

Περιεχόμενα

Περιεχόμενα Πινάκων και Σχεδιαγραμμάτων	xi
Περίληψη	xv
Ευχαριστίες.....	xvii

Μέρος Α' – Θεωρητικό Υπόβαθρο του Βιβλίου 1

1 Μουσεία, Κοινωνία, Συμπερίληψη	3
1.1 Αποσαφήνιση Ορισμών.....	3
1.2 Η Μουσειακή Πολιτική στην Ελλάδα.....	8
1.3 Προγενέστερη Βιβλιογραφία Σχετικά με τα Θεματικά Μουσεία της Ελλάδας.....	14
1.4 Ο Σύγχρονος Ρόλος και οι Στόχοι των Μουσείων	18
1.5 Νέες Τεχνολογίες (ICT) και οι Επιδράσεις στον Κόσμο των Μουσείων	20
1.6 Η Χρήση του Διαδικτύου στην Ανάπτυξη των Θεματικών Μουσείων	24
1.7 Μουσείο και Κοινωνία.....	25
1.8 Μουσείο και Σχολείο	27
1.9 Μουσειακή Εμπειρία.....	30
1.10 Συμπερίληψη και Συμμετοχικότητα.....	34
1.11 Συμμετοχικό και Συμπεριληπτικό Μουσείο	37
1.12 Επίλογος.....	42
1.13 Βιβλιογραφικές Αναφορές Α' Κεφαλαίου.....	44

2	Ελληνικά Θεματικά Μουσεία.....	47
2.1	Εισαγωγή.....	47
2.1.1	Ο Ρόλος των Θεματικών Μουσείων.....	47
2.1.2	Οι Στόχοι των Θεματικών Μουσείων.....	48
2.2	Τα Εκπαιδευτικά Προγράμματα των Θεματικών Μουσείων.....	49
2.2.1	Συμπεράσματα για τα Εκπαιδευτικά Προγράμματα στα Θεματικά Μουσεία.....	68
2.3	Ιστορική Ανασκόπηση από τα Πρώτα Θεματικά Μουσεία στην Ελλάδα.....	68
2.4	Θεματικά Μουσεία του ΠΙΟΠ.....	70
2.4.1	Τα Μουσείο-εκπαιδευτικά Προγράμματα των Θεματικών Μουσείων του ΠΙΟΠ.....	76
2.4.2	Οι Στόχοι των Θεματικών Μουσείων του ΠΙΟΠ.....	85
2.5	Ο Χάρτης με τα Θεματικά Μουσεία της Ελλάδας.....	87
2.6	Επίλογος.....	95
2.7	Προτάσεις.....	95
3	Τουρισμός, Πολιτιστικός Τουρισμός.....	99
3.1	Το Εννοιολογικό Περιεχόμενο του Τουρισμού.....	99
3.2	Η Τουριστική Ανάπτυξη στην Ελλάδα.....	102
3.3	Η Τουριστική Ζήτηση.....	104
3.4	Η Τουριστική Προσφορά.....	106
3.5	Νέες Τεχνολογίες και οι Επιρροές στον Τουρισμό.....	108
3.6	Οι Επιπτώσεις του Τουριστικού Φαινομένου.....	109
3.6.1	Οικονομικές Επιπτώσεις.....	110
3.6.2	Κοινωνικό-πολιτιστικές Επιπτώσεις.....	110
3.6.3	Περιβαλλοντικές Επιπτώσεις.....	111
3.6.4	Πολιτικές Επιπτώσεις.....	111
3.7	Τουρισμός Ποιότητας.....	111
3.8	Αναβάθμιση Τουριστικής Εμπειρίας.....	113
3.9	Χαρτογραφώντας την Ψυχολογία του Τουρίστα.....	115
3.10	Ο Ρόλος της Πληροφόρησης στον Τουρισμό της Ελλάδας.....	118
3.11	Ειδικές Μορφές Τουρισμού στην Ελλάδα.....	119
3.12	Πολιτιστικός Τουρισμός – Εισαγωγή.....	121
3.12.1	Ποιοι και Γιατί Επιλέγουν τον Πολιτιστικό Τουρισμό.....	123
3.13	Η Συνεισφορά των Μουσείων στην Τουριστική Ανάπτυξη της Ελλάδας.....	123
3.14	Επίλογος.....	124
4	Μουσειακό Μάρκετινγκ.....	127
4.1	Εισαγωγή.....	127
4.2	Η Σπουδαιότητα του Μίγματος Μάρκετινγκ για μια Επιχείρηση Μουσείου.....	128

4.3	Ορίζοντας το Μουσειακό Μάρκετινγκ.....	130
4.4	Οι Παράγοντες στους Οποίους Βασίζεται το Μουσειακό Μάρκετινγκ έως Σήμερα.....	131
4.5	Επίλογος.....	133
5	Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Start-Ups στον Πολιτισμό	135
5.1	Η Κοινωνική Διάσταση της ΕΚΕ και τα Χαρακτηριστικά της	135
5.2	Η Οικονομική Διάσταση της ΕΚΕ και η Σύνδεση με τα Ελληνικά Θεματικά Μουσεία.....	138
5.3	Οι Θεωρίες της ΕΚΕ και η Οικο-καινοτομία στα Μουσεία	140
5.4	Startups και Πολιτισμός στην Ελλάδα – Η Συμβολή του Crowdfunding.....	142
5.5	Επίλογος.....	145

