαίου, ανθρώπινη παρουσία πριν από 130.000 χρόνια. Ωστόσο, είναι πολύ σημαντικό να τονιστεί πως το εν λόγω σπήλαιο, αυτό το χρονικό διάστημα δεν είναι επισκέψιμο, λόγω κατολισθήσεων που καταγράφηκαν (Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού, 2023). Σημειώνεται πως το Σπήλαιο βρίσκεται μόλις λίγα χιλιόμετρα από την Καλαμπάκα (περίπου 4) και εκτείνεται σε υψόμετρο 100 μέτρων από την επιφάνεια της γης και 280 μέτρων από την επιφάνεια της Θάλασσας⁸.

⁶ <https://guidemeteora.gr/meteora-monastiria/im-agias-triadas-metaora/>

⁷ <https://guidemeteora.gr/meteora-monastiria/im-nikolaou-anapafsa/>

⁸

<https://www.infotouristmeteora.gr/%CE%B1%CF%81%CF%87%CE%B9%CE%BA%CE%AE/%CE%B1%CE%BE%CE%B9%CE%BF%CE%B8%CE%AD%CE%B1%CF%84%CE%B1/%CE%B1%CF%81%CF%87%CE%B1%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%AF-%CF%87%CF%8E%CF%81%CE%BF%CE%B9/%CF%84%CE%BF-%CF%83%CF%80%CE%AE%CE%BB%CE%B1%CE%B9%CE%BF-%CF%84%CE%B7%CF%82-%CE%B8%CE%B5%CF%8C%CF%80%CE%B5%CF%84%CF%81%CE%B1%CF%82/>

Μνεία πρέπει να γίνει και στον φυσικό πλούτο της περιοχής των Μετεώρων, καθώς ο ορεινός όγκος τους, αποτελεί ένα από τα μοναδικά και ξεχωριστά φυσικά τοπία της χώρας, που διακρίνονται για την πανίδα και τη χλωρίδα τους. Οι επισκέπτες έχουν τη δυνατότητα να έρθουν σε επαφή με τη φύση και να γνωρίσουν σπάνια είδη φυτών, δέντρων και ζώων, που δεν μπορούν να συναντήσουν εύκολα σε άλλες περιοχές της χώρας⁹.

Πέρα από τον φυσικό και θρησκευτικό πλούτο, τα Μετέωρα διαθέτουν και έναν σημαντικό αριθμό μουσείων, που βοηθούν τους επισκέπτες να βιώσουν μία ιδιαίτερα ολοκληρωμένη εμπειρία. Ειδικότερα, διαθέτει το Κέντρο ψηφιακής προβολής Μετεώρων, το Μουσείο Ελληνικής Παιδείας, το Μουσείο Φυσικής ιστορίας των Μετεώρων και το Μουσείο Μανιταριών, καθώς επίσης και το Μουσείο Γεωλογικών σχηματισμών των Μετεώρων¹⁰.

2.2.2 Υποδομές και υπηρεσίες

Τα Μετέωρα διαθέτουν υποδομές για να φιλοξενήσουν έναν συγκεκριμένο αριθμό επισκεπτών. Τα περισσότερα από τα ξενοδοχεία που μπορούν να εξυπηρετήσουν τις ανάγκες των επισκεπτών στα Μετέωρα βρίσκονται στην πόλη της Καλαμπάκας. Παράλληλα, υπάρχουν πολλές ιδιωτικές κατοικίες οι οποίες προσφέρονται στους επισκέπτες έναντι βραχυπρόθεσμης μίσθωσης μέσα από πλατφόρμες, όπως είναι η Booking και η Airbnb¹¹.

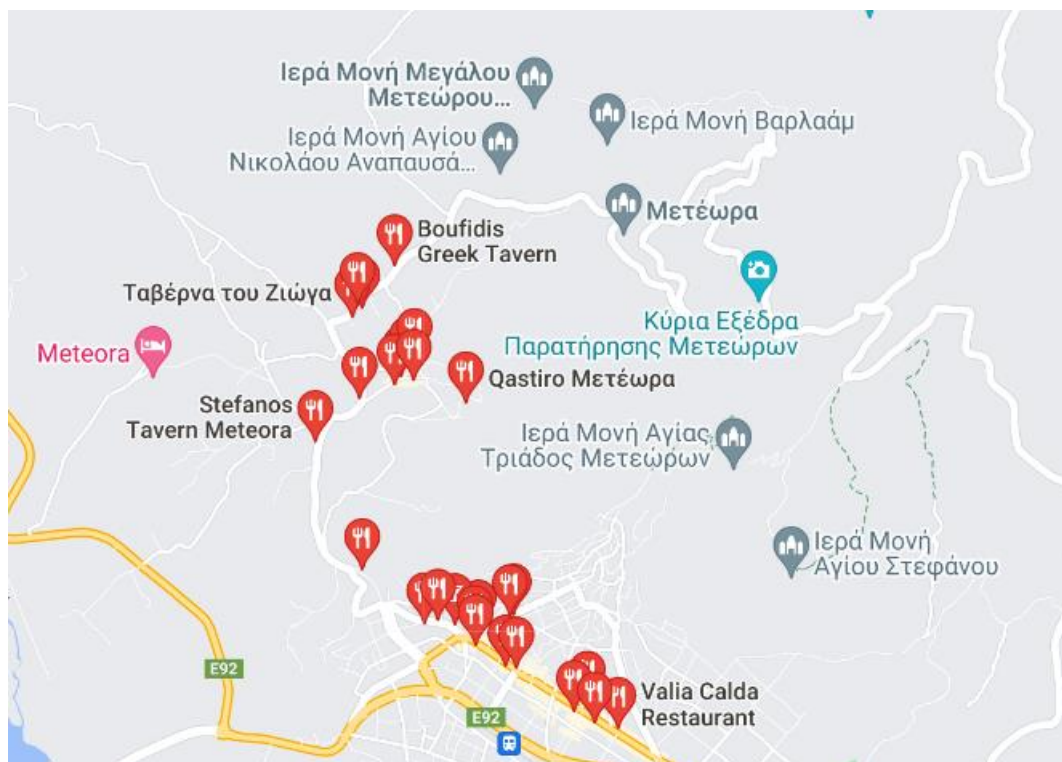
Στην ευρύτερη περιοχή των Μετεώρων, οι επισκέπτες μπορούν να επισκεφθούν πολλές και διαφορετικές επιχειρήσεις εστίασης, που προσφέρουν τοπικά πιάτα και παραδοσιακά εδέσματα. Ενδεικτικά, στην ακόλουθη εικόνα παρουσιάζονται κάποια

⁹ <https://www.infotouristmeteora.gr/%ce%b1%cf%81%cf%87%ce%b9%ce%ba%ce%ae/%ce%b7-%cf%86%cf%8d%cf%83%ce%b7-%cf%84%ce%b7%cf%82-%cf%80%ce%b5%cf%81%ce%b9%ce%bf%cf%87%ce%ae%cf%82/%ce%bf%cf%81%ce%b5%ce%b9%ce%bd%cf%8c%cf%82-%cf%8c%ce%b3%ce%ba%ce%bf%cf%82/>

¹⁰ <https://guidemeteora.gr/axiotheata-perioxis-kalampaka-trikala/>

¹¹ https://www.booking.com/searchresults.el.html?aid=318615&label=Catch_All-EL-125213355283-3GhgRueEXhxl5JV0BU1ywgS548736516617%3Apl%3Aata%3Ap1%3Ap2%3Aac%3Aap%3Aneg%3Afi55781352053%3Atiaud-294889296933%3Adsa-1232732501971%3Aip20377%3Ali%3Adec%3Adm&gclid=Cj0KCQjw9MCnBhCYARIsAB1WQVVPoOYqVlOgpGidVtgXKHllR5cyj54lmhOrQ0qArN-QOxYr3ziX8wYaAsFCEALw_wcB&dest_type=city&redirected=1&dest_id=-819347&source=city&redirected_from_city=1&keep_landing=1&sid=4fd2d62331b5488f5a53f8caef31beb

από τα εστιατόρια και τις επιχειρήσεις εστίασης που είναι καταχωρημένα στη μηχανή αναζήτησης της Google¹².



Στην περιοχή των Μετεώρων, προσφέρονται και οργανωμένες υπηρεσίες που σχετίζονται με δραστηριότητες στη φύση. Αναλυτικότερα, υπάρχουν επιχειρήσεις που παρέχουν στους επισκέπτες την ευκαιρία να συμμετέχουν σε δραστηριότητες που αφορούν στο κυνήγι τρούφας, την ποδηλασία βουνού, την πεζοπορία, το rafting και το καγιάκ στον Ασπροπόταμο, την αναρρίχηση και την ιπασία. Ακόμη, οι τουρίστες έχουν την ευκαιρία να επισκεφθούν το Οινοποιείο Λούδα όπως και την φάρμα Hippocrates Farm, προκειμένου να γνωρίσουν βασικές παραγωγικές διαδικασίες που οδηγούν σε παραδοσιακά τοπικά προϊόντα, τα οποία καλύπτουν σημαντικό μέρος των διατροφικών αναγκών του σύγχρονου ανθρώπου¹³.

12

https://www.google.com/search?q=%CE%B5%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%B1%CF%84%CF%8C%CF%81%CE%B9%CE%B1+%CE%BC%CE%B5%CF%84%CE%AD%CF%89%CF%81%CE%B1+%CE%BA%CE%B1%CE%BB%CE%B1%CE%BC%CF%80%CE%AC%CE%BA%CE%B1%CF%82&rlz=1C1GCEA_enGR969GR969&oq=%CE%B5%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%B1%CF%84%CF%8C%CF%81%CE%B9%CE%B1+%CE%BC%CE%B5%CF%84%CE%AD%CF%89%CF%81%CE%B1+%CE%BA%CE%B1%CE%BB%CE%B1%CE%BC%CF%80%CE%AC%CE%BA%CE%B1%CF%82&aqs=chrome..69i57j0i22i30.13454j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8

13

<https://www.infotouristmeteora.gr/%CE%B1%CF%81%CF%87%CE%B9%CE%BA%CE%AE/%CE%B5%CE%BA%CE%B4%CE%B7%CE%BB%CF%8E%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82-%CE%B4%CF%81%CE%B1%CF%83%CF%84%CE%B7%CF%81%CE%B9%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%8>

Στην πόλη της Καλαμπάκας, οι επισκέπτες έχουν επίσης τη δυνατότητα να μισθώσουν το δικό τους ιδιωτικό όχημα, χρησιμοποιώντας τις υπηρεσίες που προσφέρουν οι υπηρεσίες ενοικίασης οχημάτων. Σημειώνεται, πως στην περιοχή δραστηριοποιούνται και μεγάλες επιχειρήσεις ενοικίαση οχημάτων και μικρότερες τοπικές επιχειρήσεις. Αξίζει να αναφερθεί, πως υπάρχουν και επιχειρήσεις ενοικίασης ποδηλάτων για τους επισκέπτες που επιθυμούν να βιώσουν την τουριστική εμπειρία που τους προσφέρει η περιοχή με έναν πιο «πράσινο» τρόπο ζωής¹⁴.

Σημαντικό είναι να αναφερθεί πως πέρα από τις παραπάνω βασικές υπηρεσίες που διαμορφώνουν την τουριστική εμπειρία που απολαμβάνουν οι επισκέπτες, στην περιοχή παρέχονται και υγειονομικές υπηρεσίες σε περίπτωση που αντιμετωπίσουν κάποιο πρόβλημα υγείας. Αναλυτικότερα, στην Καλαμπάκα υπάρχει Κέντρο Υγείας και διάφοροι ιδιώτες ιατροί πολλών και διαφορετικών ειδικοτήτων. Επίσης, υπάρχουν φαρμακεία, από τα οποία οι επισκέπτες μπορούν να προμηθευτούν φάρμακα και βασικά είδη υγιεινής που χρειάζονται. Σημειώνεται πως και άλλες υπηρεσίες είναι διαθέσιμες στην Καλαμπάκα, όπως είναι το ταχυδρομείο, οι μεταφορικές εταιρείες, τα τραπεζικά καταστήματα και τα ΑΤΜ. Τέλος, οι επισκέπτες μπορούν να βρουν Super Markets, καταστήματα ένδυσης και υπόδησης και λοιπά καταστήματα για την πραγματοποίηση αγορών.

2.2.3 Εικόνες και αντιλήψεις του κοινού για τον προορισμό

Όπως εύκολα διαπιστώνεται μέσα από τις αξιολογήσεις και τις κριτικές που έχουν λάβει χώρα για τα Μετέωρα¹⁵, πρόκειται για έναν προορισμό που τοποθετείται στην

[4%CE%B5%CF%82/%CE%B4%CF%81%CE%B1%CF%83%CF%84%CE%B7%CF%81%CE%B9%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B5%CF%82/](https://www.google.com/search?q=%CE%B5%CF%82/%CE%B4%CF%81%CE%B1%CF%83%CF%84%CE%B7%CF%81%CE%B9%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B5%CF%82/)

14

[https://www.google.com/search?q=%CE%B5%CE%BD%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%AF%CE%B1%CF%83%CE%B7+%CE%BF%CF%87%CE%B7%CE%BC%CE%AC%CF%84%CF%89%CE%BD+%CE%BA%CE%B1%CE%BB%CE%B1%CE%BC%CF%80%CE%AC%CE%BA%CE%B1&aqs=chrome..69i57j33i160.6710j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=%CE%B5%CE%BD%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%AF%CE%B1%CF%83%CE%B7+%CE%BF%CF%87%CE%B7%CE%BC%CE%AC%CF%84%CF%89%CE%BD+%CE%BA%CE%B1%CE%BB%CE%B1%CE%BC%CF%80%CE%AC%CE%BA%CE%B1&rlz=1C1GCEA_enGR969GR969&oq=%CE%B5%CE%BD%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%AF%CE%B1%CF%83%CE%B7+%CE%BF%CF%87%CE%B7%CE%BC%CE%AC%CF%84%CF%89%CE%BD+%CE%BA%CE%B1%CE%BB%CE%B1%CE%BC%CF%80%CE%AC%CE%BA%CE%B1&aqs=chrome..69i57j33i160.6710j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8)

15

https://www.google.com/search?q=%CE%BC%CE%B5%CF%84%CE%AD%CF%89%CF%81%CE%B1+kalam-paka&sca_esv=561558033&rlz=1C1GCEA_enGR969GR969&sxsrf=AB5stBj2SEPAqCQfiD6Sp8GzVQXMi9q9tQ%3A1693484855964&ei=N4fwZletOoeW9u8P65CQuAk&ved=0ahUKEwjHpJba8oaBAxUHI_0H_HWslBjCQ4dUDCA8&uact=5&oq=%CE%BC%CE%B5%CF%84%CE%AD%CF%89%CF%81%CE%B1+kalam-paka&gs_lp=Egxnnd3Mtd2l6LXNlcnAiGM68zrXPhM6tz4nPgC6xlGthbGFtcGFrYTIHECMYsAIYJzINEC4YDRi_vARiJHARiABDIHEC4YDRiABDIGEAAyFhgeMggQABgWGB4YcJlGEAAyFhgeMgYQABgWGB4yBhAAGBYHjIGEAAyFhgeMgYQABgWGB4yHBAuGA0YrwEYxwEYgAQYlwUY3AQY3gQY4ATYAQJlKxYQIANyA5wAXgBkAEAmAGGAaABzgmqAQQwLjEwuAEDyAEA-

αντίληψη του κοινού ως ένας τόπος απaráμιλλης φυσικής ομορφιάς. Το κοινό αντιλαμβάνεται πως πρόκειται για έναν ξεχωριστό προορισμό στην Ελλάδα, λόγω των τεράστιων βράχων που έχουν σχηματιστεί με την πάροδο του χρόνου. Σημειώνεται, πως υπάρχουν χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που χαρακτηρίζουν τα Μετέωρα ως ένα από τα σημαντικότερα φυσικά τοπία, που θα έπρεπε να συμπεριλαμβάνονται στα θαύματα του κόσμου.

Εκτός της ταύτισης των Μετεώρων με το μοναδικό φυσικό τοπίο, γίνεται εμφανής η ταύτισή του με την ορθοδοξία και το θρησκευτικό στοιχείο. Η ύπαρξη 6 ενεργών μοναστηριών στους βράχους και η ιστορία γύρω από αυτά, δημιουργούν μία μοναδική και ξεχωριστή εικόνα για την περιοχή. Το κοινό αναγνωρίζει πως πρόκειται για έναν ιδιαίτερα Ιερό τόπο, που μπορούν να επισκεφθούν προκειμένου να βιώσουν εμπειρίες κατάνυξης και να έρθουν πιο κοντά στον Θεό. Από τα παραπάνω, εύκολα διαπιστώνεται πως η εικόνα που έχει διαμορφώσει το κοινό για τα Μετέωρα, δεν είναι άλλη από έναν τόπο με μοναδική φυσική ομορφιά, λόγω της γεωλογικής ιδιαιτερότητάς του και ως έναν τόπο με τεράστια θρησκευτική ιστορία. Σημειώνεται πως η παραπάνω εικόνα προωθείται ακόμη πιο έντονα και μέσα από την αναγνώριση της UNESCO ως ένα Μνημείο Παγκόσμιας Κληρονομιάς¹⁶.

2.2.4 Προσβασιμότητα

Για να μπορέσουν οι επισκέπτες να φτάσουν στα Μετέωρα, θα πρέπει πρωτίστως να φτάσουν στην Καλαμπάκα. Η πρόσβαση στην Καλαμπάκα μπορεί να πραγματοποιηθεί είτε μέσω σιδηροδρομικού, είτε μέσω οδικού δικτύου. Αναλυτικότερα, υπάρχει τρένο το οποίο συνδέει την πόλη της Καλαμπάκας με μεγάλα αστικά κέντρα όπως είναι η Αθήνα, η Θεσσαλονίκη, τα Τρίκαλα, ο Βόλος, η Λάρισα και η Καρδίτσα. Επιπλέον, οι επισκέπτες μπορούν να φθάσουν στην Καλαμπάκα με λεωφορείο, το οποίο τη συνδέει με πολλές πόλεις. Εκτός των παραπάνω πόλεων που συνδέονται και με το σιδηροδρομικό δίκτυο, η Καλαμπάκα μέσω λεωφορείων συνδέεται με τα Ιωάννινα, με την Άρτα, με την Πρέβεζα, με τα Γρεβενά και με την Κέρκυρα. Φυσικά, στην

[AEBwglNEC4YrwEYxwEYsAMYJ8ICBxAjGLADGCFcAgoQABhHGNYEGLADwglKEAAYigUYsAMYQ8ICFhAuGloFGMcBGK8BGMgDGLADGEPYAQHCaHACLhiKBRjIAxiwAxhD2AEBwglNEC4YrwEYxwEYigUYJ8ICBxAjGloFGCFcAgQQIxgnwglFEAAyGATCAgUQLhiABMICBxAAGloFGEPcAhoQLhivARjHARiKBRiXBRjicBBjeBBjgBNgBAsICDxAuGIAEGMcBGK8BGAoYKsICaHAmwglGEC4YFhgewglEFC4YgAQYxwEYrwEYChggGJcFGNwEGN4EGOAE2AECwglVEFC4YFhgeGJcFGNwEGN4EGOAE2AECwglKEAAYFhgeGA8YCsICBhAAGB4YDeIDBBgAIEGIBgGQBhS6BgYIARABGAi6BgYIAhABGBQ&scient=gws-wiz-serp#lrd=0x13590faee8327f39:0x7127add4d8bc32ff,1,,,](https://www.google.com/maps/@38.9166667,26.8333333,15z)

¹⁶ <https://guidemeteora.gr/kathestos-prostaias-meteora/>

Καλαμπάκα, οι επισκέπτες μπορούν να φτάσουν με το ιδιωτικό τους όχημα, μέσω της Εθνικής Οδού Αθηνών Λαμίας, μέσω της Ιόνιας Οδού, μέσω της Εγνατίας Οδού, μέσω της Λάρισας και μέσω της Εθνικής Ιωαννίνων-Τρικάλων¹⁷.

