

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ**  
**ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ**



ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ  
«ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ»

---

**ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**«City Break και Πολιτιστικές Διαδρομές στο Δήμο Βόλου»**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΜΙΧΑΗΛ ΖΟΥΜΠΟΥΛΑΚΗΣ**

**ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΑΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΣΚΕΨΗΣ**

**ΜΑΡΙΑ ΒΑΣΙΛΙΚΗ ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΓΚΟΥΝΤΡΟΥΜΑΝΗ**

2021

Δηλώνω ρητά ότι η παρακάτω Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία με θέμα «City Break και Πολιτιστικές Διαδρομές στο Δήμο Βόλου» εκπονήθηκε από εμένα και αντιπροσωπεύει τις απόψεις μου σχετικά με το υπό διερεύνηση θέμα. Όλες οι πηγές που χρησιμοποιήθηκαν αναγράφονται πλήρως, λαμβάνοντας υπόψη τον υφιστάμενο κώδικα δεοντολογίας του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας ως προς την προστασία των πνευματικών δικαιωμάτων και το αδίκημα της λογοκλοπής (<https://www.uth.gr/ethics>).

Ιανουάριος, 2021

Μαρία Βασιλική Γκουντρουμάνη

## Περίληψη

### City Break και Πολιτιστικές Διαδρομές στο Δήμο Βόλου

Το city break ή τουρισμός πόλεων, αντιπροσωπεύει ένα ξεχωριστό τύπο διακοπών και ορίζεται ως ένα σύντομο ταξίδι σε μια πόλη με ή χωρίς διανυκτέρευση κατά την διάρκεια ενός ταξιδιού. Παράλληλα οι πολιτιστικές διαδρομές αποτελούν ένα εργαλείο για κάθε τουρίστα για να περιπλανηθεί, να εξερευνήσει και να γνωρίσει την ιστορία της πόλης. Ο σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να διερευνήσει αν, μπορεί να λειτουργήσει ο Βόλος, ως προορισμός για αστικό τουρισμό συνδυάζοντας την ιστορική και πολιτιστική ταυτότητα της πόλης μέσω συγκεκριμένων πολιτιστικών διαδρομών, οι οποίες θα σχεδιαστούν με στόχο την αξιοποίηση της πολιτιστικής παράδοσης της πόλης προς όφελος των τουριστών και επισκεπτών της. Δυο από τα μεγαλύτερα brand name της Περιφέρειας Θεσσαλίας βρίσκονται στο Νομό Μαγνησίας (Πήλιο, Σποράδες) και σε συνδυασμό με το γεγονός ότι διαθέτει παραθαλάσσια χωριά, συμπεραίνουμε ότι η πόλη λειτουργεί ως «πέραςμα» τουριστών που θέλουν να οδηγηθούν σε κάποιο άλλο προορισμό. Προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι της εργασίας ακολουθήθηκαν τα βήματα της καταγραφής των τουριστικών και πολιτιστικών πόρων, της συλλογής ποσοτικών δεδομένων με χρήση ερωτηματολογίου και του σχεδιασμού πολιτιστικών διαδρομών.

**Λέξεις κλειδιά:** *city break, τουρισμός πόλεων, αστικός τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός, πολιτιστικές διαδρομές*

**Abstract****City Break and Cultural Routes in the Municipality of Volos**

City break or city tourism represents a special type of vacation and is defined as a short trip to a city with a short overnight stay during a trip. At the same time, cultural routes are a tool for every tourist to visit, explore and learn about the history of the city. The purpose of this thesis is to investigate whether Volos can function as a destination for urban tourism by taking advantage of the historical and cultural identity of the city through specific cultural routes, which will be designed to utilize the cultural tradition of the city for the benefit of tourists and visitors. Two of the biggest brand names of the Region of Thessaly are located in Magnesia (Pelion, Sporades) and in combination with the fact that the city has many coastal villages, we conclude that the city operates as a "gate" for tourists who want to visit another destination. In order to achieve the aim of this thesis, the steps of recording the tourist and cultural resources, the collection of quantitative data using a questionnaire and the planning of cultural routes were followed.

**Key words:** *city break, city tourism, urban tourism, cultural tourism, cultural routes*

**Πίνακας Περιεχομένων:**

<b>Περίληψη.....</b>	<b>3</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>4</b>
<b>Πίνακας Περιεχομένων.....</b>	<b>5</b>
<b>Κατάλογος Πινάκων/Γραφημάτων.....</b>	<b>8</b>
<b>Κατάλογος Εικόνων.....</b>	<b>9</b>
<b>Εισαγωγή.....</b>	<b>10</b>
<b>Κεφάλαιο 1. Από τον μαζικό τουρισμό στον τουρισμό εμπειρίας.....</b>	<b>13</b>
1.1 Τουρισμός πόλεων-city break.....	20
1.1.1 Εννοιολογική προσέγγιση.....	20
1.1.2 Χαρακτηριστικά.....	20
1.2 Πολιτιστικός τουρισμός.....	24
1.2.1 Εννοιολογική προσέγγιση.....	24
1.2.2 Χαρακτηριστικά.....	2
1.3 Οι πολιτιστικές διαδρομές ως εργαλείο τουριστικής ανάπτυξης.....	30
1.3.1 Οι πολιτιστικές διαδρομές ως μορφή εναλλακτικού τουρισμού.....	30
1.3.2 Είδη πολιτιστικών διαδρομών.....	36
1.4 Θετικές και αρνητικές επιπτώσεις των μορφών τουρισμού.....	29
<b>Κεφάλαιο 2. Καλές πρακτικές και παραδείγματα city break και πολιτιστικού τουρισμού.....</b>	<b>42</b>
<b>Κεφάλαιο 3. Ο Δήμος Βόλου ως city break προορισμός.....</b>	<b>47</b>
3.1 Γεωγραφική και Ιστορική τοποθέτηση της πόλης.....	47
3.2 Υπάρχουσες αστικές υποδομές.....	52
3.3 Υπάρχουσα πολιτιστική κληρονομιά της πόλης.....	59

<b>Κεφάλαιο 4. Μεθοδολογία της εμπειρικής έρευνας.....</b>	<b>64</b>
<b>Κεφάλαιο 5. Αποτελέσματα της εμπειρικής έρευνας.....</b>	<b>66</b>
5.1 Παραγωγική Ανάλυση.....	66
5.2 Επαγωγική Ανάλυση.....	75
<b>Κεφάλαιο 6. Προτεινόμενες πολιτιστικές διαδρομές στο Δήμο Βόλου.....</b>	<b>89</b>
<b>Συμπεράσματα- Προτάσεις.....</b>	<b>99</b>
<b>Βιβλιογραφία.....</b>	<b>101</b>
<b>Παράρτημα.....</b>	<b>106</b>

**Κατάλογος Πινάκων/ Γραφημάτων:**

Πίνακας 1.3.1 : Πολιτιστικές Διαδρομές της Ευρώπης.....	33
Πίνακας 3.1: Διακίνηση Κρουαζιερόπλοιων και Εθνικότητα Τουριστών.....	53
Πίνακας 3.2: Διεθνείς πτήσεις και πτήσεις εσωτερικού (2018).....	54
Πίνακας 3.3: Διεθνείς πτήσεις και πτήσεις εσωτερικού (2019).....	54
Πίνακας 3.4: Ξενοδοχειακό Δυναμικό (2019).....	55
Πίνακας 3.5: Λίστα ξενοδοχείων πόλης.....	55
Πίνακας 3.6: Ενοικιαζόμενα Δωμάτια (2019).....	56
Γράφημα 5.1: Φύλο.....	66
Γράφημα 5.2: Ηλικία.....	67
Γράφημα 5.3: Πόλη- Τόπος διαμονής.....	67
Γράφημα 5.4: Οικογενειακή κατάσταση.....	68
Γράφημα 5.5: Μορφωτικό επίπεδο.....	68
Γράφημα 5.6: Επαγγελματική απασχόληση.....	69
Γράφημα 5.7: Ετήσιο εισόδημα.....	69
Γράφημα 5.8: Διάρκεια διαμονής στο Βόλο.....	70
Γράφημα 5.9: Η επίσκεψη αποτελεί κύριες ή δευτερεύουσες διακοπές.....	70
Γράφημα 5.10: Μεταφορικό μέσο.....	71
Γράφημα 5.11: Επιλογή διανυκτέρευσης.....	71
Γράφημα 5.12: Τύπος τουριστών.....	72
Γράφημα 5.13: Αναζήτηση τουριστικών πληροφοριών.....	73
Γράφημα 5.14: Μέσο προβολής.....	73
Γράφημα 5.15: Σκοπός επίσκεψης.....	74
Γράφημα 5.16: Ανάδειξη πόρων.....	75
Γράφημα 5.17: Ελκυστικός προορισμός για αστικό τουρισμό.....	75
Γράφημα 5.18: Κίνητρα επίσκεψης.....	76
Γράφημα 5.19: Θετικές επιδράσεις.....	77

Γράφημα 5.20: Αρνητικές επιδράσεις.....	78
Γράφημα 5.21: Προορισμός για ολιγοήμερες διακοπές.....	79
Πίνακας 5.22: Συσχέτιση ηλικίας με ημέρες διαμονής.....	80
Γράφημα 5.22: Διαφοροποίηση ως προς τις ημέρες διαμονής.....	81
Πίνακας 5.23: Διαφοροποίηση ως προς τις ημέρες διαμονής.....	81
Πίνακας 5.24: Έλεγχοι Chi-Square της ηλικίας και του τύπου τουριστών με τις ημέρες διαμονής.....	82
Πίνακας 5.25: Συσχέτιση της ηλικίας με τους σκοπούς και τα κίνητρα επίσκεψης του Βόλου και το κατά πόσο ο Βόλος είναι ένας ελκυστικός προορισμός για αστικό τουρισμό.....	83
Πίνακας 5.26: Διαφοροποιήσεις ως προς τους σκοπούς και τα κίνητρα επίσκεψης του Βόλου και το κατά πόσο ο Βόλος είναι ένας ελκυστικός προορισμός για αστικό τουρισμό.....	84
Πίνακας 5.27: Συσχέτιση της ηλικίας με τους παράγοντες που προκαλούν θετικές και αρνητικές επιδράσεις κατά τη διάρκεια των διακοπών και τη σύσταση του Βόλου ως προορισμό για ολιγοήμερες διακοπές.....	85
Πίνακας 5.28: Διαφοροποιήσεις ως προς τους παράγοντες που προκαλούν θετικές και αρνητικές επιδράσεις κατά τη διάρκεια των διακοπών και τη σύσταση του Βόλου ως προορισμό για ολιγοήμερες διακοπές.....	86
Γράφημα 5.23: Διαφοροποιήσεις ως προς τους παράγοντες που προκαλούν θετικές και αρνητικές επιδράσεις κατά τη διάρκεια των διακοπών και τη σύσταση του Βόλου ως προορισμό για ολιγοήμερες διακοπές.....	81



**Κατάλογος Εικόνων:**

Εικόνα 3.1: Χάρτης Νομού Μαγνησίας.....	42
Εικόνα 3.2: Άποψη Μεγάρου- Σέσκλο.....	42
Εικόνα 3.3: Αεροφωτογραφία Νεολιθικού Οικισμού.....	42
Εικόνα 3.4: Τμήμα της βόρειας και δυτικής πλευράς της οχύρωσης.....	42
Εικόνα 3.5: Είσοδος στα Παλιά (1933).....	42
Εικόνα 3.6: Διαφημιστικό εργοστασίου Γκλαβάνη (Αρχείο Ζήμερη, ΔΗΚΙ).....	42
Εικόνα 6.1 : Χάρτης της 1ης πολιτιστικής διαδρομής .....	92
Εικόνα 6.2: Χάρτης της 2ης πολιτιστικής διαδρομής .....	95
Εικόνα 6.3: Χάρτης της 3ης πολιτιστικής διαδρομής .....	98

## Εισαγωγή

Ο τουρισμός είναι ένα κοινωνικοοικονομικό φαινόμενο συνώνυμο του ελεύθερου χρόνου που παρουσιάζει αλματώδη ανάπτυξη και κοινωνική αποδοχή σε παγκόσμιο επίπεδο. Από τη δεκαετία του 1950 αντιπροσωπεύει έναν από τους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας με την ταχύτερη ανάπτυξη. Αυτός είναι και ο λόγος που σχεδόν όλες οι περιοχές ενδιαφέρονται να αναπτύξουν υποδομές για να υποστηρίξουν τις ανάγκες των τουριστών, αναδεικνύοντας όλα εκείνα τα στοιχεία που θα τις κάνουν περισσότερο ανταγωνιστικές.

Ο τουρισμός είναι μια έννοια μεταβλητή και είναι συνέπεια κοινωνικών, πολιτισμικών, τεχνολογικών και οικονομικών μεταβολών. Η εξέλιξη του σχετίζεται με το εισόδημα και τη διάθεση για αναψυχή. Ο τουρισμός είναι ένα πρότυπο συμπεριφοράς ενός σύγχρονου ανθρώπου. Είναι αναπόσπαστο μέρος της δύναμης που εμφανίζεται στα άτομα ή τις ομάδες που ταξιδεύουν. Με αυτόν τον τρόπο, ένα άτομο μπορεί να βιώσει διαφορετικούς πολιτισμούς, εθνικές αξίες και τις γνώσεις που μεταφέρονται σε όλα τα επίπεδα της κοινωνίας.

Οι σύγχρονες τάσεις στην ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και συγκεκριμένα εκείνων που αφορούν το αυξανόμενο ενδιαφέρον των τουριστών για μικρότερες σε διάρκεια αλλά συχνότερες διακοπές στις πόλεις κατά τη διάρκεια του έτους. Εκτός από τις κύριες διακοπές κατά τη διάρκεια της θερινής περιόδου, η τουριστική ζήτηση κατευθύνεται προς τους αστικούς προορισμούς προκειμένου να ικανοποιηθεί η ανάγκη για διασκέδαση και γνωριμία με την πολιτιστική κληρονομιά του τόπου. Ο συνδυασμός του τουρισμού στις πόλεις με την προσπάθεια αξιοποίησης της πολιτιστικής κληρονομιάς μέσω των πολιτιστικών διαδρομών οδήγησε την ερευνήτρια στην επιλογή του θέματος της Μεταπτυχιακής Διπλωματικής Εργασίας.

Η προστιθέμενη αξία της παρούσας εργασίας είναι η προσθήκη ενός ακόμη προορισμού στο χάρτη των αστικών προορισμών. Επιπλέον δίνεται η ευκαιρία μέσα από το σχεδιασμό και τη χρήση των πολιτιστικών διαδρομών να αναδειχθούν και να προβληθούν σημεία της πόλης που μέχρι τώρα δεν ήταν γνωστά στο ευρύ κοινό.

Στο πρώτο κεφάλαιο, επιχειρείται μια εκτενής αναφορά στο φαινόμενο του τουρισμού και συγκεκριμένα στην προσπάθεια αλλαγής του μαζικού τουρισμού σε μια νέα μορφή τουρισμού, στον εναλλακτικό τουρισμό. Το συγκεκριμένο κεφάλαιο

παρουσιάζει τους ορισμούς, τα χαρακτηριστικά δυο εναλλακτικών μορφών τουρισμού, το city break ή αλλιώς τουρισμό πόλεων και τον πολιτιστικό τουρισμό. Παράλληλα αναφέρονται οι θετικές και αρνητικές επιπτώσεις αυτών των μορφών στο δομημένο περιβάλλον

Το δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζει παραδείγματα πόλεων που έχουν στηρίξει την τουριστική ανάπτυξη τους σε μια από τις παραπάνω μορφές ή και στις δυο. Συγκεκριμένα παρουσιάζονται τα παραδείγματα του Δουβλίνου, του Λονδίνου, της Στοκχόλμης και της Θεσσαλονίκης.

Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται προσπάθεια να αναδειχθεί ο Δήμος Βόλου σε αστικό προορισμό. Σε υποενότητα του κεφαλαίου γίνεται γεωγραφική τοποθέτηση και ιστορική αναφορά της πόλης και έπειτα παρουσιάζονται οι υποδομές που θα οδηγήσουν το Βόλο σε προορισμό αστικού τουρισμού.

Το τέταρτο και πέμπτο κεφάλαιο της διπλωματικής εργασίας σχετίζεται με την έρευνα που διεξήχθη το καλοκαίρι και φθινόπωρο του 2020. Πιο συγκεκριμένα, το κεφάλαιο τέσσερα μελετά όλα εκείνα τα μεθοδολογικά στοιχεία που χρησιμοποιήθηκαν στο κεφάλαιο πέντε ως προς τα αποτελέσματα της έρευνας.

Το κεφάλαιο έξι αφορά τον ρόλο των πολιτιστικών διαδρομών ως εργαλείο τουριστικής ανάπτυξης. Επίσης παρουσιάζονται οι πολιτιστικές διαδρομές ως μορφή εναλλακτικού τουρισμού, αναλύονται όλα τα είδη των πολιτιστικών διαδρομών και προβάλλεται η υφιστάμενη πολιτιστική κληρονομιά της πόλης.

Το κεφάλαιο επτά, είναι εκείνο στο οποίο προτείνονται και περιγράφονται τρεις πολιτιστικές διαδρομές εντός του πολεοδομικού συγκροτήματος του Βόλου. Η πρώτη εκτείνεται κατά μήκος του παραλιακού μετώπου, ξεκινά από το Αθανασάκειο Μουσείο και ολοκληρώνεται στην Πλατεία Ρήγα Φεραίου. Η θεματική της δεύτερης περιλαμβάνει όλα τα ερειπωμένα κτήρια, τα οποία παλαιότερα είχαν μια διαφορετική ιδιότητα και χρήση. Η έναρξη της πολιτιστικής διαδρομής γίνεται από την οικία Τσαλαπάτα και τελειώνει στη χαλβαδοποιία Παπαγιαννόπουλου. Η τελευταία πολιτιστική διαδρομή παρουσιάζει τα νεοκλασικά κτήρια και οικήματα της πόλης. Αφετηρία της τελευταίας διαδρομής είναι το σημερινό κτήριο της κεντρικής Βιβλιοθήκης του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας και το τελευταίο νεοκλασικό που επισκέπτεται η πολιτιστική ομάδα είναι η τότε Τράπεζα Κοσμοδοπούλου.

Ακολουθεί το κεφάλαιο των συμπερασμάτων και των προτάσεων σχετικά με τα θέματα που διερευνήθηκαν στην παρούσα εργασία.

## Κεφάλαιο 1: Η μετάβαση από το μαζικό τουρισμό στον τουρισμό εμπειρίας

Το τουριστικό φαινόμενο εηλικιώνεται τον 20ό αιώνα, έχοντας ως αρχή την ατομική ανάγκη για ξεκούραση, η οποία με την πάροδο του χρόνου εξελίχθηκε σε κοινωνική ανάγκη τόσο για την ανάπτυξη της οικονομίας όσο και για την ανάπτυξη ενός τόπου (Κοκκώσης Χ, Τσάρτας, Π, 2011). Ο τουρισμός είναι αποτέλεσμα της ταχύτητας, της ευημερίας και της ειρήνης. Χωρίζεται σε τρεις περιόδους, τη βιοτεχνική, τη μηχανική και τη διοικητική και για το λόγο αυτό, το τουριστικό φαινόμενο χαρακτηρίζεται ως πολυσύνθετο και δύσκολο προς διερεύνηση αφού οι δυσκολίες που προκύπτουν αφορούν το ίδιο το τουριστικό φαινόμενο και τις ελλείψεις που παρουσιάζουν οι μέθοδοι μέτρησης του. Ο τουρισμός παρουσιάζει μια «κινητική και δυναμική» φάση, η οποία αναφέρεται στα μεταφορικά μέσα και ονομάζεται «ενεργητικός τουρισμός» και μια «ακίνητη και στατική» φάση, η οποία σχετίζεται με την παραμονή και ονομάζεται «τουρισμός υποδοχής» (Βαρβαρέσος, 1997).

Στην αρχή, ο τουρισμός αποτελούσε προνόμιο των ανώτερων κοινωνικών και οικονομικών τάξεων. Ο όρος τουρισμός ήταν ταυτόσημος με την έννοια της περιήγησης, της αναζήτησης στις ρίζες του παρελθόντος, την περιέργεια για άλλους πολιτισμούς και την περιπλάνηση σε διαφορετικά μέρη (Κοκκώσης Χ, Τσάρτας, Π, 2011). Με τη λήξη και το πέρας του πολέμου, εμφανίστηκε το φαινόμενο του μαζικού τουρισμού το οποίο έγινε προσιτό στις λαϊκότερες τάξεις. Το σύγχρονο τουριστικό φαινόμενο αποτελεί προνόμιο και δυνατότητα όλων των ανθρώπων ανεξαρτήτως κοινωνικής ή οικονομικής τάξης και οφείλεται σε πολλούς οικονομικούς, κοινωνικούς, τεχνολογικούς και πολιτικούς λόγους (Βενετσανοπούλου, 2006, Ηγουμενάκης, 1998).

Οι αιτίες που συντέλεσαν στην ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου, οφείλονται σε υποκειμενικούς λόγους και σε αντικειμενικούς λόγους. Στα υποκειμενικά αίτια περιλαμβάνονται κίνητρα τα οποία προέρχονται από την ψυχική διάθεση του ανθρώπου, όπως η τάση για διερεύνηση του περιβάλλοντος, όπου για παράδειγμα ο τουρίστας γνωρίζει τον τρόπο ζωής άλλων ανθρώπων, η τάση για ανθρώπινη επικοινωνία, με σκοπό να μάθει την ιστορία μέσω του τουρισμού, η τάση φυγής κατά την οποία το άτομο ψάχνει την διαφυγή του από το οικείο περιβάλλον και

τη καθημερινότητα, καθώς και η τάση για μίμηση αφού η περιγραφή ενός ταξιδιού είναι ικανή να προκαλέσει την επιθυμία για νέες εμπειρίες (Βενετσανοπούλου, 2006).

Πέρα από τα υποκειμενικά αίτια που αναφέρθηκαν παραπάνω, υπάρχουν και αντικειμενικά, τα οποία συνέβαλαν στην ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου. Αυτά είναι :

- Η αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος καθώς η κατανομή του εθνικού εισοδήματος και πλούτου οδηγεί στην τουριστική άνοδο,

- Η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας η οποία επηρέασε τις μεταφορές και διευκόλυνε τις μετακινήσεις

- Η βελτίωση των όρων εργασίας και αμοιβής των εργαζομένων καθώς και η άνοδος του μορφωτικού επιπέδου, εξασφαλίζοντας έτσι καλύτερες συνθήκες διαβίωσης, με οποίες απέκτησαν την δυνατότητα του ταξιδιού σε άλλη πόλη ή χώρα, εξερευνώντας τη φύση, τα τοπία, τα βουνά

- Η ταχύτατη ανάπτυξη των τουριστικών επιχειρήσεων, διότι εμφανίστηκαν μεγάλοι ταξιδιωτικοί οργανισμοί, γνωστοί ως tour operators, οι οποίοι εξασφάλιζαν φθηνά μέσα μεταφοράς

- Η εξέλιξη των μέσων επικοινωνίας, όπως ραδιόφωνο, τηλεόραση, διαδίκτυο ( Βενετσανοπούλου, 2006, Σιταράς, Τζένος, 2007).

Ο τουρισμός κατατάσσεται, διεθνώς, στον τριτογενή τομέα ανάπτυξης της οικονομίας. Το τουριστικό προϊόν χαρακτηρίζεται από την κατανάλωση χώρου, τουριστικών καταλυμάτων, υπηρεσιών διατροφής και αναψυχής ήλιου, θάλασσας και άλλα. Αυτή η κατανάλωση οριοθετεί την ύπαρξη του τουριστικού προϊόντος, το οποίο παράγεται και καταναλώνεται από τη ζήτηση που δημιουργεί ο ίδιος ο πελάτης (Σιταράς, Τζένος, 2007). Η ιδιαιτερότητα του τουριστικού προϊόντος έγκειται στα στοιχεία εκείνα που σχετίζονται μεταξύ τους και συνθέτουν ένα συνολικό προϊόν, αποσκοπώντας στην ικανοποίηση των αναγκών των τουριστών- πελατών (Βαρβαρέσος, 2000).

Τα τουριστικά προϊόντα ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις της αγοράς, παράγονται με οικονομικό, αποδοτικό τρόπο και βασίζονται στη συνετή χρήση των πολιτιστικών και φυσικών πόρων του προορισμού. Ο όρος «γενικό προϊόν»

αναφέρεται στο εννοιολογικό εμπόρευμα που παράγεται από μια βιομηχανία. Ένα γενικό προϊόν θα λάβει μια μεγάλη ποικιλία πραγματική μορφής αλλά και κάθε μορφή θα παρέχει την ίδια λειτουργία. Στην περίπτωση του τουρισμού, η λειτουργία του γενικού προϊόντος είναι η διευκόλυνση του ταξιδιού και οι δραστηριότητες των ατόμων, μακριά από το συνηθισμένο οικιακό τους περιβάλλον. Το τουριστικό προϊόν αποτελείται από πέντε στοιχεία: α) περιβάλλον, β) υπηρεσίες, γ) φιλοξενία, δ) συμμετοχή, ε) ελευθερία επιλογής. Η σχετική σημασία κάθε στοιχείου ποικίλλει, ανάλογα με τον συγκεκριμένο τύπο προϊόντος που εξετάζεται, αλλά όλα τα τουριστικά προϊόντα ενσωματώνουν και τα πέντε. Το τουριστικό προϊόν δεν είναι ένας απλός συνδυασμός των πέντε στοιχείων, αλλά το αποτέλεσμα συνεργικής αλληλεπίδρασης μεταξύ όλων των στοιχείων (Smith, 1994, Βαρβαρέσος, 2000). Τα παραπάνω, μας βοηθούν να καταλάβουμε ότι η σύνθεση του τουριστικού προϊόντος είναι φύσει ετερογενής.

Ως προς την προσφορά, βασικά συνθετικά στοιχεία αποτελούν όσα ανταποκρίνονται στην πρωτογενή τουριστική προσφορά όπως οι φυσικοί πόροι, οι οποίοι για αρκετούς τουριστικούς προορισμούς αποτελούν παράγοντα τουριστικού προϊόντος καθώς η ελκυστικότητα ή μη των τοπίων έχει θετικές ή και αρνητικές επιπτώσεις στο φυσικό στοιχείο, τα ιστορικά μνημεία, τα πολιτιστικά στοιχεία και άλλα. Επιπρόσθετα, ένα κριτήριο το οποίο συνθέτει το τουριστικό προϊόν, είναι ο πληθυσμός υποδοχής. Λόγω του γεγονότος ότι ο τουρισμός ευνοεί τις μετακινήσεις από τη χώρα προέλευσης στη χώρα υποδοχής, οι πληθυσμοί υποδοχής διέπονται από διαφορετικές κοινωνικές και οικονομικές δομές. Ο παράγοντας «πληθυσμός υποδοχής» επηρεάζει την εικόνα που διαμορφώνουν οι τουρίστες για το συνολικό τουριστικό προϊόν και διαμορφώνει την ποιοτική σύνθεση του.

Παράλληλα η ατμόσφαιρα, η ψυχαγωγία και οι συμπληρωματικές εγκαταστάσεις, αποτελούν μέρος του συνολικού τουριστικού προϊόντος, καθώς η αισθητική των οικισμών ή των καταλυμάτων, η πιθανή έλλειψη ψυχαγωγίας και η δημιουργία εγκαταστάσεων όπως συνεδριακό κέντρο, μαρίνα, αθλητικό κέντρο, γήπεδο γκολφ μπορούν να μεταβάλλουν το συνολικό τουριστικό προϊόν ενός τόπου. Τέλος, οι υποδομές των μεταφορικών μέσων παίζουν ένα σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος. Οι τουριστικές μετακινήσεις δεν περιορίζονται μόνο στις μετακινήσεις από τις χώρες προέλευσης μέχρι τις χώρες υποδοχής, αλλά και στο εσωτερικό της κάθε χώρας. Κατά αυτό τον τρόπο, οι

υπηρεσίες οι οποίες παρέχονται από τα μεταφορικά μέσα, παράγουν και καταναλώνουν ταυτόχρονα (Βαρβαρέσος, 2000, Λαγός 2005).

Το φαινόμενο του τουρισμού επηρεάζεται από κοινωνικές, πολιτισμικές, τεχνολογικές και οικονομικές αλλαγές. Η αρχή έγινε με την αύξηση των εισοδημάτων, τον ελεύθερο χρόνο και την τεχνολογική πρόοδο λόγω της ανάπτυξης των αεροπορικών μεταφορών. Με αυτόν τον τρόπο οι αγορές απέκτησαν ισχυρή παρουσία στη διεθνή τουριστική σκηνή καθώς προσέφεραν τη δυνατότητα επίσκεψης σε καινούριους προορισμούς.

Η θέση της χώρας, τόσο γεωγραφικά όσο οικονομικά, έχει επηρεαστεί από άμεσα από τα κίνητρα και τις προτιμήσεις των ξένων τουριστών στην Ελλάδα. Αρχικά, η χώρα κατατάσσεται στις χώρες απόλαυσης και ψυχαγωγίας, δεν υπήρχε η ζήτηση των κινήτρων που σχετίζονται με τον πολιτισμό. Η διάσταση του πολιτισμού όσο επικρατεί το σχήμα ξεκούραση- αναψυχή, υποχωρεί αποτελώντας μια απλή επίσκεψη σε ένα αρχαιολογικό χώρο (Τσάρτας, 2010). Η περίοδος του 1960-1980 χαρακτηρίζεται κυρίως από τη ζήτηση για τουρισμό διακοπών το τους καλοκαιρινούς μήνες όσο και τους χειμερινούς, ενώ είναι λιγότεροι οι άνθρωποι που επιλέγουν ταξίδια για επαγγελματικούς σκοπούς. Η συνεχόμενη αύξηση της ζήτησης συνέβαλε στην ανάπτυξη του τουρισμού σε μέρη που διέθεταν και τους αντίστοιχους χώρους όπως θάλασσα, κλίμα, βουνό, αξιοθέατα. Με αυτόν τον τρόπο σχηματίστηκαν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά για την οργάνωση των υποδομών της εκάστης περιοχής. Σχετικά με τη ζήτηση τα ισχυρότερα χαρακτηριστικά είναι τα οργανωμένα ταξίδια τουρισμού διακοπών από τους tour operators, ενώ αναφορικά με την προσφορά κυριαρχεί ο μεγάλος αριθμός καταλυμάτων διαφορετικού τύπου, για παράδειγμα οι μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες ή τα ενοικιαζόμενα δωμάτια (Κοκκώσης, Χ, Τσάρτας, Π, 2011). Μετά το 1980, παρατηρείται μείωση των περιηγητικών ταξιδιών των τουριστών με κίνητρο τον πολιτισμό (Τσάρτας, 2010) και συμπίπτει με την εμφάνιση νέων τουριστικών προϊόντων τα οποία επρόκειτο να προστεθούν στο ήδη κυρίαρχο προϊόν.

Οι κοινωνικές αλλαγές με τα νέα καταναλωτικά πρότυπα, η αύξηση του ελεύθερου χρόνου, η μεταβολή στη παραδοσιακή ζωή και το περιβάλλον της υπαίθρου και η μεταστροφή των κινήτρων από μοναδικά σε ομαδικά, οδήγησαν στην ανεύρεση εναλλακτικών προτύπων για την οργάνωση και την τουριστική εμπειρία



που παρείχε ο προορισμός. Συνώνυμο του εναλλακτικού ήταν ο αυτόνομος τρόπος οργάνωσης ενός ταξιδιού, με γνώμονα την ανεξάρτητη συμμετοχή του τουρίστα για τη γνωριμία του με την τοπική κοινωνία, τον πολιτισμό και το περιβάλλον που επισκέπτεται. Η διερεύνηση του εναλλακτικού στα ταξίδια βοήθησε στην ανάπτυξη των Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού. Πιο συγκεκριμένα, η αποζήτηση του εναλλακτικού τύπου ταξιδιών, επηρέασε σε μεγάλο βαθμό τον τρόπο οργάνωσης και διαφήμισης του τουρισμού και είχε ως αποτέλεσμα την ανάγκη για παραγωγή τουριστικών προϊόντων και την προβολή προορισμών που προσέφεραν ανάλογα προϊόντα προκαλώντας ένα άνοιγμα στη διεθνή αγορά (Κοκκώσης, Χ, Τσάρτας, Π, 2011).

Πολλοί ερευνητές ασχολήθηκαν με τον τρόπο ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού. Κατά τον Cohen(1987), ο εναλλακτικός τουρισμός δεν είναι μια γενική ιδέα αλλά αποτελείται από δυο βασικές θεωρήσεις. Στη πρώτη θεώρηση εμφανίζεται ο εναλλακτικός τουρισμός ως αντίδραση στο σύγχρονο καταναλωτισμό ενώ η δεύτερη παρουσιάζει τον εναλλακτικό τουρισμό ως αντίδραση στην εκμετάλλευση του Τρίτου Κόσμου. Πολλοί νέοι επιθυμούν να συμμετάσχουν στην αναζήτηση εναλλακτικών τρόπων ζωής. Ο εναλλακτικός τουρισμός στην ‘αντιπολιτισμική’ διάστασή του είναι μια ποικιλία τέτοιων εναλλακτικών τρόπων ζωής. Οι υποστηρικτές αυτής της αναζήτησης απορρίπτουν την ετικέτα «τουρίστας» και βλέπουν τον εαυτό τους ως ταξιδιώτες, ενώ ταυτόχρονα χαρακτηρίζονται ως «άσκοπα περιφερόμενοι», «backpackers» ή «hippies». Ισχυρίζονται ότι ταξιδεύουν με σκοπό την αναζήτηση αυθεντικών εμπειριών ενάντια σε όσους υποστηρίζουν τον μαζικό τουρισμό. Ως εκ τούτου, επιδιώκουν να αποφεύγουν τα δρομολόγια, τις παροχές και όλους του τόπους που προσφέρονται από τα τουριστικά γραφεία, διότι πιστεύουν ότι μπορούν να δημιουργήσουν απρόσκοπτη προσωπική επαφή με τον τοπικό πληθυσμό. Σχετικά με τη δεύτερη αρχή του Cohen, ως προς την αντίδραση στην εκμετάλλευση του Τρίτου Κόσμου, αναπτύχθηκε από τους ριζοσπαστικούς επικριτές το αντίκτυπο των βιομηχανικών μητροπολιτικών εθνών στον Τρίτο Κόσμο, οι οποίοι υποστήριζαν ότι το διεθνές εμπόριο, οι αναπτυξιακές προσπάθειες και την νέο-αποικιακή εξάρτηση των μητροπολιτικών χωρών με εκείνες του Τρίτου Κόσμου επέφεραν την υπανάπτυξη του τελευταίου.

Οι παράγοντες που οδήγησαν στην ανάγκη μιας διαφορετικής προσέγγισης για τον τουρισμό είναι τέσσερις και αφορούν α) *οικονομικά ζητήματα*, καθώς η ευρεία

οικονομική ανάπτυξη δεν έλυσε το πρόβλημα της φτώχειας, β) περιβαλλοντικά ζητήματα που αναφέρονται στη μαζική τουριστική επίδραση στο φυσικό περιβάλλον, γ) πολιτικά ζητήματα που αντικατοπτρίζουν την πολιτική οικονομία της διεθνούς τουριστικής βιομηχανίας και δ) κοινωνικά ζητήματα, συμπεριλαμβανομένης της νέας ταξιδιωτικής αγοράς. Σύμφωνα με τον Butler, η νέα μορφή τουρισμού προέκυψε ως εναλλακτική λύση στο «μαζικό τουρισμό» ή «συμβατό/ εμπορικό/ παραδοσιακό τουρισμό». Πρόκειται για εναλλακτική λύση στην προσέλευση μεγάλου αριθμού επισκεπτών, στην ανεξέλεγκτη ανάπτυξη, στην περιβαλλοντική καταστροφή, στην κοινωνική αποξένωση και ομογενοποίηση. Ο όρος «Νέος Τουρισμός» προτάθηκε από τους Rosenow και Pulsipher, το 1979 για την αμερικάνικη τουριστική βιομηχανία ως ένα νέο τρόπο ανάπτυξης υποστηρίζοντας ότι όχι μόνο οι επισκέπτες αλλά και οι κοινότητες θα ωφεληθούν καθώς θα αναπτύξουν μια τουριστική βιομηχανία βασισμένη στα περιουσιακά στοιχεία τους (Triarchi Ei, Karamanis, K, 2016).

Ο «Νέος Τουρισμός» είναι ο τουρισμός του μέλλοντος. Χαρακτηρίζεται από ευελιξία, τμηματοποίηση και αυθεντικές τουριστικές εμπειρίες. Επίσης, χαρακτηρίζεται από μια ώθηση προς ολοκληρωμένη οργάνωση και διαχείριση της τουριστικής βιομηχανίας, με γνώμονα τη δύναμη της τεχνολογίας των πληροφοριών. Στη δεκαετία του 1990, υπήρχαν ήδη τα σημάδια που έδειχναν ότι η τουριστική βιομηχανία αποκτούσε νέα μορφή. Ο διεθνής τουρισμός ανταποκρίθηκε και εσωτερίκευσε έναν αριθμό σημάτων (κοινωνικών, πολιτιστικών, οικονομικών και θεσμικών) που προέρχονται από το παγκόσμιο περιβάλλον. Ο Νέος Τουρισμός δημιουργήθηκε από διάφορους παράγοντες, όπως :

- Τη διάδοση ενός συστήματος νέων τεχνολογιών πληροφοριών στη τουριστική βιομηχανία.
- Την απορρύθμιση της αεροπορικής βιομηχανίας και των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών
- Τον αρνητικό αντίκτυπο του μαζικού τουρισμού στις χώρες υποδοχής
- Τη μετατόπιση των τουριστών από την επιθυμία για ήλιο
- Τις περιβαλλοντικές πιέσεις
- Τον τεχνολογικό ανταγωνισμό

- Την αλλαγή των προτιμήσεων των καταναλωτών, του ελεύθερου χρόνου, των προτύπων εργασίας και της κατανομής του εισοδήματος

Η καινοτομία παίζει σημαντικό ρόλο για τη μελλοντική επιβίωση και ανταγωνιστικότητα στο δυναμικό και ριζικά μεταβαλλόμενο τουριστικό περιβάλλον (Poop, A, 2003).

