

2023-01

þÿ ~ Á · Ã ° μ Å Ä ¹ ² ì Â - Á ç Ã ° Å ½ · ¼ ± Ä ¹ ²

þÿ α ç Å Á ¹ Ã ¼ ì Â : · μ ¹ ² ì ½ ± À Á ç ç Á ¹ Ã

þÿ Ä Á ¹ Î ½ ¹ μ Á Î ½ À Á ç Ã ° Å ½ · ¼ ¬ Ä É ½

þÿ α Ã ç Å ² ¬ » ± Â , œ μ ½ - » ± ç Â - † ³ ³ μ » ç Â

þÿ œ μ Ä ± Ä Ä Å Ç ¹ ± ² ì Á ì ³ Á ± ¼ ¼ ± " ¹ ç - ° · Ä · Ä α ç Å Á ¹ Ã Ä ¹ ² ½ · À ¹ Ç μ ¹ Á ® Ä μ É ½ , £ Ç ç » ®

þÿ · À ¹ Ä Ä · ¼ Î ½ ° ± ¹ " ¹ ç - ° · Ä · Ä , ± ½ μ À ¹ Ä Ä ® ¼ ¹ ç · μ ¬ Ä ç » ¹ Â ¬ Æ ç Ä

<http://hdl.handle.net/11728/12376>

Downloaded from HEPHAESTUS Repository, Neapolis University institutional repository



**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ, ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ**

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΣΤΗΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ-ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ:
Η ΕΙΚΟΝΑ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΤΡΙΩΝ ΙΕΡΩΝ
ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑΤΩΝ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ**

ΤΣΟΥΒΑΛΑΣ ΜΕΝΕΛΑΟΣ-ΑΓΓΕΛΟΣ

ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2023



**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ, ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ**

**ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ-ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ:
Η ΕΙΚΟΝΑ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΤΡΙΩΝ ΙΕΡΩΝ
ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑΤΩΝ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ**

**Διπλωματική Εργασία η οποία υποβλήθηκε προς απόκτηση εξ
αποστάσεως μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών στην Διοίκηση
τουριστικών επιχειρήσεων στο Πανεπιστήμιο Νεάπολις**

ΤΣΟΥΒΑΛΑΣ ΜΕΝΕΛΑΟΣ-ΑΓΓΕΛΟΣ

ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2023

ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ

Copyright© Τσουβάλας Μενέλαος- Άγγελος, 2023

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της Διπλωματικής Εργασίας από το Πανεπιστήμιο Νεάπολις δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Πανεπιστημίου.

Ο Τσουβάλας Μενέλαος – Άγγελος, γνωρίζοντας τις συνέπειες της λογοκλοπής, δηλώνω υπεύθυνα ότι η παρούσα εργασία με τίτλο «Θρησκευτικός- Προσκυνηματικός Τουρισμός: η εικόνα προορισμού τριών ιερών προσκυνημάτων στο νομό Ιωαννίνων», αποτελεί προϊόν αυστηρά προσωπικής εργασίας και όλες οι πηγές που έχω χρησιμοποιήσει, έχουν δηλωθεί κατάλληλα στις βιβλιογραφικές παραπομπές και αναφορές. Τα σημεία όπου έχω χρησιμοποιήσει ιδέες, κείμενο ή/και πηγές άλλων συγγραφέων, αναφέρονται ευδιάκριτα στο κείμενο με την κατάλληλη παραπομπή και η σχετική αναφορά περιλαμβάνεται στο τμήμα των βιβλιογραφικών αναφορών με πλήρη περιγραφή.

Ο Δηλών

Τσουβάλας Μενέλαος - Άγγελος

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω εγκάρδια, την επιβλέπουσα της διπλωματικής μου εργασίας, Δρ. Τερζίδου Ματίνα, για την καθοδήγηση, τις νουθεσίες και την παντοιοτρόπως υποστήριξή της.

Θα ήθελα επιπλέον να ευχαριστήσω όλους όσους συμμετείχαν στο ερωτηματολόγιο μου, που χωρίς αυτούς δεν θα είχε υλοποιηθεί η έρευνα.

Θα ήταν παράλειψη να μην ευχαριστήσω για την στήριξη και την αρωγή όλους τους φίλους και την οικογένεια μου.

Αφιερώνεται στον αδελφό μου Άρη και την αδελφή μου Νένη

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στόχος της παρούσας εργασίας είναι να εξετάσει την εικόνα προορισμού των θρησκευτικών προσκυνημάτων μέσα από την οπτική των τουριστών. Πιο συγκεκριμένα, αναλύθηκαν τα συστατικά της εικόνας του προορισμού, οι παράγοντες που επηρεάζουν την εικόνα προορισμού αλλά και οι συμπεριφορές των τουριστών. Ως μελέτη περίπτωσης, επιλέχθηκαν 3 Ιερά προσκυνήματα του νομού Ιωαννίνων. Η Ιερά Μονή Κηπίνας, Η Ιερά Μονή Βουτσάς και η Μοναστηριακή κοινότητα στο νησί Ιωαννίνων. Αναλυθήκαν κοινωνικοδημογραφικά χαρακτηριστικά και οι παράγοντες που επηρεάζουν την εικόνα προορισμού στα συγκεκριμένα ιερά μέρη. Οι προορισμοί που επιλέχθηκαν είχαν κάποιο μοναδικό στοιχείο, ενώ ο συγγραφέας έχει επισκεφτεί όλα τα Ιερά μέρη.

Στο πρώτο μέρος της εργασίας, γίνεται η παρουσίαση του θεωρητικού κομματιού, δηλαδή γίνεται μια βιβλιογραφική ανασκόπηση του θρησκευτικού και Προσκυνηματικού τουρισμού, αναλύεται η έννοια της εικόνας προορισμού, τα συστατικά της εικόνας προορισμού αλλά και οι παράγοντες που επηρεάζουν την εικόνα προορισμού, καθώς και ο συσχετισμός μεταξύ της εικόνας προορισμού με τα Ιερά προσκυνήματα. Αποτελεί μια πρωτότυπη εργασία ως προς το θέμα αυτό στην περιοχή των Ιωαννίνων για αυτό και έχει επιλεγεί η ανάλυση του συγκεκριμένου θέματος.

Στο δεύτερο μέρος της εργασίας, παρουσιάζεται το ερευνητικό κομμάτι. Με την βοήθεια της ποσοτικής έρευνας, ερευνήθηκε η άποψη των τουριστών στις επιλεγμένες μελέτες περίπτωσης. Η συμμετοχή στο ερωτηματολόγιο ήταν πανελλαδική, με 150 συμμετέχοντες και βγήκαν πολύ χρήσιμα αποτελέσματα και εξήχθησαν πολύτιμα συμπεράσματα.

Οι ερευνητικές υποθέσεις που εξετάστηκαν, με βάση την βιβλιογραφική επισκόπηση, οδήγησαν σε πολύτιμα συμπεράσματα, τα οποία ουσιαστικά επαλήθευσαν μερικώς ή ολικώς τις υποθέσεις που αφορούσαν κοινωνικοδημογραφικά χαρακτηριστικά και παράγοντες επιρροής της εικόνας του προορισμού

Λέξεις - Κλειδιά: θρησκευτικός τουρισμός, Ιερά προσκυνήματα, εικόνα προορισμού, συστατικά εικόνας προορισμού, παράγοντες επιρροής εικόνας προορισμού.

ABSTRACT

The aim of this master thesis is to investigate the Image destination of religious peregrinations, through the view of tourists. Specifically, the components of Image destination have been examined, factors which influence image destination, as well tourists' conducts. As case study, three Holy peregrinations have been chosen in the wider territory of Ioannina. Holy Monastery of Kipina, Holy Monastery of Voutsas and Monastic community of the Island of Ioannina. Socio-demographic variables and factors which influence the Image destination in these specific sacred places have been analyzed. These destinations have been chosen due to a unique element they have, meanwhile the author of thesis visited all these destinations.

In the first part of thesis, theoretical part is presented, which means the existence of a literature review of religious and pilgrimage tourism, analysis of the meaning of Image destination, components of Image destination, the factors, which influence Image destination and the correlation between Image destination and sacred places. It is an innovative survey, that has to do with the specific issue in the area of Ioannina, and that's why this topic has been chosen in order to be analyzed.

In the second part of thesis, the part of research is presented. Through quantitative research, the opinion of "tourists" was investigated in these case studies. The participation in questionnaire was nationwide, with 150 participants, and both useful results and valuable conclusions have occurred.

Hypothesis which investigated, based in the previous literature review, led to unique conclusions, which verified these hypotheses. Hypothesis had to do with socio-demographic characteristics and factors influencing image destination.

Key – Words: religious tourism, sacred peregrinations, Image destination, components of image destination, factors Influencing image destination.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	ii
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	iii
ABSTRACT	iv
1^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΕΙΣΑΓΩΓΗ	1
1.1 Αντικείμενο διπλωματικής εργασίας	1
1.2 Σκοπός και στόχοι διπλωματικής εργασίας	2
1.3 Μεθοδολογία έρευνας.....	3
1.4 Οργάνωση και δομή της διπλωματικής εργασίας.....	3
2^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ-ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	4
2.1 Η εννοιολογική προσέγγιση του θρησκευτικού τουρισμού.....	4
2.2 Ιστορική εξέλιξη θρησκευτικού τουρισμού.....	5
2.3 Κατηγορίες Θρησκευτικού τουρισμού	6
2.4 Ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα.....	8
2.5 Η συμβολή του θρησκευτικού τουρισμού στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας ..	9
3^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ	11
3.1 Τι είναι το destination image	11
3.2 Ποιος είναι ο ρόλος του στον τουριστικό προορισμό.....	12
3.3 Ποια είναι τα συστατικά της εικόνας προορισμού	13
3.4 Ποιοι παράγοντες επηρεάζουν την εικόνα προορισμού	13
4^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Ο ΣΥΣΧΕΤΙΣΜΟΣ ΤΟΥ DESTINATION IMAGE ΜΕ ΤΑ ΙΕΡΑ ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑΤΑ	15
5^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	16
5.1 Ερευνητική μέθοδος	16
5.2 Ερευνητικές υποθέσεις	17
5.3 Δείγμα έρευνας και διαδικασία συλλογής δεδομένων.....	18
5.4 Ιερά προσκυνήματα του νομού Ιωαννίνων- Μελέτη περιπτώσεων.....	19
6^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	23
6.2 Διμερής Ανάλυση	26
6.3 Μοντελοποίηση	41
7^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	59
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	62

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1.....	24
Πίνακας 2.....	26
Πίνακας 3.....	28
Πίνακας 4.....	30
Πίνακας 5.....	33
Πίνακας 6.....	34
Πίνακας 7.....	36
Πίνακας 8.....	38
Πίνακας 9.....	41
Πίνακας 10.....	42
Πίνακας 11.....	44
Πίνακας 12.....	46
Πίνακας 13.....	48
Πίνακας 14.....	49
Πίνακας 15.....	50
Πίνακας 16.....	53
Πίνακας 17.....	54
Πίνακας 18.....	55
Πίνακας 19.....	56
Πίνακας 20.....	57

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα 1.....	25
Γράφημα 2.....	25
Γράφημα 3.....	27
Γράφημα 4.....	30
Γράφημα 5.....	31
Γράφημα 6.....	32
Γράφημα 7.....	35
Γράφημα 8.....	36
Γράφημα 9.....	39
Γράφημα 10.....	40
Γράφημα 11.....	42
Γράφημα 12.....	45

Γράφημα 13.....	46
Γράφημα 14.....	47
Γράφημα 15.....	52
Γράφημα 16.....	52
Γράφημα 17.....	57

1^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Αντικείμενο διπλωματικής εργασίας

Η παρούσα εργασία έχει ως αντικείμενο την εικόνα προορισμού θρησκευτικών προορισμών του νομού Ιωαννίνων μέσα από την οπτική των τουριστών. Σε αυτό το πόνημα θα γίνει παράθεση των χαρακτηριστικών στοιχείων του θρησκευτικού και του Προσκυνηματικού τουρισμού τόσο σε πανελλήνιο επίπεδο όσο και σε τοπικό. Παράλληλα, θα γίνει ανάλυση της έννοιας του destination image και ποιός ο συσχετισμός του με τα ιερά προσκυνήματα, θα γίνει έρευνα πάνω στην εικόνα τριών θρησκευτικών προορισμών του Νομού Ιωαννίνων από την πλευρά των τουριστών.

Σε αυτήν την ιδέα οδήγησε η απουσία μιας τέτοιου είδους ολιστικής προσέγγισης που βοηθά να εξαχθούν χρήσιμα συμπεράσματα για την γνώμη των τουριστών ως προς το πώς βλέπουν ορισμένους από τους πιο προβεβλημένους ιερούς χώρους-προσκυνήματα που βρίσκονται στην επικράτεια του νομού Ιωαννίνων. Οι μοναδικές τοποθεσίες σε συνδυασμό με το ιστορικό υπόβαθρο ορισμένων θρησκευτικών τόπων, όπως είναι η Ιερά Μονή Κηπίνας, όπου είναι κτισμένη μέσα σε βράχο ή η ιερά μονή Βουτσάς, όπου πέρα από την ιστορικότητα και την θρησκευτικότητα συνδυάζει και την παραγωγή μοναστηριακού οίνου σε σύμπραξη με το Μετόχι της (Ι.Μ Αγίου Νικολάου Μετσόβου), αποτελούν ιδιαίτεροι τόποι λατρείας. Εκτός αυτών, υπάρχει και ένα μοναδικό σύμπλεγμα Ιερών Μονών, μια μοναστηριακή κοινότητα που βρίσκεται στο νησάκι των Ιωαννίνων και η πρόσβαση είναι μόνο με караβάκια.

Η πρώτη, που έχει χαρακτηριστεί ως η «Σουμελά των Τζουμέρκων», ως ιερό προσκύνημα, πέραν του γεγονότος ότι λόγω της θέσης της, -εντός των βράχων- με την θέα που προκαλεί δέος, είναι και από τους πιο πολυδιαφημισμένους και με υψηλή επισκεψιμότητα προορισμούς της Ιεράς Μητροπόλεως Ιωαννίνων.

Η δεύτερη, που βρίσκεται σε ένα από τα ομορφότερα χωριά του ανατολικού Ζαγορίου, στο Γρεβενίτι, αποτελεί έναν από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς λόγω των αμπελώνων και την παραγωγή μοναστηριακού οίνου. Αμφότερες είναι από τις επιβλητικές και παλαιές μονές της Ιεράς Μητρόπολης Ιωαννίνων.

Από την άλλη η μοναστηριακή κοινότητα που βρίσκεται εντός της πόλης, είναι ένας προορισμός, όπου κάθε επισκέπτης θα προτιμήσει πηγαίνοντας στο νησάκι σε συνδυασμό με επίσκεψη σε μουσεία αλλά και στα πλαίσια δοκιμής παραδοσιακών εδεσμάτων.

Αυτή η έρευνα είναι σημαντική καθώς δεν έχει γίνει άλλη έρευνα από την οπτική των τουριστών για τους θρησκευτικούς προορισμούς που θα παρατεθούν, ενώ ταυτόχρονα ανυπέβλητη προσδοκία αποτελεί η αυξανόμενη επισκεψιμότητα αλλά και γνωριμία με αυτά τα θρησκευτικού – και όχι μόνο- ενδιαφέροντος μνημεία.

Επομένως, επιθυμητό αποτέλεσμα του εγχειρήματος είναι να αποτελέσει αφενός ‘τροφή για σκέψη’ στους τοπικούς stakeholders, αφετέρου να έχουν μια πιο ολοκληρωμένη άποψη για τον θρησκευτικό τουρισμό στην περιοχή.

1.2 Σκοπός και στόχοι διπλωματικής εργασίας

Σκοπός του παρόντος πονήματος είναι η εξέταση των ιερών προσκυνημάτων του νομού Ιωαννίνων, μέσα από την οπτική του προορισμού. Με την αρωγή του ερωτηματολόγιου, μπορεί να εξαχθεί μια απόρροια για το πώς βλέπουν οι τουρίστες και οι προσκυνητές από την δική τους οπτική γωνία έναν συγκεκριμένο τουριστικό θρησκευτικό προορισμό. Εν προκειμένω, αυτοί οι τουριστικοί θρησκευτικοί προορισμοί που θα εξεταστούν είναι:

Η *Ιερά Μονή Κηπίνας*, όπου βρίσκεται στο χωριό Καλαρρύτες του Δήμου βορείων Τζουμέρκων και υπάγεται διοικητικά στην Ιερά Μητρόπολη Ιωαννίνων, ενώ παράλληλα αποτελεί Μετόχι της Ιεράς Μονής Τσούκας.

Σε μια δασώδη τοποθεσία κοντά στην κοινότητα Γρεβενιτίου στο Ανατολικό Ζαγόρι, η *Ιερά Μονή Βουτσάς* που είναι αφιερωμένη στην Κοίμηση της Θεοτόκου. Ανήκει και αυτή η Ιερά Μονή στην Ιερά Μητρόπολη Ιωαννίνων. Σε σύμπραξη με το Μετόχι της, την Ιερά Μονή Αγίου Νικολάου Μετσόβου, έχουν δημιουργήσει σε εγκαταστάσεις που βρίσκονται στο Μέτσοβο, ένα οινοποιείο εν έτει 2017, με ονομασία «IMPERATOR WINERY».

Τέλος, η *μοναστηριακή κοινότητα* στο νησί Ιωαννίνων, αποτελεί ένα σύμπλεγμα 7 Ιερών Μονών και ενός ενοριακού κεντρικού ναού (Κοίμησης της Θεοτόκου). Η πρόσβαση γίνεται αποκλειστικά από τα караβάκια για τους τουρίστες και από ιδιωτικές βάρκες για τους ντόπιους. Το νησί αποτελεί έναν “must” προορισμό για τον επισκέπτη που έρχεται στα Ιωάννινα, καθώς διαθέτει και το μουσείο του Αλή πασά, ενός προσώπου άρρηκτα συνδεδεμένου με την τοπική ιστορία, αλλά και χώρους εστίασης με ιδιαίτερα εδέσματα.

Οι στόχοι της παρούσας διπλωματικής εργασίας έχουν να κάνουν με ορισμένους παράγοντες που επηρεάζουν την εικόνα προορισμού αλλά και κάποια συστατικά της εικόνας προορισμού σε συνάρτηση με την συνολική εικόνα του προορισμού. Πιο συγκεκριμένα, θα αναλυθούν ο ρόλος, τα συστατικά και οι παράγοντες που επηρεάζουν την εικόνα προορισμού καθώς και ο συσχετισμός της εικόνας προορισμού με τα ιερά προσκυνήματα. Επιπλέον θα εξεταστούν ορισμένοι συσχετισμοί μεταξύ των συστατικών της εικόνας προορισμού καθώς επίσης και ορισμένων παραγόντων σε συνάρτηση με τα συστατικά της εικόνας του προορισμού, που προέκυψαν.

1.3 Μεθοδολογία έρευνας

Στα πλαίσια του παρόντος πονήματος, έχει πραγματοποιηθεί ποσοτική έρευνα με την χρήση ερωτηματολογίου και με την συμμετοχή 150 τουριστών. Η συμμετοχή ανδρών και γυναικών, ηλικίας 18 ετών και άνω, θα βοηθήσει στην εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων που θα χρησιμοποιηθούν για την βελτίωση της εικόνας προορισμού και την εν γένει αύξηση της τουριστικής επισκεψιμότητας.

1.4 Οργάνωση και δομή της διπλωματικής εργασίας

Η εργασία χωρίζεται σε 2 μέρη, το θεωρητικό (βιβλιογραφικό) και το ερευνητικό. Τα κεφάλαια 2, 3 και 4 αποτελούν την βιβλιογραφική επισκόπηση της εργασίας, ενώ τα κεφάλαια 5, 6 και 7 ανήκουν στο ερευνητικό κομμάτι.

Πιο αναλυτικά, στο 1^ο κεφάλαιο, που είναι το εισαγωγικό, γίνεται μια αναφορά στο αντικείμενο που πραγματεύεται το παρόν πόνημα, το σκοπό και τους στόχους του, ενώ περιγράφεται περιληπτικά η μεθοδολογία της έρευνας και η δομή που έχει.

Στο 2^ο κεφάλαιο, γίνεται ευρεία αναφορά στην εννοιολογική προσέγγιση του τι είναι θρησκευτικός τουρισμός, στην εξέλιξή του μέσα στον χρόνο αλλά και στις κατηγορίες που διακρίνεται. Εισέτι, αναφέρεται η προσέγγιση του στον ελλαδικό χώρο, καθώς και πως συμβάλλει στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας.

Στο 3^ο κεφάλαιο, αναλύεται η εικόνα προορισμού (Image Destination), το τι ουσιαστικά είναι αλλά και ποιος είναι ο ρόλος που διαδραματίζει στον τουριστικό προορισμό. Επιπροσθέτως, αναλύονται τα συστατικά της εικόνας προορισμού αλλά και οι παράγοντες που επηρεάζουν την εικόνα προορισμού.

Στο 4^ο κεφάλαιο, εξετάζεται ο συσχετισμός της εικόνας του προορισμού σε συνάρτηση με τα ιερά προσκυνήματα.

Στο 5^ο κεφάλαιο εντοπίζεται η μεθοδολογία έρευνας, η ερευνητική μέθοδος που ακολουθήθηκε, οι υποθέσεις που προέκυψαν και εξετάστηκαν, το δείγμα της έρευνας και η διαδικασία συλλογής δεδομένων καθώς και λίγα λόγια για τα κυριότερα Ιερά προσκυνήματα του νομού Ιωαννίνων.

Τέλος, στο 6^ο κεφάλαιο βρίσκονται τα αποτελέσματα της έρευνας και στο 7^ο τα συμπεράσματα που πηγάζουν από αυτήν. Στο τέλος της εργασίας τοποθετήθηκε η βιβλιογραφία που χρησιμοποιήθηκε, τόσο η Ελληνική όσο και η ξενόγλωσση.

2^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ-ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

2.1 Η εννοιολογική προσέγγιση του θρησκευτικού τουρισμού

Αναμφίβολα, η ερμηνεία του Θρησκευτικού τουρισμού με έναν και μόνο ορισμό, καθίσταται δύσκολη. Κατά καιρούς έχουν διατυπωθεί αρκετές απόψεις περί της έννοιας του θρησκευτικού τουρισμού. Σύμφωνα με τον Rinschede (1992), ο θρησκευτικός τουρισμός είναι εκείνη η μορφή τουρισμού, στην οποία εκείνοι που μετέχουν μετακινούνται είτε μερικώς είτε αποκλειστικώς για θρησκευτικούς λόγους, και μάλιστα πιστεύει ότι ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί υποκατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού (Μοίρα, 2019). Επιπλέον, θεωρεί ο Rinschede, ότι ο θρησκευτικός τουρισμός έχει τις καταβολές του από την ύπαρξη της ίδιας της θρησκείας, κάτι που τον τοποθετεί ως την παλαιότερη μορφή τουρισμού (Rinschede, 1992).

Μια άκρως ενδιαφέρουσα άποψη είναι, ότι ο θρησκευτικός τουρισμός είναι μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού που έχει ουσιαστικά ‘γεννηθεί’ από την αναγκαιότητα του ανθρώπου να επισκεφτεί για να προσκυνήσει, είτε να γνωρίσει ιερά (Θρησκευτικά) μνημεία είτε για να ευχαριστηθεί θρησκευτικές εμπειρίες (Raj, & Morpeth, 2007). Μια παρόμοια προσέγγιση αναφέρει, ότι Θρησκευτικός τουρισμός είναι τα ταξίδια που πραγματοποιούνται σε χώρους θρησκευτικής λατρείας, αλλά και οι επισκέψεις σε χώρους θρησκευτικού ενδιαφέροντος που υφίστανται θρησκευτικά μνημεία, και που αποσκοπούν στην επαφή, την γνωριμία, στην γνώση και την μελέτη της θρησκευτικής κληρονομιάς και παράδοσης (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011). Προς υποστήριξη αυτής της άποψης, αποτελεί η τοποθέτηση ότι σαν θρησκευτικός τουρισμός ή Προσκυνηματικός τουρισμός θεωρείται το σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που συσχετίζονται με την επίσκεψη τουριστών σε μνημεία τόπους θρησκευτικού ενδιαφέροντος και παρόμοιες εκδηλώσεις θρησκευτικής σημασίας (Πολύζος, 2010). Ωστόσο, αυτή η άποψη ταυτίζει ουσιαστικά τις έννοιες του θρησκευτικού και Προσκυνηματικού τουρισμού.

Ενδιαφέρον έχει ο ορισμός που δίνει ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού: *«οι δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε μέρη έκτος του συνηθισμένου τους περιβάλλοντος, όχι για περισσότερο από ένα συνεχές έτος, για λόγους αναψυχής, επαγγελματικούς ή άλλους σκοπούς»* (Raj, & Morpeth, 2007). Με βάση και τον ορισμό του Παγκοσμίου Οργανισμού Τουρισμού, μπορούμε να συνοψίσουμε, λέγοντας ότι ουσιαστικά ο Θρησκευτικός τουρισμός, πρόκειται για μια εναλλακτική μορφή τουρισμού. Εισέτι, η άποψη ότι είναι υποκατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού προκρίνεται ως η πιο ορθή, καθώς η θρησκεία και οι λατρευτικές εκδηλώσεις ενός λαού, αποτελούν συστατικά στοιχεία της πολιτισμικής του ιδιοσυγκρασίας και είναι μέρος της πολιτιστικής ταυτότητας.

Έκτος αυτού, ένας χώρος θρησκευτικού ενδιαφέροντος, την ίδια στιγμή αποτελεί και αρχαιολογικού, και ειδικότερα της βυζαντινής αρχαιολογίας (εάν πρόκειται για Χριστιανικό μνημείο), όπως και ιστορικού ενδιαφέροντος, καθώς η δημιουργία και η ύπαρξη του μέσα στον χρόνο αποτελεί το ιστορικό υπόβαθρο του θρησκευτικού αυτού μνημείου. Τέλος, ο θρησκευτικός τουρισμός ανήκει στις καλύτερα αναπτυσσόμενες μορφές του παγκόσμιου τουρισμού, καθώς σύμφωνα με τα στοιχεία που προέρχονται από το UNWTO, κάθε χρόνο περί τα 330 εκατομμύρια άνθρωποι κάνουν θρησκευτικές ή θρησκευτικές και γνωστικές περιοδείες και επισκέπτονται μεγάλα Προσκυνηματικά κέντρα σε όλο τον κόσμο (Μιγός, 2021). Στην παρούσα εργασία, λέγοντας την έννοια ‘θρησκευτικός τουρισμός’, εννοούμε την μορφή τουρισμού, που οι άνθρωποι μετακινούνται είτε αποκλειστικά είτε μερικώς για θρησκευτικούς λόγους.

Ωστόσο, θα πρέπει να γίνει αντιληπτό, ότι ο θρησκευτικός τουρισμός και ο Προσκυνηματικός, παρόλο που είναι σχεδόν ταυτόσημες έννοιες, δεν πρέπει να συγχέονται. Ο Προσκυνηματικός τουρισμός, είναι κατηγορία του θρησκευτικού τουρισμού. Η ειδοποιός διαφορά είναι το κίνητρο των τουριστών κάθε φορά. Ο προσκυνητής κάνει ταξίδια με σκοπό την επίτευξη της θρησκευτικής πεποίθησης του. Στο ταξίδι, δεν αναλώνεται στην ψυχαγωγία και τα υλικά αγαθά, άλλα επικεντρώνεται στα θρησκευτικά του πιστεύω για να αποδείξει την αφοσίωση του στον Θεό (Vijayanand, S., 2014).

Από την άλλη, ο θρησκευτικός τουρίστας –σε αντιδιαστολή με τον προσκυνητή- έχει ως κίνητρο της κατανάλωση και την διασκέδαση. Επομένως, εκτός από την ικανοποίηση των θρησκευτικών του πιστεύω, με εμφαντικό τρόπο αποζητά την υλική απόλαυση που προσφέρει η διασκέδαση (Vijayanand, S., 2014). Κλείνοντας, θα μπορούσε να ειπωθεί ότι ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί ένα περίπλοκο φαινόμενο, το οποίο υπερβαίνει τις ‘αυστηρές’ κατηγορίες (Terzidou, Scarles & MNK Saunders, 2017).

2.2 Ιστορική εξέλιξη θρησκευτικού τουρισμού

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, ο θρησκευτικός τουρισμός δεν είναι κάτι καινούργιο. Τουναντίον, έχει τις απαρχές του ακόμα και στην προϊστορική εποχή όπου καταγράφονται μετακινήσεις για θρησκευτικούς λόγους (Μοίρα, 2019). Ακόμη, οι σπηλαιογραφίες, οι μεγαλιθικοί σχηματισμοί αλλά και τα μνίρ, είχαν την ίδια ακριβώς λειτουργικότητα με εκείνη των Καθεδρικών ναών (Roussel, 1972). Φυσικά τα ταξίδια στους ιερούς τόπους από το μακρινό παρελθόν δεν είχαν την σημερινή υλικοτεχνική υποστήριξη, όμως είχαν το ίδιο ανθρώπινο κίνητρο: την πίστη (Tala, M & Padurean, M., 2008). Για παράδειγμα, στην αρχαία Ελλάδα, στην Ελευσίνα ή στους Δελφούς, τα θρησκευτικά προσκυνήματα

συνένωναν την γιορτή με την περιπέτεια, την αναψυχή και την ευχαρίστηση, την συναναστροφή κ.α. (Βαρβαρέσος, Σ.,2013).

