



Σχολή Κοινωνικών Επιστημών

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Στρατηγική Διοίκηση
Τουριστικών Επιχειρήσεων και Προορισμών (ΔΤΕ)

Διπλωματική Εργασία

Ανάπτυξη και προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού σε
περιοχές με μαζικό τουρισμό. Η περίπτωση της Σαντορίνης.

Ιωάννης Νιώρας, Α.Μ. 130407

Επιβλέπων καθηγητής: Δρ. Δημήτριος Παπαγιάννης

Πάτρα, Ιούνιος 2026

© Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, 2026

Η παρούσα Εργασία καθώς και τα αποτελέσματα αυτής, αποτελούν συνιδιοκτησία του ΕΑΠ και του φοιτητή, ο καθένας από τους οποίους έχει το δικαίωμα ανεξάρτητης χρήσης, αναπαραγωγής και αναδιανομής τους (στο σύνολο ή τμηματικά) για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, σε κάθε περίπτωση αναφέροντας τον τίτλο και το συγγραφέα της Εργασίας καθώς και το όνομα του ΕΑΠ όπου εκπονήθηκε.

Ανάπτυξη και προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού σε
περιοχές με μαζικό τουρισμό. Η περίπτωση της Σαντορίνης

Ιωάννης Νιώρας

Επιτροπή Επίβλεψης Πτυχιακής / Διπλωματικής Εργασίας

Επιβλέπων Καθηγητής:

Δρ. Δημήτριος Παπαγιάννης

Ιδιότητα: Tourism Management Consult

&

Ίδρυμα Υπαγωγής: Πανεπιστήμιο Αιγαίου
και Μέλος ΣΕΠ ΕΑΠ

Συν-Επιβλέπων Καθηγητής:

Δρ. Κωνσταντίνος Αλεξανδρής

Ιδιότητα: Καθηγητής ΑΠΘ

&

Ίδρυμα Υπαγωγής: Καθηγητής ΑΠΘ
και Μέλος ΣΕΠ ΕΑΠ

Πάτρα, Ιούνιος 2026

«Θα ήθελα να ευχαριστήσω τους επιβλέποντές μου και όλους τους οικείους μου για την υποστήριξη και την κατανόησή τους καθ'όλη τη διάρκεια των σπουδών»

Περίληψη

Η παρούσα διπλωματική εργασία εξετάζει τη δυνατότητα ανάπτυξης και προώθησης εναλλακτικών μορφών τουρισμού στη Σαντορίνη, ένα νησί που αντιμετωπίζει έντονη πίεση από τον υπερτουρισμό. Στόχος της έρευνας είναι να αξιολογήσει κατά πόσο ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να συμβάλει σε μια πιο βιώσιμη διαχείριση του προορισμού, προστατεύοντας ταυτόχρονα το περιβάλλον και ενισχύοντας την τοπική κοινωνία. Η ποσοτική έρευνα πραγματοποιήθηκε με δείγμα 81 συμμετεχόντων, το οποίο χαρακτηρίζεται κυρίως από άτομα ηλικίας 30–49 ετών (64.19%), Μεταπτυχιακού μορφωτικού επιπέδου (55.56%) και με σημαντική προηγούμενη εμπειρία στον εναλλακτικό τουρισμό — το 41.98% έχει λάβει μέρος σε σχετικές δράσεις τρεις φορές. Η περιγραφική ανάλυση των έξι Υποκλιμάκων του ερωτηματολογίου ανέδειξε υψηλή θετική στάση των συμμετεχόντων/ουσών έναντι των Κινήτρων Επιλογής Εναλλακτικού Τουρισμού ($MT = 4.31$, $TA = 0.49$) και τον Αντίκτυπο στο Περιβάλλον ($MT = 3.55$, $TA = 0.53$), ενώ μέτρια αξιολόγηση καταγράφηκε για τη Στρατηγική Προώθησης από Κρατικούς Φορείς ($MT = 3.26$, $TA = 0.81$) και για τη Σχέση Επισκεπτών–Παρόχων ($MT = 3.49$, $TA = 0.87$). Αντίθετα, χαμηλότερη συμφωνία εμφανίστηκε ως προς τον Αντίκτυπο στην Τοπική Κοινωνία ($MT = 2.07$, $TA = 0.58$). Η ανάλυση κανονικότητας έδειξε ότι τρεις Υποκλίμακες ($Y2$, $Y5$, $Y6$) δεν αποκλίνουν από την κανονική κατανομή ($p = 0.316$, 0.334 , 0.207 αντίστοιχα), ενώ οι υπόλοιπες παρουσιάζουν στατιστικά σημαντική απόκλιση ($p < 0.05$). Στη συσχετιστική ανάλυση, η ισχυρότερη σχέση καταγράφηκε μεταξύ του περιβαλλοντικού και κοινωνικού αντίκτυπου ($r = 0.864$), υποδηλώνοντας ότι οι δύο αυτές διαστάσεις γίνονται αντιληπτές ως αλληλένδετες από τους συμμετέχοντες. Συνολικά, τα αποτελέσματα επιβεβαιώνουν ότι υπάρχει έντονο ενδιαφέρον για βιωματικές και περιβαλλοντικά υπεύθυνες μορφές τουρισμού, ενώ αναδεικνύεται η ανάγκη ενίσχυσης της κοινωνικής διάστασης, της οργάνωσης και της επίσημης τουριστικής προώθησης. Η εργασία καταλήγει στο συμπέρασμα πως ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει βασικό εργαλείο για τη βιώσιμη ανάπτυξη της Σαντορίνης.

Λέξεις – Κλειδιά

Εναλλακτικός τουρισμός, Υπερτουρισμός, Βιώσιμη ανάπτυξη, Στατιστική ανάλυση, Σαντορίνη.

Abstract

This thesis explores the development and promotion of alternative tourism in Santorini, a destination heavily affected by hypertourism. The study aims to determine whether alternative tourism can contribute to a more sustainable management model that protects the environment while supporting the local community. A quantitative survey was conducted with 81 participants, mostly aged 30–49 years (64.19%), the majority of whom held a postgraduate degree (55.56%). Prior involvement in alternative tourism activities was also notable, with 41.98% reporting participation three times. Descriptive statistics of the six Subscales revealed strong agreement with the Motivations for Choosing Alternative Tourism ($M = 4.31$, $SD = 0.49$) and the Environmental Impact ($M = 3.55$, $SD = 0.53$). Moderate agreement was found for the Promotion Strategy by Public Authorities ($M = 3.26$, $SD = 0.81$) and the Visitor–Provider Relationship ($M = 3.49$, $SD = 0.87$), while notably lower agreement concerned the Social Impact dimension ($M = 2.07$, $SD = 0.58$). Kolmogorov–Smirnov tests showed that three Subscales (S2, S5, S6) did not deviate from normality ($p = 0.316, 0.334, 0.207$), whereas the remaining three showed statistically significant deviations ($p < 0.05$). The strongest association was found between Environmental Impact and Social Impact ($r = 0.864$), indicating a shared perception of these dimensions as closely interrelated. Overall, the findings confirm a high level of interest in environmentally responsible and experience-based forms of tourism, while highlighting the need for stronger social integration and improved strategic promotion. The study concludes that alternative tourism can play a decisive role in achieving sustainable development and relieving Santorini from the pressures of hypertourism.

Keywords

Alternative Tourism, Hypertourism, Sustainable Development, Statistical Analysis, Santorini.

Περιεχόμενα

Περίληψη	v
Abstract	vi
Περιεχόμενα	vii
Κατάλογος Εικόνων / Σχημάτων	ix
Κατάλογος Πινάκων	xi
Συντομογραφίες & Ακρωνύμια	xii
1. Κεφάλαιο Πρώτο: Εισαγωγή	1
1.1 Υπόβαθρο της έρευνας	1
1.2 Προβληματική της Έρευνας	1
1.3 Σημαντικότητα της Έρευνας	3
1.4 Ερευνητικός Σκοπός	3
1.5 Ερευνητικά Ερωτήματα	3
1.6 Διάρθρωση της Διπλωματικής Εργασίας	5
Βιβλιογραφική Ανασκόπηση	8
2. Κεφάλαιο Δεύτερο: Ο τουρισμός στην Ελλάδα	8
2.1 Ιστορική αναδρομή	8
2.2 Οικονομική συνεισφορά	9
2.3 Προβλήματα και προκλήσεις	10
3. Κεφάλαιο Τρίτο: Ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού στη Σαντορίνη	11
3.1 Ηφαιστειακός Τουρισμός	11
3.2 Πεζοπορικός Τουρισμός	12
3.3 Καταδυτικός Τουρισμός	14
3.4 Γαστρονομικός Τουρισμός	16
3.5 Οινοτουρισμός	17
3.6 Θρησκευτικός Τουρισμός	20
3.7 Ιαματικός / Θερμικός Τουρισμός	22
3.8 Αθλητικός Τουρισμός	25
3.9 Συνεδριακός Τουρισμός	27
3.10 Αναρριχητικός Τουρισμός	28
4. Κεφάλαιο Τέταρτο: Τουριστική Προώθηση	29
4.1 Στρατηγική Προώθησης στον Τουρισμό εν γένει	29
4.2 Προώθηση Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού ειδικότερα	30
4.3 Η Διαδικασία της Προώθησης	30
4.4 Μέσα της Προώθησης	32
5. Κεφάλαιο Πέμπτο: Η Σαντορίνη ως Τουριστικός Προορισμός	34
5.1 Ιστορικά και Πολιτισμικά Χαρακτηριστικά	34
5.2 Τουριστική Προσφορά	34
5.3 Τουριστική Ζήτηση	40
5.4 Τουριστική Εξέλιξη, Υπερτουρισμός και Επιπτώσεις αυτού	41
Μεθοδολογία της Έρευνας	45
6. Κεφάλαιο Έκτο: Μεθοδολογία Έρευνας	45
6.1 Μεθοδολογία της έρευνας	45

6.2 Πληθυσμός & Δείγμα	47
6.3 Ερευνητικό Εργαλείο	50
6.4 Ζητήματα εγκυρότητας και αξιοπιστίας	51
6.5 Διαδικασία Συλλογής Δεδομένων.....	53
6.6 Μέθοδος Ανάλυσης Δεδομένων	54
6.7 Περιορισμοί της έρευνας	56
6.8 Ηθική & Δεοντολογία της έρευνας.....	57
7. Κεφάλαιο Έβδομο: Αποτελέσματα της Έρευνας	60
7.1 Περιγραφική Στατιστική Ανάλυση Κοινωνικοδημογραφικών Δεδομένων.....	60
7.2 Επαγωγική Στατιστική Ανάλυση ερωτήσεων κυρίως σώματος ερωτηματολογίου και συσχετίσεις με τα Κοινωνικοδημογραφικά Δεδομένα	68
7.3 Σύνδεση των ευρημάτων της ερευνητικής διαδικασίας της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας με εκείνα σχετικών προγενέστερων αυτής επιστημονικών μελετών.....	75
8. Κεφάλαιο Όγδοο: Συμπεράσματα και Προτάσεις	78
8.1 Συμπεράσματα	78
8.2 Προτάσεις για Ανάπτυξη Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού στη Σαντορίνη	81
8.3 Δημιουργία διαφημιστικής εκστρατείας προώθησης εναλλακτικών μορφών τουρισμού στη Σαντορίνη.....	84
Βιβλιογραφία	91
Παράρτημα Α΄: Ερωτηματολόγιο απευθυνόμενο σε επισκέπτες της Σαντορίνης, που ασχολούνται με τον εναλλακτικό τουρισμό.....	101
Παράρτημα Β΄: Ερωτηματολόγιο απευθυνόμενο σε επισκέπτες της Σαντορίνης, που ασχολούνται με τον εναλλακτικό τουρισμό (αγγλική του εκδοχή)	107

Κατάλογος Εικόνων / Σχημάτων

Εικόνα 1	Τουρίστες σε περιπατητική διαδρομή πάνω στο γεωλογικό πάρκο της Νέας Καμένης	12
Εικόνα 2	Η πεζοπορική διαδρομή Μεγαλοχώρι – Λουτρά Πλάκας στη Σαντορίνη, όπως αυτή εμφανίζεται στην εφαρμογή Tornguide Greece	14
Εικόνα 3	Καταδυτική δράση	15
Εικόνα 4	Φάβα Σαντορίνης	17
Εικόνα 5	Ποικιλίες οίνων από τη Σαντορίνη	19
Εικόνα 6	Η Παναγία Υπαπαντής στα Φηρά	21
Εικόνα 7	Η Παναγία Πλατσιανή (του Ακάθιστου Ύμνου) στο κέντρο της Οία	21
Εικόνα 8	Γεωλογικός χάρτης του αρχιπελάγους της Σαντορίνης, που δείχνει τα σημεία γεωθερμικών περιοχών	23
Εικόνα 9	Ιαματικές πηγές στον Όρμο Αγίου Νικολάου στην Παλαιά Καμένη	25
Εικόνα 10	Αθλητικές εγκαταστάσεις στα Φηρά, που χρησιμοποιούνται στο Santorini Experience	26
Εικόνα 11	Τυπική εικόνα συνεδριακού χώρου εντός ξενοδοχείου	27
Εικόνα 12	Αναρριχτικό πεδίο Θήρας – Περιοχή 1 – Καμάρι	28
Εικόνα 13	Τα συστατικά μέρη μιας στρατηγικής προώθησης στον τουρισμό γενικότερα	29
Εικόνα 14	Αναλυτική αποτύπωση της διαδικασίας στρατηγικής προώθησης των τουριστικών υπηρεσιών	32
Εικόνα 15	Το πιο σύγχρονο επικοινωνιακό παράδειγμα στο χώρο της προώθησης τουριστικών υπηρεσιών	33
Εικόνα 16	Ξενοδοχειακό δυναμικό Σαντορίνης (έτος 2022)	35
Εικόνα 17	Ποσοστιαία κατανομή του ξενοδοχειακού δυναμικού σε δωμάτια των Κυκλάδων ανά Περιφερειακή Ενότητα (έτος 2022)	36
Εικόνα 18	Δυναμικό ενοικιαζόμενων δωματίων στην Περιφερειακή Ενότητα Θήρας (έτος 2019)	36
Εικόνα 19	Ποσοστιαία κατανομή ενοικιαζόμενων δωματίων στις Κυκλάδες ανά Περιφερειακή Ενότητα (έτος 2019)	37
Εικόνα 20	Δυναμικό τουριστικών επιπλωμένων κατοικιών και επαύλεων στη Σαντορίνη και τη Μύκονο (έτος 2018)	37
Εικόνα 21	Ποσοστιαία κατανομή των δωματίων των τουριστικών επιπλωμένων κατοικιών και επαύλεων στις Κυκλάδες ανά Περιφερειακή Ενότητα (έτος 2018)	38
Εικόνα 22	Δυναμικό καταλυμάτων βραχυχρόνιας μίσθωσης στην Ελλάδα ανά Περιφέρεια (Ιούλιος 2023)	38
Εικόνα 23	Ποσοστιαία κατανομή των κλινών βραχυχρόνιας μίσθωσης στην Ελλάδα ανά Περιφέρεια (Ιούλιος 2023)	39
Εικόνα 24	Μονάδες βραχυχρόνιας μίσθωσης στην Περιφερειακή Ενότητα Κυκλάδων (Σαντορίνη και Μύκονος)	39
Εικόνα 25	Κατανομή τουριστικών γραφείων ανά Περιφερειακή Ενότητα για την Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου (Κυκλάδες), % επί του συνόλου (έτος 2019)	40
Εικόνα 26	Αεροφωτογραφία του Καμαρίου Σαντορίνης το 1980 (αριστερά) και τη δεκαετία του 2010 (δεξιά)	42

Εικόνα 27	Το Μοντέλο Ερευνητικής Μεθοδολογίας Honeycomb	46
Εικόνα 28	Διαδικασία επιλογής δείγματος	49
Εικόνα 29	Διαφημιστικό φυλλάδιο της εκστρατείας με τίτλο: <i>Discover Santorini.....out of the box!!!!</i>	88
Εικόνα 30	Διαφημιστική αφίσα της εκστρατείας <i>Discover Santorini.....out of the box!!!!</i>	90

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1	Παραδείγματα ετήσιου αριθμού επισκεπτών από επιλεγμένες χώρες, όπου ο ηφαιστειακός τουρισμός αποτελεί αυτόνομο τομέα της τουριστικής βιομηχανίας	11
Πίνακας 2	Αποτελέσματα περιγραφικής ανάλυσης ως προς το φύλο	60
Πίνακας 3	Αποτελέσματα περιγραφικής ανάλυσης ως προς την ηλικία	61
Πίνακας 4	Αποτελέσματα περιγραφικής ανάλυσης ως προς το μηνιαίο εισόδημα	62
Πίνακας 5	Αποτελέσματα περιγραφικής ανάλυσης ως προς το μορφωτικό επίπεδο	63
Πίνακας 6	Αποτελέσματα περιγραφικής ανάλυσης ως προς την επαγγελματική κατάσταση	64
Πίνακας 7	Αποτελέσματα περιγραφικής ανάλυσης ως προς το εύρος της προηγούμενης εμπειρίας των συμμετεχόντων/ουσών σε δράσεις εναλλακτικού τουρισμού	65
Πίνακας 8	Αποτελέσματα περιγραφικής ανάλυσης των Υποκλιμάκων	67
Πίνακας 9	Η Ανάλυση Κανονικότητας των Υποκλιμάκων	68
Πίνακας 10	Η συσχέτιση ανάμεσα στις 6 Υποκλίμακες	69
Πίνακας 11	Αποτελέσματα συσχέτισης Pearson r ανάμεσα στο φύλο και τις Υποκλίμακες	72
Πίνακας 12	Αποτελέσματα συσχέτισης Spearman ρ ανάμεσα στην ηλικιακή ομάδα, το μηνιαίο εισόδημα, το μορφωτικό επίπεδο, την επαγγελματική κατάσταση και τις φορές συμμετοχής στο παρελθόν σε δράσεις εναλλακτικού τουρισμού και τις 6 Υποκλίμακες	73

Συντομογραφίες & Ακρωνύμια

Ελληνόγλωσσες:

ΑΕΠ	Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν
ΑΤΕΙ	Ανώτατο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα
ΓΚΠΔ	Γενικός Κανονισμός Προστασίας Δεδομένων
ΔΤΕ	Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων
ΔΥΠΑ	Δημόσια Υπηρεσία Απασχόλησης
ΕΑΠ	Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο
ΕΚΚΕ	Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών
ΕΚΤ	Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης
ΙΓΜΕ	Ινστιτούτο Γεωλογικών και Μεταλλευτικών Ερευνών
ΙΜΠΗΣ	Ινστιτούτο Μελέτης και Παρακολούθησης του Ηφαιστείου της Σαντορίνης
ΙΝΣΕΤΕ	Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων
ΜΜΕ	Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης
ΜΤ	Μέση Τιμή
ΞΕΕ	Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος
ΠΟΠ	Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης
ΤΑ	Τυπική Απόκλιση
ΦΕΚ	Φύλλο Εφημερίδος Κυβερνήσεως

Ξενόγλωσσες:

ANOVA	Analysis of Variance
COVID	Coronavirus Disease
EBITDA	Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization
EKKE	National Centre of Social Research
GDPR	General Data Protection Regulation
GISTAM	Geographical Information Systems Theory, Applications and Management
HSA	Hellenic Statistical Authority
ICCSA	International Conference on Computational Science and its Applications
MICE	Meeting, Incentive, Congress and Event Planner's Guide
NIH	National Library of Medicine
PEST	Political, Economic, Social, And Technological
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
TOWS	Threats, Opportunities, Weaknesses, Strengths
UK	United Kingdom
UNWTO	United Nations World Tourism Organization
USA	United States of America

1. Κεφάλαιο Πρώτο: Εισαγωγή

1.1 Υπόβαθρο της έρευνας

Ως σύνολο ο κλάδος του τουρισμού αποτελεί παράγοντα ικανό να επιφέρει ισχυρά χρηματικά οφέλη τόσο σε επίπεδο εθνικής οικονομίας όσο και σε επίπεδο τοπικής οικονομίας και αυτή η διαπίστωση είναι κάτι το προφανές σε παγκόσμια κλίμακα. Μάλιστα, η ανά περιοχή κατανομή των τουριστικών αφίξεων συνδέεται άμεσα και επηρεάζει καταλυτικά και την ανά περιοχή κατανομή του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος (στη συνέχεια ΑΕΠ). Οι δε τοπικές κοινωνίες ανάλογα με τον αριθμό των τουριστικών αφίξεων αποκτούν μια πρόσθετη οικονομική ανάπτυξη. Μάλιστα σε χώρες, μεταξύ άλλων και η Ελλάδα, που ο τουρισμός αποτελεί τη βαριά βιομηχανία της οικονομίας, αυτή η συνθήκη αποτελεί ξεκάθαρα την πλευρά της θετικής συνεισφοράς του τουρισμού. Η θετική, λοιπόν, συνεισφορά του τουρισμού συνδέεται μεταξύ άλλων με στοιχεία, όπως είναι η διάδοση των Ελληνικών ηθών και παραδόσεων ανά τον κόσμο, η διαφήμιση της χώρας στο εξωτερικό λόγω των φυσικών και ανθρώπινων πόρων της αλλά και η γνωριμία με άλλες κουλτούρες από το εξωτερικό μέσω της επαφής με επισκέπτες από πολλές διαφορετικές ανά τον κόσμο χώρες. Συνεπώς κατά τον τρόπο αυτό ο τουρισμός αποτελεί την καλύτερη και πιο ασφαλή οδό διαφήμισης της χώρας στο εξωτερικό. Το στοιχείο αυτό είναι ικανό από μόνο του να αποτελεί μια παρακαταθήκη αξίας για το brand του προορισμού, που αποκτά ο δυνητικός επισκέπτης της χώρας σε μελλοντικό χρόνο. Φυσικά για να είναι επιτυχής αυτή η προώθηση / διαφήμιση, θα πρέπει να προκύπτει ως αποτέλεσμα μιας καλά σχεδιασμένης στρατηγικής προώθησης του τουριστικού προϊόντος τόσο εγχώρια όσο και διεθνώς. Το στοιχείο αυτό ακριβώς, δηλαδή η στρατηγική προώθησης του τουριστικού προϊόντος τόσο σε εγχώριο επίπεδο όσο και σε διεθνές επίπεδο θα αναλυθεί σε επόμενο σκέλος της παρούσας διπλωματικής εργασίας. Ωστόσο - παρά τα θετικά στοιχεία, που έως του σημείου αυτού έχουν παρατεθεί - είναι εύλογο κανείς να αναρωτηθεί εάν αυτή είναι τελικά και η μόνη όψη του νομίσματος;

1.2 Προβληματική της Έρευνας

Και εάν η θετική συνεισφορά τουρισμού στην εθνική και τοπική οικονομία και τη γενικότερη εικόνα της χώρας ως προορισμού στο εξωτερικό είναι όντως η μια όψη του νομίσματος, η θετική, τότε θα πρέπει να διερευνηθεί και η άλλη όψη του ίδιου νομίσματος. Αυτή, σε κάθε

περίπτωση, δεν είναι τόσο λαμπερή και συνδέεται με τις αρνητικές συνέπειες του τουρισμού. Η αρνητική, λοιπόν, πλευρά του μαζικού τουρισμού είναι εμφανής - και μάλιστα με τρόπο εμφαντικό - στην περίπτωση των περιοχών, που δέχονται πολύ μεγάλο όγκο τουριστικών αφίξεων. Το πρόβλημα λαμβάνει ανησυχητικές διαστάσεις όταν η μαζική προσέλευση επισκεπτών συνδέεται με μια πολύ μικρή ημερολογιακή διασπορά εντός του έτους και δη κοντά στους θερινούς και μόνο μήνες. Οι αυξημένες τουριστικές αφίξεις συνδέονται, λοιπόν, με μια σειρά από προβλήματα, που αφορούν τόσο την όχληση στο περιβάλλον όσο και την διατάραξη ενός καλού επιπέδου καθημερινής διαβίωσης των τοπικών κοινωνιών αλλά και την προστασία του πολιτισμού γενικότερα. Χαρακτηριστικά παραδείγματα τόπων, που αποτελούν περιπτώσεις υπερτουρισμού στην Ελλάδα είναι η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου, με το πρόβλημα να εστιάζεται στη Σαντορίνη και τη Μύκονο. Ένα ακόμη μέρος, που επιβαρύνεται σημαντικά ως τουριστικός προορισμός υψηλής επισκεψιμότητας είναι η Κρήτη, ωστόσο το ενδιαφέρον στην παρούσα διπλωματική εργασία θα εστιαστεί στο νησί της Σαντορίνης αποκλειστικά.

Εμβαθύνοντας, λοιπόν, στα προβλήματα, που γεννά η ύπαρξη υπερβολικά μεγάλου αριθμού τουριστών σε προορισμούς υψηλής επισκεψιμότητας θα πρέπει να τονιστεί πως σε αυτούς τις περισσότερες φορές τόσο η φέρουσα ικανότητα όσο και το όριο επιβάρυνσης κρίσιμων για τον εκάστοτε προορισμό υποδομών (βλέπε λιμάνια, αεροδρόμια, δίκτυο οδικών μεταφορών, σύστημα αποκομιδής απορριμμάτων κ.α.) ξεπερνιέται και μάλιστα κατά πολύ. Εάν λάβει κανείς το στοιχείο αυτό ως δεδομένο, τότε πολύ εύκολα καταλήγει στη διαπίστωση, πως από αυτό το σημείο και μετά παύει να είναι βιώσιμη η τουριστική ανάπτυξη σε έναν τουριστικό προορισμό υψηλής επισκεψιμότητας. Αυτή η μη διαχειρίσιμη συνθήκη τόσο από τους αρμόδιους φορείς των προορισμών αναφοράς όσο και από τις τοπικές κοινωνίες των προορισμών αναφοράς έχει χαρακτηριστεί από τους επιστήμονες στο χώρο του τουρισμού και τους μεγάλους παγκόσμιες κλίμακας Οργανισμούς, που ασχολούνται με τον κλάδο του τουρισμού, όπως είναι και ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, ως υπερτουρισμός. Η προβληματική, κατά συνέπεια, της έρευνας στην παρούσα διπλωματική εργασία έχει να κάνει με το κατά πόσο υπάρχουν άλλοι εναλλακτικοί δρόμοι τουριστικής αξιοποίησης ενός προβεβλημένου τουριστικού προορισμού. Ταυτόχρονα η προβληματική της παρούσας διπλωματικής εργασίας συνδέεται και με τις πράξεις, που θα πρέπει να αναλαμβάνονται τόσο από την Πολιτεία όσο και από τους φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, ούτως ώστε να

προκύψει μείωση στα προβλήματα, που δημιουργεί ο υπερτουρισμός χωρίς ταυτόχρονα να επηρεαστεί αρνητικά ούτε η φήμη του εκάστοτε προορισμού ούτε, όμως, και η οικονομική κατάσταση των τοπικών κοινωνιών.

1.3 Σημαντικότητα της Έρευνας

Ο λόγος για τον οποίο είναι εξαιρετικά σημαντική η παρούσα ερευνητική διπλωματική εργασία έχει να κάνει με την κάλυψη του ερευνητικού κενού, που διαπιστώθηκε κατά την ανάγνωση των σχετικών με το θέμα μας ακαδημαϊκών πηγών. Οι πηγές αυτές αντλήθηκαν είτε από το Google Books, είτε από το Google Scholar είτε από ανοικτής πρόσβασης βιβλιογραφικές βάσεις, όπως για παράδειγμα το ResearchGate. Το ερευνητικό κενό, που διαπιστώθηκε μετά από λεπτομερή ανάγνωση των συναφών με το ζήτημα της παρούσας διπλωματικής κρίσης συνδέεται με την σχεδόν ολική απουσία εξειδικευμένων ερευνών στην ελληνική γλώσσα αλλά και την πολύ περιορισμένη παραγωγή αγγλόφωνων επιστημονικών δημοσιεύσεων, που να αφορούν σε μια ολιστική προώθηση του εναλλακτικού τουρισμού στο νησί της Σαντορίνης καταναεμημένη σε όλα τα δυνητικά είδη αυτού. Συνεπώς, μια τέτοιου τύπου έρευνα θα μπορούσε να αποτελέσει ένα σημαντικό εργαλείο τόσο για τους τοπικούς φορείς όσο και για τους επαγγελματίες του κλάδου ούτως ώστε να προσαρμόσουν τις τακτικές τους.

1.4 Ερευνητικός Σκοπός

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας δεν είναι άλλος από το να διερευνήσει το κατά πόσο ο εναλλακτικός τουρισμός έχει περιθώρια περαιτέρω και ανάπτυξης στη Σαντορίνη και πως αυτό μπορεί να επηρεάσει θετικά και βιώσιμα την αποσυμφόρηση του νησιού από το φαινόμενο της υπερσυγκέντρωσης επισκεπτών σε συγκεκριμένα μέρη και σε συγκεκριμένες περιόδους του έτους.

1.5 Ερευνητικά Ερωτήματα

Τα ερευνητικά ερωτήματα της παρούσας διπλωματικής εργασίας συνδέονται καταλυτικά με το ερευνητικό εργαλείο, που εξυπηρετεί το στάδιο της πρωτογενούς έρευνας αλλά και με το

σκοπό της παρούσας διπλωματικής εργασίας καθώς διά αυτών επιχειρείται να εξυπηρετηθεί ο σκοπός της. Συγκεκριμένα στο σημείο αυτό οφείλει να επισημανθεί το γεγονός πως το ερευνητικό εργαλείο, που επιλέχθηκε να χρησιμοποιηθεί στην παρούσα διπλωματική εργασία, είναι ένα ερωτηματολόγιο εφόσον και η ακολουθούμενη μεθοδολογία της έρευνας είναι ποσοτική. Το συγκεκριμένο ερευνητικό εργαλείο περιλαμβάνει συνολικά 42 δηλώσεις. Από το σύνολο των δηλώσεων, οι πρώτες έξι είναι αφιερωμένες στα κοινωνικοδημογραφικά δεδομένα ενώ οι επόμενες τριάντα έξι είναι αφιερωμένες στις έξι θεματικές ενότητες αυτού. Οι θεματικές ενότητες του ερευνητικού εργαλείου της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι οι εξής: α) τα κίνητρα ενασχόλησης, των ατόμων που θα συμμετάσχουν στην έρευνα, με τον εναλλακτικό τουρισμό, β) τα κριτήρια απόρριψης της επιλογής εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη, γ) ο αντίκτυπος των δράσεων εναλλακτικού τουρισμού στο περιβάλλον, δ) ο αντίκτυπος των δράσεων εναλλακτικού τουρισμού στην τοπική κοινωνία, ε) η στρατηγική προώθησης του εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη από τους αρμόδιους κρατικούς φορείς και τέλος στ) η σχέση των επισκεπτών, που επιζητούν δράσεις εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη, με τους παρόχους αυτών και δυνητικές προοπτικές ανάπτυξης. Η αρχική κλίμακα - από την οποία εμπνεύστηκε και τη δομή της οποίας σε ένα βαθμό τήρησε ο ερευνητής της παρούσας διπλωματικής εργασίας - προέρχεται από τη σχετική με το υπό διερεύνηση στην παρούσα διπλωματική εργασία ζήτημα επιστημονική δημοσίευση των Dearden & Harron (1994).

Συγκεκριμένα τα ερευνητικά ερωτήματα, που προέκυψαν και στα οποία καλούνται να δώσουν απαντήσεις οι συμμετέχοντες στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας διπλωματικής εργασίας, είναι τα εξής:

- **Ερευνητικό Ερώτημα Νο1:** ο εναλλακτικός τουρισμός στη Σαντορίνη έχει περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης;
- **Ερευνητικό Ερώτημα Νο2:** τα κίνητρα ενασχόλησης με τον εναλλακτικό τουρισμό συνδέονται είτε έμμεσα είτε άμεσα με το ζήτημα της βιωσιμότητας στον τουρισμό;
- **Ερευνητικό Ερώτημα Νο3:** υπάρχουν ανασχετικοί παράγοντες στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη;

- **Ερευνητικό Ερώτημα Νο4:** υπάρχει επίπτωση στο περιβάλλον της Σαντορίνης από τις δραστηριότητες του εναλλακτικού τουρισμού;
- **Ερευνητικό Ερώτημα Νο5:** υπάρχει επίπτωση στις τοπικές κοινωνίες της Σαντορίνης και ειδικότερα στα ήθη και έθιμά τους από τις δραστηριότητες του εναλλακτικού τουρισμού;
- **Ερευνητικό Ερώτημα Νο6:** οι δημόσιες αρχές ενισχύουν την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού στη Σαντορίνη;
- **Ερευνητικό Ερώτημα Νο7:** δίνουν οι πάροχοι δράσεων εναλλακτικών μορφών τουρισμού στη Σαντορίνη την αίσθηση της συνεχούς ανάπτυξης του θεσμού στο νησί;

1.6 Διάρθρωση της Διπλωματικής Εργασίας

Συνολικά η παρούσα διπλωματική εργασία έχει δομή, που συμπεριλαμβάνει μια πληθώρα Κεφαλαίων, ακριβώς επειδή είναι πολλά τα ζητήματα, τα οποία επιζητεί να θίξει και να προσφέρει επιλογές επίλυσης δυνητικών προβλημάτων. Συγκεκριμένα περιλαμβάνει οκτώ Κεφάλαια, που είναι τα εξής:

Η παρούσα διπλωματική εργασία εκκινεί με το Κεφάλαιο της Εισαγωγής. Σε αυτό το Κεφάλαιο θα πρέπει να επισημανθεί πως επιχειρείται μια αρχική προσέγγιση στο υπόβαθρο του θέματος, που επιλέχθηκε προς διερεύνηση στην παρούσα διπλωματική εργασία, όπως επίσης και μια αποτύπωση της προβληματικής, του σκοπού και των ερευνητικών ερωτημάτων. Το συγκεκριμένο Κεφάλαιο κλείνει με την παράθεση της συνολικής δομής, που ακολουθείται στην παρούσα διπλωματική εργασία.

Ακολουθεί το Δεύτερο Κεφάλαιο. Το συγκεκριμένο Κεφάλαιο έχει ως θέμα τον τουρισμό στην Ελλάδα. Στο Κεφάλαιο αυτό επιχειρείται, σε πρώτο χρόνο, μια ιστορική αναδρομή στον τουρισμό στην Ελλάδα αλλά και μια λεπτομερής παράθεση της οικονομικής συνεισφοράς

του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας (τόσο στο συνολικό όσο και στο κατά περιοχή) με έμφαση στο ΑΕΠ της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, που μας απασχολεί. Το συγκεκριμένο Κεφάλαιο κλείνει με την αποτύπωση των προβλημάτων, που συνδέονται με τον τουρισμό στη χώρα μας αλλά και με τις προκλήσεις αντιμετώπισης αυτών εκ μέρους της Πολιτείας αλλά και των ιδιωτικών παρόχων υπηρεσιών εναλλακτικού τουρισμού.

Στο Τρίτο Κεφάλαιο της παρούσας διπλωματικής εργασίας αναλύονται συγκεκριμένα έντεκα είδη εναλλακτικού τουρισμού, που είτε είναι ενεργά στο νησί της Σαντορίνης είτε είναι προτεινόμενα προς ανάπτυξη με βάση πάντα το δυναμικό του νησιού. Της τελικής επιλογής των συγκεκριμένων ειδών εναλλακτικού τουρισμού από τον ερευνητή της παρούσας διπλωματικής εργασίας προηγήθηκε σημαντική μελέτη στις πηγές βιβλιογραφικών δεδομένων σημαντικών φορέων, που συνδέονται με τον τουρισμό, όπως για παράδειγμα το Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (στη συνέχεια ΙΝΣΕΤΕ).

Ακολουθεί το Τέταρτο Κεφάλαιο, στο οποίο και γίνεται λόγος για την έννοια της τουριστικής προώθησης, τις στρατηγικές αυτής αλλά και τη διαδικασία της προώθησης και τα μέσα αυτής με ειδική αναφορά στον εναλλακτικό τουρισμό. Αυτό το Κεφάλαιο είναι ιδιαίτερα σημαντικό καθώς εάν συνδυαστεί με τις απαντήσεις των ερωτώμενων στην αντίστοιχη θεματική ενότητα του ερευνητικού εργαλείου θα δώσει πεδίο νέων συναφούς περιεχομένου προτάσεων στον ερευνητή.

Το Πέμπτο Κεφάλαιο της παρούσας διπλωματικής εργασίας συνδέεται με τον ταξιδιωτικό προορισμό, που έχει επιλεγεί για να διερευνηθεί, και αυτός δεν είναι άλλος από το νησί της Σαντορίνης. Θα επιχειρηθεί μια πρώτη ολιστική επαφή του αναγνώστη με τα ιστορικά και πολιτισμικά χαρακτηριστικά του συγκεκριμένου τόπου. Ακολούθως, θα παρατεθούν στοιχεία, που αφορούν την τουριστική προσφορά αλλά και την τουριστική ζήτηση. Το συγκεκριμένο Κεφάλαιο ολοκληρώνεται με την παράθεση στοιχείων, που αφορούν τόσο την εξέλιξη του τουριστικού προϊόντος στη Σαντορίνη όσο και στις επιπτώσεις, που έχει επιφέρει το φαινόμενο του υπερτουρισμού σε μια πλειάδα στοιχείων, όπως είναι η καθημερινότητα των τοπικών κοινωνιών αλλά και το περιβάλλον και ο πολιτισμός.

Το επόμενο Κεφάλαιο της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι το εναρκτήριο του Δευτέρου Μέρους. Το συγκεκριμένο Κεφάλαιο είναι αφιερωμένο στο ερευνητικό σκέλος. Συγκεκριμένα έχει ως τίτλο του τον εξής: Μεθοδολογία της Έρευνας. Όπως αναγράφεται και

στον τίτλο του είναι αφιερωμένο στις βασικές παραμέτρους της έρευνας που έχουν να κάνουν με το είδος αυτής, με τον πληθυσμό στον οποίο απευθύνεται, με το ερευνητικό εργαλείο που επιλέχθηκε για να υλοποιηθεί η έρευνα, με τη διαδικασία που ακολουθήθηκε για τη συλλογή των δεδομένων καθώς επίσης και με την περιγραφή της μεθόδου, που θα χρησιμοποιηθεί για την ανάλυση των δεδομένων που συλλέχθηκαν κατά την ερευνητική διαδικασία και τέλος τους περιορισμούς της έρευνας.

Η συνέχεια στην παρούσα διπλωματική εργασία δίνεται μέσα από το Έβδομο – και προτελευταίο - Κεφάλαιο, που είναι αφιερωμένο στην ανάλυση των αποτελεσμάτων (απαντήσεων), που προέκυψαν από την ερευνητική διαδικασία, που περιγράφηκε αναλυτικά στο αμέσως προηγούμενο κεφάλαιο. Αποτυπώνονται τα δύο κυρίαρχα είδη ανάλυσης των στατιστικών δεδομένων, που χρησιμοποιήθηκαν και με αυτά κλείνει και το συγκεκριμένο Κεφάλαιο για να εισαχθεί ο αναγνώστης της παρούσας εργασίας στο καταληκτικό μέρος της.