Η πρόσβαση στους Ιερούς βράχους των Μετεώρων και κατά συνέπεια στα Μοναστήρια μπορεί να πραγματοποιηθεί με ιδιωτικά μέσα μεταφοράς, με ταξί και με τα πόδια. Δεν υπάρχει δημόσια συγκοινωνία που να εξυπηρετεί τους επισκέπτες στην περιοχή, να μεταβούν στις Ιερές Μονές¹⁸. Επίσης, πρέπει να αναφερθεί πως υπάρχουν επιχειρήσεις που οργανώνουν τη μετακίνηση των τουριστών στα Μοναστήρια και παράλληλα αναλαμβάνουν και την ξενάγησή τους, ώστε η υπηρεσία που προσφέρεται να είναι ολοκληρωμένη και να καλύπτει τις ανάγκες τους πλήρως¹⁹.

2.2.5 Τιμή προϊόντος

Η τιμή του προϊόντος των Μετεώρων μπορεί να διαφοροποιηθεί από χαμηλά έως υψηλά επίπεδα, ανάλογα με τις επιλογές καταλυμάτων, ψυχαγωγίας και εστίασης που θα επιλέξουν οι επισκέπτες. Ανάλογα με την περίοδο και τη διαθεσιμότητα των καταλυμάτων, το κόστος διαμονής ενός ατόμου μπορεί να ξεκινήσει από 30 ευρώ και να φτάσει και να ξεπεράσει και τα 100 ευρώ. Επίσης, το κόστος σίτισης μπορεί επίσης να διαφοροποιηθεί ανάλογα με το αν θα επιλέξει ο επισκέπτης να δειπνήσει σε κάποιο εστιατόριο ή να αγοράσει κάποιο πιο «πρόχειρο γεύμα».

Ιδιαίτερη αναφορά πρέπει να γίνει και σε διάφορες ημερήσιες εκδρομές που οργανώνονται προς τα Μετέωρα, με αφετηρία τα μεγάλα αστικά κέντρα, όπως είναι η Αθήνα και η Θεσσαλονίκη. Πιο συγκεκριμένα, οι ημερήσιες οργανωμένες εκδρομές από την Αθήνα στα Μετέωρα, που περιλαμβάνουν ξεναγήσεις τιμολογούνται στα 120 ευρώ περίπου και οι αντίστοιχες οργανωμένες εκδρομές από τη Θεσσαλονίκη, τιμολογούνται στα 60 ευρώ περίπου το άτομο²⁰.

¹⁷

<http://www.meteorabooking.gr/trikala/tourism/articles/article.jsp?context=1504&categoryid=17398&articleid=18819>

¹⁸ <https://meteoramuseum.gr/prosvasi-sta-meteora>

¹⁹ <https://visitmeteora.travel/el/tour/meteora-train-to-train-mid-day-tour/>

²⁰ <https://www.getyourguide.com/el-gr/>

https://www.getyourguide.com/el-gr/?cmp=ga&cg_src=google_ads&cg_cmp=20047334369&cg_con=151736654547&cg_term=%CE%BC%CE%B5%CF%84%CE%AD%CF%89%CF%81%CE%B1&cg_med=&cg_plac=&cg_net=g&cg_pos=&cg_plt=gp&campaign_id=20047334369&adgroup_id=151736654547&target_id=kwd-346533076778&loc_physical_ms=20377&match_type=b&ad_id=662825454165&keyword=%CE%BC%CE%B5%CF%84%CE%AD%CF%89%CF%81%CE%B1&ad_position=&feed_item_id=&placement=

Αρκετά ταξιδιωτικά γραφεία αναλαμβάνουν για οργανωμένες εκδρομές στα Μετέωρα, λίγων ημερών προκειμένου οι επισκέπτες να αφιερώσουν περισσότερο χρόνο στον τόπο, στο φυσικό τοπίο και στα μοναστήρια. Ενδεικτικές τιμές των ομαδικών πακέτων με αφετηρία την Αθήνα είναι στα 210 ευρώ το άτομο για 2 ημέρες και στα 270 για 3 ημέρες. Εκτός των ομαδικών πακέτων, διατίθενται και εκδρομές που έχουν εξατομικευμένο χαρακτήρα, των οποίων το κόστος είναι σημαντικά υψηλότερο καθώς για 1 μόλις ημέρα μπορεί να φτάσει στα 370 ευρώ το άτομο ²¹.

2.3 SWOT Ανάλυση για τα Μετέωρα

Η SWOT analysis είναι ένα από τα εργαλεία που μπορούν να χρησιμοποιηθούν στον χώρο του τουρισμού, με στόχο την αποτύπωση και την καταγραφή των δυνατών και των αδύνατων στοιχείων των προορισμών, των ευκαιριών που πρέπει να δράσουν για να αναπτυχθούν περισσότερο και για να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και των απειλών που πρέπει να αντιμετωπίσουν (Rebuya & Gasga, 2022). Η εν λόγω ανάλυση μπορεί να χρησιμοποιηθεί από τους αρμόδιους φορείς, προκειμένου να μπορέσουν να εστιάσουν στη βιώσιμη ανάπτυξη των προορισμών, αποφεύγοντας στρατηγικές και πρακτικές που δύνανται να οδηγήσουν στην ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού, ο οποίος έχει σοβαρές αρνητικές συνέπειες σε διάφορες εκφάνσεις, οικονομικές, πολιτισμικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές (Gerami & Hosseini, 2021).

Στο σημείο αυτό λαμβάνει χώρα η SWOT analysis για την περιοχή των Μετεώρων και παρουσιάζονται τα δυνατά, τα αδύνατα σημεία και οι ευκαιρίες και οι απειλές που εντοπίζονται στο ευρύτερο περιβάλλον.

Δυνατά σημεία:

- Μοναδικά όμορφο και γοητευτικό φυσικό τοπίο.
- Σπάνιο τοπίο λόγω γεωλογικών ιδιαιτεροτήτων, καθώς οι βράχοι είναι από ψαμμίτη.
- Πλούσια και σπάνια χλωρίδα και πανίδα.
- Αρκετά και σημαντικά μοναστήρια συγκεντρωμένα στους βράχους.

[e=c&partner_id=CD951&gclid=Cj0KCQjw9MCnBhCYARIsAB1WQVVF9RdGodi0ueeKJ3K7I3iZv94GPaTm_pvK0eG7kxYdyCZpuQdk3rwAaAtjYEALw_wcB](https://www.visitmeteora.gr/en/partner_id=CD951&gclid=Cj0KCQjw9MCnBhCYARIsAB1WQVVF9RdGodi0ueeKJ3K7I3iZv94GPaTm_pvK0eG7kxYdyCZpuQdk3rwAaAtjYEALw_wcB)

²¹ https://visitmeteora.travel/top-rated-meteora-tours/?gclid=Cj0KCQjw9MCnBhCYARIsAB1WQVW-W5aYUCqtI0li7GCqjpJ63jJk_AlwSb675yz8idXkuyiBMsfkdnkaAiSKEALw_wcB

- Τοποθέτηση ως ιερός χώρος.
- Ιδιαίτερα αναπτυγμένος ο θρησκευτικός τουρισμός.

Αδύνατα σημεία:

- Δύσκολη πρόσβαση καθώς δεν υπάρχουν μέσα μαζικής μεταφοράς.
- Περιορισμένος αριθμός καταλυμάτων, των οποίων η πληρότητα καλύπτεται εύκολα σε ορισμένες περιόδους της χώρας.
- Δεν έχουν αναπτυχθεί σημαντικά πολλές μορφές εναλλακτικού τουρισμού.
- Περιορισμένη αξιοποίηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και του διαδικτύου για την αποτελεσματική προβολή των Μετεώρων.

Ευκαιρίες:

- Υπάρχουν πόροι που μπορούν να αξιοποιηθούν για να αναπτυχθούν διάφορες μορφές εναλλακτικού τουρισμού.
- Το τουριστικό κοινό ενδιαφέρεται για μορφές εναλλακτικού τουρισμού, καθώς είναι ήπιες και φιλικές προς το περιβάλλον.
- Μπορούν να αξιοποιηθούν κονδύλια από το κράτος και την Ευρωπαϊκή Ένωση, ώστε να γίνουν επενδύσεις που αφορούν στον εναλλακτικό τουρισμό.
- Μπορούν να αξιοποιηθούν κονδύλια από το κράτος και την Ευρωπαϊκή Ένωση, ώστε να γίνουν επενδύσεις για την καλύτερη κάλυψη των αναγκών των επισκεπτών (ξενώνες, ξενοδοχεία, επιχειρήσεις εστίασης κτλ.).
- Η αξιοποίηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και του διαδικτύου για την αποτελεσματικότερη προβολή του προορισμού.
- Δημιουργία δημόσιων συγκοινωνιών που μπορούν να εξυπηρετούν τις ανάγκες των τουριστών.

Απειλές

- Αδιαφορία από τους τοπικούς φορείς για την ανάπτυξη μορφών εναλλακτικού τουρισμού.
- Αδυναμία αξιοποίησης των κονδυλίων από το κράτος και την Ευρωπαϊκή Ένωση για την πραγματοποίηση επενδύσεων.

- Η κλιματική αλλαγή και οι φυσικές καταστροφές που μπορούν να προκληθούν από αυτή και να επηρεάσουν τους βράχους και την ευρύτερη περιοχή των Μετεώρων.
- Η εκδήλωση μίας νέας οικονομικής κρίσης που μπορεί να επηρεάσει αρνητικά την επιχειρηματικότητα και την τουριστική κίνηση.
- Η εκδήλωση μίας νέας υγειονομικής κρίσης που μπορεί να επηρεάσει αρνητικά την επιχειρηματικότητα και την τουριστική κίνηση.

3. Μεθοδολογία της έρευνας

3.1 Σκοπός και ερευνητικά ερωτήματα

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να διερευνήσει μέσα από τις απόψεις και τις αντιλήψεις των τοπικών παραγόντων, των φορέων τουριστικής ανάπτυξης και των ντόπιων επιχειρηματιών, τη δυνατότητα ανάπτυξης διαφόρων μορφών εναλλακτικού τουρισμού, καθώς επίσης και να εντοπίσει όλα τα βήματα που πρέπει να πραγματοποιηθούν ώστε τα Μετέωρα να αποτελέσουν έναν προορισμό για όλους εκείνους που επιθυμούν να βιώσουν μοναδικές και εξατομικευμένες εμπειρίες που μπορεί να προσφέρει μόνο ο εναλλακτικός τουρισμός.

Τα ερευνητικά ερωτήματα που απαντά η παρούσα εργασία είναι τα εξής:

1. Ποια είναι η υφιστάμενη κατάσταση ανάπτυξης των μορφών εναλλακτικού τουρισμού στα Μετέωρα, σύμφωνα με τις απόψεις και τις αντιλήψεις των τοπικών παραγόντων, των φορέων τουριστικής ανάπτυξης και των ντόπιων επιχειρηματιών;
2. Σε ποιον βαθμό η περιοχή των Μετεώρων διαθέτει τους απαιτούμενους πόρους προκειμένου να μπορέσει να αναπτυχθεί τουριστικά, σύμφωνα με τις απόψεις και τις αντιλήψεις των τοπικών παραγόντων, των φορέων τουριστικής ανάπτυξης και των ντόπιων επιχειρηματιών;
3. Ποια είναι τα εμπόδια ανάπτυξης των μορφών εναλλακτικού τουρισμού στην περιοχή των Μετεώρων, σύμφωνα με τις απόψεις και τις αντιλήψεις των τοπικών παραγόντων, των φορέων τουριστικής ανάπτυξης και των ντόπιων επιχειρηματιών;

4. Ποιες είναι οι ευκαιρίες που δύναται να εκμεταλλευτεί η περιοχή των Μετεώρων, προκειμένου να μπορέσει να αναπτυχθεί στο πλαίσιο του εναλλακτικού τουρισμού, σύμφωνα με τις απόψεις και τις αντιλήψεις των τοπικών παραγόντων, των φορέων τουριστικής ανάπτυξης και των ντόπιων επιχειρηματιών;
5. Ποια είναι η συμπεριφορά των τουριστών που επισκέπτονται τα Μετέωρα, σύμφωνα με τις απόψεις και τις αντιλήψεις των τοπικών παραγόντων, των φορέων τουριστικής ανάπτυξης και των ντόπιων επιχειρηματιών;
6. Ποιες είναι οι απόψεις των τοπικών παραγόντων, των φορέων τουριστικής ανάπτυξης και των ντόπιων επιχειρηματιών σχετικά με τη διαχείριση και την προώθηση του τουριστικού προϊόντος της περιοχής των Μετεώρων;
7. Ποια είναι τα μέτρα πολιτικής, οι δράσεις και οι προτάσεις των φορέων τουριστικής ανάπτυξης και των ντόπιων επιχειρηματιών, που δύναται να ληφθούν ώστε να αναπτυχθεί ο εναλλακτικός τουρισμός στην περιοχή των Μετεώρων.

Μέσα από την απάντηση των παραπάνω ερευνητικών ερωτημάτων, γίνονται κατανοητές οι δυνατότητες που έχει η περιοχή των Μετεώρων, να αναπτυχθεί και να αποτελέσει έναν προορισμό εναλλακτικού τουρισμού, που δύναται να προσελκύσει έναν μεγάλο αριθμό τουριστών που ενδιαφέρονται για μορφές τουρισμού, οι οποίες αποστασιοποιούνται από το πρότυπο του μαζικού τουρισμού. Επίσης, γίνονται σαφή τα εμπόδια που αποτρέπουν την άμεση και ουσιαστική ανάπτυξη της περιοχής των Μετεώρων ως εναλλακτικός προορισμός. Τέλος, καταγράφονται οι ευκαιρίες που πρέπει να αξιοποιηθούν από τους τοπικούς παράγοντες και φορείς, ώστε να μπορέσει η περιοχή των Μετεώρων να αναπτύξει και άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, ώστε να προσφέρει ποιοτικές και ξεχωριστές εμπειρίες στους επισκέπτες της.

3.2 Ερευνητική στρατηγική

Για την επίτευξη του σκοπού της εργασίας και για την απάντηση των παραπάνω ερευνητικών ερωτημάτων, επιλέχθηκε η ποσοτική ερευνητική στρατηγική. Η ποσοτική ερευνητική στρατηγική είναι κατάλληλη για την μέτρηση κοινωνικών μεταβλητών, τις οποίες και τις παρουσιάζει με αριθμητικά και στατιστικά δεδομένα (Bryman, 2017). Επιπρόσθετα, είναι ιδιαίτερα χρήσιμη και η εκτίμηση των απόψεων και των αντιλήψεων συγκεκριμένων πληθυσμιακών ομάδων, πάνω σε διάφορα κοινωνικά

ζητήματα που βρίσκονται στο επίκεντρο του επιστημονικού ενδιαφέροντος (Creswell, 2011), όπως επιχειρείται και στην παρούσα ερευνητική εργασία. Σημειώνεται, πως στις περιπτώσεις που επιλέγεται η ποσοτική ερευνητική στρατηγική με στόχο την καταγραφή και την αποτύπωση των απόψεων και των αντιλήψεων κάποιων ατόμων, παραγόντων και λοιπών φορέων, χρησιμοποιείται συνήθως το συγχρονικό σχέδιο που έχει τη μορφή δημοσκόπησης (Bryman, 2017), όπως συμβαίνει και στην προκειμένη περίπτωση.

3.3 Εργαλείο συλλογής δεδομένων

Για να μπορέσουν να συλλεχθούν τα απαιτούμενα πρωτογενή δεδομένα, τα οποία είναι απαραίτητα για την επίτευξη του σκοπού της εργασίας και για την απάντηση των ερευνητικών ερωτημάτων, χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο. Το ερωτηματολόγιο είναι το πλέον δημοφιλές εργαλείο συλλογής δεδομένων σε ποσοτικές έρευνες που έχουν τη μορφή δημοσκόπησης και εξετάζουν απόψεις και αντιλήψεις (Bryman, 2017).

Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε στην παρούσα ερευνητική εργασία αποτελείται από διακριτές ενότητες, που αντιστοιχούν στα ερευνητικά ερωτήματα που έχουν τεθεί. Πιο αναλυτικά, η πρώτη ενότητα εξετάζει την υφιστάμενη κατάσταση ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού, όπως και τις υποδομές και τους πόρους που διαθέτει η περιοχή των Μετεώρων. Η ενότητα αυτή αποτελείται από 12 ερωτήσεις κλειστού τύπου (επιλογής, διχοτόμησης και Likert) που αντιστοιχούν στα δύο πρώτα ερευνητικά ερωτήματα.

Η δεύτερη ενότητα εξετάζει τις αντιλήψεις και τις απόψεις των συμμετεχόντων στην έρευνα, αναφορικά με τα εμπόδια που εντοπίζονται στην περίπτωση της τουριστικής ανάπτυξης και ειδικά στο πλαίσιο της περιοχής των Μετεώρων. Η ενότητα αυτή αποτελείται από 1 ερώτηση κλειστού τύπου με υποερωτήματα-δηλώσεις τύπου Likert και ζητά από τους συμμετέχοντες να δηλώσουν τον βαθμό που πιστεύουν ότι κάποιοι παράγοντες μπορεί να λειτουργήσουν ως εμπόδια στο πλαίσιο της ανάπτυξης της υπό εξέταση περιοχής, ως ένας εναλλακτικός τουριστικός προορισμός. Μέσω των απαντήσεων στις ερωτήσεις αυτές, δίνεται απάντηση και στο τρίτο ερευνητικό ερώτημα της εργασίας.

Η τρίτη ενότητα εξετάζει τις αντιλήψεις και τις απόψεις των συμμετεχόντων στην έρευνα, αναφορικά με τις πιθανές ευκαιρίες που μπορούν να εκμεταλλευτούν όλοι οι τοπικοί παράγοντες και οι αρμόδιοι φορείς, ώστε να διασφαλιστεί η ανάπτυξη της

περιοχής των Μετεώρων στο πλαίσιο του εναλλακτικού τουρισμού. Η ενότητα αυτή αποτελείται από 2 ερωτήσεις κλειστού τύπου με υποερωτήματα-δηλώσεις τύπου Likert και αντιστοιχεί στο τέταρτο ερευνητικό ερώτημα.

