

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ-ΟΛΙΚΗ
ΠΟΙΟΤΗΤΑ(ΜΒΑ-TQM)

«ΚΡΗΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ»

ΚΟΜΝΗΝΟΣ Κ. ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΚΟΥΡΕΜΕΝΟΣ ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ

ΠΕΙΡΑΙΑΣ 2018



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών

στη «Διοίκηση Επιχειρήσεων – Ολική Ποιότητα» με διεθνή προσανατολισμό

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

(περιλαμβάνεται ως ξεχωριστή [δευτέρα] σελίδα στο σώμα της διπλωματικής εργασίας)

Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη Διοίκηση Επιχειρήσεων - Ολική Ποιότητα με διεθνή προσανατολισμό με τίτλο:

“ΚΡΗΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ”

έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

Δηλώνω επίσης υπεύθυνα ότι οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολό τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο.

Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου.

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτητή/ τριας *Kotmet*

Όνοματεπώνυμο *ΚΟΜΝΗΝΟΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ*

Ημερομηνία *7/12/2018*



ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα διπλωματική εργασία έχει ως αντικείμενο μελέτης την κρητική διατροφή ως μέσο για την αναβάθμιση και αύξηση του ποιοτικού τουρισμού στην Κρήτη. Παρατίθενται αρχικά, στοιχεία για την ιστορία της κρητικής διατροφής από τη εποχή του Μίνωα. Στη συνέχεια επεξηγείται πως η κρητική διατροφή διαχωρίζεται κάτω από το πρίσμα της μεσογειακής, μέσα από μελέτες που επεξηγούν τα οφέλη της. Κατ' επέκταση αποσαφηνίζεται η σχέση τουρισμού-πολιτισμού-διατροφής(γαστρονομίας), όπου καταλήγουμε στην άρρηκτη σύνδεσή τους, αφού η μια συμπληρώνει την άλλη. Έπειτα επισημαίνονται ποια είναι τα πιστοποιημένα κρητικά προϊόντα και ποιες οι δράσεις που τελούνται σε τοπικό επίπεδο , αλλά και από τους ξενοδόχους της Κρήτης για την προώθηση των κρητικών προϊόντων. Στην συνέχεια, παρατίθενται τα αποτελέσματα της έρευνας, η οποία πραγματοποιήθηκε κατά την διάρκεια της υψηλής τουριστικής περιόδου με διαμοιρασμό ερωτηματολογίων.

Η έρευνα στηρίζεται πάνω σε τρεις βασικές κατευθυντήριες. Πρώτον, κατά πόσο οι ξενοδοχειακές μονάδες ικανοποιούν τους πελάτες. Δεύτερον, κατά πόσο έχει ενταχθεί και προωθηθεί η κρητική διατροφή από τα ξενοδοχεία. Και τρίτον κατά ποσό με αυτή τη δράση επηρεάζεται ο ποιοτικός τουρισμός στην Κρήτη, αυξάνοντας την ικανοποίηση των πελατών.

Συμπερασματικά λοιπόν, το επίπεδο ικανοποίησης των πελατών είναι υψηλό όπως επίσης και η προώθηση των κρητικών προϊόντων μέσα στις ξενοδοχειακές μονάδες, με αποτέλεσμα να αποτελούν πλέον πόλο έλξης για ένα μεγάλο ποσοστό επισκεπτών, καταλήγοντας έτσι ότι η προβολή της κρητικής διατροφής κερδίζει συνεχώς έδαφος για την αναβάθμιση και αύξηση, αλλά και παγίωση ενός υψηλού δείκτη ποιοτικής επισκεψιμότητας στο νησί της Κρήτης.

ABSTRACT

This diploma thesis aims at studying the Cretan diet as a means of upgrading and increasing the quality of tourism in Crete. To begin with, facts are given on the history of the Cretan diet from Minoan era. Furthermore it's been clarified how the Cretan diet differentiates from the Mediterranean one, through studies that illustrate its benefits. In addition, the relationship between tourism, culture and food (gastronomy) is clarified, thus resulting in their inseparable connection, since they complement each other.

The certified Cretan products are then highlighted as well as what actions are being taken locally, including ones by the hoteliers of Crete in order to promote Cretan products. Next, the results of the survey, which was conducted during high season through the distribution of questionnaires, are listed.

Research is based on three key guidelines. Firstly, whether hotel units satisfy customers. Secondly, to what extent the Cretan diet has been integrated and promoted by hotels. And finally, to what extent this action affects the quality of tourism in Crete, thereby increasing customer satisfaction.

To sum up, the level of customer satisfaction is high as well as the promotion of Cretan products within the hotel units making it a pole of attraction for a large number of visitors, thus concluding that the promotion of the Cretan diet is constantly gaining ground for the upgrading and growth, as well as the consolidation of a high rate of quality tourism on the island of Crete.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

| | |
|---|----|
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 | 5 |
| 1.1. ΠΡΟΛΟΓΟΣ..... | 5 |
| 1.2. ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ..... | 6 |
| 1.3. ΔΟΜΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ | 6 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2..... | 8 |
| 2.1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΤΗΣ ΚΡΗΤΙΚΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ | 8 |
| 2.2. Η ΚΡΗΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΣΗΜΕΡΑ | 14 |
| 2.3. ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΚΡΗΤΙΚΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ | 18 |
| 2.3.1. Η ΜΕΛΕΤΗ ΤΩΝ ΕΠΤΑ ΧΩΡΩΝ..... | 19 |
| 2.3.2. Η ΜΕΛΕΤΗ “LYON HEART” | 21 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 | 23 |
| 3.1. ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΗ ΚΑΙ ΚΡΗΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ | 23 |
| 3.2. ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΑ ΚΡΗΤΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ..... | 25 |
| 3.2.1. ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ | 25 |
| 3.2.2. ΚΡΗΤΙΚΟ ΤΥΡΙ..... | 26 |
| 3.2.3. ΚΡΑΣΙ | 29 |
| 3.2.4 ΜΕΛΙ..... | 30 |
| 3.2.5. ΚΡΗΤΙΚΟ ΚΡΕΑΣ..... | 30 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4..... | 32 |
| 4.1. ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | 32 |
| 4.2. ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ..... | 33 |
| 4.3. ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ..... | 37 |
| 4.4. ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΚΡΗΤΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ | 38 |
| 4.4.1. ΤΟ ΚΡΗΤΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ..... | 38 |
| 4.4.2. “WE DO LOCAL ” | 39 |
| 4.4.3. ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΩΙΝΟ..... | 40 |
| 4.4.4. ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΚΡΗΤΙΚΟ ΠΡΩΙΝΟ | 41 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5..... | 45 |
| 5.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ | 45 |
| 5.2 ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ..... | 45 |

| | |
|--|-----|
| 5.3 ΠΑΡΑΓΟΝΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ..... | 46 |
| 5.4 ΕΛΕΓΧΟΣ ΙΣΟΤΗΤΑΣ ΜΕΣΩΝ – ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΙΑΚΥΜΑΝΣΗΣ | 46 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6..... | 48 |
| 6.1. ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ..... | 48 |
| 6.1.1. ΠΡΟΦΙΛ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ | 48 |
| 6.1.2. Η ΕΠΙΣΚΕΨΗ ΣΑΣ..... | 53 |
| 6.1.3. Η ΔΙΑΜΟΝΗ ΣΑΣ..... | 59 |
| 6.1.4. Η ΚΡΗΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ..... | 69 |
| 6.2. ΠΑΡΑΓΟΝΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ - ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΥΡΙΩΝ ΣΥΝΙΣΤΩΣΩΝ..... | 94 |
| 6.3. ΕΛΕΓΧΟΣ ΙΣΟΤΗΤΑΣ ΜΕΣΩΝ ΓΙΑ k ΔΕΙΓΜΑΤΑ ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΑ(k>2) - ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΙΑΚΥΜΑΝΣΗΣ ΚΑΤΑ ΕΝΑ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑ | 106 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7..... | 111 |
| 7.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ..... | 111 |
| ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ..... | 114 |
| ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α | 119 |
| ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β | 124 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1.1. ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Στην παρούσα διπλωματική εργασία στόχος είναι να φανεί μέσα από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε, κατά πόσο η κρητική διατροφή προωθείται από τα ξενοδοχεία επαρκώς, κι αν αυτό οδηγεί σε προώθηση του τουρισμού στην Κρήτη, αναβαθμίζοντάς τον ποιοτικά αλλά και δημιουργώντας ένα τουριστικό πόλο έλξης με βάση την κρητική διατροφή.

Αρχικά, με μια ιστορική αναδρομή στη διατροφή της Μινωικής Κρήτης θα μελετήσουμε και θα παρατηρήσουμε την απαρχή της κρητικής διατροφής αλλά και την άρρηκτη σχέση της με εκείνη των νεότερων χρόνων. Στη συνέχεια, θα περάσουμε στη διατροφή των βυζαντινών χρόνων αλλά και σε εκείνη της περιόδου της Τουρκοκρατίας και της Ενετοκρατίας. Με αυτό τον τρόπο θα κατανοήσουμε το ιστορικό βάθος της κρητικής διατροφής.

Έπειτα, θα γίνει αναφορά στη μεσογειακή διατροφή και στην ελληνική διατροφή ώστε να μπορέσουμε να καταλήξουμε στον διαχωρισμού τους. Προχωρώντας, θα εστιάσουμε συγκεκριμένα στην κρητική γαστρονομία και τον διατροφικό πλούτο της.

Συνεχίζοντας, θα επεξηγηθούν όροι όπως γαστρονομικός και διατροφικός τουρισμός, πολιτισμικός τουρισμός, ποιοτικός τουρισμός, καταλήγοντας στον διατροφικό τουρισμό της Κρήτης. Σημαντικό κομμάτι της προώθησης του τουρισμού αποτελούν οι δράσεις, οι οποίες προωθούν και πιστοποιούν τα τοπικά προϊόντα στα ξενοδοχεία της χώρας καταλήγοντας στο νησί της Κρήτης.

Στη συνέχεια, θα παρουσιασθεί η έρευνα που πραγματοποιήθηκε και τα αποτελέσματά της. Η έρευνα διεξήχθη σε ξενοδοχεία της Κρήτης κατά την διάρκεια της υψηλής τουριστικής περιόδου και θα παρουσιασθούν τα αποτελέσματα, τα οποία συλλέχθηκαν από τις απαντήσεις των επισκεπτών του νησιού βάσει των ερωτηματολογίων που συμπλήρωσαν.

1.2. ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Σκοπός της εργασίας είναι να ξεδιαλύνει τις σκέψεις μας σχετικά με τον γαστρονομικό τουρισμό. Έχοντας ως επίκεντρο το νησί της Κρήτης, θα διευκρινιστεί πώς η προώθηση ποιοτικών προϊόντων μπορεί να συμβάλει αντίστοιχα στην επίτευξη ενός ποιοτικού τουρισμού.

Η συγγραφή της διπλωματικής εργασίας έχει στόχο να βρεθεί και παρουσιασθεί ο βαθμός ικανοποίησης των πελατών από τις ξενοδοχειακές μονάδες της Κρήτης και τους τομείς των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Στόχος επίσης είναι να διερευνηθεί και να παρουσιασθεί αναλυτικά εάν και σε τι βαθμό έχει ενταχθεί και προωθηθεί η Κρητική διατροφή στις ξενοδοχειακές μονάδες και κατά πόσο με αυτήν την δράση επηρεάζεται η συνολική ικανοποίηση των πελατών συμβάλλοντας στην αύξηση του ποιοτικού τουρισμού.

1.3. ΔΟΜΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η συγκεκριμένη εργασία αποτελείται από 7 κεφάλαια.

Στο Κεφάλαιο 1 προλογίζεται συνοπτικά η εργασία και παρουσιάζονται ο σκοπός, οι στόχοι, καθώς και η δομή της εργασίας. Στο Κεφάλαιο 2 γίνεται ένα ιστορικό ταξίδι στην κρητική γαστρονομία, ξεκινώντας από τη Μινωική Κρήτη και φτάνοντας στην κρητική διατροφή του σήμερα. Σε αυτό το κεφάλαιο παρατίθεται και μια σημαντική μελέτη που παρουσιάζει τα οφέλη της κρητικής διατροφής. Στο Κεφάλαιο 3 συγκρίνεται η Μεσογειακή διατροφή με την Κρητική, καταλήγοντας στο διαχωρισμό τους. Σε αυτό το κεφάλαιο θα παρατεθούν αναλυτικά τα προϊόντα της Κρήτης, τα οποία την κάνουν τόσο ξεχωριστή και ποιοτική. Στο Κεφάλαιο 4 θα διευκρινιστούν οι έννοιες Πολιτισμός-Τουρισμός-Διατροφή και θα γίνει μία προσπάθεια σύνδεσής τους. Επίσης, παρουσιάζονται δράσεις από τοπικούς φορείς και συλλόγους που βοηθούν τον κρητικό διατροφικό τουρισμό. Στο Κεφάλαιο 5 παρουσιάζεται αναλυτικά η μεθοδολογία της έρευνας. Στο Κεφάλαιο 6 παρατίθενται τα στατιστικά αποτελέσματα της έρευνας. Και τέλος, στο Κεφάλαιο 7 παρουσιάζονται τα

συμπεράσματα της έρευνας και παρατίθενται ορισμένοι συλλογισμοί και προτάσεις πάνω στα θέματα που εξετάστηκαν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2.1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΤΗΣ ΚΡΗΤΙΚΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

Η έντονη πολιτισμική ταυτότητα αλλά και ο ιδιαίτερος χαρακτήρας της Κρήτης μαρτυρούνται ήδη από τα αρχαία χρόνια. Η ενασχόληση των Μινωιτών με την μαγειρική μαρτυρείται από τα ευρήματα που κατά καιρούς έχουν βρεθεί στην Κρήτη, όπως χύτρες, γαβάθες, βραστήρες, τσουκάλια. Τα χρησιμοποιούσαν για το μαγείρεμα το οποίο γινόταν εκτός σπιτιού και μάλιστα ορισμένα φαγητά ψήνονταν χωρίς νερό, στον ατμό, με ξυλοκάρβουνα. Στα φαγητά τους συγκαταλέγεται το αλεύρι το οποίο είτε το έτρωγαν βρασμένο με πίτουρα σε μορφή χυλού είτε κοσκινίζοντάς το έφτιαχναν πίτα όπου μέσα τύλιγαν τα κρέατα και τα τυριά. Στις γευστικές τους συνήθειες περιλαμβάνονταν επίσης, τα ρεβίθια, τα κουκιά, το λαθούρι, η φάβα, οι φακές, το σέλινο, τα παντζάρια, οι αγριαγκινάρες, τα πικροράδικα, τα αγγούρια, τα κολοκύθια, το μάραθο, η μολόχα, τα ραπανάκια. Είναι εμφανές ότι τα λαχανικά και τα όσπρια αποτελούσαν τη βάση της διατροφής τους. Την γεύση των χόρτων έρχονταν να ενισχύσουν το λάδι, το αλάτι και οι βολβοί από κρεμμύδι και σκόρδο (Φωρ, 1990). Στις μινωικές τοιχογραφίες φαίνεται αισθητά η σχέση των Κρητικών με τη φύση. Καλλιεργούσαν επίσης, τεύτλα, πικραλίδες, αγγούρια, κολοκύθια, μάραθο, λάχανα και ρεπάνια (Renaud S, 1996). Εκτός από τα βρώσιμα φυτά υπήρχαν κι εκείνα που αποτελούσαν αντικείμενα λατρείας (Ψιλάκης Ν., Ψιλάκη Μ., 1995).

Αξίζει να αναφερθεί ότι οι Κρητικοί χρησιμοποιούσαν τα όσπρια και τα δημητριακά όχι μόνο για δική τους τροφή αλλά και ως προμήθειες για τα ζώα τους αποθηκεύοντάς τα σε μεγάλα πιθάρια. Επίσης, έσπερναν σπόρους όπως γαρύφαλλο, παπαρούνα, σησάμι, λίνο και ρετσινόλαδο. Τα φυτά αυτά χρησίμευαν όχι μόνο ως τροφή αλλά και για φαρμακευτική ή θρησκευτική χρήση. Την ίδια χρήση είχαν και τα αμέτρητα βότανα που φύτρωναν στα εδάφη της Κρήτης, όπως δίκταμο, μαντζουράνα, ρίγανη, φασκόμηλο, μελετίρα, θρούμπι, άγριο θυμάρι. Ο χειμώνας ήταν μια αφορμή για τραπεζώματα και τις εορτές δέσποζαν τα μελωμένα γλυκίσματα πασπαλισμένα με σουσάμι καθώς και τα σπόρια παπαρούνας αρωματισμένα και χρωματισμένα με σαφρά. Για την γιορτή του Σωτήρος και της Παναγίας έφτιαχναν τα λεγόμενα εφτάζυμα ψωμιά φτιάχνοντας προζύμι με αλεύρι από ρεβίθια (Φωρ, 1990). Τα

κυριότερα δημητριακά τότε ήταν το σιτάρι και το κριθάρι. Το αλεσμένο πίτουρο το κατανάλωναν υπό μορφή χυλού ή σαν σιμιγδάλι ενώ το αλεύρι καλύτερης ποιότητας το χρησιμοποιούσαν για την παρασκευή παξιμαδιών ή για να πασπαλίσουν κρέατα και τυριά (Renaud S., 1996). Το ψωμί διαδραμάτιζε σημαντικό ρόλο στη διατροφή τους και ζυμωνόταν είτε με νερό, είτε με μέλι και νερό ή λάδι. Το κριθίνο ψωμί που δεν είχε καθαριστεί από το πίτουρό του, ήταν το κυριότερο είδος και ακολουθούσε μεγάλη ποικιλία ψωμιών που σχετιζόταν με τον τρόπο παρασκευής, τον τρόπο ψησίματος ή με το σχήμα (Ψιλάκης Ν., Ψιλάκη Μ., 1995). Πέρα από το ψωμί, οι χωρικοί μάζευαν αμύγδαλα, φιστίκια, σύκα, βελανίδια, κεδροκούκουτσα, μήλα, κάπαρη, γκόρτσα, κυδώνια, ρόδια και χαρούπια, των οποίων ο καρπός, αφού πρώτα τον πολτοποιούσαν και στράγγιζαν το νερό, παρήγαγε μια ειδική ζάχαρη, το λεγόμενο χαρουπόμελο (Φωρ, 1990).

Το πιο σημαντικό προϊόν για τους Μινωίτες αποτελούσε η ελιά, καθώς προσέφερε όχι μόνο τους καρπούς της και το περίφημο κρητικό ελαιόλαδο αλλά το χρησιμοποιούσαν και ως βάση αρωμάτων για το σώμα, για επαλείψεις, στον αθλητισμό, στον καλλωπισμό των νεκρών, ως λιπαντικό για τα εργαλεία, ως αγνό προϊόν στα ιερά μύρα και στην ιατρική επιστήμη. Η Κρήτη φημιζόταν από την εποχή εκείνη για το σπουδαίο αυτό προϊόν της, μιας και τα πολυάριθμα και ιδιαίτερα αποδοτικά ελαιόδεντρα εξασφάλιζαν στο νησί την οικονομική κυριαρχία. Η κρητική ελιά εμφανίστηκε σε δυο μορφές, του άγριου (αργουλίδι) και του καλλιεργημένου (ελιά ή μουρέλα). Τους καρπούς της ελιάς που προόριζαν για διατήρηση και βρώση, τους έβαζαν στην άρμη (Φώρ, 1990). Οι βρώσιμες ελιές ήταν από τις βασικές τροφές της εποχής εκείνης και μάλιστα μπορούσαν να τις συντηρήσουν και να τις αποθηκεύσουν για πολύ καιρό. Υπήρχαν οι αλμάδες ελιές (διατηρούνταν σε άλμη), οι κολυμβάδες (διατηρούνταν σε ελαιόλαδο), οι θλαστές (διατηρούνταν σε άλμη και λάδι), οι γεργέριμοι (σταφιδιασμένες), οι γογγύλες (ήταν μεγάλες και στρογγυλές) (Ψιλάκης Ν., Ψιλάκη Μ., 1995).

Εκτός από την πολυκαλλιέργεια, ασχολούνταν επιπλέον με την κτηνοτροφία και τη μελισσοκομία. Έτρεφαν κοπάδια προβάτων, κατσικιών, άγριων προβατοειδών όπως αίγαγρους αλλά και χοίρων και αγριογούρουνων (Φωρ, 1990). Από τα αποτελέσματα των ανασκαφών, φαίνεται ότι οι Μινωίτες κατανάλωναν άφθονο κρέας αφού το κυνήγι ήταν σε άνθιση. Όμως, δεν περιλαμβανόταν στο καθημερινό τους διαιτολόγιο καθώς από τη μία προτιμούσαν να τρέφονται από τα αγαθά της κρητικής γης και από

την άλλη το κρέας θεωρούνταν το φαγητό των πλουσίων (Ψιλάκης Ν., Ψιλάκη Μ., 1995). Άρμεγαν το γάλα, το έβραζαν και του πρόσθεταν για μαγιά συκόμελο. Ακολουθώντας την απαραίτητη διαδικασία έφτιαχναν γιαούρτι και φέτα και τα έβαζαν σε δοχεία από τα οποία σπασμένα κομμάτια ανασύρονται από τις ανασκαφές. Το γάλα που δεν γινόταν τυρί, αποτελούσε τη βάση της διατροφής των βοσκών συμπληρώνοντας την με καρπούς, βελανίδια, κάστανα και κρέας. Ένα άλλο είδος κτηνοτροφίας ήταν η μελισσοκομία. Το μέλι χρησίμευε για τροφή στα βρέφη, για ζάχαρη στα γλυκίσματα, για φάρμακο και προσφορά στους θεούς (Φωρ, 1990). Με μέλι, σουσάμι και ζαφορά, αλείφονταν τα γλυκά των Μινωιτών. Ένα γλυκό ονομαζόμενο “γλυκίνας” παρασκευαζόταν με γλυκό κρασί και λάδι. Το “γάστριν” παρασκευαζόταν με καρύδια, αμύγδαλα, σπόρια παπαρούνας και μέλι, βάζοντας δύο φύλλα από σουσάμι αλεσμένο πάνω και κάτω αντίστοιχα, θυμίζοντας τον σημερινό μπακλαβά (Ψιλάκης, Ν., Ψιλάκη Μ., 1995).

Οι Μινωίτες τιμούσαν στο τραπέζι τους ένα επιπλέον έδεσμα, τα ψάρια. Λαός ναυτικός, εκμεταλλεύτηκε τη θάλασσα στο έπακρο. Η κακαβιά ήταν από τα αγαπημένα φαγητά, μιας και μπορούσαν να την παρασκευάσουν από διαφορετικά είδη ψαριών τα οποία τα έβραζαν όλα μαζί. Επίσης, τα διατηρημένα ψάρια όπως παστός μπακαλιάρος και ξερές σουπιές ήταν στις πρώτες προτιμήσεις (Ψιλάκης Ν., Ψιλάκη Μ., 1995). Επιπλέον, από το τραπέζι δεν έλειπε ο σκάρος, το λαβράκι, η σφυρίδα, ο σκορπιός και η τσιπούρα. Σαν τροφή επίσης, χρησίμευαν και τα αυγά του κέφαλου που τα συμπίεζαν, τα αλάτιζαν και τα ξέραιναν στον ήλιο ή τα κάπνιζαν (Φωρ, 1990). Δεν έλειπαν, εκτός από τα ψάρια, τα θαλασσινά, τα καβούρια και οι αστακοί που αποτελούσαν μέρος της καθημερινής διατροφής (Renaud S., 1996). Δεν μπορούμε να μην αναφερθούμε στην εικόνα του Μινωίτη ψαρά της Σαντορίνης ο οποίος κρατά στα χέρια του άφθονα ψάρια, κάτι που μαρτυρά την ιδιαίτερη θέση που αυτά κατείχαν στη μινωική διατροφή (Ψιλάκης Ν., Ψιλάκη Μ., 1995).



Πηγή: *ebooks.edu.gr*

Την διατροφή συμπλήρωνε αναντίρρητα το ποτό, που δεν ήταν άλλο από το κρασί. Άλλοτε έριχναν μέσα λίγο γύψο κι άλλοτε το νέρωναν και πρόσθεταν διάφορα αρωματικά όπως κέδρο και γλυκάνισο. Οι μινωικοί αμπελουργοί είχαν διάφορα είδη κρασιών και η εξαγωγή του αποτελούσε δύναμη και δόξα για τον λαό της Κρήτης. Στα σπίτια των χωρικών η κατανάλωση του κρασιού ήταν ελάχιστη καθώς προτιμούσαν να πίνουν μονάχα στις γιορτές και όταν υποδέχονταν ξένους (Φωρ, 1990). Το κρασί το έπιναν μονορούφι αλλά πάντα σε μικρή ποσότητα. Φρόντιζαν να μην μεθούν καθώς θεωρούσαν τους μεθυσμένους αξιοθρήνητους (Renaud S., 1996). Τα σταφύλια και η σταφίδα από την άλλη, προορίζονταν κυρίως για οικιακή χρήση και όχι για το εμπόριο όπως στις μέρες μας (Φωρ, 1990).

Εγκαταλείποντας τη Μινωική Κρήτη με τον σπουδαίο πολιτισμό της, μεταπηδούμε στη Βυζαντινή εποχή για να εξετάσουμε την πορεία και την εξέλιξη της κρητικής διατροφής. Όσον αφορά το κρέας, οι Βυζαντινοί το μαγείρευαν με διάφορους τρόπους δείχνοντας την ιδιαίτερη αγάπη τους για τα συντηρημένα κρέατα. Στην Κρήτη, οι συνήθειες των Βυζαντινών επιβίωσαν τόσο στο πέρασμα του χρόνου, που μπορεί κανείς να παρατηρήσει εκπληκτικές ομοιότητες, ακόμα και από το γεγονός ότι διατηρούνται οι ονομασίες των εδεσμάτων καθ' όλα ίδιες (Ψιλάκης Ν., Ψιλάκη Μ., 1995).

Στα βυζαντινά τραπέζια, όμως, κυριαρχούν και τα ψάρια, με τον γάρο να γίνεται απαραίτητο έδεσμα μαζί με τον τρόπο παραγωγής του που είχε ως εξής: αλάτιζαν το συκώτι και άλλα εντόσθια ψαριών, τα έβαζαν σε ανοιχτά πήλινα αγγεία και τα άφηναν να λιαστούν για περίπου δυο μήνες. Στη συνέχεια, πρόσθεταν μικρά ψάρια,

λάδι, κρασί, ρίγανη και άλλα καρυκεύματα. Αδιαμφισβήτητα, η κουζίνα των Βυζαντινών με εκείνη των νεότερων χρόνων δεν παρουσιάζει πολλές διαφορές ως προς τον τρόπο παρασκευής αλλά και τα είδη των εδεσμάτων. Τα ψάρια μαγειρεύονταν οφτά, βραστά, τηγανιτά με αλεύρι. Μία άλλη αγαπημένη συνήθεια που διατηρήθηκε ήδη από τα βυζαντινά χρόνια είναι να μαγειρεύονται τα ψάρια με χόρτα, όπως μάραθα ή πράσσα. Ίδιος παραμένει και ο τρόπος που ψήνονται τα παστά ψάρια (Ψιλάκης Ν., Ψιλάκη Μ, 1995).



Πηγή: exploringbyzantium.gr

Από τη βυζαντινή διατροφή δεν έλειπαν τα χόρτα, αν και θεωρούνταν ευτελής τροφή. Η “μόλοχος” των βυζαντινών που γινόταν βραστή ή τηγανιτή, η τσουκνίδα, τα λάπαθα, τα βλίτα, οι γαλατσίδες. Οι ελιές παρέμεναν η βασική διατροφική επιλογή και των βυζαντινών και συγκαταλέγονταν στις πιο προσιτές τροφές μαζί με τα χόρτα και τα αυγά. Αναπόσπαστο κομμάτι της βυζαντινής κρητικής διατροφής αποτελούσε το ψωμί με επικρατέστερο το “κιβάριον” που χαρακτηριζόταν άρτος κατώτερης ποιότητας. Ακόμα, υπήρχε ο “καθαρός άρτος” που φτιαχνόταν από σίτινο αλεύρι σχολαστικά κοσκινισμένο και αποτελούσε αναπόσπαστο μέρος του καθημερινού τραπέζιού των ευπόρων ενώ τα φτωχότερα σπίτια το τιμούσαν μόνο στις γιορτές. Οι βυζαντινοί έτρωγαν επίσης, τη λεγόμενη “χειρομυλόπιτα”, μία πίτα που κατασκευαζόταν από αλεύρι αλεσμένο στον χειρόμυλο και ψηνόταν σε πήλινη ή μεταλλική πλάκα (Ψιλάκης Ν., Ψιλάκη Μ., 1995).

Συνεχίζοντας το γευστικό ταξίδι στο χρόνο, θα σηκωθούμε από το τραπέζι των βυζαντινών και θα καθίσουμε στο τραπέζι της βενετοκρατούμενης Κρήτης. Πολλές ονομασίες φαγητών δηλώνουν την επιρροή της κρητικής κουζίνας από τους Ενετούς, όπως για παράδειγμα η “τζελαδιά”, γνωστή σήμερα ως τσιλαδιά (πηχτή) . Όμως, παρ’ όλες τις επιρροές αυτές, στην Κρήτη κυριάρχησαν οι βυζαντινές γεύσεις. Κατά την περίοδο της Ενετοκρατίας (1211 – 1669) το κρέας θεωρούνταν μια ακριβή επιλογή. Η κλειστή αγροτική οικονομία επέβαλε τρόπους επεξεργασίας του κρέατος

με σκοπό να μπορεί να διατηρηθεί αρκετούς μήνες μετά τη σφαγή. Τα λουκάνικα ήταν επίσης, αρκετά διαδεδομένα στην Κρήτη, καθώς και το απάκι, όπως ονομάστηκε από τα βυζαντινά κιόλας χρόνια το καπνιστό κρέας. Παρασκευάζεται από χοιρινό κρέας και αλατίζεται, καπνίζεται και συντηρείται για αρκετό καιρό. Στην Ενετοκρατία γνώριζαν πολλούς τρόπους συντήρησης των κρεάτων και ανάμεσα στα συντηρημένα τρόφιμα μπορούμε να αναφέρουμε τις μπουραδέλλες, τα σαλούμα, τα ζαμπιόνια (Ψιλάκης Ν., Ψιλάκη Μ., 1996).

Όσον αφορά τα ψάρια, η κατανάλωσή τους φαίνεται να πολλαπλασιάζεται. Επί Ενετοκρατίας τα αλιευτικά προϊόντα κυριαρχούν στα τραπέζια των αστών της Κρήτης και ταυτόχρονα γίνονται εισαγωγές παστών ψαριών. Υπήρχε κατανάλωση στο μπαρμπούνι και τον σκάρο. Όσο για το επιδόρπιο, το πιο γνωστό γλυκό της Ενετοκρατίας ήταν το ‘‘παστέλλι’’, ένα γλυκό που παρασκευαζόταν με χυμό σταφυλιού και αλεύρι σαν τη σημερινή μουσταλευριά (Ψιλάκης Ν., Ψιλάκη Μ., 1995).

Επί Τουρκοκρατίας, τα ζυμαρικά ήταν από τα πιο γνωστά φαγητά της Κρήτης. Παρασκευάζονταν συνήθως λίγο πριν το μαγείρεμά τους, τα ξέραιναν στον αέρα, τα αποθήκευαν και τα χρησιμοποιούσαν ύστερα από βδομάδες ή μήνες. Τα κρύα βράδια του χειμώνα, αποτελούσαν ελαφριά και υγιεινή τροφή για τους Κρητικούς. Γνωστά είναι το μαγγίρι, οι χυλόφτες, τα λαζάνια, τα σκιουφιχτά μακαρόνια, το λαντουρίδι. Σημαντική τροφή στον αγώνα των Κρητών για επιβίωση εκείνα τα δύσκολα χρόνια, αποτέλεσε το ψάρι καθώς αρκετά μοναστήρια που βρίσκονταν κοντά στις ακτές, αξιοποίησαν στο έπακρο τις δυνατότητες που παρείχε η θάλασσα. Οι κάτοικοι της ενδοχώρας δεν είχαν συχνά την ευκαιρία να φάνε ψάρι καθώς υπήρχε η πεποίθηση ότι το ψάρι έπρεπε να είναι φρέσκο για να καταναλωθεί.

Οι Οθωμανοί κατακτητές επέβαλαν την αλλαγή των ονομασιών των ελληνικών φαγητών, ενώ ενίοτε καθιερώθηκαν οι ξενικές ονομασίες λόγω των ειδικών καταλόγων διατίμησης των προϊόντων που συντάσσονταν στην επίσημη γλώσσα της Οθωμανικής αυτοκρατορίας. Δια του λόγου το αληθές, οι ντολμάδες δεν έχουν καμιά σχέση με την τούρκικη κουζίνα, παρά την τουρκική ονομασία τους (Ψιλάκης Ν., Ψιλάκη Μ., 1995). Η Κρήτη είχε χάσει την εξαγωγική της δύναμη και την εμπορική της ισχύ, κάτι που οδηγούσε στην ανέχεια και την φτώχεια. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα ο λαός να αναζητήσει διαφορετικούς και ευκολότερους τρόπους μαγειρικής. Έτσι, ο

συνδυασμός της ποικιλίας των προϊόντων και η δύναμη της φαντασίας τους, βοήθησε τους κατοίκους να επιβιώσουν κάτω από αυτές τις δύσκολες συνθήκες και εμπλούτισε την κρητική κουζίνα δημιουργώντας νέους συνδυασμούς και διαφορετικές συνταγές φαγητών.

Όπως μπορεί να συμπεράνει κανείς, η Κρήτη, εξαιτίας της γεωλογικής θέσης της, έγινε σταθμός και σταυροδρόμι τριών ηπείρων. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα, με το πέρασμα των χρόνων και λόγω κάποιων ιστορικών συγκυριών, να έρθει σε επαφή με πολλούς λαούς και διαφορετικούς πολιτισμούς. Έτσι, η Κρητική κουζίνα αλληλοεπηρεάστηκε και αναμείχθηκε με τις γαστρονομικές συνήθειες των λαών αυτών.

2.2. Η ΚΡΗΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΣΗΜΕΡΑ

Η Κρητική διατροφή αποτελεί στις μέρες μας αξιόλογο σύμβουλο για την εξασφάλιση της καλής υγείας και μακροβιότητας. Δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι έρευνες που έχουν διεξαχθεί σε διεθνές επίπεδο, φέρουν την Κρήτη ως το καλύτερο παράδειγμα μεσογειακής διατροφής. Κι αυτό, λόγω της ποικιλίας των φαγητών που διαθέτει, τόσο ζωικής όσο και φυτικής προέλευσης. Το εκπληκτικό με την κρητική κουζίνα είναι ότι δεν προσπαθεί να μπερδέψει τις γεύσεις, και αυτό είναι ένα στοιχείο που την διαφοροποιεί από τις υπόλοιπες κουζίνες. Το κάθε υλικό που χρησιμοποιείται διατηρεί την δική του μοναδική ταυτότητα και την ξεχωριστή γεύση του.



Πηγή: protothema.gr

Οι κάτοικοι της Κρήτης τρέφονται με τα προϊόντα που παράγει η γη τους, δηλαδή καταναλώνουν άφθονα κηπευτικά, χόρτα και λαχανικά και έχουν μάθει να ζουν με

αυτά. Για παράδειγμα, την γλιστρίδα, την χρησιμοποιούν στη σαλάτα ωμή μαζί με ντομάτα και φέτα, όπως συνηθίζεται να σερβίρεται η παραδοσιακή χωριάτικη κρητική σαλάτα. Ενώ τα βλίτα θα τα δει κανείς βραστά με πατάτες και λάδι. Όσον αφορά τα κηπευτικά, το καλοκαίρι δεσπόζουν τα κολοκύθια, οι μελιτζάνες, οι πιπεριές, τα οποία χρησιμοποιούνται και με γέμιση ρυζιού για να απαρτίσουν τα γνωστά “γεμιστά” ή τους “λαχανοντολμάδες”, αλλά και κουνουπίδια, λάχανα, σέλινα (Ψιλάκης Ν., Ψιλάκης Μ., 1995). Επίσης, σε αφθονία υπάρχουν τα πράσα (ο γνωστός κελντανές), οι μπάμιες, το σπανάκι, η γούλα και τα φασόλια (Μακράκη Μ., 2009). Τα άφθονα κηπευτικά που καλλιεργούνται το καλοκαίρι μπορούν να αποτελέσουν μόνα τους ένα φαγητό ως κυρίως πιάτο ή να λειτουργήσουν ως συνοδευτικά του κρέατος. Ένα επιπλέον πλεονέκτημα είναι ότι μπορούν να χρησιμοποιηθούν καθ’ όλη τη διάρκεια της χρονιάς αφού φροντίζουν να τα συντηρήσουν το χειμώνα όσο περισσότερο μπορούν. Τα φασόλια αποξηραίνονται ολόκληρα, το ίδιο και οι μπάμιες. Στον νομό Ηρακλείου είναι ιδιαίτερα γνωστή η πεδιάδα της Μεσαράς για την καλλιέργεια ντομάτας και αγγουριών κάτω από θερμοκήπια (Νομαρχία Ηρακλείου, 1971).



Πηγή: maleviziotis.gr

Εκτός από τα κηπευτικά και τα χόρτα, καλλιεργούν και φρούτα, όπως σύκα, σταφύλια, κυδώνια, αχλάδια, μήλα, ρόδια, πορτοκάλια, μανταρίνια, βερίκοκα, μπουρνέλες, απίδια, σταφύλια (Ψιλάκης Ν., Ψιλάκη Μ., 1995). Γνωστά είναι τα πορτοκάλια του Φόδελε και του Πετροκεφάλι, οι πατάτες, τα πεπόνια και τα καρπούζια των Μαλίων, τα κηπευτικά της Αγίας Πελαγίας, τα λαχανικά και τα κεράσια της Αγίας Βαρβάρας, οι ντομάτες και τα αγγούρια από το Τυμπάκι, τη Χερσόνησο, τα Μάλια και οι μπανάνες της Άρβης (Νομαρχία Ηρακλείου, 1971).

Ένα κατ’ εξοχήν έδωσμα της Κρήτης, είναι τα κρητικά σαλιγκάρια, οι γνωστοί “χοχλιοί”. Μπορεί κάποιος να τους βρει κάτω από πέτρες και θάμνους. Λέγεται μάλιστα πως οι χοχλιοί της Κρήτης και ειδικά εκείνοι που μαζεύονται από τα βουνά

είναι οι νοστιμότεροι που υπάρχουν, επειδή η γλωρίδα αποτελείται από άφθονα αρωματικά φυτά και βότανα που αποτελούν ιδανική τροφή για τους χοχλιούς. Χωρίζονται σε χοντρούς και λιανούς και περισυλλέγονται με τις ανοιξιάτικες βροχές ή με αναζήτηση κάτω από τους θάμνους. Οι νηστίσιμοι χοχλιοί μαγειρεύονται βραστοί χωρίς λάδι, με λίγο ξύδι. Εκτός από τους νηστίσιμους είναι κι εκείνοι που αποτελούν ιδανικό μεζέ για τη ρακή ή το κρασί. Ιδιαίτερα αγαπητοί είναι οι λεγόμενοι ‘‘μπουμπουριστοί’’ που γίνονται στο τηγάνι με λάδι, ξύδι και αλάτι. Μπορούν να μαγειρεύονται σχεδόν όλο το χρόνο αφού αποθηκεύονται σε σακιά για λίγο καιρό (Ψιλάκης Ν., Ψιλάκη Μ., 1996).



Πηγή: mirsini.gr

Ένα ακόμα διαδεδομένο φαγητό της Κρήτης είναι ο ξινόχοντρος. Παρασκευάζεται από αλεσμένο σιτάρι και ξινισμένο γάλα και μπορεί να το καταναλώσει κανείς είτε φρέσκο είτε ξεραμένο στον ήλιο. Συχνά χρησιμοποιείται και ως συνοδευτικό (Ψιλάκης Ν., Ψιλάκη Μ., 1996). Ο χόντρος που παρασκευάζεται από αλεσμένο σιτάρι και αποτελεί τη βάση για τον ξινόχοντρο, μαγειρεύεται συνήθως με χοχλιούς και πολλές φορές χρησιμοποιείται αντί για ρύζι (Μακράκη Μ., 2009).

Φυσικά, δεν θα μπορούσαν να λείπουν από την κρητική διατροφή τα βότανα και τα φυτά από τα βουνά του νησιού, όπως θυμάρι και βασιλικό, ενώ το τραπέζι συμπληρώνει το κρασί από τα τοπικά αμπέλια και το παραδοσιακό ζυμωτό ψωμί. Από παλαιότερων χρόνων, το ψωμί αποτελούσε προϊόν ιδιαίτερου σεβασμού. Γι' αυτό τον λόγο δεν το πετούσαν ποτέ και μάλιστα όταν το έβρισκαν στο δρόμο το μάζευαν, το προσκυνούσαν και το άφηναν να το φάει κάποιο ζώο. Με το κρίθινο ψωμί φτιάχνουν το γνωστό κρητικό παξιμάδι, τον ‘‘ντάκο’’ και την

κριθαροκουλούρα. Βάζοντας πάνω ντομάτα, φέτα, λάδι και ρίγανη, δημιουργούν ένα έδεσμα με κρητική ταυτότητα. Υπάρχουν διάφορα είδη ψωμιών όπως τα κρίθινα, τα σίτινα, τα ανάμεικτα (μιγαδερά) αλλά και λατρευτικά ψωμιά όπως το χριστόψωμο, τα λαμπριάτικα, οι σεβεντούκοι (στρογγυλά ψωμιά που παρασκευάζονταν στα μοναστήρια), τα ψωμιά του γάμου (γαμοκούλουρα) και της βάφτισης (Ψιλάκης Ν., Ψιλάκη Μ. 1996).