«Ορισμένα δείγματα στην αρχαιότητα αποτελούν: η συγκέντρωση των Κελτών όλων των μερών της Ευρώπης σε ιερά μέρη που τελούσαν προσφορές, θυσίες και έκαναν τελετές, η συγκέντρωση των Γερμανικών φυλών στο Irminsul και στην Uppsala, η μετακίνηση των Αιγύπτων μέσω του Νείλου, ώστε να ασκήσουν τα Θρησκευτικά τους καθήκοντα στον ναό της Μέμφιδος, η λατρεία των Ασσυρίων στους θεούς τους στο Χαλέπι και την Ιεράπολη και η συγκέντρωση των Βαβυλωνίων στη Νιππούρ, που προσεύχονταν στους θεούς για μακροήμερευση ή για ειρήνη» (Μοίρα,2019).

Επιπλέον, κατά την εποχή του Imperium Romanum (Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας),ο θρησκευτικός τουρισμός γνώρισε άνθηση. Αυτό συνέβη καθώς η ενσωμάτωση πολλών ιερών τόπων στην επικράτεια της αυτοκρατορίας σε συνάρτηση με το αίσθημα ασφάλειας του ενιαίου κράτους και την ήπια αντιμετώπιση των άλλων θρησκείων, ώθησαν σε μεγάλο βαθμό την θρησκευτική κινητοποίηση (Rutherford, 2020).

Αργότερα, κατά τον 2^ο αιώνα μ., τα χριστιανικά προσκυνήματα στους Άγιους Τόπους, που συσχετιζονταν με τα σημαντικότερα γεγονότα της ζωής και δράσης του Ιησού Χριστού, αποτελούσαν τους πιο προτεινόμενους Προσκυνηματικός προορισμούς από χριστιανούς προσκυνητές όλου του κόσμου (Collins-Kreiner & Kliot,2000). Οι Sherratt & Hawkins (1972) χαρακτήρισαν το Ισλάμ, ως «ζωτική, ζωντανή και επεκτεινόμενη θρησκεία» στην οποία η μετανάστευση του Μωάμεθ από την Μέκκα στην Μεδίνα το 622 μ. Χ. αποτέλεσε τη ‘γέννηση’ της ραγδαίας εξάπλωσης του Ισλάμ σε όλο τον κόσμο (Raj & Morpeth, 2007).

2.3 Κατηγορίες Θρησκευτικού τουρισμού

Ο θρησκευτικός τουρισμός, διακρίνεται σε κατηγορίες με βάση τα κίνητρα των τουριστών. Αρχικά, όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η πρώτη κατηγορία είναι ο Προσκυνηματικός τουρισμός. Ο Προσκυνηματικός τουρισμός αποτελεί έναν ακραιφνώς Προσκυνηματικού χαρακτήρα τουρισμό, που αυτοσκοπός του τουρίστα είναι το προσκύνημα σε ορισμένο τόπο, δίχως να δίνει την πρέπουσα αξία σε ιστορικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά του τόπου άλλα και της ευρύτερης περιοχής που βρίσκεται (Collins-Kreiner,N., & Kliot, N.,2000). Ορισμένα από τα πιο δημοφιλή μέρη στον κόσμο που υπόκεινται σε αυτή την κατηγορία θρησκευτικού τουρισμού είναι: το Τείχος των Δακρύων για τους Εβραίους (Ιερουσαλήμ), οι Άγιοι τόποι για τους Χριστιανούς Ορθόδοξους (Παλαιστίνη και Ισραήλ), η Κάαπα (Μέκκα) για τους Μουσουλμάνους (Σαουδική Αραβία) κα.

Η δεύτερη κατηγορία είναι ο Ειδικός Προσκυνηματικός τουρισμός, που εκτός του προσκυνήματος, μείζον κίνητρο αποτελεί η συμμετοχή σε μια θρησκευτική εκδήλωση ή

τέλεση μιας θρησκευτικής Εορτής τοπικών Αγίων, όπως είναι η Λιτανεία των Ιερών Λείψανων του Αγίου Γεώργιου εξ Ιωαννίνων την 17^η Ιανουαρίου ή η περιφορά των επιτάφιων την Μ. Παρασκευή στο κέντρο των Ιωαννίνων.

Τέλος, η τρίτη κατηγορία είναι ο Θρησκευτικός τουρισμός Πολιτιστικού ενδιαφέροντος, όπου ο τουρίστας, δυνητικά δεν έχει θρησκευτικά κίνητρα άμεσα. Τουναντίον, δίνει ιδιαίτερη βάση στην πολιτισμική αξία και το πολιτιστικό υπόβαθρο του θρησκευτικού μνημείου (Porcia et al.,2003), όπως είναι η Αγία Σοφία στην Κωνσταντινούπολη, όπου προσελκύει τουρίστες από όλο τον κόσμο, όχι μόνο Χριστιανούς Ορθόδοξους, το Μάτσου Πίτσου στη Σιέρρα Βιλκαμπάμπα στο Περού καθώς και η Παναγία των Παρισίων, όπου παρά το γεγονός ότι είναι ο Μητροπολιτικός Ρωμαιοκαθολικός Ναός της πόλης, είναι από τους top προορισμούς για κάποιον που επισκέπτεται το Παρίσι.

Ιδιαίτερη σημασία έχει το γεγονός ότι για μια πληθώρα ανθρώπων σήμερα, ο κατακερματισμός των θρησκειών παγκοσμίως καθώς και η πολυπλοκότητα της σύγχρονης ζωής έχουν προκαλέσει μια αύξηση στην ‘ιεροποίηση’ διαφορών μη θρησκευτικών τόπων και γεγονότων (Kim & Butler,2015). Παραδείγματα κοσμικών προσκυνημάτων περιλαμβάνουν ταξίδια σε προορισμούς όπως είναι το Lords, που διεξάγεται η σειρά αγώνων Κρίκετ μεταξύ Αυστραλίας και Αγγλίας (Lords for the Ashes cricket test), όπου γίνονται κάθε χρόνο, στο Graceland (Η.Π.Α) για να αποτίουν φόρο τιμής στον Elvis Presley και το Grand ole Opry στο Nashville (Η.Π.Α) (Dunkley et al.,2011). Ωστόσο, πολλές επισκέψεις σε πεδία μαχών όπως είναι το Βατερλό, το Γκέτυσπεργκ ή το Δυτικό Μέτωπο, έχουν χαρακτηριστεί ως Προσκυνηματικοί προορισμοί (Dunkley et al.,2011).

Επομένως, παρατηρείται ότι τόποι λατρείας και υψηλής επισκεψιμότητας αποτελούν και κοσμικοί προορισμοί που έχουν μια ιδιαίτερη σημασία, καθώς δεν αποτελούν τους κατεξοχήν θρησκευτικούς προορισμούς που έχουν να κάνουν με το αποκλειστικά – στα πλαίσια μιας εκ των παγκόσμιων θρησκειών - αίσθημα.

Εκτός από τα κίνητρα των τουριστών, ο θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να κατηγοριοποιηθεί με βάση τον χρόνο παραμονής ή σαν βραχυχρόνιος θρησκευτικός τουρισμός ή σαν μακροχρόνιος θρησκευτικός τουρισμός (Rinschede,1992). Ο βραχυχρόνιος θρησκευτικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από το περιορισμένο χρονικό διάστημα του θρησκευτικού ταξιδιού και την μη δυνατότητα διανυκτέρευσης στον τόπο του προορισμού. Το ταξίδι αυτό έχει σαν σκοπό την πραγματοποίηση επίσκεψης σε κοντινή απόσταση από την μόνιμη κατοικία των τουριστών, με την επίσκεψη σε θρησκευτικό χώρο της ίδιας ή γειτονικής περιφέρειας ως προς τον τόπο προέλευσης του επισκέπτη (Rinschede,1992).

Σε αντιδιαστολή, ο μακροχρόνιος θρησκευτικός τουρισμός περιλαμβάνει ταξίδι, μερικών ημερών έως και μερικών εβδομάδων, σε θρησκευτικά κέντρα. Αυτό το ταξίδι, δεν αρκείται

μόνο σε επίσκεψη ιερών χωρών προσκυνήματος, άλλα εμπεριέχει και επισκέψεις σε άλλα εθνικά και διεθνή θρησκευτικά κέντρα (Rinschede,1992).

2.4 Ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα

Όπως είναι γνωστό, από την Αρχαία κιάλας εποχή, το θρησκευτικό αίσθημα στην Ελλάδα ήταν ιδιαίτερα ανεπτυγμένο. Έτσι και σήμερα η Ορθόδοξη Πίστη αποτελεί την επίσημη θρησκεία του Ελληνικού κράτους. Επομένως, τα Ιερά προσκυνήματα, οι Εκκλησίες, τα Μετόχια, οι Σκήτες, οι Μονές και όλα τα μνημεία Θρησκευτικού ενδιαφέροντος, είναι σε πληθώρα στην ελληνική επικράτεια. Ενδεικτικά, τα πιο σημαντικά είναι το Άγιον Όρος, όπου σε όλη την διάρκεια του έτους έχει υψηλή επισκεψιμότητα από προσκυνητές όπου με βάση ορισμένα στοιχεία, το 2018 οι επισκέπτες ανήλθαν στις 146.615 ετησίως κατά το Γραφείο Επισκεπτών του Αγίου Όρους (Σιδηρόπουλος Γ., Κοτζαγεώργης Φ.2019), η Παναγιά της Τήνου (Ευαγγελίστρια) και που συγκεντρώνει εκατοντάδες τουρίστες από όλη την Ελλάδα και όχι μόνο ενώ παράλληλα εορτάζει 4 φορές τον χρόνο, η Παναγιά η Σουμελά, ή αλλιώς η Παναγιά-προστάτιδα των ποντίων, ένα μοναστήρι στο Βέρμιο, όπου και λόγω της γεωγραφικής του θέσης (μέσα σε βράχο) είναι από τους κατεξοχήν θρησκευτικούς προορισμούς στον Ελλαδικό χώρο. Τα Μετέωρα επιπλέον αποτελούν έναν δημοφιλή τουριστικό προορισμό καθώς ταυτόχρονα αποτελούν μνημείο παγκόσμιας κληρονομιάς της UNESCO (όπως και το Άγιον Όρος) και πολλά ακόμη ανά την Ελληνική επικράτεια.

Σύμφωνα με την Μοίρα (2018), *«Οι άγιες εικόνες, οι τοιχογραφίες, τα ψηφιδωτά και η αρχιτεκτονική δημιουργία συνθέτουν έναν θρησκευτικό πλούτο απαράμιλλης θρησκευτικής και ιστορικής αξίας, τον οποίο επισκέπτονται τόσο οι πιστοί όσο και οι τουρίστες με ιστορικά και πολιτιστικά ενδιαφέροντα»* (Μοίρα,2018). *«Επίσης, οι χριστιανικές εορτές, αποτελούν πόλο έλξης και αιτία μετακίνησης τουριστών (κυρίως εσωτερικών) στα μέρη όπου αυτές λαμβάνουν χώρα»* (Λαγός & Χριστογιάννη,2006).

Η πλειονότητα των θρησκευτικών τουριστών στην Ελλάδα (περί το 85 τοις εκατό, σύμφωνα πάντα με το Σύνδεσμο των εν Ελλάδι Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων (ΗΑΤΤΑ), είναι Ορθόδοξοι Έλληνες, επειδή η σύζευξη των θρησκευτικών μνημείων με την πίστη, είναι εντόνως ιδιαίτερη (Λαγός & Χριστογιάννη,2006). Επιπλέον, με βάση στοιχεία από τον ΕΟΤ και το υπουργείο Εξωτερικών, η επισκεψιμότητα σε θρησκευτικά μνημεία από Έλληνες του εξωτερικού είναι σημαντική (Λαγός & Πουλάκη,2013). Ο μεγαλύτερος αριθμός ξένων τουριστών, κάτι που ουσιαστικά αναμένονταν, είναι θρησκευτικοί επισκέπτες από την Ρωσική Ομοσπονδία. Ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα είναι ένας δυναμικός παράγοντας που αυξάνει την τουριστική ζήτηση και έχει τη δυνατότητα να ενισχύσει ακόμη και όχι τόσο ανεπτυγμένες κοινωνίες, μέσω της διασποράς των μνημείων θρησκευτικού

ενδιαφέροντος σε όλη την Ελλάδα. Για το λόγο αυτό, οι δήμοι έχουν δείξει πρόσφατα μεγάλο ενδιαφέρον για αυτό το είδος τουρισμού. (Πολύζος, 2017).

2.5 Η συμβολή του θρησκευτικού τουρισμού στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας

Τα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν από τον θρησκευτικό τουρισμό, μπορούν να αποτυπωθούν με αριθμούς. Με βάση τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, ο κύκλος εργασιών του παγκόσμιου τουρισμού εκτιμάται σε 15 δισεκατομμύρια ευρώ, με περίπου 300 εκατομμύρια τουρίστες ετησίως να επισκέπτονται θρησκευτικούς τόπους και περίπου 3 δισεκατομμύρια δυνητικούς θρησκευόμενους ταξιδιώτες που ταξιδεύουν λόγω του θρησκευτικού τους αισθήματος [Ο τζίρος του Θρησκευτικού τουρισμού (n.d)]

Με βάση τον Πολύζο (2017), *«μεταξύ των πιο σημαντικών κοινωνικοοικονομικών μεταβολών που επιφέρει ο θρησκευτικός τουρισμός σε μια περιοχή είναι: η αύξηση των εσόδων από τον τουρισμό όσων ασχολούνται άμεσα ή έμμεσα με αυτόν, η αύξηση της απασχόλησης, λόγω των καινούριων ευκαιριών που δημιουργούνται, η αύξηση των κρατικών εσόδων μέσω της τουριστικής κίνησης και της παρεπόμενης φορολόγηση των αυξημένων συναλλαγών, η αύξηση των εσόδων των ιερών προσκνημάτων και η πολιτιστική ανάπτυξη της περιοχής, μέσω της ανταλλαγής πολιτισμικών στοιχείων μεταξύ των ντόπιων και των επισκεπτών αλλά και μέσω της βελτίωσης του προσφερόμενου θρησκευτικού τουριστικού προϊόντος με σκοπό την περαιτέρω προσέλκυση τουριστών».*

Η παραπάνω ανάλυση υποστηρίζεται από τα ευρήματα της Μοίρα (2009). Υποστηρίζει ότι, ως αποτέλεσμα αυτού του οικονομικού ενδιαφέροντος, οι θρησκευτικοί χώροι εμπορευματοποιούνται εντατικά. *«Σ' αυτό συμβάλλει και το εμπόριο που έχει θρησκευτικό ύφος και αφορά τα προσευχητάρια, τους σταυρούς, τις εικόνες Αγίων, τα βιβλικά σύμβολα, τα ροζάρια, μέχρι ενδύματα, μαντήλια κ.α. αντικείμενα που απεικονίζεται η ιερή μορφή, ο ιερός τόπος κ.λπ. Τα αντικείμενα αυτά μπορεί να έχουν τελετουργικά χαρακτηριστικά (π.χ. σταυροί, εικόνες, προσευχητάρια κ.λπ.) ή απλά να έχουν θρησκευτικά χαρακτηριστικά (βιβλικά σύμβολα, αγαλματάκια από κερί, διακοσμητικά, μαντήλια κλπ.)»* (Μοίρα,2009).

Η εικόνα προορισμού είναι ζωτικής σημασίας για τον προσδιορισμό της συμπεριφοράς ή της ταξιδιωτικής συμπεριφοράς όσον αφορά την επιλογή προορισμού, την επιθυμία για επανεπίσκεψη και την πρόθεση να διαδοθεί από στόμα σε στόμα (Onatski et al., 2014· Webster and Ivanov,2014).

3^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

3.1 Τι είναι το destination image

Η εικόνα ενός προορισμού, εξαρτάται από μια σειρά παραγόντων που την καθορίζουν. Ωστόσο πριν από αυτό, θα πρέπει να γίνει αντιληπτή η έννοια της εικόνας. Σύμφωνα με τον Kotler, *«η εικόνα ενός τόπου είναι το άθροισμα των πιστεύω, των ιδεών και των εντυπώσεων που έχουν αυτοί οι άνθρωποι για αυτόν τον τόπο»* (Kotler et al.,1996). Μια άλλη προσέγγιση ως προς την έννοια της εικόνας, είναι *«πως η διαμόρφωσή της, είναι μια εκδοχή της νοητικής απεικόνισης ενός προορισμού που βασίζεται σε στοιχεία πληροφόρησης, τα όποια διαχέονται από διαφορές πηγές και επιλέγονται από ένα άτομο»* (Tasci & Gartner,2007).

Η εικόνα προορισμού ωστόσο, έχει άλλα χαρακτηριστικά και ορισμούς. *«Η εικόνα προορισμού είναι ο συνδυασμός των ιδεών, απόψεων, συναισθημάτων και αστικοποιήσεων καθώς και των προθέσεων προς τον προορισμό, που λειτουργούν όλα μαζί σε ένα ολοκληρωμένο σύστημα»* (Tasci et al.,2007) Η εικόνα προορισμού γίνεται αντιληπτή και από τα δύο, και τις οπτικές αναπαραστάσεις και τις ολιστικές κατασκευές (Echtner & Ritchie,2003). *«Περιλαμβάνει τις σχετικές εντυπώσεις, τις γνώσεις που αποκτήθηκαν, τα προσωπικά συναισθήματα και αξίες καθώς και τις πεποιθήσεις ενός επισκέπτη»* (Chen & Phou,2013).

Χρησιμοποιώντας την ερμηνεία του Παντουβάκη και άλλων (2015), σχετικά με την έννοια του τουριστικού προορισμού, αυτή *«ορίζεται ως μια καθορισμένη εκ των προτέρων περιοχή σε επίπεδο ηπείρων αλλά και μικρότερης περιοχής την οποία αποφασίζουν να επισκεφτούν οι επισκέπτες ως ταξίδι με ή χωρίς διανυκτέρευση αλλά όχι ως “transit” προορισμό»*(Παντουβάκης et al.,2015). Η εικόνα ενός προορισμού έχει πολύ σημαντική επιρροή στη διαδικασία λήψης αποφάσεων των τουριστών (Chen & Tsai,2017).

Επιπλέον, η εικόνα προορισμού προβάλλεται ως χαρακτηριστικό της νοητικής εικόνας ενός ατόμου για την τουριστική τοποθεσία. Αυτά τα χαρακτηριστικά ενός ταξιδιωτικού προορισμού ενθαρρύνουν τους τουρίστες να επισκεφτούν και απολαύσουν μια θετική ταξιδιωτική εμπειρία (Chew & Jahari,2014). Έτσι, οι τουριστικές αρχές, πρέπει να αναπτύξουν και να διατηρήσουν μια θετική εικόνα προορισμού για να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητα ενός τόπου και να αυξήσουν το ‘Loyalty’ (πίστη) των επισκεπτών.

Εν κατακλείδι, θα μπορούσε να ειπωθεί με βεβαιότητα, πως από τη σκοπιά των διαφορετικών ενδιαφερομένων μερών (stakeholders), τα αποτελέσματα των μελετών εικόνας προορισμών είναι ζωτικής σημασίας για μια αποτελεσματική στρατηγική μάρκετινγκ προορισμών, ιδιαίτερα για τον καθορισμό των δυνατών και αδύνατων σημεία, τα οποία είναι απαραίτητα για τον καθορισμό της ακριβούς τοποθέτησης του προορισμού και τη δημιουργία ενός ισχυρού brand (Kotler et al, 1999).

3.2 Ποιος είναι ο ρόλος του στον τουριστικό προορισμό

«Η ανάπτυξη του τουρισμού σε έναν προορισμό, σχετίζεται με τα φυσικά και πολιτιστικά στοιχεία του προορισμού και τον βαθμό στον οποίο η τουριστική ανάπτυξη επηρεάζει τα στοιχεία αυτά, προκαλώντας υποβάθμιση του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος και αρνητικές οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις στην περιοχή» (Λαγός,2016).. Η εικόνα ενός τουριστικού προορισμού είναι σημαντική σε σχέση με το αν ο ίδιος ο προορισμός θα αναπτυχθεί.

Οι Lim και O'Kass (2001), διαπίστωσαν ότι οι προορισμοί με ισχυρή εικόνα είναι ευκολότερο να διακριθούν από τους ανταγωνιστές, ενώ οι προορισμοί με ισχυρότερη και θετικότερη εικόνα εξετάζονται και επιλέγονται στο τελικό στάδιο της λήψης αποφάσεων, κατά τη διάρκεια της επεξεργασίας των πληροφοριών. Μια ακόμη σημαντική πληροφορία είναι, ότι η εικόνα προορισμού σχηματίζεται από διάφορες πηγές πληροφοριών (ομάδες αναφοράς, μέλη ομάδας, μέσα ενημέρωσης, κ.λπ.). Έτσι, κάθε άτομο μπορεί να δημιουργήσει μια εικόνα οποιουδήποτε προορισμού (στο μυαλό του) χωρίς να έχει υπάρξει ποτέ εκεί (Dominique – Ferreira,2011).

Είναι χαρακτηριστικό ότι σύμφωνα με τους Mill και Morrison (1992) *«ο τουριστικός προορισμός αποτελεί τμήμα του τουριστικού συστήματος και περιλαμβάνει: θέλγητρα (attractions), υπηρεσίες, υποδομή (facilities – infrastructure), μεταφορά-προσβασιμότητα (transportation), φιλοξενία (hospitality)»*. Αυτές οι μεταβλητές θεωρούνται αλληλεξαρτώμενες μια και όλες συμβάλλουν στην παραγωγή μιας ικανοποιητικής εμπειρίας διακοπών. Έτσι, Ο Green (1999) υποστηρίζει ότι *«η εικόνα του τόπου χρησιμοποιείται συχνά ως ένα κριτήριο για την αξιολόγηση των αντιληπτικών επιπτώσεων της ανάπτυξης στις κοινότητες κατά τη διάρκεια της διαδικασίας λήψης αποφάσεων όσον αφορά τον σχεδιασμό της πόλης»*.

Ομοίως, ο Habe (1989) σημειώνει τους λόγους σπουδαιότητας που αντιστοιχούν στην συμβατική εικόνα της κοινότητας για την αξιολόγηση των αντιλήψεων των κατοίκων για τις αναπτυξιακές επιπτώσεις. (Stylidis,2015). Επιπλέον, σημαίνοντα ρόλο παίζει και η εμπιστοσύνη των τουριστών. Η εμπιστοσύνη είναι το επίκεντρο της εμπειρίας των τουριστών, δίνοντας τη δυνατότητα στους επαγγελματίες του μάρκετινγκ να κατανοήσουν και να βελτιστοποιήσουν την ικανοποίηση και απόδοση σε όλους τους προορισμούς (Elbaz et al., 2021). Η τουριστική εμπιστοσύνη, δηλαδή οι σχέσεις εμπιστοσύνης που αναπτύσσει ο τουρίστας με έναν προορισμό είναι με την σειρά τους καθοριστικοί για την τουριστική ικανοποίηση.

Η τουριστική ικανοποίηση αποτελείται από μια σειρά χαρακτηριστικών. Επιπλέον, Οι Ragavan et al. (2014) και Valduga et al. (2019) αξιολόγησαν τις αντιλήψεις και την ικανοποίηση των τουριστών από έναν τουριστικό προορισμό, με την αξιολόγηση μιας ποικιλίας χαρακτηριστικών προορισμού όπως διαμονή, φαγητό, αξιοθέατα, εικόνα, προϊόντα, προσβασιμότητα, πολιτισμός, κοινότητες και τιμή, καθώς και άλλα αξιοθέατα που αποτελούν σημαντικά στοιχεία ενός τουριστικού προορισμού.

3.3 Ποια είναι τα συστατικά της εικόνας προορισμού

Όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω, η εικόνα του προορισμού επηρεάζει την συμπεριφορά των τουριστών πριν, κατά την διάρκεια και μετά το ταξίδι καθώς είναι ένα σημαντικό μέσο το οποίο συμβάλλει στην αφοσίωση (Loyalty) των τουριστών (Agarito et al., 2013). Ωστόσο, στην βιβλιογραφία επισημαίνεται η ύπαρξη τριών κύριων διαστάσεων-συστατικών της εικόνας προορισμού: του γνωστικού, του συναισθηματικού και του συνθετικού (Stepchenkova, S., & Mills, J.,2010).

Με βάση αυτά τα όποια επαληθεύουν την έρευνα του Boulding (1956), η οποία υποστηρίζει ότι μια εικόνα περιλαμβάνει αυτό που κάποιος ξέρει και σκέπτεται για ένα αντικείμενο (γνωστικό), για το πώς κάποιος αισθάνεται για αυτό (συναισθηματικό) και πως κάποιος ενεργεί χρησιμοποιώντας αυτές τις πληροφορίες (συνθετικό) (Agarito et al, 2013). Ουσιαστικά, το γνωστικό (διανοητικό/αντιληπτικό) σχετίζεται με τις πεποιθήσεις και τις γνώσεις του ατόμου σχετικά με τα χαρακτηριστικά του προορισμού, ενώ το συναισθηματικό συστατικό αναφέρεται σε μια εκτιμητική φάση, που αναφέρεται στα συναισθήματα, όπου το άτομο συσχετίζει με τον τόπο επίσκεψης (Baloglu & McCleary, 1999). Ενώ το τρίτο συστατικό, το συνθετικό, περιλαμβάνει δράση, δηλαδή την πραγματική συμπεριφορά ή πρόθεση του ατόμου να επισκεφτεί ξανά και να συστήνει τον προορισμό σε άλλους (Tasci & Gartner, 2007).

Ωστόσο, παρά τον σημαίνοντα ρόλο των συστατικών της εικόνας προορισμού, για μια ολοκληρωμένη άποψη, χρειάζεται να εξεταστούν και οι παράγοντες που επηρεάζουν την εικόνα ενός τουριστικού προορισμού.

3.4 Ποιοι παράγοντες επηρεάζουν την εικόνα προορισμού

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να εξεταστούν οι παράγοντες που ασκούν επιρροή στην εικόνα ενός προορισμού. Οι Baloglu και McCleary (1999), προτείνουν ένα γενικό θεωρητικό μοντέλο παραγόντων σχηματισμού εικόνας που διαφοροποιεί τους παράγοντες κινήτρου (πηγές πληροφοριών, προηγούμενη εμπειρία και κατανομή) και προσωπικούς παράγοντες (ψυχολογικοί και κοινωνικοί). Επομένως, οι παράγοντες υπόκεινται σε δυο κατηγορίες.

Ας εξετάσουμε πιο αναλυτικά τους εκάστοτε παράγοντες.

Οι πηγές πληροφοριών που ανήκουν στους παράγοντες κινήτρου, *«είναι οι δυνάμεις που επηρεάζουν την διαμόρφωση αντιλήψεων και αξιολογήσεων. Αναφέρονται στη ποσότητα και την ποικιλομορφία των πηγών πληροφοριών στην οποία είναι τα άτομα εκτεθειμένα, συμπεριλαμβανόμενων των πληροφοριών προορισμού που αποκτήθηκαν ως αποτέλεσμα της επίσκεψης στον προορισμό»* (Beerli & Martin,2004).

Ένας από τους παράγοντες που σχετίζεται με την προσωπική εμπειρία είναι η 'ένταση' της επίσκεψης, ή με άλλα λόγια, η έκταση της αλληλεπίδρασης ενός ατόμου με τον τόπο (Beerli & Martin,2004). Ωστόσο, η πρωταρχική πηγή πληροφοριών που σχηματίζεται από προσωπική εμπειρία ή επισκέψεις, θα επηρεάσουν την αντιληπτική εικόνα ανάλογα με τον αριθμό των επισκέψεων και την διάρκεια τους ή τον βαθμό συμμετοχής με το μέρος (Beerli & Martin,2004).

Τα προσωπικά χαρακτηριστικά ενός ατόμου ή οι εσωτερικοί παράγοντες, επίσης επηρεάζουν τον σχηματισμό μιας εικόνας, καθώς, οι πεποιθήσεις για τα χαρακτηριστικά ενός προορισμού διαμορφώνονται από άτομα που εκτίθενται σε εξωτερικά ερεθίσματα, αλλά η φύση αυτών, των πεποιθήσεων θα ποικίλλει ανάλογα με τους εσωτερικούς παράγοντες των ατόμων (Um and Crompton,1990).

