



Σχολή Κοινωνικών Επιστημών
Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών
Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων

Διπλωματική Εργασία

«Η συμβολή του μοντέλου Slow & Regenerative Tourism στη
βιώσιμη ανάπτυξη τουριστικών προορισμών: Η περίπτωση της
Μυτιλήνης»

Σπυριδούλα Θάνου

Επιβλέπουσα καθηγήτρια: Δρ. Γεωργία Ζούνη

Αθήνα, Σεπτέμβριος 2026

© Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, 2017

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.

«Η συμβολή του μοντέλου Slow & Regenerative Tourism στη
βιώσιμη ανάπτυξη τουριστικών προορισμών: Η περίπτωση της
Μυτιλήνης»

Θάνου Σπυριδούλα

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια

Δρ. Γεωργία Ζούνη

Επίκουρη Καθηγήτρια, Παν. Πειραιώς

Μέλος ΣΕΠ, ΕΑΠ

Συν-Επιβλέπων Καθηγητής:

Δρ. Μαρινάκος Κωνσταντίνος

Αναπληρωτής Καθηγητής,

Παν.Δυτ.Αττικής

Μέλος ΣΕΠ, ΕΑΠ

Αθήνα, Σεπτέμβριος 2026

Αφιερώνω τη διπλωματική μου εργασία στις αγαπημένες μου κόρες, **Ναυσικά** και **Φλώρα**, με βαθιά ευγνωμοσύνη για τη δύναμη και την έμπνευση που μου προσφέρουν καθημερινά. Με όλη μου την αγάπη, εύχομαι να πορεύονται στη ζωή με πίστη στις δυνατότητές τους και τη βεβαιότητα ότι μπορούν να πραγματοποιήσουν κάθε τους όνειρο!!!

Ευχαριστώ θερμά την επιβλέπουσα καθηγήτριά μου κα Ζούνη Γεωργία, για την πολύτιμη καθοδήγηση, την εμπιστοσύνη και την επιστημονική της συμβολή καθ' όλη τη διάρκεια της εκπόνησης της παρούσας διπλωματικής εργασίας!!!

Περίληψη

Η παρούσα διπλωματική εργασία διερευνά τη σχέση μεταξύ Ήπιου (Slow) και Αναγεννητικού (Regenerative) τουρισμού και της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, καθώς και τον ρόλο τους στη διαμόρφωση της πρόθεσης επίσκεψης στη Μυτιλήνη ως τουριστικό προορισμό. Στόχος της μελέτης είναι η κατανόηση των στάσεων και συμπεριφορών των επισκεπτών απέναντι σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού, η αξιολόγηση της εικόνας της Μυτιλήνης και η διερεύνηση των παραγόντων που επηρεάζουν την ταξιδιωτική πρόθεση. Η έρευνα βασίζεται σε ποσοτική προσέγγιση με τη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου και δείγμα 151 συμμετεχόντων. Τα δεδομένα αναλύθηκαν με περιγραφική και επαγωγική στατιστική (παραγοντική ανάλυση, συσχετίσεις, παλινδρόμηση και μη παραμετρικούς ελέγχους). Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι οι συμμετέχοντες υιοθετούν σε σημαντικό βαθμό χαρακτηριστικά του Ήπιου Τουρισμού δίνοντας έμφαση στη χαλάρωση, στην επαφή με τη φύση και στην αυθεντική εμπειρία, ενώ οι πρακτικές Αναγεννητικού Τουρισμού εμφανίζονται πιο περιορισμένες σε επίπεδο γνώσης και εφαρμογής, αν και οι στάσεις απέναντι στη βιωσιμότητα είναι ιδιαίτερα θετικές. Η Μυτιλήνη αξιολογείται ως προορισμός με ισχυρή δυναμική για ήπιο τουρισμό και υψηλή πιθανότητα επαναεπίσκεψης, με την πρόθεση επίσκεψης να επηρεάζεται κυρίως από την εικόνα και την προβολή του προορισμού. Επιπλέον, διαπιστώνεται θετική αλλά ασθενής συσχέτιση μεταξύ Ήπιου και Αναγεννητικού Τουρισμού, υποδηλώνοντας συμπληρωματικότητα των δύο προσεγγίσεων. Συνολικά, η μελέτη καταλήγει ότι η ενίσχυση βιώσιμων, εμπειρικών και τοπικά προσανατολισμένων μορφών τουρισμού μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στη βιώσιμη ανάπτυξη της Μυτιλήνης και στην ενδυνάμωση της τοπικής οικονομίας και κοινωνίας.

Λέξεις – Κλειδιά: Slow tourism, Regenerative tourism, Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, Μυτιλήνη

Abstract

This thesis investigates the relationship between slow and regenerative tourism and sustainable tourism development, as well as their role in shaping the intention to visit Mytilene as a tourist destination. The aim of the study is to understand visitors' attitudes and behaviours toward alternative forms of tourism, to evaluate the image of Mytilene, and to explore the factors influencing travel intention. The research is based on a quantitative approach using a structured questionnaire and a sample of 151 participants. The data were analysed using descriptive and inferential statistics (factor analysis, correlations, regression analysis, and non-parametric tests). The results show that participants significantly adopt characteristics of slow tourism, emphasizing relaxation, contact with nature, and authentic experiences, while regenerative tourism practices appear more limited in terms of knowledge and application, although attitudes toward sustainability are highly positive. Mytilene is evaluated as a destination with strong potential for slow tourism and a high likelihood of repeat visitation, with visit intention being mainly influenced by the destination's image and promotion. In addition, a positive but weak correlation is found between slow and regenerative tourism, indicating the complementarity of the two approaches. Overall, the study concludes that strengthening sustainable, experiential, and locally oriented forms of tourism can substantially contribute to the sustainable development of Mytilene and the enhancement of the local economy and society.

Keywords: Slow tourism, Regenerative tourism, Sustainable tourism development, Mytilene

Περιεχόμενα

Περίληψη	v
Abstract	vi
Περιεχόμενα.....	vii
Κατάλογος Εικόνων / Σχημάτων	x
Κατάλογος Πινάκων	xii
Εισαγωγή.....	1
1. Θεωρητικό Πλαίσιο	5
1.1. Ιστορική αναδρομή και εξέλιξη του τουρισμού	5
1.1.1 Ο Τουρισμός ανά τους αιώνες: Σύνοψη ιστορική αναδρομή	5
1.1.2 Η τουριστική ανάπτυξη στην πάροδο των χρόνων	6
1.1.3 Μεταστροφή στις προτιμήσεις των ταξιδιωτών και σύγχρονες τάσεις στον τουρισμό	7
1.2. Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και βιώσιμος τουρισμός	11
1.2.1 Η έννοια της Βιώσιμης Τουριστικής Ανάπτυξης.....	11
1.2.2 Η έννοια και τα χαρακτηριστικά του βιώσιμου τουρισμού	12
1.2.3 Η αναγκαιότητα υιοθέτησης βιώσιμων μορφών τουριστικής ανάπτυξης.....	16
1.3 Έπιος και Αναγεννητικός Τουρισμός και η σχέση τους με τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη	19
1.3.1 Έπιος Τουρισμός: αρχές, στόχοι, δημοφιλία και συμβολή στους προορισμούς	19
1.3.2. Αναγεννητικός Τουρισμός: έννοια, αρχές και συμβολή στη βιώσιμη ανάπτυξη	25
2. Παρουσίαση τουριστικού προορισμού: Η περίπτωση της Μυτιλήνης.....	29

2.1 Παρουσίαση της Μυτιλήνης ως προορισμού τουριστικού ενδιαφέροντος	29
2.1.1 Γενικά χαρακτηριστικά της Λέσβου και της πόλης της Μυτιλήνης.....	29
2.1.2 Η πρόσβαση στην Μυτιλήνη.....	31
2.1.3 Τουριστικοί προορισμοί και σημεία ενδιαφέροντος στη Μυτιλήνη.....	37
2.2 Δραστηριότητες ήπιου τουρισμού	45
2.2.1 Ανάπτυξη ποικίλων μορφών τουρισμού στην Μυτιλήνη.....	45
2.2.2 Πολιτιστικός και ιστορικός τουρισμός	46
2.2.3 Γαστρονομικός τουρισμός	47
2.2.4 Περιπατητικές Διαδρομές	48
2.2.5 Παρατήρηση πουλιών	51
2.2.6 Αναρρίχηση	52
2.2.7 Διαλογισμός και Yoga	53
2.3 Ψηφιακή Προβολή του Προορισμού	54
2.3.1 Προβολή της Μυτιλήνης σε ταξιδιωτικούς ιστότοπους	54
2.3.2 Παρουσίαση Ιστοσελίδων και Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης του προορισμού	63
3. Μεθοδολογία	73
3.1 Ερευνητική Προσέγγιση	73
3.2. Ερευνητικοί στόχοι, Ερευνητικό Εργαλείο και Μέθοδος Δειγματοληψίας	74
3.3. Ερευνητικά ερωτήματα και Εννοιολογικό Μοντέλο	77
4. Αποτελέσματα ποσοτικής έρευνας.....	82
4.1. Περιγραφική στατιστική ανάλυση	82
4.2. Διερευνητική παραγοντική ανάλυση.....	106
4.3. Έλεγχος κανονικότητας	116

4.4. Μη παραμετρικοί έλεγχοι	116
4.5. Μη παραμετρικές συσχετίσεις	118
4.6. Παλινδρόμηση.....	118
5. Συζήτηση	120
6. Συμπεράσματα.....	127
6.1. Περιορισμοί και Προτάσεις για Μελλοντική Έρευνα	130
6.2. Πρακτικές Προτάσεις Δράσης για τη Διαχείριση του Προορισμού	132
6.2.1 Στρατηγική αναδιοργάνωση του τοπικού αναπτυξιακού οργανισμού	133
6.2.2 Ανάπτυξη και προώθηση της γεωλογικής και ιαματικής κληρονομιάς	133
6.2.3 Δημιουργία τοπικών δικτύων ήπιας γαστρονομίας	134
6.2.4 Ενδυνάμωση της τοπικής κοινότητας μέσω συμμετοχικών δικτύων	134
6.2.5 Στοχευμένη ψηφιακή στρατηγική	134
6.2.6 Ανάπτυξη υποδομών ήπιας μετακίνησης.....	135
Βιβλιογραφία	136
Ιστοσελίδες.....	143
Παράρτημα Α: «Το ερωτηματολόγιο της έρευνας»	145

Κατάλογος Εικόνων / Σχημάτων

Εικόνα 1 Δορυφορική Εικόνα της Λέσβου (Πηγή: https://el.wikipedia.org)	30
Εικόνα 2 Γεωγραφική θέση του αερολιμένα της Μυτιλήνης όπως αποτυπώνεται στους χάρτες της google (Πηγή: https://www.mjt-airport.gr/)	32
Εικόνα 3 Πίνακας αναχωρήσεων από τον αερολιμένα της Μυτιλήνης την 11/05/2026 (Πηγή: https://www.mjt-airport.gr/el)	33
Εικόνα 4 Πίνακας αφίξεων από τον αερολιμένα της Μυτιλήνης την 11/05/2026 (Πηγή: https://www.mjt-airport.gr/el)	34
Εικόνα 5 Ακτοπλοϊκά δρομολόγια από Πειραιά προς Μυτιλήνη (Πηγή: https://www.ferryhopper.com/)	35
Εικόνα 6 Θερινά δρομολόγια αστικού ΚΤΕΛ Μυτιλήνης για την περίοδο 2025 (Πηγή: https://astika-mitilinis.gr/wp-content/uploads/2025/06/therina2025.pdf)	37
Εικόνα 7 Το Κάστρο της Μυτιλήνης (Πηγή: https://www.mytilene.gr/aksiotheata/kastro-mytilinis/)	38
Εικόνα 8 Τα 10 καλύτερα αξιοθέατα της Μυτιλήνης (Πηγή: https://gofar.gr/p/mytilini-lesvos)	43
Εικόνα 9 Τα αξιοθέατα της Μυτιλήνης όπως προβάλλονται στον ιστότοπο Tripadvisor (Πηγή: https://www.tripadvisor.com.gr)	44
Εικόνα 10 Σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος στη Λέσβο σύμφωνα με το visitlesvos.gr (Πηγή: https://www.visitlesvos.gr/)	44
Εικόνα 11 Παρουσίαση περπατητικής διαδρομής στον ιστότοπο Visit Lesvos (Πηγή: https://www.visitlesvos.gr)	50
Εικόνα 12 Χάρτης παρατηρητηρίων πουλιών στο νησί της Λέσβου (Πηγή: https://www.visitlesvos.gr/activities/bird-watching/)	52
Εικόνα 13 Πληροφορίες καταλυμάτων όπως παρέχονται από την Tripadvisor (Πηγή: https://www.tripadvisor.com.gr)	57

Εικόνα 14 Πληροφορίες προηγούμενων επισκεπτών όπως προβάλλονται από την Tripadvisor (Πηγή: https://www.tripadvisor.com.gr)	57
Εικόνα 15 Βασικές πληροφορίες προορισμού όπως παρέχονται από τον gofar (Πηγή: https://gofar.gr)	59
Εικόνα 16 Παροχή πληροφοριών σχετικά με τις μέσες θερμοκρασίες και τον κατάλληλο ρουχισμό (Πηγή: https://gofar.gr)	60
Εικόνα 17 Βοηθός τεχνητής νοημοσύνης στον ιστότοπο Discover Greece (Πηγή: https://www.discovergreece.com/el/experiences/walking-tour-mytilene-lesvos)	62
Εικόνα 18 Θεματικές ενότητες προς τους επισκέπτες της επίσημης ιστοσελίδας του Δήμου Μυτιλήνης (Πηγή: https://www.mytilene.gr/)	65
Εικόνα 19 Οδηγός εκδηλώσεων του Δήμου Μυτιλήνης (Πηγή: https://www.mytilene.gr/)	67
Εικόνα 20 Στιγμιότυπο σελίδας του Instagram «StoNisi.gr» (Πηγή: https://www.instagram.com)	68
Εικόνα 21 Δημόσια ομάδα στο facebook «ΛΕΣΒΟΣ ΜΥΤΙΛΗΝΗ Η ΒΑΣΙΛΙΣΣΑ ΤΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ» (Πηγή: https://www.facebook.com)	69
Εικόνα 22 Επίσημη σελίδα του Δήμου Μυτιλήνης στο Facebook (Πηγή: https://www.facebook.com/MytileneMunicipality)	70

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1 Διαφορές αργών και τυπικών τουριστών (Πηγή: Enicbcmed.eu, 2020, Moira et al., 2017 & Petroman et al, 2021 στο Zouni & Katsanakis, 2024).....	23
Πίνακας 2 Σύνοψη ερευνητικών ερωτημάτων	77
Πίνακας 3 Γραφική απεικόνιση του ετήσιου αριθμού ταξιδιών	82
Πίνακας 4 Πόσο πιθανό είναι να επιλέξετε έναν προορισμό που ενδείκνυται για διακοπές ήπιου τουρισμού;.....	94
Πίνακας 5 Επιλογή ήπιου τουρισμού	95
Πίνακας 6 Γνώση και εφαρμογή αναγεννητικού τουρισμού.....	96
Πίνακας 7 Πόσο πιθανό είναι να επιλέξετε έναν προορισμό που ενδείκνυται για διακοπές αναγεννητικού τουρισμού;.....	96
Πίνακας 8 Συμμετοχή σε βιώσιμες πρακτικές και οφέλη.....	97
Πίνακας 9 Προτάσεις για την Μυτιλήνη.....	99
Πίνακας 10 Έλεγχοι KMO και Bartlett's Test	106
Πίνακας 11 Συνοπτικά αποτελέσματα ανάλυσης ιδιοτιμών και ποσοστού διακύμανσης	107
Πίνακας 12 Αποτελέσματα φορτίσεων (loadings).....	107
Πίνακας 13 Τιμές Cronbach's Alpha ανά παράγοντα	114
Πίνακας 14 Περιγραφή νέων παραγόντων.....	115
Πίνακας 15 Έλεγχος κανονικότητας	116
Πίνακας 16 Στατιστικά σημαντικές επιδράσεις δημογραφικών μεταβλητών	117
Πίνακας 17 Αποτελέσματα συσχετίσεων Spearman's Rho	118
Πίνακας 18 Αποτελέσματα παλινδρόμησης αρχικού μοντέλου.....	119
Πίνακας 19 Αποτελέσματα παλινδρόμησης βέλτιστου μοντέλου	119

Εισαγωγή

Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους και ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας, συμβάλλοντας ουσιαστικά στην οικονομική ανάπτυξη, στη δημιουργία θέσεων εργασίας και στην κοινωνική ευημερία. Ταυτόχρονα, η συνεχής αύξηση των τουριστικών ροών έχει δημιουργήσει σημαντικές προκλήσεις για τους τουριστικούς προορισμούς, καθώς η ανεξέλεγκτη τουριστική ανάπτυξη συχνά συνδέεται με περιβαλλοντικές πιέσεις, κοινωνικές ανισότητες και αλλοίωση της πολιτιστικής ταυτότητας των τοπικών κοινωνιών. Η ανάγκη εξισορρόπησης μεταξύ οικονομικής ανάπτυξης, προστασίας του περιβάλλοντος και διατήρησης της κοινωνικής συνοχής έχει αναδείξει τη βιώσιμη ανάπτυξη ως βασική προϋπόθεση για το μέλλον του τουρισμού. Για τον λόγο αυτό, η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη (*sustainable tourism development*) έχει αναδειχθεί σε βασικό πλαίσιο σχεδιασμού, καθώς επιδιώκει την ισόρροπη συνύπαρξη οικονομικής ευημερίας, κοινωνικής δικαιοσύνης και περιβαλλοντικής προστασίας.