Η παρούσα διπλωματική εργασία ολοκληρώνεται με το Όγδοο Κεφάλαιο, που είναι αφιερωμένο στην εξαγωγή των συμπερασμάτων, που προέκυψαν από την ερευνητική διαδικασία και τις απαντήσεις των συμμετεχόντων σε αυτή αλλά και στην πρόταση συγκεκριμένης διαφημιστικής εκστρατείας προώθησης εναλλακτικών μορφών τουρισμού και τέλος την αποτύπωση της σχετικής με αυτή στρατηγικής.

Βιβλιογραφική Ανασκόπηση

2. Κεφάλαιο Δεύτερο: Ο τουρισμός στην Ελλάδα

2.1 Ιστορική αναδρομή

Σε αντίθεση με λοιπές Ευρωπαϊκές χώρες, όπου αποτέλεσε καλά δομημένο προϊόν από το 19^ο αιώνα, στην Ελλάδα ο οργανωμένος τουρισμός έχει μια σύντομη διαδρομή, χωρισμένη σε 3 φάσεις: α) αρχές δεκαετίας του 1950–1965, β) 1965–1985 και γ) 1985–σήμερα.

Πρώτη Φάση Ιστορικής Διαδρομής του Τουρισμού στην Ελλάδα (1950-1965):

Σε αυτή τη φάση παρατηρείται οργανωμένη ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού για πρώτη φορά. Ωστόσο, η πλειοψηφία των τουριστικών αφίξεων αφορούσε ατομικά ταξίδια. Η πρωτεύουσα και λοιπές περιοχές με σημαντικές αρχαιότητες αποτέλεσαν τουριστική προτεραιότητα την περίοδο αυτή. Μετά το 1960 εμφανίστηκαν οι πρώτες καλά οργανωμένες ξενοδοχειακές μονάδες κυρίως σε Κέρκυρα και Ρόδο. Η έντονη εποχικότητα και η έλλειψη στρατηγικού τουριστικού σχεδιασμού χαρακτήρισαν την παρούσα φάση. Την απουσία τουριστικού κρατικού κυβερνητικού σχεδιασμού κλήθηκαν να καλύψουν ιδιώτες (π.χ. ξενοδόχοι, μεταφορικές εταιρείες κ.λπ.) (Τσάρτας, 2010).

Δεύτερη Φάση Ιστορικής Διαδρομής του Τουρισμού στην Ελλάδα (1965-1985):

Σε αυτή τη φάση η κεντρική κυβέρνηση αναγνώρισε τον τουρισμό ως πυλώνα του ΑΕΠ και παρείχε οικονομική βοήθεια μέσω επιδοτήσεων. Εκκίνησε ο μαζικός τουρισμός και αυξήθηκε η γεωγραφική κατανομή των τουριστικών αφίξεων. Πραγματοποιήθηκαν, επίσης, σημαντικές επενδύσεις στις τουριστικές υποδομές. Πλέον, χαλάρωση και ψυχαγωγία προηγούνταν στις τουριστικές προτιμήσεις ενώ οι επισκέψεις σε χώρους πολιτισμικού ενδιαφέροντος έπονταν. Τα ταξιδιωτικά γραφεία εξελίχθηκαν σε διαχειριστικό παράγοντα των τουριστικών αφίξεων. Αναδείχθηκαν, επίσης, οι οργανωμένες διακοπές (σημαντικότερη διαφορά σε σχέση με την αμέσως προηγούμενη φάση). Την ίδια στιγμή και ο εγχώριος τουρισμός άρχισε να αιμοδοτεί τουρισμό και εστίαση (Tsartas et al., 2014).

Τρίτη Φάση Ιστορικής Διαδρομής του Τουρισμού στην Ελλάδα (1985-σήμερα):

Πλέον, τα οργανωμένα πακέτα διακοπών κυριάρχησαν στις τουριστικές αφίξεις και αναδύθηκαν νέες μορφές τουρισμού, όπως ο all inclusive τουρισμός, που αποστέρησε τις τοπικές κοινωνίες από τουριστικά έσοδα καθώς τα χρήματα δαπανιούνταν εντός των μεγάλων τουριστικών μονάδων, που προσέφεραν όλες τις υπηρεσίες. Πρωτεύουσα και συμπρωτεύουσα αναδείχθηκαν σε τουριστικούς προορισμούς αποκλειστικά βραχείας διαμονής πριν την αναχώρησή ξένων τουριστών για νησιωτικούς προορισμούς. Αν και οι tour operators αναλάμβαναν τη διαχείριση των τουριστικών αφίξεων, το τουριστικό προϊόν εξακολούθησε να είναι χαμηλής ποιότητας. Για πρώτη φορά η κεντρική εξουσία εμφάνισε στρατηγικά σχέδια τουριστικής ανάπτυξης χωρίς, όμως, ιδιαίτερη επιτυχία. Έτσι, η Ελλάδα παγιώθηκε ως προορισμός ανθρώπων χαμηλού έως μέσου εισοδήματος (Τσάρτας, 2010). Η μνημονιακή περίοδος (2009–2019) με τους αυστηρούς περιορισμούς των πιστωτών και η πανδημική κρίση (2019–2021) επηρέασαν αρνητικά τον τουρισμό. Πλέον, η χώρα έχει επανέλθει σε μια «κανονικότητα» και οι αφίξεις αποκαταστάθηκαν στο προ πανδημίας επίπεδο.

2.2 Οικονομική συνεισφορά

Η συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ είναι κρίσιμη καθώς οι τουριστικές δαπάνες αλληλεπιδρούν με μια σειρά από παραγωγικούς τομείς, όπως τα logistics, οι χώροι διαμονής, η εστίαση, η ένδυση, η ψυχαγωγία και γενικότερα τα συνδεδεμένα με τον πολιτισμό αγαθά. Ανάλογα με το ύψος της ζήτησης στον τουρισμό διαμορφώνεται και η συνολική τουριστική καταναλωτική δαπάνη. Το μέγεθος αυτό αποτυπώνεται με ανάλογο τρόπο και στη μεταβολή του ΑΕΠ (Πολύζος, 2011; Πολύζος, 2015).

Προκειμένου να ποσοτικοποιηθεί η θετική επίδραση, που έχει η τουριστική οικονομία στο ΑΕΠ θα παρατεθούν στοιχεία από την πιο πρόσφατη ετήσια Έκθεση του ΙΝΣΕΤΕ (Απρίλιος 2024) με τίτλο: «*Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2023*». Στη συγκεκριμένη Έκθεση αναφέρεται πως η άμεση επίπτωση του τουρισμού ανήλθε στα 28.5 δισεκατομμύρια ευρώ (13% του ΑΕΠ). Ωστόσο, εάν συνυπολογιστούν και τα πολλαπλασιαστικά οφέλη, η συνολική συνεισφορά του τουρισμού στην οικονομία της χώρας

το 2023 ανήλθε μεταξύ 62.8 και 75.6 δισεκατομμύρια ευρώ. Τα συγκεκριμένα ποσά αντιστοιχούν σε 28.5% και 34.3% του ΑΕΠ αντίστοιχα.

2.3 Προβλήματα και προκλήσεις

Τα τελευταία έτη, το πιο ανησυχητικό πρόβλημα είναι ο υπερτουρισμός. Ως υπερτουρισμό ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού αντιλαμβάνεται «τον αντίκτυπο του τουρισμού σε έναν προορισμό, ή τμήματα αυτού, που επηρεάζει υπερβολικά αρνητικά την αντιλαμβανόμενη ποιότητα ζωής των πολιτών και/ή την ποιότητα των εμπειριών των επισκεπτών» (UNWTO, 2018). Ως προς τις προκλήσεις, τώρα, η σημαντικότερη όλων είναι η μείωση των επιπτώσεων του υπερτουρισμού στο περιβάλλον και την καθημερινότητα των τοπικών κοινωνιών, κυρίως, στους δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς. Σημαντική βοήθεια στην περιοχική και χρονική διασπορά των τουριστικών αφίξεων μπορεί να προέλθει από εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

3. Κεφάλαιο Τρίτο: Ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού στη Σαντορίνη¹

3.1 Ηφαιστειακός Τουρισμός

Ο Ηφαιστειακός Τουρισμός περιλαμβάνει εξερεύνηση ενεργών & αδρανών ηφαιστειακών περιοχών και γεωθερμικών γεωμορφών, προσελκύοντας τουρίστες με ενδιαφέρον στη γεωλογική κληρονομιά (Erfurt – Cooper, 2010 & Erfurt – Cooper et al., 2015). Ειδικότερα, το 2004 επισκέφθηκαν το Βεζούβιο 1 εκατομμύριο τουρίστες (Πίνακας 1).

Πίνακας 1: Παραδείγματα ετήσιου αριθμού επισκεπτών από επιλεγμένες χώρες, όπου ο ηφαιστειακός τουρισμός αποτελεί αυτόνομο τομέα της τουριστικής βιομηχανίας

Country, location	Visitor numbers
Fuji-Hakone-Izu NP, Japan	103 million (2004)
Shikotsu-Toya NP, Japan	14.6 million (2005)
Daisetsuzan NP, Japan	6.1 million (2006)
Mt Teide National Park, Spain	3.5 million (2004)
Yellowstone National Park, USA	3 million (2008)
Hawaii Volcanoes NP, USA	1.2 million (2008)
Mt Rainier NP, USA	1.1 million (2008)
Tongariro NP, NZ	1 million (2004)
Vesuvius NP, Italy	1 million (2004)

Πηγή: Erfurt – Cooper (2010) βασισμένος σε στοιχεία από τις μελέτες Teide Parque Nacional (2006) καθώς και Japan Atlas Nature (2010)

Παράλληλα, έχουν δημιουργηθεί εθνικά ηφαιστειακά πάρκα για ασφαλείς σχετικές επισκέψεις Ηφαιστειακού Τουρισμού Γεωτουρισμού, Οικοτουρισμού και Τουρισμού Περιπέτειας.

¹ Η λίστα των εναλλακτικών μορφών τουρισμού είναι ενδεικτική καθώς σύμφωνα με μελετητές του τουρισμού (ενδεικτικά αναφέρεται η περίπτωση της μελέτης των Constantoglou & Klothaki (2021)) μια πλήρης σχετική λίστα θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει και στοιχεία όπως η βόλτα με catamaran στο ήλιοβασίλεμα, η ιππασία στα χωριά, η βόλτα με ελικόπτερο έως και η επαγγελματική φωτογραφία.

Στη Σαντορίνη οι τουρίστες επισκέπτονται τη Νέα Καμένη περπατώντας σε ενεργό ηφαιστειακό τόπο (Gaki-Papanastassiou & Papanastassiou, 2010). Η Νέα Καμένη (η πιο πρόσφατα δημιουργημένη γη στην Ανατολική Μεσόγειο) διαθέτει γεωλογικό πάρκο, που το διαχειρίζεται η Δημοτική Επιχείρηση «Γεωθήρα» σε συνεργασία με το Ινστιτούτο Μελέτης και Παρακολούθησης του Ηφαιστείου της Σαντορίνης (Ι.Μ.Π.Η.Σ.) (Altanea, 04.12.2016) (Εικόνα 1). Σε επίπεδο ασφαλείας οι τουρίστες καλούνται να φορούν ανθεκτικά στις υψηλές θερμοκρασίες παπούτσια. Η επίσκεψη διαρκεί 1 ώρα. Η επισκεψιμότητα σε ετήσια βάση αγγίζει τα 200.000 άτομα. Συνεπώς, μια στοχευμένη διαφήμιση από Πολιτεία και τοπικές τουριστικές επιχειρήσεις θα μπορούσε να αυξήσει τον αριθμό αυτό εντυπωσιακά.

Εικόνα 1: Τουρίστες σε περιπατητική διαδρομή πάνω στο γεωλογικό πάρκο της Νέας Καμένης



Πηγή: Norbert Nagel at Wikimedia Commons under  CC BY-SA 3.0. Ακριβές Link: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Nea_Kameni_volcanic_island_-_Santorini_-_Greece_-_09.jpg [Τελευταία θέαση: 10.12.2025]

3.2 Πεζοπορικός Τουρισμός

Ο Πεζοπορικός Τουρισμός συνδυάζεται ιδεατά με το γεωλογικό τοπίο της Σαντορίνης. Στην Έκθεση του ΙΝΣΕΤΕ (2024) επισημαίνονται οι εξής πεζοπορικές διαδρομές στη Σαντορίνη: α) Διάσχιση Νέας Καμένης, β) Θηρασιά – Μανωλάς – Κόρφος, γ) Μανωλάς – Μονή Παναγιάς, δ) Φηρά – Οία, ε) Οία – Αμμούδι, στ) Φοινικιά – Κουλούμπος, ζ) Ημεροβίγλι –

Σκάρος, η) Πύργος-Προφήτης Ηλίας-Μοναστήρι-Αρχαία Θήρα, θ) Πύργος-Αγιώργης-Επισκοπή, ι) Μέσα Γωνιά-Πύργος-Εμπορειό, κ) Μεγαλοχώρι-Πύργος, λ) Πύργος-Βόθωνας, μ) Ακρωτήρι-Όρμος Μάλου, ν) Φάρος-Ακρωτήρι, ο) Ακρωτήρι-Βλυχάδα, π) Καμάρι-Αρχαία Θήρα-Περίσσα, ρ) Θέρμη-παραλία Χριστός και σ) Μεγαλοχώρι-Λουτρά Πλάκας.

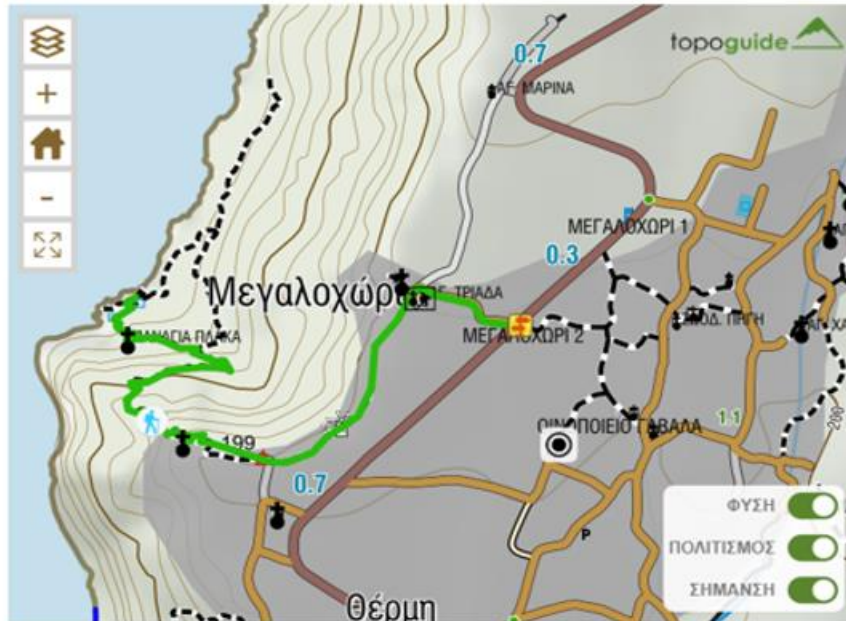
Ειδικότερα, στη διαδρομή Καμάρι-Αρχαία Θήρα-Περίσσα (μήκους 3Km και διάρκειας 1½ ώρας) συναντά κανείς παλαιούς μύλους, πύργους Βενετικής περιόδου και ξωκλήσια (Poulakli et al., 023).

Η εταιρεία *Ανάβασις* έχει δημιουργήσει πεζοπορικό χάρτη της Σαντορίνης με χαρτογραφημένες όλες τις διαθέσιμες διαδρομές ακόμη και χωρίς τη συνοδεία οργανωμένης ομάδας. Η δε Πεζοπορική Οικολογική Ομάδα Σαντορίνης EN ΟΔΩ-Santorini Eco Hiking Team, προσφέρει καθόλη τη διάρκεια του έτους ατομικές και οργανωμένες εξορμήσεις.

Η αύξηση των πεζοπορικών διαδρομών στη Σαντορίνη θα πρέπει να επιδιωχθεί συντονισμένα δεδομένου πως η Ελλάδα, σύμφωνα με στοιχεία του Adrenaline-Hunter.com (περίοδος 01/04-31/10/2018), ανήλθε στην 3η θέση των προτιμήσεων των adventure travelers παγκοσμίως όσον αφορά τις υπαίθριες δραστηριότητες.

Η πεζοπορία στο νησί της Σαντορίνης, πλέον, έχει εισαχθεί στην ψηφιακή εποχή με την εφαρμογή (app) Topguide Greece για Android και iOS με in-app purchase διαδρομών (Εικόνα 2).

Εικόνα 2: Η πεζοπορική διαδρομή Μεγαλοχώρι – Λουτρά Πλάκας στη Σαντορίνη, όπως αυτή εμφανίζεται στην εφαρμογή (app) Topguide Greece



Ταυτότητα	Ανάλυση	Βατότητας
Μεγαλοχώρι-Λουτρά Πλάκας	Μήκος: 1431 m	Άσφαλτος: 13%
Πεζοπορική διαδρομή	Χρόνος: 0h30	Χωματόδρομος: 1%
Σήμανση: -	Ελάχιστο υψόμετρο: 0 m	Μονοπάτι: 86%
Δυσκολία: 2/5	Μέγιστο υψόμετρο: 222 m	
Επιστροφή: Από την ίδια	Συνολική ανάβαση: 0 m	
διαδρομή	Συνολική κατάβαση: 210 m	
Αισθητική: Εξαιρετική		

Πηγή: https://www.topoguide.gr/islands/southern_aegeo/advs_santorini/santorini_Megalochori_Loutra_en.php [Τελευταία θέαση: 10.12.2025]

3.3 Καταδυτικός Τουρισμός

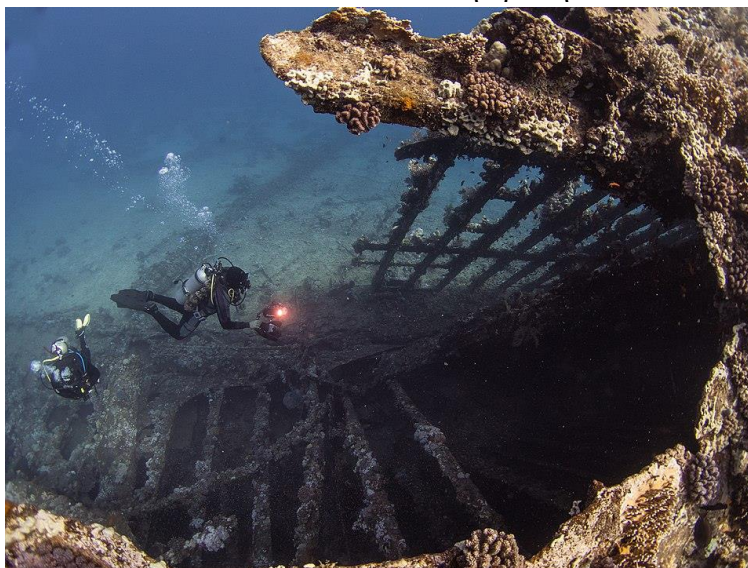
Η γεωλογική ιστορία της Σαντορίνης την καθιστά ελκυστικό καταδυτικό προορισμό. Σημαντική ώθηση έδωσε και η κινηματογραφική παραγωγή *Lara Crete: Tomb Raider – The Cradle of Life*, που γυρίστηκε στη Σαντορίνη το 2003 (Papadaki, 2024). Σε ένα πιο επίσημο πλαίσιο η γνωμοδότηση του Κεντρικού Συμβουλίου Νεωτέρων Μνημείων του Υπουργείου Πολιτισμού και Αθλητισμού, επέτρεψε οργανωμένες και καθοδηγούμενες καταδύσεις σε 91 ναυάγια πλοίων και αεροπλάνων. Μεταξύ των 24 ναυαγίων της καταδυτικής κοινότητας Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, συμπεριλαμβάνεται το σε βάθος 15 μέτρων ναυάγιο σκάφους μήκους 30 μέτρων στην Παλαιά Καμμένη (επισκέψιμο από το 2021). Κατά τις μαρτυρίες των

ντόπιων κατοίκων, βυθίστηκε κατά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο (Υπουργείο Πολιτισμού, 22.03.2021) (Εικόνα 3).

Οι επισκέπτες, που επιλέγουν μεταξύ άλλων και τον Καταδυτικό Τουρισμό με βαθυσκάφος στη Σαντορίνη, είναι κυρίως Αμερικανοί, ηλικίας από 25 έως 64, με υψηλό μορφωτικό επίπεδο, θέσεις εργασίας υψηλά αμειβόμενες και τέλος μεσαίου και μεγάλου εισοδήματος (Papadea, 2003).

Η δε σύγχρονη τάση στον Καταδυτικό Τουρισμό της Σαντορίνης αφορά στην εφαρμογή επαυξημένης πραγματικότητας με τίτλο VIRTUALDIVER, που σχεδιάστηκε για να προσφέρει στους ειδικούς του τομέα καθηλωτικές xReality εμπειρίες. Σκοπός είναι οι δυνητικοί χρήστες της να βιώσουν περιβάλλοντα, στα οποία συνήθως έχουν πρόσβαση μόνο υποβρύχια οχήματα κοστοβόρων επιστημονικών αποστολών. Ειδικότερα το VIRTUALDIVER αξιοποιεί οπτικά δεδομένα και δεδομένα απόστασης υψηλής ανάλυσης, που αποκτήθηκαν με τεχνολογίες αιχμής (συστήματα χαρτογράφησης σάρωσης, υποβρύχια οχήματα, μη επανδρωμένα αεροσκάφη) και επεξεργάζονται μέσω καινοτόμων προγραμμάτων για τη δημιουργία ενός συνθετικού χάρτη με βάση το τοπογραφικό ανάγλυφο και την ανάλυση της γεωμορφολογίας του καθώς και τις ανθρωπογενείς παρεμβάσεις (Nomikou et al., 2020).

Εικόνα 3: Καταδυτική δράση



Πηγή: W.Strickling at Wikimedia Commons under  Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0. Ακριβές Link:

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Ship_wreck_Carnatic_2017-04-22_Egypt-7947.jpg

[Τελευταία θέαση: 10.12.2025]

3.4 Γαστρονομικός Τουρισμός

Ο Γαστρονομικός Τουρισμός αποτελεί έκφανση του πολιτιστικού τουρισμού (Moira et al., 2015), διαδραματίζοντας σημαντικό ρόλο στην εικόνα ενός προορισμού, όπως διαπιστώνουν: ακαδημαϊκοί, επαγγελματίες στον κλάδο του τουρισμού, βιομηχανίες στον κλάδο των τροφίμων και εθνικές κυβερνήσεις (Long, 2004).

Κατά τον UNWTO (2012), το 44% των τουριστών παγκοσμίως θεωρεί πως η τοπική κουζίνα αποτελεί 1 από τους 3 κορυφαίους λόγους επιλογής ταξιδιωτικού προορισμού.

Υπό το πρίσμα αυτό το Food Storytelling (Gersie, 1992) καθίσταται ιδιαίτερα σημαντικό καθώς συνδέει προϊόντα και συνταγές μαγειρικής με αφηγήσεις μυθολογίας, ιστορίας, λαογραφίας, γεωγραφίας, πολιτιστικής κληρονομιάς και ανθρώπων μιας περιοχής.

Στην περίπτωση της Σαντορίνης επιβάλλεται η επανασύνδεση της τοπικής κοινωνίας με την αγροτική παραγωγή καθώς η επικράτηση του τουρισμού ως κυρίαρχης πηγής εσόδων μεταμόρφωσε δεκάδες περιοχές από αγροτικές σε τουριστικές (Skordili & Tsakopoulou, 2019). Στη Σαντορίνη, ειδικότερα, τα έτη 1991-2011 ο πρωτογενής τομέας συρρικνώθηκε από 8.49% σε 3.53% (ΕΚΚΕ & ΗΣΑ, 2017). Η ανάδειξη δε της τοπικής κουζίνας μπορεί να λειτουργήσει ως ανάχωμα στην εκτεταμένη χρήση φθηνών και τυποποιημένων προϊόντων, που βρίσκονται εγγύτερα στις διατροφικές προτιμήσεις του «μέσου» διεθνούς επισκέπτη (Alonso & Liu, 2012).

Οι Γαστρονομικός Τουρισμός στη Σαντορίνη μπορεί να λάβει τις εξής μορφές: επισκέψεις σε αγροκτήματα και τοπικές επιχειρήσεις μεταποίησης, φεστιβάλ τροφίμων, μαθήματα μαγειρικής, διαδρομές στην ιστορία των βιοτεχνικών προϊόντων, γαστρονομικά συνέδρια, γευσιγνωσία ή απλώς ένα καλό γεύμα σε τοπικό εστιατόριο (Skordili & Tsakopoulou, 2019). Η πρωτοβουλία *Ελληνικό Πρωϊνό* αποτελεί παράδειγμα επιτυχούς διατροφικής /γαστρονομικής πολιτικής. Υιοθετήθηκε δε για πρώτη φορά το 2010 από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (ΞΕΕ) για να εμπλουτίσει το πρωϊνό στις ανά την Ελλάδα ξενοδοχειακές μονάδες με τοπικά προϊόντα/πιάτα. Η πρωτοβουλία αυτή, σε συνδυασμό με την πρωτοβουλία *Κουζίνα του Αιγαίου*, που υιοθετήθηκε το 2008 από το Εμπορικό Επιμελητήριο Νοτίου Αιγαίου, μπορούν να αναδείξουν τα «δυνατά χαρτιά» της τοπικής παραγωγής, όπως: α) το τοματάκι (που συγκαταλέγεται στα προϊόντα Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης – ΠΟΠ), β) τη φάβα (προϊόν ΠΟΠ) και γ) τους οίνους (Εικόνα 4).

Τέλος, οι κυριότερες τοπικές συνταγές της Σαντορίνης, που ελκύουν το ενδιαφέρον τουριστών, που ειδικεύονται στις τοπικές κουζίνες, είναι οι εξής: αθερινόπιτα, αιματιά, κοπανιά, απόχτι, κουφέτο, μελετίνια, μπακαλιάρος μπραντάδα, τοματοκεφτέδες, πουλιά γεμιστά, Σαντορινιά πουτίγκα, σκορδομακάρονα, σφουγγάτο κ.α. Οφείλεται δε να επισημαίνεται στους τουρίστες πως υπάρχει μια διαχρονική συνέχεια στις διατροφικές συνήθειες στη Σαντορίνη τα τελευταία 4.000 έτη με τη χρήση ελαιόλαδου, σιτηρών και οίνου (Greek Gastronomy Guide, 2024).

Εικόνα 4: Φάβα Σαντορίνης



Πηγή: Klearchos Kapoutsis at Wikimedia Commons under  Creative Commons Attribution 2.0. Ακριβές Link: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Fava_\(3711746562\).jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Fava_(3711746562).jpg)
[Τελευταία θέαση: 10.12.2025]

3.5 Οινοτουρισμός

Σύμφωνα με τους Avgeli et al. (2019), ο κλάδος του Οινοτουρισμού ανήκει στους δυναμικά αναπτυσσόμενους παγκοσμίως με αύξηση 30% το 2018. Υπό το πρίσμα αυτό καθίσταται ένας από τους επικρατέστερους στον τομέα του τουρισμού ειδικού ενδιαφέροντος αποτελώντας εργαλείο περιφερειακής και αγροτικής τουριστικής ανάπτυξης. Οι δε επαγγελματίες του Οινοτουρισμού στη Σαντορίνη, θα πρέπει να προβάλλουν το ότι ο οίνος υπήρχε στη διατροφή των κατοίκων του νησιού ήδη από το 800 π.Χ.

Οι παράγοντες, που κάνουν τον Οινοτουρισμό σημαντικό για τους λάτρεις του οίνου παγκοσμίως, είναι: α) η δοκιμή οίνου και β) η ατμόσφαιρα της οινοποίησης (Avgeli et al., 2019). Ειδικότερα στην περίπτωση της Σαντορίνης, προστίθενται και λοιποί παράγοντες όπως: η συμπεριφορά, ο επαγγελματισμός, το επίπεδο παροχής υπηρεσιών και οι γνώσεις των εργαζόμενων στα οινοποιία της Σαντορίνης (Avgeli et al., 2019).

Οι ηλικίες των συμμετεχόντων σε δράσεις Οινοτουρισμού κυμαίνονται από 30 έως 60 ετών και το εισοδηματικό τους προφίλ αγγίζει τα 20.000 έως 30.000 \$ ετησίως (Pratt, 2011 & 2014). Μάλιστα, οι συμμετέχοντες σε δράσεις Οινοτουρισμού αποδεικνύεται πως διαθέτουν υψηλή αγοραστική δύναμη (Dawson et al., 2011) και υψηλό μορφωτικό επίπεδο (Carmichael, 2005).

Εξαιρετικά ενδιαφέρον ήταν και το εύρημα της μελέτης Avgeli et al. (2019), πως το 95% των απαντήσεων στη δήλωση «ενδιαφέρομαι για τον οίνο και τις συναφείς δραστηριότητες» ήταν θετική ενώ στη δήλωση «είμαι ειδικός στα των οίνων» το αντίστοιχο ποσοστό ήταν 15% και στη δήλωση «έχω εκτεταμένες γνώσεις στα των οίνων» το αντίστοιχο ποσοστό ήταν, επίσης, χαμηλό στο 25%. Συνεπώς υπάρχει μεγάλο περιθώριο προσέλκυσης εξειδικευμένων επισκεπτών οινικών προορισμών στη Σαντορίνη και περαιτέρω διεύρυνσης του Οινοτουρισμού σε τουρίστες με απλό ενδιαφέρον στα διατροφικά ζητήματα.

Μια εξίσου σημαντική παράμετρος, που συνδυάζει αειφορία και Οινοτουρισμό παρουσιάζεται στην επιστημονική δημοσίευση των Alebaki et al. (2022) και είναι η ψηφιακή εκδοχή του Οινοτουρισμού (Online Wine Tourism) καθώς και τα ψηφιακά οινοτοπία (Digital Winescapes). Υπό τους δύο αυτούς όρους νοείται η διαδικτυακή παροχή υπηρεσιών Οινοτουρισμού μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με έμφαση σε Facebook και Instagram (παράδειγμα αποτελεί η κράτηση για εικονική ξενάγηση μέσα από την επίσημη ιστοσελίδα οινοπαραγωγών). Τα τελευταία μπορούν να μετατρέψουν τους θεατές του ψηφιακού περιεχομένου των λογαριασμών οινοποιείων σε ενεργούς συνδιαμορφωτές του περιεχομένου αυτών. Η επί πληρωμή προβολή ταιριάζει εξαιρετικά στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις στο χώρο της οινοπαραγωγής αλλά και του Οινοτουρισμού (Szolnoki et al., 2018). Ωστόσο παρά τα γενναία βήματα όσον αφορά τη διαδικτυακή παρουσία οινοποιείων και οινοπαραγωγών στη Σαντορίνη δεν παρέχονται ακόμη ορισμένες πολύ κομβικής σημασίας στον κόσμο του Οινοτουρισμού υπηρεσίες, όπως είναι η εγγραφή σε οινική λέσχη (Alebaki et al., 2022).

Για να γίνει καλύτερα κατανοητή η δυναμική ανάπτυξης του Οινοτουρισμού στη Σαντορίνη αρκεί να αναφερθεί πως το έτος 2022 στη Σαντορίνη υπήρχαν 21 οινοπαραγωγοί εκ των οποίων οι 16 είχαν ενεργή παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Marzo-Navarro & Pedraja-Iglesias, 2021) παράγοντας τις κυριότερες ποικιλίες οίνου του νησιού, που είναι 57. Από αυτές ορισμένες είναι αρχαίες και αυτόχθονες (Παπαδοπούλου, 27.06.2014). Οι δε πιο γνωστές είναι οι: μαυροτράγανο, αηδάνι, αθήρι, μαντηλαριά, μαυράθηρο, κατσανό, βουδόματο, πλατάνι, ποταμίσι, γαϊδουριά, ασπρούλα, σιδερίτης, αυγουλάτο, φλασκιασυρτικό, τσαουλί (Εικόνα 5).

Εικόνα 5: Ποικιλίες οίνων από τη Σαντορίνη



Πηγή: Marcelo Costa at Wikimedia Commons under  Creative Commons Attribution 2.0.
Ακριβές Link: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Santorini_wines.jpg [Τελευταία
θέαση: 10.12.2025]

3.6 Θρησκευτικός Τουρισμός

Στην Ελλάδα έχει εδώ και πολλές δεκαετίες αναπτυχθεί ο Θρησκευτικός Τουρισμός σε μέρη με μεγάλη επισκεψιμότητα εγχώριων πιστών όσο και από το εξωτερικό (κυρίως από Βαλκανικές Ορθόδοξες Χώρες). Ωστόσο, η Σαντορίνη δεν ανήκει στην κατηγορία των περιοχών, που έχουν ανεπτυγμένο και εδραιωμένο στη συνείδηση των πιστών Θρησκευτικό Τουρισμό. Αυτή η διαπίστωση έχει συμβάλλει και στην απουσία σχετικών επιστημονικών μελετών με εξαίρεση εκείνες των Καραμολέγκου (2008) και Δανέζη (2001). Σε αυτές παρατίθεται μια λεπτομερής καταγραφή εκκλησιών και εξωκλήσιων στα χωριά της Σαντορίνης, που αγγίζουν αριθμητικά τις 329. Με την προσθήκη και εκείνων της Θηρασίας ο συνολικός αριθμός γίνεται 359. Πέραν των Ορθόδοξων υπάρχουν και 10 Καθολικοί Ναοί στο νησί.

Ο πιο γνωστός πανελλαδικά και παγκοσμίως Ιερός Ναός στη Σαντορίνη είναι η Παναγία Υπαπαντής στο κέντρο των Φηρών, που χρονολογείται από το 1827 και είναι γνωστός στην τοπική κοινωνία ως Παναγία του Μπελώνια. Ο σημερινός ναός αποτελεί κτίσμα της περιόδου 1963 – 1968 καθώς ο αρχικός είχε καταστραφεί στο σεισμό της 9^{ης} Ιουλίου του 1956 (Εικόνα 6).

Ένας ακόμη πολυφωτογραφημένος Ιερός Ναός στη Σαντορίνη είναι η Παναγία Πλατσανή ή Παναγία Ακαθίστου Ύμνου στο κέντρο της Οίας. Και αυτή η εκκλησία καταστράφηκε ολοσχερώς στο σεισμό του 1956 και ανοικοδομήθηκε το 1965 (Εικόνα 7). Η ιστορία της εικόνας της Παναγίας και του ονόματος αυτής «Πλατσιανή» είναι ιδιαίτερη καθώς ο θρύλος λέει πως βρέθηκε από ψαρά μεσοπέλαγα πάνω στα κύματα να επιπλέει και ο θόρυβος από τα κύματα που τη χτυπούσαν έκανε «πλατς πλατς».

Εικόνα 6: Η Παναγία Υπαπαντής στα Φηρά



Πηγή: Dietmar Rabich at Wikimedia Commons under  Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0. Ακριβές Link:

[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Santorin_\(GR\),_Fira_--_2017_--_2620.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Santorin_(GR),_Fira_--_2017_--_2620.jpg)

[Τελευταία θέαση: 10.12.2025]

Εικόνα 7: Η Παναγία Πλατσιανή (του Ακάθιστου Ύμνου) στο κέντρο της Οίας



Πηγή: Norbert Nagel at Wikimedia Commons under  Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0. Ακριβές Link: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:07-17-2012_-_Oia_-_Santorini_-_Greece_-_40.jpg

[Τελευταία θέαση: 10.12.2025]

Το κενό, λοιπόν, στο Θρησκευτικό Τουρισμό στη Σαντορίνη θα μπορούσε να καλυφθεί, σύμφωνα με την Καραμολέγκου (2008), μέσα από τη δημιουργία σχετικών τουριστικών πακέτων. Για παράδειγμα θα μπορούσε να δημιουργηθεί ένα πακέτο με την ονομασία *Σαντορίνη & Θρησκεία*. Το πακέτο αυτό θα μπορούσε να προσφέρεται σε περιόδους χαμηλής επισκεψιμότητας αποκλειστικά και μόνο για να μπορεί να βιώσει κανείς με την πρέπουσα πνευματική συγκέντρωση αλλά και τουριστική ευλάβεια τη θρησκευτική ιστορία του τόπου και να επισκεφθεί όλα τα σημαντικής σημασίας εκκλησιαστικά τοπόσημα. Η διάρκεια αυτού του πακέτου τυπικά δεν θα απαιτούνταν να υπερβεί τις 3 ημέρες. Η προώθηση του συγκεκριμένου πακέτου θα μπορούσε να γίνει μέσα από: διαφημιστικές καταχωρήσεις σε έντυπα, φακέλους προβολής αλλά και διαφημίσεις σε ραδιοφωνικά και τηλεοπτικά δίκτυα.

3.7 Ιαματικός / Θερμικός Τουρισμός

Ο Ιαματικός / Θερμικός Τουρισμός αποτελεί έναν από τους τρεις βασικούς βραχίονες του Τουρισμού Υγείας με τις άλλες δυο μορφές να είναι ο Ιατρικός Τουρισμός (νοσοκομειακές & ιατρονοσηλευτικές υπηρεσίες) και ο Τουρισμός Ευεξίας (εγκαταστάσεις και υπηρεσίες τύπου spa) (Πανάγου, 22.09.2024).

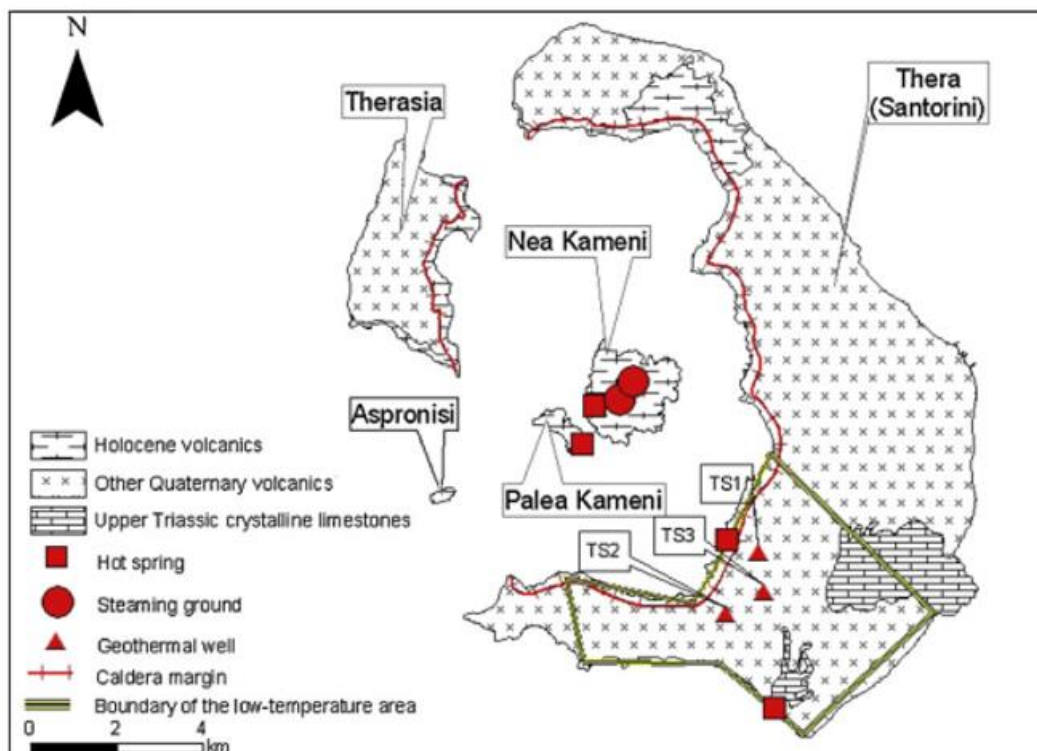
Σύμφωνα με στοιχεία της Ομάδας Περιβάλλοντος του Εθνικού Κέντρου Κοινωνικών Ερευνών (στη συνέχεια ΕΚΚΕ), ο Ιαματικός / Θερμικός Τουρισμός στην Ελλάδα είναι μια εναλλακτική μορφή τουρισμού με ιδιαίτερα μεγάλο κοινό. Συγκεκριμένα το έτος 2015 κόπηκαν 882.570 εισιτήρια. Το δε 2023 ο αντίστοιχος αριθμός ήταν 1.000.000 εισιτήρια (κορυφαία επίδοση τα 2.500.000 εισιτήρια το 2010) (Πανάγου, 22.09.2024). Ωστόσο, η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου δεν εκπροσωπείται σε αυτήν την τουριστική αγορά καθώς τα εισιτήρια, που κόπηκαν κατά μέσο όρο στη συγκεκριμένη Περιφέρεια στις εκεί λουτρικές μονάδες αντιστοιχούσαν μόλις στο 0.56% επί των συνολικών εισιτηρίων πανελλαδικά. Συγκεκριμένα στο Νότιο Αιγαίο τα μόνα νησιά, που διαθέτουν λουτρικές μονάδες είναι η Νίσυρος, η Μήλος και η Κύθνος.