Η τέταρτη ενότητα εξετάζει τη συμπεριφορά των τουριστών που επισκέπτονται την περιοχή των Μετεώρων, σύμφωνα με τις απόψεις και τις αντιλήψεις των συμμετεχόντων στην έρευνα. Ουσιαστικά, μέσα από ερωτήσεις απλής επιλογής, πολλαπλής επιλογής και ερωτήσεων Likert, αποτυπώνεται το προφίλ των τουριστών που επισκέπτονται τα Μετέωρα. Ειδικότερα, η ενότητα αυτή απαρτίζεται από 2 ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής, από 2 ερωτήσεις απλής επιλογής και από 1 ερώτηση κλειστού τύπου με υποερωτήματα-δηλώσεις τύπου Likert. Οι ερωτήσεις που απαρτίζουν την ενότητα αυτή, αντιστοιχούν στο πέμπτο ερευνητικό ερώτημα.

Η πέμπτη ενότητα του ερωτηματολογίου προσπαθεί να καταγράψει τις απόψεις των τουριστικών φορέων των Μετεώρων σχετικά με τη διαχείριση και την προώθηση του τουριστικού προϊόντος, που σημαίνει πως αντιστοιχεί στο έκτο ερευνητικό ερώτημα. Αποτελείται από τέσσερις ερωτήσεις τύπου Likert, οι οποίες δίνουν χρήσιμες πληροφορίες ως προς τον βαθμό αξιοποίησης των καλών πρακτικών που εφαρμόζονται σε διάφορους προορισμούς για την αποτελεσματική προώθησή τους.

Τέλος, η έκτη ενότητα αποτελείται από μία μόλις ερώτηση κλειστού τύπου με υποερωτήματα, που επιχειρεί να καταγράψει τις αντιλήψεις και τις απόψεις των συμμετεχόντων στην έρευνα σχετικά με τα μέτρα πολιτικής, τις δράσεις και τις προτάσεις που θα μπορούσαν να εφαρμοστούν, ώστε ο προορισμός να μπορέσει να αναπτυχθεί στο πλαίσιο του εναλλακτικού τουρισμού. Σημειώνεται πως η απάντηση σε αυτή την ερώτηση, αντιστοιχεί και στην απάντηση του έβδομου και τελευταίου ερευνητικού ερωτήματος.

Κλείνοντας την ενότητα της περιγραφής του ερωτηματολογίου είναι σημαντικό να τονιστεί πως οι ερωτήσεις που χρησιμοποιήθηκαν κατασκευάστηκαν από την ερευνήτρια, η οποία και στηρίχθηκε στην υφιστάμενη βιβλιογραφία που εστιάζει στους πόρους, στα θέλγητρα, στα εμπόδια και στις ευκαιρίες που καθορίζουν αν και σε ποιον βαθμό μπορεί να αναπτυχθεί ένας προορισμός τουριστικά (Κοκκώσης και συν., 2020; Κοκκώσης & Τσάρτας, 2019; Middleton et al., 2013).

3.4 Δείγμα της έρευνας

Ο πληθυσμός της έρευνας αποτελείται από φορείς που σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με τον τουρισμό και την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής των Μετεώρων, συμπεριλαμβανομένων των τοπικών παραγόντων και των ντόπιων επιχειρηματιών. Πιο συγκεκριμένα, αποτελείται από τους εκπροσώπους της Περιφέρειας και του Δήμου, του Επιμελητηρίου, των Τουριστικών Γραφείων, των Ιερών Μονών, των Τουριστικών επιχειρήσεων, των Επιχειρήσεων εστίασης, των Εμπορικών καταστημάτων και των Εμπορικών συλλόγων της ευρύτερης περιοχής των Μετεώρων, συμπεριλαμβανόμενης και της Καλαμπάκας. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε μέσω συλλογής ερωτηματολογίου σε 41 ερωτούμενους των παραπάνω φορέων, αριθμός που ξεπερνά το 60% του συνολικού πληθυσμού. Τονίζεται πως το δείγμα είναι εντός των ορίων, από την άποψη μεγέθους, καθώς σύμφωνα με τον Delice (2010) είναι σημαντικό οι συμμετέχοντες σε μία ποσοτική έρευνα κοινωνικού χαρακτήρα, να είναι τουλάχιστον 40 άτομα.

Αξίζει να σημειωθεί πως το δείγμα της έρευνας προσεγγίστηκε τηλεφωνικά, μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και διά ζώσης. Σε πολλές περιπτώσεις, προηγήθηκε τηλεφωνική επικοινωνία και έπειτα η ερευνήτρια είτε προώθησε ηλεκτρονικά το ερωτηματολόγιο (το οποίο είχε αναρτηθεί σε Google Forms), είτε επισκέφθηκε διά ζώσης τον φορέα. Σε άλλες περιπτώσεις, η πρώτη επαφή ήταν διά ζώσης, όπου και η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου πραγματοποιήθηκε στον ίδιο χρόνο. Επιπλέον η στατιστική ανάλυση των δεδομένων των ερωτηματολογίων, υλοποιήθηκε μέσω του προγράμματος IBM SPSS Statistics 26.

3.5 Δεοντολογία της έρευνας

Κατά την ερευνητική διαδικασία, όπως και κατά τη διαδικασία της επεξεργασίας των απαντήσεων των συμμετεχόντων στην έρευνα, διασφαλίστηκε η τήρηση κάποιων αρχών που εντάσσονται στο πλαίσιο της δεοντολογίας της έρευνας (Bryman, 2017; Creswell, 2011). Αναλυτικότερα:

- Διασφαλίστηκε η ανωνυμία όλων των ερωτούμενων που πήραν μέρος στην έρευνα.
- Ο τρόπος παρουσίασης των αποτελεσμάτων δεν επιτρέπει την ταύτιση των απαντήσεων με τους συμμετέχοντες .

- Διασφαλίστηκε η εθελοντική συμμετοχή των ερωτόμενων, καθώς δεν ασκήθηκε πίεση σε κανέναν συμμετέχοντα.
- Όλοι οι συμμετέχοντες της έρευνας είχαν το δικαίωμα να εγκαταλείψουν την ερευνητική διαδικασία, αν αισθανόταν κάποια πίεση ή κάποια ενόχληση από τις ερωτήσεις.
- Η ερευνήτρια ενημέρωσε πλήρως τους ερωτούμενους για τον σκοπό της ερευνητικής εργασίας.

4. Αποτελέσματα έρευνας

4.1 Υφιστάμενη κατάσταση ανάπτυξης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού

Στην πρώτη ενότητα του κεφαλαίου των αποτελεσμάτων παρουσιάζονται τα ευρήματα της ανάλυσης που προέκυψαν από τις απαντήσεις των τουριστικών φορέων στα Μετέωρα αναφορικά με την υφιστάμενη κατάσταση ανάπτυξης των μορφών τουρισμού. Από τον Πίνακα 1 προκύπτει πως σε μέτριο βαθμό ο εναλλακτικός τουρισμός έχει αναπτυχθεί στα Μετέωρα σε σχέση με τους πόρους που διαθέτει (ΜΟ = 2.9, ΤΑ = 1.0).

Πίνακας 1. Αποτελέσματα για το βαθμό στον οποίο ο εναλλακτικός τουρισμός έχει αναπτυχθεί στα Μετέωρα σε σχέση με τους πόρους που διαθέτει

	1	2	3	4	5	ΜΟ	ΤΑ
Σε ποιον βαθμό θεωρείτε πως ο εναλλακτικός τουρισμός έχει αναπτυχθεί στα Μετέωρα σε σχέση με τους πόρους που διαθέτει;	4.9%	31.7%	39.0%	19.5%	4.9%	2.9	1.0

1 = Καθόλου, 5 = Πάρα Πολύ

Στον Πίνακα 2 δίνονται τα αναλυτικά αποτελέσματα σχετικά με το βαθμό στον οποίο έχουν αναπτυχθεί κάποιες μορφές εναλλακτικού τουρισμού στα Μετέωρα σύμφωνα με την απόψεις των συμμετεχόντων της έρευνας. Τα ευρήματα της ανάλυσης δείχνουν πως σε πολύ μεγάλο βαθμό στην περιοχή έχει αναπτυχθεί ο θρησκευτικός/προσκυνηματικός τουρισμός (MO = 4.2, TA 0.8) ενώ σε μέτριο προς μεγάλο βαθμό έχει αναπτυχθεί στην περιοχή ο πολιτιστικός τουρισμός (MO = 3.5, TA = 1.0). Αντίθετα, αναγνωρίζεται πως στην ευρύτερη περιοχή έχει αναπτυχθεί σε μέτριο βαθμό ο αθλητικός τουρισμός αναψυχής (MO = 3.2, TA = 0.8) και σε μικρό βαθμό ο γαστρονομικός τουρισμός (MO = 2.4, TA = 0.9).

Πίνακας 2. Αποτελέσματα για το βαθμό στον οποίο έχουν αναπτυχθεί κάποιες μορφές εναλλακτικού τουρισμού στα Μετέωρα

	1	2	3	4	5	MO	TA
Θρησκευτικός/Προσκυνηματικός τουρισμός	0.0%	2.4%	12.2%	43.9%	41.5%	4.2	0.8
Πολιτιστικός τουρισμός	2.4%	14.6%	26.8%	46.3%	9.8%	3.5	1.0
Γαστρονομικός τουρισμός	14.6%	43.9%	34.1%	4.9%	2.4%	2.4	0.9
Αθλητικός τουρισμός αναψυχής	0.0%	19.5%	43.9%	34.1%	2.4%	3.2	0.8

1 = Καθόλου, 5 = Πάρα Πολύ

Στη συνέχεια καταγράφηκαν η απόψεις-αντιλήψεις των συμμετεχόντων σχετικά με την πρόσβαση και την επάρκεια των υποδομών (ξενοδοχειακές υποδομές, χώροι εστίασης, προσφερόμενες δραστηριότητες) στα Μετέωρα. Από τα ευρήματα που δίνονται στον Πίνακα 3 προκύπτει πως οι τουριστικοί φορείς της περιοχής αναγνωρίζουν πως σε μέτριο προς μεγάλο βαθμό η πρόσβαση στα Μετέωρα είναι εύκολη (MO = 3.6, TA = 0.9). Παρόμοια, οι τουριστικοί φορείς της περιοχής αναγνωρίζουν πως σε μέτριο προς μεγάλο βαθμό τα Μετέωρα διαθέτουν τις απαιτούμενες ξενοδοχειακές υποδομές για την κάλυψη των αναγκών των τουριστών που επισκέπτονται την περιοχή (MO = 3.5, TA=0.7) και διαθέτουν επαρκή αριθμό επιχειρήσεων στον χώρο της εστίασης, ώστε να

ανταποκριθούν στις ανάγκες των τουριστών που επισκέπτονται την περιοχή (MO = 3.4, TA = 0.8). Αντίθετα, οι τουριστικοί φορείς της περιοχής αναγνωρίζουν πως σε μέτριο βαθμό ο προορισμός διαθέτει αρκετές δραστηριότητες, ώστε να ανταποκριθεί στις ανάγκες των τουριστών που επισκέπτονται την περιοχή (MO = 3.1, TA = 0.9).

Πίνακας 3. Αποτελέσματα για την πρόσβαση στα Μετέωρα και την επάρκεια των υποδομών (ξενοδοχειακές υποδομές, χώροι εστίασης, προσφερόμενες δραστηριότητες) στα Μετέωρα

	1	2	3	4	5	MO	TA
Σε ποιον βαθμό θεωρείτε πως η πρόσβαση στα Μετέωρα είναι εύκολη;	0.0%	14.6%	26.8%	43.9%	14.6%	3.6	0.9
Σε ποιον βαθμό θεωρείτε πως τα Μετέωρα διαθέτουν τις απαιτούμενες ξενοδοχειακές υποδομές για την κάλυψη των αναγκών των τουριστών που επισκέπτονται την περιοχή;	0.0%	9.8%	39.0%	46.3%	4.9%	3.5	0.7
Σε ποιον βαθμό πιστεύετε πως τα Μετέωρα διαθέτουν επαρκή αριθμό επιχειρήσεων στον χώρο της εστίασης, ώστε να ανταποκριθούν στις ανάγκες των τουριστών που επισκέπτονται την περιοχή;	2.4%	9.8%	39.0%	43.9%	4.9%	3.4	0.8
Σε ποιον βαθμό πιστεύετε πως τα Μετέωρα διαθέτουν επαρκής δραστηριότητες, ώστε να ανταποκριθούν στις ανάγκες των τουριστών που επισκέπτονται την περιοχή;	4.9%	12.2%	53.7%	22.0%	7.3%	3.1	0.9

1 = Καθόλου, 5 = Πάρα Πολύ

Από τον Πίνακα 4 προκύπτει πως το 78% (n = 32) των ερωτώμενων αναγνωρίζει πως η ευκολία/δυσκολία πρόσβασης στα Μετέωρα μπορεί να αποτελέσει προτρεπτικό ή αποτρεπτικό παράγοντα επίσκεψης. Παρόμοια, το 78% (n = 32) αναγνωρίζει πως η

διαθεσιμότητα ξενοδοχειακών υποδομών στα Μετέωρα μπορεί να αποτελέσει προτρεπτικό ή αποτρεπτικό παράγοντα επίσκεψης. Επιπρόσθετα, το 73.2% (v = 30) των συμμετεχόντων στην έρευνα θεωρεί πως η διαθεσιμότητα των δραστηριοτήτων στα Μετέωρα μπορεί να αποτελέσει προτρεπτικό ή αποτρεπτικό παράγοντα επίσκεψης. Τέλος, μικρότερο ποσοστό, θεωρεί πως η διαθεσιμότητα των επιχειρήσεων εστίασης στα Μετέωρα μπορεί να αποτελέσει προτρεπτικό ή αποτρεπτικό παράγοντα επίσκεψης (v = 21, 51.2%).

Πίνακας 4. Αποτελέσματα για τα χαρακτηριστικά που μπορούν να αποτελέσουν προτρεπτικούς ή αποτρεπτικούς παράγοντες επίσκεψης στα Μετέωρα

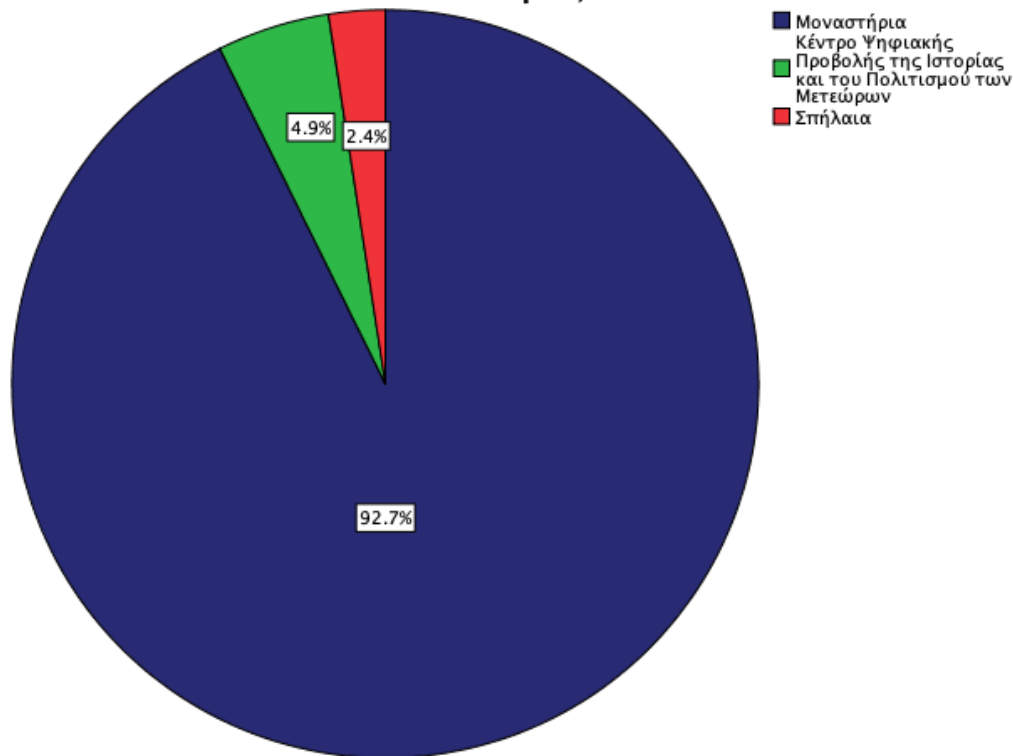
	Ναι		Όχι	
	v	%	v	%
Η ευκολία/δυσκολία πρόσβασης στα Μετέωρα μπορεί να αποτελέσει προτρεπτικό ή αποτρεπτικό παράγοντα επίσκεψης;	32	78.0%	9	22.0%
Η διαθεσιμότητα ξενοδοχειακών υποδομών στα Μετέωρα μπορεί να αποτελέσει προτρεπτικό ή αποτρεπτικό παράγοντα επίσκεψης;	32	78.0%	9	22.0%
Η διαθεσιμότητα των επιχειρήσεων εστίασης στα Μετέωρα μπορεί να αποτελέσει προτρεπτικό ή αποτρεπτικό παράγοντα επίσκεψης;	21	51.2%	20	48.8%
Η διαθεσιμότητα των δραστηριοτήτων στα Μετέωρα μπορεί να αποτελέσει προτρεπτικό ή αποτρεπτικό παράγοντα επίσκεψης	30	73.2%	11	26.8%

1 = Καθόλου, 5 = Πάρα Πολύ

Στο το Διάγραμμα 1 παρουσιάζονται οι απόψεις των συμμετεχόντων της έρευνας σχετικά με το σημαντικότερο αξιοθέατο/ μνημείο στην περιοχή των Μετεώρων. Η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτώμενων, (92.7%), αναφέρει πως το σημαντικότερο αξιοθέατο/ μνημείο στα Μετέωρα είναι τα μοναστήρια. Αντίθετα, το 4.9% υποστηρίζει πως το σημαντικότερο αξιοθέατο/ μνημείο στα Μετέωρα είναι η προβολή της Ιστορίας

και του Πολιτισμού, ενώ το 2.4% θεωρεί πως το σημαντικότερο αξιοθέατο/ μνημείο στα Μετέωρα είναι τα σπήλαια.