Στο πλαίσιο αυτό, ο Ήπιος Τουρισμός (*Slow Tourism*) και ο Αναγεννητικός Τουρισμός (*Regenerative Tourism*) αποτελούν δύο διακριτές αλλά συμπληρωματικές προσεγγίσεις. Ο Ήπιος Τουρισμός εστιάζει στην ποιοτική εμπειρία, στους πιο ήπιους ρυθμούς, στη βαθύτερη γνωριμία με τον τόπο, στην τοπική γαστρονομία, στην πολιτισμική αυθεντικότητα και στη συμμετοχική εμπειρία του επισκέπτη. Αντίθετα, ο Αναγεννητικός Τουρισμός υπερβαίνει τη λογική του περιορισμού των αρνητικών επιπτώσεων και επιδιώκει ο τουρισμός να συμβάλλει ενεργά στην ενίσχυση των τοπικών οικοσυστημάτων, της κοινωνικής συνοχής, της πολιτιστικής ζωτικότητας και της τοπικής οικονομίας (Dickinson et al., 2011· Dredge, 2022· Bellato et al., 2022· Bellato & Pollock, 2025).

Παρότι οι δύο προσεγγίσεις συνδέονται με τη βιωσιμότητα, δεν είναι ταυτόσημες. Ο Ήπιος Τουρισμός αφορά κυρίως τον τρόπο με τον οποίο ο επισκέπτης βιώνει τον τόπο, ενώ ο Αναγεννητικός Τουρισμός αφορά ευρύτερα τη διακυβέρνηση, τη συμμετοχή της κοινότητας, την ανακατανομή της αξίας και τη δημιουργία θετικού αποτυπώματος στον προορισμό. Επομένως, η διερεύνηση των στάσεων των επισκεπτών απέναντι στις δύο

αυτές προσεγγίσεις είναι σημαντική για τον σχεδιασμό προορισμών που επιδιώκουν όχι μόνο να προσελκύουν επισκέπτες, αλλά και να δημιουργούν μακροχρόνια αξία για τις τοπικές κοινωνίες.

Η παρούσα διπλωματική εργασία εξετάζει τη συμβολή των αρχών του Ήπιου Τουρισμού και του Αναγεννητικού Τουρισμού στη βιώσιμη ανάπτυξη των τουριστικών προορισμών, εστιάζοντας στην περίπτωση της Μυτιλήνης. Η επιλογή της Μυτιλήνης ως μελέτη περίπτωσης βασίζεται στα ιδιαίτερα φυσικά, πολιτιστικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά της, τα οποία δημιουργούν ευνοϊκές προϋποθέσεις για την ανάπτυξη ήπιων και βιώσιμων μορφών τουρισμού. Παράλληλα, διερευνώνται οι αντιλήψεις και οι στάσεις των επισκεπτών απέναντι στις συγκεκριμένες μορφές τουρισμού και αξιολογείται ο βαθμός στον οποίο η Μυτιλήνη μπορεί να υποστηρίξει ένα μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης βασισμένο στις αρχές της βιωσιμότητας και της αναγέννησης των τοπικών πόρων.

Η εργασία οργανώνεται σε έξι βασικά κεφάλαια.

Στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζεται το θεωρητικό πλαίσιο της μελέτης. Αρχικά εξετάζεται η ιστορική εξέλιξη του τουρισμού και η τουριστική ανάπτυξη μέσα στον χρόνο, καθώς και οι μεταβολές στις προτιμήσεις και τις συμπεριφορές των ταξιδιωτών. Στη συνέχεια αναλύονται οι έννοιες της Βιώσιμης Τουριστικής Ανάπτυξης και του βιώσιμου τουρισμού, ενώ παράλληλα τεκμηριώνεται η αναγκαιότητα υιοθέτησης βιώσιμων μορφών τουριστικής ανάπτυξης. Τέλος, παρουσιάζονται οι θεωρητικές προσεγγίσεις του Ήπιου και του Αναγεννητικού Τουρισμού, οι βασικές αρχές τους, τα χαρακτηριστικά τους και η συμβολή τους στη βιώσιμη ανάπτυξη των τουριστικών προορισμών.

Το δεύτερο κεφάλαιο επικεντρώνεται στην παρουσίαση της Μυτιλήνης ως τουριστικού προορισμού. Αρχικά αναλύονται τα γενικά χαρακτηριστικά της Λέσβου και της πόλης της Μυτιλήνης, οι δυνατότητες πρόσβασης στον προορισμό και τα σημαντικότερα αξιοθέατα και σημεία ενδιαφέροντος. Στη συνέχεια παρουσιάζονται οι δραστηριότητες ήπιου τουρισμού που αναπτύσσονται στην περιοχή, όπως ο πολιτιστικός και ιστορικός τουρισμός, ο γαστρονομικός τουρισμός, οι περπατητικές διαδρομές, η παρατήρηση πουλιών, η αναρρίχηση, καθώς και δραστηριότητες ευεξίας όπως ο διαλογισμός και η

yoga. Το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με την Ψηφιακή Προβολή του Προορισμού (*Digital Destination Promotion*) σε ταξιδιωτικούς ιστότοπους και μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Το τρίτο κεφάλαιο αφορά τη μεθοδολογία της έρευνας. Παρουσιάζεται η ερευνητική προσέγγιση, οι στόχοι της μελέτης, το ερευνητικό εργαλείο και η μέθοδος δειγματοληψίας που ακολουθήθηκε. Επιπλέον, διατυπώνονται τα ερευνητικά ερωτήματα και παρουσιάζεται το εννοιολογικό μοντέλο της έρευνας. Τέλος, περιγράφονται αναλυτικά οι στατιστικές τεχνικές που χρησιμοποιήθηκαν για την επεξεργασία και ανάλυση των δεδομένων, όπως η περιγραφική στατιστική, ο έλεγχος αξιοπιστίας, η παραγοντική ανάλυση, οι συσχετίσεις, η γραμμική παλινδρόμηση και οι μη παραμετρικοί έλεγχοι διαφορών.

Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ποσοτικής έρευνας. Αναλύονται τα δημογραφικά χαρακτηριστικά και η τουριστική συμπεριφορά των συμμετεχόντων, εξετάζονται οι στάσεις τους απέναντι στον Ήπιο Τουρισμό, τον Αναγεννητικό Τουρισμό και τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, ενώ παράλληλα αξιολογείται η εικόνα της Μυτιλήνης ως τουριστικού προορισμού (*Destination Image*). Επιπλέον, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα των στατιστικών αναλύσεων που διερευνούν τις σχέσεις μεταξύ των υπό εξέταση μεταβλητών.

Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζεται τη Συζήτηση των αποτελεσμάτων, όπου ερμηνεύονται τα ευρήματα της έρευνας και συνδέονται με το θεωρητικό υπόβαθρο και προηγούμενες μελέτες.

Τέλος, στο έκτο κεφάλαιο παρατίθενται τα βασικά συμπεράσματα της έρευνας, οι περιορισμοί της μελέτης, καθώς και προτάσεις για μελλοντική ακαδημαϊκή έρευνα. Παράλληλα διατυπώνονται πρακτικές προτάσεις για τη διαχείριση και την τουριστική ανάπτυξη της Μυτιλήνης, με στόχο την ενίσχυση της βιωσιμότητας, την προώθηση του ήπιου και αναγεννητικού τουρισμού και τη μακροχρόνια ευημερία του προορισμού και της τοπικής κοινωνίας.

1. Θεωρητικό Πλαίσιο

1.1. Ιστορική αναδρομή και εξέλιξη του τουρισμού

1.1.1 Ο Τουρισμός ανά τους αιώνες: Σύντομη ιστορική αναδρομή

Οι απαρχές του τουρισμού μπορούν να εντοπιστούν στους αρχαίους πολιτισμούς όπου τα ταξίδια είχαν ως βασικό κινητήριο μοχλό το εμπόριο και τις θρησκευτικές υποθέσεις. Στην αρχαία Αίγυπτο και τη Μεσοποταμία, τα ταξίδια πραγματοποιούνταν κατά μήκος καθιερωμένων διαδρομών και υποστηρίζονταν από πρώιμες μορφές υποδομών φιλοξενίας, όπως τα καραβανσεράι¹ και οι ξενώνες. Οι κλασικοί πολιτισμοί της Ελλάδας και της Ρώμης πρόσθεσαν στοιχεία αναψυχής και πολιτιστικής εξερεύνησης. Οι Έλληνες ταξίδευαν για να παρακολουθήσουν αθλητικά και θρησκευτικά φεστιβάλ, ενώ οι Ρωμαίοι ανέπτυξαν ένα προηγμένο οδικό δίκτυο που επέτρεπε τα ταξίδια για αναψυχή, εκπαίδευση και υγεία, και συχνά επισκέπτονταν λουτρά, βίλες και παράκτια θέρετρα (Holloway & Humphreys, 2019).

Κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα, τα ταξίδια μειώθηκαν λόγω πολιτικής αστάθειας, αν και το θρησκευτικό προσκύνημα άκμασε ως κυρίαρχη μορφή κινητικότητας των ταξιδιωτών. Οι προσκυνητές ταξίδευαν σε προορισμούς όπως το Σαντιάγο ντε Κομποστέλα, η Ρώμη και η Ιερουσαλήμ, υποστηριζόμενοι από μοναστήρια και ξενώνες που προσέφεραν βασική διαμονή. Η Αναγέννηση επανάφερε τα ταξίδια που βασίζονταν στην εξερεύνηση, μαζί με την επέκταση των εμπορικών δικτύων και την εμφάνιση του Grand Tour. Από τον 17ο έως τον 19ο αιώνα, το Grand Tour επέτρεψε στις ευρωπαϊκές ελίτ να ταξιδέψουν σε όλη την ήπειρο για εκπαιδευτικό και πολιτιστικό εμπλουτισμό, θέτοντας τα θεμέλια του τουρισμού ως μορφή κοινωνικού και πολιτιστικού κεφαλαίου (Collins-Kreiner, 2010).

Η Βιομηχανική Επανάσταση σηματοδότησε μια σημαντική μεταστροφή του τουρισμού. Τεχνολογικές καινοτομίες όπως η ατμομηχανή, οι σιδηρόδρομοι και αργότερα το αυτοκίνητο ενίσχυσαν την κινητικότητα των ατόμων και διευκόλυναν τα μαζικά ταξίδια.

¹ Μίας μορφής πανδοχείο όπου το καραβάνι μπορούσε να ξεκουραστεί

Οι οργανωμένες εκδρομές της Thomas Cook στα μέσα του 19ου αιώνα επαγγελματοποίησαν τις τουριστικές υπηρεσίες και εισήγαγαν έννοιες όπως οι οργανωμένες διακοπές και τα τυποποιημένα δρομολόγια. Στις αρχές του 20ού αιώνα, οι εξελίξεις στην αεροπορία και η άνοδος του βιοτικού επιπέδου έθεσαν το σκηνικό για την παγκόσμια επέκταση του τουρισμού που ακολούθησε τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο (Smith, 1998; Şengel, 2021).

1.1.2 Η τουριστική ανάπτυξη στην πάροδο των χρόνων

Η τουριστική ανάπτυξη ιστορικά κινείται παράλληλα με την τεχνολογική πρόοδο, την οικονομική ανάπτυξη και τον κοινωνικό μετασχηματισμό. Κατά τη διάρκεια του 19ου αιώνα, η ανάπτυξη επικεντρώθηκε σε μεγάλο βαθμό στη δημιουργία δικτύων μεταφορών - πρώτα σιδηρόδρομοι και αργότερα αυτοκινητόδρομοι - τα οποία επέτρεψαν την εμφάνιση παραθαλάσσιων θέρετρων, λουτροπόλεων και αστικών προορισμών αναψυχής. Οι τουριστικές υποδομές αναπτύχθηκαν γύρω από κόμβους προσβασιμότητας όπως τους σιδηροδρομικούς σταθμούς, τα λιμάνια και αργότερα τα αεροδρόμια. Αυτή η περίοδος καθιέρωσε τους πρώτους επίσημους τουριστικούς προορισμούς που σχεδιάστηκαν για να φιλοξενήσουν σημαντικές ροές επισκεπτών (Page & Connell, 2020).

Στα μέσα του 20ού αιώνα, η ανάπτυξη στράφηκε προς τον μαζικό τουρισμό μεγάλης κλίμακας. Η εξέλιξη και καθιέρωση των αεροπορικών ταξιδιών, η ανάπτυξη των ταξιδιωτικών πρακτόρων και ο κρατικός περιφερειακός σχεδιασμός συνέβαλαν στην επέκταση των συγκροτημάτων θέρετρων και των παράκτιων τουριστικών ζωνών, ιδιαίτερα γύρω από τη Μεσόγειο. Οι κυβερνήσεις επένδυσαν σημαντικά σε ξενοδοχεία, αεροδρόμια και εκστρατείες μάρκετινγκ, ορίζοντας τον τουρισμό ως βασικό πυλώνα της οικονομικής ανάπτυξης. Αυτό το μοντέλο έδωσε έμφαση στον όγκο, την τυποποίηση και την προσβασιμότητα (UNWTO, 2019).

Από τα τέλη του 20ού αιώνα και έπειτα, η τουριστική ανάπτυξη διαφοροποιήθηκε. Η παγκοσμιοποίηση και η απελευθέρωση ενθάρρυναν τον ανταγωνισμό και την καινοτομία, ενώ οι ανησυχίες για την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση και τη βιωσιμότητα οδήγησαν σε στροφή προς εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως ο οικότουρισμός, ο αγροτικός

τουρισμός και ο πολιτιστικός τουρισμός. Οι προορισμοί άρχισαν να επικεντρώνονται στην προβολή του *place branding*², στον σχεδιασμό εμπειριών και στις στρατηγικές τουρισμού όλο το χρόνο. Οι ψηφιακές τεχνολογίες επιτάχυναν περαιτέρω την ανάπτυξη, επιτρέποντας τη δυναμική τιμολόγηση, τα διαδικτυακά κανάλια διανομής και τη διαχείριση των ροών επισκεπτών βάσει δεδομένων (Weaver, 2006).

1.1.3 Μεταστροφή στις προτιμήσεις των ταξιδιωτών και σύγχρονες τάσεις στον τουρισμό

Οι προτιμήσεις των ταξιδιωτών έχουν μεταμορφωθεί σημαντικά σε όλες τις ιστορικές περιόδους, αντανακλώντας βαθύτερες αλλαγές στις κοινωνικές αξίες, την τεχνολογική πρόοδο, την παγκόσμια κινητικότητα και τα πρότυπα τρόπου ζωής. Αυτές οι εξελισσόμενες προτιμήσεις δεν διαμορφώνουν απλώς τη ζήτηση, αλλά επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο οι προορισμοί αντιλαμβάνονται, σχεδιάζουν και διαχειρίζονται την τουριστική ανάπτυξη. Η κατανόηση αυτών των αλλαγών είναι κρίσιμη για την ερμηνεία της σύγχρονης ταξιδιωτικής συμπεριφοράς και την πρόβλεψη μελλοντικών τάσεων (Weaver, 2006).

Στις προβιομηχανικές κοινωνίες, οι προτιμήσεις συνδέονταν σε μεγάλο βαθμό με την κοινωνική τάξη. Ως εκ τούτου, τα ταξίδια ήταν κυρίως μια έκφραση κοινωνικού κύρους, προσωπικής βελτίωσης και εκπαιδευτικής προόδου. Νέοι αριστοκράτες ταξίδεψαν σε όλη την Ευρώπη για να συναντήσουν την κλασική τέχνη, την αρχιτεκτονική και την πνευματική ζωή, αντανακλώντας μια προτίμηση για πολιτιστική εμπάθυνση που είχε τις ρίζες της στον ελιτισμό και το συμβολικό κεφάλαιο. Τέτοια ταξίδια δεν υποκινούνταν από την αναψυχή με τη σύγχρονη έννοια, αλλά από την αναζήτηση κοινωνικής αναγνώρισης (Black, 2003).

Η Βιομηχανική Επανάσταση επαναπροσδιόρισε τις προτιμήσεις των ταξιδιωτών, καθώς η κινητικότητα έγινε πιο προσιτή σε ένα ευρύτερο τμήμα του πληθυσμού. Καθώς οι

² Προσαρμογή των τιμών σε πραγματικό χρόνο ανάλογα με τη ζήτηση, των ανταγωνισμό και την εποχικότητα.

βιομηχανικές πόλεις επεκτάθηκαν, τα άτομα αναζητούσαν όλο και περισσότερο έναν τρόπο διαφυγής από την κουραστική καθημερινότητα των αστικών κέντρων. Οι προτιμήσεις μετατοπίστηκαν προς την ανάπαυση, την υγεία και την έκθεση σε φυσικά τοπία. Τα παραθαλάσσια θέρετρα, οι λουτροπόλεις και τα ορεινά καταφύγια έγιναν δημοφιλείς προορισμοί, αντανakλώντας τις κοινωνικές ανησυχίες για την ευημερία και την επιθυμία για δομημένο ελεύθερο χρόνο. Με τις βελτιώσεις στις μεταφορές, ιδίως στα σιδηροδρομικά και αεροπορικά δίκτυα, οι ταξιδιώτες έδωσαν προτεραιότητα στην άνεση, την ταχύτητα και την προσιτή τιμή, στοιχεία που αργότερα κυριάρχησαν στα μοντέλα μαζικού τουρισμού (Walton, 2000).