Ειδικότερα στην περίπτωση της Σαντορίνης, σύμφωνα, με το Γιώργο Βουγιουκλάκη, ηφαιστειολόγο στο Ινστιτούτο Γεωλογικών και Μεταλλευτικών Ερευνών (ΙΓΜΕ) και πρόεδρο του Ινστιτούτου Μελέτης και Παρακολούθησης του Ηφαιστείου της Σαντορίνης (ΙΜΠΗΣ) «...μιλάμε πάντοτε για καταστροφή και ξεχνάμε τα δώρα, που έχουν προσφέρει τα

ηφαίστεια στον άνθρωπο». Υπό την έννοια του δώρου ο συγκεκριμένος επιστήμονας αναφέρει την ύπαρξη γεωθερμίας, που εμπλουτίζει το νερό με θεραπευτικές ιδιότητες.

Στη δε μελέτη των Mendrinos et al. (2010) αποτυπώνονται επί γεωλογικού χάρτη οι γεωθερμικές πηγές στη Σαντορίνη (Εικόνα 8).

Εικόνα 8: Γεωλογικός Χάρτης του αρχιπελάγους της Σαντορίνης, που δείχνει τα σημεία των γεωθερμικών περιοχών



Πηγή: Mendrinos et al. (2010)

Μάλιστα, οι Karakatsanis et al. (2011) αναφέρουν πως οι θερμές πηγές της Σαντορίνης είναι οι δεύτερες πιο θερμές σε όλη την ηφαιστειακή περιοχή του Νοτίου Αιγαίου με τη θερμοκρασία τους να αγγίζει τους 50 βαθμούς Κελσίου.

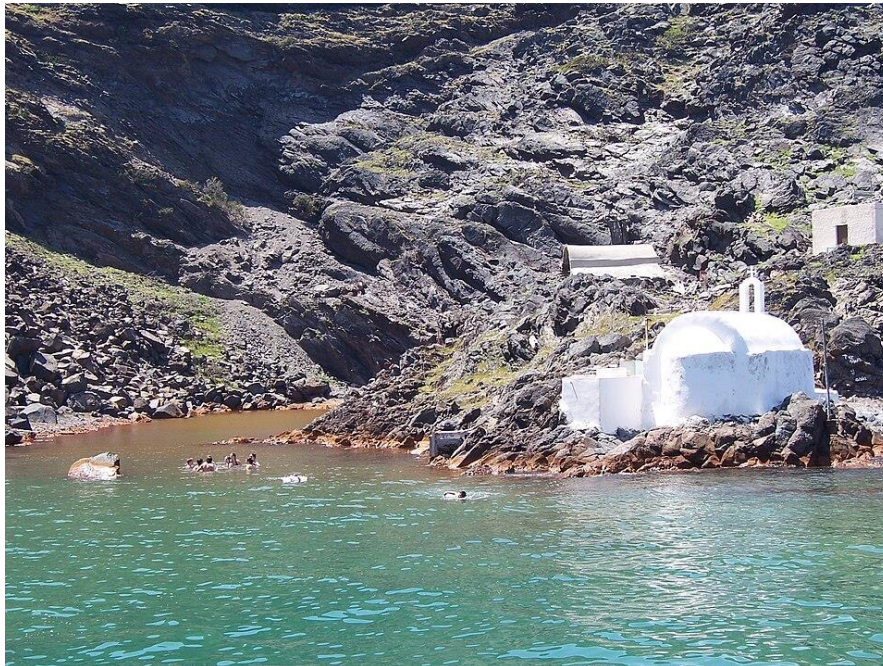
Οι κάτοικοι του νησιού θυμούνται ακόμα κόσμο με μυοσκελετικά προβλήματα να βουτάει στα νερά της Βλυχάδας για να ανακουφιστεί από τους πόνους, σε εποχές που η συμβατική ιατρική δεν είχε άλλες μεθόδους να αντιπροτείνει. Υπό το πρίσμα αυτό και την κληρονομιά, που υπάρχει μεν στο σκέλος του Ιαματικού / Θερμικού Τουρισμού αλλά παρέμενε για χρόνια αναξιοποίητη, ο Μάρκος Δανάς, Γ.Γ. του Συνδέσμου Δήμων Ιαματικών Πηγών Ελλάδας και μέλος της Επιτροπής Προστασίας Ιαματικών Φυσικών Πόρων του Υπουργείου Τουρισμού

πρότεινε η Σαντορίνη να καταθέσει φάκελο για αναγνώριση τριών φυσικών πόρων ως ιαματικών. Πρόκειται για την Παλαιά Καμένη (Εικόνα 9), τη Νέα Καμένη και τη Βλυχάδα (Φωτιάδη, 29.10.2018). Ωστόσο, παρά τις όποιες σχετικές προσπάθειες προς αυτήν την κατεύθυνση, δεν έχει προκύψει ακόμη επίσημη αναγνώριση με ΦΕΚ Ιαματικών Φυσικών Πόρων στη Σαντορίνη, σύμφωνα με το Σύνδεσμο Δήμων Ιαματικών Πηγών Ελλάδας (ΣΔΙΠΕ, 2024). Στις ιαματικές πηγές της Σαντορίνης θα πρέπει να λογίζονται και τα Θερμά Λουτρά Πλάκας, που λειτουργούσαν έως και το 1980 με ιαματικό νερό, που περιέχει 16 ιχνοστοιχεία, με θεραπευτικές ιδιότητες (ExploringGreece.gr, 17.12.2024).

Το πιο πρόσφατο νομικό πλαίσιο, που διέπει τη λειτουργία των Ιαματικών Φυσικών Πόρων ψηφίστηκε τον Ιούλιο του 2024 (ΦΕΚ Α', Αρ.Φύλλου 106 της 15.07.2024). Εάν συνδυαστούν οι πρόνοιες, που περιλαμβάνονται σε αυτόν με το δεδομένο πως 22 εκατ. ευρώ προωθούνται για την ανάπτυξη και βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών στο χώρο του Ιαματικού Τουρισμού (εκ των οποίων 1.2 εκατ. ευρώ αφορούν αποκλειστικά την Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου) θα μπορούσε να λάβει μερίδιο η Σαντορίνη και να αναπτύξει με βιώσιμο πρόσημο τον Ιαματικό Τουρισμό στο νησί.

Εάν αυτά συμβούν τότε θα μπορέσουν να ανατραπούν τα αποτελέσματα της μελέτης Καραμολέγκου (2011), που ανέδειξε μέσα από τις απόψεις επισκεπτών των θερμών πηγών της Σαντορίνης την επιτακτική ανάγκη αλλαγής ή βελτίωσης των εγκαταστάσεων, των υπηρεσιών, του περιβάλλοντος χώρου, των μέσων μεταφοράς και των συνθηκών ασφαλείας των θερμών πηγών.

Εικόνα 9: Ιαματικές πηγές στον Όρμο Αγίου Νικολάου στην Παλαιά Καμένη



Πηγή: Mousemaster at Wikimedia Commons under Public Domain. Ακριβές Link: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Palea_Kameni_Swimming.JPG [Τελευταία θέαση: 10.12.2025]

3.8 Αθλητικός Τουρισμός

Ο Αθλητικός Τουρισμός στη Σαντορίνη αποτελεί μια αναδυόμενη μορφή εναλλακτικού τουρισμού. Η πιο γνωστή παγκοσμίως αθλητική διοργάνωση - και μάλιστα σε περίοδο μειωμένης τουριστικής ζήτησης (δηλαδή τον Οκτώβριο) – είναι το Santorini Experience. Ο συγκεκριμένος θεσμός διοργανώθηκε το διάστημα 03 έως 06 Οκτωβρίου 2024 για 7^η συνεχή χρονιά με συμμετοχή αθλητών από 35 χώρες και σημαντικές προσωπικότητες από το χώρο του αθλητισμού όπως οι Μιχάλης Μουρούτσος (taekwondo), Περικλής Ιακωβάκης (400 μ. εμπόδια), Barbara Pozzobon (κολύμβηση), Anna Olasz (κολύμβηση) αλλά και Mario Sanzullo (κολύμβηση). Τελεί υπό την αιγίδα του Δήμου Θήρας και περιλαμβάνει κατά κύριο λόγο:

Α) αγώνες δρόμου (5Km, 10km, 15km) με αφετηρία την Οία και τερματισμό στα Φηρά. Το συγκεκριμένο αθλητικό δρώμενο ακολουθεί την αυθεντική χάραξη του μονοπατιού, που ενώνει τις δύο περιοχές με εντυπωσιακή θέα στην Καλντέρα (Εικόνα 10).

Β) αγώνα κολύμβησης ανοιχτής θαλάσσης 1.5 μιλίου (2.4 χλμ.) με αφετηρία το παλαιό λιμάνι των Φηρών και τερματισμό στο Ηφαίστειο (Εικόνα 11).

Γ) σεμινάρια καλαθοσφαίρισης για παιδιά του νησιού από αθλητές πανευρωπαϊκού κύρους όπως οι Γιώργος Πρίντεζης (καλαθοσφαίριση) και Joe Arlauckas (καλαθοσφαίριση) (Forbes, 27.11.2024).

Αποτελεί δε μια υποδειγματική διοργάνωση με χορηγούς παγκόσμιας φήμης όπως: SIXT, GoPro, Miele, SKY Express, HOKA κ.α. Κάθε μια από αυτές τις εταιρείες γίνεται ανάδοχος ενός σκέλους της διοργάνωσης από το μεταφορικό έως και το καθαρό κόστος των αγώνων. Υποστηρίχθηκε δε και από όλους τους φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης αλλά και της τοπικής επιχειρηματικής κοινότητας. Συνεπώς, ο Αθλητικός Τουρισμός μπορεί να αναπτυχθεί περαιτέρω στη Σαντορίνη.

Εικόνα 10: Αθλητικές εγκαταστάσεις στα Φηρά, που χρησιμοποιούνται στο Santorini Experience



Πηγή: logopop at Wikimedia Commons under  Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0. Ακριβές Link: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Thera_847_00,_Greece_-_panoramio_\(257\).jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Thera_847_00,_Greece_-_panoramio_(257).jpg) [Τελευταία θέαση: 10.12.2025]

3.9 Συνεδριακός Τουρισμός

Σύμφωνα με την Έκθεση του ΙΝΣΕΤΕ *Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Σχέδια Δράσης: Προορισμός Σαντορίνη*, στην κατηγορία MICE η Σαντορίνη έχει όλες τις προδιαγραφές, ούτως ώστε να αναπτυχθεί περαιτέρω ο Συνεδριακός Τουρισμός. Στις συγκεκριμένες προδιαγραφές συγκαταλέγονται: η αεροπορική συνδεσιμότητα με διεθνείς αγορές, τα καταλύματα με άρτιο κατάλογο υπηρεσιών και η υψηλή δημοφιλία του προορισμού.

Στη Σαντορίνη μπορούν να φιλοξενηθούν μικρά και μεσαία συνέδρια. Ενδεικτικά αναφέρεται το γεγονός πως εντός του 2024 φιλοξενήθηκαν επιχειρηματικά συνέδρια, όπως το 2 Διεθνές Συνέδριο Τουρισμού Πολυτελείας (2nd Congress of Luxury Tourism in Santorini) το διάστημα 12-13.10.2024 (Εικόνα 11).

Εικόνα 11: Τυπική εικόνα συνεδριακού χώρου εντός ξενοδοχείου



Πηγή: Silverije at Wikimedia Commons under  Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0. Ακριβές Link:

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Hotel_Golfer,_Vu%C4%8Dkovec_-_kongresna_dvorana_Mura.jpg [Τελευταία θέαση: 10.12.2025]

3.10 Αναρριχητικός Τουρισμός

Αν και η Σαντορίνη δεν είναι γνωστή ως προορισμός Αναρριχητικού Τουρισμού, ωστόσο, σύμφωνα με Έκθεση του ΙΝΣΕΤΕ για την Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου (Δεκέμβριος 2023) υπάρχουν σε αυτή 2 αναρριχητικά πεδία. Το πρώτο είναι στο Καμάρι (Εικόνα 12). Το συγκεκριμένο αναρριχητικό πεδίο απέχει μόλις 9 χιλιόμετρα από τα Φηρά με 77 διαδρομές βαθμού δυσκολίας από 4a έως 7b. Το δεύτερο είναι στην Περίσσα. Απέχει 13 χιλιόμετρα από τα Φηρά περιλαμβάνοντας 45 διαδρομές βαθμού δυσκολίας από 5a έως 7b+.

Εικόνα 12: Αναρριχητικό πεδίο Θήρας – Περιοχή 1 – Καμάρι



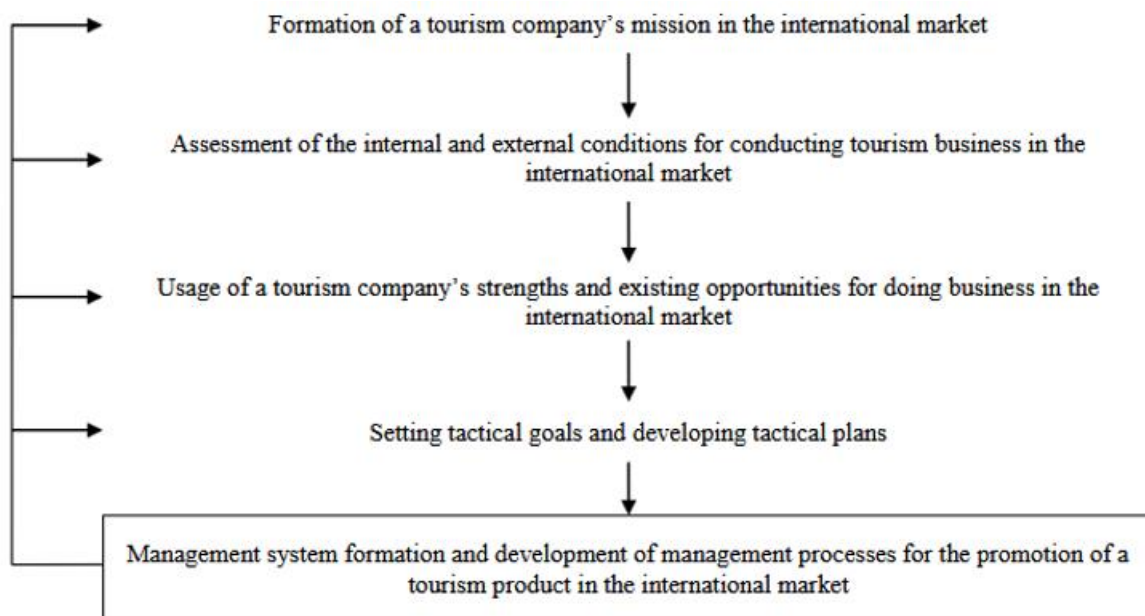
Πηγή: Ιδιωτικό Αρχείο του γράφοντος

4. Κεφάλαιο Τέταρτο: Τουριστική Προώθηση

4.1 Στρατηγική Προώθησης στον Τουρισμό εν γένει

Σύμφωνα με τη μελέτη Nikolskaya et al. (2020), η δημιουργία ολοκληρωμένης στρατηγικής προώθησης τουριστικού προϊόντος περιλαμβάνει τα εξής στάδια: α) Αποκρυστάλλωση της αποστολής μιας τουριστικής επιχείρησης με ορίζοντα τη διεθνή αγορά, β) Αξιολόγηση των εσωτερικών και εξωτερικών συνθηκών του τουριστικού επιχειρείν στην διεθνή αγορά, γ) Χρήση δυνατών σημείων και εκμετάλλευση ευκαιριών επιχειρηματικής δραστηριότητας στην διεθνή αγορά και δ) Καθορισμός τακτικών στόχων και ανάπτυξη τακτικών σχεδίων. Τα παραπάνω αποτελούν προπαρασκευή του τελικού σταδίου, που είναι η διαμόρφωση συστήματος διαχείρισης και ανάπτυξης διαδικασιών διαχείρισης για προώθηση του εκάστοτε τουριστικού προϊόντος στη διεθνή αγορά (Εικόνα 13).

Εικόνα 13: Τα συστατικά μέρη μιας στρατηγικής προώθησης στον τουρισμό γενικότερα



Πηγή: Nikolskaya et al. (2020)

4.2 Προώθηση Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού ειδικότερα

Σύμφωνα με Έκθεση της Interreg Mediterranean – Sustainable Tourism (Rivera Escrich, 2019) τα κυριότερα στοιχεία προώθησης εναλλακτικών μορφών τουρισμού (ως εκφάνσεις του βιώσιμου τουρισμού) στο πλαίσιο μιας ολοκληρωμένης σχετικής πολιτικής είναι:

- 1^{ov}: Κατανόηση περιοριστικών παραγόντων ανάπτυξης εναλλακτικού τουρισμού: Στο στάδιο αυτό διερευνώνται οι αξίες των οικοσυστημάτων υπηρεσιών σε τουριστικούς προορισμούς και διενεργείται μια προσέγγιση συγκριτικής αξιολόγησης.
- 2^{ov}: Προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού: Εδώ εντάσσεται ο σχεδιασμός και η διαχείριση της αειφορίας στον τουρισμό. Στο πλαίσιο αυτής της στρατηγικής εντάσσονται οι προσεγγίσεις, τα εργαλεία σχεδιασμού και ο διαμοιρασμός καλών πρακτικών με την τοπική κοινότητα.
- 3^{ov}: Αλλαγή συμπεριφοράς: Επέρχεται με την αύξηση της ενημερότητας τοπικής κοινωνίας και τοπικών επιχειρήσεων ως προς τις δυνατότητες του εκάστοτε τουριστικού προορισμού να αποτελέσει πόλο έλξης επισκεπτών εναλλακτικού τουρισμού. Στο πλαίσιο αυτό εντάσσονται ενέργειες όπως η βελτίωση της συλλογικής υπευθυνότητας και η εφαρμογή οικονομικών εργαλείων.
- 4^{ov}: Χρονική και χωρική αναδιανομή των τουριστικών ροών.

4.3 Η Διαδικασία της Προώθησης

Από τη σχετική βιβλιογραφική έρευνα, κατέστη σαφές πως το πιο ολοκληρωμένο μοντέλο αποτύπωσης της διαδικασίας τουριστικής προώθησης ήταν εκείνο της Tsiotsou (2014), που περιλαμβάνει την εξής τριμερή διαδικασία:

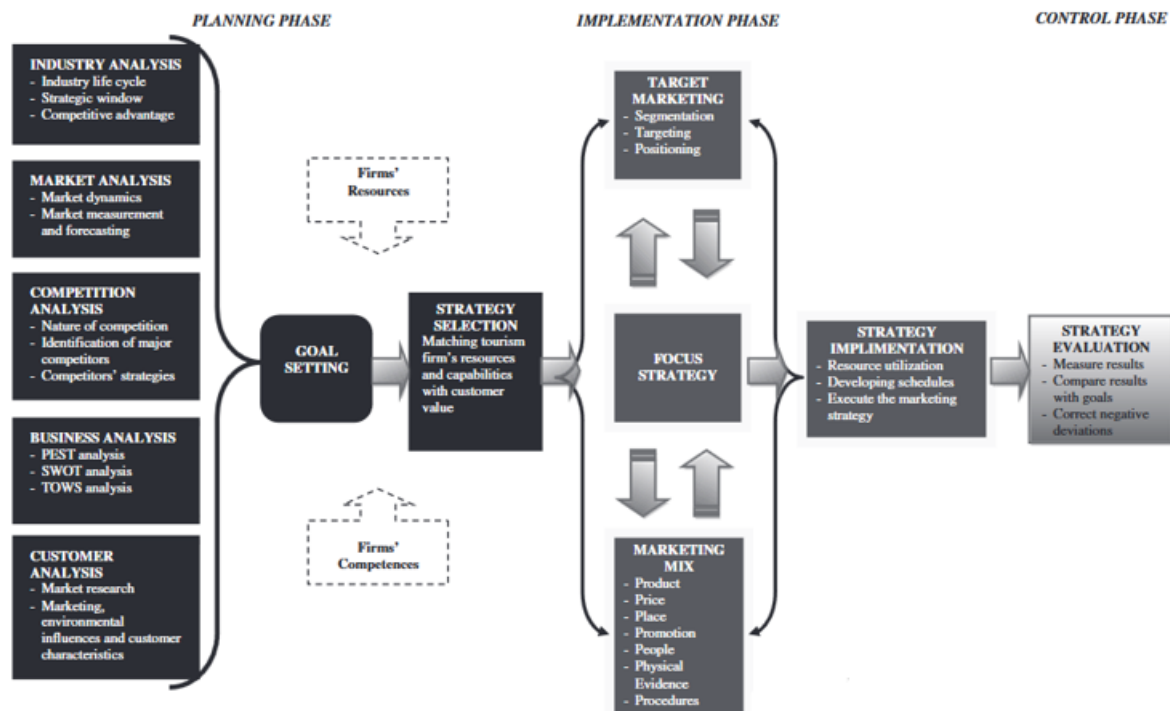
- 1) Διαδικασία Σχεδίασης: Εδώ εντάσσονται τα εξής στάδια: α) ανάλυση της βιομηχανίας του τουρισμού με ανάλυση του κύκλου ζωής του κλάδου, του στρατηγικού παραθύρου και του συγκριτικού πλεονεκτήματος, β) ανάλυση της αγοράς του τουρισμού με ανάλυση της αγοράς αλλά και μέτρηση της αγοράς αλλά και των προβλέψεων για την πορεία αυτής, γ) αναγνώριση των βασικών ανταγωνιστών καθώς και της στρατηγικής αυτών δ) επιχειρηματική ανάλυση μέσω PEST, SWOT και TOWS και τέλος ε) ανάλυση των δυνητικών πελατών με:

υλοποίηση έρευνας αγοράς, ανάλυση των χαρακτηριστικών των πελατών με υλοποίηση έρευνας αγοράς καθώς και αναγνώριση των χαρακτηριστικών των πελατών στον κλάδο του τουρισμού. Εξ αυτών προκύπτουν στόχοι και προτείνεται η ενδεδειγμένη στρατηγική συνεταιρισμού των αξιών των τουριστών με τα άτομα και τις ικανότητες της εκάστοτε επιχείρησης.

- 2) Διαδικασία Εφαρμογής: Εδώ κυριαρχεί η διαφημιστική στόχευση στο κοινό – στόχος με τέλεση: α) διαχωρισμού σε κατηγορίες, β) στοχοποίησης και γ) θέσης. Μετά τη διαφημιστική στόχευση έρχεται η εστίαση της προσοχής σε ζητήματα στρατηγικής και τέλος έπεται το σκέλος της διαφήμισης με τα 7p. Τα παραπάνω στοιχεία οδηγούν στο στάδιο της εφαρμογής της στρατηγικής με: χρησιμοποίηση των ανθρώπινων πόρων κατά βέλτιστο τρόπο, παραγωγή προγραμμάτων και εκτέλεση της στρατηγικής προώθησης.
- 3) Διαδικασία Ελέγχου της Εφαρμογής: Εδώ κυριαρχούν τα εξής: α) μέτρηση των αποτελεσμάτων, β) σύγκριση των αποτελεσμάτων με τους στόχους, που είχαν αρχικά τεθεί και τέλος γ) διόρθωση όπου και σε ό,τι παραστεί ανάγκη.

Σχηματικά αποτυπώνεται η διαδικασία προώθησης στην Εικόνα 14:

Εικόνα 14: Αναλυτική αποτύπωση της διαδικασίας στρατηγικής προώθησης των τουριστικών υπηρεσιών

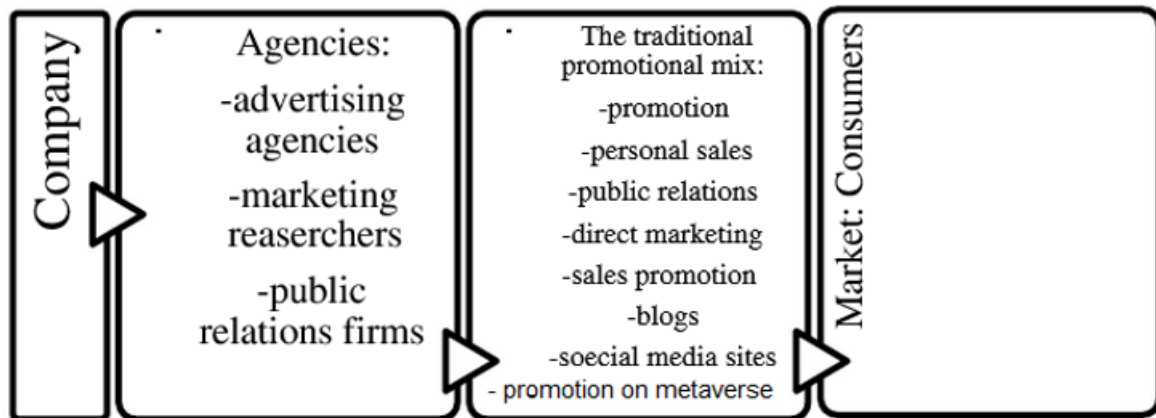


Πηγή: Tsiotsou (2012)

4.4 Μέσα της Προώθησης

Σύμφωνα με τις Moza & Ban (2022) τα ενδεδειγμένα για την τουριστική προώθηση μέσα περιλαμβάνουν σε πρώτο βαθμό τα διαφημιστικά πρακτορεία, τους διενεργούντες έρευνες αγοράς στο χώρο της προώθησης τουριστικών υπηρεσιών και τέλος τα πρακτορεία δημοσίων σχέσεων. Σε δεύτερο βαθμό περιλαμβάνουν το εξής προωθητικό μείγμα: α) προώθηση, β) εξατομικευμένες πωλήσεις, γ) δημόσιες σχέσεις, δ) απευθείας marketing, ε) blogs, στ) μέσα κοινωνικής δικτύωσης και σε αυτά ο γράφων προσθέτει και την προώθηση στο metaverse με εικονικές καταχωρήσεις σε αυτό. Όλα τα προηγούμενα στάδια στοχεύουν στην προσέλκυση πελατών. Σχηματικά όλα τα μέσα που συναποτελούν το σύγχρονο επικοινωνιακό & προωθητικό παράδειγμα απεικονίζονται στην Εικόνα 15, που ενσωματώνει τις παραδοχές των Magold & Faulds (2009) σε επεξεργασία των Moza & Ban (2022) με προσθήκη από το γράφοντα.

Εικόνα 15: Το πιο σύγχρονο επικοινωνιακό παράδειγμα στο χώρο της προώθησης τουριστικών υπηρεσιών



Πηγή: Moza & Ban (2022) στηριγμένη στις παραδοχές των Magold & Faulds (2009) και επεξεργασία / προσθήκη στοιχείου στο προωθητικό μείγμα από το γράφοντα

Όλα τα προαναφερθέντα στάδια προώθησης - που συναποτελούν το εννοιολογικό πλαίσιο της προώθησης στο χώρο του marketing - εκπληρώνουν δύο σημαντικές επιδιώξεις: α) τη μετάβαση από το παλαιό στο σύγχρονο πλαίσιο marketing και β) αναγνωρίζουν τις αξίες του νέου επικοινωνιακού παραδείγματος και του τρόπου / των τεχνικών / των μέσων εφαρμογής αυτού στον κλάδο του τουρισμού.

5. Κεφάλαιο Πέμπτο: Η Σαντορίνη ως Τουριστικός Προορισμός

5.1 Ιστορικά και Πολιτισμικά Χαρακτηριστικά

Η γεωγραφική θέση της Σαντορίνης - ανάμεσα σε Ευρώπη και Αφρική - ευθύνεται για το σχηματισμό του ηφαιστείου, που στιγμάτισε τον αρχαίο αλλά και το σύγχρονο πολιτισμό της. Συγκεκριμένα κατά τον Friedrich (2009) η έκρηξη του ηφαιστείου της Σαντορίνης το 1613 π.Χ. αποτέλεσε την αιτία της εξαφάνισης ενός πολύ σημαντικού πολιτισμού, που ανθούσε την περίοδο εκείνη στο νησί. Η ίδια έκρηξη κατά τον Marinatos (1939) εξαφάνισε και το Μινωϊκό Πολιτισμό. Η τελευταία ηφαιστειακή δραστηριότητα διήρκεσε από τα έτη 1925 έως και την έκρηξη του 1950, που κατέστρεψε οικίες και επέφερε ανθρώπινες απώλειες (Drymoní, 2023). Οι κάτοικοι της Σαντορίνης από αρχαιοτάτων χρόνων υποδέχονταν πλειάδα επισκεπτών ως κέντρο θαλάσσιων εμπορικών διαδρομών. Η δε σύγχρονη τουριστική ανάπτυξη του νησιού άρχισε δειλά δειλά τη δεκαετία του 1960. Πριν τη μαζική έλευση τουριστών στα μέσα της δεκαετίας του 1970, η Hoffman (1976) ανέγραφε πως ακόμη και οι υποδομές στο νησί ήταν ελάχιστες αναφέροντας χαρακτηριστικά την ύπαρξη ενός σύγχρονου δρόμου, που όμως δεν περνούσε από τα χωριά. Έκτοτε έχει λάβει διαστάσεις, που υπερβαίνουν τη φέρουσα ικανότητα του νησιού καταλήγοντας στον υπερτουρισμό.

5.2 Τουριστική Προσφορά

Σύμφωνα με το Τουριστικό Παρατηρητήριο Σαντορίνης (Σπιλάνης, 2017), ο σκληρός πυρήνας της έννοιας της τουριστικής προσφοράς περιλαμβάνει το σύνολο αγαθών και υπηρεσιών, που προτείνονται στον επισκέπτη. Όσον αφορά το τουριστικό προϊόν, αυτό συνίσταται στο σύνολο των τουριστικών πόρων ενός προορισμού. Η τουριστική προσφορά διακρίνεται σε πρωτογενή (τουριστικοί πόροι) και δευτερογενή (γενικές και τουριστικές εγκαταστάσεις) (Σπιλάνης 2017).

Ως προς το σκέλος των τουριστικών πόρων αυτοί συμπεριλαμβάνουν κάθε: α) φυσικό στοιχείο, β) ανθρώπινη δραστηριότητα και γ) προϊόν της ανθρώπινης δραστηριότητας, που μπορούν να συγκεντρώσουν το τουριστικό ενδιαφέρον (Σπιλάνης, 2017).

Ειδικότερα στην περίπτωση της Σαντορίνης η τουριστική προσφορά αποτελεί συνάρτηση της υπεριοικοδόμησης της τελευταίας δεκαετίας. Συγκεκριμένα από το 2016 έως και το 2024 με

βάση στοιχεία του ΞΕΕ, το σύνολο των ξενοδοχειακών μονάδων αυξήθηκε κατά 32,6%. Η μεγαλύτερη άνοδος αφορά στα ξενοδοχεία πολυτελείας κατά 115% και Α΄ κατηγορίας κατά 79%. Στον αντίποδα βρίσκονται οι οικογενειακές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις των 1 και 2 αστερών καθώς οι τελευταίες παρουσιάζουν μια στασιμότητα ήδη από το 2004. Αντίστοιχα τα 4άστερα και 3άστερα ξενοδοχεία από 109 έφτασαν τα 227 (αύξηση 107%), ενώ τα 4 5άστερα ξενοδοχεία το 2004 έγιναν 72 (αύξηση 1.700%). Η αυξητική αυτή τάση έχει ενισχυθεί τα τελευταία έτη από την άνθιση των βραχυχρόνιων μισθώσεων κατοικιών (π.χ. AirBnB). Συνδυαστικά, λοιπόν, έχουμε φθάσει στο σημείο ένα νησί 76 τετραγωνικών χιλιομέτρων να έχει περίπου 80.000 διαθέσιμες κλίνες για το 2023 (Τσιγγερλιώτης, 26.08.2024).

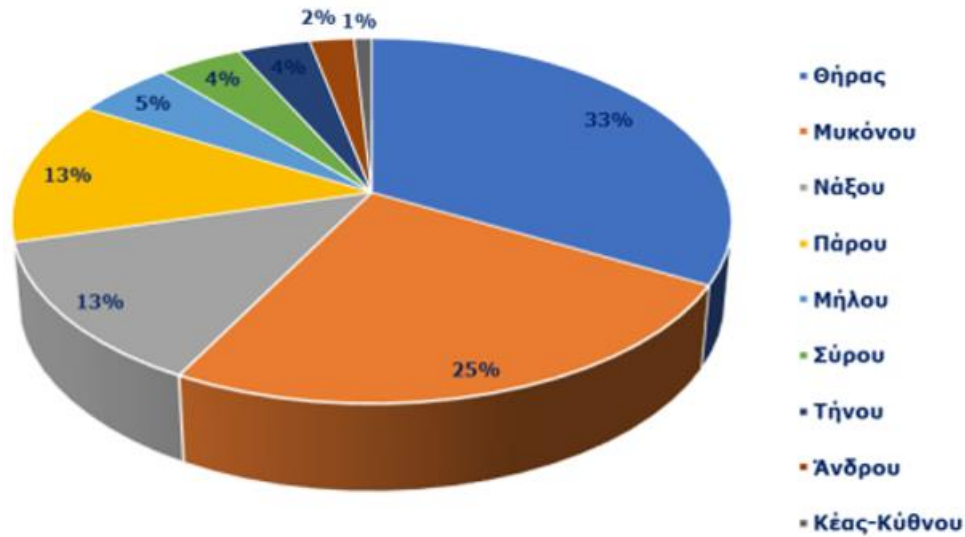
Το ΙΝΣΕΤΕ στην πιο πρόσφατη ετήσια Έκθεσή του για την Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου (Δεκέμβριος 2023) ανακοίνωσε πως το ξενοδοχειακό δυναμικό της Θήρας το έτος 2022 αριθμούσε 70 ξενοδοχεία 5 αστερών, 103 ξενοδοχεία 4 αστερών, 119 ξενοδοχεία 3 αστερών, 77 ξενοδοχεία 2 αστερών και τέλος 35 ξενοδοχεία με 1 αστέρι.. Το σύνολο ανήλθε στις 404 ξενοδοχειακές μονάδες. Το σύνολο των προσφερόμενων προς τουριστική εκμετάλλευση δωματίων ήταν 10.126 και τέλος το σύνολο των κλινών ανήλθε σε 20.417. Αυτή η δυναμική φιλοξενίας καλύπτει το 33% του συνόλου των δωματίων στις Κυκλάδες το έτος 2022. Αυτό ήταν το μεγαλύτερο ποσοστό ανάμεσα σε όλες τις Περιφερειακές Ενότητες της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου για το 2022 (Εικόνες 16 & 17).

Εικόνα 16: Ξενοδοχειακό δυναμικό Σαντορίνης (έτος 2022)

Ενότητα		5*	4*	3*	2*	1*	Σύνολο
Θήρας	Μονάδες	70	103	119	77	35	404
	Δωμάτια	2.675	2.709	2.648	1.616	478	10.126
	Κλίνες	5.541	5.420	5.389	3.079	988	20.417

Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ (Δεκέμβριος 2023)

Εικόνα 17: Ποσοστιαία κατανομή του ξενοδοχειακού δυναμικού σε δωμάτια των Κυκλάδων ανά Περιφερειακή Ενότητα (έτος 2022)



Πηγή: INΣΕΤΕ (Δεκέμβριος 2023)

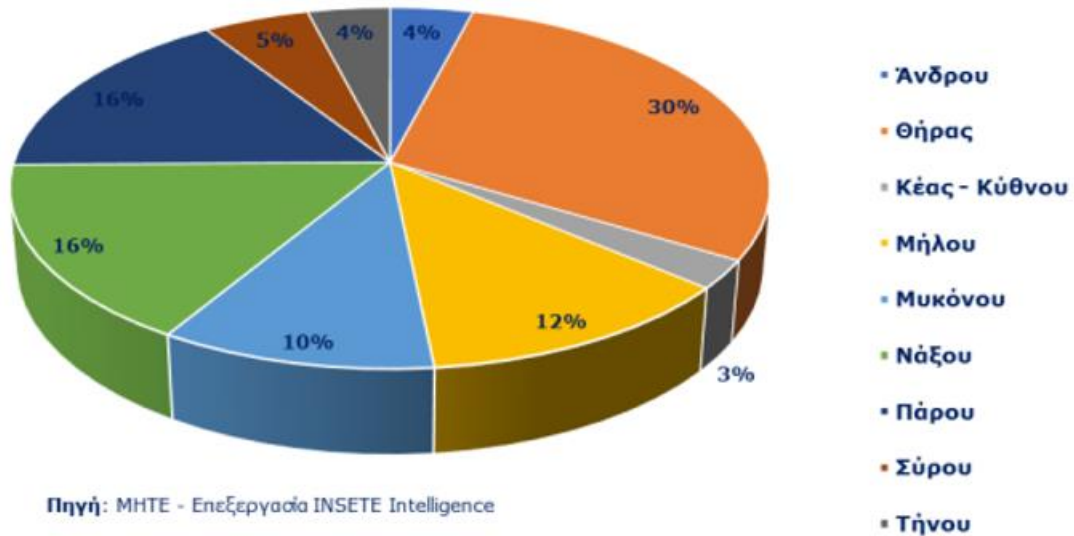
Την ίδια στιγμή η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου καταλάμβανε το 2019 πρωτιά και στο συνολικό αριθμό των ενοικιαζόμενων δωματίων. Συγκεκριμένα, στη Σαντορίνη το 2019 υπήρχαν 210 επιχειρήσεις ενοικίασης δωματίων με 4 κλίνες, 508 επιχειρήσεις ενοικίασης δωματίων με 3 κλίνες, 589 επιχειρήσεις ενοικίασης δωματίων με 2 κλίνες και τέλος 138 επιχειρήσεις ενοικίασης δωματίων με 1 κλίνη. Το σύνολο ανήλθε στις 1.445 επιχειρήσεις ενοικίασης δωματίων. Ο συνολικός αριθμός των δωματίων ήταν 11.455 και των κλινών ήταν 26.409. Η συνολική προσφορά ενοικιαζόμενων δωματίων στη Σαντορίνη την καταχωρεί στην πρώτη θέση συγκριτικά με τις υπόλοιπες Περιφερειακές Ενότητες στο Νότιο Αιγαίο με 30% επί του συνολικού αριθμού (Εικόνες 18 & 19).