Η γρήγορη ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού οφείλεται στην ανάγκη αποκατάστασης των αρνητικών επιπτώσεων που προκάλεσε ο μαζικός τουρισμός στο περιβάλλον και την κοινωνία. Οι αρνητικές επιπτώσεις θα μπορούσαν να επηρεάσουν μακροπρόθεσμα την ελκυστικότητα ενός υποψήφιου προορισμού, επομένως ο εναλλακτικός τουρισμός τόνισε την ιδέα της διατήρησης των κοινωνικών, φυσικών και ιστορικών των τουριστικών προορισμών και για το λόγο αυτό θεωρήθηκε ως ο κύριος παράγοντας της τουριστικής ανάπτυξης (Christou, 2012).

Ο εναλλακτικός τουρισμός προσφέρει στις χώρες υποδοχής τη δυνατότητα να μειώσουν τις εξωγενείς επιδράσεις και να δημιουργήσουν τις δικές τους υποδομές. Ένα μέρος του όρου ‘εναλλακτικός τουρισμός’, θεωρείται η εναλλαγή της τουριστικής μαζικοποίησης, έχοντας ως αποτέλεσμα τις διαφορετικές επιπτώσεις και πρακτικές ανάπτυξης. Με λίγα λόγια, ως εναλλακτικός τουρισμός ορίζεται το σύνολο των ενεργειών που προάγουν μια μορφή ταξιδιού φιλική προς το περιβάλλον (Ανδριώτης, 2003).

Η μεταβολή των κοινωνικών και των καταναλωτικών προτύπων της μεσαίας τάξης των αναπτυγμένων χωρών, έχει ως αντίκτυπο τη διαμόρφωση των κινήτρων των τουριστών που επιλέγουν συγκεκριμένους τύπους ταξιδιού. Ένα από αυτά τα κίνητρα είναι η επιζήτηση ταξιδιωτικών εμπειριών. Λόγω του ότι ο σύγχρονος τουρίστας επιδιώκει τη φυγή είναι ο ίδιος σε θέση να διαμορφώσει διάφορα τουριστικά «περιβάλλοντα», στις επισκεπτόμενες περιοχές. Τα περιβάλλοντα που διαμορφώνονται είναι πιθανό είναι είτε ολόκληρες τουριστικές περιοχές ή τουριστικά θέρετρα ή τουριστικές δραστηριότητες στον τόπο υποδοχής (Τσάρτας, 1998).

## **1.1 Τουρισμός πόλεων – City break**

Οι κοινωνίες παραμένουν σταθερές, οι πόλεις όμως αλλάζουν στην προσπάθεια τους να προσαρμοστούν ώστε να καλύψουν τις ανάγκες των πολιτών και των τουριστών τους. Πρόκειται για μια οικονομική και κοινωνική ευκαιρία καθώς φέρνει δυναμισμό και ζωτικότητα στις ζωές των ανθρώπων.

Οι χρονικές περίοδοι που σηματοδοτούν την ανάπτυξη και την εξέλιξη του αστικού τουρισμού στον ελλαδικό χώρο είναι : η περίοδος από το 1950- 2000, που χαρακτηρίστηκε από μια ξαφνική αύξηση των τουριστών και καθιερώθηκε το κλασικό πρότυπο του παραθεριστικού τουρισμού. Από το 1970 και έπειτα επανέρχεται η τουριστική κίνηση των πόλεων και ενεργοποιείται ξανά ο αστικός τουρισμός χάρη στην ανάδειξη τουριστικών πόρων, στην αξιοποίηση υποδομών και στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου. Πόλεις που ανέπτυξαν αστικό τουρισμό είναι η Αθήνα, το Λονδίνο, το Παρίσι, η Ρώμη, η Βενετία κ.α (Κοκκώσης, Τσάρτας, 2011).

### **1.1.1 Εννοιολογική προσέγγιση**

Από τη μια πλευρά οι πόλεις πρέπει να είναι σε θέση να ανταποκριθούν στις προσδοκίες και τις ανάγκες ενός αυξανόμενου αριθμού τουριστών, που προσελκύεται από πλήθος πολιτιστικών και αθλητικών στόχων, επιχειρήσεις κ.α, να ανανεώνονται και να βελτιώνονται συνεχώς οι εγκαταστάσεις, ώστε να διατηρούνται στην τουριστική αγορά. Από την άλλη πλευρά οι πόλεις πρέπει να διασφαλίσουν ότι ο τουρισμός αναπτύσσεται κατά τρόπο ωφέλιμο προς τον πληθυσμό και δεν οδηγούν στην επιδείνωση του αστικού περιβάλλοντος. Ο όρος αστικός τουρισμός είναι σχετικά νέος, όμως έχει τις ρίζες του στην αρχαιότητα με τις μετακινήσεις μεταξύ των ελληνικών πόλεων στις ακτές της Μεσογείου. (Garbea, 2013).

Το ενδιαφέρον για τον αστικό τουρισμό υπό την έννοια ενός μηχανισμού ανάπτυξης της πόλης και της οικονομίας, άρχισε στα μέσα της δεκαετίας του '80. Οι πόλεις αποτελούν προτιμώμενους προορισμούς για ταξίδια μικρής διάρκειας. Η τάση αυτή για τις πόλεις ενισχύεται με κίνητρα πολιτιστικού ενδιαφέροντος, όπως ιστορικά κέντρα πόλεων, μνημεία, κτήρια, μουσεία, καλλιτεχνικά δρώμενα, αθλητικές δραστηριότητες. Κατά αυτόν τον τρόπο, διαδίδονται οι νέες αντιλήψεις σχετικά με τα αστικά κέντρα και αναγνωρίζονται τα δικαιώματα των πολιτών στην ιστορική μνήμη,

στην εικόνα του αστικού τοπίου, στην εικόνα με σκοπό οι πόλεις να γίνουν ελκυστικότερες για τους κατοίκους και τους επισκέπτες (Αυγερινού- Κολώνια, 2003).

Η έννοια του αστικού τουρισμού είναι διαφορούμενη καθώς αναμειγνύονται διάφορες έννοιες και αποδίδεται μια αόριστη διατύπωση. Προσθέτοντας το επίθετο ‘αστικός’ σε μια μορφή τουρισμού, εντοπίζουμε ακόμα μια τουριστική δραστηριότητα. Η ανάπτυξη του τουρισμού των πόλεων αντικατοπτρίζεται σε τέσσερις αλληλένδετες διαδικασίες : την παρουσία τουριστών, την επιθυμία των τοπικών φορέων και επιχειρήσεων να υποδεχτούν τουρίστες στην πόλη του, τις αρνητικές απόψεις για τον τουρισμό και την τουριστική «ματιά» με την οποία ερμηνεύεται ο κόσμος (Postma, 2017).

Ο αστικός τουρισμός πραγματώνεται σε πόλεις, όπου ο κύριος πόλος έλξης τους δεν είναι η πολιτιστική κληρονομιά τους, ακόμη και αν η περιοχή έχει κάποια ιστορικά κτίσματα. Ο αστικός τουρισμός οργανώνεται μέσα από ένα ευρύ πλαίσιο δραστηριοτήτων, όπως αξιοθέατα, αίθουσες τέχνης, συναυλίες, χορός, μουσεία, ειδικά γεγονότα, αγορές αναψυχής, κοινωνικές δραστηριότητες και άλλα. Αυτές οι δραστηριότητες ενισχύονται από ανθρωπογενείς παράγοντες και χρησιμοποιούνται τόσο από κατοίκους όσο και από τουρίστες (Δέφνερ, 2006).

Στην ερώτηση τι είναι ο τουρισμός πόλεων ή αστικός τουρισμός ή city break, όπως συνηθίζεται να περιγράφεται στη βιβλιογραφία ο όρος, ο UNWTO (2012) απαντά ότι ο όρος ερμηνεύεται ως τα ταξίδια σε πόλεις ή μέρη με πληθυσμιακή πυκνότητα. Η διάρκεια αυτών των ταξιδιών είναι συνήθως σύντομη (μία έως τρεις μέρες). Έτσι μπορεί να ειπωθεί ότι ο αστικός τουρισμός συνδέεται άμεσα με την αγορά βραχυπρόθεσμων ταξιδιών. Η γέννηση των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους είχε ως αποτέλεσμα να αυξήσει το ενδιαφέρον για τουρισμό στις πόλεις και βοήθησε στην τουριστική ανάπτυξη καθώς οι ευρωπαϊκές πόλεις έπρεπε να προσαρμοστούν στις δραστηριότητες του τουριστικού μάρκετινγκ, για να υιοθετήσουν ένα νέο τύπο τουριστικού προϊόντος: το city break.

### **1.1.2 Χαρακτηριστικά**

Ένα από τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά αυτού του είδους τουρισμού είναι η μικρή χρονική διάρκεια του ταξιδιού που διαρκεί κυρίως μια έως τρεις νύχτες.

Εντούτοις έρευνες έχουν δείξει ότι η χρονική διάρκεια των city breaks διακοπών διαφέρει με βάση την εθνικότητα καθώς οι Γερμανοί συνηθίζουν να πραγματοποιούν μεγαλύτερης διάρκειας ταξίδια σε αντίθεση με τους Βρετανούς που έχουν την τάση να πραγματοποιούν μικρότερα ταξίδια. Επόμενο χαρακτηριστικό του city break τουρισμού είναι η δευτερεύουσα φύση των ταξιδιών καθώς πραγματοποιούνται εκτός του προγραμματισμού των κύριων διακοπών. Σε αυτό το σημείο κρίνεται ορθό να αποσαφηνιστούν οι όροι των κύριων διακοπών και των δευτερευόντων. Ως κύριες διακοπές ορίζονται εκείνες που πραγματοποιεί ένα άτομο σε ένα έτος ή εντός συγκεκριμένου χρονικού πλαισίου. Συνήθως γίνονται τους καλοκαιρινούς μήνες και εντάσσονται στον ετήσιο προγραμματισμό. Αντίθετα τα δευτερεύοντα ταξίδια τείνουν να είναι στην ευχέρεια των τουριστών και θεωρείται ότι συμπληρώνουν τις κύριες διακοπές. Η αγορά των city breaks ταξιδιών αυξάνεται συνεχώς καθώς ολοένα και περισσότεροι τουρίστες επιλέγουν δυο ή περισσότερα ταξίδια αναψυχής πέρα από τις κύριες διακοπές (Dunne, et al, 2007).

Κατά τους Edward et al (2008), οι προσεγγίσεις για την ανάλυση του αστικού τουρισμού μπορούν να χωριστούν σε τρεις προοπτικές. Η προοπτική της αστικής διακυβέρνησης θεωρεί τον τουρισμό ως ένα από τους πολλούς κοινωνικούς και οικονομικούς 'παίκτες' που συμβάλλουν στην οικονομική δραστηριότητα. Από αυτήν την οπτική οι τοπικοί φορείς αντιμετωπίζουν την πρόκληση της προώθησης και της φιλοξενίας μαζί με άλλες δραστηριότητες. Μια επιπρόσθετη προοπτική είναι η βιομηχανική, η οποία αντιμετωπίζει τον τουρισμό ως βιομηχανία με μια σειρά προϊόντων προς πώληση, προσβάσιμες αγορές, επενδύσεις και κέρδη. Η τρίτη κατηγοριοποίηση αφορά την πολιτιστική προοπτική, η οποία, ασχολείται με τη θέση του τουρισμού σε μια μεταβαλλόμενη κουλτούρα καθώς και με ευρύτερα θέματα όπως η παγκοσμιοποίηση, ο μεταμοντερνισμός και ο πολιτιστικός ιμπεριαλισμός. Στο πλαίσιο της πολιτιστικής προοπτικής υπάρχουν δυο υποκατηγορίες. Η πρώτη σχετίζεται με τις επιπτώσεις που έχουν οι τουρίστες στον προορισμό υποδοχής καθώς καταλαμβάνουν χώρους, καταναλώνουν πόρους, συμμετέχουν και αλληλεπιδρούν σε δραστηριότητες της κοινότητας. Η δεύτερη υποκατηγορία αφορά τον τρόπο με τον οποίο το ταξίδι σε έναν αστικό προορισμό επηρεάζει τα κίνητρα, τις προτιμήσεις των τουριστών, τα οποία μετέπειτα διαμορφώνουν τα επόμενα ταξίδια. Όπως φαίνεται η τουριστική εμπειρία δεν είναι ένα μονόπλευρο φαινόμενο.

Σε μια πόλη μπορεί να διακρίνει κανείς μια σειρά από πρωτεύοντα και δευτερεύοντα στοιχεία που διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην αύξηση της ελκυστικότητας, αυξάνοντας έτσι την περιέργεια των τουριστών για να επισκεφτούν τις πόλεις. Τα πρωτεύοντα στοιχεία ανήκουν κυρίως στο δημόσιο τομέα και αποτελούν ένα μοναδικό μείγμα έλξης, που θεωρείται το υποκείμενο κίνητρο των τουριστών να ταξιδεύουν στις πόλεις. Σε αυτή την κατηγορία μπορούν να ενταχθούν οι πολιτιστικές, καλλιτεχνικές, αθλητικές εγκαταστάσεις και οι πολιτιστικές εκδηλώσεις που προορίζονται για ψυχαγωγία και αναψυχή. Τα δευτερεύοντα στοιχεία περιλαμβάνουν μια γκάμα αστικών εγκαταστάσεων που υποστηρίζουν και συμπληρώνουν την τουριστική εμπειρία όπως ξενοδοχεία, μεταφορές, εγκαταστάσεις, εστιατόρια. Τα στοιχεία αυτά είναι απαραίτητα και συμβάλλουν στην ομαλή λειτουργία του τουριστικού προϊόντος. Ωστόσο υπάρχει και μια ενδιάμεση ομάδα που αντιπροσωπεύεται από πρόσθετα στοιχεία, σχεδιασμένα για να διευκολύνουν την πρόσβαση μεταξύ των πρωταρχικών και δευτερευόντων στοιχείων και αυτά είναι η προσβασιμότητα, τα μέρη στάθμευσης, η ύπαρξη τουριστικών πληροφοριών και γραφείων, φυλλάδια, χάρτες. Με βάση την ποικιλία των τουριστικών πόρων και επιλογών στα αστικά κέντρα, είναι πιθανό να αναπτυχθούν πολλές επιμέρους ελκυστικές περιοχές, για παράδειγμα πολιτιστικές περιοχές ή επιχειρηματικές περιοχές, περιοχές για ψώνια, περιοχές με χώρους αναψυχής. Η διαφοροποίηση πολλών ελκυστικών περιοχών προβάλλουν μια πόλη ικανή να δεχτεί τουρίστες από διαφορετικές ομάδες-στόχους παρέχοντας πολλαπλά κίνητρα. Για το λόγο αυτό οι τουρίστες αναζητούν την ποικιλομορφία σε ένα ευρύ φάσμα επιλογών ώστε να συγχωνεύσουν τις ευκαιρίες που τους δίνονται κατά τη διάρκεια της παραμονής τους στην πόλη (Garbea, 2013).

Η σημαντική ανάπτυξη αυτής της μορφή τουρισμού, οφείλεται σε κοινωνικούς, χωρικούς, οικονομικούς και τεχνολογικούς λόγους. Η αστικοποίηση, ενισχύει την τάση προς τον τουρισμό των πόλεων καθώς οι άνθρωποι που ζουν σε πόλεις, έχουν μεγαλύτερη τάση να επιλέγουν πόλεις ως προορισμό διακοπών. Ο αυξημένος πλούτος της μεσαίας τάξης στις δυτικές οικονομικά αναπτυγμένες χώρες και οι αναδύμενες οικονομίες επιτρέπουν στους ανθρώπους να επισκέπτονται και να εξερευνούν άλλες πόλεις (Postma, 2017). Επιπλέον, ο πολλαπλασιασμός των αερομεταφορών χαμηλού κόστους έχει σημαντικό αντίκτυπο στη δημοτικότητα των αστικών προορισμών, λόγω του ότι οι πτήσεις έγιναν πιο προσιτές στις μάζες. Αυτή η

εξέλιξη, είχε ως συνέπεια, να διαθέσει ένα ευρύ φάσμα πόλεων με χαμηλότερο κόστος, στους τουρίστες. Κατά τρίτον το ποσοστό του πληθυσμού που πραγματοποιεί πολλά ταξίδια ετησίως, συνεχίζει την αυξητική τάση των βραχυπρόθεσμων ταξιδιών. Ένας ακόμη λόγος που συμβάλλει στην ανάπτυξη του city break τουρισμού, είναι η εξάπλωση των διαδικτυακών υπηρεσιών κατά τη διάρκεια του ταξιδιού. Οι κρατήσεις πραγματοποιούνται εύκολα και όλες οι πληροφορίες είναι προσβάσιμες, διευκολύνοντας τις δραστηριότητες των τουριστών. Οι παραπάνω παράγοντες οδήγησαν τους ταξιδιώτες να μην θεωρούν την πόλη ως σημείο εισόδου και εξόδου, αλλά ως από μόνο του προορισμό (Bock, 2015).



## 1.2 Πολιτιστικός τουρισμός

Ο τουρισμός και ο πολιτισμός είναι έννοιες αλληλένδετες καθώς ο πολιτισμός αποτελεί σημαντικό στοιχείο για την ανάπτυξη του τουρισμού. Η ανάγκη των τουριστών να γνωρίσουν υλικά και άυλα στοιχεία πολιτιστικού περιεχομένου στον τόπο που επισκέπτονται, αποτελεί κίνητρο άρρηκτα δεμένο με το τουριστικό φαινόμενο. Τα στοιχεία του πολιτισμού που θεωρούνται τουριστικοί πόροι έχουν σχέση με τις μορφές τέχνης, τα έθιμα και τις παραδόσεις κάθε περιοχής, την ιστορία και τη θρησκεία, το δομημένο περιβάλλον, τα σύνολα φυσικού περιβάλλοντος, τις πολιτιστικές εκδηλώσεις (Κοκκώσης, Τσάρτας, 2011).

### 1.2.1 Εννοιολογική προσέγγιση

Η αγορά του πολιτιστικού τουρισμού αντιπροσωπεύει την τελευταία φάση μιας μακροχρόνιας διαδικασίας σύγκλισης μεταξύ πολιτισμού και τουρισμού. Αρχικά, ο πολιτισμός και ο τουρισμός θεωρούνταν ξεχωριστές σφαίρες κοινωνικής πρακτικής, οι οποίες πραγματοποιούνται από διαφορετικές κοινωνικές ομάδες σε διαφορετικό χρόνο. Οι παράγοντες που αμβλύνουν τα εμπόδια που δημιουργούνται είναι δυο και έχουν σχέση με την καλλιέργεια της κοινωνίας και την καλλιέργεια των τουριστικών πρακτικών. Η καθημερινή ζωή χαρακτηρίζεται όλο και περισσότερο από την εμφάνιση μιας οικονομίας σημείων, από τη σύγκλιση της ‘υψηλής’ και ‘χαμηλής’ κουλτούρας, της ‘τέχνης’ και της ‘ζωής’. Επίσης, ο τουρισμός έχει αποκτήσει μεγαλύτερο πολιτιστικό περιεχόμενο, μέσω της ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού και μέσω της αυξανόμενης σημασίας των σημείων στην παραγωγή τουριστικών περιοχών. Η παραγωγή και κατανάλωση συμβόλων αποτελεί σημαντικό μέρος αυτών των δυο διαδικασιών της ‘καλλιέργειας’ του τουρισμού (Richards, 2003).

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι ένας τύπος ειδικού τουρισμού που περιλαμβάνει ταξίδια αναψυχής με σκοπό την προβολή και τη βίωση του χαρακτήρα ενός τόπου, των κατοίκων του και των προϊόντων του. Ένα μεγάλο φάσμα πολιτιστικών προορισμών και δραστηριοτήτων εμπίπτει στην ομπρέλα του πολιτιστικού τουρισμού : επισκέψεις στα μνημεία κληρονομιάς της Unesco, περιηγήσεις σε ιστορικές πόλεις, αρχιτεκτονικούς χώρους, καθεδρικούς ναούς, πεδία μάχης, μουσεία, εκδρομές γαστρονομικού ενδιαφέροντος, μουσικά φεστιβάλ, επισκέψεις σε αυτόχθονα χωριά κ.α. (Adams, 2008)

Για να οριστεί ο πολιτιστικός τουρισμός, πρέπει πρώτα να ερμηνευτεί ο όρος «πολιτισμός». Ο πολιτισμός είναι ένα πολύπλοκο σύνολο που περιλαμβάνει τη γνώση, την πίστη, την τέχνη, τα ήθη και έθιμα, το νόμο και οποιαδήποτε άλλη δυνατότητα και συνήθεια απέκτησε ο άνθρωπος ως μέλος της κοινωνίας. Οι έρευνες έχουν δείξει ότι ο πολιτισμός δεν είναι μια οριοθετημένη και αμετάβλητη έννοια. Ο κάθε πολιτισμός δίνει στον άλλον την ευκαιρία να αλληλεπιδράσουν. Η τάση αυτή καθορίζει τη δημιουργία και την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού. Ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να οριστεί ως η δραστηριότητα που επιτρέπει στους ανθρώπους να βιώσουν διαφορετικούς τρόπους ζωής, γνωρίζοντας τα έθιμα, τις παραδόσεις, το φυσικό περιβάλλον, τις ιδέες, τους αρχιτεκτονικούς, ιστορικούς, αρχαιολογικούς ή άλλης πολιτιστικής σημασίας τόπους. Ο πολιτιστικός τουρισμός διαφέρει από τον τουρισμό αναψυχής, καθώς επιδιώκει να κερδίσει την κατανόηση και την εκτίμηση του επισκεπτόμενου τόπου (Csapó, 2012).

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι ένας τύπος τουριστικής δραστηριότητας στον οποίο το κύριο κίνητρο του επισκέπτη είναι να μάθει, να ανακαλύψει, να βιώσει και να καταναλώσει υλικά και άυλα πολιτιστικά αξιοθέατα και αγαθά σε έναν τουριστικό προορισμό. Τα αξιοθέατα και τα αγαθά σχετίζονται με ένα σύνολο υλικών, πνευματικών και συναισθηματικών χαρακτηριστικών μιας κοινωνίας, που περιλαμβάνει τις τέχνες, την αρχιτεκτονική, την ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά, τη λογοτεχνία, τη μουσική, τις δημιουργικές βιομηχανίες, τους ζωντανούς πολιτισμούς, το σύστημα αξιών, τις πεποιθήσεις και παραδόσεις. Ο παραπάνω ορισμός επιβεβαιώνει την ευρύτερη φύση του σύγχρονου πολιτιστικού τουρισμού που δεν περιορίζεται μόνο σε χώρους και μνημεία αλλά και με τρόπους ζωής, δημιουργικότητα και καθημερινή κουλτούρα. Ο τομέας του πολιτιστικού τουρισμού έχει απομακρυνθεί από την έμφαση στην κλασική δυτική υλική κληρονομιά προς ένα ευρύτερο και χωρίς αποκλεισμούς πεδίο διαφορετικών πολιτιστικών πρακτικών σε όλο τον κόσμο (Richards, 2018).

Όλα τα παραπάνω μας οδηγούν στο ότι δεν υπάρχει συγκεκριμένη ερμηνεία του πολιτιστικού τουρισμού που να περιλαμβάνει όλες τις πτυχές του. Οι ορισμοί περιλαμβάνουν τομείς που ίσως καλύπτονται ήδη από την έννοια. Επίσης πρέπει να διασφαλιστεί ότι ο πολιτιστικός τουρισμός εκδηλώνεται με τις απτές και άυλες μορφές του και συνδυάζει τη ψυχαγωγία. Οι εκδηλώσεις πολιτιστικού τουρισμού είναι πολλαπλές και μπορούν να λειτουργήσουν ως μεμονωμένα τμήματα

τουριστικών δραστηριοτήτων με στόχο να λειτουργήσουν ως το κύριο τουριστικό προϊόν ενός συγκεκριμένου προορισμού (Jelincic, 2009).

### **1.2.2 Χαρακτηριστικά**

Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί εναλλακτική μορφή τουρισμού και αναφέρεται σε ταξίδια που έχουν κυρίαρχα κίνητρα διαφορετικές δραστηριότητες και βιώματα σχετικά με τον πολιτισμό όπως είναι η συμμετοχή σε φεστιβάλ, η επίσκεψη σε μουσεία, η γνωριμία με την ιστορία και την παράδοση.

Οι κυρίαρχες κατηγοριοποιήσεις του πολιτιστικού τουρισμού είναι ο τουρισμός πολιτιστικής κληρονομιάς (heritage tourism), οι πολιτιστικές θεματικές διαδρομές (cultural thematic routes), ο πολιτιστικός τουρισμός πόλεων (cultural city tourism), ο εθνοτικός τουρισμός (ethnic tourism), ο τουρισμός γεγονότων και φεστιβάλ (event and festival tourism), ο θρησκευτικός τουρισμός (religious tourism) και οι προσκυνηματικές διαδρομές (pilgrimage tourism), ο δημιουργικός τουρισμός (creative tourism).

-*Τουρισμός πολιτιστικής κληρονομιάς (heritage tourism)*: σε αυτή τη μορφή οι τουρίστες έχουν τη δυνατότητα να εξερευνήσουν την πολιτιστική κληρονομιά του τόπου που επισκέπτονται. Περιλαμβάνει αρχιτεκτονικούς χώρους, μνημεία παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς, εθνικά και ιστορικά μνημεία, μουσεία, συλλογές, βιβλιοθήκες, θέατρα, αναμνήσεις που συνδέονται με ιστορικά γεγονότα και πρόσωπα.

-*Πολιτιστικές θεματικές διαδρομές (cultural thematic routes)*: η κατηγορία περιλαμβάνει ένα μεγάλο εύρος θεμάτων και τύπων πολιτιστικών διαδρομών, όπως πνευματικές πολιτιστικές διαδρομές, βιομηχανικές, καλλιτεχνικές, αρχιτεκτονικές, γλωσσικές, κλασσικές, μειονοτικές.

-*Πολιτιστικός τουρισμός στις πόλεις (cultural city tourism)*: σε αυτήν την ομαδοποίηση βρίσκεται ο 'κλασικός' τουρισμός στον οποίο περιλαμβάνεται η περιήγηση στα αξιοθέατα της πόλης. Οι πόλεις χαρακτηρίζονται ως δημιουργικοί χώροι για τον πολιτιστικό τουρισμό. Από αυτή την παράμετρο προκύπτει ο θεσμός της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης, κατά τον οποίο μια πόλη που ορίζεται από την Ευρωπαϊκή Ένωση, της δίνεται η δυνατότητα για ένα χρόνο, να αναδείξει την πολιτιστική της ταυτότητα.

-*Εθνοτικός τουρισμός (ethnic tourism)*: οι τουριστικές δραστηριότητες που περιλαμβάνονται σε αυτή την κατηγορία είναι η επαφή με τις παραδόσεις τοπικών πολιτισμών δίνοντας έμφαση στην εθνική πολυμορφία.

-*Τουρισμός γεγονότων και φεστιβάλ*: η κατηγορία περιλαμβάνει ταξίδια που σχετίζονται με τις παραστατικές τέχνες, με την ψυχαγωγία, τη συμμετοχή σε επισκέψεις μουσείων/πινακοθήκες/εκθέσεις ζωγραφικής, γλυπτικής, φωτογραφίας, την παρακολούθηση ενός φεστιβάλ ή μιας μουσικής συναυλίας.

-*Θρησκευτικός τουρισμός (religious tourism) και προσκνηματικές διαδρομές (pilgrimage tourism)*: στη συγκεκριμένη ομάδα ο τουρίστας έχει τη δυνατότητα να επισκεφτεί θρησκευτικούς χώρους και τοποθεσίες με θρησκευτικό κίνητρο, θρησκευτικούς χώρους και τοποθεσίες χωρίς επιθυμητό θρησκευτικό κίνητρο αλλά από επιθυμία για τη μελέτη της αρχιτεκτονικής των κτηρίων και να παρακολουθήσει διαδρομές προσκυνήματος.

-*Δημιουργικός τουρισμός (creative tourism)*: αυτή η μορφή προσφέρει στους επισκέπτες την ευκαιρία να αναπτύξουν τη δημιουργική τους δυναμική μέσω ενεργής συμμετοχής σε μαθήματα και μαθησιακές εμπειρίες, με θέματα που είναι τυπικά του προορισμού. Σε αυτή τη μορφή τουρισμού συνεργάζονται όλες οι δημιουργικές πολιτιστικές βιομηχανίες όπως τα πολυμέσα, τα έντυπα, ο κινηματογράφος και οι οπτικοακουστικές παραγωγές. Σε αυτό το πλαίσιο, η έμφαση μετατοπίζεται από τον απτό στον άυλο πολιτισμό και η βασική εμπειρία είναι η ανταλλαγή γνώσεων και εμπειρογνωμοσύνης μεταξύ του επισκέπτη και του οικοδεσπότη (Κοκκώσης, 2011, Csapo, 2012).

Το πολιτισμικό ταξίδι αφορά παράγοντες σχετικά με τα ενδιαφέροντα και τις ανησυχίες του τουρίστα για τη γαστρονομία, μια μορφή τέχνης, την ιστορία, την εκπαίδευση, τα τοπικά ήθη και έθιμα της τουριστικής περιοχής. Ανάλογα με τα ενδιαφέροντα τους και με τα κίνητρα που πραγματοποιούν ένα ταξίδι, οι ερευνητές τους κατέταξαν σε επιμέρους κατηγορίες.

Στους Mousavi et al (2016) συναντάται η πρόταση του Stebbins, να χωριστούν οι πολιτιστικοί τουρίστες σε δυο κύριες κατηγορίες, *τους γενικούς* και *τους εξειδικευμένους* πολιτιστικούς τουρίστες. Στους 'γενικούς' πολιτιστικούς τουρίστες εντάσσονται όσοι επισκέπτονται κάθε φορά διαφορετικές τοποθεσίες με

σκοπό να εξερευνήσουν και να αποκτήσουν γνώσεις σχετικές με τις πολιτιστικές δραστηριότητες κάθε περιοχής. Ο 'εξειδικευμένος' πολιτιστικός τουρίστας είναι εκείνος που επανειλημμένα επισκέπτεται μια συγκεκριμένη πόλη, χώρα, περιοχή για να αναζητήσει μια ευρεία πολιτιστική κατανόηση που χαρακτηρίζει τον τόπο. Επίσης, μερικές φορές είναι πιθανό να αλλάζει γεωγραφική περιοχή αλλά παραμένει σταθερός στις δραστηριότητες που διερευνά.

Ωστόσο η λίστα του Stebbins για τις δυο ομαδοποιήσεις πολιτιστικών τουριστών είναι αρκετά γενικευμένη. Μια πιο λεπτομερής τυπολογία για τον πολιτιστικό τουρίστα είναι η ακόλουθη :

-Ο πολιτιστικός τουρίστας που έχει συγκεκριμένο σκοπό (*the purposeful cultural tourist*): σε αυτήν την κατηγορία η μάθηση για τον πολιτισμό και την πολιτιστική κληρονομιά ενός τόπου, αποτελεί το κύριο λόγο για να επισκεφτεί έναν προορισμό.

-Ο τουρίστας που επισκέπτεται τα αξιοθέατα (*the sightseeing cultural tourist*): σε αυτή την ομάδα περιλαμβάνονται οι τουρίστες που έχουν την ανάγκη για γνωριμία και μάθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς του τόπου, αλλά ως αξιοθέατο. Ο τουρίστας συγκεντρώνει ένα ευρύ φάσμα πολιτιστικών εμπειριών, προτιμά την περιοδεία παρά οποιαδήποτε άλλη δραστηριότητα σε βάθος.

-Ο απλός τουρίστας (*the casual cultural tourist*): σε αυτή την κατηγοριοποίηση ο πολιτιστικός τουρισμός έχει περιορισμένο ρόλο στην απόφαση του τουρίστα να επισκεφτεί έναν προορισμό. Ο τουρίστας τείνει να αποζητά την ευκολία που προσφέρουν τα αξιοθέατα.

-Ο δευτερεύων πολιτιστικός τουρίστας (*the incidental cultural tourist*): και σε αυτή την ομαδοποίηση ο πολιτιστικός τουρισμός δεν αποτελεί σημαντικό λόγο για να επιλεγεί ο προορισμός. Ωστόσο ο τουρίστας συμμετέχει στις πολιτιστικές δραστηριότητες του προορισμού.

-Ο τυχαίος πολιτιστικός τουρίστας (*the serendipitous cultural tourist*): είναι η μειονότητα των πολιτιστικών τουριστών. Δεν διαθέτουν συγκεκριμένο μοτίβο λόγω των εμπειριών τους (McKercher, du Cros, 2003).

### **1.3 Οι πολιτιστικές διαδρομές ως εργαλείο τουριστικής ανάπτυξης**

#### **1.3.1 Οι πολιτιστικές διαδρομές ως μορφή εναλλακτικού τουρισμού**

Η ιδέα των πολιτιστικών διαδρομών ξεκινά από τα πρώτα ταξίδια των μαθητών του Μεσαίωνα, υπό την αιγίδα των μοναστηριών και συνεχίζει την πορεία της μέχρι και σήμερα, ενσωματώνοντας τις εξελίξεις κάθε περιόδου. Οι Karabassili και Mikelakakis (2001), ερμηνεύουν τις πολιτιστικές διαδρομές ως ένα κείμενο, όπου τα κεντρικά σημεία του είναι αξιοθέατα, μνημεία, τόποι, πληροφορίες. Με τα σημεία αυτά ο κάθε επισκέπτης αναδημιουργεί το κείμενο της δικής του πολιτιστικής διαδρομής. Χωρίζουν τις πολιτιστικές διαδρομές σε τρεις διαστάσεις: θεματικές, ποιητικές και ρητορικές. Μια διαδρομή ορίζεται ως θεματική ανάλογα με το περιεχόμενο της, ως ποιητική, η διαδρομή εκείνη που αναφέρεται στην ικανότητα αφήγησης του πολιτιστικού πόρου ενώ ως ρητορική χαρακτηρίζεται η διαδρομή πειθούς, μέσα από την εκτέλεση του νοήματος της πολιτιστικής διαδρομής. Κατά τον χάρτη του International Council on Monuments and Sights (ICOMOS,2008), η πολιτιστική διαδρομή είναι η κάθε διαδρομή επικοινωνίας, είτε πρόκειται για γη, νερό είτε οποιονδήποτε άλλο τύπο ο οποίος οριοθετείται και χαρακτηρίζεται από τη δική του δυναμική και ιστορική λειτουργικότητα ώστε να εξυπηρετεί έναν καθορισμένο σκοπό. Τα καθοριστικά σημεία για τις διαδρομές, όπως δηλώνονται στον ICOMOS, είναι το πλαίσιο και το περιεχόμενο του διαπολιτισμικού και δυναμικού χαρακτήρα των πολιτιστικών διαδρομών. Το πλαίσιο αναφέρεται στο φυσικό περιβάλλον, το περιεχόμενο αναφέρεται στα απτά στοιχεία που μαρτυρούν ότι η πολιτιστική κληρονομιά παρέχει μια φυσική επιβεβαίωση της ύπαρξης της και της διαπολιτισμικής σημασίας της.

Σύμφωνα με την Αυγερινού- Κολώνια (2009), οι πολιτιστικές διαδρομές αποτελούν μια νέα κατηγορία πολιτιστικών αγαθών καθώς ενώνουν τα πολιτιστικά αγαθά σε ένα διεπιστημονικό πλαίσιο. Πιο συγκεκριμένα οι πολιτιστικές διαδρομές, αποτελούν το μέσο με το οποίο διαδίδεται ο πολιτισμός του κάθε τόπου. Η ποικιλία των πολιτιστικών αγαθών που μπορεί ο τουρίστας να συναντήσει κατά τη διάρκεια της πολιτιστικής διαδρομής, όπως μνημεία, αρχαιολογικές τοποθεσίες, ολόκληρες ιστορικές πόλεις και οικισμοί, αρχιτεκτονικά, βιομηχανικά ή τεχνολογικά κτήρια, δημόσια έργα, πολιτιστικά τοπία και παραδοσιακές τεχνικές, συνθέτει τη συνολική εικόνα της πολιτιστικής πραγματικότητας ενός τόπου. Οι πολιτιστικές διαδρομές

φύσει συγκροτούν το πεδίο της ιστορικής έρευνας και τεκμηρίωσης, χάρη στον ανοικτό χαρακτήρα τους.

Μια πιο σύγχρονη άποψη είναι ότι ο όρος πολιτιστική διαδρομή ερμηνεύεται ως ένα σύνολο σημείων με ενδιαφέρουσα σημασία, το οποίο διαθέτει μια συγκεκριμένη θεματική και καλύπτει μια ορισμένη περιοχή. Τα σημεία με ενδιαφέρουσα σημασία μπορεί να είναι μέρη με ιστορική σημασία, αρχιτεκτονικά κτήρια, εγκαταστάσεις και υπαίθριοι χώροι. Ο στόχος της πολιτιστικής διαδρομής είναι να συνδέσει το παρελθόν με το παρόν. Στο πλαίσιο αυτό τα σημεία ενδιαφέροντος θα πρέπει να δημιουργούν μια προκαθορισμένη διαδρομή, της οποίας ο βασικός στόχος να είναι η εμπειρική προσέγγιση του τουρίστα (Χαραλαμποπούλου, 2019).