Από τη σκοπιά της καταναλωτικής συμπεριφοράς, αναφέρονται οι προσωπικοί παράγοντες σε εσωτερικούς καθοριστικούς παράγοντες, με άλλα λόγια, στα κοινωνικοδημογραφικά χαρακτηριστικά των ατόμων (φύλο, ηλικία, επίπεδο εκπαίδευσης, οικογένεια κύκλου ζωής, κοινωνικής τάξης, τόπου κατοικίας κ.λπ.), καθώς και εκείνων της ψυχολογικής φύσης (κίνητρα, αξίες, προσωπικότητα, τρόπος ζωής κ.λπ.). Αυτοί οι προσωπικοί παράγοντες επηρεάζουν τη γνωστική οργάνωση των αντιλήψεων κάποιου, επηρεάζοντας έτσι και τις αντιλήψεις για το περιβάλλον και την τελική εικόνα που προκύπτει (Beerli & Martin,2004).

Η εμπειρία μπορεί επίσης να επηρεάσει την αντιληπτική εικόνα του προορισμού (μετά την επίσκεψη), αφού, όπως προτείνουν οι Schreyer, Lime και Williams (1984), *«οι παρούσες καταστάσεις ερμηνεύονται σε σύγκριση με προηγούμενες εμπειρίες, λόγω της σύνδεσης μεταξύ πληροφοριών που προέρχονται με παρελθοντικές εμπειρίες και την υποκειμενική ερμηνεία ενός ταξιδιού αναψυχής»*. Η προηγούμενη εμπειρία μπορεί να είναι πιο σημαντική από τις πληροφορίες που λαμβάνονται από εξωτερικές πηγές (Mazursky,1989), δεδομένου ότι τα άτομα τείνουν να βάζουν περισσότερο βάρος στο πρώτο.

4^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Ο ΣΥΣΧΕΤΙΣΜΟΣ ΤΟΥ DESTINATION IMAGE ΜΕ ΤΑ ΙΕΡΑ ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑΤΑ

Ενώ έχει γίνει ευρεία αναφορά στην εικόνα του προορισμού και στο ποιες πτυχές περιλαμβάνει αυτή, πρέπει να σημειωθεί ότι παίζει σημαίνοντα ρολό και στην σύνδεσή της με τα ιερά προσκυνήματα. Όπως γράφτηκε παραπάνω, η θρησκεία είναι ένα θεμελιώδες στοιχείο του πολιτισμού και είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με διάφορα στοιχεία της ζωής των ανθρώπων (Nyaupane, Timothy and Paudel, 2015). Ο Rinschede (1992) εξήγησε ότι η ταξιδιωτική συμπεριφορά, που συμπεριλαμβάνει τα ταξιδιωτικά μοτίβα, τις επιλογές μεταφοράς, την εποχιακή ζήτηση και όλες γενικά οι διαδικασίες κοινωνικοποίησης, επηρεάζονται από τις πεποιθήσεις, ιδιαίτερα στο πλαίσιο του θρησκευτικού τουρισμού.

Οι επισκέπτες του θρησκευτικού προορισμού τείνουν να ταξιδεύουν με τα μέλη της οικογενείας τους ή με οργανωμένες ομάδες, που επηρεάζονται όχι μόνο από τις κλιματικές συνθήκες και τον καιρό, αλλά και από την εκδήλωση εορτών, τελετών και των προγραμμάτων εργασίας (Nyaupane, Timothy και Paudel, 2015).

Παράλληλα, ένας διαφορετικός παραλληλισμός είναι ο εξής: *«τα Θρησκευτικά σενάρια/δόγματα, παρόμοια με τα θεατρικά σενάρια καθορίζουν τη φύση των παραστατικών συναντήσεων στη θρησκευτική τουριστική εμπειρία, ενώ οι θρησκευτικοί παραγωγοί, όπως π.χ. ιερείς, οργανώνουν το θρησκευτικό σενάριο, κινητοποιώντας τα στάδια, κατευθύνοντας τους πιστούς, υλοποιώντας και την αισθητική των θέσεων στην προσπάθειά τους να διαιωνίσουν και να καθιερώσουν ιδιαίτερα νοήματα σε ιερούς τόπους και παραστάσεις»* (Terzidou, M., Stylidis, D. & Terzidis, K.,2017).

Επιπλέον, οι μελετητές του τουρισμού έχουν διαπιστώσει ότι οι θρησκευόμενοι τουρίστες μπορεί να επισκέπτονται Ιερά μέρη για λόγους όπως είναι η εκτίμηση της φύσης αλλά και για εκπαιδευτικό και πολιτισμικό εμπλουτισμό (Collins-Kreiner,2010;Ron,2009), συμπεριλαμβανομένης της χαλάρωσης και της αυτό- ανακάλυψης όπως αυτή συμβαίνει στην περίπτωση του Αγίου Όρους, στην Ελλάδα (Andriotis,2009). Ενώ αυτά μοιάζουν με παραδοσιακά τουριστικά μοντέλα κινήτρων, υποστηρίζεται η άποψη ότι εντός του πλαισίου του θρησκευτικού τουρισμού, τέτοιου είδους ταξίδια δεν συνιστούν εσωτερική επιθυμία απόδρασης από την καθημερινή θρησκευτική ζωή των ανθρώπων (Terzidou et al.,2018)

5^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1 Ερευνητική μέθοδος

Το παρόν πόνημα θα ‘υιοθετήσει’ για την συλλογή των δεδομένων, την ποσοτική έρευνα. Η ποσοτική έρευνα συνάγει στατιστικώς σημαντικά συμπεράσματα για έναν πληθυσμό, μελετώντας ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα του πληθυσμού (Creswell,2003). Πέραν τούτου, έχει επιλεχθεί η ποσοτική έρευνα από την ποιοτική, γιατί γίνεται υπό πραγματικών, όχι υπό τεχνητών, πειραματικά ελεγχόμενων συνθηκών, ενώ παράλληλα αποτελεί μια κατάλληλη μέθοδος μελέτης του ανθρωπίνου πληθυσμού στο «πραγματικό κόσμο» (Babbie,2011). Άλλωστε, ένας από τους βασικούς λόγους που έγινε η επιλογή της ποσοτικής έρευνας, είναι ότι υπάρχουν προγενέστερα σχετικά ευρήματα, που συνεπάγεται ότι υφίσταται θεωρία που προηγείται από το ερευνητικά ερωτήματα (Ισαρη & Πουρκός,2015).

Η συγκεκριμένη επιλογή έρευνας έγινε με σκοπό να συλλεχθεί όσο το δυνατό σημαντικότερος αριθμός του δείγματος ερωτηθέντων σε συντομότερο δυνατό χρόνο. Επιπλέον, δεδομένου ότι δεν είναι πρακτικό να γίνει απογραφή (συμπεριλαμβανομένου όλου του πληθυσμού) εξαιτίας της συνεχούς αλλαγής και περιορισμού πόρων, επιλέγεται ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα από τον πληθυσμό. Εάν γίνει σωστά η επιλογή, το δείγμα στατιστικά πανομοιότυπο με τον πληθυσμό και τα συμπεράσματα για το δείγμα, μπορούν να εφαρμοστούν στο πληθυσμό (Zikmund,2001). Εισέτι, η εξάλειψη των εξωγενών μεταβλητών ως αιτιατών παραγόντων, αυξάνει την εξωτερική εγκυρότητα (Flick,2002).

Εκτός αυτού, η ποσοτική έρευνα θεωρείται μια ερευνητική στρατηγική που δίνει έμφαση στην ποσοτική ‘διάσταση’ συλλογής και της ανάλυσης δεδομένων (Κυριαζή,2012). Έτσι, με την συγκεκριμένη επιλογή έρευνας, *«επιτυγχάνεται ένας υψηλός βαθμός αντικειμενικότητας, εν αντιθέσει με την ποιοτική έρευνα, στην οποία, τα δεδομένα βασίζονται στις υποκειμενικές αντιλήψεις των ερωτηθέντων»* (Russell-Bennett et al,2020).

Τέλος, η ποσοτική έρευνα βασίζεται σε μεθόδους και τεχνικές στατιστικής ανάλυσης που δίνουν την ευκαιρία στον ερευνητή να εξετάσει τον συσχετισμό που υφίσταται μεταξύ ορισμένων μεταβλητών αλλά και τον τρόπο που μπορεί να επηρεάσει στην διάπλαση της άλλης (Ribeiro et al,2015). Βασικό και ουσιαστικό μέλημα του πονήματος είναι να σκιαγραφηθεί και να αποτυπωθεί με ακριβή στατιστικά στοιχεία η προσέγγιση των τουριστών σε πανελλαδικό επίπεδο, για την εικόνα του προορισμού στα ιερά προσκυνήματα, αναλύοντας ορισμένες πτυχές της εικόνας προορισμού όπως τα συστατικά αλλά και τους παράγοντες που επηρεάζουν έναν προορισμό, καθώς επίσης και πως αυτοί οι παράγοντες συσχετίζονται με τα ιερά προσκυνήματα.

5.2 Ερευνητικές υποθέσεις

Το γνωστικό συστατικό της εικόνας αναφέρεται στις πεποιθήσεις και τις γνώσεις ενός ατόμου για έναν προορισμό και τα χαρακτηριστικά του, που μαζί, βοηθούν στη διαμόρφωση μιας εσωτερικά αποδεκτής νοητικής εικόνας για το μέρος (Pike & Ryan, 2004). Επίσης περιλαμβάνει ένα σύνολο χαρακτηριστικών που αντιστοιχούν κυρίως στους πόρους ενός τουριστικού προορισμού (Stabler, 1995). Από την άλλη, το συναισθηματικό συστατικό της εικόνας δηλώνει τα συναισθήματα και τις συναισθηματικές αντιδράσεις ενός ατόμου απέναντι σε ένα προορισμό. (Shani & Wang, 2011). Οι ερευνητές συμφωνούν επίσης ότι ένας τόπος έχει μια συνολική εικόνα, μια έννοια που αναφέρεται στις ολιστικές εντυπώσεις των ανθρώπων για έναν προορισμό (Baloglu & McCleary, 1999).

Οι Akama και Kieti (2003) ισχυρίστηκαν, ότι η επιτυχία ενός προορισμού στην προσέλκυση τουριστών μπορεί να εξαρτάται περισσότερο από τη συνολική εικόνα παρά από οποιοδήποτε συγκεκριμένο χαρακτηριστικό της εικόνας. Τα ευρήματα των μελετών στον τουρισμό παρέχουν αρκετά στοιχεία για να υποστηρίξουν α) ότι οι αξιολογήσεις τόσο σε γνωστικό επίπεδο όσο και σε συναισθηματικό, έχουν άμεσο αντίκτυπο στη συνολική εικόνα και β) τον διαμεσολαβητικό ρόλο που διαδραματίζει το συναισθηματικό συστατικό μεταξύ του γνωστικού συστατικού και της συνολικής εικόνας ενός τουριστικού προορισμού (Fu et al., 2016).

Η συνολική εικόνα του προορισμού επηρεάζει όχι μόνο τον διαδικασία επιλογής προορισμού, αλλά και τις προθέσεις συμπεριφοράς των τουριστών (Wang & Hsu, 2010).

Οι μεταβλητές που χρησιμοποιούνται συχνότερα για να καταγράψουν τις προθέσεις συμπεριφοράς των τουριστών που σχετίζονται με τον προορισμό περιλαμβάνουν την "πρόθεση να επισκεφθείτε ξανά τον προορισμό" και την "πρόθεση να το συστήσετε σε άλλους" (Prayag & Ryan, 2012). Επομένως, με βάση τα παραπάνω, σχηματίζονται οι εξής τρεις υποθέσεις:

1^η υπόθεση

Το γνωστικό συστατικό σχετίζεται θετικά με το συναισθηματικό συστατικό.

2^η υπόθεση

Το γνωστικό συστατικό σχετίζεται θετικά με την συνολική εικόνα .

3^η υπόθεση

Το συναισθηματικό συστατικό σχετίζεται θετικά με την συνολική εικόνα.

Η πλειοψηφία των μοντέλων διαδικασίας επιλογής προορισμού (Stabler 1995; Um and Crompton 1990) δείχνουν ότι προσωπικά χαρακτηριστικά όπως το φύλο, η ηλικία, το επάγγελμα, μόρφωση και το κοινωνικό προφίλ είναι εσωτερικοί παράγοντες που επηρεάζουν τις αντιλήψεις για τις τοποθεσίες. Ένας αριθμός από εμπειρικές έρευνες, έχουν επιχειρήσει να διασαφηνίσουν τις διαφορές στην αντιληπτή εικόνα, βασισμένες σε κοινωνικοδημογραφικούς παράγοντες, με διαφορετικά αποτελέσματα.

Μερικές έρευνες (Baloglu 1997; Baloglu and McCleary 1999;) ανακάλυψαν διαφορές στην αντιληπτή εικόνα βασισμένες στο φύλο, τη ηλικία, στο επίπεδο εκπαίδευσης, στο επάγγελμα, εισόδημα, οικογενειακή κατάσταση και χώρα καταγωγής, ενώ η έρευνα του Baloglu (1997) δεν βρήκε τέτοιες διαφορές στις περιπτώσεις που αφορούν το φύλο, το εισόδημα και το επίπεδο εκπαίδευσης. Από τα παραπάνω, στο παρόν πόνημα θα εξετάσουμε τις εξής δυο ακόμα υποθέσεις:

4^η υπόθεση

Το φύλο και η ηλικία επηρεάζουν σημαντικά τα γνωστικά και συναισθηματικά συστατικά της αντιληπτής εικόνας.

5^η υπόθεση

Το επίπεδο εκπαίδευσης επηρεάζει σημαντικά τα γνωστικά και συναισθηματικά συστατικά της αντιληπτής εικόνας.

5.3 Δείγμα έρευνας και διαδικασία συλλογής δεδομένων

Το δείγμα (sample) της παρούσας έρευνας αποτελείται από 150 άτομα, άνδρες και γυναίκες, ηλικίας 18 ετών και άνω. Το δείγμα έχει επιδεχθεί μέσω δειγματοληψίας ευκολίας, δηλαδή επιλέγεται από ένα τμήμα του πληθυσμού στο οποίο υπάρχει εύκολη πρόσβαση. Σαν εργαλείο στο παρόν πόνημα, χρησιμοποιήθηκε ένα ερωτηματολόγιο, το οποίο και συμπληρώθηκε ηλεκτρονικά μέσω των φορμών της Google (Google Forms).

Οι ερωτήσεις που έχουν επιλεγεί για το κοινό, έχουν άρρηκτη σχέση με τα ερευνητικά ερωτήματα και τις υποθέσεις της εργασίας, καθώς επίσης συνδέονται και με την βιβλιογραφική αναφορά και επιλέχθηκαν βάσει των υφιστάμενων ερευνών που έχουν γίνει στο συγκεκριμένη κατεύθυνση του ερευνητικού έργου. Οι ερευνητικές υποθέσεις που πραγματεύεται το ερωτηματολόγιο, εντοπίζονται στο υποκεφάλαιο 5.2.

Πιο συγκεκριμένα υπάρχουν ερωτήματα κοινωνικού και δημογραφικού ενδιαφέροντος, ενώ ταυτόχρονα υπάρχουν ερωτήματα που αφορούν τόσο τα συστατικά της εικόνας προορισμού όσο και τους παράγοντες που επηρεάζουν την εικόνα προορισμού. Εν γένει, εξετάζεται η

μελέτη περίπτωσης τριών Ιερών τόπων, της Ιεράς Μονής Κηπίνας, ενός Μετοχίου της Ιεράς Μονής Τσούκας, της Ιεράς Μονής Βουτσάς, και της μοναστηριακής κοινότητας που βρίσκεται στο νησί Ιωαννίνων. Ταυτόχρονα, έχει τονιστεί ότι η συμμετοχή των τουριστών στο ερωτηματολόγιο είναι εθελοντική ενώ είχαν το δικαίωμα να διακόψουν και να αποχωρήσουν από την διαδικασία ανά πάσα στιγμή. Επιπλέον, τα στοιχεία τους θα είναι ανώνυμα και μετά το πέρας της έρευνας, τα ερωτηματολόγια θα καταστραφούν και δεν θα χρησιμοποιηθούν για άλλο σκοπό.

Τέλος, για την συμμετοχή του δείγματος, τηρηθήκαν όλες οι αρχές της βιοηθικής και δεοντολογίας για τα ζητήματα των προσωπικών δεδομένων, ενώ ο ερευνητής έλαβε έγκριση από την αρμόδια επιτροπή Βιοηθικής και Δεοντολογίας πριν την διάθεση του ερωτηματολογίου προς συμπλήρωση.

5.4 Ιερά προσκυνήματα του νομού Ιωαννίνων- Μελέτη περιπτώσεων

Όπως αναφέρθηκε ενδελεχώς, σαν μελέτη περίπτωσης, θα εξετάσουμε το Ιερό Μοναστήρι της Κηπίνας, όπου δεσπόζει στους βράχους, με μια ιδιαίτερη θέα και μακραίωνη ιστορία. Το Μοναστήρι, είναι αφιερωμένο στην Κοίμηση της Υπεραγίας Θεοτόκου, όμως πανηγυρίζει την παρασκευή της Διακαινησίμου, εορτή της Ζωοδόχου πηγής (Ι.Ν. ΚΟΙΜΗΣΗΣ ΘΕΟΤΟΚΟΥ 17ος, ΚΗΠΙΝΑ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ n.d.).

Η Ιερά Μονή, λέγεται ότι ονομάστηκε έτσι, επειδή οι μοναχοί της καλλιεργούσαν κήπους στην πέριξ περιοχή. Στις υπάρχουσες πηγές, αναφέρεται η ίδρυσή της το 1212 μ.Χ από τον Αρχιεπίσκοπο Γρηγόριο, ωστόσο υφίσταται και μια διαφορετική προσέγγιση, που αναφέρει ότι η ίδρυση της έγινε από Μοναχούς της Μονής Βύλιζας, που είναι γειτονική Μονή, τον 13 αιώνα μ.Χ. (Ιερά Μονή Κηπίνας - Ιερές Μονές. ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ.n.d.).

Η επιλογή για την μελέτη του συγκεκριμένου Μοναστηριού έγινε, διότι η εν γένει τοποθεσία της Μονής, αποτελεί έναν πόλο έλξης. Η εικόνα μέσα στον βράχο δημιουργεί ένα δέος στον επισκέπτη, ενώ η πρόσβαση γίνεται μόνο μέσα από ένα – λαξευμένο στο βράχο - μονοπάτι. Ακόμη, οι επισκέπτες μπορούν να δουν από κοντά τα λίγα κελιά και την θέα μέσα από τα τζάμια τους, ενώ έχουν την δυνατότητα να διεισδύσουν μέσα στον βράχο, μέχρι ένα σημείο, εξαιτίας της ύπαρξης σπηλιών.

Η δεύτερη μελέτη περίπτωσης αφορά την Ιερά Μονή Βουτσάς. Το Μοναστήρι είναι αφιερωμένο στην Κοίμηση της Θεοτόκου και είναι ανάμεσα από τα χωριά Δόλιανη και Γρεβενίτι (Περί την μια ώρα πεζός), και βρίσκεται 45 χιλιόμετρα από την πόλη των Ιωαννίνων. Βασιζόμενοι στην παράδοση, η ίδρυση της Μονής έγινε από τον Κωνσταντίνο

Δ' Πωγωνάτο. Παρά ταύτα, δεν υπάρχουν ιστορικά στοιχεία που να υποστηρίζουν αυτή την άποψη.

«Η διασωθείσα επιγραφή δείχνει ότι το καθολικό ανακαινίστηκε και χτίστηκε το 1680 από τον ηγούμενο Αθανάσιο και τους μοναχούς Νικόδημο και Ανανία. Λίγες πληροφορίες για το μοναστήρι περιέχονται σε ένα χειρόγραφο του 18^{ου} αιώνα»(Μονή Βουτσάς .n.d.). Το χειρόγραφο έχει τίτλο “Χρονικό της Βουτσάς”.

Το μοναστήρι περιτριγυρίζεται από αμπελώνα έκτασης περίπου 70 στρεμμάτων. Σε σύμπραξη με το μετόχι του, την Ιερά Μονή Άγιου Νικολάου Μετσόβου, δημιούργησε ένα μοναστηριακό οινοποιείο με επωνυμία “IMPERATOR WINERY” το 2017. Ωστόσο, ανέκαθεν αμφότερες οι μονές, διακρίνονταν για την παραγωγή ποιοτικών κρασιών. Το οινοποιείο σήμερα βρίσκεται στο Μέτσοβο όμως δεν είναι επισκέψιμο στο κοινό.

Η επιλογή της συγκεκριμένης Μονής έγινε, διότι συνδυάζει την φυσική ομορφιά της Ζαγορίσιας γης με την ενασχόληση των Μοναχών με τον πρωτογενή τομέα. Όπως και πολλά Μοναστήρια στο Άγιο Ορός, έτσι και η Ι.Μ. Βουτσάς δημιουργεί εκ του μηδενός τόσο την πρώτη ύλη (αμπέλια) όσο και την επεξεργασία αυτής (παραγωγή οίνου, ειδικά βαρέλια και εξοπλισμός).

Ενδεικτικά, αξίζει να αναφερθεί ότι σε λίστα της “Asia import news”, στους κορυφαίους 20 ερυθρούς οίνους του κόσμου, διακρίνεται ένα προϊόν του οινοποιείου αυτού, το ‘imperator lacrima’ (<https://www.asiaimportnews.com/20-best-red-wines-in-the-world-in-2023/>).

Τέλος, η τρίτη μελέτη περίπτωσης αφορά την Μοναστηριακή κοινότητα στο νησί Ιωαννίνων. Απαρτίζεται από ένα σύμπλεγμα 7 Ιερών Μονών, όπου σε συνδυασμό με την γραφικότητα του νησιού, αποτελούν κορυφαίο προορισμό για τους τουρίστες. Οι Ιερές Μονές του νησιού είναι οι εξής:

Ιερά Μονή Άγιου Νικολάου Φιλανθρωπηνών

Η Ιερά μονή Άγιου Νικολάου Φιλανθρωπηνών, είναι ίσως η πιο σημαντική μονή στο νησί, καθώς στο εσωτερικό του ναού, υπάρχει και τοιχογραφία που απεικονίζει τους 7 σοφούς της αρχαιότητας, που είναι ιδιαίτερα σπάνιο φαινόμενο το οποίο συναντάται στην Χριστιανική εκκλησία. Κτίστηκε το έτος 1272 από τον Μιχαήλ Φιλανθρωπηνό και κατά την διάρκεια του Δεσποτάτου της Ηπείρου αλλά και έπειτα, στην εποχή του Αλή Πασά, η Μονή αποτέλεσε το πιο σπουδαίο εθνοθηρησκευτικό πνευματικό κέντρο (ΜΟΝΑΣΤΗΡΙΑ ΤΟΥ ΝΗΣΙΟΥ ΤΩΝ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ n.d.).

Ιερά Μονή Αγίου Νικολάου Στρατηγοπούλου ή Ντίλιου

Η Ιερά Μονή Αγίου Νικολάου Στρατηγόπουλου βρίσκεται κοντά στην Ιερά Μονή Φιλανθρωπηνών, στην βορειοανατολική μεριά του νησιού. Κτίστηκε πιθανόν τον 13^ο αιώνα από την ομώνυμη οικογένεια των Στρατηγόπουλου. Τον 17^ο αιώνα, η Μονή ευεργετήθηκε από την οικογένεια Ντίλιου (ΙΕΡΑ ΑΡΧΙΕΠΙΣΚΟΠΗ ΑΘΗΝΩΝ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ «Ιερά Μονή Αγίου Νικολάου Στρατηγόπουλου (Μονή Ντίλιου)»).

Ιερά Μονή Παναγίας της Ελεούσας

Βασιζόμενοι στην παράδοση, «η Μονή ιδρύθηκε πριν τα μέσα του 16^{ου} αιώνα και αρχικά ήταν αφιερωμένη στον Άγιο Νικόλαο των ανέμων και ονομαζόταν «των μεθοδάτων» ή «των Γκιουμάτων» (Καλπάκης, 2005). Προσθέτοντας, «Οι ονομασίες «Μεθοδάτων» και Γκιουμάτων» συνδέονται με ντόπιες οικογένειες του 16^{ου} αιώνα, οι οποίες ευεργέτησαν την Μονή» (Καλπάκης, 2005). Επιπλέον, τα τελευταία έτη, η Ιερά Μητρόπολη Ιωαννίνων έχει αναδιαμορφώσει και αναστηλώσει την Ιερά Μονή (Καλπάκης, 2005).

Ιερά Μονή του Αγίου Ιωάννη του Προδρόμου

Η Ιερά Μονή του Αγίου Ιωάννη του Προδρόμου, βρίσκεται κοντά στην όχθη της λίμνης στην τοποθεσία «Γούβα». «Η Ιερά Μονή, κτίστηκε το 1506-1507 από δυο αδέρφια της οικογένειας Αψαράδων, τους μοναχούς Νεκτάριο και Θεοφάνη, οι οποίοι Μόναζαν σε κάποιο από τα μοναστήρια του νησιού (Χαραλάμπους, 2015)

Ιερά Μονή Αγίου Παντελεήμονα

Η Ιερά Μονή του Αγίου Παντελεήμονα είναι στα νοτιοανατολικά του νησιού, «μερικές δεκάδες μέτρα βορειότερα από την Ιερά Μονή του Προδρόμου» (Καλπάκης, 2005). Σύμφωνα με την παράδοση, η Ιερά Μονή εντοπίζεται εκεί από τον 15^ο αιώνα και σχετίζεται με την παρουσία μοναχών. «Όπως αναφέρεται στην Βιογραφία των Μοναχών Αψαράδων το 1506-1507, στον ίδιο χώρο υπήρχε και το ησυχαστήριο του Αγίου Παντελεήμονα» (Καλπάκης, 2005). Το 1800 και το 1810, ο ναός καταστράφηκε από πτώση των βράχων, όμως επισκευάστηκε. Στην σημερινή της μορφή μας παραδίδεται μετά την δεύτερη καταστροφή του και την επισκευή του από τον ηγούμενο Ανανία (Καλπάκης, 2005).

Ένα αξιοσημείωτο χαρακτηριστικό είναι, ότι σε αυτήν την Μονή, τραυματίστηκε θανάσιμα ο Αλή πασάς από τα στρατεύματα του σουλτάνου το 1822, ενώ στον χώρο της μονής φιλοξενείται το Μουσείο Αλή πασά και επαναστατικής περιόδου. Αυτός ο συνδυασμός, καθιστά το μοναστήρι έναν από τους πιο αξιοσημείωτους προορισμούς του νησιού.

Ιερά Μονή Μεταμόρφωσης του Σωτήρος

*«Η Ιερά Μονή Μεταμόρφωσης του Σωτήρος, βρίσκεται Νοτιοανατολικά της Μονής Ελεούσης, ιδρυθείσα το 1656 από τον Πάνο Ιερομνήμονα και είναι Σταυροπήγιο» (Καλπάκης, 2005).
«Η Ιερά Μονή πυρπολήθηκε από τα Σουλτανικά στρατεύματα (1822) και ενώθηκε με την Ιερά Μονή Ελεούσης» (Καλπάκης, 2005).*

Ιερά Μονή Προφήτη Ηλία

Η Ιερά Μονή Προφήτη Ηλία, εντοπίζεται στην κορυφή ενός λόφου, του ψηλότερου σημείου του νησιού (Καλπάκης, 2005). Η Μονή δεν έχει ακριβή ημερομηνία ιδρύσεως, ωστόσο ανάγεται στην υστεροβυζαντινή περίοδο. Όπως και άλλες μονές, έτσι και η μονή του προφήτη Ηλία πυρπολήθηκε το 1822 από τα σουλτανικά στρατεύματα.

Η επιλογή της εξέτασης σαν μελέτη περίπτωσης της Μοναστηριακής κοινότητας έγινε διότι αρχικά διαφέρει ο τρόπος προσέγγισης των Ιερών Μονών σε σχέση με τις άλλες δυο μελέτες περίπτωσης, καθώς η μόνη πρόσβαση γίνεται μέσω των караβιών στην λίμνη. Αυτή είναι η πρώτη ειδοποιός διαφορά.

Η δεύτερη είναι ότι εφόσον το νησί είναι ένας κατεξοχήν επισκέψιμος προορισμός των Ιωαννίνων, η επίσκεψη σε αυτό μπορεί να συνδυαστεί τόσο με επίσκεψη σε ιστορικούς χώρους, όσο και σε γαστρονομικό επίπεδο, στην δοκιμή ιδιαίτερων τοπικών εδεσμάτων, προερχόμενων από την λίμνη. Ουσιαστικά, είναι ένας πολυπλεύρως ολοκληρωμένος τουριστικός προορισμός που αξίζει να επισκεφτεί κάποιος.

6^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Στατιστική ανάλυση

Με τη χρήση του κριτηρίου Kolmogorov-Smirnov ελέγχθηκαν οι κατανομές των ποσοτικών μεταβλητών ως προς την κανονικότητα της κατανομής τους. Οι μέσες τιμές (mean), οι τυπικές αποκλίσεις (Standard Deviation=SD), τα τυπικά σφάλματα (Standard Error=SE) χρησιμοποιήθηκαν για την περιγραφή των ποσοτικών μεταβλητών. Οι απόλυτες (N) και οι σχετικές (%) συχνότητες χρησιμοποιήθηκαν για την περιγραφή των ποιοτικών μεταβλητών. Για τη σύγκριση ποσοτικών παραμετρικών μεταβλητών μεταξύ δυο ομάδων χρησιμοποιήθηκε το Student's t-test και για την σύγκριση των μη παραμετρικών ποσοτικών μεταβλητών χρησιμοποιήθηκε ο έλεγχος Wilcoxon Rank Sum test. Για τον έλεγχο της σχέσης δυο ποσοτικών μεταβλητών χρησιμοποιήθηκε ο συντελεστής συσχέτισης του Pearson ή του Spearman για τα παραμετρικά και μη παραμετρικά μεγέθη, αντίστοιχα.