Πηγή: reader.gr

Όσον αφορά τα γλυκά, η βάση είναι το μέλι και το πετιμέζι. Ως συμπληρώματα χρησιμοποιούνται το αλεύρι, το σησάμι, τα καρύδια, τα αμύγδαλα και η μυζήθρα. Με μυζήθρα φτιάχνονται τα καλιτσούνια και οι μυζηθρόπιτες. Τα Χριστούγεννα φτιάχνουν μελομακάρονα, τη σαρακοστή κουλουράκια λαδερά, λουκούμια, σταφιδόπιτες ενώ την Άνοιξη και το καλοκαίρι, γλυκά του κουταλιού. Σε κοινωνικές εκδηλώσεις συνηθίζονται τα ξεροτήγανα και τα αμυγδαλωτά (Ψιλάκης Ν., Ψιλάκη Ν., 1996).

Το σημαντικότερο όμως διατροφικό στοιχείο της Κρήτης είναι το ελαιόλαδο, το οποίο για τους Κρητικούς όπως και για όλους τους λαούς της Μεσογείου, αποτελεί τη βασική πηγή λίπους. Το ελαιόλαδο αποτελεί καθοριστικό στοιχείο της κρητικής διατροφής καθώς συμβάλει στην υγεία και τη μακροβιότητα των κατοίκων.

Παραδοσιακό και αγαπημένο ποτό της Κρήτης εκτός από το κρητικό κρασί, είναι η ρακή. Από κανένα σπίτι δεν λείπει έστω ένα μπουκάλι ρακή, καθώς με αυτήν

υποδέχονται τους καλεσμένους, συνοδευόμενη από κρητικούς μεζέδες. Μία ευκαιρία για γλέντι είναι η ημέρα της παραγωγής ρακής στα γνωστά "ρακοκάζανα" όπου μαζεύονται όλοι γύρω από το καζάνι, πίνουν και χορεύουν.

Συνοψίζοντας, μπορεί να παρατηρήσει κανείς ότι η σημερινή κρητική διατροφή δεν διαφέρει κατά πολύ από την διατροφή των παλαιότερων χρόνων ενώ ταυτόχρονα διαφαίνεται η ξεχωριστή κρητική ταυτότητα των προϊόντων που συμπληρώνουν μια γερή βάση για έναν υγιεινό τρόπο ζωής και διατροφής εμπιστευόμενοι καθόλα, τα "διαμάντια" της κρητικής γης.

2.3. ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΚΡΗΤΙΚΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

Είναι γενικά αποδεκτό ότι οι άνθρωποι που έζησαν σ' αυτό το νησί και τρέφονταν σύμφωνα με τον πατροπαράδοτο, παραδοσιακό τρόπο, μείωναν τις πιθανότητες να πεθάνουν από καρδιαγγειακά νοσήματα. Άλλωστε, τα στοιχεία της Παγκόσμιας Οργάνωσης Υγείας (1987) ισχυρίζονται ότι οι θάνατοι από νοσήματα της καρδιάς και των αγγείων ήταν πολύ λιγότεροι στην Κρήτη συγκριτικά με άλλες χώρες (www.cretan-nutrition.gr).

Το γεγονός ότι τα φρούτα, τα λαχανικά και τα χόρτα, συνοδευόμενα με το γνήσιο κρητικό ελαιόλαδο, κατέχουν πρωταρχική θέση στο τραπέζι, αυτό καθιστά την Κρήτη να έχει προνομιακή θέση σε σχέση με άλλες ελληνικές πόλεις και χώρες της Μεσογείου όσον αφορά τις διατροφικές συνήθειες. Το πιάτο τους περιέχει ελάχιστη ποσότητα κρέατος, μεγάλες ποσότητες ψωμιού, οσπρίων και λαχανικών και σχετικά μικρότερες ποσότητες ψαριού. Την εντύπωση των ξένων επισκεπτών προκαλεί το γεγονός ότι οι Κρητικοί καταναλώνουν ωμές αγκινάρες περιχυμένες με λεμόνι και αλάτι, ωμό σταμναγκάθι και παπούλες.

Το ελαιόλαδο είναι εκείνο που αποτελεί το βασικό στοιχείο της κρητικής διατροφής και της μακροζωίας καθώς θωρακίζει την καρδιά και βοηθά στην ομαλή λειτουργία πολλών οργάνων του ανθρώπινου σώματος, καθώς επίσης προστατεύει από μεγάλο αριθμό ασθενειών. Είναι απαραίτητο, καθώς λειτουργεί προληπτικά σε παθήσεις όπως αρτηριοσκλήρυνση, καρδιαγγειακά νοσήματα και καρκίνο. Τα βότανα και τα

αρωματικά φυτά που δεσπόζουν στα κρητικά βουνά είναι πλούσια σε ευεργετικές ιδιότητες. Επίσης, το μέλι και η σταφίδα περιέχουν πολλές βιταμίνες αποτελώντας σημαντική ασπίδα στην άμυνα του οργανισμού και κυρίως της καρδιάς.

Η κρητική διατροφή περιέχει χαμηλή περιεκτικότητα σε κορεσμένα λιπαρά και χοληστερόλη και υψηλή περιεκτικότητα σε υδατάνθρακες και ίνες που συμβάλλουν στην υγεία του δέρματος καθώς και στην ανανέωση των κυττάρων του. Έτσι, είναι ικανή να συμβάλλει στην καταπολέμηση του γήρατος. Επιπλέον, η ελάχιστη αλλά καθημερινή σχεδόν κατανάλωση του κρασιού θεωρείται ευεργετική για το καρδιαγγειακό σύστημα (Ζαμπέλας, 2006).

Συμπερασματικά, η υγεία των κατοίκων του νησιού της Κρήτης οφείλεται στο διαιτολόγιό τους αλλά και στον τρόπο ζωής τους. Σύμφωνα με μία μελέτη που διεξήχθη την δεκαετία του '60 σχετικά με τις αιτίες θανάτου που αφορούν τον πληθυσμό από 45 ως 64 ετών, οι κρητικοί κατανάλωναν περισσότερο ψωμί απ' ό τι οι Ολλανδοί ή οι Αμερικανοί. Συγκριτικά ωστόσο με τους άλλους λαούς της Μεσογείου έτρωγαν περισσότερα όσπρια και φρούτα και λιγότερο κρέας. Το ελαιόλαδο κρατούσε ιδιαίτερη θέση στη διατροφή ενώ τα ψάρια και το κρασί βρισκόνταν σε μέτρια θέση (Renaud S., 1996).

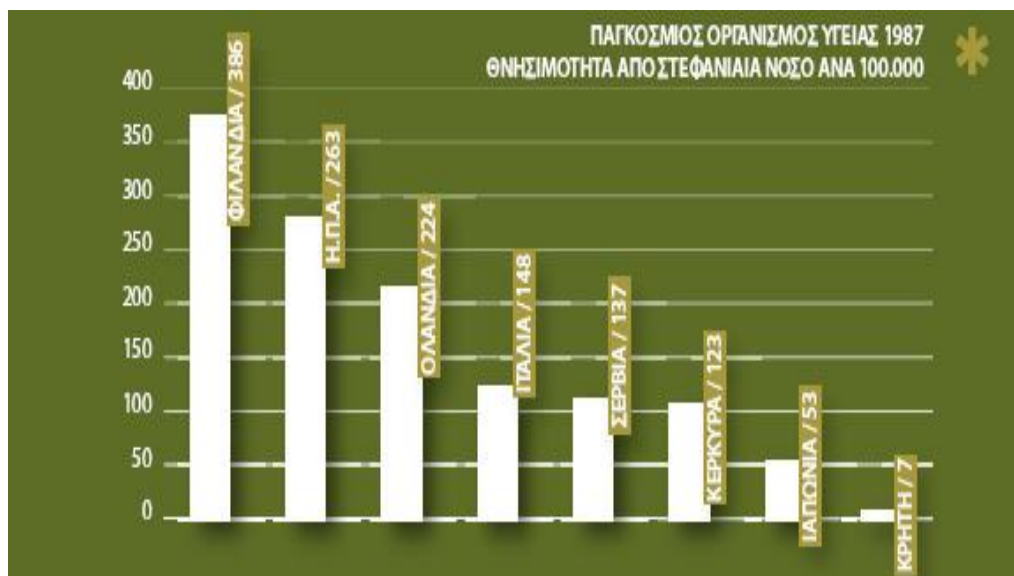
2.3.1. Η ΜΕΛΕΤΗ ΤΩΝ ΕΠΤΑ ΧΩΡΩΝ

Η Μελέτη των Επτά Χωρών διεξήχθη με αφορμή την διαπίστωση ότι ο τρόπος ζωής και διατροφής της κάθε χώρας διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην εκδήλωση καρδιαγγειακών παθήσεων. Εισηγητής της μελέτης ήταν ο Ancel Keys ο οποίος το 1956 επέλεξε επτά χώρες για να τις συγκρίνει μεταξύ τους. Κάθε χώρα είχε την υποχρέωση να βρει αριθμό 1.000 ατόμων με σκοπό να την εκπροσωπήσουν, ηλικίας από 40 έως 59 ετών. Οι χώρες αυτές ήταν οι Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, η Φιλανδία, η Ιταλία, η Γιουγκοσλαβία, η Ιαπωνία, η Ολλανδία (Zutphen), η Ελλάδα (Κέρκυρα και Κρήτη). Στόχος ήταν κάθε χώρα να παρουσιάσει ομάδες από περιοχές διαφορετικές μεταξύ τους. Η μελέτη αυτή κράτησε αρκετά χρόνια (Renaud S., 1996).

Ύστερα από δέκα χρόνια παρακολούθησης, η Κρήτη παρουσίαζε τη χαμηλότερη θνησιμότητα από στεφανιαία νόσο από όλες τις υπόλοιπες περιοχές και ενώ σε άλλες χώρες η θνησιμότητα ανερχόταν σε 184 θανάτους, στην Κρήτη ήταν μόνο 9. Το ποσοστό θνησιμότητας για την Κρήτη ήταν 7 στους 100.000 από στεφανιαία νόσο και 564 στις 100.000 για γενική θνησιμότητα, ποσοστό που χαρακτηρίζεται από τα χαμηλότερα (Renaud S., 1996).

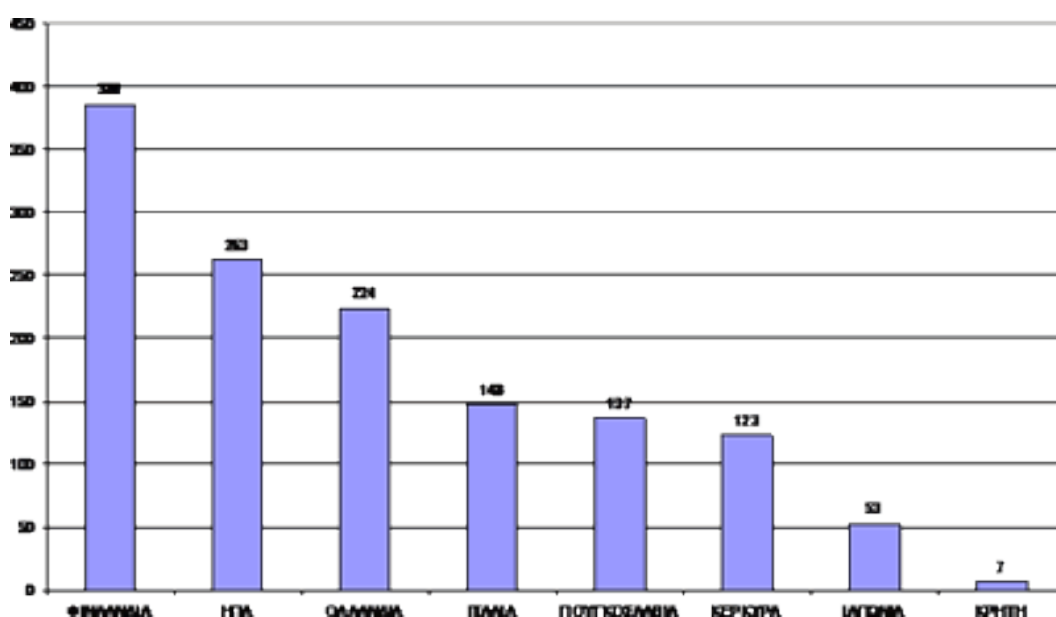
Κατά την δεκαετία του 1960 η κατανάλωση ψωμιού στους Κρητικούς ήταν πολύ μεγαλύτερη απ' ότι στους Ολλανδούς ή Αμερικανούς. Σε σχέση όμως με τους μεσογειακούς λαούς η κατανάλωση σε όσπρια και φρούτα ήταν πολύ μεγαλύτερη ενώ αντίθετα σε κρέας πολύ μικρότερη. Από την άλλη, η κατανάλωση κρασιού ήταν μέτρια ενώ εκείνη του ελαιολάδου πολύ μεγαλύτερη (Renaud S., 1996).

Παρατηρήθηκε από τους μελετητές των επτά χωρών ότι η καλή υγεία των Κρητικών δεν οφειλόταν μόνο στο διαιτολόγιό τους αλλά και στον τρόπο διαβίωσής τους. Η έλλειψη του στρες, των καταχρήσεων, η προσοχή στη μόλυνση του περιβάλλοντος ήταν παράγοντες που συνέβαλλαν στον υγιεινό τρόπο ζωής και διατροφής (Renaud S., 1996).



ΠΙΝΑΚΑΣ 2.1 Τα ποσοστά το έτος 1987 Πηγή: www.oilcrete.com

Μεσογειακές χώρες όπως η Ιταλία και η Γιουγκοσλαβία, παρουσίασαν πολύ χαμηλότερη θνησιμότητα λόγω στεφανιαίας νόσου από αυτήν των ομάδων της Βόρειας Ευρώπης ή των ΗΠΑ ενώ η μελέτη έδειξε την Κρήτη ως την περιοχή με το χαμηλότερο ποσοστό θνησιμότητας, ανεξάρτητα από τα αίτια θανάτου. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας στα επίσημα στοιχεία του παρουσιάζει την Ιαπωνία ως την χώρα με την χαμηλότερη θνησιμότητα γενικά και κατά συνέπεια την μεγαλύτερη μακροβιότητα. Όμως ο πίνακας 2.2 αποδεικνύει ότι η Ιαπωνία συγκεντρώνει συνολική θνησιμότητα μεγαλύτερη από την ομάδα της Κρήτης. (Menotti et al. 1999).



ΠΙΝΑΚΑΣ 2.2 Γενική Θνησιμότητα. Πηγή: www.rethimno.gr

2.3.2. Η ΜΕΛΕΤΗ “LYON HEART”

Το 1986 ο καθηγητής Serge Renaud πραγματοποίησε μια έρευνα με σκοπό να συγκρίνει τα αποτελέσματα που έχει το κρητικό διαιτολόγιο σε σχέση με εκείνο του American Heart Association, στην πρόληψη του εμφράγματος. Στόχος ήταν ο περιορισμός κατά 50% των υποτροπών των καρδιαγγειακών επεισοδίων μετά από ένα πρώτο έμφραγμα. Αναλυτικότερα, ο Γάλλος καθηγητής, S. Renaud χρησιμοποίησε το διατροφικό πρότυπο των Κρητικών, σε ανθρώπους που είχαν ήδη υποστεί έμφραγμα του μυοκαρδίου και βρισκόνταν υπό ιατρική παρακολούθηση. Επιλέχθηκαν άντρες

και γυναίκες κάτω των 70 ετών οι οποίοι είχαν υποστεί έμφραγμα έξι μήνες πριν. Κατά κύριο λόγο, αποκλείστηκαν όσα άτομα δεν ήταν σε θέση να εξετασθούν σε ένα τεστ κοπώσεως κατά τις 3 ή 4 εβδομάδες μετά το έμφραγμα. Ο κάθε ασθενής θα συμμετείχε για πέντε χρόνια στην έρευνα αυτή με μία εξέταση το χρόνο. Οι ασθενείς χωρίστηκαν σε δύο ομάδες, την ομάδα των μαρτύρων και την ομάδα των δεικτών. Στην πρώτη ομάδα ακολουθήθηκαν οι διατροφικές οδηγίες της Αμερικανικής Καρδιολογικής Εταιρείας (Α.Κ.Ε.), οδηγίες που δίνονται από την πλειοψηφία των γιατρών, με χαμηλά λιπαρά ενώ στην δεύτερη ακολουθήθηκε το κρητικό διαιτολόγιο. Τους συμβούλευαν να καταναλώνουν τυριά και γιαούρτια με μειωμένες λιπαρές ουσίες, να απομακρύνουν το λίπος από το κρέας και να καταναλώνουν περισσότερο ψωμί, δημητριακά, φρούτα και λαχανικά (Renaud S., 1996).

Αφού συμπληρώθηκαν 4 έτη παρατηρήθηκε ότι η ομάδα των δεικτών παρουσίαζε μειωμένα καρδιαγγειακά επεισόδια και εμφράγματα του μυοκαρδίου, σε σχέση με αυτή των μαρτύρων κατά 70% - 80%. Τα αποτελέσματα αυτά οδηγούν στο συμπέρασμα ότι μια σωστή στρατηγική για τη μείωση των θανάτων από καρδιαγγειακά νοσήματα ενδείκνυται να περιλαμβάνει ένα καρδιοπροστατευτικό διαιτολόγιο (Lorgeril M., Salen P., Martin JL., Monjaud I., Delaye J., Mamelle N., 1999). Όπως δείχνει και ο παρακάτω πίνακας, συνολικά 8 άνθρωποι της ομάδας της Κρητικής Δίαιτας απεβίωσαν, ενώ στην άλλη ομάδα 20. Στην δεύτερη ομάδα τα ποσοστά θνησιμότητας ήταν 70% - 76% αυξημένα. Παρατηρήθηκε ότι η Κρήτη είχε το χαμηλότερο ποσοστό θνησιμότητας από στεφανιαία νόσο και γενικότερα από οποιοδήποτε αίτιο θανάτου (Renaud S., 1996).

| | <i>Αριθμός Ασθενών</i> | <i>Κρητική Δίαιτα</i> | <i>Αμερικανική Καρδιολογική Εταιρεία</i> | <i>Διαφορά</i> |
|--|------------------------|-----------------------|--|----------------|
| Θνησιμότητα από Στεφανιαία Νόσο | 28 | 8 | 20 | 70% |

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.3 Θνησιμότητα από Στεφανιαία Νόσο

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3.1. ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΗ ΚΑΙ ΚΡΗΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ

Μεσογειακή Διατροφή ονομάζεται ένα διαιτητικό μοντέλο που θεωρείται ως πρότυπο και στο οποίο το ελαιόλαδο έχει πρωταρχικό ρόλο και θεωρείται κύρια πηγή λίπους. Τέτοιου είδους μοντέλο θεωρείται η Κρήτη του 1960 και άλλες περιοχές της Μεσογείου (Nestle,1995). Τον Νοέμβριο του 2010 η μεσογειακή διατροφή εντάχθηκε στον Κατάλογο Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO, κι αυτό γιατί θεωρήθηκε ότι οι μεσογειακές χώρες έχουν αναπτύξει έναν θαυμάσιο διατροφικό πολιτισμό (Καλπίδης Χ., 2014). Έρευνες έχουν δείξει ότι η παραδοσιακή μεσογειακή διατροφή ευνοεί στην πρόληψη του πρόωρου θανάτου, καθώς επίσης και ότι συνδέεται με τα χαμηλά ποσοστά των χρόνιων ασθενειών (Trichoroulou and Lagiou, 1997).

Ως προς τα υλικά, χρησιμοποιούνται κυρίως το ελαιόλαδο, τα δημητριακά, τα φρέσκα και ξερά φρούτα και τα λαχανικά, με τεχνικές όπως η συγκομιδή, η καλλιέργεια, η αλιεία και η διατήρηση των τροφίμων (Καλπίδης, Χ.). Η Μεσογειακή διατροφή είναι κάτι πολύ περισσότερο από μια δίαιτα· είναι τρόπος ζωής που συνδέεται με τη διατροφή και το αντίστροφο (www.oliveoiltimes.com, 18/03/2015).

Η Κρητική Διατροφή αποτελεί κομμάτι της Μεσογειακής Διατροφής, με αρκετά κοινά στοιχεία αλλά και διαφορές. Η κατανάλωση ψωμιού και αλκοόλ είναι χαμηλότερη στην Κρήτη, όπως και η κατανάλωση κόκκινου κρέατος που γίνεται μία ή δύο φορές το μήνα. Τα όσπρια, τα φρούτα και η κατανάλωση λαδιού κατέχουν εξέχουσα θέση στο κρητικό διαιτολόγιο, πολύ περισσότερο απ' ότι στη Μεσογειακή Διατροφή γενικότερα.

Η αξία των άγριων χορταρικών και των βοτάνων, η θεσπέσια γεύση τους καθώς και οι θεραπευτικές τους ιδιότητες, οι μέθοδοι μαγειρέματος και η συντήρηση των τροφίμων διαμορφώνουν μια πλούσια πολιτιστική κληρονομιά (Καλπίδης, Χ.).

Η Κρητική Διατροφή έχει αποτελέσει πλέον αντικείμενο μελέτης, μιας και οι περισσότερες έρευνες καταδεικνύουν την Κρητική Κουζίνα ως το

χαρακτηριστικότερο παράδειγμα Μεσογειακής διατροφής. Προτάθηκε μάλιστα, η Κρητική διατροφή να χαρακτηριστεί «Παραδοσιακή Μεσογειακή Διατροφή» ή ένα μείγμα ποικιλίας διατροφικών συνηθειών των Κρητικών με άλλες περιοχές της Ελλάδος και της Νότιας Ιταλίας (Willett WC, 2006). Με διατροφή απλή, στηριζόμενη στο ελαιόλαδο, τα δημητριακά, το ψωμί, τα όσπρια, τα λαχανικά και τα φρούτα ενώ λιγότερο και σε μικρές ποσότητες στα αυγά, το κόκκινο κρέας, τα τυριά και το γάλα, συνοδευόμενα από μικρή ποσότητα κόκκινου κρασιού στο γεύμα (Ψιλάκης Ν., Ψιλάκη Μ., 1995). Ένα δείγμα της Μεσογειακής διατροφής παρατίθεται στην πυραμίδα της εικόνας 3.1 που ακολουθεί:



Εικόνα 3.1. Η Πυραμίδα της Μεσογειακής διατροφής

Πηγή: diaitas.gr

3.2. ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΑ ΚΡΗΤΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ

3.2.1. ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ

Είναι διεθνώς αποδεδειγμένο ότι το ελαιόλαδο της Κρήτης είναι εξαιρετικής ποιότητας. Το δέντρο της ελιάς είναι απόλυτα συνδεδεμένο με τη ζωή του κρητικού καθώς με βάση τη σοδειά της υπολογίζονται τα έσοδα και τα έξοδα της οικογένειας. Ολόκληρη η Κρήτη είναι από πέρα ως πέρα, από τους κάμπους ως τις πλαγιές των βουνών, γεμάτη από δέντρα ελιάς (Περιοδικό ΚΡΗΤΗ, Φεβρουάριος 1980)



Πηγή: enikonomia.gr

Στην Κρήτη λίγοι είναι εκείνοι οι οποίοι αγοράζουν λάδι από τα καταστήματα καθώς οι περισσότεροι το προμηθεύονται από τα μέλη της οικογένειάς τους ή από φίλους και γνωστούς. Επίσης, ένα ποσοστό των κατοίκων λαμβάνει το μερίδιο του ελαιολάδου βοηθώντας στο μάζεμα των ελιών (www.oliveoiltimes.com, 18/03/2015). Το ελαιόλαδο κατέχει σπουδαίο ρόλο ανάμεσα στα κρητικά προϊόντα, καθώς (όπως κατεγράφη στο β' εξάμηνο του 2015) αποτελεί το 79% των εξαγωγών του κλάδου Τροφίμων και Ποτών και το 57% των συνολικών εξαγωγών της Κρήτης, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 518% δίνοντας έτσι το έναυσμα για περισσότερες προσπάθειες και για κατάκτηση νέων αγορών (www.sedik.gr, 12/10/2015).

Εκτός των άλλων, το ελαιόλαδο αποτελεί ασπίδα προστασίας από πλήθος ασθενειών όπως εκείνη της καρδιάς, του καρκίνου, της ρευματοειδούς αρθρίτιδας, της οστεοπόρωσης, του διαβήτη. Επίσης, βοηθάει στην πίεση του αίματος, στην πρόληψη της παχυσαρκίας και στην καταπολέμηση του στρες (www.oliveoiltimes.com). Σύμφωνα με ένα άρθρο που δημοσιεύθηκε στο περιοδικό Journal of the American Oil

Chemists Society, που έγραψε η Lucia Molina, το παρθένο ελαιόλαδο είναι το πλέον κατάλληλο για τηγάνισμα καθώς μπορεί να επαναχρησιμοποιηθεί ως και 8 φορές χωρίς να συγκεντρώσει μεγάλο αριθμό τοξικών ουσιών (www.sedik.gr).

3.2.2. ΚΡΗΤΙΚΟ ΤΥΡΙ



Πηγή: greek-gourmet.gr

Στην Κρήτη, το τυρί καταναλώνεται καθημερινά και καθ' όλη τη διάρκεια της ημέρας. Η κατανάλωση τυριού στην Κρήτη είναι η υψηλότερη παγκοσμίως και τα κρητικά τυριά θεωρούνται από τα καλύτερα (Ψιλάκης Ν., Ψιλάκη Μ., 1995). Το τυρί, ως σημαντική πηγή ασβεστίου και πρωτεϊνών, καταναλώνεται με σαλάτες, πίτες, μαγειρευτά φαγητά και συνδυάζεται περίφημα με άλλα βασικά προϊόντα της κρητικής διατροφής, όπως το μέλι.

Η κτηνοτροφία στην Κρήτη δεν έχει αλλάξει χαρακτήρα. Στηρίζεται σε μικρά ζώα, κυρίως αίγες και πρόβατα. Η ημιοικόσιτη κτηνοτροφία εκμεταλλεύεται την τριγύρω περιοχή για βοσκή παρέχοντας ως τροφή κυρίως μορεόφυλλα, χαρούπα και βελανίδια ενώ η ποιμενική κτηνοτροφία εκμεταλλεύεται τις ημιορεινές και ορεινές περιοχές για βοσκή (Νομαρχία Ηρακλείου, 1971). Τα ζώα της Κρήτης που είναι συνεχώς ελεύθερα στα βουνά ή στα χειμαδιά, τρέφονται σχεδόν εξ' ολοκλήρου με άγρια χόρτα, κρητικά βότανα και θάμνους. Η νομαδική κτηνοτροφία κατεργάζεται το γάλα άλλοτε στα ορεινά τυροκομεία, τα λεγόμενα μητάτα και άλλοτε σε εγκαταστάσεις λίγο έξω από τις πόλεις (Νομαρχία Ηρακλείου, 1971).

Οι Κρητικοί αγαπούν τα παραδοσιακά προϊόντα και ένα γεύμα θεωρείται ελλιπές χωρίς ένα είδος τυριού. Μπορεί να το συναντήσει κανείς σε παραλλαγές παραδοσιακών συνταγών όπως καλιτσούνια, μυζήθρα, λυχναράκια, σφακιανές πίτες (Explore Greek Gastronomy, 2017).



Πηγή: paxxi.gr

Κάθε χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης φροντίζει ώστε να διατηρεί τα ήθη και τα έθιμά της καθώς και τα τοπικά και παραδοσιακά προϊόντα της. Γι' αυτό το λόγο, η Ευρωπαϊκή Ένωση, θεσπίζοντας νομικό πλαίσιο, μεριμνεί ώστε να προστατεύει τα παραδοσιακά προϊόντα του εκάστοτε τόπου. Κάθε προϊόν, όπως για παράδειγμα το τυρί, που φέρει την ένδειξη ΠΟΠ σημαίνει ότι η παραγωγή γίνεται σε καθορισμένες γεωγραφικές περιοχές με αναγνωρισμένη τεχνογνωσία. Στην Ελλάδα, από τα περίπου 70 είδη τυριών, τα 20 έχουν την ένδειξη ΠΟΠ και τα 3 από αυτά προέρχονται από την Κρήτη. Τα τυριά αυτά είναι η γραβιέρα Κρήτης, η ξυνομυζήθρα και το πηχτόγαλο Χανίων. Τα είδη των τυριών που παράγονται στην Κρήτη είναι τα ακόλουθα (www.cretan-nutrition.gr):

- ❖ **Ανθότυρος:** παρασκευάζεται από γάλα πρόβειο ή κατσικίσιο και έχει ελαφρώς αλμυρή γεύση. Όταν ξεραθεί, έχει υψηλή περιεκτικότητα σε λιπαρά έως 65%. Συνδυάζεται τριμμένο πάνω σε μακαρόνια (www.cretan-nutrition.gr).
- ❖ **Γαλομυζήθρα:** απλή μορφή τυριού με φυσική οξύτητα, όπου το γάλα μετατρέπεται σε τυρί. Παράγεται κυρίως για οικιακή χρήση και όχι τόσο για

την αγορά. Συνδυάζεται υπέροχα με τον κρητικό ντάκο (www.cretan-nutrition.gr).

- ❖ **Γραβιέρα Κρήτης:** παρασκευάζεται από κατσικίσιο γάλα και γάλα προβάτου. Είναι πλούσιο σε πρωτεΐνες γάλακτος και έχει μια ελαφρά αλμυρή γεύση γεμάτη από βούτυρο. Συνδυάζεται με ψωμί, συνοδεύει πίτες και επίσης, με αυτό μαγειρεύεται το σαγανάκι (www.cretan-nutrition.gr). Έχει ένα απαλό κίτρινο χρώμα με μικρές τρύπες (Explore Greek Gastronomy, 2017).
- ❖ **Πηχτόγαλο Χανίων:** παρασκευάζεται στα Χανιά και είναι ένα τυρί που στην υφή μοιάζει με γιαούρτι και παρασκευάζεται από πρόβειο γάλα ή από συνδυασμό πρόβειου με γάλα αιγών. Τρώγεται είτε μόνο του είτε μαγειρεύεται με πίτες. Χρησιμοποιείται επίσης, για την παρασκευή της χανιώτικης μπουγάτσας (www.cretan-nutrition.gr).
- ❖ **Κεφαλοτύρι:** τυρί υποκίτρινου χρώματος που παράγεται από πρόβειο γάλα. Έχει αλμυρή και κάπως λιπαρή και πικάντικη γεύση. Ταιριάζει τριμμένο στα ζυμαρικά (www.cretan-nutrition.gr).
- ❖ **Μαλάκα:** είναι ιδανικό για πίτες. Αποτελεί το πρώτο βήμα για την παρασκευή της γραβιέρας (www.cretan-nutrition.gr).
- ❖ **Μυζήθρα:** παράγεται όταν στο νωπό γάλα προστίθεται φρέσκο, ζεσταίνεται και δημιουργεί ένα μαλακό και φρέσκο τυρί. Συνοδεύει φρούτα και θεωρείται ένα καλό ορεκτικό ή επιδόρπιο με μέλι (www.cretan-nutrition.gr).
- ❖ **Ξίγαλα Σητείας:** παρασκευάζεται στην ανατολική Κρήτη (Σητεία) και είναι ένα κρεμώδες τυρί. Έχοντας ξινή γεύση, θυμίζει την ξινομυζήθρα και το πυκτόγαλο Χανίων (www.cretan-nutrition.gr).
- ❖ **Ξινομυζήθρα:** κατά κόρον κρητικό τυρί, παρασκευάζεται από γάλα αιγοπροβάτων. Είναι κατάλληλο για πίτες και συνιστάται στις δίαιτες (www.cretan-nutrition.gr).
- ❖ **Στάκα:** η υφή του είναι ανάμεσα σε γιαούρτι και τυρί. Ιδανικό με μακαρόνια, σε πίτες ή πιλάφι (www.cretan-nutrition.gr).

3.2.3. ΚΡΑΣΙ



iatropedia.gr

Είναι γνωστό ότι η κατανάλωση κρασιού και ειδικά κόκκινου, προλαμβάνει την εμφάνιση καρδιαγγειακών νοσημάτων. Η ιδανική κατανάλωση κρασιού σύμφωνα με τις έρευνες είναι 1 -2 ποτήρια ημερησίως (Opie L., Lamont K., Lecour S. 2011).

Στο νησί της Κρήτης η ποιότητα του κρασιού έχει απογειωθεί. Τα κρητικά κρασιά σε συνδυασμό με την κρητική κουζίνα αποτελούν την ιδανική πρόταση για οιο – γαστρονομικό τουρισμό (www.winesurveyor.weebly.com). Ευδοκμούν πολυάριθμες ποικιλίες οινοποιήσιμων σταφυλιών, όπως αυτές στον ακόλουθο πίνακα (www.cretan-nutrition.gr):

| Ποικιλίες οινοποιήσιμων σταφυλιών | | |
|-----------------------------------|-------------------|-------------------------------------|
| Cabernet Sauvignon | Mouvedre | Δαφνί |
| Grenache Rouge | Sangiovese | Θραψαθήρι |
| Κοτσιφάλι | Syrah | Μαλβαζία |
| Λιάτικο | Βιδιανό | Μοσχάτο / Μοσχάτο Σπίνας |
| Μανδηλάρι | Βιλάνα | Πλυτό |
| Merlot | Chardonnay | Sauvignon Blanc |

Πίνακας 3.2

Το κρασί αποτελεί μέρος της κουλτούρας των Κρητικών. Συντροφεύει στις παρέες, στο γλέντι και πλαισιώνει τις κοινωνικές τους συναναστροφές. Οι σημερινές οινοβιομηχανίες της Κρήτης δεν έχουν αφήσει αναξιοποίητες τις παραδοσιακές ποικιλίες του σταφυλιού. Μάλιστα, το αρχαιότερο πατητήρι, που μετρά 3.500 έτη, βρίσκεται στις Αρχάνες της Κρήτης (www.cretan-nutrition.gr).

3.2.4 ΜΕΛΙ

Τα ενδημικά φυτά και ιδιαίτερα τα αρωματικά φυτά, προσφέρουν στις κρητικές μέλισσες την αγαπημένη τους τροφή με αποτέλεσμα οι μελισσοπαραγωγοί να μην χρειάζεται να ταΐζουν ζάχαρη τις μέλισσές τους. Η κρητική παράδοση στο μέλι κρατά ήδη από τα προϊστορικά χρόνια. Η επεξεργασία του κρητικού μελιού γίνεται με φυσικό τρόπο και χωρίς υψηλές θερμοκρασίες ώστε να μην καταστρέφουν τις βιταμίνες. Ιδιαίτερης αξίας θεωρείται το θυμαρίσιο μέλι καθώς περιέχει έντονο άρωμα και γεύση (Πολιτιστική Εταιρεία Κρήτης, www.pe-kritis.gr).



Πηγή: akros.gr

3.2.5. ΚΡΗΤΙΚΟ ΚΡΕΑΣ

Στις προτιμήσεις των κρητικών όσον αφορά το κρέας βρίσκονται αρχικά το αρνί και το κατσίκι και στη συνέχεια το μοσχαρίσιο και το χοιρινό κρέας. Η κατανάλωση κόκκινου κρέατος κυμαίνεται γενικά σε χαμηλά επίπεδα, γεγονός που δείχνει ότι η κρητική διαίτα έχει θετικές επιδράσεις στην υγεία. Αντιθέτως, η συχνή κατανάλωση κόκκινου κρέατος φαίνεται ότι αυξάνει τον κίνδυνο για καρδιαγγειακά νοσήματα, κι έχει συσχετιστεί με την εμφάνιση καρκίνου του παχέος εντέρου. Αιτίες για τις

δυσμενείς επιπτώσεις στην υγεία είναι η υψηλή περιεκτικότητά του σε κορεσμένα λιπίδια, αλλά και η δημιουργία καρκινογόνων ουσιών κατά το μαγείρεμα (Περιφέρεια Κρήτης, www.crete.gov.gr). Υπάρχει μια σχετική διαχρονικότητα στην κρητική κουζίνα όσον αφορά την παρασκευή του κρέατος. Το περίφημο κρητικό οφτό ήταν διαδεδομένο από την αρχαιότητα και μέχρι σήμερα θεωρείται χαρακτηριστικό κρητικό έδεσμα (Ψιλάκης Ν., Ψιλάκη Μ., 1995).



Πηγή: zarpanews.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

4.1. ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο πολιτισμός και ο τουρισμός συνδέονται στενά καθώς όσοι ταξιδεύουν σε κάποιο προορισμό συχνά επιδιώκουν να γνωρίσουν τον πολιτισμό του. Το φαγητό ήταν και συνεχίζει να είναι ένα από τα βασικά στοιχεία του πολιτισμού ενός τόπου. Αυτό που ωθεί τον άνθρωπο να ταξιδεύει σε διάφορα μέρη του κόσμου είναι ακριβώς αυτή η αναζήτηση της διαφορετικότητας και η φυγή από το συνηθισμένο που προσφέρει η καθημερινότητα. Ο πολιτισμικός τουρισμός θεωρείται η παλαιότερη μορφή τουρισμού. Η επίσκεψη σε ιστορικά μνημεία, σε πολιτισμικά τοπία, η παρακολούθηση ειδικών γεγονότων και εκδηλώσεων, η επίσκεψη σε μουσεία, αποτελούσε πάντοτε τμήμα της συνολικής τουριστικής εμπειρίας (Mckercher & Du Cros, 2002). Στα τέλη της δεκαετίας του 1970 ο Πολιτισμικός τουρισμός άρχισε να αναγνωρίζεται ως ειδική κατηγορία τουρισμού. Ερευνητές και φορείς του τουρισμού παρατήρησαν ότι αρκετοί τουρίστες ταξίδευαν με κύριο στόχο την κατανόηση του πολιτισμού και της πολιτισμικής κληρονομιάς του τόπου τον οποίο επισκέπτονταν (Tighe, 1986).

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού κατά το έτος 1985 έδωσε δύο ορισμούς του πολιτισμικού τουρισμού. Ο πρώτος είναι «στενότερος» και αναφέρεται στο ταξίδι που γίνεται με κίνητρο κυρίως πολιτισμικό όπως εκπαιδευτικές περιηγήσεις, θεατρικές, χορευτικές και μουσικές παραστάσεις, φεστιβάλ και άλλα πολιτιστικά δρώμενα. Επίσης, επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία, μουσεία, εκπαιδευτικά ταξίδια καθώς και τη μελέτη του λαϊκού πολιτισμού και της τέχνης. Ο δεύτερος ορισμός ονομάζεται «ευρύτερος» και περιλαμβάνει τις μετακινήσεις των ανθρώπων που γίνονται με σκοπό να ικανοποιήσουν την ανάγκη τους για διαφορετικότητα και την βελτίωση του πολιτιστικού τους επιπέδου (WTO, 1985, Richards, 1996; Richards, 1996/2005). Ο πολιτισμικός τουρισμός επομένως, αναφέρεται σε δραστηριότητες όπως ιστορικός τουρισμός, τουρισμός με επίκεντρο τις καλές τέχνες, τουρισμός μουσείων, θρησκευτικός τουρισμός, βιομηχανικός τουρισμός, γαστρονομικός τουρισμός, οινοτουρισμός, βιομηχανικός τουρισμός (Μοίρα, 2009).

Η πολιτισμική κληρονομιά και η ιδιαίτερη ταυτότητα ενός τόπου δεν αποτελείται μόνο από τα πολιτισμικά επιτεύγματα του παρελθόντος αλλά και από τον τρόπο ζωής των κατοίκων, την καθημερινότητα και τη διατροφή. Έτσι, το ενδιαφέρον των τουριστών για τις τοπικές κουζίνες των τουριστικών προορισμών έχει αυξηθεί σημαντικά, τόσο ώστε οι άνθρωποι να ταξιδεύουν σε έναν προορισμό ειδικά για να γνωρίσουν την τοπική κουζίνα ή να δοκιμάσουν τα πιάτα ενός διάσημου σεφ (Mitchell και Hall, 2003). Όταν ο τουρίστας δοκιμάζει νέες τοπικές γεύσεις έρχεται σε επαφή με την κουλτούρα και τον πολιτισμό άλλων χωρών. Πολλοί προορισμοί κάνουν προσπάθειες να ανταποκριθούν στην ολοένα αυξανόμενη ζήτηση για τα παραδοσιακά, αυθεντικά τρόφιμα (Καλλιίδης Χ, 2014).

Συνοψίζοντας, ως πολιτιστικός τουρισμός θα μπορούσε να ορισθεί το ταξίδι με γνώμονα τις διαφορετικές δραστηριότητες και εμπειρίες σχετικά με τον πολιτισμό, όπως γνωριμία με την ιστορία και την παράδοση των τόπων, την επίσκεψη σε πολιτιστικά μνημεία και μουσεία, τη γνωριμία με τα τοπικά ήθη και έθιμα και την τοπική γαστρονομία (WTO, 1985; Τσάρτας, 1996; ICOMOS, 1999; Μοίρα, 2009).

4.2. ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο όρος “Γαστρονομία” προέρχεται από την αρχαία λέξη ‘γαστήρ’ που σημαίνει κοιλιά και τη λέξη ‘νομία’ που σημαίνει γνώση ή νόμος. Ο όρος προσδιορίζει την τέχνη της μαγειρικής, την διαδικασία για την επιλογή των κατάλληλων υλικών και την παρασκευή του φαγητού με σκοπό τη γευστική απόλαυση (Μπαμπινιώτης, 2002). Σύμφωνα με τον ΣΕΤΕ (2009), ο όρος γαστρονομία σημαίνει την παρασκευή ποιοτικού και εύγεστου φαγητού συνδυάζοντάς το με καλό κρασί και δεν περιορίζεται αποκλειστικά στη μαγειρική αλλά επεκτείνεται σε μια σειρά προϊόντων και υπηρεσιών (ΣΕΤΕ, 2009). Σύμφωνα με τον Wilbur Zelinsky (1985) «γαστρονομικός τουρισμός» είναι η κατανάλωση φαγητού σε εστιατόρια με τοπική κουζίνα. Η Long (2004) ορίζει τον «μαγειρικό τουρισμό» ως τη διερεύνηση των διατροφικών συνηθειών ενός λαού συμπεριλαμβανομένης της κατανάλωσης, της παρουσίασης αλλά και της προετοιμασίας του φαγητού. Οι Hall & Mitchell (2001) ορίζουν τον «τουρισμό τροφίμων» ως τις επισκέψεις σε παραγωγούς τροφίμων, σε φεστιβάλ που αφορούν τα τρόφιμα, σε εστιατόρια και τη γνωριμία με τα προϊόντα

που αποτελούν το κίνητρο για την επίσκεψη σε έναν τόπο. Μάλιστα, πρόσφατα χρησιμοποιείται και ο ελληνικός όρος «οινοτουρισμός» (Laidet & Tóth; 2007; Canja, 2010; Bibicioiu & Cretu, 2013). Οι Smith και Xiao (2008) προσδιορίζουν το γαστρονομικό τουρισμό ως εκείνη την ταξιδιωτική εμπειρία μέσω της οποίας κάποιος μαθαίνει, εκτιμά και απολαμβάνει τα τοπικά προϊόντα. Αποτελεί επίσης, μια βιώσιμη λύση για τους προορισμούς εκείνους που δεν διαθέτουν ήλιο, θάλασσα ή οποιοδήποτε άλλο αξιοθέατο και προσθέτει επιπλέον αξία στην τουριστική εμπειρία (Καλπίδης Χ., 2014).