Ωστόσο, πρέπει να διαχωριστεί η έννοια της «πολιτιστικής διαδρομής» από την έννοια της «περιοδείας» (tour), όμως η έννοια που δίνεται σε μια διαδρομή από την πλευρά του επισκέπτη ή του κατοίκου δεν μπορεί να αποκλειστεί. Η «πολιτιστική διαδρομή» περιέχει την πρόκληση για ένα μάθημα στο χώρο και το χρόνο, είναι ένα μέρος όπου συνδέονται όλα τα σημεία εντός μιας θεματικής. Έτσι, η πολιτιστική διαδρομή καλεί τον τουρίστα να ανασκευάσει την ιστορία ενός τόπου μέσα από στοιχεία του παρελθόντος και της προσωπικής του εμπειρίας (Economou, Zikidis, 2013). Οι πολιτιστικές διαδρομές περιλαμβάνονται στις ήπιες μορφές τουρισμού και ενσωματώνονται στον τουριστικό σχεδιασμό της περιοχής. Για να σχεδιαστούν οι πολιτιστικές διαδρομές χρειάζεται καλή γνώση της αγοράς-στόχου, του τουριστικού σχεδιασμού, τη χωρική και χρονική κατανομή, την προστασία του φυσικού (φέρουσα ικανότητα) και ανθρώπινου περιβάλλοντος (τουριστική ικανότητα), καθώς και η δυνατότητα ελέγχου της κίνησης των επισκεπτών σε μνημεία, περιβαλλοντικά πάρκα κ.α. και η ίση κατανομή της τουριστικής ζήτησης σε μια περιοχή (Karabassili, Mikelakakis, 2001).

Τα οφέλη που αποφέρουν οι διαδρομές, σχετίζονται με την έλξη νέων τουριστών και επαναλαμβανόμενων επισκεπτών, η διάχυση επισκεπτών και η διασπορά εισοδήματος από τον τουρισμό, η αύξηση της διάρκειας διαμονής και των δαπανών από τους τουρίστες, η αναγνώριση λιγότερο γνωστών αξιοθέατων, η σύνδεση άλλων αξιοθέατων τα οποία δεν δеляζαν τους τουρίστες, η ενεργοποίηση μας ολοκληρωμένης προσέγγισης για την ανάπτυξη τουριστικών προϊόντων, οι

επιτευχθείσες συνέργειες που υπόσχονται μεγαλύτερη έλξη, η αύξηση της βιωσιμότητας του τουριστικού προϊόντος, η διαχείριση της φέρουσας ικανότητας λόγω της διασποράς των τουριστών, η οποία έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση των αρνητικών επιπτώσεων (Majdoub, 2010).

Η αντίληψη που κυριαρχεί για τον σχηματισμό των διαδρομών είναι η σύνδεση των δραστηριοτήτων και αξιοθέατων σε λιγότερο ανεπτυγμένες περιοχές, η οποία στοχεύει στη συνεργασία μεταξύ κοινοτήτων και γειτονικών περιοχών, συμβάλλοντας έτσι στην οικονομική ανάπτυξη. Οι πολιτιστικές διαδρομές είναι ένας νέος τύπος διατήρησης και αξιοποίησης της πολιτιστικής κληρονομιάς και αποτελούν ένα καινοτόμο τουριστικό προϊόν (Piskoti, Nagy, 2016).

Το πρόγραμμα «Πολιτιστικές διαδρομές» του Συμβουλίου της Ευρώπης ξεκίνησε το 1987 για να αποδείξει μέσω ενός ταξιδιού στο χώρο και στο χρόνο ότι η πολιτιστική κληρονομιά από διαφορετικές χώρες της Ευρώπης συμβάλλει σε μια κοινή πολιτιστική κληρονομιά. Στόχος του προγράμματος είναι να δράσει ως κανάλι διαπολιτισμικού διαλόγου, προώθησης της καλύτερης γνώσης και κατανόησης ευρωπαϊκής πολιτιστικής ταυτότητας, διατήρησης και ενίσχυσης της φυσικής και πολιτισμικής κληρονομιάς ως πηγή πολιτιστικής, κοινωνικής και τοπικής ανάπτυξης. Οι πολιτιστικές διαδρομές είναι πιστοποιημένες και αξιολογούνται τακτικά από το Συμβούλιο της Ευρώπης βάσει των κριτηρίων που έχουν καθοριστεί και αφορούν :

- στη συμμετοχή θεμάτων που αντιπροσωπεύουν ευρωπαϊκές αξίες και είναι κοινές σε τρεις ευρωπαϊκές χώρες
- στο αντικείμενο διακρατικής και διεπιστημονικής έρευνας
- στη βελτίωση της ευρωπαϊκής μνήμης, ιστορίας και κληρονομιάς συμβάλλοντας στη σημερινή πολυμορφία
- στην υποστήριξη πολιτιστικών και εκπαιδευτικών ανταλλαγών για νέους ανθρώπους
- στην ανάπτυξη υποδειγματικών και καινοτόμων έργων στον τομέα του πολιτιστικού τουρισμού και της αειφόρου πολιτιστικής ανάπτυξης
- στην ανάπτυξη τουριστικών προϊόντων με στόχο διαφορετικές ομάδες (Council of Europe, 2019)



Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται συγκεντρωτικά οι «Πολιτιστικές Διαδρομές» του Συμβουλίου της Ευρώπης, το έτος χρονολόγησης καθώς και οι χώρες που συμμετέχουν:

**Πίνακας 1.3.1 : Πολιτιστικές Διαδρομές στη Ευρώπη**

Πολιτιστική Διαδρομή	Έτος	Χώρες συμμετοχής
The Santiago de Compostela Pilgrim Routes	1987	Γερμανία, Γαλλία, Ιταλία, Λιθουανία, Πολωνία, Πορτογαλία, Ισπανία
The Hansa	1991	Φιλανδία, Γερμανία, Γαλλία, Νορβηγία, Ρωσία, Λιθουανία, Πολωνία
The Viking Routes	1993	Αζερμπαϊτζάν, Γαλλία, Νορβηγία, Φιλανδία, Γερμανία, Πολωνία, Ρωσία, Ισπανία, Ιρλανδία (2019)
Via Francigena	1994	Γαλλία, Ιταλία, Ελβετία
Routes of El legado Andalusi	1997	Ιταλία, Πορτογαλία, Ισπανία
Phoenecians' Route	2003	Κροατία, Κύπρος, Γαλλία, Ελλάδα, Ιταλία, Ισπανία
Pyrenean Iron Route	2003	Ανδόρα, Γαλλία, Ισπανία
European Mozart Ways	2004	Αυστρία, Γερμανία, Ελλάδα, Γαλλία, Ιταλία, Σλοβακία, Ελβετία
European Route of Jewish Heritage	2004	Αζερμπαϊτζάν, Αυστρία, Γερμανία, Γαλλία, Γεωργία, Ιταλία, Λιθουανία, Πολωνία, Πορτογαλία, Ρουμανία, Ισπανία, Σλοβακία, Τουρκία, Ελβετία, Ιρλανδία (2019)
Saint Martin of Tours Route	2005	Κροατία, Γερμανία,

		Γαλλία, Ουγγαρία, Ιταλία, Λουξεμβούργο, Σλοβενία, Σλοβακία
Cluniac sites in Europe	2005	Γερμανία, Γαλλία, Ιταλία, Πολωνία, Ισπανία, Ελβετία
Routes of Olive Tree	2005	Ελλάδα, Κροατία, Κύπρος, Γαλλία, Ιταλία, Πορτογαλία, Σλοβενία, Ισπανία, Τουρκία, Αλβανία (2019)
Via Regia	2005	Γερμανία, Γαλλία, Λιθουανία, Πολωνία, Ισπανία
Transromania- The Romanesque Routes of European Heritage	2007	Αυστρία, Γερμανία, Γαλλία, Ιταλία, Πορτογαλία, Ρουμανία, Ισπανία, Σερβία, Σλοβακία
Iter Vitis Routes	2009	Αζερμπαϊτζάν, Αρμενία, Κροατία, Γαλλία, Γεωργία, Ελλάδα, Ουγγαρία, Ιταλία, Μαυροβούνιο, Ρουμανία, Πορτογαλία, Σλοβενία, Ρωσία, Ισπανία, Σερβία, Τουρκία
European Route of Cirstecian Abbeys	2010	Γερμανία, Γερμανία, Ιταλία, Πολωνία, Πορτογαλία, Ισπανία, Ελβετία
European Cemeteries Routes	2010	Ελλάδα, Βοσνία & Ερζεγοβίνη, Κροατία, Αυστρία, Γερμανία, Γαλλία, Ιταλία, Νορβηγία, Πολωνία, Ρουμανία, Πορτογαλία, Σλοβενία, Ισπανία, Σερβία, Ιρλανδία (2019)
Prehistoric Rock Art Trails	2010	Αζερμπαϊτζάν, Γαλλία,

		Γεωργία, Ιταλία, Πορτογαλία, Ισπανία
European Route of Historic Thermal Towns	2010	Ελλάδα, Αζερμπαϊτζάν, Γεωργία, Κροατία, Γερμανία, Γαλλία, Ελλάδα, Ουγγαρία, Ιταλία, Πορτογαλία, Ισπανία, Τουρκία
Route of Saint Olav	2010	Νορβηγία
European Routes of Ceramics	2012	Γερμανία, Γαλλία, Ιταλία,
European Route of Megalithic Culture	2013	Γερμανία, Πορτογαλία, Ισπανία
Huguenot and Waldesian Trail	2013	Γαλλία, Γερμανία, Ιταλία, Ελβετία
ATRIUM- Architecture of Totalitarian Regimes of the 20th century in Europe's Urban Memory	2014	Βουλγαρία, Κροατία, Ιταλία, Ρουμανία, Αλβανία (2019)
Reseau Art Nouveau Network	2014	Αυστρία, Γαλλία, Γερμανία, Ουγγαρία, Ιταλία, Νορβηγία, Πορτογαλία, Ρουμανία, Σλοβενία, Ισπανία, Σερβία, Ελβετία
Via Habsburg	2014	Αυστρία, Γαλλία, Ελβετία
European Routes Of Emperor Charles V	2015	Γερμανία, Ιταλία, Πορτογαλία, Ισπανία,
Roman Emperors and Danube Wine route	2015	Βουλγαρία, Κροατία, Ρουμανία, Σερβία
Destination Napoleon	2015	Κροατία, Γαλλία, Γερμανία, Ιταλία, Πολωνία, Πορτογαλία, Ρωσία, Ισπανία,
In the Footsteps of Robert Louis Stevenson	2015	Γαλλία, Ιρλανδία
Fortified Towns of Grand Region	2016	Γαλλία, Γερμανία, Λουξεμβούργο
Impressionism Routes	2018	Γαλλία, Γερμανία, Ιταλία, Λιθουανία, Σλοβενία, Ισπανία,

Via Charlemagne	2018	Γαλλία, Λουξεμβούργο, Ισπανία, Ιρλανδία (2019)	Ιταλία, Ελβετία,
-----------------	------	---	---------------------

Πηγή: Council of Europe (2019), Ίδια Επεξεργασία

### 1.3.2 Είδη πολιτιστικών διαδρομών

Οι πολιτιστικές διαδρομές μπορούν να ταξινομηθούν ανάλογα με το εδαφικό πεδίο εφαρμογής τους (τοπικό, εθνικό, περιφερειακό, ηπειρωτικό ή διηπειρωτικό), σύμφωνα με το πολιτιστικό τους πεδίο (μια δεδομένη πολιτιστική περιοχή η οποία μπορεί να επεκταθεί σε διαφορετικές γεωγραφικές περιοχές και να μοιραστεί μια διαδικασία αμοιβαίων επιρροών για τον σχεδιασμό ή την εξέλιξή της). Επιπρόσθετα, μπορούν να ταξινομηθούν με βάση το σκοπό ή τη λειτουργία τους (κοινωνική, οικονομική, πολιτική, πολιτιστική), ανάλογα με την χρονική διάρκεια (ορισμένες πολιτιστικές διαδρομές χρησιμοποιούνται περισσότερο με αποτέλεσμα να αναπτύσσονται υπό την επιρροή κοινωνικοοικονομικών, πολιτικών και πολιτιστικών αιτιών), σύμφωνα με τη διαμόρφωση της δομής τους (γραμμική, κυκλική, ακτινική) και τέλος, σύμφωνα με το φυσικό περιβάλλον τους (στεριά, υδρόβια, μικτή ή άλλη φυσική ρύθμιση) (ICOMOS,2008). Σε ένα πολυδιάστατο περιβάλλον όλα τα παραπάνω χαρακτηριστικά μπορούν να χρησιμοποιηθούν από κοινού.

Όπως φαίνεται από τα παραπάνω υπάρχει ποικιλία πολιτιστικών διαδρομών. Παρακάτω θα αναλυθούν οι περισσότερες μεταβλητές που χρειάζονται για να δημιουργηθούν οι πολιτιστικές διαδρομές, ως ένα απλοποιημένο και λειτουργικό τουριστικό προϊόν. Βασική ταξινόμηση των πολιτιστικών διαδρομών το θέμα τους. Το κριτήριο αυτό περιλαμβάνει δυο μεγάλες ομάδες και πλήθος ενδιάμεσων παραμέτρων. Στην πρώτη ομάδα έχουμε διαδρομές που αρθρώνονται γύρω από ένα κύριο θέμα και στην άλλη υπάρχουν πολιτιστικές διαδρομές που περιλαμβάνουν διάφορα θέματα, με την ίδια την διαδρομή να αποτελεί κεντρικό θέμα. Με αυτό τον τρόπο οι πολιτιστικές διαδρομές περιλαμβάνουν το σύνολο των φυσικών πόρων και στοιχεία της ιστορικής ταυτότητας ενός τόπου (UNWTO, 2015). Οι θεματικές πολιτιστικές διαδρομές είναι τουριστικά προϊόντα που δημιουργούν φυσικά ή τεχνητά αξιοθέατα, τα οποία περιλαμβάνουν ένα επιλεγμένο θέμα. Ένας κύριος στόχος για την ανάπτυξη μιας θεματικής διαδρομής, είναι η αξιοποίηση των υπαρχόντων

αξιοθέατων ώστε να αναπτυχθεί πιο ενεργά ο τουρισμός της συγκεκριμένης περιοχής. Ανάμεσα στα πλεονεκτήματα των θεματικών διαδρομών είναι το γεγονός ότι μπορούν να πραγματοποιηθούν με μικρό κόστος, διαφοροποιούν την τουριστική ζήτηση, χρησιμοποιούν ανεκμετάλλευτους πόρους και αποτελούν πόλους έλξης για μια περιοχή. Ωστόσο υπάρχουν και οικονομικά πλεονεκτήματα, όπως τα κίνητρα των επιχειρήσεων και των κατοίκων της περιοχής, οι επενδύσεις για την ανάπτυξη και δημιουργία κτηρίων και υποδομών, η διευθέτηση σχετικών υπηρεσιών οι οποίες μπορούν να αξιοποιηθούν από τους κατοίκους της περιοχής, η αύξηση του εισοδήματος λόγω της αυξανόμενης τουριστικής ροής και η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας στο τόπο (Csapo, 2012). Μια άλλη μεταβλητή είναι ο σχεδιασμός και η δομή των πολιτιστικών διαδρομών. Οι πολιτιστικές διαδρομές που βασίζονται σε γραμμικό μοτίβο έχουν μια διαδοχική συζήτηση, ξεκινώντας από ένα ή περισσότερα σημεία έως το τελικό. Το γεγονός αυτό περιλαμβάνει την οργάνωση όλων των πτυχών μιας διαδρομής, από τη δημιουργία των σταδίων στο σχεδιασμό και την παρουσίαση των υποδομών συμπεριλαμβανομένης της παρουσίασης της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς. Επιπρόσθετα, οι πολιτιστικές διαδρομές μπορούν να ομαδοποιηθούν με βάση την ιστορική τους προέλευση ή την τρέχουσα διαμόρφωση τους. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (Π.Ο.Τ), υποστηρίζει ότι οι πολιτιστικές διαδρομές χρειάζονται μια θεμελιωμένη, πραγματική, ιστορική και καλλιτεχνική ταυτότητα. Ωστόσο, πίσω από αυτήν την άποψη, υπάρχει η ιδέα να διαφοροποιηθούν όλες εκείνες οι διαδρομές που περιορίζονται γύρω από αυτή την αυστηρή βάση και να αναδιαμορφωθούν σε διαδρομές είναι αποτέλεσμα όλων των παροντικών ενώσεων βασισμένες σε ένα κοινό θέμα ή αφήγηση (UNWTO, 2015).

#### 1.4 Θετικές και αρνητικές επιπτώσεις των δυο μορφών τουρισμού

Όταν χρησιμοποιείται η έννοια «περιβάλλον» θα πρέπει να μην συγχέεται με την έννοια «φύση». Ο όρος «περιβάλλον» ερμηνεύεται ως το υποσύνολο του φυσικού κόσμου που επηρεάζει και επηρεάζεται από τις ανθρώπινες δραστηριότητες. Το ανθρωπογενές περιβάλλον δημιουργείται από ένα σύνολο ικανοτήτων και αξιών που διέπει τη σχέση μεταξύ ανθρώπου και περιβάλλοντος. Εντός της έννοιας του ανθρωπογενούς περιβάλλοντος, περιλαμβάνεται το αρχιτεκτονικό και πολεοδομικό περιβάλλον, το δομημένο περιβάλλον και το περιαστικό περιβάλλον. Για τον τουρισμό, το περιβάλλον είναι η τουριστική προσφορά στην οποία αναπτύσσονται οι τουριστικές δραστηριότητες και οι τουριστικοί πόροι που χρησιμοποιούνται είναι οι φυσικές και οι πολιτιστικές αξίες. Ο τουρισμός ως ανθρώπινη δραστηριότητα δημιουργεί το δικό του δομημένο περιβάλλον, το οποίο αποτελείται από ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις, τεχνικές υποδομές, όπως λιμάνια, οδικό δίκτυο, αεροδρόμια, υποδομές όπως μαρίνες, χιονοδρομικά, συνεδριακά κέντρα, υπηρεσίες και εξυπηρετήσεις. Οι επιπτώσεις, που προκαλεί το τουριστικό περιβάλλον στο ανθρωπογενές, ποικίλουν και ταξινομούνται σε τέσσερις βασικές κατηγορίες: τις οικονομικές, τις επιπτώσεις συγκεκριμένων ελκτικών στοιχείων, τις κοινωνικές και πολιτιστικές και τις περιβαλλοντικές. Μερικές από τις επιπτώσεις είναι οι ακόλουθες

- η επιβάρυνση δικτύων και μέσων μεταφοράς (δρόμοι, σιδηροδρομικό δίκτυο, πτήσεις charter, τουριστικά σκάφη, τουριστικά λεωφορεία, μεγάλος αριθμός τουριστών στους δρόμους
- οι χωρικές επιβαρύνσεις δικτύων τεχνικής υποδομής (δίκτυα ύδρευσης, αποχέτευσης, τηλεφωνικές γραμμές, ηλεκτρικό δίκτυο), υπηρεσιών και εξυπηρετήσεων (ανάπτυξη ξενοδοχείων/πανσιόν σε περιοχές κατοικίας, πεζοδρομήσεις)
- πλήθος επενδύσεων σε κτιριακό δυναμικό, αλλαγές στο δομημένο περιβάλλον λόγω εποχιακής λειτουργίας, παροχές νέων υποδομών
- η αισθητική υποβάθμιση
- η ηχορύπανση, τα απορρίμματα, η εγκληματικότητα

- η επιφόρτιση από πληθώρα επισκεπτών σε μνημεία και αρχαιολογικούς χώρους, πιθανόν να προκαλέσει φθορές
- η επανάχρηση εγκαταλελειμμένων κτηρίων
- η προστασία, αποκατάσταση και συντήρηση ιστορικών ευρημάτων (Καλοκάρδου, 1995, Δέφνερ, 2006)

Είναι φανερό ότι ο τουρισμός δεν είναι μόνο το σύνολο εμπορικών δραστηριοτήτων. Είναι, επίσης, ένα ιδεολογικό πλαίσιο ιστορίας, φύσης και παράδοσης, που έχει τη δύναμη να αναμορφώσει τον πολιτισμό και τη φύση στις δικές του ανάγκες. Ο τουρισμός μπορεί και επηρεάζει την πολιτιστική κληρονομιά λόγω της συνεχιζόμενης σημαντικής σχέσης μεταξύ «πολιτισμού» και «τουρισμού» στο σημείο που, στις σύγχρονες κοινωνίες, «πολιτισμός», «κοινωνία» και «τουρισμός» είναι όχι διακριτές οντότητες, αλλά είναι εντελώς συγχωνευμένες. Στα θετικά συγκαταλέγονται:

- η ανάγκη δημιουργίας κεφαλαίων που να επιτρέπουν στρατηγικές και προγράμματα διατήρησης των πολιτιστικών αξιοθεάτων
- η ενθάρρυνση του τοπικού ενδιαφέροντος για την πολιτιστική κληρονομιά
- η διατήρηση της ισορροπίας μεταξύ της διατήρησης και της πρόσβασης των τουριστών
- η διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς μπορεί να γίνει τουριστικό αξιοθέατο από μόνη της και μέσο εκπαίδευσης επισκέπτες σχετικά με τη διατήρηση της κληρονομιάς

Αντίστοιχα, οι αρνητικές επιπτώσεις αφορούν :

- την αυθεντικότητα. Ο τουρισμός παραμορφώνει την ιστορία μιας τοποθεσίας. Εμπορεύει / συσκευάζει το παρελθόν και, στη διαδικασία, το απλοποιεί και παράγει μια μη αυθεντική «έκδοση» ή εξήγηση των πραγμάτων.
- την αναδημιουργία ενός αντιληπτού αλλά τελείως ψεύτικου , με σκοπό την ευχαρίστηση και τη δημιουργία αισθήματος νοσταλγίας για το ιστορικό παρελθόν

-τον κίνδυνο των τοπικών κοινοτήτων να γίνουν το «θέαμα» του τουρισμού (Staif, 2006).



## **Κεφάλαιο 2: Καλές πρακτικές και παραδείγματα city break και πολιτιστικού τουρισμού**

Ο τουρισμός φέρνει νέα μοτίβα και αλλαγές στο αστικό τοπίο, όπως η παγκοσμιοποίηση, φαινόμενο που επηρεάζει όχι μόνο τις μεγάλες πόλεις αλλά και τις μεσαίου και μικρού μεγέθους πόλεις. Οι πόλεις αναπτύσσονται συνεχώς και σε σταθερή κατάσταση για να προσφέρουν στους επισκέπτες τους εμπειρίες και προϊόντα. Αυτές οι εμπειρίες και τα προϊόντα αλλάζουν, επίσης, συνεχώς για να προσαρμοστούν στην αυξανόμενη ζήτηση.

Υπάρχουν πολλές περιπτώσεις πόλεων μικρομεσαίων γαλλικών και βρετανικών πόλεων όπου ο τουρισμός πόλεων αποτελεί βασικό παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης. Ο αστικός τουρισμός υιοθετείται από παραδοσιακές βιομηχανικές πόλεις της δυτικής Ευρώπης. Η παραδοσιακή οικονομική δραστηριότητα έχει παρακμάσει για το λόγο αυτό οι τοπικοί φορείς στρέφονται στον αστικό τουρισμό για την ανάπτυξη, τη βελτίωση της εικόνας των πόλεων και για τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας (Αυγερινού- Κολώνια, 2000).

### Η περίπτωση του Δουβλίνου

Το Δουβλίνο ως πόλη είναι μικρότερο σε σύγκριση με άλλες ευρωπαϊκές πόλεις καθώς καταλαμβάνει συνολική έκταση 117 τετραγωνικά χιλιόμετρα. Σύμφωνα με στοιχεία του European Cities Tourism (2003) σχετικά με τις διανυκτερεύσεις τουριστών, το Δουβλίνο βρίσκεται στην τρίτη θέση πίσω από το Λονδίνο και το Παρίσι. Η απόδοση αυτή, κρίνεται ιδιαίτερα επιτυχημένη δεδομένου του μεγέθους της πόλης και των πόρων μάρκετινγκ σε σύγκριση με πολλές από τις άλλες μεγάλες αστικές πρωτεύουσες, επιτρέποντας στο Δουβλίνο να κατατάσσεται ως μία από τις κορυφαίες τουριστικές πόλεις στην Ευρώπη. Το Δουβλίνο, ως πρωτεύουσα, φιλοξενεί τα κύρια πολιτιστικά ιδρύματα της Ιρλανδίας, όπως το Εθνικό Μουσείο, την Εθνική Πινακοθήκη, Εθνική Βιβλιοθήκη, Ιρλανδικό Μουσείο Μοντέρνας Τέχνης, Βιβλιοθήκη και Εθνική Αίθουσα Συναυλιών. Αυτά αποτελούν ένα συγκρότημα πολιτιστικών αξιοθέατων που είναι σαφώς πολύ δημοφιλή στους επισκέπτες της πόλης. Έξι από τα δέκα κορυφαία αξιοθέατα των επισκεπτών στο Δουβλίνο αντιπροσωπεύουν εθνικούς πολιτιστικούς οργανισμούς. Η πόλη διαθέτει ορισμένα σαφή πλεονεκτήματα από την άποψη του πολιτιστικού της παρελθόντος. Ως το κύριο κέντρο μάθησης στην πολιτεία καθ' όλη τη διάρκεια της ιστορίας του, το Δουβλίνο

διαθέτει μια πλούσια λογοτεχνική παράδοση, γεγονός που αποτελεί πλέον κεντρικό ρόλο στο μάρκετινγκ και την επωνυμία της πόλης. Επιπλέον, το Δουβλίνο είναι ο κύριος κόμβος μεταφοράς για τη χώρα και ως εκ τούτου, λειτουργεί ως πύλη και το κύριο σημείο πρόσβασης για τους διεθνείς επισκέπτες. Το αεροδρόμιο του Δουβλίνου ξεπερνά κατά πολύ τα άλλα δύο μεγάλα αεροδρόμια, όσον αφορά τον αριθμό των επιβατών.

Μια σειρά επιτυχημένων ενεργειών οδήγησε το Δουβλίνο στο να χαρακτηρίζεται ελκυστική πόλη για τουρισμό. Ένας από τους λόγους είναι η αλλαγή στο μοτίβο των διακοπών καθώς οι προτιμήσεις των ανθρώπων έχουν μετακινηθεί από τη μαζική κατανάλωση τυποποιημένων τουριστικών προϊόντων σε πιο εξειδικευμένες δραστηριότητες που περιλαμβάνουν πολιτισμό, φεστιβάλ, εκδηλώσεις. Εκτός από αυτήν τη γενική τάση προς εξειδικευμένα προϊόντα, υπήρξε μια αξιοσημείωτη κίνηση προς τις διακοπές του Σαββατοκύριακου και των μικρών διακοπών. Παράλληλα ένας ακόμα παράγοντας που ενίσχυσε την τουριστική ροή στην πόλη, είναι η εικόνα ενός μοντέρνου τόπου που πρέπει να τον επισκεφτείς. Φαίνεται ότι οι ιρλανδέζικες ταινίες έχουν συμβάλει στο να προβάλλουν μια ζωντανή εικόνα της πόλης. Η αναδημιουργία της ετήσιας παρέλασης του Αγίου Πατρικίου σε πενθήμερο φεστιβάλ με μεγάλο πρόγραμμα εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων βοήθησε στην προσέλκυση περισσότερων επισκεπτών. Οι παραπάνω παράγοντες συνέβαλαν στην αύξηση της δημοτικότητας του Δουβλίνου ως προορισμού, και ιδίως ως αυτόνομου προορισμού, ξεχωριστού από την Ιρλανδία. Ωστόσο μία από τις κύριες ανησυχίες είναι το αντιληπτό υψηλό κόστος που σχετίζεται με τις διακοπές στην πόλη. Διαδοχικές έρευνες τα τελευταία χρόνια έχουν δείξει ότι οι υψηλές τιμές αποτελούν μία από τις βασικές αρνητικές αντιλήψεις της πόλης από τους επισκέπτες. Μια άλλη κριτική που έλαβε η πόλη αφορά την αντιληπτή κυριαρχία της στην εισερχόμενη τουριστική αγορά εις βάρος άλλων περιοχών της χώρας. Οι ανησυχίες προκύπτουν από την μεταβαλλόμενη συμπεριφορά των επισκεπτών που οδήγησε σε ταξίδια, η οποία είχε ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη σύντομων διαλειμμάτων σε σχέση με τις πιο παραδοσιακές διακοπές μεγαλύτερης διάρκειας (Dunne et al, 2007).

Η περίπτωση του Λονδίνου:

Ως εθνική πρωτεύουσα το Λονδίνο συμβολίζει την εθνική ταυτότητα, το καθεστώς και την εξουσία και είναι μια πόλη ιστορικής, πολιτιστικής, πολιτικής και συμβολικής σημασίας και ένα κέντρο συναλλαγών και κατανάλωσης. Η πόλη συγκεντρώνει εμβληματικά κτήρια, αστικά τοπία και μνημεία που έχουν δημιουργηθεί εκατοντάδες χρόνια πριν και αντικατοπτρίζουν τον εθνικό ρόλο και τη σημασία της πόλης. Το 2006, το Λονδίνο αναγνωρίστηκε ως ο πιο δημοφιλής προορισμός πόλης στον κόσμο όσον αφορά τις διεθνείς αφίξεις επισκεπτών. Στο Λονδίνο οι δυσκολίες στο διαχωρισμό των τουριστικών και μη τουριστικών εμπειριών είναι ιδιαίτερα έντονες. Οι συμβολικοί, πολιτιστικοί και επιχειρηματικοί ρόλοι της πόλης προσελκύουν τους ανθρώπους να μεταναστεύσουν από άλλα μέρη για αναζήτηση ευκαιριών εργασίας, μελέτης και αναψυχής. Αυτές οι ροές ανθρώπων δημιουργούν μια διαρκώς μεταβαλλόμενο, διαφορετικό, πολυπολιτισμικό και διακρατικό πληθυσμό. Ο διαχωρισμός των τουριστών και των μη τουριστών γίνεται πιο δύσκολος σε αυτό το πολυστρωματικό, ζωντανό μέρος, όπου οι ρόλοι είναι περίπλοκοι και αλλάζουν συνεχώς. Οι άνθρωποι μετακινούνται μεταξύ ρόλων υποδοχής και επισκέπτη και σε μια μέρα μπορεί να βιώσουν την πόλη ως κάτοικος, μαθητής, εργαζόμενος και τουρίστας (Stevenson, Inskip, 2009).

Όταν η πόλη φιλοξένησε τους Ολυμπιακούς και Παραολυμπιακούς Αγώνες το 2012, η πρωτεύουσα του Ηνωμένου Βασιλείου ήταν ήδη ένας κορυφαίος παγκόσμιος προορισμός και η διοργάνωση του μεγάλου γεγονότος βοήθησε να ξεκινήσει μια νέα περίοδος ανάπτυξης. Την περίοδο 2011-2016 ο τουρισμός αυξήθηκε κατά 25% και τα τελευταία χρόνια η πόλη δέχτηκε μια σειρά από ρεκόρ αφίξεων. Η τουριστική βιομηχανία του Λονδίνου είναι μια δραστηριότητα που αρχίζει τον 19ο αιώνα. Κατά την περίοδο 1820-1840 δημιουργήθηκαν νέες εγκαταστάσεις που εξακολουθούν έως σήμερα να αποτελούν τη βάση του τουριστικού τομέα της πόλης, όπως εμβληματικά αξιοθέατα (ζωολογικός κήπος του Λονδίνου, Madame Tussaud), τόποι αναψυχής (δημόσια πάρκα, εμπορικοί δρόμοι) και υποστηρικτικές παροχές (ξενοδοχεία και σιδηροδρομικοί σταθμοί). Ο 21<sup>ος</sup> αιώνας φέρει κάποιες σημαντικές αλλαγές στον τρόπο διαχείρισης του τουρισμού καθώς η προώθηση και ανάπτυξη του τουρισμού ανατέθηκε σε οργανισμό προκειμένου η πόλη να αποκτήσει σαφή τουριστική εικόνα (Smith, 2019).

Η επιτυχία του αστικού τουρισμού στο Λονδίνο προκύπτει από το γεγονός ότι η πόλη έχει χαρακτηριστεί ως προορισμός για ψώνια (shopping), στοιχείο που αναγνωρίζεται στον αστικό τουρισμό. Η ταύτιση των πόλεων, ως προορισμοί αστικού τουρισμού, ενισχύεται από την προσφορά ανταγωνιστικών τουριστικών πακέτων, συμπεριλαμβανομένης τη μετακίνηση και τη διαμονή και από την ύπαρξης μιας σωστής πολιτικής για την ανάπτυξη του φαινομένου με δραστηριότητες και εκδηλώσεις που αποσκοπούν την προβολή της πόλης. Ωστόσο το Λονδίνο είναι μια πόλη γνωστή και για τις πολιτιστικές δραστηριότητες που προσφέρει στους επισκέπτες του. Οι πολιτιστικές δραστηριότητες συνιστούν μεγαλύτερο κίνητρο για τους τουρίστες άλλων χωρών παρά για τους Άγγλους τουρίστες. Οι τουρίστες εξωτερικού επισκέπτονται κυρίως τα σημεία ιστορικού ενδιαφέροντος, τον Πύργο του Λονδίνου, θέατρα, μουσεία με δημοφιλέστερο το Βρετανικό μουσείο (Κοκκώσης, 2011).

#### Η περίπτωση της Στοκχόλμης

Η Στοκχόλμη είναι ένας παραδοσιακός αστικός προορισμός συνδυάζοντας επιχειρήσεις και τουρίστες αναψυχής. Κατατάσσεται στην πρώτη θέση των σουηδικών προορισμών σε τουριστικούς αριθμούς, με μερικούς από τους κύριους μαγνήτες να είναι αξιοθέατα, πολιτισμό και ψώνια. Η Στοκχόλμη τοποθετείται στους μεγαλύτερους προορισμούς για city break διακοπές στην Ευρώπη και στοχεύει στην προσέλκυση τουριστών από όλον τον κόσμο. Παράλληλα, η Στοκχόλμη επικεντρώνεται στην παροχή ενός πρότυπου προϊόντος με βάση τον άνετο τρόπο ζωής της πόλης σε συνδυασμό με τα ψώνια, τα πολιτιστικά και γαστρονομικά οφέλη. Το τουριστικό γραφείο της Στοκχόλμης, το οποίο δημιουργήθηκε από την ίδια την πόλη και από Δημοτικό Συμβούλιο της Στοκχόλμης, υιοθέτησε μια παραδοσιακή προσέγγιση στο μάρκετινγκ προορισμού. Οι πρόσφατες στρατηγικές περιλαμβάνουν τη χρήση δημόσιων σχέσεων και στοχευόμενης καμπάνιας επικοινωνίας και μάρκετινγκ για να δημιουργηθούν θετικές στάσεις απέναντι στο προϊόν. Το γραφείο της Στοκχόλμης προώθησε την στενή συνεργασία με τουριστικούς διαμεσολαβητές ώστε να τοποθετήσουν την πόλη στο τουριστικό δυναμικό. Επιπλέον υπήρξε μια συνεργατική πρωτοβουλία μάρκετινγκ μεταξύ των σκανδιναβικών ξενοδοχείων και των αεροπορικών εταιριών με στόχο την προσέλκυση Ευρωπαίων τουριστών του Σαββατοκύριακου. Η ομάδα στόχος είναι ζευγάρια ή οικογένειες με μεσαίο έως υψηλό εισόδημα και επιθυμία για ανεξάρτητα ταξίδια. Η κύρια εστίαση γίνεται σε

άτομα που πραγματοποιούν τακτικά city break ταξίδια και σε τουριστικές επιχειρήσεις που έχουν επισκεφτεί τη Στοκχόλμη για επαγγελματικούς σκοπούς. Γεωγραφικά, οι αγορές στόχοι προσδιορίζονται κατά κύριο λόγο σε ευρωπαϊκές πόλεις οι οποίες συνδέονται με αεροπορικές γραμμές και είναι το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γερμανία, η Γαλλία, η Ισπανία, η Ιταλία και η Ελβετία. Τέλος, έχουν εγκριθεί κάποια οφέλη τα οποία περιλαμβάνουν τη γαστρονομία, την ιστορική κουλτούρα και τις χριστουγεννιάτικες γιορτές κυρίως για τα παιδιά. Ειδικά σχεδιασμένο για την ομάδα-στόχο ήταν η παροχή μιας αποκλειστικής κάρτας παροχών. Τα οφέλη περιλαμβάνουν δωρεάν μεταφορά, δωρεάν είσοδο σε μουσεία και εκπτώσεις σε καταστήματα και εστιατόρια. Με αυτόν τον τρόπο η κάρτα παροχών αντιπροσωπεύει την προσπάθεια δημιουργίας δεσμών της πόλης με τους τουρίστες της (Fyall et al, 2003).

Η σχέση πολιτιστικού τουρισμού και Ελλάδας ως χώρας προορισμού επισκεπτών είναι, από μία άποψη, πολύ πρόσφατη ενώ, από την άλλη, συνδέεται εξ αρχής με την ειδική προτεραιότητα επισκεψιμότητας από ξένους του ελλαδικού χώρου. Ο πολιτισμός συνέχισε να αποτελεί αναπόσπαστα οργανικό στοιχείο του ελληνικού τουριστικού προϊόντος όπως εν συνεχεία διαμορφώθηκε, σε συνάρτηση με την παγκόσμια αγορά στον τομέα αυτό κατά το δεύτερο ήμισυ του εικοστού αιώνα.