Οι δεκαετίες που ακολούθησαν τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο σηματοδότησαν μια εποχή μαζικού τουρισμού, κατά την οποία οι προτιμήσεις στράφηκαν προς τυποποιημένα και οικονομικά προσιτά πακέτα διακοπών. Ο τουρισμός ήλιου και θάλασσας κυριάρχησε σε αυτήν την περίοδο, υποστηριζόμενος από την αναδυόμενη μεσαία τάξη και την αυξανόμενη διαθεσιμότητα αμειβόμενων διακοπών. Οι ταξιδιώτες αυτής της εποχής εκτιμούσαν την απλότητα και την ασφάλεια, με τα οργανωμένα ταξίδια να παρέχουν ένα ελεγχόμενο περιβάλλον που ελαχιστοποιούσε την αβεβαιότητα και τη λήψη αποφάσεων. Οι προτιμήσεις αντανakλούσαν την επιθυμία για απόδραση, χαλάρωση και άνεση, που διευκολύνονταν από τους ταξιδιωτικούς πράκτορες και τις μεγάλης κλίμακας υποδομές θέρετρων (Lickorish & Jenkins, 2007).

Ωστόσο, μέχρι τα τέλη του 20ού αιώνα, η καταναλωτική συμπεριφορά άρχισε να διαφοροποιείται καθώς οι ταξιδιώτες αναζητούσαν πιο εξατομικευμένες και ουσιαστικές εμπειρίες. Η μεταμοντέρνα θεωρία του τουρισμού υποδηλώνει ότι οι ταξιδιώτες απορρίπτουν ολοένα και περισσότερο ομοιογενή προϊόντα μαζικού τουρισμού και αντ' αυτού επιδιώκουν εμπειρίες που αντανakλούν την προσωπική ταυτότητα, τη συναισθηματική εμπλοκή και την πολιτιστική αυθεντικότητα. Τα ταξίδια περιπέτειας, η πολιτιστική εξερεύνηση, ο γαστρονομικός τουρισμός και οι κατασκηνώσεις ευεξίας αυξήθηκαν σε δημοτικότητα, υποδεικνύοντας μια μετατόπιση από την παθητική κατανάλωση στην ενεργή συμμετοχή. Οι ταξιδιώτες παρακινήθηκαν περισσότερο από την αυτοέκφραση, τη μάθηση και τις μετασχηματιστικές εμπειρίες, καταδεικνύοντας μια τάση

προς τον τουρισμό που βασίζεται στην εμπειρία και τον βιωματικό τουρισμό (MacCannell, 2013).

Η έλευση των ψηφιακών τεχνολογιών επιτάχυνε περαιτέρω αυτόν τον μετασχηματισμό. Η εξάπλωση του Διαδικτύου, των πλατφορμών ηλεκτρονικών κρατήσεων και του περιεχομένου που δημιουργείται από τους χρήστες αναμόρφωσε τη λήψη αποφάσεων και τις προσδοκίες των ταξιδιωτών. Οι ταξιδιώτες ανέπτυξαν προτιμήσεις για ευελιξία, διαφάνεια και πληροφορίες σε πραγματικό χρόνο, επιτρέποντάς τους να δημιουργούν εξατομικευμένα δρομολόγια αντί να βασίζονται σε προκαθορισμένα πακέτα διακοπών (Xiang & Gretzel, 2010; Buhalis & Law, 2008). Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης επηρέασαν την επιλογή προορισμού μέσω οπτικών αφηγήσεων και συστάσεων από ομοτίμους, ενώ τα εργαλεία ψηφιακής πλοήγησης και οι εφαρμογές για κινητά αύξησαν την αυτοπεποίθηση και την αυτονομία μεταξύ των ταξιδιωτών. Οι προτιμήσεις περιλαμβάνουν πλέον απρόσκοπτη ψηφιακή υποστήριξη, δυναμικές επιλογές τιμολόγησης και εξατομικευμένες προτάσεις που καθοδηγούνται από αλγοριθμικά συστήματα (Xiang & Gretzel, 2010).

Η εμφάνιση της οικονομίας διαμοιρασμού επηρέασε βαθιά τις σύγχρονες προτιμήσεις των ταξιδιωτών. Πλατφόρμες όπως το Airbnb, το HomeAway απευθύνονται σε ταξιδιώτες που εκτιμούν τις τοπικές, αυθεντικές και κοινωνικά ενσωματωμένες εμπειρίες που τα παραδοσιακά καταλύματα συχνά δεν μπορούν να προσφέρουν. Οι προτιμήσεις επικεντρώνονται ολοένα και περισσότερο στην εμπάθυση στην καθημερινή τοπική ζωή, την πολιτιστική αλληλεπίδραση και τη συμμετοχή της κοινότητας, αντανakλώντας ευρύτερες τάσεις προς την βιωματική αυθεντικότητα και τις εναλλακτικές μορφές διαμονής και κινητικότητας (Guttentag, 2015; Belarmino et al., 2019).

Τα τελευταία χρόνια, η βιωσιμότητα έχει γίνει κεντρικό στοιχείο στη διαμόρφωση των προτιμήσεων των ταξιδιωτών. Η περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση, οι ανησυχίες για την κλιματική αλλαγή και οι ηθικές καταναλωτικές συνήθειες έχουν επηρεάσει τη συμπεριφορά των ταξιδιωτών, με ένα αυξανόμενο μερίδιο ταξιδιωτών να δίνει προτεραιότητα στον τουρισμό χαμηλού αντίκτυπου, τις οικολογικές δραστηριότητες και τις υπεύθυνες αλληλεπιδράσεις με τις κοινότητες και τη φύση. Οι προτιμήσεις ευνοούν

ολοένα και περισσότερο τα τοπικά παραγόμενα προϊόντα, τα περιβαλλοντικά πιστοποιημένα καταλύματα και τις τουριστικές πρακτικές που συμβάλλουν θετικά στις κοινότητες υποδοχής. Η άνοδος των «αργών ταξιδιών» αντανακλά μια προτίμηση για βαθύτερη, πιο ουσιαστική εμπλοκή με τους προορισμούς παρά μία γρήγορη και επιφανειακή κατανάλωση (Weaver, 2006; Miller et al., 2010).

Οι παράμετροι υγείας και ασφάλειας έχουν αποκτήσει εξέχουσα θέση, ιδιαίτερα μετά την πανδημία COVID-19, η οποία αναδιαμόρφωσε ριζικά την ψυχολογία των ταξιδιωτών. Οι ταξιδιώτες άρχισαν να δίνουν προτεραιότητα σε υπαίθρια περιβάλλοντα, εγχώριους προορισμούς, καταλύματα μικρότερης κλίμακας και ευέλικτες πολιτικές κρατήσεων. Οι προτιμήσεις πλέον ενσωματώνουν την αυξημένη ευαισθητοποίηση σχετικά με την υγιεινή, τη διαχείριση κινδύνων και τον προσωπικό χώρο, οδηγώντας σε αυξημένη δημοτικότητα του τουρισμού που βασίζεται στη φύση, των ιδιωτικών ενοικιάσεων, των αγροτικών προορισμών και των εξατομικευμένων ταξιδιωτικών ρυθμίσεων (Zenker & Kock, 2020).

Τέλος, οι σύγχρονες προτιμήσεις αντικατοπτρίζουν την ολοένα και πιο ρευστή σχέση μεταξύ κινητικότητας, τρόπου ζωής και εργασίας. Η άνοδος της τηλεργασίας έχει υποστηρίξει το μεγαλύτερο διάστημα διαμονής και τον ψηφιακό νομαδισμό. Αυτοί οι ταξιδιώτες δίνουν προτεραιότητα στη σταθερή ψηφιακή συνδεσιμότητα, τα περιβάλλοντα συνεργασίας με επίκεντρο την κοινότητα και τους προορισμούς που υποστηρίζουν υβριδικές ρυθμίσεις διαβίωσης. Τα ταξίδια, σε αυτό το πλαίσιο, συνδέονται με τη διαμόρφωση ταυτότητας, την επαγγελματική ευελιξία και την προσωπική ανάπτυξη (Richards, 2015; Mancinelli, 2020).

Συνολικά, η πορεία των προτιμήσεων των ταξιδιωτών αποκαλύπτει μια σαφή εξέλιξη από την ελίτ της πολιτιστικής εξερεύνησης, στην τυποποιημένη μαζική κατανάλωση αναψυχής και, τελικά, σε εξατομικευμένες, βιωματικές, ευέλικτες και κοινωνικά υπεύθυνες μορφές τουρισμού. Αυτές οι μετατοπίσεις συνεχίζουν να επηρεάζουν τις στρατηγικές ανάπτυξης του τουρισμού, ωθώντας τους προορισμούς και τις επιχειρήσεις να καινοτομούν, να διαφοροποιούν και να επανασχεδιάζουν τις προσφορές τους σε ευθυγράμμιση με τα ολοένα και πιο σύνθετα κίνητρα των ταξιδιωτών.

1.2. Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και βιώσιμος τουρισμός

1.2.1 Η έννοια της Βιώσιμης Τουριστικής Ανάπτυξης

Η έννοια της Βιώσιμης Τουριστικής Ανάπτυξης αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα θεωρητικά και πολιτικά πλαίσια της σύγχρονης περιβαλλοντικής και αναπτυξιακής πολιτικής. Ο όρος καθιερώθηκε διεθνώς μέσα από την Έκθεση Brundtland της Παγκόσμιας Επιτροπής για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη, σύμφωνα με την οποία βιώσιμη ανάπτυξη είναι «η ανάπτυξη που ικανοποιεί τις ανάγκες του παρόντος χωρίς να θέτει σε κίνδυνο την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιήσουν τις δικές τους ανάγκες». Ο συγκεκριμένος ορισμός καθιέρωσε μια ολιστική προσέγγιση που συνδέει την οικονομική ανάπτυξη με την κοινωνική ευημερία και την προστασία του περιβάλλοντος (Ευρωπαϊκή Ένωση, 2026).

Η Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη βασίζεται στη θεωρία της ισορροπίας μεταξύ τριών βασικών πυλώνων. Αυτοί είναι η οικονομική ανάπτυξη, η κοινωνική συνοχή και η περιβαλλοντική προστασία. Η οικονομική διάσταση αφορά τη δημιουργία μακροπρόθεσμης ανάπτυξης, επενδύσεων και απασχόλησης, χωρίς όμως την εξάντληση των φυσικών πόρων. Η κοινωνική διάσταση σχετίζεται με την ισότητα, την κοινωνική δικαιοσύνη και τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των τοπικών κοινωνιών. Τέλος, η περιβαλλοντική διάσταση επικεντρώνεται στη διατήρηση των οικοσυστημάτων, στη μείωση της ρύπανσης και στην ορθολογική χρήση των φυσικών πόρων (Lee et al., 2016).

Σημαντικό ορόσημο στην εξέλιξη της έννοιας της βιωσιμότητας αποτέλεσε η υιοθέτηση της Ατζέντας 2030 και των 17 Στόχων Βιώσιμης Ανάπτυξης (*Sustainable Development Goals – SDGs*) από τον Οργανισμό Ηνωμένων Εθνών. Οι στόχοι αυτοί προωθούν ένα ολοκληρωμένο μοντέλο ανάπτυξης που ενσωματώνει τη βιωσιμότητα σε όλους τους τομείς της οικονομίας, συμπεριλαμβανομένου και του τουρισμού. Ο τουριστικός τομέας αναγνωρίζεται ως βασικός παράγοντας που μπορεί να συμβάλει στη μείωση της φτώχειας, στη δημιουργία θέσεων εργασίας και στην προστασία της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς (United Nations, 2015).

Η σημασία της Βιώσιμης Τουριστικής Ανάπτυξης ενισχύεται ιδιαίτερα από τις σύγχρονες παγκόσμιες προκλήσεις, όπως η κλιματική αλλαγή, η απώλεια βιοποικιλότητας, η υπερεκμετάλλευση των φυσικών πόρων και η αύξηση των κοινωνικών ανισοτήτων. Η ανεξέλεγκτη οικονομική ανάπτυξη των προηγούμενων δεκαετιών οδήγησε σε σημαντικές περιβαλλοντικές πιέσεις και σε φαινόμενα κοινωνικής ανισότητας, καθιστώντας επιτακτική την ανάγκη υιοθέτησης βιώσιμων μοντέλων ανάπτυξης (Lee et al., 2016).

Στο πλαίσιο αυτό, ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους κλάδους που επηρεάζονται άμεσα από τις αρχές της βιωσιμότητας, καθώς συνδέεται στενά με τη χρήση φυσικών πόρων, την πολιτιστική κληρονομιά και την οικονομική ανάπτυξη τοπικών κοινωνιών. Η ανάγκη ενσωμάτωσης των αρχών της Βιώσιμης Τουριστικής Ανάπτυξης στον τουρισμό αποτελεί πλέον βασική προτεραιότητα για διεθνείς οργανισμούς, κυβερνήσεις και επιχειρήσεις του κλάδου.

1.2.2 Η έννοια και τα χαρακτηριστικά του βιώσιμου τουρισμού

Ο βιώσιμος τουρισμός αποτελεί μία από τις σημαντικότερες σύγχρονες προσεγγίσεις στη διαχείριση και ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου. Η έννοια αυτή προέκυψε ως απάντηση στις αρνητικές περιβαλλοντικές, κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις που προκάλεσε η ανεξέλεγκτη ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού. Σήμερα, ο βιώσιμος τουρισμός δεν αντιμετωπίζεται απλώς ως εναλλακτική μορφή τουριστικής δραστηριότητας, αλλά ως ένα ολοκληρωμένο μοντέλο ανάπτυξης που διαπερνά το σύνολο της τουριστικής βιομηχανίας.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO), βιώσιμος τουρισμός είναι εκείνος που λαμβάνει πλήρως υπόψη τις οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις της τουριστικής δραστηριότητας, καλύπτοντας τις ανάγκες των επισκεπτών, της τουριστικής βιομηχανίας, του περιβάλλοντος και των τοπικών κοινοτήτων. Παράλληλα, ο βιώσιμος τουρισμός επιδιώκει τη βέλτιστη αξιοποίηση των φυσικών πόρων, τη διατήρηση των οικολογικών διεργασιών, την προστασία της βιοποικιλότητας και τον σεβασμό της κοινωνικοπολιτιστικής αυθεντικότητας των τοπικών κοινωνιών (Hall, 2019).

Η θεωρητική βάση του βιώσιμου τουρισμού στηρίζεται στη διατήρηση της ισορροπίας μεταξύ ανάπτυξης και προστασίας των πόρων. Η τουριστική δραστηριότητα βασίζεται άμεσα στη φυσική και πολιτιστική κληρονομιά των προορισμών, ωστόσο, η υπερβολική εκμετάλλευση αυτών των πόρων μπορεί να οδηγήσει σε υποβάθμιση των οικοσυστημάτων και αλλοίωση της πολιτιστικής ταυτότητας των τοπικών κοινωνιών. Για τον λόγο αυτό, η ανάπτυξη του βιώσιμου τουρισμού στοχεύει στη διατήρηση της ελκυστικότητας των προορισμών σε μακροπρόθεσμο επίπεδο.

Βασικό χαρακτηριστικό του βιώσιμου τουρισμού αποτελεί η ενσωμάτωση των τριών πυλώνων της βιωσιμότητας: της οικονομικής ανάπτυξης, της κοινωνικής συνοχής και της περιβαλλοντικής προστασίας. Η οικονομική διάσταση αφορά τη δημιουργία σταθερών και μακροχρόνιων οικονομικών ωφελειών για τις τοπικές κοινωνίες, μέσω της ενίσχυσης της απασχόλησης, της στήριξης των τοπικών επιχειρήσεων και της διαφοροποίησης της τοπικής οικονομίας. Η κοινωνική διάσταση επικεντρώνεται στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων, στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και στην ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής. Παράλληλα, η περιβαλλοντική διάσταση στοχεύει στη διατήρηση των φυσικών πόρων, στη μείωση της ρύπανσης και στη διασφάλιση της βιωσιμότητας των οικοσυστημάτων (Hall, 2019).

Η εφαρμογή του βιώσιμου τουρισμού προϋποθέτει την υιοθέτηση συγκεκριμένων αρχών και πρακτικών από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς, συμπεριλαμβανομένων των κυβερνήσεων, των επιχειρήσεων, των τοπικών κοινωνιών και των ίδιων των τουριστών. Ο βιώσιμος τουρισμός βασίζεται σε στρατηγικές διαχείρισης που επιδιώκουν τη μείωση των αρνητικών επιπτώσεων της τουριστικής δραστηριότητας, ενώ ταυτόχρονα ενισχύουν τα θετικά κοινωνικοοικονομικά οφέλη.

Ένα από τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά του βιώσιμου τουρισμού είναι η ορθολογική διαχείριση των φυσικών πόρων. Η τουριστική δραστηριότητα καταναλώνει σημαντικές ποσότητες ενέργειας και νερού, ενώ παράλληλα συμβάλλει στην παραγωγή αποβλήτων και εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα. Η υιοθέτηση πρακτικών εξοικονόμησης ενέργειας, η χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, η διαχείριση των αποβλήτων και η

προστασία των υδάτινων πόρων αποτελούν βασικά στοιχεία της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης (Gössling & Higham, 2021).

Παράλληλα, ιδιαίτερη σημασία δίνεται στη διατήρηση της βιοποικιλότητας και των οικοσυστημάτων. Οι τουριστικές δραστηριότητες μπορούν να επηρεάσουν αρνητικά τα φυσικά περιβάλλοντα, ιδίως όταν αναπτύσσονται χωρίς σχεδιασμό και έλεγχο. Η δημιουργία προστατευόμενων περιοχών, η εφαρμογή συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης και η προώθηση ήπιων μορφών τουρισμού αποτελούν βασικά εργαλεία για τη διατήρηση της φυσικής κληρονομιάς (UNEP, 2005).