Το φαγητό σε συνδυασμό με άλλους παράγοντες όπως το κατάλυμα, τα αξιοθέατα, οι δραστηριότητες στον τόπο επίσκεψης και οι μεταφορές, αποτελούν βασικό τμήμα του τουριστικού προϊόντος (Reynolds, 1994). Μάλιστα, τα τελευταία χρόνια, η επιθυμία να δοκιμάσει κανείς ενδιαφέροντα προϊόντα στο κατάλληλο περιβάλλον αντικαθιστά την απλή ανάγκη για φαγητό, με αποτέλεσμα οι τουριστικές επιλογές να προσδιορίζονται σε σημαντικό βαθμό από αυτό (Mennell, 1985; Finkelstein, 1989; Pillsbury, 1990; Fürst et al., 1991). Η κατανάλωση φαγητού αποτελεί σημαντικό κομμάτι της τουριστικής εμπειρίας, αφού οι τουρίστες εκτός από εικόνες και ήχους, λαμβάνουν και τη γεύση των φαγητών (Long, 2004).

Τα τελευταία χρόνια, τα ταξίδια σε διεθνείς προορισμούς έχουν αυξηθεί σημαντικά. Σύμφωνα με στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, το 2012 σημειώθηκαν 1,035 εκατομμύρια αφίξεις τουριστών παγκοσμίως, 39 εκατομμύρια περισσότερες σε σχέση με εκείνες του 2011, καταγράφοντας αύξηση 3,8%. (UNWTO, 2013). Οι τουριστικές εισπράξεις από την άλλη, ξεπέρασαν κατά πολύ εκείνες των προηγούμενων ετών, φθάνοντας τα 837 δις ευρώ (1.075 τρις. δολάρια ΗΠΑ) σε σχέση με τα 749 δις ευρώ το 2011 (1.042 δις δολ ΗΠΑ), ξεπερνώντας το 1 τρις δολάρια (UNWTO, 2013). Σε αυτές τις μετρήσεις έρχεται να προστεθεί το γεγονός ότι οι τουρίστες έχουν γίνει πιο έμπειροι, με περισσότερο διαθέσιμο εισόδημα και περισσότερο διαθέσιμο χρόνο. Οι ταξιδιώτες αναζητούν στους προορισμούς εκτός από την ποιότητα, την βαθύτερη γνώση του πολιτισμού και του τρόπου ζωής των κατοίκων του τόπου που επισκέπτονται. Και καθώς ο τρόπος ζωής περικλείει και το φαγητό, τον τρόπο παρασκευής της τροφής και το περιβάλλον, έχει δημιουργηθεί μια υπέρμετρη ζήτηση για τοπικό φαγητό και μια τάση γι' αυτό που ονομάζεται «γαστρονομικός τουρισμός».



Πηγή: oliveoilrethimnocrete.blogspot.com

Το φαγητό κατέχει πλέον σημαντικό ρόλο στην εικόνα ενός τουριστικού προορισμού κι έτσι τα τελευταία χρόνια το γεγονός αυτό έχει αρχίσει να απασχολεί τους ερευνητές, την επιστημονική κοινότητα, τους επαγγελματίες του τουρισμού (Long, 2004), τις επιχειρήσεις τροφίμων και τις κυβερνήσεις. Σύμφωνα με στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, για το 44% των ταξιδιωτών ανά τον κόσμο το φαγητό αποτελεί ένα από τα τρία κριτήρια επιλογής του τόπου που θα επισκεφθούν. Σύμφωνα με τον ΠΟΤ, ακόμα και αν η γαστρονομία δεν αποτελεί το κυρίαρχο κίνητρο επιλογής ενός προορισμού, στην πραγματικότητα καταγράφεται η αύξηση του ρόλου του φαγητού ως συμπληρωματικού κινήτρου στην επιλογή των τουριστών (UNWTO, 2012). Το φαγητό παίζει σημαντικό ρόλο στην συνολική τουριστική δαπάνη καθώς οι περισσότεροι τουρίστες θα δειπνήσουν έξω, ενώ τα τρόφιμα και τα ποτά έχουν κυρίαρχο ρόλο στις δαπάνες τους (Wolf, 2006). Υποστηρίζεται επίσης, ότι η γαστρονομία επηρεάζει κατά πολύ την απόφαση για τις καλοκαιρινές διακοπές (Decrop & Snelders 2005).

Ο επισκέπτης, μέσα από τις διατροφικές συνήθειες ενός τόπου μαθαίνει τις εκφάνσεις της καθημερινότητας, την ιστορία και τον πολιτισμό του. Η γνωριμία με το φαγητό προσφέρει γνώσεις σχετικές με τον τρόπο ζωής (Bell & Valentine, 1997), βοηθώντας τους τουρίστες να κατανοήσουν τις διαφορές της δικής τους κουλτούρας σε σχέση με την κουλτούρα εκείνων των οποίων τη χώρα έχουν επισκεφθεί και με τους οποίους έρχονται σε επαφή (Hegarty & O' Mahoney, 2001; Williams, 1997). Παρ' όλα αυτά, παρατηρούνται εθνικές γαστρονομικές διαφορές όπως για παράδειγμα η κατανάλωση βατραχιών στη Γαλλία, ωμών ψαριών στην Ιαπωνία και σαλιγκαριών στην Ιταλία, επιλογές που για άλλους λαούς είναι αδιανόητες (Καλπίδης Χ., 2014).

Έρευνες υποστηρίζουν ότι οι αισθήσεις και οι ενθυμήσεις από τη συμμετοχή στην παρασκευή φαγητού και κρασιού κατά τη διάρκεια των διακοπών είναι πολύ ιδιαίτερες, καθώς μετατρέπονται σε πολύ προσωπικές εμπειρίες (Filkelstein, 1989; Mennel, Murcott & Van Otterloo, 1992). Είναι τόσο έντονες οι εμπειρίες αυτές ώστε έχουν την ικανότητα να τροποποιήσουν τις διατροφικές συνήθειες και τις συνήθειες κατανάλωσης κρασιού (Johns & Clarke, 2001; Johns & Kivela, 2001). Σύμφωνα με την International Culinary Tourism Association (2009) ο γαστρονομικός τουρισμός είναι η επιδίωξη της μοναδικής εμπειρίας γεύσης φαγητού και ποτού. Η φυσική ομορφιά του τόπου σε συνδυασμό με το τοπικό φαγητό, αποτελούν βασικά χαρακτηριστικά του γαστρονομικού τουρισμού.

Η γαστρονομία πέρα από το καλό φαγητό περιλαμβάνει ό,τι αφορά την απόκτηση του φαγητού, την προετοιμασία του, την παρουσίαση και τους τρόπους κατανάλωσής του. Έτσι, στον όρο γαστρονομία, συμπεριλαμβάνονται εκτός από τα εστιατόρια και τα οινοποιεία, τα βιβλία μαγειρικής, τα καταστήματα πώλησης ειδών μαγειρικής, τα καταστήματα τροφίμων, οι εκπομπές μαγειρικής στην τηλεόραση, η διαφήμιση, η επίσκεψη σε επιχειρήσεις παραγωγής τροφίμων. Η παρακολούθηση εκπομπών μαγειρικής, το ενδιαφέρον για την προέλευση του φαγητού, η άρνηση για τα fast food και η στροφή στα τοπικά προϊόντα είναι τα χαρακτηριστικά του λεγόμενου πολιτιστικού κεφαλαίου (Pietrykowski, 2004, Warde, 2004). Η παραγγελία ενός πιάτου προφέροντας την ονομασία του με τον τρόπο που την προφέρουν οι ντόπιοι, δείχνει πολιτιστική επάρκεια (Molz, 2004, Richards, 2002). Ωστόσο, για να λειτουργήσει το φαγητό ως τουριστικό αξιοθέατο, θα πρέπει να είναι εύγευστο και ταυτόχρονα εκτός του συνηθισμένου και του οικείου (Jochnowitz, 1998) και να παρέχει στους επισκέπτες διαφορετικές εμπειρίες όσον αφορά τα πιάτα, την παρουσίαση του γεύματος ή την ατμόσφαιρα του χώρου (Quan & Wang, 2004).

Εκπαιδευτικά προγράμματα μαγειρικής, τουριστικές ξεναγήσεις, οργανωμένη διαμονή σε αγροκτήματα όπου οι επισκέπτες διαμένουν στις αγροτικές κατοικίες και παράλληλα μπορούν να βοηθήσουν στις αγροτικές εργασίες, να συμμετέχουν στο μαγείρεμα του φαγητού και να δοκιμάσουν τις αγροτικές τοπικές γεύσεις αποτελούν ένα μοντέλο αγροτουρισμού. (Allen & Albala, 2007). Ο προορισμός προσφέρει τα τρόφιμα, τις συνταγές, τις τεχνικές και μετατρέπει τη γαστρονομία στο ιδανικό προϊόν για τουριστική κατανάλωση (Fields, 2002; Richards, 2002; Scarpato, 2002).

Εκτός από την κατανάλωση τροφίμων και ποτών στους ταξιδιωτικούς προορισμούς, πολλές φορές δημιουργείται η ανάγκη για την αγορά προϊόντων διατροφής ως αναμνηστικά καθώς είναι φθηνά και προσφέρουν υψηλή σύνδεση με το τοπικό στοιχείο και το μέρος που έχουμε επισκεφθεί (Καλπίδης Χ, 2014). Συχνά ο τουρίστας αδυνατεί να κάνει εμφανές στους άλλους αυτό που έχει καταναλώσει και η αγορά τροφίμων αποτελεί χειροπιαστό μέσο για την προβολή τους σε φίλους (Schor, 1998).

4.3. ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

Η Κρήτη θα μπορούσε να θεωρηθεί ως ο ιδανικός γαστρονομικός προορισμός. Πρώτα απ' όλα λόγω της μακράς γαστρονομικής της παράδοσης. Η Κρήτη διαθέτει από την αρχαιότητα εξαιρετικά εύγευστες γαστρονομικές παραδόσεις, ιδιαίτερες γεύσεις, αρώματα, υλικά και τεχνοτροπίες που παραμένουν ζωντανές ως σήμερα. Εκτός των άλλων, διαθέτει πλούσια ποικιλία σε προϊόντα, κάποια από τα οποία διατηρούν τη μοναδικότητά τους (Καλπίδης, Χ. 2014).



Πηγή: cna.gr

Ο πλούτος της Κρήτης, τόσο σε γαστρονομικό επίπεδο όσο και σε παραδόσεις αποτελεί μια ευκαιρία για την ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού στο νησί και την καθιέρωσή του ως Γαστρονομικό Προορισμό (Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ηρακλείου, www.crete.gov.gr).

4.4. ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΚΡΗΤΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ

4.4.1. ΤΟ ΚΡΗΤΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Το Κρητικό Σύμφωνο Ποιότητας είναι μια αστική μη κερδοσκοπική οργάνωση που υπάγεται στην Περιφέρεια Κρήτης και έχει σκοπό την προβολή και διάδοση της κρητικής διατροφής και την πιστοποίηση των χώρων εστίασης. Κύριο μέλημα είναι η ανάδειξη των τοπικών προϊόντων τόσο σε ελληνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο (www.crete.gov.gr). Οι βασικοί άξονες πάνω στους οποίους κινείται η εταιρία είναι ο τουρισμός (προώθηση γαστρονομικού τουρισμού), η τοπική γαστρονομική παράδοση (προώθηση της κρητικής διατροφής), η υγεία (η συμβολή της κρητικής διατροφής στην υγεία), τα τοπικά προϊόντα (βελτίωση ποιότητας των κρητικών προϊόντων), το περιβάλλον (προώθηση της «πράσινης» ανάπτυξης του νησιού) και ο πολιτισμός (προώθηση της κρητικής διατροφής ως μέρος του κρητικού πολιτισμού) (Καλπίδης Χ, 2014).

Για την επίτευξη του στόχου η Περιφέρεια διοργανώνει συνέδρια, εκθέσεις προϊόντων, επιμορφωτικές εκδηλώσεις και δράσεις σχετικά με τα κρητικά προϊόντα και προωθεί τις πιστοποιημένες επιχειρήσεις. Επίσης, συμμετέχει σε δράσεις που υλοποιούνται από εθνικό ή κοινοτικό φορέα στα πλαίσια των Κοινοτικών Πλαισίων Στήριξης. Ταυτόχρονα, οργανώνει έρευνα αγοράς για την επίτευξη του στόχου της εταιρίας και παρέχει εκπαιδευτικές και επιχειρηματικές υπηρεσίες στους επιχειρηματίες για την βελτίωση των προσπαθειών τους και την προώθηση των κρητικών προϊόντων (Καλπίδης Χ, 2014).

Το πρόγραμμα Σήμα Ποιότητας Κρητικής Κουζίνας της Περιφέρειας Κρήτης απονέμεται από το Κρητικό Σύμφωνο Ποιότητας ως φορέα πιστοποίησης, σε εστιατόρια που πληρούν τα κριτήρια του προγράμματος, αναγνωρίζοντας την ποιότητα των υπηρεσιών τους. Έχει ως στόχο τη συμμετοχή των ποιοτικών εστιατορίων στην προώθηση του νησιού ως γαστρονομικού προορισμού (Καλπίδης Χ., 2014).

4.4.2. “WE DO LOCAL ”



Πηγή: grekomania.com

Το «**We do local**» είναι ένα πρότυπο πιστοποίησης επιχειρήσεων και οι επιχειρήσεις που φέρουν αυτό το λογότυπο προσπαθούν να στηρίξουν την οικονομία, την παραγωγή και το εργατικό δυναμικό του τόπου, να αναδείξουν τη φιλοξενία, να δείξουν σεβασμό για το περιβάλλον και να προωθήσουν τον τοπικό πολιτισμό. Επίσης, λειτουργούν προσπαθώντας να διαδώσουν τα ήθη και τα έθιμα του τόπου παρουσιάζοντας την τοπική κουζίνα και στηρίζοντας τους τοπικούς παραγωγούς. Οι εταιρίες οι οποίες πιστοποιούνται από το We do local λαμβάνουν πιστοποιήσεις και επιβραβεύσεις για τις υπηρεσίες τους. Επιπροσθέτως, το We do local αναγνωρίζει και στηρίζει πρότυπα πιστοποίησης όπως το ISO, HACCP, Travelife (www.wedolocal.gr).

Το «We do local» ως πρότυπο πιστοποίησης δημιουργήθηκε από τη συνεργασία τριών εταιρειών, της «Cosmocert A.E.» (υπηρεσίες πιστοποίησης), της «Τοπική Παραγωγή και Φιλοξενία A.E.» (υπηρεσίες προώθησης), και της «Local Food Experts s.c.e.» (υπηρεσίες ολοκληρωμένης ανάπτυξης) (www.wedolocal.gr).

Εκείνο που θα κάνει μια επιχείρηση ή ένα κατάλυμα με το σήμα «We do local» να ξεχωρίσει, είναι η πιστοποίηση για ένα νέο διαφοροποιημένο τουριστικό προϊόν που θα ωθήσει τον πελάτη να επιλέξει ανάμεσα σε άλλα, εκείνο που ανταποκρίνεται στις ενδεχόμενες ανάγκες και απαιτήσεις του. Πιο συγκεκριμένα, τα μέλη με το σήμα «We do local» προβάλλουν την τοπική κουλτούρα αναδεικνύοντας το αίσθημα της φιλοξενίας και την ιδιαίτερη γαστρονομία του τόπου και ταυτόχρονα στηρίζουν τον

τόπο τους σεβόμενοι το περιβάλλον και υποστηρίζοντας την τοπική οικονομία και το εργατικό δυναμικό (www.wedolocal.gr).

4.4.3. ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΩΙΝΟ



Πηγή: ert.gr

Το πρόγραμμα «Ελληνικό Πρωινό» ξεκίνησε το 2010 με στόχο την ανάδειξη της γαστρονομικής παράδοσης του τόπου, μέσω των ξενοδόχων και των τοπικών παραγωγών. Η προβολή του μοναδικού χαρακτήρα των φαγητών και της ελληνικής κουζίνας είναι ο κυριότερος στόχος του προγράμματος, καθώς το πρωινό θεωρείται ως το κατεξοχήν γεύμα των διακοπών και αποτελεί την βασική πηγή ενέργειας για την έναρξη της ημέρας (Καλπίδης Χ., 2014).

Το «Ελληνικό Πρωινό» φέρνει τους πελάτες των ξενοδοχείων σε επαφή με την τοπική παράδοση και τα προϊόντα, προβάλλει την αξία και την ποιότητα της ελληνικής κουζίνας, προσδιορίζει και κάνει ευρέως γνωστή την γαστρονομική παράδοση των περιοχών εστιάζοντας στην ιδιαίτερη ταυτότητα κάθε τόπου και τέλος, προσθέτει ιδιαίτερη αξία στο ξενοδοχειακό προϊόν (Καλπίδης Χ., 2014).

Βασικό στοιχείο του προγράμματος είναι η επιλογή τοπικών προϊόντων σε ποσοστό 50% καθώς και η προβολή της πολιτιστικής ταυτότητας του τόπου -προορισμού αναδεικνύοντας τον ιδιαίτερο χαρακτήρα του και τα στοιχεία εκείνα που τον διαφοροποιούν (Καλπίδης Χ., 2014).

Το πρόγραμμα «Ελληνικό Πρωινό» υλοποιείται στην Ελλάδα με πρωτοβουλία του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος συνδέοντας τον πολιτισμικό - γαστρονομικό πλούτο της Ελλάδας μέσω των ελληνικών ξενοδοχείων (GTP, 2014). Το βασικό εργαλείο για την εξέλιξη του προγράμματος είναι το Τοπικό Σύμφωνο Ελληνικού Πρωινού (ΤΣΕΠ). Σε αυτό εμπλέκονται άνθρωποι της ενδιαφερόμενης περιοχής, όπως αγρότες, μάγειροι, ξενοδόχοι, παραγωγοί, τοπική αυτοδιοίκηση, φτιάχνοντας ένα χαρτοφυλάκιο του τόπου συνεργαζόμενοι με το ΞΕΕ και τις τοπικές ενώσεις ξενοδόχων. Το γαστρονομικό χαρτοφυλάκιο περιλαμβάνει τα προϊόντα ΠΟΠ (Προστατευμένη Ονομασία Προέλευσης) και ΠΓΕ (Προστατευμένη Γεωγραφική Ένδειξη), τους μάγειρες που θα συμμετέχουν, τους τοπικούς παραγωγούς, τους ερευνητές και συγγραφείς γαστρονομικών εκδόσεων και τους ξενοδόχους που πρόκειται να ενταχθούν στο πρόγραμμα (Καλπίδης Χ., 2014).

Οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν τα εδέσματα που αποτελούν τη βάση της Μεσογειακής διατροφής, μιας και αποτελεί σύμφωνα με την UNESCO, άυλη πολιτιστική κληρονομιά της ανθρωπότητας (www.unesco.org). Η μεσογειακή κουζίνα και διατροφή, διαδραματίζει ένα σημαντικό ρόλο σε πολιτιστικούς χώρους, φεστιβάλ και γιορτές, φέρνοντας σε επαφή τους ανθρώπους όλων των ηλικιών και όλων των κοινωνικών τάξεων.

Η βάση του ελληνικού πρωινού, όπως προωθείται από τα ελληνικά ξενοδοχεία είναι τα κύρια προϊόντα της μεσογειακής διατροφής όπως το ψωμί, τα παξιμάδια, το ελαιόλαδο, οι ελιές, το γιαούρτι, το μέλι, τα τυροκομικά, τα αλλαντικά, τα φρέσκα λαχανικά, τα όσπρια, οι πίτες, τα γλυκά και τα φρέσκα φρούτα (www.greekbreakfast.gr).

4.4.4. ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΚΡΗΤΙΚΟ ΠΡΩΙΝΟ

Μια επέκταση του ελληνικού πρωινού αποτελεί το κρητικό πρωινό. Στην αρχαιότητα οι κρητικοί ξεκινούσαν την ημέρα τους με ψωμί, ελιές, τυρί και ενίοτε με αυγά ή με φαγητό που είχε περισσέψει από την προηγούμενη ημέρα. Στον αστικό πληθυσμό του νησιού το πρωινό ήταν αρκετά πλούσιο και μάλιστα ουκ ολίγες φορές το πρωινό συμπλήρωνε ένα ποτήρι κρασί, βουτώντας σε αυτό ένα κομμάτι ψωμί.

Αδιαμφισβήτητα, οι κρητικοί έδιναν ιδιαίτερη σημασία στο πρωινό τους (Ψιλάκης Ν., Ψιλάκη Μ., 1995).



Πηγή: rethemnosnews.gr

Αξίζει να αναφερθεί ότι το πρωινό αποτελεί το μοναδικό γεύμα που εντάσσεται στην τιμή των υπηρεσιών ενός ξενοδοχείου και συνεπώς χρίζει τον ρόλο του πρεσβευτή της κρητικής γαστρονομίας. Στην ανάδειξη των κρητικών προϊόντων στο πρωινό γεύμα, χρησιμοποιείται από κάποια ξενοδοχεία η λεγόμενη «κρητική γωνιά» στον μπουφέ του πρωινού και αποτελεί μια σημαντική προώθηση των κρητικών προϊόντων, με αποτέλεσμα τη στροφή στον ποιοτικό τουρισμό. (<http://www.geusistour.com>).

Σύμφωνα με την πρόταση του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος τα προϊόντα τα οποία μπορούν να απαρτίζουν το πρωινό της Κρήτης είναι (www.geusistour.com)

Γαλακτοκομικά

- Γραβιέρα
- Πηκτόγαλο Χανίων
- Μαλάκα
- Εύγαλο
- Λευκό Τυρί άρμης
- Τυροζούλι
- Ανθόγαλο
- Μυζήθρα

- Γιαούρτι κατσικίσιο και πρόβειο
- Ανθότυρος

Αλλαντικά

- Σύγλινο
- Απάκι
- Λουκάνικο χωριάτικο

Μέλι

- Θυμαρίσιο
- Πευκοθυμαρόμελο
- Μέλι με ξηρούς καρπούς
- Παστέλι

Αυγά

- Αυγά με στάκα
- Σφουγγάτο (με λαχανικά και χόρτα)
- Αυγά βραστά
- Τηγανιτά στο ελαιόλαδο

Αρτοσκευάσματα

- Παραδοσιακό ψωμί
- Παξιμάδι

Ελαιόλαδο Κορωνέικο και ελιές

- Προϊόντα δέντρου της ελιάς, που συνδέονται άμεσα με την κουλτούρα και τη διατροφή της Ελλάδος.

Πίτες παραδοσιακές:

- Λυχνάρια
- Μυζηθρόπιτες
- Χορτόπιτες
- Γαλατόπιτα

- Μαλαμουδόπιτα
- Μελόπιτα
- Σφακιανές πίτες με μέλι
- Σαρικόπιτες
- Καριδόπιτα
- Κολοκυθόπιτα
- Μπουρέκι Κρήτης
- Σπανακόπιτα

Γλυκά

- Ξεροτήγανα
- Μουστοκούλουρα
- Κουλουράκια με λάδι
- Τσουρεκάκια
- Τηγανίτες
- Γαλακτομπούρεκο
- Σιμιγδαλένιος χαλβάς
- Λουκουμάδες
- Γιαούρτι με γλυκό κουταλιού
- Γιαούρτι με μέλι και καρύδια
- Ρυζόγαλο
- Γραβιέρα με μέλι

Ροφήματα:

- Φρέσκοι χυμοί φρούτων.
- Καφές – Ελληνικός.
- Αφεψήματα από αρωματικά βότανα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

5.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Το ερωτηματολόγιο σχεδιάστηκε από τον ερευνητή με την καθοδήγηση του επιβλέποντα καθηγητή. Είναι γραμμένο στην Αγγλική γλώσσα, αυτοσυμπληρούμενο από τον ερωτώμενο. Αποτελείται από ένα εισαγωγικό σημείωμα που ενημερώνει τους τουρίστες ότι αποτελεί τμήμα ακαδημαϊκής έρευνας στο πλαίσιο Διπλωματικής εργασίας και ότι αφορά την Κρητική διατροφή και την παρουσία της στα ξενοδοχεία της Κρήτης καθώς και ότι η συμπλήρωση του είναι σύντομη και ανώνυμη. Είναι χωρισμένο σε τέσσερις ενότητες. Οι δύο πρώτες περιλαμβάνουν ερωτήσεις σχετικά με την επίσκεψη και την διαμονή των ερωτώμενων. Η τρίτη ενότητα περιλαμβάνει ερωτήσεις σχετικά με την Κρητική διατροφή. Η τέταρτη ενότητα σχετίζεται με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτώμενων. Τα ερωτηματολόγια μοιράστηκαν και συλλέχτηκαν σε 4* και 5* ξενοδοχεία της Κρήτης που διέμεναν ένοικοι διαφόρων εθνικοτήτων και ηλικιών κατά την διάρκεια της υψηλής τουριστικής περιόδου Ιουλίου και Αυγούστου παρουσία του ερευνητή και το δείγμα αποτελείται από 222 ερωτηματολόγια με χρήση τυχαίας δειγματοληψίας. Συνολικά μοιράστηκαν 228 ερωτηματολόγια εκ των οποίων τα 6 δεν συμπεριλήφθηκαν επειδή είχαν πολλές αναπάντητες ερωτήσεις.

5.2 ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

Για την περιγραφική στατιστική ανάλυση των δεδομένων, χρησιμοποιούνται μέθοδοι της Περιγραφικής Στατιστικής, η οποία αποτελεί ένα εργαλείο με σκοπό τη συγκέντρωση, ταξινόμηση και παρουσίαση των πρωτογενών δεδομένων. Η Περιγραφική Στατιστική, περιλαμβάνει πίνακες συχνοτήτων και γραφήματα, όπως για παράδειγμα ραβδογράμματα καθώς και στατιστικά μέτρα (μέτρα κεντρικής τάσης, μέτρα διασποράς) (Αθανασόπουλος, 1989). Οι μεταβλητές που θα αναλυθούν στο ερωτηματολόγιο αυτό είναι σχεδόν στο σύνολο τους διατάξιμες και ποιοτικές μεταβλητές.

5.3 ΠΑΡΑΓΟΝΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

Η Παραγοντική Ανάλυση (Factor Analysis), με χρήση της Ανάλυσης Κυρίων Συνιστωσών (Principal Component Analysis), είναι μια από τις τεχνικές που εφαρμόζονται προκειμένου να μειωθούν οι διαστάσεις (Data Reduction) ενός συνόλου μεταβλητών. Η Παραγοντική Ανάλυση έχει ως στόχο την εύρεση κύριων παραγόντων που ερμηνεύουν το μεγαλύτερο μέρος (ή ολόκληρο) της συνολικής συνδιακύμανσης μιας ομάδας μεταβλητών. Το πολύ σημαντικό πλεονέκτημα της μεθόδου είναι ότι οι παράγοντες που προκύπτουν είναι ασυσχέτιστοι μεταξύ τους και κατά συνέπεια, ο καθένας συνοψίζει μια διαφορετική πτυχή των δεδομένων. Στο κεφάλαιο της επαγωγικής ανάλυσης χρησιμοποιήθηκε Παραγοντική Ανάλυση με τη μέθοδο εξαγωγής κυρίων συνιστωσών (Principal Component Analysis) και τη μέθοδο περιστροφής των συνιστωσών αυτών (Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization), με χρήση του πίνακα συσχετίσεων.

Η Παραγοντική Ανάλυση, ως αποτέλεσμα, παρέχει έναν πίνακα που παρουσιάζει τους στατιστικώς σημαντικούς παράγοντες που προέκυψαν με τα αντίστοιχα φορτία (loadings) των αρχικών (original) μεταβλητών στους παράγοντες αυτούς. Τα φορτία αυτά ουσιαστικά αποτελούν ένα μέτρο της συνεισφοράς κάθε μιας από τις αρχικές μεταβλητές στους παράγοντες ή με άλλα λόγια είναι μέτρα του βαθμού συσχέτισης κάθε μιας από τις αρχικές μεταβλητές με τον αντίστοιχο παράγοντα.

5.4 ΕΛΕΓΧΟΣ ΙΣΟΤΗΤΑΣ ΜΕΣΩΝ – ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΙΑΚΥΜΑΝΣΗΣ

Στόχος μιας τέτοιας ανάλυσης είναι να ευρεθεί εάν διαφέρουν σημαντικά οι μέσες τιμές της μεταβλητής σε ανεξάρτητους πληθυσμούς. Ο κατάλληλος έλεγχος σε αυτήν την περίπτωση είναι η ανάλυση διασποράς κατά έναν παράγοντα (One Way ANOVA).

Ο έλεγχος που πραγματοποιείται αποτελείται από τις εξής υποθέσεις:

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k$$

$$H_1 : \mu_i \neq \mu_j, i \neq j$$

Συνοπτικά έχουμε ότι:

η υπόθεση H_0 εκφράζει την ισότητα των μέσων τιμών της κάθε μεταβλητής και για τις k διαφορετικές κατηγορίες.

η υπόθεση H_1 εκφράζει την διαφοροποίηση των μέσων τιμών της κάθε μεταβλητής για τουλάχιστον δύο από τις k διαφορετικές κατηγορίες.

Η στατιστική συνάρτηση ελέγχου ακολουθεί την μη συμμετρική κατανομή F με βαθμούς ελευθερίας $k-1$ και $n-k$ και είναι η ακόλουθη:

$$F = \frac{BSS/(k-1)}{RSS/(n-k)} \sim F_{k-1, n-k}$$

Όπου BSS είναι η διακύμανση μεταξύ των ομάδων και RSS είναι το άθροισμα των τετραγώνων των καταλοίπων, δηλαδή η διακύμανση εντός των ομάδων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Στο κεφάλαιο αυτό αναλύονται τα δεδομένα που συλλέχθηκαν και παρατίθενται τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την έρευνα με τη χρήση κατάλληλου ερωτηματολογίου (Παράρτημα Α). Το εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε για την ανάλυση των δεδομένων είναι το στατιστικό πρόγραμμα SPSSv22. Έγινε χρήση περιγραφικών και επαγωγικών μεθόδων από την ευρύτερη επιστήμη της στατιστικής. Πιο συγκεκριμένα, για την περιγραφική ανάλυση των δεδομένων έγινε χρήση κατάλληλων πινάκων συχνοτήτων και οπτικοποίηση των αποτελεσμάτων τους με χρήση διαγραμμάτων και στα πλαίσια της επαγωγικής ανάλυσης έγινε χρήση της μεθόδου της παραγοντικής ανάλυσης (Factor Analysis), αφού υπολογίστηκε ο συντελεστής αξιοπιστίας και Cronbach Alpha (Παπακωνσταντίνου, Καϊτσά, 1995).

6.1. ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Στην συνέχεια θα γίνει η ανάλυση των δεδομένων που συλλέχθηκαν από τις απαντήσεις των ερωτώμενων που συμμετείχαν στην έρευνα κατά την διάρκεια της υψηλής τουριστικής περιόδου Ιουλίου και Αυγούστου σε ενοίκους 4* και 5* ξενοδοχείων της Κρήτης.

6.1.1. ΠΡΟΦΙΛ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ

Η τελευταία ενότητα του ερωτηματολογίου έχει σκοπό την περιγραφή των ατόμων του δείγματος ως προς διάφορα δημογραφικά χαρακτηριστικά τους. Η αναλογία ανδρών – γυναικών που πήραν έλαβαν μέρος στην έρευνα δεν παρουσιάζει μεγάλη διακύμανση, καθώς το δείγμα αποτελείται γυναίκες και άνδρες σε ποσοστά 56.50% και 43.50% αντιστοίχως (Σχήμα 6.1).

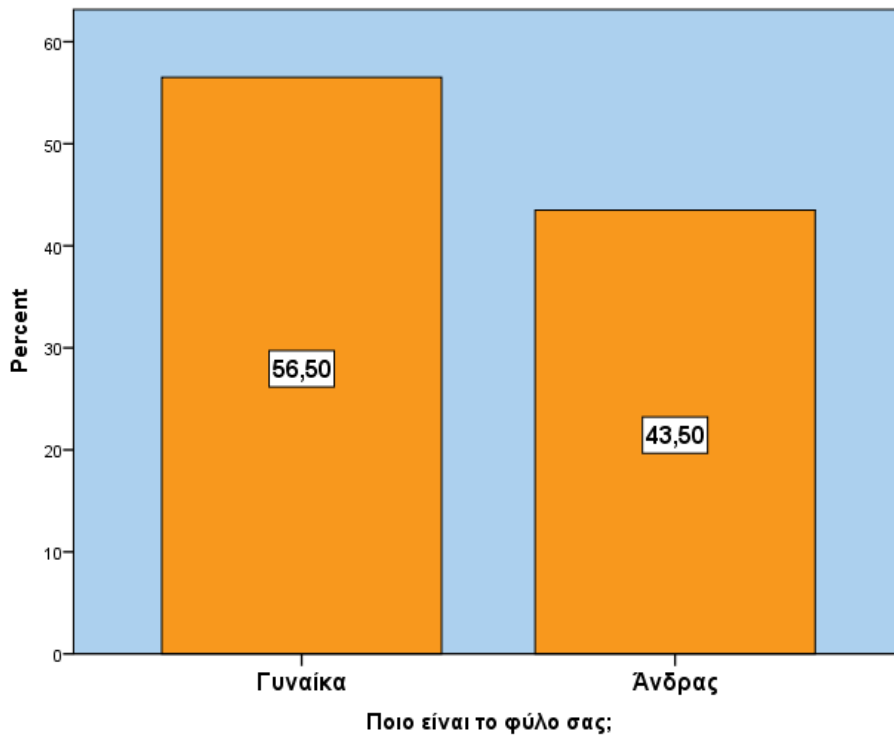
Η ηλικιακή κατανομή των ατόμων του δείγματος παρουσιάζει ανομοιομορφία. Πιο συγκεκριμένα, τα περισσότερα άτομα του δείγματος (ποσοστό 25.45%) ανήκουν στην

ηλικιακή ομάδα 46-55 και τα λιγότερα άτομα του δείγματος (ποσοστό 10.45%) έχουν ηλικία μεγαλύτερη των 65 ετών (Σχήμα 6.2). Τα άτομα ηλικίας 18 έως 25 αντιστοιχούν σε ποσοστό 15.45%, τα άτομα ηλικίας 26 έως 35 αντιστοιχούν σε ποσοστό 19.09%, τα άτομα ηλικίας 36 έως 45 αντιστοιχούν σε ποσοστό 13.18% και τα άτομα ηλικίας 56 έως 65 αντιστοιχούν σε ποσοστό 16.36%.

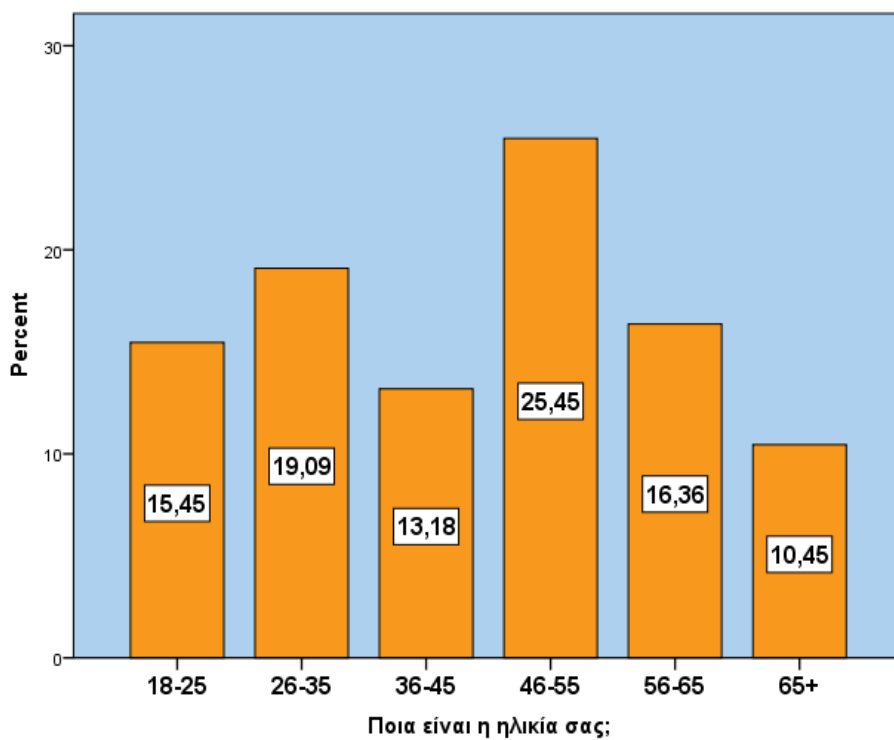
Το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων παρατίθεται στο σχήμα 6.3, όπου είναι εμφανές ότι πάνω από το 65% των ατόμων του δείγματος διαθέτει πτυχίο, μεταπτυχιακό ή διδακτορικό. Ελάχιστοι είναι οι ερωτώμενοι που έχουν περατώσει μόνο την βασική εκπαίδευση.

Στο σχήμα 6.4 παρατίθεται η κατανομή των ατόμων του δείγματος ως προς τον αυτοχαρακτηρισμό του εισοδήματος τους, όπου περίπου 1 στους 4 ερωτώμενους δήλωσε ότι εισπράττει υψηλό εισόδημα και οι υπόλοιποι ερωτώμενοι λαμβάνουν μέτριες αποδοχές. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι κανένας ερωτώμενος δεν επέλεξε την απάντηση που σχετίζεται χαμηλό εισόδημα.

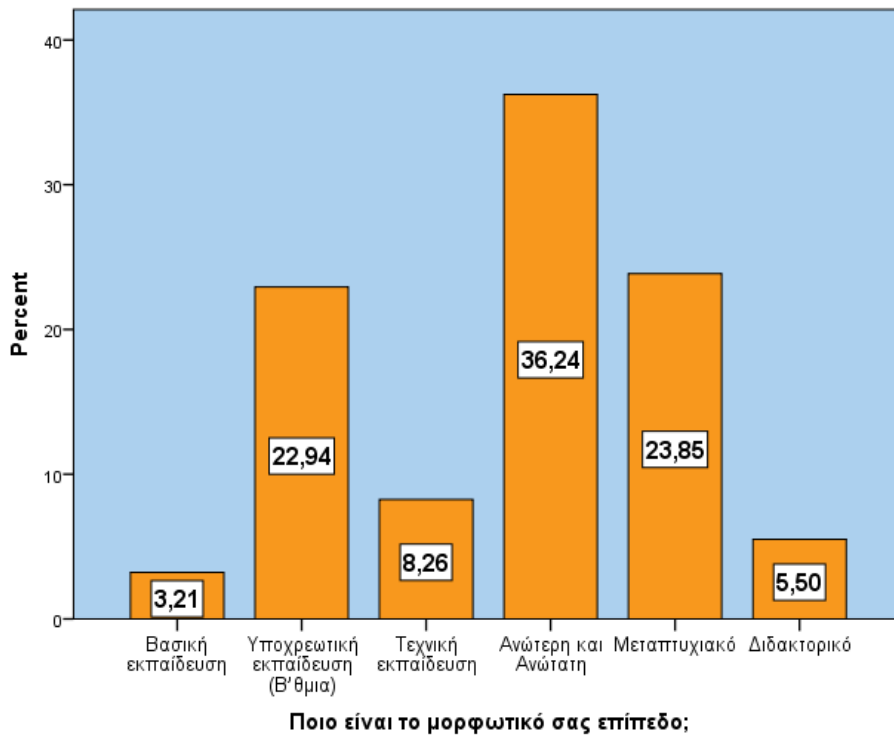
Οι περισσότεροι ερωτώμενοι έχουν ως χώρα προέλευσης την Αγγλία σε ποσοστό 32.9%, τη Γερμανία σε ποσοστό 19.4%, το Βέλγιο σε ποσοστό 8.6%, τη Γαλλία σε ποσοστό 8.1% και τη Ρωσία σε ποσοστό 7.2% (Πίνακας 6.1). Οι υπόλοιπες χώρες έχουν μικρότερη αντιπροσώπευση στο δείγμα της παρούσας έρευνας. Μεγάλη διασπορά εμφανίζει η μεταβλητή που εκφράζει το επάγγελμα των ερωτώμενων καθώς υπήρχε πολύ μεγάλη ποικιλία διαφορετικών απαντήσεων με αντιστοιχία μικρής συχνότητας.