Εικόνα 18: Δυναμικό ενοικιαζόμενων δωματίων στην Περιφερειακή Ενότητα Θήρας (έτος 2019)

Ενότητα		4Κ	3Κ	2Κ	1Κ	Σύνολο
Θήρας	Μονάδες	210	508	589	138	1.445
	Δωμάτια	1.857	4.100	4.569	929	11.455
	Κλίνες	4.507	9.497	10.318	2.087	26.409

Πηγή: INΣΕΤΕ (Δεκέμβριος 2023)

Εικόνα 19: Ποσοστιαία κατανομή ενοικιαζόμενων δωματίων στις Κυκλάδες ανά Περιφερειακή Ενότητα (έτος 2019)



Πηγή: INSETE (Δεκέμβριος 2023)

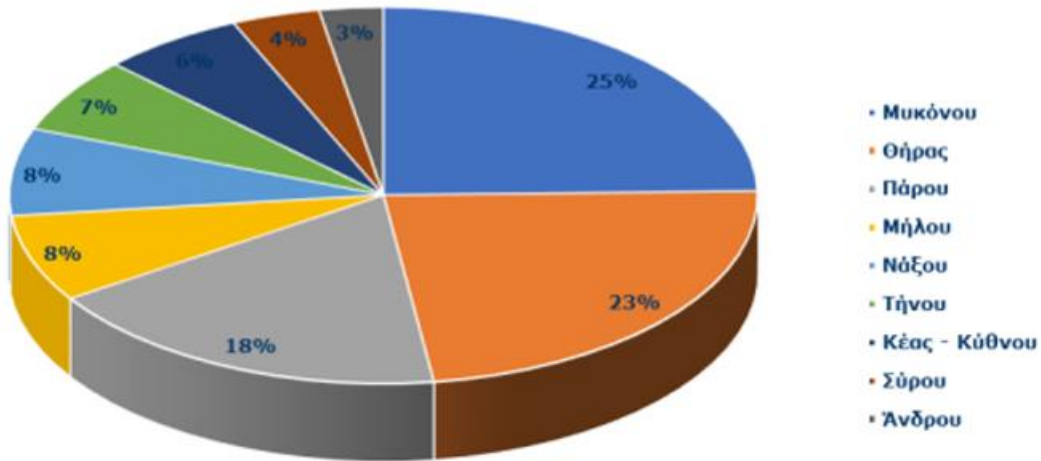
Σημαντικά είναι και τα στοιχεία του έτους 2018, που αφορούν τις προς τουριστική εκμετάλλευση επιπλωμένες κατοικίες και επαύλεις στη Σαντορίνη. Αυτές ανήλθαν στις 4.012, επίδοση που την κατατάσσει στη δεύτερη θέση των Περιφερειακών Ενοτήτων στο Νότιο Αιγαίο με πρώτη τη Μύκονο με 6.996 (Εικόνες 20 & 21).

Εικόνα 20: Δυναμικό τουριστικών επιπλωμένων κατοικιών και επαύλεων στη Σαντορίνη και τη Μύκονο (έτος 2018)

Ενότητα	Μονάδες	Δωμάτια	Κλίνες
Μυκόνου	795	973	6.996
Θήρας	649	915	4.012

Πηγή: INSETE (Δεκέμβριος 2023)

Εικόνα 21: Ποσοστιαία κατανομή των δωματίων των τουριστικών επιπλωμένων κατοικιών και επαύλεων στις Κυκλάδες ανά Περιφερειακή Ενότητα (έτος 2018)



Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ (Δεκέμβριος 2023)

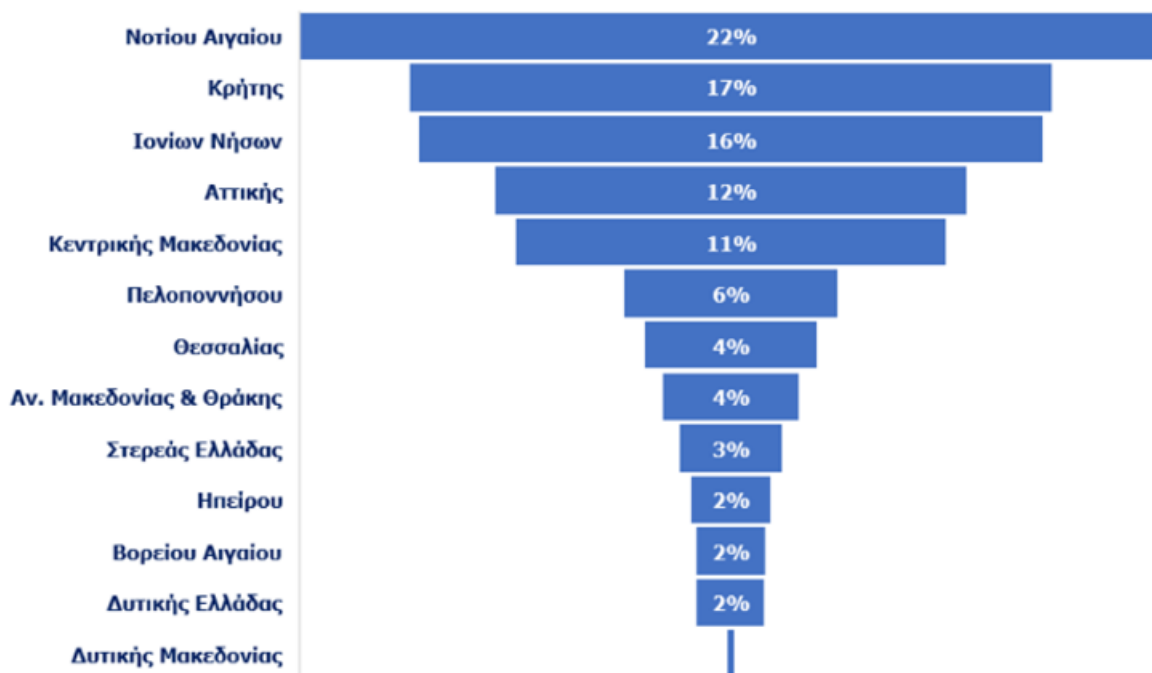
Τέλος ως προς το δυναμικό καταλυμάτων βραχυχρόνιας μίσθωσης στην Ελλάδα ανά Περιφέρεια για το μήνα Ιούλιο 2023 και εδώ η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου καταλαμβάνει την πρώτη θέση πανελλαδικά με 46.370 μονάδες, 89.232 δωμάτια και 208.202 κλίνες. Με αυτό το δυναμικό η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου καταλαμβάνει πανελλαδικά την 1^η θέση με 22% (Εικόνες 22 & 23).

Εικόνα 22: Δυναμικό καταλυμάτων βραχυχρόνιας μίσθωσης στην Ελλάδα ανά Περιφέρεια (Ιούλιος 2023)

Περιφέρεια	Μονάδες	Δωμάτια	Κλίνες
Νοτίου Αιγαίου	46.370	89.232	208.202

Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ (Δεκέμβριος 2023)

Εικόνα 23: Ποσοστιαία κατανομή κλινών βραχυχρόνιας μίσθωσης στην Ελλάδα ανά Περιφέρεια (Ιούλιος 2023)



Πηγή: INΣΕΤΕ (Δεκέμβριος 2023)

Συγκεκριμένα στην Περιφερειακή Ενότητα Κυκλάδων η Σαντορίνη έρχεται στη 2^η σχέση με 27.045 κλίνες. Αυτή είναι μια οξύμωρη αποτύπωση καθώς το σύνολο των μονάδων βραχυχρόνιας μίσθωσης ήταν μεν μεγαλύτερο από εκείνο της Μυκόνου ωστόσο το δυναμικό φιλοξενίας τους ήταν μικρότερο (Εικόνα 24).

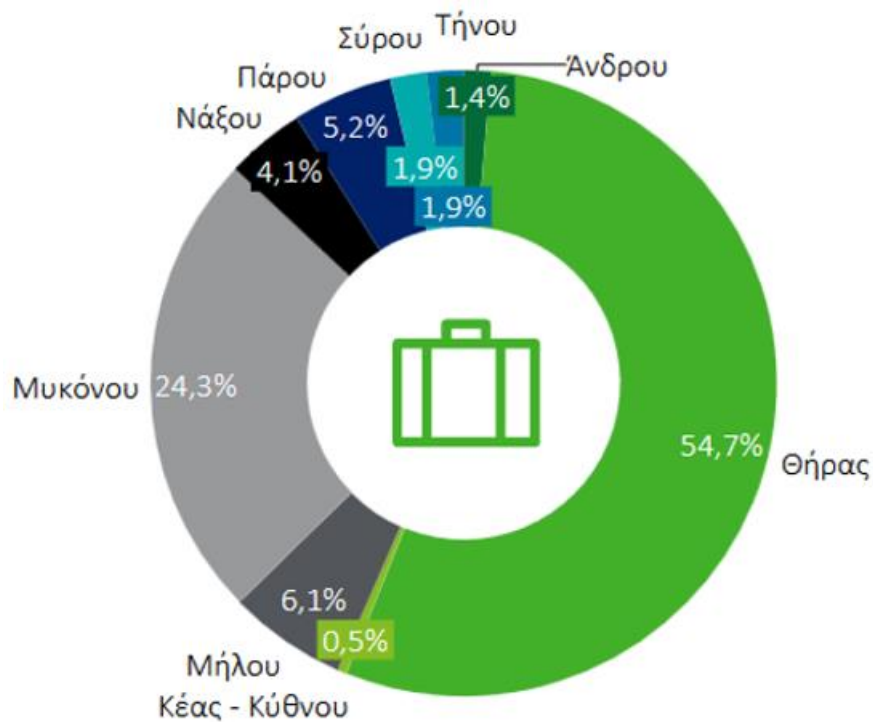
Εικόνα 24: Μονάδες βραχυχρόνιας μίσθωσης στην Περιφερειακή Ενότητα Κυκλάδων (Σαντορίνη και Μύκονος)

Περιφερειακή Ενότητα	Μονάδες	Δωμάτια	Κλίνες
Μυκόνου	5.403	15.116	33.098
Θήρας	6.903	10.715	27.045

Πηγή: INΣΕΤΕ (Δεκέμβριος 2023)

Ως προς τις λοιπές υποστηρικτικές προς τον τουρισμό υπηρεσίες (π.χ. τα τουριστικά γραφεία) και πάλι η Σαντορίνη πρωτεύει ανάμεσα σε όλες τις Περιφερειακές Ενότητες της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου (Κυκλάδες) με το ποσοστό επί του συνόλου για το έτος 2019 να κυμαίνεται στο 54.7% (Εικόνα 25).

Εικόνα 25: Κατανομή τουριστικών γραφείων ανά Περιφερειακή Ενότητα για την Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου (Κυκλάδες), % επί του συνόλου (έτος 2019)



Πηγή: INΣΕΤΕ (2021)

5.3 Τουριστική Ζήτηση

Σύμφωνα με στοιχεία, που ανακοινώνονται στο Σχέδιο Δράσης 2030 με τίτλο «Προορισμός Σαντορίνη» (2021), το πλέγμα δεικτών τουριστικής ζήτησης αφορά σε:

- Επισκέψεις / εισπράξεις / διανυκτερεύσεις ανά αγορά εισερχόμενου τουρισμού – δείκτες συγκέντρωσης επισκέψεων / εισπράξεων / διανυκτερεύσεων (CR4, CR6, συντελεστής Gini) - δαπάνη / επίσκεψη ανά αγορά εισερχόμενου τουρισμού, δαπάνη / διανυκτέρευση ανά αγορά εισερχόμενου τουρισμού

- Αφίξεις / διανυκτερεύσεις / πληρότητα ξενοδοχειακών καταλυμάτων / ενοικιαζόμενων δωματίων ανά αγορά εισερχόμενου τουρισμού – δείκτες συγκέντρωσης αφίξεων / διανυκτερεύσεων (CR4, CR6, συντελεστής Gini)
- Αφίξεις / διανυκτερεύσεις / πληρότητα καταλυμάτων σε πλατφόρμες βραχυχρόνιας μίσθωσης ανά αγορά εισερχόμενου τουρισμού και ανά τύπο καταλύματος – δείκτες συγκέντρωσης αφίξεων / διανυκτερεύσεων (CR4, CR6, συντελεστής Gini)
- Αφίξεις σε αεροπορικές υποδομές ανά αγορά εισερχόμενου τουρισμού – δείκτες συγκέντρωσης αφίξεων (CR4, CR6, συντελεστής Gini)
- Κίνηση κρουαζιερόπλοιων / επιβατών και έσοδα από την κρουαζιέρα – δείκτες συγκέντρωσης κίνησης κρουαζιερόπλοιων / επιβατών
- Επισκέψεις / εισπράξεις αρχαιολογικών χώρων / μουσείων / λοιπών αξιοθέατων – δείκτες συγκέντρωσης επισκέψεων / εισπράξεων (CR4, CR6, συντελεστής Gini)
- Έσοδα αερομεταφορών και θαλάσσιων μεταφορών
- Βασικοί λειτουργικοί δείκτες απόδοσης ξενοδοχείων ανά κατηγορία αστέρων: κύκλος εργασιών ανά δωμάτιο, EBITDA ανά δωμάτιο, τιμή δωματίου
- Δείκτες ικανοποίησης επισκεπτών.

Εξ αυτών το πιο σημαντικό στοιχείο είναι, πως ο αριθμός των επισκεπτών, παρουσιάζει σημαντική αύξηση, με μία σταθεροποίηση και μικρή πτώση για το 2024. Χαρακτηριστικά, το 2016, το αεροδρόμιο της Σαντορίνης δέχτηκε περίπου 1.700.000 επιβάτες, ενώ το 2023 περίπου 2.775.000 επιβάτες, καταγράφοντας αύξηση άνω του 1 εκατ. (Τσιγγερλιώτης, 23.08.2024).

5.4 Τουριστική Εξέλιξη, Υπερτουρισμός και Επιπτώσεις αυτού

Η τουριστική εκμετάλλευση της Σαντορίνης τα τελευταία έτη έχει απασχολήσει ενεργά την επιστημονική κοινότητα λόγω του υπερτουρισμού. Σύμφωνα με τις Sarantakou & Terkenli (2021) μια από τις σημαντικότερες αιτίες εμφάνισης του φαινομένου είναι η μακροχρόνια κρατική πολιτική, που ευνόησε την εντατική εκμετάλλευση της μικρής κλίμακας ιδιοκτησίας για τον τουρισμό με αποτέλεσμα την εξάπλωση νέων, μη θεσμοθετημένων (η αναφορά γίνεται στα ενοικιαζόμενα δωμάτια/οικίες τύπου Airbnb) μορφών τουριστικών καταλυμάτων.

Αυτό διαδραμάτισε καταλυτικό ρόλο στο κυρίαρχο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης, κλιμακώνοντας τον κατακερματισμό του ελληνικού τουριστικού χώρου και σε συνδυασμό με την έλλειψη κατάλληλων ελέγχων ή ρυθμίσεων των τουριστικών χρήσεων γης αποδείχθηκε ιδιαίτερα επιζήμια για το ελληνικό τοπίο γενικότερα (Εικόνα 26).

Εικόνα 26: Αεροφωτογραφία από το Καμάρι στη Σαντορίνη το 1980 (αριστερά) και τη δεκαετία του 2010 (δεξιά)



Πηγή: https://hkoinoniamas.blogspot.com/2018/10/blog-post_16.html (δεξί σκέλος της Εικόνας) & https://giannisargyros.blogspot.com/2012/12/blog-post_18.html?view=flipcard (αριστερό σκέλος της Εικόνας) [Τελευταία θέαση: 10.12.2025]

Και στη μελέτη Constantoglou & Klothaki (2021) επισημαίνεται η αρνητική επίδραση του υπέρογκου κύματος τουριστικών αφίξεων στη Σαντορίνη στις υποδομές, τους φυσικούς πόρους και τέλος το περιβάλλον. Συγκεκριμένα αναφορά γίνεται στο συνωστισμό στις εισόδους και εξόδους του νησιού, στο μεγάλο αριθμό αφίξεων κρουαζιερόπλοιων αλλά και τους τόνους σκουπιδιών, που μολύνουν το περιβάλλον, κάνουν την καθημερινή διαβίωση των μονίμων κατοίκων δύσκολη καταστρέφοντας και την τουριστική εμπειρία. Η άποψη των τοπικών επαγγελματιών σχετικά με την περαιτέρω ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στο νησί είναι εξαιρετικά θετική. Τα 2/3 των συμμετεχόντων εκφράστηκαν θετικά, θεωρώντας τον εναλλακτικό τουρισμό το τρίτο πιο σημαντικό ζήτημα μετά την προστασία

του περιβάλλοντος και την ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών. Δια της προώθησης του εναλλακτικού τουρισμού οι συμμετέχοντες προσβλέπουν στην αύξηση τουριστικών αφίξεων και σε περιόδους χαμηλής ζήτησης.

Στο στοιχείο της σταδιακής απώλειας των τοπικών εθίμων/παραδόσεων (όπως για παράδειγμα των τοπικών παραδοσιακών χορών) έχει εστιάσει ειδικότερα ο Stanchev (2018) αναφέροντας πως οι τουρίστες στη Σαντορίνη έχουν στραφεί σε ένα μοτίβο πολυτελούς τουρισμού και δεν ενδιαφέρονται για οτιδήποτε το τοπικό. Στο ίδιο συμπέρασμα της απώλειας μεταξύ άλλων της αυθεντικότητας, της τοπικής παράδοσης και της ταυτότητας ενός προορισμού από τον υπερτουρισμό καταλήγει και η επιστημονική ανακοίνωση των Lagarias et al. (2023).

Στη δε μελέτη Dilouambaka (2017) καταδεικνύεται πως οι οινοπαραγωγοί στο νησί έχουν αρχίσει να εγκαταλείπουν τις καλλιέργειές τους και να ενασχολούνται με τα καταλύματα για πιο εύκολο κέρδος, πλήττοντας έτσι την αγροτική παραγωγή.

Σημαντικά είναι τα ευρήματα και της μελέτης Prabowo (2022), που κατάδειξαν την κακοποίηση των γαϊδάρων, που χρησιμοποιούνται για την ανάβαση των τουριστών από το παλαιό λιμάνι των Φηρών στη χώρα.

Η μελέτη Spilanis & Vayanni (2004) εστιάζει στη διαφορά ανάμεσα σε συμβατικό και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Αυτή έγκειται: α) στον τύπο οργάνωσης καθώς ο μεν συμβατικός στηρίζεται στη μαζικότητα ενώ οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού στηρίζονται σε μικρές ομάδες τουριστών, β) στη συμπεριφορά των τουριστών, που στο συμβατικό τουρισμό χαρακτηρίζεται από αδιαφορία και εξάντληση των πηγών ενώ στον εναλλακτικό τουρισμό από υπευθυνότητα και ορθολογική τους χρήση.

Στην ανάγκη ενίσχυσης των ήπιων μορφών τουρισμού (π.χ. Οικοτουρισμός, Πολιτιστικός Τουρισμός και Οινοτουρισμός) σε μήνες μη τουριστικούς και με άμεση επαφή με τη φύση καταλήγει και η μελέτη Lichrou et al. (2017).

Σημαντική ως προς τα κίνητρα των ατόμων, που επιλέγουν κάποια από τις μορφές εναλλακτικού τουρισμού, είναι η μελέτη Lindberg et al. (1998). Στη συγκεκριμένη μελέτη αναδεικνύεται το γεγονός πως όσοι ελκύονται από τον εναλλακτικό τουρισμό, που προκρίνει την επαφή με τη φύση, επηρεάζονται από τη διαρκώς μεταβαλλόμενη περιβαλλοντική

συνείδηση, την ανάπτυξη περιβαλλοντικής παιδείας και την ολοένα και αυξημένη μετάδοση σχετικών ειδήσεων στα ΜΜΕ.

Την ίδια στιγμή στη μελέτη Cantonì et al. (2012) αναφέρεται το γεγονός πως η απουσία χάραξης ποδηλατόδρομων αλλά και ζωνών πεζοπορίας μακράς διάρκειας και χιλιομετρικής απόστασης αποτελούν, σαφώς, ένα αντικίνητρο για την επιλογή δράσεων εναλλακτικού τουρισμού εστιάζοντας κατά αυτόν τον τρόπο στο έλλειμμα υποδομών.

Από την πλευρά τους οι Sotiriadis & Varvaressos (2015) αναφέρονται στην παντελή απουσία εκ μέρους της Πολιτείας ενός καλά σχεδιασμένου στρατηγικού πλαισίου στο χώρο της τουριστικής ανάπτυξης και ιδίως σε περιοχές μείζονος τουριστικού ενδιαφέροντος, όπως οι Κυκλάδες. Αυτή η απουσία δομημένου και μακρού ορίζοντα πολιτικού σχεδιασμού από πλευράς τόσο της Κεντρικής Διοίκησης όσο και της Τοπικής Αυτοδιοίκησης ευθύνεται για την ανάπτυξη μιας αναρχικής φύσης στις παρεχόμενες τουριστικές υπηρεσίες. Μάλιστα, κατά την οπτική της μελέτης Lichrou et al. (2017) η όλη απουσία ρυθμιστικού πλαισίου στο τουριστικό προϊόν της Σαντορίνης δεν ήταν τυχαία αλλά εξυπηρετούσε πολιτικά και επιχειρηματικά συμφέροντα.

Μεθοδολογία της Έρευνας

6. Κεφάλαιο Έκτο: Μεθοδολογία Έρευνας

6.1 Μεθοδολογία της έρευνας

Σε πρώτο χρόνο, κρίνεται σημαντικό να διευκρινιστεί το γεγονός πως σε καμία ερευνητική διαδικασία παγκοσμίως δεν θα πρέπει μια και μοναδική οπτική θεώρηση ενός γεγονότος / φαινομένου να γίνεται καθολικά αποδεκτή – όπως χαρακτηριστικά αναφέρεται και στη μελέτη των Jonker & Pennink (2010) -. Αυτή η παραδοχή είναι ικανή να προσδώσει στην εκάστοτε διαμορφούμενη πραγματικότητα πολλαπλά και διαφοροποιημένα νοήματα.

Υπό το πρίσμα αυτό – και σύμφωνα με τις επιστημονικές παραδοχές της επιστημονικής μελέτης Devi (2017) – δύο είναι οι κυρίαρχες μεθοδολογικά ερευνητικές προσεγγίσεις.

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ Νο1: Είναι η καλούμενη δομημένη ερευνητική προσέγγιση. Η συγκεκριμένη ερευνητική προσέγγιση θα πρέπει να διευκρινιστεί στο σημείο αυτό πως έχει σε ένα μεγάλο βαθμό συνδεθεί με την ποσοτική μέθοδο έρευνας. Στο πλαίσιο μιας δομημένης ερευνητικής προσέγγισης είναι εξαρχής και με αυστηρό τρόπο προκαθορισμένα όλα τα στοιχεία που τη συναποτελούν και η αναφορά γίνεται στα εξής: α) ερευνητικός/οί σκοπός/οί – στόχος/οι, β) ερευνητικός σχεδιασμός, γ) δείγμα της εκάστοτε ερευνητικής διαδικασίας καθώς και δ) ερωτήσεις, που θα απευθυνθούν δια της χρήσης του ερευνητικού εργαλείου του ερωτηματολογίου εκ μέρους του/ης ερευνητή/τριας στον επιλεγέντες προς συμμετέχοντες. Συνεπώς, γίνεται αντιληπτό το γεγονός πως σε μια δομημένη ερευνητική προσέγγιση η ποσοτικοποίηση χρησιμοποιείται για να γίνει αντιληπτό το πόσοι άνθρωποι διατηρούν την ίδια στάση επί ενός συγκεκριμένου προβλήματος / ζητήματος.

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ Νο2: Είναι η καλούμενη μη δομημένη ερευνητική προσέγγιση. Η συγκεκριμένη ερευνητική προσέγγιση θα πρέπει να διευκρινιστεί στο σημείο αυτό πως έχει σε ένα μεγάλο βαθμό συνδεθεί με την ποιοτική μέθοδο έρευνας. Στο πλαίσιο μιας μη δομημένης ερευνητικής προσέγγισης δεν θεωρείται τίποτα *a priori* αυστηρά και χωρίς ευελιξία αναπροσαρμογής προκαθορισμένο. Αντιθέτως, σε όλες τις πτυχές της ερευνητικής διαδικασίας υπάρχει ευελιξία και δεν επιλέγεται ως ενδεδειγμένη μέθοδος η ποσοτικοποίηση. Κυρίαρχος στόχος είναι η διεξοδική (στην πλειονότητα των περιπτώσεων)

διερεύνηση της φύσης ενός φαινομένου ή μιας κατάστασης ή μιας στάσης / αντίληψης μέσα από τη συστηματική καταγραφή των διαφορετικών απόψεων μιας σειράς συμμετεχόντων. Αυτή η προσέγγιση επιτρέπει την εις βάθος (in depth) διερεύνηση ενός προβλήματος / ζητήματος / φαινομένου. Φωτίζονται πλευρές / όψεις ενός προβλήματος / φαινομένου / ζητήματος, που με την ποσοτική μέθοδο δεν θα μπορούσαν να έχουν αναδειχθεί.

Το θεωρητικό υπόβαθρο, που καλύπτει τη συγκεκριμένη μέθοδο, που επελέγη τελικά από τον γράφοντα και είναι η ποσοτική, είναι ο Θετικισμός. Η συγκεκριμένη φιλοσοφική ροή με τους πολλούς εκφραστές της (ενδεικτικά αναφέρεται ο Durkheim) αποδέχεται το γεγονός πως η κοινωνία διαμορφώνει το άτομο και προκρίνει τη νουμερική ανάλυση μεγάλων βάσεων δεδομένων προκειμένου να γίνουν στο σύνολό τους αντιληπτοί οι κανόνες / νόμοι / πρακτικές, που διέπουν τα κοινωνικά δεδομένα.

Με δεδομένη, λοιπόν, τη σύγκλιση σκέψης του γράφοντος με τις αξίες / ιδέες του Θετικισμού και με τη βοήθεια του μοντέλου ερευνητικής μεθοδολογίας Honeycomb, όπως αυτό αποτυπώνεται στη μελέτη Wilson (2014) και οπτικοποιείται σε απόδοση στην ελληνική από το γράφοντα στην Εικόνα 27:

Εικόνα 27: Το Μοντέλο Ερευνητικής Μεθοδολογίας Honeycomb



Πηγή Περιεχομένου: Wilson (2014) – **Δημιουργία Εικόνας:** Ιωάννης Νιώρας © 2025

Σημαντικό στοιχείο, που επηρέασε το γράφοντα στην επιλογή της ποσοτικής ως της ενδεδειγμένης μεθοδολογίας έρευνας είναι πως στην πλειονότητα των επιστημονικών

μελετών, που αναγνώστηκαν κατά το συγγραφικό σκέλος της Βιβλιογραφικής Ανασκόπησης ως σχετικές με το υπό πραγμάτευση ζήτημα είχαν και αυτές στηριχθεί στην ποσοτική μέθοδο στο ερευνητικό τους σκέλος.

Παράλληλα αφής στιγμής η επιδίωξη του γράφοντος ήταν διερευνήσει το κατά πόσο συγκεκριμένες κοινωνικοδημογραφικές μεταβλητές (φύλο, ηλικία, μορφωτικό επίπεδο, εισόδημα, επαγγελματική κατάσταση και πλήθος ταξιδιών εναλλακτικού τουρισμού) συσχετίζονται με τα προβλήματα και τις προοπτικές περαιτέρω ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη (όπως αυτές συγκεκριμενοποιήθηκαν στις 6 θεματικές κατηγορίες ερωτήσεων του ερευνητικού εργαλείου της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας) και πάλι μονόδρομος ήταν η χρήση της ποσοτικής μεθόδου έρευνας.

6.2 Πληθυσμός & Δείγμα

Σε κάθε περίπτωση η επιλογή του δείγματος (δηλαδή ενός υποσυνόλου του πληθυσμού, που μας ενδιαφέρει), που θα συμμετάσχει στην ερευνητική διαδικασία ενός εκάστου ερευνητή αποτελεί ένα στοιχείο, θα πρέπει να υπολογίζεται και να επιλέγεται με πολύ αυστηρά κριτήρια προκειμένου να συνάδει με το περιεχόμενο κάθε έρευνας αλλά και να αποτελεί - όσο περισσότερο είναι αυτό εφικτό - ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα των χαρακτηριστικών των ενδιαφερόντων του πληθυσμού στόχου. Και η αντιπροσωπευτικότητα ενός δείγματος είναι εξαιρετικά σημαντική καθώς μόνο όταν αυτή εξασφαλίζεται τότε μπορούν να παραχθούν γενικεύσεις σε επίπεδο πληθυσμού στόχου, όπως πολύ χαρακτηριστικά αναφέρεται και στην επιστημονική μελέτη των Whitehead et al. (2016).

Ο συνολικός πληθυσμός, λοιπόν, στην περίπτωση της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας, που θα μπορούσε να συμμετάσχει και να απαντήσει, απαρτίζεται από όλους όσους έχουν ασχοληθεί στο παρελθόν με κάποιας μορφής εναλλακτικό τουρισμό (για τα είδη αυτού έχει ήδη αναλυτική αναφορά σε προηγούμενο σκέλος της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας). Αυτό είναι το πρώτο στάδιο και σαφώς θα έπρεπε να εξειδικευτεί με κριτήρια εισόδου / αποκλεισμού.

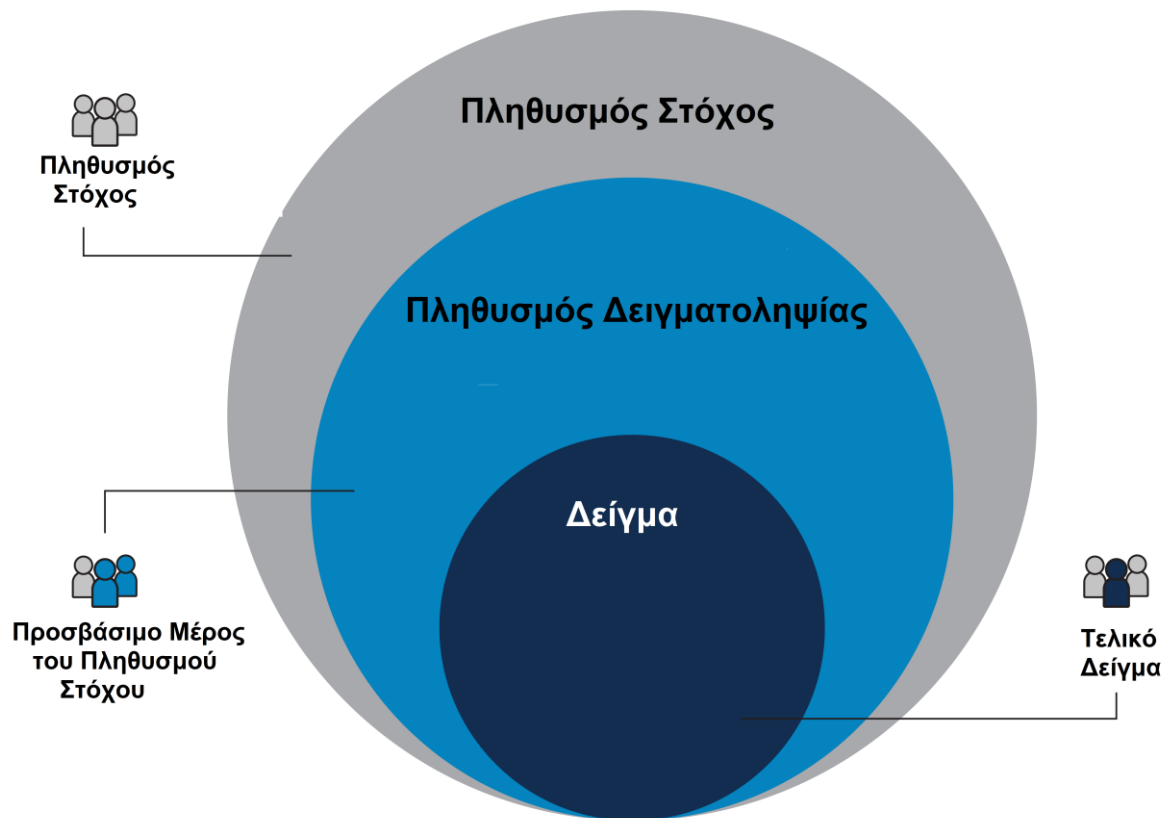
Το πρώτο, λοιπόν, σοβαρό κριτήριο, που σαφώς μειώνει δραστικά τον τελικό αριθμό των δυνητικών συμμετεχόντων είναι το να έχουν επισκεφθεί για ταξίδι εναλλακτικού τουρισμού τη Σαντορίνη έστω και μια φορά στη ζωή τους. Ένα πρόσθετο στοιχείο εισόδου /

αποκλεισμού είναι οι δυνητικοί συμμετέχοντες να έχουν υλοποιήσει το ταξίδι εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη το πολύ τα τελευταία 2 έτη προκειμένου να έχουν πρόσφατες μνήμες και να ανταποκρίνονται οι εμπειρίες τους στην ισχύουσα κατάσταση στο νησί της Σαντορίνης. Ένα επόμενο στάδιο εισόδου / αποκλεισμού έχει να κάνει με την γνώση από πλευράς δυνητικών συμμετεχόντων της τεχνολογίας των υπολογιστών καθώς η μια και μοναδική έκδοση του ερευνητικού εργαλείου δεν θα είναι σε έντυπη μορφή αλλά σε διαδικτυακή (δηλαδή στο Google Forms). Επιπρόσθετα θα πρέπει οι δυνητικοί συμμετέχοντες να έχουν λογαριασμό στο Facebook αλλά και τη δυνατότητα να έχουν ελεύθερη πρόσβαση στο διαδίκτυο και τον κατάλληλο υλικοτεχνικό εξοπλισμό για να συμπληρώσουν το ερευνητικό εργαλείο διαδικτυακά (π.χ. σταθερός υπολογιστής, φορητός υπολογιστής, tablet, έξυπνη συσκευή κινητής τηλεφωνίας). Ένα ακόμη κριτήριο εισόδου / αποκλεισμού (αν και όχι εμφανώς τεθέν), που κατά την επιστημονική δημοσίευση της Ρεσάκονά (2016) συμβαίνει σε όλες τις διαδικτυακά υλοποιούμενες ποσοτικές έρευνες έχει να κάνει με την ηλικία των συμμετεχόντων καθώς απέδειξε βάσει στατιστικών στοιχείων πως η ηλικία των συμμετεχόντων όσο αυξάνει μειώνονται οι πιθανότητες ενασχόλησής τους με το διαδίκτυο και τους υπολογιστές. Συνεπώς, αναμένεται οι δυνητικοί συμμετέχοντες να μην υπερβαίνουν σε ηλικία τα 65-70 έτη.

Οπτικοποιείται η παραπάνω διαδικασία μέσα από την Εικόνα 28. Στη συγκεκριμένη Εικόνα μπορεί ο αναγνώστης της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας να διακρίνει 3 έκκεντρους κύκλους. Ο εξωτερικός και μεγαλύτερος σε μέγεθος χρώματος γκρι περιλαμβάνει τον πληθυσμό στόχο, που στην περίπτωση της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας περιλαμβάνει όλους όσους έχουν ασχοληθεί στο παρελθόν με κάποιας μορφής εναλλακτικό τουρισμό. Ο αμέσως επόμενος εσωτερικός χρώματος κυανού περιλαμβάνει το λεγόμενο πληθυσμό δειγματοληψίας, που στην περίπτωση της παρούσας περιλαμβάνει όλους όσους έχουν υλοποιήσει το ταξίδι εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη το πολύ τα τελευταία 2 έτη προκειμένου να έχουν πρόσφατες μνήμες και να ανταποκρίνονται οι εμπειρίες τους στην ισχύουσα κατάσταση στο νησί της Σαντορίνης. Τέλος διακρίνεται στην Εικόνα 29 και ο μικρότερος κύκλος όλων χρώματος σκούρου μπλε, που στην περίπτωση της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας περιλαμβάνει όλους όσους έχουν υλοποιήσει το ταξίδι εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη το πολύ τα τελευταία 2 έτη προκειμένου να έχουν πρόσφατες μνήμες και να ανταποκρίνονται οι εμπειρίες τους στην ισχύουσα κατάσταση στο νησί της Σαντορίνης και που συμμετέχουν σε κάποιο από τα Facebook groups, στα οποία επέλεξε ο

ερευνητής να αναρτήσει το Link του ερευνητικού εργαλείου της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας με θέμα τον εναλλακτικό τουρισμό, ελεύθερη πρόσβαση στο διαδίκτυο και τον κατάλληλο υλικοτεχνικό εξοπλισμό για να συμπληρώσουν το ερευνητικό εργαλείο διαδικτυακά (π.χ. σταθερός υπολογιστής, φορητός υπολογιστής, tablet, έξυπνη συσκευή κινητής τηλεφωνίας).

Εικόνα 28: Διαδικασία επιλογής δείγματος



Πηγή: National Library of Medicine (NIH) σε ελληνική απόδοση του Ιωάννη Νιώρα

Κατόπιν όλων των προαναφερθέντων ο τελικός αριθμός των έγκυρων ερωτηματολογίων, που συλλέχθηκαν και επεξεργάστηκαν στατιστικά ανήλθε συνολικά στα 81. Από αυτά τα 55 συμπληρώθηκαν στην αγγλική του εκδοχή του ενώ τα 26 στην ελληνική του εκδοχή. Από τις δύο βάσεις δεδομένων προέκυψε η τελική με συμπερίληψη όλων των απαντήσεων για να μπορούν να αναλυθούν συγκεντρωτικά.

6.3 Ερευνητικό Εργαλείο

Το ερευνητικό εργαλείο, που επιλέχθηκε να χρησιμοποιηθεί στην παρούσα Διπλωματική Εργασία, είναι ένα ερωτηματολόγιο αυτοαναφοράς εφόσον και η ακολουθούμενη μεθοδολογία της έρευνας είναι ποσοτική. Το συγκεκριμένο ερευνητικό εργαλείο περιλαμβάνει συνολικά 42 δηλώσεις.