Ένα ακόμη σημαντικό χαρακτηριστικό του βιώσιμου τουρισμού είναι ο σεβασμός της πολιτιστικής ταυτότητας των τοπικών κοινωνιών. Ο τουρισμός μπορεί να συμβάλει στη διατήρηση και προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς, αλλά μπορεί επίσης να οδηγήσει σε εμπορευματοποίηση και αλλοίωση των τοπικών παραδόσεων. Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη προωθεί την αυθεντικότητα, ενισχύει την τοπική πολιτιστική δημιουργία και διασφαλίζει ότι οι τοπικές κοινωνίες συμμετέχουν ενεργά στη διαχείριση και αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων (Richards, 2018).

Εξίσου σημαντική είναι η οικονομική βιωσιμότητα των τουριστικών προορισμών. Ο βιώσιμος τουρισμός επιδιώκει τη δημιουργία σταθερών οικονομικών ωφελειών που κατανέμονται δίκαια στις τοπικές κοινωνίες. Η ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, η προώθηση τοπικών προϊόντων και η ανάπτυξη τοπικών δικτύων συνεργασίας αποτελούν βασικά στοιχεία της βιώσιμης οικονομικής ανάπτυξης στον τουρισμό. Σύμφωνα με το Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ), η βιωσιμότητα συμβάλλει στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών προορισμών και στη δημιουργία προστιθέμενης αξίας για την εθνική οικονομία (ΙΝΣΕΤΕ, 2026).

Ένα ακόμη βασικό στοιχείο του βιώσιμου τουρισμού είναι η συμμετοχή των τοπικών κοινωνιών στη λήψη αποφάσεων. Η ενεργή συμμετοχή των κατοίκων στη διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος ενισχύει την κοινωνική αποδοχή της τουριστικής ανάπτυξης και συμβάλλει στη διατήρηση της τοπικής ταυτότητας. Παράλληλα, η συμμετοχική διακυβέρνηση ενισχύει τη συνεργασία μεταξύ δημόσιου και ιδιωτικού τομέα και

συμβάλλει στη δημιουργία ολοκληρωμένων στρατηγικών βιώσιμης ανάπτυξης (Bramwell & Lane, 2011).

Επιπλέον, ο βιώσιμος τουρισμός συνδέεται με την προώθηση υπεύθυνης τουριστικής συμπεριφοράς από την πλευρά των επισκεπτών. Οι σύγχρονες τάσεις δείχνουν ότι οι τουρίστες εμφανίζουν αυξημένο ενδιαφέρον για περιβαλλοντικά υπεύθυνες επιλογές, όπως η επιλογή οικολογικών καταλυμάτων, η χρήση βιώσιμων μέσων μεταφοράς και η κατανάλωση τοπικών προϊόντων. Η ευαισθητοποίηση και εκπαίδευση των τουριστών αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την επιτυχία των στρατηγικών βιώσιμου τουρισμού (Font & McCabe, 2017).

Η ανάπτυξη καινοτόμων μορφών τουρισμού αποτελεί επίσης σημαντική διάσταση του βιώσιμου τουρισμού. Μορφές όπως ο οικοτουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός και ο γαστρονομικός τουρισμός συμβάλλουν στη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος και στη μείωση της εποχικότητας. Παράλληλα, ενισχύουν τη σύνδεση των επισκεπτών με τον τόπο και προάγουν βιωματικές εμπειρίες που βασίζονται στην αυθεντικότητα και στη βιωσιμότητα (Dodds & Butler, 2019).

Τέλος, η ψηφιακή τεχνολογία αποτελεί σημαντικό εργαλείο για την προώθηση του βιώσιμου τουρισμού. Η χρήση έξυπνων τεχνολογιών επιτρέπει τη βελτίωση της διαχείρισης των τουριστικών ροών, τη μείωση της κατανάλωσης πόρων και τη βελτίωση της εμπειρίας των επισκεπτών. Οι «έξυπνοι» τουριστικοί προορισμοί αξιοποιούν δεδομένα και τεχνολογικές εφαρμογές για την ανάπτυξη βιώσιμων στρατηγικών διαχείρισης (Gretzel et al., 2015).

Συνολικά, ο βιώσιμος τουρισμός αποτελεί μία δυναμική και πολυδιάστατη έννοια που ενσωματώνει περιβαλλοντικές, κοινωνικές και οικονομικές παραμέτρους. Η εφαρμογή του απαιτεί ολοκληρωμένο σχεδιασμό, συνεργασία μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων και συνεχή αξιολόγηση των επιπτώσεων της τουριστικής δραστηριότητας. Η μετάβαση σε βιώσιμα μοντέλα τουριστικής ανάπτυξης αποτελεί βασική προϋπόθεση για τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας των προορισμών και για τη διασφάλιση της μακροχρόνιας βιωσιμότητας του τουριστικού τομέα.

1.2.3 Η αναγκαιότητα υιοθέτησης βιώσιμων μορφών τουριστικής ανάπτυξης

Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη αποτελεί σήμερα βασική στρατηγική για τη διασφάλιση της μακροχρόνιας λειτουργίας του τουριστικού τομέα και την προστασία των φυσικών, κοινωνικών και οικονομικών πόρων των τουριστικών προορισμών. Η έννοια αυτή προέκυψε ως απάντηση στις αρνητικές συνέπειες του μαζικού και ανεξέλεγκτου τουρισμού, οι οποίες επηρεάζουν τόσο το περιβάλλον όσο και την ποιότητα ζωής των τοπικών κοινωνιών. Η βιωσιμότητα αποτελεί πλέον βασική προϋπόθεση για την ανταγωνιστικότητα και τη διαχρονική επιβίωση των τουριστικών προορισμών (Streimikiene et al., 2021).

Περιβαλλοντική διάσταση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης

Η τουριστική δραστηριότητα συνδέεται άμεσα με την κατανάλωση φυσικών πόρων και την περιβαλλοντική επιβάρυνση. Η υπερεκμετάλλευση των φυσικών οικοσυστημάτων, η αυξημένη παραγωγή αποβλήτων, η κατανάλωση ενέργειας και η επιβάρυνση της βιοποικιλότητας αποτελούν συχνά αποτελέσματα της ανεξέλεγκτης τουριστικής ανάπτυξης. Σύμφωνα με τους Gössling & Higham (2021), ο τουρισμός συμβάλλει σημαντικά στις παγκόσμιες εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου, κυρίως μέσω των μεταφορών και της λειτουργίας των τουριστικών εγκαταστάσεων. Η αύξηση των εκπομπών αυτών εντείνει το φαινόμενο της κλιματικής αλλαγής και επηρεάζει άμεσα τη βιωσιμότητα πολλών τουριστικών προορισμών, ιδιαίτερα των νησιωτικών περιοχών και των παράκτιων ζωνών.

Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στοχεύει στη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων μέσω της ορθολογικής διαχείρισης των φυσικών πόρων, της χρήσης ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και της εφαρμογής συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης. Η διατήρηση της φέρουσας ικανότητας των προορισμών αποτελεί βασικό στοιχείο της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, καθώς συμβάλλει στη διατήρηση της οικολογικής ισορροπίας και στην αποτροπή της υποβάθμισης των φυσικών οικοσυστημάτων (Saarinen, 2006).

Παράλληλα, η προστασία της φυσικής κληρονομιάς αποτελεί σημαντικό παράγοντα για τη διατήρηση της ελκυστικότητας των τουριστικών προορισμών. Η υποβάθμιση των φυσικών πόρων μπορεί να οδηγήσει σε μείωση της τουριστικής ζήτησης και σε οικονομικές απώλειες για τις τοπικές κοινωνίες. Για τον λόγο αυτό, η εφαρμογή βιώσιμων πρακτικών θεωρείται απαραίτητη για τη μακροχρόνια διατήρηση της τουριστικής δραστηριότητας (UNEP, 2005).

Κοινωνικοπολιτισμική διάσταση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης

Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη επιδιώκει τη διατήρηση της πολιτιστικής ταυτότητας και της κοινωνικής συνοχής των τοπικών κοινωνιών. Ο μαζικός τουρισμός μπορεί να οδηγήσει σε εμπορευματοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, αλλοίωση των τοπικών παραδόσεων και δημιουργία κοινωνικών ανισοτήτων. Σύμφωνα με τον Butler (1999), η ανεξέλεγκτη τουριστική ανάπτυξη μπορεί να επηρεάσει αρνητικά τη δομή και τη λειτουργία των τοπικών κοινωνιών, οδηγώντας σε απώλεια της αυθεντικότητας και της πολιτιστικής ιδιαιτερότητας των προορισμών.

Η βιώσιμη προσέγγιση στον τουρισμό προωθεί την προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς και ενισχύει τη συμμετοχή των τοπικών κοινωνιών στον σχεδιασμό και τη διαχείριση της τουριστικής δραστηριότητας. Η ενεργή συμμετοχή των κατοίκων συμβάλλει στην κοινωνική αποδοχή του τουρισμού και ενισχύει τη βιωσιμότητα των τουριστικών πολιτικών. Οι Bramwell & Lane (2011) υποστηρίζουν ότι η συμμετοχική διακυβέρνηση αποτελεί βασικό παράγοντα επιτυχίας της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, καθώς ενισχύει τη συνεργασία μεταξύ δημόσιου και ιδιωτικού τομέα και διασφαλίζει την ισόρροπη ανάπτυξη των προορισμών.

Επιπλέον, η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη συμβάλλει στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και στην ενίσχυση της τοπικής πολιτιστικής δημιουργίας. Η προώθηση αυθεντικών πολιτιστικών εμπειριών ενισχύει τη διαπολιτισμική επικοινωνία μεταξύ επισκεπτών και τοπικών κοινωνιών και συμβάλλει στη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος (Richards, 2018).

Οικονομική διάσταση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης

Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη διασφαλίζει τη μακροχρόνια οικονομική βιωσιμότητα των τουριστικών προορισμών. Ο τουρισμός αποτελεί σημαντική πηγή εισοδήματος και απασχόλησης σε πολλές περιοχές, ωστόσο η υπερβολική εξάρτηση από τον τουρισμό μπορεί να οδηγήσει σε οικονομική αστάθεια. Η βιώσιμη ανάπτυξη προωθεί τη διαφοροποίηση των οικονομικών δραστηριοτήτων, την ενίσχυση της τοπικής επιχειρηματικότητας και τη δίκαιη κατανομή των οικονομικών ωφελειών.

Σύμφωνα με τον Hall (2019), η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη συμβάλλει στη δημιουργία σταθερών οικονομικών δομών, οι οποίες στηρίζονται στην αξιοποίηση των τοπικών πόρων και στη συνεργασία μεταξύ των τοπικών φορέων. Παράλληλα, η ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και η προώθηση των τοπικών προϊόντων συμβάλλουν στην αύξηση της τοπικής προστιθέμενης αξίας και στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των προορισμών.

Στο ελληνικό πλαίσιο, η βιωσιμότητα αποτελεί βασικό στρατηγικό στόχο για την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος. Σύμφωνα με το Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων ΙΝΣΕΤΕ (2026), η υιοθέτηση βιώσιμων πρακτικών συμβάλλει στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών προορισμών και στη δημιουργία μακροχρόνιας οικονομικής ανάπτυξης.

Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη ως στρατηγική διαχείρισης προορισμών

Η ανάγκη υιοθέτησης βιώσιμων μορφών τουριστικής ανάπτυξης συνδέεται με τη διασφάλιση της ισορροπίας μεταξύ οικονομικής ανάπτυξης, κοινωνικής ευημερίας και περιβαλλοντικής προστασίας. Η βιώσιμη διαχείριση των τουριστικών προορισμών περιλαμβάνει τον σχεδιασμό πολιτικών που περιορίζουν τις αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού και ενισχύουν τα θετικά αποτελέσματα για τις τοπικές κοινωνίες και το φυσικό περιβάλλον.

Η διεθνής βιβλιογραφία επισημαίνει ότι η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας των προορισμών, καθώς οι σύγχρονοι ταξιδιώτες δείχνουν αυξανόμενο ενδιαφέρον για υπεύθυνες και περιβαλλοντικά φιλικές μορφές τουρισμού. Η μετάβαση σε βιώσιμα μοντέλα ανάπτυξης

συμβάλλει επίσης στη μείωση της εποχικότητας, στη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος και στη δημιουργία νέων μορφών επιχειρηματικότητας (Streimikiene et al., 2021).

Συνολικά, η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη δεν αποτελεί απλώς μία εναλλακτική επιλογή, αλλά μία αναγκαιότητα για τη διατήρηση της ισορροπίας μεταξύ ανάπτυξης και προστασίας των πόρων. Η υιοθέτηση βιώσιμων πρακτικών αποτελεί βασική προϋπόθεση για τη διασφάλιση της μακροχρόνιας βιωσιμότητας του τουριστικού τομέα και της ευημερίας των τοπικών κοινωνιών.

1.3 Ήπιος και Αναγεννητικός Τουρισμός και η σχέση τους με τη βιώσιμη ανάπτυξη

1.3.1 Ήπιος Τουρισμός: αρχές, στόχοι, δημοφιλία και συμβολή στους προορισμούς

Ο Ήπιος Τουρισμός αποτελεί μια ήπια και βιώσιμη μορφή ταξιδιού, κατά την οποία ο ταξιδιώτης επιλέγει έναν πιο ήρεμο και ανεπιτήδευτο τρόπο μετακίνησης και εξερεύνησης. Εστιάζει στην παρατεταμένη παραμονή, την αυθεντική και σε βάθος αλληλεπίδραση με τον προορισμό και τον προσωπικό έλεγχο του ρυθμού του ταξιδιού, ενώ επιδιώκει την ελάχιστη επιβάρυνση του περιβάλλοντος και τη στήριξη των τοπικών κοινωνιών (Oh et al., 2016). Αποτελεί μία σύγχρονη εναλλακτική μορφή τουρισμού που αναπτύχθηκε ως αντίδραση στον μαζικό τουρισμό και στον επιταχυνόμενο ρυθμό ζωής των σύγχρονων κοινωνιών και η φιλοσοφία του βασίζεται στην έννοια της «βραδύτητας» (slowness), η οποία δεν αναφέρεται απλώς στη χρονική διάρκεια του ταξιδιού, αλλά κυρίως στον τρόπο με τον οποίο οι τουρίστες βιώνουν και καταναλώνουν την τουριστική εμπειρία. Στον πυρήνα του βρίσκεται η επιδίωξη για βαθύτερη σύνδεση με τον προορισμό, τους ανθρώπους και τον πολιτισμό, σε αντίθεση με τις επιφανειακές εμπειρίες που χαρακτηρίζουν τον μαζικό τουρισμό (Dickinson et al., 2019).

Η έννοια της αργής κατανάλωσης έχει τις ρίζες της στο ιταλικό κίνημα του αργού φαγητού, το οποίο στόχευε στον μετριασμό των χρονικών πιέσεων που χαρακτηρίζουν τον καπιταλιστικό τρόπο ζωής. Το εν λόγω κίνημα έρχεται σε αντίθεση στους γρήγορους

τρόπους ζωής και δίνει έμφαση στην τοπικότητα, την οικολογία και την ποιότητα ζωής (Serdane et al., 2020). Ως εκ τούτου, ο Ήπιος Τουρισμός, εμπνευσμένος από το κίνημα του αργού φαγητού, περιλαμβάνει κάθε νοητική, ψυχολογική και συμπεριφορική διαδικασία (Oh et al., 2016). Αντιπροσωπεύει δηλαδή μια προσέγγιση στον τουρισμό με επίκεντρο τον καταναλωτή, που συχνά αναφέρεται ως νοοτροπία ή νοοτροπία αργού τουρισμού (Dickinson et al 2011; Zouni & Katsanakis, 2024).

Μία από τις βασικές αρχές του Ήπιου Τουρισμού είναι η επιβράδυνση της μετακίνησης και της κατανάλωσης. Οι ταξιδιώτες ενθαρρύνονται να αποφεύγουν τα γρήγορα μέσα μεταφοράς, όπως τα αεροπλάνα για μικρές αποστάσεις, και να προτιμούν πιο βιώσιμες επιλογές, όπως το τρένο, το ποδήλατο ή ακόμα και την πεζοπορία. Η επιλογή αυτή δεν έχει μόνο περιβαλλοντικά οφέλη, αλλά συμβάλλει και στη βαθύτερη κατανόηση του τοπίου και της γεωγραφίας του προορισμού. Παράλληλα, η παραμονή για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα σε έναν προορισμό επιτρέπει την ανάπτυξη ουσιαστικών σχέσεων με την τοπική κοινωνία και την καλύτερη κατανόηση της τοπικής κουλτούρας (Moira et al, 2017).

Η αυθεντικότητα αποτελεί επίσης θεμελιώδη αρχή του Ήπιου Τουρισμού. Οι ταξιδιώτες αναζητούν εμπειρίες που αντικατοπτρίζουν την πραγματική ταυτότητα του προορισμού, αποφεύγοντας τα τυποποιημένα τουριστικά προϊόντα. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη συμμετοχή σε τοπικές δραστηριότητες, όπως η παρασκευή παραδοσιακών φαγητών, η συμμετοχή σε αγροτικές εργασίες ή η παρακολούθηση τοπικών εορτών και εκδηλώσεων. Μέσα από αυτές τις εμπειρίες, οι τουρίστες αποκτούν μια πιο αυθεντική και ουσιαστική εικόνα του προορισμού, ενώ παράλληλα ενισχύεται η διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς (Shang et al, 2020).