Ποιο από τα παρακάτω είναι το σημαντικότερο αξιοθέατο/μνημείο των Μετεώρων;



Διάγραμμα 1. Αποτελέσματα για το ποιο είναι το σημαντικότερο αξιοθέατο/ μνημείο στα Μετέωρα

Τέλος, στον Πίνακα 5 δίνονται τα ευρήματα της ανάλυσης σχετικά με τα δυνατά στοιχεία των Μετεώρων κατά την άποψη των τουριστικών φορέων της περιοχής. Τα ευρήματα δείχνουν πως τα δύο πιο δυνατά στοιχεία των Μετεώρων είναι το φυσικό τοπίο (MO = 4.9, TA = 0.4) και τα μνημεία (MO = 4.3, TA = 0.8). Επιπλέον, οι τουριστικοί φορείς αναγνωρίζουν ως πολύ σημαντικό στοιχείο τη φιλοξενία (MO = 3.7, TA = 0.9). Τέλος, οι τουριστικοί φορείς στα Μετέωρα θεωρούν πως τα Μετέωρα σε μέτριο βαθμό φημίζονται για τις δραστηριότητες για τους τουρίστες (MO = 3.3, TA = 1.0), την ποιότητα των υπηρεσιών (MO = 3.1, TA = 0.9), το κόστος των υπηρεσιών (MO = 3.0, TA = 0.8), την πρόσβαση (MO = 3.0, TA = 0.9) και τις υποδομές (MO = 2.7, TA = 0.8).

Πίνακας 5. Αποτελέσματα για το ποια είναι τα δυνατά στοιχεία των Μετεώρων

	1	2	3	4	5	ΜΟ	ΤΑ
Πρόσβαση	2.4%	26.8%	46.3%	19.5%	4.9%	3.0	0.9
Υποδομές	2.4%	39.0%	48.8%	7.3%	2.4%	2.7	0.8
Φυσικό τοπίο	0.0%	0.0%	2.4%	9.8%	87.8%	4.9	0.4
Δραστηριότητες για τους τουρίστες	4.9%	9.8%	48.8%	24.4%	12.2%	3.3	1.0
Φιλοξενία	2.4%	4.9%	31.7%	43.9%	17.1%	3.7	0.9
Μνημεία	0.0%	2.4%	12.2%	34.1%	51.2%	4.3	0.8
Ποιότητα υπηρεσιών	4.9%	12.2%	56.1%	22.0%	4.9%	3.1	0.9
Κόστος υπηρεσιών	4.9%	17.1%	53.7%	22.0%	2.4%	3.0	0.8

1 = Καθόλου, 5 = Πάρα Πολύ

4.2 Πιθανά Εμπόδια

Στη συνέχεια καταγράφηκαν οι απόψεις των ερωτώμενων σχετικά με τα εμπόδια ανάπτυξης των μορφών εναλλακτικού τουρισμού. Από τον Πίνακα 6 προκύπτει πως το μεγαλύτερο εμπόδιο ανάπτυξης των μορφών εναλλακτικού τουρισμού είναι η έλλειψη πόρων από την πλευρά των αρμόδιων φορέων (ΜΟ = 4.0, ΤΑ = 1.1) και ακολουθούν η έλλειψη των απαιτούμενων υποδομών (ΜΟ = 3.7, ΤΑ = 1.0) και η έλλειψη στρατηγικού σχεδιασμού (ΜΟ = 3.6, ΤΑ = 1.1). Αντίστοιχα, τα ευρήματα δείχνουν πως σε μέτριο βαθμό αποτελεί εμπόδιο η έλλειψη οράματος από τους αρμόδιους φορείς (ΜΟ = 3.4, ΤΑ = 1.0) ενώ σε μικρό βαθμό αποτελεί εμπόδιο η αντίσταση από την τοπική κοινωνία (ΜΟ = 2.0, ΤΑ = 1.2).

Πίνακας 6. Αποτελέσματα για το ποια είναι τα εμπόδια ανάπτυξης των μορφών εναλλακτικού τουρισμού

	1	2	3	4	5	ΜΟ	ΤΑ
Έλλειψη οράματος από τους αρμόδιους φορείς	4.9%	9.8%	41.5%	29.3%	14.6%	3.4	1.0
Έλλειψη στρατηγικού σχεδιασμού	7.3%	4.9%	34.1%	31.7%	22.0%	3.6	1.1

Έλλειψη πόρων από την πλευρά των αρμόδιων φορέων	7.3%	0.0%	22.0%	31.7%	39.0%	4.0	1.1
Έλλειψη των απαιτούμενων υποδομών	7.3%	0.0%	26.8%	43.9%	22.0%	3.7	1.0
Αντίσταση από την τοπική κοινωνία	46.3%	26.8%	9.8%	12.2%	4.9%	2.0	1.2
Άλλο	78.0%	2.4%	14.6%	0.0%	4.9%	1.5	1.1

1 = Καθόλου, 5 = Πάρα Πολύ

Στον Πίνακα 7 που ακολουθεί παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης σχετικά με τη συσχέτιση μεταξύ των εμποδίων ανάπτυξης των μορφών εναλλακτικού τουρισμού. Τα αποτελέσματα έδειξαν πως η έλλειψη οράματος από τους αρμόδιους φορείς σχετίζεται θετικά με την έλλειψη στρατηγικού σχεδιασμού ($r = 0.875$, $p = 0.000$), την έλλειψη πόρων από την πλευρά των αρμόδιων φορέων ($r = 0.382$, $p = 0.014$) και την έλλειψη των απαιτούμενων υποδομών ($r = 0.566$, $p = 0.000$). Αντίστοιχα, η έλλειψη στρατηγικού σχεδιασμού σχετίζεται θετικά με την έλλειψη πόρων από την πλευρά των αρμόδιων φορέων ($r = 0.473$, $p = 0.002$), την έλλειψη των απαιτούμενων υποδομών ($r = 0.578$, $p = 0.000$) και την αντίσταση από την τοπική κοινωνία ($r = 0.352$, $p = 0.024$). Τέλος, προέκυψε πως η έλλειψη πόρων από την πλευρά των αρμόδιων φορέων σχετίζεται θετικά με την έλλειψη των απαιτούμενων υποδομών ($r = 0.784$, $p = 0.000$).

Πίνακας 7. Έλεγχος συσχέτισης μεταξύ των εμποδίων ανάπτυξης των μορφών εναλλακτικού τουρισμού

	Έλλειψη οράματος από τους αρμόδιους φορείς	Έλλειψη στρατηγικού σχεδιασμού	Έλλειψη πόρων από την πλευρά των αρμόδιων φορέων	Έλλειψη των απαιτούμενων υποδομών	Αντίσταση από την τοπική κοινωνία
Έλλειψη οράματος από τους αρμόδιους φορείς	Pearson r	1	.875**	.382*	.566**
	Sig. (2-tailed)		.000	.014	.000
	N	41	41	41	41

Έλλειψη στρατηγικού σχεδιασμού	Pearson r	.875**	1	.473**	.578**	.352*
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.000	.024
	N	41	41	41	41	41
Έλλειψη πόρων από την πλευρά των αρμόδιων φορέων	Pearson r	.382*	.473**	1	.784**	.196
	Sig. (2-tailed)	.014	.002		.000	.218
	N	41	41	41	41	41
Έλλειψη των απαιτούμενων υποδομών	Pearson r	.566**	.578**	.784**	1	.237
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.136
	N	41	41	41	41	41
Αντίσταση από την τοπική κοινωνία	Pearson r	.270	.352*	.196	.237	1
	Sig. (2-tailed)	.088	.024	.218	.136	
	N	41	41	41	41	41

** . Σημαντική συσχέτιση $\alpha = 0.01$

* . Σημαντική συσχέτιση $\alpha = 0.05$

4.3 Πιθανές ευκαιρίες

Στον Πίνακα 8 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης σχετικά με τους πόρους που διαθέτουν τα Μετέωρα για την ανάπτυξη διάφορων μορφών εναλλακτικού τουρισμού. Από την ανάλυση προέκυψε πως τα Μετέωρα έχουν σε πάρα πολύ μεγάλο βαθμό πόρους για την ανάπτυξη θρησκευτικού/ προσκυνηματικού τουρισμού (MO = 4.8, TA = 0.7) και τον πολιτιστικό τουρισμό (MO = 4.8, TA = 0.5). Αντίστοιχα, προέκυψε πως τα Μετέωρα έχουν σε αρκετά μεγάλο βαθμό πόρους για την ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού (MO = 4.2, TA = 0.9) και του αθλητικού τουρισμού αναψυχής (MO = 4.5, TA = 0.8).

Πίνακας 8. Αποτελέσματα για τους πόρους που διαθέτουν τα Μετέωρα για την ανάπτυξη διάφορων μορφών εναλλακτικού τουρισμού

	1	2	3	4	5	MO	TA
Θρησκευτικός/Προσκυνηματικός τουρισμός	0.0%	4.9%	0.0%	9.8%	85.4%	4.8	0.7
Πολιτιστικός τουρισμός	0.0%	0.0%	4.9%	14.6%	80.5%	4.8	0.5
Γαστρονομικός τουρισμός	2.4%	2.4%	9.8%	39.0%	46.3%	4.2	0.9
Αθλητικός τουρισμός αναψυχής	0.0%	4.9%	2.4%	31.7%	61.0%	4.5	0.8

1 = Καθόλου, 5 = Πάρα Πολύ

Από τον Πίνακα 9 προκύπτει πως οι τουριστικοί φορείς αναγνωρίζουν πως είναι πάρα πολύ σημαντικές για την ανάπτυξη των μορφών εναλλακτικού τουρισμού οι επιδοτήσεις από την Ε.Ε. (MO = 4.8, TA = 0.5) και από το κράτος (MO = 4.5, TA = 0.9). Αντίστοιχα, οι τουριστικοί φορείς αναγνωρίζουν πως είναι πάρα πολύ σημαντικές για την ανάπτυξη των μορφών εναλλακτικού τουρισμού οι νέες τεχνολογίες και ψηφιακές εφαρμογές (MO = 4.6, TA = 0.6) και η συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας (MO = 4.6, TA = 0.6). Επιπλέον, αρκετά σημαντικές είναι και οι επενδύσεις από επιχειρηματίες, εκτός περιοχής (MO = 3.9, TA = 1.1).

Πίνακας 9. Αποτελέσματα για τις ευκαιρίες ανάπτυξης των μορφών εναλλακτικού τουρισμού

	1	2	3	4	5	MO	TA
Επιδοτήσεις από το κράτος	2.4%	0.0%	14.6%	14.6%	68.3%	4.5	0.9
Επιδοτήσεις από την Ε.Ε.	0.0%	0.0%	2.4%	19.5%	78.0%	4.8	0.5
Νέες τεχνολογίες και ψηφιακές εφαρμογές	0.0%	0.0%	7.3%	29.3%	63.4%	4.6	0.6
Συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας	0.0%	0.0%	4.9%	31.7%	63.4%	4.6	0.6
Επενδύσεις από επιχειρηματίες, εκτός περιοχής	4.9%	4.9%	19.5%	34.1%	36.6%	3.9	1.1
Άλλο	70.7%	0.0%	12.2%	4.9%	12.2%	1.9	1.5

1 = Καθόλου, 5 = Πάρα Πολύ

4.4 Συμπεριφορά τουριστών σύμφωνα με τις αντιλήψεις των τουριστικών φορέων της περιοχής των Μετεώρων

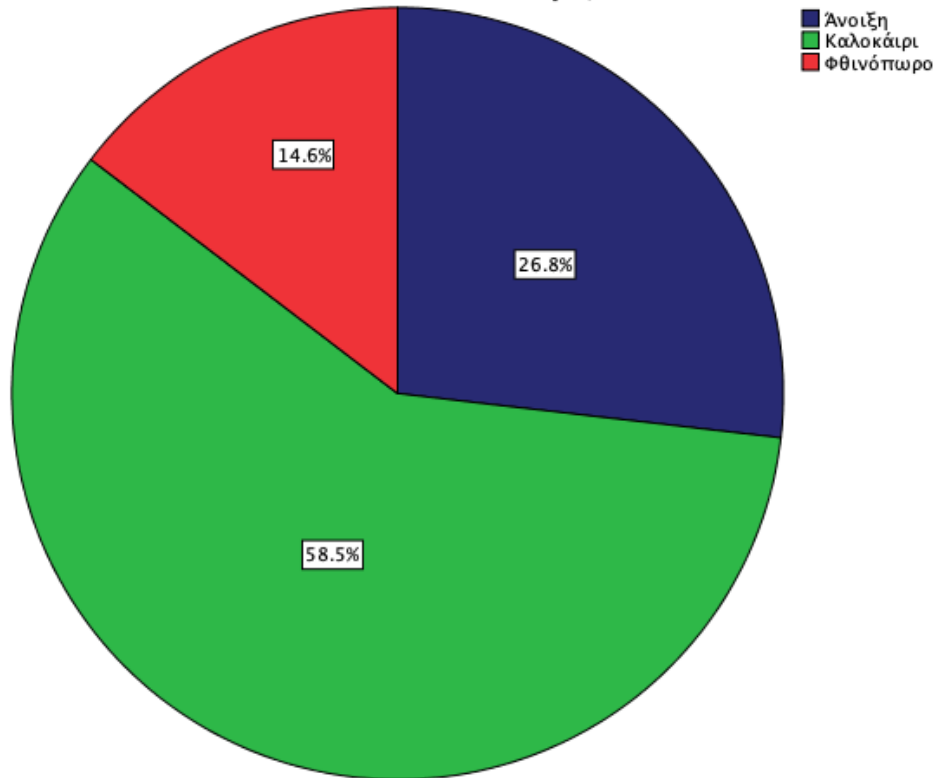
Στην επόμενη ενότητα του κεφαλαίου δίνονται τα αναλυτικά ευρήματα της ανάλυσης σχετικά με τη συμπεριφορά των τουριστών σύμφωνα με τις αντιλήψεις των τουριστικών φορέων της περιοχής των Μετεώρων. Από τα ευρήματα του Πίνακα 10 προκύπτει πως οι δύο πιο δημοφιλείς τρόποι επίσκεψης στα Μετέωρα είναι οι οργανωμένες εκδρομές/ group (v = 37, 90.2%) και η επίσκεψη με την οικογένεια (v = 27, 65.9%). Αρκετά μικρότερο ποσοστό τουριστικών φορέων της περιοχής των Μετεώρων ανέφερε πως στα Μετέωρα ταξιδεύουν τουρίστες με τους φίλους τους (v = 10) 24.4%), με το σύντροφο τους (v = 7, 17.1%) ή μόνοι τους (v = 3, 7.3%).

Πίνακας 10. Αποτελέσματα για τις προτιμήσεις των τουριστών αναφορικά με τον τρόπο επίσκεψης στα Μετέωρα

	Ναι		Όχι	
	v	%	v	%
Μόνοι τους	3	7.3%	38	92.7%
Με τον/την σύντροφό τους	7	17.1%	34	82.9%
Με την οικογένεια τους	27	65.9%	14	34.1%
Με τους φίλους τους	10	24.4%	31	75.6%
Με group, οργανωμένα	37	90.2%	4	9.8%

Στο Διάγραμμα 2 δίνονται τα ευρήματα της ανάλυσης σχετικά με το ποια είναι η πιο δημοφιλής περίοδος επίσκεψης στα Μετέωρα. Από την ανάλυση προέκυψε πως οι περισσότεροι ερωτώμενοι υποστηρίζουν πως η πιο δημοφιλής περίοδος επίσκεψης στα Μετέωρα είναι το καλοκαίρι με ποσοστό 58.5%. Μικρότερο ποσοστό των θεωρεί πως η πιο δημοφιλής περίοδος επίσκεψης στα Μετέωρα είναι η άνοιξη (26.8%) ή το φθινόπωρο (14.6%).

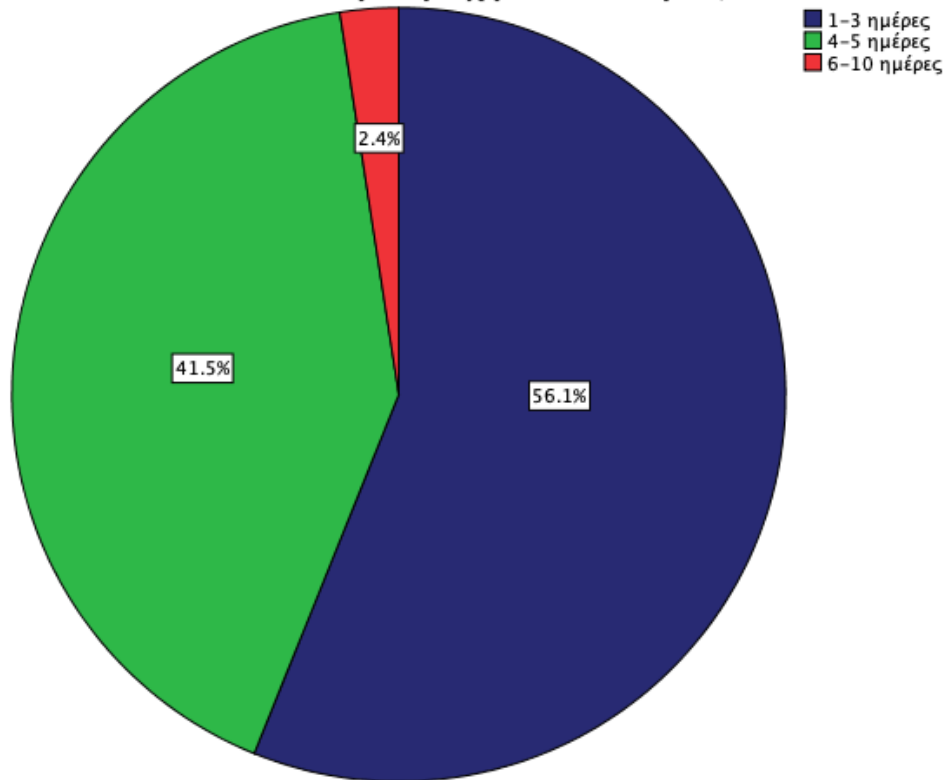
Ποια είναι η περίοδος που οι τουρίστες επισκέπτονται πιο συχνά τα Μετέωρα;



Διάγραμμα 2. Αποτελέσματα για το ποια είναι η πιο δημοφιλής περίοδος επίσκεψης στα Μετέωρα

Από το Διάγραμμα 3 προκύπτει πως ένα σημαντικό ποσοστό των ερωτώμενων, (56.1%), απάντησε πως η μέση διάρκεια διαμονής των τουριστών στα Μετέωρα κυμαίνεται μεταξύ μίας ημέρας και τριών ημερών. Αντίθετα, το 41.5% των ερωτώμενων υποστηρίζει πως η μέση διάρκεια διαμονής των τουριστών στα Μετέωρα είναι μεταξύ 4 και 5 ημερών, ενώ μόλις το 2.4% ανέφερε πως η μέση διάρκεια διαμονής των τουριστών στα Μετέωρα ξεπερνά τις 6 μέρες.