Από το σύνολο των δηλώσεων, οι πρώτες τριάντα έξι είναι αφιερωμένες στις έξι Θεματικές Ενότητες / Υποκλίμακες αυτού, που είναι οι εξής:

- α) τα κίνητρα ενασχόλησης με τον εναλλακτικό τουρισμό των συμμετεχόντων/ουσών στην παρούσα ερευνητική διαδικασία (9 δηλώσεις),
- β) τα κριτήρια απόρριψης της Σαντορίνης ως προορισμού για τέλεση δράσεων εναλλακτικού τουρισμού από τους συμμετέχοντες/ουσες στην παρούσα ερευνητική διαδικασία (8 σχετικές δηλώσεις),
- γ) ο αντίκτυπος των δράσεων εναλλακτικού τουρισμού στο περιβάλλον της Σαντορίνης (7 δηλώσεις),
- δ) ο αντίκτυπος των δράσεων εναλλακτικού τουρισμού στην τοπική κοινωνία της Σαντορίνης (4 δηλώσεις),
- ε) η στρατηγική προώθησης του εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη από τους αρμόδιους κρατικούς φορείς (4 δηλώσεις) και τέλος
- στ) η σχέση των συμμετεχόντων/ουσών στην παρούσα ερευνητική διαδικασία, που επιζητούν δράσεις εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη, με τους παρόχους αυτών (4 δηλώσεις).

Οι έξι τελευταίες δηλώσεις του ερευνητικού εργαλείου είναι αφιερωμένες στα κοινωνικοδημογραφικά δεδομένα του δείγματος. Σε αυτά περιλαμβάνονται οι εξής κατηγορίες / μη διατάξιμες μεταβλητές: α) φύλο, β) ηλικία, γ) μορφωτικό επίπεδο, δ) μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα, ε) επαγγελματική κατάσταση και τέλος στ) φορές, που έχει ο εκάστοτε συμμετέχων/ουσα στην παρούσα ερευνητική διαδικασία υλοποιήσει ταξίδι εναλλακτικού τουρισμού στο παρελθόν. Ορισμένες εξ αυτών των μεταβλητών, σύμφωνα με την επιστημονική μελέτη των Kaurav et al. (2020), είναι διχοτομικές (δηλαδή μπορούν να

λάβουν αποκλειστικά δύο τιμές, όπως π.χ. το φύλο) άλλες είναι συνεχείς (δηλαδή μπορούν να λάβουν οιοσδήποτε ακέραιες και δεκαδικές τιμές, όπως π.χ. το εισόδημα) και τέλος άλλες ασυνεχείς (δηλαδή μπορούν να λάβουν μόνο ακέραιους αριθμούς ως τιμή, όπως για παράδειγμα το πλήθος των προηγούμενων ταξιδιών εναλλακτικού τουρισμού).

Η αρχική κλίμακα - από την οποία εμπνεύστηκε και τη δομή της οποίας σε ένα βαθμό τήρησε ο ερευνητής της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας - προέρχεται από τη σχετική με το υπό διερεύνηση στην παρούσα Διπλωματική Εργασία ζήτημα επιστημονική δημοσίευση των Dearden & Harron (1994).

Σκοπός της επιλογής τόσο της μητρικής δημοσίευσης όσο και της παραλλαγής του γράφοντος ήταν να δημιουργηθεί ένα ερευνητικό εργαλείο, που θα μπορεί να είναι πρωτοποριακό και να διερευνά το χώρο του εναλλακτικού τουρισμού σε σχέση με τις κυριότερες παραμέτρους αυτού από τα κίνητρα ενασχόλησης των συμμετεχόντων έως και την άποψή τους αναφορικά με το τι μπορεί να συμβεί για να βελτιωθούν οι προσφερόμενες υπηρεσίες εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη στο μέλλον. Λαμβάνει, μάλιστα, πρόσθετη αξία από το γεγονός πως δεν υπάρχει – τουλάχιστον κατά τη γνώμη του γράφοντος και μετά από ικανή έρευνα στις βάσεις επιστημονικών μελετών – άλλη παρόμοια έρευνα ειδικά αφιερωμένη στον εναλλακτικό τουρισμό στη Σαντορίνη.

6.4 Ζητήματα εγκυρότητας και αξιοπιστίας

Η ανάλυση αξιοπιστίας (reliability analysis) είναι μια κρίσιμη στατιστική διαδικασία, που χρησιμοποιείται για την αξιολόγηση της συνέπειας, της σταθερότητας και της αξιοπιστίας τόσο των συνόλων των συλλεχθέντων δεδομένων όσο και των μεθόδων μέτρησης. Η κύρια χρήση της ανάλυσης αξιοπιστίας είναι να προσδιοριστεί αν οι μετρήσεις ή τα δεδομένα είναι αρκετά αξιόπιστα για την εξαγωγή έγκυρων συμπερασμάτων ή για τη λήψη εξίσου έγκυρων αποφάσεων. Ειδικότερα δια του ελέγχου αξιοπιστίας και εγκυρότητας (validity) αποκλείεται η πιθανότητα είτε ασυνεπούς είτε αυτοματοποιημένης συμπλήρωσης ερωτηματολογίων και έτσι διαφυλάσσεται η συνέπεια των αποτελεσμάτων (Izah et al, 2024).

Η μέτρηση της αξιοπιστίας και της εγκυρότητας μπορεί να προκύψει μέσα από τη χρήση μιας ευρείας σειράς εργαλείων (π.χ. Split - Half reliability, Kuder - Richardson Formula (KR - 20 and KR - 21), Guttman split - half coefficient, McDonald's Omega (ω), Average Inter - Item

correlation, Item - Total correlation) μεταξύ των οποίων συγκαταλέγεται και ο δείκτης Cronbach α , ο οποίος χρησιμοποιήθηκε και στην παρούσα Διπλωματική Εργασία, που ασχολείται με τις στάσεις και αντιλήψεις τουριστών, που έχουν υλοποιήσει ταξίδι εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη τα τελευταία έτη. Συγκεκριμένα ο Cronbach α είναι ένα καθολικά αναγνωρισμένο και ευρέως χρησιμοποιούμενο στην επιστημονική κοινότητα μέτρο εσωτερικής συνέπειας καθώς αξιολογεί το βαθμό αλληλεξάρτησης μεταξύ των στοιχείων μιας κλίμακας ή ενός ολόκληρου ερωτηματολογίου. Οι τιμές του συντελεστή Cronbach α εμπίπτουν στο εύρος διακύμανσης από 0 έως 1. Οι υψηλότερες τιμές (συνήθως πάνω από 0.60 – 0.70) υποδηλώνουν μια αποδεκτή επιστημονικά εσωτερική συνοχή, υποδεικνύοντας ότι το συγκεκριμένο ερευνητικό εργαλείο έχει παράξει αξιόπιστες μετρήσεις. Την ίδια στιγμή ο Cronbach α αποτελεί και ένα ευπροσάρμοστο στατιστικό εργαλείο.

Στην παρούσα Διπλωματική Εργασία ο συντελεστής Cronbach α ανά εξεταζόμενο παράγοντα (Υποκλίμακα του ερευνητικού εργαλείου της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας) έλαβε τις εξής τιμές:

- Υποκλίμακα 1: Κίνητρα επιλογής δράσης εναλλακτικού τουρισμού – [0.840]
- Υποκλίμακα 2: Κριτήρια υποθετικής απόρριψης επιλογής εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη – [0.865]
- Υποκλίμακα 3: Αντίκτυπος των δράσεων εναλλακτικού τουρισμού στο περιβάλλον – [0.902]
- Υποκλίμακα 4: Αντίκτυπος των δράσεων εναλλακτικού τουρισμού στην τοπική κοινωνία – [0.863]
- Υποκλίμακα 5: Στρατηγική προώθησης του εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη από τους αρμόδιους κρατικούς φορείς – [0.879]
- Υποκλίμακα 6: Σχέση των επισκεπτών που επιζητούν δράσεις εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη με τους παρόχους αυτών – [0.781]

Τα εν λόγω ευρήματα αναδεικνύουν το γεγονός πως η εσωτερική συνέπεια του ερωτηματολογίου είναι σε γενικές γραμμές πολύ υψηλή και εξαιρετικά ικανοποιητική:

Εξαιρετική Αξιοπιστία (0.902): Η Υποκλίμακα 3 (Αντίκτυπος στο Περιβάλλον) παρουσιάζει την υψηλότερη εσωτερική συνέπεια. Αυτό σημαίνει ότι οι 7 ερωτήσεις αυτής της Υποκλίμακας μετρούν την έννοια του περιβαλλοντικού αντικτύπου με μεγάλη ακρίβεια και συνοχή.

Πολύ Καλή Αξιοπιστία (0.840 - 0.879): Οι Υποκλίμακες 1, 2, 4 και 5 έχουν πολύ καλή αξιοπιστία. Αυτό επιβεβαιώνει ότι οι ερωτήσεις σε αυτές τις Υποκλίμακες είναι κατάλληλες για τη μέτρηση των αντίστοιχων εννοιών.

Αποδεκτή Αξιοπιστία (0.781): Η Υποκλίμακα 6 (Σχέση επισκεπτών εναλλακτικού τουρισμού με τους παρόχους των εν λόγω δράσεων) έχει τον χαμηλότερο συντελεστή, αλλά βρίσκεται σε απολύτως αποδεκτό επίπεδο επιτρέποντας τη χρήση της συγκεκριμένης Υποκλίμακας στην ανάλυση.

6.5 Διαδικασία Συλλογής Δεδομένων

Η διαδικασία συλλογής των δεδομένων σε όλη τη διάρκειά της μπορεί να θεωρηθεί πως εντάσσεται στο είδος της μη πιθανοτικής δειγματοληψίας (non probability sampling) και αυτό αναφέρεται καθώς η ανάρτηση ενός εργαλείου έρευνας σε λογαριασμούς Μέσου Κοινωνικής Δικτύωσης (υπό τη μορφή link²) ανήκει σαφώς στη συγκεκριμένη μορφή συλλογής ερευνητικών δεδομένων. Η μη πιθανοτική δειγματοληψία σε αντίθεση με την πιθανοτική δειγματοληψία (probability sampling) δεν επιδιώκει να μελετήσει τις απόψεις όλου του πληθυσμού στόχου (στην περίπτωσή μας αυτό θα συνεπάγονταν τη διερεύνηση των απόψεων όλων όσων έχουν υλοποιήσει ταξίδι εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη). Εξειδικεύοντας περαιτέρω το πώς επιλέχθηκε να συλλεχθούν τα δεδομένα στο πλαίσιο της παρούσας ερευνητικής διαδικασίας της συγκεκριμένης Διπλωματικής Εργασίας θα πρέπει να αναφερθεί το γεγονός πως από τις μορφές, που μπορεί να λάβει μια μη πιθανοτική δειγματοληψία ο γράφων επέλεξε τη λεγόμενη εθελοντική δειγματοληψία (volunteer sampling). Εδώ, σύμφωνα με τα γραφόμενα στην επιστημονική μελέτη των Wolf et al. (2016), η απόφαση ενός/μίας δυνητικού συμμετέχοντα/ουσας για το εάν και εφόσον θα συμμετάσχει επαφίεται σχεδόν αποκλειστικά στους ίδιους μιας και η πρόσκληση απευθύνεται εκ μέρους του/ης ερευνητή/τριας όχι προσωποποιημένα αλλά με γενική ανάρτηση π.χ. σε λογαριασμούς στο Facebook. Στη μη πιθανοτική δειγματοληψία, σύμφωνα με τον Μαυρίδη (2024) δεν έχουν όλα τα υποκείμενα την ίδια πιθανότητα συμμετοχής στο δείγμα.

² Τα link της συμπλήρωσης είναι τα εξής:

A) Ελληνική Έκδοχή: <https://forms.gle/nybN8HZtWBUVqXfr7>

B) Αγγλική Έκδοχή: <https://forms.gle/RLJuMtkKRSxwGb5o8>

Το χρονικό παράθυρο εντός του οποίου διεξήχθη η ερευνητική διαδικασία ορίστηκε εντός του μηνός Ιανουαρίου 2025. Στο σετ των απαντήσεων (δεδομένων), που συλλέχθηκαν, διενεργήθηκε ενδεδειγμένη έρευνα για διαπίστωση τυχόν ελλειμματικών συμπληρώσεων (missing values), που αυτομάτως αποκλείστηκαν από το τελικό προς επεξεργασία δείγμα και για λόγους δεοντολογίας αλλά και επειδή το πρόγραμμα στατιστικής επεξεργασίας δεδομένων θα το απέρριπτε ως μη αποδεκτό.

Το δε ποσοστό των απαντήσεων, που επιτράπη στους συμμετέχοντες να μην απαντήσουν (είτε επειδή δεν ήθελαν να δηλώσουν την απάντησή τους είτε λόγω αμέλειάς τους) ορίστηκε στο 10% επί του συνόλου των ερωτήσεων.

Ένα σημαντικό επιχείρημα για τη χρήση της εν λόγω ερευνητικής διαδικασίας είναι και το γεγονός πως επιτρέπει τόσο σε Έλληνες όσο και σε ξένους να συμμετάσχουν σε αυτή. Αυτό αναφέρεται ακριβώς διότι ο σύνδεσμος (link) για το εν λόγω ερευνητικό εργαλείο αναρτήθηκε τόσο στην ελληνική γλώσσα σε ελληνικούς λογαριασμούς εναλλακτικών δράσεων στο Facebook όσο και σε αντίστοιχους στην αγγλική γλώσσα. Σε πρώτο χρόνο το ερευνητικό εργαλείο είχε κατασκευασθεί από τον ερευνητή σε μορφή ηλεκτρονική στο Google Forms και από αυτό είχε παραχθεί το συναφές link συμπλήρωσης. Συνεπώς, μπορεί κανείς να ισχυρισθεί πως η συγκεκριμένη ερευνητική διαδικασία έλαβε ένα διεθνή χαρακτήρα και μπορεί να παράξει συμπεράσματα πιο ολοκληρωμένα και σφαιρικά καθώς ενσωματώνει διαφορετικές κουλτούρες και εμπειρίες.

6.6 Μέθοδος Ανάλυσης Δεδομένων

Σε πρώτο χρόνο – και σε κάθε περίπτωση προτού παρατεθεί αναλυτικά η επιλεγμένη μέθοδος ανάλυσης δεδομένων – οφείλει να επισημανθεί το γεγονός πως τα δεδομένα, που συλλέχθηκαν κατόπιν της τέλεσης της ερευνητικής διαδικασίας, αναλύθηκαν με τη χρήση του Στατιστικού Πακέτου Ανάλυσης Κοινωνικών Δεδομένων IBM SPSS στην 25^η έκδοση αυτού.

Επί των κοινωνικοδημογραφικών δεδομένων, που συλλέχθηκαν κατά την ερευνητική διαδικασία από τις 6 τελικές ερωτήσεις του ερευνητικού εργαλείου της παρούσας έρευνας διενεργήθηκε περιγραφική στατιστική ανάλυση (descriptive statistics). Η συγκεκριμένη μέθοδος ανάλυσης δεδομένων ενδείκνυται όταν σκοπός είναι η μεταφορά πληροφοριών από

ένα μεγάλο όγκο δεδομένων. Ωστόσο, στο σημείο αυτό θα πρέπει να διευκρινιστεί πως δεν περιλαμβάνει θεωρίες, πιθανότητες ή συμπεράσματα. Αυτά συμπεριλαμβάνονται στην επαγωγική στατιστική (inferential statistics), που χρησιμοποιήθηκε για τα δεδομένα, που συλλέχθηκαν στις πρώτες 36 ερωτήσεις του ερευνητικού εργαλείου της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας. Τώρα ως προς το είδος της περιγραφικής στατιστικής ανάλυσης, που επιλέχθηκε από τον ερευνητή να υλοποιηθεί ήταν οι απόλυτες συχνότητες και τα ποσοστά στους Πίνακες 2 έως και 7 ενώ για στον Πίνακα 8 η Μέση Τιμή (στο εξής MT) ως μια από τις επικρατέστερες μεθόδους των Μέτρων Κεντρικής Τάσης / Θέσης. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να διευκρινιστεί το γεγονός πως με τον όρο Μέτρα Κεντρικής Τάσης / Θέσης θα πρέπει να νοούνται στατιστικές τιμές, που περιγράφουν το κέντρο / τη συγκέντρωση ενός συνόλου δεδομένων, αντιπροσωπεύοντας με έναν μόνο αριθμό που "βρίσκονται" οι τυπικές παρατηρήσεις.

Αξίζει στο σημείο αυτό να επισημανθεί πως τα κοινωνικοδημογραφικά δεδομένα ενέχουν μια σημαντική αξία καθώς, σύμφωνα και με την επιστημονική μελέτη (Scheffner - Hammer, 2011), χωρίς τη συμπερίληψη αυτού του είδους πληροφοριών, ο/η εκάστοτε ερευνητής/τρια κινδυνεύει να υιοθετήσει μια στάση «απολυταρχισμού» (absolutism), υποθέτοντας ότι τα κοινωνικά φαινόμενα είναι τα ίδια ανεξάρτητα από το φύλο, την ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, την οικογενειακή κατάσταση, την επαγγελματική ιδιότητα και λοιπούς εξαιρετικά σημαντικούς παράγοντες, που σε μεγάλο βαθμό καθορίζουν και τη συμπεριφορά των ανθρώπων. Επιπλέον, μια λεπτομερής περιγραφή των συμμετεχόντων επιτρέπει σε αναγνώστες και ερευνητές να καθορίσουν σε ποιους απευθύνονται τα ερευνητικά ευρήματα καθώς και εάν και εφόσον γενικεύονται και επιτρέπουν συγκρίσεις με συναφούς περιεχομένου προγενέστερες μελέτες. Παρέχουν, επίσης, πληροφορίες που απαιτούνται για ερευνητικές συνθέσεις καθώς και για αναλύσεις δευτερογενών δεδομένων. Ως αποτέλεσμα αυτών των αναλύσεων, τα κενά στις υπάρχουσες έρευνες μπορούν να εντοπιστούν και να δρομολογηθούν νέες επιστημονικές έρευνες, όπως πολύ χαρακτηριστικά αναφέρεται και στην επιστημονική μελέτη Beins (2009).

Επί των δεδομένων, που συλλέχθηκαν από το κυρίως σώμα του ερωτήσεων του ερευνητικού εργαλείου διενεργήθηκε επαγωγική στατιστική ανάλυση ή στατιστική συμπερασματολογία (inferential statistics) με σκοπό την εύρεση συσχετίσεων στατιστικής σημαντικότητας ανάμεσα στο συνολικό σκορ της κάθε μιας εκ των 6 Υποκλιμάκων του κυρίως σώματος του

ερευνητικού εργαλείου από την μια πλευρά και όλες τις μεταβλητές των κοινωνικοδημογραφικών δεδομένων από την άλλη. Ο συγκεκριμένος έλεγχος χωρίστηκε σε 2 μέρη. Το πρώτο μέρος συμπεριέλαβε τα αποτελέσματα της συσχέτισης ανάμεσα στο φύλο και τις 6 Υποκλίμακες και διενεργήθηκε με τη χρήση του Συντελεστή Συσχέτισης Pearson r . Εν συνεχεία, στο δεύτερο μέρος διερευνήθηκε η συσχέτιση ανάμεσα στην ηλικιακή ομάδα, το μηνιαίο εισόδημα, το μορφωτικό επίπεδο, την επαγγελματική κατάσταση και τις φορές συμμετοχής στο παρελθόν σε δράσεις εναλλακτικού τουρισμού και τις 6 Υποκλίμακες. Για να υλοποιηθεί ο βαθμός συσχέτισης ανάμεσα έλεγχος χρησιμοποιήθηκε ο Συντελεστής Συσχέτισης Spearman ρ .

Ο ίδιος Συντελεστής Συσχέτισης Spearman ρ χρησιμοποιήθηκε για τη διερεύνηση των συσχετίσεων ανάμεσα στις Υποκλίμακες.

Θα πρέπει να επισημανθεί το γεγονός πως το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας (p -value) – που αντιπροσωπεύει το όριο κάτω από το οποίο το παρατηρούμενο αποτέλεσμα θεωρείται στατιστικά σημαντικό - ορίστηκε στο 0,05 για το σύνολο των αναλύσεων, που υλοποιήθηκαν στο πλαίσιο της επαγωγικής στατιστικής επί του κυρίως σώματος των δεδομένων. Γενικός εφαρμοστέος στις στατιστικές αναλύσεις κανόνας είναι πως όσο μικρότερη είναι η τιμή στατιστικής σημαντικότητας, τόσο μεγαλύτερη είναι η σημασία της (Nuzzo, 2014).

Η εν λόγω ανάλυση αναμένεται να συμβάλει στην κατανόηση των δυνατοτήτων ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού στη Σαντορίνη και τη διαμόρφωση προτάσεων για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη του νησιού.

6.7 Περιορισμοί της έρευνας

Καθίσταται σαφές πως κάθε επιστήμονας κατά τη διάρκεια της τέλεσης της έρευνάς του είναι δυνατόν να συναντήσει ορισμένες δυσκολίες. Στη δε επιστημονική μελέτη Ioannidis (2007), επισημαίνεται πολύ χαρακτηριστικά το γεγονός πως οι περιορισμοί της έρευνας είναι εξαιρετικά σημαντικό να γίνουν κατανοητοί για την τοποθέτηση των ερευνητικών ευρημάτων στο πλαίσιο, την ερμηνεία της εγκυρότητας της επιστημονικής εργασίας και την απόδοση ενός επιπέδου αξιοπιστίας στα συμπεράσματα της δημοσιευμένης έρευνας. Αυτό υπερβαίνει την απαρίθμηση του μεγέθους και της κατεύθυνσης των τυχαίων και συστηματικών σφαλμάτων και των προβλημάτων εγκυρότητας. Η αναγνώριση των

περιορισμών απαιτεί την ερμηνεία της σημασίας και της επιρροής των σφαλμάτων και των προβλημάτων εγκυρότητας στα δημοσιευμένα ευρήματα. Υπό το πρίσμα αυτό και στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας υπήρξαν ορισμένοι περιορισμοί, που αναγκαστικά ο ερευνητής αναγκάστηκε να δεχθεί. Ο μοναδικός - αλλά εξαιρετικά καθοριστικής σημασίας για την αποκρυστάλλωση του ερευνητικού σχεδιασμού της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας - περιορισμός είχε να κάνει με την λόγω των συνεχών επαγγελματικών υποχρεώσεων του ερευνητή στο εξωτερικό, αδυναμία εύρεσης χρονικών αλλά και χρηματικών πόρων για την επιτόπια επίσκεψή του στη Σαντορίνη και δη κατά τους θερινούς μήνες υψηλής επισκεψιμότητας προκειμένου να γίνει διαμοιρασμός σε έντυπη μορφή του ερωτηματολογίου σε τουρίστες, που είχαν επιλέξει κάποια μορφή εναλλακτικού τουρισμού. Μάλιστα η ίδια αιτία απομάκρυνε τον ερευνητή από την ιδέα τέλεσης συμπληρωματικής ποιοτικής έρευνας με λήψη συνεντεύξεων από τοπικούς επιχειρηματίες ενασχολούμενους με το σκέλος του εναλλακτικού τουρισμού προκειμένου να προέκυπτε μια εις βάθος διερεύνηση του υπό πραγμάτευση ζητήματος. Αυτός ήταν και ο σημαντικότερος περιορισμός και δι' αυτού ανοίγει ο δρόμος στο μελλοντικό ερευνητή να τελέσει ποιοτική και επιτόπια έρευνα για διασταύρωση των ευρημάτων με εκείνα της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας.

6.8 Ηθική & Δεοντολογία της έρευνας

Σε γενικές γραμμές οφείλει να επισημανθεί το γεγονός πως τόσο η ίδια η έρευνα όσο και ο τρόπος διεξαγωγής αυτής καλλιεργεί ένα συγκεκριμένο ήθος για το ρόλο της επιστήμης στον κόσμο καθώς και για τη μορφή, που θα πρέπει να έχουν οι σχέσεις των ανθρώπων μεταξύ τους αλλά και με το φυσικό περιβάλλον και για τα παραγόμενα από τους ανθρώπους αγαθά (Πανεπιστήμιο Κύπρου, 2024).

Η ηθική και δεοντολογία (ethics) αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της έρευνας, τόσο από το στάδιο της σύλληψης μιας ιδέας όσο και μέχρι το στάδιο της δημοσίευσης των αποτελεσμάτων αυτής. Τα πιο συνηθισμένα ζητήματα, τα οποία ρυθμίζονται δια της χρήσης του πλαισίου της ηθικής και δεοντολογίας είναι: α) η συνειδητή συγκατάθεση των συμμετεχόντων στην ερευνητική διαδικασία, β) η προστασία των προσωπικών δεδομένων των συμμετεχόντων στην ερευνητική διαδικασία ως έκφραση της αρχής της ιδιωτικότητας καθώς και γ) η αποφυγή διπλής χρήσης των ερευνητικών αποτελεσμάτων, που παραπέμπει

ξεκάθαρα σε περίπτωση μη δέουσας ερευνητικής διαδικασίας (research misconduct). Υπό τον όρο *συνειδητή συγκατάθεση* θα πρέπει να νοείται το γεγονός πως οι δυνητικοί συμμετέχοντες σε επιστημονικές έρευνες θα πρέπει να είναι ενήμεροι σχετικά με μια σειρά από στοιχεία όπως: α) οι ερευνητικοί στόχοι, β) οι πιθανές δυσμενείς επιπτώσεις από τη συμμετοχή στην εκάστοτε έρευνα (όπως για παράδειγμα θα μπορούσε να νοηθεί η κοινωνική κριτική, στην οποία μπορεί να υποβληθεί ένας/μία συμμετέχων/ουσα σε κοινωνιολογική έρευνα εάν αποκαλυφθούν τα στοιχεία του και οι απόψεις του δημόσια) (Σαββάκης, 2023), γ) η δυνατότητα άρνησης συμμετοχής ή αποχώρησης, ανά πάσα στιγμή και χωρίς απολύτως καμία συνέπεια, δ) η διατήρηση των στοιχείων τους μετά το τέλος της έρευνας για ένα πολύ σαφές χρονικό διάστημα και για χρήση καθαρά ακαδημαϊκή. Τέλος, δεν δικαιολογείται ουδεμία άμεση ή έμμεση άσκηση πίεσης ή παρότρυνση για συμμετοχή σε επιστημονικές έρευνες καθώς αυτό θα προσομοίαζε την αρχή της αναλογικότητας, που στηρίζεται στη λογική του *με κάθε κόστος* (ΕΚΤ, 2010-2011).

Τόσο στην παρούσα Διπλωματική Εργασία, όπως άλλωστε θα πρέπει να συμβαίνει και σε κάθε άλλη σοβαρή ερευνητική προσπάθεια και δη ακαδημαϊκού επιπέδου, έγινε προσπάθεια από πλευράς του ερευνητή να τηρηθούν όλες εκείνες οι ρήτρες διασφάλισης της συνειδητής συγκατάθεσης (informed consent) των συμμετεχόντων, όπως επισημαίνεται πολύ χαρακτηριστικά και στην επιστημονική μελέτη των Israel & Hay (2006). Ειδικότερα τονίστηκε στο εισαγωγικό του ερευνητικού εργαλείου σκέλος, που τιτλοφορείται Φόρμα Συγκατάθεσης (Consent Form), πως όσοι επιθυμούσαν να συμμετέχουν στην εν λόγω έρευνα διατηρούσαν ανά πάσα ώρα και στιγμή το δικαίωμα να αποσύρουν το ενδιαφέρον τους και να μη συμπληρώσουν το εναπομείναν ερευνητικό εργαλείο και χωρίς να έχουν την υποχρέωση να εξηγήσουν τον/ους λόγο/ους απόσυρσης του ενδιαφέροντός τους στον ερευνητή. Επίσης, σεβόμενος ο ερευνητής το πλαίσιο του Γενικού Κανονισμού Προστασίας Δεδομένων (ΓΚΠΔ - γνωστός κατά κύριο λόγο με την εκφορά του στην αγγλική γλώσσα δηλαδή το GDPR), φρόντισε να πληροφορήσει – και σε κάθε περίπτωση προ της εκκίνησης συμπλήρωσης του ερευνητικού εργαλείου – τους δυνητικούς συμμετέχοντες πως τις απαντήσεις τους καλύπτει αυστηρά η ανωνυμία και δεν θα ζητηθεί για κανένα λόγο η αποκάλυψη του ονοματεπώνυμότης. Οι δυνητικοί συμμετέχοντες ενημερώθηκαν ακόμη και για τη συγκεκριμένη επιστημονική χρήση των δεδομένων της παρούσας ερευνητικής διαδικασίας ακόμη και μετά την κτήση του τίτλου σπουδών για δυνητική επιστημονική δημοσίευση σχετική με τη θεματολογία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας. Παρέχονται,

μάλιστα, και τα στοιχεία επικοινωνίας με τον ερευνητή, ούτως ώστε να επιλυθούν δυνητικές απορίες των συμμετεχόντων είτε προ είτε κατά τη διαδικασία συμπλήρωσης του ερευνητικού εργαλείου. Τέλος αναφέρεται τόσο το Ακαδημαϊκό Ίδρυμα όσο και η συγκεκριμένη Σχολή και ο τίτλος του Μεταπτυχιακού Προγράμματος στο πλαίσιο του οποίου εκπονείται η παρούσα Διπλωματική Εργασία, ούτως ώστε να προσανατολιστεί πλήρως ο/η δυνητικός/ή συμμετέχων/ουσα για το περιεχόμενο της συγκεκριμένης έρευνας.

Από όλα τα παραπάνω εξάγεται το αμιγές συμπέρασμα πως η κοινωνική ευθύνη (social responsibility of researcher) του εκάστοτε ερευνητή καθίσταται πολύ σημαντική τόσο για τη διασφάλιση της αξιοπιστίας των ακαδημαϊκών ερευνών όσο και για την ατομική και συλλογική ασφάλεια. Εν κατακλείδι, θα μπορούσε ο ανεξάρτητος αναγνώστης της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας να δεχθεί πως τηρήθηκε η τυπική ενημερωτική διαδικασία των δυνητικών συμμετεχόντων στο ακέραιο.

7. Κεφάλαιο Έβδομο: Αποτελέσματα της Έρευνας

7.1 Περιγραφική Στατιστική Ανάλυση Κοινωνικοδημογραφικών Δεδομένων

Η ανάλυση του συνόλου των δεδομένων, που περιλαμβάνονται στο αρχείο με τις απαντήσεις των συμμετεχόντων / ουσών στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας υλοποιήθηκε με τη χρήση του Στατιστικού Πακέτου Ανάλυσης Κοινωνικών Δεδομένων IBM SPSS στην 25η έκδοση αυτού. Σύμφωνα με τη επιστημονική μελέτη των Čarloná & Šnáboná (2020) η κρισιμότητα της χρήσης του εν λόγω προγράμματος έγκειται στο γεγονός πως μέσω αναλύσεων, όπως για παράδειγμα η παλινδρόμηση, οι ερευνητές είναι σε θέση να προσδιορίσουν με ακρίβεια ποιοι παράγοντες έχουν τη μεγαλύτερη επίδραση στον εναλλακτικό τουρισμό, όπως για παράδειγμα είναι: α) η σημασία του μάρκετινγκ προορισμών, β) η εμπειρία των επισκεπτών, γ) η κυβερνητική υποστήριξη για τον γαστρονομικό τουρισμό κ.α. Την ίδια στιγμή το εν λόγω στατιστικό πακέτο βοηθά στη δοκιμή της σημασίας των πρακτικών βιώσιμου / εναλλακτικού τουρισμού για την προώθηση της εικόνας του εκάστοτε τουριστικού προορισμού και άλλα για την αποκρυστάλλωση των αποτελεσμάτων της εκάστοτε ερευνητικής διαδικασίας.

Στον Πίνακα 2 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της περιγραφικής στατιστικής ανάλυσης, που διενεργήθηκε ως προς το φύλο όσων συμμετείχαν στην παρούσα ερευνητική διαδικασία. Συγκεκριμένα, αποτυπώθηκε μια ισορροπία ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες. Οι γυναίκες υπερείχαν ελαφρώς ($N = 43$) καταγράφοντας ποσοστό ίσο με 53.09% επί του συνόλου όσων συμμετείχαν στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας. Οι άνδρες συμμετέχοντες ήταν ($N = 38$) καταγράφοντας ένα ποσοστό ίσο με το 46.91% επί του συνόλου όσων συμμετείχαν στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας.

Πίνακας 2: Αποτελέσματα περιγραφικής ανάλυσης ως προς το φύλο

Φύλο	Απόλυτη Συχνότητα	Ποσοστό (%)
Γυναίκα	43.0	53.09
Άνδρας	38.0	46.91

Στον Πίνακα 3 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα, της περιγραφικής στατιστικής ανάλυσης, που διενεργήθηκε ως προς την ηλικιακή ομάδα όσων συμμετείχαν στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας. Συγκεκριμένα, αποτυπώθηκε πως οι περισσότεροι συμμετέχοντες / ουσες ήταν από 30 – 39 ετών (N = 27) / (33.33%) καθώς και 40 – 49 ετών (N = 25) / (30.86%). Ακολούθησε η ηλικιακή ομάδα 50 – 59 ετών (N = 17) / (20.99%). Οι ηλικιακές ομάδες 18 – 29 ετών αλλά και 60 – 69 ετών συγκέντρωσαν λίγους / ες συμμετέχοντες / ουσες. Συγκεκριμένα 18 – 29 ετών (N = 9) / (11.11%) ενώ 60 – 69 ετών (N = 3) / (3.70%). Το εν λόγω εύρημα αναδεικνύει το γεγονός πως οι δράσεις εναλλακτικού τουρισμού δεν ενδείκνυνται για άτομα της τρίτης ηλικίας καθώς σε αυτές συμπεριλαμβάνονται και δράσεις, που απαιτούν εντατική σωματική δραστηριότητα και πάρα πολύ καλή φυσική κατάσταση αλλά και δύναμη. Μάλιστα, εξαιρετικά ενδιαφέρον είναι και το γεγονός, που αποτυπώθηκε στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας και έχει να κάνει με το γεγονός πως και η ηλικιακή ομάδα 18 – 29 συγκέντρωσε λίγους συμμετέχοντες / ουσες. Αυτή η συνθήκη, επίσης, αναδεικνύει το γεγονός πως οι δράσεις εναλλακτικού τουρισμού εισέρχονται στη ζωή των ατόμων κατόπιν των αρχικών εμπειριών τουρισμού, που συνήθως αφορούν το μαζικό τουρισμό.

Πίνακας 3: Αποτελέσματα περιγραφικής ανάλυσης ως προς την ηλικία

Ηλικιακή Ομάδα	Απόλυτη Συχνότητα	Ποσοστό (%)
18 – 29 ετών	9.0	11.11
30 – 39 ετών	27.0	33.33
40 – 49 ετών	25.0	30.86
50 – 59 ετών	17.0	20.99
60 – 69 ετών	3.0	3.70

Ως προς το μηναίο εισόδημα τα αποτελέσματα του στατιστικού ελέγχου ανέδειξαν πως οι περισσότεροι συμμετέχοντες/ουσες στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας (N = 41) / (50.62%) κέρδιζαν από 1.001 έως και 2.000 €. Η αμέσως επόμενη κατηγορία ήταν εκείνη όσων λάμβαναν από 2.001 έως και 3.000 € (N = 25) / (30.86%). Αν

και υψηλό εισοδηματικό όριο εκείνο των ίσο ή άνω των 3.000 € συγκέντρωσε ένα σχετικά υψηλό νούμερο από το σύνολο των συμμετεχόντων / ουσών (N = 8) / (9.88%). Η κατηγορία των 501 έως και 1.000 € συγκέντρωσε ακόμη λιγότερα άτομα (N = 6) / (7.41%). Η κατηγορία των εγγεγραμμένων στα μητρώα ανέργων της ΔΥΠΑ με μηδενικές απολαβές ήταν (N = 1) / (1.23%). Ενώ τέλος η κατηγορία των λιγότερων ή ίσων των 500 € δεν συγκέντρωσε κανένα / καμία από τους συμμετέχοντες / ουσες στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας. Το εν λόγω εύρημα σαφώς αναδεικνύει το γεγονός πως η ενασχόληση με δράσεις εναλλακτικού τουρισμού συνδέεται με μια αρκετά καλή οικονομική κατάσταση καθώς εκφεύγει από τα τετριμμένα του μαζικού τουρισμού και περνά σε μια πιο εξατομικευμένη προσέγγιση με στοιχεία, που την εντάσσουν στις ενασχολήσεις premium χαρακτήρα. Σε αυτό το πρίσμα εντάσσονται δράσεις, όπως είναι: α) ο καταδυτικός τουρισμός, β) ο αναρριχητικός τουρισμός αλλά και σε ένα βαθμό γ) ο οινοτουρισμός αλλά και ο γαστρονομικός τουρισμός, που όταν αφορούν haute cuisine δημιουργίες ή οίνους προερχόμενους από σπάνιες ποικιλίες σταφυλιών σαφώς απευθύνονται σε μια κατηγορία τουριστών με αυξημένο εισόδημα.

Πίνακας 4: Αποτελέσματα περιγραφικής ανάλυσης ως προς το μηνιαίο εισόδημα

Μηνιαίο Εισόδημα	Απόλυτη Συχνότητα	Ποσοστό (%)
≤ 0 € (με εγγραφή στα Μητρώα Ανέργων της Δημόσιας Υπηρεσίας Απασχόλησης - ΔΥΠΑ)	1.0	1.23
≤ 500 €	0.0	0.0
501 – 1.000 €	6.0	7.41
1.001 – 2.000 €	41.0	50.62
2.001 – 3.000 €	25.0	30.86
≥ 3.000 €	8.0	9.88

Η αμέσως επόμενη μεταβλητή των κοινωνικοδημογραφικών δεδομένων, που αναλύθηκαν στην ερευνητική διαδικασία τη παρούσας Διπλωματικής Εργασίας ήταν το μορφωτικό επίπεδο των συμμετεχόντων / ουσών. Συγκεκριμένα, αποτυπώθηκε το γεγονός πως οι περισσότεροι συμμετέχοντες (N = 45) / (55.56%) ήταν κάτοχοι Μεταπτυχιακού Τίτλου Σπουδών. Ακολούθησαν όσοι ήταν κάτοχοι Προπτυχιακού Τίτλου Σπουδών (N = 18) /

(22.22%). Έπονται οι κάτοχοι Διδακτορικού Τίτλου Σπουδών ($N = 14$) / (17.28%). Τέλος οι κάτοχοι Απολυτηρίου Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης (Λυκειακές Δομές) ήταν μόλις 4 (4.94%). Το συγκεκριμένο εύρημα αναδεικνύει το γεγονός πως οι δράσεις εναλλακτικού τουρισμού απαιτούν σημαντικές γνώσεις για τον τόπο στον οποίο διεξάγονται, τα πολιτισμικά στοιχεία και το ιστορικό συγκείμενο, που τις διέπει και προκειμένου να γίνει όλο το πλαίσιο αυτό απολύτως κατανοητό χρειάζεται και ένα ικανό μορφωτικό επίπεδο. Για αυτό και οι συμμετέχοντες, που απλώς έχουν ένα Απολυτήριο Λυκείου, είναι ελάχιστοι ενώ οι συμμετέχοντες με Μεταπτυχιακό Τίτλο σπουδών αποτελούν αντίθετα την πολυπληθέστερη ομάδα. Ας μην λησμονείται, άλλωστε, το γεγονός πως συνήθως οι λάτρεις συγκεκριμένων ειδών εναλλακτικού τουρισμού, όπως π.χ. ο ηφαιστειακός τουρισμός, είναι παράλληλα και ενασχολούμενοι επαγγελματικά με αυτόν. Το αυτό ισχύει για παράδειγμα και με την περίπτωση του οινοτουρισμού, όπου απαιτούνται εξαιρετικά εξειδικευμένες καλλιεργητικές γνώσεις και εμπειρία, χημικές γνώσεις αλλά και γνώσεις οινογενεσίας για να μπορέσει κανείς να εκτιμήσει την πραγματικά αξία ενός οίνου.