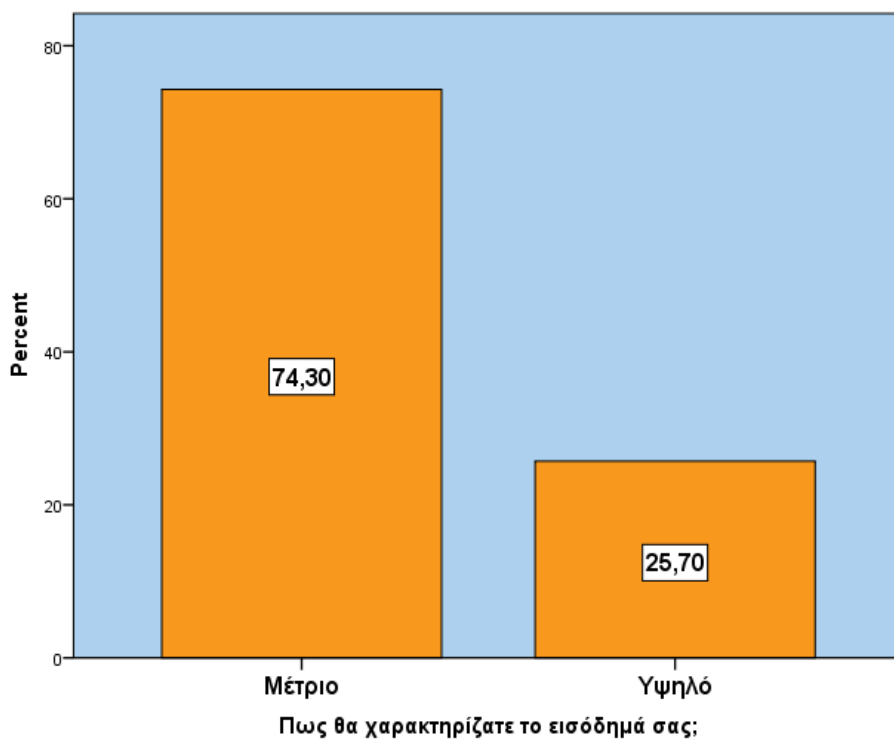
Σχήμα 6.1: Φύλο ερωτώμενων



Σχήμα 6.2: Ηλικιακή κατανομή ερωτώμενων



Σχήμα 6.3: Μορφωτικό επίπεδο ερωτώμενων



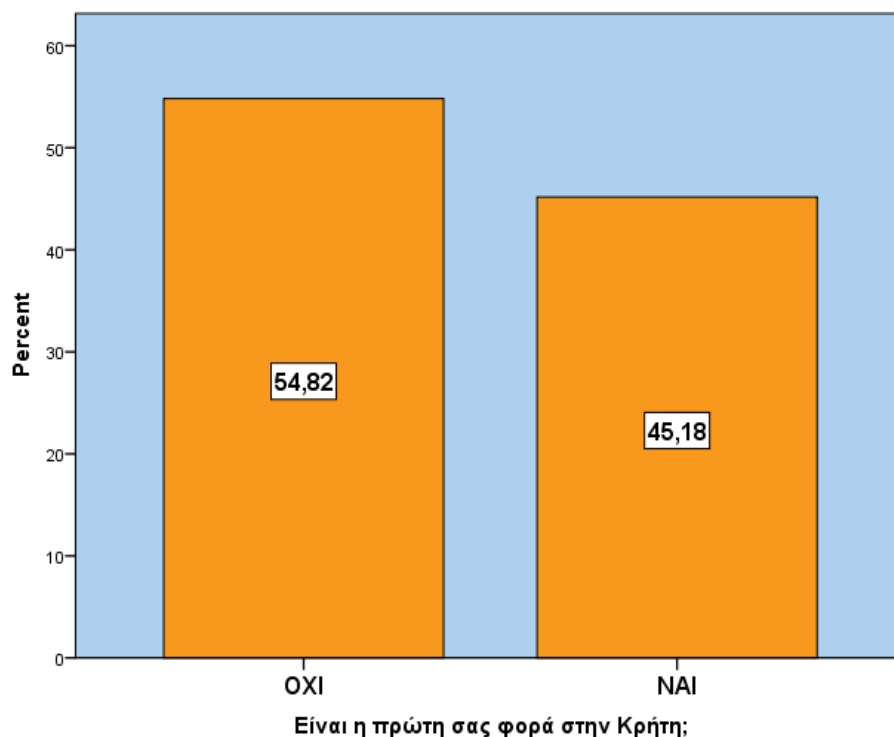
Σχήμα 6.4: Χαρακτηρισμός εισοδήματος ερωτώμενων

| | Συχνότητα | Ποσοστό | Αθροιστικό Ποσοστό |
|--------------|-----------|---------|--------------------|
| ΑΓΓΛΙΑ | 73 | 32,9 | 32,9 |
| ΓΕΡΜΑΝΙΑ | 43 | 19,4 | 52,3 |
| ΒΕΛΓΙΟ | 19 | 8,6 | 60,8 |
| ΓΑΛΛΙΑ | 18 | 8,1 | 68,9 |
| ΟΛΛΑΝΔΙΑ | 9 | 4,1 | 73,0 |
| ΤΣΕΧΙΑ | 5 | 2,3 | 75,2 |
| ΡΟΥΜΑΝΙΑ | 2 | 0,9 | 76,1 |
| ΙΣΠΑΝΙΑ | 3 | 1,4 | 77,5 |
| ΑΡΓΕΝΤΙΝΗ | 1 | 0,5 | 77,9 |
| ΟΥΓΓΑΡΙΑ | 2 | 0,9 | 78,8 |
| ΟΥΑΛΙΑ | 2 | 0,9 | 79,7 |
| ΙΤΑΛΙΑ | 2 | 0,9 | 80,6 |
| ΣΛΟΒΑΚΙΑ | 1 | 0,5 | 81,1 |
| ΕΛΒΕΤΙΑ | 7 | 3,2 | 84,2 |
| ΑΥΣΤΡΙΑ | 8 | 3,6 | 87,8 |
| ΔΑΝΙΑ | 1 | 0,5 | 88,3 |
| ΚΑΝΑΔΑΣ | 1 | 0,5 | 88,7 |
| ΙΡΛΑΝΔΙΑ | 1 | 0,5 | 89,2 |
| ΣΚΩΤΙΑ | 1 | 0,5 | 89,6 |
| ΚΥΠΡΟΣ | 1 | 0,5 | 90,1 |
| ΡΩΣΙΑ | 16 | 7,2 | 97,3 |
| ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ | 1 | 0,5 | 97,7 |
| ΠΟΛΩΝΙΑ | 1 | 0,5 | 98,2 |
| ΣΕΡΒΙΑ | 1 | 0,5 | 98,6 |
| ΕΛΛΑΔΑ | 1 | 0,5 | 99,1 |
| ΗΠΑ | 1 | 0,5 | 99,5 |
| ΦΙΛΑΝΔΙΑ | 1 | 0,5 | 100,0 |
| Σύνολο | 222 | 100,0 | |

Πίνακας 6.1: Χώρα προέλευσης ερωτώμενων

6.1.2. Η ΕΠΙΣΚΕΨΗ ΣΑΣ

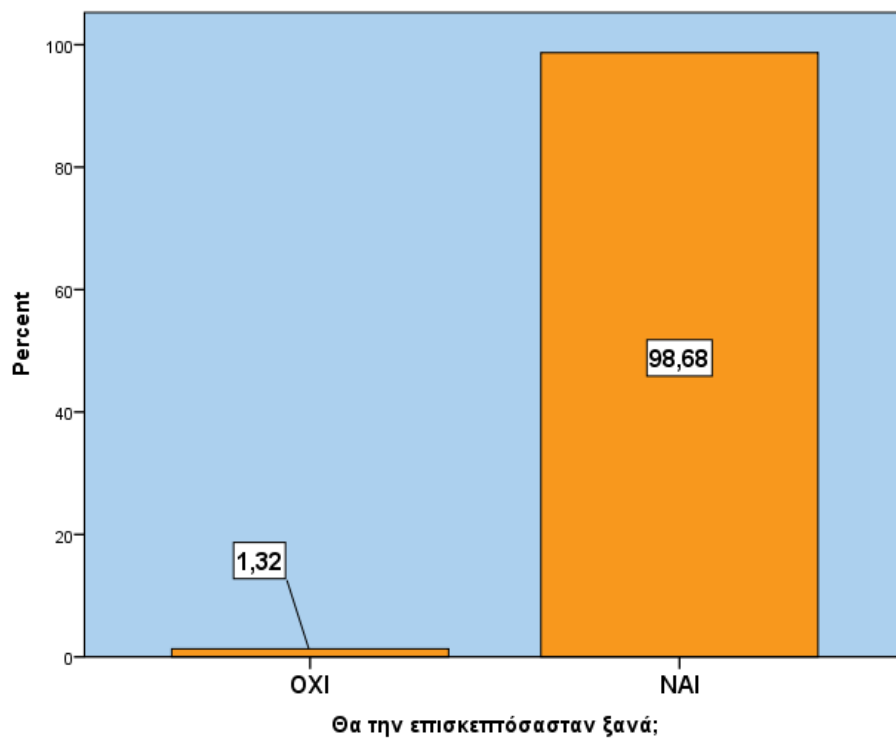
Στην πρώτη ενότητα του ερωτηματολογίου αναλύονται διαστάσεις και χαρακτηριστικά που αφορούν την επίσκεψη των ερωτώμενων. Στην ερώτηση «Είναι η πρώτη σας φορά στην Κρήτη;», περισσότεροι από τους μισούς ερωτώμενους απάντησαν «ΟΧΙ», ποσοστό 54.82% και οι υπόλοιποι απάντησαν θετικά επιλέγοντας την απάντηση «ΝΑΙ», σε ποσοστό 45.18% (Σχήμα 6.5).



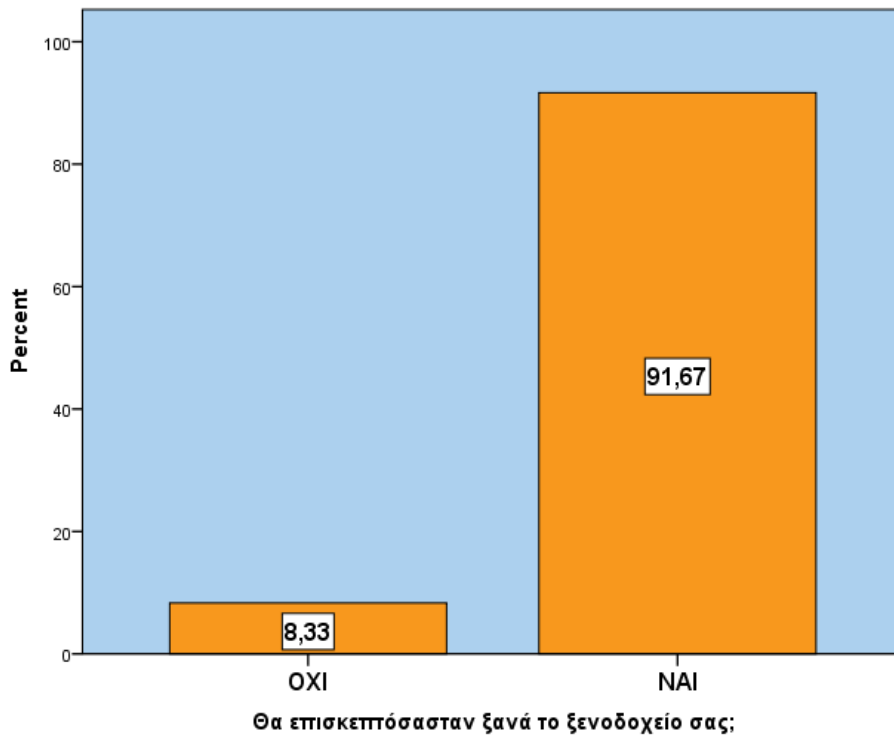
Σχήμα 6.5: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Είναι η πρώτη σας φορά στην Κρήτη;»

Στην ερώτηση «Θα την επισκεπτόσασταν ξανά;», η συντριπτική πλειοψηφία από τους ερωτώμενους απάντησαν «ΝΑΙ», σε ποσοστό 98.68% και οι υπόλοιποι απάντησαν αρνητικά επιλέγοντας την απάντηση «ΟΧΙ», σε ποσοστό 1.32% (Σχήμα 6.6). Το αποτέλεσμα της ερώτησης αυτής εκφράζει τον μεγάλο βαθμό ευχαρίστησης των ερωτώμενων από τις γενικότερες εντυπώσεις που έχουν από το νησί της Κρήτης. Επίσης, στην ερώτηση «Θα επισκεπτόσασταν ξανά το ξενοδοχείο σας;», η πλειοψηφία από τους ερωτώμενους απάντησαν «ΝΑΙ», σε ποσοστό 91.67% και οι υπόλοιποι απάντησαν αρνητικά επιλέγοντας την απάντηση «ΟΧΙ», σε ποσοστό

8.33% (Σχήμα 6.6). Το αποτέλεσμα της ερώτησης αυτής εκφράζει τον μεγάλο βαθμό ευχαρίστησης των ερωτώμενων από τις γενικότερες εντυπώσεις που έχουν από το ξενοδοχείο που διέμειναν. (Σχήμα 6.7).

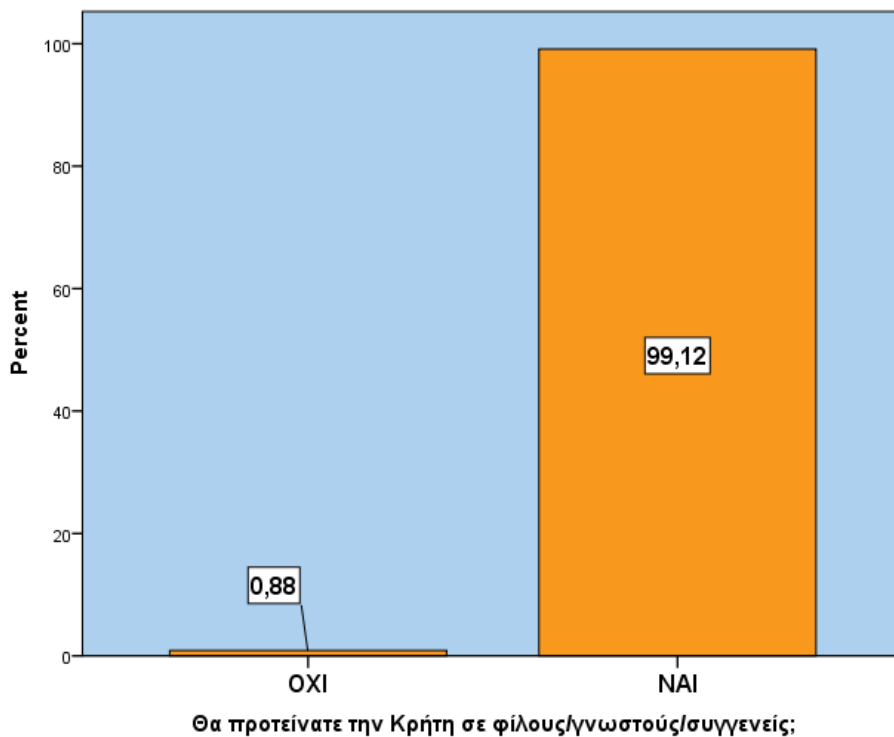


Σχήμα 6.6: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Θα την επισκεπτόσασταν ξανά;»



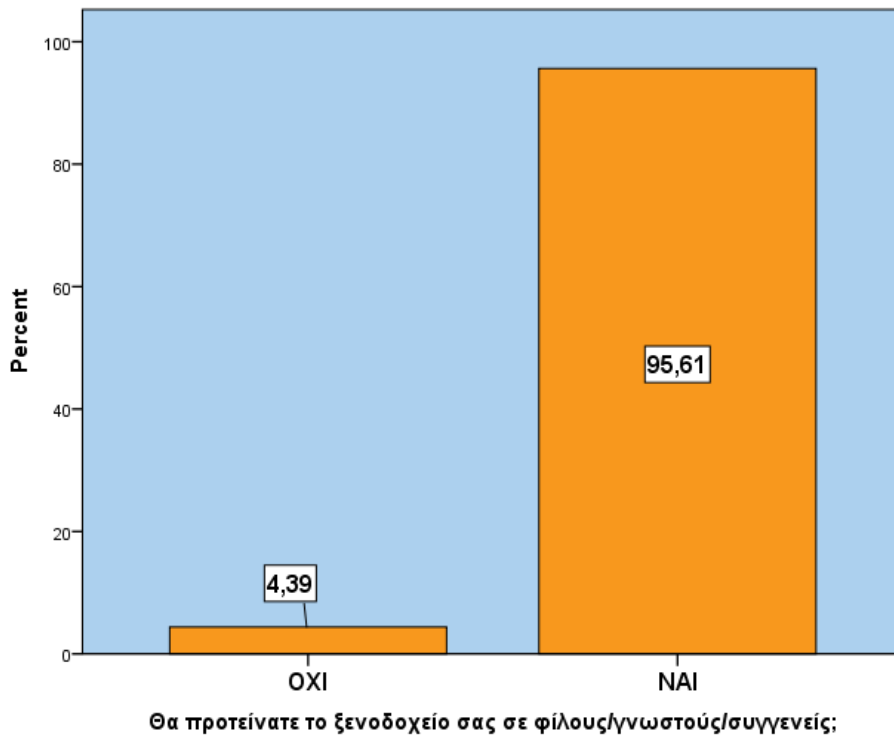
Σχήμα 6.7: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Θα επισκεπτόσασταν ξανά το ξενοδοχείο σας;»

Στην ερώτηση «Θα προτείνατε την Κρήτη σε φίλους/γνωστούς/συγγενείς;», η συντριπτική πλειοψηφία από τους ερωτώμενους απάντησαν «ΝΑΙ», σε ποσοστό 98.12% και οι υπόλοιποι απάντησαν αρνητικά επιλέγοντας την απάντηση «ΟΧΙ», σε ποσοστό 0.88% (Σχήμα 6.8).

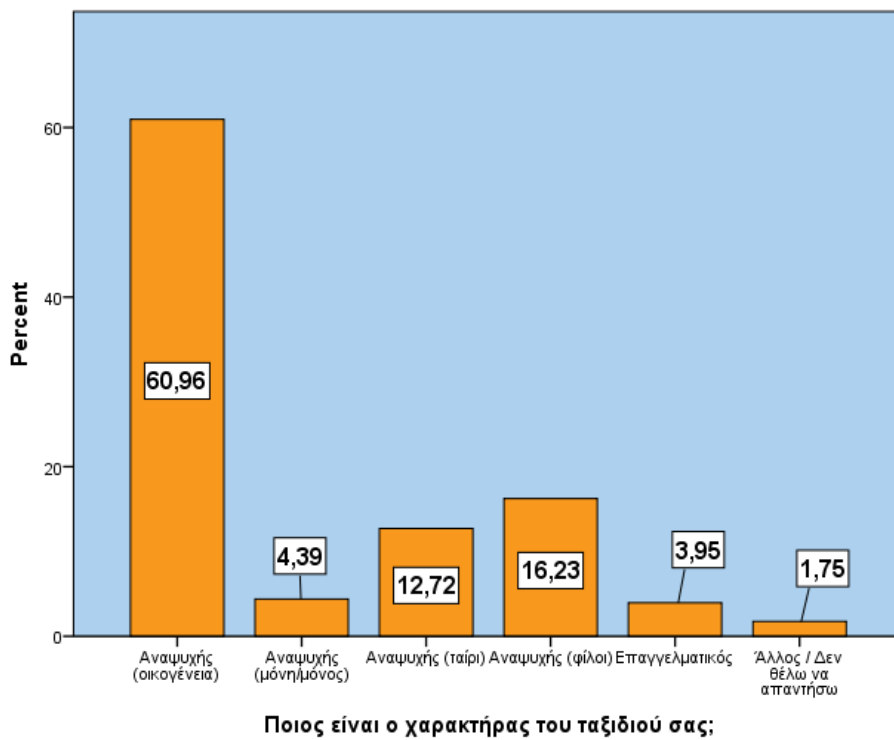


Σχήμα 6.8: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Θα προτεινάτε την Κρήτη σε φίλους/γνωστούς/συγγενείς;»

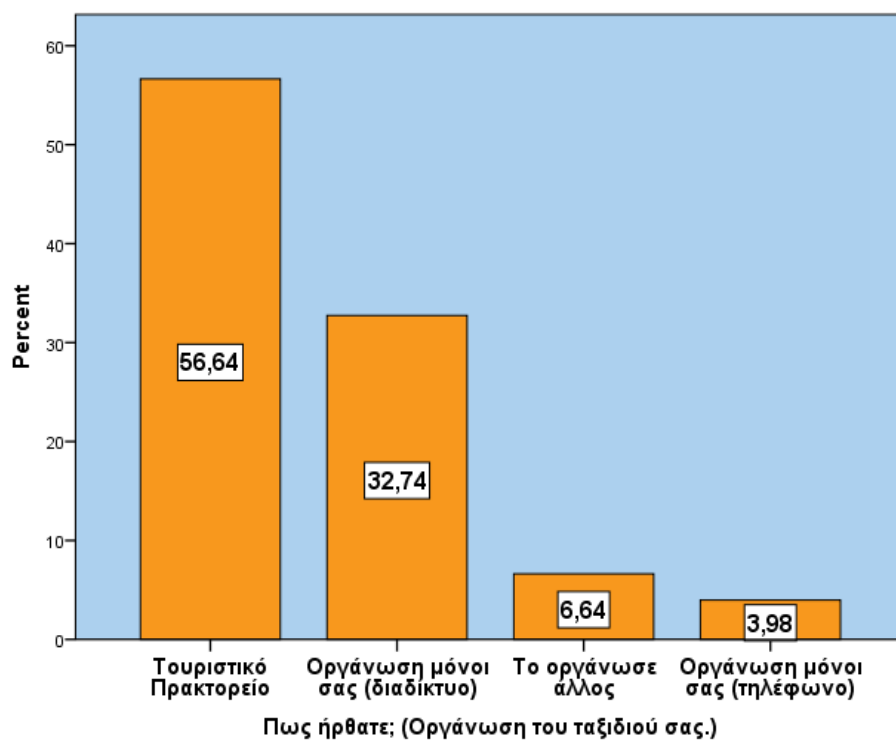
Με όμοιο τρόπο οι ερωτώμενοι απάντησαν στην ερώτηση «Θα προτεινάτε το ξενοδοχείο σας σε φίλους/γνωστούς/συγγενείς;», η πλειοψηφία των ερωτώμενων απάντησαν «ΝΑΙ», σε ποσοστό 95.61% και οι υπόλοιποι απάντησαν αρνητικά επιλέγοντας την απάντηση «ΟΧΙ», σε ποσοστό 4.39% (Σχήμα 6.9). Στην ερώτηση «Ποιος είναι ο χαρακτήρας του ταξιδιού σας», οι περισσότεροι ερωτώμενοι απάντησαν «Αναψυχή», είτε οικογενειακά σε ποσοστό 60.96%, είτε μόνοι σε ποσοστό 4.39%, είτε με το ταίρι σε ποσοστό 12.72%, είτε με φίλους σε ποσοστό 16.23%. Αθροιστικά, σε ποσοστό 94% περίπου, οι ερωτώμενοι απάντησαν ότι επισκέφτηκαν την Κρήτη για λόγους αναψυχής και οι υπόλοιποι απάντησαν ότι επισκέφτηκαν την Κρήτη για λόγους επαγγελματικών, σε ποσοστό 3.95% ή δεν επιθυμούσαν να απαντήσουν, σε ποσοστό 1.75% (Σχήμα 6.10). Στην ερώτηση «Πως ήρθατε; (Οργάνωση του ταξιδιού σας.)», οι ερωτώμενοι απάντησαν «Τουριστικό Πρακτορείο», σε ποσοστό 56.64%, «Οργάνωση μόνοι σας (διαδίκτυο)» σε ποσοστό 32.74%. Σε ποσοστό 6.64%, οι ερωτώμενοι απάντησαν «Το οργάνωσε άλλος» και οι υπόλοιποι απάντησαν «Οργάνωση μόνοι σας (τηλέφωνο)», σε ποσοστό 3.98% (Σχήμα 6.11).



Σχήμα 6.9: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Θα προτείνατε το ξενοδοχείο σας σε φίλους/γνωστούς/συγγενείς»



Σχήμα 6.10: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Ποιος είναι ο χαρακτήρας του ταξιδιού σας;»



Σχήμα 6.11: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Πως ήρθατε; (Οργάνωση του ταξιδιού σας.);»

Στην ερώτηση «Πόσες μέρες μέναιτε στο νησί;», οι ερωτώμενοι απάντησαν ότι κατά μέσο όρο επισκέφτηκαν το νησί της Κρήτης για 10 ημέρες περίπου και το μεγαλύτερο μέρος αυτών διέμειναν για 7 ημέρες. Ο ελάχιστος αριθμός ημερών διαμονής ήταν 5 και ο μέγιστος αριθμός ημερών ήταν 21. Τα περιγραφικά μέτρα θέσεως, διασποράς και μορφής της μεταβλητής παρατίθενται στον πίνακα 6.2.

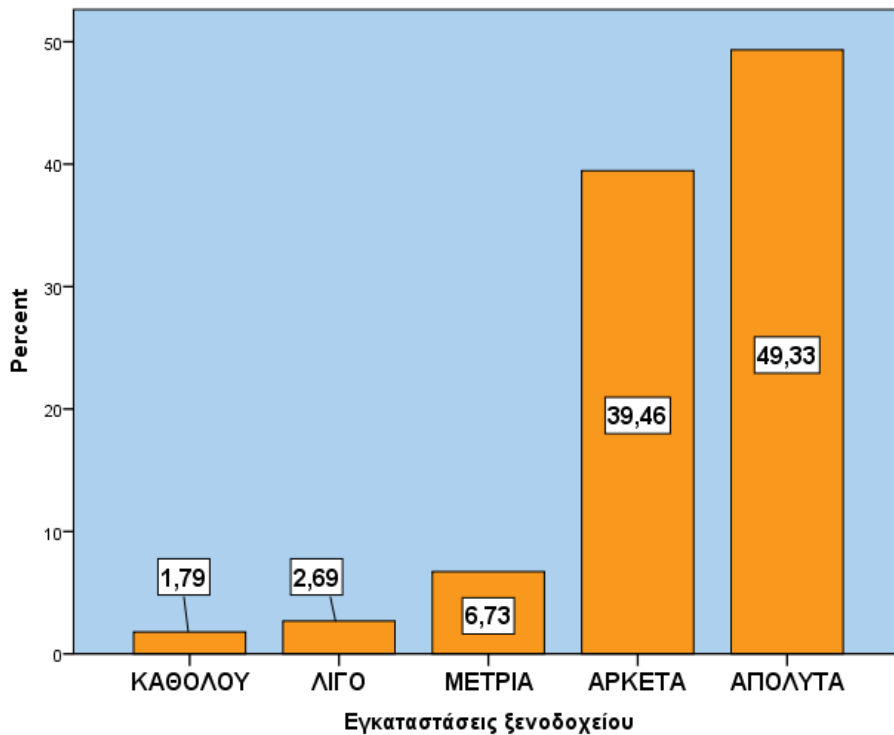
| | |
|-------------------------|---------------|
| Μέση τιμή | 10.27 |
| Διάμεσος | 10.00 |
| Επικρατούσα τιμή | 7 |
| Τυπική Απόκλιση | 3.354 |
| Διακύμανση | 11.247 |
| Ασυμμετρία | .593 |
| Κύρτωση | -0.367 |
| Ελάχιστο | 5 |
| Μέγιστο | 21 |

Πίνακας 6.2: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Πόσες μέρες μείνατε στο νησί;»

6.1.3. Η ΔΙΑΜΟΝΗ ΣΑΣ

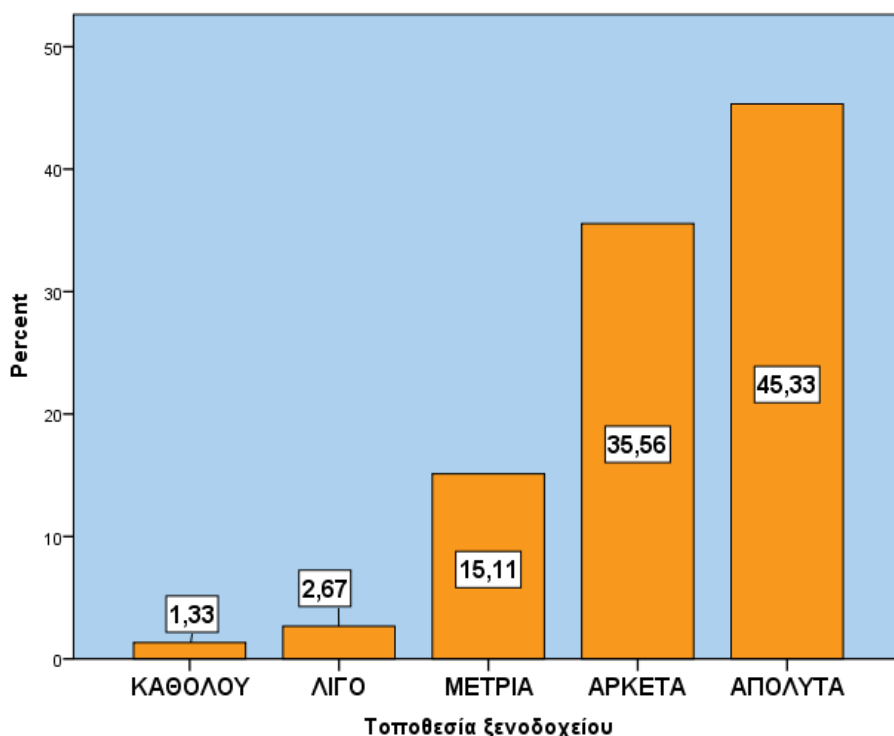
Στη δεύτερη ενότητα του ερωτηματολογίου αναλύονται διαστάσεις και χαρακτηριστικά που αφορούν τη διαμονή των ερωτώμενων. Οι ερωτήσεις αυτού του μέρους εκφράζονται μέσω του βαθμού ικανοποίησης των ερωτώμενων με χρήση πενταβάθμιας κλίμακας Likert.

Στην ερώτηση «Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τις Εγκαταστάσεις ξενοδοχείου;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ΑΠΟΛΥΤΑ» σε ποσοστό 49.33%, «ΑΡΚΕΤΑ» σε ποσοστό 39.46%, «ΜΕΤΡΙΑ» σε ποσοστό 6.73%, «ΛΙΓΟ» σε ποσοστό 2.69% και «ΚΑΘΟΛΟΥ» σε ποσοστό 1.79%, (Σχήμα 6.12). Οι απαντήσεις αυτές δείχνουν μεγάλο βαθμό ικανοποίησης από τις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου καθώς το 90% των ερωτώμενων απάντησε από αρκετά έως απόλυτα ικανοποιημένος.



Σχήμα 6.12: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τις Εγκαταστάσεις ξενοδοχείου;»

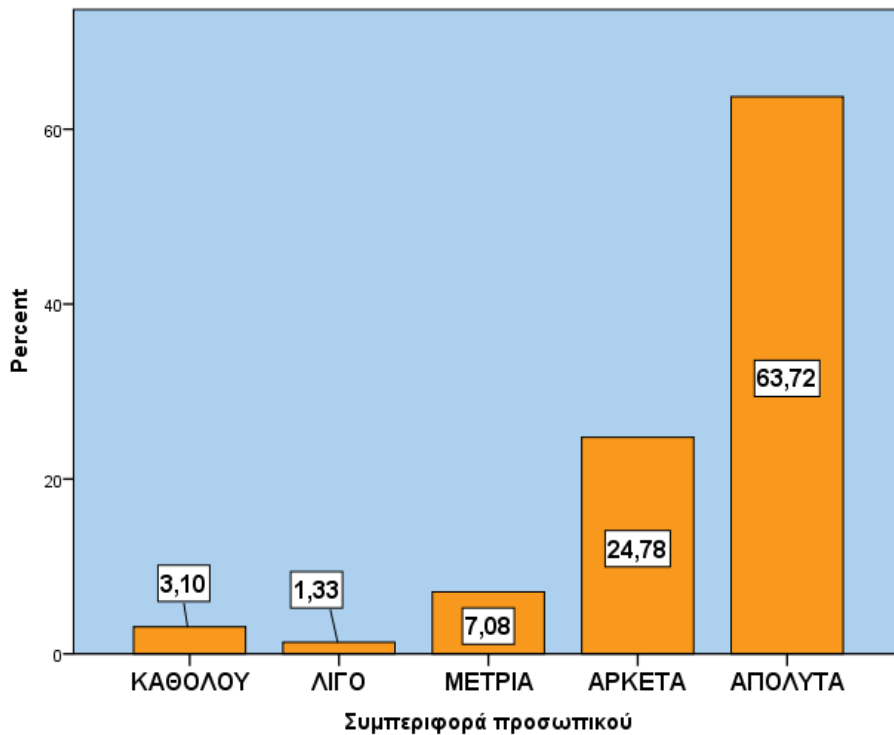
Στην ερώτηση «Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την Τοποθεσία ξενοδοχείου;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ΑΠΟΛΥΤΑ» σε ποσοστό 45.33%, «ΑΡΚΕΤΑ» σε ποσοστό 35.56%, «ΜΕΤΡΙΑ» σε ποσοστό 15.11%, «ΛΙΓΟ» σε ποσοστό 2.67% και «ΚΑΘΟΛΟΥ» σε ποσοστό 1.33%, (Σχήμα 6.13). Οι απαντήσεις αυτές δείχνουν υψηλό βαθμό ικανοποίησης από την τοποθεσία ξενοδοχείου καθώς περίπου το 81% των ερωτώμενων απάντησε από αρκετά έως απόλυτα ικανοποιημένος.



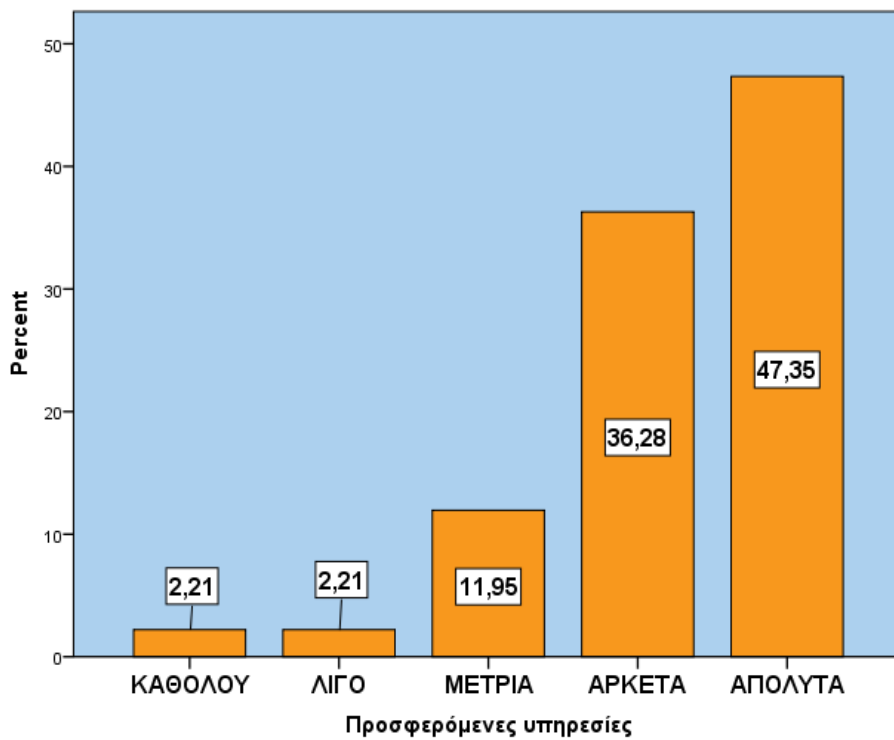
Σχήμα 6.13: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την Τοποθεσία ξενοδοχείου;»

Στην ερώτηση «Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την Συμπεριφορά προσωπικού;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ΑΠΟΛΥΤΑ» σε ποσοστό 63.72%, «ΑΡΚΕΤΑ» σε ποσοστό 24.78%, «ΜΕΤΡΙΑ» σε ποσοστό 7.08%, «ΛΙΓΟ» σε ποσοστό 1.33% και «ΚΑΘΟΛΟΥ» σε ποσοστό 3.10%, (Σχήμα 6.14). Οι απαντήσεις αυτές δείχνουν υψηλό βαθμό ικανοποίησης από την Συμπεριφορά του προσωπικού του ξενοδοχείου καθώς περίπου το 88% των ερωτώμενων απάντησε από αρκετά έως απόλυτα ικανοποιημένος.

Στην ερώτηση «Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τις Προσφερόμενες υπηρεσίες;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ΑΠΟΛΥΤΑ» σε ποσοστό 47.35%, «ΑΡΚΕΤΑ» σε ποσοστό 36.28%, «ΜΕΤΡΙΑ» σε ποσοστό 11.95%, «ΛΙΓΟ» σε ποσοστό 2.21% και «ΚΑΘΟΛΟΥ» σε ποσοστό 2.21%, (Σχήμα 6.15). Οι απαντήσεις αυτές δείχνουν σχετικά υψηλό βαθμό ικανοποίησης από τις Προσφερόμενες υπηρεσίες του ξενοδοχείου καθώς περίπου το 84% των ερωτώμενων απάντησε από αρκετά έως απόλυτα ικανοποιημένος.

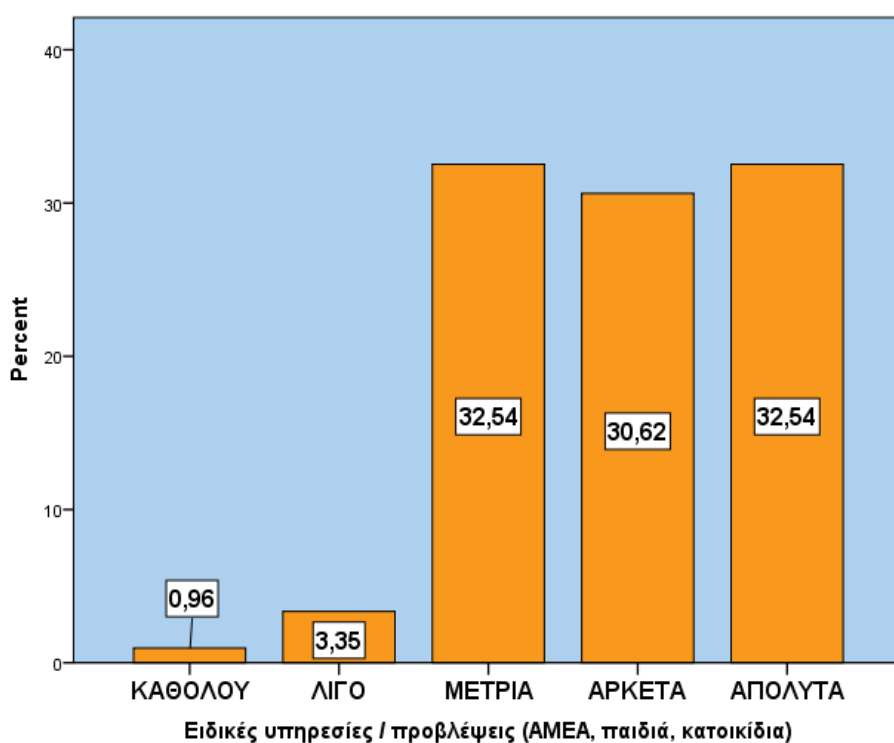


Σχήμα 6.14: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την Συμπεριφορά προσωπικού;»



Σχήμα 6.15: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τις Προσφερόμενες υπηρεσίες;»

Στην ερώτηση «Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τις Ειδικές υπηρεσίες;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ΑΠΟΛΥΤΑ» σε ποσοστό 32.54%, «ΑΡΚΕΤΑ» σε ποσοστό 30.62%, «ΜΕΤΡΙΑ» σε ποσοστό 32.54%, «ΛΙΓΟ» σε ποσοστό 3.35% και «ΚΑΘΟΛΟΥ» σε ποσοστό 0.96%, (Σχήμα 6.16). Οι απαντήσεις αυτές δείχνουν μέτρια προς υψηλό βαθμό ικανοποίησης από τις Ειδικές υπηρεσίες του ξενοδοχείου καθώς περίπου το 63% των ερωτώμενων απάντησε από αρκετά έως απόλυτα ικανοποιημένος.