Ποια είναι η μέση διάρκεια διαμονής των τουριστών που επισκέπτονται την περιοχή των Μετεώρων;



Διάγραμμα 3. Αποτελέσματα για το ποια είναι η μέση διάρκεια διαμονής των τουριστών στα Μετέωρα

Στον Πίνακα 11 που ακολουθεί παρουσιάζονται τα ευρήματα της ανάλυσης σχετικά με τον κύριο λόγο επίσκεψης των τουριστών στα Μετέωρα κατά τις απόψεις των τουριστικών φορέων που δραστηριοποιούνται στην περιοχή. Τα αποτελέσματα έδειξαν πως το 82.9% ($n = 34$) των συμμετεχόντων της έρευνας αναγνωρίζει πως ο κύριος λόγος επίσκεψης στα Μετέωρα είναι ανάγκη των τουριστών να βιώσουν την επαφή με τη θρησκεία, ενώ το 78% ($n = 32$) αναγνωρίζει πως ο κύριος λόγος επίσκεψης στα Μετέωρα είναι η ανάγκη των τουριστών να έρθουν σε επαφή με τη φύση. Αρκετά μικρότερο ποσοστό αναφέρει πως ο κύριος λόγος επίσκεψης στα Μετέωρα είναι η ανάγκη των τουριστών να ξεκουραστούν και να χαλαρώσουν ($n = 3$, 7.5%) ή η ανάγκη των τουριστών να ζήσουν στιγμές με την παρέα/οικογένεια/σύντροφο ($n = 5$, 12.2%), Τέλος, κανένας τουριστικός φορέας δεν ανέφερε πως κύριος λόγος επίσκεψης στα Μετέωρα είναι η ανάγκη των τουριστών να διασκεδάσουν.

Πίνακας 11. Αποτελέσματα για τον κύριο λόγο επίσκεψης στα Μετέωρα

	Ναι		Όχι	
	v	%	v	%
Η ανάγκη των τουριστών να έρθουν σε επαφή με τη φύση	32	78.0%	9	22.0%
Η ανάγκη των τουριστών να βιώσουν την επαφή με τη θρησκεία	34	82.9%	7	17.1%
Η ανάγκη των τουριστών να ξεκουραστούν και να χαλαρώσουν	3	7.3%	38	92.7%
Η ανάγκη των τουριστών να ζήσουν στιγμές με την παρέα/οικογένεια/σύντροφο	5	12.2%	36	87.8%
Η ανάγκη των τουριστών να διασκεδάσουν	0	0.0%	41	100.0%

Στη συνέχεια οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να απαντήσουν σχετικά με τα κύρια ενδιαφέροντα των τουριστών στα Μετέωρα. Τα αποτελέσματα του Πίνακα 12 δείχνουν πως το κυριότερο ενδιαφέρον των τουριστών είναι η μοναστηριακή γαστρονομία (MO = 4.0, TA = 1.2) και ακολουθούν οι παραδόσεις του τόπου (MO = 3.8, TA = 1.4) και τα τοπικά έθιμα (MO = 3.7, TA = 1.3). Αντίθετα, σε μικρότερο βαθμό οι τουρίστες ταξιδεύουν στα Μετέωρα με γνώμονα την τοπική γαστρονομία (MO = 3.5, TA = 0.9) και τους τοπικούς οίνους (MO = 3.2, TA = 1.0).

Πίνακας 12. Αποτελέσματα για τα κύρια ενδιαφέροντα των τουριστών στα Μετέωρα

	1	2	3	4	5	MO	TA
Για την τοπική γαστρονομία	2.4%	9.8%	31.7%	48.8%	7.3%	3.5	0.9
Για τη μοναστηριακή γαστρονομία	4.9%	2.4%	29.3%	17.1%	46.3%	4.0	1.2
Για τους τοπικούς οίνους	7.3%	7.3%	53.7%	22.0%	9.8%	3.2	1.0
Για τα τοπικά έθιμα	9.8%	9.8%	22.0%	19.5%	39.0%	3.7	1.3

Για τις παραδόσεις του τόπου 12.2% 7.3% 17.1% 19.5% 43.9% 3.8 1.4

1 = Καθόλου, 5 = Πάρα Πολύ

Στον Πίνακα 13 που ακολουθεί παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης σχετικά με τη συσχέτιση μεταξύ των ενδιαφερόντων των τουριστών στα Μετέωρα. Τα αποτελέσματα έδειξαν πως η επιλογή των Μετεώρων για λόγους που αφορούν την τοπική γαστρονομία σχετίζεται με την επιλογή των Μετεώρων για λόγους που αφορούν τη μοναστηριακή γαστρονομία ($r = 0.487, p = 0.001$), για λόγους που αφορούν τους τοπικούς οίνους ($r = 0.501, p = 0.001$), για λόγους που αφορούν τα τοπικά έθιμα ($r = 0.412, p = 0.007$) και για λόγους που αφορούν τις παραδόσεις του τόπου ($r = 0.344, p = 0.028$). Παρόμοια, τα αποτελέσματα έδειξαν πως η επιλογή των Μετεώρων για λόγους που αφορούν τη μοναστηριακή γαστρονομία σχετίζεται με την επιλογή των Μετεώρων για λόγους που αφορούν τους τοπικούς οίνους ($r = 0.403, p = 0.009$), για λόγους που αφορούν τα τοπικά έθιμα ($r = 0.639, p = 0.000$) και για λόγους που αφορούν τις παραδόσεις του τόπου ($r = 0.535, p = 0.000$). Επιπλέον, τα αποτελέσματα έδειξαν πως η επιλογή των Μετεώρων για λόγους που αφορούν τους τοπικούς οίνους σχετίζεται με την επιλογή των Μετεώρων για λόγους που αφορούν τα τοπικά έθιμα ($r = 0.464, p = 0.002$) και για λόγους που αφορούν τις παραδόσεις του τόπου ($r = 0.433, p = 0.005$). Τέλος, τα ευρήματα έδειξαν πως η επιλογή των Μετεώρων για λόγους που αφορούν τοπικά έθιμα σχετίζεται με την επιλογή των Μετεώρων για λόγους που αφορούν τις παραδόσεις του τόπου ($r = 0.917, p = 0.000$).

Πίνακας 13. Έλεγχος συσχέτισης μεταξύ ενδιαφερόντων των τουριστών στα Μετέωρα

		Για την τοπική γαστρονομία	Για τη μοναστηριακή γαστρονομία	Για τους τοπικούς οίνους	Για τα τοπικά έθιμα	Για τις παραδόσεις του τόπου
Για την τοπική γαστρονομία	Pearson r	1	.487**	.501**	.412**	.344*
	Sig. (2-tailed)		.001	.001	.007	.028
	N	41	41	41	41	41
Για τη μοναστηριακή γαστρονομία	Pearson r	.487**	1	.403**	.639**	.535**
	Sig. (2-tailed)	.001		.009	.000	.000

	N	41	41	41	41	41
Για τους τοπικούς οίνους	Pearson r	.501**	.403**	1	.464**	.433**
	Sig. (2-tailed)	.001	.009		.002	.005
	N	41	41	41	41	41
Για τα τοπικά έθιμα	Pearson r	.412**	.639**	.464**	1	.917**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.002		.000
	N	41	41	41	41	41
Για τις παραδόσεις του τόπου	Pearson r	.344*	.535**	.433**	.917**	1
	Sig. (2-tailed)	.028	.000	.005	.000	
	N	41	41	41	41	41

** . Σημαντική συσχέτιση $\alpha = 0.01$

* . Σημαντική συσχέτιση $\alpha = 0.05$

4.5 Απόψεις των τουριστικών φορέων των Μετεώρων σχετικά με τη διαχείριση και την προώθηση του τουριστικού προϊόντος της περιοχής

Στη συνέχεια δίνονται τα ευρήματα της ανάλυσης που αφορούν τις απόψεις των τουριστικών φορέων των Μετεώρων αναφορικά με τη διαχείριση και την προώθηση του τουριστικού προϊόντος της περιοχής των Μετεώρων. Στον Πίνακα 14 δίνονται τα αναλυτικά αποτελέσματα σχετικά με τη διαχείριση και την προώθηση του τουριστικού προϊόντος στα Μετέωρα. Τα αποτελέσματα δείχνουν πως οι τουριστικοί φορείς στα Μετέωρα αναγνωρίζουν πως σε μέτριο βαθμό το τουριστικό προϊόν των Μετεώρων προωθείται αποτελεσματικά από τους αρμόδιους φορείς, στην εγχώρια αγορά (MO = 3.3, TA = 0.8). Παρόμοια, οι τουριστικοί φορείς στα Μετέωρα αναγνωρίζουν πως σε μέτριο βαθμό προωθείται αποτελεσματικά από τους αρμόδιους φορείς, στην αγορά του εξωτερικού (MO = 2.9, TA = 1.1). Επιπρόσθετα, τα ευρήματα δείχνουν πως οι τουριστικοί φορείς στα Μετέωρα αναγνωρίζουν πως σε μέτριο βαθμό αξιοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για την προώθηση των Μετεώρων, στην εγχώρια αγορά (MO = 2.9, TA

= 1.0) ενώ σε μικρότερο βαθμό αξιοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για την προώθηση των Μετεώρων, στην αγορά του εξωτερικού (MO = 2.7, TA = 1.1).

Πίνακας 14. Αποτελέσματα για τη διαχείριση και την προώθηση του τουριστικού προϊόντος στα Μετέωρα

	1	2	3	4	5	MO	TA
Σε ποιον βαθμό πιστεύετε πως το τουριστικό προϊόν των Μετεώρων προωθείται αποτελεσματικά από τους αρμόδιους φορείς, στην εγχώρια αγορά;	2.4%	12.2%	46.3%	34.1%	4.9%	3.3	0.8
Σε ποιον βαθμό πιστεύετε πως το τουριστικό προϊόν των Μετεώρων προωθείται αποτελεσματικά από τους αρμόδιους φορείς, στην αγορά του εξωτερικού.	4.9%	39.0%	24.4%	24.4%	7.3%	2.9	1.1
Σε ποιον βαθμό πιστεύετε πως αξιοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για την προώθηση των Μετεώρων, στην εγχώρια αγορά;	9.8%	19.5%	43.9%	22.0%	4.9%	2.9	1.0
Σε ποιον βαθμό πιστεύετε πως αξιοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για την προώθηση των Μετεώρων, στην αγορά του εξωτερικού;	12.2%	31.7%	34.1%	14.6%	7.3%	2.7	1.1

1 = Καθόλου, 5 = Πάρα Πολύ

4.6 Μέτρα πολιτικής/ Δράσεις/ Προτάσεις για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού

Η τελευταία ενότητα των ερωτήσεων είχε σκοπό να καταγράψει τις απόψεις των ερωτώμενων αναφορικά με τα μέτρα και τις δράσεις που πρέπει να λάβουν οι αρμόδιες αρχές ώστε να συνεισφέρουν στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού. Τα αποτελέσματα της ανάλυσης δίνονται στον Πίνακα 15 με τη μορφή ποσοστιαίας κατανομής και μέσου όρου (MO) / τυπικής απόκλισης (TA). Τα αποτελέσματα δείχνουν πως είναι πάρα πολύ σημαντικό να ληφθούν μέτρα από τις αρμόδιες αρχές για την

προστασία του περιβάλλοντος και της αειφορίας (MO = 4.8, TA = 0.5), για την αναβάθμιση και προώθηση του τουριστικού προϊόντος (MO = 4.8, TA = 0.5) και τη βελτίωση και ανάπτυξη των υποδομών (MO = 4.7, TA = 0.4). Παρόμοια, αναγνωρίζεται πως είναι πάρα πολύ σημαντικό να ληφθούν μέτρα από τις αρμόδιες αρχές για τη ψηφιακή αναβάθμιση και μετασχηματισμό (MO = 4.6, TA = 0.5) και την ενίσχυση των δεξιοτήτων και την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας (MO = 4.6, TA = 0.6).

Πίνακας 15. Αποτελέσματα για τα μέτρα και τις δράσεις που μπορούν να κάνουν οι αρμόδιες αρχές ώστε να συνεισφέρουν στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού

	1	2	3	4	5	MO	TA
Βελτίωση και ανάπτυξη υποδομών	0.0%	0.0%	0.0%	26.8%	73.2%	4.7	0.4
Αναβάθμιση και προώθηση τουριστικού προϊόντος	0.0%	0.0%	4.9%	14.6%	80.5%	4.8	0.5
Ψηφιακή αναβάθμιση και μετασχηματισμός	0.0%	0.0%	2.4%	34.1%	63.4%	4.6	0.5
Προστασία περιβάλλοντος και αειφορία	0.0%	0.0%	2.4%	17.1%	80.5%	4.8	0.5
Ενίσχυση δεξιοτήτων και ανάπτυξη επιχειρηματικότητας	0.0%	0.0%	4.9%	34.1%	61.0%	4.6	0.6

1 = Καθόλου, 5 = Πάρα Πολύ

Τέλος, στον Πίνακα 16 δίνονται τα ευρήματα της ανάλυσης σχετικά με τη συσχέτιση μεταξύ μέτρων και δράσεων που μπορούν να κάνουν οι αρμόδιες αρχές ώστε να συνεισφέρουν στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού. Τα ευρήματα της στατιστικής ανάλυσης δείχνουν πως υπάρχει στατιστικά σημαντική θετική συσχέτιση μεταξύ των δράσεων που αφορούν τη βελτίωση και ανάπτυξη των υποδομών με τις δράσεις που αφορούν την αναβάθμιση και προώθηση του τουριστικού προϊόντος ($r = 0.551$, $p = 0.000$), με τις δράσεις που αφορούν τη ψηφιακή αναβάθμιση και μετασχηματισμό ($r = 0.381$, $p = 0.014$), με τις δράσεις που συνδέονται με την προστασία του περιβάλλοντος και της αειφορίας ($r = 0.538$, $p = 0.000$) και τις δράσεις που αφορούν την ενίσχυση δεξιοτήτων και την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας ($r = 0.485$, $p = 0.001$).

Επιπλέον, τα αποτελέσματα έδειξαν πως υπάρχει στατιστικά σημαντική θετική συσχέτιση μεταξύ των δράσεων που αφορούν την αναβάθμιση και προώθηση του τουριστικού προϊόντος με τις δράσεις που αφορούν τη ψηφιακή αναβάθμιση και μετασχηματισμό ($r = 0.609$, $p = 0.000$) ενώ δεν προέκυψε στατιστικά σημαντική συσχέτιση μεταξύ των δράσεων που αφορούν την αναβάθμιση και προώθηση του τουριστικού προϊόντος με τις δράσεις που συνδέονται με την προστασία του περιβάλλοντος και της αειφορίας ($r = 0.177$, $p = 0.269$) και τις δράσεις που αφορούν την ενίσχυση δεξιοτήτων και την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας ($r = -0.031$, $p = 0.850$).

Επιπρόσθετα, από τον Πίνακα 16 προκύπτει πως υπάρχει στατιστικά σημαντική θετική συσχέτιση μεταξύ των δράσεων που αφορούν τη ψηφιακή αναβάθμιση και μετασχηματισμό με δράσεις που αφορούν την ενίσχυση δεξιοτήτων και την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας ($r = 0.386$, $p = 0.013$). Αντίθετα, δεν καταγράφηκε στατιστικά σημαντική συσχέτιση μεταξύ των δράσεων που αφορούν τη ψηφιακή αναβάθμιση και μετασχηματισμό με τις δράσεις που συνδέονται με την προστασία του περιβάλλοντος και της αειφορίας ($r = 0.242$, $p = 0.128$).

Τέλος, τα αποτελέσματα έδειξαν πως υπάρχει στατιστικά σημαντική θετική συσχέτιση μεταξύ των δράσεων που αφορούν την προστασία του περιβάλλοντος και της αειφορίας με την ενίσχυση δεξιοτήτων και την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας ($r = 0.448$, $p = 0.003$).

Πίνακας 16. Έλεγχος συσχέτισης μεταξύ μέτρων και δράσεων που μπορούν να κάνουν οι αρμόδιες αρχές ώστε να συνεισφέρουν στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού

			Αναβάθμιση και προώθηση τουριστικού προϊόντος	Ψηφιακή αναβάθμιση και μετασχηματισμός	Προστασία περιβάλλοντος και αειφορία	Ενίσχυση δεξιοτήτων και ανάπτυξη επιχειρηματικότητας
Βελτίωση και ανάπτυξη υποδομών	Pearson r	1	.551**	.381*	.538**	.485**
	Sig. (2-tailed)		.000	.014	.000	.001
	N	41	41	41	41	41

Αναβάθμιση προώθηση τουριστικού προϊόντος	και Pearson r	.551**	1	.609**	.177	-.031
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.269	.850
	N	41	41	41	41	41
Ψηφιακή αναβάθμιση και μετασχηματισμός	Pearson r	.381*	.609**	1	.242	.386*
	Sig. (2-tailed)	.014	.000		.128	.013
	N	41	41	41	41	41
Προστασία περιβάλλοντος και αειφορία	Pearson r	.538**	.177	.242	1	.448**
	Sig. (2-tailed)	.000	.269	.128		.003
	N	41	41	41	41	41
Ενίσχυση δεξιοτήτων και ανάπτυξη επιχειρηματικότητας	Pearson r	.485**	-.031	.386*	.448**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.850	.013	.003	
	N	41	41	41	41	41

** . Σημαντική συσχέτιση $\alpha = 0.01$

* . Σημαντική συσχέτιση $\alpha = 0.05$

5. Συζήτηση αποτελεσμάτων

Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν να διερευνήσει μέσα από τις απόψεις και τις αντιλήψεις των τοπικών παραγόντων, των φορέων τουριστικής ανάπτυξης και των ντόπιων επιχειρηματιών, τη δυνατότητα ανάπτυξης διαφόρων μορφών εναλλακτικού τουρισμού, καθώς επίσης και να εντοπίσει όλα τα βήματα που πρέπει να πραγματοποιηθούν ώστε τα Μετέωρα να αποτελέσουν έναν προορισμό για όλους εκείνους που επιθυμούν να βιώσουν μοναδικές και εξατομικευμένες εμπειρίες που μπορεί να προσφέρει μόνο ο εναλλακτικός τουρισμός. Τα ευρήματα που έχουν προκύψει από την πρωτογενή έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε 41 ερωτώμενους, παρουσιάζονται ανά ερευνητικό ερώτημα/ενότητα.

5.1 Η υφιστάμενη κατάσταση ανάπτυξης των μορφών εναλλακτικού τουρισμού στα Μετέωρα

Από τα αποτελέσματα της έρευνας διαπιστώνεται πως οι φορείς της περιοχής των Μετεώρων, δεν θεωρούν πως έχει αναπτυχθεί στον μέγιστο δυνατό βαθμό ο εναλλακτικός τουρισμός. Είναι σαφές, πως οι περισσότεροι από τους συμμετέχοντες, θεωρούν πως τα Μετέωρα μπορούν να αναπτυχθούν ακόμη περισσότερο και να προσελκύσουν ποιοτικό τουρισμό, που ενδιαφέρεται για εναλλακτικές μορφές και δράσεις.