Η τοπικότητα αποτελεί μία ακόμη σημαντική διάσταση του Ήπιου Τουρισμού. Η κατανάλωση τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών ενισχύει την τοπική οικονομία και συμβάλλει στη βιώσιμη ανάπτυξη των προορισμών. Οι ταξιδιώτες ενθαρρύνονται να επιλέγουν μικρές τοπικές επιχειρήσεις, όπως οικογενειακά καταλύματα, τοπικά εστιατόρια και αγορές παραγωγών, αντί για μεγάλες πολυεθνικές αλυσίδες. Με τον τρόπο αυτό, τα οικονομικά οφέλη του τουρισμού διαχέονται στην τοπική κοινωνία και

συμβάλλουν στη δημιουργία θέσεων εργασίας και στην ενίσχυση της τοπικής επιχειρηματικότητας (Serdane et al., 2020).

Η βιωσιμότητα αποτελεί αναπόσπαστο στοιχείο του Ήπιου Τουρισμού. Οι πρακτικές που προωθούνται στο πλαίσιο αυτής της προσέγγισης συμβάλλουν στη μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος του τουρισμού, μέσω της εξοικονόμησης πόρων, της μείωσης των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα και της προστασίας των φυσικών οικοσυστημάτων. Επιπλέον, η μικρότερη συγκέντρωση τουριστών και η αποφυγή υπερφορτωμένων προορισμών συμβάλλουν στη μείωση των πιέσεων στο περιβάλλον και στις υποδομές (Beegum & Aboobaker, 2026).

Οι στόχοι του Ήπιου Τουρισμού είναι πολυδιάστατοι και συνδέονται άμεσα με τις τρεις διαστάσεις της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης δηλαδή την οικονομική, την κοινωνική και την περιβαλλοντική. Σε οικονομικό επίπεδο, επιδιώκει τη δημιουργία βιώσιμων και ανθεκτικών τοπικών οικονομιών, μέσω της ενίσχυσης των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων. Σε κοινωνικό επίπεδο, στοχεύει στην ενδυνάμωση των τοπικών κοινοτήτων, στην ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής και στη διατήρηση της πολιτιστικής ταυτότητας. Σε περιβαλλοντικό επίπεδο, προάγει την προστασία των φυσικών πόρων και την υιοθέτηση βιώσιμων πρακτικών διαχείρισης (Beegum & Aboobaker, 2026).

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το προφίλ των ταξιδιωτών που επιλέγουν τον Ήπιο Τουρισμό. Η αποκωδικοποίηση και καταγραφή των ενδιαφερόντων αυτών των τουριστών είναι μείζονος σημασίας για την αξιοποίησή τους από τους τουριστικούς προορισμούς, τους τουριστικούς πράκτορες καθώς και κάθε επαγγελματία που επιθυμεί να τα αξιοποιήσει σε επίπεδο μάρκετινγκ. Σε αυτόν τον τομέα ιδιαίτερα κατατοπιστική είναι η έρευνα που πραγματοποιήθηκε από τους (Zouni & Katsanakis, 2024) στην οποία συμμετείχαν 182 ερωτηθέντες και είχε ως στόχο να εξετάσει την πολύπλευρη φύση του Ήπιου Τουρισμού. Από την έρευνα προέκυψε αρχικά σε δημογραφικό επίπεδο ότι οι αργοί τουρίστες έχουν ένα υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης και έχουν οικονομική ευχέρεια για την υποστήριξη τακτικών ταξιδιών.

Σχετικά με τη συμπεριφορά τους πριν το ταξίδι προέκυψε ότι ξεκινούν την αναζήτηση πληροφοριών αρκετά νωρίτερα και συγκεκριμένα 4 με 6 μήνες πριν το ταξίδι, η εποχή

πρώτης προτίμησής τους είναι το καλοκαίρι ενώ επιλέγουν ως συνταξιδιώτες πρωτίστως το σύντροφό τους. Σχετικά με τη συμπεριφορά κατά τη διάρκεια του ταξιδιού επιλέγουν διαμονή κυρίως σε τοπικά καταλύματα με διάρκεια άνω των 7 ημερών και για τις μετακινήσεις τους επιλέγουν αυτοκίνητο, λεωφορείο και περπάτημα. Στις δραστηριότητές τους επιλέγουν κυρίως πολιτιστικές εμπειρίες και εμπειρίες που εναρμονίζονται με τον τοπικό τρόπο ζωής ενώ ξοδεύουν περισσότερο από 750 ευρώ. Επιπρόσθετα, οι αργοί τουρίστες συχνά βιώνουν συναισθήματα έμπνευσης, αφοσίωσης και ολοκλήρωσης κατά τη διάρκεια των ταξιδιών τους και χρησιμοποιούν τακτικά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τόσο για επικοινωνία με την οικογένεια όσο και για να αναζητούν δραστηριότητες, αξιοθέατα και επιλογές φαγητού. Συνολικά, επιλέγουν αυθεντικές εμπειρίες στενά συνδεδεμένες με την τοπική κουλτούρα, είναι μείζονος σημασίας για αυτούς τα φυσικά τοπία και η βιωσιμότητα αποτελεί σημαντικό μέλημά τους γεγονός που αποδεικνύεται από την επιλογή φιλικών προς το περιβάλλον πρακτικών και καταλυμάτων.

Σημαντική παράμετρος φαίνεται να αναδεικνύεται η πανδημία COVID-19 που αποτέλεσε επίσης έναν σημαντικό παράγοντα ενίσχυσης του Ήπιου Τουρισμού. Οι περιορισμοί στις μετακινήσεις, η ανάγκη για κοινωνική αποστασιοποίηση και η αυξημένη ανησυχία για την υγεία οδήγησαν τους ταξιδιώτες στην επιλογή λιγότερο πολυσύχναστων προορισμών και σε πιο εξατομικευμένες εμπειρίες. Επιπλέον, η πανδημία ανέδειξε την ανάγκη για ανθεκτικά και βιώσιμα τουριστικά μοντέλα, ενισχύοντας τη σημασία του Ήπιου Τουρισμού ως εναλλακτικής προσέγγισης (Hall et al., 2020).

Σε αυτό το σημείο χρήσιμη κρίνεται η παράθεση ενός πίνακα που αναδεικνύει σημαντικές διαφορές μεταξύ των τυπικών και των αργών τουριστών ιδίως κατά την επιλογή των μέσων μετακίνησης και την εν γένει συμπεριφορά τους κατά την παραμονή τους στον ταξιδιωτικό προορισμό:

Πίνακας 1 Διαφορές αργών και τυπικών τουριστών (Πηγή: Enicbcmed.eu, 2020, Moira et al., 2017 & Petroman et al, 2021 στο Zouni & Katsanakis, 2024)

Χαρακτηριστικά	Αργός Τουρίστας (Slow Tourist)	Τυπικός Τουρίστας (Typical Tourist)
Είδος τουρίστα	Ενεργητικός	Παθητικός
Μετακίνηση	Αργή	Γρήγορη
Μέσα μεταφοράς	Εναλλακτικά μέσα μεταφοράς, κυρίως τρένο ή λεωφορείο	Κυρίως αεροπλάνο
Εκπομπές ρύπων κατά τη μετακίνηση	Χαμηλές εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα	Υψηλές εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα
Συμπεριφορά κατά τη διαμονή	Αναζητά τα τοπικά χαρακτηριστικά του προορισμού	Επισκέπτεται πολλά αξιοθέατα
Σύνδεση με τον προορισμό	Πλήρης σύνδεση με τον προορισμό και αποσύνδεση από την καθημερινότητα	Μικρή έως καθόλου σύνδεση με τον προορισμό και σχεδόν συνεχής σύνδεση με την καθημερινότητα (μέσω διαδικτύου)
Χαρακτηριστικά επισκέψεων	Ποιοτικές εμπειρίες, μεγιστοποίηση της απόλαυσης	Ποσοτικοποίηση επισκέψεων
Είδος εμπειριών	Αυθεντικές εμπειρίες	Τυποποιημένες εμπειρίες (επισκέψεις στα πιο διάσημα σημεία)
Διατροφή	Διατροφή με τοπικά προϊόντα	Διατροφή βασισμένη στις συνήθειες του (διεθνής κουζίνα, φαγητό ξενοδοχείου)
Αλληλεπίδραση με κατοίκους	Ουσιαστική επαφή και επικοινωνία με τους κατοίκους – εκμάθηση τοπικών παραδόσεων	Μικρή έως καθόλου επαφή με τους κατοίκους
Διαμονή	Μικρά σπίτια, διαμερίσματα ή ξενώνες	Μεγάλα ή/και πολυτελή ξενοδοχεία
Έμπνευση για ταξίδι	Ταξιδιωτικά βιβλία και διαδίκτυο	Διαδίκτυο
Προγραμματισμός ταξιδιού	Μικρή έως καθόλου προετοιμασία	Υπάρχει πάντα πρόγραμμα
Επιλογές δραστηριοτήτων	Εξατομικευμένες επιλογές δραστηριοτήτων	Ομαδικές δραστηριότητες

Η συμβολή του Ήπιου Τουρισμού στη βιώσιμη ανάπτυξη των τουριστικών προορισμών είναι ιδιαίτερα σημαντική και πολυδιάστατη. Σε οικονομικό επίπεδο, προάγει τη διαφοροποίηση της τοπικής οικονομίας και ενισχύει τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις. Οι τουρίστες που υιοθετούν τη φιλοσοφία του ήπιου τουρισμού τείνουν να δαπανούν περισσότερα χρήματα σε τοπικές υπηρεσίες και προϊόντα, συμβάλλοντας έτσι στη διασπορά των οικονομικών ωφελειών.

Σε κοινωνικό επίπεδο, ο Ήπιος Τουρισμός ενισχύει την αλληλεπίδραση μεταξύ επισκεπτών και τοπικών κοινοτήτων, προάγοντας την αμοιβαία κατανόηση και τον σεβασμό. Η συμμετοχή των τουριστών σε τοπικές δραστηριότητες και η επαφή με την καθημερινή ζωή των κατοίκων συμβάλλουν στη διατήρηση της πολιτιστικής ταυτότητας και στην ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής. Παράλληλα, η ενεργή εμπλοκή των τοπικών κοινοτήτων στον σχεδιασμό και την υλοποίηση τουριστικών δραστηριοτήτων ενισχύει το αίσθημα ιδιοκτησίας και ευθύνης (Beegum & Aboobaker, 2026).

Σε περιβαλλοντικό επίπεδο, ο Ήπιος Τουρισμός συμβάλλει στη μείωση των αρνητικών επιπτώσεων του τουρισμού, μέσω της προώθησης βιώσιμων πρακτικών μετακίνησης και κατανάλωσης. Η αποφυγή υπερφορτωμένων προορισμών και η διασπορά των τουριστικών ροών μειώνουν τις πιέσεις στους φυσικούς πόρους και στις υποδομές. Επιπλέον, η ευαισθητοποίηση των τουριστών σε θέματα περιβάλλοντος ενισχύει τη βιώσιμη συμπεριφορά και μετά το τέλος του ταξιδιού (Moir et al, 2017).

Ένα ακόμη σημαντικό στοιχείο είναι η συμβολή του Ήπιου Τουρισμού στην αντιμετώπιση του φαινομένου του υπερτουρισμού. Μέσω της προώθησης λιγότερο γνωστών προορισμών και της επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου, συμβάλλει στην αποσυμφόρηση των δημοφιλών περιοχών και στη βιώσιμη διαχείριση των τουριστικών ροών. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό για νησιωτικούς και ευαίσθητους προορισμούς, όπως η Μυτιλήνη, όπου οι πιέσεις του τουρισμού μπορούν να έχουν σημαντικές επιπτώσεις στο περιβάλλον και την τοπική κοινωνία (Yaşar et al, 2025).

Συνοψίζοντας, ο Ήπιος Τουρισμός αποτελεί μια ολοκληρωμένη και πολυδιάστατη προσέγγιση που συνδυάζει την ποιότητα της τουριστικής εμπειρίας με τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης. Η έμφαση στην αυθεντικότητα, τη βιωσιμότητα, την τοπικότητα και

τη συμμετοχικότητα καθιστά τον Ήπιο Τουρισμό ένα ισχυρό εργαλείο για την προώθηση ενός υπεύθυνου και βιώσιμου τουριστικού μοντέλου. Η αυξανόμενη δημοτικότητα του και η συμβολή του στην οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική ανάπτυξη των προορισμών υπογραμμίζουν τη σημασία του για το μέλλον του τουρισμού.

1.3.2. Αναγεννητικός Τουρισμός: έννοια, αρχές και συμβολή στη βιώσιμη ανάπτυξη

Ο αναγεννητικός τουρισμός αποτελεί μια ολιστική προσέγγιση τουριστικής ανάπτυξης που επιδιώκει να δημιουργεί θετικό αντίκτυπο στους προορισμούς, ενισχύοντας την οικολογική, κοινωνική και πολιτισμική τους αναγέννηση. Δεν περιορίζεται στη διατήρηση, αλλά στοχεύει στη βελτίωση και την αναζωογόνηση των τόπων. Σε πιο πρακτικό επίπεδο, αυτό σημαίνει ότι ο τουρισμός επιδιώκει να αφήνει έναν τόπο σε καλύτερη κατάσταση από πριν, μέσα από δράσεις που στηρίζουν τη φύση, τις τοπικές κοινότητες και τον πολιτισμό, προωθώντας τη συνεργασία, τη συμμετοχή και υπεύθυνες πρακτικές που δημιουργούν πραγματικά θετικό αποτύπωμα (Dredge, 2022). Σε αντίθεση λοιπόν με τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, η οποία επιδιώκει κυρίως την ισορροπία μεταξύ περιβαλλοντικών, κοινωνικών και οικονομικών παραμέτρων, ο Αναγεννητικός Τουρισμός στοχεύει στην ενεργή αποκατάσταση και ενίσχυση των κοινωνικο-οικολογικών συστημάτων (Bellato & Pollock, 2023).

Η έννοια του Αναγεννητικού Τουρισμού αντλεί τις θεωρητικές της βάσεις από τη θεωρία των «ζωντανών συστημάτων» (*living systems thinking*), η οποία αντιμετωπίζει τους τουριστικούς προορισμούς ως δυναμικά, αλληλοσυνδεόμενα οικοσυστήματα όπου άνθρωποι, φύση και πολιτισμός συνυπάρχουν και εξελίσσονται. Στο πλαίσιο αυτό, ο τουρισμός δεν θεωρείται απλώς οικονομική δραστηριότητα, αλλά ένα εργαλείο που μπορεί να συμβάλει στη συνολική αναζωογόνηση των τόπων. Η προσέγγιση αυτή αναδεικνύει τη σημασία της συνεργασίας μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων και της ενσωμάτωσης τοπικών γνώσεων και πρακτικών στον σχεδιασμό του τουρισμού (Paddison & Hall, 2024).

Βασικό χαρακτηριστικό του Αναγεννητικού Τουρισμού είναι η επιδίωξη δημιουργίας θετικών επιπτώσεων. Ενώ ο βιώσιμος τουρισμός εστιάζει στη μείωση της φθοράς, ο

Αναγεννητικός Τουρισμός επιδιώκει να «αφήνει έναν τόπο καλύτερο από ό,τι τον βρήκε». Αυτό σημαίνει ότι οι τουριστικές δραστηριότητες σχεδιάζονται με τρόπο που συμβάλλει στην αποκατάσταση οικοσυστημάτων, στην ενίσχυση της βιοποικιλότητας και στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των τοπικών κοινοτήτων. Για παράδειγμα, δράσεις όπως η αναδάσωση, η αποκατάσταση φυσικών οικοτόπων και η συμμετοχή των τουριστών σε περιβαλλοντικά προγράμματα αποτελούν χαρακτηριστικά παραδείγματα εφαρμογής της προσέγγισης αυτής (Dredge, 2022).

Ένα ακόμη βασικό στοιχείο του Αναγεννητικού Τουρισμού είναι η έμφαση στην τοπική κοινότητα και στην ενεργή συμμετοχή της στη λήψη αποφάσεων. Σε αντίθεση με το παραδοσιακό μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης, όπου οι τοπικές κοινωνίες συχνά έχουν περιορισμένο ρόλο, ο Αναγεννητικός Τουρισμός προωθεί τη συμμετοχική διακυβέρνηση και την ενδυνάμωση των κατοίκων. Οι τοπικές κοινότητες θεωρούνται βασικοί φορείς γνώσης και εμπειρίας και συμμετέχουν ενεργά στον σχεδιασμό και την υλοποίηση των τουριστικών δραστηριοτήτων, διασφαλίζοντας ότι τα οφέλη κατανέμονται δίκαια (Jones, 2024).

Παράλληλα, ο Αναγεννητικός Τουρισμός δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην έννοια της συνεργασίας (*collaboration*) και της πολυ-επίπεδης διακυβέρνησης. Η επιτυχία των αναγεννητικών πρακτικών εξαρτάται από τη συνεργασία μεταξύ δημόσιων φορέων, ιδιωτικών επιχειρήσεων, τοπικών κοινοτήτων και επισκεπτών. Μέσω αυτής της συνεργασίας δημιουργούνται δίκτυα καινοτομίας και ανταλλαγής γνώσεων, τα οποία ενισχύουν την ανθεκτικότητα των προορισμών και προάγουν τη βιώσιμη ανάπτυξη σε μακροπρόθεσμο επίπεδο (Iddawala & Lee, 2025).