Πίνακας 5: Αποτελέσματα περιγραφικής ανάλυσης ως προς το μορφωτικό επίπεδο

Μορφωτικό Επίπεδο	Απόλυτη Συχνότητα	Ποσοστό (%)
Απολυτήριο Λυκείου	4.0	4.94
Προπτυχιακό	18.0	22.22
Μεταπτυχιακό	45.0	55.56
Διδακτορικό	14.0	17.28

Η επαγγελματική κατάσταση των συμμετεχόντων αποτέλεσε ένα ακόμη πεδίο, που διερευνήθηκε στο πλαίσιο των κοινωνικοδημογραφικών δεδομένων της ερευνητικής διαδικασίας στην παρούσα Διπλωματική Εργασία. Συγκεκριμένα, αποτυπώθηκε το γεγονός πως η πλειονότητα των συμμετεχόντων / ουσών ($N = 40$) / (49.38%) εργαζόταν με ωράριο πλήρους απασχόλησης σε εργοδότη εκτός οικογένειας. Ακολούθησαν εκείνοι / ες, που εργάζονταν με ωράριο πλήρους απασχόλησης σε οικογενειακή επιχείρηση ($N = 29$) / (35.80%). Οι εργαζόμενοι/ ες με εργασιακή σχέση μερικής απασχόλησης ήταν οι αμέσως επόμενοι / ες ($N = 7$) / (8.64%). Οι φοιτητές / τριες ήταν 4 (4.94%). Τέλος, στην κατηγορία των συνταξιούχων εντάχθηκε 1 μόλις συμμετέχοντας / ουσ (1.23%). Το εν λόγω εύρημα συνδέεται άμεσα και καταλυτικά με εκείνο του μορφωτικού επιπέδου αλλά και με εκείνο του

μηνιαίου εισοδήματος και τέλος με το ηλικιακό κριτήριο καθώς συμμετείχαν στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας μόλις 1 συνταξιούχος αλλά και ελάχιστοι φοιτητές / τριες ενώ η ευρεία πλειοψηφία των συμμετεχόντων / ουσών ήταν άτομα με ενεργή εργασιακή σχέση και μάλιστα πλήρους ωραρίου, που είτε εργάζονταν σε οικογενειακή επιχείρηση είτε εργάζονταν σε τρίτο εργοδότη.

Πίνακας 6: Αποτελέσματα περιγραφικής ανάλυσης ως προς την επαγγελματική κατάσταση

Επαγγελματική Κατάσταση	Απόλυτη Συχνότητα	Ποσοστό (%)
Φοιτητής/τρια	4.0	4.94
Μερική Απασχόληση	7.0	8.64
Πλήρης Απασχόληση σε εργοδότη εκτός οικογένειας	40.0	49.38
Πλήρης Απασχόληση σε οικογενειακή επιχείρηση	29.0	35.80
Συνταξιούχος	1.0	1.23

Το σκέλος των κοινωνικοδημογραφικών δεδομένων έκλεισε με την ερώτηση, που αφορούσε το πόσες φορές είχαν οι συμμετέχοντες / ουσες στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας συμμετάσχει στο παρελθόν σε οιαδήποτε δράση εναλλακτικού τουρισμού ανεξαρτήτως εάν αυτή είχε συμβεί στη Σαντορίνη ή μη. Οι 34 (41.98%) από τους 81 συνολικά συμμετέχοντες / ουσες στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας είχαν συμμετάσχει στο παρελθόν 3 φορές σε δράση εναλλακτικού τουρισμού. Οι 26 (32.10%) εκ των συμμετεχόντων / ουσών στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας είχαν συμμετάσχει σε δράση εναλλακτικού τουρισμού πάνω από 4 φορές στο παρελθόν. Οι 12 (14.81%) είχαν συμμετάσχει μόλις 2 φορές ενώ τέλος 1 φορά είχαν συμμετάσχει 9 (11.11%) εκ των συμμετεχόντων / ουσών. Συνεπώς, είναι προφανές πως οι συμμετέχοντες στην ευρεία πλειοψηφία τους είχαν ικανή εμπειρία και στο παρελθόν από δράσεις εναλλακτικού τουρισμού και έτσι ήταν σε θέση να απαντήσουν με βάση την εμπειρία τους στις ερωτήσεις, που τους τέθηκαν. Η ικανή εμπειρία των συμμετεχόντων / ουσών στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας συνδέεται και με

το στοιχείο της αποτύπωσης ενός ρεαλιστικού βαθμού ικανοποίησης από τους παρόχους των δράσεων εναλλακτικού τουρισμού αλλά και με την ολική ποιότητα των δράσεων εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη. Μάλιστα, όταν κανείς έχει εκτεταμένη εμπειρία σε δράσεις εναλλακτικού τουρισμού, είναι σε θέση να συγκρίνει και το ολικό επίπεδό τους με το αντίστοιχο άλλων χωρών. Την ίδια στιγμή είναι σε θέση να συγκρίνει και την ποιότητα αλλά και την επάρκεια των ενεργειών προώθησης αυτών εκ μέρους των συναρμόδιων κρατικών φορέων.

Πίνακας 7: Αποτελέσματα περιγραφικής ανάλυσης ως προς το εύρος της προηγούμενης εμπειρίας των συμμετεχόντων/ουσών σε δράσεις εναλλακτικού τουρισμού

Φορές ενασχόλησης με εναλλακτικό τουρισμό	Απόλυτη Συχνότητα	Ποσοστό (%)
1	9.0	11.11
2	12.0	14.81
3	34.0	41.98
≥ 4	26.0	32.10

Η περιγραφική ανάλυση θα ολοκληρωθεί στην παρούσα ερευνητική διαδικασία με την αποτύπωση της σχετικής ανάλυσης για τις 6 Υποκλίμακες, που συμπεριλαμβάνονταν στο κυρίως σώμα του ερωτηματολογίου της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας. Η Απόλυτη Τιμή σε κάθε μια από τις Υποκλίμακες είναι το 5 καθώς έχει στηριχθεί η μέθοδος παροχής απαντήσεων στην 5βάθμια Κλίμακα Likert. Συγκεκριμένα στην Υποκλίμακα 1, που αφορά τα Κίνητρα Επιλογής Δράσεων Εναλλακτικού Τουρισμού η MT ήταν 4.31 και η Τυπική Απόκλιση (στο εξής TA) ήταν 0.49. Συνεπώς στη συγκεκριμένη Υποκλίμακα οι συμμετέχοντες θεωρούν ότι τα κίνητρα, που σχετίζονται με τον εναλλακτικό τουρισμό ασκούν πολύ ισχυρή επίδραση στην επιλογή τους. Η συγκεκριμένη MT, δηλαδή το 4.31, είναι η υψηλότερη από όλες τις Υποκλίμακες και υποδηλώνει ότι οι προσωπικοί λόγοι και τα οφέλη (π.χ., εμπειρία, χαλάρωση, εκπαίδευση) είναι ο κύριος παράγοντας για τη συμμετοχή σε δράση εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη. Την ίδια στιγμή η πολύ χαμηλή TA (0.49) δείχνει ότι υπάρχει ικανή σύγκλιση μεταξύ των συμμετεχόντων / ουσών στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας ως προς τη σημασία αυτών των δοθέντων

κινήτρων. Στην Υποκλίμακα 2, που αφορά τα Κριτήρια Υποθετικής Απόρριψης Σαντορίνης ως Προορισμού Εναλλακτικού Τουρισμού η MT ήταν 3.55 και η TA ήταν 0.72. Συνεπώς στη συγκεκριμένη Υποκλίμακα οι συμμετέχοντες / ουσες εκφράζουν μια σχετικά ουδέτερη προς μέτρια συμφωνία με τα κριτήρια, που θα τους έκαναν να απορρίψουν τη Σαντορίνη για εναλλακτικό τουρισμό. Αυτό σημαίνει ότι, αν και κάποιοι παράγοντες απόρριψης (π.χ., κόστος, πλήθος κόσμου, έλλειψη υποδομών) αναγνωρίζονται, δεν είναι, ωστόσο, αρκετά ισχυροί ούτως ώστε να οδηγήσουν τους συμμετέχοντες / ουσες στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας σε μαζική διαφωνία ή ακόμη και ολική απόρριψη της επιλογής της Σαντορίνης ως προορισμού εναλλακτικού τουρισμού. Την ίδια στιγμή η TA είναι μέτρια (0.72) και αυτό υποδηλώνει μια εύλογη διασπορά απόψεων, με κάποιους να συμφωνούν ισχυρά στα κριτήρια απόρριψης και κάποιους να διαφωνούν. Στην Υποκλίμακα 3, που αφορά τον Αντίκτυπο Εναλλακτικού Τουρισμού στο Περιβάλλον η MT ήταν 3.22 και η TA ήταν 0.53. Συνεπώς, στη συγκεκριμένη Υποκλίμακα αποδείχθηκε πως υπάρχει ισχυρή συμφωνία των συμμετεχόντων / ουσών στην ερευνητική διαδικασία, που διενεργήθηκε στο πλαίσιο της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας ως προς το γεγονός πως ο εναλλακτικός τουρισμός έχει θετικό αντίκτυπο στο περιβάλλον της Σαντορίνης (ή τουλάχιστον είναι περιβαλλοντικά υπεύθυνος). Η TA (0.53) είναι χαμηλή και αυτό σε κάθε περίπτωση υποδεικνύει μια ικανή σύγκλιση των απόψεων των συμμετεχόντων / ουσών στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας ως προς το γεγονός πως οι δράσεις αυτές συμβάλλουν στη διατήρηση, την ευαισθητοποίηση και την ήπια ανάπτυξη. Στην Υποκλίμακα 4, που αφορά τον Αντίκτυπο Εναλλακτικού Τουρισμού στην Τοπική Κοινωνία η MT ήταν 2.07 και η TA ήταν 0.58. Συνεπώς, στη συγκεκριμένη Υποκλίμακα αποδείχθηκε πως οι συμμετέχοντες / ουσες εκφράζουν ισχυρή συμφωνία ότι ο εναλλακτικός τουρισμός έχει θετικό αντίκτυπο στην τοπική κοινωνία (π.χ., πολιτιστική διατήρηση, στήριξη τοπικής οικονομίας, ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής). Η δε TA 0.58 είναι, επίσης, σχετικά χαμηλή, υποδηλώνοντας ικανή σύγκλιση ως προς τη θετική κοινωνική επίδραση του εναλλακτικού τουρισμού στην τοπική κοινωνία. Στην Υποκλίμακα 5, που αφορά τη Στρατηγική Προώθησης Εναλλακτικού Τουρισμού στη Σαντορίνη από Κρατικούς Φορείς η MT ήταν 3.26 και η TA ήταν 0.81. Συνεπώς, στη συγκεκριμένη Υποκλίμακα αποδείχθηκε πως η MT (3.26) βρίσκεται πολύ κοντά στο ουδέτερο σημείο (3), υποδηλώνοντας ότι οι συμμετέχοντες έχουν είτε ουδέτερη στάση είτε αβεβαιότητα σχετικά με το εάν οι αρμόδιοι κρατικοί φορείς εφαρμόζουν αποτελεσματική στρατηγική προώθησης του εναλλακτικού τουρισμού στη

Σαντορίνη. Την ίδια στιγμή η δεύτερη υψηλότερη ΤΑ (0.81) από όλες τις Υποκλίμακες σημαίνει ότι υπάρχει σημαντική διασπορά στις απόψεις των συμμετεχόντων/ουσών στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας. Κοινώς, κάποιοι πιστεύουν ότι γίνεται καλή δουλειά, ενώ άλλοι διαφωνούν έντονα με τη ακολουθούμενη στρατηγική προώθησης του εναλλακτικού τουρισμού από τους κρατικούς φορείς. Τέλος στην Υποκλίμακα 6, που αφορά τη Σχέση Επισκεπτών Εναλλακτικού Τουρισμού στη Σαντορίνη με τους παρόχους αυτών, η ΜΤ ήταν 3.49 και η ΤΑ ήταν 0.87. Συνεπώς στη συγκεκριμένη Υποκλίμακα αποδείχθηκε πως η ΜΤ (3.49) υποδηλώνει μια ελαφρώς θετική προς ουδέτερη στάση σχετικά με τη σχέση και τη συνεργασία μεταξύ των ασκούντων εναλλακτικές δράσεις και των παρόχων τουριστικών υπηρεσιών (π.χ., ξενοδόχοι, εστιατόρια). Αυτό υποδηλώνει ότι η συνεργασία αυτή δεν είναι ούτε εξαιρετική ούτε κακή. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να παρατηρηθεί το γεγονός πως στη συγκεκριμένη Υποκλίμακα εμφανίζεται η υψηλότερη ΤΑ (0.87). Αυτό σημαίνει ότι στη συγκεκριμένη σχέση των επισκεπτών, που ενασχολούνται με δράσεις εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη με τους παρόχους των εν λόγω δράσεων, εμφανίζεται η μεγαλύτερη διαφωνία μεταξύ των συμμετεχόντων. Κοινώς, υπάρχει σημαντικό ποσοστό ερωτηθέντων, που θεωρούν τη σχέση αυτή πολύ καλή αλλά την ίδια στιγμή υπάρχει και ένα σημαντικό ποσοστό, που τη θεωρούν προβληματική. Αυτό επαφίεται προφανώς στα αποκλειστικά προσωπικά βιώματα του καθενός καθώς άλλοι σαφώς θα υπήρξαν λήπτες πολύ ποιοτικών υπηρεσιών εναλλακτικού τουρισμού ενώ άλλοι λογικά θα είχαν κάποια παράπονα από το επίπεδο ολικής ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών εναλλακτικού τουρισμού εκ μέρους των παρόχων αυτών.

Πίνακας 8: Αποτελέσματα περιγραφικής ανάλυσης των Υποκλιμάκων

Κίνητρα επιλογής εναλλακτικού τουρισμού	Κριτήρια υποθετικής απόρριψης εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη	Αντίκτυπος εναλλακτικού τουρισμού στο περιβάλλον	Αντίκτυπος εναλλακτικού τουρισμού στην τοπική κοινωνία	Στρατηγική προώθησης εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη από κρατικούς φορείς	Σχέση επισκεπτών εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη με παρόχους αυτών
--	--	--	--	--	--

N	81	81	81	81	81	81
MT	4.31	3.55	3.22	2.07	3.26	3.49
TA	0.49	0.72	0.53	0.58	0.81	0.87

7.2 Επαγωγική Στατιστική Ανάλυση ερωτήσεων κυρίως σώματος ερωτηματολογίου και συσχετίσεις με τα Κοινωνικοδημογραφικά Δεδομένα

Προκειμένου, τώρα, να αποφασιστεί το είδος των επαγωγικών ελέγχων, που θα έπρεπε από την πλευρά του γράφοντος την ανά χειράς Διπλωματική Εργασία να διενεργηθούν για να μπορέσουν να απαντηθούν τα ερευνητικά ερωτήματα, που τέθηκαν, υλοποιήθηκε Ανάλυση Κανονικότητας για τις Υποκλίμακες της έρευνας με τη χρήση του κριτηρίου Kolmogorov-Smirnov (K-S). Ο συγκεκριμένος έλεγχος είναι μη παραμετρικός και σκοπός της είναι να εξεταστεί το κατά πόσο είναι αποτελεσματική η προσαρμογή ενός δείγματος, που είναι τυχαίο σε μια κατανομή δεδομένη (Μανωλέσου, 2015). Οι Υποκλίμακες «Κριτήρια Υποθετικής Απόρριψης Σαντορίνης ως Προορισμού Εναλλακτικού Τουρισμού», «Στρατηγική Προώθησης Εναλλακτικού Τουρισμού στη Σαντορίνη από Κρατικούς Φορείς» αλλά και «Σχέση Επισκεπτών Εναλλακτικού Τουρισμού στη Σαντορίνη με τους παρόχους αυτών» αποδείχθηκε πως δεν αποκλίνουν από την κανονική κατανομή ($p < 0.05$). Ωστόσο, οι υπόλοιπες παρουσιάζουν στατιστικά σημαντική απόκλιση από την κανονικότητα, δηλαδή οι κατανομές τους δεν είναι συμμετρικές / καμπανοειδείς.

Πίνακας 9: Η Ανάλυση Κανονικότητας των Υποκλιμάκων

	K-S Statistic	df	p-value (Sig.)
Κίνητρα επιλογής εναλλακτικού τουρισμού	0,174	81	0.001
Κριτήρια υποθετικής απόρριψης εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη	0,089	81	0.316
Αντίκτυπος εναλλακτικού τουρισμού στο περιβάλλον	0,165	81	0.003
Αντίκτυπος εναλλακτικού τουρισμού στην τοπική κοινωνία	0,134	81	0.038

Στρατηγική προώθησης εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη από κρατικούς φορείς	0,088	81	0.334
Σχέση επισκεπτών εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη με παρόχους αυτών	0,098	81	0.207

Ο Πίνακας 10 παρουσιάζει τους συντελεστές συσχέτισης Spearman (rho) μεταξύ των 6 Υποκλιμάκων του ερευνητικού εργαλείου, που χρησιμοποιήθηκε στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας.

Πίνακας 10: Η συσχέτιση ανάμεσα στις 6 Υποκλίμακες

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
Y1: Κίνητρα επιλογής εναλλακτικού τουρισμού	r	1.000	- 0.160	0.228	0.252	0.177	0.220
	p	.	0.158	0.041	0.023	0.116	0.049
	N	81	81	81	81	81	81
Y2: Κριτήρια υποθετικής απόρριψης εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη	r		1.000	- 0.198	-0.197	-0.177	-0.366
	p		.	0.076	0.078	0.116	<0.001
	N	81	81	81	81	81	81
Y3: Αντίκτυπος εναλλακτικού τουρισμού στο περιβάλλον	r			1.000	0.864	0.379	0.160
	p			.	<0.001	<0.001	0.158
	N	81	81	81	81	81	81
Y4: Αντίκτυπος εναλλακτικού τουρισμού στην τοπική κοινωνία	r				1.000	0.551	0.320
	p				.	<0.001	0.003
	N	81	81	81	81	81	81

Υ5: Στρατηγική προώθησης εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη από κρατικούς φορείς	r					1.000	0.361
	p					.	<0.001
	N	81	81	81	81	81	81
Υ6: Σχέση επισκεπτών εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη με παρόχους αυτών	r						1.000
	p						.
	N	81	81	81	81	81	81

Η ανάλυση αποκάλυψε αρκετές στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις (όπου $r > 0.3$ καθώς και όπου $p < 0.05$), κυρίως θετικές, που υποδηλώνουν ότι η στάση των συμμετεχόντων / ουσών σε μια Υποκλίμακα συνδέεται με τη στάση τους σε μια άλλη. Συγκεκριμένα, ανάμεσα στην Υποκλίμακα 3: Αντίκτυπος εναλλακτικού τουρισμού στο περιβάλλον και την Υποκλίμακα 4: Αντίκτυπος εναλλακτικού τουρισμού στην τοπική κοινωνία παρουσιάστηκε μια πολύ ισχυρή συσχέτιση (0.864). Κοινώς όσο πιο θετικά αξιολογεί κάποιος / τον αντίκτυπο του εναλλακτικού τουρισμού στο Περιβάλλον, τόσο πιο θετικά αξιολογεί και τον αντίκτυπο στην Τοπική Κοινωνία. Αυτό σαφώς υποδηλώνει πως οι δύο αυτές διαστάσεις γίνονται αντιληπτές ως εν πολλοίς μια ενιαία και αδιαίρετη σχεδόν έννοια. Την ίδια στιγμή και ανάμεσα στην Υποκλίμακα 3: Αντίκτυπος εναλλακτικού τουρισμού στο περιβάλλον και την Υποκλίμακα 5: Στρατηγική προώθησης εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη από κρατικούς φορείς αναδεικνύεται μια θετική συσχέτιση, ωστόσο, αυτή τη φορά μέτριας έντασης (0.379). Αυτό δηλώνει πως όσο πιο θετικά αντιλαμβάνεται κάποιος τον αντίκτυπο στο Περιβάλλον, τόσο πιο θετικά αξιολογεί και τη Στρατηγική Προώθησης των αρμόδιων φορέων. Ακολουθεί η συσχέτιση ανάμεσα στην Υποκλίμακα 4: Αντίκτυπος εναλλακτικού τουρισμού στην τοπική κοινωνία και την Υποκλίμακα 5: Στρατηγική προώθησης εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη από κρατικούς φορείς, όπου και πάλι διαπιστώνεται μια ισχυρή συσχέτιση (0.551) και αυτό δηλώνει πως όσο πιο θετικά αντιλαμβάνεται κάποιος τον αντίκτυπο στην Τοπική

Κοινωνία, τόσο πιο θετικά αξιολογεί τη Στρατηγική Προώθησης από τους κρατικούς φορείς. Την ίδια στιγμή αναδεικνύεται και μια μέτρια αρνητική αυτή φορά συσχέτιση (-0.366) ανάμεσα στην Υποκλίμακα 2: Κριτήρια υποθετικής απόρριψης εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη από την μια πλευρά και την Υποκλίμακα 6: Σχέση επισκεπτών εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη με παρόχους αυτών από την άλλη. Αυτό δηλώνει πως όσο περισσότερο συμφωνεί κάποιος με τα κριτήρια Απόρριψης της Σαντορίνης (π.χ., κόστος), τόσο λιγότερο θετικά αξιολογεί τη Σχέση μεταξύ των ασκούντων δράσεις και των Παρόχων. Το επόμενο ζεύγος συσχέτισης είναι αυτό ανάμεσα στην Υποκλίμακα 4: Αντίκτυπος εναλλακτικού τουρισμού στην τοπική κοινωνία και την Υποκλίμακα 6: Σχέση επισκεπτών εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη με παρόχους αυτών (0.320). Το εν λόγω εύρημα δηλώνει το γεγονός πως όσο πιο θετικά αντιλαμβάνεται κάποιος τον αντίκτυπο στην Τοπική Κοινωνία, τόσο πιο θετικά αξιολογεί τη Σχέση Παρόχων (λογική συσχέτιση, καθώς η σχέση των παρόχων είναι μέρος της κοινωνικής αλληλεπίδρασης). Τέλος, η συσχέτιση ανάμεσα στην Υποκλίμακα 5: Στρατηγική προώθησης εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη από κρατικούς φορείς και την Υποκλίμακα 6: Σχέση επισκεπτών εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη με παρόχους αυτών εμφανίστηκε μετρίως θετική (0.361) και αυτό σαφώς δηλώνει πως όσο πιο θετικά αξιολογεί κάποιος τη Στρατηγική Προώθησης των φορέων, τόσο πιο θετικά αντιλαμβάνεται τη Σχέση με τους Παρόχους. Στην αντίπερα όχθη εντάσσονται οι ασθενείς συσχετίσεις, που εμφανίστηκαν στα ζεύγη των Υποκλιμάκων 1: Κίνητρα επιλογής εναλλακτικού τουρισμού με την Υποκλίμακα 3: Αντίκτυπος εναλλακτικού τουρισμού στο περιβάλλον (0.228), αλλά και τα ζεύγη Υποκλίμακα 1: Κίνητρα επιλογής εναλλακτικού τουρισμού με την Υποκλίμακα 4: Αντίκτυπος εναλλακτικού τουρισμού στην τοπική κοινωνία (0.252) καθώς και Υποκλίμακα 1: Κίνητρα επιλογής εναλλακτικού τουρισμού με την Υποκλίμακα 6: Σχέση επισκεπτών εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη με παρόχους αυτών (0.220). Τέλος ως μη στατιστικά σημαντικές αποδείχθηκαν όλες οι λοιπές συσχετίσεις ανάμεσα στα ζεύγη, που είναι οι εξής: Y1 με Y2, Y1 με Y5, Y2 με Y3, Y2 με Y4, Y2 με Y5, καθώς και Y3 με Y6 ($p > 0.05$). Αυτό σημαίνει για παράδειγμα πως τα Κίνητρα επιλογής της Σαντορίνης ως προορισμού εναλλακτικού τουρισμού δεν συνδέονται γραμμικά με τα Κριτήρια απόρριψης της Σαντορίνης ως προορισμού εναλλακτικού τουρισμού.

Στους Πίνακες 11 & 12, που ακολουθούν, θα παρουσιαστούν οι συσχετίσεις ανάμεσα στις μεταβλητές των κοινωνικοδημογραφικών δεδομένων της ερευνητικής διαδικασίας της

παρούσας Διπλωματικής Εργασίας από την μια πλευρά και την κάθε μια από τις 6 Υποκλίμακες από την άλλη. Με δεδομένο πως οι μεταβλητές των κοινωνικοδημογραφικών δεδομένων είναι κατηγορικές και χωρίζονται σε: α) Ονομαστικές (συγκεκριμένα το φύλο και η επαγγελματική κατάσταση) και β) Διατεταγμένες (συγκεκριμένα η ηλικία, μηνιαίο εισόδημα, φορές προηγούμενων εμπειριών εναλλακτικού τουρισμού, μορφωτικό επίπεδο) θα υλοποιηθούν και δύο διαφορετικά είδη επαγωγικών ελέγχων. Το πρώτο είναι ο Συντελεστής Συσχέτισης Spearman ρ (rho) και θα χρησιμοποιηθεί αποκλειστικά για τις διατεταγμένες μεταβλητές ενώ το δεύτερο είναι ο Συντελεστής Συσχέτισης Pearson r .

Συγκεκριμένα στον Πίνακα 11 εμφανίζεται αναλυτικά το αποτέλεσμα του επαγωγικού ελέγχου συσχέτισης Pearson r με την κάθε μια από τις 6 Υποκλίμακες.

Πίνακας 11: Αποτελέσματα συσχέτισης Pearson r ανάμεσα στο φύλο και τις Υποκλίμακες

Υποκλίμακα	Pearson r	p-value
Υποκλίμακα 1: Κίνητρα επιλογής εναλλακτικού τουρισμού	0.334	0.002
Υποκλίμακα 2: Κριτήρια υποθετικής απόρριψης εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη	0.267	0.016
Υποκλίμακα 3: Αντίκτυπος εναλλακτικού τουρισμού στο περιβάλλον	0.237	0.033
Υποκλίμακα 4: Αντίκτυπος εναλλακτικού τουρισμού στην τοπική κοινωνία	0.147	0.190
Υποκλίμακα 5: Στρατηγική προώθησης εναλλακτικού	0.176	0.117

τουρισμού στη Σαντορίνη

από κρατικούς φορείς

Υποκλίμακα 6: Σχέση 0.052 0.650

επισκεπτών εναλλακτικού

τουρισμού στη Σαντορίνη με

παρόχους αυτών

Από την ανάλυση, που αποτυπώθηκε στον Πίνακα 11 γίνεται κατανοητό πως εμφανίζεται στατιστικά σημαντική συσχέτιση ανάμεσα στο φύλο και την Y1. Συγκεκριμένα, η συσχέτιση αυτή είναι μετρίως θετική και δεικνύει μια υπεροχή του θετικού προσήμου των απαντήσεων των Γυναικών έναντι των Ανδρών συμμετεχόντων ως προς τις τιμές των απαντήσεών τους. Ανάμεσα στο φύλο και την Y2 η συσχέτιση είναι ασθενής αλλά και πάλι θετική επίσης με τις Γυναίκες να υπερισχύουν των ανδρών συμμετεχόντων ως προς τις τιμές ως προς τη θετικότητα των απαντήσεών τους. Τέλος ανάμεσα στο φύλο και την Y3 εμφανίζεται, επίσης, ασθενής θετική συσχέτιση με τις Γυναίκες και εδώ να υπερισχύουν των ανδρών ως προς τις τιμές ως προς τη θετικότητα των απαντήσεών τους. Ανάμεσα στο φύλο και τις Y4, Y5 καθώς και Y6 δεν εμφανίστηκε κάποια στατιστικά σημαντική συσχέτιση.

Στον Πίνακα 12 εμφανίζεται το αποτέλεσμα του επαγωγικού ελέγχου συσχέτισης Spearman ρ με την κάθε μια από τις 6 Υποκλίμακες.

Πίνακας 12: Αποτελέσματα συσχέτισης Spearman ρ ανάμεσα στην ηλικιακή ομάδα, το μηνιαίο εισόδημα, το μορφωτικό επίπεδο, την επαγγελματική κατάσταση και τις φορές συμμετοχής στο παρελθόν σε δράσεις εναλλακτικού τουρισμού και τις 6 Υποκλίμακες.

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
Ηλικία	Spearman ρ	-0.013	-0.150	-0.019	-0.034	-0.161	0.071
	p-value	0.908	0.187	0.866	0.760	0.156	0.534
Εισόδημα	Spearman ρ	-0.061	-0.088	0.007	-0.052	-0.089	-0.017
	p-value	0.597	0.440	0.954	0.647	0.437	0.884
Εκπαίδευση	Spearman ρ	-0.026	-0.147	0.010	-0.018	-0.158	0.056
	p-value	0.817	0.198	0.931	0.871	0.164	0.619
Εργασία	Spearman ρ	0.051	-0.160	-0.036	-0.056	-0.144	-0.126

	p-value	0.655	0.157	0.751	0.619	0.207	0.260
Προηγούμενη εμπειρία	Spearman ρ	0.230	0.087	0.046	0.090	-0.057	0.111
	p-value	0.038	0.443	0.686	0.428	0.612	0.323

Από την ανάλυση, που αποτυπώθηκε στον Πίνακα 12 γίνεται κατανοητό πως ως προς την Y1 υπάρχει θετική μεν ασθενής δε συσχέτιση μεταξύ της Προηγούμενης Εμπειρίας σε δράσεις εναλλακτικού τουρισμού και των Κινήτρων Επιλογής ($\rho=0.230$). Όσο μεγαλύτερη είναι η εμπειρία συμμετοχής, τόσο ισχυρότερη θεωρείται η επίδραση των κινήτρων. Αυτή είναι μια απολύτως αναμενόμενη συνθήκη καθώς καθίσταται προφανές πως ένας εξαιρετικά έμπειρος επισκέπτης του νησιού σε δράσεις εναλλακτικού τουρισμού θα δώσει και μεγαλύτερη σημασία στα κίνητρα επιλογής του νησιού ως προορισμού εναλλακτικού τουρισμού. Έχει δει τις παθογένειες της εν γένει παροχής τουριστικών υπηρεσιών στη Σαντορίνη αλλά και τα συγκριτικά πλεονεκτήματά της και έτσι μπορεί να εστιάζει σε εκείνα, που έχουν τη μεγαλύτερη αξία για αυτόν / ήν. Ενώ ένας σχετικά άπειρος σε δράσεις εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη δεν θα εστιάσει τόσο στις αρνητικές όψεις των κινήτρων καθώς δεν έχει εμπειρία από αυτές διατηρώντας έναν αρχικό ενθουσιασμό για την επιλογή του. Ως προς την Y2 παρατηρείται πως ουδεμία διατεταγμένη μεταβλητή, που περιλαμβάνεται στα Κοινωνικοδημογραφικά Δεδομένα της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας δεν σχετίζεται στατιστικά σημαντικά με τα Κριτήρια Απόρριψης της Σαντορίνης ως προορισμού εναλλακτικού τουρισμού. Ως προς την Y3 παρατηρείται πως ουδεμία διατεταγμένη δημογραφική μεταβλητή δεν σχετίζεται στατιστικά σημαντικά με τον Αντίκτυπο στο Περιβάλλον της Σαντορίνης από δράσεις εναλλακτικού τουρισμού. Ως προς την Y4 παρατηρείται πως ουδεμία διατεταγμένη δημογραφική μεταβλητή δεν σχετίζεται στατιστικά σημαντικά με τον Αντίκτυπο στην Τοπική Κοινωνία της Σαντορίνης από δράσεις εναλλακτικού τουρισμού. Ως προς την Y5 παρατηρείται πως ουδεμία διατεταγμένη δημογραφική μεταβλητή δεν σχετίζεται στατιστικά σημαντικά με τη Στρατηγική προώθησης εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη από κρατικούς φορείς. Τέλος ως προς την Y6 παρατηρείται πως ουδεμία διατεταγμένη δημογραφική μεταβλητή δεν σχετίζεται στατιστικά σημαντικά με τη Σχέση επισκεπτών εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη με παρόχους αυτών.

Συνεπώς συνδυαστικά από τους Πίνακες 11 και 12 καθίσταται σαφές πως οι μόνες στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις είναι:

- *Φύλο*: Συσχετίζεται με τις Υποκλίμακες 1, 2 και 3 (οι Γυναίκες έχουν πιο θετική στάση/πιο αυστηρά κριτήρια).
- *Εμπειρία Συμμετοχής*: Συσχετίζεται με την Υποκλίμακα 1 (όσο μεγαλύτερη η εμπειρία, τόσο πιο σημαντικά τα κίνητρα).

7.3 Σύνδεση των ευρημάτων της ερευνητικής διαδικασίας της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας με εκείνα σχετικών προγενέστερων αυτής επιστημονικών μελετών

Προκειμένου να γίνει σαφές στον αναγνώστη της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας το κατά πόσο τα ευρήματα αυτής συγκλίνουν ή αποκλίνουν από τα ευρήματα αντίστοιχης θεματολογίας επιστημονικών δημοσιεύσεων και εν γένει μελετών τρίτων επιλέχθηκε η συγκριτική παράθεση αυτών. Αποτυπώνονται πολύ ενδιαφέρουσες συγκλίσεις εστιασμένες στις Υποκλίμακες εκείνες, που είχαν συνδεσιμότητα.

Από την παράθεση των αποτελεσμάτων της στατιστικής διερεύνησης, που προηγήθηκε καθίσταται σαφές πως όσον αφορά την Υποκλίμακα 5: Στρατηγική προώθησης εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη από κρατικούς φορείς παρατηρείται σαφής σύγκλιση με τα αναγραφόμενα στη μελέτη Rivera Escrich (2019) καθώς αναγνωρίζεται πως η εν λόγω Υποκλίμακα θα πρέπει να συνδέεται με το ζήτημα τόσο της προστασίας του περιβάλλοντος στις περιοχές εκδήλωσης δράσεων εναλλακτικού τουρισμού όσο και με το σεβασμό των τοπικών κοινωνιών σε κάθε έκφασή της καθημερινότητάς τους (είτε πολιτιστική είτε επαγγελματική).

Η ίδια διαπίστωση περί σύγκλισης των ευρημάτων της ερευνητικής διαδικασίας της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας με εκείνα της μελέτης Rivera Escrich (2019) ισχύει και για τη διασύνδεση ανάμεσα στην Υποκλίμακα 5: Στρατηγική προώθησης εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη από κρατικούς φορείς και την Υποκλίμακα 6: Σχέση επισκεπτών εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη με παρόχους αυτών καθώς προτείνεται η από μέρους των κρατικών φορέων επαύξηση της ενημερότητας των τοπικών επιχειρήσεων για τα οφέλη από την υιοθέτηση δράσεων εναλλακτικού τουρισμού. Κοινώς όσο πιο συνεκτική,

ρεαλιστική και στοχευμένη είναι η κρατική προώθηση, τόσο πιο ομαλή και θετική γίνεται η σχέση επισκέπτη – παρόχου (λιγότερες απογοητεύσεις, μεγαλύτερη ικανοποίηση). Επίσης, μια επιτυχημένη στρατηγική προώθησης: α) ενθαρρύνει τους παρόχους να βελτιώσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους ώστε να ευθυγραμμίζονται με τα προβαλλόμενα πρότυπα, β) προωθεί εκπαίδευση, πιστοποίηση και επαγγελματισμό και τέλος γ) ενισχύει συνεργασίες μεταξύ παρόχων (δικτύωση, clusters) για δημιουργία ολοκληρωμένων εμπειριών. Την ίδια στιγμή μπορεί κανείς να υποστηρίξει το γεγονός πως η κρατική προώθηση μπορείς ταυτόχρονα να χρησιμεύσει ως εργαλείο οικοδόμησης εμπιστοσύνης των επισκεπτών έναντι των υπηρεσιών εναλλακτικού τουρισμού και αυτό συμβαίνει για τους εξής λόγους: α) λειτουργεί ως εγγυητής της αξιοπιστίας των παρόχων, β) αναδεικνύει πρότυπα ασφάλειας και βιωσιμότητας και τέλος γ) ενισχύει την θεσμική νομιμοποίηση του προϊόντος.

Με δεδομένο πως η ΜΤ των απαντήσεων των συμμετεχόντων/ουσών στην παρούσα έρευνα εμφάνισε τη χαμηλότερη τιμή (3.26) - με απόλυτη τιμή το 5 - ειδικότερα στην Υποκλίμακα 5: Στρατηγική προώθησης εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη από κρατικούς φορείς θα πρέπει να εξαχθεί το συμπέρασμα πως δεν αποτελεί ένα στοιχείο υψηλής αποτίμησης από πλευράς των συμμετεχόντων/ουσών στην παρούσα ερευνητική διαδικασία η όλη προσπάθεια των κρατικών φορέων (είτε η αναφορά γίνεται σε φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης είτε η αναφορά γίνεται σε φορείς της Κεντρικής Κυβέρνησης) για την προώθηση του εναλλακτικού τουρισμού ειδικά στη Σαντορίνη. Το συγκεκριμένο στοιχείο είναι πολυπαραγοντικό και φυσικά ενέχει και ένα στοιχείο τυχαιότητας καθώς μπορεί να υπήρχαν έντυπα ενημερωτικά φυλλάδια ως προς τα σημεία και τις δράσεις εναλλακτικού τουρισμού, που είτε να είχαν εξαντληθεί είτε να μην πέρασαν οι συμμετέχοντες / ουσες στην παρούσα ερευνητική διαδικασία από τα σημεία διανομής τους. Ωστόσο υπό την αυτή λογική θα μπορούσαν και να μην έχουν διανεμηθεί καθόλου σχετικά ενημερωτικά έντυπα από αρμόδιους κρατικούς φορείς και για αυτό να είναι χαμηλή και η αποτίμηση των ερωτηθέντων. Την ίδια στιγμή θα πρέπει να γίνει σαφές πως στην εποχή της ψηφιακής επανάστασης και της ολικής σχεδόν ψηφιοποίησης της πληροφορίας θα έπρεπε να υπάρχουν στις επίσημες ιστοσελίδες είτε των φορέων της Τοπικής Αυτοδιοίκησης είτε των φορέων της Κεντρικής Κυβέρνησης ειδικές καταχωρήσεις για την προώθηση του εναλλακτικού τουρισμού συγκεκριμένα. Συνεπώς, μια τέτοια ενέργεια θα μπορούσε να αυξήσει και το θετικό πρόσημο στις απαντήσεις των συμμετεχόντων/ουσών στην παρούσα ερευνητική διαδικασία. Αυτή η διαπίστωση συγκλίνει με τις πρακτικές προώθησης στον τουρισμό, που περιλαμβάνονται στη μελέτη Tsiotsou

(2014), και αναφέρουν την κρισιμότητα της διαδικασίας εφαρμογής της προώθησης μέσω στοχευμένων διαφημιστικών προβολών στο κοινό – στόχο. Δυνητικά θα μπορούσε να συνδέεται και με το στάδιο ελέγχου, που αναφέρεται στη μελέτη Tsiotsiou (2014) όπου αναλύεται η κρισιμότητα της μέτρησης των αποτελεσμάτων τέτοιων διαφημιστικών ενεργειών.