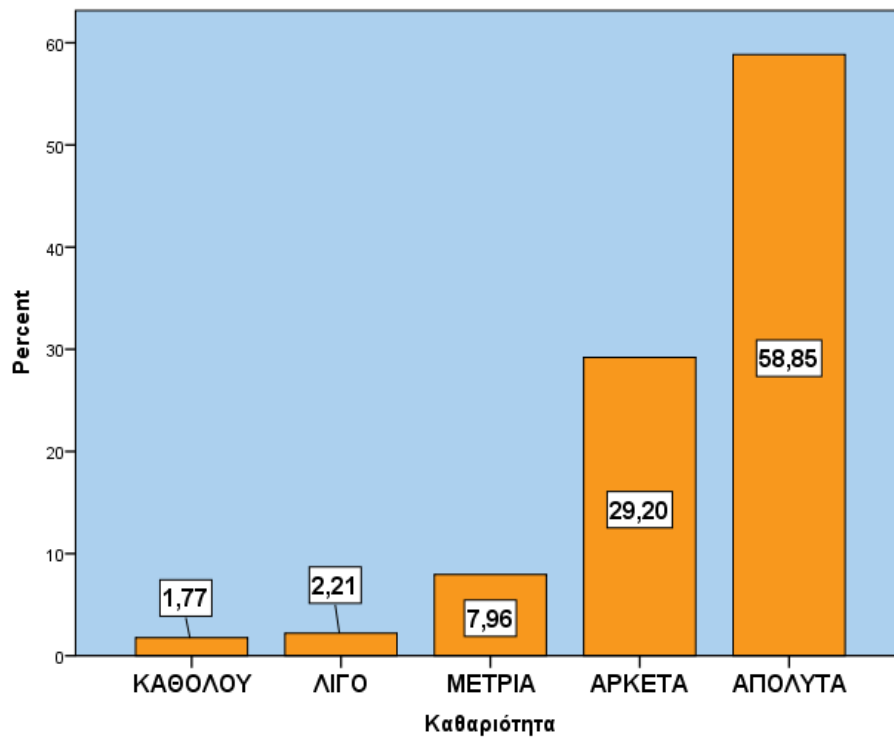


Σχήμα 6.16: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τις Ειδικές υπηρεσίες;»

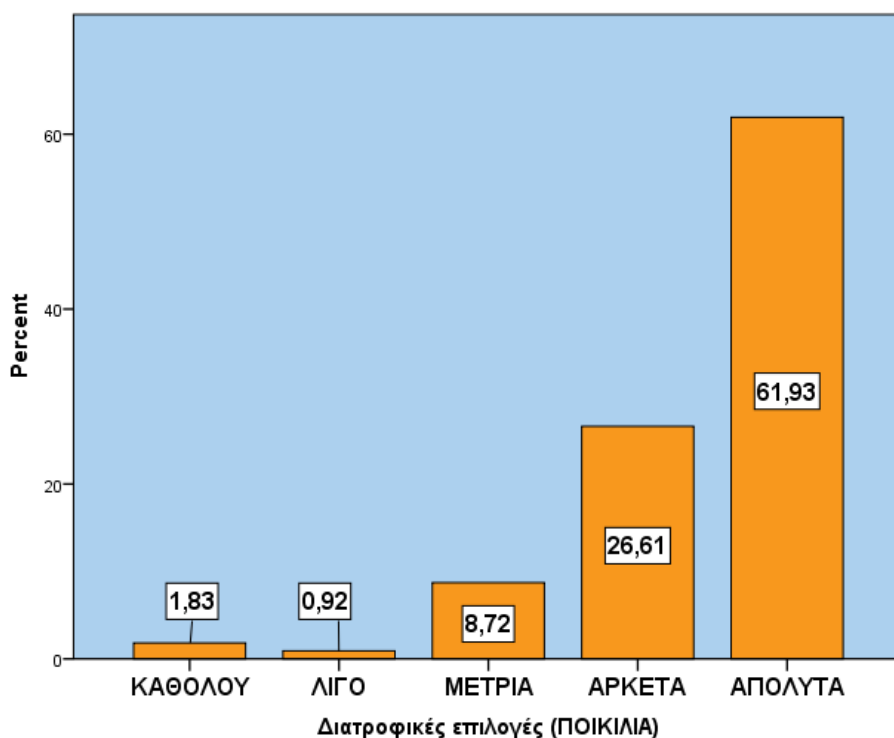
Στην ερώτηση «Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την Καθαριότητα;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ΑΠΟΛΥΤΑ» σε ποσοστό 58.85%, «ΑΡΚΕΤΑ» σε ποσοστό 29.20%, «ΜΕΤΡΙΑ» σε ποσοστό 7.96%, «ΛΙΓΟ» σε ποσοστό 2.21% και «ΚΑΘΟΛΟΥ» σε ποσοστό 1.77%, (Σχήμα 6.17). Οι απαντήσεις αυτές δείχνουν υψηλό βαθμό ικανοποίησης από την Καθαριότητα του ξενοδοχείου καθώς περίπου το 88% των ερωτώμενων απάντησε από αρκετά έως απόλυτα ικανοποιημένος.

Στην ερώτηση «Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την ποικιλία των διατροφικών επιλογών;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ΑΠΟΛΥΤΑ» σε ποσοστό 61.93%,

«ΑΡΚΕΤΑ» σε ποσοστό 26.61%, «ΜΕΤΡΙΑ» σε ποσοστό 8.72%, «ΛΙΓΟ» σε ποσοστό 0.92% και «ΚΑΘΟΛΟΥ» σε ποσοστό 1.83%, (Σχήμα 6.18).

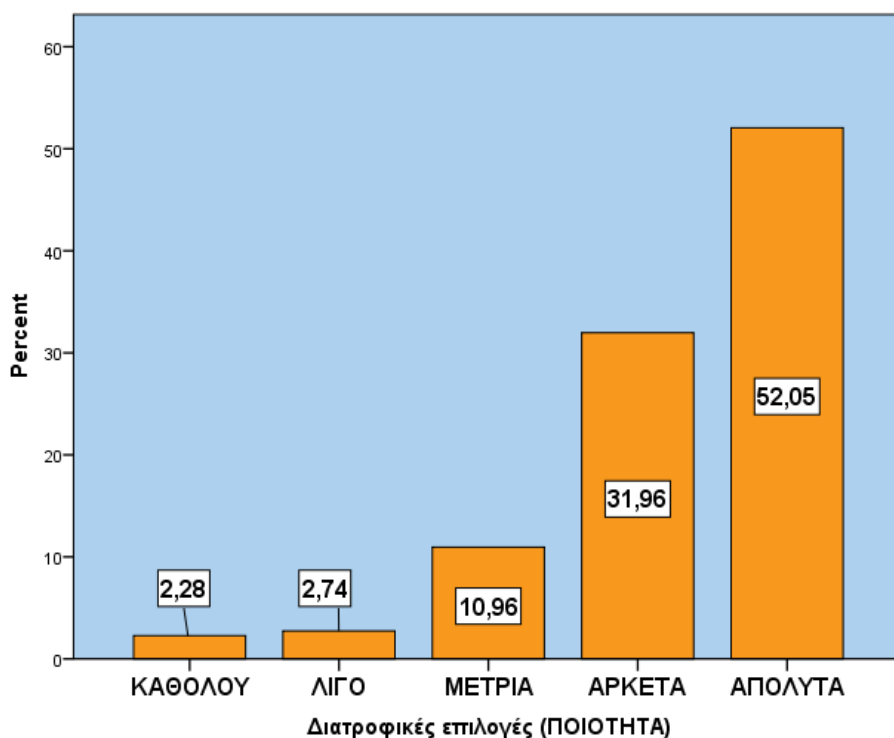


Σχήμα 6.17: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την Καθαριότητα;»



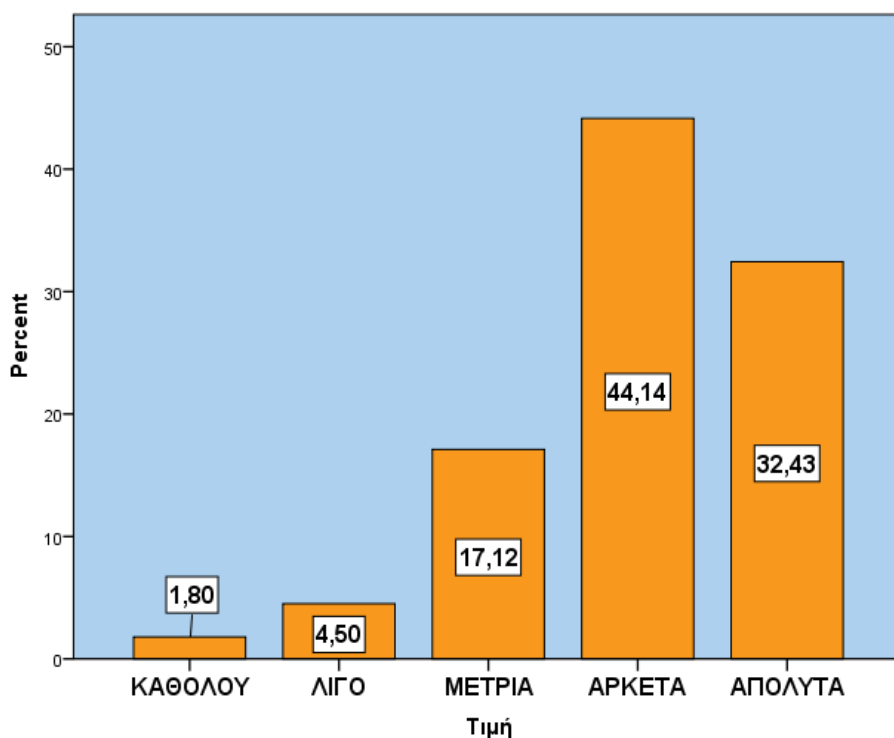
Σχήμα 6.18: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την ποικιλία των διατροφικών επιλογών;»

Στην ερώτηση «Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την ποιότητα των διατροφικών επιλογών;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ΑΠΟΛΥΤΑ» σε ποσοστό 52.05%, «ΑΡΚΕΤΑ» σε ποσοστό 31.96%, «ΜΕΤΡΙΑ» σε ποσοστό 10.96%, «ΛΙΓΟ» σε ποσοστό 2.74% και «ΚΑΘΟΛΟΥ» σε ποσοστό 2.28%, (Σχήμα 6.19). Οι απαντήσεις αυτές δείχνουν υψηλό βαθμό ικανοποίησης από την ποιότητα των διατροφικών επιλογών του ξενοδοχείου καθώς περίπου το 84% των ερωτώμενων απάντησε από αρκετά έως απόλυτα ικανοποιημένος.



Σχήμα 6.19: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την ποιότητα των διατροφικών επιλογών;»

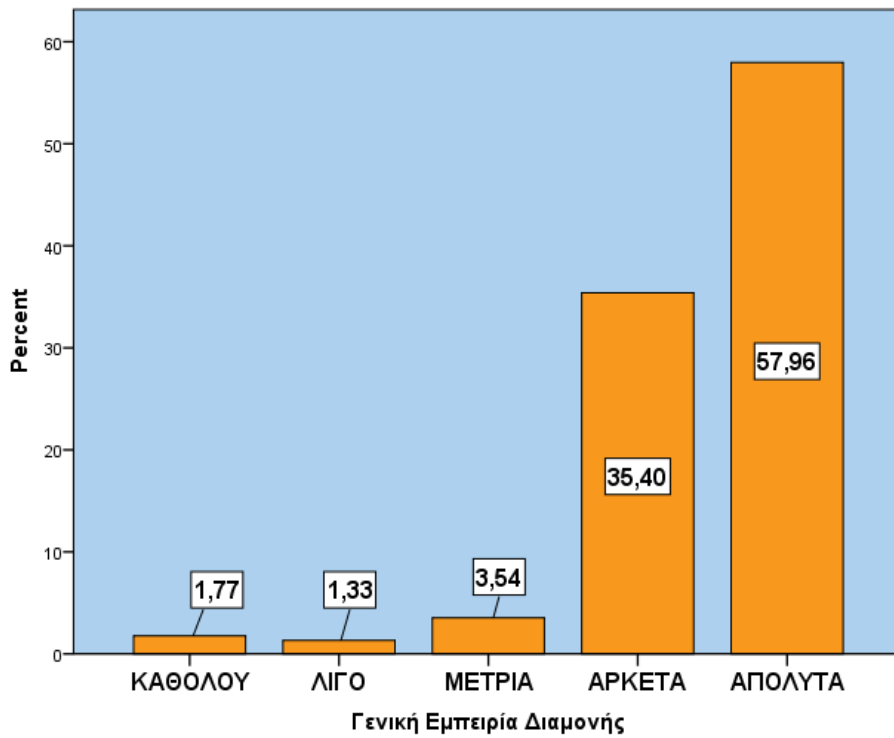
Στην ερώτηση «Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την Τιμή;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ΑΠΟΛΥΤΑ» σε ποσοστό 32.43%, «ΑΡΚΕΤΑ» σε ποσοστό 44.14%, «ΜΕΤΡΙΑ» σε ποσοστό 17.12%, «ΛΙΓΟ» σε ποσοστό 4.50% και «ΚΑΘΟΛΟΥ» σε ποσοστό 1.80%, (Σχήμα 6.20). Οι απαντήσεις αυτές δείχνουν σχετικά υψηλό βαθμό ικανοποίησης από την Τιμή του ξενοδοχείου καθώς περίπου το 77% των ερωτώμενων απάντησε από αρκετά έως απόλυτα ικανοποιημένος. Η διαφοροποίηση στη συγκεκριμένη ερώτηση εντοπίζεται στο ότι η απάντηση «ΑΡΚΕΤΑ» συγκεντρώνει μεγαλύτερο ποσοστό σε σχέση με την απάντηση «ΑΠΟΛΥΤΑ».



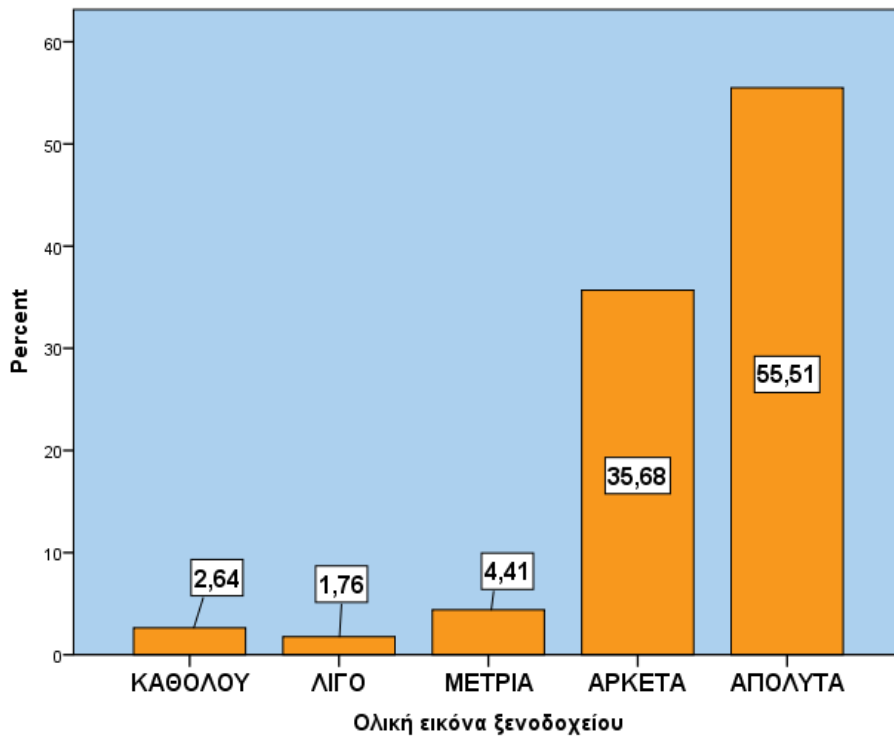
Σχήμα 6.20: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την Τιμή;»

Στην ερώτηση «Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την Γενική Εμπειρία Διαμονής;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ΑΠΟΛΥΤΑ» σε ποσοστό 57.96%, «ΑΡΚΕΤΑ» σε ποσοστό 35.40%, «ΜΕΤΡΙΑ» σε ποσοστό 3.54%, «ΛΙΓΟ» σε ποσοστό 1.33% και «ΚΑΘΟΛΟΥ» σε ποσοστό 1.77%, (Σχήμα 6.21). Οι απαντήσεις αυτές δείχνουν υψηλό βαθμό ικανοποίησης από την Γενική Εμπειρία Διαμονής του ξενοδοχείου καθώς περίπου το 93% των ερωτώμενων απάντησε από αρκετά έως απόλυτα ικανοποιημένος.

Στην ερώτηση «Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την Ολική εικόνα ξενοδοχείου;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ΑΠΟΛΥΤΑ» σε ποσοστό 55.51%, «ΑΡΚΕΤΑ» σε ποσοστό 35.68%, «ΜΕΤΡΙΑ» σε ποσοστό 4.41%, «ΛΙΓΟ» σε ποσοστό 1.76% και «ΚΑΘΟΛΟΥ» σε ποσοστό 2.64%, (Σχήμα 6.22). Οι απαντήσεις αυτές δείχνουν υψηλό βαθμό ικανοποίησης από την Ολική εικόνα ξενοδοχείου του ξενοδοχείου καθώς περίπου το 91% των ερωτώμενων απάντησε από αρκετά έως απόλυτα ικανοποιημένος.



Σχήμα 6.21: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την Γενική Εμπειρία Διαμονής;»

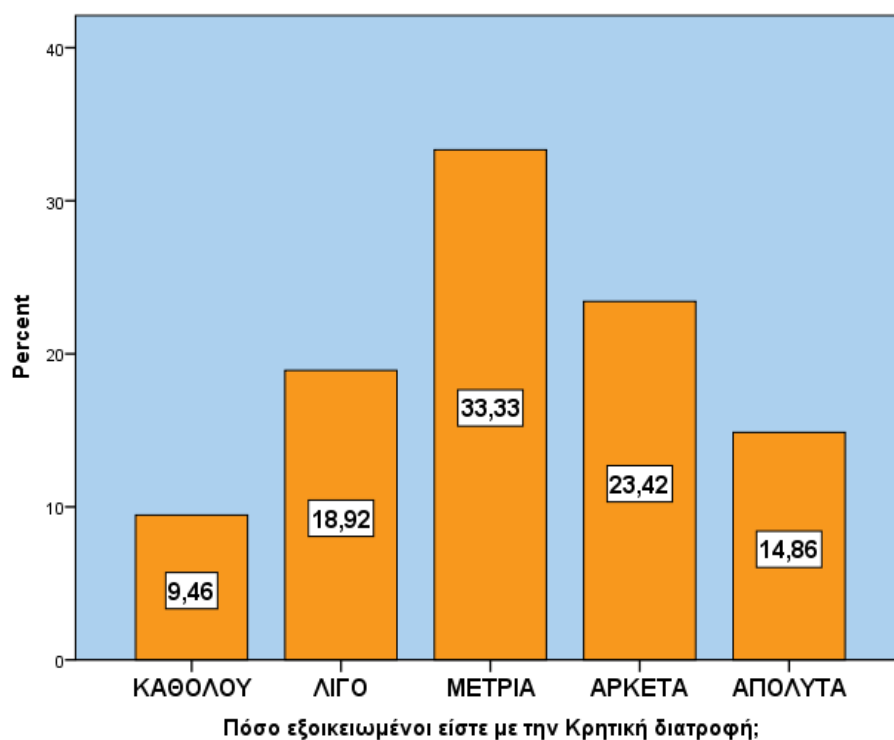


Σχήμα 6.22: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την Ολική εικόνα ξενοδοχείου;»

6.1.4. Η ΚΡΗΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ

Στην τρίτη ενότητα του ερωτηματολογίου αναλύονται διαστάσεις και χαρακτηριστικά που αφορούν τη στάση των ερωτώμενων απέναντι στην κρητική διατροφή.

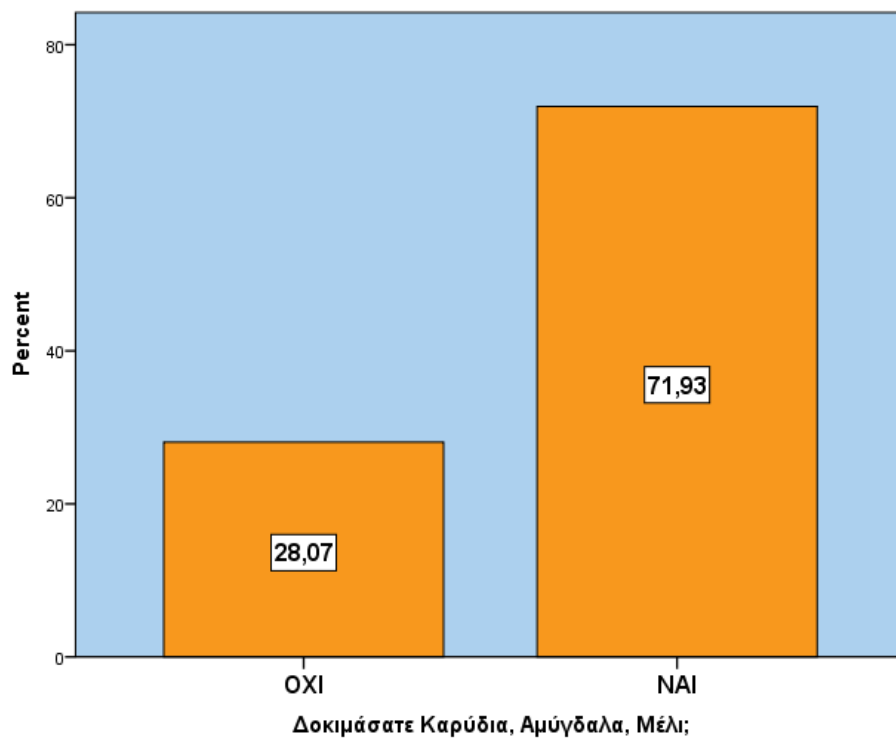
Στην ερώτηση «Πόσο εξοικειωμένοι είστε με την Κρητική διατροφή;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ΑΠΟΛΥΤΑ» σε ποσοστό 14.86%, «ΑΡΚΕΤΑ» σε ποσοστό 23.42%, «ΜΕΤΡΙΑ» σε ποσοστό 33.33%, «ΛΙΓΟ» σε ποσοστό 18.92% και «ΚΑΘΟΛΟΥ» σε ποσοστό 9.46%, (Σχήμα 6.23). Οι απαντήσεις αυτές δείχνουν μέτριο βαθμό εξοικείωσης με την Κρητική διατροφή καθώς περίπου το 75% των ερωτώμενων απάντησε από λίγο έως αρκετά.



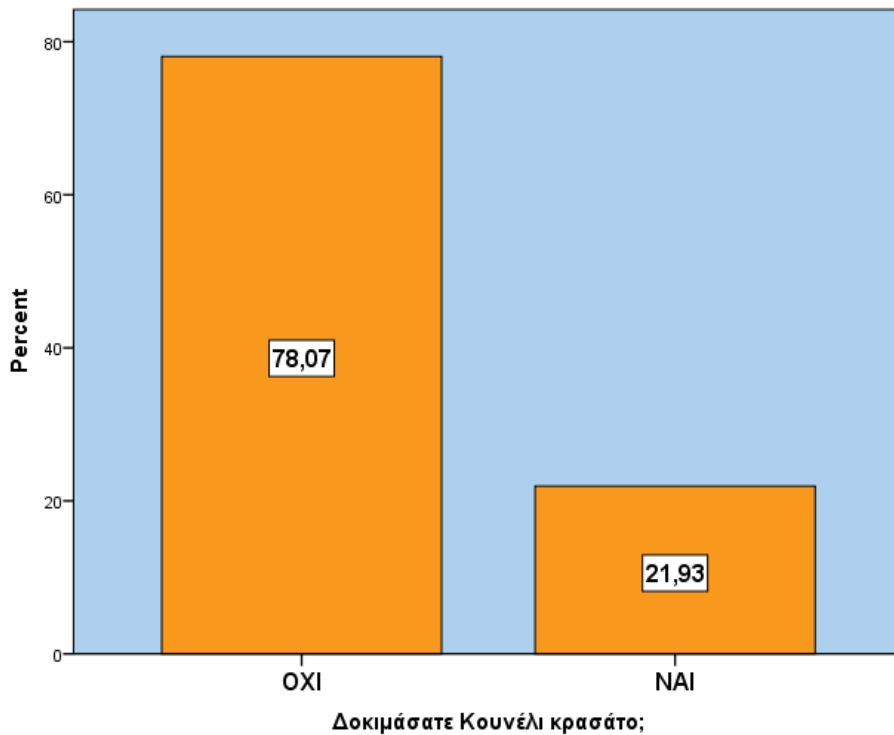
Σχήμα 6.23: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Πόσο εξοικειωμένοι είστε με την Κρητική διατροφή;»

Στην ερώτηση «Δοκιμάσατε Καρύδια, Αμύγδαλα, Μέλι;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ΝΑΙ» σε ποσοστό 71.93% και οι υπόλοιποι δεν δοκίμασαν Καρύδια, Αμύγδαλα ή Μέλι (Σχήμα 6.24). Περίπου ένας στους τέσσερις ερωτώμενους δοκίμασε Καρύδια, Αμύγδαλα ή Μέλι. Στην ερώτηση «Δοκιμάσατε Κουνέλι κρασάτο;», οι ερωτώμενοι

απάντησαν «ΝΑΙ» σε ποσοστό 21.93% και οι υπόλοιποι δεν δοκίμασαν Κουνέλι κρασάτο (Σχήμα 6.25). Σχεδόν οκτώ στους δέκα ερωτώμενους δεν δοκίμασαν Κουνέλι κρασάτο.

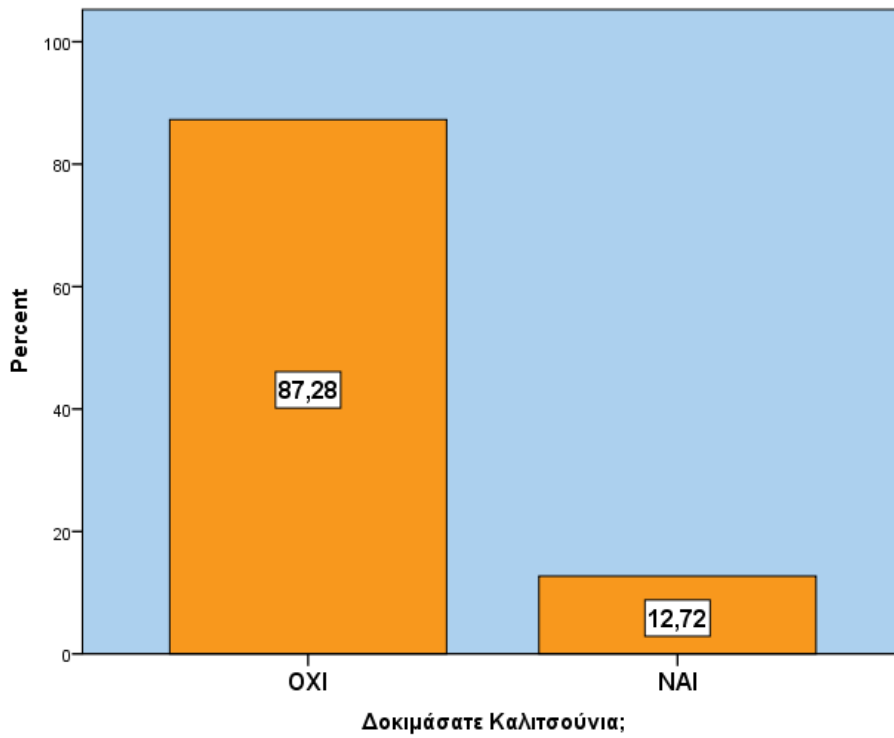


Σχήμα 6.24: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Δοκίμασατε Καρύδια, Αμύγδαλα, Μέλι;»

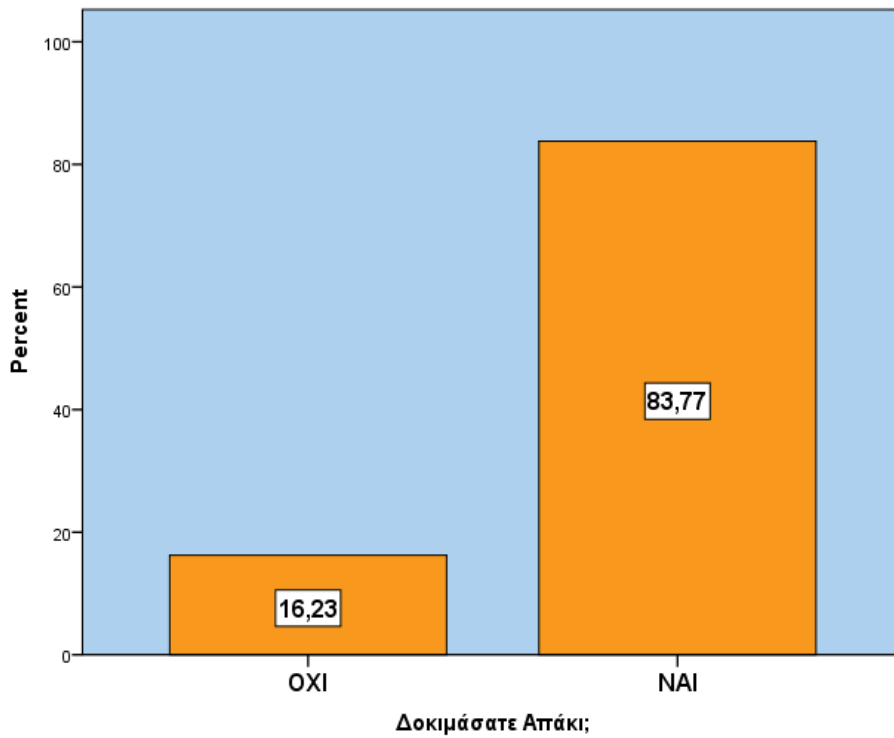


Σχήμα 6.25: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Δοκιμάσατε Κουνέλι κρασάτο;»

Στην ερώτηση «Δοκιμάσατε Καλιτσούνια;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ΝΑΙ» σε ποσοστό 12.72% και οι υπόλοιποι δεν δοκίμασαν Καλιτσούνια (Σχήμα 6.26). Σχεδόν εννέα στους δέκα ερωτώμενους δεν δοκίμασαν Καλιτσούνια. Στην ερώτηση «Δοκιμάσατε Απάκι;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ΝΑΙ» σε ποσοστό 83.77% και οι υπόλοιποι δεν δοκίμασαν Απάκι (Σχήμα 6.27). Περισσότεροι οκτώ στους δέκα ερωτώμενους δοκίμασαν Απάκι.

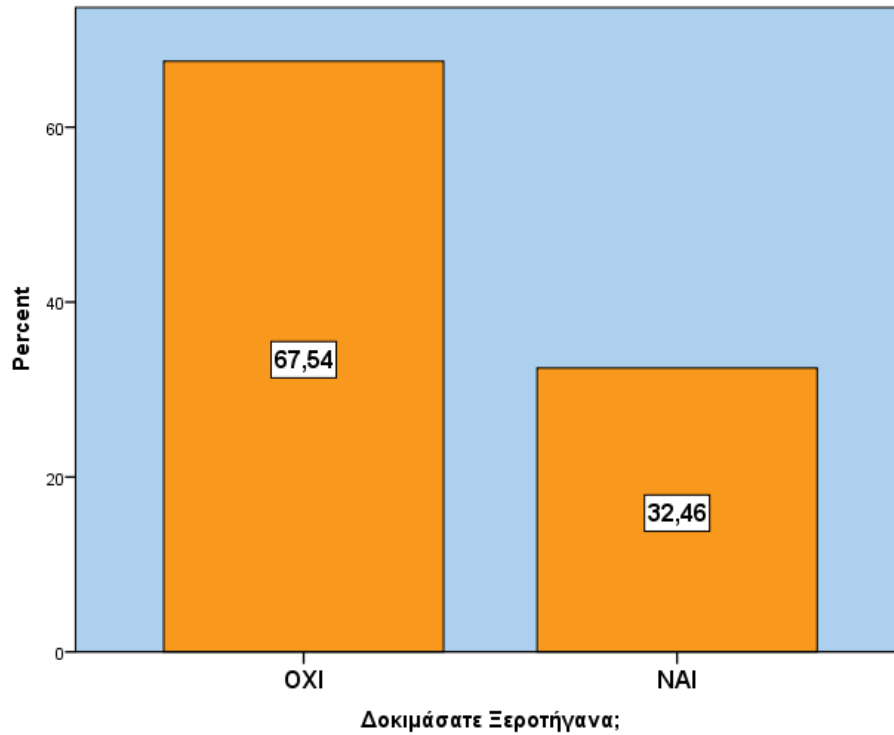


Σχήμα 6.26: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Δοκιμάσατε Καλιτσούνια;»

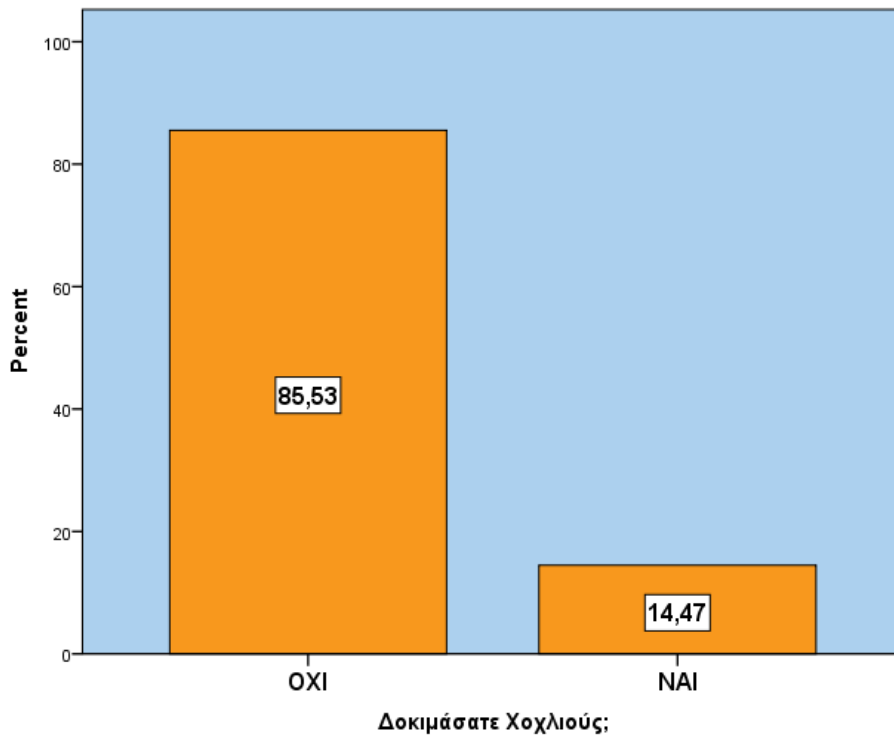


Σχήμα 6.27: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Δοκιμάσατε Απάκι;»

Στην ερώτηση «Δοκιμάσατε Ξεροτήγανα;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ΝΑΙ» σε ποσοστό 32.46% και οι υπόλοιποι δεν δοκίμασαν Ξεροτήγανα (Σχήμα 6.28). Σχεδόν επτά στους δέκα ερωτώμενους δεν δοκίμασαν Ξεροτήγανα.



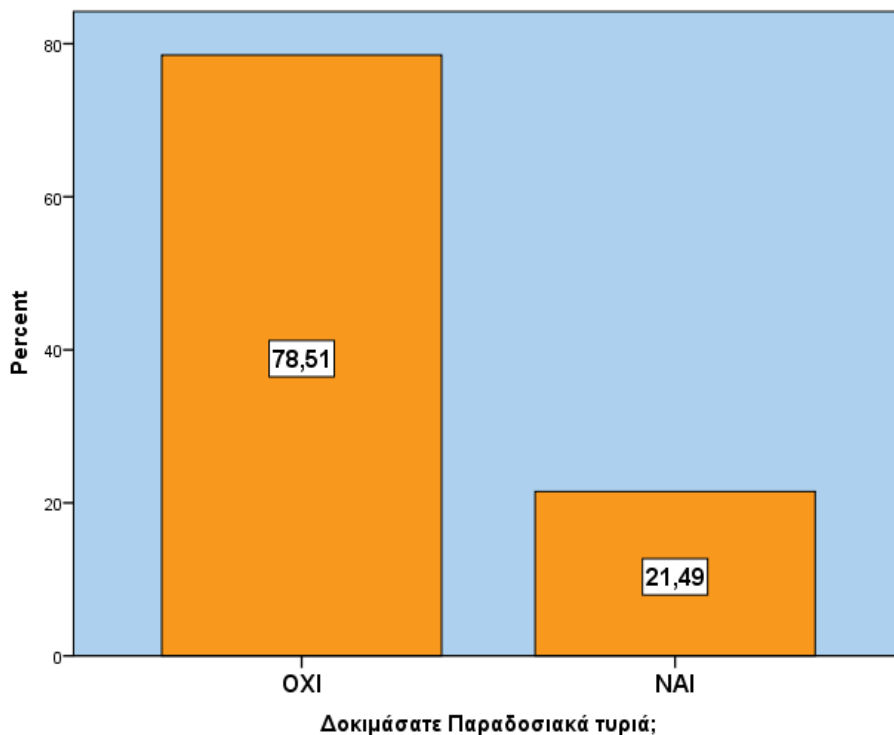
Σχήμα 6.28: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Δοκιμάσατε Ξεροτήγανα;»



Σχήμα 6.29: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Δοκιμάσατε Χοχλιούς;»

Στην ερώτηση «Δοκιμάσατε Χοχλιούς;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ΝΑΙ» σε ποσοστό 14.47% και οι υπόλοιποι δεν δοκίμασαν Χοχλιούς (Σχήμα 6.29). Η πλειοψηφία των ερωτώμενων δεν δοκίμασαν Χοχλιούς.

Στην ερώτηση «Δοκιμάσατε Παραδοσιακά τυριά;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ΝΑΙ» σε ποσοστό 21.49% και οι υπόλοιποι δεν δοκίμασαν Παραδοσιακά τυριά (Σχήμα 6.30). Σχεδόν οκτώ στους δέκα ερωτώμενους δεν δοκίμασαν Παραδοσιακά τυριά.

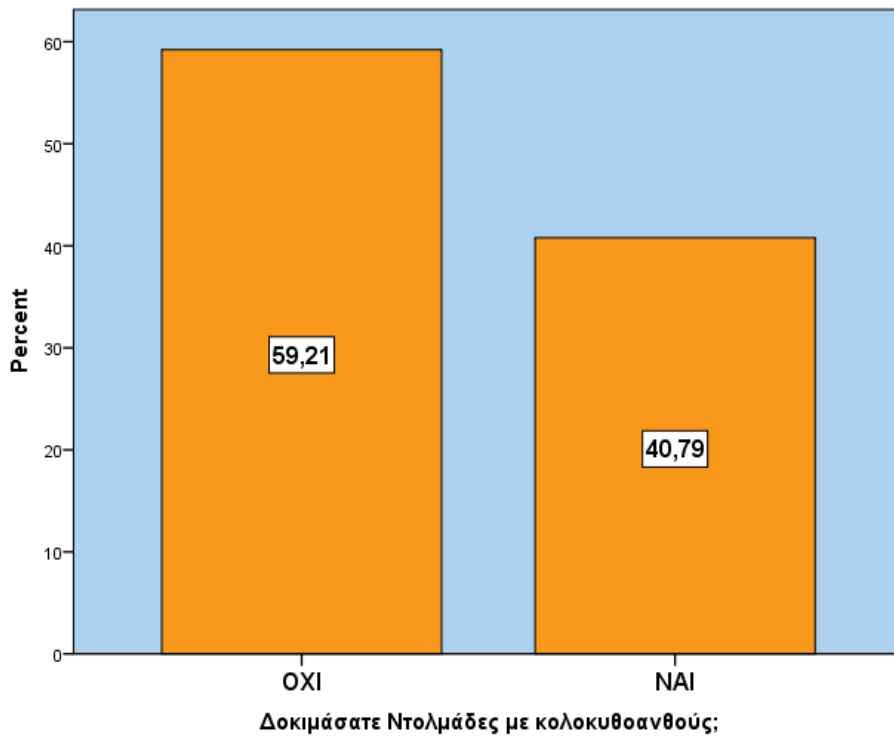


Σχήμα 6.30: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Δοκιμάσατε Παραδοσιακά τυριά;»

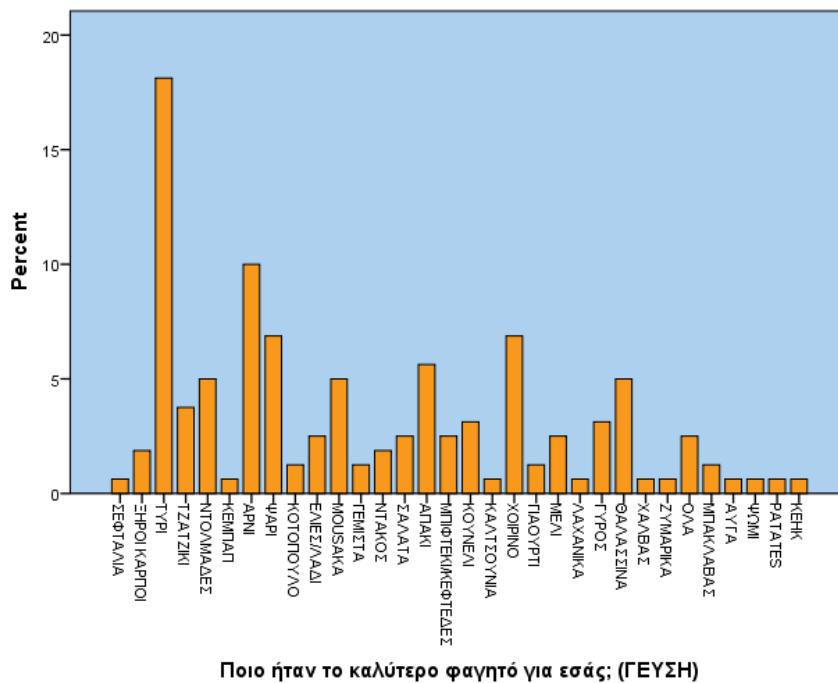
Στην ερώτηση «Δοκιμάσατε Ντολμάδες με κολοκυθοανθούς;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ΝΑΙ» σε ποσοστό 40.79% και οι υπόλοιποι δεν δοκίμασαν Ντολμάδες με κολοκυθοανθούς (Σχήμα 6.31). Σχεδόν έξι στους δέκα ερωτώμενους δοκίμασαν Ντολμάδες με κολοκυθοανθούς.

Στην ερώτηση «Ποιο ήταν το καλύτερο φαγητό για εσάς; (ΓΕΥΣΗ);», οι ερωτώμενοι απάντησαν «Τυρί» σε ποσοστό 18.13% και «Αρνί» σε ποσοστό 10% (Σχήμα 6.32). Τα υπόλοιπα φαγητά συγκέντρωσαν χαμηλότερα ποσοστά από 10%.

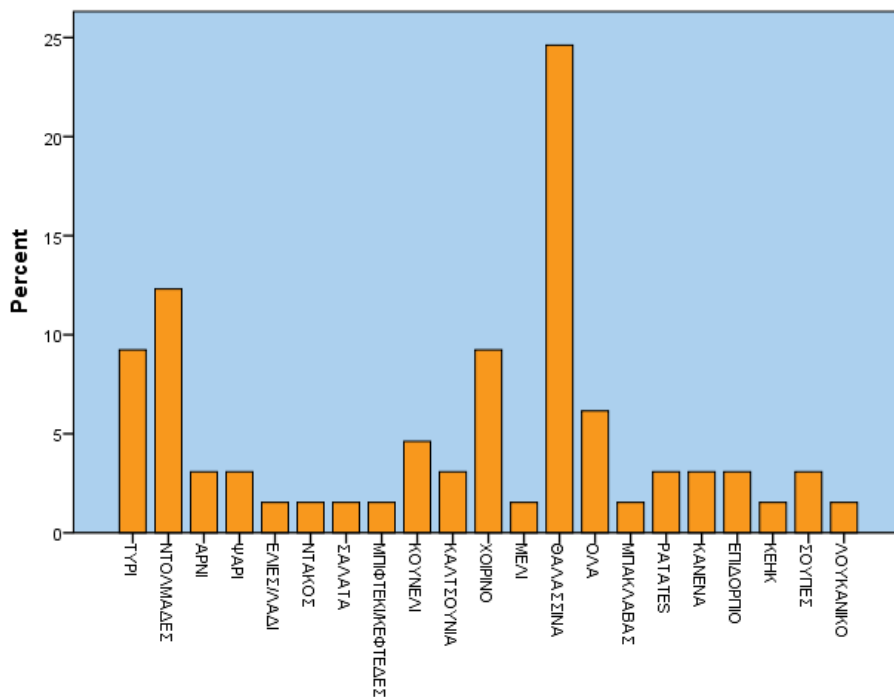
Στην ερώτηση «Ποιο ήταν το χειρότερο φαγητό για εσάς; (ΓΕΥΣΗ);», οι ερωτώμενοι απάντησαν «Θαλασσινά» σε ποσοστό 24.82% και «Ντολμάδες» σε ποσοστό 12.31% (Σχήμα 6.33). Τα υπόλοιπα φαγητά συγκέντρωσαν χαμηλότερα ποσοστά από 10%.