#### Η περίπτωση της Θεσσαλονίκης

Η Θεσσαλονίκη είναι η δεύτερη μεγαλύτερη πόλη της Ελλάδας και το σημαντικότερο κέντρο της περιοχής. Χτισμένο κοντά στη θάλασσα (στο πίσω μέρος του Θερμαϊκού Κόλπου), είναι μια σύγχρονη μητρόπολη που φέρει τα σημάδια της θυελλώδους ιστορίας και του κοσμοπολίτικου χαρακτήρα της, που της δίνουν μια ιδιαίτερη ομορφιά και γοητεία. Το πιο σημαντικό πλεονέκτημα της Θεσσαλονίκης είναι η ταραχώδης διαδρομή της μέσω της ιστορίας. Αυτή η ειδική διαδρομή βρήκε την πόλη να αποτελεί μέρος σχεδόν όλων των σημαντικών αυτοκρατοριών της ευρωπαϊκής ιστορίας πάντα με αίσθηση κοσμοπολιτισμού. Αυτή η ειδική κληρονομιά που παραδόθηκε μέχρι τα τελευταία χρόνια έχει ως αποτέλεσμα ένα μοναδικό μωσαϊκό πολιτισμών, συμπεριφορών, αρχιτεκτονικής και πολιτισμού. Μέχρι τα μέσα του 20ού αιώνα, η πόλη φιλοξενούσε περισσότερες από μία εθνικές αναλογίες δημιουργώντας μια μοναδική αίσθηση για τους κατοίκους και τους επισκέπτες. Αυτή η αίσθηση, αν και στην πραγματικότητα κρυμμένη, υπάρχει ακόμη και σήμερα

δημιουργώντας μια μοναδική ευκαιρία για να εξερευνήσει ο δυνητικός επισκέπτης. Η Θεσσαλονίκη έχει όλες τις δυνατότητες για να γίνει ένας επιτυχημένος τουριστικός προορισμός. Η Θεσσαλονίκη έχει ένα μοναδικό ιστορικό παρελθόν πάνω από 2300 χρόνια. Μια μεγάλη ποικιλία λειψάνων διαφορετικών πολιτισμών μεταξύ των οποίων είναι τα εξής: Αρχαία Ελληνικά, Ρωμαϊκά, Βυζαντινά, Οθωμανικά. Επιπλέον η Θεσσαλονίκη υπήρξε ένα μοναδικό ψηφιδωτό κατοίκων και θρησκειών του σύγχρονου πολιτισμού (Εβραίοι, Τούρκοι, Βούλγαροι, Έλληνες). Αυτά τα χαρακτηριστικά είναι αρκετά για να δημιουργήσουν ένα σύνολο διαφορετικών αλλά κοινών παραμυθιών που μπορούν να περιγράψουν την αίσθηση της πόλης ως ένα μοναδικό σταυροδρόμι άνθρωποι και ιστορία. Δεκαπέντε (15) Μνημεία Παγκόσμιας Κληρονομιάς της UNESCO βρίσκονται στη Θεσσαλονίκη (τα τείχη της πόλης, το βυζαντινό λουτρό, η Ροτόντα και 11 βυζαντινές εκκλησίες) που σε συνδυασμό με το Αρχαιολογικό Μουσείο και το Μουσείο Βυζαντινού Πολιτισμού αποτελούν ένδειξη των ισχυρών πολιτιστικών πόρων της πόλης. Εκτός από τα στοιχεία της ιστορικής κληρονομιάς, η Θεσσαλονίκη προσφέρει μια ποικιλία από σύγχρονα πολιτιστικά αγαθά. Η έδρα του 53χρονου Διεθνούς Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης, η έκθεση WOMEX 2012 και το Μακεδονικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης, η πόλη έχει πολλά να προσφέρει και στις σύγχρονες τέχνες. Από την άποψη της τουριστικής ανάπτυξης είναι προφανές ότι η Θεσσαλονίκη είναι εξαιρετικά πλούσια σε πολιτιστικά και ιστορικά κληρονομιά άνω των 2300 ετών. Ένας δυνητικός επισκέπτης μπορεί να «επαναφέρει στη ζωή» ιστορικές περιόδους χιλιάδες χρόνια πίσω στο χρόνο. Το αναδυόμενο τμήμα της τουριστικής αγοράς πολιτιστικού και ιστορικού τουρισμού πρέπει να είναι μια αγορά στόχος για την πόλη τόσο με κλασικό όσο και με διαφοροποιημένο τρόπο. Εκτός από το ότι είναι ένα καυτό σημείο για τους λάτρεις της αρχαίας και της σύγχρονης ιστορίας, η Θεσσαλονίκη μπορεί να προσφέρει εξατομικευμένη πολιτιστική και πολιτιστική εμπειρία για διαφορετικούς τύπους εθνοκοτήτων. Από τα παραπάνω γίνεται κατανοητό ότι εκτός από την προφανή ελληνική και δυτική ευρωπαϊκή αγορά, η πολιτιστική κληρονομιά της Θεσσαλονίκης μπορεί να στοχεύσει τουρίστες από την Τουρκία και το Ισραήλ με έναν πιο εξατομικευμένο τρόπο (Patikas, 2013).

### Κεφάλαιο 3: Ο Δήμος Βόλου ως προορισμός αστικού τουρισμού

#### 3.1 Γεωγραφική και ιστορική τοποθέτηση της πόλης

Ο Βόλος είναι η πρωτεύουσα του Νομού Μαγνησίας, η 6η πόλη της Ελλάδας και ένα από τα πέντε (5) σημαντικότερα λιμάνια. Βρίσκεται στο κέντρο της χώρας και η πόλη είναι κτισμένη στο εσωτερικό σημείο του Παγασητικού κόλπου. Σε μικρή απόσταση από τον κεντρικό οδικό άξονα της χώρας, με τον οποίο συνδέεται σε δυο σημεία, στις Μικροθήβες και το Βελεστίνο, και σε απόσταση 330 χλμ από την Αθήνα και 241 χλμ από τη Θεσσαλονίκη. Η περιοχή που καταλαμβάνει ο οικιστικός ιστός περιβάλλεται βορειοανατολικά με το βουνό Πήλιο, νότια από τη θάλασσα του Παγασητικού και δυτικά από τις πεδινές εκτάσεις της Θεσσαλίας. Είναι χτισμένη με μέτωπο κυρίως στον Παγασητικό και εκτείνεται μέχρι τις παρυφές του Πηλίου. Η σχέση της πόλης με τη θάλασσα και το βουνό επηρεάζει δραστικά την οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ζωή των κατοίκων.

Το Πήλιο το βουνό των μυθικών Κενταύρων φιλοξένησε πολλούς μυθικούς ήρωες όπως ήταν ο Αχιλλέας, ο Ασκληπιός και ο Ιάσοντας, υπό την κηδεμονία και εκπαίδευση του Κενταύρου Χείρωνα. Από την αρχαία Ιωλκή ξεκίνησε ο Ιάσοντας την Αργοναυτική Εκστρατεία με προορισμό την Κολχίδα και το χρυσόμαλλο δέρας. Η Αργώ, το κωπήλατο πλοίο που μετέφερε τους ήρωες της εποχής και που σήμερα υπάρχει πιστό ομοίωμα του στο λιμάνι της πόλης, λέγεται κατά τους μύθους ότι σχεδιάστηκε από τη θεά Αθηνά και χρησιμοποιήθηκαν ξύλα από τα δάση του Πηλίου (Μόσιου, 2017). Τα πρώτα ίχνη ανθρώπινης κατοίκησης στην περιοχή χρονολογούνται στα μέσα της 7ης χιλιετίας. Πρώτος οργανωμένος οικισμός ήταν ο νεολιθικός οικισμός του Σέσκλου δυτικά του σημερινού Βόλου. Συνέχεια του υπήρξε ο μεταγενέστερος οικισμός του Διμηνίου, σε παραπλήσια θέση. Κατά τη Μέση Εποχή του Χαλκού (1990-1550 π.Χ) χρονολογείται η ίδρυση της Ιωλκού, σημαντικού οικονομικού και πολιτιστικού κέντρου της εποχής, η οποία συνδέεται άμεσα με το μύθο της Αργοναυτικής Εκστρατείας. Η θέση της Ιωλκού ταυτίζεται με τις θέσεις στα Παλιά, στα Πευκάκια και στο Διμήνι. Κάποιες έρευνες υποδεικνύουν ότι Ιωλκός ονομαζόταν το σύνολο των πολιτισμών που βρίσκονταν στο μυχό του Παγασητικού Κόλπου (Αγγελοπούλου, 2005).

Το 294 π. Χ ο Δημήτριος Πολιορκητής χτίζει δίπλα στις Παγασές, τη Δημητριάδα, η οποία εξελίσσεται ταχύτατα σε σημαντικό κέντρο της περιοχής. Στα

χρόνια της ακμής, φαίνεται, να αριθμούσε τριάντα χιλιάδες (30.000) κατοίκους. Ήταν μεγάλο εμπορικό κέντρο, φρούριο και ορμητήριο των Μακεδόνων και κατά συνέπεια οι υπόλοιπες πόλεις σταδιακά έχασαν τη δύναμη τους. Η δυναμική παρουσία της Δημητριάδας υποχωρεί γύρω στους Αυτοκρατορικούς Ρωμαϊκούς χρόνους αλλά συνεχίζει να υπάρχει κατά τη Βυζαντινή εποχή και τη Φραγκοκρατία, οπότε άρχισαν να χτίζονται τα πρώτα χωριά του Πηλίου. Αργότερα, στα Βυζαντινά χρόνια η περιοχή συνέχισε την ακμάζουσα πορεία της, ενώ τον 14ο αιώνα εμφανίστηκε για πρώτη φορά το τοπωνύμιο «Βόλος», παράφραση του μέχρι τότε τοπωνύμιου «Γόλος» (Μηνακάκης).

Το 1423 μ.Χ οι Τούρκοι κατακτούν την Μαγνησία και εγκαθίστανται στο παλιό φρούριο από όπου οργάνωσαν το νέο του κάστρο, γνωστό ως «Κάστρο των Παλαιών» ενώ οι κάτοικοι της πόλης απομακρύνθηκαν προς τα πληρορείτικα χωριά. Το Κάστρο του Βόλου, έχει χτιστεί σε χαμηλό λόφο με σκοπό να εποπτεύει το λιμάνι και τη θάλασσα. Έχει σχήμα τετράπλευρο και η συνολική περίμετρος φτάνει το ένα (1) χιλιόμετρο. Σύμφωνα με τις πηγές το κάστρο διέθετε δυο πύλες. Η πρώτη, στη νότια πλευρά, οδηγούσε στο λιμάνι και η δεύτερη στη βορινή πλευρά οδηγούσε προς τη Λάρισα και άλλες θεσσαλικές πόλεις (Αναστασιάδου, Ντίνα, 2014). Τα τείχη υπήρχαν μέχρι το 1889 οπότε κατεδαφίστηκε ένα σημαντικό μέρος αυτών (Σταντζούρης, 2012).

Στην περίοδο της Τουρκοκρατίας, η οικονομική και πνευματική δραστηριότητα μεταφέρεται στο Πήλιο, το οποίο κατά τη διάρκεια του 18ου αιώνα εξελίσσεται σε ένα από τα μεγαλύτερα πρωτοβιομηχανικά κέντρα. Λίγο μετά το 1830, αρχίζει να χτίζεται έξω από το κάστρο, η πόλη του Βόλου, η οποία ξεκινά να γνωρίζει οικονομική άνθηση λόγω της θέσης της, ενώ το 1881 ο Βόλος και η περιοχή της Μαγνησίας προσαρτώνται στο νέο ελληνικό κράτος. Τα Νέα Μαγαζεία, άρχισαν να χτίζονται γύρω στο 1841, ως ο συνοικισμός των εμπόρων, προσαρμοσμένος στις ανάγκες του λιμανιού. Χαρακτηριστικό της ρυμοτόμησης της συνοικίας είναι οι παράλληλες σειρές καταστημάτων, εργαστηρίων και σπιτιών με μέτωπο την παραλία (Μηνακάκης). Ήταν καφενεία, εργαστήρια και αποθήκες εμπορευμάτων. Τα καταστήματα και οι αποθήκες ήταν ισόγεια, τα Χάνια διάφορα και χρησιμοποιούνταν ως μέρη για να περάσουν την νύχτα τους οι έμποροι. Στο χώρο γύρω από τον οικισμό κάθε Σάββατο γινόταν φημισμένη εμποροπανήγυρις όπου



έμποροι της ευρύτερης περιοχής κατέφθαναν για να πουλήσουν ή να αγοράσουν προϊόντα (Αγγελοπούλου, 2005).

Η ανάπτυξη του Βόλου μετά τη προσάρτηση υπήρξε ραγδαία. Η βιοτεχνική παράδοση και το λιμάνι ευνόησαν την οικονομική άνθηση της πόλης, κυρίως στους τομείς του εμπορίου και της βιομηχανίας. Το εμπόριο του Βόλου, το 1881, γνωρίζει μεγάλη άνθηση. Η πόλη χαρακτηρίστηκε ως «αποθήκη του εμπορίου της Θεσσαλίας από την Ελλάδα και την Ανατολή». Κατά το 1900-1919 ιδρύονται στην πόλη υφαντουργεία, αλευρόμυλοι και μικρότερες βιομηχανίες. Η κυριότερη βιομηχανία της περιόδου είναι του καπνού με την κατασκευή τσιγάρων και αποθήκευσης καπνού (Ξηρακιάς, 1980).

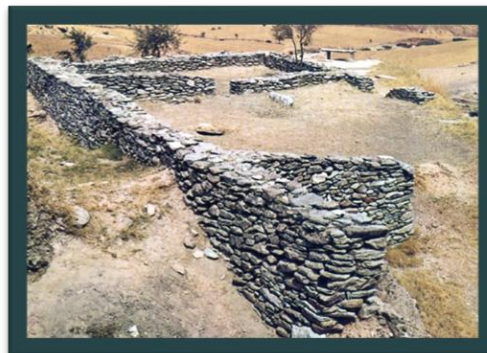
Μετά τη Μικρασιατική καταστροφή σημαντικός αριθμός προσφύγων κατέφθασε στο Βόλο, γεγονός που μετέβαλε τις ισορροπίες της πόλης σε τοπικό και οικονομικό επίπεδο. Οι πρόσφυγες συνέβαλαν στην αστικοποίηση και στη διαμόρφωση της εργατικής τάξης. Καθότι η πόλη ήταν ήδη ένα μεγάλο βιομηχανικό κέντρο εκείνη την εποχή, η δυνατότητα εργασίας αποτέλεσε κίνητρο για την εγκατάσταση των προσφύγων. Οι πρόσφυγες εγκαταστάθηκαν στον οικισμό του Ξηρόκαμπου, που μετονομάστηκε σε Νέα Ιωνία (Κούτσικα, 2003). Μέρος της παράδοσης στην πόλη είναι τα τσιπουράδικα. Αυτός ο θεσμός άρχισε από τους πρόσφυγες που δούλευαν στο λιμάνι. Αρχικά έπινα το τσίπουρο χωρίς μεζέ ενώ τα παραδοσιακά τσιπουράδικα σέρβιραν καφέ. Οι πρόσφυγες πρόσθεσαν τους μεζέδες με τα όστρακα και τα θαλασσινά. Ο θεσμός με τα τσιπουράδικα βοήθησε την πόλη να γίνει ευρύτερα γνωστή (Λάμπη, 2016).

Μεταπολεμικά, ο Βόλος εξελίχθηκε σε ένα από τα σημαντικότερα πολεοδομικά συγκροτήματα της Ελλάδας, από οικονομικής και δημογραφικής άποψης. Η οικονομία της σύγχρονης πόλης στηρίζεται στη βιομηχανία, το εμπόριο, τη βιοτεχνία, τις υπηρεσίες και τον τουρισμό.

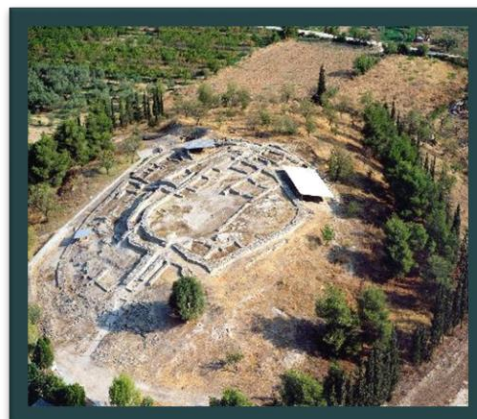


**Εικόνα 3.1 :** Χάρτης Ν. Μαγνησίας

**Πηγή:** Travel-greece



**Εικόνα 3.2 :** Άποψη Μεγάρου- Σέσκλο  
**Πηγή :** ΥΠΠΟΑ/ ΕΦΑ ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ



**Εικόνα 3.3:** Αεροφωτογραφία Νεολιθικού Οικισμού  
**Πηγή:** ΥΠΠΟΑ/ΕΦΑ ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ



**Εικόνα3.4:** Τμήμα της βόρειας και δυτικής πλευράς της οχύρωσης  
**Πηγή:** Ντίνα, Αναστασιάδου «Το Κάστρο των Παλαιών»



**Εικόνα 3.5:** Είσοδος στα Παλιά (1933)  
**Πηγή:** Η Μαγνησία στο Πέρασμα του Χρόνου



**Εικόνα 3.6:** Διαφημιστικό εργοστασίου Γκλαβάνη  
(Αρχείο Ζήμερη, ΔΗΚΙ)  
**Πηγή:** <https://www.volovres.gr>

### 3.2 Υπάρχουσες αστικές υποδομές

Τα τελευταία χρόνια οι τουριστικές επιλογές των επισκεπτών έχουν διαφοροποιηθεί, αναζητώντας νέα ενδιαφέροντα και προϊόντα που θα καλύψουν τις προσδοκίες και τις ανάγκες τους. Οι τουρίστες αναζητούν από την περιοχή που επισκέπτονται να τους προσφέρονται καλές υπηρεσίες, οι οποίες καλύπτουν την ανάγκη τους σε μεταφορά, διαμονή, διατροφή, ψυχαγωγία. Ο κάθε επισκέπτης, πριν μετακινηθεί στην περιοχή διαμορφώνει ένα δικό του συγκεκριμένο πλαίσιο σχετικά με τις επιθυμίες, τα ενδιαφέροντα, τη μορφή και το είδος των υπηρεσιών που του προσφέρει η περιοχή. Ο σημερινός τουρίστας, ως καταναλωτής, δεν επιθυμεί από την περιοχή μόνο το τουριστικό προϊόν της αλλά αποζητά την γενικότερη ποιότητα παροχής υπηρεσιών ή ένα καλύτερο πακέτο εξυπηρέτησης. Από τα παραπάνω στοιχεία, τουριστικοί προορισμοί όπως ο Βόλος, προσπαθούν να αναδείξουν και να προβάλλουν το τουριστικό προϊόν τους έχοντας ως απώτερο στόχο τη δημιουργία ενός ανταγωνιστικότερου τουριστικού πακέτου. Με αυτό τον τρόπο επιτυγχάνεται η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, η μεγαλύτερη διάρκεια απασχόλησης των εργαζομένων του τουριστικού κλάδου και η οικονομική ανάπτυξη της πόλης. Ο Βόλος, χαρακτηρίζεται ευνοημένη τουριστικά περιοχή καθώς διαθέτει αρκετά τουριστικά αγαθά, μερικά από τα οποία θεωρούνται μοναδικά και μπορούν να αναδείξουν τον αστικό και πολιτιστικό τουρισμό, ως μορφές εναλλακτικού τουρισμού (Αρβανίτης, 2005).

#### Υποδομές Μεταφορών

Η πρόσβαση στην πόλη μπορεί να πραγματοποιηθεί μέσω :

α) *Οδικού δικτύου*: όπως αναφέρθηκε παραπάνω ο Βόλος απέχει 330χλμ από την Αθήνα και 241χλμ από τη Θεσσαλονίκη. Επίσης η πόλη διαθέτει συχνά δρομολόγια Υπεραστικών Λεωφορείων, γεγονός που τη συνδέει με πόλεις όπως τα Ιωάννινα, η Κοζάνη, η Λάρισα, τα Τρίκαλα, η Λαμία, το Αγρίνιο και η Πάτρα.

β) *Σιδηροδρομικού δικτύου*: ο Βόλος συνδέεται με την Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη, μέσω Λαρίσης. Υπάρχουν δρομολόγια intercity και προαστιακής γραμμής.

γ) *Θάλασσας*: το λιμάνι του Βόλου συνεργάζεται με επιβατικά δρομολόγια με τις Σποράδες. Κατά τους θερινούς μήνες, ο Βόλος αποτελεί λιμάνι υποδοχής κρουαζιερόπλοιων. Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει τις αφίξεις κρουαζιερόπλοιων

κατά τα έτη 2000-2019. Σύμφωνα με τον πίνακα παρατηρείται ότι για το έτος 2019 ο μεγαλύτερος αριθμός τουριστών προέρχεται από το Ισραήλ, ακολουθούν οι αμερικανοί τουρίστες και έπειτα οι Κύπριοι. Σημαντικό χαρακτηριστικό αποτελεί η πτωτική τάση των Γερμανών τουριστών, από το 2015 έως το 2019.

**Πίνακας 3.1.** Διακίνηση Κρουαζιερόπλοιων και Εθνικότητα Τουριστών

**ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΟΠΛΟΙΩΝ & ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ  
ΣΤΟ ΚΕΝΤΡΙΚΟ ΛΙΜΑΝΙ ΤΟΥ ΒΟΛΟΥ ΚΑΤΑ ΤΑ ΕΤΗ 2000-2019**

ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ ΕΠΙΒΑΤΩΝ	2000		2001		2002		2003		2004		2005		2006		2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019	
	ΣΥΝΟΛΟ	ΠΛ. ΕΠΙΒΑΤ.	ΣΥΝΟΛΟ	ΠΛ. ΕΠΙΒΑΤ.	ΣΥΝΟΛΟ	ΠΛ. ΕΠΙΒΑΤ.	ΣΥΝΟΛΟ	ΠΛ. ΕΠΙΒΑΤ.	ΣΥΝΟΛΟ	ΠΛ. ΕΠΙΒΑΤ.	ΣΥΝΟΛΟ	ΠΛ. ΕΠΙΒΑΤ.	ΣΥΝΟΛΟ	ΠΛ. ΕΠΙΒΑΤ.	ΣΥΝΟΛΟ	ΠΛ. ΕΠΙΒΑΤ.	ΣΥΝΟΛΟ	ΠΛ. ΕΠΙΒΑΤ.	ΣΥΝΟΛΟ	ΠΛ. ΕΠΙΒΑΤ.	ΣΥΝΟΛΟ	ΠΛ. ΕΠΙΒΑΤ.	ΣΥΝΟΛΟ	ΠΛ. ΕΠΙΒΑΤ.	ΣΥΝΟΛΟ	ΠΛ. ΕΠΙΒΑΤ.	ΣΥΝΟΛΟ	ΠΛ. ΕΠΙΒΑΤ.	ΣΥΝΟΛΟ	ΠΛ. ΕΠΙΒΑΤ.	ΣΥΝΟΛΟ	ΠΛ. ΕΠΙΒΑΤ.	ΣΥΝΟΛΟ	ΠΛ. ΕΠΙΒΑΤ.	ΣΥΝΟΛΟ	ΠΛ. ΕΠΙΒΑΤ.	ΣΥΝΟΛΟ	ΠΛ. ΕΠΙΒΑΤ.		
1 ΑΙΤΑΛΟΙ	11.483	8.863	4.023	800	1.060	702	680	4.717	5.834	2.520	5.293	5.606	575	3.150	5.675	5.787	3.220	1.476	449	436																				
2 ΑΜΕΡΙΚΑΝΟΙ	1.827	1.623	2.369	407	703	1.052	230	713	2.503	3.219	3.580	3.792	1.209	2.657	6.342	4.413	2.110	1.291	1.543	2.505																				
3 ΑΥΣΤΡΙΑΚΟΙ	88	144	1.549	74	51	62	345	349	375	473	88	979	86	210	1.286	656	515	49	22	20																				
4 ΒΕΛΓΟΙ	482	128	365	25	39	39	17	70	107	136	50	445	14	121	670	762	382	30	43	95																				
5 ΓΑΛΛΟΙ	2.076	3.601	4.235	676	1.498	713	21	788	1.263	521	518	2.722	213	1.701	5.382	14.445	10.644	1.205	188	652																				
6 ΓΕΡΜΑΝΟΙ	2.750	3.369	10.352	5.340	3.911	2.847	12.886	16.261	17.166	23.447	2.691	38.869	2.189	4.987	9.023	20.048	9.128	1.635	1.571	1.242																				
7 ΙΑΝΟΙ	510	263	78	19	5	10	20	83	32	88	62	17	4	17	208	212	47	8	28																					
8 ΙΑΠΩΝΟΙ	2.694	1.219	2.943	447	1.177	738	7.967	844	4.070	1.959	1.835	4.145	1.057	2.383	9.718	6.647	2.818	929	5.154	1.444																				
9 ΕΛΛΗΝΕΣ	85	94	2.562	53	48	87	75	225	159	177	70	777	76	353	1.717	1.347	498	76	50	56																				
10 ΙΣΡΑΗΛΙΝΟΙ	40	207	8.277	11	99	0	14	468	65	202	4.024	8.414	3.434	126	740	512	187	50	18.224	94																				
11 ΙΡΑΝΗΤΕΣ	201	4.793	467	372	1.762	3.770	406	1	1.632	1.640	2.314	1.261	1.388	1.672	2.269	840	853	786	1.640	4.297																				
12 ΙΤΑΛΟΙ	699	656	33.465	11	479	14	39	63	59	1.325	81	3.908	41	1.210	12.526	8.609	5.956	22	99	43																				
13 ΚΥΠΡΙΟΙ	576	628	1.702	1.673	598	737	983	611	2.094	2.388	21	1.199	1.199	1.049	568	1.525	446	2	753	1.440																				
14 ΜΕΞΙΚΑΝΟΙ	140	34	794	7	20	24	2	55	30	159	307	103	46	75	279	270	77	22	138	47																				
15 ΝΟΡΒΗΓΟΙ	793	426	2	7	5	18	4	21	6	15	71	6	4	25	185	53	6	1	7	6																				
16 ΟΜΑΝΟΙ	0	0	915	40	52	33	54	54	178	232	311	284	25	374	604	614	416	21	13	57																				
17 ΠΟΡΤΟΓΑΛΟΙ	0	0	658	1	3	1	4	7	15	48	63	211	34	27	232	119	45	4	1.469	39																				
18 ΣΟΥΔΟΙ	1.176	528	115	12	5	4	32	13	54	36	26	20	7	57	165	90	23	7	6	10																				
19 ΤΟΥΡΚΟΙ	0	0	515	2	3	2	4	6	10	3	48	29	1	25	120	120	53	0	2	59																				
20 ΨΗΝΟΙ	0	1	247	1	4	0	20	2	3	4	2	5	324	8	116	27	21	4	0	4																				
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>54</b>	<b>25.620</b>	<b>75</b>	<b>26.577</b>	<b>72</b>	<b>75.633</b>	<b>27</b>	<b>9.578</b>	<b>26</b>	<b>11.542</b>	<b>26</b>	<b>10.853</b>	<b>32</b>	<b>23.804</b>	<b>38</b>	<b>25.351</b>	<b>48</b>	<b>35.655</b>	<b>43</b>	<b>38.592</b>	<b>33</b>	<b>21.455</b>	<b>61</b>	<b>72.796</b>	<b>21</b>	<b>11.926</b>	<b>31</b>	<b>20.227</b>	<b>53</b>	<b>57.825</b>	<b>57</b>	<b>67.096</b>	<b>46</b>	<b>37.445</b>	<b>9</b>	<b>7.618</b>	<b>27</b>	<b>31.377</b>	<b>22</b>	<b>12.574</b>

Πηγή: Οργανισμός Λιμένος Βόλου ΑΕ

δ) *Αεροδρομίου*: η αεροπορική σύνδεση της πόλης με το εξωτερικό γίνεται από το αεροδρόμιο Σκιάθου και από το αεροδρόμιο της Ν. Αγχιάλου. Ο Κρατικός Αερολιμένας Ν. Αγχιάλου, εξυπηρετεί πτήσεις εσωτερικού/εξωτερικού και πτήσεις charter από τις μεγαλύτερες πόλεις της Ευρώπης. Οι δυο παρακάτω πίνακες παρουσιάζουν τις συνολικές διεθνείς πτήσεις και πτήσεις εσωτερικού που επιτεύχθηκαν κατά τα έτη 2018 και 2019. Από τα στοιχεία, παρατηρείται ότι η αεροπορική κίνηση τους χειμερινούς μήνες είναι σημαντικά ελαττωμένη σε αντίθεση με τους καλοκαιρινούς. Στο σημείο αυτό να σημειωθεί ότι η μειωμένη κίνηση για το 2019 οφείλεται στην πανδημία του κορωνοϊού και στο μερικό άνοιγμα των αεροπορικών γραμμών.

Πίνακας 3.2: Διεθνείς πτήσεις και πτήσεις εσωτερικού (2018)

GREEK CIVIL AVIATION				TOTAL TRAFFIC - DOMESTIC + INT/NAL				PAGE 116				
AIRPORT: N.AGIALOS				YEAR 2018								
MONTH	PASSENGERS				MAIL				CARGO			
	FLIGHTS	ARRIVALS	DEPARTURES	TRANZIT	ARRIVALS	DEPARTURES	TRANZIT	ARRIVALS	DEPARTURES	TRANZIT		
JANUARY	2		1	2								
FEBRUARY	4	30	3									
MARCH												
APRIL	32	2097	1283	115								
MAY	52	2101	2298	323								
JUNE	72	3459	2939	1152								
JULY	86	4677	3810	1031								
AUGUST	116	5160	5192	1339								
SEPTEMBER	82	2948	3938	1036								
OCTOBER	24	300	779	242								
NOVEMBER												
DECEMBER	4	30	1									
TOTAL	474	20802	20244	5240								

Πίνακας 3.3: Διεθνείς πτήσεις και πτήσεις εσωτερικού (2019)

GREEK CIVIL AVIATION				TOTAL TRAFFIC - DOMESTIC + INT/NAL				PAGE 114				
AIRPORT: N.AGIALOS				YEAR 2019								
MONTH	PASSENGERS				MAIL				CARGO			
	FLIGHTS	ARRIVALS	DEPARTURES	TRANZIT	ARRIVALS	DEPARTURES	TRANZIT	ARRIVALS	DEPARTURES	TRANZIT		
JANUARY	4	2	8									
FEBRUARY	2	2	2									
MARCH												
APRIL	22	1705	926	80								
MAY	56	2606	2715	471								
JUNE	74	4897	4160	737								
JULY	82	4790	4237	796								
AUGUST	96	5547	5714	1060								
SEPTEMBER	64	2811	3829	793								
OCTOBER	46	1568	2260	123								
NOVEMBER												
DECEMBER												
TOTAL	446	23928	23851	4060								

Πηγή: Ετήσιο Δελτίο Στατιστικής κίνησης Αεροδρομίων, ΥΠΙΑ

Ξενοδοχειακή Υποδομή

Ως προς το ξενοδοχειακό δυναμικό, η Μαγνησία αριθμεί τετρακόσιες πέντε (405) ξενοδοχειακές μονάδες, δέκα χιλιάδες εκατόν σαράντα (10.140) δωμάτια και είκοσι χιλιάδες εκατόν είκοσι επτά κλίνες (20.120) όπως αυτά καταγράφονται από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο για την Περιφέρεια Θεσσαλίας το έτος 2019.

**Πίνακας 3.4.** Ξενοδοχειακό Δυναμικό (2019)

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ							
Ξενοδοχειακό δυναμικό 2019							
Περιφερειακή Ενότητα		5*	4*	3*	2*	1* Σύνολο	
<b>Καρδίτσα</b>	Μονάδες	2	7	10	14	2	<b>35</b>
	Δωμάτια	80	228	278	291	64	<b>941</b>
	Κλίνες	178	481	553	528	154	<b>1.894</b>
<b>Λάρισα</b>	Μονάδες	2	2	11	13	11	<b>39</b>
	Δωμάτια	224	77	472	383	250	<b>1.406</b>
	Κλίνες	433	134	905	692	518	<b>2.682</b>
<b>Μαγνησία</b>	Μονάδες	22	95	90	144	54	<b>405</b>
	Δωμάτια	1.124	2.417	2.346	3.283	970	<b>10.140</b>
	Κλίνες	2.295	4.884	4.684	6.360	1.904	<b>20.127</b>
<b>Τρίκαλα</b>	Μονάδες	3	12	30	24	7	<b>76</b>
	Δωμάτια	59	860	887	393	67	<b>2.266</b>
	Κλίνες	132	1.688	1.723	772	175	<b>4.490</b>
<b>Σύνολο</b>	Μονάδες	29	116	141	195	74	<b>555</b>
	Δωμάτια	1.487	3.582	3.983	4.350	1.351	<b>14.753</b>
	Κλίνες	3.038	7.187	7.865	8.352	2.751	<b>29.193</b>

**Πηγή:** Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας, Επεξεργασία INSETE Intelligence

Πιο συγκεκριμένα στο πολεοδομικό συγκρότημα του Βόλου αριθμούνται δεκατέσσερα (14) ξενοδοχειακά, τα οποία παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα. Οι θέσεις των ξενοδοχείων εκτείνονται κατά μήκος του παραλιακού μετώπου και των δυο κεντρικών οδών (Δημητριάδος και Ιάσωνος) της πόλης.

**Πίνακας 3.5:** Λίστα ξενοδοχείων πόλης

	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ	1*	2*	3*	4*	5*
1	Άδμητος		√			
2	Αίγλη			√		
3	Αλέξανδρος			√		
4	Αργώ	√				
5	Αύρα		√			
6	Volos Palace				√	
7	Ηλέκτρα			√		

8	Ιάσων	√				
9	Ιωλκός		√			
10	Κυψέλη			√		
11	Νεφέλη			√		
12	Ξενία					√
13	Πάρκ (Park)				√	
14	Φίλιππος		√			

**Πηγή:** Στοιχεία από Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας, Ιδία επεξεργασία

Παράλληλα, στην πόλη ανθίζει και η ενοικίαση καταλυμάτων μέσω της πλατφόρμας του Airbnb. Μια πολύ γρήγορη αναζήτηση για το κέντρο του Βόλου, εμφανίζει τριακόσια (300) καταλύματα. Στον επόμενο Πίνακα (5) παρουσιάζονται τα συνολικά ενοικιαζόμενα καταλύματα του Ν. Μαγνησίας για το 2019.

**Πίνακας 3.6.** Ενοικιαζόμενα Δωμάτια (2019)

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ						
Ενοικιαζόμενα δωμάτια 2019						
Ενότητα		4Κ	3Κ	2Κ	1Κ	Σύνολο
Μαγνησίας	Μονάδες	31	301	725	273	1.330
	Δωμάτια	268	1.744	4.788	1.705	8.505
	Κλίνες	740	4.389	11.099	3.809	20.037
Λάρισας	Μονάδες	5	28	136	55	224
	Δωμάτια	44	196	1.001	363	1.604
	Κλίνες	133	437	2.100	740	3.410
Τρικάλων	Μονάδες	7	27	34	13	81
	Δωμάτια	56	210	185	63	514
	Κλίνες	136	484	445	146	1.211
Καρδίτσας	Μονάδες	5	19	27	7	58
	Δωμάτια	33	117	122	44	316
	Κλίνες	80	292	257	93	722
Σύνολο	Μονάδες	48	375	922	348	1.693
	Δωμάτια	401	2.267	6.096	2.175	10.939
	Κλίνες	1.089	5.602	13.901	4.788	25.380

**Πηγή:** ΜΗΤΕ- Επεξεργασία INSETE-Intelligence

### Πανεπιστημιακές Υποδομές

Ο Βόλος αποτελεί έδρα του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας από το 1984. Στην πόλη βρίσκονται σχολές Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών, Οικονομικών και Διοικητικών Επιστημών, Πολυτεχνικών Επιστημών, Γεωπονικών Επιστημών. Οι σχολές διαθέτουν προπτυχιακά, μεταπτυχιακά, διδακτορικά και ερευνητικά



προγράμματα. Πολλές σχολές και εγκαταστάσεις του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας στεγάζονται σε παλαιότερα βιομηχανικά κτήρια όπως η πρώην καπναποθήκη Παπαστράτου, η οποία φιλοξενεί διοικητικές υπηρεσίες και πρυτανικές αρχές του Πανεπιστημίου και η πρώην καπνοβιομηχανία Ματσάγγου όπου έχει μεταφερθεί το Τμήμα Οικονομικών Επιστημών.

#### *Εκθεσιακοί Χώροι - Συνεδριακά Κέντρα*

Το 2003 άρχισε τη λειτουργία του, το Συνεδριακό Κέντρο Θεσσαλίας. Κατασκευάστηκε με σκοπό τη φιλοξενία συνεδρίων και λειτουργεί όλη τη διάρκεια του έτους. Η θέση του Συνεδριακού Θεσσαλίας βρίσκεται στα Μελισσιάτικα Μαγνησίας, στο ανατολικό Πήλιο, σε απόσταση έξι (6) χιλιομέτρων από το κέντρο της πόλης και διαθέτει ένα στεγασμένο συνεδριακό χώρο με δεκατρείς (13) αίθουσες χωρητικότητας χιλίων τριακοσίων πενήντα (1350) ανθρώπων και ένα (1) αμφιθέατρο πεντακοσίων (500) ατόμων (<https://docplayer.gr/543864-Synedriako-thessalias-iera-mitropoli-dimitriadou-volos-melissatika.html>).

Εντός του πολεοδομικού ιστού του Βόλου υπάρχει κάποιες αίθουσες και χώροι που αξιοποιούνται σε συνέδρια και εκδηλώσεις. Μερικά από αυτά είναι το Εκθεσιακό Κέντρο, τα αμφιθέατρα του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας, αίθουσες στα Ξενοδοχεία « Βόλος Παλάς (Volos Palace)», «Πάρκ (Park)», «Ξενία (Xenia)».

#### Προξενεία

Πρόξενος είναι ο επίσημος ενός κράτους που δραστηριοποιείται σε μια ξένη χώρα με σκοπό την εξυπηρέτηση και προστασία των συμπατριωτών του καθώς και την ανάπτυξη φιλικών σχέσεων ανάμεσα σε δυο χώρες (Βικιπαιδεία). Από το 1878 ο Βόλος φιλοξενεί προξενεία διάφορων χωρών. Σήμερα στην πόλη βρίσκονται πέντε (5):

- Το προξενείο της Ιταλίας
- Το προξενείο της Ολλανδίας
- Το προξενείο της Γερμανίας
- Το προξενείο της Γαλλίας
- Το προξενείο της Δανίας

Συμπεράσματα

Από την παρουσίαση των υφιστάμενων υποδομών της πόλης διαπιστώνουμε ότι ο τουρισμός αποτελεί μέρος της ανάπτυξης της. Η αύξηση του αριθμού των επισκεπτών, η αύξηση της τουριστικής δαπάνης, η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, επιτυγχάνονται από τους τουριστικούς πόρους που βοηθούν την έλευση των τουριστών και από τις υποδομές που μπορούν να ικανοποιήσουν τους τουρίστες. Το γεγονός ότι ο Βόλος διαθέτει ένα μεγάλο αριθμό ξενοδοχείων και Airbnb οικιών, οδηγεί στο συμπέρασμα ότι μπορεί να φιλοξενήσει υψηλής ποιότητας τουρισμό. Στον πολεοδομικό ιστό υπάρχουν αρκετές ξενοδοχειακές μονάδες και με αυτόν τον τρόπο φαίνεται ότι η πόλη λειτουργεί ως διαμετακομιστικό κέντρο. Επίσης κρίνεται απαραίτητη η βελτίωση των ακτοπλοϊκών συνδέσεων και η αναβάθμιση του πολιτικού αεροδρομίου της Νέας Αγχιάλου με προγραμματισμένες πτήσεις εσωτερικού και εξωτερικού σε όλη διάρκεια του έτους, ώστε να τονωθεί ο ρυθμός της επισκεψιμότητας.