Την ίδια στιγμή και η Υποκλίμακα 6: Σχέση επισκεπτών εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη με παρόχους αυτών έχει μια θετική μεν αλλά όχι εξαιρετική αποτίμηση από πλευράς των συμμετεχόντων/ουσών στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας (3.49 με απόλυτη τιμή το 5). Αυτό δείχνει μια ικανή προσπάθεια, που γίνεται από πλευράς των παρόχων των δράσεων εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη, ωστόσο ξεκάθαρα αφήνει και περιθώρια βελτίωσης και αυτό το στοιχείο συνάδει με τα αναγραφόμενα στη μελέτη Moza & Ban (2022), που ειδικότερα αναφέρουν την ανάγκη εφαρμογής ειδικών μέτρων προώθησης τουριστικών προϊόντων (μεταξύ των οποίων συγκαταλέγονται και οι δράσεις εναλλακτικού τουρισμού) με έμφαση στις πρακτικές εξατομικευμένων πωλήσεων, αυξημένης παρουσίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αλλά και τήρηση blogs σχετικού περιεχομένου.

Από τα όσα προαναφέρθηκαν γίνεται αντιληπτή η σύγκλιση αρκετών εκ των ευρημάτων της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας με αντίστοιχες αναφορές σε λοιπές προγενέστερες σχετικής θεματολογίας επιστημονικές δημοσιεύσεις, όπως αυτές παρατέθηκαν στο σκέλος της Βιβλιογραφικής Ανασκόπησης στην παρούσα Διπλωματική Εργασία.

8. Κεφάλαιο Όγδοο: Συμπεράσματα και Προτάσεις

8.1 Συμπεράσματα

Από τα όσα προαναφέρθηκαν στο κυρίως σκέλος της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας καθίσταται σαφές πως δόθηκε απάντηση σε όλα τα ερευνητικά ερωτήματα, που τέθηκαν. Σε κάποια από αυτά η απάντηση ήταν εξαιρετικά θετική ενώ σε κάποια άλλα η απάντηση ήταν μετρίως θετική. Σε ορισμένα επιμέρους ερωτήματα των Υποκλιμάκων, που χρησιμοποιήθηκαν η απάντηση ήταν ακόμη και αρνητική.

Συγκεκριμένα, όσον αφορά το Ερευνητικό Ερώτημα Νο1 σχετικά με το εάν και κατά πόσο ο εναλλακτικός τουρισμός στη Σαντορίνη έχει περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης η απάντηση είναι πως πρακτικά υπάρχουν και αυτό συνδέεται με το γεγονός πως οι ΜΤ των απαντήσεων, που δόθηκαν από τους / ις συμμετέχοντες / ουσες στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας ειδικότερα στην Υποκλίμακα 5: Στρατηγική προώθησης εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη από κρατικούς φορείς αλλά και την Υποκλίμακα 6: Σχέση επισκεπτών εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη με παρόχους αυτών ήταν από τις χαμηλότερες με 3.26 και 3.49 αντίστοιχα. Αυτές οι διαπιστώσεις οδηγούν στο συμπέρασμα πως υπάρχει σαφές περιθώριο βελτίωσης του συνόλου του εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη εκκινώντας από το επίπεδο της ανάδειξης αυτού και φθάνοντας έως και το επίπεδο της τελικής παροχής των σχετικών υπηρεσιών στο νησί. Την ίδια στιγμή και η ΤΑ στις εν λόγω Υποκλίμακες ήταν η υψηλότερη με 0.81 και 0.87 αντίστοιχα. Το γεγονός αυτό αποδεικνύει πως υπήρξε μια σημαντική ετερογένεια / απόκλιση ανάμεσα στις απαντήσεις των συμμετεχόντων / ουσών στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας και αυτό με σειρά του σημαίνει πως είτε κάτι δεν έχει ορθώς επικοινωνηθεί από τους κρατικούς φορείς αναφορικά με τον εναλλακτικό τουρισμό στη Σαντορίνη είτε απλώς δεν παρατηρείται ουδεμία σχετική ενέργεια από αυτούς αλλά και πως οι επαγγελματίες στο χώρο του εναλλακτικού τουρισμού δεν εργάζονται σε καθολικά υψηλό και αυστηρά επαγγελματικό επίπεδο.

Ως προς το Ερευνητικό Ερώτημα Νο2, που αφορά το κατά πόσο τα κίνητρα ενασχόλησης με τον εναλλακτικό τουρισμό συνδέονται είτε έμμεσα είτε άμεσα με το ζήτημα της βιωσιμότητας στον τουρισμό με τη ΜΤ των απαντήσεων των συμμετεχόντων / ουσών στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας να κυμαίνεται στο 4.31 - και

ούσα η υψηλότερη από τις αντίστοιχες των λοιπών Υποκλιμάκων – καθίσταται σαφές πως η αντίληψη, που σχηματίστηκε είναι σαφώς θετική ως προς τον πυρήνα του ερευνητικού ερωτήματος. Άλλωστε η συμπερίληψη ερωτήσεων, όπως η προαγωγή της επαφής με την αυθεντική μορφή της αγροτικής παραγωγής στο νησί, η ανακάλυψη αυθεντικών γεύσεων και όχι τυποποιημένων μορφών (ας μην λησμονείται πως η αμπελοκαλλιέργεια στη Σαντορίνη υπάρχει από την αρχαιότητα και λοιπές καλλιέργειες όπως η φάβα και τα τοματίνια έχουν μακρά παράδοση), αλλά και η ανακάλυψη της πραγματικής Σαντορίνης μακράν του μαζικού τουρισμού με προαγωγή του πολιτισμού και των τοπικών εθίμων ενισχύουν την οπτική της βιωσιμότητας στον τουρισμό.

Ως προς το Ερευνητικό Ερώτημα Νο3, που αφορά το κατά πόσο υπάρχουν ανασχετικοί παράγοντες στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη, η απάντηση είναι μετρίως θετική. Συγκεκριμένα, η MT των απαντήσεων των συμμετεχόντων / ουσών στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας κυμάνθηκε στο 3.55. Αυτή η διαπίστωση εδράζεται στο γεγονός πως αναγνωρίζεται από τους / ις συμμετέχοντες / ουσες το γεγονός πως υπάρχουν σημαντικοί ανασχετικοί παράγοντες, όπως για παράδειγμα: α) η ύπαρξη υπερτουρισμού, β) τα σαφή περιθώρια βελτίωσης των υποδομών στο νησί (π.χ. οδικό δίκτυο, λιμένας), γ) η ύπαρξη ακριβών τιμών στην παροχή των υπηρεσιών και τέλος δ) η αλλοίωση του περιβάλλοντος ένεκα της άναρχης δόμησης. Ωστόσο είναι ενθαρρυντικό το στοιχείο πως ναι μεν αυτοί όλοι οι παράγοντες αναγνωρίζονται αλλά δεν καταλήγουν να αποτελούν λόγο ουσιώδους απόρριψης της Σαντορίνης ως προορισμού εναλλακτικού τουρισμού.

Ως προς το Ερευνητικό Ερώτημα Νο4, που αφορά το κατά πόσο υπάρχει επίπτωση στο περιβάλλον της Σαντορίνης από τις δραστηριότητες του εναλλακτικού τουρισμού η απάντηση είναι πως ναι μεν υπάρχει αλλά δεν είναι τέτοια που να προκαλεί σημαντικό περιβαλλοντικό πρόβλημα. Ειδικότερα η MT των απαντήσεων των συμμετεχόντων / ουσών στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας κυμάνθηκε στο 3.22. Η δε ΤΑ κυμάνθηκε στο 0.53 αναδεικνύοντας μια σημαντική σύγκλιση ανάμεσα στις απόψεις των συμμετεχόντων / ουσών στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας. Συνεπώς, το συμπέρασμα, που εξάγεται είναι πως η όχληση που παρατηρείται στο φυσικό περιβάλλον από τις δράσεις του εναλλακτικού τουρισμού είναι απολύτως ελεγχόμενη. Φυσικά ένας ερευνητής οφείλει να εστιάζει στα ποιοτικά χαρακτηριστικά των

απαντήσεων και ως προς αυτό αναδεικνύεται πως παρά το γεγονός πως στην πλειοψηφία των περιπτώσεων η αποτίμηση ήταν χαμηλή υπήρξαν 2 συγκεκριμένες ερωτήσεις: α) εκείνη που αφορά την αλλοίωση των προσκηνυματικών χώρων αλλά και β) εκείνη που αφορά την αλλοίωση του φυσικού τοπίου από δυνητική δημιουργία off-road διαδρομών εναλλακτικού τουρισμού, όπου η αποτίμηση ήταν ιδιαίτερα υψηλή και αυτό στην πράξη αναδεικνύει μια υψηλή ανησυχία από πλευρά των συμμετεχόντων / ουσών στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας.

Ως προς το Ερευνητικό Ερώτημα Νο5, που αφορά το κατά πόσο υπάρχει επίπτωση στις τοπικές κοινωνίες της Σαντορίνης και ειδικότερα στα ήθη και έθιμά τους από τις δραστηριότητες του εναλλακτικού τουρισμού η απάντηση είναι ολικά σχεδόν αρνητική. Συγκεκριμένα, η MT των απαντήσεων των συμμετεχόντων / ουσών στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας κυμάνθηκε στο 2.07, αποτελώντας την πιο χαμηλή αποτίμηση ανάμεσα σε όλες τις Υποκλίμακες του ερευνητικού εργαλείου. Αυτή η τιμή σε συνδυασμό με την ΤΑ, που κυμάνθηκε μόλις στο 0.53 αναδεικνύοντας μια ικανή ομοιογένεια απόψεων ανάμεσα στις αντιλήψεις των συμμετεχόντων / ουσών στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας ως προς το συγκεκριμένο ζήτημα μπορεί να οδηγήσει στο συμπέρασμα πως οι δράσεις εναλλακτικού τουρισμού στο νησί της Σαντορίνης δεν επιφέρουν κάποια αξιοσημείωτη βλάβη στις τοπικές κοινωνίες. Μάλιστα, η χαμηλότερη τιμή στις εκτιμήσεις των συμμετεχόντων εμφανίστηκε στην ερώτηση, που είχε να κάνει με τις δυνητικές επιπτώσεις των δράσεων εναλλακτικού τουρισμού στην τοπική αγροτική παραγωγή.

Ως προς το Ερευνητικό Ερώτημα Νο6, που αφορά το κατά πόσο οι δημόσιες αρχές ενισχύουν την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού στη Σαντορίνη η απάντηση των συμμετεχόντων / ουσών στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας είναι μετρίως θετική. Η MT των απαντήσεων των συμμετεχόντων / ουσών ήταν 3.26 γεγονός που αποδεικνύει μεν πως υπάρχει μια προσπάθεια από τους κρατικούς φορείς αλλά ταυτόχρονα πως υπάρχουν και σαφή περιθώρια βελτίωσης. Μάλιστα, στοιχείο περαιτέρω αξιολόγησης από πλευράς κρατικών φορέων οφείλει να αποτελέσει η μεγάλη ΤΑ που κυμάνθηκε στο 0.81 γεγονός, που αποδεικνύει την ετερογένεια των αντιλήψεων των συμμετεχόντων / ουσών στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας.

Τέλος ως προς το Ερευνητικό Ερώτημα Νο7, που αφορά το κατά πόσο δίνουν οι πάροχοι δράσεων εναλλακτικών μορφών τουρισμού στη Σαντορίνη την αίσθηση της συνεχούς ανάπτυξης του θεσμού στο νησί η απάντηση και πάλι είναι μετρίως θετική. Συγκεκριμένα η ΜΤ των απαντήσεων κυμάνθηκε στο 3.49, στοιχείο που δείχνει μια σχετικά καλή εικόνα για τους επαγγελματίες, που προσφέρουν στις δράσεις εναλλακτικού τουρισμού αλλά με παράλληλη ύπαρξη ικανών περιθωρίων βελτίωσης των παρεχόμενων υπηρεσιών. Μάλιστα, στοιχείο περαιτέρω αξιολόγησης από πλευράς επαγγελματιών παροχής δράσεων εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη οφείλει να αποτελέσει η μεγαλύτερη ΤΑ που κυμάνθηκε στο 0.87 γεγονός, που αποδεικνύει την ετερογένεια των αντιλήψεων των συμμετεχόντων / ουσών στην ερευνητική διαδικασία της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας.

8.2 Προτάσεις για Ανάπτυξη Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού στη Σαντορίνη

Πέραν των όσων έχουν ήδη αναφερθεί στο κυρίως σώμα της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας σχετικά με τα ήδη υπάρχοντα είδη εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη, χρήσιμη κρίνεται στο σημείο αυτό η αποτύπωση και ορισμένων δυνητικών προτάσεων από πλευράς του γράφοντος αναφορικά με την υιοθέτηση νέων μορφών και πάνω από όλα ρεαλιστικά υλοποιήσιμων μορφών εναλλακτικού τουρισμού. Αυτές σαφώς θα μπορούσαν να ενσωματωθούν στο ήδη υπάρχον μείγμα των προσφερόμενων δράσεων εναλλακτικού τουρισμού και να δώσουν μια ευρύτερη πλειάδα επιλογών στους λάτρεις του εναλλακτικού τουρισμού, που επισκέπτονται το νησί για αυτό το λόγο.

Τυπικά, λοιπόν, παραδείγματα αυτών των εναλλακτικών μορφών τουρισμού είναι τα εξής:

Α) Εργασιακός Τουρισμός:

Αποτελεί αδιαμφισβήτητο στοιχείο πως οι εργασιακές συνθήκες κατά κύριο λόγο στην μετά Covid-19 εποχή έχουν αλλάξει σε ένα μεγάλο βαθμό επιτρέποντας την εξ αποστάσεως εργασία σε μια μεγάλη σειρά επαγγελμάτων. Αυτή η συνθήκη, μπορεί με τις κατάλληλες αλλαγές, που αφορούν την ολική αναβάθμιση των ψηφιακών υποδομών, τη δημιουργία χώρων από κοινού εργασίας (co-working spaces) και την προσφορά μακροχρόνιων διαμονών σε μη τουριστικοποιημένες περιοχές να αποτελέσουν πόλο έλξης για ψηφιακούς νομάδες (digital nomads) δίνοντας ώθηση στην οικονομική ανάπτυξη του νησιού καθόλη τη διάρκεια

του έτους ακόμη και πέρα από τους συνήθεις 6 μήνες (Μάιος – Οκτώβριος) της αιχμής της τουριστικής ζήτησης.

B) Καλλιτεχνικός Τουρισμός:

Η Σαντορίνη, με το μοναδικό της φως, την αρχιτεκτονική και το ηφαιστειακό τοπίο, μπορεί αδιαμφισβήτητα να αποτελέσει ανεξάντλητη πηγή έμπνευσης για καλλιτέχνες από όλα τα μέρη του κόσμου. Ο καλλιτεχνικός αυτός τουρισμός μπορεί να περιλαμβάνει: α) τη δημιουργία εργαστηρίων φωτογραφίας, ζωγραφικής ή κεραμικής, β) τη διαμονή καλλιτεχνών (artist residencies) με συμμετοχή τουριστών καθώς και γ) τη φιλοξενία εκθέσεων έργων τέχνης είτε τοπικών είτε διεθνών καλλιτεχνών. Απευθύνεται δε σε τουρίστες, που επιθυμούν να συμμετέχουν ενεργά σε δημιουργικές δραστηριότητες.

Γ) Εκπαιδευτικός Τουρισμός:

Αποτελεί απορίας άξιο το γεγονός πως ένα από πρώτα 3 σε επισκεψιμότητα μέρη της Ελλάδας με μεγάλη συνεισφορά στο ΑΕΠ της χώρας δεν αποτελεί σταθερή έδρα Πανεπιστημιακών Τμημάτων Τουριστικών Σπουδών. Συγκεκριμένα η Σαντορίνη μπορεί να αποτελέσει ένας πρώτης τάξεως πόλο έλξης τόσο θερινών πανεπιστημιακών θεματικών σεμιναρίων με έμφαση στον τουρισμό όσο και σχολικών ταξιδιών με αυστηρά βιωματικό χαρακτήρα. Μάλιστα, μπορούν να γίνουν και εκπαιδευτικά camps με θέμα το περιβάλλον, την ηφαιστειολογία αλλά και την αρχαιολογία προσελκύοντας έτσι νεανικά φοιτητικά κοινά από τα μεγαλύτερα Πανεπιστήμια του κόσμου με περιθώριο δυνητικών συνεργασιών με τοπικά Ακαδημαϊκά Τμήματα.

Δ) Κινηματογραφικός Τουρισμός (Film-Induced Tourism):

Παρά το γεγονός πως η Σαντορίνη έχει χρησιμοποιηθεί ως σκηνικό για πολλές διεθνείς κινηματογραφικές παραγωγές, αυτό μπορεί κανείς να ισχυρισθεί πως έως ώρας δεν έχει αξιοποιηθεί συστηματικά είτε από πλευράς των τοπικών φορέων είτε από πλευράς της Κεντρικής Διοίκησης και συγκεκριμένα του Υπουργείου Πολιτισμού αλλά και του Υπουργείου Τουρισμού. Στο πλαίσιο αυτό προτείνεται η διοργάνωση οργανωμένων ξεναγήσεων σε τοποθεσίες γυρισμάτων (movie sets), η διοργάνωση κινηματογραφικού φεστιβάλ με συμμετοχή εγχώριων και διεθνών παραγωγών. Τέλος σημαντική θέση θα πρέπει να διατηρεί η προσέλκυση ξένων παραγωγών με διευκολύνσεις (film office). Αυτό το είδος

τουρισμού μπορεί να απευθύνεται σε fans του σινεμά, ενώ μπορεί να ενισχύει και το διεθνές branding του νησιού.

Ε) Τουρισμός Πολυτελείας με Βιωσιμότητα (Eco-Luxury Tourism):

Με δεδομένο πως η Σαντορίνη έχει στη διάθεσή της τουριστικές εγκαταστάσεις υπερ-πολυτελείας θα μπορούσαν αυτές να συνδυαστούν με μια επαυξημένη οικολογική συνείδηση. Κοινώς θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν σκάφη με μηδενικό περιβαλλοντικό αποτύπωμα είτε για κατάλυμα είτε για εκδρομές. Θα μπορούσαν να διοργανώνονται γαστρονομικές εμπειρίες του τύπου farm-to-table με τοπικά προϊόντα. Την ίδια στιγμή θα μπορούσαν να αναδεικνύονται βιοκλιματικά καταλύματα με αυστηρές πράσινες πιστοποιήσεις ως χώροι φιλοξενίας των λεγόμενων «υπεύθυνων τουριστών».

ΣΤ) Τουρισμός Τεχνολογίας και Καινοτομίας:

Στο σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον θα μπορούσε η Σαντορίνη να αναδειχθεί σε προορισμό φιλοξενίας σημαντικών εκδηλώσεων τεχνολογίας, hackathons ή ακόμη και συνεδρίων καινοτομίας. Την ίδια στιγμή θα μπορούσαν να χρησιμοποιούνται σε ευρεία κλίμακα smart tourism εφαρμογές (επαυξημένης πραγματικότητας) κατά κύριο λόγο κατά τη διάρκεια ξεναγήσεων ενισχύοντας τις ψηφιακές εμπειρίες τεχνητής νοημοσύνης και βιωματικής μάθησης. Αυτή η πρακτική θα μπορούσε να προσελκύει start-ups, ερευνητές αλλά και νεανικό κοινό από ολόκληρο τον κόσμο.

Ζ) Ενσυνείδητος Τουρισμός (Conscious Tourism):

Το συγκεκριμένο είδος τουρισμού απευθύνεται σε ταξιδιώτες, που επιδιώκουν εσώτερη αναζήτηση, αυτογνωσία και βαθύτερη επαφή αφενός μεν με τον ίδιο τον τόπο αφετέρου δε με τα μέλη των τοπικών κοινωνιών. Αυτό μπορεί να συνδυαστεί με retreats ενσυνειδητότητας (awareness workshops), βιωματικές αφηγήσεις από ντόπιους για τον τρόπο με τον οποίο τελούνταν οι κοινωνικές επαφές και οι οικονομικές δραστηριότητες σε παλαιότερα χρόνια, όπου η ανθρώπινη επαφή ήταν πιο αυθεντική και η γη καλλιεργούνταν με πολύ πιο αγνό τρόπο με αποτέλεσμα την παραγωγή απόλυτα βιολογικών και διατροφικά ανώτερων τροφών.

8.3 Δημιουργία διαφημιστικής εκστρατείας προώθησης εναλλακτικών μορφών τουρισμού στη Σαντορίνη

Ακολουθώντας με βάση την επαγγελματική εμπειρία του γράφοντος την παρούσα Διπλωματική Εργασία στο χώρο της επαγγελματικής φωτογραφίας θα προταθεί η δημιουργία μιας νέας διαφημιστικής εκστρατείας προώθησης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στη Σαντορίνη, που συμπεριλαμβάνει ορισμένες από τις πιο σημαντικές μορφές εναλλακτικού τουρισμού, που προαναφέρθηκαν. Θα παρατεθεί, επίσης, και μια διαφημιστική αφίσα, που ανταποκρίνεται στην εν λόγω διαφημιστική εκστρατεία.

Συγκεκριμένα η διαφημιστική εκστρατεία μπορεί να περιλαμβάνει μεταξύ άλλων και τα ακόλουθα³:

Κεντρικό Σύνθημα της Διαφημιστικής Εκστρατείας: ***Discover Santorini... out of the box!!!***

Ξεφεύγοντας από τα τετριμμένα – Ζήσε τη Σαντορίνη αλλιώς!

Η Σαντορίνη είναι παγκοσμίως γνωστή για το ηλιοβασίλεμά της, τα λευκά σπίτια, τις μπλε σκεπές των εκκλησιών αλλά και την απaráμιλλη θέα στην καλντέρα. Όμως, πίσω από τα πολυφωτογραφημένα τοπία, κρύβεται ένας διαφορετικός κόσμος. Ένας κόσμος εμπειριών, αυθεντικότητας και βιωσιμότητας που περιμένει να τον ανακαλύψεις. Με το σύνθημα ***Discover Santorini...out of the box!!!***, προωθούμε μια νέα τουριστική ταυτότητα, που εστιάζει σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού, αυθεντικές εμπειρίες και ουσιαστική επαφή με τον τόπο, μακριά από τον κορεσμό του μαζικού τουρισμού.

Γιατί “out of the box”;

Γιατί προτείνουμε:

- Να ξεφύγεις από τις ώρες αιχμής με τον ατελείωτο συνωστισμό στα σοκάκια της Οίας και των Φηρών και να ανακαλύψεις τα λιγότερο διαφημισμένα χωριά του νησιού.

³ Τα πάντα θα παρατεθούν σε δεύτερο πρόσωπο ακριβώς όπως θα ενσωματώνονταν σε μια αληθινή διαφημιστική εκστρατεία απευθείας απευθυνόμενη σε δυνητικούς επισκέπτες του νησιού με διάθεση τέλεσης δράσεων εναλλακτικού τουρισμού είτε σε επαγγελματίες, που προσφέρουν τις εν λόγω δράσεις εναλλακτικού τουρισμού.

- Να αφήσεις τους στενούς δρόμους με την ατελείωτη κίνηση και να ζήσεις τη Σαντορίνη με τα πόδια, με το ποδήλατο ή ακόμη και με ένα αυθεντικό καΐκι παρά με μια λιμουζίνα ή ένα υπερπολυτελές σκάφος.
- Να γευτείς κρασί από ηφαιστειογενή αμπέλια μικρής παραγωγής, που είναι παράλληλα και το μοναδικό στον κόσμο για τη γεύση του που προέρχεται από το φυσικό θειάφι που πέφτει στα κλήματα προερχόμενο από το ηφαίστειο.
- Να ζυμώσεις ψωμί σε παραδοσιακό ξυλόφουρνο με την αυθεντική συνταγή των παλαιών Σαντορινιών.
- Να έρθεις σε επαφή με το φυσικό πλούτο του νησιού.
- Να μάθεις την ιστορία της μέσω των ανθρώπων της και όχι μέσα από διαφημιστικές καταχωρήσεις. Δηλαδή να γίνεις ένα με τις εμπειρίες ζωής, που έχει να εξιστορήσει ο τοπικός πληθυσμός.
- Να ανακαλύψεις την αυθεντική εμπειρία ενός υπόσκαφου σπιτιού μαθαίνοντας παράλληλα όλη την παραδοσιακή τεχνική, που κρύβεται πίσω από αυτό αλλά και τους πραγματικούς λόγους, που ανάγκαζαν τους κατοίκους άλλων εποχών να χτίζουν αυτούς τους χώρους βασιζόμενοι σε αυτήν την ιδιότυπη αρχιτεκτονική.

Εμπειρίες που προτείνουμε:

Η καμπάνια επικεντρώνεται σε τέσσερις βασικούς άξονες εναλλακτικών εμπειριών:

1. Αγροτουρισμός και Τοπική Γαστρονομία

- Επισκέψεις σε παραδοσιακά οινοποιεία και συμμετοχή στον τρύγο.
- Μαθήματα μαγειρικής με γιαγιάδες του νησιού.
- Περιηγήσεις σε αγροκτήματα και δοκιμή τοπικών προϊόντων όπως φάβα, ντοματάκι, μελιτζάνα.

2. Πεζοπορικός & Γεωτουρισμός

- Διαδρομές όπως Φηρά – Οία με ηφαιστειακή θέα, ή Άγιος Γεώργιος – Βλυχάδα.
- Ξεναγήσεις με γεωλόγους στον κρατήρα και στις ηφαιστειακές παραλίες.
- Εμπειρίες, που εστιάζουν στη μοναδική γεωμορφολογία του νησιού.

3. Καταδυτικός τουρισμός & Θαλάσσιος οικοτουρισμός

- Scuba Diving για την ανακάλυψη του βυθού της Σαντορίνης.
- Χρήση υποβρύχιου βαθυσκάφους με παράθυρα για την ανακάλυψη των μυστικών του ηφαιστειογενούς βυθού της Σαντορίνης.
- Περιπλάνηση με φιάλες οξυγόνου στα ναυάγια της Σαντορίνης.
- Καγιάκ στην καλντέρα και snorkeling σε ηφαιστειακούς σχηματισμούς.
- Δράσεις παρακολούθησης της θαλάσσιας ζωής και καθαρισμοί παραλιών.

4. Πολιτιστικός Τουρισμός

- Επισκέψεις με ξεναγήσεις αρχαιολόγων στα σημεία αρχαιολογικού ενδιαφέροντος.
- Ζωγραφική με ηφαιστειακά χρώματα και πηλό.
- Έμφαση στα μικρά Μουσεία, όπως το Ναυτικό ή το Μουσείο Προϊστορικής Θήρας.

Στρατηγική Καμπάνιας

Η καμπάνια ***Discover Santorini... out of the box!!!*** αξιοποιεί τα εξής κανάλια:

- Ψηφιακή Προβολή
- Instagram/TikTok Reels: αυθεντικές εμπειρίες προερχόμενες από ταξιδιώτες, που έχουν επισκεφθεί παλαιότερα το νησί.
- Youtube Mini-Docs: ιστορίες ντόπιων, που μεταφέρουν τον πολιτισμό του νησιού στις διάφορες εκφάνσεις αυτού.
- Facebook Campaigns: target κοινό 25–55, που ενδιαφέρεται για eco/sustainable travel.
- Έντυπο & Οπτικοακουστικό Υλικό (μέσα από τη δημιουργία mini-videos.
- Δημιουργία ενημερωτικών φυλλαδίων για ξενοδοχεία, info points, λιμάνια.
- Αφίσες με QR codes, που οδηγούν σε microsite εμπειριών.
- Διαφημιστικές συνεργασίες σε οικοτουριστικά περιοδικά (π.χ. “National Geographic Traveller”).

Συνεργασίες:

- Συνεργασία με τοπικούς παραγωγούς.
- Ανάδειξη επιχειρήσεων με τη χρήση ειδικού σήματος, που θα αναγράφει: *Santorini Out of the Box Approved Partner*.
- Συνεργασία με eco-influencers, bloggers και πλατφόρμες, όπως είναι το “Ecotourism Greece”.

Αναμενόμενα Οφέλη:

- Μείωση εποχικότητας: προσέλκυση επισκεπτών όλο το χρόνο και παράλληλη επαύξηση της τουριστικής πληρότητας με διασπορά έτους και όχι δμήνου, όπως συμβαίνει σήμερα.
- Διασπορά τουριστικού οφέλους σε όλο το νησί και όχι μόνο αυστηρά στις περιοχές της Οίας και των Φηρών.
- Ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και των μικρών παραγωγών.
- Επανατοποθέτηση της Σαντορίνης ως premium προορισμού αλλά αυτή τη φορά με βιώσιμο πρόσημο, που προωθείται μέσα από τις δράσεις εναλλακτικού τουρισμού.

Τελικό Μήνυμα:

Η Σαντορίνη δεν είναι μόνο το ηλιοβασίλεμα.

Είναι οι άνθρωποί της, είναι τα ανεξερεύνητα τοπία της, είναι η ιστορία της που χάνεται στα βάθη των αιώνων, είναι οι αυθεντικές εμπειρίες.

Είναι μια άλλη Σαντορίνη...

Out of the box!!!

Το δε διαφημιστικό φυλλάδιο (flyer) θα μπορούσε να είναι το εξής:

Εικόνα 29: Διαφημιστικό φυλλάδιο της εκστρατείας με τίτλο: *Discover Santorini.....out of the box!!!!*



Promotional Campaign for Alternative Tourism, Santorini
Step away from the postcard clichés and into the heart of a living island. Discover Santorini beyond the caldera, where tradition, nature, and authenticity come together. Walk ancient trails that wind through untouched villages and volcanic landscapes. Taste every bite of local cuisine, crafted with love and inherited recipes. Explore quiet vineyards and meet the hands that cultivate the land. Breathe in wellness under open skies, through yoga at sunrise or silent moments by the sea. Choose sustainable adventures that respect nature and support the local community. Dive into the stories and culture of this unique destination. Santorini is more than sunsets. It's an experience, a connection, a rediscovery.





Discover Santorini... out of the box!

"Hike. Taste. Breathe. Santorini."

"From volcanic roots to timeless skies."

"Santorini blooms beyond the caldera."

Campaign Objectives

The campaign "Discover Santorini... out of the box!" sets out to redefine the image of Santorini in the eyes of both international and domestic travelers. While the island is globally recognized for its iconic sunsets and luxurious caldera views, this initiative aims to shift attention toward alternative, authentic, and sustainable experiences that lie beyond the typical tourist trail.

- 1. Diversify the Tourism Offer
- 2. Extend the Tourism Season
- 3. Redistribute Visitor Flow Across the Island
- 4. Support Local Communities and Economies
- 5. Strengthen Santorini's Brand as a Sustainable Destination
- 6. Educate and Inspire Conscious Travelers
- 7. Leverage Digital Innovation for Smart Promotion

These objectives form the backbone of a strategic, inclusive, and sustainable shift in the way Santorini is perceived and experienced—not just as a destination, but as a journey into authenticity, culture, and connection.

Πηγή: Δημιουργία φυλλαδίου Ιωάννης Νιώρας © (2025)

Ο λόγος γίνεται για ένα trifold φυλλάδιο με συμπερίληψη: α) των βασικών συνισταμένων της προωθητικής εκστρατείας, β) των κεντρικών μηνυμάτων, που θέλουν οι δημιουργοί αυτής να περάσουν αφενός μεν στο κοινό στόχο αφετέρου δε στους επαγγελματίες παρόχους δράσεων εναλλακτικού τουρισμού στο νησί της Σαντορίνης και τέλος γ) τους 7 κυρίαρχους στόχους της συγκεκριμένης προωθητικής εκστρατείας του εναλλακτικού τουρισμού στο νησί της Σαντορίνης. Φυσικά, παρά το γεγονός πως έχουν αποτυπωθεί στο κυρίως σώμα της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας πάμπολλες κατηγορίες εναλλακτικού τουρισμού σε ένα περιορισμένης έκτασης διαφημιστικό / προωθητικό φυλλάδιο δεν είναι δυνατόν να συμπεριληφθούν πάνω από 4 εξ αυτών. Για αυτό και εστιάστηκε η προσοχή του γράφοντος στη συμπερίληψη των πιο δυναμικά κινούμενων εξ αυτών και με τις περισσότερες προοπτικές ανάπτυξης.

Στο πλαίσιο της εν λόγω διαφημιστικής προωθητικής εκστρατείας καθίσταται αναγκαίο να δημιουργηθεί και μια αφίσα, που: α) να συμπυκνώνει και να συμπεριλαμβάνει τα κυριότερα στοιχεία αυτής και β) να μπορεί να είναι τόσο διαφορετική, που να προσελκύει άμεσα και καταλυτικά την προσοχή των επισκεπτών της Σαντορίνης. Προς τούτο και η κεντρική διαφημιστική αφίσα, που δημιουργήθηκε κινείται προς αυτήν την κατεύθυνση και είναι ορατή στην Εικόνα 30, που ακολουθεί ευθύς αμέσως. Να διευκρινιστεί στο σημείο αυτό πως θα υπάρχει και έντυπη μορφή της ανηρτημένη σε σημεία με μεγάλη τουριστική κίνηση, όπως για παράδειγμα οι στάσεις των λεωφορείων στο νησί, το αεροδρόμιο του νησιού αλλά και ταυτόχρονη ψηφιακή προβολή αυτής υπ' ευθύνη και με χρηματοδότηση τόσο των φορέων της Τοπικής Αυτοδιοίκησης όσο και της Κεντρικής Κυβέρνησης με ευθεία παραπομπή στο Υπουργείο Τουρισμού.

Συνεπώς, η κεντρική διαφημιστική αφίσα προβολής θα μπορούσε να είναι η εξής:

Εικόνα 30: Διαφημιστική αφίσα της εκστρατείας *Discover Santorini.....out of the box!!!!*



Πηγή: Δημιουργία φυλλαδίου Ιωάννης Νιώρας © (2025)

Βιβλιογραφία

- Adventure (27.09.2024). *Το πλούσιο πρόγραμμα του Santorini Experience 2024!*. Διαθέσιμο στο: <https://www.adventure.com/index.php/deltia-typou/santorini-experience/item/10187-to-ploysio-programma-tou-santorini-experience-2024> [Τελευταία προσπέλαση: 17.12.2024]
- Alebaki, M., Psimouli, M., Kladou, S. & Anastasiadis, F. (2022). Digital Winescape and Online Wine Tourism: Comparative Insights from Crete and Santorini. *Sustainability* 14, 1-16.
- Alex in Wanderland (28.10.2014). *Diving in Greece: Submerged in Santorini*. Available at: <https://www.alexinwanderland.com/diving-in-santorini/> [Τελευταία προσπέλαση: 10.12.2024]
- Alonso, Y. & Liu, Y. (2012). Old wine region, new concept and sustainable development: winery entrepreneurs' perceived benefits from wine tourism on Spain's Canary Islands. *Journal of Sustainable Tourism* 20 (7), 991 - 1009.
- Altanea (04.12.2016). *Νέα Καμένη, ένα πρότυπο γεωλογικό πάρκο – φωτογραφίες*. Διαθέσιμο στο: https://atlantea.news/nea_kameni_ena_protupo_geologiko_parko/ [Τελευταία προσπέλαση: 08.12.2024]
- Avgeli, V., Soteriades, M. & Sakoualou, A. (2019). Wine Tourism in Santorini, Crete: Exploring the Behaviour, Motives, and Intentions of Wine Tourists. *Journal of Tourism and Hospitality Management* 7(2), 45 – 60.
- Beins, B. (2009). *Research methods: A tool for life* (2nd ed.). Boston, MA: Pearson.
- Cantoni, L., Malinverno, L., Adukaite, A. & De Rose, M. (2012). *Laghi e Monti Life: Progetto INTERREG PIT IntegraMedia 2007-2013*.
- Čaplová, Z. & Švábová, P. (2020). “IBM SPSS statistics” (pp. 343-352) in Obertová, Z., Stewart, A. & Cattaneo, C., *Statistics and Probability in Forensic Anthropology*. UK & USA: Academic Press.
- Carmichael, B. (2005). Understanding the wine tourism experience for winery visitors in the Niagara Region, Ontario, Canada. *Tourism Geographies* 7(2), 185 - 204.

- Constantoglou, M. & Klothaki, Th. (Sep.-Oct. 2021). How Much Tourism Is Too Much? Stakeholder's Perceptions on Overtourism, Sustainable Destination Management During the Pandemic of COVID-19 Era in Santorini Island Greece. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 9(5), 288 - 31
- Δανέζης, Ι. (2001). *Σαντορίνη - Θήρα, Θηρασιά, Ασπρονήσι, Ηφαίστεια*. Αθήνα: Αδάμ – Πέργαμος.
- Dawson, H., Holmes, M., Jacobs, H., & Wade, R. (2011). Wine tourism: Winery visitation in the wine appellations of Ontario. *Journal of Vacation Marketing* 17(3), 237 - 246.
- Dearden, Ph. & Harron, S. (1994). Alternative Tourism and Adaptive Change. *Annals of Tourism Research*, 2, pp. 81 – 102.
- Devi, P.S. (2017). *Research Methodology: A Handbook for Beginners*. India: Notion Press.
- Dilouambaka, E. (07.09.2017). *Locals Don't Want You to Visit This Mediterranean Island, Here's Why*. Available at: <https://theculturetrip.com/europe/greece/articles/locals-in-santorini-are-fed-up-with-tourists> [Τελευταία προσπέλαση: 26.12.2024]
- Drymoni, K., Browning, J., Pomonis, P. & Magganas, A. (2023). Historical accounts provide insight on the geological evolution of the 20th century eruptions at Santorini volcano, Greece. *Bulletin of Volcanology*, 85(70), 1 - 24.
- EKKE – Ομάδα Περιβάλλοντος (Ιούλιος 2016). *Ερευνητικό Πρόγραμμα: Ιαματικές Πηγές & Λουτρότοποι. Επισκόπηση Επισκεψιμότητας Λουτρικών Μονάδων 2005 -2015*. Αθήνα: EKKE.
- EKKE (National Centre of Social Research) and HSA (Hellenic Statistical Authority) (2017). *Panorama of Greek Census Data*. Available at: <https://panorama.statistics.gr/en/> [Τελευταία προσπέλαση: 10.12.2024]
- EKT (Δεκ.2010 – Ιαν.2011). *Ηθική και Δεοντολογία στην επιστημονική έρευνα*. Τεύχος 81.
- Erfurt – Cooper, P. (2010). Geotourism in Volcanic and Geothermal Environments: Playing with Fire? *Geoheritage*, 3(3), 187 – 193.
- Erfurt – Cooper, P., Sigurdsson, H. & Lopes, R. (2015). Volcanoes and Tourism. In H. Sigurdsson. *The Encyclopedia of Volcanoes*. USA: Academic Press [pp. 1295 - 1311].