Σχήμα 6.31: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Δοκίμασατε Ντολμάδες με κολοκυθοανθούς»



Σχήμα 6.32: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Ποιο ήταν το καλύτερο φαγητό για εσάς; (ΓΕΥΣΗ);»



Ποιο ήταν το χειρότερο φαγητό για εσάς; (ΓΕΥΣΗ)

Σχήμα 6.33: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Ποιο ήταν το χειρότερο φαγητό για εσάς; (ΓΕΥΣΗ);»

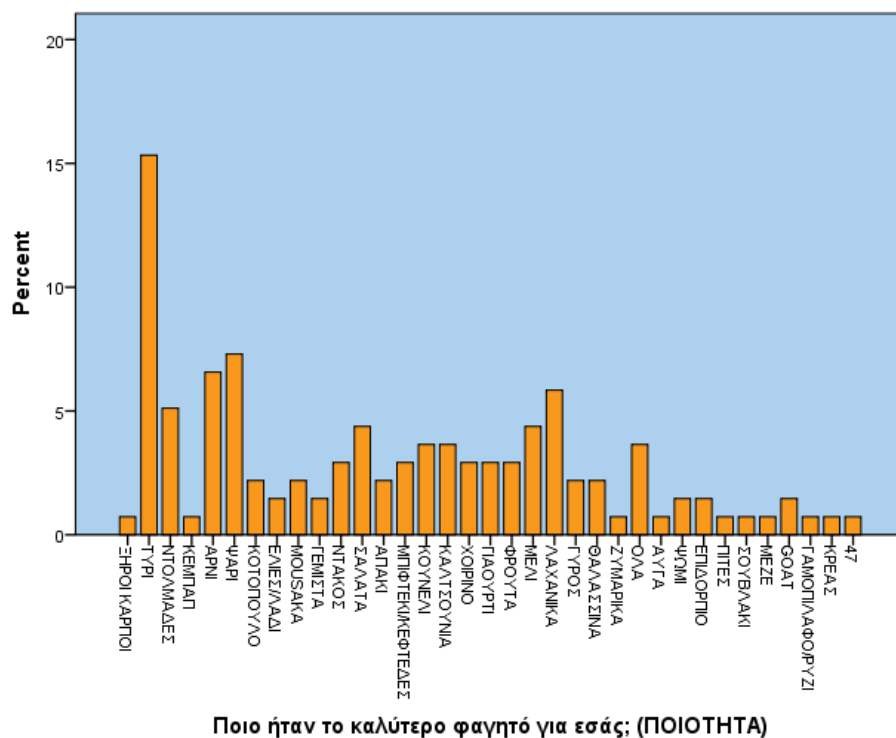
Στην ερώτηση «Ποιο ήταν το καλύτερο φαγητό για εσάς; (ΠΟΙΟΤΗΤΑ);», οι ερωτώμενοι απάντησαν «Τυρί» σε ποσοστό 15.33% και «ψάρι» σε ποσοστό 7.30% (Σχήμα 6.34). Τα υπόλοιπα φαγητά συγκέντρωσαν μικρότερα ποσοστά.

Στην ερώτηση «Ποιο ήταν το χειρότερο φαγητό για εσάς; (ΠΟΙΟΤΗΤΑ);», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ντολμάδες» σε ποσοστό 13.73% και «τυρί» σε ποσοστό 9.80% (Σχήμα 6.35). Άξιο αναφοράς είναι ότι το 9.80% των ερωτώμενων απάντησε «κανένα».

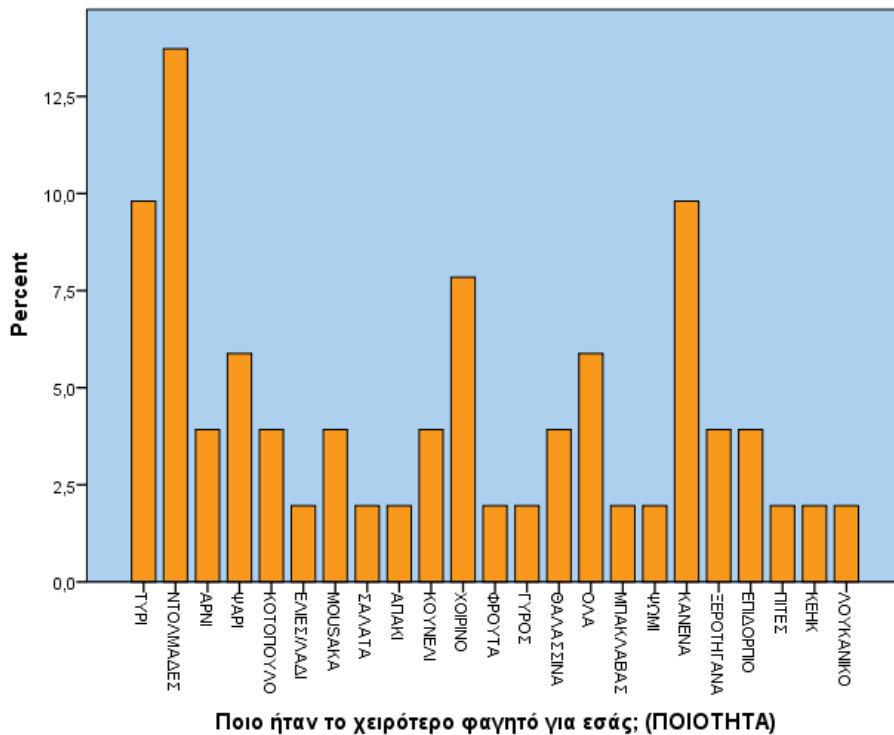
Στην ερώτηση «Ποιο ήταν το καλύτερο φαγητό για εσάς; (ΥΓΙΕΙΝΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ);», οι ερωτώμενοι απάντησαν «σαλάτα» σε υψηλό ποσοστό 29.92% και «Μέλι» σε ποσοστό 10.24% (Σχήμα 6.36).

Στην ερώτηση «Ποιο ήταν το χειρότερο φαγητό για εσάς; (ΥΓΙΕΙΝΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ);», οι ερωτώμενοι απάντησαν «Τυρί» σε ποσοστό 15.52% και «Μουσακάς» σε ποσοστό 8.62% (Σχήμα 6.37).

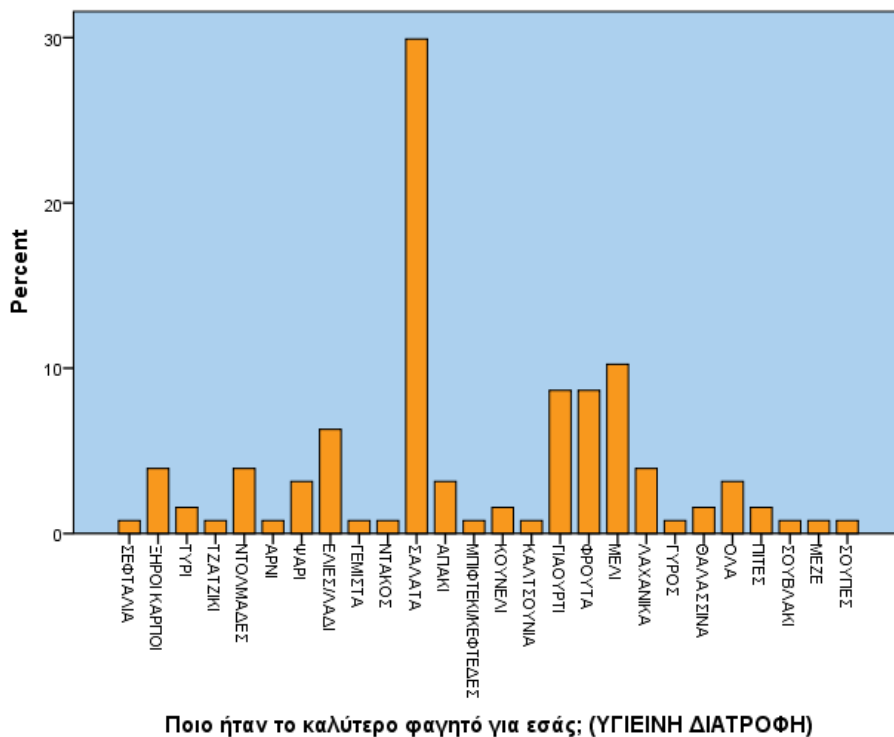
Στην ερώτηση «Ποιο φαγητό σας εξέπληξε περισσότερο θετικά σε σχέση με τις προσδοκίες σας;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «Τυρί» σε ποσοστό 13.91% και «Θαλασσινά» σε ποσοστό 11.30% (Σχήμα 6.38).



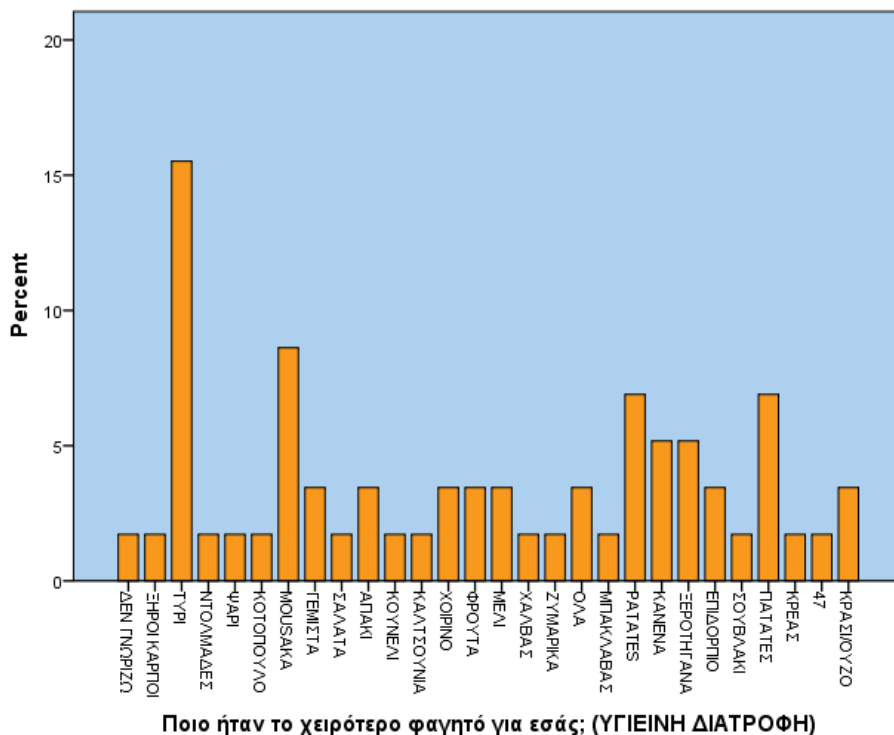
Σχήμα 6.34: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Ποιο ήταν το καλύτερο φαγητό για εσάς; (ΠΟΙΟΤΗΤΑ);»



Σχήμα 6.35: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Ποιο ήταν το χειρότερο φαγητό για εσάς; (ΠΟΙΟΤΗΤΑ);»



Σχήμα 6.36: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Ποιο ήταν το καλύτερο φαγητό για εσάς; (ΥΓΙΕΙΝΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ);»



Σχήμα 6.37: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Ποιο ήταν το χειρότερο φαγητό για εσάς; (ΥΓΙΕΙΝΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ);»

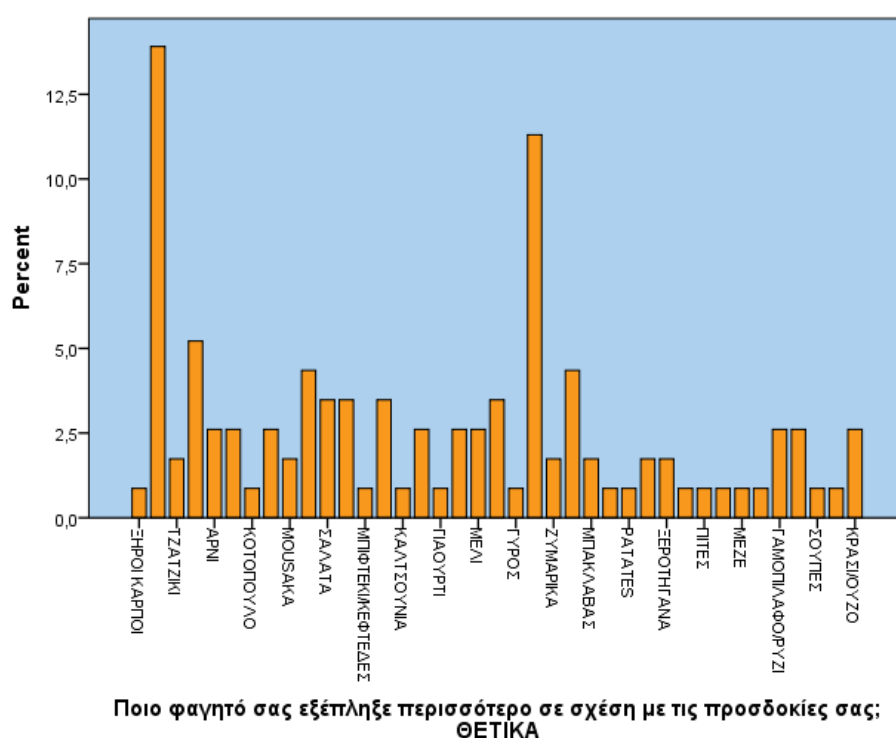
Στην ερώτηση «Ποιο φαγητό σας εξέπληξε περισσότερο αρνητικά σε σχέση με τις προσδοκίες σας;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «Τυρί» σε ποσοστό 14.29% και «Θαλασσινά» σε ποσοστό 12.24% (Σχήμα 6.39). Χαρακτηριστικό είναι ότι το τυρί συγκεντρώνει πολύ υψηλή ή πολύ χαμηλή προτίμηση από τους ερωτώμενους.

Στην ερώτηση «Ποιο φαγητό σας έκανε τη μεγαλύτερη θετική εντύπωση; (ΕΜΦΑΝΙΣΗ/ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ)», οι ερωτώμενοι απάντησαν «Θαλασσινά» σε ποσοστό 15.74% και «Τυρί» σε ποσοστό 11.11% (Σχήμα 6.40).

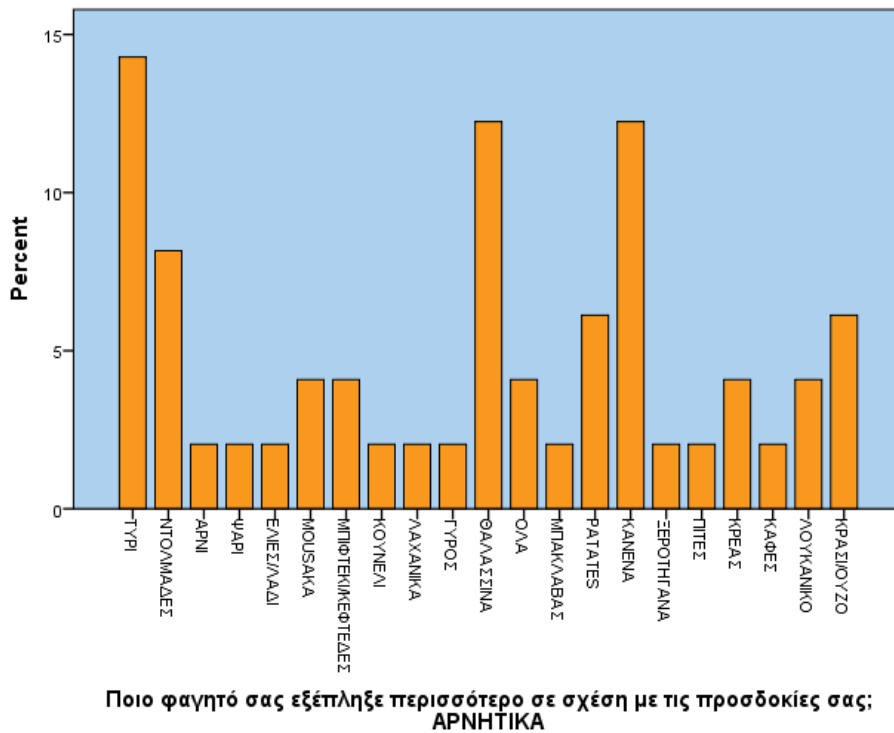
Στην ερώτηση «Ποιο φαγητό σας έκανε τη μεγαλύτερη αρνητική εντύπωση; (ΕΜΦΑΝΙΣΗ/ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ)», οι ερωτώμενοι απάντησαν «Ντολμάδες» σε ποσοστό 12.82% και «κανένα» σε ποσοστό 12.82% επίσης (Σχήμα 6.41).

Στην ερώτηση «Ποιο θεωρείτε το πιο χαρακτηριστικό φαγητό για την Κρητική Διατροφή;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «Τυρί» σε ποσοστό 20% και «Ελιές/Λάδι» σε ποσοστό 12.41% (Σχήμα 6.42).

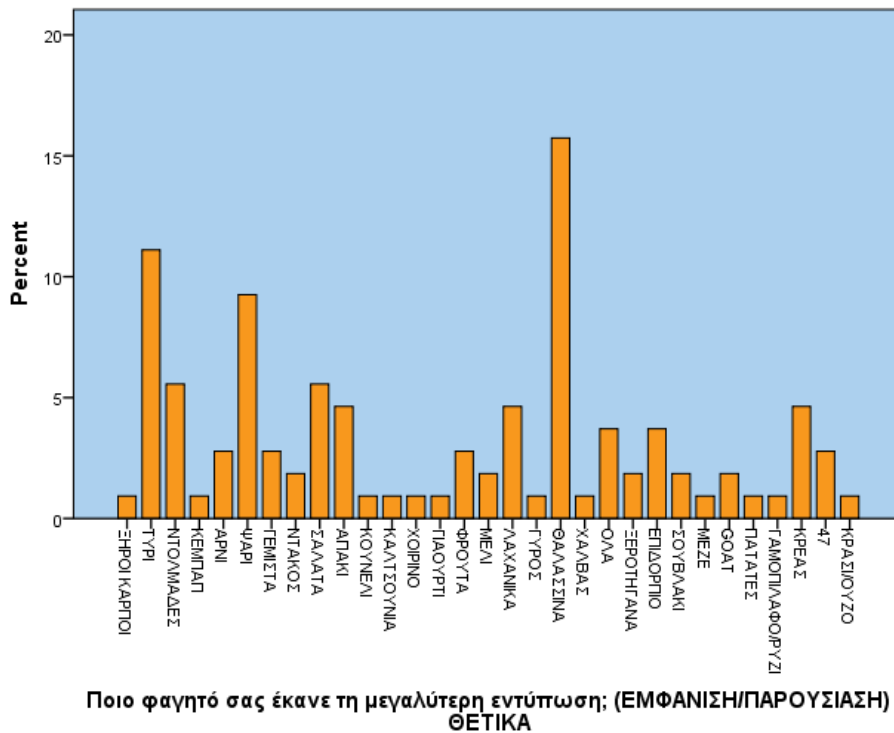
Στην ερώτηση «Ποιο θεωρείτε το πιο χαρακτηριστικό υλικό για την Κρητική Διατροφή;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «Ελιές/Λάδι» σε ποσοστό 42.06% και «Τυρί» σε ποσοστό 19.84% (Σχήμα 6.43). Δηλαδή, πάνω από τέσσερα στα δέκα άτομα θεωρούν ότι το πιο χαρακτηριστικό υλικό για την Κρητική Διατροφή είναι το λάδι και οι ελιές.



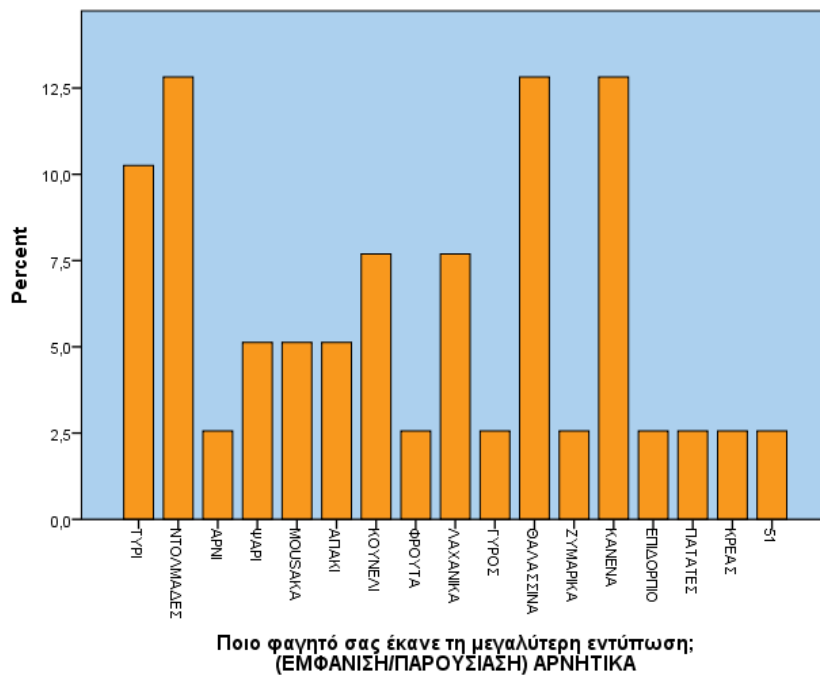
Σχήμα 6.38: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Ποιο φαγητό σας εξέπληξε περισσότερο θετικά σε σχέση με τις προσδοκίες σας»



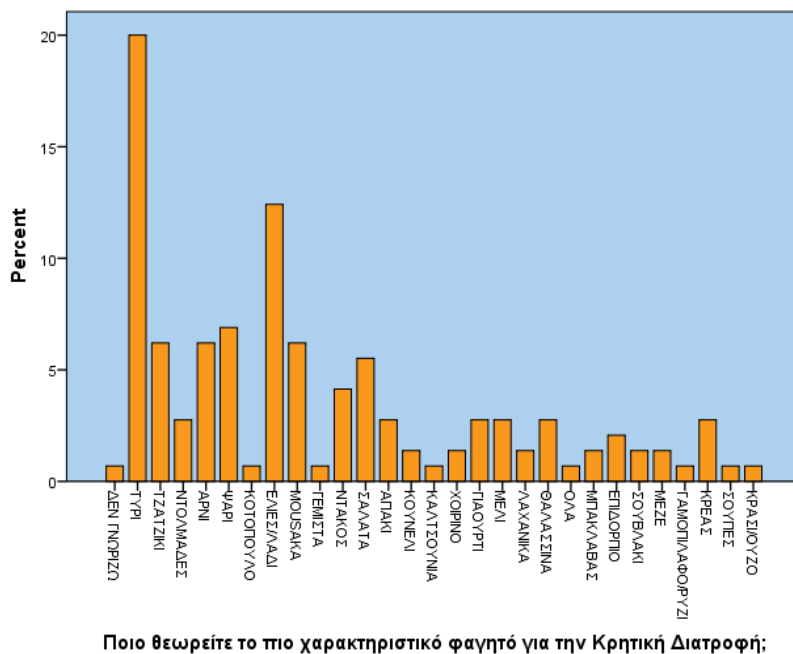
Σχήμα 6.39: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Ποιο φαγητό σας εξέπληξε περισσότερο αρνητικά σε σχέση με τις προσδοκίες σας»



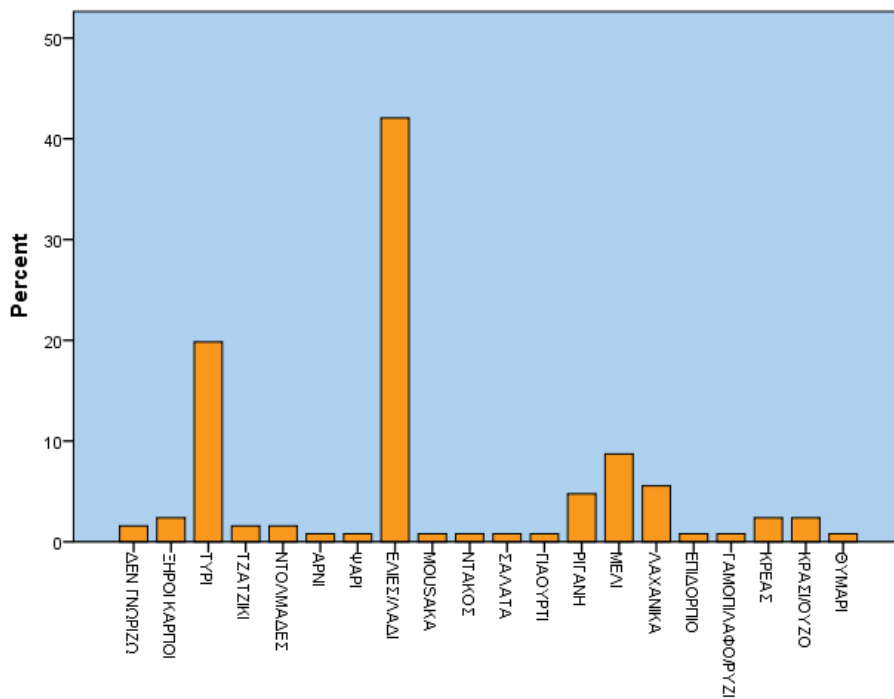
Σχήμα 6.40: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Ποιο φαγητό σας έκανε τη μεγαλύτερη θετική εντύπωση; (ΕΜΦΑΝΙΣΗ/ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ);»



Σχήμα 6.41: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Ποιο φαγητό σας έκανε τη μεγαλύτερη αρνητική εντύπωση; (ΕΜΦΑΝΙΣΗ/ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ);»



Σχήμα 6.42: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Ποιο θεωρείτε το πιο χαρακτηριστικό φαγητό για την Κρητική Διατροφή;»



Ποιο θεωρείτε το πιο χαρακτηριστικό υλικό για την Κρητική Διατροφή;

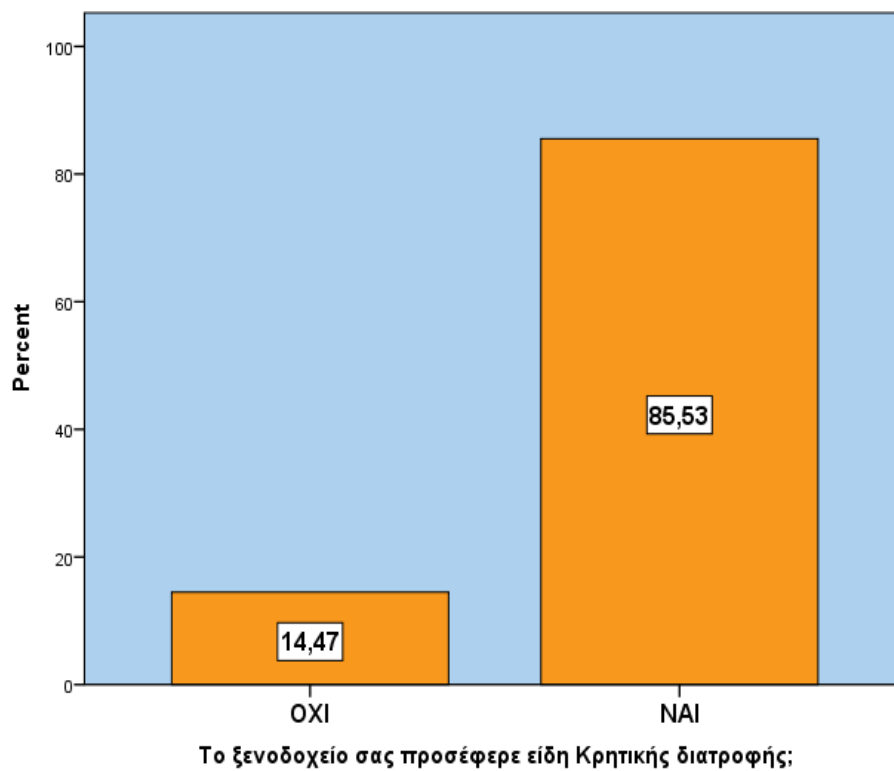
Σχήμα 6.43: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Ποιο θεωρείτε το πιο χαρακτηριστικό υλικό για την Κρητική Διατροφή;»

Στην ερώτηση «Το ξενοδοχείο σας προσέφερε είδη Κρητικής διατροφής;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ΝΑΙ» σε ποσοστό 85.53% και «ΟΧΙ» σε ποσοστό 14.47% (Σχήμα 6.44). Δηλαδή, πάνω από οκτώ στα δέκα άτομα του δείγματος θεωρούν ότι το ξενοδοχείο τους προσέφερε είδη Κρητικής διατροφής.

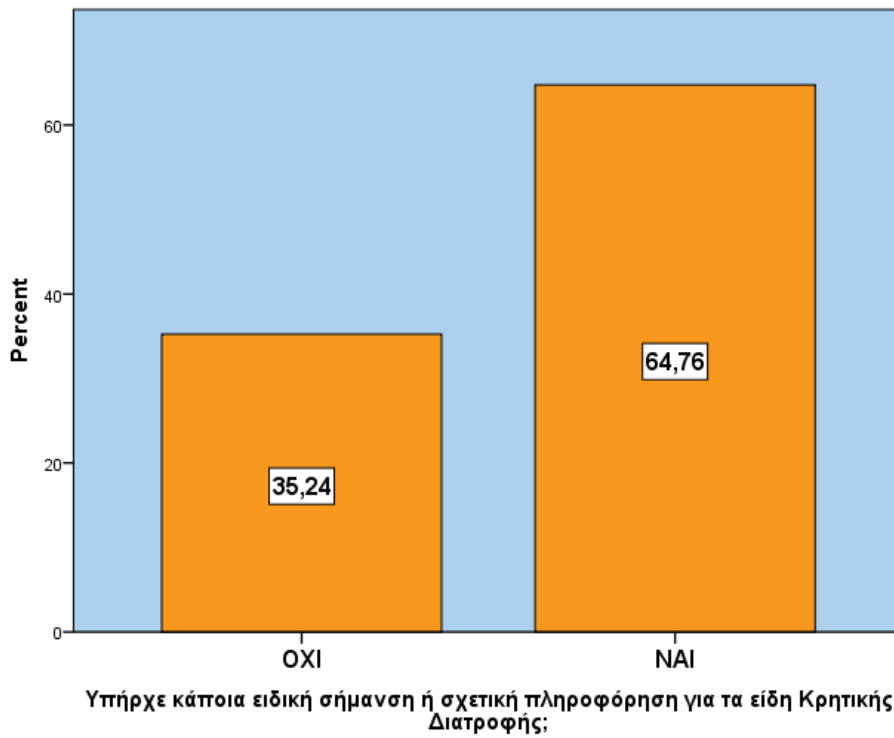
Στην ερώτηση «Υπήρχε κάποια ειδική σήμανση ή σχετική πληροφόρηση για τα είδη Κρητικής Διατροφής;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ΝΑΙ» σε ποσοστό 64.76% και «ΟΧΙ» σε ποσοστό 35.24% (Σχήμα 6.45). Δηλαδή, πάνω από έξι στα δέκα άτομα του δείγματος θεωρούν ότι υπήρχε κάποια ειδική σήμανση ή σχετική πληροφόρηση για τα είδη Κρητικής Διατροφής.

Στην ερώτηση «Πιστεύετε ότι τα είδη αυτά προσέθεσαν στην εμπειρία σας;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ΝΑΙ» σε ποσοστό 81.74% και «ΟΧΙ» σε ποσοστό 18.26% (Σχήμα 6.46). Δηλαδή, πάνω από οκτώ στα δέκα άτομα του δείγματος θεωρούν τα

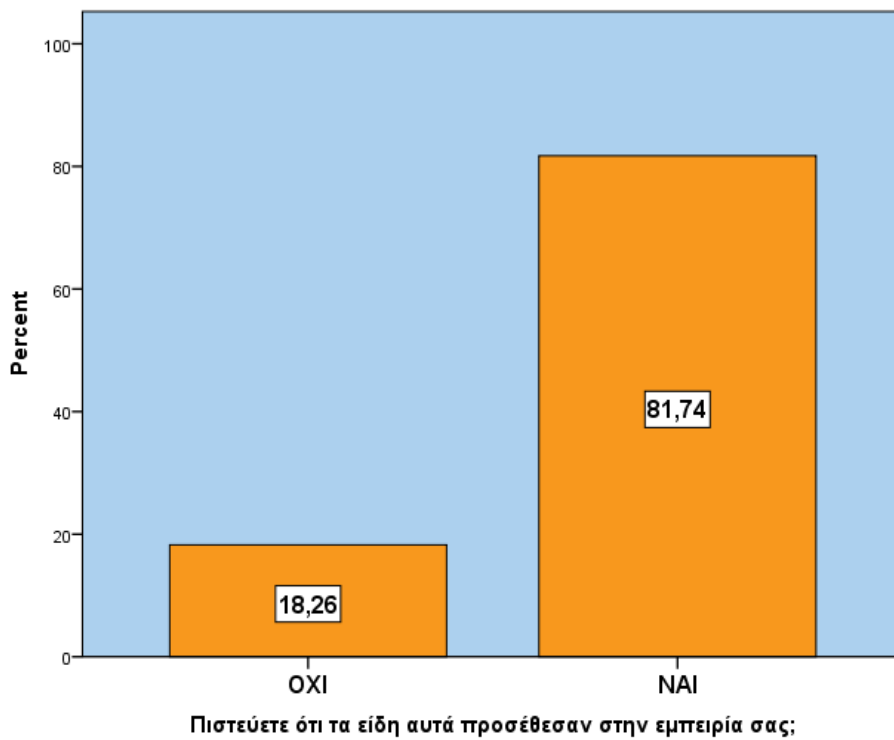
είδη αυτά προσέθεσαν στην εμπειρία τους. Αυτό σημαίνει ότι η Κρητική διατροφή δεν πέρασε απαρατήρητη από τους ερωτώμενους.



Σχήμα 6.44: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Το ξενοδοχείο σας προσέφερε είδη Κρητικής διατροφής;»



Σχήμα 6.45: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Υπήρχε κάποια ειδική σήμανση ή σχετική πληροφόρηση για τα είδη Κρητικής Διατροφής;»

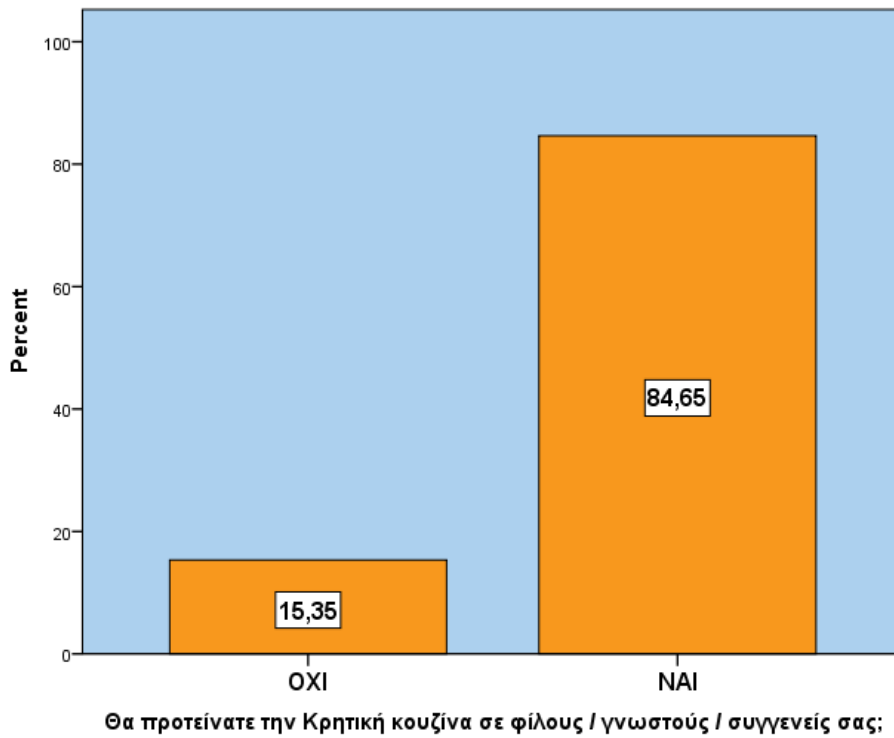


Σχήμα 6.46: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Πιστεύετε ότι τα είδη αυτά προσέθεσαν στην εμπειρία σας;»

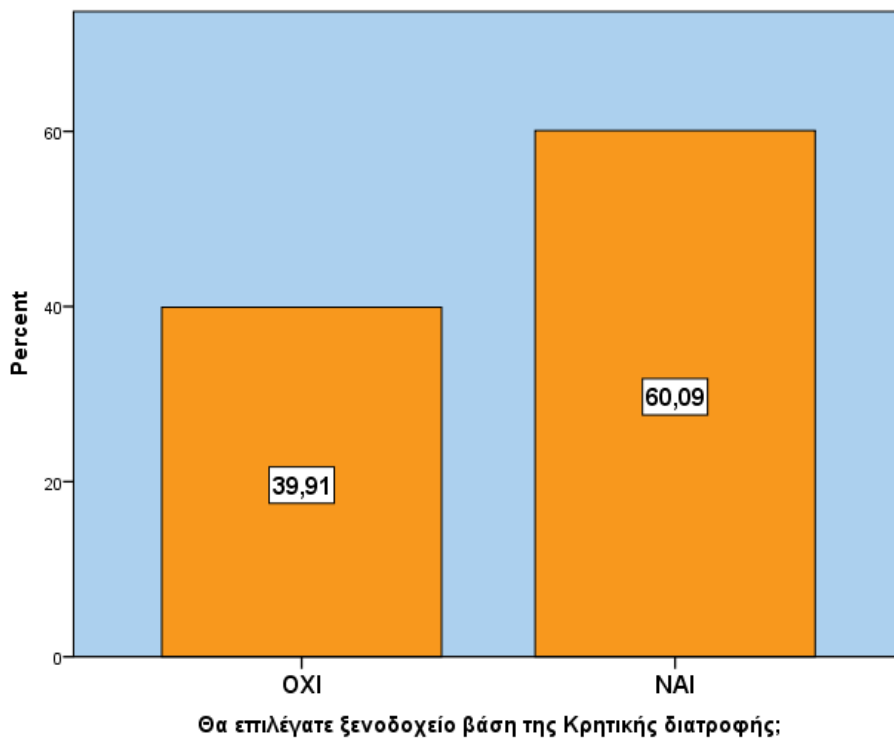
Στην ερώτηση «Θα προτείνατε την Κρητική κουζίνα σε φίλους / γνωστούς / συγγενείς σας;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ΝΑΙ» σε ποσοστό 84.65% και «ΟΧΙ» σε ποσοστό 15.35% (Σχήμα 6.47). Δηλαδή, πάνω από οκτώ στα δέκα άτομα του δείγματος θα προτείναν την Κρητική κουζίνα σε φίλους / γνωστούς / συγγενείς, που σημαίνει ότι η κρητική κουζίνα αντιστοιχεί σε μεγάλο βαθμό ικανοποίησης, σε όσους τη δοκίμασαν.

Στην ερώτηση «Θα επιλέγατε ξενοδοχείο βάση της Κρητικής διατροφής;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ΝΑΙ» σε ποσοστό 60.09% και «ΟΧΙ» σε ποσοστό 39.91% (Σχήμα 6.48). Δηλαδή, περίπου έξι στα δέκα άτομα του δείγματος δεν θα επέλεγαν το ξενοδοχείο τους βάση της Κρητικής διατροφής.

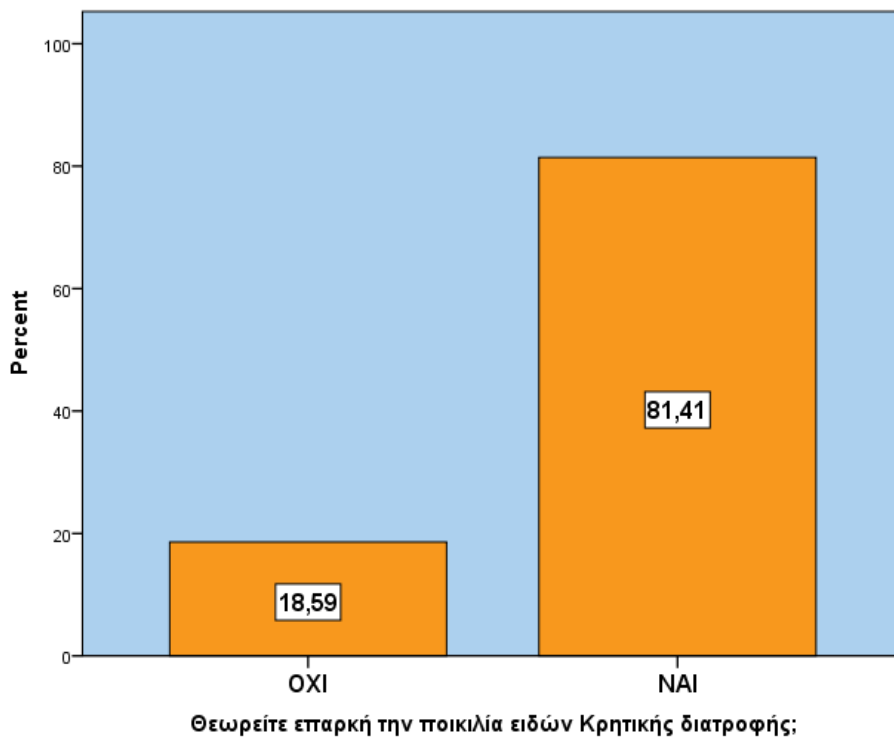
Στην ερώτηση «Θεωρείτε επαρκή την ποικιλία ειδών Κρητικής διατροφής;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ΝΑΙ» σε ποσοστό 85.53% και «ΟΧΙ» σε ποσοστό 14.47% (Σχήμα 6.49). Δηλαδή, πάνω από οκτώ στα δέκα άτομα του δείγματος θεωρούν ότι το ξενοδοχείο τους προσέφερε είδη Κρητικής διατροφής.