### 3.3 Υπάρχουσα πολιτιστική κληρονομιά της πόλης

Η πόλη είναι ένας ζωντανός οργανισμός με ακριβή δυναμική εξέλιξης που τη βοηθάει να μεταμορφώνεται σταδιακά. Ως ζωντανός οργανισμός, φέρει στοιχεία που παραπέμπουν στη διαχρονική εξέλιξη. Με σκοπό τη διαφύλαξη και την προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς τόσο στους κατοίκους όσο και στους τουρίστες της πόλης, επιχειρείται ενός συνολικού δικτύου πολιτιστικών διαδρομών. Η υλοποίηση αναμένεται να φέρει τον επισκέπτη κοντά στα στοιχεία του παρελθόντος που κινδυνεύουν να χαθούν και αποτελούν ορόσημο για το παρελθόν της πόλης.

Ο Βόλος είναι μια από τις πιο σύγχρονες πόλεις της Ελλάδας, με πλούσια πολιτιστική κληρονομιά τόσο των νεότερων χρόνων όσο και των παλαιότερων ιστορικών περιόδων. Η διαφύλαξη, αποκατάσταση και προβολή οποιουδήποτε αξιόλογου ιστορικού στοιχείου αποτελούν το βασικό στόχο του σχεδιασμού των πολιτιστικών διαδρομών. Τα στοιχεία που θα συμπεριληφθούν είναι αρχαιότητες, κτήρια, γλυπτά, κ.α και πρόκειται να αποτελέσουν αναφορές για τη ζωή της πόλης σε κάθε ιστορική περίοδο.

Η ιστορία της πόλης μακραίωνη από το μυθολογικό παρελθόν μέχρι τη σύγχρονη πλευρά της. Ο πλούτος της περιοχής και η μεγάλη του ιστορία αποτυπώνονται στην αρχιτεκτονική δομή της πόλης. Τα πολλά αρχοντικά, τα δημόσια μέγαρα, τα μουσεία, τα βιομηχανικά κατάλοιπα του 20ού αιώνα και οι ιστορικές εκκλησίες είναι μερικά από τα χαρακτηριστικά στοιχεία της πολιτιστικής κληρονομιάς του Βόλου.

Η πολεοδομική και αρχιτεκτονική φυσιογνωμία του Βόλου χαρακτηρίζεται από την καλή ρυμοτομία, από γειτονιές, από σημαντικά νεοκλασικά, εξαιρετικά παλιά βιομηχανικά κτήρια και αρκετές ζώνες πρασίνου. Ο ρόλος του λιμανιού για την οικονομική ανάπτυξη της πόλης ήταν πάντοτε καθοριστικός. Ο Βόλος έγινε γνωστός ως κέντρο εμπορίου και κυρίως ως σκάλα εισαγωγών και εξαγωγών. Πιο συγκεκριμένα εξάγονταν προϊόντα του Πηλίου, σιτάρια της Θεσσαλίας και βιοτεχνικά είδη του τόπου, όπως μάλλινες κάπες, μετάξια, βαμβακερά, νήματα. Το 1881 το λιμάνι διέθετε λίγες ιδιόκτητες αποβάθρες. Μετά την Απελευθέρωση έγιναν διαδοχικά έργα που το εκσυγχρόνισαν. Ο συνδυασμός θαλάσσιων και σιδηροδρομικών μεταφορών τροφοδότησε την ανάπτυξη της πόλης και έφερε το

λιμάνι του Βόλου για αρκετές δεκαετίες στην τρίτη θέση των λιμανιών της Ελλάδας (Μηνακάκης).

Η ανάπτυξη της νέας πόλης συνέπεσε χρονικά με την άνθηση του νεοκλασικισμού. Τα δημόσια κτήρια που κατασκευάστηκαν ακολούθησαν αυτά πρότυπα, ενώ τα ιδιωτικά των εύπορων αστών είχαν εκλεκτικιστικό πνεύμα. Χαρακτηριστικά νεοκλασικά κτήρια είναι το τριώροφο ξενοδοχείο της Γαλλίας (1894), η Τράπεζα Ηπειροθεσσαλίας και μετέπειτα Εθνική Τράπεζα (1895), η Τράπεζα Αθηνών (1903), το Αχιλλοπούλειο Δημοτικό Νοσοκομείο (1901), το Αθανασάκειο Αρχαιολογικό Μουσείο (1909), η Αγροτική Τράπεζα (1909), η Τράπεζα της Ελλάδος (1935), το Δικαστικό Μέγαρο, οι οικίες Γκλαβάνη, Καρτάλη, Κατσέμη, το μέγαρο Σαραφόπουλου (1927), η οικία του Ρήγα, το ξενοδοχείο Παλλάς.

Αξιόλογα αρχιτεκτονικά δείγματα της βιομηχανικής ακμής της πόλης κατά τα τέλη του 19ου και κυρίως κατά τις αρχές του 20ού αιώνα, είναι τα εργοστάσια και οι καπναποθήκες. Συγκεντρώνονται άλλα κοντά στον σιδηρόδρομο και το λιμάνι και άλλα στον κεντρικό ιστό της πόλης. Για την κατασκευή των κτηρίων εργάστηκαν σημαντικοί Ευρωπαίοι αρχιτέκτονες. Αρκετά από αυτά έχουν διατηρηθεί έως σήμερα, λαμβάνοντας πλέον νέα χρήση. Ανάμεσα τους βρίσκονται το μηχανουργείο Σταματόπουλου (1883), το υφαντουργείο Μουρτζούκου (1908), η βιομηχανία βάμβακος Αδαμόπουλου (1908), η χαλβαδοποιία Παπαγιαννόπουλου (1909), η Ηλεκτρική Εταιρία Βόλου (1911), τα πλινθοκεραμοποιείο Τσαλαπάτα (1925), το μεταξουργείο Ετμεκτζόγλου (1926), η καπναποθήκη Σπίρερ (1926). Η εξωτερική όψη πολλών βιομηχανικών κτηρίων είναι ιδιαίτερα φροντισμένη και καλαίσθητη. Χαρακτηριστικό δείγμα ο εντυπωσιακός τρούλος, ο πλούσιος μαρμάρινος διάκοσμος, των μπαλκονιών και οι γύψινες συνθέσεις στις οροφές του καπνεργοστασίου Ματσάγγου (1925).

Ο λόφος των Παλαιών κατοικείται συνεχώς από τα Προϊστορικά χρόνια και αποτελεί ένα πολύτιμο αρχαίο οικιστικό σύνολο. Η συνοικία των Παλαιών ή τα Παλιά όπως συνηθίζεται να τα αποκαλούν είναι η πιο γραφική συνοικία της πόλης. Το οθωμανικό φρούριο υπέστη πολλές μεταβολές από το απόγειο της βιομηχανικής ανάπτυξης έως τη σημερινή κατάσταση. Στα Παλιά βρίσκεται το κτίριο του Σιδηροδρομικού Σταθμού, σε σχέδιο Εβάριστο Ντε Κίρικο, ο ναός των Αγίων Θεοδώρων, την πρώτη εκκλησία που χτίστηκε μετά την απελευθέρωση του 1881,

βιομηχανικά κτήρια όπως το συγκρότημα Τσαλαπάτα, η καπναποθήκη Παπάντου, το κτήριο των κυλινδρόμυλων Λούλη, στη συνοικία του Παλιού Λιμέναρχείου, όπου σκιαγραφείται η φυσιογνωμία των Παλιών με τα χάνια και τις κατοικίες με καταστήματα. Μια άλλη εικόνα της περιοχής εμφανίζεται στον χώρο της πλατείας των Παλαιών. Στη γραφική αυτή πλατεία με τις πεζοδρομήσεις λειτουργούν εμπορικά καταστήματα, καθώς και καταστήματα εστίασης.

Επιπλέον, η πόλη βρίθκει από μουσεία και συλλογές. Το πιο γνωστό είναι το Αθανασάκειο Μουσείο, το οποίο χτίστηκε το 1909. Τα εκθέματα της συλλογής του προέρχονται από τους προϊστορικούς οικισμούς του Σέσκλου και Διμηνίου συνθέτοντας μια ολοκληρωμένη εικόνα της Νεολιθικής εποχής στη Θεσσαλία και γενικότερα στον Ελλαδικό χώρο. Το Σιδηροδρομικό Μουσείο Θεσσαλίας στεγάζεται στον πρώτο όροφο του σταθμού και φιλοξενεί ένα πλούσιο σιδηροδρομικό, κειμηλιακό και τεκμηριωτικό υλικό. Το εργοστάσιο Πλινθοκεραμοποιίας Τσαλαπάτα ιδρύθηκε το 1926 και σταμάτησε τη λειτουργία του το 1978. Το 2004 το Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς (ΠΙΟΠ), σε συνεργασία με το Δήμο Βόλου ανέλαβε τη μετατροπή και ανακαίνιση των χώρων του κυρίως εργοστασίου σε μουσείο. Το μουσείο άρχισε να λειτουργεί το 2006 και ανήκει στο δίκτυο των θεματικών τεχνολογικών μουσείων. Το μουσείο Αλέκου Κ. Δάμτσα εγκαινιάστηκε το 1998 και στεγάζεται στο Κέντρο Τέχνης Τζιόρτζιο ντε Κίρικο. Στους τρεις ορόφους που το φιλοξενούν εκτίθεται μόνιμα η προσωπική συλλογή του Βολιώτη καπνέμπορα και περιλαμβάνει 365 πίνακες από τα καλλιτεχνικά ρεύματα του 19ου και 20ού αιώνα. Στο σπίτι του λαογράφου Κίτσου Μακρή στεγάζεται το ομώνυμο Λαογραφικό Κέντρο και ανήκει από το 1989 στο Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας περιλαμβάνοντας τη λαογραφική συλλογή του μαζί με τα εικοσιπέντε έργα του Θεόφιλου Χατζημιχαήλ. Το Εντομολογικό Μουσείο λειτουργεί από το 1987. Εμπλουτίζεται συνεχώς με νέα είδη και περιλαμβάνει τριανταπέντε χιλιάδες (35.000) έντομα διάφορων τάξεων από την Ελλάδα, την Ευρώπη και άλλες ηπείρους, γεγονός που το βοηθάει να είναι μοναδικό στο είδος του στην Ελλάδα και ένα από τα καλύτερα των Βαλκανίων. Το Μουσείο της Πόλης, εγκαινιάστηκε το 2007 στο κτήριο της παλιάς καπναποθήκης Παπάντου δίπλα στο Σιδηροδρομικό Σταθμό. Οι συλλογές του περιλαμβάνουν αντικείμενα, φωτογραφίες και τεκμήρια, που αφορούν την ιστορία και τη φυσιογνωμία του Βόλου και της ευρύτερης περιοχής της Μαγνησίας και της Θεσσαλίας. Στο Μουσείο διατίθεται ένα σύνολο ηχογραφήσεων που συγκέντρωσε

και εξακολουθεί να συγκεντρώνει η ομάδα προφορικής ιστορίας του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας. Το Μουσείο Προπολεμικής Μεταξουργίας λειτουργεί σε χώρο του παλιού μεταξουργείου Ετμεκτζόγλου που ιδρύθηκε το 124, στη Ν. Ιωνία περιλαμβάνοντας το μηχανολογικό εξοπλισμό του εργοστασίου, τα παραγόμενα προϊόντα και άλλα στοιχεία και ντοκουμέντα. Το λαογραφικό Μουσείο του Λυκείου Ελληνίδων Βόλου στεγάζεται στον όροφο της διατηρητέας νεοκλασικής οικίας Ρήγα και εκτίθεται η λαογραφική συλλογή του Λυκείου Ελληνίδων. Τέλος, το κόκκινο σπίτι με τις εξωτερικές τοιχογραφίες στις οδούς Βλαχάβα με Γαζή είναι γνωστό με την ονομασία «Το σπίτι με το τριαντάφυλλο», λειτουργεί από το 1994 ως μουσείο-πινακοθήκη της ζωγράφου Χρυσούλας Ζιώγα. Στο σπίτι παρουσιάζονται διακόσια πενήντα (250) έργα της καθώς και δυο πίνακες του Νικήτα Γρύσπου με θέμα την ίδια (Εν Βόλω, 2005).

## **Κεφάλαιο 4: Μεθοδολογία της εμπειρικής έρευνας**

### **4.1 Σκοπός της έρευνας**

Βασικός σκοπός της έρευνας είναι η διερεύνηση των απόψεων τουριστών που επισκέφθηκαν τον Δήμο του Βόλου σχετικά την προβολή του ως αστικό τουριστικό

προορισμό, τα κίνητρα και εμπόδια για την επίσκεψη της συγκεκριμένης περιοχής. Τα παραπάνω, συνοψίζονται στα εξής ερευνητικά ερωτήματα:

- Η ηλικία και ο τύπος τουριστών όπου ανήκουν οι ερωτηθέντες επηρεάζουν τις ημέρες διαμονής τους στο Βόλο και κατά πόσο η επίσκεψη τους είναι κύρια ή δευτερεύουσα επιλογή;
- Η ηλικία και ο τύπος τουριστών που ανήκουν οι ερωτηθέντες επηρεάζουν τους σκοπούς και τα κίνητρα με τα οποία αποφάσισαν να επισκεφθούν τον Βόλο, αλλά και κατά πόσο τον θεωρούν έναν ελκυστικό προορισμό για αστικό τουρισμό;
- Η ηλικία και ο τύπος τουριστών που ανήκουν οι ερωτηθέντες επηρεάζουν τους παράγοντες που προκάλεσαν αρνητικές και θετικές επιδράσεις κατά τη διάρκεια των διακοπών τους στο Βόλο και το κατά πόσο θα σύστηναν τον Βόλο για προορισμό ολιγοήμερων διακοπών;

#### **4.2 Δείγμα**

Στην παρούσα έρευνα συμμετείχαν συνολικά 113 ταξιδιώτες. Η πλειοψηφία του δείγματος αποτελείται από άνδρες, μεταξύ 25 με 35 ή από 46 έως 55 ετών. Επιπλέον, οι περισσότεροι ερωτηθέντες κατοικούν στην Αθήνα ή την Θεσσαλονίκη, είναι έγγαμοι και απόφοιτοι ΑΕΙ ή ΤΕΙ. Τέλος, η μεγαλύτερη μερίδα των συμμετεχόντων εργάζονται στον ιδιωτικό τομέα και δηλώνουν ετήσιο εισόδημα λιγότερο από 15.000 ευρώ.

#### **4.3 Ερευνητικό εργαλείο**

Για τους σκοπούς της έρευνας, χρησιμοποιήθηκε ερωτηματολόγιο το οποίο είναι χωρισμένο σε τρεις (3) ενότητες και συνολικά περιέχει είκοσι μι (21) ερωτήσεις. Η πρώτη ενότητα απαρτίζεται από έξι (6) ερωτήσεις κλειστού τύπου και μια (1) ερώτηση ανοιχτού τύπου. Τα ερωτήματα αφορούν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων. Η δεύτερη ενότητα του ερωτηματολογίου περιέχει πέντε (5) ερωτήσεις κλειστού τύπου και εξετάζει το ταξιδιωτικό προφίλ και τις απόψεις των συμμετεχόντων για την τουριστική ανάπτυξη του Βόλου. Η τρίτη και τελευταία ενότητα του ερωτηματολογίου περιλαμβάνει εννέα (9) ερωτήσεις στις οποίες ο συμμετέχων καλείται να απαντήσει τα υποερωτήματα χρησιμοποιώντας την κλίμακα Likert («1=διαφωνώ τελείως», «2= διαφωνώ λίγο», «3= διαφωνώ», «4= ούτε

διαφωνώ ούτε συμφωνώ», «5= συμφωνώ», «6= συμφωνώ αρκετά», «7= συμφωνώ πολύ»). Τέλος η κάθε ερώτηση έχει ένα σύνολο επιλογών που πρέπει να απαντηθούν.

#### 4.4 Συλλογή δεδομένων

Λόγω της πανδημίας του κορωνοϊού και της αδυναμίας των ξενοδοχειακών μονάδων να δεχτούν άτομα με διαφορετική ιδιότητα εκτός των εργαζομένων και των πελατών, η έρευνα πραγματοποιήθηκε με χρήση ερωτηματολογίων σε συνεργασία ξενοδοχειακών υπαλλήλων και της ερευνήτριας. Πιο συγκεκριμένα ο διαμοιρασμός των ερωτηματολογίων γινόταν εντός του ξενοδοχείου και η ερευνήτρια παρέμενε στον προαύλιο χώρο για πιθανές διευκρινήσεις. Η περίοδος συλλογής δεδομένων ξεκίνησε τον Ιούνιο 2020 με τη σταδιακή άρση των μέτρων και ολοκληρώθηκε το φθινόπωρο του 2020.

#### 4.5 Ανάλυση δεδομένων

Για την ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πρόγραμμα SPSS.25 (Statistical Package for Social Sciences) και το πρόγραμμα Microsoft Excel. Στην περιγραφική στατιστική έγινε χρήση στοιχείων συχνότητας (frequencies) και ποσοστών (percent), μέσων τιμών (mean) και τυπικών αποκλίσεων (standard deviation), για την ανάλυση όλων των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου. Επίσης, για την κατάλληλη παρουσίαση των αποτελεσμάτων χρησιμοποιήθηκαν πίνακες και γραφήματα που δημιουργήθηκαν και στα δύο προγράμματα που προαναφέρθηκαν. Τέλος, για την απάντηση των ερευνητικών ερωτημάτων χρησιμοποιήθηκε το μη παραμετρικό Kruskal-Wallis, ο συντελεστής γραμμικής συσχέτισης Pearson και ο έλεγχος Chi-Square.

#### 4.6 Περιορισμοί

Όπως όλες οι έρευνες, έτσι και αυτή είχε τις δυσκολίες και τους περιορισμούς της. Ο πιο σημαντικός περιοριστικός παράγοντας στην υλοποίηση της έρευνας ήταν το γεγονός ότι συνέπεσε με την πανδημία. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα τη μειωμένη



κίνηση επισκεπτών και την αναπόφευκτη καθυστέρηση της συλλογής των ερωτηματολογίων. Επίσης, η άρνηση των ιδιοκτητών Airbnb οικιών να φέρουν την ερευνήτρια σε επαφή με τους πελάτες του, δυσχέρανε την έρευνα και η μέθοδος αυτή ματαιώθηκε. Τέλος, ένας ακόμη περιοριστικός λόγος ήταν η εποχή που διεξήχθη η έρευνα καθώς η προτεραιότητα των επισκεπτών είναι οι φυσικοί πόροι της περιοχής.

## **Κεφάλαιο 5. Αποτελέσματα Έρευνας**

### **5.1 Περιγραφική στατιστική**

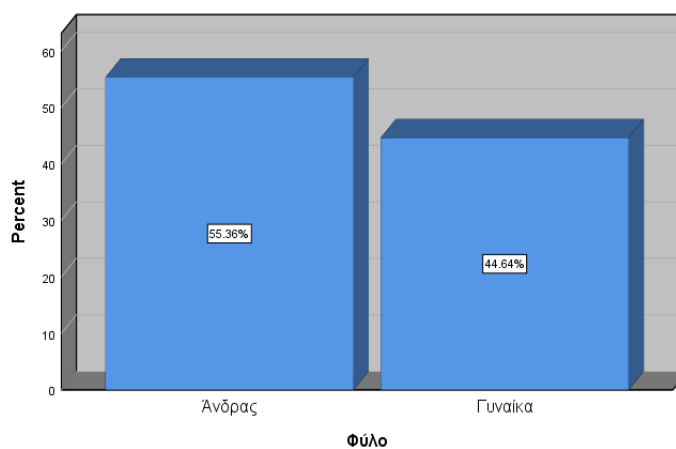
Στην παρούσα έρευνα διερευνήθηκαν οι απόψεις τουριστών που επισκέφθηκαν τον Δήμο Βόλου αναφορικά με την προβολή του ως αστικό τουριστικό προορισμό, τα κίνητρα και τα εμπόδια που αναγνωρίστηκαν ως προς την τουριστική ανάπτυξη του. Για τον σκοπό αυτό, χρησιμοποιήθηκε ερωτηματολόγιο τριών (3) ενοτήτων όπου αναλύονται τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων, το ταξιδιωτικό τους προφίλ και οι απόψεις τους για την τουριστική ανάπτυξη του Βόλου.

### Δημογραφικά χαρακτηριστικά

Στην πρώτη ενότητα της περιγραφικής στατιστικής παρουσιάζονται τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων.

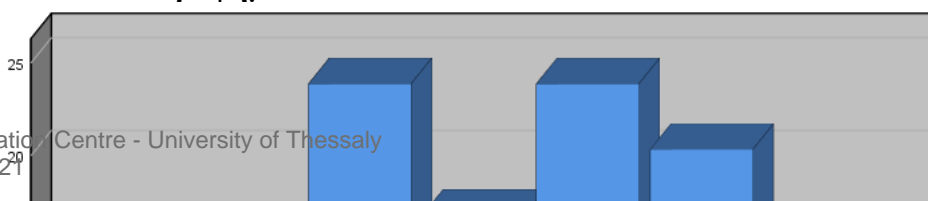
Στο Γράφημα 5.1, είναι εμφανές πως το 55.4% των ερωτηθέντων είναι άνδρες, ενώ οι γυναίκες καταλαμβάνουν το 44.6%.

**Γράφημα 5.1: Φύλο**



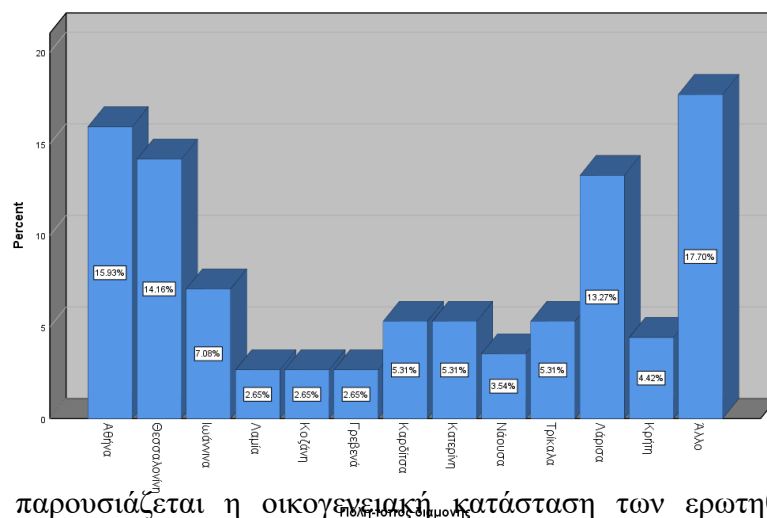
Το Γράφημα 5.2, παραθέτει την ηλικία των ερωτηθέντων. Όσοι είναι από 25 έως 35 ετών ή από 46 έως 55 ετών καταλαμβάνουν από 23.9% έκαστος, ενώ οι ηλικίες από 56 έως 65 ετών αγγίζουν το 20.4%. Επιπλέον, το 16.8% φτάνουν οι ηλικίες από 36 έως 45 ετών, οι ερωτηθέντες από 18 έως 24 ετών αντιπροσωπεύουν το 8.8% και το 3.5% αγγίζουν όσοι είναι άνω των 65 ετών. Τέλος, μόλις το 2.7% του δείγματος είναι κάτω των 18 ετών.

**Γράφημα 5.2: Ηλικία**

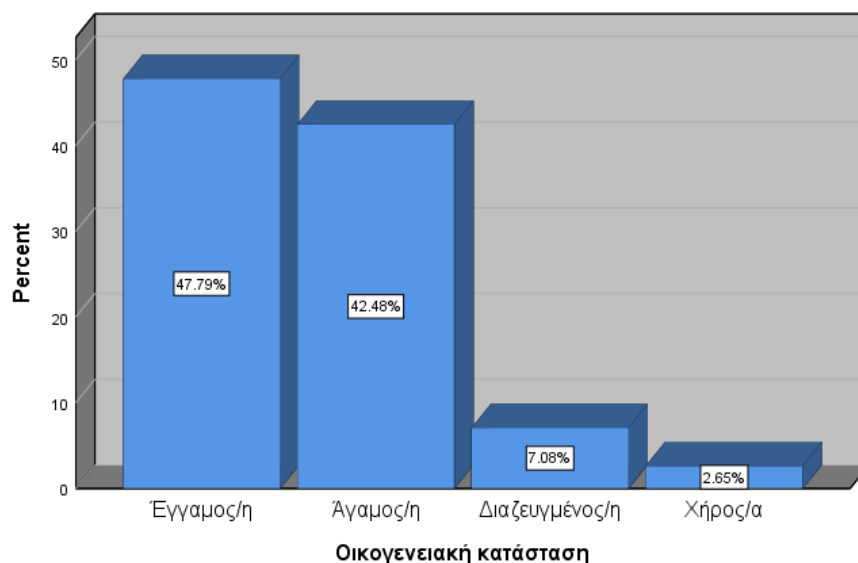


Στο Γράφημα 5.3, παρουσιάζεται ο μόνιμος τόπος διαμονής των ερωτηθέντων. Το 15.9% καταλαμβάνουν όσοι προέρχονται από την Αθήνα, το 14.2% κατοικεί στην Θεσσαλονίκη, το 13.3% στη Λάρισα, το 7.1% στα Ιωάννινα όσοι κατοικούν στην Καρδίτσα, την Κατερίνη και τα Τρίκαλα καταλαμβάνουν από 5.3% έκαστος. Ακόμη, όσοι δήλωσαν ως τόπο κατοικίας τους την Κρήτη αγγίζουν το 4.4%, το 3.5% ανήκει στους κατοίκους Νάουσας και η Λαμία, η Κοζάνη και τα Γρεβενά αγγίζουν από 2.7%. Τέλος, η απάντηση «Άλλο» καταλαμβάνει το υπόλοιπο 17.7%.

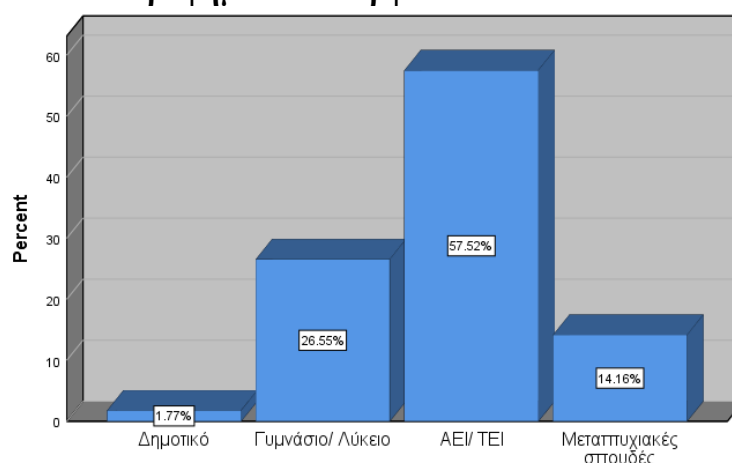
**Γράφημα 5.3: Πόλη-τόπος διαμονής**



Στη συνέχεια παρουσιάζεται η οικογενειακή κατάσταση των ερωτηθέντων. Το ποσοστό του 47.8% καταλαμβάνουν οι έγγαμοι, το 42.5% οι άγαμοι, ενώ οι διαζευγμένοι αντιπροσωπεύουν το 7.1%. Επιπλέον, όσοι δηλώνουν χρεία φτάνουν το 2.7%. Τα παραπάνω εκμειούνται από το Γράφημα 5.4.

**Γράφημα 5.4: Οικογενειακή κατάσταση**

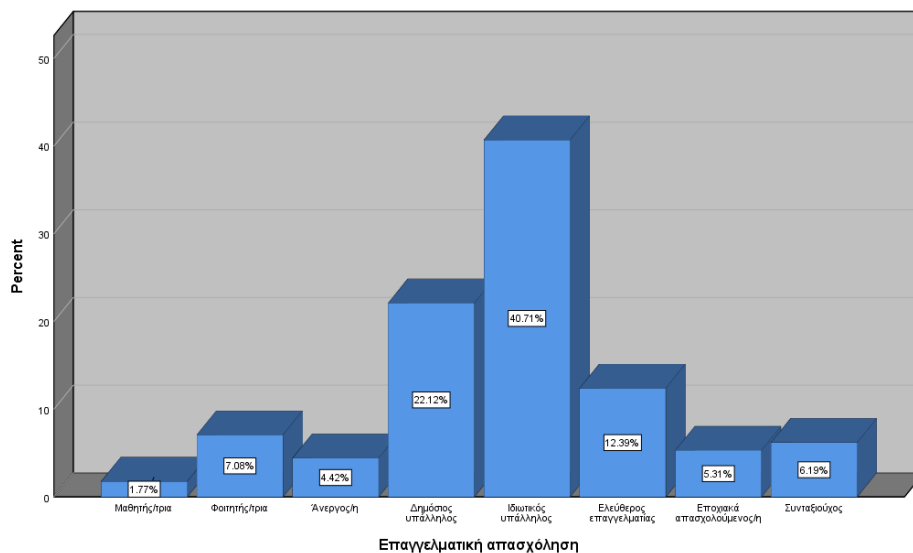
Στη συνέχεια στο Γράφημα 5.5, παρατηρείται πως το 57.5% των ερωτηθέντων είναι απόφοιτοι ΑΕΙ ή ΤΕΙ, το 26.5% καταλαμβάνουν οι απόφοιτοι Γυμνασίου ή Λυκείου, ενώ οι κάτοχοι μεταπτυχιακού διπλώματος και οι απόφοιτοι Δημοτικού καταλαμβάνουν το 14.2% και το 1.8% αντίστοιχα.

**Γράφημα 5.5: Μορφωτικό επίπεδο**

Σχετικά με την επαγγελματική κατάσταση των ερωτηθέντων. Το Γράφημα 6 δείχνει ότι από το σύνολο των ερωτηθέντων το 40.7% είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι, οι δημόσιοι υπάλληλοι αγγίζουν το 22.1% και όσοι είναι ελεύθεροι επαγγελματίες καταλαμβάνουν το 12.4%. Επιπλέον, οι φοιτητές αγγίζουν το 7.1%, οι συνταξιούχοι

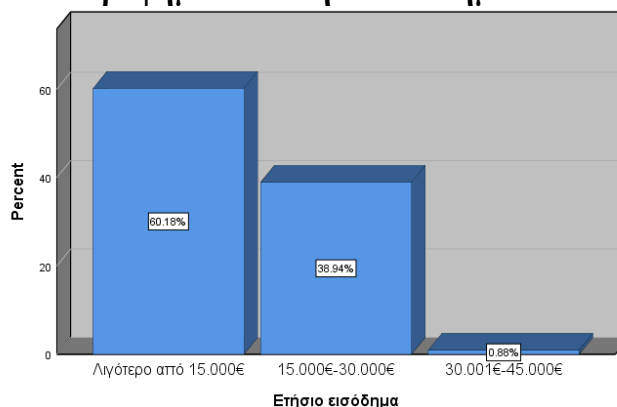
το 6.2% και οι εποχιακά απασχολούμενοι και οι άνεργοι φτάνουν το 5.3% και το 4.4% αντίστοιχα. Τέλος, μόλις το 1.8% του δείγματος αποτελείται από μαθητές.

**Γράφημα 5.6: Επαγγελματική απασχόληση**



Από το ακόλουθο Γράφημα 5.7, είναι εμφανές πως το 60.2% των ερωτηθέντων έχουν ετήσιο εισόδημα λιγότερο από 15.000 ευρώ, το 38.9% δηλώνει ετήσιο εισόδημα από 15.000 έως 30.000 ευρώ, ενώ το υπόλοιπο 0.9% έχει εισόδημα από 30.001 έως 45.000 ευρώ.

**Γράφημα 5.7: Ετήσιο εισόδημα**

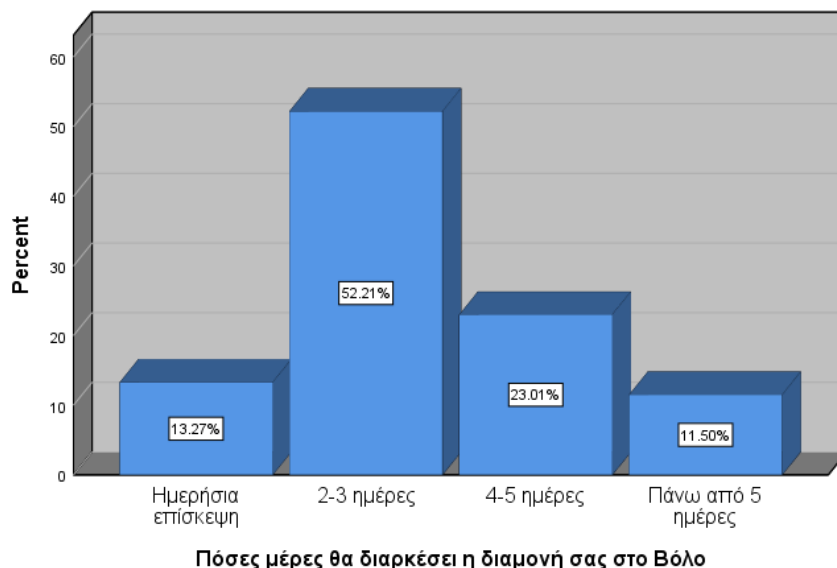


### Ταξιδιωτικό προφίλ

Στην ενότητα που ακολουθεί, σκιαγραφείται το ταξιδιωτικό προφίλ των ερωτηθέντων.

Το Γράφημα 5.8, παρουσιάζει τη διάρκεια διαμονής των ταξιδιωτών στο Βόλο. Το 52.2% επισκέφθηκε την περιοχή για 2 με 3 ημέρες, το 23% για 4 με 5 ημέρες, ενώ όσοι έκαναν μια ημερήσια επίσκεψη αγγίζουν το 13.3%. Επιπλέον, το 11.5% επισκέφθηκε την περιοχή του Βόλου πάνω από 5 ημέρες.

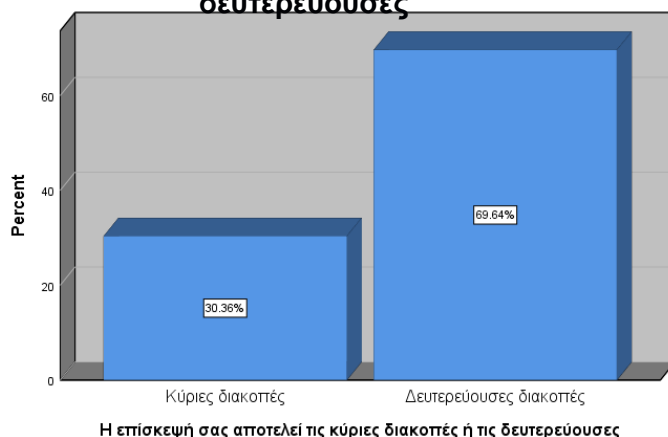
**Γράφημα 5.8: Πόσες μέρες θα διαρκέσει η διαμονή σας στο Βόλο**



Πόσες μέρες θα διαρκέσει η διαμονή σας στο Βόλο

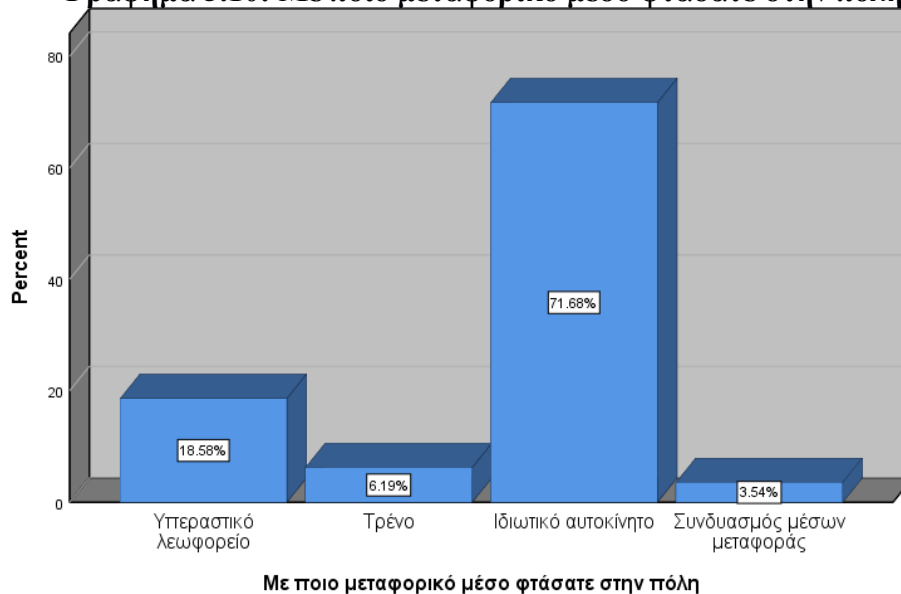
Από το Γράφημα 5.9, γίνεται αντιληπτό ότι το 69.6% των ερωτηθέντων επισκέφθηκαν τον Βόλο για δευτερεύουσες διακοπές, ενώ το 30.4% αγγίζουν όσοι έκαναν στον Βόλο τις κύριες διακοπές τους.