Η ανάλυση γραμμικής παλινδρόμησης (linear regression analysis) χρησιμοποιήθηκε για την εύρεση παραγόντων που σχετίζονται με τις διαστάσεις της κλίμακας **Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού** για κάθε προορισμό, για τις οποίες προέκυψαν συντελεστές εξάρτησης (β) και τα τυπικά σφάλματά τους (standard errors=SE). Πραγματοποιήθηκε λογαριθμικός μετασχηματισμός της εξαρτημένης για την προσέγγιση της κανονικότητας.

Η εσωτερική αξιοπιστία του ερωτηματολογίου ελέγχθηκε με τη χρήση του συντελεστή Cronbach's- α . Τα επίπεδα σημαντικότητας είναι αμφίπλευρα και η στατιστική σημαντικότητα τέθηκε στο 0,05. Για την ανάλυση χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πρόγραμμα SPSS 26.0.

6.1 Περιγραφική Ανάλυση

Αποτελέσματα

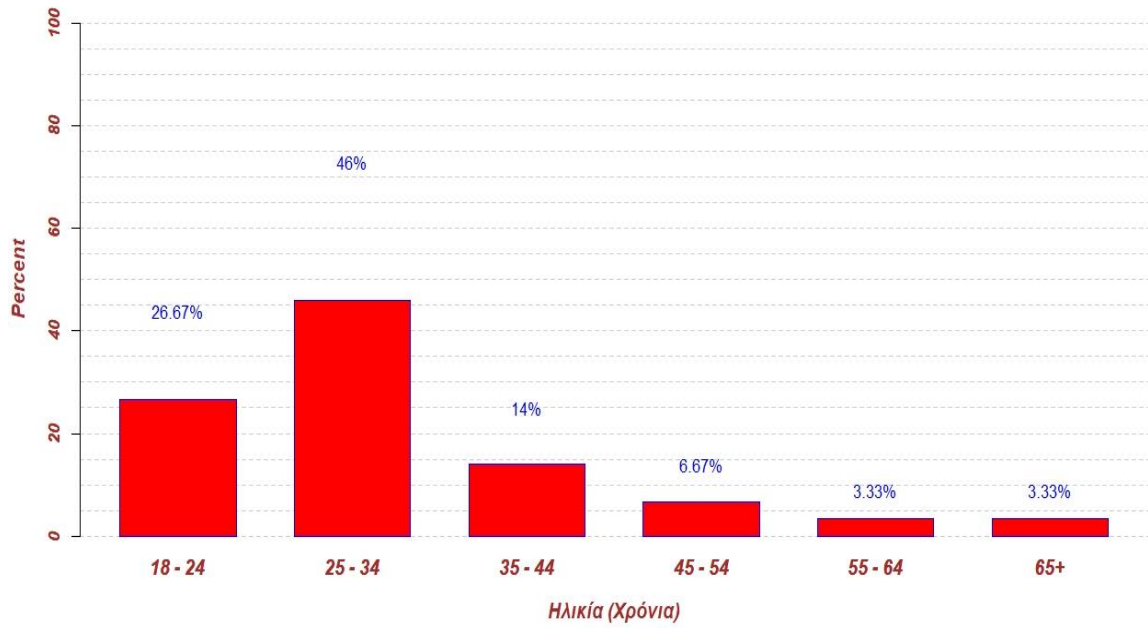
Το δείγμα αποτελείται από 150 άτομα με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τους και τις προτιμήσεις τους να δίνονται στον πίνακα που ακολουθεί.

Χαρακτηριστικά	Κατηγορίες	N	%
Φύλο	Άνδρας	76	50.7
	Γυναίκα	74	49.3
Ηλικία (Χρόνια)	18 – 24	40	26.7
	25 – 34	69	46
	35 – 44	21	14
	45 – 54	10	6.7
	55 – 64	5	3.3
	65+	5	3.3
Εκπαίδευση	Πρωτοβάθμια	1	0.7
	Δευτεροβάθμια	22	14.7
	Τριτοβάθμια	127	84.7
Επίσκεψη Ιερά Μονής Κηπίνας	Όχι	68	45.3
	Ναι	82	54.7
Επίσκεψη Ιερά Μονής Βουτσάς	Όχι	106	70.7
	Ναι	44	29.3
Μοναστηριακή Κοινότητα στο Νησάκι	Όχι	29	19.3
	Ναι	121	80.7

Πίνακας 1

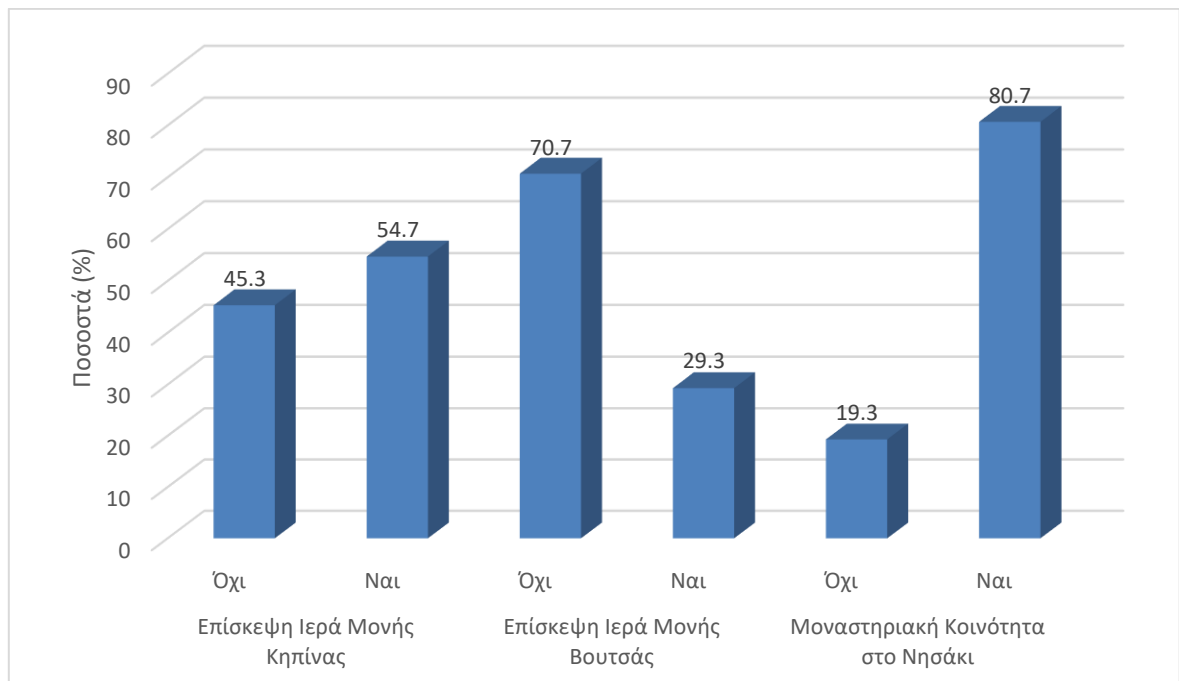
Το 50,7% των συμμετεχόντων ήταν άνδρες με το 46% να έχουν ηλικία 25-34 έτη και το 84.7% ήταν τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Το 54.7% είχε επισκεφτεί την Ιερά Μονή Κηπίνας, το 70.7% δεν είχε επισκεφτεί την Ιερά Μονή Βουτσάς και το 80.7% είχε επισκεφτεί την Μοναστηριακή Κοινότητα του Νησιού.

Στο παρακάτω γράφημα παρουσιάζεται η κατανομή των ηλικιακών κατηγοριών



Γράφημα 1

Στο παρακάτω γράφημα παρουσιάζεται η κατανομή των προτιμήσεων ανά υπό μελέτη προορισμό επίσκεψης



Γράφημα 2

6.2 Διμερής Ανάλυση

Κλίμακα ερωτηματολογίου «Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Ιεράς Μονής Κηπίνας».

Στον πίνακα που ακολουθεί δίνονται οι βαθμολογίες στις διαστάσεις της κλίμακας Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Ιεράς Μονής Κηπίνας. Η βαθμολογία σε όλες τις διαστάσεις κυμαίνεται από 1 έως 7 μονάδες, με υψηλότερη βαθμολογία σε κάθε διάσταση να αντιστοιχεί σε θετικότερη επιρροή της εικόνας του προορισμού και θετικότερα συναισθήματα.

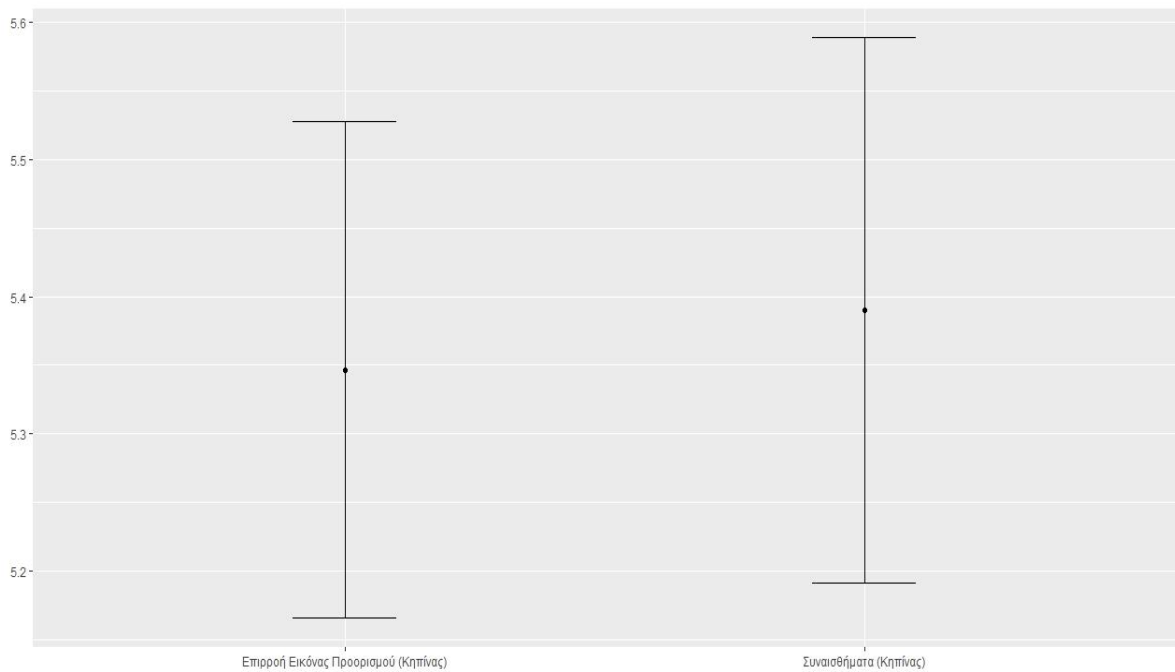
Πίνακας 2

Διαστάσεις	Ελάχιστη τιμή	Μέγιστη τιμή	Μέση τιμή (SD)	Median[IQR]	Cronbach's Alpha
Επιρροή Εικόνας Προορισμού (Κηπίνας)	1	7	5.35(1.12)	5.5[4.9-6]	0.92
Συναισθήματα (Κηπίνας)	2.25	6.75	5.39(1.23)	5.75[4.56-6.5]	0.71

Η μέση βαθμολογία στη διάσταση «**Επιρροή Εικόνας Προορισμού (Κηπίνας)**» ήταν 5.35 μονάδες (SD=1,12 μονάδες). Η μέση βαθμολογία στη διάσταση «**Συναισθήματα (Κηπίνας)**» ήταν 5.39 μονάδες (SD=1,23 μονάδες).

Η βαθμολογία για κάθε διάσταση προέκυψε ως ο μέσος όρος των απαντήσεων στις ερωτήσεις του Πίνακα 3. Ο δείκτης αξιοπιστίας Cronbach's Alpha προκύπτει > 0,7 σε κάθε διάσταση υποδεικνύοντας αποδεκτή αξιοπιστία του ερωτηματολογίου.

Στο γράφημα που ακολουθεί δίνονται οι μέσες τιμές και τα 95% Δ.Ε. των διαστάσεων της κλίμακας Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Ιεράς Μονής Κηπίνας.



Γράφημα 3

Δεν προέκυψε σημαντική διαφορά μεταξύ των μέσων τιμών των διαστάσεων (p -value = 0.438), επομένως δεν υπάρχει διαφορά στην επιρροή της εικόνας του προορισμού με τα συναισθήματα που δημιουργούνται στους επισκέπτες.

Υπόθεση 1^η

Το γνωστικό συστατικό σχετίζεται θετικά με το συναισθηματικό. Συστατικό για τον προορισμό της Ιεράς Μονής Κηπίνας

Στον πίνακα που ακολουθεί περιγράφονται οι απαντήσεις στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου **Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Ιεράς Μονής Κηπίνας.**

Ερώτηση	Διαφωνώ Απόλυτα	Διαφωνώ	Διαφωνώ Λίγο	Ουδέτερο	Συμφωνώ Λίγο	Συμφωνώ	Συμφωνώ Απόλυτα	Mean(SD)
Επιρροή Εικόνας Προορισμού								
Γραφική ομορφιά	3(2%)	1(0.7%)	2(1.3%)	10(6.7%)	3(2%)	35(23.3%)	96(64%)	6.32(1.25)
Ποικιλομορφία γλωρίδας στην περιοχή	3(2%)	2(1.3%)	2(1.3%)	19(12.7%)	18(12%)	58(38.7%)	48(32%)	5.75(1.32)
Θρησκευτική αύρα - Πνευματικότητα	3(2%)	1(0.7%)	1(0.7%)	17(11.3%)	8(5.3%)	55(36.7%)	65(43.3%)	6.01(1.27)
Ενδιαφέροντες εκδηλώσεις (πανηγύρια, πολιτισμικές εκδηλώσεις κτλ.)	4(2.7%)	6(4%)	5(3.3%)	49(32.7%)	20(13.3%)	43(28.7%)	23(15.3%)	4.97(1.47)
Γνωστά αξιοθέατα (αρχαιολογικού, ιστορικού, θρησκευτικού χαρακτήρα)	4(2.7%)	4(2.7%)	2(1.3%)	28(18.7%)	16(10.7%)	59(39.3%)	37(24.7%)	5.49(1.44)
Βολική μεταφορά στο Μοναστήρι	11(7.3%)	13(8.7%)	17(11.3%)	32(21.3%)	23(15.3%)	34(22.7%)	20(13.3%)	4.5(1.78)
Ανεπτυγμένο δίκτυο υποδομών	8(5.3%)	15(10%)	19(12.7%)	41(27.3%)	26(17.3%)	27(18%)	14(9.3%)	4.33(1.63)

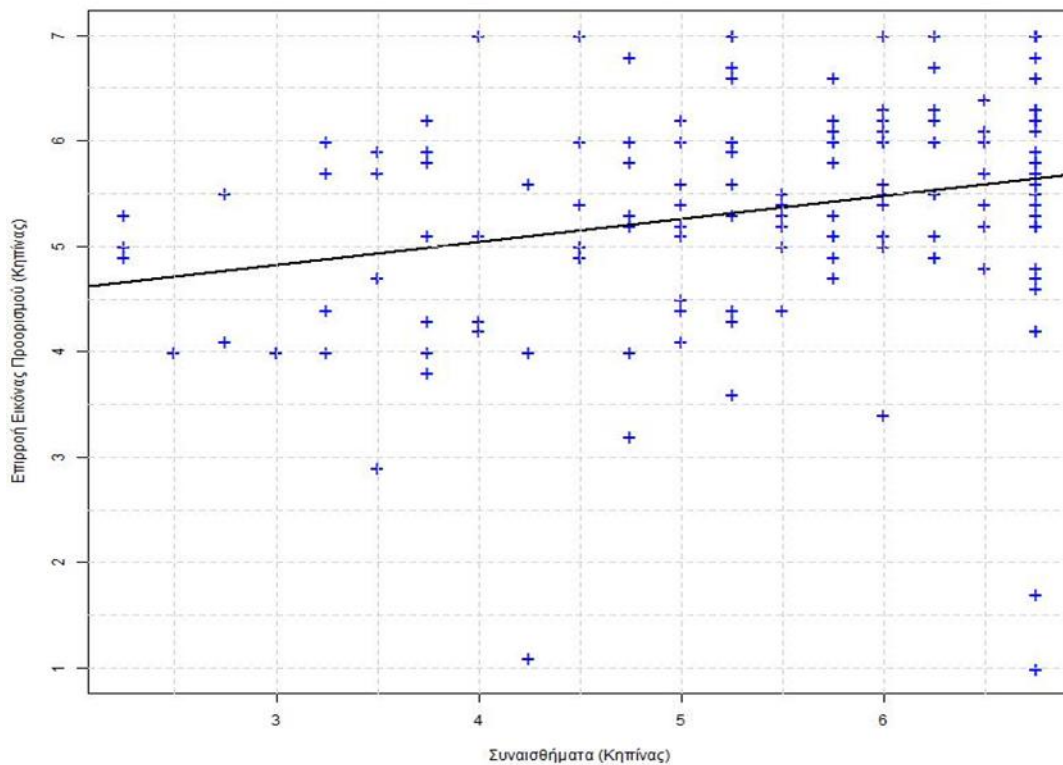
Προσωπική ασφάλεια και προστασία	8(5.3%)	12(8%)	12(8%)	30(20%)	30(20%)	36(24%)	22(14.7%)	4.72(1.69)
Καθαρό περιβάλλον	3(2%)	1(0.7%)	3(2%)	18(12%)	21(14%)	49(32.7%)	55(36.7%)	5.8(1.32)
Φιλικούς ντόπιους κατοίκους	5(3.3%)	1(0.7%)	4(2.7%)	27(18%)	17(11.3%)	47(31.3%)	49(32.7%)	5.58(1.48)
Συναισθήματα								
Πνευματικά- Πολιτιστικά Αδιάφορος/ Ψυχική Χαλάρωση	8(5.3%)	1(0.7%)	4(2.7%)	14(9.3%)	25(16.7%)	34(22.7%)	64(42.7%)	5.7(1.6)
Δυσάρεστο/ Ευχάριστο	10(6.7%)	14(9.3%)	7(4.7%)	9(6%)	8(5.3%)	18(12%)	84(56%)	5.54(2.06)
Βαρετό/Συναρπαστικό	15(10%)	4(2.7%)	2(1.3%)	19(12.7%)	26(17.3%)	23(15.3%)	61(40.7%)	5.33(1.93)
Πολύ Αρνητική/ Πολύ Θετική	5(3.3%)	2(1.3%)	12(8%)	22(14.7%)	39(26%)	70(46.7%)	0(0%)	4.99(1.26)

Πίνακας 3

Προκύπτει σημαντική σχέση ($r=0.24$) μεταξύ των διαστάσεων της κλίμακας Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Ιεράς Μονής Κηπίνας και της κλίμακας συναισθήματος του προορισμού Κηπίνας ($p\text{-value}<0.001$). Επομένως, θετικότερη εικόνα του προορισμού της ιεράς μονής Κηπίνας συνδέεται με θετικότερα συναισθήματα.

Παρατηρούμε κατά μέσο όρο απαντήσεις των συμμετεχόντων Σύμφωνα με την επικράτεια να υποστηρίζει Γραφική Ομορφιά.

Στο γράφημα που ακολουθεί παρουσιάζεται η συσχέτιση του Pearson μεταξύ των διαστάσεων της κλίμακας Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Ιεράς Μονής Κηπίνας και της κλίμακας συναισθήματος του προορισμού Κηπίνας.



Γράφημα 4

Κλίμακα ερωτηματολογίου «Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Ιεράς Μονής Βουτσά».

Στον πίνακα που ακολουθεί δίνονται οι βαθμολογίες στις διαστάσεις της κλίμακας Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Ιεράς Μονής Βουτσά. Η βαθμολογία σε όλες τις διαστάσεις κυμαίνεται από 1 έως 7 μονάδες, με υψηλότερη βαθμολογία σε κάθε διάσταση να αντιστοιχεί σε θετικότερη επιρροή της εικόνας του προορισμού και θετικότερα συναισθήματα.

Πίνακας 4

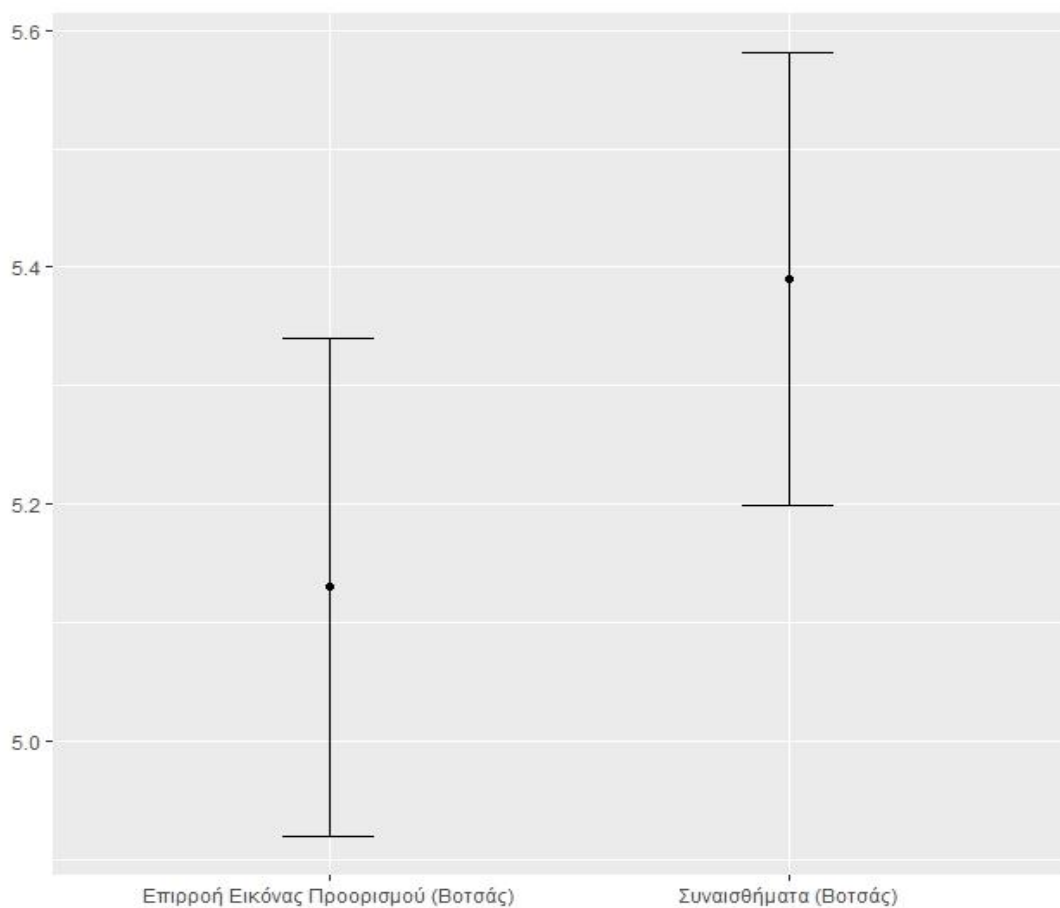
Διαστάσεις	Ελάχιστη τιμή	Μέγιστη τιμή	Μέση τιμή (SD)	Median[IQR]	Cronbach's Alpha
Επιρροή Εικόνας Προορισμού (Βουτσάς)	1	7	5.13(1.3)	5.2[4.03-6]	0.92
Συναισθήματα (Βουτσάς)	2.5	7	5.39(1.19)	5.25[4.5-6.69]	0.71

Η μέση βαθμολογία στη διάσταση «**Επιρροή Εικόνας Προορισμού (Βουτσάς)**» ήταν 5.13 μονάδες (SD=1,3 μονάδες). Η μέση βαθμολογία στη διάσταση «**Συναισθήματα (Βουτσάς)**» ήταν 5.39 μονάδες (SD=1,19 μονάδες).

Η βαθμολογία για κάθε διάσταση προέκυψε ως ο μέσος όρος των απαντήσεων στις ερωτήσεις του Πίνακα 5.

Ο δείκτης αξιοπιστίας Cronbach's Alpha προκύπτει $> 0,7$ σε κάθε διάσταση υποδεικνύοντας αποδεκτή αξιοπιστία του ερωτηματολογίου.

Στο γράφημα που ακολουθεί δίνονται οι μέσες τιμές και τα 95% Δ.Ε. των διαστάσεων της κλίμακας Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Ιεράς Μονής Βουτσάς.



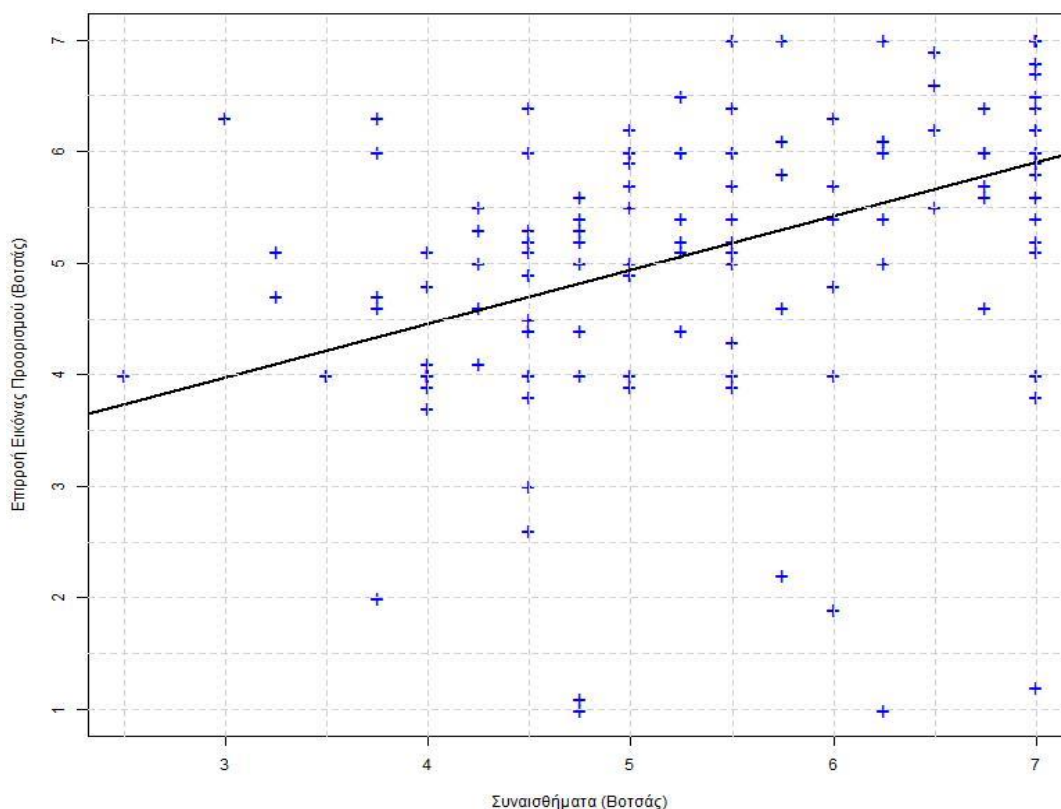
Γράφημα 5

Δεν προέκυψε σημαντική διαφορά μεταξύ των μέσων τιμών των διαστάσεων (p -value = 0.192), επομένως δεν υπάρχει διαφορά στην επιρροή της εικόνας του προορισμού με τα συναισθήματα που δημιουργούνται στους επισκέπτες.

Υπόθεση 1^η

Το γνωστικό συστατικό σχετίζεται θετικά με το συναισθηματικό. Συστατικό για τον προορισμό της Ιεράς Μονής Βουτσάς

Στο γράφημα που ακολουθεί παρουσιάζεται η συσχέτιση του Pearson μεταξύ των διαστάσεων της κλίμακας Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Ιεράς Μονής Βουτσάς και της κλίμακας συναισθήματος του προορισμού Βουτσάς.



Γράφημα 6

Προκύπτει σημαντική σχέση ($r=0.44$) μεταξύ των διαστάσεων της κλίμακας Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Ιεράς Μονής Βουτσάς και της κλίμακας συναισθήματος του προορισμού Βουτσάς ($p\text{-value}<0.001$). Επομένως, θετικότερη εικόνα του προορισμού της ιεράς μονής Βουτσάς συνδέεται με θετικότερα συναισθήματα.