Οι ερωτώμενοι υποστηρίζουν πως έχει δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στην ανάπτυξη του θρησκευτικού/προσκυνηματικού τουρισμού. Αντιθέτως, λιγότερη προσοχή έχει δοθεί στον πολιτιστικό τουρισμό, στον περιπατητικό τουρισμό και ακόμη λιγότερη στον γαστρονομικό τουρισμό. Συνεπώς, από τις απαντήσεις που δόθηκαν, εύκολα γίνεται εμφανές πως ο εναλλακτικός τουρισμός δεν έχει αναπτυχθεί στον μέγιστο δυνατό βαθμό, στην περιοχή των Μετεώρων. Οι φορείς που εμπλέκονται με την τουριστική ανάπτυξη, έχουν δώσει μεγαλύτερη έμφαση στον θρησκευτικό/περιπατητικό τουρισμό, αγνοώντας ή αδιαφορώντας για τις άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού.

Ουσιαστικά, παρατηρείται πως οι αρμόδιοι φορείς που σχετίζονται με την τοπική ανάπτυξη της περιοχής, δεν έχουν αξιοποιήσει τους πόρους που διαθέτουν τα Μετέωρα προκειμένου μέσω του εναλλακτικού τουρισμού, να οδηγηθούν στο μοντέλο της βιώσιμης ανάπτυξης. Αναμφίβολα, με τον τρόπο αυτόν χάνουν πολλά από τα οφέλη που απορρέουν μέσα από την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού όπως είναι η

οικονομική ανάπτυξη του τόπου, η διατήρηση και η διάδοση του πολιτισμού, η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των ντόπιων και η διατήρησή τους στην περιοχή και συνάμα η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και των διαθέσιμων πόρων που δύνανται να καταναλώσουν οι επόμενες γενιές (Holden 2000, όπως αναφέρεται στους Triarchi και Karamanis, 2017; Manea & Cozea, 2023).

5.2 Ο βαθμός στον οποίον τα Μετέωρα διαθέτουν τους απαιτούμενους πόρους για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού

Από τις απαντήσεις των ερωτώμενων που συμμετείχαν στην έρευνα, διαπιστώνεται πως τα Μετέωρα διαθέτουν σε ικανοποιητικό βαθμό αρκετούς από τους απαιτούμενους πόρους για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού. Αναλυτικότερα, οι συμμετέχοντες στην έρευνα υποστηρίζουν πως η πρόσβαση στα Μετέωρα είναι αρκετά εύκολη καθώς επίσης υπάρχουν και αρκετές ξενοδοχειακές μονάδες για να καλύψουν την τουριστική ζήτηση. Είναι ιδιαίτερα θετικό το γεγονός πως η πρόσβαση και η επάρκεια ξενοδοχειακών μονάδων κυμαίνονται σε ικανοποιητικά επίπεδα, λόγω ότι οι τοπικοί παράγοντες, αναγνωρίζουν αυτά τα δύο χαρακτηριστικά ως προτρεπτικούς ή αποτρεπτικούς παράγοντες επίσκεψης στα Μετέωρα.

Ακόμη, θεωρούν πως τα Μετέωρα διαθέτουν ικανοποιητικό αριθμό επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον χώρο της εστίασης, ώστε να μπορέσουν οι τουρίστες να δοκιμάσουν την τοπική γαστρονομία και να καλύψουν τις βασικές τους ανάγκες. Βέβαια, αξίζει να αναφερθεί πως πολλοί από τους συμμετέχοντες στην έρευνα δεν θεωρούν πως η ύπαρξη επιχειρήσεων εστίασης, μπορεί να επηρεάσει και τελικώς να καθορίσει την απόφαση των τουριστών να επισκεφθούν την περιοχή. Ως εκ τούτου, προκύπτει πως ο παράγοντας της διάθεσης επιχειρήσεων εστίασης είναι δευτερεύων για την προσέλκυση τουριστών στην περιοχή των Μετεώρων.

Οι εν λόγω πόροι, δηλαδή η πρόσβαση και η διάθεση επιχειρήσεων που εξυπηρετούν τις ανάγκες των τουριστών, θεωρούνται απαραίτητοι για να μπορέσει να αναπτυχθεί ένας προορισμός στο πρότυπο του εναλλακτικού τουρισμού (Κοκκώσης και συν., 2020). Συνεπώς, τα Μετέωρα δεν υστερούν σε καμία περίπτωση ως προς τη διάθεση των συγκεκριμένων απαραίτητων πόρων και προϋποθέσεων τουριστικής ανάπτυξης.

Ωστόσο, τα ευρήματα έδειξαν πως δεν έχουν αναπτυχθεί στην περιοχή πολλές δραστηριότητες, που να επαρκούν ώστε να δημιουργήσουν μία ξεχωριστή και

μοναδική εμπειρία για τους επισκέπτες. Συνεπώς, γίνεται εμφανές πως υπάρχει ανάγκη να γίνουν βελτιώσεις και ειδικότερα σε επίπεδο ανάπτυξης εξειδικευμένων δραστηριοτήτων εναλλακτικού τουρισμού για τους επισκέπτες, δεδομένου μάλιστα ότι η πλειοψηφία θεωρεί πως μπορεί να αποτελέσει αποτρεπτικό παράγοντα για την επίσκεψη των τουριστών στην περιοχή. Αξίζει να αναφερθεί, πως για τους Κοκκώση και συν. (2020) η διάθεση στο τουριστικό κοινό, υπηρεσιών και δραστηριοτήτων είναι μείζονος σημασίας τόσο για την προσέλκυσή τους, όσο και για την ικανοποίησή τους.

Ιδιαίτερη αναφορά πρέπει να γίνει στα ευρήματα που αφορούν τις αντιλήψεις-απόψεις των συμμετεχόντων, αναφορικά με τα σημαντικότερα μνημεία των Μετεώρων. Η συντριπτική πλειοψηφία αναγνωρίζει πως τα Μοναστήρια, είναι ο πόλος έλξης των τουριστών στην περιοχή, τα οποία δικαιολογούν και την μεγάλη ανάπτυξη του θρησκευτικού/προσκυνηματικού τουρισμού (Bogan et al., 2019; Tsironis, 2022). Άλλα μνημεία που θεωρούνται σημαντικά αλλά σε πολύ μικρότερο βαθμό από τα Μοναστήρια είναι το Κέντρο Ψηφιακής Προβολής της Ιστορίας και του Πολιτισμού των Μετεώρων και τα Σπήλαια. Το εύρημα αυτό, δείχνει πως οι αρμόδιοι φορείς θα πρέπει να ενημερώσουν το κοινό στόχο, μέσα από τις απαιτούμενες ενέργειες και δράσεις και για τα υπόλοιπα μνημεία που διαθέτει η περιοχή. Με τον τρόπο αυτόν, θα αυξηθεί και ο αριθμός των επισκεπτών στα μνημεία αυτά αλλά και ταυτόχρονα οι επισκέπτες θα έχουν τη δυνατότητα να εμπλακούν σε περισσότερες δραστηριότητες.

Πολύ μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζουν και οι αντιλήψεις των συμμετεχόντων αναφορικά με τα δυνατά στοιχεία που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν που προσφέρει η περιοχή των Μετεώρων. Τα πλέον δυνατά στοιχεία των Μετεώρων είναι το φυσικό τοπίο και η μοναδική ομορφιά του τόπου και τα μνημεία (στα οποία συμπεριλαμβάνονται και τα Μοναστήρια). Ακόμη ένα δυνατό στοιχείο, αλλά όχι στον ίδιο βαθμό με τα προαναφερθέντα, είναι η φιλοξενία των ντόπιων. Στοιχεία τα οποία δεν εντάσσονται στα δυνατά στοιχεία του προορισμού των Μετεώρων είναι η πρόσβαση, οι δραστηριότητες, η ποιότητα υπηρεσιών και το κόστος υπηρεσιών. Συνεπώς, εύκολα διαπιστώνεται πως για να μπορέσει να γίνει το τουριστικό προϊόν των Μετεώρων πιο ισχυρό, θα πρέπει να πραγματοποιηθούν ενέργειες πάνω σε αυτά τα στοιχεία, που μειώνουν την ανταγωνιστικότητά του.

5.3 Τα εμπόδια και οι ευκαιρίες ανάπτυξης των μορφών εναλλακτικού τουρισμού στα Μετέωρα

Μέσα από τις απαντήσεις των ερωτώμενων διαπιστώνεται πως το κυριότερο εμπόδιο ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού στα Μετέωρα είναι η έλλειψη πόρων από την πλευρά των αρμόδιων φορέων. Άλλα εμπόδια που γίνονται αντιληπτά είναι η έλλειψη των απαιτούμενων υποδομών και η έλλειψη ενός ολοκληρωμένου στρατηγικού σχεδιασμού, όπως και η έλλειψη οράματος από τους αρμόδιους φορείς. Αξίζει να σημειωθεί πως οι συμμετέχοντες στην έρευνα δεν θεωρούν πως η τοπική κοινωνία είναι αρνητική απέναντι στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού και για τον λόγο αυτόν, δεν αντιλαμβάνεται την αντίστασή της ως πιθανό εμπόδιο.

Οι συμμετέχοντες στην έρευνα θεωρούν πως μια από τις μοναδικές ευκαιρίες που διαθέτει η περιοχή, ως προς την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού είναι η διάθεση των απαιτούμενων πόρων. Χαρακτηριστικά, θεωρούν πως διαθέτουν σε πολύ μεγάλο βαθμό πόρους για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού, του πολιτισμικού και του αθλητικού τουρισμού αναψυχής (περιπατητικός). Σε μικρότερο βαθμό, αλλά και πάλι μεγάλο, θεωρούν πως διαθέτει η περιοχή πόρους για να αναπτυχθεί ο γαστρονομικός τουρισμός.

Επίσης, οι συμμετέχοντες στην έρευνα κρίνουν πως για να μπορέσουν τα Μετέωρα να αναπτυχθούν στον μέγιστο δυνατό βαθμό, στο πρότυπο του εναλλακτικού τουρισμού θα πρέπει να αξιοποιήσουν ευκαιρίες όπως είναι οι επιδοτήσεις από την Ε.Ε. και το κράτος, οι δυνατότητες που προσφέρουν οι νέες τεχνολογίες και οι ψηφιακές εφαρμογές και η έμπρακτη και ουσιαστική συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας.

Η αξία των επιδοτήσεων έχει επισημανθεί και από τους Geraki και Polyzos (2015), οι οποίοι υποστηρίζουν πως για να μπορέσει να αναπτυχθεί ουσιαστικά ο εναλλακτικός τουρισμός, οι κυβερνήσεις των κρατών πρέπει να παρέχουν οικονομικά κίνητρα στην τοπική κοινωνία και στους επιχειρηματίες. Παράλληλα, η αξία των νέων τεχνολογιών και των ψηφιακών εφαρμογών έχει εντοπιστεί και από τους Kilipiri et al. (2023) και από τους Hysa et al. (2022) καθώς μέσω αυτών είναι εφικτή η προβολή και η προώθηση των εναλλακτικών προορισμών, όπως και η πρόσβαση στο κοινό στόχο.

Τέλος, οι επενδύσεις από επιχειρηματίες εκτός της περιοχής, θεωρείται ως μία καλή ευκαιρία αλλά όχι τόσο σημαντική όσο οι προαναφερθείσες. Βέβαια, πρέπει να

σημειωθεί πως οι επενδύσεις από εξωτερικούς παράγοντες, εκτός της τοπικής κοινωνίας, δεν μπορεί να αποφευχθεί όταν ένας προορισμός αρχίσει να αναπτύσσεται τουριστικά, δεδομένου ότι παρουσιάζει μεγάλο ενδιαφέρον (Τσάρτας και συν., 2020).

Ενδιαφέρον παρουσιάζουν ορισμένες απαντήσεις των συμμετεχόντων στην έρευνα, που συνθέτουν το προφίλ των τουριστών που επισκέπτονται τα Μετέωρα. Πρόκειται για πολύ σημαντικά στοιχεία, δεδομένου ότι μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τους φορείς τουριστικής ανάπτυξης για τη δημιουργία ενός αποτελεσματικού σχεδίου μάρκετινγκ. Πιο αναλυτικά, οι περισσότεροι επισκέπτες των Μετεώρων:

- Ταξιδεύουν με την οικογένεια τους ή με group,
- Επισκέπτονται τα Μετέωρα κατά κύριο λόγο το καλοκαίρι,
- Παραμένουν στην περιοχή των Μετεώρων, μόλις 1-3 μέρες,
- Τα κίνητρά τους αφορούν την ανάγκη επαφής με τη θρησκεία και τον Θεό και την ανάγκη επαφής με τη φύση,
- Ενδιαφέρονται κατά κύριο λόγο για τη μοναστηριακή γαστρονομία, τα τοπικά έθιμα και τις τοπικές παραδόσεις.

Το προφίλ και τα κίνητρα των επισκεπτών των Μετεώρων είναι ανάλογα των υπόλοιπων τουριστών που επισκέπτονται άλλους προορισμούς που έχουν έντονο θρησκευτικό στοιχείο και έχουν αναπτύξει τον θρησκευτικό/προσκυνηματικό τουρισμό (Abbate & Di Nuovo, 2013; Al Zoubi & Ibrahim, 2020; Bogan et al., 2019).

5.4 Η διαχείριση και η προώθηση του τουριστικού προϊόντος των Μετεώρων

Οι ερωτώμενοι που πήραν μέρος στην έρευνα, πιστεύουν πως η διαχείριση και η προώθηση του τουριστικού προϊόντος των Μετεώρων, είναι αρκετά περιορισμένη. Πιο αναλυτικά, πιστεύουν πως η προώθηση των Μετεώρων είναι μέτρια στην ελληνική αγορά και ανεπαρκής στην αγορά του εξωτερικού. Παρομοίως, θεωρούν πως τα ψηφιακά μέσα δεν αξιοποιούνται κατάλληλα, ώστε να μπορέσει ο προορισμός των Μετεώρων να γίνει ένας δημοφιλής εναλλακτικός προορισμός για το ελληνικό και το ξένο τουριστικό κοινό. Πρόκειται για ένα στοιχείο που πρέπει να προσέξουν σε πολύ μεγάλο βαθμό οι αρμόδιοι φορείς καθώς η προώθηση και προβολή των προορισμών, είτε με παραδοσιακά είτε με ψηφιακά μέσα, καθορίζουν την επιτυχή τοποθέτησή τους ως εναλλακτικοί προορισμοί στη συνείδηση του κοινού στόχου (Hysa et al., 2022; Kilipiri et al., 2023; Madoui & Bendjeroua, 2023).

5.5 Τα μέτρα πολιτικής, οι δράσεις και οι προτάσεις των τουριστικών φορέων για την περαιτέρω ανάπτυξη των Μετεώρων

Σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας αποδείχτηκε πως οι αρμόδιες αρχές μπορούν να προβούν σε αρκετές ενέργειες, ώστε να συνεισφέρουν στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού. Αναλυτικότερα πολύ σημαντικές κρίθηκαν οι ενέργειες που θα συμβάλλουν στην αναβάθμιση και στην προώθηση του τουριστικού προϊόντος καθώς και ενέργειες που έχουν ως στόχο την προστασία του περιβάλλοντος. Επιπρόσθετα, πολύ σημαντικές δράσεις θεωρούνται η βελτίωση και η ανάπτυξη των υποδομών, η ψηφιακή αναβάθμιση και η ενίσχυση των δεξιοτήτων των εργαζόμενων και των επιχειρηματιών στον χώρο του τουρισμού.

Όλα αυτά τα μέτρα και οι δράσεις πολιτικής πρέπει να αναληφθούν αφενός από το κράτος και αφετέρου από την τοπική αυτοδιοίκηση. Οι Κοκκώσης και συν. (2020) υποστηρίζουν ότι ο ρόλος του κράτους είναι μείζονος σημασίας στην οικονομική στήριξη των νέων εγχειρημάτων που εστιάζουν στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού, καθώς επίσης και στην πραγματοποίηση επενδύσεων. Επίσης, σύμφωνα με τους Adeyinka-Ojo et al. (2014) οι οργανισμοί τοπικής αυτοδιοίκησης έχουν τη δυνατότητα να συντονίσουν το έργο όλων εκείνων των προσώπων που εμπλέκονται, άμεσα ή έμμεσα με την τουριστική δραστηριότητα.

6. Συμπεράσματα

6.1 Συμπεράσματα θεωρητικού μέρους

Από το θεωρητικό μέρος της εργασίας διαπιστώνεται πως η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού είναι πολύ σημαντική, για τους προορισμούς που κινούνται στο πλαίσιο της βιώσιμης ανάπτυξης. Εν αντιθέσει με τον μαζικό τουρισμό, ο

εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να συμβάλλει στη δημιουργία θέσεων εργασίας, στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των πληθυσμών, χωρίς όμως να επιβαρύνει το φυσικό περιβάλλον, να εξαντλεί τους φυσικούς πόρους και να αλλοιώνει την πολιτιστική κληρονομιά του τόπου. Ο εναλλακτικός τουρισμός, μπορεί να έχει μικρότερο αντίκτυπο στην οικονομία ενός τόπου, ωστόσο σέβεται τον άνθρωπο, το φυσικό περιβάλλον και τις μελλοντικές γενιές.

Η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού μπορεί να υλοποιηθεί μόνο κάτω από συγκεκριμένες προϋποθέσεις. Αρχικά, είναι απαραίτητο οι διάφοροι προορισμοί να διαθέτουν τους απαιτούμενους πόρους. Για παράδειγμα, για να μπορέσει να αναπτυχθεί ο πολιτισμικός τουρισμός είναι αναγκαίο ένας προορισμός να διαθέτει πλούσιο υλικό και άυλο πολιτισμό. Ομοίως, για να αναπτυχθεί ο γαστρονομικός τουρισμός είναι απαραίτητο, να διαθέτει ο προορισμός γαστρονομική κουλτούρα και διακεκριμένα παραδοσιακά πιάτα που παρασκευάζονται από τοπικά υλικά. Εκτός, από τους απαιτούμενους πόρους, ένας προορισμός για να μπορέσει να αναπτυχθεί στο πρότυπο του εναλλακτικού προορισμού θα πρέπει να είναι εφικτή η πρόσβαση και παράλληλα η εξυπηρέτηση των αναγκών των επισκεπτών. Πιο απλά, θα πρέπει να υπάρχει οδική ή αεροπορική ή ακτοπλοϊκή σύνδεση και παράλληλα να υπάρχουν επιχειρήσεις, οι οποίες μπορούν να παρέχουν υπηρεσίες και προϊόντα, τα οποία ανταποκρίνονται στις ανάγκες των τουριστών που επισκέπτονται τον προορισμό.