Σχήμα 6.47: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Θα προτείνατε την Κρητική κουζίνα σε φίλους / γνωστούς / συγγενείς σας;»



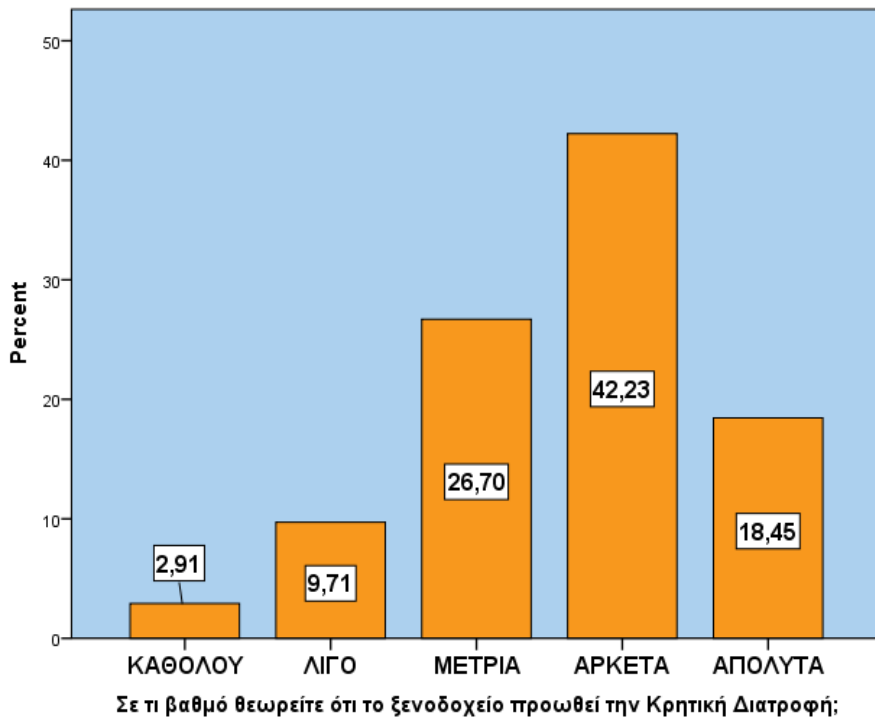
Σχήμα 6.48: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Θα επιλέγατε ξενοδοχείο βάση της Κρητικής διατροφής;»



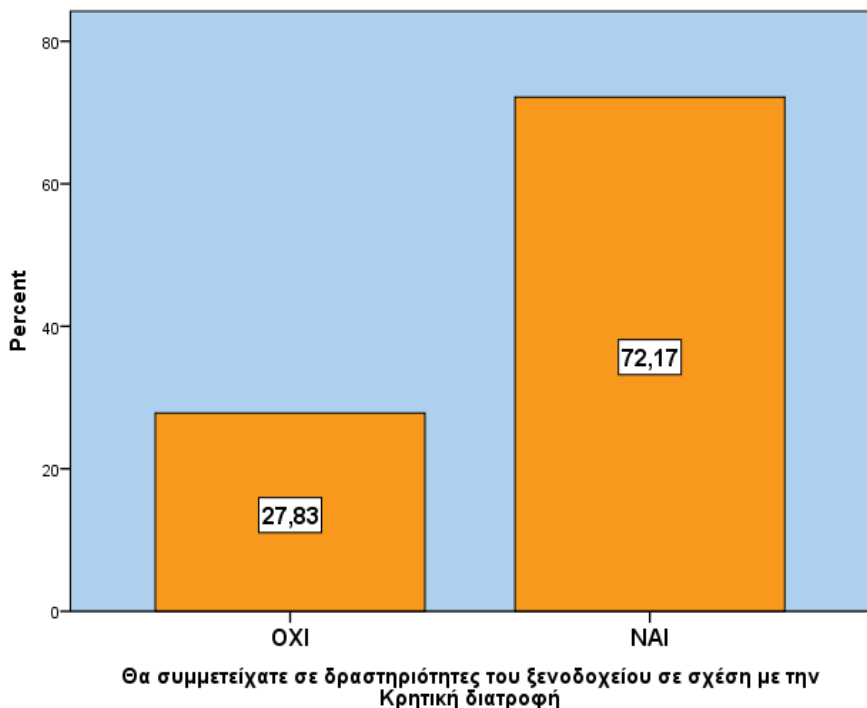
Σχήμα 6.49: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Θεωρείτε επαρκή την ποικιλία ειδών Κρητικής διατροφής;»

Στην ερώτηση «Σε τι βαθμό θεωρείτε ότι το ξενοδοχείο προωθεί την Κρητική Διατροφή;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ΑΠΟΛΥΤΑ» σε ποσοστό 18.45%, «ΑΡΚΕΤΑ» σε ποσοστό 42.23%, «ΜΕΤΡΙΑ» σε ποσοστό 26.70%, «ΛΙΓΟ» σε ποσοστό 9.71% και «ΚΑΘΟΛΟΥ» σε ποσοστό 2.91%, (Σχήμα 6.50). Οι απαντήσεις αυτές δείχνουν υψηλό βαθμό προώθησης ειδών της Κρητικής Διατροφής από το ξενοδοχείο διότι πάνω από 86% των ερωτώμενων συμφωνεί από μέτρια έως απόλυτα. Χαρακτηριστικό είναι ότι η απάντηση «ΚΑΘΟΛΟΥ» αντιστοιχεί σε εξαιρετικά χαμηλό ποσοστό.

Στην ερώτηση «Θα συμμετείχατε σε δραστηριότητες του ξενοδοχείου σε σχέση με την Κρητική διατροφή (μαθήματα μαγειρικής, θεματικές βραδιές με τοπικά προϊόντα κλπ.);», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ΝΑΙ» σε ποσοστό 72.17% και «ΟΧΙ» σε ποσοστό 27.83% (Σχήμα 6.51). Δηλαδή, πάνω από επτά στα δέκα άτομα του δείγματος θα συμμετείχαν σε δραστηριότητες του ξενοδοχείου σε σχέση με την Κρητική διατροφή.

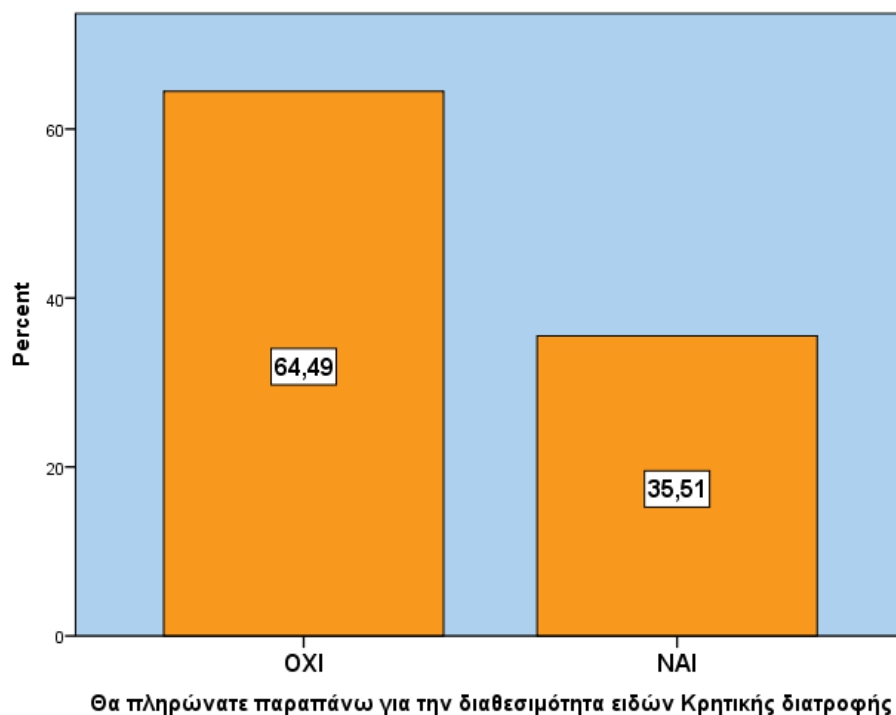


Σχήμα 6.50: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Σε τι βαθμό θεωρείτε ότι το ξενοδοχείο προωθεί την Κρητική Διατροφή;»



Σχήμα 6.51: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Θα συμμετείχατε σε δραστηριότητες του ξενοδοχείου σε σχέση με την Κρητική διατροφή (μαθήματα μαγειρικής, θεματικές βραδιές με τοπικά προϊόντα κλπ.);»

Στην ερώτηση «Θα πληρώνετε παραπάνω για την διαθεσιμότητα ειδών Κρητικής διατροφής;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «ΝΑΙ» σε ποσοστό 35.51% και «ΟΧΙ» σε ποσοστό 64.49% (Σχήμα 6.52). Δηλαδή, πάνω από έξι στα δέκα άτομα του δείγματος είναι αρνητικοί στο να πληρώσουν παραπάνω χρήματα για τα είδη κρητικής διατροφής.



Σχήμα 6.52: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Θα πληρώνετε παραπάνω για την διαθεσιμότητα ειδών Κρητικής διατροφής;»

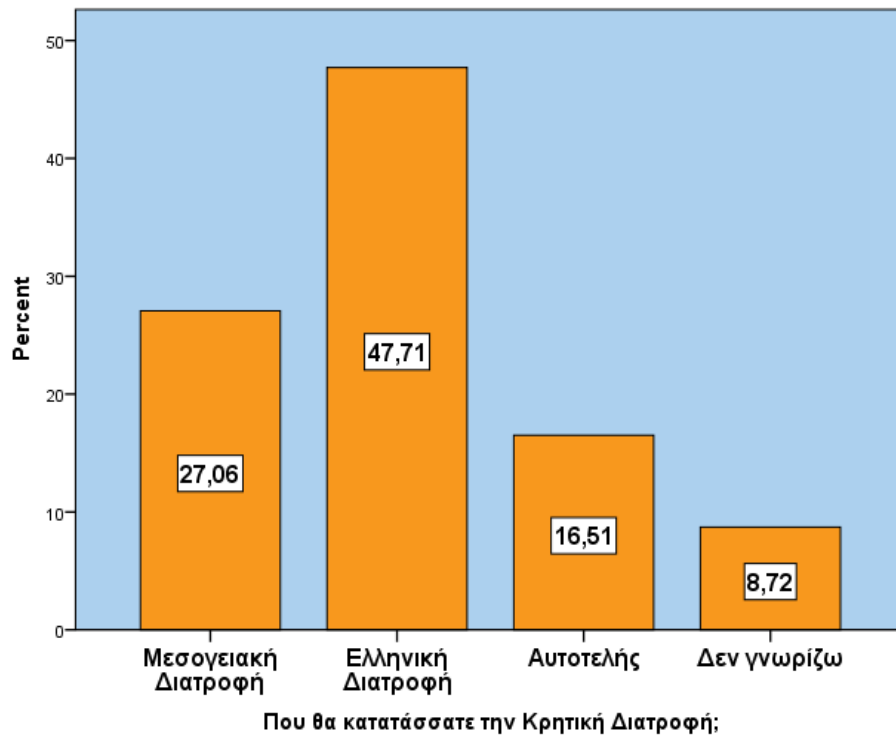
Στην ερώτηση «Εάν ναι, πόσο παραπάνω; (ευρώ / διανυκτέρευση)», οι ερωτώμενοι απάντησαν ότι κατά μέσο όρο θα πλήρωναν παραπάνω 18.82 ευρώ / ημέρα περίπου και το μεγαλύτερο μέρος αυτών θα πλήρωναν 10 ευρώ. Το ελάχιστο ποσό είναι 0 ευρώ και το μέγιστο ποσό είναι 100. Οι τιμές αυτές εκφράζουν ότι πιθανόν να υπάρχει κάποιο μερίδιο αγοράς, μέσω των ειδών της κρητικής διατροφής που μπορούν να διεκδικήσουν οι ιδιοκτήτες ξενοδοχείων με υψηλότερη διαθεσιμότητα των κρητικών προϊόντων και διαφήμισης αυτών.

Τα περιγραφικά μέτρα θέσεως, διασποράς και μορφής της μεταβλητής που εκφράζει την προαναφερθείσα ερώτηση παρατίθενται αναλυτικά στον πίνακα 6.3.

| | |
|-------------------------|----------------|
| Μέση τιμή | 18.82 |
| Διάμεσος | 10.00 |
| Επικρατούσα τιμή | 10 |
| Τυπική Απόκλιση | 18.968 |
| Διακύμανση | 359.789 |
| Ασυμμετρία | 2.268 |
| Κύρτωση | 7.735 |
| Ελάχιστο | 0 |
| Μέγιστο | 10 |

Πίνακας 6.3: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Εάν ναι, πόσο παραπάνω; (ευρώ / διανυκτέρευση);»

Στην ερώτηση «Που θα κατατάσσατε την Κρητική Διατροφή;», οι ερωτώμενοι απάντησαν «Ελληνική Διατροφή» σε ποσοστό 47.71%, «Μεσογειακή Διατροφή» σε ποσοστό 27.06%, «Αυτοτελής» σε ποσοστό 16.51% και δεν γνωρίζει το 8.72% των ερωτώμενων (Σχήμα 6.53). Δηλαδή, σχεδόν οι μισοί ερωτώμενοι συνδυάζουν την Ελληνική διατροφή με την Κρητική διατροφή.



Σχήμα 6.53: Απαντήσεις ερωτώμενων στην ερώτηση «Που θα κατατάσσετε την Κρητική Διατροφή;»

6.2. ΠΑΡΑΓΟΝΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ - ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΥΡΙΩΝ ΣΥΝΙΣΤΩΣΩΝ

Στην παράγραφο αυτή παρατίθεται η παραγοντική ανάλυση για την ομάδα μεταβλητών/ερωτήσεων του ερωτηματολογίου που είναι κατάλληλες για την εφαρμογή της μεθόδου, δηλαδή διατακτικές μεταβλητές. Εδώ λοιπόν, συνοψίζονται οι απόψεις των ερωτώμενων για τη διαμονή τους, σε μικρότερο αριθμό παράγωγων ανεξάρτητων μεταβλητών, οι οποίες θα έχουν ένα ποιοτικό νόημα και θα μπορούν να ερμηνευθούν κατάλληλα.

Από τον Πίνακα 6.4 παρατηρείται ότι όλοι δείκτες συσχέτισης των μεταβλητών ανά δύο, είναι θετικοί και στατιστικώς σημαντικοί. Οι συντελεστές συσχέτισης Spearman εμφανίζονται στο επάνω μέρος του πίνακα, ενώ η αντίστοιχη σημαντικότητα του ελέγχου εμφανίζεται στο κάτω μέρος του πίνακα.

| Correlation Matrix ^a | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------|---|-----------------------|------------------------|-------------------------|---|-------------|---------------------------------|---------------------------------|------|--------------------------|--------------------------|---|--|------|
| | Εγκαταστάσεις ξενοδοχείου | Τοποθεσία ξενοδοχείου | Συμπεριφορά προσωπικού | Προσφερόμενες υπηρεσίες | Ειδικές υπηρεσίες / προβλέψεις (ΑΜΕΑ, παιδιά, κατοικίδια) | Καθαριότητα | Διατροφικές επιλογές (ΠΟΙΚΙΛΙΑ) | Διατροφικές επιλογές (ΠΟΙΟΤΗΤΑ) | Τιμή | Γενική Εμπειρία Διαμονής | Ολική εικόνα ξενοδοχείου | Πόσο εξοικειωμένοι είστε με την Κρητική διατροφή; | Σε τι βαθμό θεωρείτε ότι το ξενοδοχείο προωθεί την Κρητική Διατροφή; | |
| Συσχέτιση | Εγκαταστάσεις ξενοδοχείου | 1.000 | .690 | .659 | .614 | .489 | .732 | .594 | .616 | .564 | .727 | .786 | .319 | .473 |
| | Τοποθεσία ξενοδοχείου | .690 | 1.000 | .527 | .527 | .413 | .512 | .554 | .560 | .552 | .675 | .712 | .242 | .450 |
| | Συμπεριφορά προσωπικού | .659 | .527 | 1.000 | .619 | .494 | .641 | .630 | .623 | .482 | .680 | .714 | .280 | .530 |
| | Προσφερόμενες υπηρεσίες | .614 | .527 | .619 | 1.000 | .585 | .525 | .570 | .657 | .496 | .552 | .699 | .389 | .616 |
| | Ειδικές υπηρεσίες / προβλέψεις (ΑΜΕΑ, παιδιά, κατοικίδια) | .489 | .413 | .494 | .585 | 1.000 | .442 | .484 | .493 | .385 | .428 | .521 | .365 | .501 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------|--|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | Καθαριότητα | .732 | .512 | .641 | .525 | .442 | 1.000 | .568 | .611 | .497 | .607 | .686 | .348 | .473 |
| | Διατροφικές επιλογές (ΠΟΙΚΙΛΙΑ) | .594 | .554 | .630 | .570 | .484 | .568 | 1.000 | .775 | .486 | .674 | .678 | .308 | .545 |
| | Διατροφικές επιλογές (ΠΟΙΟΤΗΤΑ) | .616 | .560 | .623 | .657 | .493 | .611 | .775 | 1.000 | .563 | .703 | .756 | .352 | .636 |
| | Τιμή | .564 | .552 | .482 | .496 | .385 | .497 | .486 | .563 | 1.000 | .598 | .621 | .251 | .425 |
| | Γενική Εμπειρία Διαμονής | .727 | .675 | .680 | .552 | .428 | .607 | .674 | .703 | .598 | 1.000 | .855 | .269 | .493 |
| | Ολική εικόνα ξενοδοχείου | .786 | .712 | .714 | .699 | .521 | .686 | .678 | .756 | .621 | .855 | 1.000 | .274 | .616 |
| | Πόσο εξοικειωμένοι είστε με την Κρητική διατροφή; | .319 | .242 | .280 | .389 | .365 | .348 | .308 | .352 | .251 | .269 | .274 | 1.000 | .458 |
| | Σε τι βαθμό θεωρείτε ότι το ξενοδοχείο προωθεί την Κρητική Διατροφή; | .473 | .450 | .530 | .616 | .501 | .473 | .545 | .636 | .425 | .493 | .616 | .458 | 1.000 |
| Sig. (1-tailed) | Εγκαταστάσεις Ξενοδοχείου | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | Τοποθεσία Ξενοδοχείου | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | Συμπεριφορά προσωπικού | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | Προσφερόμενες υπηρεσίες | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | Ειδικές υπηρεσίες / προβλέψεις (AMEA, παιδιά, κατοικίδια) | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | Καθαριότητα | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |

| | | | | | | | | | | | | | |
|--|------|------|------|------|------|------|------|------|-----|------|------|------|------|
| Διατροφικ ές επιλογές (ΠΟΙΚΙΛΙ Α) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .00 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| Διατροφικ ές επιλογές (ΠΟΙΟΤΗ ΤΑ) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .00 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| Τιμή | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .00 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| Γενική Εμπειρία Διαμονής | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .00 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| Ολική εικόνα ξενοδοχείο υ | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .00 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| Πόσο εξοικειωμέ νοι είστε με την Κρητική διατροφή; | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .00 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| Σε τι βαθμό θεωρείτε ότι το ξενοδοχείο προωθεί την Κρητική Διατροφή; | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .00 | .000 | .000 | .000 | .000 |

a. Determinant = 5.332E-005

Πίνακας 6.4: Συντελεστής συσχέτισης του Spearman για όλα τα ζεύγη των μεταβλητών

Πιο συγκεκριμένα, από τον Πίνακα 6.4 παρατηρούμε ότι οι μεταβλητές παρουσιάζουν θετική συσχέτιση, είτε ασθενή, είτε ισχυρή αλλά πάντοτε στατιστικώς σημαντική.

Η αξιοπιστία αναφέρεται στη συνέπεια απόκτησης των ζητούμενων αποτελεσμάτων από το ερωτηματολόγιό μας. Στα πλαίσια της παρούσας έρευνας υπολογίσθηκε ο συντελεστής αξιοπιστίας (Reliability Statistic) Alpha-Cronbach. Το σύνολο των 13 μεταβλητών που χρησιμοποιήθηκε έχει συντελεστή αξιοπιστίας ίσο με 0,936 (Πίνακας 6.5). Η τιμή του συντελεστή αξιοπιστίας είναι εξαιρετικά υψηλή και μπορεί να υποθεθεί ότι η μέτρηση είναι συνεπής και το μέρος αυτό του ερωτηματολογίου μας, κατά τεκμήριο, είναι αξιοποιήσιμο.

| Reliability Statistics | |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| 0.936 | 13 |

Πίνακας 6.5: Συντελεστής Αξιοπιστίας Cronbach's Alpha

Επίσης, από τον Πίνακα 6.6, που παρουσιάζει το αποτέλεσμα του ελέγχου του Bartlett εκφράζεται ότι οι μεταβλητές παρουσιάζουν εξάρτηση. Ο έλεγχος σφαιρικότητας του Bartlett ελέγχει την υπόθεση ότι ο πίνακας συσχετίσεων είναι ίσος με το μοναδιαίο πίνακα, δηλαδή πρακτικά ότι οι μεταβλητές είναι ασυσχέτιστες. Επειδή το παρατηρούμενο επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας του ελέγχου είναι μικρότερο του επιπέδου σημαντικότητας ($p_v < 0.01$) $\alpha = 1\%$ που θεωρείται συνήθως στη βιβλιογραφία, απορρίπτουμε τη μηδενική υπόθεση ότι οι μεταβλητές είναι ασυσχέτιστες καθώς απορρίπτουμε την υπόθεση ότι ο πίνακας συσχετίσεων είναι ίσος με το μοναδιαίο πίνακα.

| KMO and Bartlett's Test | | |
|--|--------------------|----------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. | | 0.933 |
| Bartlett's Test of Sphericity | Approx. Chi-Square | 1749.734 |
| | df | 78 |
| | Sig. | 0.000 |

Πίνακας 6.6: Έλεγχος σφαιρικότητας του Bartlett – Δείκτης Keiser – Meyer - Olkin

Επίσης, στον Πίνακα 6.6 παρουσιάζεται ο δείκτης KMO, ο οποίος είναι ένας στατιστικός δείκτης σύγκρισης των συντελεστών συσχετίσεων με τους μερικούς συντελεστές συσχέτισης. Τιμές κοντά στη μονάδα δηλώνουν ότι τα δεδομένα είναι κατάλληλα για παραγοντική ανάλυση, όπως συμβαίνει στην περίπτωση της παρούσας έρευνας που η τιμή του KMO είναι 0.933.

Η σημαντικότητα του μοντέλου που προέκυψε από την Παραγοντική Ανάλυση (Factor Analysis), ελέγχεται από τον πίνακα συσχετίσεων και από τον πίνακα συνδιακυμάνσεων που έχουν την ονομασία «anti-image correlation matrix» και «anti-image covariance matrix». Ο 1ος από τους δύο προαναφερθέντες πίνακες περιέχει τους αρνητικούς συντελεστές μερικής συσχέτισης ενώ, ο 2ος τους αρνητικούς συντελεστές μερικής συνδιακύμανσης. Οι δύο πίνακες («anti-image correlation matrix» και «anti-image covariance matrix») παρουσιάζονται στον Πίνακα 6.7.

| Anti-image Matrices | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------|---------------------------|-----------------------|------------------------|-------------------------|---|-------------|-------------------------------------|-----------------------------------|-------|--------------------------|--------------------------|---|--|-------|
| | Εγκαταστάσεις ξενοδοχείου | Τοποθεσία ξενοδοχείου | Συμπεριφορά προσωπικού | Προσφερόμενες υπηρεσίες | Ειδικές υπηρεσίες / προβλέψεις (AM, EA, παιδιά, κατοικίδια) | Καθαριότητα | Διατροφικές επιλογές (ΠΟΙ, ΚΙΛΙ, Α) | Διατροφικές επιλογές (ΠΟΙΟ, ΤΗΤΑ) | Τμήμα | Γενική Εμπειρία Διαμονής | Ολική εικόνα ξενοδοχείου | Πόσο εξοικειωμένοι με την Κρητική διατροφή; | Σε τι βαθμό θεωρείτε ότι το ξενοδοχείο προωθεί την Κρητική Διατροφή; | |
| Anti-image Covariance | Εγκαταστάσεις ξενοδοχείου | .263 | -.091 | -.023 | -.036 | -.023 | -.123 | -.003 | .023 | -.017 | -.027 | -.036 | -.030 | .041 |
| | Τοποθεσία ξενοδοχείου | -.091 | .420 | .025 | -.006 | -.008 | .038 | -.036 | .017 | -.012 | -.033 | -.041 | .001 | -.013 |
| | Συμπεριφορά προσωπικού | -.023 | .025 | .383 | -.066 | -.038 | -.080 | -.055 | .017 | .011 | -.054 | -.012 | .035 | -.037 |
| | Προσφερόμενες υπηρεσίες | -.036 | -.006 | -.066 | .367 | -.103 | .042 | .003 | -.050 | -.015 | .059 | -.058 | -.069 | -.052 |

| | | | | | | | | | | | | | |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|-------|-------|
| Ειδικές υπηρεσίες / προβλέψεις (ΑΜΕΑ, παιδιά, κατοικίδια) | -.023 | -.008 | -.038 | -.103 | .582 | -.004 | -.046 | .010 | - | .024 | -.011 | -.079 | -.052 |
| Καθαριότητα | -.123 | .038 | -.080 | .042 | -.004 | .381 | -.014 | -.037 | - | .031 | -.035 | -.075 | .007 |
| Διατροφικές επιλογές (ΠΟΙΚΙΛΙΑ) | -.003 | -.036 | -.055 | .003 | -.046 | -.014 | .342 | -.138 | .011 | -.041 | .016 | .005 | -.013 |
| Διατροφικές επιλογές (ΠΟΙΟΤΗΤΑ) | .023 | .017 | .017 | -.050 | .010 | -.037 | -.138 | .262 | - | .026 | -.029 | -.014 | -.065 |
| Τιμή | -.017 | -.072 | .011 | -.025 | -.018 | -.027 | .019 | -.046 | .554 | -.041 | -.013 | -.009 | -.002 |
| Γενική Εμπειρία Διαμονής | -.027 | -.033 | -.054 | .059 | .024 | .031 | -.041 | -.026 | - | .215 | -.091 | -.041 | .041 |
| Ολική εικόνα ξενοδοχείου | -.036 | -.041 | -.012 | -.058 | -.011 | -.035 | .016 | -.029 | - | .091 | .141 | .073 | -.056 |
| Πόσο εξοικειωμένοι είστε με την Κρητική διατροφή; | -.030 | .001 | .035 | -.069 | -.079 | -.075 | .005 | -.014 | - | .041 | .073 | .702 | -.164 |

| | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | Σε τι βαθμό θεωρείτε ότι το ξενοδοχείο προωθεί την Κρητική Διατροφή; | .041 | -.013 | -.037 | -.052 | -.052 | .007 | -.013 | -.065 | -.041 | -.056 | -.164 | .447 |
| Anti- image Correlation | Εγκαταστάσεις ξενοδοχείου | .934 ^a | -.272 | -.073 | -.116 | -.060 | -.388 | -.012 | .088 | -.044 | -.188 | -.069 | .119 |
| | Τοποθεσία ξενοδοχείου | -.272 | .957 ^a | .063 | -.014 | -.016 | .096 | -.095 | .050 | -.109 | -.167 | .002 | -.031 |
| | Συμπεριφορά προσωπικού | -.073 | .063 | .961 ^a | -.175 | -.079 | -.209 | -.153 | .053 | -.189 | -.050 | .068 | -.089 |
| | Προσφερόμενες υπηρεσίες | -.116 | -.014 | -.175 | .934 ^a | -.224 | .112 | .008 | -.163 | -.210 | -.255 | -.136 | -.130 |
| | Ειδικές υπηρεσίες / προβλέψεις (ΑΜΕΑ, παιδιά, κατοικίδια) | -.060 | -.016 | -.079 | -.224 | .962 ^a | -.008 | -.102 | .025 | -.069 | -.038 | -.123 | -.101 |
| | Καθαριότητα | -.388 | .096 | -.209 | .112 | -.008 | .929 ^a | -.039 | -.118 | -.108 | -.152 | -.146 | .017 |
| | Διατροφικές επιλογές (ΠΟΙΚΙΛΙΑ) | -.012 | -.095 | -.153 | .008 | -.102 | -.039 | .934 ^a | -.461 | -.153 | .074 | .009 | -.034 |

| | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Διατροφικές επιλογές (ΠΟΙΟΤΗΤΑ) | .088 | .050 | .053 | -.163 | .025 | -.118 | -.461 | .929 ^a | - | - | -.151 | -.032 | -.191 |
| Τιμή | -.044 | -.148 | .025 | -.056 | -.031 | -.058 | .045 | -.120 | .979 ^a | -.120 | -.048 | -.014 | -.004 |
| Γενική Εμπειρία Διαμονής | -.112 | -.109 | -.189 | .210 | .069 | .108 | -.153 | -.109 | -.120 | .908 ^a | -.523 | -.106 | .133 |
| Ολική εικόνα ξενοδοχείου | -.188 | -.167 | -.050 | -.255 | -.038 | -.152 | .074 | -.151 | -.120 | -.523 | .907 ^a | .231 | -.222 |
| Πόσο εξοικειωμένοι είστε με την Κρητική διατροφή; | -.069 | .002 | .068 | -.136 | -.123 | -.146 | .009 | -.032 | -.120 | -.106 | .231 | .856 ^a | -.293 |
| Σε τι βαθμό θεωρείτε ότι το ξενοδοχείο προωθεί την Κρητική Διατροφή; | .119 | -.031 | -.089 | -.130 | -.101 | .017 | -.034 | -.191 | -.120 | .133 | -.222 | -.293 | .932 ^a |
| a. Measures of Sampling Adequacy(MSA) | | | | | | | | | | | | | |

Πίνακας 6.7: Μέτρα Δειγματοληπτικής Επάρκειας

Από τον Πίνακα 6.7 συμπεραίνουμε ότι το μοντέλο που προέκυψε από την Παραγοντική Ανάλυση είναι ικανοποιητικό.

Στον Πίνακα 6.8 παρατίθενται τα ποσοστά ερμηνείας της συνολικής διασποράς, για κάθε έναν, από τους 13 κύριους παράγοντες (αρχικά ιδιοδιανύσματα). Επίσης, παρατίθεται και η αθροιστική διασπορά για τους στατιστικά σημαντικούς 2 κύριους Παράγοντες.

Στατιστικώς σημαντικοί προέκυψαν, σύμφωνα με το κριτήριο της μέσης ιδιοτιμής, (Πίνακας 6.8) οι πρώτοι δύο παράγοντες από τους οκτώ συνολικά.

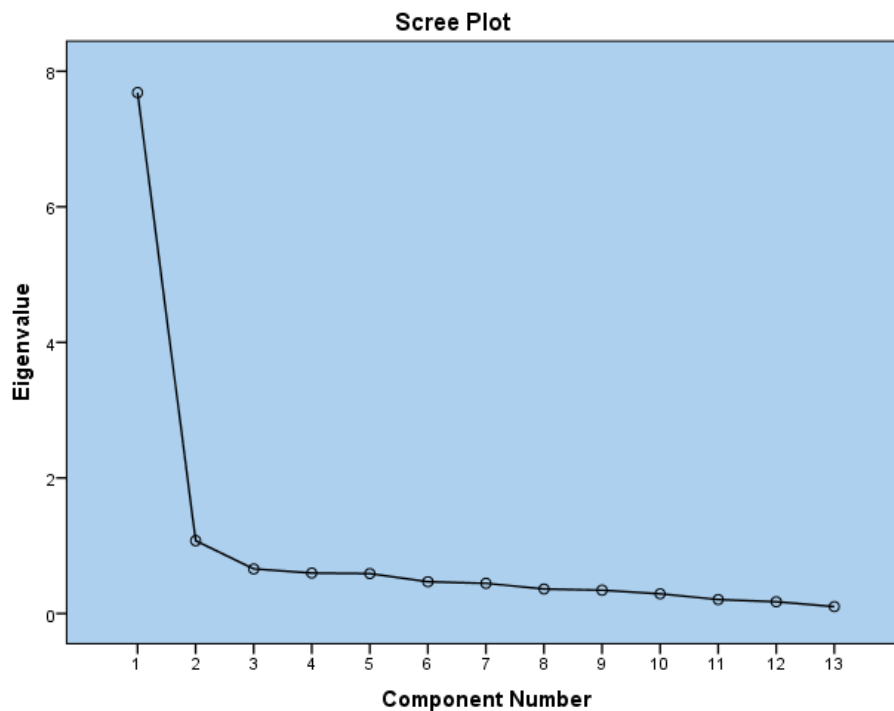
| Total Variance Explained | | | | | | | | | |
|--------------------------|---------------------|---------------|--------------|-------------------------------------|---------------|--------------|-----------------------------------|---------------|--------------|
| Component | Initial Eigenvalues | | | Extraction Sums of Squared Loadings | | | Rotation Sums of Squared Loadings | | |
| | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % |
| 1 | 7.684 | 59.109 | 59.109 | 7.684 | 59.109 | 59.109 | 5.981 | 46.006 | 46.006 |
| 2 | 1.075 | 8.267 | 67.376 | 1.075 | 8.267 | 67.376 | 2.778 | 21.370 | 67.376 |
| 3 | .659 | 5.066 | 72.442 | | | | | | |
| 4 | .597 | 4.593 | 77.035 | | | | | | |
| 5 | .590 | 4.535 | 81.570 | | | | | | |
| 6 | .469 | 3.611 | 85.181 | | | | | | |
| 7 | .446 | 3.428 | 88.610 | | | | | | |
| 8 | .363 | 2.792 | 91.401 | | | | | | |
| 9 | .344 | 2.649 | 94.050 | | | | | | |
| 10 | .291 | 2.236 | 96.287 | | | | | | |
| 11 | .207 | 1.593 | 97.880 | | | | | | |
| 12 | .174 | 1.338 | 99.218 | | | | | | |
| 13 | .102 | .782 | 100.000 | | | | | | |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Πίνακας 6.8: Αθροισμα Επεξηγούμενης Άγνωστης Διακύμανσης

Από το γράφημα των ιδιοτιμών των παραγόντων του σχήματος 6.54 (scree plot), επιβεβαιώνεται το αποτέλεσμα του Πίνακα 6.8. Δηλαδή, σύμφωνα με το κριτήριο του γραφήματος των ιδιοτιμών των παραγόντων (κριτήριο «αγκώνα»), οι στατιστικώς σημαντικοί παράγοντες είναι οι δύο πρώτοι.

Στους πρώτους δύο παράγοντες θα γίνει προσπάθεια ποιοτικής ερμηνείας στη συνέχεια. Οι δύο στατιστικώς σημαντικοί παράγοντες ερμηνεύουν σχεδόν το 68% της ολικής συνδιασποράς των 13 μεταβλητών (Πίνακας 6.8).



Σχήμα 6.54: Γράφημα ιδιοτιμών των παραγόντων

Στον Πίνακα 6.9 παρατίθενται τα φορτία των μεταβλητών στους δύο στατιστικώς σημαντικούς παράγοντες, μετά την περιστροφή των αξόνων (Rotated Loadings) των στατιστικώς σημαντικών παραγόντων. Με βάση τις τιμές του Πίνακα 6.8 θα επιχειρήσουμε να δώσουμε ένα όνομα - ερμηνεία (ετικέτα) σε κάθε παράγοντα. Η χρήση των φορτίων αυτών (Rotated Loadings) για την ερμηνεία των παραγόντων προτιμάται λόγω της σαφούς εικόνας που δίνουν.

| Rotated Component Matrix^a | | |
|--|-----------|-------|
| | Component | |
| | 1 | 2 |
| Εγκαταστάσεις ξενοδοχείου | 0.822 | 0.264 |
| Τοποθεσία ξενοδοχείου | 0.782 | 0.159 |
| Συμπεριφορά προσωπικού | 0.727 | 0.346 |
| Προσφερόμενες υπηρεσίες | 0.573 | 0.584 |
| Ειδικές υπηρεσίες / προβλέψεις (ΑΜΕΑ, παιδιά, κατοικίδια) | 0.383 | 0.634 |
| Καθαριότητα | 0.702 | 0.333 |
| Διατροφικές επιλογές (ΠΟΙΚΙΛΙΑ) | 0.701 | 0.386 |
| Διατροφικές επιλογές (ΠΟΙΟΤΗΤΑ) | 0.716 | 0.454 |
| Τιμή | 0.694 | 0.197 |
| Γενική Εμπειρία Διαμονής | 0.870 | 0.191 |
| Ολική εικόνα ξενοδοχείου | 0.881 | 0.303 |
| Πόσο εξοικειωμένοι είστε με την Κρητική διατροφή; | 0.032 | 0.835 |
| Σε τι βαθμό θεωρείτε ότι το ξενοδοχείο προωθεί την Κρητική Διατροφή; | 0.422 | 0.699 |
| Extraction Method: Principal Component Analysis. | | |
| Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. | | |
| a. Rotation converged in 3 iterations. | | |

Πίνακας 6.9: Πίνακας Παραγόντων κατόπιν Περιστροφής των αξόνων

Ο πρώτος παράγοντας (factor 1) χαρακτηρίζεται από την υψηλή συνεισφορά των παρακάτω 9 μεταβλητών:

- Ολική εικόνα ξενοδοχείου (Φορτίο: 0.881).
- Γενική Εμπειρία Διαμονής (Φορτίο: 0.870).
- Εγκαταστάσεις ξενοδοχείου (Φορτίο: 0.822).
- Τοποθεσία ξενοδοχείου (Φορτίο: 0.782).

- Συμπεριφορά προσωπικού (Φορτίο: 0.727).
- Διατροφικές επιλογές (ΠΟΙΟΤΗΤΑ) (Φορτίο: 0.716).
- Καθαριότητα (Φορτίο: 0.702).
- Διατροφικές επιλογές (ΠΟΙΚΙΛΙΑ) (Φορτίο: 0.701).
- Τιμή (Φορτίο: 0.694).

Βάσει των παραπάνω, ο πρώτος παράγοντας (Factor 1) μπορεί να λάβει την ετικέτα: «Γενική εικόνα του ξενοδοχείου». Δηλαδή αυτός ο παράγοντας εκφράζει τις πεποιθήσεις των ερωτώμενων για διάφορες υπηρεσίες/παροχές του ξενοδοχείου.

Ο δεύτερος παράγοντας (factor 2) χαρακτηρίζεται από την υψηλή συνεισφορά των παρακάτω μεταβλητών:

- Πόσο εξοικειωμένοι είστε με την Κρητική διατροφή; (Φορτίο: 0.835).
- Σε τι βαθμό θεωρείτε ότι το ξενοδοχείο προωθεί την Κρητική Διατροφή; (Φορτίο: 0.699).
- Ειδικές υπηρεσίες / προβλέψεις (ΑΜΕΑ, παιδιά, κατοικίδια) (Φορτίο: 0.634).
- Προσφερόμενες υπηρεσίες (Φορτίο: 0.584).

Βάσει των παραπάνω, ο δεύτερος παράγοντας (Factor 2) μπορεί να λάβει την ετικέτα: «Κρητική Διατροφή & παρεχόμενες υπηρεσίες». Δηλαδή, αυτός ο παράγοντας εκφράζει τις πεποιθήσεις των ερωτώμενων για βασικές συνιστώσες της Κρητικής διατροφής.