**Γράφημα 5.9: Η επίσκεψή σας αποτελεί τις κύριες διακοπές ή τις δευτερεύουσες**

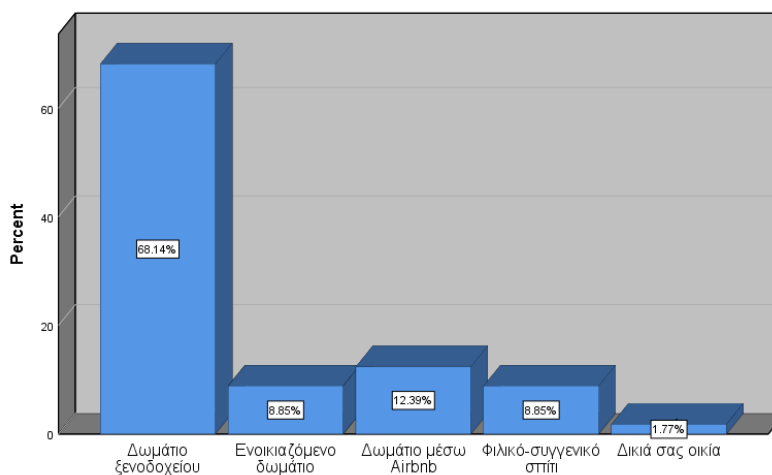


Η επίσκεψή σας αποτελεί τις κύριες διακοπές ή τις δευτερεύουσες

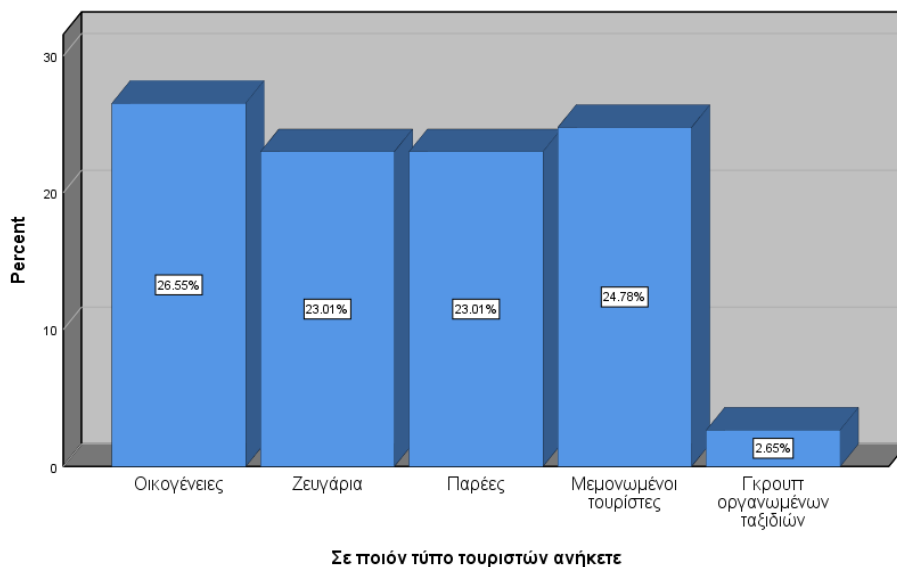
Το Γράφημα 5.10, παρουσιάζεται το μεταφορικό μέσο με το οποίο έφθασαν οι ερωτηθέντες στη πόλη του Βόλου. Το 71.7% αυτών χρησιμοποίησαν το ιδιωτικό τους αυτοκίνητο, το 18.6% του δείγματος ταξίδεψε με υπεραστικό λεωφορείο, το 6.2% με τρένο και το 3.5% με συνδυασμό διάφορων μεταφορικών μέσων.

**Γράφημα 5.10: Με ποιο μεταφορικό μέσο φτάσατε στην πόλη**

Το Γράφημα 5.11, παρουσιάζει τον τύπο του καταλύματος, στον οποίο διέμειναν οι ερωτηθέντες. Το 68.1% επέλεξε ένα δωμάτιο ξενοδοχείου, το 12.4% ένα δωμάτιο μέσω Airbnb και όσοι επέλεξαν ένα ενοικιαζόμενο δωμάτιο ή φιλοξενήθηκαν σε κάποιο φιλικό-συγγενικό πρόσωπο καταλαμβάνουν από 8.8% έκαστος. Ακόμη, το 1.8% του δείγματος έμεινε σε ιδιόκτητο διαμέρισμα.

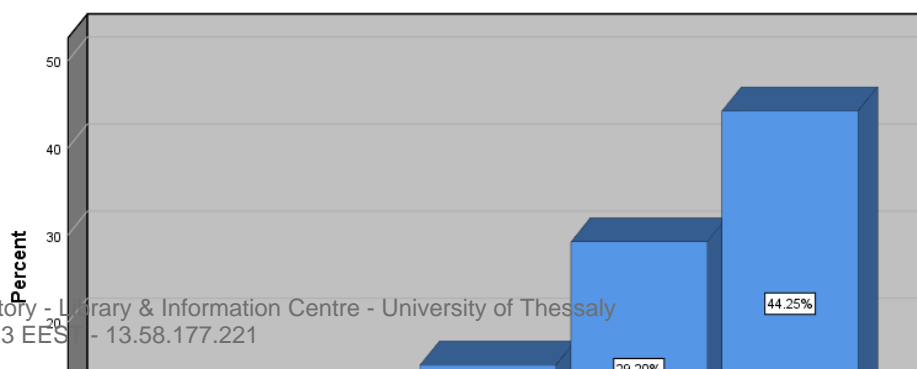
**Γράφημα 5.11: Επιλέξατε για τη διαμονή σας**

Το Γράφημα 5.12, προβάλλεται ο τύπος των τουριστών που επέλεξαν την πόλη. Το 26.5% καταλαμβάνουν οι οικογένειες, το 24.8% αγγίζουν οι μεμονωμένοι τουρίστες, ενώ από 23% καταλαμβάνουν τα ζευγάρια και οι παρέες. Επιπλέον, το 2.7% αγγίζουν όσοι ανήκουν σε γκρουπ οργανωμένων ταξιδιών.

**Γράφημα 5.12: Σε ποιόν τύπο τουριστών ανήκετε**Τουριστική ανάπτυξη του Βόλου

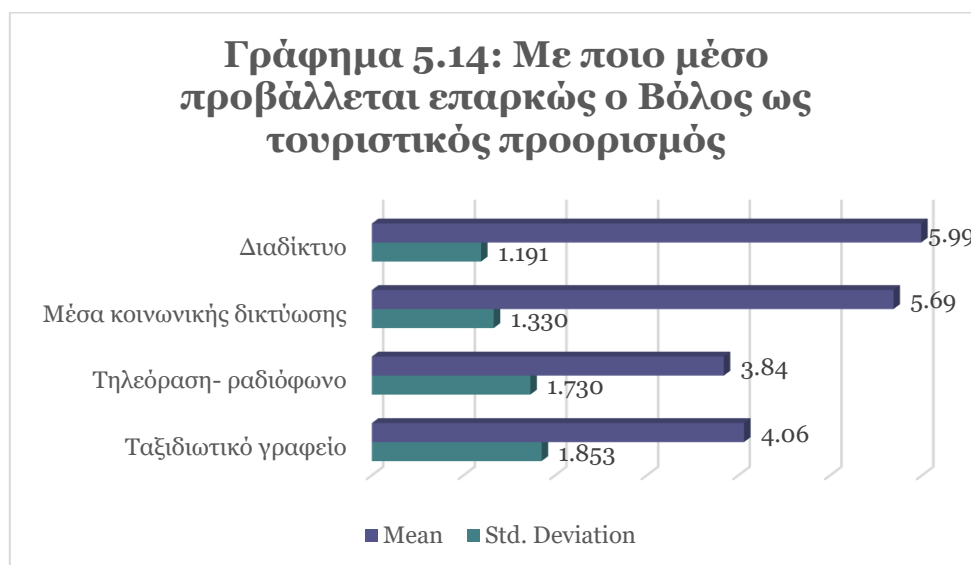
Στην τελευταία ενότητα της περιγραφικής στατιστικής, παρουσιάζονται οι ερωτήσεις που σχετίζονται με την τουριστική προβολή και ανάπτυξη του Βόλου. Όλες οι απαντήσεις δέχονται τιμές από το 1 έως το 7 («1-Διαφωνώ τελείως», «2-Διαφωνώ αρκετά», «3-Διαφωνώ», «4-Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ», «5-Συμφωνώ», «6-Συμφωνώ αρκετά», «6-Συμφωνώ τελείως») και η αύξηση του μέσου όρου συνεπάγεται με αύξηση της συμφωνίας των ερωτηθέντων ως προς την εκάστοτε δήλωση.

Από το Γράφημα 5.13, είναι εμφανές πως το 44.2% των ερωτηθέντων συμφωνούν πολύ πως η αναζήτηση των τουριστικών πληροφοριών για τον Βόλο ήταν μια εύκολη διαδικασία, το 29.2% συμφωνεί αρκετά και το 15% απλώς συμφωνεί. Επιπλέον, όσοι είναι ουδέτεροι φτάνουν το 10.6%, ενώ μόλις το 0.9% διαφωνεί.

**Γράφημα 5.13: Η αναζήτηση σας, ως προς τις τουριστικές πληροφορίες του Βόλου, έγινε με ευκολία**

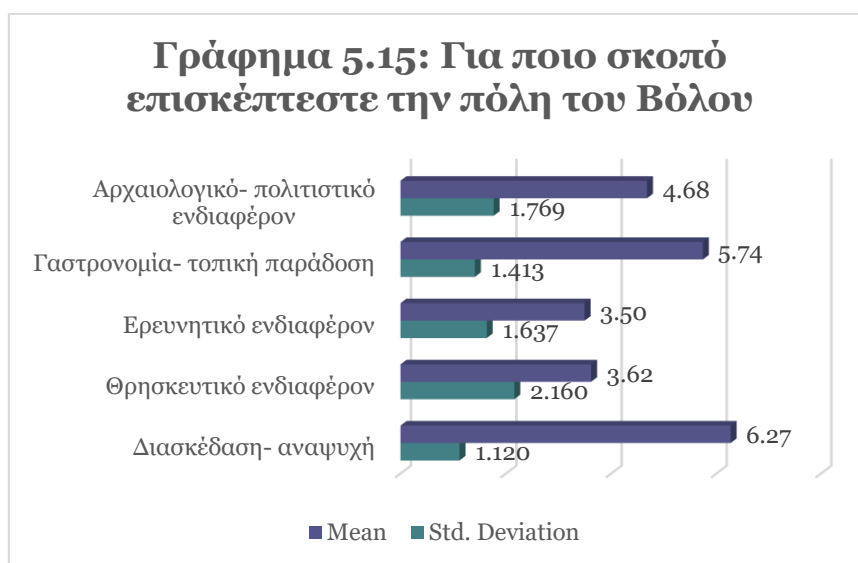


Το Γράφημα 5.14, παρουσιάζει το κατά πόσο ο Βόλος προβάλλεται επαρκώς ως τουριστικός προορισμός από τα παρακάτω μέσα, σύμφωνα με την άποψη των ερωτηθέντων. Όπως φαίνεται οι συμμετέχοντες συμφωνούν αρκετά πως προβάλλεται μέσω του διαδικτύου (5.99), ενώ ανάμεσα στις απαντήσεις «Συμφωνώ» και «Συμφωνώ αρκετά», με τάση προς το δεύτερο, τοποθετούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (5.69). Ωστόσο, ουδέτερη στάση έχουν οι ερωτηθέντες ως προς την προβολή της περιοχής από τα ταξιδιωτικά γραφεία (4.06) και την τηλεόραση-ραδιόφωνο (3.84).

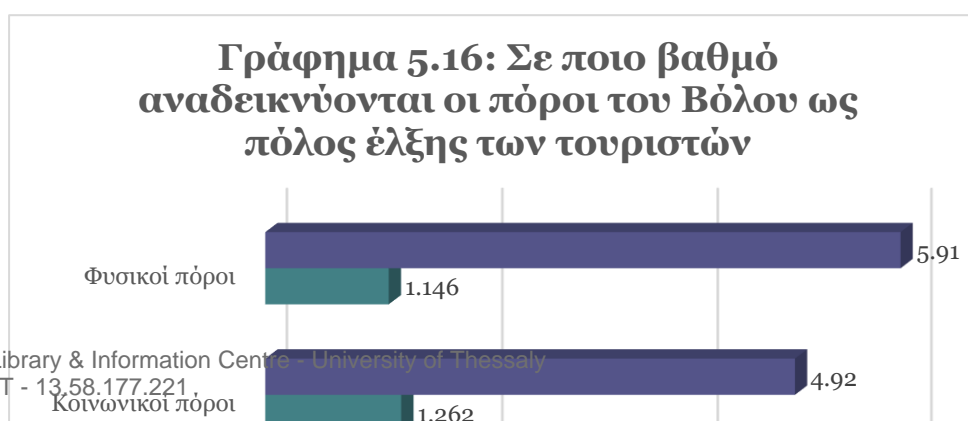


Το Γράφημα 5.15, παρουσιάζει τους σκοπούς για τους οποίους οι ερωτηθέντες επισκέπτονται την πόλη του Βόλου. Οι ερωτηθέντες τοποθετούνται ανάμεσα στις απαντήσεις «Συμφωνώ αρκετά» και «Συμφωνώ πολύ», με τάση προς το πρώτο, όσον αφορά τη διασκέδαση και την αναψυχή (6.27), ενώ ανάμεσα στις απαντήσεις «Συμφωνώ» και «Συμφωνώ αρκετά», με τάση προς το δεύτερο,

κατατάσσουν την γαστρονομία και την τοπική παράδοση (5.74). Επιπλέον, μεταξύ ουδετερότητας και συμφωνίας, τείνοντας προς το δεύτερο, βρίσκονται ως προς το αρχαιολογικό και πολιτιστικό ενδιαφέρον της περιοχής (4.68). Τέλος, ανάμεσα στη διαφωνία και την ουδετερότητα, με τάση προς την ουδετερότητα, τοποθετούνται το θρησκευτικό (3.62) και ερευνητικό (3.50) ενδιαφέρον.

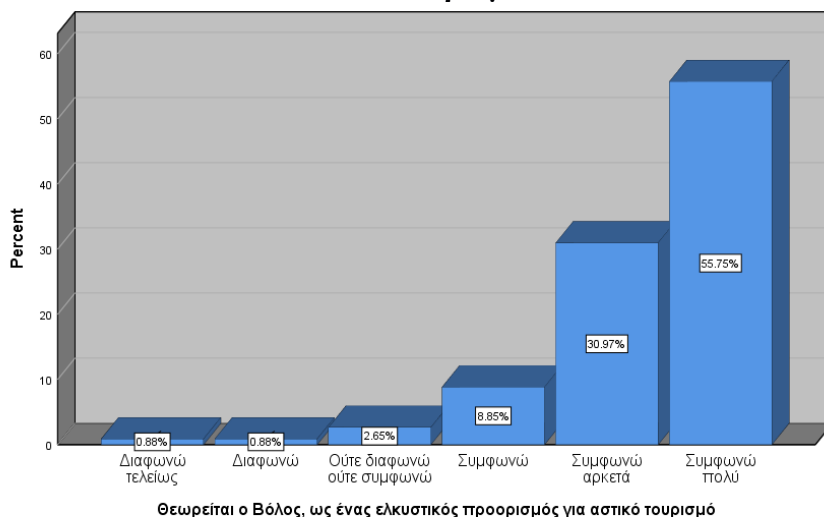


Συνεχίζοντας, μέσω του Γραφήματος 5.16, αναλύεται η ερώτηση σχετικά με το σε ποιο βαθμό αναδεικνύονται οι πόροι του Βόλου ως προς την έλξη τουριστών. Οι ερωτηθέντες συμφωνούν αρκετά πως αναδεικνύονται οι φυσικοί πόροι (5.91), αλλά βρίσκονται ανάμεσα στις απαντήσεις «Συμφωνώ» και «Συμφωνώ αρκετά», με τάση προς το πρώτο, όσον αφορά την ανάδειξη των πολιτισμικών πόρων (5.48). Ακόμη, συμφωνούν πως αναδεικνύονται και οι κοινωνικοί πόροι της περιοχής.



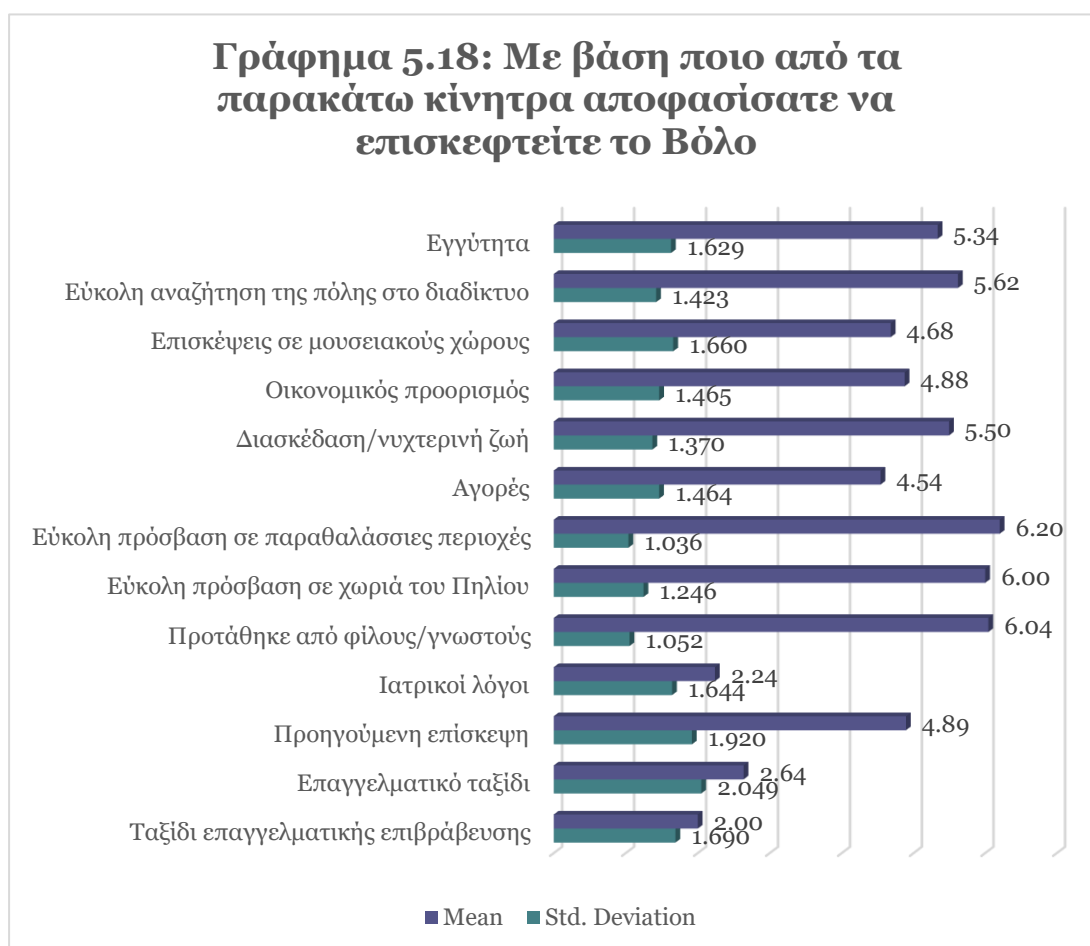
Στο Γράφημα 5.17, παρατίθεται το ερώτημα κατά πόσο θεωρείται ο Βόλος ένας ελκυστικός προορισμός για αστικό τουρισμό, σύμφωνα με την άποψη των ερωτηθέντων. Το 55.8% καταλαμβάνουν όσοι συμφωνούν πολύ, το 31% όσοι συμφωνούν αρκετά, ενώ το 8.8% των συμμετεχόντων απλώς συμφωνούν. Ακόμη, όσοι έχουν ουδέτερη στάση καταλαμβάνουν το 2.7% και όσοι διαφωνούν ή διαφωνούν τελείως αγγίζουν από 0.8% έκαστος.

**Γράφημα 17: Θεωρείται ο Βόλος, ως ένας ελκυστικός προορισμός για αστικό τουρισμό**



Ακολουθώς, το Γράφημα 5.18, παρουσιάζει τα κίνητρα σύμφωνα με τα οποία οι ερωτηθέντες αποφάσισαν να επισκεφθούν το Βόλο. Οι συμμετέχοντες συμφωνούν αρκετά πως επισκέφθηκαν τον Βόλο για την εύκολη πρόσβαση σε παραθαλάσσιες περιοχές (6.20), επειδή προτάθηκε από το κοντινό τους περιβάλλον (6.04) και επειδή διαθέτει εύκολη πρόσβαση σε χωριά του Πήλιου (6.0). Ανάμεσα στις απαντήσεις

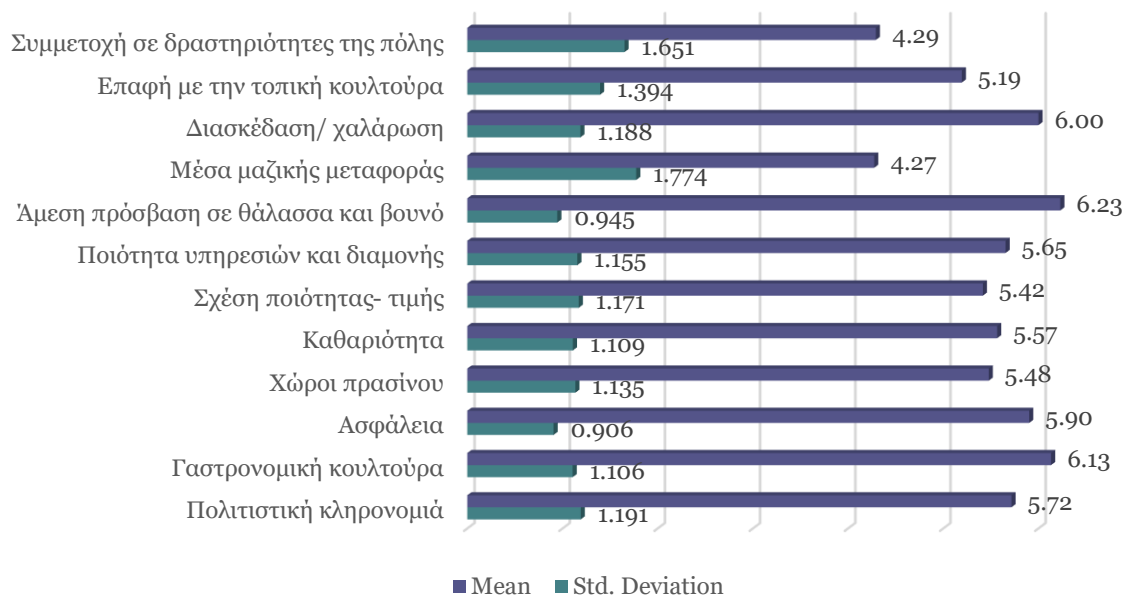
«Συμφωνώ» και «Συμφωνώ αρκετά», με τάση προς το δεύτερο, τοποθετούν την εύκολη αναζήτηση της πόλης στο διαδίκτυο (5.62) και την διασκέδαση και τη νυχτερινή ζωή που προσφέρει (5.50), ενώ με τάση προς το πρώτο τοποθετούν την εγγύτητα (5.34). Επιπλέον, συμφωνούν πως επισκέφθηκαν την πόλη λόγω προηγούμενης επίσκεψης (4.89) ή επειδή αποτελεί έναν οικονομικό προορισμό (4.88). Μεταξύ ουδετερότητας και συμφωνίας, με τάση προς τη συμφωνία, κατατάσσουν τις επισκέψεις σε μουσειακούς χώρους (4.68) και τις αγορές (4.54) και ανάμεσα στις απαντήσεις «Διαφωνώ αρκετά» και «Διαφωνώ» κατατάσσουν τους επαγγελματικούς λόγους (2.64). Τέλος, διαφωνούν αρκετά πως επισκέφθηκαν τον Βόλο για ιατρικούς λόγους (2.24) ή επειδή αποτέλεσε ένα ταξίδι επαγγελματικής επιβράβευσης (2.0).



Στο Γράφημα 5.19, παρατίθεται η αξιολόγηση των ερωτηθέντων αναφορικά με τα στοιχεία που προκαλούν θετικές επιδράσεις κατά τη διάρκεια των διακοπών τους στο Βόλο. Οι ερωτηθέντες συμφωνούν αρκετά πως ήταν θετική η άμεση πρόσβαση σε θάλασσα και βουνό (6.23), η γαστρονομική κουλτούρα (6.13), η

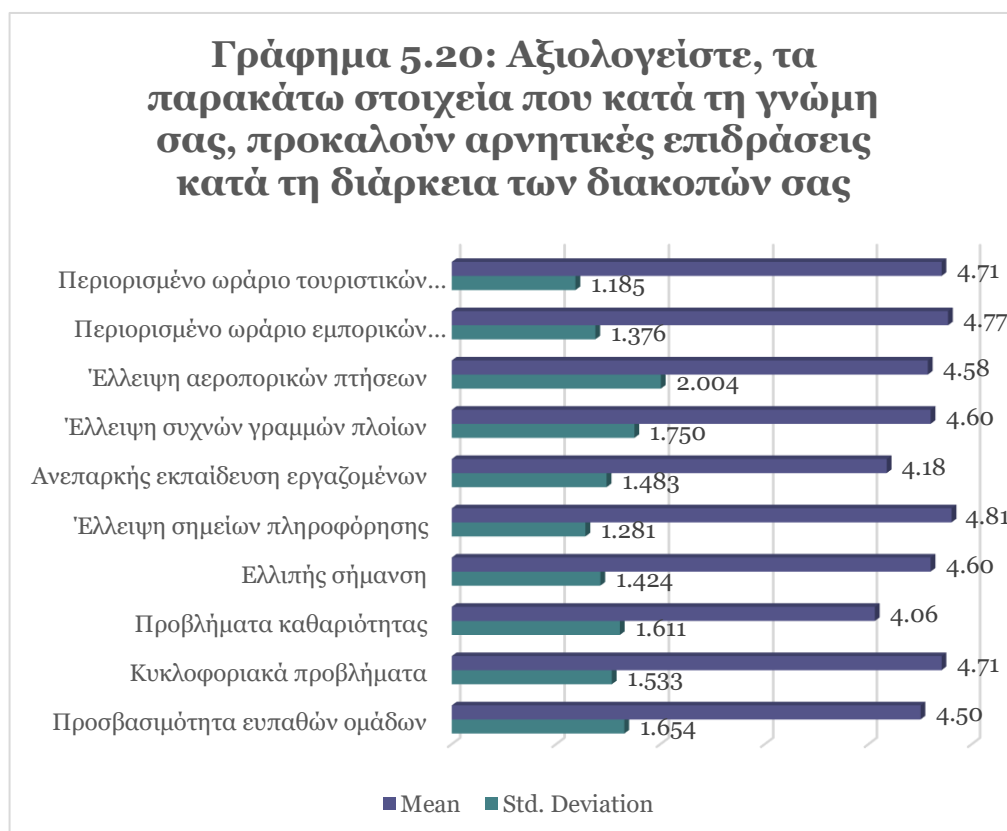
διασκέδαση και η χαλάρωση που προσφέρει ο τόπος (6.0) και η ασφάλεια του (5.90). Επιπλέον, ανάμεσα στις απαντήσεις «Συμφωνώ» και «Συμφωνώ αρκετά», με τάση προς το δεύτερο, τοποθετούνται ως προς την πολιτιστική κληρονομιά του βόλου (5.72), την ποιότητα υπηρεσιών διανομής (5.65) και την καθαριότητα (5.57), ενώ με τάση προς το δεύτερο κατατάσσουν τους χώρους πράσινου (5.48) και τη σχέση ποιότητας και τιμής (5.42). Ωστόσο, συμφωνούν πως είχε θετική επίδραση στις διακοπές τους η επαφή με την τοπική κουλτούρα (5.19), ενώ μεταξύ ουδετερότητας και συμφωνίας, με τάση προς την ουδετερότητα, τοποθετούν τη συμμετοχή σε δραστηριότητες της πόλης (4.29) και τα μέσα μαζικής μεταφοράς (4.27).

**Γράφημα 5.19: Αξιολογείτε, τα παρακάτω στοιχεία που κατά τη γνώμη σας, προκαλούν θετικές επιδράσεις κατά τη διάρκεια των διακοπών σας**



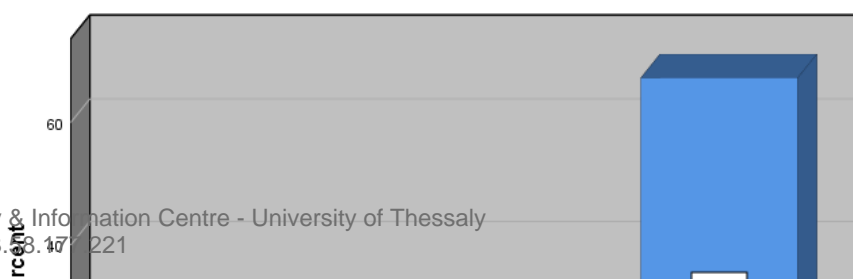
Από το Γράφημα 5.20, γίνεται αντιληπτό ότι κατά πόσο τα παρακάτω στοιχεία προκάλεσαν αρνητικές επιδράσεις κατά τη διάρκεια των διακοπών των ερωτηθέντων. Πιο συγκεκριμένα, οι ερωτηθέντες συμφωνούν πως τους επηρέασε αρνητικά η έλλειψη σημείων πληροφόρησης (4.81) και το περιορισμένο ωράριο εμπορικών καταστημάτων (4.77). Ακόμη, ανάμεσα στην ουδετερότητα και τη συμφωνία, με

τάση προς το δεύτερο, τοποθετούν το περιορισμένο ωράριο τουριστικών αξιοθέατων (4.71), το κυκλοφοριακό πρόβλημα (4.71), η έλλειψη συχνών γραμμών πλοίων (4.60), η ελλιπής σήμανση (4.60), η έλλειψη αεροπορικών πτήσεων (4.58) και η προσβασιμότητα των ευπαθών ομάδων (4.50). Ωστόσο, ουδέτεροι είναι οι ερωτηθέντες όσον αφορά την αρνητική επιρροή της ανεπαρκούς εκπαίδευσης εργαζομένων (4.18) και των προβλημάτων καθαριότητας (4.06).



Στο Γράφημα 21, παρατηρείται πως το 67.3% των ερωτηθέντων συμφωνούν πολύ πως θα σύστηναν τον Βόλο ως προορισμό για ολιγοήμερες διακοπές, το 23.9% καταλαμβάνουν όσοι συμφωνούν αρκετά και το 8% αυτών απλώς συμφωνούν. Τέλος, μόλις το 0.9% του δείγματος ούτε διαφωνεί ούτε συμφωνεί.

**Γράφημα 5.21: Θα συστήνατε το Βόλο, ως προορισμό για ολιγοήμερες διακοπές**



## 5.2 Επαγωγική στατιστική

Η παρούσα ενότητα προσπαθεί να δώσει απαντήσεις στα ερευνητικά ερωτήματα, τα οποία προκύπτουν ως εξής:

- Η ηλικία και ο τύπος τουριστών, στους οποίους ανήκουν οι ερωτηθέντες επηρεάζουν τις ημέρες διαμονής τους στο Βόλο και κατά πόσο η επίσκεψη τους είναι κύρια ή δευτερεύουσα;
- Η ηλικία και ο τύπος τουριστών, στους οποίους ανήκουν οι ερωτηθέντες επηρεάζουν τους σκοπούς και τα κίνητρα μέσω των οποίων αποφάσισαν να επισκεφθούν τον Βόλο, καθώς και κατά πόσο τον θεωρούν έναν ελκυστικό προορισμό για αστικό τουρισμό;
- Η ηλικία και ο τύπος τουριστών που ανήκουν οι ερωτηθέντες επηρεάζουν τους παράγοντες που προκάλεσαν αρνητικές και θετικές επιδράσεις κατά τη διάρκεια των διακοπών τους στο Βόλο και το κατά πόσο θα σύστηναν τον Βόλο για προορισμό ολιγοήμερων διακοπών;

Για την απάντηση όλων των παραπάνω ερευνητικών ερωτημάτων έγινε χρήση του μη παραμετρικού Kruskal-Wallis. Η επιλογή στηρίχτηκε στο Κεντρικό Οριακό Θεώρημα, το οποίο υποδεικνύει πως όταν ένα δείγμα έχει περισσότερες από 30 παρατηρήσεις, τότε μπορεί να θεωρηθεί εκ παραδοχής ότι κάθε ποσοτική μεταβλητή σε αυτό, ακολουθεί την κανονική κατανομή. Επιπλέον, χρησιμοποιήθηκε και ο συντελεστής γραμμικής συσχέτισης Pearson, ο οποίος έχει τιμές από το -1 έως το 1.

Όσο περισσότερο η τιμή πλησιάζει την μονάδα σε απόλυτη τιμή, τόσο πιο ισχυρή θεωρείται η συσχέτιση μεταξύ των δύο μεταβλητών.

Επιπλέον, στο πρώτο ερευνητικό ερώτημα χρησιμοποιήθηκε και ο έλεγχος Chi-Square. Ο συγκεκριμένος έλεγχος πραγματοποιείται μεταξύ δύο ποιοτικών μεταβλητών, ώστε να εξαχθεί συμπέρασμα επί της μεταξύ τους εξάρτησης. Πιο αναλυτικά, πραγματοποιείται ένας στατιστικός έλεγχος, με μηδενική υπόθεση την ανεξαρτησία μεταξύ των υπό μελέτη μεταβλητών, η οποία απορρίπτεται όταν η τιμή p-value προκύψει μικρότερη του 0.05, αναδεικνύοντας στατιστικά σημαντική εξάρτηση.

### 1<sup>ο</sup> ερευνητικό ερώτημα

Για την απάντηση του πρώτου ερευνητικού ερωτήματος, αρχικά χρησιμοποιήθηκε ο συντελεστής γραμμικής συσχέτισης Pearson. Στον Πίνακα 5.22 παρουσιάζεται η τιμή του συντελεστή συσχέτισης, η οποία δεν αναδεικνύει στατιστικά σημαντική συσχέτιση μεταξύ των 2 υπό μελέτη μεταβλητών.

**Πίνακας 5.22: Συσχέτιση ηλικίας με ημέρες διαμονής**

	Ηλικία
Πόσες μέρες θα διαρκέσει η διαμονή σας στο Βόλο	0.168

Στη συνέχεια, χρησιμοποιήθηκε το μη παραμετρικό Kruskal-Wallis. Η τιμή του ελέγχου, η οποία παρουσιάζεται στον Πίνακα 5.23, αναδείχθηκε στατιστικά σημαντική και αναλύεται στη συνέχεια μέσω του γραφήματος μέσων τιμών.

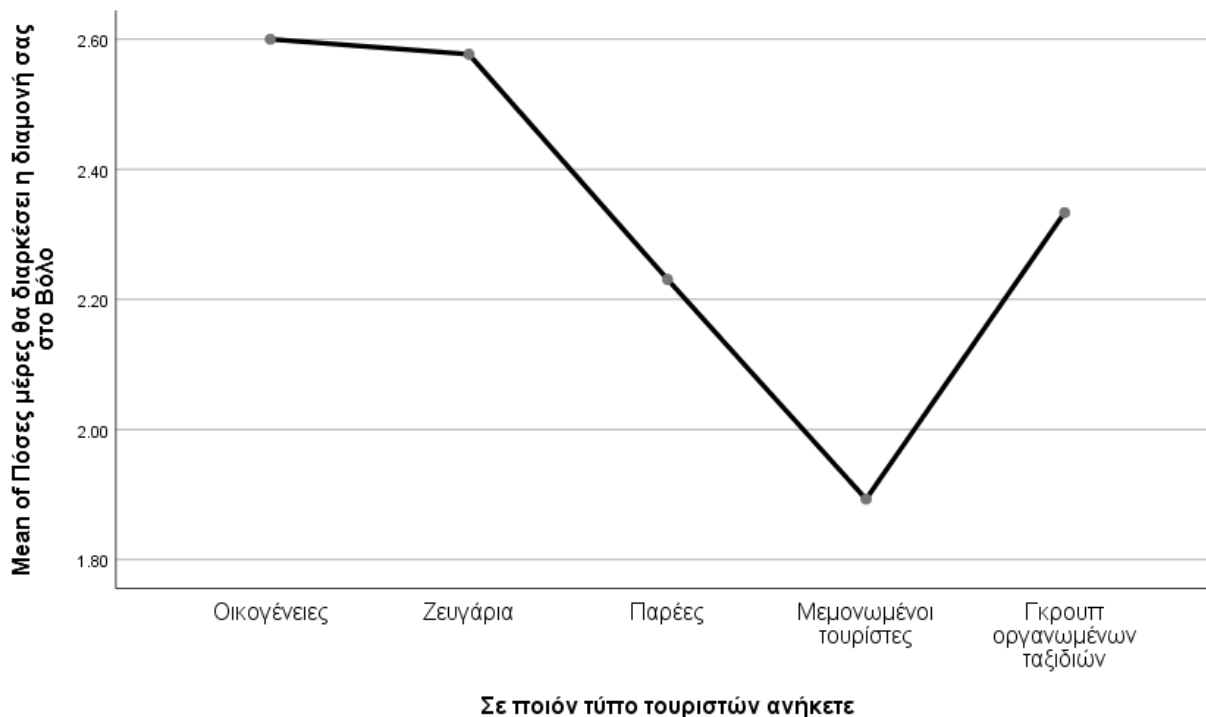
**Πίνακας 5.23: Διαφοροποίηση ως προς τις ημέρες διαμονής**

	Σε ποιόν τύπο τουριστών ανήκετε (Kruskal-Wallis)
Πόσες μέρες θα διαρκέσει η διαμονή σας στο Βόλο	0.004



Στο Γράφημα 5.22 είναι εμφανές πως οι ερωτηθέντες που ταξίδεψαν με τις οικογένειες τους είχαν μεγαλύτερης διάρκειας διαμονής, με τους ερωτηθέντες που ταξίδεψαν με το ζευγάρι τους να ακολουθούν με μικρή διαφορά. Ωστόσο, τελευταίοι κατατάσσονται οι ερωτηθέντες που ταξίδεψαν ως μεμονωμένοι τουρίστες.

**Γράφημα 5.22: Διαφοροποίηση ως προς τις ημέρες διαμονής**



Τέλος, έγινε χρήση του ελέγχου Chi-Square, οι τιμές του οποίου παρατίθενται στον Πίνακα 5.24. Όπως φαίνεται, δεν αναδείχθηκε κάποια στατιστικά σημαντική διαφοροποίηση μεταξύ της ηλικίας και του τύπου τουριστών με τη διάρκεια των διακοπών των συμμετεχόντων.