Σημαντική διάσταση του Αναγεννητικού Τουρισμού αποτελεί επίσης η ενσωμάτωση της πολιτιστικής διάστασης στην τουριστική εμπειρία. Η προσέγγιση αυτή αναγνωρίζει ότι η πολιτιστική κληρονομιά δεν αποτελεί απλώς πόρο προς εκμετάλλευση, αλλά ζωντανό στοιχείο των τοπικών κοινωνιών που πρέπει να διατηρηθεί και να εξελιχθεί. Μέσα από την ενίσχυση των τοπικών παραδόσεων, των τεχνών και των πολιτιστικών πρακτικών, ο αναγεννητικός τουρισμός συμβάλλει στη διατήρηση της ταυτότητας των προορισμών και στην ενδυνάμωση της πολιτιστικής τους αξίας.

Η περιβαλλοντική διάσταση του Αναγεννητικού Τουρισμού είναι εξίσου σημαντική. Η προσέγγιση αυτή προωθεί πρακτικές που όχι μόνο μειώνουν την περιβαλλοντική επιβάρυνση, αλλά συμβάλλουν ενεργά στην αποκατάσταση των οικοσυστημάτων. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει δράσεις όπως η διαχείριση αποβλήτων, η εξοικονόμηση ενέργειας, η χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και η προστασία της βιοποικιλότητας. Επιπλέον, η συμμετοχή των τουριστών σε τέτοιες δράσεις ενισχύει την περιβαλλοντική τους συνείδηση και συμβάλλει στη διάδοση βιώσιμων πρακτικών (Alhitmi et al, 2024).

Οι στόχοι του Αναγεννητικού Τουρισμού συνδέονται άμεσα με την έννοια της ανθεκτικότητας (*resilience*) των προορισμών. Σε ένα περιβάλλον που χαρακτηρίζεται από αβεβαιότητα και συνεχείς αλλαγές, όπως η κλιματική κρίση και οι παγκόσμιες υγειονομικές προκλήσεις, η ικανότητα των προορισμών να προσαρμόζονται και να ανακάμπτουν καθίσταται κρίσιμη. Ο Αναγεννητικός Τουρισμός συμβάλλει στην ενίσχυση αυτής της ικανότητας, μέσω της δημιουργίας ευέλικτων και ανθεκτικών κοινωνικο-οικολογικών συστημάτων (Paddison & Hall, 2024).

Επιπλέον, ο Αναγεννητικός Τουρισμός συνδέεται στενά με την έννοια της καινοτομίας στον τουρισμό. Νέες μορφές επιχειρηματικότητας, όπως οι κοινωνικές επιχειρήσεις στον τουρισμό, διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην προώθηση αναγεννητικών πρακτικών. Οι επιχειρήσεις αυτές λειτουργούν ως «φορείς αλλαγής», αναπτύσσοντας καινοτόμα μοντέλα που συνδυάζουν οικονομική βιωσιμότητα με κοινωνικό και περιβαλλοντικό όφελος.

Η συμβολή του Αναγεννητικού Τουρισμού στη βιώσιμη ανάπτυξη των τουριστικών προορισμών είναι πολυδιάστατη και βαθύτερη σε σχέση με άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού. Σε οικονομικό επίπεδο, προάγει τη δημιουργία βιώσιμων και ανθεκτικών τοπικών οικονομιών, μέσω της ενίσχυσης της τοπικής παραγωγής και της διαφοροποίησης των τουριστικών προϊόντων. Σε κοινωνικό επίπεδο, ενδυναμώνει τις τοπικές κοινότητες και προάγει την κοινωνική δικαιοσύνη, διασφαλίζοντας ότι τα οφέλη του τουρισμού κατανέμονται ισότιμα. Σε περιβαλλοντικό επίπεδο, συμβάλλει στην αποκατάσταση των φυσικών πόρων και στη διατήρηση της οικολογικής ισορροπίας (Hussain & Haley, 2022).

Συμπερασματικά προκύπτει ότι ο Αναγεννητικός Τουρισμός δεν αντικαθιστά τη βιώσιμη ανάπτυξη, αλλά λειτουργεί συμπληρωματικά και εξελικτικά προς αυτήν. Ενώ η βιωσιμότητα θέτει τα θεμέλια για την υπεύθυνη διαχείριση του τουρισμού, ο αναγεννητικός τουρισμός εισάγει μια πιο δυναμική και μετασχηματιστική προσέγγιση, η οποία επιδιώκει τη δημιουργία θετικών αλλαγών σε βάθος χρόνου. Με τον τρόπο αυτό, συμβάλλει στη διαμόρφωση ενός νέου παραδείγματος τουριστικής ανάπτυξης, το οποίο βασίζεται στην αρμονική συνύπαρξη ανθρώπου και φύσης και στη μακροπρόθεσμη ευημερία των προορισμών.

2. Παρουσίαση τουριστικού προορισμού: Η περίπτωση της Μυτιλήνης

2.1 Παρουσίαση της Μυτιλήνης ως προορισμού τουριστικού ενδιαφέροντος

2.1.1 Γενικά χαρακτηριστικά της Λέσβου και της πόλης της Μυτιλήνης

Η Λέσβος αποτελεί το τρίτο μεγαλύτερο νησί της Ελλάδας και ένα από τα σημαντικότερα νησιά του βορειοανατολικού Αιγαίου. Πρωτεύουσα του νησιού είναι η Μυτιλήνη, η οποία λειτουργεί ως διοικητικό, οικονομικό, πολιτιστικό και τουριστικό κέντρο της περιοχής. Το νησί βρίσκεται σε μικρή απόσταση από τα παράλια της Μικράς Ασίας, γεγονός που έχει επηρεάσει σημαντικά την ιστορική, πολιτιστική και οικονομική του εξέλιξη. Η γεωγραφική του θέση το καθιστά σημείο σύνδεσης μεταξύ Ελλάδας και Ανατολής, ενώ παράλληλα ενισχύει τον ρόλο του ως σημαντικού τουριστικού και εμπορικού κόμβου.

Η Λέσβος διαθέτει έκταση περίπου 1.636 τετραγωνικών χιλιομέτρων και χαρακτηρίζεται από μεγάλη γεωμορφολογική ποικιλία. Το φυσικό τοπίο περιλαμβάνει εκτεταμένους ελαιώνες, ορεινούς όγκους, υδροβιότοπους, θερμές πηγές, δάση και παραθαλάσσιες περιοχές με σημαντική περιβαλλοντική αξία. Η πλούσια φυσική κληρονομιά του νησιού συνδυάζεται με σημαντικά πολιτιστικά στοιχεία, όπως αρχαιολογικοί χώροι, μοναστήρια, παραδοσιακοί οικισμοί και νεοκλασικά κτίρια.



Εικόνα 1 Δορυφορική Εικόνα της Λέσβου (Πηγή: <https://el.wikipedia.org>)

Η Μυτιλήνη, ως πρωτεύουσα του νησιού, συγκεντρώνει το μεγαλύτερο μέρος των διοικητικών και οικονομικών δραστηριοτήτων. Παράλληλα, αποτελεί το κύριο σημείο εισόδου των επισκεπτών μέσω του λιμανιού και του αεροδρομίου. Η πόλη διαθέτει έντονη πολιτιστική ταυτότητα, με σημαντικά ιστορικά μνημεία, μουσεία, πανεπιστημιακές δομές και πλούσια γαστρονομική παράδοση. Ο πληθυσμός της πρωτεύουσας ανέρχεται σε 31.714 κατοίκους ενώ άλλες σημαντικές κωμοπόλεις είναι η Αγία Παρασκευή με 2.053 κατοίκους, η Αγιάσος με 2.001, η Καλλονή με 2.161, ο Πολιχνίτος με 2.041 και το Πλωμάρι με 2.930.³

Η πολιτιστική κληρονομιά της Λέσβου είναι ιδιαίτερα σημαντική, καθώς το νησί αποτελεί γενέτειρα σημαντικών προσωπικοτήτων όπως η ποιήτρια Σαπφώ, ο Αλκαίος, ο Θεόφιλος, ο Μυριβήλης και ο Βενέζης. Η πολιτιστική αυτή ταυτότητα ενισχύει σημαντικά την τουριστική εικόνα του προορισμού και δημιουργεί δυνατότητες ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού, όπως ο πολιτιστικός και ο λογοτεχνικός τουρισμός.

³ <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9B%CE%AD%CF%83%CE%B2%CE%BF%CF%82>

Σύμφωνα με την επίσημη τουριστική πλατφόρμα του νησιού «Visit Lesvos», η Λέσβος διαθέτει μοναδικό φυσικό πλούτο, σημαντικούς υδροβιότοπους, γεωλογικά πάρκα, ιδιαίτερη γαστρονομία και πλούσια πολιτιστική παράδοση, στοιχεία που συνθέτουν μια ολοκληρωμένη τουριστική εμπειρία για τους επισκέπτες.⁴

Επιπλέον, η Λέσβος διαφοροποιείται από άλλους ελληνικούς νησιωτικούς προορισμούς λόγω της περιορισμένης μαζικοποίησης του τουρισμού. Η τουριστική ανάπτυξη του νησιού βασίζεται κυρίως σε ήπιες μορφές τουρισμού, στοιχείο που συνδέεται άμεσα με τις αρχές του Ήπιου Τουρισμού και του Αναγεννητικού Τουρισμού. Οι επισκέπτες έχουν τη δυνατότητα να γνωρίσουν την τοπική κουλτούρα, τη γαστρονομία και την καθημερινότητα των κατοίκων μέσα από πιο αυθεντικές εμπειρίες.

2.1.2 Η πρόσβαση στην Μυτιλήνη

Η προσβασιμότητα αποτελεί έναν από τους βασικότερους παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική ανάπτυξη ενός νησιωτικού προορισμού. Η Λέσβος διαθέτει τόσο αεροπορική όσο και ακτοπλοϊκή σύνδεση με την ηπειρωτική Ελλάδα και άλλα νησιά του Αιγαίου, γεγονός που διευκολύνει την πρόσβαση των επισκεπτών.

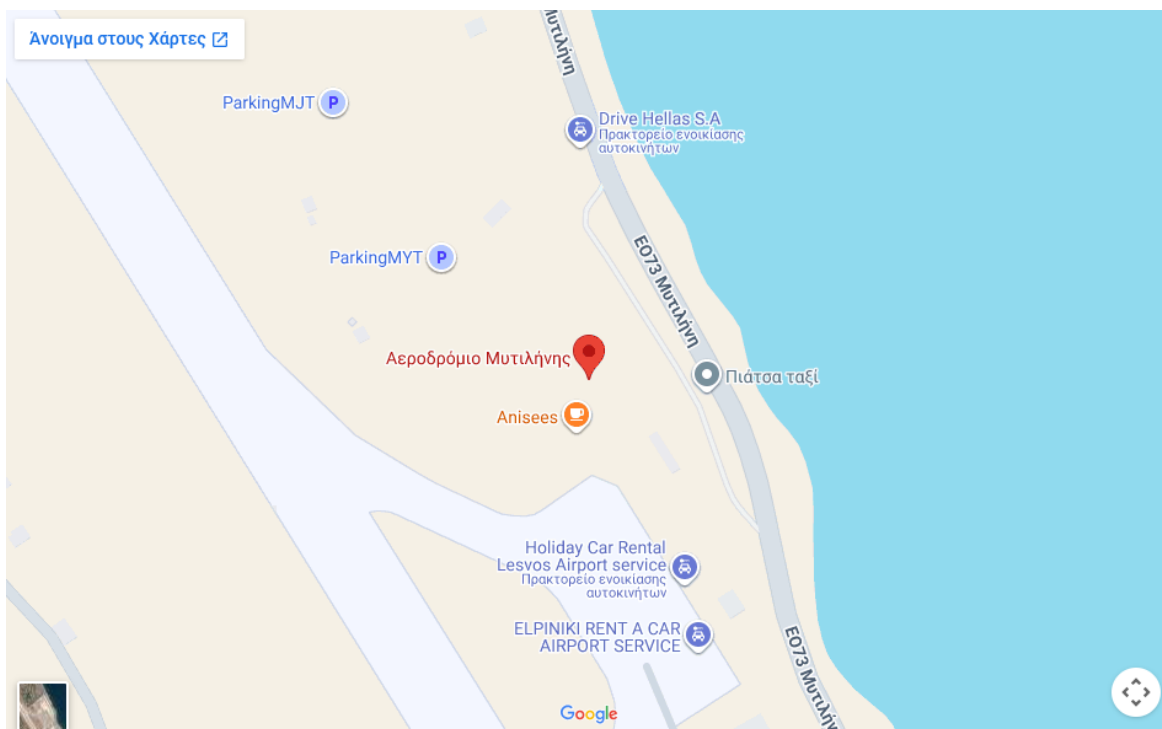
Αεροπορική σύνδεση

Η αεροπορική σύνδεση διαδραματίζει ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο στην τουριστική ανάπτυξη της Λέσβου, καθώς συμβάλλει στην ενίσχυση του τουριστικού ρεύματος, ιδιαίτερα κατά τη θερινή περίοδο. Το νησί εξυπηρετείται από τον Κρατικό Αερολιμένα Μυτιλήνης «Οδυσσέας Ελύτης», ο οποίος βρίσκεται περίπου 8 χιλιόμετρα από το κέντρο της πόλης στην περιοχή της Κρατήγου. Το αεροδρόμιο εγκαινίασε το 2020 τις εγκαταστάσεις του και το νέο τερματικό σταθμό. Στις εγκαταστάσεις περιλαμβάνονται εμπορικά καταστήματα και καταστήματα εστίασης ώστε οι τουρίστες να απολάβουν υψηλής ποιότητας τουριστικές υπηρεσίες.⁵ Για την πρόσβαση των τουριστών στον

⁴ <https://www.visitlesvos.gr/>

⁵ <https://www.visitlesvos.gr/μεταφορές/>

αερολιμένα χρήσιμη είναι η παράθεση της γεωγραφικής θέσης και των συντεταγμένων για την καθοδήγηση με συσκευές πλοήγησης. Συγκεκριμένα οι συντεταγμένες είναι 39° 3'11.96" N 26°36'15.72" E ή 39.053322, 26.604367, η ταχυδρομική διεύθυνση είναι, Αεροδρόμιο Λέσβου, Λέσβος 811 00 ενώ η θέση στο χάρτη αποτυπώνεται στην ακόλουθη εικόνα ως εξής:⁶



Εικόνα 2 Γεωγραφική θέση του αερολιμένα της Μυτιλήνης όπως αποτυπώνεται στους χάρτες της google (Πηγή: <https://www.mjt-airport.gr/>)

Το αεροδρόμιο εξυπηρετεί καθημερινές πτήσεις από και προς την Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη, ενώ κατά τους θερινούς μήνες πραγματοποιούνται και απευθείας πτήσεις charter από διάφορες ευρωπαϊκές χώρες. Οι κύριες αεροπορικές εταιρείες που δραστηριοποιούνται στο αεροδρόμιο είναι η Aegean Airlines και η Sky Express. Η διάρκεια της πτήσης από την Αθήνα προς τη Μυτιλήνη είναι περίπου 50 λεπτά, γεγονός που καθιστά το νησί εύκολα προσβάσιμο για εγχώριους και διεθνείς επισκέπτες.

⁶ https://www.mjt-airport.gr/el/category-detailed/ctg_id-381/nd_id-1204

Σε αναζήτηση που πραγματοποιήθηκε την 11^η Μαΐου 2026 στην ιστοσελίδα του αεροδρομίου βρέθηκαν οι προγραμματισμένες ημερήσιες αναχωρήσεις και αφίξεις. Όπως φαίνεται και στην παρακάτω εικόνα οι προγραμματισμένες ημερήσιες πτήσεις γίνονται από και προς την Αθήνα, τη Θεσσαλονίκη, τη Λήμνο, τη Ρόδο και το Άμστερνταμ ενώ στις συνεργαζόμενες αεροπορικές εταιρίες περιλαμβάνονται η Aegean Airlines, η Sky Express, η Transavia και η Corendon Dutch Airlines:⁷

Δευτέρα, Μάιος 11, 2026

Aegean Airlines	A3253	HO3302, EK4970	Αθήνα	11:20	02-04	2	Πύλη Ανοιχτή
Sky Express	GQ050		Λήμνο	11:50	08-09	3B	
Transavia	HV6351		Άμστερνταμ	12:30	05-09	2	
Corendon Dutch Airlines	CD5217		Άμστερνταμ	13:45	02-04	2	
Sky Express	GQ501		Θεσσαλονίκη	15:35	08-09	3B	
Aegean Airlines	A3587		Θεσσαλονίκη	15:40	02-04	1	
Aegean Airlines	A3257	HO3313, EK4964	Αθήνα	16:30	02-04	2	
Sky Express	GQ051		Ρόδο	17:35	08-09	3B	
Sky Express	GQ303	EY6754	Αθήνα	18:50	08-09	3B	
Sky Express	GQ305		Αθήνα	21:50	08-09	3B	

**Εικόνα 3 Πίνακας αναχωρήσεων από τον αερολιμένα της Μυτιλήνης την 11/05/2026 (Πηγή:
<https://www.mjt-airport.gr/el>)**

⁷ <https://www.mjt-airport.gr/el/flight-list#flightsandmore/type=departure/>

Δευτέρα, Μάιος 11, 2026

Aegean Airlines	A3252	HO3308	Αθήνα	10:50	Αφίχθη 10:43
Sky Express	GQ050		Ρόδο	11:20	Αναμένεται 11:19
Transavia	HV6351		Άμστερνταμ	11:45	
Corendon Dutch Airlines	CD5217		Άμστερνταμ	12:55	
Sky Express	GQ302	EY6751	Αθήνα	15:05	
Aegean Airlines	A3586		Θεσσαλονίκη	15:10	
Aegean Airlines	A3256	EK4968	Αθήνα	15:55	
Sky Express	GQ051		Λήμνο	17:05	
Sky Express	GQ500		Θεσσαλονίκη	18:20	
Sky Express	GQ304	EY6752	Αθήνα	21:20	
Aegean Airlines	A3258	EK4967	Αθήνα	21:45	

Εικόνα 4 Πίνακας αφίξεων από τον αερολιμένα της Μυτιλήνης την 11/05/2026 (Πηγή: <https://www.mjt-airport.gr/el>)

Ακτοπλοϊκή σύνδεση

Η Λέσβος διαθέτει σημαντική ακτοπλοϊκή σύνδεση με το λιμάνι του Πειραιά, αλλά και με άλλα νησιά του βορειοανατολικού Αιγαίου, όπως η Χίος, η Λήμνος και η Σάμος. Το κεντρικό λιμάνι της Μυτιλήνης εξυπηρετεί επιβατικά και εμπορικά πλοία καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Από το λιμάνι της Μυτιλήνης πραγματοποιούνται καθημερινά ακτοπλοϊκά δρομολόγια προς και από τον Πειραιά, με τη διάρκεια του ταξιδιού να ανέρχεται περίπου στις 12 ώρες. Παράλληλα, υπάρχει θαλάσσια σύνδεση με τη Χίο, τη Λήμνο, τον Άγιο Ευστράτιο, τα Δωδεκάνησα, τη Θεσσαλονίκη, την Καβάλα, αλλά και με τα παράλια της Τουρκίας. Τα συγκεκριμένα δρομολόγια πραγματοποιούνται μία έως δύο φορές εβδομαδιαίως, ενώ κατά τη θερινή περίοδο η συχνότητά τους αυξάνεται.