Σε κάθε περίπτωση, για να μπορέσει να αναπτυχθεί ο εναλλακτικός τουρισμός σε έναν προορισμό, είναι αναγκαίο να υπάρξει και η κατάλληλη στήριξη από την πλευρά του κράτους και της τοπικής αυτοδιοίκησης. Μέσω χρηματοδοτήσεων, επενδύσεων σε δημόσια έργα και μέσω κατάλληλων στρατηγικών σχεδιασμών, διάφοροι προορισμοί που έχουν τη δυνατότητα να αναπτύξουν ορισμένες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, μπορούν να το επιτύχουν. Ωστόσο, η ανάπτυξη ενός προορισμού στο πρότυπο του εναλλακτικού τουρισμού, πολλές φορές δεν είναι αρκετή για να προσελκύσει τους τουρίστες. Οι αρμόδιοι φορείς, τοπικοί επιχειρηματίες και τοπική αυτοδιοίκηση, οφείλουν να προχωρήσουν σε ενέργειες προβολής και προώθησης του προορισμού και των υπηρεσιών που προσφέρει, αξιοποιώντας όλα τα διαθέσιμα μέσα, μεταξύ των οποίων και των ψηφιακών, όπως είναι οι σελίδες στο διαδίκτυο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Μία από τις περιοχές της Ελλάδας που έχουν καταφέρει να αναπτύξουν τον εναλλακτικό τουρισμό και συγκεκριμένα την ειδική μορφή του θρησκευτικού τουρισμού είναι τα Μετέωρα. Τα Μετέωρα βρίσκονται στην Καλαμπάκα και έχουν αναπτύξει σημαντικά τον θρησκευτικό τουρισμό, λόγω των Μοναστηριών που διαθέτουν. Παράλληλα, τα Μετέωρα επισκέπτονται πολλοί τουρίστες όχι μόνο για να επισκεφθούν τα Μοναστήρια και να έρθουν κοντά στον Θεό αλλά και για να θαυμάζουν την μοναδική και εξαιρετική φυσική ομορφιά τους. Σήμερα, τα Μετέωρα συγκαταλέγονται μεταξύ των σημαντικότερων προορισμών που μπορεί να επισκεφθεί ένας Ορθόδοξος Χριστιανός, γεγονός πολύ σημαντικό αφενός για τη διατήρηση του θρησκευτικού στοιχείου στην περιοχή και αφετέρου για την οικονομική ανάπτυξη του τόπου.

6.2 Συμπεράσματα πρακτικού μέρους

Από τα αποτελέσματα της πρωτογενούς έρευνας που πραγματοποιήθηκαν σε 41 φορείς που σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με τον τουρισμό και την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής των Μετεώρων, συμπεριλαμβανομένων των τοπικών παραγόντων και των ντόπιων επιχειρηματιών, έχουν προκύψει αξιόλογα συμπεράσματα. Αρχικά, έγινε σαφές πως στα Μετέωρα η βασική μορφή εναλλακτικού τουρισμού που έχει αναπτυχθεί είναι ο θρησκευτικός/προσκυνηματικός τουρισμός, γεγονός που οφείλεται στα μοναδικά Μοναστήρια που διαθέτει η περιοχή και στην τοποθεσία στην οποία βρίσκονται. Άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού που δύναται να αναπτυχθούν στην περιοχή των Μετεώρων όπως είναι ο πολιτιστικός τουρισμός, ο αθλητικός τουρισμός αναψυχής και ο γαστρονομικός, δεν έχουν αναπτυχθεί στον ίδιο βαθμό. Πιθανότατα, η δυσκολία ανάπτυξης των παραπάνω μορφών εναλλακτικού τουρισμού έγκειται σε κάποιους παράγοντες που λειτουργούν ως εμπόδια. Τα εμπόδια αυτά δεν είναι άλλα από την απουσία πόρων, υποδομών, οράματος και στρατηγικού σχεδιασμού.

Ακόμη, έγινε σαφές πως τα Μετέωρα διαθέτουν σε ικανοποιητικό βαθμό, τους πόρους εκείνους που χρειάζονται για να αναπτυχθεί ο τουρισμός και συγκεκριμένα ο εναλλακτικός τουρισμός. Χαρακτηριστικά, η πρόσβαση είναι σχετικά εύκολη, καθώς υπάρχει αναπτυγμένο οδικό δίκτυο, οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις καλύπτουν σε μεγάλο βαθμό τις ανάγκες των τουριστών όπως και οι επιχειρήσεις εστίασης. Αναφορά πρέπει να γίνει και στα μνημεία που διαθέτουν και στους φυσικούς πόρους. Ωστόσο, αδυναμία εντοπίζεται ως προς την ύπαρξη επιχειρήσεων και οργανισμών που

εστιάζουν στη δημιουργία και στην παροχή υπηρεσιών που σχετίζονται με δραστηριότητες εναλλακτικού χαρακτήρα. Οι αρμόδιοι φορείς οφείλουν να εκμεταλλευτούν όλους τους παραπάνω πόρους, όπως και τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται για την περαιτέρω ανάπτυξη της περιοχής στο πλαίσιο του εναλλακτικού τουρισμού. Τέτοιες ευκαιρίες είναι οι επιδοτήσεις από την Ε.Ε. και το κράτος, οι δυνατότητες που προσφέρουν οι νέες τεχνολογίες και οι ψηφιακές εφαρμογές και η έμπρακτη και ουσιαστική συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας.

Ιδιαίτερη μνεία πρέπει να γίνει και στα συμπεράσματα που αφορούν στο προφίλ των ατόμων που επισκέπτονται τα Μετέωρα και στη τουριστική συμπεριφορά τους. Διαπιστώθηκε πως οι τουρίστες που επισκέπτονται τα Μετέωρα, ταξιδεύουν κατά κύριο λόγο το καλοκαίρι, με την οικογένεια τους ή με group και παραμένουν στην περιοχή των Μετεώρων, μόλις 1-3 μέρες. Τα κίνητρά τους αφορούν την ανάγκη επαφής με τη θρησκεία και τον Θεό και την ανάγκη επαφής με τη φύση και ενδιαφέρονται κατά κύριο λόγο για τη μοναστηριακή γαστρονομία, τα τοπικά έθιμα και τις τοπικές παραδόσεις. Τα στοιχεία αυτά είναι πολύ σημαντικά και πρέπει να ληφθούν υπόψη από τους αρμόδιους φορείς που ασχολούνται με την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής. Το προφίλ των τουριστών που επισκέπτονται την περιοχή πρέπει να χρησιμοποιηθεί ως βάση για τον σχεδιασμό ενός ολοκληρωμένου στρατηγικού σχεδιασμού που θα καταφέρει να τοποθετήσει τα Μετέωρα στη συνείδηση του κοινού στόχου, ως έναν από τους πλέον εναλλακτικούς προορισμούς στην Ελλάδα. Μάλιστα κάποια από τα στοιχεία αυτά, όπως είναι ο περιορισμένος χρόνος παραμονής στην περιοχή θα πρέπει να αποτελέσει το έναυσμα για την ανάπτυξη πρόσθετων δραστηριοτήτων που θα παρακινήσουν τους τουρίστες να αφιερώσουν περισσότερο χρόνο στα Μετέωρα.

Ακόμη έγινε αντιληπτό, πως η προώθηση και η προβολή των Μετεώρων δεν είναι ιδιαίτερα αποτελεσματική, δεδομένου ότι δεν αξιοποιούνται όλα τα διαθέσιμα μέσα, είτε αυτά είναι παραδοσιακά, είτε είναι ψηφιακά. Οι αρμόδιοι φορείς οφείλουν να επενδύσουν στην προβολή και στην προώθηση των Μετεώρων, αφενός στην ελληνική αγορά και αφετέρου στην αγορά του εξωτερικού. Μόνο με τον τρόπο αυτόν, θα γνωρίσει το κοινό στόχο, την ομορφιά και τις ξεχωριστές εμπειρίες που μπορούν να προσφέρουν τα Μετέωρα. Τέλος, πέρα από την αποτελεσματική προώθηση και προβολή του τουριστικού προϊόντος των Μετεώρων, κρίνονται απαραίτητες και κάποιες ενέργειες-δράσεις από τις αρμόδιες αρχές όπως είναι η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, η βελτίωση και η ανάπτυξη των υποδομών, η ψηφιακή αναβάθμιση

των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην περιοχή και η ανάπτυξη και καλλιέργεια των δεξιοτήτων που διακρίνουν τους επιχειρηματίες και τους εργαζόμενους στον χώρο του τουρισμού.

6.3 Μέτρα πολιτικής

Από όλα τα παραπάνω, διαπιστώνεται πως πρέπει να ληφθούν τα ακόλουθα μέτρα πολιτικής:

- Να αξιοποιηθούν οι διαθέσιμοι πόροι των Μετεώρων, ώστε να αναπτυχθούν και άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, όπως είναι ο πολιτιστικός, ο γαστρονομικός και ο αθλητικός τουρισμός αναψυχής.
- Να αξιοποιηθούν τα ψηφιακά μέσα αλλά και τα παραδοσιακά μέσα, ώστε να μπορέσει να προβληθεί ο προορισμός των Μετεώρων, τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό ως ένας ξεχωριστός προορισμός που προσφέρει μοναδικές εμπειρίες εναλλακτικού τουρισμού.
- Να πραγματοποιηθούν δημόσια έργα τα οποία θα βελτιώσουν τις υφιστάμενες υποδομές και θα προστατεύσουν το φυσικό τοπίο από την κλιματική αλλαγή και τα ακραία καιρικά φαινόμενα.
- Να εκτιμηθεί το προφίλ των τουριστών που επισκέπτονται τον προορισμό των Μετεώρων, ώστε να δημιουργηθεί ένας ολοκληρωμένος στρατηγικός σχεδιασμός που θα προσφέρει περισσότερες υπηρεσίες εναλλακτικού τουρισμού.
- Να δοθούν οικονομικά κίνητρα μέσω κρατικών επιδοτήσεων και μέσω ευρωπαϊκών επιδοτήσεων στους τοπικούς επιχειρηματίες, με στόχο να επενδύσουν στον εναλλακτικό τουρισμό.
- Να δημιουργηθούν ειδικά δωρεάν προγράμματα επιμόρφωσης για τους επιχειρηματίες και τους εργαζόμενους της περιοχής, σχετικά με τον εναλλακτικό τουρισμό και την ποιότητα των υπηρεσιών στον χώρο του τουρισμού.

6.4 Περιορισμοί και προτάσεις για μελλοντικές έρευνες

Τα στοιχεία που έχουν προκύψει μέσα από την εν λόγω ερευνητική εργασία, παρουσιάζουν πολύ μεγάλο ενδιαφέρον, καθώς αποτυπώνουν τις απόψεις και τις

αντιλήψεις των τοπικών παραγόντων, των φορέων τουριστικής ανάπτυξης και των ντόπιων επιχειρηματιών, σχετικά με τη δυνατότητα ανάπτυξης διαφόρων μορφών εναλλακτικού τουρισμού. Επίσης, μέσα από την παρούσα εργασία εντοπίζονται τα βήματα που πρέπει να πραγματοποιηθούν ώστε τα Μετέωρα να αποτελέσουν έναν προορισμό για όλους εκείνους που επιθυμούν να βιώσουν μοναδικές και εξατομικευμένες εμπειρίες που μπορεί να προσφέρει μόνο ο εναλλακτικός τουρισμός.

Ωστόσο, πρόκειται για μία έρευνα που έχει περιορισμούς, οι οποίοι σχετίζονται κατά κύριο λόγο με το γεγονός ότι υλοποιήθηκε μόνο ποσοτική έρευνα. Για να προκύψει μία πιο ολοκληρωμένη εικόνα και αποτελέσματα με μεγαλύτερη εγκυρότητα και αξιοπιστία θα μπορούσε να πραγματοποιηθεί και μία συμπληρωματική ποιοτική έρευνα, με τη μορφή συνεντεύξεων. Με τον τρόπο αυτόν, θα μπορούσε να προκύψει ένα πιο ολοκληρωμένο πλαίσιο αναφορικά με την ανάπτυξη πρόσθετων μορφών εναλλακτικού τουρισμού στην περιοχή των Μετεώρων. Επιπλέον, ακόμη ένας περιοριστικός παράγοντας, αφορά στο γεγονός πως δεν λαμβάνονται υπόψη, οι απόψεις των πολιτών της περιοχής, οι οποίοι εμπλέκονται είτε άμεσα είτε έμμεσα με την τουριστική ανάπτυξη του τόπου.

Υπό το πρίσμα των παραπάνω περιορισμών, προτείνεται η διεξαγωγή δύο νέων ερευνητικών εργασιών. Η πρώτη από αυτές θα προβεί στην πραγματοποίηση συνεντεύξεων με τους εκπροσώπους των Μοναστηριών, των τοπικών επιχειρήσεων και των λοιπών φορέων που σχετίζονται με τον τουρισμό, ώστε να μπορέσει να πραγματοποιηθεί τριγωνοποίηση των αποτελεσμάτων. Η δεύτερη από αυτές θα προχωρήσει σε μία ποσοτική έρευνα με τη χρήση ερωτηματολογίου σε πολίτες που διαμένουν στην ευρύτερη περιοχή. Με τον τρόπο αυτόν, θα καταστεί σαφές αν μπορούν να αναπτυχθούν και άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού στα Μετέωρα σύμφωνα με τις απόψεις των κατοίκων που γνωρίζουν καλά την περιοχή, όπως επίσης και αν είναι επιθυμητή η ανάπτυξή τους.

Βιβλιογραφία

Ξενόγλωσση

- Abbate, C.S., & Di Nuovo, S. (2013). Motivation and personality traits for choosing religious tourism. A Research on the case of Medjugorje. *Current Issues in Tourism*, 16(5), 501-506.
- Adeyinka-Ojo, S.F., Khoo-Lattimore, C., & Nair, V. (2014). A framework for rural tourism destination management and marketing organisations. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 144, 151-163.
- Agius, K., & Briguglio, M. (2021). Mitigating seasonality patterns in an archipelago: the role of ecotourism. *Maritime Studies*, 20, 409-421.
- Akmese, K.A. (2019). *Main Themes in Tourism*. Ankara: Iksad Publications.
- Al Zoubi, M.I., & Ibrahim, Y. (2020). Tourists or Pilgrims: Classification of the Visitors at the Baptism Site of Jesus Christ in Jordan. *International Review of Management and Marketing*, 10(1), 72-78.
- Alfiero, S., Bonadonna, A., Cane, M., Giudice, A.L. (2019). Street Food: A Tool for Promoting Tradition Territory and Tourism. *Tourism Analysis*, 24, 305-314.
- Altunel, M.C. & Erkut, B. (2015). Cultural tourism in Istanbul: The mediation effect of tourist experience and satisfaction on the relationship between involvement and recommendation intention. *J. Destin. Mark. Manag.*, 4, 213–221.
- Andries, D.M., Arnaiz-Schmitz, C., Díaz-Rodríguez, P., Herrero-Jáuregui, C., Schmitz, M.F. Sustainable Tourism and Natural Protected Areas: Exploring Local Population Perceptions in a Post-Conflict Scenario. *Land*, 10, <https://doi.org/10.3390/land10030331>
- Arora, S., & Sharma, A. (2021). Covid-19 impact on overtourism: Diversion from mass tourism to alternative tourism. In: Sharma, A. & Hassan, A. (Eds.) *Overtourism as Destination Risk* (pp. 275-283). Emerald Publishing, doi: 10.1108/9781839097065.
- Beltran, J.J., Lopez-Guzman, T., & Santa-Cruz, F. (2016). Gastronomy and Tourism: Profile and Motivation of International Tourism in the City of Córdoba, Spain. *Journal of Culinary Science & Technology*, 14(4), 347-362.

- Bogan, E., & Cercleux, A.L. (2019). The role of religious and pilgrimage tourism in developing and promoting the urban tourism in Bucharest. *Quality-Access to Success*, 20(2), 94-101.
- Bryman, A. (2017). *Μέθοδοι κοινωνικής έρευνας*. Αθήνα: Gutenberg.
- Creswell, J.W. (2011). *Η έρευνα στην εκπαίδευση. Σχεδιασμός, διεξαγωγή και αξιολόγηση της ποσοτικής και της ποιοτικής έρευνας*. Αθήνα: Έλλην.
- Delice, A. (2010). The Sampling Issues in Quantitative Research. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 10(4), 2001-2018.
- Dougherty, M.L, Brown, L.E, & Green, G.P. (2013). The Social Architecture of Local Food Tourism: Challenges and Opportunities for Community Economic Development. *Journal of Rural Social Sciences*, 28(2), 1-27.
- Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2019). *Εισαγωγή στον Τουρισμό: Αρχές και Πρακτικές*. Λευκωσία: Broken Hill Publishers
- Gálvez, J.C.P., Granda, M.J., Coronel, J.R., & Guzmán, T.P. (2017). Local gastronomy, culture and tourism sustainable cities: The behavior of the American tourist. *Sustainable Cities and Society*, 32, 604-612.
- Garanti, Z. (2022). Alternative and special interest tourism to mitigate the effects of tourism seasonality: the debate from Cyprus. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 14(5), 451-460.
- García-Hernández, M., de la Calle-Vaquero, M., & Yubero, C. (2017). Cultural Heritage and Urban Tourism: Historic City Centres under Pressure. *Sustainability*, 9, 2-19.
- Geraki, M., & Polyzos, S. (2015). Public spending allocation factors for Alternative Tourism Investment Program, NSFR 2007-2013. Evidence from Greece. *MIBES Transactions*, 9, 63-76.
- Gerami, F., & Hosseini, S.Z. (2021). Planning for Sustainable Tourism Development using SWOT Analysis – Case Study: Pasargad Region – Fars, Iran. *Athens Journal of Tourism*, 8(1), 43-54.
- Gomez, L.A.E. (2018). Realities and problems of a major cultural tourist destination in Spain, Toledo. *PASOS*, 16(3), 617-636.

- Gurita, D., & Scortescu, F.I. (2023). Religious Tourism and Sustainable Development of the Economy in the Context of Globalization in the Northeast Area of Romania. *Sustainability*, 15, <https://doi.org/10.3390/su151612128>
- Huete-Alcocer, N., Lopez-Ruiz, V.P. & Grigorescu, A. (2019). Measurement of Satisfaction in Sustainable Tourism: A Cultural Heritage Site in Spain. *Sustainability*, 11, doi:10.3390/su11236774
- Hysa, B., Zdonek, I., & Karasek, A. (2022). Social Media in Sustainable Tourism Recovery. *Sustainability*, 14(2), <https://doi.org/10.3390/su14020760>
- Indwar, T., & Muthukumar, M. (2023). The role of ecotourism in sustainable development: An overview. *Journal of Pharmaceutical Results*, 14(2), <https://doi.org/10.47750/pnr.2023.14.02.205>
- Kilipiri, E., Papaioannou, E., & Kotzavazoglou, I. (2023). Social Media and Influencer Marketing for Promoting Sustainable Tourism Destinations: The Instagram Case. *Sustainability*, 15, <https://doi.org/10.3390/su15086374>
- Koliouka, C., & Andreopoulou, Z. (2023). E-Tourism for Sustainable Development through Alternative Tourism Activities. *Sustainability*, 15(11), <https://doi.org/10.3390/su15118485>
- Kyriakaki, A., Zagkotsi, N. & Trihas, N (2016). ‘Gastronomy, tourist Experience and Location. The case of “Greek Breakfast”’. *TOURISMOS: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 11(3), 227-261.
- Lee, T.-H., & Jan, F.-H. (2022). The Effect of Leisure and Recreation on Sustainable Tourism: An Editorial Commentary. *Sustainability* 14, <https://doi.org/10.3390/su14010054>
- Mackenzie, R. (2021). Transforming the Terroir into a tourism destination. In S.K. Dixar (Ed.), *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*. Ανακτήθηκε από: <https://www.routledgehandbooks.com/doi/10.4324/9781315147628-10>
- Madoui, A., & Bendjeroua, H. (2023). The impact of international exhibition of tourism and travels “SITEV” on the improvement of Algerian tourism destination image. *Les Cahiers du Cread*, 39(1), 7-35.