Στον πίνακα που ακολουθεί περιγράφονται οι απαντήσεις στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου **Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Ιεράς Μονής Βουτσάς.**

Ερώτηση	Διαφω νώ Απόλυ τα	Διαφω νώ	Διαφω ώ Λίγο	Ουδέτε ρο	Συμφω νώ Λίγο	Συμφω νώ	Συμφω νώ Απόλυ τα	Mean(S D)
Επιρροή Εικόνας Προορισμού								
Γραφική ομορφιά	6(4%)	3(2%)	3(2%)	28(18.7 %)	21(14%)	52(34.7 %)	37(24.7 %)	5.39(1.5 1)
Ποικιλομορφία χλωρίδας στην περιοχή	4(2.7%)	3(2%)	5(3.3%)	37(24.7 %)	18(12%)	49(32.7 %)	34(22.7 %)	5.3(1.46)
Θρησκευτική αύρα - Πνευματικότητα	5(3.3%)	1(0.7%)	4(2.7%)	28(18.7 %)	28(18.7 %)	38(25.3 %)	46(30.7 %)	5.47(1.4 7)
Ενδιαφέρουσες εκδηλώσεις (πανηγύρια, πολιτισμικές εκδηλώσεις κτλ.)	4(2.7%)	4(2.7%)	6(4%)	53(35.3 %)	19(12.7 %)	42(28%)	22(14.7 %)	4.95(1.4 3)
Γνωστά αξιοθέατα (αρχαιολογικού, ιστορικού, θρησκευτικού χαρακτήρα)	6(4%)	5(3.3%)	5(3.3%)	43(28.7 %)	21(14%)	41(27.3 %)	29(19.3 %)	5.05(1.5 6)
Βολική μεταφορά στο Μοναστήρι	6(4%)	4(2.7%)	12(8%)	46(30.7 %)	25(16.7 %)	36(24%)	21(14%)	4.81(1.5 1)
Ανεπτυγμένο δίκτυο υποδομών	7(4.7%)	5(3.3%)	10(6.7 %)	54(36%)	29(19.3 %)	24(16%)	21(14%)	4.66(1.5 1)
Προσωπική ασφάλεια και προστασία	4(2.7%)	5(3.3%)	6(4%)	46(30.7 %)	25(16.7 %)	36(24%)	28(18.7 %)	5.02(1.4 8)
Καθαρό περιβάλλον	4(2.7%)	5(3.3%)	1(0.7%)	29(19.3 %)	27(18%)	43(28.7 %)	41(27.3 %)	5.42(1.4 7)
Φιλικούς ντόπιους κατοίκους	4(2.7%)	6(4%)	4(2.7%)	35(23.3 %)	25(16.7 %)	42(28%)	34(22.7 %)	5.22(1.5 1)
Συναίσθηματα								
Πνευματικά- Πολιτιστικά	6(4%)	3(2%)	2(1.3%)	29(19.3 %)	28(18.7 %)	28(18.7 %)	54(36%)	5.47(1.5 8)

Αδιάφορος/Ψυχική Χαλάρωση								
Δυσάρεστο/Ευχάριστο	6(4%)	11(7.3%)	16(10.7%)	23(15.3%)	13(8.7%)	17(11.3%)	64(42.7%)	5.22(1.92)
Βαρετό/Συναρπαστικό	4(2.7%)	4(2.7%)	7(4.7%)	32(21.3%)	32(21.3%)	25(16.7%)	46(30.7%)	5.29(1.55)
Πολύ Αρνητική/Πολύ Θετική	1(0.7%)	1(0.7%)	5(3.3%)	27(18%)	38(25.3%)	24(16%)	54(36%)	5.59(1.32)

Πίνακας 5

Παρατηρούμε κατά μέσο όρο απαντήσεις των συμμετεχόντων Σύμφωνες με την επικράτεια να υποστηρίζει Θρησκευτική αύρα και Πνευματικότητα.

Κλίμακα ερωτηματολογίου «Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Μοναστηριακής Κοινότητας του Νησιού».

Στον πίνακα που ακολουθεί δίνονται οι βαθμολογίες στις διαστάσεις της κλίμακας Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Μοναστηριακής Κοινότητας του Νησιού. Η βαθμολογία σε όλες τις διαστάσεις κυμαίνεται από 1 έως 7 μονάδες, με υψηλότερη βαθμολογία σε κάθε διάσταση να αντιστοιχεί σε θετικότερη επιρροή της εικόνας του προορισμού και θετικότερα συναισθήματα.

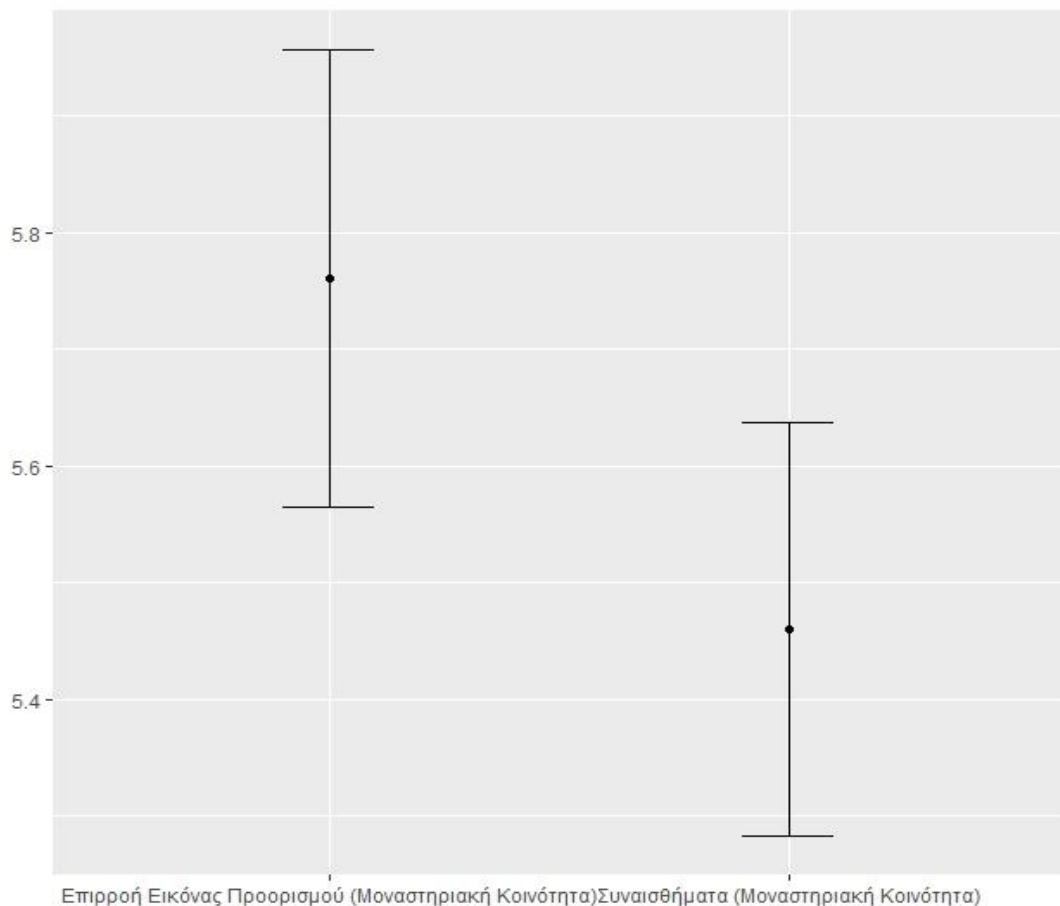
Πίνακας 6

Διαστάσεις	Ελάχιστη τιμή	Μέγιστη τιμή	Μέση τιμή (SD)	Median [IQR]	Cronbach's Alpha
Επιρροή Εικόνας Προορισμού (Μοναστηριακή Κοινότητα)	1	7	5.76(1.21)	6[5.4-6.6]	0.92
Συναισθήματα (Μοναστηριακή Κοινότητα)	2.75	6.75	5.46(1.1)	5.5[4.75-6.5]	0.71

Η μέση βαθμολογία στη διάσταση «**Επιρροή Εικόνας Προορισμού (Μοναστηριακή Κοινότητα του Νησιού)**» ήταν 5.76 μονάδες (SD=1,21 μονάδες). Η μέση βαθμολογία στη διάσταση «**Συναισθήματα (Μοναστηριακή Κοινότητα του Νησιού)**» ήταν 5.46 μονάδες (SD=1,1 μονάδες).

Η βαθμολογία για κάθε διάσταση προέκυψε ως ο μέσος όρος των απαντήσεων στις ερωτήσεις του Πίνακα 7. Ο δείκτης αξιοπιστίας Cronbach's Alpha προκύπτει $> 0,7$ σε κάθε διάσταση υποδεικνύοντας αποδεκτή αξιοπιστία του ερωτηματολογίου.

Στο γράφημα που ακολουθεί δίνονται οι μέσες τιμές και τα 95% Δ.Ε. των διαστάσεων της κλίμακας Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Μοναστηριακής Κοινότητας του Νησιού.



Γράφημα 7

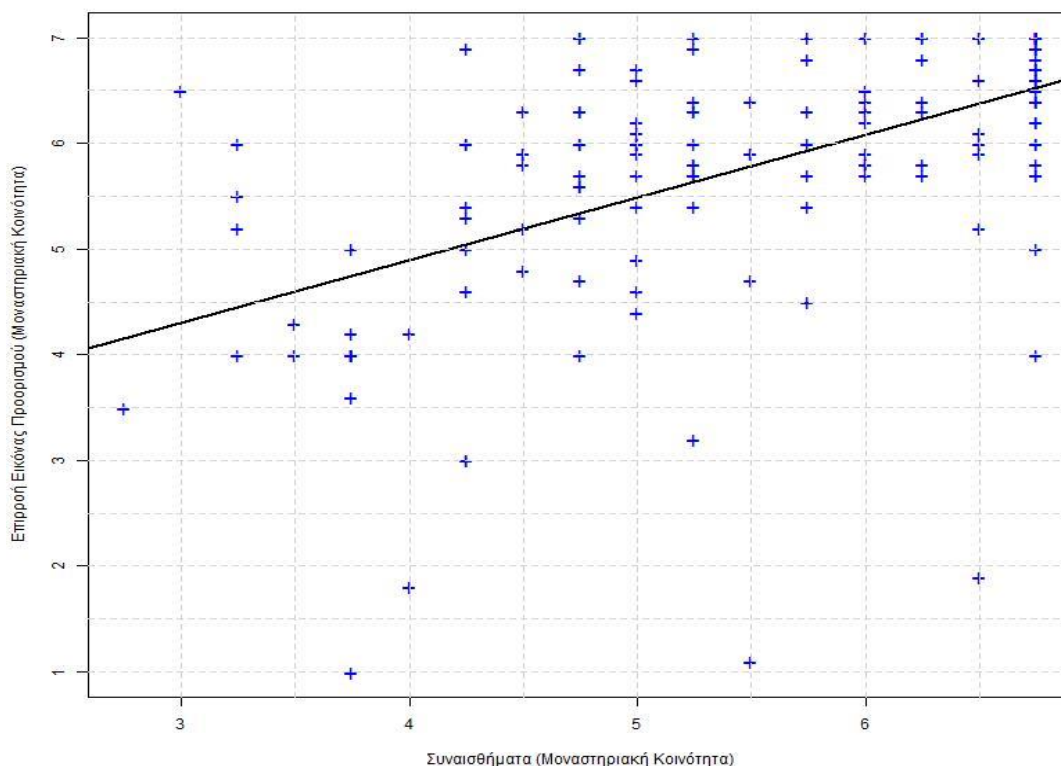
Δεν προέκυψε σημαντική διαφορά μεταξύ των μέσων τιμών των διαστάσεων (p -value = 0.004), επομένως υπάρχει διαφορά στην επιρροή της εικόνας του προορισμού με τα συναισθήματα που δημιουργούνται στους επισκέπτες.

Συγκεκριμένα, η επιρροή που έχουν από την εικόνα του προορισμού είναι θετικότερη έναντι των συναισθημάτων που τους δημιουργούνται.

Υπόθεση 1^η

Το γνωστικό συστατικό σχετίζεται θετικά με το συναισθηματικό. Συστατικό για τον προορισμό της Μοναστηριακής Κοινότητας

Στο γράφημα που ακολουθεί παρουσιάζεται η συσχέτιση του Pearson μεταξύ των διαστάσεων της κλίμακας Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Μοναστηριακής Κοινότητας του Νησιού και της κλίμακας συναισθήματος της Μοναστηριακής Κοινότητας του Νησιού.



Γράφημα 8

Προκύπτει σημαντική σχέση ($r=0.54$) μεταξύ των διαστάσεων της κλίμακας Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Μοναστηριακής Κοινότητας του Νησιού και της κλίμακας συναισθήματος του προορισμού Μοναστηριακή Κοινότητα του Νησιού ($p\text{-value}<0.001$).

Επομένως, θετικότερη εικόνα του προορισμού της Μοναστηριακής Κοινότητας του Νησιού συνδέεται με θετικότερα συναισθήματα.

Στον πίνακα που ακολουθεί περιγράφονται οι απαντήσεις στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου **Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Μοναστηριακής Κοινότητας του Νησιού.**

Ερώτηση	Διαφω νώ	Διαφω νώ	Διαφω νώ Λίγο	Ουδέτε ρο	Συμφω νώ Λίγο	Συμφω νώ	Συμφω νώ	Mean(S D)
---------	-------------	-------------	---------------------	--------------	------------------	-------------	-------------	--------------

	Απόλυτα						Απόλυτα	
Επιρροή Εικόνας Προορισμού								
Γραφική ομορφιά	2(1.3%)	3(2%)	2(1.3%)	13(8.7%)	14(9.3%)	40(26.7%)	76(50.7%)	6.05(1.31)
Ποικιλομορφία χλωρίδας στην περιοχή	3(2%)	4(2.7%)	4(2.7%)	19(12.7%)	16(10.7%)	40(26.7%)	64(42.7%)	5.78(1.47)
Θρησκευτική αύρα - Πνευματικότητα	2(1.3%)	2(1.3%)	4(2.7%)	17(11.3%)	18(12%)	48(32%)	59(39.3%)	5.85(1.32)
Ενδιαφέρουσες εκδηλώσεις (πανηγύρια, πολιτισμικές εκδηλώσεις κτλ.)	3(2%)	3(2%)	3(2%)	31(20.7%)	19(12.7%)	41(27.3%)	50(33.3%)	5.55(1.45)
Γνωστά αξιοθέατα (αρχαιολογικού, ιστορικού, θρησκευτικού χαρακτήρα)	2(1.3%)	2(1.3%)	5(3.3%)	14(9.3%)	17(11.3%)	39(26%)	71(47.3%)	5.95(1.35)
Βολική μεταφορά στο Μοναστήρι	3(2%)	2(1.3%)	5(3.3%)	20(13.3%)	24(16%)	45(30%)	51(34%)	5.66(1.39)
Ανεπτυγμένο δίκτυο υποδομών	2(1.3%)	5(3.3%)	4(2.7%)	31(20.7%)	32(21.3%)	36(24%)	40(26.7%)	5.36(1.42)
Προσωπική ασφάλεια και προστασία	2(1.3%)	3(2%)	6(4%)	17(11.3%)	22(14.7%)	49(32.7%)	51(34%)	5.7(1.37)
Καθαρό περιβάλλον	2(1.3%)	2(1.3%)	4(2.7%)	16(10.7%)	16(10.7%)	49(32.7%)	61(40.7%)	5.89(1.31)
Φιλικούς ντόπιους κατοίκους	4(2.7%)	2(1.3%)	4(2.7%)	16(10.7%)	15(10%)	50(33.3%)	59(39.3%)	5.81(1.42)
Συναισθήματα								
Πνευματικά- Πολιτιστικά Αδιάφορος/Ψυχική Χαλάρωση	4(2.7%)	1(0.7%)	4(2.7%)	20(13.3%)	29(19.3%)	32(21.3%)	60(40%)	5.7(1.44)

Δυσάρεστο/Ευχάριστο	6(4%)	10(6.7%)	13(8.7%)	12(8%)	11(7.3%)	24(16%)	74(49.3%)	5.53(1.88)
Βαρετό/Συναρπαστικό	3(2%)	2(1.3%)	6(4%)	15(10%)	28(18.7%)	38(25.3%)	58(38.7%)	5.73(1.41)
Πολύ Αρνητική/Πολύ Θετική	1(0.7%)	3(2%)	21(14%)	24(16%)	40(26.7%)	61(40.7%)	0(0%)	4.88(1.19)

Πίνακας 7

Παρατηρούμε κατά μέσο όρο απαντήσεις των συμμετεχόντων Σύμφωνες με την επικράτεια να υποστηρίζει Γραφική Ομορφιά.

Στον παρακάτω πίνακα δίνονται τα ποσοστά στα οποία οι συμμετέχοντες προτείνουν σε άλλους τους προορισμούς και η εντύπωσή τους.

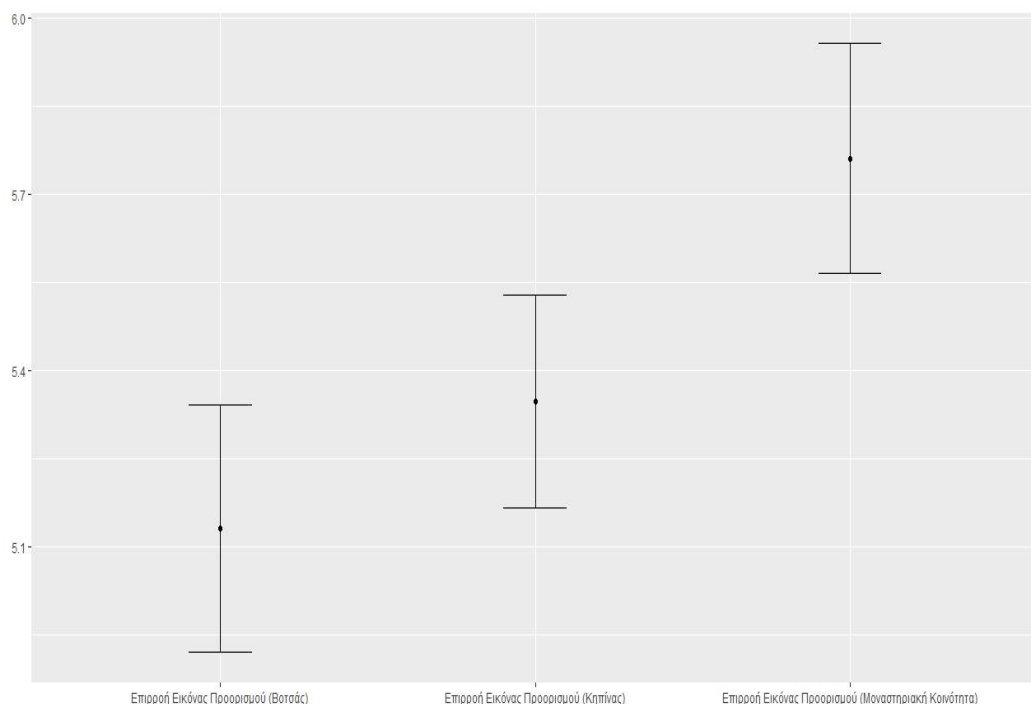
		N	%
Ιερά Μονή Κηπίνας			
Θα προτείνετε σε άλλους?	1	3	2
	2	2	1.3
	3	3	2
	4	11	7.3
	5	25	16.7
	6	31	20.7
	7	75	50
Επίσκεψη	Όχι	11	7.3
	Ναι	139	92.7
Ιερά Μονή Βουτσάς			
Θα προτείνετε σε άλλους?	1	4	2.7
	2	1	0.7
	3	6	4
	4	28	18.7
	5	33	22
	6	26	17.3
	7	52	34.7
Επίσκεψη	Όχι	17	11.3
	Ναι	133	88.7

Μοναστηριακή Κοινότητα Νησιού			
Θα προτείνετε σε άλλους?	1	6	4
	2	2	1.3
	3	4	2.7
	4	13	8.7
	5	26	17.3
	6	28	18.7
	7	71	47.3
Επίσκεψη	Όχι	8	5.3
	Ναι	142	94.7

Πίνακας 8

Κλίμακα ερωτηματολογίου «Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα οποιουδήποτε Προορισμού».

Στο γράφημα που ακολουθεί δίνονται οι μέσες τιμές και τα 95% Δ.Ε. των διαστάσεων της κλίμακας επιρροή της εικόνας οποιουδήποτε Προορισμού.



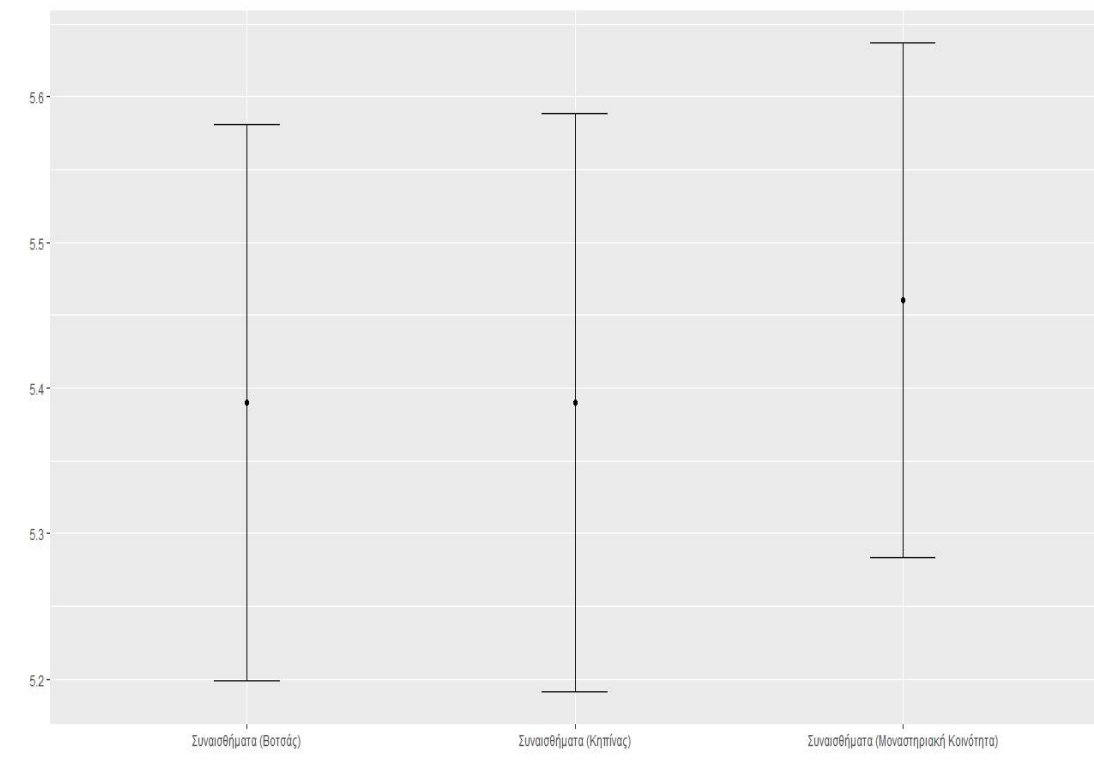
Γράφημα 9

Η κλίμακα της διάστασης επιρροή της εικόνας του προορισμού για την Ιερά Μονή Κηπίνας δεν διαφέρει σημαντικά από την Ιερά Μονή Βουτσάς ($p\text{-value}=0.132$). Η κλίμακα της

διάστασης επιρροή της εικόνας του προορισμού για την Μοναστηριακή Κοινότητα του Νησιού διαφέρει σημαντικά από την Ιερά Μονή Βουτσάς ($p\text{-value}<0.001$) και Ιερά Μονή Κηπίνας ($p\text{-value}<0.001$), με την διάσταση της εικόνας του προορισμού για την Μοναστηριακή Κοινότητα του Νησιού να είναι μεγαλύτερη

Επομένως, η επιρροή της εικόνας των συμμετεχόντων για την Μοναστηριακή Κοινότητα του Νησιού είναι θετικότερη έναντι των υπολοίπων.

Στο γράφημα που ακολουθεί δίνονται οι μέσες τιμές και τα 95% Δ.Ε. των διαστάσεων της κλίμακας Παράγοντες και Συμπεριφορές των συναισθημάτων οποιουδήποτε Προορισμού.



Γράφημα 10

Δεν προκύπτουν σημαντικές διαφορές μεταξύ των μέσων τιμών των κλιμάκων της διάστασης Συναίσθημα μεταξύ των προορισμών. Συγκεκριμένα, δεν υπάρχει σημαντική διαφορά μεταξύ των κλιμάκων της διάστασης Συναίσθημα της Ιεράς Μονής Κηπίνας με Βουτσάς ($p\text{-value}=0.957$) και Μοναστηριακής Κοινότητας ($p\text{-value}=0.873$) καθώς και των υπόλοιπων 2 ($p\text{-value}=0.863$). Επομένως, τα συναισθήματα είναι παρόμοια για κάθε προορισμό.

6.3 Μοντελοποίηση

Συσχέτιση των παραγόντων της Κλίμακας ερωτηματολογίου «Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού» μεταξύ των προορισμών και των χαρακτηριστικών των συμμετεχόντων.

Στον πίνακα που ακολουθεί δίνεται η βαθμολογία των συμμετεχόντων στη διάσταση «Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Ιεράς Μονής Κηπίνας» ανάλογα με τα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων.

		Ιερά Μονή Κηπίνας		
Χαρακτηριστικά	Επίπεδα	Mean (SD)	Median (IQR)	P-Value
Φύλο	Άνδρας	5.16(1.31)	5.25[4.47-6]	0.035
	Γυναίκα	5.54(0.86)	5.7[5.1-6.1]	
Ηλικιακή Κατηγορία (Χρόνια)	18 – 24	5.63(0.84)	5.9[5.15-6.12]	0.254
	25 – 34	5.32(1.16)	5.4[4.9-6]	
	35 – 44	5.3(1.07)	5.2[4.4-6.2]	
	45 – 54	5.1(1.41)	5.35[4.95-5.68]	
	55+	4.7(1.53)	4.85[4.23-5.47]	
Εκπαίδευση	Πρωτοβάθμια/Δευτεροβάθμια	5.7(0.82)	5.5[5.05-6.25]	0.168
	Τριτοβάθμια	5.28(1.16)	5.4[4.75-6]	
Επιρροή Εικόνας Προορισμού (Κηπίνας)	Όχι	5.06(1.19)	5.3[4.4-6]	0.009
	Ναι	5.59(1.01)	5.6[5.1-6.2]	
Επιρροή Εικόνας Προορισμού (Βουτσάς)	Όχι	5.29(1.09)	5.4[4.9-6]	0.432
	Ναι	5.48(1.2)	5.5[4.82-6.6]	
Επιρροή Εικόνας Προορισμού (Μοναστηριακή Κοινότητα)	Όχι	5.45(0.79)	5.4[5.1-6.1]	0.696
	Ναι	5.32(1.19)	5.5[4.9-6]	

Πίνακας 9

Το αν έχουν επισκεφθεί την Ιερά Μονή Κηπίνας βρέθηκε να σχετίζεται σημαντικά με την διάσταση Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της

Ιεράς Μονής Κηπίνας και μάλιστα θετικότερη επιρροή έχουν όσοι επισκέφτηκαν τον προορισμό.

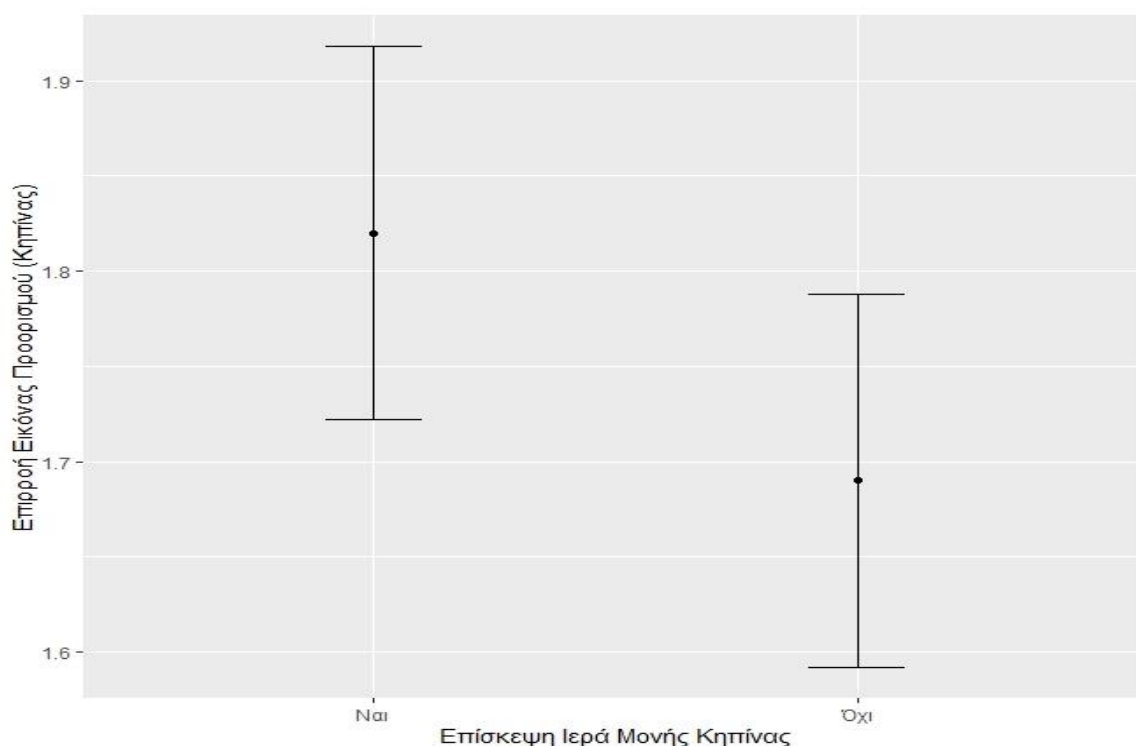
Το φύλο βρέθηκε να σχετίζεται σημαντικά με την διάσταση **Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Ιεράς Μονής Κηπίνας** και μάλιστα θετικότερη επιρροή για τον προορισμό έχουν οι γυναίκες.