ExploringGreece.gr (17.12.2024). *Ιαματικά Λουτρά Πλάκας*. Διαθέσιμο στο:

<https://www.exploring-greece.gr/el/show/45451/:ttd/IAMATIKA-LUTRA-PLAKAS>

[Τελευταία προσπέλαση: 17.12.2024]

Forbes (27.11.2024). *Santorini Experience: Η Σαντορίνη δίνει άλλη διάσταση στον αθλητικό τουρισμό*. Διαθέσιμο στο: <https://www.forbesgreece.gr/story/3886110/santorini-experience-i-santorini-dinei-alli-diastasi-ston-athlitiko-tourismo>

[Τελευταία

προσπέλαση: 17.12.2024]

Friedrich, W. (2009). *Santorini: Volcano, Natural History, Mythology*. Germany: Aarhus Universitetsforlag.

Gaki-Papanastassiou, K.& Papanastassiou, D. (2010). Volcano Tourism in Greece: Two case studies of volcano islands. In P. Erfurt – Cooper (Ed.). *Volcanic Tourist Destinations*. USA: Springer [pp.69 – 86].

Gersie, A. (1992). *Earth tales: Storytelling in Times of Change*. London: Green Prin.

Greek Gastronomy Guide (2024). *Παραδοσιακή Κουζίνα Σαντορίνης – Βασικά Τρόφιμα και Εμβληματικά Εδέσματα*. Διαθέσιμο στο:

<https://www.greekgastronomyguide.gr/santorini/paradosiaki-kouzina/> [Τελευταία

προσπέλαση: 15.12.2024]

Hoffman, S. (1976). The Ethnography of the Islands: Thera. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 268(1), 328 – 340.

Ίκκος, Α. & Κουτσός, Σ. (Απρίλιος 2024). *Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2023*. Αθήνα: ΙΝΣΕΤΕ.

ΙΝΣΕΤΕ / DELOITTE BUSINESS SOLUTIONS ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΣΥΜΒΟΥΛΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ / REMACO ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ (2021). *Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Σχέδια*

Δράσης – Προορισμός «Σαντορίνη». Διαθέσιμο στο: [https://insete.gr/wp-](https://insete.gr/wp-content/uploads/pdf/proorismoi/proorismos-santorini.pdf)

[content/uploads/pdf/proorismoi/proorismos-santorini.pdf](https://insete.gr/wp-content/uploads/pdf/proorismoi/proorismos-santorini.pdf) [Τελευταία προσπέλαση:

17.12.2024]

ΙΝΣΕΤΕ (Δεκέμβριος 2023). *Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου – Ετήσια Έκθεση*

ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2022. Αθήνα: ΙΝΣΕΤΕ.

Ioannidis, J. (2007). Limitations are not properly acknowledged in the scientific literature. *Journal of Clinical Epidemiology*, 60(4), 324 – 329.

Israel, M. & Hay, I. (2006). *Research Ethics for Social Scientists: Between ethical conduct and regulatory compliance*. UK & USA: SAGE Publications.

Izah, S., Sylva, L. & Hait, M. (2024). Cronbach's Alpha: A Cornerstone in Ensuring Reliability and Validity in Environmental Health Assessment. *ES Energy & Environment*, 23(1057), 1 – 14.

Japan Atlas Nature (2010). *Fuji Hakone Izu National Park*.

Jonker, J. και Pennink, B. (2010). *The Essence of Research Methodology: A Concise Guide for Master and PhD Students in Management Science*. UK και USA: Springer Science και Business Media.

Karakatsanis, S., D'Alessandro, W., Kyriakopoulos, K. & Voudouris, K. (2011). Chemical characterization of the thermal springs along the South Aegean volcanic arc and Ikaria island. In Lambrakis, N., Stournaras, G., Katsanou, K. (eds). *Advances in the Research of Aquatic Environment*. Environmental Earth Sciences. Springer, Berlin, Heidelberg [pp. 239 – 247]

Καραμολέγκου, Μ. (2008). *Θρησκευτικός Τουρισμός, η περίπτωση της Σαντορίνης*. Κρήτη: ΑΤΕΙ Κρήτης – Σχολής Διοίκησης και Οικονομίας – Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων.

Καραμολέγκου, Μ. (2011). *Ιαματικός τουρισμός & η ανάπτυξή του στην περίπτωση της Σαντορίνης*. Ηράκλειο: ΑΤΕΙ Ηρακλείου Κρήτης.

Kaurav, R., Gursoy, D. & Chowdhary, N. (2020). *An SPSS Guide for Tourism, Hospitality and Events Researchers*. USA & UK: Taylor & Francis.

Lagarias, A., Stratigea, A. & Theodora, Y. (04.07.2023). *Overtourism as an emerging threat for sustainable island communities. Exploring indicative examples from the South*

- Aegean Region, Greece*. Announcement in ICCSA 2023 International Conference on Computational Science and its Applications.
- Lichrou, M., O'Malley, L. & Patterson, M. (2017). Making Santorini: reflecting on the past, imagining the future. *Journal of Place Management and Development*, 10(2).
- Lindberg, K., Wood Megan E., Engeldrum, D. (1998). *Ecotourism: a Guide for Planners and Managers*. North Bennington, Vermont: The Ecotourism Society
- Long, L.M. (Ed.). (2004). *Culinary Tourism*. Lexington: University Press of Kentucky
- Mangold, G.W., Faulds, J.D. (2009). Social Media: the new hybrid element of the promotional mix. *Business Horizons*, 52(4), 357 - 365.
- Μανωλέσου, Α. (2015). *Στατιστικοί έλεγχοι κανονικότητα*. Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών.
- Marinatos, S. (1939). The Volcanic Destruction on Minoan Crete. *Antiquity*, 13, 425 - 439.
- Marzo-Navarro, M.; Pedraja-Iglesias, M. (2021). Use of a winery's website for wine tourism development: Rioja region. *Int. J. Wine Bus. Res.* 33, 523 – 544.
- Μαυρίδης, Δ. (2024). *Επαγωγική Στατιστική*. Πανεπιστημιακές Σημειώσεις για το Παιδαγωγικό Τμήμα Δημοτικής Εκπαίδευσης ελεύθερα διαθέσιμες στο: <https://esm.uoi.gr/wp-content/uploads/2019/06/%CE%95%CF%80%CE%B1%CE%B3%CF%89%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%A3%CF%84%CE%B1%CF%84%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE.pdf> [Τελευταία θέαση: 23.01.2025]
- Mendrinou, D., Choropanitis, I., Polyzou, O. & Karytsas, C. (2010). Exploring for geothermal resources in Greece. *Geothermics* 39(1), 124 – 137.
- Moiras, P., Mylonopoulos, D. & Kontoudaki, A. (2015). Gastronomy as a form of cultural tourism. a Greek typology. *TIMS Acta* 9(2), pp. 135 – 148.
- Moza, M. D. & Ban, O. (2022). Promotion in tourism: a brief history and guidelines of the new communication paradigm. *The Annals of the University of Oradea Economic Sciences*, 31(31), 14 – 24.

- Nikolskaya, E. Y., Blinova, E. A., Lepeshkin, V. A., Kulgachev, I. P. & Shadskaja, I. G. (2020). Strategy for the Promotion of a Tourism Product in the International Market. *International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology*, 11(2), 238-245.
- Nomikou, P., Pehlivanides, G., El Saer, A., Karantzalos, K., Stentoumis, C., Bejelou, K., Antoniou, V., Douza, M., Vlasopoulos, O., Monastiridis, K. and Dura, A. Novel Virtual Reality Solutions for Captivating Virtual Underwater Tours Targeting the Cultural and Tourism Industries. In *Proceedings of the 6th International Conference on Geographical Information Systems Theory, Applications and Management (GISTAM 2020)*, pp. 7 - 13.
- Nuzzo, R. (2014). Scientific method: Statistical errors. *Nature* 506(7487), 150 – 152.
- Πανάγου, Μ. (22.09.2024). Σε «τροχιά ανάπτυξης» ο ιαματικός τουρισμός – Οι 8 τοπ προορισμοί. Διαθέσιμο στο: <https://businessvoice.gr/epicheiriseis/783598/se-trochia-anaptyxis-o-iamatikos-tourismos-oi-8-top-proorismoι/> [Τελευταία προσπέλαση: 17.12.2024]
- Papadaki, E. (2024). Tourism Industry's Synergies with Cultural and Creative Industries as Marketing Tools: The Case Study of Film-Induced Tourism in Greece [pp. 401 – 410]. In Kavoura, A., Borges-Tiago, T. & Tiago, F. (Eds). *Strategic Innovative Marketing and Tourism. Current Trends and Future Outlook – 10th ICSIMAT, Ionian Islands, Greece, 2023*. Switzerland: Springer.
- Πανεπιστήμιο Κύπρου (2024). *Ηθική και δεοντολογία στην Έρευνα Ι. Η έρευνα, ο ερευνητής και οι αρχές ηθικής και δεοντολογίας*. Πανεπιστημιακές Σημειώσεις.
- Papadea, E. (2003). *The Image of Small Island Santorini as a 'Tourism Destination' as Perceived by International Tourists*. UK: University of Surrey.
- Pecáková, I. (2016). Pitfalls of Quantitative Surveys Online. *Acta Oeconomica Pragensia*, 24(6), 3-15.
- Πολύζος, Σ. (2011). *Περιφερειακή Ανάπτυξη*. Αθήνα: Κριτική.
- Πολύζος, Σ. (2015). *Αστική Ανάπτυξη*. Αθήνα: Κριτική.

- Poulaki, P., Bouzis, S., Vasilakis, N. & Valeri, M. (2023). Hiking Tourism in Greece. In M. Valeri (Ed.). *Sport and Tourism (New Perspectives in Tourism and Hospitality Management)*, Leeds, UK: Emerald Publishing Limited [pp. 95 – 112].
- Prabowo, R. (2022). Overtourism and Animal Abuse in Santorini. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2), 474 – 486.
- Pratt, M. (2011). *Profiling wine tourists, more than just demographics*. 6th AWBR International Conference. 9-10 June 2011, Bordeaux Management School, BEM, France.
- Pratt, M. (2014), *Four wine tourist profiles*. 8th International Conference. 28-30 June 2014, Geisenheim, Germany, Academy of Wine Business Research & Hochschule Geisenheim University.
- Rivera Escrich, M. (June 2019). *Promoting alternative tourism models to reduce pressures in the mediterranean region* [Policy factsheet - Part of the capitalization activities led by UN Environment - MAP - Plan Bleu in the framework of the EU's Interreg MED project BleuTourMed_C3. This study was conducted with the support of Interreg MED programme].
- Σαββάκης, Μ. (2023). Ζητήματα ηθικής και δεοντολογίας στην κοινωνική έρευνα. *Το Βήμα των Κοινωνικών Επιστημών*, ΚΑ΄(77), 94 – 112.
- Sarantakou, E. & Terkenli, Th. (2021). Non-Institutionalized Forms of Tourism Accommodation and Overtourism Impacts on the Landscape: The Case of Santorini, Greece. In Milano, C., Novelli, M. & Cheer, J. *Travel and Tourism in the Age of Overtourism*. London: Routledge.
- Scheffner-Hammer, C. (2011). The Importance of Participant Demographics. *American Journal of Speech-Language Pathology*, 20(4), 261.
- Skordili, S. & Tsakopoulou, K. (2019). Culinary tourism and rural development: exploring the dynamic of “the Greek Breakfast” initiative in Santorini. *The Greek Review of Social Research* 152, 209 – 216.

- Sotiriadis, M. D. & Varvaressos, S. (2015). A Strategic Analysis of the Greek Leisure Tourism: Competitive Position, Issues and Challenges. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. 6(1 S1). 319.
- Spilanis, I. & Vayanni, H. (2004). Sustainable tourism: utopia or necessity? The role of new forms of tourism in the Aegean Islands [pp. 269 – 291] in Bramwell B. (ed.). *Coastal Mass Tourism*. Clevedon: Channel View.
- Σπιλάνης, Γ. (2017). *Τουριστικό Παρατηρητήριο Σαντορίνης. Αποτύπωση της κατάστασης της τουριστικής δραστηριότητας και των επιπτώσεων της στον προορισμό, ανάλυση SWOT και εναλλακτικά σενάρια πολιτικής*. Μυτιλήνη: Πανεπιστήμιο Αιγαίου – Ειδικός Λογαριασμός Ερευνών – Εργαστήριο Τοπικής & Νησιωτικής Ανάπτυξης - Εργαστήριο Τουριστικών Μελετών & Ερευνών.
- Stanchev, R. (2018). *The most affected European destinations by over-tourism*. Spain: Universitat de les Illes Balears.
- Σύνδεσμος Δήμων Ιαματικών Πηγών Ελλάδας (2024). *Αναγνωρίσεις Ιαματικών Φυσικών Πόρων*. Διαθέσιμο στο: <https://thermalsprings.gr/iamatikoi-fysikoi-poroi/> [Τελευταία προσπέλαση: 17.12.2024]
- Szolnoki, G.; Dolan, R.; Forbes, S.; Thach, L.; Goodman, S. Using social media for consumer interaction: An international comparison of winery adoption and activity. *Wine Econ. Policy* 7, 109 – 119.
- Teide Parque Nacional (2006). *Justificación para la Inscripción – Número de Visitas en 2004 a los Destinos Geoturísticos Volcánicos más Importantes*.
- Topguide Greece (2024). *Τα μονοπάτια της Σαντορίνης: Μεγαλοχώρι – Λουτρά Πλάκας*. Διαθέσιμο στο: https://www.topoguide.gr/islands/southern_aegeo/advs_santorini/santorini_Megalochori_Loutra.php [Τελευταία προσπέλαση: 10.12.2024]
- Τσάρτας, Π. (2010). *Ελληνική Τουριστική Ανάπτυξη: Χαρακτηριστικά, Διερευνήσεις, Προτάσεις*. Αθήνα: Εκδ. Κριτική.
- Tsartas, P., Papatheodorou, A. & Vasileiou, M. (2014). Tourism Development and Policy in Greece. In C. Costa, E. Panyik & D. Buhalis (Eds). *European Tourism Planning and*

- Organisation Systems - The EU Member States. Bristol / Buffalo / Toronto: Channel View Publications [pp. 295 – 317].
- Τσιγγερλιώτης, Γ. (23.08.2024). «Υπερτουρισμός» ή «η χειρότερη σεζόν»; Απλά, καπιταλιστική τουριστική ανάπτυξη. Το παράδειγμα της Σαντορίνης. Διαθέσιμο στο: <https://www.902.gr/eidisi/arthra/372158/ypertoyrismos-i-i-heirotteri-sezon-apla-kapitalistiki-toyristiki-anaptyxi> [Τελευταία προσπέλαση: 23.12.2024]
- Tsiotsou, R. (2012). Introduction to Strategic Marketing in Tourism. [pp.xxxi – xl]. In Tsiotsou, R. & Goldsmith, R. (Eds). *Strategic Marketing in Tourism Services*. UK: Emerald.
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (2012). *Global Report on Food Tourism*, AM Reports, Vol. 4. Spain: UNWTO.
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (2018). *Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions*. Madrid: UNWTO.
- Whitehead, D., LoBiondo-Wood, G. & Haber, J. (2016). *Nursing and Midwifery Research: Methods and Appraisal for Evidence Based Practice*. Australia: Elsevier Australia.
- Wilson, J. (2014). *Essentials of business research: A guide to doing your research project*. UK & USA: Sage.
- Wolf, Ch., Joye, D., Smith, T. & Fu, Y. (2016). *The SAGE Handbook of Survey Methodology*. USA & UK: SAGE Publications.
- Υπουργείο Πολιτισμού (22.03.2021). *Ενάλια κιβωτός της Ιστορίας; Αποδίδονται 91 ναυάγια πλοίων και αεροπλάνων*. Διαθέσιμο στο: <https://www.culture.gov.gr/el/Information/SitePages/view.aspx?nID=3707> [Τελευταία προσπέλαση: 10.12.2024]
- ΦΕΚ Α' / 106 (15.07.2024). ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘΜ. 5121 - Ενίσχυση των τουριστικών υποδομών και της τουριστικής εκπαίδευσης, επικαιροποίηση του πλαισίου άσκησης του επαγγέλματος των ξεναγών και των χρονομεριστικών μισθώσεων, ρυθμίσεις τουριστικών φορέων και άλλες διατάξεις για την ενίσχυση του τουρισμού. Διαθέσιμο

στο: <https://sete.gr/wp-content/uploads/2024/07/fek-2024-tefxos-a-00106-downloaded-15-07-2024.pdf> [Τελευταία προσπέλαση: 17.12.2024]

Φωτιάδη, Ι. (29.10.2018). *Σαντορίνη, τα επιστημονικά δώρα του ηφαιστείου*. Διαθέσιμο στο: <https://www.kathimerini.gr/society/992086/santorini-ta-epistimonika-dora-toy-ifaisteioy/> [Τελευταία προσπέλαση: 16.12.2024]

Παράρτημα Α': Ερωτηματολόγιο απευθυνόμενο σε επισκέπτες της Σαντορίνης, που ασχολούνται με τον εναλλακτικό τουρισμό

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΚΑΤΑΘΕΣΗΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΣΕ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Καλείστε να συμμετάσχετε σε μία επιστημονική έρευνα του Μεταπτυχιακού Προγράμματος με τίτλο: Σπουδές στη Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΔΤΕ) της Σχολής Κοινωνικών Επιστημών του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου (ΕΑΠ).

- ❖ Μπορείτε να αποχωρήσετε από την έρευνα ανά πάσα στιγμή, χωρίς καμία συνέπεια και χωρίς να αιτιολογήσετε στον ερευνητή την αιτία της αποχώρησής σας.
- ❖ Τα ανωνυμοποιημένα δεδομένα της παρούσας έρευνας θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για την επιτυχή περάτωση της Διπλωματικής Εργασίας αλλά και για τυχόν μετέπειτα επιστημονική δημοσίευση, που μπορεί να προκύψει από το υλικό της Διπλωματικής Εργασίας και μόνο.

Για τυχόν απορίες σε θέματα αναφορικά με την επιστημονική έρευνα, μπορείτε να επικοινωνήσετε με τον υπεύθυνο ερευνητή στα κάτωθι στοιχεία:

ΙΩΑΝΝΗΣ ΝΙΩΡΑΣ

E-mail: std130407@ac.eap.gr

ΠΡΩΤΟ ΣΚΕΛΟΣ: ΚΥΡΙΩΣ ΣΩΜΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Υποκλίμακα Νο1: Κίνητρα επιλογής δράσης εναλλακτικού τουρισμού

Σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι τα παρακάτω κίνητρα επηρέασαν τη λήψη της απόφασής σας για την επιλογή ταξιδιού εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη;

		1	2	3	4	5
01	Η αναζήτηση νέων εμπειριών μακριά από τα τουριστικά τετριμμένα	☐	☐	☐	☐	☐
02	Η ανακάλυψη της πραγματικής Σαντορίνης	☐	☐	☐	☐	☐
03	Οι προκλήσεις της φύσης	☐	☐	☐	☐	☐
04	Η παρέα με άλλα άτομα που μοιράζονται την ίδια αγάπη για εναλλακτικές δράσεις και άθληση πέρα από τα όρια	☐	☐	☐	☐	☐
05	Η επαφή με την αγροτική παραγωγή του νησιού στην αυθεντική της μορφή	☐	☐	☐	☐	☐
06	Η ανακάλυψη των αυθεντικών γεύσεων και όχι των τυποποιημένων τροφών	☐	☐	☐	☐	☐
07	Η ανακάλυψη του βυθού ενός νησιού ηφαιστειακού	☐	☐	☐	☐	☐
08	Η περιπέτεια πάνω σε ένα ενεργό ηφαιστειακό χώρο	☐	☐	☐	☐	☐

09	Η προστασία του περιβάλλοντος και της τοπικής κοινωνίας				☐	☐	☐	☐	☐
Επεξήγηση Επιλογών:	1	Δεν επηρέασε καθόλου							
	2	Επηρέασε λίγο							
	3	Επηρέασε αρκετά							
	4	Επηρέασε πάρα πολύ							
	5	Ήταν η κύρια αιτία ενασχόλησης με τον εναλλακτικό τουρισμό							
Υποκλίμακα Νο2: Κριτήρια υποθετικής απόρριψης επιλογής εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη									
Δηλώστε το βαθμό στον οποίο πιστεύετε πως θα επηρέαζαν την επιλογή ταξιδιού εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη οι ακόλουθες δηλώσεις:					1	2	3	4	5
10	Είναι ένα μέρος με υπερτουρισμό				☐	☐	☐	☐	☐
11	Οι υποδομές στο νησί (οδικό δίκτυο, λιμένας, αποκομιδή σκουπιδιών κ.α.) δεν μου προσδίδουν ασφάλεια				☐	☐	☐	☐	☐
12	Δεν είναι αναπτυγμένες στο βαθμό που θα ήθελα οι επιλογές εναλλακτικού τουρισμού που με προσελκύουν				☐	☐	☐	☐	☐
13	Έχω διαβάσει αρνητικές κριτικές για τον εναλλακτικό τουρισμό στη Σαντορίνη στα κοινωνικά δίκτυα αλλά και σε ιστοσελίδες αφιερωμένες στον εναλλακτικό τουρισμό				☐	☐	☐	☐	☐
14	Οι επαγγελματίες που προσφέρουν δράσεις εναλλακτικού τουρισμού στο νησί δεν φέρονται με σεβασμό στον πελάτη λόγω του όγκου των συμμετεχόντων				☐	☐	☐	☐	☐
15	Στο παρελθόν είχα εμπειρία εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη αλλά δεν θα ήθελα να την επαναλάβω				☐	☐	☐	☐	☐
16	Η Σαντορίνη αποτελεί έναν ακριβό ταξιδιωτικό προορισμό				☐	☐	☐	☐	☐
17	Η άναρχη τουριστική ανάπτυξη στο νησί δεν έχει επιδείξει σεβασμό στην βιωσιμότητα του περιβάλλοντος και των τοπικών κοινωνιών και δεν θέλω ακόμη και με δράσεις εναλλακτικού τουρισμού να συμμετέχω σε επιδείνωση της κατάστασης				☐	☐	☐	☐	☐
Επεξήγηση Επιλογών:	1	Δεν επηρέασε καθόλου							
	2	Επηρέασε λίγο							
	3	Επηρέασε αρκετά							
	4	Επηρέασε πάρα πολύ							
	5	Ήταν η κύρια αιτία μη ενασχόλησης με τον εναλλακτικό τουρισμό							
Υποκλίμακα Νο3: Αντίκτυπος των δράσεων εναλλακτικού τουρισμού στο περιβάλλον									
Κατά πόσο συμφωνείτε με τις ακόλουθες δηλώσεις:					1	2	3	4	5
18	Ο ηφαιστειακός τουρισμός προκαλεί αλλοίωση του φυσικού τοπίου στο νησί της Καμμένης				☐	☐	☐	☐	☐
19	Προκαλούνται ζημιές στις οινοκαλλιέργειες από την τακτική επισκεψιμότητα				☐	☐	☐	☐	☐

20	Τα extreme σπορ, όπως οι καταδύσεις επηρεάζουν την ισορροπία στο θαλάσσιο οικοσύστημα	☐	☐	☐	☐	☐
21	Αλλοιώνεται η αυθεντικότητα των προσκνημάτων με την παρουσία πληθώρας επισκεπτών ιδίως σε προορισμούς υψηλής επισκεψιμότητας όπως η Σαντορίνη	☐	☐	☐	☐	☐
22	Αλλοιώνεται το φυσικό τοπίο για να δημιουργηθούν πεζοπορικές διαδρομές στη Σαντορίνη	☐	☐	☐	☐	☐
23	Αλλοιώνεται το φυσικό τοπίο για να δημιουργηθούν off road διαδρομές στη Σαντορίνη	☐	☐	☐	☐	☐
24	Όπου δημιουργούνται αναρριχητικές διαδρομές υπάρχει όχληση στα ζώα της περιοχής που αναγκάζονται να απομακρυνθούν για να ζήσουν ήρεμα και να αναπαραχθούν	☐	☐	☐	☐	☐
Επεξήγηση Επιλογών:	1	Διαφωνώ Απόλυτα				
	2	Διαφωνώ				
	3	Ούτε Συμφωνώ / Ούτε Διαφωνώ				
	4	Συμφωνώ				
	5	Συμφωνώ Απόλυτα				
Υποκλίμακα Νο4: Αντίκτυπος των δράσεων εναλλακτικού τουρισμού στην τοπική κοινωνία						
Κατά πόσο συμφωνείτε με τις ακόλουθες δηλώσεις;		1	2	3	4	5
25	Οι δράσεις εναλλακτικού τουρισμού επιδεινώνουν την ήρεμη και ανεμπόδιστη καθημερινή διαβίωση των τοπικών κοινωνιών στη Σαντορίνη	☐	☐	☐	☐	☐
26	Οι δράσεις εναλλακτικού τουρισμού έχουν αρνητική επίδραση στα ήθη και τα έθιμα των κατοίκων της Σαντορίνης	☐	☐	☐	☐	☐
27	Οι δράσεις εναλλακτικού τουρισμού απειλούν την τοπική αγροτική οικονομία	☐	☐	☐	☐	☐
28	Οι δράσεις εναλλακτικού τουρισμού απειλούν την τοπική γαστρονομία λόγω της μαζικότητας	☐	☐	☐	☐	☐
Επεξήγηση Επιλογών:	1	Διαφωνώ Απόλυτα				
	2	Διαφωνώ				
	3	Ούτε Συμφωνώ / Ούτε Διαφωνώ				
	4	Συμφωνώ				
	5	Συμφωνώ Απόλυτα				
Υποκλίμακα Νο5: Στρατηγική προώθησης του εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη από τους αρμόδιους κρατικούς φορείς						
Κατά πόσο συμφωνείτε με τις ακόλουθες δηλώσεις;		1	2	3	4	5

29	Το Ελληνικό κράτος μέσα από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού διαφημίζει τον εναλλακτικό τουρισμό στην Ελλάδα με επάρκεια σε διεθνές επίπεδο και έχω δει σημαντικές καταχωρήσεις τόσο σε έντυπη όσο και σε ηλεκτρονική μορφή ακόμη και στη χώρα διαμονής μου	☐	☐	☐	☐	☐
30	Υπάρχει λεπτομερής ενημέρωση από τους φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης της Σαντορίνης με τη μορφή ενημερωτικών φυλλαδίων σε όλα τα σημεία διαμονής επισκεπτών αλλά και μέσα από δια ζώσης ενημερωτικές δράσεις σε καίρια σημεία του νησιού	☐	☐	☐	☐	☐
31	Είναι εμφανής η στήριξη των αρμόδιων κρατικών φορέων σε δράσεις εναλλακτικού τουρισμού μέσα από ειδικές ταμπέλες, που το δεικνύουν αυτό και είναι καίρια τοποθετημένες για να τις βλέπει ο επισκέπτης	☐	☐	☐	☐	☐
32	Οι επιχειρηματίες παροχής δράσεων εναλλακτικού τουρισμού ενισχύονται κρατικά για την αύξηση των επιλογών που παρέχουν στους επισκέπτες	☐	☐	☐	☐	☐
Επεξήγηση Επιλογών:	1	Διαφωνώ Απόλυτα				
	2	Διαφωνώ				
	3	Ούτε Συμφωνώ / Ούτε Διαφωνώ				
	4	Συμφωνώ				
	5	Συμφωνώ Απόλυτα				
Υποκλίμακα Νο6: Σχέση των επισκεπτών που επιζητούν δράσεις εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη με τους παρόχους αυτών και δυνητικές προοπτικές ανάπτυξης						
Κατά πόσο συμφωνείτε με τις ακόλουθες δηλώσεις;		1	2	3	4	5
33	Οι επιχειρηματίες, που προσφέρουν δράσεις εναλλακτικού τουρισμού, έχουν δυναμική παρουσία και υπάρχει πληθώρα επιλογών	☐	☐	☐	☐	☐
34	Από προηγούμενες επισκέψεις μου στο νησί της Σαντορίνης αλλά και από όσα μου έχουν αναφέρει σχετικά γνωστοί και φίλοι από παλαιότερες επισκέψεις τους συνάντησα πολύ περισσότερες επιλογές εναλλακτικού τουρισμού κατά την πολύ πρόσφατη επίσκεψή μου στο νησί της Σαντορίνης	☐	☐	☐	☐	☐
35	Οι επιχειρηματίες, που προσφέρουν δράσεις εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη δείχνουν υψηλό επίπεδο γνώσης του αντικειμένου ειδικεύσής τους και νιώθω ασφαλής να τους εμπιστευόμαι	☐	☐	☐	☐	☐
36	Υπάρχει σωστή οργάνωση και εξοπλισμός σε όλες τις δράσεις που μου παρείχαν οι επιχειρηματίες του εναλλακτικού τουρισμού στη Σαντορίνη	☐	☐	☐	☐	☐
Επεξήγηση Επιλογών:	1	Διαφωνώ Απόλυτα				
	2	Διαφωνώ				

	3	Ούτε Συμφωνώ / Ούτε Διαφωνώ
	4	Συμφωνώ
	5	Συμφωνώ Απόλυτα

ΔΕΥΤΕΡΟ ΣΚΕΛΟΣ: ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ			
37	Φύλο	Άνδρας	☐
		Γυναίκα	☐
38	Ηλικιακή Ομάδα	18 – 29 ετών	☐
		30 – 39 ετών	☐
		40 – 49 ετών	☐
		50 – 59 ετών	☐
		60 – 69 ετών	☐
		≥ 70 ετών	☐
39	Μηνιαίο Εισόδημα	≤ 0 € (με εγγραφή στα Μητρώα Ανέργων της Δημόσιας Υπηρεσίας Απασχόλησης - ΔΥΠΑ)	☐
		≤ 500 €	☐
		501 – 1.000 €	☐
		1.001 – 2.000 €	☐
		2.001 – 3.000 €	☐
		≥ 3.000 €	☐
40	Μορφωτικό Επίπεδο	Κάτοχος Απολυτηρίου Β'βάθμιας Εκπαίδευσης	☐
		Κάτοχος Προπτυχιακού Τίτλου Σπουδών	☐
		Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Σπουδών	☐
		Κάτοχος Διδακτορικού Τίτλου Σπουδών	☐
41	Επαγγελματική Κατάσταση	Άνεργος/η	☐
		Φοιτητής/τρια	☐
		Εργαζόμενος/η Μερικής Απασχόλησης	☐

		Εργαζόμενος/η Πλήρους Απασχόλησης σε εργοδότη εκτός οικογένειας	☐
		Εργαζόμενος Πλήρους Απασχόλησης σε Οικογενειακή Επιχείρηση	☐
		Συνταξιούχος	☐
42	Πόσες φορές έχετε συμμετάσχει και στο παρελθόν σε δράση εναλλακτικού τουρισμού;	1	☐
		2	☐
		3	☐
		≥ 4	☐

Παράρτημα Β': Ερωτηματολόγιο απευθυνόμενο σε επισκέπτες της Σαντορίνης, που ασχολούνται με τον εναλλακτικό τουρισμό (αγγλική του εκδοχή)

DECLARATION OF CONSENT TO PARTICIPATE IN SCIENTIFIC RESEARCH						
You are invited to participate in a scientific research project of the Postgraduate Programme entitled: Studies in Tourism Business Administration (TBA) of the School of Social Sciences of the Hellenic Open University (Hellenic Open University). ❖ You can withdraw from the research at any time, without any consequence. and without giving the researcher a reason for your withdrawal. ❖ The anonymised data from this survey will be used The anonymised data from this research will be used exclusively for the successful completion of the Thesis and for Any subsequent scientific publication that may result from the material of the Dissertation only. For any questions regarding scientific research, you can contact the researcher in charge at the following details: IOANNIS NIORAS E-mail: std130407@ac.eap.gr						
FIRST PART: MAIN BODY OF THE QUESTIONNAIRE						
FACTOR No 1: Incentives for choosing alternative tourism action						
To what extent do you think that the following motives affected your decision to choose an alternative tourism trip to Santorini?		1	2	3	4	5
01	The search for new experiences away from the tourist trivia	☐	☐	☐	☐	☐
02	The discovery of the real Santorini	☐	☐	☐	☐	☐
03	The challenges of nature	☐	☐	☐	☐	☐
04	The company of other people who share the same love for inclusive activities and sport beyond the limits	☐	☐	☐	☐	☐
05	The contact with the agricultural production of the island in its authentic form	☐	☐	☐	☐	☐
06	The discovery of authentic flavours rather than standardised foods	☐	☐	☐	☐	☐
07	The discovery of the seabed of a volcanic island	☐	☐	☐	☐	☐
08	The adventure on an active volcanic site	☐	☐	☐	☐	☐

09	Protecting the environment and the local community	☐	☐	☐	☐	☐
Explanation of Options:	1	No affect				
	2	Minor affect				
	3	Moderate affect				
	4	Major affect				
	5	It was the main reason for engaging in alternative tourism				
FACTOR No2: Criteria for rejecting the alternative tourism option in Santorini						
Please state the extent to which you think the following statements affect the choice of alternative tourism travel to Santorini?		1	2	3	4	5
10	It's a place with over-tourism	☐	☐	☐	☐	☐
11	The infrastructure on the island (road network, port, garbage collection etc.) cannot make me feel secure	☐	☐	☐	☐	☐
12	The alternative tourism options that attract me are not developed to the extent I would like	☐	☐	☐	☐	☐
13	I have read negative reviews about alternative tourism in Santorini on social networks and websites dedicated to alternative tourism	☐	☐	☐	☐	☐
14	The professionals who offer alternative tourism activities on the island do not treat the customer with respect due to the volume of participants	☐	☐	☐	☐	☐
15	In the past I had experience of alternative tourism in Santorini but I would not like to repeat it	☐	☐	☐	☐	☐
16	Santorini is an expensive travel destination	☐	☐	☐	☐	☐
17	The anarchic tourism development on the island has not shown respect for the sustainability of the environment and for local communities and I do not want to participate in the deterioration of the situation even with alternative tourism actions.	☐	☐	☐	☐	☐
Explanation of Options:	1	No affect				
	2	Minor affect				
	3	Moderate affect				
	4	Major affect				
	5	It was the main reason for engaging in alternative tourism				
FACTOR No 3: Impact of alternative tourism actions on the environment						
How far do you agree with the following statements?		1	2	3	4	5
18	Volcanic tourism causes alteration of the natural landscape on the island of Kammeni	☐	☐	☐	☐	☐
19	Wine-growing is damaged by regular visitors	☐	☐	☐	☐	☐
20	Extreme sports such as scuba diving affect the balance in the marine ecosystem	☐	☐	☐	☐	☐

21	The authenticity of the pilgrimages is altered by the presence of a large number of visitors especially in high-traffic destinations such as Santorini	☐	☐	☐	☐	☐
22	The natural landscape is being altered to create hiking trails in Santorini	☐	☐	☐	☐	☐
23	The natural landscape is being altered to create off-road routes in Santorini	☐	☐	☐	☐	☐
24	Where climbing routes are created, there is a nuisance to the animals of the area that are forced to move away in order to live in peace and breed	☐	☐	☐	☐	☐
Explanation of Options:	1	Strongly disagree				
	2	Disagree				
	3	Neither agree on disagree				
	4	Agree				
	5	Strongly agree				
FACTOR #4: Impact of alternative tourism activities on the local community						
How far do you agree with the following statements?		1	2	3	4	5
25	Alternative tourism activities deteriorate the peaceful and unhindered daily life of local communities in Santorini	☐	☐	☐	☐	☐
26	Alternative tourism activities have a negative impact on the customs and traditions of the inhabitants of Santorini	☐	☐	☐	☐	☐
27	Alternative tourism actions threaten the local rural economy	☐	☐	☐	☐	☐
28	Alternative tourism actions threaten local gastronomy due to mass tourism	☐	☐	☐	☐	☐
Explanation of Options:	1	Strongly disagree				
	2	Disagree				
	3	Neither agree or disagree				
	4	Agree				
	5	Strongly agree				
FACTOR #5: Strategy for the promotion of alternative tourism in Santorini by the relevant governmental bodies						
How far do you agree with the following statements?		1	2	3	4	5
29	The Greek state through the Greek National Tourism Organisation advertises alternative tourism in Greece with competence on an international level and I have seen important advertisements both in print and electronic form even in my country of residence.	☐	☐	☐	☐	☐

30	There is detailed information from the Local Authorities of Santorini in the form of information leaflets at all the visitor's accommodation points and through face-to-face information actions at key points of the island.	☐	☐	☐	☐	☐
31	The support of the competent state bodies in alternative tourism actions is evident through special signs, which indicate this and are placed in a prominent position for the visitor to see.	☐	☐	☐	☐	☐
32	Alternative tourism operators are supported by the state to increase the options available to visitors	☐	☐	☐	☐	☐
Explanation of Options:	1	Strongly disagree				
	2	Disagree				
	3	Neither agree or disagree				
	4	Agree				
	5	Strongly agree				
FACTOR #6: Relationship between visitors seeking alternative tourism activities in Santorini and their providers and potential development prospects						
How far do you agree with the following statements?		1	2	3	4	5
33	Entrepreneurs, who offer alternative tourism activities, have a dynamic presence and there is a wealth of options	☐	☐	☐	☐	☐
34	From my previous visits to the island of Santorini and from what I have been told by friends and acquaintances from previous visits, I came across many more alternative tourism options during my very recent visit to the island of Santorini.	☐	☐	☐	☐	☐
35	The entrepreneurs who offer alternative tourism activities in Santorini show a high level of knowledge of their field of expertise and I feel safe to trust them.	☐	☐	☐	☐	☐
36	There is proper organization and equipment in all the actions provided to me by the alternative tourism entrepreneurs in Santorini	☐	☐	☐	☐	☐
Explanation of Options:	1	Strongly disagree				
	2	Disagree				
	3	Neither agree or disagree				
	4	Agree				
	5	Strongly agree				
SECOND PART: SOCIO-DEMOGRAPHIC DATA						

37	Gender	Man	☐
		Woman	☐
38	Age Group	18 – 29 years	☐
		30 – 39 years	☐
		40 – 49 years	☐
		50 – 59 years	☐
		60 – 69 years	☐
		≥ 70 years	☐
39	Monthly Income	≤ 0 € (with registration in the Unemployment Register)	☐
		≤ 500 €	☐
		501 – 1.000 €	☐
		1.001 – 2.000 €	☐
		2.001 – 3.000 €	☐
		≥ 3.000 €	☐
40	Educational Level	Holder of a Baccalaureate of Secondary Education	☐
		Holder of an Undergraduate Degree	☐
		Holder of a Master's degree	☐
		Doctoral degree holder	☐
41	Working Condition	Unemployed	☐
		Student	☐
		Part-time employee	☐
		Full-time employee at an employer outside the family	☐
		Full-time employee in a family business	☐
		Retired	☐
42	How many times	1	☐

	have you participated in alternative tourism activities in the past?	2	☐
		3	☐
		≥ 4	☐

Υπεύθυνη Δήλωση Συγγραφέα:

Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν. 1599/1986 και τα άρθρα 2,4,6 παρ. 3 του Ν. 1256/1982, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής εργασίας και δεν προσβάλλει κάθε μορφής πνευματικά δικαιώματα τρίτων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον και πληρούν τους κανόνες της επιστημονικής παράθεσης