**Πίνακας 5.24: Έλεγχοι Chi-Square της ηλικίας και του τύπου τουριστών με τις ημέρες διαμονής**

	Ηλικία	Σε ποιόν τύπο τουριστών ανήκετε (Kruskal-Wallis)
Η επίσκεψή σας αποτελεί τις κύριες διακοπές ή τις δευτερεύουσες (Chi-Square)	0.301	0.059

2<sup>ο</sup> ερευνητικό ερώτημα

Στον Πίνακα 25, παρουσιάζονται οι τιμές των συντελεστών που προέκυψαν από τους ελέγχους συσχετίσεων Pearson. Από αυτές τις τιμές, αναδείχθηκαν δυο (2) στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις. Πιο συγκεκριμένα, όσο αυξάνεται η ηλικία των ερωτηθέντων τόσο περισσότερο επισκέπτονται τον Βόλο για το θρησκευτικό ενδιαφέρον της περιοχής, ενώ τόσο λιγότερο αποτελεί κίνητρο η διασκέδαση και η νυχτερινή ζωή. Οι συσχετίσεις αυτές δέχονται τιμές 0.279 και -0.317 αντίστοιχα, δηλαδή είναι μικρής έντασης, και είναι στατιστικά σημαντικές σε 99% επίπεδο εμπιστοσύνης.

**Πίνακας 5.25: Συσχέτιση της ηλικίας με τους σκοπούς και τα κίνητρα επίσκεψης του Βόλου και το κατά πόσο ο Βόλος είναι ένας ελκυστικός προορισμός για αστικό τουρισμό**

	Ηλικία
Αρχαιολογικό- πολιτιστικό ενδιαφέρον	0.090
Γαστρονομία- τοπική παράδοση	-0.002
Ερευνητικό ενδιαφέρον	0.058
Θρησκευτικό ενδιαφέρον	.279**
Διασκέδαση- αναψυχή	-0.103
Θεωρείται ο Βόλος, ως ένας ελκυστικός προορισμός για αστικό τουρισμό	0.113
Εγγύτητα	0.035
Εύκολη αναζήτηση της πόλης στο διαδίκτυο	-0.085
Επισκέψεις μουσειακών χώρων	0.107
Οικονομικός προορισμός	0.090
Διασκέδαση/νυχτερινή ζωή	-.317**
Αγορές	0.043
Εύκολη πρόσβαση σε παραθαλάσσιες περιοχές	0.147
Εύκολη πρόσβαση σε χωριά του Πηλίου	0.034
Προτάθηκε από φίλους/γνωστούς	0.051
Ιατρικοί λόγοι	0.159
Προηγούμενη επίσκεψη	0.168
Επαγγελματικό ταξίδι	0.088
Ταξίδι επαγγελματικής επιβράβευσης	0.176
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).	

Στον Πίνακα 5.26 που ακολουθεί, παρατίθενται οι τιμές των στατιστικών ελέγχων που πραγματοποιήθηκαν με τη χρήση του μη παραμετρικού Kruskal-Wallis, για την ολοκλήρωση της διερεύνησης του δεύτερου ερευνητικού ερωτήματος. Ωστόσο δεν αναδείχθηκε κάποια στατιστικά σημαντική διαφοροποίηση ως προς τον τύπο τουριστών που ανήκουν οι ερωτηθέντες.

**Πίνακας 5.26: Διαφοροποιήσεις ως προς τους σκοπούς και τα κίνητρα επίσκεψης του Βόλου και το κατά πόσο ο Βόλος είναι ένας ελκυστικός προορισμός για αστικό τουρισμό**

	Σε ποιόν τύπο τουριστών ανήκετε (Kruskal-Wallis)
Αρχαιολογικό- πολιτιστικό ενδιαφέρον	0.738
Γαστρονομία- τοπική παράδοση	0.992
Ερευνητικό ενδιαφέρον	0.477
Θρησκευτικό ενδιαφέρον	0.813
Διασκέδαση- αναψυχή	0.511
Θεωρείται ο Βόλος, ως ένας ελκυστικός προορισμός για αστικό τουρισμό	0.681
Εγγύτητα	0.390
Εύκολη αναζήτηση της πόλης στο διαδίκτυο	0.522
Επισκέψεις σε μουσειακούς χώρους	0.193
Οικονομικός προορισμός	0.569
Διασκέδαση/νυχτερινή ζωή	0.088
Αγορές	0.924
Εύκολη πρόσβαση σε παραθαλάσσιες περιοχές	0.381
Εύκολη πρόσβαση σε χωριά του Πηλίου	0.373
Προτάθηκε από φίλους/γνωστούς	0.230
Ιατρικοί λόγοι	0.950
Προηγούμενη επίσκεψη	0.107
Επαγγελματικό ταξίδι	0.073
Ταξίδι επαγγελματικής επιβράβευσης	0.674

3<sup>ο</sup> ερευνητικό ερώτημα

Για την απάντηση του τελευταίου ερευνητικού ερωτήματος, αρχικά χρησιμοποιήθηκε ο συντελεστής συσχέτισης Pearson. Στον Πίνακα 5.27, παρουσιάζονται οι τιμές των συντελεστών συσχέτισης, από τις οποίες προέκυψαν τρεις (3) στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις. Αναλυτικότερα, όσο αυξάνεται η ηλικία των ερωτηθέντων τόσο λιγότερο θεωρούν πως η συμμετοχή σε δραστηριότητες της πόλης αποτελεί μια θετική επίδραση στις διακοπές τους (-0.186) και τόσο περισσότερο υποστηρίζουν πως η ελλιπής σήμανση (0.250) και η καθαριότητα (0.212) μπορεί να αποτελέσουν αρνητικά στοιχεία κατά τη διάρκεια των διακοπών. Οι συσχετίσεις αυτές είναι μικρής έντασης και στατιστικά σημαντικές είτε σε 95% είτε σε 99% επίπεδο εμπιστοσύνης.

**Πίνακας 5.27: Συσχέτιση της ηλικίας με τους παράγοντες που προκαλούν θετικές και αρνητικές επιδράσεις κατά τη διάρκεια των διακοπών και τη σύσταση του Βόλου ως προορισμό για ολιγοήμερες διακοπές**

	Ηλικία
Συμμετοχή σε δραστηριότητες της πόλης	<b>-0.186*</b>
Επαφή με την τοπική κουλτούρα	0.058
Διασκέδαση/ χαλάρωση	-0.077
Μέσα μαζικής μεταφοράς	-0.017
Άμεση πρόσβαση σε θάλασσα και βουνό	0.009
Ποιότητα υπηρεσιών και διαμονής	0.095
Σχέση ποιότητας- τιμής	0.041
Καθαριότητα	0.063
Χώροι πρασίνου	-0.005
Ασφάλεια	-0.008
Γαστρονομική κουλτούρα	-0.038
Πολιτιστική κληρονομιά	-0.009
Περιορισμένο ωράριο τουριστικών αξιοθέατων	0.033
Περιορισμένο ωράριο εμπορικών καταστημάτων	-0.046
Έλλειψη αεροπορικών πτήσεων	-0.005
Έλλειψη συχνών γραμμών πλοίων	-0.057

Ανεπαρκής εκπαίδευση εργαζομένων	0.184
Έλλειψη ημερίων πληροφόρησης	0.122
Ελλιπής σήμανση	.250**
Προβλήματα καθαριότητας	.212*
Κυκλοφοριακά προβλήματα	0.089
Προσβασιμότητα ευπαθών ομάδων	-0.032
Θα συστήνατε το Βόλο, ως προορισμό για ολιγοήμερες διακοπές	0.066
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).	
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).	

Στον Πίνακα 5.28, παρατίθενται οι τιμές των στατιστικών ελέγχων που πραγματοποιήθηκαν με τη χρήση του μη παραμετρικού Kruskal-Wallis, από τις οποίες αναδείχθηκε μια (1) στατιστικά σημαντική διαφοροποίηση.

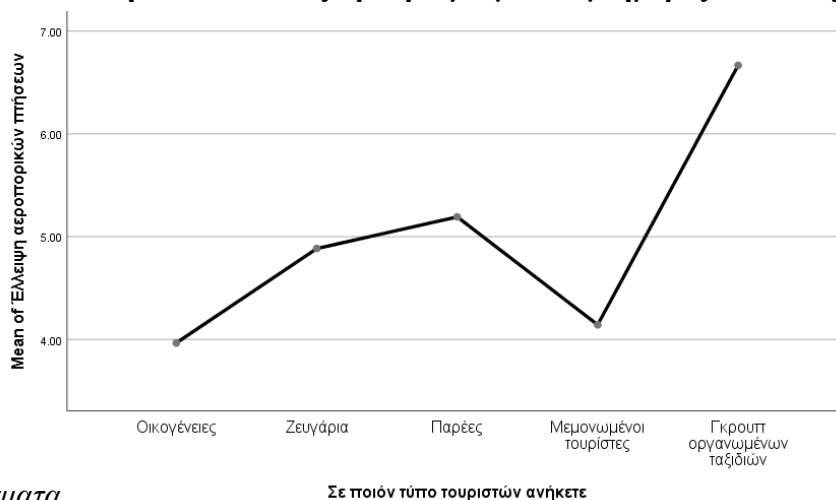
**Πίνακας 5.28: Διαφοροποιήσεις ως προς τους παράγοντες που προκαλούν θετικές και αρνητικές επιδράσεις κατά τη διάρκεια των διακοπών και τη σύσταση του Βόλου ως προορισμό για ολιγοήμερες διακοπές**

	Σε ποιόν τύπο τουριστών ανήκετε (Kruskal-Wallis)
Συμμετοχή σε δραστηριότητες της πόλης	0.116
Επαφή με την τοπική κουλτούρα	0.726
Διασκέδαση/ χαλάρωση	0.075
Μέσα μαζικής μεταφοράς	0.797
Άμεση πρόσβαση σε θάλασσα και βουνό	0.216
Ποιότητα υπηρεσιών και διαμονής	0.183
Σχέση ποιότητας- τιμής	0.739
Καθαριότητα	0.902
Χώροι πρασίνου	0.890
Ασφάλεια	0.678
Γαστρονομική κουλτούρα	0.823
Πολιτιστική κληρονομιά	0.517
Περιορισμένο ωράριο τουριστικών αξιοθέατων	0.489
Περιορισμένο ωράριο εμπορικών καταστημάτων	0.346

Έλλειψη αεροπορικών πτήσεων	0.022
Έλλειψη συχνών γραμμών πλοίων	0.119
Ανεπαρκής εκπαίδευση εργαζομένων	0.913
Έλλειψη σημείων πληροφόρησης	0.382
Ελλιπής σήμανση	0.150
Προβλήματα καθαριότητας	0.184
Κυκλοφοριακά προβλήματα	0.998
Προσβασιμότητα ευπαθών ομάδων	0.431
Θα συστήνατε το Βόλο, ως προορισμό για ολιγοήμερες διακοπές	0.181

Στο Γράφημα 5.23, αναλύεται η παραπάνω στατιστικά σημαντική διαφοροποίηση. Όπως φαίνεται, οι ερωτηθέντες που ταξιδεύουν σε γκρουπ οργανωμένων ταξιδιών θεωρούν πως η έλλειψη αεροπορικών πτήσεων επηρεάζει σε υψηλότερο επίπεδο αρνητικά τις διακοπές τους, με τους ερωτηθέντες που ταξιδεύουν οικογενειακά να βρίσκονται τελευταίοι.

**Γράφημα 5.23: Διαφοροποιήσεις ως προς τους παράγοντες που προκαλούν θετικές και αρνητικές επιδράσεις κατά τη διάρκεια των διακοπών και τη σύσταση του Βόλου ως προορισμό για ολιγοήμερες διακοπές**



### Συμπεράσματα

Στην παραπάνω έρευνα, πραγματοποιήθηκε η διερεύνηση των απόψεων τουριστών που επισκέφθηκαν τον Δήμο Βόλου όσον αφορά την προβολή του ως αστικό τουριστικό προορισμό και τα κίνητρα και εμπόδια για την επίσκεψη της συγκεκριμένης περιοχής. Πιο αναλυτικά, στην έρευνα συμμετείχαν 113 ερωτηθέντες, εκ των οποίων οι περισσότεροι άνδρες, από 25 έως 35 ετών ή από 46 έως 55 ετών και κάτοικοι Αθήνας ή Θεσσαλονίκης. Επιπλέον, η πλειοψηφία του δείγματος

αποτελείται από απόφοιτους ΑΕΙ ή ΤΕΙ, εργάζονται στον ιδιωτικό τομέα και έχουν ετήσιο εισόδημα λιγότερο από 15.000 ευρώ.

Συνεχίζοντας, οι περισσότεροι ερωτηθέντες επισκέφθηκαν τον Βόλο και διέμειναν για 2 με 3 ημέρες, η επίσκεψη αποτέλεσε δευτερεύουσες διακοπές και επέλεξαν το ιδιωτικό τους αυτοκίνητο για να φθάσουν στον προορισμό τους. Επιπλέον, για τη διαμονή τους επέλεξαν κάποιο ξενοδοχείο και ταξίδεψαν με τις οικογένειες τους.

Όσον αφορά την τουριστική ανάπτυξη του Βόλου, οι ερωτηθέντες συμφωνούν πολύ ότι βρήκαν με ευκολία τουριστικές πληροφορίες, ενώ θεωρούν ότι η προβολή της πόλης γίνεται κυρίως μέσω διαδικτύου. Επιπλέον, πιο συχνά οι ερωτηθέντες επισκέπτονται τον Βόλο για διασκέδαση και αναψυχή και θεωρούν πως αναδεικνύονται περισσότερο οι φυσικοί πόροι της περιοχής. Ακόμη, συμφωνούν πολύ πως ο Βόλος είναι ένας ελκυστικός προορισμός για αστικό τουρισμό, βασικότερο κίνητρο για την επίσκεψη τους αποτέλεσε η εύκολη πρόσβαση σε παραθαλάσσιες περιοχές, ενώ περισσότερη θετική επίδραση στις διακοπές τους είχε η άμεση πρόσβαση τόσο στη θάλασσα όσο και στο βουνό. Τέλος, πιο αρνητικά επέδρασε στις διακοπές τους η έλλειψη σημείων πληροφόρησης στην περιοχή και συμφωνούν πολύ ως προς το ότι θα σύστηναν τον Βόλο ως προορισμό για ολιγοήμερες διακοπές σε άλλους.

Μέσω του πρώτου ερευνητικού ερωτήματος αναδείχθηκε πως οι ερωτηθέντες που ταξίδεψαν με τις οικογένειες ή με το ζευγάρι τους είχαν μεγαλύτερης διάρκειας διαμονής, με τους ερωτηθέντες που ταξίδεψαν ως μεμονωμένοι τουρίστες να βρίσκονται τελευταίοι. Στο δεύτερο ερευνητικό ερώτημα έγινε σαφές πως όσο αυξάνεται η ηλικία των ταξιδιωτών τόσο περισσότερο επισκέπτονται τον Βόλο για το θρησκευτικό ενδιαφέρον της περιοχής, αλλά τόσο λιγότερο αποτελεί κίνητρο η διασκέδαση και η νυχτερινή ζωή της περιοχής. Στο τελευταίο ερευνητικό ερώτημα απρατηρήθηκε πως όσο αυξάνεται η ηλικία των ερωτηθέντων τόσο λιγότερο θετική θεωρούν τη συμμετοχή σε δραστηριότητες της πόλης για την επιλογή του προορισμού των διακοπών τους και τόσο περισσότερο υποστηρίζουν πως η ελλιπής σήμανση και η καθαριότητα μπορεί να αποτελέσουν αρνητικά στοιχεία. Τέλος, φαίνεται πως οι ερωτηθέντες που ταξιδεύουν σε γκρουπ οργανομένων ταξιδιών

υποστηρίζουν σε υψηλότερο επίπεδο ότι η έλλειψη αεροπορικών πτήσεων επηρεάζει αρνητικά τις διακοπές τους.

## **Κεφάλαιο 6 : Προτεινόμενες πολιτιστικές διαδρομές στο Δήμο Βόλου**

Θα πρέπει να τονιστεί ότι οι παρακάτω πολιτιστικές διαδρομές αναφέρονται σε ενδιαφέροντα σημεία και μνημεία της νεότερης και σύγχρονης ιστορίας της πόλης. Η κάθε πολιτιστική διαδρομή έχει σχεδιαστεί κατά τέτοιο τρόπο ώστε να γίνει με τα πόδια και να μην ξεπερνά το χρονικό όριο των τριών ωρών.



### **1η Πολιτιστική Διαδρομή:**

#### Περιήγηση κατά μήκος του παραλιακού μετώπου:

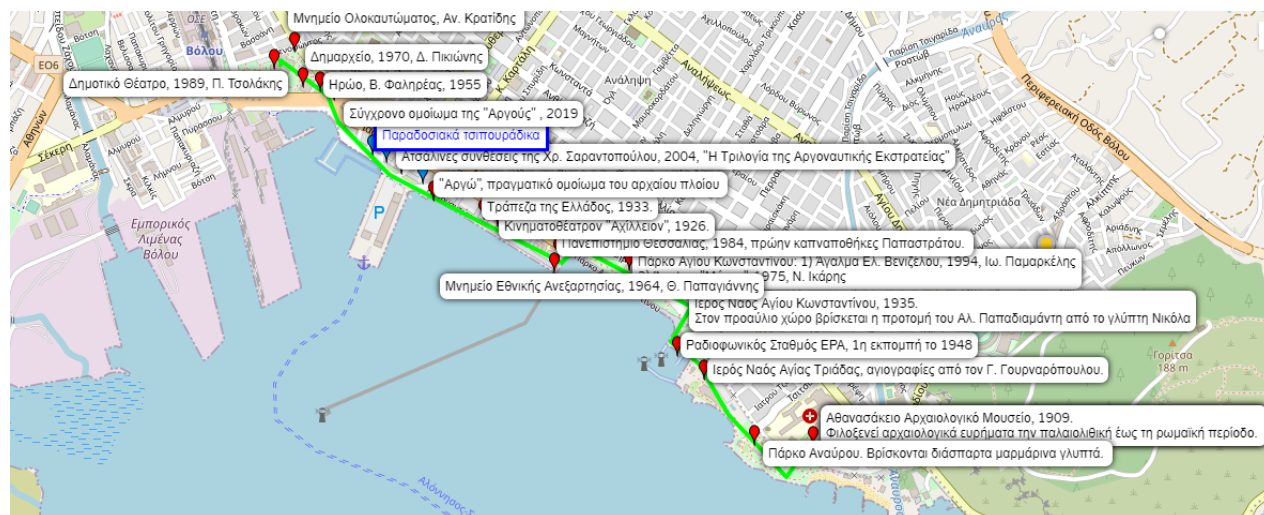
*Αθανασάκειο Αρχαιολογικό Μουσείο- Πλατεία Ρήγα Φεραίου.*

Ως σημείο έναρξης της διαδρομής ορίζεται ο προαύλιος χώρος του Αθανασάκειου Αρχαιολογικού Μουσείου επί της οδού Αθανασάκη. Η ξενάγηση αρχίζει τη μαρμάρινη προτομή του Αλέξιου Αθανασάκη, δημιούργημα του Ανδρέα Παναγιωτάκη, η οποία κατασκευάστηκε το έτος 1916. Το Αθανασάκειο Αρχαιολογικό Μουσείο είναι ένα από τα παλαιότερα μουσεία της χώρας. Χτίστηκε το 1909 και φιλοξενεί αρχαιολογικά ευρήματα από την περιοχή της Θεσσαλίας, από την παλαιολιθική περίοδο έως τα ρωμαϊκά χρόνια. Η ομάδα, κατευθύνεται στο πάρκο του [Αναύρου όπου, πίσω από τις πρότυπες νεολιθικές κατοικίες του Σέσκλου και Διμηνίου, θα συναντήσει τη μόνιμη έκθεση γλυπτικής (Νικολάου, 2012). Εκεί βρίσκονται διάσπαρτα λευκά, μαρμάρινα γλυπτά, τα οποία φιλοτεχνήθηκαν από Ευρωπαίους καλλιτέχνες στο πλαίσιο του Α' Διεθνούς Συμποσίου Γλυπτικής, το 1988 (Τζάνη, 2017). Η πολιτιστική ομάδα προχωρά με κατεύθυνση την εκκλησία του Αγίου Κωνσταντίνου είτε από το παραλιακό μέτωπο του Αναύρου είτε από την οδό Πλαστήρα προσπερνώντας τα ξενοδοχεία και τα καφέ που βρίσκονται κατά μήκος του πάρκου. Σε εκείνο το σημείο συναντά, το ναό της Αγίας Τριάδας, στον οποίο φιλοξενούνται οι μοναδικές αγιογραφίες του ζωγράφου Γ. Γουναρόπουλου, ο οποίος συνδυάζει την κοσμική ζωγραφική με τη βυζαντινή νοοτροπία. Η διακόσμηση της εκκλησίας έγινε το 1950 (Εν Βόλω, 2005). Ο δρόμος πίσω από το ναό των Αγίων Κωνσταντίνου και Ελένης διέρχεται ανάμεσα από το κτίριο του Ραδιοφωνικού Σταθμού Βόλου και τη μαρίνα αλιευτικών πλοιαρίων. Ο Ραδιοφωνικός σταθμός στο Βόλο ήταν ο πρώτος περιφερειακός ραδιοφωνικός σταθμός που απέκτησε η ΕΡΑ. Το 1948 ο σταθμός ξεκίνησε να εκπέμπει σε πλήρη καθημερινή λειτουργία με πόρους της τοπικής κοινωνίας. Ο ναός του Αγίου Κωνσταντίνου κατασκευάστηκε από τον Αρ. Ζάχο, το 1935. Βρίσκεται στην προκυμαία και αποτελεί το σύμβολο της νέας πόλης. Μπροστά στον προαύλιο χώρο του ναού βρίσκουμε την προτομή του Έλληνα συγγραφέα, Αλέξανδρου Παπαδιαμάντη, η οποία τοποθετήθηκε το Μάιο του 1962, έργο του γλύπτη Νικόλα. Από την οδό Βλαχάβα, αρχίζει το Πάρκο του Αγίου Κωνσταντίνου, όπου η ομάδα θα συναντήσει δυο αγάλματα. Το μπρούτζινο ανδριάντα του Ελευθέριου Βενιζέλου, το οποίο τοποθετήθηκε το 1994 και

κατασκευάστηκε από τον Ιω Παμαρκέλη, είναι το πρώτο άγαλμα που θα παρατηρήσει η πολιτιστική ομάδα, ενώ ακολουθεί εκείνο της ‘Μάνας’, μνημείο του συλλόγου Σοροπτιμιστριών, έργο του Ν. Ικάρη, το οποίο τοποθετήθηκε στο σημείο το 1975 (Τζάνη, 2017). Η διαδρομή μέσα από το πάρκο τελειώνει στην οδό Ι. Καρτάλη και η ομάδα κατευθύνεται αριστερά προς την παραλία των Αργοναυτών, όπου θα συναντήσει το Μνημείο Εθνικής Ανεξαρτησίας, το σύμβολο της παραλίας του Βόλου, το οποίο ανεγέρθηκε το 1964 από τον γλύπτη Θ. Παπαγιάννη και τις καπναποθήκες του Παπαστράτου (1926, 1935) με τους χαρακτηριστικούς θόλους (Εν Βόλω, 2005). Στους ανακαινισμένους χώρους τους, στεγάζονται διοικητικές αρχές και τμήματα του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας. Το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας ιδρύθηκε το 1984 και το 1989 δέχτηκε τους πρώτους φοιτητές. Οι συμμετέχοντες της πολιτιστικής διαδρομής κινούνται κατά μήκος της παραλίας, προσπερνώντας τα καταστήματα εστίασης πλησιάζουν στο μέγαρο της Τράπεζας της Ελλάδας, το οποίο θεμελιώθηκε το Μάιο 1933 και το κινηματοθέατρο «Αχίλλειον», κτίσμα του 1926. Έπειτα η πολιτιστική ομάδα κατευθύνεται προς το επιβατικό λιμάνι. Λίγο πριν βρίσκεται η «Αργώ», ο ζωντανός μύθος της πόλης. Κατά τη μυθολογία η Αργώ, ήταν το πλοίο στο οποίο επιβιβάστηκαν ο Ιάσοντας με τους Αργοναύτες με σκοπό να πάρουν το χρυσόμαλλο δέρας από την Κολχίδα. Την κατασκευή του πλοίου ανέλαβε ο Άργος από τον οποίο έλαβε το όνομα. Το 2004 με πρωτοβουλία του Δημου ξεκίνησε η ανακατασκευή του πλοίου κατά τα πρότυπα του αρχαίου, ενώ το 2008 απέπλευσε με προορισμό την Αδριατική. Συνεχίζοντας την πολιτιστική διαδρομή, στο πάρκο που βρίσκεται μπροστά από το επιβατικό λιμάνι, οι συμμετέχοντες θα συναντήσουν τη τριλογία της Αργοναυτικής Εκστρατείας, δηλαδή ατσάλινες συνθέσεις της Χρ. Σαραντοπούλου, που τοποθετήθηκαν το 2004, με αφορμή τη διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων. Η πρώτη σύνθεση που βλέπει η ομάδα είναι η «Αθηνά-Αργώ», ακολουθούν οι «Αργοναύτες» και τέλος η «Κιβωτός- Το ταξίδι στην Κολχίδα». Ανάμεσα στις σύγχρονες γλυπτικές συνθέσεις, εμφανίζεται το χάλκινο ομοίωμα της Αργούς, φιλοτεχνημένο από τον γλύπτη Νικόλα το 1965 (αρχείο ΔΗΚΙ). Δίπλα από αυτές τις συνθέσεις και κατά μήκος του πεζοδρομίου βρίσκονται τα παραδοσιακά τσιπουράδικα, συνήθεια που ξεκίνησε από το 1922 με την άφιξη των προσφύγων στην περιοχή, ενώ λίγα μέτρα πιο κάτω, οι συμμετέχοντες θα έρθουν σε επαφή με το πιο σύγχρονο ομοίωμα της Αργούς που τοποθετήθηκε το 2019 και κατασκευάστηκε από ανοξείδωτο χάλυβα, υλικό ανθεκτικό για όλες τις καιρικές συνθήκες, πλαισιωμένο από πίδακες νερού, δίνοντας την αίσθηση ότι πλέει. Απέναντι

από το ομοίωμα της Αργούς εκτείνεται η πλατεία Ρήγα Φεραίου και το Δημαρχείο της πόλης. Μπροστά από το Δημαρχείο του Βόλου επί της οδού 2ας Νοεμβρίου, απέναντι από τον κυκλικό κόμβο, βρίσκεται το Ηρώο, το οποίο είναι δημιούργημα του Β. Φαληρέα προς τιμήν των Βολιωτών που πρόσφεραν τη ζωή τους στη πατρίδα κατά τους Βαλκανικούς πολέμους και τη Μικρασιατική εκστρατεία. Από το 1927 μέχρι το 1955 ήταν τοποθετημένο μπροστά από το παλιό Δημοτικό Θέατρο, όμως μετά τους καταστροφικούς σεισμούς τη δεκαετία του 1950 το Ηρώο μεταφέρθηκε στην Παραλία μπροστά από το κτίριο Παπαστράτου. Θεωρήθηκε ότι γειτνίαζε με το άγαλμα του γλύπτη Παπαγιάννη και για το λόγο αυτό μετακινήθηκε εκ νέου και τοποθετήθηκε στη μικρή πλατεία πίσω από το Δημαρχείο. Στην πλατεία Ρήγα Φεραίου, η προσοχή επικεντρώνεται στο κτίριο του Δημαρχείου, έργο του αρχιτέκτονα Δ. Πικιώνη, το 1970. Εντός του Δημαρχείου φιλοξενείται συλλογή φωτογραφιών της πόλης στα τέλη του 19ου και τις αρχές του 20ου αιώνα, από τον φωτογράφο Στ. Στουρνάρα και η είσοδος του κτιρίου διακοσμείται από οχτώ χαρακτηριστικά του Έλληνα χαρακτήρα Τάσσου, εμπνευσμένα από την ιστορία της πόλης και περιλαμβάνουν τέσσερις θεματικές: όψεις της πόλης, εμπορική και οικονομική κίνηση, κοινωνικοί και πολιτικοί αγώνες, ιστορικά πρόσωπα. Καταμεσής της πλατείας δεσπόζει το άγαλμα του Ρήγα Βελεστινλή, έργο του γλύπτη Μ. Μακρή, ανατολικά επί της οδού Λαμπράκη υπήρχε η προτομή της Σοφίας Βέμπο, έργο του γλύπτη Αν. Κρατίδη προς τιμήν της καλλιτέχνιδας (Τζάνη, 2017), όμως η προτομή πλέον δεν υπάρχει διότι εκλάπη, στη δυτική πλευρά της πλατείας βρίσκεται το Δημοτικό Θέατρο σε σχέδια του αρχιτέκτονα Π. Τσολάκη το έτος 1989, ενώ επί των οδών 2ας Νοεμβρίου και Ξενοφώντος υπάρχει το Μνημείο Ολοκαυτώματος εξίσου δημιούργημα του γλύπτη Αν. Κρατίδη προς τιμήν των Εβραίων Βολιωτών που εξοντώθηκαν από τους Ναζί (αρχείο ΔΗΚΙ).

### **Εικόνα 6.1 :** Χάρτης της πολιτιστικής διαδρομής 1



Πηγή : MapFab, Ιδία επεξεργασία

## 2η Πολιτιστική Διαδρομή:

### Περιήγηση στα ερειπωμένα κτήρια της πόλης

#### *Οικία Τσαλαπάτα- Χαλβαδοποιία Παπαγιαννόπουλου*

Ως σημείο συνάντησης της πολιτιστικής ομάδας, ορίζεται το πάρκο του Αγίου Κωνσταντίνου στη συμβολή των οδών Σταθά και Δημητριάδος. Η πολιτιστική ξενάγηση ξεκινά από την Οικία Τσαλαπάτα, η οποία βρίσκεται σε αυτές τις οδούς. Το σπίτι χρονολογείται γύρω στο 1925. Απέναντι από την οικία Τσαλαπάτα βρίσκεται η Λέσχη Αξιωματικών, στις οδούς Σταθά- Δημητριάδος-Πολυμέρη. Το οίκημα χρονολογείται το 1936 και αρχικά ήταν η οικία της οικογένειας Κουτσίνα ενώ από το 1946 εγκαταστάθηκαν τα γραφεία του Ο.Η.Ε και το 1962 η Λέσχη Αξιωματικών Αεροπορίας, ενώ σήμερα παραμένει εγκαταλελειμμένο. Το κτήριο παρουσιάζει στοιχεία ενός συγκεκριμένου κινήματος της ιστορίας της αρχιτεκτονικής, αυτό της «Νέας Αρχιτεκτονικής» που κύριος εκφραστής είναι ο Le Corbusier. Προχωρώντας την οδό Δημητριάδος η πολιτιστική ομάδα συναντάει το κτήριο της Εξωραϊστικής και κατευθύνεται προς το κέντρο της πόλης (Γάκη, 1991). Στην πάροδο μεταξύ των οδών Δημητριάδος και Γκλαβάνη βρίσκονται τα ερείπια του σπιτιού της τραγουδίστριας Σοφίας Βέμπο. Το σπίτι ανήκε στην οικογένεια της μέχρι το 1923 οπότε και πωλήθηκε σε αγοραστή όπως υποδεικνύουν συμβολαιογραφικά αρχεία (Δημόπουλος, 2019). Καθώς η πολιτιστική ομάδα προχωρά εντός του κεντρικού ιστού της πόλης, στις οδούς Ιάσονος με Κ. Καρτάλη στέκεται το ερειπωμένο πλέον

Ξενοδοχείο «Γαλλία». Το ξενοδοχείο εγκαινιάστηκε το Νοέμβριο του 1884 και είναι το παλαιότερο ξενοδοχείο της πόλης. Αρχικά χρησιμοποιήθηκε ως κατοικία του Δ. Καμηλάκη, ο οποίος διατηρούσε καφενείο, το μετέπειτα καφενείο «Η Συνάντηση» ακριβώς δίπλα. Αργότερα μισθώθηκε ως ξενοδοχείο, ενώ στο ισόγειο του από το 1920 λειτουργούσε εστιατόριο. Το συγκρότημα (ξενοδοχείο- καφενείο) πέρασε στη διάρκεια του μεσοπολέμου στην ιδιοκτησία του Τσιτσιλιάνειου Νοσοκομείου Καλών Νερών και σήμερα ανήκει στο Νοσοκομείο Βόλου (αρχείο Δικτύου Ιστορικής Μνήμης). Η πολιτιστική ομάδα κατευθύνεται ανεβαίνει την οδό Κ. Καρτάλη, έναν από τους πιο κεντρικούς και εμπορικούς δρόμους της πόλης. Στη συμβολή των οδών Καρτάλη με Σωκράτους, συναντά το «Μέγαρο Κωστάκη», κτίσμα του 1920-1925, ενώ σύμφωνα με τις μελέτες, τμήμα από τη μεριά της Κ.Καρτάλη προστέθηκε το 1930-1935. Το κτίριο, αρχικά, ανεγέρθηκε με σκοπό την κατοίκηση του αλλά στο πέρασμα του χρόνου χρησιμοποιήθηκε ως γραφείο και εργαστήριο. Σήμερα είναι εγκαταλελειμμένο και κάποιο χώρο στο ισόγειο χρησιμοποιούνται ως εμπορικό κατάστημα (Γάκη et al, 1991). Έπειτα, συνεχίζοντας την προτεινόμενη διαδρομή, η ομάδα συνεχίζει να διασχίζει την οδό Καρτάλη, ώσπου να βρεθεί μπροστά από το κτίριο του «Οικοτροφείου του Εκκλησιαστικού Λυκείου» της πόλης. Το κτήριο οικοδομήθηκε μεταξύ 1957-1968 με σκοπό να φιλοξενήσει άπορους μαθητές από διάφορες πόλεις που φοιτούσαν σε σχολεία του Βόλου. Η λειτουργία ανάλογων κτηρίων ήταν συνήθης (Καλατζής, 2019). Η πορεία της πολιτιστικής ομάδας συνεχίζει προς την οδό Ιωλκού, η οποία μετονομάστηκε το 1945 σε Ελ. Βενιζέλου. Είναι μια από τις πιο κεντρικές οδούς της πόλης καθώς περιλαμβάνει μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων, εμπορικών καταστημάτων και καταστημάτων εστίασης. Επί της παρόδου Τ. Οικονομάκη με Αντωνοπούλου βρίσκεται ερειπωμένη η διώροφη «Οικία Αδαμόπουλου», ιδιοκτήτη βαμβακοβιομηχανίας. Το οίκημα χρονολογείται στην περίοδο του Μεσοπολέμου, γύρω στο 1930 και αποτελεί αντιπροσωπευτικό αρχιτεκτονικό δείγμα της περιόδου καθώς διασώζονται τα μαρμάρινα σκαλοπάτια και τα μπαλκόνια (Γάκη, 1991). Σήμερα η οικία βρίσκεται στην κατοχή του Δ. Βόλου και έχει ανακοινωθεί ότι θα γίνει μουσειακό ίδρυμα αφιερωμένο στο Τζώρτζιο Ντε Κίρικο. Συνεχίζοντας νοτιότερα στη διασταύρωση των οδών Ιωλκού με Αλεξάνδρας, βρίσκονται οι «Φυλακές της Αλεξάνδρας» ή «Πράσινη Φυλακή» οι οποίες δημιουργήθηκαν από τους Ιταλούς στην αρχή της Κατοχής και λειτούργησαν έως και το τέλος του Εμφύλιου Πολέμου. Το κτήριο είναι ιδιοκτησίας Χατζηκυριάκη, διέθετε υπόγειο και περιβάλλοντα χώρο ο οποίος προστατεύονταν από τοίχο ύψους

δυο μέτρων (2μ.). Σήμερα παραμένει ένα εγκαταλελειμμένο κτήριο, στο ισόγειο του οποίου λειτουργεί εμπορικό κατάστημα. Καθώς η πολιτιστική ομάδα διασχίζει το σύγχρονο εμπορικό κέντρο της πόλης, επί της οδού Ερμού βρίσκεται ο «Οίκος Κουτσίνα», σε σχέδια του Μ. Μεταξά. Πρόκειται για υφασματοεμπορικό οίκο και χρονολογείται περί του 1937. Σήμερα το ισόγειο χρησιμοποιείται από γνωστή εταιρία καλλυντικών. Επόμενη στάση της πολιτιστικής ομάδας είναι ένα μέρος του εγκαταλελειμμένου κτίσματος της ελληνικής καπνοβιομηχανίας «Ματσάγγος». Η καπνοβιομηχανία Ματσάγγου, ιδρύθηκε από τον Ν. Ματσάγγο το 1890 ως μικρή βιοτεχνία, μέχρι το 1918 μετατράπηκε σε ετερόρρυθμη εταιρία. Η κτιριακή επιφάνεια είναι 13.000 τ.μ και καταλαμβάνει δυο οικοδομικά τετράγωνα τα οποία συνδέονται με τη στοά επί της οδού Σωκράτους. Το εγκαταλελειμμένο κτήριο αποτελεί προσάρτηση του 1926 και χτίστηκε επί τις οδούς Ερμού και Π. Μελά. Σήμερα το εν λόγω κτίσμα, έχει μετατραπεί σε αυτοδιαχειριζόμενο χώρο από πολιτικό στέκι ενώ στους υπόλοιπους χώρους της καπνοβιομηχανίας έχει μεταφερθεί το Τμήμα Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας. Στη συνέχεια, η ομάδα κατευθύνεται νοτιότερα, στη διασταύρωση Δημητριάδος με Κουταρέλια, όπου συναντά ένα ακόμη εγκαταλελειμμένο κτήριο της πόλης, το κτήριο Παλούκα. Το κτήριο χρονολογείται γύρω στο 1920 και η αρχική χρήση του ήταν μικτής μορφής, καθώς στο ισόγειο λειτουργούσε η παθολογική κλινική «Ιπποκράτης» του Γ. Σαρρηγιάννη και στους ορόφους πιθανώς λειτουργούσε ξενοδοχείο. Σήμερα, το κτήριο παραμένει ερειπωμένο εκτός από το ισόγειο όπου λειτουργεί εμπορικό κατάστημα. Η πολιτιστική διαδρομή με τα αξιόλογα μεν αλλά ερειπωμένα πλέον κτίσματα της πόλης ολοκληρώνεται με την τελευταία στάση της ομάδας στο κτήριο του Παπαγιαννόπουλου επί της 2ας Νοεμβρίου. Πρόκειται για συγκρότημα λιθόκτιστων κτηρίων του 1920-1930, τα οποία χρησιμοποιούνταν ως εργαστήρια και αποθήκες της χαλβαδοποιίας Παπαγιαννοπούλου. Σήμερα τα εργαστήρια έχουν μεταφερθεί σε νέο χώρο και για το λόγο αυτό το κτήριο παραμένει ερειπωμένο (Γάκη, 1991).