Υπόθεση 2^η

Το γνωστικό συστατικό σχετίζεται θετικά με την συνολική εικόνα για τον προορισμό της Ιεράς Μονής Κηπίνας

Έπειτα από τον έλεγχο των μέσων τιμών της διάστασης της επιρροής της εικόνας του προορισμού της ιεράς μονής Κηπίνας ανά επιρροή εικόνας του προορισμού συνολικά για το δείγμα προέκυψε πως υπάρχουν διαφορές.

Συγκεκριμένα, οι συμμετέχοντες που επισκέφτηκαν την Ιερά Μονή Κηπίνας είχαν θετικότερη εικόνα για τον προορισμό σε σχέση με όσους δήλωσαν πως δεν την έχουν επισκεφθεί.



Γράφημα 11

Στον πίνακα που ακολουθεί δίνεται η βαθμολογία των συμμετεχόντων στη διάσταση «**Συναισθήματα Προορισμού Ιεράς Μονής Κηπίνας**» ανάλογα με τα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων.

		Ιερά Μονή Κηπίνας		
Χαρακτηριστικά	Επίπεδα	Mean (SD)	Median (IQR)	P-Value
Φύλο	Άνδρας	5.34(1.15)	5.5[4.69-6.25]	0.332
	Γυναίκα	5.44(1.32)	5.88[4.56-6.75]	
Ηλικιακή Κατηγορία (Χρόνια)	18 – 24	5.44(0.97)	5.62[4.94-6.06]	0.353
	25 – 34	5.37(1.34)	5.75[4.5-6.75]	
	35 – 44	5.21(1.16)	5.25[4.5-6.25]	
	45 – 54	6.05(0.96)	6.5[5.81-6.75]	
	55+	5.08(1.68)	5.38[3.88-6.69]	
Εκπαίδευση	Πρωτοβάθμια/Δευτεροβάθμια	5.35(1.24)	5.5[4.5-6.5]	0.823
	Τριτοβάθμια	5.4(1.24)	5.75[4.75-6.5]	
Επιρροή Εικόνας Προορισμού (Κηπίνας)	Όχι	5.1(1.34)	5.25[4.25-6.25]	0.013
	Ναι	5.63(1.09)	5.88[5-6.75]	
Επιρροή Εικόνας Προορισμού (Βουτσάς)	Όχι	5.4(1.18)	5.75[4.75-6.44]	0.736
	Ναι	5.38(1.36)	5.75[4.5-6.75]	
Επιρροή Εικόνας Προορισμού (Μοναστηριακή Κοινότητα)	Όχι	5.59(0.91)	5.75[5-6.5]	0.64
	Ναι	5.34(1.3)	5.75[4.5-6.5]	

Πίνακας 10

Το αν έχουν επισκεφθεί την Ιερά Μονή Κηπίνας βρέθηκε να σχετίζεται σημαντικά με την διάσταση **Συναισθήματα Προορισμού Ιεράς Μονής Κηπίνας** και μάλιστα θετικότερα συναισθήματα έχουν όσοι επισκέφτηκαν τον προορισμό.

Υπόθεση 3^η

Το συναισθηματικό συστατικό σχετίζεται θετικά με την συνολική εικόνα για τον προορισμό της Ιεράς Μονής Κηπίνας

Έπειτα από τον έλεγχο των μέσων τιμών της διάστασης συναισθήματα του προορισμού της ιεράς μονής Κηπίνας ανά επιρροή εικόνας του προορισμού συνολικά για το δείγμα προέκυψε πως υπάρχουν διαφορές. Συγκεκριμένα, οι συμμετέχοντες που επισκέφτηκαν την

Ιερά Μονή Κηπίνας είχαν θετικότερα συναισθήματα για τον προορισμό σε σχέση με όσους δήλωσαν πως δεν την έχουν επισκεφθεί.

Υπόθεση 4^η

Το φύλο και η ηλικία επηρεάζουν σημαντικά τα γνωστικά και συναισθηματικά συστατικά της αντιληπτής εικόνας του προορισμού της Ιεράς Μονής Κηπίνας.

Υπόθεση 5^η

Το επίπεδο εκπαίδευσης επηρεάζει σημαντικά τα γνωστικά και συναισθηματικά συστατικά της αντιληπτής εικόνας της Ιεράς Μονής Κηπίνας.

Στον πίνακα που ακολουθεί δίνονται τα αποτελέσματα της πολυπαραγοντικής γραμμικής παλινδρόμησης έχοντας σαν εξαρτημένη μεταβλητή τη βαθμολογία των συμμετεχόντων στη διάσταση «Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Ιεράς Μονής Κηπίνας» και σαν ανεξάρτητες τα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων.

		β+	SE++	P
Φύλο	Άνδρας(αναφορά)			
	Γυναίκα	0.12	0.05	0.022
Ηλικία (Χρόνια)	18-24(αναφορά)			
	25 - 34	-0.05	0.06	0.454
	35 - 44	-0.05	0.08	0.508
	45 - 54	-0.17	0.11	0.104
	55+	-0.26	0.1	0.015
Εκπαίδευση	Πρωτοβάθμια/Δευτεροβάθμια			
	Τριτοβάθμια	-0.13	0.07	0.062
Επίσκεψη Ιερά Μονής Κηπίνας	Όχι(αναφορά)			
	Ναι	0.13	0.05	0.012
Επίσκεψη Ιερά Μονής Βουτσάς	Όχι(αναφορά)			
	Ναι	0.08	0.06	0.178
Μοναστηριακή Κοινότητα στο Νησάκι	Όχι(αναφορά)			
	Ναι	-0.04	0.06	0.483

+συντελεστής εξάρτησης ++τυπικό σφάλμα συντελεστή εξάρτησης

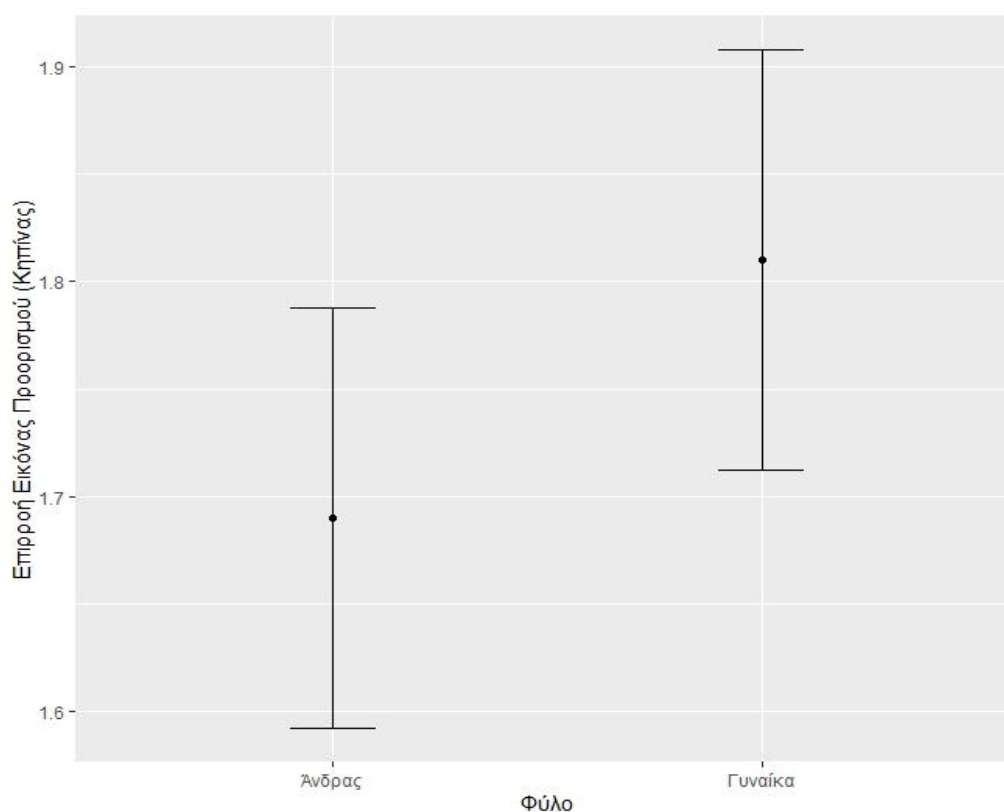
Πίνακας 11

Το φύλο, η ηλικία και η επίσκεψη στην Ιερά Μονή Κηπίνας βρέθηκαν να σχετίζονται ανεξάρτητα με τη διάσταση «**Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Ιεράς Μονής Κηπίνας**».

Συγκεκριμένα:

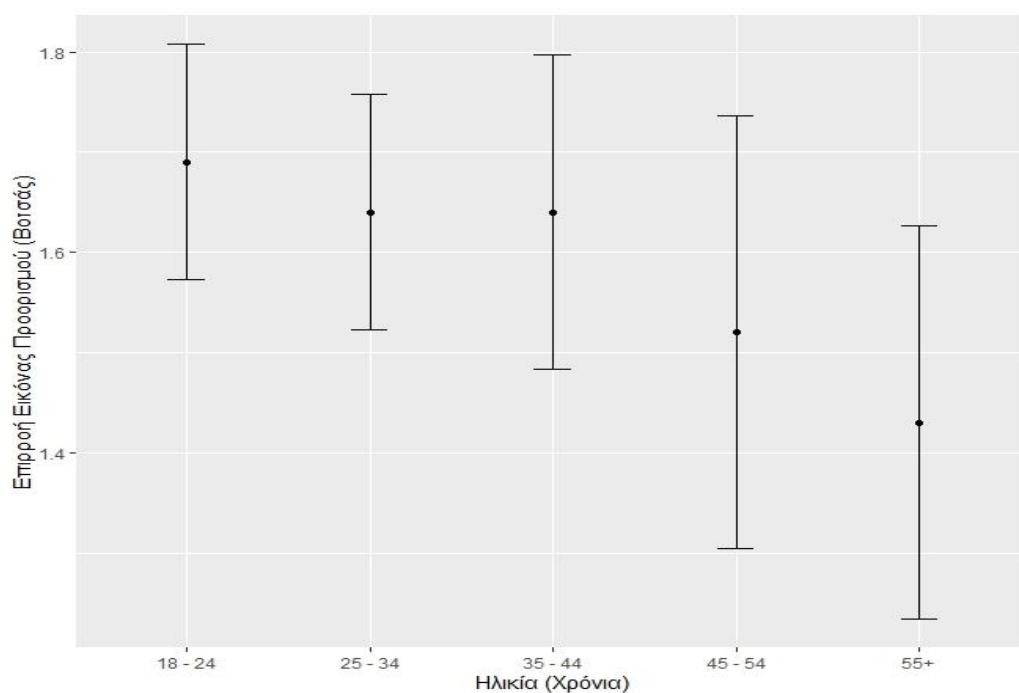
- Οι γυναίκες είχαν θετικότερη επιρροή της εικόνας της Ιερά Μονή Κηπίνας έναντι των ανδρών.
- Οι νέοι είχαν θετικότερη επιρροή της εικόνας της Ιερά Μονή Κηπίνας έναντι των υπόλοιπων ηλικιακών κατηγοριών.
- Όσοι επισκέφτηκαν την Ιερά Μονή Κηπίνας είχαν θετικότερη επιρροή της εικόνας της σε σχέση με εκείνους που δεν την έχουν επισκεφθεί.

Στο γράφημα που ακολουθεί δίνεται η βαθμολογία στη διάσταση «**Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Ιεράς Μονής Κηπίνας**» των συμμετεχόντων ανάλογα με το φύλο τους.



Γράφημα 12

Στο γράφημα που ακολουθεί δίνεται η βαθμολογία στη διάσταση «**Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Ιεράς Μονής Κηπίνας**» των συμμετεχόντων ανάλογα με την ηλικία τους.



Γράφημα 13

Στο γράφημα που ακολουθεί δίνεται η βαθμολογία στη διάσταση «**Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Ιεράς Μονής Κηπίνας**» των συμμετεχόντων ανάλογα με το αν έχουν επισκεφτεί την Ιερά Μονή Κηπίνας ή όχι.

Στον πίνακα που ακολουθεί δίνονται τα αποτελέσματα της πολυπαραγοντικής γραμμικής παλινδρόμησης έχοντας σαν εξαρτημένη μεταβλητή τη βαθμολογία των συμμετεχόντων στη διάσταση «**Συναισθήματα Προορισμού Ιεράς Μονής Κηπίνας**» και σαν ανεξάρτητες τα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων.

		β+	SE++	P
Φύλο	Άνδρας(αναφορά)			
	Γυναίκα	-0.02	0.05	0.585
Ηλικία (Χρόνια)	18-24(αναφορά)			
	25 - 34	-0.04	0.05	0.454
	35 - 44	-0.05	0.07	0.467
	45 - 54	0.13	0.1	0.18
	55+	-0.11	0.09	0.248
Εκπαίδευση	Πρωτοβάθμια/Δευτεροβάθμια			
	Τριτοβάθμια	0	0.06	0.941
Επίσκεψη Ιεράς Μονής Κηπίνας	Όχι(αναφορά)			
	Ναι	0.14	0.05	0.002

Επίσκεψη Ιερά Μονής Βουτσάς	Όχι(αναφορά)			
	Ναι	-0.06	0.05	0.247
Μοναστηριακή Κοινότητα στο Νησάκι	Όχι(αναφορά)			
	Ναι	-0.07	0.06	0.245

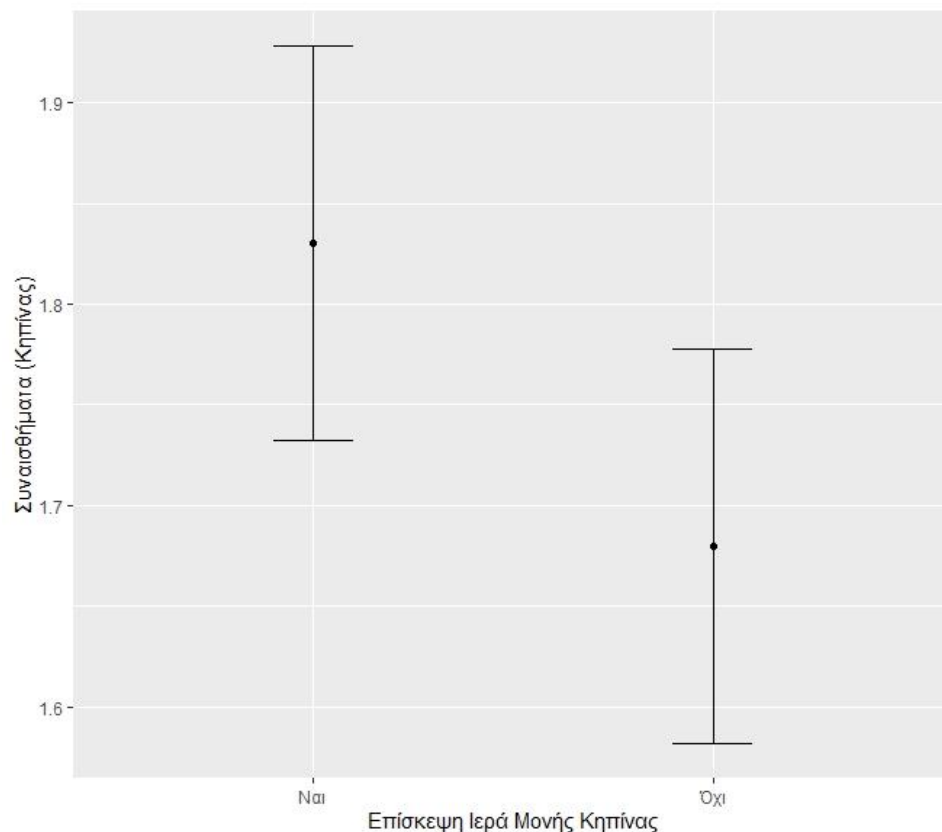
+συντελεστής εξάρτησης ++τυπικό σφάλμα συντελεστή εξάρτησης

Πίνακας 12

Η επίσκεψη στην Ιερά Μονή Κηπίνας βρέθηκε να σχετίζεται ανεξάρτητα με τη διάσταση «**Συναισθήματα Προορισμού Ιεράς Μονής Κηπίνας**».

Συγκεκριμένα: Όσοι επισκέφτηκαν την Ιερά Μονή Κηπίνας είχαν θετικότερα συναισθήματα σε σχέση με εκείνους που δεν την έχουν επισκεφθεί.

Στο γράφημα που ακολουθεί δίνεται η βαθμολογία στη διάσταση «**Συναισθήματα Προορισμού Ιεράς Μονής Κηπίνας**» των συμμετεχόντων ανάλογα με το αν έχουν επισκεφτεί την Ιερά Μονή Κηπίνας ή όχι.



Γράφημα 14

Στον πίνακα που ακολουθεί δίνεται η βαθμολογία των συμμετεχόντων στη διάσταση «Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Ιεράς Μονής Βουτσάς» ανάλογα με τα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων.

		Ιερά Μονή Βουτσάς		
Χαρακτηριστικά	Επίπεδα	Mean (SD)	Median (IQR)	P-Value
Φύλο	Άνδρας	5.03(1.46)	5.1[4-6.03]	0.505
	Γυναίκα	5.23(1.12)	5.3[4.4-6]	
Ηλικιακή Κατηγορία (Χρόνια)	18 - 24	5.44(1.09)	5.55[4.88-6.03]	0.493
	25 - 34	5.05(1.28)	5.1[4-5.7]	
	35 - 44	5.03(1.42)	5.1[4-6.2]	
	45 - 54	5.02(1.61)	5.6[4.15-6.27]	
	55+	4.77(1.69)	5.2[3.82-6]	
Εκπαίδευση	Πρωτοβάθμια/Δευτεροβάθμια	5.76(0.99)	6.1[5.05-6.45]	0.011
	Τριτοβάθμια	5.02(1.33)	5.2[4-6]	
Επιρροή Εικόνας Προορισμού (Κηπίνας)	Όχι	5.11(1.38)	5.35[4.4-6]	0.678
	Ναι	5.15(1.25)	5.1[4-6.18]	
Επιρροή Εικόνας Προορισμού (Βουτσάς)	Όχι	4.96(1.3)	5.1[4-6]	0.012
	Ναι	5.55(1.24)	5.9[4.68-6.45]	
Επιρροή Εικόνας Προορισμού (Μοναστηριακή Κοινότητα)	Όχι	5.37(0.97)	5.5[4.6-6]	0.477
	Ναι	5.07(1.37)	5.2[4-6]	

Πίνακας 13

Το αν έχουν επισκεφθεί την Ιερά Μονή Βουτσάς βρέθηκε να σχετίζεται σημαντικά με την διάσταση **Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Ιεράς Μονής Βουτσάς** και μάλιστα θετικότερη επιρροή έχουν όσοι επισκέφτηκαν τον προορισμό.

Η εκπαίδευση βρέθηκε να σχετίζεται σημαντικά με την διάσταση **Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Ιεράς Μονής Βουτσάς** και

μάλιστα θετικότερη επιρροή για τον προορισμό έχουν συμμετέχοντες Πρωτοβάθμιας ή Δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης.

Υπόθεση 2^η

Το γνωστικό συστατικό σχετίζεται θετικά με την συνολική εικόνα για τον προορισμό της Ιεράς Μονής Βουτσάς

Έπειτα από τον έλεγχο των μέσων τιμών της διάστασης της επιρροής της εικόνας του προορισμού της ιεράς μονής Βουτσάς ανά επιρροή εικόνας του προορισμού συνολικά για το δείγμα προέκυψε πως υπάρχουν διαφορές. Συγκεκριμένα, οι συμμετέχοντες που επισκέφτηκαν την Ιερά Μονή Βουτσάς είχαν θετικότερη εικόνα για τον προορισμό σε σχέση με όσους δήλωσαν πως δεν την έχουν επισκεφθεί.

Στον πίνακα που ακολουθεί δίνεται η βαθμολογία των συμμετεχόντων στη διάσταση «Συναισθήματα Προορισμού Ιεράς Μονής Βουτσάς» ανάλογα με τα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων.

		Ιερά Μονή Βουτσάς		
Χαρακτηριστικά	Επίπεδα	Mean (SD)	Median (IQR)	P-Value
Φύλο	Άνδρας	5.34(1.2)	5[4.5-6.81]	0.575
	Γυναίκα	5.44(1.18)	5.5[4.5-6.5]	
Ηλικιακή Κατηγορία (Χρόνια)	18 – 24	5.47(1.04)	5.5[4.69-6.25]	0.188
	25 – 34	5.16(1.21)	5[4.25-6.25]	
	35 – 44	5.63(1.31)	5.5[4.5-7]	
	45 – 54	6.05(0.92)	6.25[5.81-6.69]	
	55+	5.47(1.33)	5.12[4.31-6.94]	
Εκπαίδευση	Πρωτοβάθμια/Δευτεροβάθμια	5.48(1.23)	5.5[4.5-6.88]	0.701
	Τριτοβάθμια	5.37(1.18)	5.25[4.5-6.5]	
Επιρροή Εικόνας Προορισμού (Κηπίνας)	Όχι	5.3(1.15)	5.12[4.5-6.25]	0.53
	Ναι	5.46(1.22)	5.5[4.31-6.94]	
Επιρροή Εικόνας Προορισμού (Βουτσάς)	Όχι	5.2(1.15)	5[4.25-6.25]	0.003
	Ναι	5.85(1.14)	6[5-7]	
Επιρροή Εικόνας Προορισμού	Όχι	5.47(1.17)	5.5[4.25-6.5]	0.783
	Ναι	5.37(1.19)	5.25[4.5-6.75]	

(Μοναστηριακή Κοινότητα)				
--------------------------	--	--	--	--

Πίνακας 14

Το αν έχουν επισκεφθεί την Ιερά Μονή Βουτσάς βρέθηκε να σχετίζεται σημαντικά με την διάσταση **Συναισθήματα Προορισμού Ιεράς Μονής Βουτσάς** και μάλιστα θετικότερα συναισθήματα έχουν όσοι επισκέφτηκαν τον προορισμό.

Υπόθεση 3^η

Το συναισθηματικό συστατικό σχετίζεται θετικά με την συνολική εικόνα για τον προορισμό της Ιεράς Μονής Βουτσάς

Έπειτα από τον έλεγχο των μέσων τιμών της διάστασης συναισθήματα του προορισμού της ιεράς μονής Βουτσάς ανά επιρροή εικόνας του προορισμού συνολικά για το δείγμα προέκυψε πως υπάρχουν διαφορές. Συγκεκριμένα, οι συμμετέχοντες που επισκέφτηκαν την Ιερά Μονή Βουτσάς είχαν θετικότερα συναισθήματα για τον προορισμό σε σχέση με όσους δήλωσαν πως δεν την έχουν επισκεφθεί.

Υπόθεση 4^η

Το φύλο και η ηλικία επηρεάζουν σημαντικά τα γνωστικά και συναισθηματικά συστατικά της αντιληπτής εικόνας του προορισμού της Ιεράς Μονής Βουτσάς.

Υπόθεση 5^η

Το επίπεδο εκπαίδευσης επηρεάζει σημαντικά τα γνωστικά και συναισθηματικά συστατικά της αντιληπτής εικόνας της Ιεράς Μονής Βουτσάς.

Στον πίνακα που ακολουθεί δίνονται τα αποτελέσματα της πολυπαραγοντικής γραμμικής παλινδρόμησης έχοντας σαν εξαρτημένη μεταβλητή τη βαθμολογία των συμμετεχόντων στη διάσταση «**Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Ιεράς Μονής Βουτσάς**» και σαν ανεξάρτητες τα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων.

		$\beta+$	SE++	P
Φύλο	Άνδρας(αναφορά)			
	Γυναίκα	0.11	0.06	0.057
Ηλικία (Χρόνια)	18-24(αναφορά)			
	25 - 34	-0.02	0.07	0.753
	35 - 44	-0.1	0.09	0.276

	45 - 54	-0.15	0.12	0.206
	55+	-0.19	0.12	0.118
Εκπαίδευση	Πρωτοβάθμια/Δευτεροβάθμια			
	Τριτοβάθμια	-0.22	0.08	0.005
Επίσκεψη Ιερά Μονής Κηπίνας	Όχι(αναφορά)			
	Ναι	-0.01	0.06	0.895
Επίσκεψη Ιερά Μονής Βουτσάς	Όχι(αναφορά)			
	Ναι	0.24	0.07	0.001
Μοναστηριακή Κοινότητα στο Νησάκι	Όχι(αναφορά)			
	Ναι	-0.13	0.07	0.077

+συντελεστής εξάρτησης ++τυπικό σφάλμα συντελεστή εξάρτησης

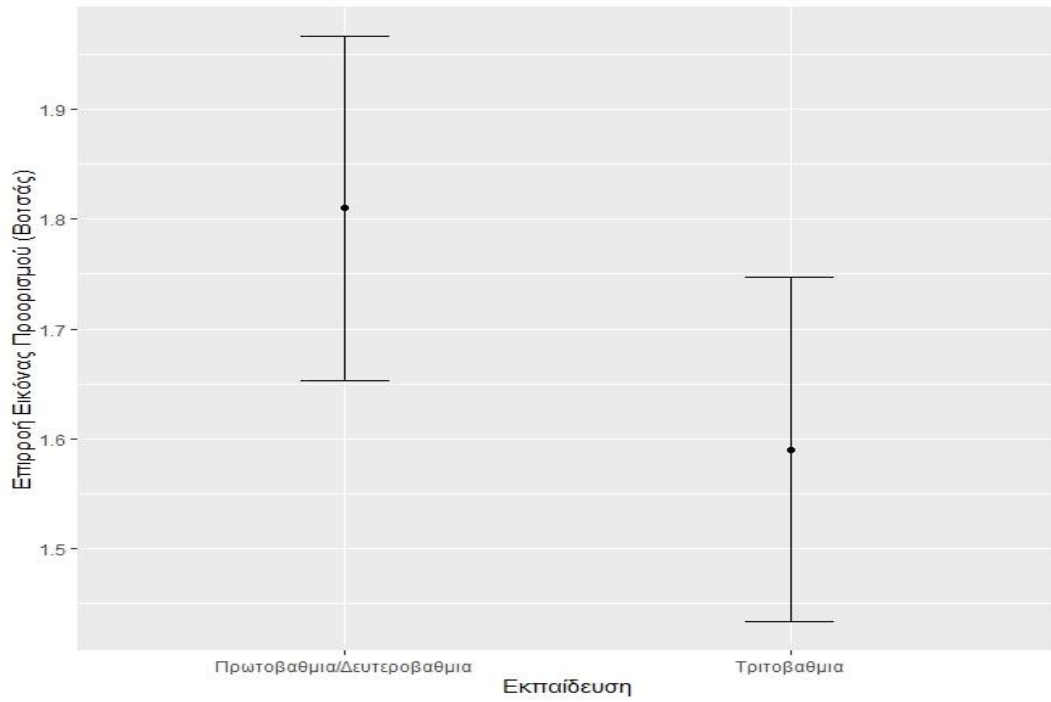
Πίνακας 15

Η εκπαίδευση και η επίσκεψη στην Ιερά Μονή Βουτσάς βρέθηκαν να σχετίζονται ανεξάρτητα με τη διάσταση «**Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Ιεράς Μονής Βουτσάς**». Συγκεκριμένα:

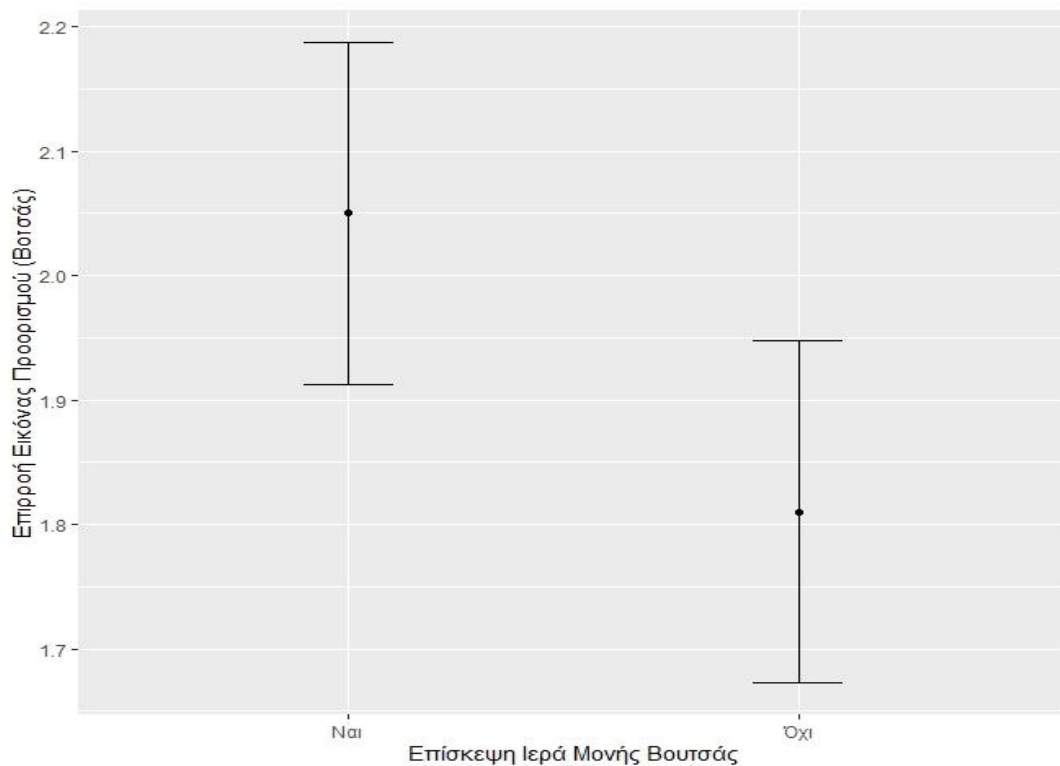
- Οι συμμετέχοντες με Πρωτοβάθμια ή Δευτεροβάθμια εκπαίδευση είχαν θετικότερη επιρροή της εικόνας της Ιερά Μονή Βουτσάς έναντι των συμμετεχόντων με Τριτοβάθμια εκπαίδευση.