- Manea, G-C., & Cozea, A. (2023). Regional economic development supported by sustainable tourism. *Dutch Journal of Finance and Management*, 5(1), 1-8.
- Manola, M., & Koufadakis, S. (2020). The Gastronomy as an Art and its Role in the Local Economic Development of a Tourism Destination: A Literature Review. *SPOUDAI Journal of Economics and Business*, 70(1-2), 81-92.
- Mathouraparsad, S. & Maurin, A. (2017). Measuring the Multiplier Effects of Tourism industry to the Economy. *Advances in Management & Applied Economics*, 7(2), 123-157.
- Middleton V.T.G. (2013). *Marketing in Travel & Tourism*. UK: Routledge.
- Milano, C. (2017). *Overtourism and Tourismphobia: Global trends and local contexts*. Barcelona: Ostelea School of Tourism & Hospitality.
- Min, C-K., Roh, T-S., & Bak, S. (2015). Growth effects of leisure tourism and the level of economic development. *Applied Economics*, 48(1), 1-11.
- Nistor, E.-L., & Dezsi, S. (2022). An Insight into Gastronomic Tourism through the Literature Published between 2012 and 2022. *Sustainability*, 14, <https://doi.org/10.3390/su142416954>
- Ojo, B.Y., & Busayo, B.M. (2017). Exploring the Relationship between Religion Tourism and Economic Development of a Host Community. *International Journal of Business and Management Invention*, 6(9), 41-51.
- Perna, F., Custodio, M.J., & Oliveira, V. (2019). Local Communities and Sport Activities Expenditures and Image: Residents' Role in Sustainable *Tourism and Recreation*. *EJTHR*, 9(1), 49-59.
- Privitera, D., Nedelcu, A., & Nicula, V. (2018). Gastronomic and Food Tourism As An Economic Local Research: Case Studies From Romania And Italy. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 1(21), 143-157
- Rebuya, N., & Gasga, K.P. (2022). SWOT Analysis as a Strategic Tool for Local Tourism Development Planning: A Destination Review of a Municipality in the Philippines. *Open Access Library Journal*, 9, <https://doi.org/10.4236/oalib.1109612>

- Rosická, Z., Bednářová, D., Beneš, L. (2009). The Development and Economic Impact of Cultural Tourism and Sustainable Heritage Management. *Transactions and Transport Sciences*, 1(2), 27-30.
- Sandybayev, A. (2018). The impact of street and food festivals in gastronomic tourism through visitor's emotions and satisfaction. A case of Abu Dhabi Food Festival. *International Journal of Research in Tourism and Hospitality*, 4(1), 27-32.
- Sayeh, S. (2022). Tourist's Segmentation Based on Culture as their Primary Motivation. *Athens Journal of Tourism*, 9(3), 183-194.
- Sidorenko, P. & Garrido, P. (2021). Communication and advertising of sustainable tourism in city brand construction. The case of the international certification 'Biosphere Tourism' in Spain. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 12(1), 15-28. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM000015>
- Stoica, G.D., Andreiana, V. A., Duica, M.C., Stefan, M.C., Susanu, I.O., Coman, M.D., & Iancu, D. (2022). Perspectives for the Development of Sustainable Cultural Tourism. *Sustainability*, 14, <https://doi.org/10.3390/su14095678>
- Sun, X., Oing, J., Ali Shah, S.A., & Solangi, Y.A. (2023). Exploring the Complex Nexus between Sustainable Development and Green Tourism through Advanced GMM Analysis. *Sustainability*, 15, <https://doi.org/10.3390/su151410782>
- Terkenli, T., & Georgoula, V. (2022). Tourism and Cultural Sustainability: Views and Prospects from Cyclades, Greece. *Sustainability*, 14, <https://doi.org/10.3390/su14010307>
- Triarchi, E., & Karamanis, K. (2017). The evolution of alternative forms of Tourism: Theoretical background. *Business & Entrepreneurship*, 6(1), 39-59.
- Tsironis, C. (2022). Pilgrimage and Religious Tourism in Society, in the Wake of the COVID-19 Pandemic: A Paradigmatic Focus on 'St. Paul's Route' in the Central Macedonia Region, Greece. *Religions*, 13, <https://doi.org/10.3390/rel13100887>
- Usamah, N.F., & Anuar, F.I. (2017). What draws you here? Intention of youth's participation in adventure tourism activities. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 9(2), 153-162.

Wolf, F., Filho, W.L., Singh, P., Scherle, N., Reiser, D., et al. (2021). Influences of Climate Change on Tourism Development in Small Pacific Island States. *Sustainability*, 13, <https://doi.org/10.3390/su13084223>

Ελληνόγλωσση

Κοκκώσης, Χ., & Τσάρτας, Π. (2019). *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον*. Αθήνα: Κριτική.

Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π., & Γκρίμπα, Ε. (2020). *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού: Ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού*. Αθήνα: Κριτική.

Κώστα, Γ. (2015). Αθλητικός τουρισμός και υπαίθριες δραστηριότητες. Στο Γ. Κώστα, Ο. Ματσούκα, Ε. Τσίτσαρη & Ι. Τριγώνης, (Επ). *Αθλητική Ψυχαγωγία και Αναψυχή*. (Σελ. 88-101). Αθήνα: ΣΕΑΒ.

Ματσούκα, Ο. (2015). Αθλητική ψυχαγωγία και αναψυχή και ψυχική ευεξία. Στο Γ. Κώστα, Ο. Ματσούκα, Ε. Τσίτσαρη & Ι. Τριγώνης, (Επ). *Αθλητική Ψυχαγωγία και Αναψυχή*. (Σελ. 26-46). Αθήνα: ΣΕΑΒ.

Νόμος Υπ' αριθμόν 4582/2018. Θεματικός τουρισμός Ειδικές μορφές τουρισμού - Ρυθμίσεις για τον εκσυγχρονισμό του θεσμικού πλαισίου στον τομέα του τουρισμού και της τουριστικής εκπαίδευσης - Στήριξη τουριστικής επιχειρηματικότητας και άλλες διατάξεις. Ανακτήθηκε από: <https://www.e-nomothesia.gr/kat-tourismos/nomos-4582-2018-phek-208a-11-12-2018.html>

Τσάρτας, Π., Ζαγκότση, Σ., & Κυριακάκη, Α. (2020). *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι. Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*. Αθήνα: Κριτική.

Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού, (2023). Σπήλαιο Θεόπετρας. Ανακτήθηκε από: http://odysseus.culture.gr/h/2/gh251.jsp?obj_id=1616

Υπουργείο Τουρισμού, (2020). Πρόγραμμα Εναλλακτικός Τουρισμός. Ανακτήθηκε από: <https://mintour.gov.gr/ependyseis/espa/epiteliki-domi-espa-yπουργειou-toyris moy/programma-enallaktikos-toyris mos/>

Παράρτημα: Ερωτηματολόγιο

Αγαπητή-ε,

Ονομάζομαι Κατερίνα Κυρίτση και στο πλαίσιο των μεταπτυχιακών μου σπουδών στο πρόγραμμα «Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα στον Τουρισμό» του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής, εκπονώ έρευνα με στόχο τη διερεύνηση των απόψεων των φορέων των Μετεώρων ως προς την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού. Η έρευνα είναι ανώνυμη και έχει εθελοντικό χαρακτήρα. Οι απαντήσεις σας θα επεξεργαστούν με απόλυτη εχεμύθεια.

Ευχαριστώ για τον χρόνο σας

Φορέας

Παρακαλώ συμπληρώστε ό,τι ισχύει. Εκπροσωπείτε

Περιφέρεια	
Δήμο	
Επιμελητήριο	
Τουριστικό γραφείο	
Ιερά Μονή/εκκλησία	
Τουριστική επιχείρηση	
Επιχείρηση εστίασης	
Εμπορικό κατάστημα	
Εμπορικός σύλλογος	
Άλλο (προσδιορίστε)	

Υφιστάμενη κατάσταση ανάπτυξης των μορφών τουρισμού

1. Σε ποιον βαθμό θεωρείτε πως ο εναλλακτικός τουρισμός έχει αναπτυχθεί στα Μετέωρα σε σχέση με τους πόρους που διαθέτει; (1=καθόλου, 2=λίγο, 3=μέτρια, 4=πολύ, 5=πάρα πολύ)

1	2	3	4	5

2. Σε ποιον βαθμό έχουν αναπτυχθεί οι παρακάτω μορφές εναλλακτικού τουρισμού στα Μετέωρα; (1=καθόλου, 2=λίγο, 3=μέτρια, 4=πολύ, 5=πάρα πολύ)

		1	2	3	4	5
2.1	Θρησκευτικός/Προσκυνηματικός τουρισμός					

2.2	Πολιτιστικός τουρισμός					
2.3	Γαστρονομικός τουρισμός					
2.4	Αθλητικός τουρισμός αναψυχής					

3. Σε ποιον βαθμό θεωρείτε πως η πρόσβαση στα Μετέωρα είναι εύκολη;
(1=καθόλου, 2=λίγο, 3=μέτρια, 4=πολύ, 5=πάρα πολύ)

1	2	3	4	5

4. Η ευκολία/δυσκολία πρόσβασης στα Μετέωρα μπορεί να αποτελέσει προτρεπτικό ή αποτρεπτικό παράγοντα επίσκεψης;

Ναι	
Όχι	

5. Σε ποιον βαθμό θεωρείτε πως τα Μετέωρα διαθέτουν τις απαιτούμενες ξενοδοχειακές υποδομές για την κάλυψη των αναγκών των τουριστών που επισκέπτονται την περιοχή; (1=καθόλου, 2=λίγο, 3=μέτρια, 4=πολύ, 5=πάρα πολύ)

1	2	3	4	5

6. Η διαθεσιμότητα ξενοδοχειακών υποδομών στα Μετέωρα μπορεί να αποτελέσει προτρεπτικό ή αποτρεπτικό παράγοντα επίσκεψης;

Ναι	
Όχι	

7. Σε ποιον βαθμό πιστεύετε πως τα Μετέωρα διαθέτουν επαρκή αριθμό επιχειρήσεων στον χώρο της εστίασης, ώστε να ανταποκριθούν στις ανάγκες των τουριστών που επισκέπτονται την περιοχή; (1=καθόλου, 2=λίγο, 3=μέτρια, 4=πολύ, 5=πάρα πολύ)

1	2	3	4	5

8. Η διαθεσιμότητα των επιχειρήσεων εστίασης στα Μετέωρα μπορεί να αποτελέσει προτρεπτικό ή αποτρεπτικό παράγοντα επίσκεψης;

Ναι	
Όχι	

9. Σε ποιον βαθμό πιστεύετε πως τα Μετέωρα διαθέτουν επαρκής δραστηριότητες, ώστε να ανταποκριθούν στις ανάγκες των τουριστών που επισκέπτονται την περιοχή; (1=καθόλου, 2=λίγο, 3=μέτρια, 4=πολύ, 5=πάρα πολύ)

1	2	3	4	5

10. Η διαθεσιμότητα των δραστηριοτήτων στα Μετέωρα μπορεί να αποτελέσει προτρεπτικό ή αποτρεπτικό παράγοντα επίσκεψης;

Ναι	
Όχι	

11. Ποιο από τα παρακάτω είναι το σημαντικότερο αξιοθέατο/μνημείο των Μετεώρων;

Μοναστήρια	
Μουσείο φυσικής ιστορίας και μανιταριών	
Κέντρο Ψηφιακής Προβολής της Ιστορίας και του Πολιτισμού των Μετεώρων	
Σπήλαια	

12. Ποια από τα παρακάτω θεωρείτε πως είναι τα δυνατά στοιχεία των Μετεώρων και σε ποιον βαθμό; (1=καθόλου, 2=λίγο, 3=μέτρια, 4=πολύ, 5=πάρα πολύ)

		1	2	3	4	5
12.1	Πρόσβαση					
12.2	Υποδομές					
12.3	Φυσικό τοπίο					
12.4	Δραστηριότητες για τους τουρίστες					
12.5	Φιλοξενία					
12.6	Μνημεία					

12.7	Ποιότητα υπηρεσιών					
12.8	Κόστος υπηρεσιών					

Πιθανά Εμπόδια

13. Ποια από τα παρακάτω αντιλαμβάνεστε και σε ποιον βαθμό ως εμπόδια ανάπτυξης των μορφών εναλλακτικού τουρισμού; (1=καθόλου, 2=λίγο, 3=μέτρια, 4=πολύ, 5=πάρα πολύ)

		1	2	3	4	5
13.1	Έλλειψη οράματος από τους αρμόδιους φορείς					
13.2	Έλλειψη στρατηγικού σχεδιασμού					
13.3	Έλλειψη πόρων από την πλευρά των αρμόδιων φορέων					
13.4	Έλλειψη των απαιτούμενων υποδομών					
13.5	Αντίσταση από την τοπική κοινωνία					
13.6	Άλλο (προσδιορίστε)					

Πιθανές ευκαιρίες

14. Σύμφωνα με τους πόρους που διαθέτουν τα Μετέωρα ποιες από τις παρακάτω μορφές εναλλακτικού τουρισμού θα μπορούσαν να αναπτυχθούν και σε ποιον βαθμό; (1=καθόλου, 2=λίγο, 3=μέτρια, 4=πολύ, 5=πάρα πολύ)

		1	2	3	4	5
14.1	Θρησκευτικός/Προσκυνηματικός τουρισμός					
14.2	Πολιτιστικός τουρισμός					
14.3	Γαστρονομικός τουρισμός					
14.4	Αθλητικός τουρισμός αναψυχής					

15. Ποια από τα παρακάτω αντιλαμβάνεστε και σε ποιον βαθμό ως ευκαιρίες ανάπτυξης των μορφών εναλλακτικού τουρισμού; (1=καθόλου, 2=λίγο, 3=μέτρια, 4=πολύ, 5=πάρα πολύ)

		1	2	3	4	5

15.1	Επιδότησεις από το κράτος						
15.2	Επιδότησεις από την Ε.Ε.						
15.3	Νέες τεχνολογίες και ψηφιακές εφαρμογές						
15.4	Συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας						
15.5	Επενδύσεις από επιχειρηματίες, εκτός περιοχής						
15.6	Άλλο (προσδιορίστε)						

**Συμπεριφορά τουριστών σύμφωνα με τις αντιλήψεις των τουριστικών φορέων
της περιοχής των Μετεώρων**

16. Οι τουρίστες που επισκέπτονται τα Μετέωρα ταξιδεύουν... (Παρακαλώ συμπληρώστε έως 2 επιλογές)

Μόνοι τους	
Με τον/την σύντροφό τους	
Με την οικογένεια τους	
Με τους φίλους τους	
Με group, οργανωμένα	

17. Ποια είναι η περίοδος που οι τουρίστες επισκέπτονται ποιο συχνά τα Μετέωρα;

Χειμώνας	
Άνοιξη	
Καλοκαίρι	
Φθινόπωρο	

18. Ποια είναι η μέση διάρκεια διαμονής των τουριστών που επισκέπτονται την περιοχή των Μετεώρων;

1-3 μέρες	
4-5 μέρες	
6-10 μέρες	
11 μέρες και πάνω	

19. Ποιος από τους παρακάτω πιστεύετε πως είναι ο κύριος λόγος επίσκεψης στα Μετέωρα; (Παρακαλώ συμπληρώστε έως 2 επιλογές)

Η ανάγκη των τουριστών να έρθουν σε επαφή με τη φύση	
Η ανάγκη των τουριστών να βιώσουν την επαφή με τη θρησκεία	
Η ανάγκη των τουριστών να ξεκουραστούν και να χαλαρώσουν	
Η ανάγκη των τουριστών να ζήσουν στιγμές με την παρέα/οικογένεια/σύντροφο	
Η ανάγκη των τουριστών να διασκεδάσουν	

20. Οι τουρίστες που επισκέπτονται τα Μετέωρα δείχνουν ενδιαφέρον (1=καθόλου, 2=λίγο, 3=μέτριο, 4=πολύ, 5=πάρα πολύ)

		1	2	3	4	5
20.1	Για την τοπική γαστρονομία					
20.2	Για τη μοναστηριακή γαστρονομία					
20.3	Για τους τοπικούς οίνους					
20.4	Για τα τοπικά έθιμα					
20.5	Για τις παραδόσεις του τόπου					

Απόψεις των τουριστικών φορέων των Μετεώρων σχετικά με τη διαχείριση και την προώθηση του τουριστικού προϊόντος της περιοχής

21. Σε ποιον βαθμό πιστεύετε πως το τουριστικό προϊόν των Μετεώρων προωθείται αποτελεσματικά από τους αρμόδιους φορείς, στην εγχώρια αγορά; (1=καθόλου, 2=λίγο, 3=μέτρια, 4=πολύ, 5=πάρα πολύ)

1	2	3	4	5

22. Σε ποιον βαθμό πιστεύετε πως το τουριστικό προϊόν των Μετεώρων προωθείται αποτελεσματικά από τους αρμόδιους φορείς, στην αγορά του εξωτερικού; (1=καθόλου, 2=λίγο, 3=μέτρια, 4=πολύ, 5=πάρα πολύ)

1	2	3	4	5

--	--	--	--	--

23. Σε ποιον βαθμό πιστεύετε πως αξιοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για την προώθηση των Μετεώρων, στην εγχώρια αγορά; (1=καθόλου, 2=λίγο, 3=μέτρια, 4=πολύ, 5=πάρα πολύ)

1	2	3	4	5

24. Σε ποιον βαθμό πιστεύετε πως αξιοποιούνται τα ψηφιακά μέσα για την προώθηση των Μετεώρων, στην αγορά του εξωτερικού; (1=καθόλου, 2=λίγο, 3=μέτρια, 4=πολύ, 5=πάρα πολύ)

1	2	3	4	5

Μέτρα πολιτικής/ Δράσεις/ Προτάσεις για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού

25. Σε ποιους από τους παρακάτω άξονες θα μπορούσαν οι αρμόδιες αρχές να δώσουν περαιτέρω έμφαση προκειμένου να αναπτυχθούν αποτελεσματικά οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού στα Μετέωρα ;

(1=καθόλου, 2=λίγο, 3=μέτριο, 4=πολύ, 5=πάρα πολύ)

		1	2	3	4	5
25.1	Βελτίωση και ανάπτυξη υποδομών					
25.2	Αναβάθμιση και προώθηση τουριστικού προϊόντος					
25.3	Ψηφιακή αναβάθμιση και μετασχηματισμός					
25.4	Προστασία περιβάλλοντος και αειφορία					
25.5	Ενίσχυση δεξιοτήτων και ανάπτυξη επιχειρηματικότητας					