6.3. ΕΛΕΓΧΟΣ ΙΣΟΤΗΤΑΣ ΜΕΣΩΝ ΓΙΑ k ΔΕΙΓΜΑΤΑ ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΑ(k>2) - ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΙΑΚΥΜΑΝΣΗΣ ΚΑΤΑ ΕΝΑ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑ

Στον Πίνακα 6.10 παρατίθενται τα περιγραφικά μέτρα θέσης και διασποράς για την 2η κύρια συνιστώσα που εκφράζει την Κρητική Διατροφή ανά ηλικιακή κατηγορία. Η υψηλότερη μέση τιμή της 2ης κύριας συνιστώσας (0,4867) εμφανίζεται στους ερωτώμενους της κατηγορίας με την μεγαλύτερη ηλικία. Η χαμηλότερη μέση τιμή της 2ης κύριας συνιστώσας (-0,2614) εμφανίζεται στους ερωτώμενους της κατηγορίας με την μικρότερη ηλικία. Αυτό το εύρημα είναι αρκετά λογικό, καθώς όσο μεγαλύτερη είναι η ηλικία ενός ατόμου, τόσο περισσότερο στρέφεται προς ένα υγιεινό πρότυπο διατροφής που εκφράζεται μέσω της Κρητικής διατροφής.

| Descriptives | | | | | | | | | |
|------------------------------------|----------------|----------|----------------|------------|----------------------------------|-------------|----------|---------|----------------------------|
| REGR factor score 2 for analysis 1 | | | | | | | | | |
| | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error | 95% Confidence Interval for Mean | | Minimum | Maximum | Between-Component Variance |
| | | | | | Lower Bound | Upper Bound | | | |
| 18-25 | 29 | -.261389 | 1.09686729 | .20368314 | -.678615 | .1558364 | -1.62844 | 2.61226 | |
| 26-35 | 41 | -.258551 | 1.04623383 | .16339427 | -.588790 | .0716741 | -2.49811 | 1.72346 | |
| 36-45 | 24 | -.005772 | .89672760 | .18304375 | -.384427 | .3728822 | -1.67189 | 1.61372 | |
| 46-55 | 38 | .0451138 | .90892498 | .14744710 | -.253642 | .3438700 | -1.48889 | 1.96844 | |
| 56-65 | 31 | .3257012 | .99240321 | .17824088 | -.038315 | .6897176 | -2.68913 | 1.78760 | |
| 65+ | 16 | .4866890 | .81671708 | .20417927 | .0514912 | .9218868 | -1.23112 | 1.61372 | |
| Total | 179 | .0071417 | .99987274 | .07473400 | -.140337 | .1546203 | -2.68913 | 2.61226 | |
| Model | Fixed Effects | | .97981051 | .07323448 | -.137406 | .1516898 | | | |
| | Random Effects | | | .11839577 | -.297204 | .3114877 | | | .04814923 |

Πίνακας 6.10: Περιγραφικά στατιστικά στοιχεία

Στον Πίνακα 6.11 παρουσιάζεται ο έλεγχος ομοσκεδαστικότητας της 2ης κύριας συνιστώσας. Υπολογίζεται η τιμή που λαμβάνει η στατιστική συνάρτηση ελέγχου του Levene, καθώς και το παρατηρούμενο επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας.

| Test of Homogeneity of Variances | | | |
|------------------------------------|-----|-----|------|
| REGR factor score 2 for analysis 1 | | | |
| Levene Statistic | df1 | df2 | Sig. |
| .859 | 5 | 173 | .510 |

Πίνακας 6.11: Έλεγχος Ομοσκεδαστικότητας

Το παρατηρούμενο επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας είναι: $p_v=0,510 > \alpha=0,05$. Συνεπώς δεν απορρίπτουμε την υπόθεση περί ίσων διασπορών μεταξύ των ομάδων. Στον Πίνακα 6.12 παραθέτουμε τον πίνακα ανάλυσης διακύμανσης κατά ένα παράγοντα, την ηλικιακή κατανομή. Έχουμε την τιμή της στατιστικής συνάρτησης ελέγχου που ισούται με 2,473 και το παρατηρούμενο επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας $p_v=0,034 < 0,05$. Συνεπώς απορρίπτουμε την υπόθεση των ίσων μέσων τιμών μεταξύ των διακριτών ηλικιακών ομάδων, οπότε στη συνέχεια θα κάνουμε χρήση των πολλαπλών συγκρίσεων κατά ζεύγη (LSD), ώστε να ελέγξουμε ποιες ομάδες έχουν στατιστικά σημαντική διαφορά στις μέσες τιμές τους.

| ANOVA | | | | | |
|------------------------------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| REGR factor score 2 for analysis 1 | | | | | |
| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| Between Groups | 11.870 | 5 | 2.374 | 2.473 | .034 |
| Within Groups | 166.085 | 173 | .960 | | |
| Total | 177.955 | 178 | | | |

Πίνακας 6.12: Πίνακας Ανάλυσης Διακύμανσης

Από τον Πίνακα 6.13 που παρουσιάζει τους ανθεκτικούς ελέγχους των Welch και Brown-Forsythe στην παραβίαση της υπόθεσης της ομοσκεδαστικότητας, για την ισότητα των μέσων τιμών μεταξύ των ηλικιακών ομάδων, λαμβάνουμε το ίδιο αποτέλεσμα με αυτό του πίνακα της ανάλυσης διακύμανσης.

| Robust Tests of Equality of Means | | | | |
|--|------------------------|-----|---------|------|
| REGR factor score 2 for analysis 1 | | | | |
| | Statistic ^a | df1 | df2 | Sig. |
| Welch | 2.495 | 5 | 70.806 | .039 |
| Brown-Forsythe | 2.569 | 5 | 160.146 | .029 |

a. Asymptotically F distributed.

Πίνακας 6.13: Ανθεκτικοί Έλεγχοι στην έλλειψη ομοσκεδαστικότητας

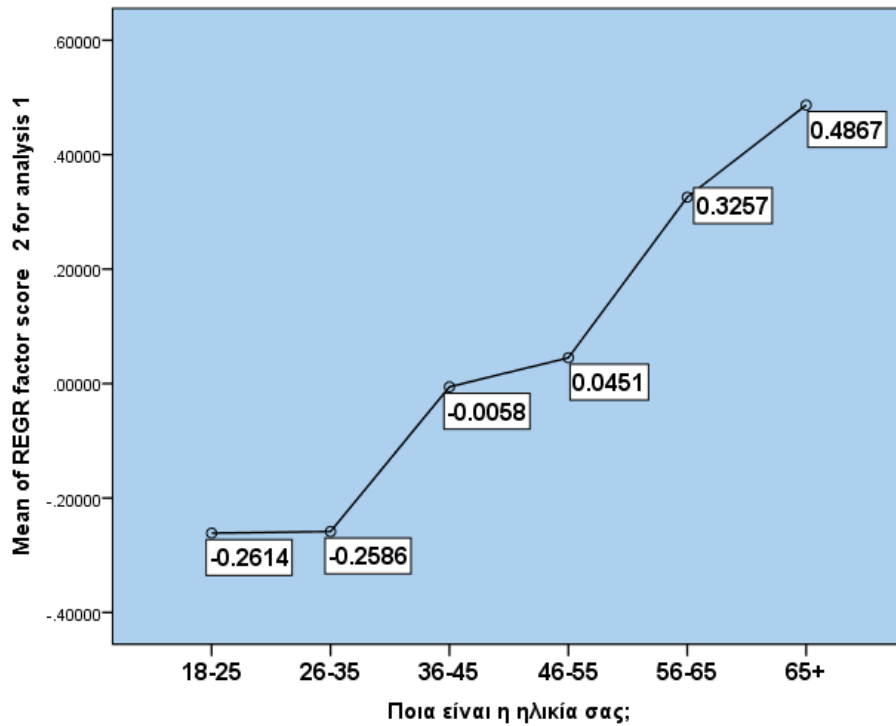
Από τον πίνακα πολλαπλών συγκρίσεων ανά δύο (LSD), παρατηρούμε ότι η μέση τιμή (0.4867) της 2ης κύριας συνιστώσας των κατηγοριών «18-25» και «26-35» είναι στατιστικώς σημαντικά χαμηλότερες από την μέση τιμή της 2ης κύριας συνιστώσας των κατηγοριών «56-65» και «65+» σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας $\alpha=5\%$.

| Multiple Comparisons | | | | | | |
|--|----------------------------|-----------------------|------------|------|-------------------------|-------------|
| Dependent Variable: REGR factor score 2 for analysis 1 | | | | | | |
| LSD | | | | | | |
| (I) Ποια είναι ηλικία σας; | (J) Ποια είναι ηλικία σας; | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig. | 95% Confidence Interval | |
| | | | | | Lower Bound | Upper Bound |
| 18-25 | 26-35 | -.00283155 | .23773887 | .991 | -.4720737 | .4664106 |
| | 36-45 | -.25561700 | .27038053 | .346 | -.7892863 | .2780523 |
| | 46-55 | -.30650339 | .24159542 | .206 | -.7833575 | .1703507 |
| | 56-65 | -.5870907* | .25312665 | .022 | -1.086704 | -.0874767 |
| | 65+ | -.7480786* | .30513313 | .015 | -1.350341 | -.1458156 |

| | | | | | | |
|--|-------|------------|-----------|------|-----------|-----------|
| 26-35 | 18-25 | .00283155 | .23773887 | .991 | -.4664106 | .4720737 |
| | 36-45 | -.25278545 | .25182638 | .317 | -.7498331 | .2442622 |
| | 46-55 | -.30367185 | .22063373 | .170 | -.7391524 | .1318087 |
| | 56-65 | -.5842592* | .23320377 | .013 | -1.044552 | -.1239683 |
| | 65+ | -.7452470* | .28882023 | .011 | -1.315312 | -.1751820 |
| 36-45 | 18-25 | .25561700 | .27038053 | .346 | -.2780523 | .7892863 |
| | 26-35 | .25278545 | .25182638 | .317 | -.2442622 | .7498331 |
| | 46-55 | -.05088640 | .25547036 | .842 | -.5551265 | .4533537 |
| | 56-65 | -.33147378 | .26640169 | .215 | -.8572898 | .1943422 |
| | 65+ | -.49246160 | .31623248 | .121 | -1.116632 | .1317090 |
| 46-55 | 18-25 | .30650339 | .24159542 | .206 | -.1703507 | .7833575 |
| | 26-35 | .30367185 | .22063373 | .170 | -.1318087 | .7391524 |
| | 36-45 | .05088640 | .25547036 | .842 | -.4533537 | .5551265 |
| | 56-65 | -.28058739 | .23713409 | .238 | -.7486359 | .1874611 |
| | 65+ | -.44157521 | .29200291 | .132 | -1.017922 | .1347718 |
| 56-65 | 18-25 | .58709078* | .25312665 | .022 | .0874767 | 1.0867049 |
| | 26-35 | .58425923* | .23320377 | .013 | .1239683 | 1.0445502 |
| | 36-45 | .33147378 | .26640169 | .215 | -.1943422 | .8572898 |
| | 46-55 | .28058739 | .23713409 | .238 | -.1874611 | .7486359 |
| | 65+ | -.16098782 | .30161309 | .594 | -.7563031 | .4343275 |
| 65+ | 18-25 | .74807860* | .30513313 | .015 | .1458156 | 1.3503416 |
| | 26-35 | .74524705* | .28882023 | .011 | .1751820 | 1.3153121 |
| | 36-45 | .49246160 | .31623248 | .121 | -.1317090 | 1.1166322 |
| | 46-55 | .44157521 | .29200291 | .132 | -.1347718 | 1.0179222 |
| | 56-65 | .16098782 | .30161309 | .594 | -.4343275 | .7563031 |
| *. The mean difference is significant at the 0.05 level. | | | | | | |

Πίνακας 6.14: Πίνακας πολλαπλών συγκρίσεων - LSD

Στο Διάγραμμα του Σχήματος 6.55 παρατίθεται το διάγραμμα μέσων (means plot), όπου επιβεβαιώνονται γραφικά τα αποτελέσματα του πίνακα πολλαπλών συγκρίσεων.



Σχήμα 6.55: Διάγραμμα μέσων 2^{ης} Κύριας Συνιστώσας (means plot)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

7.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε στηρίχθηκε σε τρεις κατευθυντήριες βάσεις. Πρώτον, κατά πόσο οι ξενοδοχειακές μονάδες ικανοποιούν τους πελάτες. Δεύτερον, τους τομείς των παρεχόμενων υπηρεσιών που ικανοποιούν τους ερωτώμενους. Τρίτον, η προώθηση της κρητικής διατροφής από τα ξενοδοχεία και πώς αυτή η δράση επηρεάζει τον ποιοτικό τουρισμό στην Κρήτη, αυξάνοντας την ικανοποίηση των πελατών.

Αναλύοντας τα αποτελέσματα, παρατηρείται πως ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό (98,68%) θα επισκεπτόταν και πάλι την Κρήτη αλλά και το ίδιο ξενοδοχείο όπου διέμειναν. Επίσης, θα πρότειναν ανεπιφύλακτα για προορισμό διακοπών την Κρήτη και το ξενοδοχείο, το οποίο επισκέφθηκαν οι ίδιοι, σε φίλους/γνωστούς/συγγενείς. Τα υψηλά αυτά ποσοστά δείχνουν τον μεγάλο βαθμό ικανοποίησης των επισκεπτών.

Στη συνέχεια της έρευνας, αποσαφηνίζεται πως ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό των επισκεπτών είναι φανερά ικανοποιημένο από την εικόνα, τις εγκαταστάσεις και την τοποθεσία του ξενοδοχείου, τις προσφερόμενες υπηρεσίες, τη συμπεριφορά του προσωπικού, την καθαριότητα, τις ειδικές υπηρεσίες αλλά και τις διατροφικές επιλογές που τους παρείχαν (ποιοτικά και ποσοτικά). Γι' αυτούς τους λόγους καταλήγει το ποσοστό της γενικής εμπειρίας διαμονής (93%) και της ολικής εικόνας του ξενοδοχείου (91%) να είναι και τα δύο αρκετά υψηλά.

Προχωρώντας στην ανάλυση των ερωτηματολογίων αποσαφηνίζεται ο σκοπός της έρευνας όσον αφορά την προώθηση της κρητικής διατροφής από τα ξενοδοχειακά καταλύματα. Διαφαίνεται πως αρκετοί έχουν έρθει σε επαφή με βασικά χαρακτηριστικά πιάτα της κρητικής κουζίνας από τις παροχές των ξενοδοχείων, όπως καρύδια, αμύγδαλα, μέλι, ξεροτήγανα, καλιτσούνια, γαλακτοκομικά, ντολμάδες με κολοκυθοανθούς, χοχλιούς, απάκι, κουνέλι. Γεγονός που μαρτυρά πως προβάλλεται η κρητική διατροφή από τα ξενοδοχεία του νησιού, ακόμα κι αν αυτά δεν ήταν αρεστά

στους ερωτώμενους. Τα κρητικά προϊόντα είναι πλέον αναγνωρίσιμα από τους επισκέπτες των ξενοδοχειακών μονάδων, αφού υπάρχει ειδική σήμανση γι' αυτά.

Ένα ποσοστό περίπου 82% θεωρεί πως η ένταξη της κρητικής διατροφής στο μενού των ξενοδοχειακών μονάδων αποτελεί προτέρημα και προσδίδει κατά πολύ στην εμπειρία των διακοπών τους. Αξιοσημείωτο είναι πως ένα ποσοστό της τάξεως του 84,65% θα πρότεινε την κρητική κουζίνα σε φίλους/γνωστούς/συγγενείς, αλλά και ένα 60% των ερωτηθέντων μας θα πρότεινε το ξενοδοχείο βάσει της κρητικής διατροφής. Επιπλέον, πολλοί θα ήταν αυτοί που θα συμμετείχαν σε δραστηριότητες του ξενοδοχείου σε σχέση με την Κρητική διατροφή (μαθήματα μαγειρικής, θεματικές βραδιές κλπ.), όμως μικρό ποσοστό θα πλήρωνε παραπάνω για τη διαθεσιμότητα ειδών Κρητικής διατροφής (35%).

Κλείνοντας το ερωτηματολόγιο, παρατηρούμε ότι κατατάσσουν την Κρητική διατροφή στην “Ελληνική” σε ποσοστό 47,71%, στη “Μεσογειακή” σε ποσοστό 27,06% και “Αυτοτελή” σε ποσοστό 16,51%. Διακρίνεται, λοιπόν, πως οι μισοί ερωτώμενοι συνδυάζουν την Ελληνική διατροφή με την Κρητική.

Το παράδοξο που παρατηρείται είναι πως, αν και παρέχονται παραδοσιακά κρητικά πιάτα στα ξενοδοχεία, κι ενώ συγχρόνως επευφημείται αυτή η δράση από τους επισκέπτες, είναι πολλοί αυτοί οι οποίοι δεν τα έχουν δοκιμάσει.

Γνωρίζουμε, πλέον, πως η διατροφή είναι μια από τις πιο σημαντικές εκφάνσεις της παράδοσης και του πολιτισμού ενός τόπου. Ο τουρισμός γίνεται ο δίαυλος προώθησής του, αλλά και το αντίστροφο. Βρισκόμαστε σε ένα νησί που κατέχει έναν τεράστιο διατροφικό πλούτο που από αρχαιοτάτων χρόνων τον κρατά ζωντανό, ήδη από την εποχή του Μίνωα. Η κρητική διατροφική παράδοση και τα προϊόντα της θα πρέπει να προωθηθούν για να αυξηθεί ο ποιοτικός τουρισμός στην Κρήτη. Όπως φαίνεται μέσα από τα πορίσματα της έρευνας, θεωρείται από τους επισκέπτες προτέρημα σε ένα ξενοδοχειακό κατάλυμα να παρέχονται δράσεις και υπηρεσίες που προωθούν τα παραδοσιακά προϊόντα.

Η ανάλυση διακύμανσης έδειξε ότι οι μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες (56-65 & 65+) επηρεάζονται θετικά από την ύπαρξη υπηρεσιών που προωθούν παραδοσιακά κρητικά προϊόντα, σε αντίθεση με τις μικρότερες ηλικιακές ομάδες (18-25 & 26-35)

που επηρεάζονται (ελάχιστα) αρνητικά από την ύπαρξη υπηρεσιών που προωθούν παραδοσιακά κρητικά προϊόντα. Αυτό το εύρημα είναι αρκετά λογικό, καθώς όσο μεγαλύτερη είναι η ηλικία ενός ατόμου, τόσο περισσότερο στρέφεται προς ένα υγιεινό πρότυπο διατροφής που εκφράζεται μέσω της Κρητικής διατροφής.

Οι δράσεις για την προβολή της κρητικής διατροφής έχουν ήδη ξεκινήσει τα τελευταία χρόνια από τους διάφορους τοπικούς φορείς αλλά και από τους ξενοδόχους, ώστε να προωθηθεί ακόμα περισσότερο ο ποιοτικός τουρισμός στην Κρήτη. Οι πιστοποιήσεις προϊόντων, οι δράσεις των ξενοδοχείων για την κρητική παράδοση, η συνεργασία των ξενοδόχων με κρητικούς παραγωγούς, ώστε να έχουν σωστές πρώτες ύλες, άρα και ποιοτικά άρτια προσφερόμενα προϊόντα, αποτελούν τις σημαντικότερες δραστηριότητες για μια σωστή προώθηση του τουρισμού μέσα στο πρίσμα της υπευθυνότητας απέναντι στην παράδοση και στο μέλλον.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αθανασόπουλος Δημήτριος (1989). *Περιγραφική Στατιστική 1*, εκδ. Σταμούλη.
- ΕΟΤ(1998), *Ελληνική Γαστρονομία*.
- Μακράκης Μ. (2009). «*Ελούντα*», εκδ. Τυποκρέτα, Ελούντα.
- Μοίρα, Π. (1998). *Η προστασία της Ναυτικής Κληρονομιάς και η ανάδειξή της ως πολιτιστικού αγαθού*, Ναυτική Επιθεώρηση, τ. 513, τομ. 149,
- Μοίρα, Πολυξένη (2009). *Θρησκευτικός τουρισμός*, εκδ. Interbooks, Αθήνα.
- Μπαμπινιώτης, Γ (2002). *Λεξικό της νέας ελληνικής γλώσσας*, Β΄ έκδοση, Κέντρο Λεξικολογίας ΕΠΕ, Αθήνα.
- Παπακωνσταντίνου Ευάγγελου - Καϊτσή Γεωργίου (1995). *Στατιστική*, Ίδρυμα Ευγενίδου, Αθήνα.
- Πωλ Φωρ (1990). *Η καθημερινή ζωή στην Κρήτη*, μετφρ, Αγγέλου Ε., εκδ. Παπαδήμα Δ., Αθήνα.
- ΣΕΤΕ (2009). *Η γαστρονομία στο μάρκετινγκ του ελληνικού τουρισμού*, Αθήνα.
- «*Το Ηράκλειο και ο νομός του*» (1971), εκδ. Νομαρχίας Ηρακλείου
- Τσάρτας, Π. (1996). *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*, εκδ. Εξάντας, Αθήνα.
- Ψιλάκης Μαρία & Νίκος (1995). *Κριτική Παραδοσιακή κουζίνα*, εκδ. Καρμανωρ, Ηράκλειο.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Allen, G. & Albala, K. (2007). *The business of food: encyclopedia of the food and drink industries*, Greenwood Press, USA.
- Bell, D. & Valentine, G. (1997). *Geographies: We Are What We Eat*, Routledge, London.

- Bibicioiu, S. & Cretu, R.C. (2013). *Enotourism: A niche tendency within the tourism market*, *Scientific Papers Series Management , Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, 13(2): 31-40.
- Boniface, P. (2003). *Tasting Tourism: Travelling for Food and Drink*, Ashgate, Aldershot.
- Boniface, Pr. (1995). *Managing Quality Cultural Tourism*. London and New York: Routledge.
- Canja, C.M. (2010). *Role of education in oenotourism development*, *Journal of EcoAgriTourism*, 6(1):162-166.
- Decrop, A. & Snelders, D. (2005). *A grounded typology of vacation decisionmaking*. *Tourism Management* 26:121–132.
- Fields, K. (2002). *Demand for the gastronomy tourism product: Motivational factors*
- Finkelstein, J. (1989). *Dining Out. A Sociology of Modern Manners*. Polity Press: Cambridge.
- Fürst, E.L.- Prättälä, R. - Ekström, M. - Holm, L. & Kjaemes, U. (Eds.), *Palatable worlds: Sociocultural food studies*. Oslo: Solum Forlag
- Hall, C.M. - Sharples, L. - Cambourne, B. & Macionis, N. (2000). *Wine Tourism around the World: Development, Management and Markets*, ButterworthHeinemann, London.
- Hall, M., Sharples, L., Mitchel, R., Macionis, N., Cambourne, B. (2003). *Food tourism around the world: Development, management and markets*. Oxford: Butterworth – Heinemann.
- Hall, C.M. & Sharples, L. (2003). *The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste*, In *Food tourism around the world*. Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, pp. 1-24.
- Hegarty, J.A. & O'Mahoney, G.B. (2001). *Gastronomy: a phenomenon of cultural expressionism and an aesthetic for living*, *International Journal of Hospitality Management*, 20(1):3-13
- Henderson, Joan (2004). *Food as a tourism resource: a view from Singapore*, *Tourism Recreation Research*, 29(3)69-74.
- Hjalanger, Anne-Mette & Richards, G. (2002). *Tourism and Gastronomy*, Routledge, London.

- ICOMOS (1999). *Η Χάρτα του Πολιτιστικού Τουρισμού*, Παρίσι, ICOMOS. Στο http://www.international.icomos.org/charters/tourism_greek.pdf.
- Jochowitz, E. (1998). *Flavors of memory: Jewish food as culinary tourism in Poland*. *Southern Folklore*. 55 (3): 224 - 237
- Johns, N. & Clarke, Valerina (2001). *Mythology analysis of boating tourism*, *Annals of Tourism Research*, 28(2), 334-359.
- Laidet, Myriam & Tóth, Katalin (2007). VITOUR – The European World Heritage Vineyards, Management Team of the VITOUR Programme.
- Long, L.M. (Ed.). (2004). *Culinary tourism*. University Press of Kentucky, Lexington.
- Longerin M., Salen P., Martin JL., Monjaud I., Delaye J., Mamelle N. (1999). *Mediterranean Diet, traditional risk factors and the rate of cardiovascular complications after myocardial infarction: final report of the Lyon diet Heart study*.
- MacKercher, B. and du Cros, H. (2002). *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. Binghamton, NY: The Haworth Hospitality Press.
- Mennel, S. - Murcott, A., & van Otterloo, A.H. (1992). *The sociology of food: Eating, diet and culture*, Sage, London.
- Mennel, S. (1985). *All Manners of Food. Eating and Taste in England and France from the Middle Ages to the Present*, Basil Blackwell, Oxford.
- Menotti A, Keys A, Blackburn H, et al (1990). *Twenty-year stroke mortality and prediction in twelve cohorts of the Seven Countries Study*. *Int J Epidemiol*.
- Menotti A, Kromhout D, Blackburn H, et al (1999). *Food intake patterns and 25-year mortality from coronary heart disease: cross-cultural correlations in the Seven Countries Study*. *The Seven Countries Study Research Group*. *Eur J Epidemiol*.
- Moira Polyxeni - Mylonopoulos, D. – Kondoudaki, Aikaterini (2012). *The management of Tourist's Alimentary Needs by the Tourism Industry*. *The Parameter of Religion, International Journal of Culture and Tourism Research*, Vol. 5, N.1, December, p. 129-140.

- Molz, J. (2004). *Tasting an imaged Thailand: authenticity and culinary tourism in Thai restaurants* στο Long, L.(επιμ.). *Culinary tourism*. Kentucky: The university Press of Kentucky. σ. 53-75
- Pietrykowski, B. (2004). *You are what you eat: The social economy of the Slow Food Movement*. Review of social economy, LXII(3): 307-321
- Pillsbury, R. (1990). *From Boarding House to Bistro*. Unwin Hyman: Cambridge, MA.
- Quan, S. & Wang, N. (2004). *Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism*, *Tourism Management*, 25(3):297-305.
- Reynolds, P. (1994). *Culinary heritage in the face of tourism*. *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*.
- Richards, G. (1996). *Production and Consumption of European Cultural Tourism*. *Annals of Tourism Research*
- Richards, G. (1996/2005). *Cultural Tourism in Europe*, ATLAS. In <http://www.atlas-euro.org/pages/pdf/cultural%20tourism%20in%20europe.PDF>
- Richards, G. (2002). *Gastronomy: An essential ingredient in tourism production and consumption?* In A.-M. Hjalager & G. Richards (Eds.), *Tourism and gastronomy*, Routledge, London.
- Scarpato, R. (2002). *Gastronomy as a tourist product: The perspective of gastronomy studies*. In A.-M. Hjalager & G. Richards (Eds.), *Tourism and gastronomy* (pp. 51-70), Routledge, London.
- Schor, J. (1998). *The overspent American: Upscaling, downshifting and the new consumer*. New York: Basic Books.
- Serge Renault μτφρ (1996). *Κρητική Διατροφή- Το τέλος του εμφράγματος και το θαύμα της μακροβιότητας*, εκδ. Π. Τραυλός-Ε. Κωσταράκη, Αθήνα
- Smith, S.L.J & Xiao H. (2008). *Culinary Tourism Supply Chains: A Preliminary Examination*, *Journal of Travel Research*, Vol. 46
- Tighe, A. (1986). *The arts/tourism partnership*, *Journal of Travel Research*
- UNESCO (2014). *Mediterranean diet*, In <http://www.unesco.org/culture/ich/RL/00884>
- Willett WC, Sacks F, Trichopoulou A, et al. (1995). *Mediterranean diet pyramid: a cultural model for healthy eating*. *Am J Clin Nutr* .

- Williams, J. (1997). *We never eat like this at home: food on holiday*, In Caplan, P. (Eds), Food, Health and Identity, Routledge, London
- Wolf, E. (2002). *Culinary tourism: A tasty economic proposition*. International Culinary Tourism Taskforce, Portland.
- Wolf, E. (2006). *Culinary tourism: The hidden harvest*. Kendall Hunt Publishing.
- World Travel Organization (1985). *The states' role in protecting and promoting culture as a factor in tourism development and the proper use and exploitation of the national cultural heritage of sites and monuments for tourists*. Madrid: World Tourism Organization.
- Zelinsky, W. (1985). *The roving palate: North America's ethnic restaurant cuisines*. Geoforum. 16:51-72

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

- www.crete.gov.gr
- www.EatCrete.com
- www.cretan-nutrition.gr
- www.pe-kritis.gr
- www.wedolocal.gr
- www.greekbreakfast.gr
- www.geusistour.com

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων
Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων –
Ολική Ποιότητα (MBA – TQM)

Έρευνα για την Κρητική Διατροφή ως μέρος του Τουριστικού
Προϊόντος της Κρήτης



Υπεύθυνος Διεξαγωγής: Εμμανουήλ Κ. Κομνηνός

Το παρόν ερωτηματολόγιο αφορά την Κρητική Διατροφή και την παρουσία της στα ξενοδοχεία της Κρήτης και αποτελεί τμήμα της Διπλωματικής Εργασίας του Μεταπτυχιακού Φοιτητή του Πανεπιστημίου Πειραιά Εμμανουήλ Κομνηνού.

Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου είναι σύντομη, ανώνυμη και ελπίζουμε διασκεδαστική, θυμίζοντάς σας ευχάριστες στιγμές από τις διακοπές σας!

(Φωτό: Ντάκος, από το βιβλίο της Nikki Rose "Crete: The Roots of the Mediterranean Diet")

A. Η ΕΠΙΣΚΕΨΗ ΣΑΣ

- | | | |
|--|---------------------------|---------------------------|
| 1. Είναι η πρώτη σας φορά στην Κρήτη; | ΝΑΙ <input type="radio"/> | ΟΧΙ <input type="radio"/> |
| 2. Θα την επισκεπτόσασταν ξανά; | ΝΑΙ <input type="radio"/> | ΟΧΙ <input type="radio"/> |
| 3. Θα επισκεπτόσασταν ξανά το ξενοδοχείο σας; | ΝΑΙ <input type="radio"/> | ΟΧΙ <input type="radio"/> |
| 4. Θα προτεινάτε την Κρήτη σε φίλους/γνωστούς/συγγενείς; | ΝΑΙ <input type="radio"/> | ΟΧΙ <input type="radio"/> |
| 5. Θα προτεινάτε το ξενοδοχείο σας σε φίλους/γνωστούς/συγγενείς; | ΝΑΙ <input type="radio"/> | ΟΧΙ <input type="radio"/> |

6. Ποιος είναι ο χαρακτήρας του ταξιδιού σας;
- | | |
|---|--|
| Αναψυχής (οικογένεια) <input type="radio"/> | Αναψυχής (ταίρι) <input type="radio"/> |
| Αναψυχής (μόνη/μόνος) <input type="radio"/> | Αναψυχής (φίλοι) <input type="radio"/> |
| Επαγγελματικός <input type="radio"/> | Άλλος / Δεν θέλω να απαντήσω <input type="radio"/> |
7. Πως ήρθατε; (Οργάνωση του ταξιδιού σας.)
- | | |
|---|--|
| Τουριστικό Πρακτορείο <input type="radio"/> | Οργάνωση μόνοι σας (διαδίκτυο) <input type="radio"/> |
| Το οργάνωσε άλλος <input type="radio"/> | Οργάνωση μόνοι σας (τηλέφωνο) <input type="radio"/> |
8. Πόσες μέρες μείνατε στο νησί;
- μέρες

B. Η ΔΙΑΜΟΝΗ ΣΑΣ

Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τα παρακάτω; (Βαθμολογήστε από 1 για ΚΑΘΟΛΟΥ έως 5 για ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ με 3 για ΟΥΔΕΤΕΡΗ στάση)

- | | | | | | |
|--|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| 1. Εγκαταστάσεις ξενοδοχείου | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| 2. Τοποθεσία ξενοδοχείου | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| 3. Συμπεριφορά προσωπικού | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| 4. Προσφερόμενες υπηρεσίες | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| 5. Ειδικές υπηρεσίες / προβλέψεις (ΑΜΕΑ, παιδιά, κατοικίδια) | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| 6. Καθαριότητα | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| 7. Διατροφικές επιλογές (ΠΟΙΚΙΛΙΑ) | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| 8. Διατροφικές επιλογές (ΠΟΙΟΤΗΤΑ) | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| 9. Τιμή | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| 10. Γενική Εμπειρία Διαμονής | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| 11. Ολική εικόνα ξενοδοχείου | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |

Γ. Η ΚΡΗΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ

1. Πόσο εξοικειωμένοι είστε με την Κρητική διατροφή; ① ② ③ ④ ⑤

2. Ποια από τα παρακάτω φαγητά δοκιμάσατε;
*(Στο ξενοδοχείο σας ή εκτός. Περισσότερες από μία επιλογές δυνατές.
Οι παρακάτω απαντήσεις δε σας δεσμεύουν για τις ερωτήσεις 3 έως 8.)*

| | | | |
|-------------------------|-----------------------|-----------------------------|-----------------------|
| Καρύδια, Αμύγδαλα, Μέλι | <input type="radio"/> | Κουνέλι κρασάτο | <input type="radio"/> |
| Καλιτσούνια | <input type="radio"/> | Απάκι | <input type="radio"/> |
| Ξεροτήγανα | <input type="radio"/> | Χοχλιούς | <input type="radio"/> |
| Παραδοσιακά τυριά | <input type="radio"/> | Ντολμάδες με κολοκυθοανθούς | <input type="radio"/> |
| Άλλο | <input type="radio"/> | | |

3. Ποιο ήταν το καλύτερο / χειρότερο φαγητό για εσάς; (ΓΕΥΣΗ)

ΚΑΛΥΤΕΡΟ: ΧΕΙΡΟΤΕΡΟ:

4. Ποιο ήταν το καλύτερο / χειρότερο φαγητό για εσάς; (ΠΟΙΟΤΗΤΑ)

ΚΑΛΥΤΕΡΟ: ΧΕΙΡΟΤΕΡΟ:

5. Ποιο ήταν το καλύτερο / χειρότερο φαγητό για εσάς; (ΥΓΙΕΙΝΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ)

ΚΑΛΥΤΕΡΟ: ΧΕΙΡΟΤΕΡΟ:

6. Ποιο φαγητό σας εξέπληξε περισσότερο σε σχέση με τις προσδοκίες σας;

ΘΕΤΙΚΑ: ΑΡΝΗΤΙΚΑ:

7. Ποιο φαγητό σας έκανε τη μεγαλύτερη εντύπωση; (ΕΜΦΑΝΙΣΗ/ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ)

ΘΕΤΙΚΑ: ΑΡΝΗΤΙΚΑ:

7. Ποιο θεωρείτε το πιο χαρακτηριστικό φαγητό για την Κρητική Διατροφή;

.....

8. Ποιο θεωρείτε το πιο χαρακτηριστικό υλικό για την Κρητική Διατροφή;

.....

9. Το ξενοδοχείο σας προσέφερε είδη Κρητικής διατροφής;
(Εάν επιλέξετε ΟΧΙ, παρακαλώ περάστε στην ερώτηση 18.) ΝΑΙ ΟΧΙ

10. Υπήρχε κάποια ειδική σήμανση ή σχετική πληροφόρηση για τα είδη Κρητικής Διατροφής; ΝΑΙ ΟΧΙ

11. Πιστεύετε ότι τα είδη αυτά προσέθεσαν στην εμπειρία σας; ΝΑΙ ΟΧΙ

12. Θα προτείνατε την Κρητική κουζίνα σε φίλους / γνωστούς / συγγενείς σας; ΝΑΙ ΟΧΙ

13. Θα επιλέγατε ξενοδοχείο βάση της Κρητικής διατροφής; ΝΑΙ ΟΧΙ

14. Θεωρείτε επαρκή την ποικιλία ειδών Κρητικής διατροφής; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ
Έρευνα για την Κρητική Διατροφή ως μέρος του Τουριστικού Προϊόντος της Κρήτης
Υπεύθυνος Διεξαγωγής: Εμμανουήλ Κ. Κομνηνός

15. Σε τι βαθμό θεωρείτε ότι το ξενοδοχείο προωθεί την Κρητική Διατροφή; ① ② ③ ④ ⑤
16. Θα συμμετείχατε σε δραστηριότητες του ξενοδοχείου σε σχέση με την Κρητική διατροφή (μαθήματα μαγειρικής, θεματικές βραδιές με τοπικά προϊόντα κλπ.) ΝΑΙ ΟΧΙ
17. Θα πληρώνατε παραπάνω για την διαθεσιμότητα ειδών Κρητικής διατροφής ΝΑΙ ΟΧΙ
18. Εάν ναι, πόσο παραπάνω; (ευρώ / διανυκτέρευση)
 ευρώ
19. Που θα κατατάσσατε την Κρητική Διατροφή;
- | | | | |
|---------------------|-----------------------|-------------------|-----------------------|
| Μεσογειακή Διατροφή | <input type="radio"/> | Ελληνική Διατροφή | <input type="radio"/> |
| Αυτοτελής | <input type="radio"/> | Δεν γνωρίζω | <input type="radio"/> |

Δ. ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Παρακαλώ συμπληρώστε κατά την διακριτική σας ευχέρεια. Η συμμετοχή είναι ανώνυμη.

1. Ποιο είναι το φύλο σας;
- | | | | |
|--------|-----------------------|---------|-----------------------|
| Άνδρας | <input type="radio"/> | Γυναίκα | <input type="radio"/> |
|--------|-----------------------|---------|-----------------------|
2. Ποια είναι η ηλικία σας;
- | | | | | | | | | | | | |
|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-----|-----------------------|
| 18-25 | <input type="radio"/> | 26-35 | <input type="radio"/> | 36-45 | <input type="radio"/> | 46-55 | <input type="radio"/> | 56-65 | <input type="radio"/> | 65+ | <input type="radio"/> |
|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-----|-----------------------|
3. Ποιο είναι το μορφωτικό σας επίπεδο;
- | | | | |
|--------------------|-----------------------|---------------------------------|-----------------------|
| Βασική εκπαίδευση | <input type="radio"/> | Υποχρεωτική εκπαίδευση (Β΄θμια) | <input type="radio"/> |
| Τεχνική εκπαίδευση | <input type="radio"/> | Ανώτερη και Ανώτατη | <input type="radio"/> |
| Μεταπτυχιακό | <input type="radio"/> | Διδακτορικό | <input type="radio"/> |
4. Πως θα χαρακτηρίζατε το εισόδημά σας;
- | | | | | | |
|--------|-----------------------|--------|-----------------------|-------|-----------------------|
| Χαμηλό | <input type="radio"/> | Μέτριο | <input type="radio"/> | Υψηλό | <input type="radio"/> |
|--------|-----------------------|--------|-----------------------|-------|-----------------------|
5. Ποια είναι η χώρα προέλευσής σας;
-
6. Ποιο είναι το επάγγελμά σας;
-

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β

UNIVERSITY OF PIRAEUS
Department of Business Administration
Master in Business Administration – Total Quality
Management (MBA – TQM)

Research on Cretan Cuisine as part of the Tourism Product Mix of
Crete



Coordinator: Emmanouil K. Komninos

The following questionnaire refers to the Cretan Cuisine and its presence in hotels of Crete. It is part of the thesis of the postgraduate student at the University of Piraeus Emmanouil Komninos.

It was designed so that completing would be easy, fast and hopefully fun, reminding you the joyful moments of your stay in Crete!

(Photo: Dakos, from Nikki Rose's book "Crete: The Roots of the Mediterranean Diet")

A. YOUR VISIT

- | | | |
|--|---------------------------|--------------------------|
| 1. Is this your first time in Crete? | YES <input type="radio"/> | NO <input type="radio"/> |
| 2. Would you visit Crete again? | YES <input type="radio"/> | NO <input type="radio"/> |
| 3. Would you visit your hotel again? | YES <input type="radio"/> | NO <input type="radio"/> |
| 4. Would you recommend Crete to family/friends/peers? | YES <input type="radio"/> | NO <input type="radio"/> |
| 5. Would you recommend your hotel to family/friends/peers? | YES <input type="radio"/> | NO <input type="radio"/> |

- | | | | |
|---|--|--|--|
| 6. What is the purpose of your journey? | | | |
| Leisure (Family) <input type="radio"/> | Leisure (Significant other) <input type="radio"/> | | |
| Leisure (Alone) <input type="radio"/> | Leisure (Friends) <input type="radio"/> | | |
| Business <input type="radio"/> | Other / Don't want to answer <input type="radio"/> | | |

- | | | | |
|--|--|--|--|
| 7. How was your trip organized? | | | |
| Tour Operator / Office <input type="radio"/> | Arranged it myself (Internet) <input type="radio"/> | | |
| Arranged by other(s) <input type="radio"/> | Arranged it myself (Telephone) <input type="radio"/> | | |

- | | |
|--|--|
| 8. How many days did you stay on the island? | |
| ○○○ days | |

B. YOUR STAY

How satisfied are you from the following? (Grade in a scale of 1 for NOT AT ALL to 5 for ABSOLUTELY, with 3 being a NEUTRAL answer)

- | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. Hotel premises | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 2. Hotel location | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 3. Staff (attitude, aptitude etc.) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 4. Offered services | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 5. Special services / provisions (disabilities, children, pets) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 6. Cleanliness / Hygiene | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 7. Food choices (Quantity) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 8. Food choices (Quality) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 9. Cost / Prices | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 10. General Stay satisfaction | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 11. General hotel satisfaction | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

C. CRETAN CUISINE

1. How familiar are you with Cretan cuisine? ① ② ③ ④ ⑤
2. What Cretan Cuisine items have you tried?
(Inside or outside the hotel. More than one choices eligible. The following list does not restrict you for questions 3 to 8.)
- | | |
|---|--|
| Walnuts, Almonds, Honey <input type="radio"/> | Rabbit cooked in wine <input type="radio"/> |
| Kaltsounia <input type="radio"/> | Apaki <input type="radio"/> |
| Xerotigana <input type="radio"/> | Snails <input type="radio"/> |
| Traditional Cheese <input type="radio"/> | Courgette flowers dolmas wraps <input type="radio"/> |
| Other <input type="radio"/> | |
3. Which one was your best / worst food item? (Taste)
- BEST: WORST:
4. Which one was your best / worst food item? (Quality)
- BEST: WORST:
5. Which one was your best / worst food item? (Healthy Diet)
- BEST: WORST:
6. Which food item surprised you the most compared to your expectations?
- POSITIVE: NEGATIVE:
7. Which food item had the greatest impression on you? (Looks / Presentation)
- POSITIVE: NEGATIVE:
7. Which food item do you consider the most characteristic in Cretan cuisine?
-
8. Which ingredient do you consider the most characteristic in Cretan cuisine?
-
9. Did your hotel offered you Cretan cuisine food items?
(If NO, please skip to question 18.) YES NO
10. Was there any special signs or other info regarding Cretan cuisine food items? YES NO
11. Do you believe that they positively added on your general experience? YES NO
12. Would you recommend Cretan cuisine to your family/friends/peers? YES NO
13. Would you choose a Hotel based on Cretan cuisine food items being available in it? YES NO
14. Do you consider the Cretan cuisine food items variety offered as adequate? YES NO

15. In what degree do you believe the hotel promotes Cretan cuisine? ① ② ③ ④ ⑤

16. Would you participate in Hotel activities regarding Cretan Cuisine (cooking lessons, local products theme night etc.) YES NO

17. Would you pay extra for Cretan Cuisine to be a part of your hotel experience? YES NO

18. If YES, how much more? (Euro / Day)
○○○ euro

19. How would you describe Cretan cuisine?
Part of Mediterranean cuisine Part of Greek cuisine
Unique / A cuisine of its own Don't know / Can't answer

D. PERSONAL INFO

Please complete on your discretion. Participation is anonymous.

1. What is your gender?
Male Female

2. What is your age?
18-25 26-35 36-45 46-55 56-65 65+

3. What is your educational level?
Basic Education Secondary Education / High School
Technical Education Undergraduate (College / University)
Post Graduate (MSc / MBA etc.) Doctorate or higher

4. How would you characterize your income?
Low Medium High

5. What is your country of origin?

.....

6. What is your profession / job title?

.....

Thank you for your participation!