- Όσοι επισκέφτηκαν την Ιερά Μονή Βουτσάς είχαν θετικότερη επιρροή της εικόνας της σε σχέση με εκείνους που δεν την έχουν επισκεφθεί.

Στο γράφημα που ακολουθεί δίνεται η βαθμολογία στη διάσταση «**Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Ιεράς Μονής Βουτσάς**» των συμμετεχόντων ανάλογα με το μορφωτικό τους επίπεδο.



Γράφημα 15



Γράφημα 16

Στο παραπάνω γράφημα δίνεται η βαθμολογία στη διάσταση «**Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Ιεράς Μονής Βουτσάς**» των συμμετεχόντων ανάλογα με το αν έχουν επισκεφτεί την Ιερά Μονή Βουτσάς ή όχι.

Στον πίνακα που ακολουθεί δίνονται τα αποτελέσματα της πολυπαραγοντικής γραμμικής παλινδρόμησης έχοντας σαν εξαρτημένη μεταβλητή τη βαθμολογία των συμμετεχόντων στη διάσταση «**Συναισθήματα Προορισμού Ιεράς Μονής Βουτσάς**» και σαν ανεξάρτητες τα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων.

		β+	SE++	P
Φύλο	Άνδρας(αναφορά)			
	Γυναίκα	0.04	0.04	0.314
Ηλικία (Χρόνια)	18-24(αναφορά)			
	25 - 34	-0.05	0.05	0.32
	35 - 44	0.03	0.06	0.612
	45 - 54	0.07	0.08	0.39
	55+	-0.01	0.08	0.889
Εκπαίδευση	Πρωτοβάθμια/Δευτεροβάθμια			
	Τριτοβάθμια	-0.02	0.05	0.703
Επίσκεψη Ιερά Μονής Κηπίνας	Όχι(αναφορά)			
	Ναι	0	0.04	0.905
Επίσκεψη Ιερά Μονής Βουτσάς	Όχι(αναφορά)			
	Ναι	0.14	0.05	0.004
Μοναστηριακή Κοινότητα στο Νησάκι	Όχι(αναφορά)			
	Ναι	-0.06	0.05	0.197

+συντελεστής εξάρτησης ++τυπικό σφάλμα συντελεστή εξάρτησης

Πίνακας 16

Η επίσκεψη στην Ιερά Μονή Βουτσάς βρέθηκε να σχετίζεται ανεξάρτητα με τη διάσταση «**Συναισθήματα Προορισμού Ιεράς Μονής Βουτσάς**». Συγκεκριμένα: **Όσοι επισκέφτηκαν την Ιερά Μονή Βουτσάς είχαν θετικότερα συναισθήματα σε σχέση με εκείνους που δεν την έχουν επισκεφθεί.**

Στον πίνακα που ακολουθεί δίνεται η βαθμολογία των συμμετεχόντων στη διάσταση «**Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Μοναστηριακής Κοινότητας του Νησιού**» ανάλογα με τα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων.

		Μοναστηριακή Κοινότητα Νησιού		
Χαρακτηριστικά	Επίπεδα	Mean (SD)	Median (IQR)	P-Value
Φύλο	Άνδρας	5.61(1.39)	5.9[5.15-6.75]	0.317
	Γυναίκα	5.92(0.98)	6.2[5.53-6.6]	
Ηλικιακή Κατηγορία (Χρόνια)	18 - 24	5.83(1.03)	5.95[5.38-6.7]	0.989
	25 - 34	5.76(1.19)	6[5.4-6.5]	
	35 - 44	5.9(1.01)	6[5.7-6.7]	
	45 – 54	5.66(1.75)	6.45[5.82-6.7]	
	55+	5.33(1.88)	6.05[4.45-6.57]	
Εκπαίδευση	Πρωτοβάθμια/Δευτεροβάθμια	6.2(0.81)	6.3[5.85-6.9]	0.048
	Τριτοβάθμια	5.68(1.26)	6[5.25-6.6]	
Επιρροή Εικόνας Προορισμού (Κηπίνας)	Όχι	5.64(1.26)	6[5.27-6.4]	0.18
	Ναι	5.86(1.17)	6[5.45-6.8]	
Επιρροή Εικόνας Προορισμού (Βουτσάς)	Όχι	5.78(1.14)	6[5.4-6.5]	0.804
	Ναι	5.71(1.38)	5.9[5.2-7]	
Επιρροή Εικόνας Προορισμού (Μοναστηριακή Κοινότητα)	Όχι	5.55(1.05)	5.8[4.6-6.4]	0.086
	Ναι	5.81(1.25)	6[5.6-6.7]	

Πίνακας 17

Η εκπαίδευση βρέθηκε να σχετίζεται σημαντικά με την διάσταση **Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Μοναστηριακή Κοινότητας του Νησιού** και μάλιστα θετικότερη επιρροή είχαν συμμετέχοντες Πρωτοβάθμιας ή Δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης.

Υπόθεση 2^η

Το γνωστικό συστατικό σχετίζεται θετικά με την συνολική εικόνα για τον προορισμό της Μοναστηριακής Κοινότητας

Έπειτα από τον έλεγχο των μέσων τιμών της διάστασης της επιρροής της εικόνας του προορισμού της Μοναστηριακής Κοινότητας ανά επιρροή εικόνας του προορισμού συνολικά για το δείγμα προέκυψε πως δεν υπάρχουν διαφορές. Συγκεκριμένα, οι

συμμετέχοντες που επισκέφτηκαν την Μοναστηριακή Κοινότητα είχαν την ίδια εικόνα για τον προορισμό σε σχέση με όσους δήλωσαν πως δεν την έχουν επισκεφθεί.

Στον πίνακα που ακολουθεί δίνεται η βαθμολογία των συμμετεχόντων στη διάσταση «Συναισθήματα Προορισμού Μοναστηριακή Κοινότητας του Νησιού» ανάλογα με τα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων.

		Μοναστηριακή Κοινότητα Νησιού		
Χαρακτηριστικά	Επίπεδα	Mean (SD)	Median (IQR)	P-Value
Φύλο	Ανδρας	5.35(1.05)	5.25[4.5-6.25]	0.149
	Γυναίκα	5.58(1.14)	5.88[4.75-6.75]	
Ηλικιακή Κατηγορία (Χρόνια)	18 - 24	5.42(1.12)	5.5[4.75-6.31]	0.486
	25 - 34	5.35(1.14)	5.25[4.5-6.75]	
	35 - 44	5.54(1.03)	5.25[4.75-6.75]	
	45 - 54	6.08(0.79)	6.38[5.75-6.69]	
	55+	5.58(1.09)	5.88[5.12-6.44]	
Εκπαίδευση	Πρωτοβάθμια/Δευτεροβάθμια	5.65(0.88)	5.75[5.12-6.38]	0.437
	Τριτοβάθμια	5.43(1.13)	5.5[4.75-6.5]	
Επιρροή Εικόνας Προορισμού (Κηπίνας)	Όχι	5.21(1.18)	5.25[4.25-6.25]	0.233
	Ναι	5.66(0.98)	5.88[5-6.75]	
Επιρροή Εικόνας Προορισμού (Βουτσάς)	Όχι	5.4(1.12)	5.38[4.75-6.5]	0.341
	Ναι	5.61(1.02)	5.62[5-6.56]	
Επιρροή Εικόνας Προορισμού (Μοναστηριακή Κοινότητα)	Όχι	5.24(1.21)	5.25[4.25-6.5]	0.307
	Ναι	5.51(1.07)	5.5[4.75-6.5]	

Πίνακας 18

Δεν βρέθηκε κάποια συσχέτιση μεταξύ των χαρακτηριστικών των συμμετεχόντων και της διάστασης «Συναισθήματα Προορισμού Μοναστηριακή Κοινότητας του Νησιού»

Υπόθεση 3^η

Το συναισθηματικό συστατικό σχετίζεται θετικά με την συνολική εικόνα για τον προορισμό της Μοναστηριακής Κοινότητας

Έπειτα από τον έλεγχο των μέσων τιμών της διάστασης συναισθήματα του προορισμού της Μοναστηριακής Κοινότητας ανά επιρροή εικόνας του προορισμού συνολικά για το δείγμα προέκυψε πως δεν υπάρχουν διαφορές. Συγκεκριμένα, οι συμμετέχοντες που επισκέφτηκαν την Μοναστηριακή Κοινότητα είχαν ίδια συναισθήματα για τον προορισμό σε σχέση με όσους δήλωσαν πως δεν την έχουν επισκεφθεί.

Υπόθεση 4^η

Το φύλο και η ηλικία επηρεάζουν σημαντικά τα γνωστικά και συναισθηματικά συστατικά της αντιληπτής εικόνας του προορισμού της Μοναστηριακής Κοινότητας.

Υπόθεση 5^η

Το επίπεδο εκπαίδευσης επηρεάζει σημαντικά τα γνωστικά και συναισθηματικά συστατικά της αντιληπτής εικόνας της Μοναστηριακής Κοινότητας.

Στον πίνακα που ακολουθεί δίνονται τα αποτελέσματα της πολυπαραγοντικής γραμμικής παλινδρόμησης έχοντας σαν εξαρτημένη μεταβλητή τη βαθμολογία των συμμετεχόντων στη διάσταση «Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Μοναστηριακή Κοινότητας του Νησιού» και σαν ανεξάρτητες τα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων.

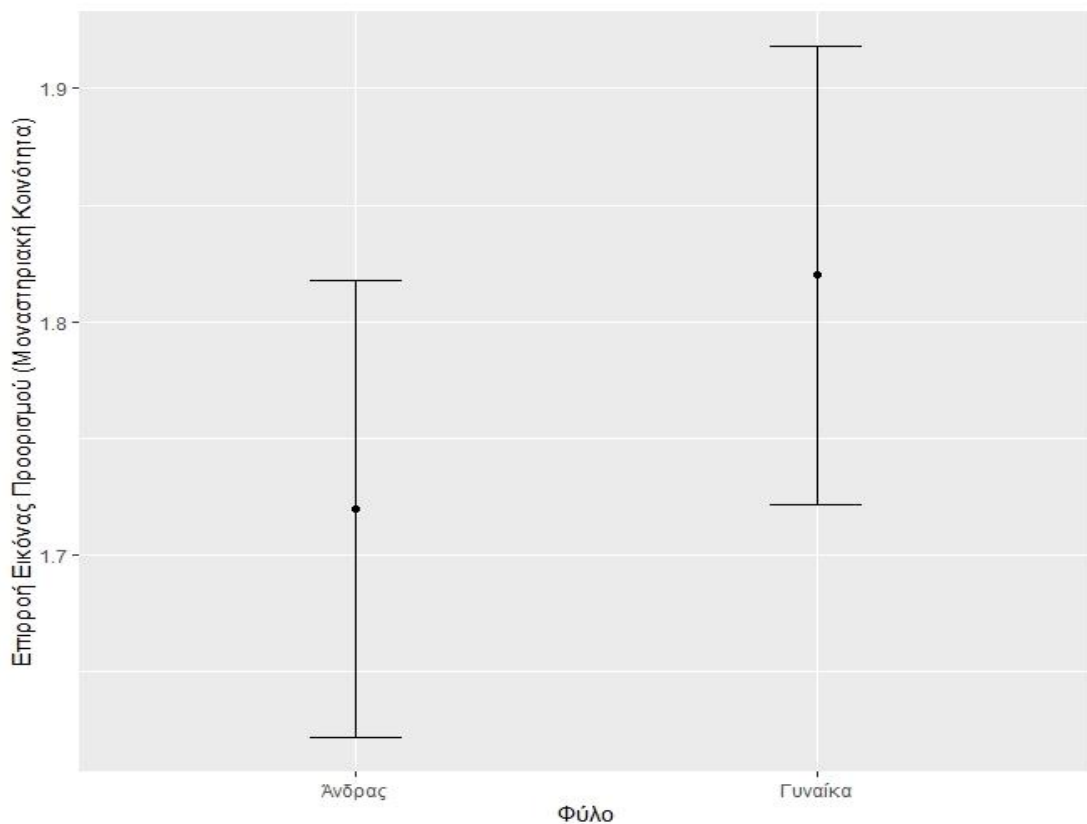
		$\beta+$	SE++	P
Φύλο	Άνδρας(αναφορά)			
	Γυναίκα	0.1	0.05	0.07
Ηλικία (Χρόνια)	18-24(αναφορά)			
	25 - 34	-0.01	0.06	0.912
	35 - 44	0.01	0.08	0.858
	45 - 54	-0.09	0.11	0.396
	55+	-0.18	0.11	0.097
Εκπαίδευση	Πρωτοβάθμια/Δευτεροβάθμια			
	Τριτοβάθμια	-0.13	0.07	0.076
Επίσκεψη Ιερά Μονής Κηπίνας	Όχι(αναφορά)			
	Ναι	0.06	0.05	0.243
Επίσκεψη Ιερά Μονής Βουτσάς	Όχι(αναφορά)			
	Ναι	0	0.06	0.998
Μοναστηριακή Κοινότητα στο Νησάκι	Όχι(αναφορά)			
	Ναι	0.05	0.07	0.439

+συντελεστής εξάρτησης ++τυπικό σφάλμα συντελεστή εξάρτησης

Πίνακας 19

Το φύλο βρέθηκε να σχετίζεται ανεξάρτητα με τη διάσταση «**Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Μοναστηριακή Κοινότητας του Νησιού**». Συγκεκριμένα: **Οι γυναίκες είχαν θετικότερη επιρροή της εικόνας της Ιερά Μονή Βουτσάς έναντι των ανδρών.**

Στο γράφημα που ακολουθεί δίνεται η βαθμολογία στη διάσταση «**Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα Προορισμού της Μοναστηριακή Κοινότητας του Νησιού**» των συμμετεχόντων ανάλογα με το φύλο τους.



Γράφημα 17

Στον πίνακα που ακολουθεί δίνονται τα αποτελέσματα της πολυπαραγοντικής γραμμικής παλινδρόμησης έχοντας σαν εξαρτημένη μεταβλητή τη βαθμολογία των συμμετεχόντων στη διάσταση «**Συναισθήματα Προορισμού Μοναστηριακής Κοινότητας του Νησιού**» και σαν ανεξάρτητες τα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων.

		$\beta+$	SE++	P
Φύλο	Άνδρας(αναφορά)			

	Γυναίκα	0.04	0.04	0.242
Ηλικία (Χρόνια)	18-24(αναφορά)			
	25 – 34	-0.01	0.04	0.815
	35 – 44	0.02	0.06	0.688
	45 – 54	0.1	0.08	0.202
	55+	0.01	0.08	0.915
Εκπαίδευση	Πρωτοβάθμια/Δευτεροβάθμια			
	Τριτοβάθμια	-0.05	0.05	0.28
Επίσκεψη Ιερά Μονής Κηπίνας	Όχι(αναφορά)			
	Ναι	0.09	0.04	0.22
Επίσκεψη Ιερά Μονής Βουτσάς	Όχι(αναφορά)			
	Ναι	0.01	0.04	0.888
Μοναστηριακή Κοινότητα στο Νησάκι	Όχι(αναφορά)			
	Ναι	0.04	0.05	0.396

+συντελεστής εξάρτησης ++τυπικό σφάλμα συντελεστή εξάρτησης

Πίνακας 20

Δεν βρέθηκε κάποια συσχέτιση μεταξύ των χαρακτηριστικών των συμμετεχόντων και της διάστασης «Συναισθήματα Προορισμού Μοναστηριακή Κοινότητας του Νησιού».

7^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στο κομμάτι αυτό, συνοψίζονται τα αποτελέσματα της ερευνητικής ενότητας όπου σε σύμπραξη με την βιβλιογραφική επισκόπηση, γίνεται μια προσπάθεια αναλυτικής, συγκεντρωτικής και δομημένης εκτίμησης των ερευνητικών ευρημάτων. Στόχος ήταν η εξέταση της εικόνας του προορισμού από την οπτική των τουριστών σε 3 Ιερά Προσκυνήματα του νομού Ιωαννίνων.

Σαν ένα γενικευμένο συμπέρασμα, μπορούμε να πούμε ότι η δυναμική της εικόνας προορισμού, δηλαδή όλοι οι παράγοντες που την δημιουργούν, μπορεί να αποτελέσει κριτήριο για να επισκεφτεί ένας τουρίστας έναν προορισμό. Αξίζει να σημειωθεί ότι πρόκειται για μια εμπειρική έρευνα όπου σκοπό έχει να εξετάσει μέσω ορισμένων καταλυτικών ερωτήσεων, την εικόνα προορισμού που έχουν οι τουρίστες για Ιερά προσκυνήματα. Εισέτι, οι μελετητές αναφέρουν ότι οι συμπεριφορές των τουριστών που αφορούν το «Loyalty» δηλαδή η πρόθεση για επανεπίσκεψη και η προθυμοποίησι για πρόταση του προορισμού σε άλλους, μπορεί να επηρεαστεί από την εικόνα που λαμβάνουν από τον προορισμό, όπως συμβαίνει και στην περίπτωση μας.

Η σημαντικότητα της εικόνας προορισμού είναι αδιαμφισβήτητη και η αποτυχία κατανόησης της, από τα ενδιαφερόμενα μέρη μπορεί να έχει αρνητικά αποτελέσματα στην τουριστική βιώσιμη ανάπτυξη των θρησκευτικών προορισμών. Πρόθεση μου ήταν να συγκρίνω 3 μέρη, όπου το κάθε ένα θα είχε ένα στοιχείο μοναδικότητας.

Το 1^ο μέρος είναι ένα μοναστήρι μέσα σε βράχους, που όπως έδειξαν και τα αποτελέσματα, έχει μοναδική ομορφιά. Από την άλλη το 2^ο μέρος είναι ένα όμορφο μοναστήρι όπου εκτός από το εκκλησιαστικό του κομμάτι, ξεκίνησε ένα εγχείρημα με την παραγωγή και εμφιάλωση οίνου, μια διαφορετική προσέγγιση των κοινών Μονών. Ενώ το 3^ο μέρος, αποτελεί ένα σύμπλεγμα Μονών, στο γραφικό νησί Ιωαννίνων, προσβάσιμο αποκλειστικά με καράβι, όπου αυτή η κοινότητα αποτελεί πόλο έλξης, συνδυάζοντας και άλλες μορφές τουρισμού (γαστρονομικό, πολιτισμικό).

Αρχικά, μετά την παρουσίαση των αποτελεσμάτων παρατηρείται μια ισόποση συμμετοχή των δυο φύλων, ενώ όπως ήταν αναμενόμενο, λόγω της χρήσης του διαδικτύου, στο ερωτηματολόγιο συμμετείχαν σε μεγάλο ποσοστό νέοι σε ηλικία. Ωστόσο, με επιφύλαξη μπορεί να εξαχτεί το συμπέρασμα ότι νέοι άνθρωποι, επισκέπτονται ιερά προσκυνήματα. Αυτό είναι ένα γενικό συμπέρασμα από τα δεδομένα της ποσοτικής έρευνας.

Μετά την εξέταση των ερευνητικών υποθέσεων, σαν ένα ολιστικό συμπέρασμα είναι ότι τόσο τα συστατικά της εικόνας, όσο και οι παράγοντες που επηρεάζουν την εικόνα προορισμού, αποτελούν βαρυσήμαντα ζητήματα για την ουσιαστική προβολή και προώθηση των προορισμών. Οι θετικότερες εικόνες από τα Ιερά μέρη, οδηγούν σε

μεγαλύτερη επισκεψιμότητα και κατ' επέκταση σε μια ουσιώδη ανάπτυξη του Θρησκευτικού-Προσκυνηματικού τουρισμού σε μια περιοχή.

Ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό είναι ότι οι πέντε συνολικά υποθέσεις ουσιαστικά εξεταστήκαν αρχικά κατά μόνες και στην συνέχεια, συγκρίνοντας τις μελέτες περίπτωσης μεταξύ τους. Εάν εξαιρέσουμε την Ιερά Μονή Βουτσάς, οι άλλες δυο μελέτες περίπτωσης αποτελούν δυο διαδεδομένους προορισμούς με βάση τα στοιχεία. Ένα ακόμη σχόλιο που μπορεί να γίνει, είναι ότι σε μεγάλο βαθμό, και στα τρία Ιερά προσκυνήματα, το δείγμα και θα πρότεινε και σε άλλους τον προορισμό αλλά και θα πραγματοποιούσε στο μέλλον επανεπίσκεψη.

Επιπλέον με μια πιο συγκεκριμένη προσέγγιση, η επιρροή της εικόνας των συμμετεχόντων, που αφορά την Μοναστηριακή κοινότητα είναι θετικότερη σε αντιδιαστολή με τις άλλες δυο μελέτες περίπτωσης, ενώ τα συναισθήματα είναι παρόμοια για κάθε προορισμό.

Με βάση την ανάλυση συσχέτισης, προκύπτουν τα συγκεκριμένα συμπεράσματα. Ως προς την Ιερά Μονή Κηπίνας, το αν έχουν επισκεφτεί την Ι.Μ. Κηπίνας βρέθηκε να σχετίζεται σημαντικά με την διάσταση *Παράγοντες και Συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα προορισμού της Ιεράς Μόνης Κηπίνας* και όσοι επισκέφτηκαν τον προορισμό έχουν θετικότερη επιρροή, γεγονός που επαληθεύει την πρώτη υπόθεση.

Επιπροσθέτως, οι συμμετέχοντες που επισκέφτηκαν την Ιερά Μονή Κηπίνας είχαν θετικότερη εικόνα για τον προορισμό σε συνάρτηση με όσους δήλωσαν πως δεν την έχουν επισκεφτεί, που επιβεβαιώνει και την δεύτερη υπόθεση. Όπως επαληθεύεται και η τρίτη υπόθεση για τα συναισθήματα, που εξάγεται το συμπέρασμα ότι οι συμμετέχοντες που επισκέφτηκαν τον προορισμό είχαν θετικότερα συναισθήματα σε σύγκριση με όσους δήλωσαν πως δεν τον έχουν επισκεφτεί.

Όσον αφορά την τέταρτη υπόθεση, σαν απόρροια, προκύπτει ότι αφενός οι γυναίκες είχαν θετικότερη επιρροή της εικόνας της Ιερά Μονή Κηπίνας έναντι των ανδρών, αφετέρου οι νέοι είχαν θετικότερη επιρροή της εικόνας της Ιερά Μονή Κηπίνας έναντι των υπόλοιπων ηλικιακών κατηγοριών. Ενώ για την πέμπτη υπόθεση ως προς την Ι.Μ. Κηπίνας, δεν προκύπτει κάποιο σαφές αποτέλεσμα που να συσχετίζει το επίπεδο εκπαίδευσης με τα γνωστικά και συναισθηματικά συστατικά της αντιληπτής εικόνας.

Για την Ι.Μ. Βουτσάς, ξεκινώντας αντίστροφα τις υποθέσεις, ως προς το επίπεδο εκπαίδευσης, οι συμμετέχοντες με πρωτοβάθμιο και δευτεροβάθμιο επίπεδο εκπαίδευσης είχαν θετικότερη επιρροή της εικόνας της Ι.Μ. Βουτσάς έναντι των συμμετεχόντων με τριτοβάθμιο επίπεδο εκπαίδευσης. Επίσης και εδώ το φύλο παίζει καθοριστικό ρόλο καθώς και πάλι οι γυναίκες είχαν θετικότερη επιρροή της εικόνας της Ι. Μ. Βουτσάς έναντι των ανδρών. Επιπλέον επαληθεύονται με τον ίδιο τρόπο και οι υπόλοιπες 3 υποθέσεις.

Για την Μοναστηριακή κοινότητα, δεν βρέθηκε κάποια συσχέτιση μεταξύ των χαρακτηριστικών των συμμετεχόντων και της διάστασης *Συναισθήματα Προορισμού Μοναστηριακής κοινότητας Νήσου*. Η δεύτερη υπόθεση διαφοροποιείται, καθώς οι συμμετέχοντες που επισκέφτηκαν την μοναστηριακή κοινότητα είχαν την ίδια εικόνα για τον προορισμό συγκριτικά με αυτούς που δεν την έχουν επισκεφτεί. Το ίδιο και η τρίτη υπόθεση όπου είχαν τα ίδια συναισθήματα για τον προορισμό σε συνάρτηση με αυτούς που δεν τον επισκέφτηκαν.

Τέλος, για την τέταρτη και πέμπτη υπόθεση, για ακόμη μια φορά το φύλο παίζει και πάλι ρόλο, καθώς οι γυναίκες είχαν θετικότερη επιρροή της εικόνας της Μοναστηριακής κοινότητας Νήσου έναντι των ανδρών ενώ δεν βρεθήκαν συσχετισμοί μεταξύ των χαρακτηριστικών των συμμετεχόντων και της διάστασης *Συναισθήματα Προορισμού Μοναστηριακής κοινότητας νησιού*.

Είναι πολύ σημαντικό να τονισθεί ότι αναμφίβολα τα ερευνητικά συμπεράσματα εμπεριέχουν έναν βαθμό υποκειμενικότητας, διότι η εξέτασή τους έγινε με βάση την υποκειμενική κρίση των συμμετεχόντων, (την συγκεκριμένη στιγμή χρονικά), ως προς το πώς βλέπουν και αντιλαμβάνονται ορισμένα χαρακτηριστικά και κάποιους παράγοντες της εικόνας των δοθέντων θρησκευτικών προορισμών. Παρά ταύτα, ο ερευνητής βρισκόταν στην θέση να βγάλει χρήσιμα συμπεράσματα που θέτουν την δομή για περαιτέρω έρευνες επί του θέματος στο διηνεκές.

Κλείνοντας, η εν γένει παρακίνηση μου για την εκπόνηση της συγκεκριμένης διπλωματικής εργασίας, είναι η ενδελεχής εξέταση της εικόνας του προορισμού των κατά μέρους Ιερών προσκυνημάτων, είτε κατά μονάς είτε συλλογικά. Οι 3 αυτοί προορισμοί, υπάγονται στην Ίδια Μητρόπολη, όμως σε διαφορετικούς Δήμους. Έτσι, προσδοκώ να αποτελέσει θέλγητρο και τροφή για σκέψη, η συγκρότηση ενός στρατηγικού σχεδίου προβολής και ανάπτυξης του Θρησκευτικού τουρισμού στην ευρύτερη περιοχή, πάντα υπό τις αρχές τις βιωσιμότητας.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Η παρούσα εργασία εκπονείται στα πλαίσια του μεταπτυχιακού προγράμματος Διοίκησης Τουριστικών επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Νεάπολις Πάφου (εξ αποστάσεως), με τίτλο «ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ- ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: Η ΕΙΚΟΝΑ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΤΡΙΩΝ ΙΕΡΩΝ ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑΤΩΝ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ».

Σκοπός της εργασίας είναι να εξεταστούν οι παράγοντες και οι τουριστικές συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα προορισμού (Image destination) της Ιεράς Μονής Κηπίνας, που βρίσκεται στον Δήμο Βορείων Τζουμέρκων, ενώ ταυτόχρονα εξετάζονται συγκριτικά και η Ι.Μ. Βουτσάς στο Γρεβενίτι Ζαγορίου καθώς και η Μοναστηριακή κοινότητα στο νησάκι Ιωαννίνων.

Το ερευνητικό εργαλείο (ερωτηματολόγιο), χωρίζεται σε δυο ενότητες:

1. Προσωπικά χαρακτηριστικά συμμετέχοντα.
2. παράγοντες και συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα προορισμού.

Ταυτόχρονα, τονίζεται ότι η συμμετοχή σας στο ερωτηματολόγιο είναι εθελοντική ενώ έχετε το δικαίωμα να διακόψετε και να αποχωρήσετε από την διαδικασία ανά πάσα στιγμή. Τα στοιχεία σας θα είναι ανώνυμα και μετά το πέρας της έρευνας, τα ερωτηματολόγια θα καταστραφούν και δεν θα χρησιμοποιηθούν για άλλο σκοπό.