Οι κυριότερες ακτοπλοϊκές εταιρείες που εξυπηρετούν το δρομολόγιο Αθήνα Μυτιλήνη είναι η Blue Star Ferries και η Hellenic Seaways. Αντίστοιχα οι εταιρίες που εξυπηρετούν το δρομολόγιο Λέσβος – Τουρκία είναι η Jalem Tour και η Turyol SS. Οι ακτοπλοϊκές συνδέσεις ενισχύουν σημαντικά τον τουρισμό του νησιού, καθώς διευκολύνουν τόσο την πρόσβαση επισκεπτών όσο και τη μεταφορά αγαθών και προϊόντων. Επιπλέον, η σύνδεση

με τα υπόλοιπα νησιά του Αιγαίου ενισχύει τη δυνατότητα ανάπτυξης πολυνησιακών τουριστικών πακέτων.

Πληροφορίες σχετικά με τα δρομολόγια και τις ακτοπλοϊκές συνδέσεις παρέχονται από εξειδικευμένες πλατφόρμες, όπως η Ferryhopper, η Ferryscanner, η Aktoploika.gr κ.ά. Σε αναζήτηση που πραγματοποιήθηκε στη σελίδα της Ferryhopper βρέθηκε ότι καθημερινά, και όλο το χρόνο, υπάρχει ένα απευθείας δρομολόγιο από Πειραιά προς Μυτιλήνη ενώ την Παρασκευή εντοπίζονται 2 απευθείας δρομολόγια με τη διάρκεια ταξιδιού να κυμαίνεται από 13 ώρες και 50 λεπτά έως και 16 ώρες και 30 λεπτά. Στην εικόνα παρακάτω παρουσιάζονται ενδεικτικά τα δρομολόγια του Πειραιά προς Μυτιλήνη για την Παρασκευή 15 Μαΐου 2026:⁸

Πειραιάς → Μυτιλήνη

< Παρ, 15 Μαΐ >

2 απευθείας δρομολόγια

MENOYN ΛΙΓΕΣ ΚΑΜΠΙΝΕΣ

 **BLUE STAR MYCONOS**
BLUE STAR FERRIES

15:00
Πειραιάς

⌚ 16h 30m

07:30
Μυτιλήνη

€ 54.50
/ άτομο

TAXYTEPO

 **NISSOS SAMOS**
HELLENIC SEAWAYS

20:00
Πειραιάς

⌚ 13h 50m

09:50
Μυτιλήνη

€ 54.50
/ άτομο

Εικόνα 5 Ακτοπλοϊκά δρομολόγια από Πειραιά προς Μυτιλήνη (Πηγή: <https://www.ferryhopper.com/>)

⁸ <https://www.ferryhopper.com/el/booking/results?itinerary=PIR,LES&dates=20260515>

Εσωτερικές μετακινήσεις

Οι μετακινήσεις στο νησί πραγματοποιούνται κυρίως μέσω οδικού δικτύου. Η Λέσβος διαθέτει εκτεταμένο δίκτυο λεωφορείων ΚΤΕΛ, το οποίο συνδέει τη Μυτιλήνη με τις περισσότερες πόλεις και χωριά του νησιού.⁹ Τα υπεραστικά λεωφορεία εξυπηρετούν δρομολόγια προς χωριά και προορισμούς που βρίσκονται εκτός των ορίων της Μυτιλήνης, καλύπτοντας μεγαλύτερες αποστάσεις από το αστικό δίκτυο συγκοινωνιών. Παράλληλα, αστικά λεωφορεία συνδέουν την πόλη της Μυτιλήνης με τις γειτονικές περιοχές και τα κοντινά χωριά, με αφετηρία την κεντρική πλατεία Σαπφούς. Τα δρομολόγια διαφοροποιούνται ανάλογα με την εποχή, καθώς κατά τη θερινή περίοδο πραγματοποιούνται συχνότερα σε σχέση με τον χειμώνα.¹⁰ Στην εικόνα που ακολουθεί παρουσιάζονται τα αστικά θερινά δρομολόγια για την θερινή περίοδο 2025. Όπως παρατηρείται τα δρομολόγια του ΚΤΕΛ συνδέουν την πόλη της Μυτιλήνης τόσο με το αεροδρόμιο και το πανεπιστήμιο όσο και με σημαντικά αξιοθέατα και σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος του νησιού όπως είναι ο Άγιος Ραφαήλ, τα λουτρά στην Κουντουρουδιά κ.ά.:

⁹ <https://www.ktel-lesvou.gr/>

¹⁰ <https://astika-mitilinis.gr/>



		ΘΕΡΙΝΑ ΔΡΟΜΟΛΟΓΙΑ ΑΣΤΙΚΟΥ ΚΤΕΛ 2025															ΤΗΛΕΦΩΝΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΙΑΣ ΣΤΑΘΜΑΡΧΕΙΟΥ: 22510 46436 & 6978914001																
ΑΣΤΙΚΕΣ ΣΥΓΚΟΙΝΩΝΙΕΣ ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ		ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΑ ΔΡΟΜΟΛΟΓΙΑ (ΙΣΧΥΟΥΝ ΑΠΟ 17 ΙΟΥΝΙΟΥ 2025)															astika-mitilinis.gr astikmit@astika-mitilinis.gr																
ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ	ΚΡΑΤΗΣΟΣ-ΧΑΡΑΜΙΔΑ	ΚΑΓΙΑΝΙ-ΑΓ.ΜΑΡΙΝΑ	ΧΡΥΣΟΜΑΛΛΟΥΣΑ	ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΟ	ΧΑΛΙΚΑΣ	ΜΙΚΤΟ ΧΡΥΣΟ-ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΟ	ΛΟΥΤΡΑ-ΚΟΥΤΟΥΡΟΓΙΑ	ΘΕΡΙΝΗ	ΑΦΑΛΩΝΑΣ	ΓΙΑΖ																							
ΜΕΤΑΒΑΣΗ	ΕΠΙΤΡΟΦΗ	ΜΕΤΑΒΑΣΗ	ΕΠΙΤΡΟΦΗ	ΜΕΤΑΒΑΣΗ	ΕΠΙΤΡΟΦΗ	ΜΕΤΑΒΑΣΗ	ΕΠΙΤΡΟΦΗ	ΜΕΤΑΒΑΣΗ	ΕΠΙΤΡΟΦΗ	ΜΕΤΑΒΑΣΗ	ΕΠΙΤΡΟΦΗ	ΜΕΤΑΒΑΣΗ	ΕΠΙΤΡΟΦΗ	ΜΕΤΑΒΑΣΗ	ΕΠΙΤΡΟΦΗ	ΜΕΤΑΒΑΣΗ	ΕΠΙΤΡΟΦΗ	ΜΕΤΑΒΑΣΗ	ΕΠΙΤΡΟΦΗ														
6.30	6.55	11.15	11.50	6.30	6.50	7.00	7.10	7.10	7.20	7.50	8.10	8.20	8.40	7.00	7.30	6.30	7.10	7.00	7.30														
7.10	7.30	12.45	13.30	7.40	8.10	7.40	7.50	7.50	8.00	8.50	9.10	9.30	9.50	8.00	8.30	8.00	8.45	13.50	14.20														
7.50	8.10	14.15	14.55	8.40	9.10	8.20	8.30	8.20	8.35	10.10	10.30	11.35	11.55	9.00	9.30	9.35	10.20	9.20	9.25														
8.30	8.50	16.45	17.30	9.35	9.50	9.00	9.10	8.50	9.00	10.50	11.10	13.00	13.20	11.00	11.30	11.00	11.45	9.50	9.55														
9.10	9.30	19.00	19.40	11.00	11.15	9.30	9.40	9.30	9.45	11.45	12.05	17.30	17.45	13.00	13.30	12.30	13.15	6.30	7.10														
9.50	10.10			12.00	12.15	10.15	10.25	10.10	10.20	13.15	13.35	21.00	21.15	14.00	14.30	13.50	14.40	13.50	14.35														
10.30	10.50			13.00	13.15	10.50	11.00	10.50	11.00	14.20	14.40			15.45	16.15	15.00	15.45	11.55	12.00														
11.15	12.10			14.00	14.15	11.35	11.45	11.35	11.50					16.30	17.15	16.30	17.15	12.05	12.10														
12.00	12.20			18.00	18.40	12.25	12.35	11.45	11.55					18.00	18.45	18.00	18.45	13.20	13.25														
12.45	13.40					13.00	13.10	12.20	12.30					19.30	20.00	19.30	20.00	13.35	13.40														
13.10	13.30					13.40	13.50	13.00	13.15					20.40	21.10	20.40	21.10																
13.50	14.10					14.20	14.30	13.15	13.25							22.00	22.30																
14.15	15.10					17.30	17.40	14.30	14.50																								
15.00	15.20					21.00	21.10	14.20	14.30																								
15.40	16.00							17.30	17.45																								
16.30	16.45							21.00	21.15																								
16.45	17.45																																
18.00	18.15																																
19.00	19.55																																
19.40	20.00																																
20.30	20.50																																
21.15	21.35																																
ΠΑΛΑΤΙΑ-ΚΥΤ	7.40	8.15	9.15	10.15	11.15	12.15	13.00	14.00	14.00	14.00	14.00	16.30	17.10	18.00	18.30	19.00	19.30	20.30	21.20														
ΔΡΟΜΟΛΟΓΙΑ ΣΑΒΒΑΤΟΥ																																	
ΧΡΥΣΟΜΑΛΛΟΥΣΑ	ΜΕΤΑΒΑΣΗ	7.30	8.00	9.00	10.00	11.00	12.00	13.00	14.00	ΜΙΚΤΟ ΧΡΥΣΟ-ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΟ	ΜΕΤΑΒΑΣΗ	8.00	9.00	10.00	11.00	12.00																	
	ΕΠΙΤΡΟΦΗ	7.45	8.15	9.20	10.25	11.25	12.25	13.15	14.15		ΕΠΙΤΡΟΦΗ	8.15	9.25	10.25	11.25	12.25																	
ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΟ	ΜΕΤΑΒΑΣΗ	7.10	8.00	9.00	10.00	11.00	12.00	13.00	14.30																								
	ΕΠΙΤΡΟΦΗ	7.20	8.15	9.15	10.15	11.15	12.15	13.40	14.40																								
ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ	ΜΕΤΑΒΑΣΗ	6.40	7.30	8.15	10.00	11.00	12.15	13.15	14.00	15.00	16.15	17.30	19.00	20.30	21.15																		
	ΕΠΙΤΡΟΦΗ	7.10	7.45	8.45	10.30	11.50	12.45	14.05	14.30	15.50	16.30	18.20	19.50	20.45	21.35																		
ΧΑΡΑΜΙΔΑ	ΜΕΤΑΒΑΣΗ	11.00	13.15	15.00	17.30	19.00	ΚΑΓΙΑΝΙ-ΑΓ.ΜΑΡΙΝΑ	ΜΕΤΑΒΑΣΗ	6.40	8.15	10.00	12.15	14.00																				
	ΕΠΙΤΡΟΦΗ	11.40	13.55	15.40	18.10	19.40		ΕΠΙΤΡΟΦΗ	7.00	8.35	10.20	12.35	14.20																				
ΘΕΡΙΝΗ	ΜΕΤΑΒΑΣΗ	6.30	8.00	9.30	11.00	13.00	13.50	15.30	18.20	20.10	21.10	ΑΓ.ΡΑΦΑΗΛ	ΜΕΤΑΒΑΣΗ	8.00	9.30	11.00	13.00	15.30	18.20														
	ΕΠΙΤΡΟΦΗ	7.20	8.40	10.10	11.40	13.40	14.30	16.10	19.00	20.30	21.40		ΕΠΙΤΡΟΦΗ	8.40	10.10	11.40	13.40	16.10	19.00														
ΛΟΥΤΡΑ	ΜΕΤΑΒΑΣΗ	7.00	8.10	11.00	12.30	13.50	17.20	ΠΗΓΗ-ΚΟΜΗ	ΜΕΤΑΒΑΣΗ	6.30	13.50																						
	ΕΠΙΤΡΟΦΗ	7.20	8.30	11.20	12.50	14.10	17.40		ΕΠΙΤΡΟΦΗ	7.10	14.30																						
ΠΑΛΑΤΙΑ-ΚΥΤ	9.00	10.00	11.00	12.00	13.00	14.00	15.00	16.00	17.00																								
ΔΡΟΜΟΛΟΓΙΑ ΚΥΡΙΑΚΗΣ																																	
ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ	ΜΕΤΑΒΑΣΗ	7.15	09.15	11.15	12.00	13.15	15.00	16.30	18.00	20.30																							
	ΕΠΙΤΡΟΦΗ	7.45	09.35	11.55	12.20	14.05	15.50	17.20	18.50	20.45																							
ΧΑΡΑΜΙΔΑ	ΜΕΤΑΒΑΣΗ	11.15	13.15	15.00	16.30	18.00	ΚΑΤΗΜΕΣ ΚΡΑΤΗΣΟΣ	ΜΕΤΑΒΑΣΗ	11.15	12.00	13.15	15.00	16.30	18.00																			
	ΕΠΙΤΡΟΦΗ	11.55	13.55	15.40	17.10	18.40		ΕΠΙΤΡΟΦΗ	11.50	12.20	13.55	15.40	17.10	18.40																			
ΘΕΡΙΝΗ	ΜΕΤΑΒΑΣΗ	08.00	10.40	13.00	15.00	16.30	18.00	19.30	21.10	ΑΓ.ΡΑΦΑΗΛ	ΜΕΤΑΒΑΣΗ	8.00	10.40	13.00	15.00	16.30	18.00																
	ΕΠΙΤΡΟΦΗ	08.40	11.20	13.40	15.40	17.10	18.40	20.00	21.35		ΕΠΙΤΡΟΦΗ	8.40	11.20	13.40	15.40	17.10	18.40																
ΚΟΜΙΤΕΡΟ ΑΣΤΙΚΩΝ ΧΥΤ ΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ																																	
Για μετακινήσεις από Α σε Β ισχύει το Β κόμιστρο		ΚΑΝΟΝΙΚΟ		ΦΟΙΤΗΤΙΚΟ		ΚΑΡΤΕΣ ΠΡΟΝΟΙΑΣ		ΕΙΣΗΓΗΤΑ ΕΙΣΤΕΛΟΥΣ ΤΟΥ ΑΕΡΟΦΟΡΕΙΟΥ																									
Για μετακινήσεις από Α σε Γ ισχύει το Γ κόμιστρο		ΖΩΝΗ Α		1.20€		0.70€		ΘΕΩΡΗΜΕΝΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ 2025 ΝΟΜΟΥ ΑΕΖΒΟΥ																									
Για μετακινήσεις από Β σε Α ισχύει το Β κόμιστρο		ΖΩΝΗ Β		1.60€		0.90€																											
Για μετακινήσεις από Β σε Γ ισχύει το Β κόμιστρο		ΖΩΝΗ Γ		2.10€		1.10€																											

Εικόνα 6 Θερινά δρομολόγια αστικού ΚΤΕΛ Μυτιλήνης για την περίοδο 2025 (Πηγή: <https://astika-mitilinis.gr/wp-content/uploads/2025/06/therina2025.pdf>)

Παράλληλα, σημαντικό ρόλο παίζουν οι υπηρεσίες ενοικίασης αυτοκινήτων και μοτοσικλετών, ιδιαίτερα για τους επισκέπτες που επιθυμούν να εξερευνήσουν το νησί με μεγαλύτερη ευελιξία. Η καλή εσωτερική συνδεσιμότητα συμβάλλει σημαντικά στην τουριστική εμπειρία, καθώς δίνει τη δυνατότητα στους επισκέπτες να γνωρίσουν τόσο τις δημοφιλείς όσο και τις λιγότερο γνωστές περιοχές της Λέσβου.

2.1.3 Τουριστικοί προορισμοί και σημεία ενδιαφέροντος στη Μυτιλήνη

Η πόλη της Μυτιλήνης αποτελεί τον σημαντικότερο αστικό και τουριστικό πυρήνα της Λέσβου και συγκεντρώνει μεγάλο αριθμό πολιτιστικών, ιστορικών και φυσικών αξιοθέατων. Η ιδιαίτερη αρχιτεκτονική φυσιογνωμία της πόλης, ο συνδυασμός ανατολικών και νεοκλασικών επιρροών, το παραλιακό μέτωπο και η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά δημιουργούν ένα σύνθετο τουριστικό προϊόν που διαφοροποιεί τη Μυτιλήνη από άλλες νησιωτικές πρωτεύουσες του Αιγαίου.