### **Εικόνα 6.2:** Χάρτης της πολιτιστικής διαδρομής 2



Πηγή: Marfab, Ιδία επεξεργασία

### 3η Πολιτιστική Διαδρομή:

#### Τα νεοκλασικά της πόλης

#### Πλατεία Τζώρτζιο Ντε Κίρικο- Τράπεζα Κοσμοδοπούλου

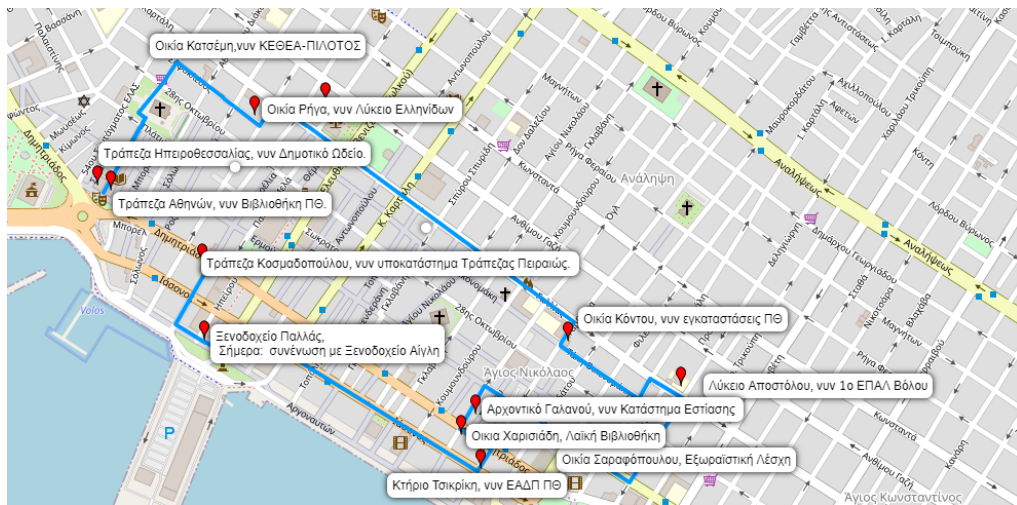
Για αυτή την πολιτιστική διαδρομή, σημείο συνάντησης της ομάδας είναι η μικρή πλατεία με το αμφιθέατρο στην οδό Μεταμορφώσεως, όπου η ομάδα συναντά δυο νεοκλασικά κτήρια. Κατά τη δεξιά πλευρά, σήμερα στεγάζεται η Κεντρική Βιβλιοθήκη του Π.Θ ενώ το 1903 στο ίδιο κτήριο στεγάζονταν η *Τράπεζα Αθηνών*. Στο ίδιο κτήριο για ένα διάστημα στεγάζονταν εκεί το Υπεραστικό ΚΤΕΛ πριν μεταφερθεί στα Παλιά. Ακριβώς απέναντι του βρίσκεται ένα άλλο νεοκλασικό κτήριο, το σημερινό Δημοτικό Ωδείο. Χτίστηκε το 1895, με σκοπό να στεγάσει την *Τράπεζα Ηπειροθессαλίας* και αργότερα την *Εθνική Τράπεζα Ελλάδας*. Μετά τους σεισμούς του 1955 ο πρώτος όροφος κατεδαφίστηκε και το κτήριο αναστηλώθηκε τη δεκαετία του 1980 (αρχείο Δικτύου Ιστορικής Μνήμης). Οι συμμετέχοντες κατευθύνονται προς τα βόρεια, όπου θα συναντήσουν την *Οικία Κατσέμη* επί της

Μεταμορφώσεως, η οποία χρονολογείται γύρω στο 1929-1930, σε σχέδια του Ι. Τσιράγγελος. Το κτήριο έχει κριθεί διατηρητέο καθώς αποτελεί δείγμα αστικής κατοικίας. Από το 2003 στην Οικία Κατσέμη, λειτουργεί το ΚΕΘΕΑ- ΠΙΛΟΤΟΣ, δίκτυο απεξάρτησης και κοινωνικής επανένταξης. Ένα ακόμη δείγμα αστικής κατοικίας βρίσκεται μερικά οικοδομικά τετράγωνα ανατολικότερα της Οικίας Κατσέμη (ΑΝΕΟ, αρχείο Διατηρητέων Κτηρίων). Πιο συγκεκριμένα επί της οδού Κοραή, διασώθηκε η *Οικία Ρήγα*. Η οικονομική επιφάνεια της οικογένειας Ρήγα φαίνεται στη λαμπρή οικοδομή, η οποία χτίστηκε το 1894, οπότε ανθούσε στην πόλη ο νεοκλασικισμός. Εξωτερικά, το κτήριο είναι διώροφο, λιθόκτιστο και κεραμοσκεπές ενώ το εσωτερικό είναι πλούσιο διακοσμημένο με γραπτό και πλαστικό διάκοσμο. Μετά το θάνατο της οικογένεια Ρήγα, το 1932, ο όροφος κληροδοτήθηκε στο Λύκειο Ελληνίδων και το ισόγειο στην οικογένεια Παλούκα. Το 1987, το κτήριο χαρακτηρίστηκε ως έργο τέχνης που χρήζει ειδικής κρατικής προστασίας και στη συνέχεια αποκαταστάθηκε στην αρχική του μορφή με την επίβλεψη της Υπηρεσίας Νεωτέρων Μνημείων και Τεχνικών Έργων του Υπουργείου Πολιτισμού και δαπάνη του Ελληνικού Δημοσίου, προκειμένου να στεγαστεί σε αυτό η πλούσια ενδυματολογική συλλογή του Λυκείου των Ελληνίδων Βόλου (ΛΕΒ, 2009). Στη συνέχεια της πολιτιστικής διαδρομής, οι συμμετέχοντες διέρχονται, μέσω της οδού Γ. Καρτάλη, κατά μήκος της πόλης. Ακόμη μια στάση της ομάδας γίνεται στις οδούς Γαμβέτα με Τ. Οικονομάκη, όπου συναντά την *Οικία Κοντού*. Ο Ν. Κοντός ήταν πρόξενος της Ρωσίας στην Ελλάδα και η οικογένεια του είχε μεγάλη περιουσία τόσο στη Ρωσία και τη Λωζάνη όσο και στην Ελλάδα και συγκεκριμένα στην Αθήνα και το Βόλο. Το σπίτι του στο Βόλο αποτελεί επίσης δείγμα αστικής νεοκλασικής κατοικίας, το οποίο αγοράστηκε από τον Δ. Καβούρα και πλέον ανήκει στο Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας. Παλαιότερα εκεί λειτουργούσε το ιδιωτικό Γυμνάσιο «Κοραής». Στο επόμενο τετράγωνο, στην οδό Δεληγιώργη, η πολιτιστική ομάδα πρόκειται να συναντήσει ακόμα ένα νεοκλασικό κτήριο, το *Λύκειο Αποστόλου*. Αρχικά, το 1925 χτίστηκε ως μονοκατοικία της οικογένειας Ζούλια και το 1935 πωλήθηκε στους Αποστόλου- Τσάτσο για να γίνει εκπαιδευτήριο. Κατά τους σεισμούς του 1955 υπέστη ζημιές οι οποίες αποκαταστάθηκαν. Γύρω στο 1980 έγιναν προσπάθειες για να κριθεί το κτήριο διατηρητέο, όμως απέτυχαν. Κατά τη διάρκεια των ετών, το κτήριο δεν έχασε τον εκπαιδευτικό χαρακτήρα του καθώς εκεί λειτούργησε το ΑΣΠΑΙΤΕ και σήμερα λειτουργεί το 3ο ΕΠΑΛ (Γάκη, 1991). Πιο νότια, βρίσκεται το ακρωτηριασμένο από τους σεισμούς αλλά ανακαινισμένο Μέγαρο



Σαραφόπουλου. Το αρχικό κτήριο κτίστηκε το 1890, σε σχέδια Γάλλου αρχιτέκτονα και ανήκε στην οικογένεια Σαραφόπουλου που ήρθε στην πόλη γύρω στο 1880. Με τους σεισμούς καταστράφηκε ένα μεγάλο μέρος του συνολικού κτηρίου. Το σημερινό κτήριο χτίστηκε το 1956, στον όροφο λειτουργεί η Λέσχη, το ισόγειο χρησιμοποιείται από κατάστημα εστίασης ενώ στον ακάλυπτο χώρο λειτουργεί ο ομώνυμος θερινός κινηματογράφος (Γάκη, 1991, ΔΗΚΙ). Επόμενη στάση για την πολιτιστική ομάδα είναι το *Αρχοντικό Γαλανού*, με τα μεγάλα παράθυρα, το οποίο βρίσκεται στην οδό Όγλ και σήμερα ο υπαίθριος χώρος του χρησιμοποιείται ως κατάστημα εστίασης. Λίγα μέτρα νοτιότερα του αρχοντικού βρίσκεται η νεοκλασική Οικία του Χαρισιάδη που έπειτα δόθηκε για τη στέγαση του θρησκο-φιλολογικού συλλόγου «*Οι Τρεις Ιεράρχες*», ο οποίος συστάθηκε το 1907(Ξυδή, 2005). Επόμενη στάση της πολιτιστικής ομάδας είναι το «*Κτήριο Τσικρίκη*» στη γωνία των οδών Γαμβέτα με Δημητριάδος. Το κτήριο είναι έργο του αρχιτέκτονα Α. Μεταξά και αρχικά σχεδιάστηκε ως οικία του δημάρχου Α. Γκλαβάνη, ενώ το 1955 αγοράστηκε από τον οφθαλμίατρο Τσικρίκη με σκοπό να χρησιμοποιηθεί ως οφθαλμολογική κλινική και κατοικία του. Ωστόσο σήμερα το κτήριο χρησιμοποιείται από το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας ως «Εταιρεία Αξιοποίησης και Διαχείρισης Περιουσίας Πανεπιστημίου Θεσσαλίας» και αποσκοπεί στη διαχείριση της κινητής και ακίνητης περιουσίας του Πανεπιστημίου (ΑΝΕΟ, αρχείο Διατηρητέων Κτηρίων). Έπειτα, η ομάδα συνεχίζει την πολιτιστική διαδρομή διερχόμενη από την Ιάσονος, μια από τις κεντρικότερες οδούς της πόλης όπου ο επισκέπτης συναντά καταστήματα εστίασης. Οι συμμετέχοντες σταματούν στο *ξενοδοχείο «Παλλάς»*, το οποίο χτίστηκε το 1920 και ολοκληρώθηκε το 1928 σε σχέδια του Χατζηαργύρη. Το ξενοδοχείο ανήκε στην οικογένεια Σκρέτα από όπου πήρε το όνομα της και η στοά που ενώνει τα ξενοδοχεία. Το 1977 το Παλλάς έκλεισε και στα τέλη της δεκαετίας του 1990, συνενώθηκε με το όμορό του ξενοδοχείο «Αίγλη» και τα δύο κτίρια ανακατασκευάστηκαν ριζικά. Το κτήριο έχει χαρακτηριστεί διατηρητέο μνημείο (ΑΝΕΟ αρχείο Διατηρητέων Κτηρίων). Τελευταία στάση της πολιτιστικής ομάδας στην Τράπεζα Κοσμοδοπούλου. Το 1885 ο Δ. Κοσμοδόπουλος άνοιξε τραπεζικό γραφείο και το 1910 εγκαινιάστηκε το ιδιόκτητο κτήριο της τράπεζας σε αρχιτεκτονικά σχέδια του Κ. Αργύρη. Μετά το οικονομικό κραχ του 1929 η τράπεζα κήρυξε πτώχευση. Το κτήριο διατήρησε την τραπεζική του παράδοση καθώς αργότερα λειτούργησε ως Αγροτική Τράπεζα ενώ σήμερα στον ίδιο χώρο λειτουργεί το υποκατάστημα της Τράπεζας Πειραιώς (αρχείο Δικτύου Ιστορικής Μνήμης).

**Εικόνα 6.3:** Χάρτης της πολιτιστικής διαδρομής 3



*Πηγή: Marfab, Ιδία Επεξεργασία*

## Συμπεράσματα- Προτάσεις

Τα ταξίδια διακοπών πόλης είναι ένα πολλά υποσχόμενο τουριστικό προϊόν για τις πόλεις. Οι δυνατότητές τους αντικατοπτρίζονται στην εισροή τουριστών όλο το χρόνο και στην ικανότητα συνδυασμού διαφορετικών τουριστικών προϊόντων σε ένα μοναδικό που προσφέρεται ως έχει στους τουρίστες της πόλης. Το αυξανόμενο ενδιαφέρον των τουριστών για αυτόν τον τύπο τουρισμού συνδέεται με την αύξηση του ελεύθερου χρόνου, ιδίως κατά την περίοδο των εορτών και σημαντικών εκδηλώσεων του έτους. Λόγω αυτής της τάσης, οι τουρίστες κυρίως εκτός εποχής επιλέγουν διαλείμματα σε πόλεις, οι οποίες έχουν δυναμικό χαρακτήρα και περιλαμβάνουν μεγάλο αριθμό υπηρεσιών και περιεχομένου (Podovac, 2017).

Από τη μελέτη της υπάρχουσας βιβλιογραφίας προκύπτουν ενδιαφέροντα συμπεράσματα. Η ανάπτυξη του city break τουρισμού στο Βόλο προϋποθέτει την προσπάθεια των κύριων παραγόντων του τουριστικού τομέα βελτιώνει συνεχώς την υπάρχουσα τουριστική προσφορά εισάγοντας πρόσθετες εγκαταστάσεις για την κάλυψη των αναγκών των τουριστών της πόλης. Ο Βόλος είναι μια σύγχρονη πόλη με αναπτυγμένο τουριστικό δίκτυο καθώς η ύπαρξη του λιμανιού βοήθησε την ανάπτυξη της εμπορικής δραστηριότητας της περιοχής.

Από την καταγραφή των υφιστάμενων υποδομών της πόλης προκύπτει ότι ο Βόλος υστερεί σε μερικά σημεία. Ένα από τα σημεία αυτά είναι λίγες σε αριθμό υποδομές που σχετίζονται με τα Συνέδρια. Θετικό πρόσημο λαμβάνει το Συνεδριακό Κέντρο Θεσσαλίας λόγω της έκτασης και της χωρητικότητας του, ωστόσο το γεγονός ότι βρίσκεται αρκετά χιλιόμετρα εκτός πόλης δυσχεραίνει τη διοργάνωση μεγάλων συνεδρίων.

Ένα ακόμη μειονέκτημα της διαχείρισης των μεταφορικών υποδομών είναι το γεγονός ότι υπάρχουν λίγα δρομολόγια από και προς τις Σποράδες καθώς και το γεγονός ότι η σύνδεση με άλλες περιοχές είναι ανύπαρκτη. Παλαιότερα ο Βόλος συνδέονταν με την Εύβοια, τον Άγιο Κωνσταντίνο, τη Μυτιλήνη και άλλες περιοχές.

Επιπλέον, η πόλη περιλαμβάνει μεγάλο αριθμό πολιτιστικών χώρων, οι οποίοι παραμένουν χωρίς προβολή και εκμετάλλευση. Ένας από αυτούς τους χώρους είναι το Δημοτικό Θέατρο Βόλου, το οποίο διέθετε τη μεγαλύτερη σκηνή των Βαλκανίων. Από το 2008 παραμένει κλειστό λόγω επικείμενης ανακαίνισης.

Οι πολιτιστικές διαδρομές είναι ένα «εργαλείο» που χρησιμεύει στην διάσωση και προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς του τόπου, με σκοπό οι πολιτιστικοί χώροι να αποκτήσουν νέα πνοή. Στην πόλη πραγματοποιούνται πολιτιστικές διαδρομές από το Μουσείο Πόλης διαφόρων θεματικών. Ως εκ τούτου προτείνεται η δημιουργία ενός νέου και σύγχρονου site κατά τα πρότυπα του «Athens Walking Tours», όπου θα βρίσκονται συγκεντρωμένες όλες οι πολιτιστικές, ποδηλατικές, φυσιολατρικές διαδρομές που μπορούν να γίνουν στην πόλη, βοηθώντας κατά αυτό τον τρόπο τον επισκέπτη να πραγματοποιήσει τη διαδρομή που επιθυμεί.

Τέλος, προτείνεται να γίνουν όλες εκείνες οι απαραίτητες διαδικασίες ώστε να ενταχθούν στις Ευρωπαϊκές Πολιτιστικές Διαδρομές τα γλυπτά μνημεία του Παλαιού Κοιμητηρίου στη Νέα Ιωνία. Το κοιμητήριο έχει κηρυχθεί διατηρητέο μνημείο στο σύνολό του, με το ΦΕΚ.506/β/1-7-1996, λόγω της ιδιαίτερης αισθητικής, μορφολογικής και ιστορικής του αξίας.

**ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ****Ελληνόγλωσση**

Αγγελοπούλου, Σ (2005), *Η Ιστορία του Βόλου μετά την Απελευθέρωση (1881-1897), μέσα από την εικονοπλαστική πραγματικότητα*, Βόλος: Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

Αναστασιάδου, Αρχ, Ντίνα, Ασπ (2014), Το Κάστρο στα Παλαιά του Βόλου, Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού, 7η Εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων, Έργο: «Συντήρηση και αποκατάσταση Κάστρου Παλαιών Δήμου Βόλου».

Ανδριώτης, Κ., (2003), Ο Εναλλακτικός Τουρισμός και τα Διαφοροποιητικά Χαρακτηριστικά του, *ΤΟΠΟΣ Επιθεώρηση Χωρικής Ανάπτυξης, Σχεδιασμού και Περιβάλλοντος*.

Αρβανίτης, Κ, (2005), Οι προσδοκίες των τουριστών και το τουριστικό προϊόν του Βόλου, *Εν Βόλω*, Τεύχος 18, Τριμηνιαία Περιοδική Έκθεση Δήμου Βόλου

Αυγερινού- Κολώνια, Σ (2003), *Ο Ρόλος του Τουρισμού στη Διατήρηση και Ανάπτυξη των Ιστορικών Πόλεων* στο Τσάρτας Π.(επιμ.)(2000), «Τουριστική ανάπτυξη. Πολυεπιστημονικές Προσεγγίσεις», Αθήνα: Εξάντας

Βαρβαρέσος, Σ (2000 β), *Τουρισμός, Οικονομικές προσεγγίσεις*, Εκδόσεις : Προπομπός, Αθήνα.

Βενετσανοπούλου, Γ. Μ, (2006), *Η Κρατική Συμβολή στον Τουρισμό, Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Ιστορική Εξέλιξη- Θεσμικό πλαίσιο*, Εκδόσεις : Innterbooks, Αθήνα.

Γάκη, Μ, Γιαμάκου, Φ, Καντικός, Καλτσογιάννη, Κ, Σδρούλιας Θ, (1991), *Αρχιτεκτονικές Μνήμες: Ζωντανά τμήματα της πόλης, Ομάδα Εργασίας, Καταγραφής και Έρευνας Αξιόλογων Κτιρίων στο Βόλο*, Τμήμα Ν. Μαγνησίας, ΤΕΕ.

Δέφνερ, Α, (2006), *Ο Τουρισμός ως στοιχείο του Πολεοδομικού Προγραμματισμού- Σχεδιασμού*, στο Σχεδιασμός Τουρισμού και Ελεύθερου Χρόνου, *Πανεπιστημιακές Παραδόσεις*, Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας, σ. 212-227

Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Κ, Λύτρας, Π, (1998), *Εισαγωγή στον Τουρισμό*, Εκδόσεις : Interbooks, Αθήνα.

Καλατζής, Χ (2019), Η Εκκλησιαστική Εκπαίδευση στη Μαγνησία με έμφαση στα Εκκλησιαστικά Φροντιστήρια και στο Εκκλησιαστικό Λύκειο Βόλου, *Διδρυματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Ελλάδα: Εκκλησιαστική Ιστορία και Πολιτισμός»*

Καλοκάρδου, Ρ. (1995), Δομημένο περιβάλλον και τουρισμός: μια δύσκολη θέση, *Σύγχρονα Θέματα*, σ. 81-87

Κοκκώσης, Χ, Τσάρτας, Π, Γκρίμπα, Ε (2011), *Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού – Ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού*, Εκδόσεις : Κριτική, Αθήνα

Λαγός, Γ, Δ, (2005), *Τουριστική Οικονομία*, Εκδόσεις : Κριτική, Αθήνα, 263-271, 369-379.

Λάμπη, Ε, (2016), *Μάρκετινγκ Τόπου : Η Περίπτωση του Δήμου Βόλου*, Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού, Βόλος : Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.

Μόσιου, Ι, (2017), *Ο Αρχαιολογικός Τουρισμός στη Μαγνησία: Η Δυνητική Συμβολή του στην Τοπική Ανάπτυξη*, Βόλος : Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

Ξηρακιάς Η, (1980), *Ιστορική αναδρομή στην εξέλιξη του μεταποιητικού τομέα στο Νομό Μαγνησία*, Πρακτικά προσυνεδρίου για τη βιομηχανία στην Ελλάδα, ΤΕΕ-Τμ. Μαγνησίας, 14-15 Νοεμβρίου, Βόλος

Ξυδής, Γ, (2005), *Ο Σύλλογος Φίλων των Γραμμάτων στον Βόλο την περίοδο του μεσοπολέμου*, Σχολή Επιστημών του Ανθρώπου, Ιστορίας Αρχαιολογίας και Κοινωνικής Ανθρωπολογίας, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

Σιταράς, Θ, Τζένος, Χ (2007), *Εισαγωγή στη Θεωρία του Τουρισμού*, Εκδόσεις : Interbooks, Αθήνα.

Τζάνη, Ν (2017), Η υπαίθρια γλυπτική του «καλλικρατικού» Δ. Βόλου Καταγραφή και Τεκμηρίωση, έρευνα του Δ. Βόλου

Τσάρτας, Α, Π (1998), Κοινωνικότητα και Τουρισμός : Ανάλυση Χαρακτηριστικών σε Διαφορετικούς Τύπους Τουρισμού, *Επιτ. Κοινωνικών Ερευνών*, 96-97, 111-132

Τσάρτας, Α, Π (2010), *Ελληνική Τουριστική Ανάπτυξη*, Εκδόσεις : Κριτική, Αθήνα.

### **Ξενόγλωσση**

Adams, K. (2008), Cultural Tourism, *International Encyclopedia of the Social Sciences*, Edition 2nd Publisher: Macmillian Editors: W. Darity

Bock, K, (2015), The changing nature of city tourism and its possible implications for the future of cities, *European Journal of Futures Researchers*, Vol 3: 20 DOI 10.1007/s40309-015-0078-5

Christou, L, (2012), Is it possible to combine mass tourism with alternative forms of tourism: the case of Spain, Greece, Slovenia and Croatia, *Journal of Business Administration Online*,

Cohen, E (1987), Alternative Tourism — A Critique, *Tourism Recreation Research*, Vol 12, No2, pp 13-18 DOI: 10.1080/02508281.1987.11014508

Dunne, G., Buckley, J and Flanagan, S. (2007) City break motivation – The case of Dublin, a successful national capital. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, Vol 22 (3/4), pp.95-107. Doi:10.1300/J073v22n03\_08

Dunne, G, Flanagan, S, Buckley, J (2010), Towards an Understanding of International City Break Travel, *International Journal of Tourism Research*, Vol 12 (5), pp 409-417. doi:10.1002/jtr.760

Edwards, D, Griffin, T, Hayllar, B (2008), Urban Tourism Research Developing an Agenda, *Annals of Tourism Research*, Vol. 35, No4.

Garbea, R, (2013), Urban Tourism Between Content and Aspiration for Urban Development, *Management & Marketing*, volume XI, issue 1

ICOMOS, (2008), The ICOMOS Charter on Cultural Routes. Retrieved November 24, 2015, from ICOMOS: [http://www.icomos.org/charters/culturalroutes\\_e.pdf](http://www.icomos.org/charters/culturalroutes_e.pdf)

Jelincic, D.A (2009), Splintering of Tourism Market: New Appearing Forms of Cultural Tourism as a Consequence of Changes in Everyday Lives , *Coll. Antropol*, 33 1: 259–266

McKercher, B, du Cros, H. (2003), Testing a Cultural Tourism Typology, *International Journal of Tourism Research*, 5, 45-58.

Mousavi, S, Doratli, N, Moradiahari, F. (2016), Defining Cultural Tourism, *International Conference on Civil, Architecture and Sustainable Development (CASD-2016)* Dec. 1-2, London (UK), <https://doi.org/10.15242/IICBE.DIR1216411>.

Patikas, C, (2013), *Development of Thessaloniki, Greece as a City Break Tourism Destination*, School of Economics and Business Administration

Podovac, M, (2017), *City Break Travel as a factor of tourism industry competitiveness*, 2nd International Scientific Conference, Tourism in Function of Development of the Republic of Serbia, Conference Paper

Postma, A., Buda, D.-M. and Gugerell, K. (2017), The future of city tourism, *Journal of Tourism Futures*, Vol. 3 No. 2, pp. 95-101. <https://doi.org/10.1108/JTF-09-2017-067>

Richards, G, (2003). What is Cultural Tourism?, στο van Maaren, A. (ed.), *Erfgoed voor Toerisme*, Weesp: Nationaal Contact Monumenten

Richards, G, (2018), Cultural tourism: A review of recent research and trends, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Volume 36, Pages 12-21, <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>

Poon, A (1993), *Competitive Strategies For A 'New Tourism'*, στο Cooper, C, (2003), *Classic Reviews in Tourism*, Aspects of Tourism 3, Channel View Publication

Smith, S (1994), The tourism product, *Annals of Tourism Research*, Vol. 21, No. 3, pp. 582-595.

Smith, A. 2019. Destination London: An Expanding Visitor Economy. In: Smith, A. and Graham, A. (eds.) *Destination London: The Expansion of the Visitor Economy*. Pp. 1–13. London: University of Westminster Press. DOI: <https://doi.org/10.16997/book35.a>. License: CC-BY-NC-ND



Staif, R, (2006), Contemporary Tourism Issues, Venice: A case study, *Tourism Geography*

Stevenson, N, Inskip, C (2009), Seeing the sites: Perception of London στο (ed.)

Maitland, R, Ritchie, B (2009), *City Tourism: National Capital Perceptions*, CAB International.

Triarchi, Ei, Karamanis, K (2016), The evolution of alternative forms of Tourism: a theoretical background, *Business & Entrepreneurship Journal*, 2nd International Conference of development and economy (ICODECON).

World Tourism Organization (2012), Global Report on City Tourism - Cities 2012 Project, UNWTO, Madrid

### **Άλλες πηγές- Διαδίκτυο**

ANEΟ Αρχείο Διατηρητέων Μνημείων, <https://diathrhtea.blogspot.com>

Αρχείο Δικτύου Ιστορικής Μνήμης

Αρχείο ΔΗ.ΚΙ (Δημοτικό Κέντρο Ιστορίας και Τεκμηρίωσης)

Αθλητικές Εγκαταστάσεις - <https://doepap.gr/>

Δημόπουλος, (2019), Χωματερή το σπίτι της Βέμπο στο κέντρο του Βόλου, e-thessalia.gr

Εν Βόλω (2005), Αφιέρωμα Τουρισμός, Τριμηνιαία Περιοδική Έκδοση Δήμου Βόλου, Τεύχος 18ο

Η Μαγνησία στο Πέρασμα του Χρόνου, <https://volosmagnisia.wordpress.com>

Μηνακάκης, Β, Από το Παρελθόν στο Παρόν, Τουριστικός Οδηγός, Volos Info

Λύκειο Ελληνίδων Βόλου, <https://www.lev.com.gr>

Νικολάου, Ε (2012), Αθανασάκειο Αρχαιολογικό Μουσείο Βόλου, Υπουργείο Πολιτισμού, <http://odysseus.culture.gr/>

Σταντζούρης, Π, (2012), Κάστρο Παλαιών Βόλου, Υπουργείο Πολιτισμού, <http://odysseus.culture.gr/>

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Αγαπητέ κύριε/ κυρία,

Στα πλαίσια της διπλωματικής εργασίας μου για την απόκτηση του μεταπτυχιακού τίτλου, διεξάγω την παρούσα επιτόπια έρευνα, έχοντας ως σκοπό την ανάδειξη του Δήμου Βόλου ως προορισμό αστικού τουρισμού.

Το ερωτηματολόγιο περιέχει ερωτήσεις, οι οποίες θα βοηθήσουν στην αξιολόγηση των υπηρεσιών που παρέχει η πόλη στον επισκέπτη της.

Θα ήθελα να σας γνωστοποιήσω ότι η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου είναι ανώνυμη και για την αντικειμενικότητα της έρευνας η συμπλήρωσή του, παρακαλώ πολύ, να είναι πραγματικά ειλικρινής.

Μεταπτυχιακή Φοιτήτρια : Μαρία Βασιλική Γκουντρουμάνη

### A. Προφίλ ερωτηθέντων ( Σημειώστε με √ την κατάλληλη για εσάς επιλογή)

#### 1. Φύλο

Ανδρας

Γυναίκα

#### 2. Ηλικία

<18

18-24

25-35

35-45

45-55

55-65

>65

#### 3. Παρακαλώ, σημειώστε την πόλη διαμονής σας

.....

4. Οικογενειακή κατάσταση

Έγγαμος/η

Άγαμος/η

Διαζευγμένος/η

Χήρος/α

5. Μορφωτικό επίπεδο

Δημοτικό

Γυμνάσιο/ Λύκειο

ΑΕΙ/ ΤΕΙ

Μεταπτυχιακές σπουδές

Διδακτορικές σπουδές

6. Επαγγελματική Απασχόληση

Μαθητής/τρια

Φοιτητής/τρια

Άνεργος/η

Δημόσιος Υπάλληλος

Ιδιωτικός Υπάλληλος

Ελεύθερος Επαγγελματίας

Εποχιακά απασχολούμενος

Συνταξιούχος

7. Ετήσιο Εισόδημα

<15.000€

15.000€-30.000€

30.001€-45.000€

>45.001€

**B. Παρακαλώ σημειώστε  $\surd$  στο κουτάκι που αντιπροσωπεύει την απάντησή σας.**

1. Πόσες μέρες θα διαρκέσει η διαμονή σας στο Βόλο ;

Ημερήσια επίσκεψη

2-3 ημέρες

3-5 ημέρες

>5 ημέρες

2. Η επίσκεψή σας αποτελεί τις κύριες διακοπές ή τις δευτερεύουσες ; (Κύριες διακοπές = οι διακοπές που πραγματοποιούνται μια φορά το χρόνο, Δευτερεύουσες = ολιγοήμερες διακοπές που πραγματοποιούνται σε όλη τη διάρκεια του έτους.)

Κύριες διακοπές

Δευτερεύουσες διακοπές

3. Με ποιο μεταφορικό μέσο φτάσατε στην πόλη ;

Υπεραστικό Λεωφορείο

Τρένο

Πλοίο

Ιδιωτικό αυτοκίνητο

Αεροπλάνο

Συνδυασμός μέσων μεταφοράς  Αν ναι, με ποια:

.....

4. Επιλέξατε για τη διαμονή σας :

Δωμάτιο ξενοδοχείου

Ενοικιαζόμενο δωμάτιο

Δωμάτιο μέσω Airbnb

Άλλο: .....

5. Σε ποιόν τύπο τουριστών ανήκετε;

Μαθητικοί τουρίστες

Οικογένειες Ζευγάρια Παρέες Μεμονωμένοι τουρίστες Γκρουπ οργανωμένων ταξιδιών 

**Γ. Παρακαλώ κυκλώστε τον αριθμό που αντιπροσωπεύει την απάντησή σας από το 1 έως το 7. (1= διαφωνώ τελείως, 2= διαφωνώ λίγο, 3= διαφωνώ, 4= ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ, 5= συμφωνώ, 6= συμφωνώ αρκετά, 7= συμφωνώ πολύ).**

1. Η αναζήτηση σας, ως προς τις τουριστικές πληροφορίες του Βόλου, έγινε με ευκολία;

1 2 3 4 5 6 7

2. Με ποιο μέσο προβάλλεται επαρκώς ο Βόλος ως τουριστικός προορισμός; (Να απαντηθεί το σύνολο των επιλογών)

Διαδίκτυο 1 2 3 4 5 6 7

Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης 1 2 3 4 5 6 7

Τηλεόραση- Ραδιόφωνο 1 2 3 4 5 6 7

Ταξιδιωτικό γραφείο 1 2 3 4 5 6 7

3. Για ποιο σκοπό επισκέπτεστε την πόλη του Βόλου; (Να απαντηθεί το σύνολο των επιλογών)

Αρχαιολογικό- πολιτιστικό ενδιαφέρον 1 2 3 4 5 6 7

Γαστρονομία- τοπική παράδοση 1 2 3 4 5 6 7

Ερευνητικό ενδιαφέρον 1 2 3 4 5 6 7

Θρησκευτικό ενδιαφέρον 1 2 3 4 5 6 7

Διασκέδαση- Αναψυχή 1 2 3 4 5 6 7

4. Σε ποιο βαθμό αναδεικνύονται οι πόροι του Βόλου ως πόλος έλξης των τουριστών; (Να απαντηθεί το σύνολο των επιλογών)

Φυσικοί πόροι	1	2	3	4	5	6	7
Κοινωνικοί πόροι	1	2	3	4	5	6	7
Πολιτισμικοί πόροι	1	2	3	4	5	6	7

5. Θεωρείται ο Βόλος, ως ένας ελκυστικός προορισμός για αστικό τουρισμό;

1 2 3 4 5 6 7

6. Με βάση ποιο από τα παρακάτω κίνητρα αποφασίσατε να επισκεφτείτε το Βόλο ; (Να απαντηθεί το σύνολο των επιλογών)

Εγγύτητα	1	2	3	4	5	6	7		
Εύκολη αναζήτηση της πόλης στο διαδίκτυο	1	2	3	4	5	6	7		
Επισκέψεις σε μουσειακούς χώρους	1	2	3	4	5	6	7		
Οικονομικός προορισμός	1	2	3	4	5	6	7		
Διασκέδαση/Νυχτερινή ζωή	1	2	3	4	5	6	7		
Αγορές	1	2	3	4	5	6	7		
Εύκολη πρόσβαση σε παραθαλάσσιες περιοχές			1	2	3	4	5	6	7
Εύκολη πρόσβαση σε χωριά του Πηλίου	1	2	3	4	5	6	7		
Προτάθηκε από φίλους/γνωστούς	1	2	3	4	5	6	7		
Ιατρικοί λόγοι	1	2	3	4	5	6	7		
Προηγούμενη επίσκεψη	1	2	3	4	5	6	7		
Επαγγελματικό ταξίδι	1	2	3	4	5	6	7		
Ταξίδι επαγγελματικής επιβράβευσης	1	2	3	4	5	6	7		

7. Αξιολογείτε, τα παρακάτω στοιχεία που κατά τη γνώμη σας, προκαλούν θετικές επιδράσεις κατά τη διάρκεια των διακοπών σας. (Να απαντηθεί το σύνολο των επιλογών)

Συμμετοχή σε δραστηριότητες της πόλης	1	2	3	4	5	6	7
Επαφή με την τοπική κουλτούρα	1	2	3	4	5	6	7
Διασκέδαση/ Χαλάρωση	1	2	3	4	5	6	7

Μέσα Μαζικής Μεταφοράς	1	2	3	4	5	6	7
Άμεση πρόσβαση σε θάλασσα και βουνό	1	2	3	4	5	6	7
Ποιότητα υπηρεσιών και διαμονής	1	2	3	4	5	6	7
Σχέση ποιότητας- τιμής	1	2	3	4	5	6	7
Καθαριότητα	1	2	3	4	5	6	7
Χώροι πρασίνου	1	2	3	4	5	6	7
Ασφάλεια	1	2	3	4	5	6	7
Γαστρονομική κουλτούρα	1	2	3	4	5	6	7
Πολιτιστική Κληρονομιά	1	2	3	4	5	6	7

8. Αξιολογείστε, τα παρακάτω στοιχεία που κατά τη γνώμη σας, προκαλούν αρνητικές επιδράσεις κατά τη διάρκεια των διακοπών σας. (Να απαντηθεί το σύνολο των επιλογών)

Περιορισμένο ωράριο τουριστικών αξιοθέατων	1	2	3	4	5	6	7
Περιορισμένο ωράριο εμπορικών καταστημάτων	1	2	3	4	5	6	7
Έλλειψη αεροπορικών πτήσεων	1	2	3	4	5	6	7
Έλλειψη συχνών γραμμών πλοίων	1	2	3	4	5	6	7
Ανεπαρκής εκπαίδευση εργαζομένων	1	2	3	4	5	6	7
Έλλειψη σημείων πληροφόρησης	1	2	3	4	5	6	7
Ελλιπής σήμανση	1	2	3	4	5	6	7
Προβλήματα καθαριότητας	1	2	3	4	5	6	7
Κυκλοφοριακά προβλήματα	1	2	3	4	5	6	7

Προσβασιμότητα ευπαθών ομάδων (πχ ΑΜΕΑ, ηλικιωμένοι) 1 2 3 4 5 6 7

9. Θα συστήνατε το Βόλο, ως προορισμό για ολιγοήμερες διακοπές;

1 2 3 4 5 6 7

**Σας ευχαριστώ πολύ για το χρόνο που αφιερώσατε !!!**