Για οποιονδήποτε λόγο, έχετε την δυνατότητα να επικοινωνήσετε μαζί μου στο **m.tsouvalas@nup.ac.cy**

Σας ευχαριστώ πολύ εκ των πρότερων για την καταλυτικής σημασίας συνεισφορά σας και τον χρόνο σας.

Με σεβασμό,

Τσουβάλας Μενέλαος - Άγγελος

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΕΝΟΤΗΤΑ 1 ΑΠΟ 2

Κοινωνικοδημογραφικά στοιχεία:

Ποιο είναι το φύλο σας;

- ΑΝΔΡΑΣ
- ΓΥΝΑΙΚΑ

Ποια είναι η ηλικία σας;

- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- 65+

Ποιο είναι το επίπεδο εκπαίδευσης σας;

- ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ
- ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΑ
- ΤΡΙΤΟΒΑΘΜΙΑ

ΕΝΟΤΗΤΑ 2 ΑΠΟ 2

Παράγοντες και συμπεριφορές που επηρεάζουν την εικόνα προορισμού:

Έχετε επισκεφτεί την Ιερά Μονή Κηπίνας; (Καλαρρύτες Βορείων Τζουμέρκων)

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Έχετε επισκεφτεί την Ιερά Μονή Βουτσάς; (Γρεβενίτι Ζαγορίου)

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Έχετε επισκεφτεί την Μοναστηριακή Κοινότητα στο νησάκι; (Νησί Ιωαννίνων)

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Πιστεύετε ότι η Ι.Μ. Κηπίνας διαθέτει:

(Βαθμολογήστε από το 1 έως το 7, όπου 1 σημαίνει διαφωνώ απολύτως και 7 συμφωνώ απολύτως)

Γραφική ομορφιά	1	2	3	4	5	6	7
Ποικιλομορφία χλωρίδας στην περιοχή	1	2	3	4	5	6	7
Θρησκευτική αύρα-Πνευματικότητα	1	2	3	4	5	6	7
Ενδιαφέρουσες εκδηλώσεις (πανηγύρια, πολιτισμικές εκδηλώσεις)	1	2	3	4	5	6	7
Γνωστά αξιοθέατα(Ιστορικού, αρχαιολογικού, Θρησκευτικού χαρακτήρα)	1	2	3	4	5	6	7
Βολική μεταφορά στο μοναστήρι	1	2	3	4	5	6	7
Ανεπτυγμένο δίκτυο υποδομών	1	2	3	4	5	6	7
Προσωπική ασφάλεια και προστασία	1	2	3	4	5	6	7
Καθαρό περιβάλλον	1	2	3	4	5	6	7
Φιλικούς ντόπιους κατοίκους	1	2	3	4	5	6	7

Θα περιγράφατε την Ιερά Μονή Κηπίνας σαν:

(Βαθμολογήστε από το 1 έως το 7, όπου 1 σημαίνει χώρος πνευματικά-πολιτιστικά αδιάφορος και 7 τόπος ψυχικής χαλάρωσης)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Θα περιγράψετε την Ιερά Μονή Κηπίνας σαν:

(Βαθμολογήστε από το 1 έως το 7, όπου 1 σημαίνει δυσάρεστο μέρος και 7 ευχάριστο μέρος)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Θα περιγράψετε την Ιερά Μονή Κηπίνας σαν:

(Βαθμολογήστε από το 1 έως το 7 όπου 1 σημαίνει βαρετό μέρος και 7 συναρπαστικό μέρος)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Συνολικά, πως θα περιγράψετε την εικόνα που έχετε από την Ι.Μ. Κηπίνας σαν προορισμό θρησκευτικού τουρισμού;

(Βαθμολογήστε από το 1 έως το 7, όπου 1 σημαίνει πολύ αρνητική και 7 πολύ θετική)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Πόσο πιθανό είναι να προτείνετε την Ι.Μ. Κηπίνας σε άλλους σαν προορισμό θρησκευτικού τουρισμού;

(Βαθμολογήστε από το 1 έως το 7, όπου 1 σημαίνει εξαιρετικά απίθανο και 7 εξαιρετικά πιθανό)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Θα κάνατε επανεπίσκεψη στην Ι.Μ. Κηπίνας;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Πιστεύετε ότι η Ι.Μ. Βουτσάς διαθέτει:

(Βαθμολογήστε από το 1 έως το 7, όπου 1 σημαίνει διαφωνώ απολύτως και 7 συμφωνώ απολύτως)

Γραφική ομορφιά	1	2	3	4	5	6	7
Ποικιλομορφία χλωρίδας στην περιοχή	1	2	3	4	5	6	7
Θρησκευτική αύρα-Πνευματικότητα	1	2	3	4	5	6	7
Ενδιαφέρουσες εκδηλώσεις (πανηγύρια, πολιτισμικές εκδηλώσεις)	1	2	3	4	5	6	7
Γνωστά αξιοθέατα(Ιστορικού, αρχαιολογικού, Θρησκευτικού χαρακτήρα)	1	2	3	4	5	6	7
Βολική μεταφορά στο μοναστήρι	1	2	3	4	5	6	7
Ανεπτυγμένο δίκτυο υποδομών	1	2	3	4	5	6	7
Προσωπική ασφάλεια και προστασία	1	2	3	4	5	6	7
Καθαρό περιβάλλον	1	2	3	4	5	6	7
Φιλικούς ντόπιους κατοίκους	1	2	3	4	5	6	7

Θα περιγράφατε την Ιερά Μονή Βουτσάς σαν:

(Βαθμολογήστε από το 1 έως το 7, όπου 1 σημαίνει χώρος πνευματικά-πολιτιστικά αδιάφορος και 7 τόπος ψυχικής χαλάρωσης)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Θα περιγράφατε την Ιερά Μονή Βουτσάς σαν:

(Βαθμολογήστε από το 1 έως το 7, όπου 1 σημαίνει δυσάρεστο μέρος και 7 ευχάριστο μέρος)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Θα περιγράφατε την Ιερά Μονή Βουτσάς σαν:

(Βαθμολογήστε από το 1 έως το 7 όπου 1 σημαίνει βαρετό μέρος και 7 συναρπαστικό μέρος)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Συνολικά, πως θα περιγράφατε την εικόνα που έχετε από την Ι.Μ. Βουτσάς σαν προορισμό θρησκευτικού τουρισμού;

(Βαθμολογήστε από το 1 έως το 7, όπου 1 σημαίνει πολύ αρνητική και 7 πολύ θετική)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Πόσο πιθανό είναι να προτείνετε την Ι.Μ. Βουτσάς σε άλλους σαν προορισμό
θρησκευτικού τουρισμού;

(Βαθμολογήστε από το 1 έως το 7, όπου 1 σημαίνει εξαιρετικά απίθανο και 7 εξαιρετικά
πιθανό)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Θα κάνατε επανεπίσκεψη στην Ι.Μ. Βουτσάς;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Πιστεύετε ότι η Μοναστηριακή Κοινότητα στο νησί Ιωαννίνων διαθέτει:

(Βαθμολογήστε από το 1 έως το 7, όπου 1 σημαίνει διαφωνώ απολύτως και 7 συμφωνώ
απολύτως)

Γραφική ομορφιά	1	2	3	4	5	6	7
Ποικιλομορφία χλωρίδας στην περιοχή	1	2	3	4	5	6	7
Θρησκευτική αύρα-Πνευματικότητα	1	2	3	4	5	6	7
Ενδιαφέρουσες εκδηλώσεις (πανηγύρια, πολιτισμικές εκδηλώσεις)	1	2	3	4	5	6	7

Γνωστά αξιοθέατα(Ιστορικού, αρχαιολογικού, Θρησκευτικού χαρακτήρα)	1	2	3	4	5	6	7
Βολική μεταφορά στα μοναστήρια	1	2	3	4	5	6	7
Ανεπτυγμένο δίκτυο υποδομών	1	2	3	4	5	6	7
Προσωπική ασφάλεια και προστασία	1	2	3	4	5	6	7
Καθαρό περιβάλλον	1	2	3	4	5	6	7
Φιλικούς ντόπιους κατοίκους	1	2	3	4	5	6	7

Θα περιγράφατε την Μοναστηριακή κοινότητα στο νησί Ιωαννίνων σαν:

(Βαθμολογήστε από το 1 έως το 7, όπου 1 σημαίνει χώρος πνευματικά-πολιτιστικά αδιάφορος και 7 τόπος ψυχικής χαλάρωσης)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Θα περιγράφατε την Μοναστηριακή κοινότητα στο νησί Ιωαννίνων σαν:

(Βαθμολογήστε από το 1 έως το 7, όπου 1 σημαίνει δυσάρεστο μέρος και 7 ευχάριστο μέρος)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Θα περιγράφατε την Μοναστηριακή κοινότητα στο νησί Ιωαννίνων σαν:

(Βαθμολογήστε από το 1 έως το 7 όπου 1 σημαίνει βαρετό μέρος και 7 συναρπαστικό μέρος)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Συνολικά, πως θα περιγράφατε την εικόνα που έχετε από την Μοναστηριακή κοινότητα στο νησί Ιωαννίνων σαν προορισμό θρησκευτικού τουρισμού;

(Βαθμολογήστε από το 1 έως το 7, όπου 1 σημαίνει πολύ αρνητική και 7 πολύ θετική)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Πόσο πιθανό είναι να προτείνετε την Μοναστηριακή κοινότητα στο νησί Ιωαννίνων σε άλλους σαν προορισμό θρησκευτικού τουρισμού;

(Βαθμολογήστε από το 1 έως το 7, όπου 1 σημαίνει εξαιρετικά απίθανο και 7 εξαιρετικά πιθανό)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Θα κάνατε επανεπίσκεψη στην Μοναστηριακή κοινότητα στο νησί Ιωαννίνων;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Agapito D., Patrícia O., & Mendes, J., (2013). «The Cognitive-Affective Conative Model of Destination Image»: A Confirmatory Analysis, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30:5, 471-481, Doi: [10.1080/10548408.2013.803393](https://doi.org/10.1080/10548408.2013.803393)
- Akama, J.S. & Kieti, D.M. (2003). «Measuring tourist satisfaction with Kenya’s wildlife safari»: A case study of Tsavo West National Park. *Tourism Management*, 24(1), pp. 73–81. Doi: [10.1016/S0261-5177\(02\)00044-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00044-4)
- Andriotis, K. (2009). «Sacred site experience: *A phenomenological study*». *Annals of Tourism Research*, 36(1), 64–84. Doi: [10.1016/j.annals.2008.10.003](https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.10.003)
- Babbie E. (2011). «Εισαγωγή στην Κοινωνική Έρευνα». Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.
- Baloglu, S. (1997). «The relationship between destination images and sociodemographic and trip characteristics of international travelers». *Journal of Vacation Marketing*, 3(3), pp. 221-233. Doi:<https://doi.org/10.1177/135676679700300304>
- Baloglu, S., & McCleary, K. (1999). «A model of destination image formation». *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868–897. Doi: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00030-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00030-4)
- Beerli, A., & Martin, J.D., (2004). «Factors influencing destination image». *Annals of Tourism Research*, 31(3), pp. 657–681. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.01.010>
- Chen, C. F., & Phou, S., (2013). «A closer look at destination: Image, personality, relationship and loyalty». *Tourism management*, 36, 269-278. Doi: [10.1016/j.tourman.2012.11.015](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.11.015)
- Chen, C. F., & Tsai, D., (2007). «How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? ». *Tourism management*, 28(4), 1115-1122. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.07.007>
- Chew, E.Y.T., & Jahari, S.A. (2014). «Destination image as a mediator between perceived risks and revisit intention: A case of postdisaster Japan». *Tourism management*, 40, 382-393. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.07.008>

Collins- Kreiner, N., & Kliot, N., (2000). «Pilgrimage Tourism in the Holy Land: The behavioral characteristics of Christian Pilgrims». *GeoJournal* 50, 1:55-67. Doi: [10.1023/A:1007154929681](https://doi.org/10.1023/A:1007154929681)

Collins-Kreiner, N., (2010). «Researching pilgrimage: Continuity and Transformations». *Annals of Tourism Research*, Volume 37, Issue 2, 440-456. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.10.016>.

Creswell, J.W., (2003). «Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches». (2nd Ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.

Dominique-Ferreira, S., (2011). «Destination image: Origins, Developments and Implications». Article in *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* · April 2011 Doi: [10.25145/j.pasos.2011.09.027](https://doi.org/10.25145/j.pasos.2011.09.027)

Dunkley, R., Morgan, N., & Westwood, S. (2011). «Visiting the trenches: Exploring meanings and motivations in battlefield tourism. *Tourism Management*, 32(4), 860–868. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.07.011>

Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. (2003). «The meaning and measurement of destination image»: [Reprint of original article published in v. 2, no. 2, 1991: 2-12.]. *Journal of tourism studies*, 14(1), 37. Doi:

Elbaz, A. M., Abou Kamar, M. S., Onjewu, A. K. E., and Soliman, M. (2021). «Evaluating the antecedents of health destination loyalty: the moderating role of destination trust and tourists' emotions». *Int. J. Hosp. Tour. Adm.* 1–28. Doi: [10.1080/15256480.2021.1935394](https://doi.org/10.1080/15256480.2021.1935394)

Flick, U. (2002). «An Introduction to Qualitative Research». (2nd ed.). Thousand Oaks: Sage Publications

Fu, Q., Posth, C., Hajdinjak, M. et al. (2016). «The genetic history of Ice Age Europe». *Nature* 534, 200–205 Doi: <https://doi.org/10.1038/nature17993>

Green R. (1999). «Meaning and form in community perception of town character». *Journal of Environmental Psychology* 19(1): 311-329.

Habe R. (1989). «Public design controls in American communities». *Town Planning Review* 60:195-219

Kim S., & Butler, G., (2015). «Local community perspectives towards dark tourism development: The case of Snowtown, South Australia». *Journal of Tourism and cultural change*, vol 13, pp 78-89. Doi: <https://doi.org/10.1080/14766825.2014.918621>

Kotler, P., C. Asplund, I. Rein and D. Haider, (1999) «Marketing Places Europe – Attracting Investments, Industries, Residents and Visitors to European Cities, Communities, Regions and Nations». Great Britain: Prentice Hall.

Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J., (1996). «Marketing for Hospitality and tourism». USA: Prentice-Hall Inc.

Lim, K., & O' Cass, A., (2002). «The Influence of Brand Associations on Brand Preference and Purchase Intention». *Journal of International Consumer Marketing*, 14:2-3, 41-71. Doi: http://dx.doi.org/10.1300/J046v14n02_03

Mazursky D., (1989). «Past experience and future tourism decisions». *Annals of Tourism Research*, Volume 16, Issue 3, Pages 333-344. Doi: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(89\)90048-0](https://doi.org/10.1016/0160-7383(89)90048-0)

Mill, R.C. & Morrison, A.M. (1992): «The Tourism System». Englewood Cliffs

Mróz, F., (2021). «The Impact of COVID-19 on Pilgrimages and Religious Tourism in Europe during the First Six Months of the Pandemic». *J Relig Health*. Apr; 60(2):625-645. Doi: [10.1007/s10943-021-01201-0](https://doi.org/10.1007/s10943-021-01201-0).

Nyaupane, G., Timothy, D., Poudel, S., (2015). «Understanding tourists in religious destinations: A social distance perspective». *Tourism Management*, 48, pp. 343-353 Doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.12.009>

Onatski, A., Moreira, M., & Hallin, M., (2014). «SIGNAL DETECTION IN HIGH DIMENSION: THE MULTISPIKED CASE». *The Annals of Statistics*, 42, no 1, pp 225-254. Doi: [10.1214/13-AOS1181](https://doi.org/10.1214/13-AOS1181)

Poria, Y., Butler, R., & Airey, D., (2003). «Tourism Religion and Religiosity: A holy Mess», in *Current issues in Tourism*, Vol. 6, No 4.

Doi:<https://doi.org/10.1080/13683500308667960>

Prayag, G., & Ryan, C., (2012). «Antecedents of Tourists' Loyalty to Mauritius: The Role and Influence of Destination Image, Place Attachment, Personal Involvement, and Satisfaction». *Journal of travel Research*, 51 (3), 342-356. SAGE publications. Doi: [10.1177/0047287511410321](https://doi.org/10.1177/0047287511410321)

Pike, S., & Ryan, C., (2004). «Destination Positioning Analysis through a Comparison of Cognitive, Affective, and Conative Perceptions». *Journal of travel Research*, 42 (4), Doi: [10.1177/0047287504263029](https://doi.org/10.1177/0047287504263029)

Raj, R., & Morpeth, N., D., (2007). «Religious Tourism and Pilgrimage Festivals Management: An International Perspective». Cambridge, MA: CABI.

Ragavan, N. A., Subramonian, H., and Sharif, S. P. (2014). «Tourists' perceptions of destination travel attributes: an application to International tourists to Kuala Lumpur». *Procedia-Social Behav. Sci.* 144, 403–411. Doi: [10.1016/j.sbspro.2014.07.309](https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.309)

Ribeiro, I., Carvalho, A., Cintra, R.G. & Cassol, A. (2015). «Quantitative Methods: A Basic Tutorial on the Use of Techniques for explanatory factorial analysis, correlation and linear regression». *RECC – Revista Eletrônica Científica do CRA-PR*, 3(2), 27-39.

Rinschede, G. (1992). «Forms of religious tourism». *Annals of Tourism Research*, 19, pp. 51– 67

Roussel, R., (1972). «Les Pèlerinages. Ed. Que Sais-je? » Paris: Presses Universitaires de France, In

Ron A., (2009). «Towards a typological model of contemporary Christian travel». *Journal of Heritage Tourism*, 4:4, 287-297, DOI: [10.1080/17438730903045548](https://doi.org/10.1080/17438730903045548)

Russell-Bennett, R., Rosenbaum, M.S. and McAndrew, R. (2020). «Commentary: Exposing a research bias or a relic of research practice». *Journal of Services Marketing*, Vol. 34 No. 1, pp. 24-29. <https://doi.org/10.1108/JSM-11-2019-0439>

Rutherford, I. (2020). «The experience of pilgrimage in the Roman Empire: communitas, paideia and piety-signaling». *Lived religion in the ancient Mediterranean world*. Berlin: De Gruyter.

Stabler, M. J. (1995). «The image of destination regions: Theoretical and empirical Aspects». In B. Goodall, & G. Ashworth (Eds.), *Marketing in tourism Industry: The Promotion of destination regions* (pp. 133e159). London.

Schreyer, R., Lime, W., D., & Williams, R., D., (1984). «The influence of past experience on recreation behavior». *Journal of Leisure Research*, 16 (1):34-50. Doi: [10.1080/00222216.1984.11969571](https://doi.org/10.1080/00222216.1984.11969571)

Shani, A., & Wang, Y. (2011). «Destination image development and communication». In Y. Wang, & A. Pizam (Eds.), *Destination marketing and management* (pp.130e148). CAB International. Doi: <https://doi.org/10.1079/9781845937621.0130>

Stepchenkova, S., & Mills, J. (2010). «Destination image: A meta-analysis of 2000–2007 research». *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(6), 575–606. Doi: <https://doi.org/10.1080/19368623.2010.493071>

Stylidis, D. (2015). «The role of place image dimensions in residents' support for tourism development». *International Journal of Tourism Research*, In Press Doi: [10.1002/jtr.2039](https://doi.org/10.1002/jtr.2039)

Stylidis, Terzidou, M., D., Szivas, E., (2008). «Residents' perceptions of religious tourism and its socio-economic impacts on the island of Tinos». *Tourism and Hospitality Planning and Development*, Vol. 5, No 2, pp. 113–129. Doi: [10.1080/14790530802252784](https://doi.org/10.1080/14790530802252784)

Tala, M. L., Padurean, M. (2008). «Dimensions of religious tourism». Amfiteatru Economic, Vol. 10, No. Special 2/2008, Romania, pp 242-253.

Tasci, A., D., & Gartner, W., C., (2007). «Destination image and its functional relationships». Journal of Travel Research, 45(4), 413- 425. Doi: <https://doi.org/10.1177/0047287507299569>

Tasci, A. D., Gartner, W. C., & Tamer Cavusgil, S. (2007). «Conceptualization and operationalization of destination image». Journal of hospitality & tourism research, 31(2), 194-223. Doi: <https://doi.org/10.1177/1096348006297290>

Terzidou, M., Scarles, C., Saunders, M.N.K. (2017). «Religiousness as tourist performances: A case study of Greek Orthodox pilgrimage». Annals of Tourism Research, Volume 66, September 2017, p.p.116-129. Doi: [10.1016/j.annals.2017.06.009](https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.06.009)

Terzidou, M., Styliadis, D. & Terzidis, K. (2017). «The role of visual media in religious tourists' destination image, choice and on-site experience: The case of Tinos, Greece». Journal of Travel & Tourism Marketing. Doi: <https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1304316>

Terzidou, M., Scarles, C., & Saunders, M.N.K., (2018). «The Complexities of Religious Tourism Motivations: Sacred Places, Vows and Visions». Annals of Tourism Research 70: 54–65 Doi: [10.1016/j.annals.2018.02.011](https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.02.011)

Um, S. and Crompton, J.L., (1990). «Attitude Determinants in Tourism Destination Choice». Annals of Tourism Research, 17, 432-448. Doi: [http://dx.doi.org/10.1016/0160-7383\(90\)90008-F](http://dx.doi.org/10.1016/0160-7383(90)90008-F)

Valduga, M. C., Breda, Z., and Costa, C. M. (2019). «Perceptions of blended destination image: the case of Rio de Janeiro and Brazil». J. Hospitality Tourism Insights 3, 75–93. Doi: [10.1108/jhti-03-2019-0052](https://doi.org/10.1108/jhti-03-2019-0052)

Vijayanand, S., (2014). «The issues and perspectives of Pilgrimage Tourism Development of Thanjavur». International Journal of Tourism and Hospitality Review. 45. Doi: [10.18510/ijthr.2014.117](https://doi.org/10.18510/ijthr.2014.117)

Wang C., & Hsu, M., K., (2010). «The Relationships of Destination Image, Satisfaction, and Behavioral Intentions: An Integrated Model». *Journal of Travel and Tourism Marketing*, Vol. 27(8), pp. 829-843. Doi: <https://doi.org/10.1080/10548408.2010.527249>

Webster, C., & Ivanon, H., S., (2014). « Transforming competitiveness into economic benefits: Does tourism stimulate economic growth in more competitive destinations? ». *Tourism Management*, 40 (1), pp. 137-140. Doi: [10.1016/j.tourman.2013.06.003](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.06.003)

Zikmund, W.G. (1997). «Business Research Methods». 4th Edition. Harcourt Brace College Publishers, New York

ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ

Βαρβαρέσος, Σ., (2013). «Οικονομική του Τουρισμού, Εννοιολογικές, Θεωρητικές και Μεθοδολογικές προσεγγίσεις». 2η ανανεωμένη έκδοση. Αθήνα: Προπομπός.

Τσαρη, Φ. & Πουρκός, Μ. (2015). «Ποιοτική Μεθοδολογία Έρευνας». Αθήνα: Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράμματα και Βοηθήματα.

Καλπάκης, Δ., (2005). «Περιηγήσεις με την Ημερησία». Ιωάννινα. Αθηνά: Εκδοσεις Ημερησία

Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας Π., Γκρίμπα Ε., (2011). «ΕΙΔΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ». Αθήνα: Εκδόσεις ΚΡΙΤΙΚΗ

Κυριαζή, Ν. (2012). «Η Κοινωνιολογική Έρευνα: Κριτική Επισκόπηση των Μεθόδων και των Τεχνικών». Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα

Λαγός, Δ. & Χριστογιάννη, Π. (2006). «Η Ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα». Τιμητικός Τόμος «Μ. Νεγροπόντη- Δεληγιάννη» (επιμ.), Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Θεσσαλονίκη, σ.σ. 465-478

Λαγός, Δ. & Πουλάκη, Π (2013). «Η συμβολή του θρησκευτικού τουρισμού στην περιφερειακή ανάπτυξη. Η περίπτωση της Χίου». Πρακτικά 11ου Τακτικού επιστημονικού

συνεδρίου του Ελληνικού Τμήματος της ERSA, Ιούνιος 2013,Ε.Τ.Ε.Ε.Π.Ε., Πάτρα, Ελλάδα.

Λαγός, Δ. (2016). «Θεωρητικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό». Αθήνα : Κριτική

Μοίρα, Π. (2019). «Θρησκευτικός τουρισμός & προσκύνημα». *ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ-ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ-ΑΕΙΦΟΡΙΑ*. Αθήνα: ΦΑΙΔΙΜΟΣ

Μοίρα, Π. (2018), Θρησκευτικός τουρισμός. Επανεκδοση του 2009. Interbooks, Αθήνα.

Μοίρα, Π. (2009), Θρησκευτικός τουρισμός, Interbooks, Αθήνα.

Μονή Βουτσάς. n.d. Retrieved from <https://izagori.gr/temples/203-%CE%BC-%CE%B2%CE%BF%CF%85%CF%84%CF%83%CE%AC%CF%82-2028.html>

Παντουβάκης, Α., Σιώμοκος, Ι., Χρήστου, Ε., (2015), «Μάρκετινγκ». Αθήνα :Λιβάνη

Πολύζος Σ. (2017) 'Η χωρική και οικονομική διάσταση του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα', Σειρά ερευνητικών εργασιών ΤΜΧΠΠΑ-ΠΘ, 23(1):1-48.

Πολύζος, Σ. (2010). Θρησκευτικός Τουρισμός στην Ελλάδα : *Χωρική ανάλυση και συμβολή στην ανάπτυξη μειονεκτικών περιοχών*. Βόλος: Σειρά Ερευνητικών Εργασιών, 16(9): pp 203-222.

Τσιγγάνας Θ.,(2009). «Ο τζίρος του θρησκευτικού τουρισμού». Ανακτήθηκε από <https://www.kathimerini.gr/871014/article/epikairothta/ellada/h-ellada-toy-8rhskeytikoy-tourismoy>

Σιδηρόπουλος Γ., Κοτζαγεώργης Φ. (2019). «Πληθυσμιακή Γεωγραφία του Αγίου Όρους: ζητήματα καταγραφής». *Ιστοριογεωγραφικά / Historico-geographica* τ. 18

Σφακιανάκης, Μ. (2000). «Εναλλακτικές μορφές τουρισμού». Αθήνα: ΕΛΛΗΝ

Χαραλάμπους, Σ., (2015). «Η Μονή του Αγίου Ιωάννου του Προδρόμου στο νησί των Ιωαννίνων», ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ, ΕΦΟΡΕΙΑ

ΑΡΧΑΙΟΤΗΤΩΝ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ, ΙΩΑΝΝΙΝΑ Ι.Ν. ΚΟΙΜΗΣΗΣ ΘΕΟΤΟΚΟΥ 176ς,
ΚΗΠΙΝΑ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ.(n.d.) Retrieved from [.http://www.aeinaes.gr](http://www.aeinaes.gr)

ΙΕΡΑ ΑΡΧΙΕΠΙΣΚΟΠΗ ΑΘΗΝΩΝ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ.
Ιερά Μονή Κηπίνας - Ιερός Μονές. (n.d.). Retrieved January 3,
2023,from:[http://www.religiousgreece.gr/monasteria/-
/asset_publisher/0bMEUXPQRK0A/content/iera-mone-kepinas](http://www.religiousgreece.gr/monasteria/-/asset_publisher/0bMEUXPQRK0A/content/iera-mone-kepinas)

«Τα Μοναστήρια του Νησιού των Ιωαννίνων». Μοναστήρια της Ελλάδας Retrieved
January 3, 2023, from [:https://www.monastiria.gr/monastiria-nisi-ioannina/](https://www.monastiria.gr/monastiria-nisi-ioannina/)

ΙΕΡΑ ΑΡΧΙΕΠΙΣΚΟΠΗ ΑΘΗΝΩΝ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ,
«Ιερά Μονή Αγίου Νικολάου Στρατηγόπουλου (Μονή Ντίλιου)». Retrieved January 3,
2023 from [http://www.religiousgreece.gr/epirus-thessaly/-
/asset_publisher/bD2Iayf9w5H8/content/i-mone-ntiliou-nesos-ioanninon](http://www.religiousgreece.gr/epirus-thessaly/-/asset_publisher/bD2Iayf9w5H8/content/i-mone-ntiliou-nesos-ioanninon)

ΙΕΡΑ ΑΡΧΙΕΠΙΣΚΟΠΗ ΑΘΗΝΩΝ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ,
«Ιερά Μονή Αγίου Νικολάου Φιλανθρωπηνών». Retrieved January 3, 2023, from
[http://www.religiousgreece.gr/epirus-thessaly/-
/asset_publisher/bD2Iayf9w5H8/content/iera-mone-agiou-nikolaou-philanthropenon](http://www.religiousgreece.gr/epirus-thessaly/-/asset_publisher/bD2Iayf9w5H8/content/iera-mone-agiou-nikolaou-philanthropenon)

(List for “Imperator Lacrima”, retrieved January 15, 2023, from
<https://www.asiaimportnews.com/20-best-red-wines-in-the-world-in-2023/>).