Μέρος Β' – Εμπειρική Μελέτη του Βιβλίου 147

6	Έρευνα Κοινού.....	149
6.1	Εισαγωγή.....	149
6.2	Μεθοδολογία Έρευνας.....	150
6.3	Στάδια Διεξαγωγής Έρευνας	151
6.4	Τρόποι Επικοινωνίας με το Κοινό.....	152
6.5	Περιορισμοί και Δυσκολίες της Ερευνητικής Διαδικασίας	154
6.6	Δειγματοληψία και Συλλογή Δεδομένων	154
6.7	Βιβλιογραφική Ανασκόπηση Μοντέλων Έρευνας στον Παγκόσμιο Χάρτη	155
6.7.1	Βιβλιογραφική Ανασκόπηση Μοντέλων Έρευνας στην Ελλάδα.....	159
6.8	Απεικόνιση Μοντέλου Έρευνας και Ερευνητικών Ερωτημάτων.....	160
7	Αποτύπωση Ευρημάτων και Ανάλυση Μοντέλου Έρευνας.....	163
7.1	Ευρήματα.....	163
7.1.1	Δημογραφική Σύνθεση Δείγματος.....	164
7.2	Έλεγχος Δεδομένων και Κατανομή Δείγματος.....	169
7.3	Αναλύσεις Παραγόντων και Αξιοπιστίας	170
7.3.1	Διερευνητική Ανάλυση Παραγόντων	170
7.3.2	Επιβεβαιωτική Ανάλυση Παραγόντων.....	175
7.4	Περιγραφική Στατιστική	180
7.5	Έλεγχος Ερευνητικών Υποθέσεων.....	190
7.6	Μοντέλο Παλινδρόμησης Αντιληπτής Ποιότητας.....	195
7.6.1	Μοντέλο Παλινδρόμησης Ικανοποίησης Αγορών.....	196
7.6.2	Μοντέλο Παλινδρόμησης Συνολικής Ικανοποίησης.....	196

7.6.3	Μοντέλο Παλινδρόμησης Συστάσεων	198
7.7	Συμπεράσματα Έρευνα	199
7.7.1	Σχέση Πηγών Πληροφόρησης και Πρόθεσης Επίσκεψης Θεματικών Μουσείων.....	200
7.7.2	Παράγοντες Αντιληπτής Ποιότητας Θεματικών Μουσείων.....	200
7.7.3	Δράσεις Επικοινωνίας Μάρκετινγκ και Ικανοποίηση Αγορών.....	201
7.7.4	Παράγοντες Συνολικής Ικανοποίησης Θεματικών Μουσείων.....	202
7.7.5	Παράγοντες Πρόθεσης Επανεπίσκεψης Θεματικών Μουσείων.....	203
7.7.6	Ικανοποίηση και Συστάσεις Επισκεπτών Θεματικών Μουσείων.....	203
7.8	Προτάσεις για τη Βελτίωση Σύνδεσης Τουριστικού Μάρκετινγκ και Θεματικών Μουσείων Βάσει της Έρευνας.....	205
8	Μελέτη Περίπτωσης Μουσείου Καπνού Καβάλας	207
8.1	Εισαγωγή.....	207
8.2	Η Επισκεψιμότητα του Μουσείου Καπνού σε Αριθμούς	208
8.3	Πού Οφείλεται η Μείωση το 2017 και η Αύξηση το 2018;.....	209
8.4	Μουσείο Καπνού και Τοπική Κοινωνία	209
8.5	Μουσείο Καπνού και Δια Βίου Εκπαίδευση.....	210
8.6	Συνεργασία με Άλλα Μουσεία	211
8.7	Μάρκετινγκ Μουσείου Καπνού.....	211
8.8	Μουσείο Καπνού και Τουρισμός.....	211
8.9	Swot Ανάλυση Μουσείου Καπνού.....	216
8.10	Πρόταση Αύξησης Επισκεψιμότητας Μουσείου Καπνού σε Συσχέτιση με τον Τουρισμό της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας Και Θράκης.....	217
9	Μελέτη Περίπτωσης Μουσείου Μαστίχας Χίου	221
9.1	Εισαγωγή.....	221
9.2	Η Επισκεψιμότητα του Μουσείου Μαστίχας Χίου σε Αριθμούς.....	222
9.3	Πού Οφείλεται η Μείωση το 2018 και η Αύξηση το 2019;.....	226
9.4	Μουσεία ΠΙΟΠ και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.....	227
9.5	Μάρκετινγκ Μουσείου Μαστίχας Χίου	228
9.6	Μουσείο Μαστίχας Χίου και Περιβάλλον του Μουσείου.....	229
9.7	Swot Ανάλυση Μουσείου Μαστίχας Χίου	234
9.8	Πρόταση Αύξησης Επισκεψιμότητας Μουσείου Μαστίχας Χίο	235
10	Μελέτη Περίπτωσης Βιομηχανικού Μουσείου Φωταερίου.....	237
10.1	Εισαγωγή.....	237
10.2	Μουσείο Φωταερίου και Επισκέπτες	237
10.3	Το Μουσείο Φωταερίου και ο Εκπαιδευτικός του Χαρακτήρας.....	238
10.4	Το Μουσείο Φωταερίου και ο Κοινωνικός του Χαρακτήρας.....	238

10.5	Το Μουσείο Φωταερίου ως Οικονομικός Παράγοντας της Περιοχής	239
10.6	Μουσείο Φωταερίου και Μάρκετινγκ Επικοινωνίας	239
10.7	Συμπερίληψη και Συμμετοχικότητα στο Μουσείο Φωταερίου.....	241
10.8	SWOT Ανάλυση Μουσείου Φωταερίου και Προτάσεις Εξέλιξης.....	242
11	Γενικά Συμπεράσματα, Συζήτηση, Περιορισμοί και Προτάσεις Μελλοντικής Έρευνας.....	245
11.1	Εισαγωγή.....	245
11.2	Επίλογος και Συζήτηση.....	246
11.3	Περιορισμοί και Προτάσεις για Μελλοντική Έρευνα	248
	Βιβλιογραφία	251