Η πόλη είναι αμφιθεατρικά χτισμένη γύρω από το νότιο λιμάνι και εκτείνεται σε επτά λόφους, γεγονός που προσφέρει ιδιαίτερη αισθητική και πανοραμική θέα προς το Αιγαίο. Σύμφωνα με την επίσημη τουριστική πλατφόρμα του νησιού, η Μυτιλήνη αποτελεί πόλη με έντονο ιστορικό και πολιτιστικό χαρακτήρα, με σημαντικά μνημεία από τη βυζαντινή, οθωμανική και νεότερη περίοδο.¹¹

Το Κάστρο της Μυτιλήνης

Το σημαντικότερο ίσως αξιοθέατο της πόλης είναι το Κάστρο Μυτιλήνης, το οποίο θεωρείται ένα από τα μεγαλύτερα και σημαντικότερα κάστρα της ανατολικής Μεσογείου. Στο βόρειο τμήμα της πόλης, ανάμεσα σε έναν καταπράσινο πευκώνα και τη θάλασσα, δεσπόζουν τα ερείπια του Κάστρου της Μυτιλήνης. Το κάστρο διατηρείται σε ιδιαίτερα καλή κατάσταση και συγκαταλέγεται ανάμεσα στα μεγαλύτερα οχυρωματικά έργα της Μεσογείου. Η κατασκευή και η ενίσχυσή του πραγματοποιήθηκαν σε διαφορετικές ιστορικές περιόδους, ενώ εκτιμάται ότι η αρχική του ανέγερση έγινε κατά τη βυζαντινή εποχή, στα χρόνια του Ιουστινιανού.



Εικόνα 7 Το Κάστρο της Μυτιλήνης (Πηγή: <https://www.mytilene.gr/aksiotheata/kastro-mytilinis/>)

¹¹ <https://www.visitlesvos.gr/en/pois/mytilini/>

Ιδιαίτερα σημαντικές επεμβάσεις και ανακαινίσεις πραγματοποιήθηκαν αργότερα από τον Φραγκίσκο Γατελούζο, κατά την περίοδο της κυριαρχίας του στο νησί. Την εποχή εκείνη το κάστρο θεωρούνταν ένα από τα ισχυρότερα και πιο απόρθητα της περιοχής. Στο εσωτερικό του βρισκόταν και το παλάτι του, γνωστό ως «Πύργος της Βασίλισσας».

Στον χώρο διασώζεται ακόμη μία ρωμαϊκή ή βυζαντινή δεξαμενή, κατασκευασμένη από αδιάβροχο υλικό, ενώ στις πύλες και σε διάφορα σημεία των τειχών διακρίνονται οικόσημα των Παλαιολόγων και των Γατελούζων. Κάτω από το κάστρο εκτείνονται υπόγειες στοές μεγάλου μήκους, οι οποίες χρησιμοποιούνταν ως καταφύγιο για τα γυναικόπαιδα σε περιόδους πολέμου. Σύμφωνα με την τοπική παράδοση, οι στοές αυτές οδηγούσαν σε εξόδους που βρίσκονταν αρκετά μακριά από το κάστρο. Τα τείχη του, που διατηρούνται έως σήμερα σε καλή κατάσταση, αποτελούν χαρακτηριστικά δείγματα εξαιρετικής οχυρωματικής αρχιτεκτονικής.

Σήμερα αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους τουριστικούς πόλους έλξης της Μυτιλήνης, καθώς συνδυάζει ιστορική σημασία, αρχιτεκτονικό ενδιαφέρον και πανοραμική θέα προς την πόλη και το Αιγαίο. Σύμφωνα με ταξιδιωτικούς οδηγούς και την επίσημη ιστοσελίδα του Δήμου Μυτιλήνης, το κάστρο συγκαταλέγεται στα κορυφαία αξιοθέατα της πόλης.¹²

Η Προκυμαία και το ιστορικό κέντρο

Η προκυμαία της Μυτιλήνης αποτελεί το πιο ζωντανό τμήμα της πόλης και συγκεντρώνει μεγάλο μέρος της κοινωνικής και τουριστικής δραστηριότητας. Στην περιοχή λειτουργούν καφέ, ουζερί, εστιατόρια και εμπορικά καταστήματα, ενώ το παραλιακό μέτωπο χρησιμοποιείται καθημερινά τόσο από κατοίκους όσο και από επισκέπτες.

Η περιοχή γύρω από την Πλατεία Σαπφούς αποτελεί βασικό σημείο αναφοράς της πόλης. Η πλατεία βρίσκεται δίπλα στο λιμάνι και λειτουργεί ως σημείο συνάντησης και

¹² <https://www.mytilene.gr/aksiotheata/>

διοργάνωσης πολιτιστικών εκδηλώσεων. Σύμφωνα με τουριστικούς οδηγούς, η περιοχή παρουσιάζει έντονη τουριστική κινητικότητα ιδιαίτερα κατά τους θερινούς μήνες¹³.

Το ιστορικό κέντρο της πόλης χαρακτηρίζεται από στενά σοκάκια, νεοκλασικά κτίρια και οθωμανικά μνημεία, τα οποία αποτυπώνουν τη μακραίωνη ιστορία της Μυτιλήνης. Η περιοχή της Σουράδας ξεχωρίζει για τα εντυπωσιακά αρχοντικά του 19ου αιώνα, τα οποία αποτελούν σημαντικό δείγμα της αστικής αρχιτεκτονικής του νησιού¹⁴.

Θρησκευτικά και οθωμανικά μνημεία

Η Μυτιλήνη διαθέτει σημαντικό αριθμό θρησκευτικών μνημείων, τα οποία ενισχύουν την πολιτιστική και τουριστική ταυτότητα της πόλης. Ξεχωριστή θέση κατέχει ο Ναός Αγίου Θεράποντα, ο οποίος αποτελεί ένα από τα πιο χαρακτηριστικά αρχιτεκτονικά μνημεία της πόλης. Ο μεγαλοπρεπής ναός με τον εντυπωσιακό τρούλο δεσπόζει στο αστικό τοπίο και αποτελεί σημείο αναφοράς για κατοίκους και επισκέπτες.

Σημαντικό μνημείο της οθωμανικής περιόδου είναι το Γενί Τζαμί, το οποίο αποτελεί χαρακτηριστικό δείγμα ισλαμικής αρχιτεκτονικής στη Λέσβο. Το μνημείο βρίσκεται στην περιοχή της Επάνω Σκάλας και συνδέεται με την ιστορική πολυπολιτισμική ταυτότητα της πόλης¹⁵.

Το Τσαρσί Χαμάμ, γνωστό και ως «Λουτρό της Αγοράς», αποτελεί μέρος του συγκροτήματος του γειτονικού τεμένους Γενί Τζαμί και βρισκόταν στο κέντρο της αγοράς της οθωμανικής συνοικίας Αζιζιέ, μέσα σε έναν καταπράσινο περιβάλλοντα χώρο. Παρόλο που δεν υπάρχουν σαφείς ιστορικές αναφορές σχετικά με την ανέγερσή του, τα αρχιτεκτονικά και μορφολογικά του χαρακτηριστικά οδηγούν στο συμπέρασμα ότι κατασκευάστηκε κατά το πρώτο τέταρτο του 19ου αιώνα.

Το κτήριο ακολουθεί την τυπική αρχιτεκτονική διάταξη των οθωμανικών λουτρών, με τρεις διαδοχικούς χώρους που οδηγούν σταδιακά από τον ψυχρό προς τον θερμό χώρο.

¹³ <https://gofar.gr/p/mytilini-lesvos?>

¹⁴ <https://www.visitlesvos.gr/en/pois/mytilini/>

¹⁵ <https://www.mytilene.gr/aksiotheata/geni-tzami-neo-temenos/>

Η συγκεκριμένη τυπολογία έχει τις ρίζες της στα αρχαία ελληνικά βαλανεία και στις ρωμαϊκές θέρμες. Στο πλαίσιο της οθωμανικής κοσμικής αρχιτεκτονικής, η οποία διατήρησε στοιχεία των βυζαντινών αστικών συνηθειών, τα χαμάμ λειτουργούσαν όχι μόνο ως χώροι καθαριότητας, αλλά και ως σημεία κοινωνικής συναναστροφής και υποδοχής επισκεπτών, συνδεδεμένα άμεσα με τη θρησκευτική και κοινωνική ζωή του Ισλάμ.

Τον Φεβρουάριο του 2000 ξεκίνησαν εργασίες στερέωσης και αναστήλωσης του μνημείου από τον Δήμο Μυτιλήνης, υπό την επίβλεψη της 14ης Εφορείας Βυζαντινών Αρχαιοτήτων. Οι εργασίες ολοκληρώθηκαν με επιτυχία και το μνημείο αποκαταστάθηκε πλήρως, αποδίδοντας ξανά τον χώρο στο κοινό το 2001.¹⁶

Μουσεία και πολιτιστικές υποδομές

Η Μυτιλήνη διαθέτει σημαντικές πολιτιστικές υποδομές που ενισχύουν την ανάπτυξη πολιτιστικού τουρισμού. Το Αρχαιολογικό Μουσείο Μυτιλήνης αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους μουσειακούς χώρους του βορείου Αιγαίου και φιλοξενεί εκθέματα από την αρχαία ιστορία της Λέσβου. Το μουσείο στεγάζεται σε δύο κτίρια και παρουσιάζει σημαντικές συλλογές γλυπτών, ψηφιδωτών και αρχαιολογικών ευρημάτων¹⁷.

Ιδιαίτερη σημασία έχει επίσης το Μουσείο Θεόφιλου, αφιερωμένο στον λαϊκό ζωγράφο Θεόφιλο Χατζημιχαήλ, έναν από τους σημαντικότερους εκπροσώπους της νεοελληνικής λαϊκής τέχνης. Το μουσείο προσελκύει σημαντικό αριθμό επισκεπτών και συμβάλλει στην προβολή της καλλιτεχνικής ταυτότητας του νησιού¹⁸.

Παράλληλα, στην πόλη λειτουργούν δημοτικές πινακοθήκες, βιβλιοθήκες και πολιτιστικά κέντρα που φιλοξενούν εκθέσεις, συνέδρια και πολιτιστικές δράσεις καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

¹⁶ <https://www.efales.gr/mnimeia/tsarsi-hamam-mytilinis-othomaniko-loytro>

¹⁷ <https://museumfinder.gr/listing/archaiologiko-mouseio-mytilinis/>

¹⁸ <https://www.mytilene.gr/aksiotheata/mouseio-theofilou-mytilinis/>

Παραθαλάσσιος και αστικός τουρισμός

Η Μυτιλήνη συνδυάζει τον αστικό χαρακτήρα με παραθαλάσσια στοιχεία, γεγονός που ενισχύει την τουριστική της ελκυστικότητα. Η Παραλία Τσαμάκια αποτελεί την πιο γνωστή αστική παραλία της πόλης και βρίσκεται σε μικρή απόσταση από το κέντρο. Η παραλία προσελκύει τόσο κατοίκους όσο και επισκέπτες, ιδιαίτερα κατά τους θερινούς μήνες.¹⁹

Παράλληλα, η περιοχή της Επάνω Σκάλας, το παλιό λιμάνι και οι παραθαλάσσιοι πεζόδρομοι προσφέρουν δυνατότητες περιπάτου και αναψυχής. Η ύπαρξη οργανωμένων καταστημάτων εστίασης και αναψυχής συμβάλλει σημαντικά στην ενίσχυση του αστικού τουρισμού της πόλης.

Τα αξιοθέατα του νησιού όπως προβάλλονται στο διαδίκτυο

Ο κάθε ενδιαφερόμενος και υποψήφιος επισκέπτης του νησιού και της πρωτεύουσας της Μυτιλήνης, πραγματοποιώντας μία αναζήτηση στο διαδίκτυο μπορεί να λάβει χρήσιμες πληροφορίες σχετικά με τα σημεία και αξιοθέατα που προσελκύουν το τουριστικό ενδιαφέρον. Αυτές οι πληροφορίες μπορεί να περιλαμβάνουν χάρτες, τιμές εισόδου, ώρες λειτουργίας κ.ο.κ. Παρακάτω παρατίθενται κάποια αξιοθέατα της πόλης και πώς αυτά προβάλλονται από τις διάφορες διαδικτυακές πλατφόρμες.

Στην ιστοσελίδα gofar.gr δίνονται πληροφορίες σχετικά με τα 10 καλύτερα αξιοθέατα της Μυτιλήνης που παρουσιάζονται στην ακόλουθη εικόνα ως εξής:

¹⁹ <https://gofar.gr/p/mytilini-lesvos?>

🏆 Top10 Καλύτερα Αξιοθέατα – Τι να δω;

- 1 **Κάστρο Μυτιλήνης** (Εισιτήριο: 4€) – Ένα από τα μεγαλύτερα κάστρα της Μεσογείου με υπέροχη θέα και ιστορία που ξεκινά από τη βυζαντινή εποχή.
- 2 **Αρχαιολογικό Μουσείο Μυτιλήνης** (Εισιτήριο: 4€) – Εντυπωσιακά εκθέματα από την αρχαία ιστορία της Λέσβου, ιδανικό για τους λάτρεις της αρχαιολογίας.
- 3 **Πλατεία Σαπφούς** (Δωρεάν) – Η κεντρική πλατεία της πόλης, γεμάτη ζωή, καφέ και τοπικό χρώμα, ιδανική για βόλτα και χαλάρωση.
- 4 **Ναός του Αγίου Θεράποντα** (Δωρεάν) – Εμβληματικός ναός με εντυπωσιακή αρχιτεκτονική και πλούσια ιστορία.
- 5 **Μουσείο Θεόφιλου** (Εισιτήριο: 3€) – Αφιερωμένο στον διάσημο λαϊκό ζωγράφο Θεόφιλο, με αυθεντικά έργα του.
- 6 **Λουτρά Γέρας** (Εισιτήριο: 5€) – Φημισμένα ιαματικά λουτρά για χαλάρωση και ευεξία, σε ένα καταπράσινο περιβάλλον.
- 7 **Παραλία Τσαμιάκια** (Δωρεάν) – Η πιο κοντινή παραλία στην πόλη, ιδανική για γρήγορη απόδραση και δροσερές βουτιές.
- 8 **Παλιό Λιμάνι Μυτιλήνης** (Δωρεάν) – Ρομαντική βόλτα δίπλα στη θάλασσα, με παραδοσιακά καΐκια και όμορφα καφέ.
- 9 **Οθωμανικό Λουτρό** (Εισιτήριο: 2€) – Ένα μοναδικό δείγμα οθωμανικής αρχιτεκτονικής, που σε ταξιδεύει σε άλλες εποχές.
- 10 **Μουσείο Βιομηχανικής Ελαιουργίας Λέσβου** (Εισιτήριο: 3€) – Μάθετε τα πάντα για την ιστορία του ελαιολάδου στο νησί, μέσα σε ένα καλοδιατηρημένο βιομηχανικό κτίριο.

Εικόνα 8 Τα 10 καλύτερα αξιοθέατα της Μυτιλήνης (Πηγή: <https://gofar.gr/p/mytilini-lesvos>)

Ακολουθώντας, στον ιστότοπο *tripadvisor* παρέχεται πληθώρα πληροφοριών. Συγκεκριμένα, κατά την αναζήτηση των αξιοθέατων ο αναγνώστης – ενδιαφερόμενος επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να προβάλει και να λάβει πληροφορίες για τα αξιοθέατα της πόλης με την ταξινόμηση που επιθυμεί. Δηλαδή μπορεί να επιλέξει να προβάλει τις υπαίθριες δραστηριότητες, τα μουσεία, τις περιηγήσεις κ.ά. ενώ επιπλέον του δίνεται η δυνατότητα να προβάλει μόνο τα δωρεάν αξιοθέατα, τα αξιοθέατα που προτείνονται για βροχερές ημέρες και πολλές ακόμα επιλογές. Στην εικόνα που ακολουθεί προβάλλονται οι διαθέσιμες επιλογές του ιστότοπου που δίνονται στους επισκέπτες κατά την περιήγησή τους στα αξιοθέατα της Μυτιλήνης καθώς και η κατάταξη των αξιοθέατων σύμφωνα με τις προτιμήσεις των ταξιδιωτών:²⁰

²⁰ https://www.tripadvisor.com.gr/Attractions-g1450327-Activities_Mytilene_Lesbos_Northeast_Aegean_Islands.html

Μυτιλήνη - Αξιοθέατα

Εισαγωγή ημερομηνιών

Είδη κατηγοριών

Αιθέρατα

- Υπαίθριες δραστηριότητες
- Συναυλίες και παραστάσεις
- Φαγητό και ποτό
- Ψώνια
- Μεταφορά

Τύποι αξιοθέατων

- Περιγήσεις
- Μνημεία και αξιοθέατα
- Νυχτερινή ζωή
- Μουσεία
- Παιχνίδια και διασκέδαση
- Ευεξία και σπα

Εμφάνιση περισσότερων >

Βαθμολογία ταξιδιωτών <

☐ ●●●●●
 ☐ ●●●●○
 ☐ ●●●○○
 και πάνω

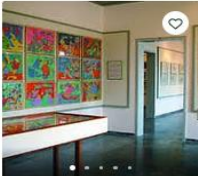
☐ ●●●○○○
 και πάνω

Κατάλληλο για <

- ☐ Προσέτες ηλικίας
- ☐ Καλό για μια βροχερή μέρα
- ☐ Καλό για ζευγάρι
- ☐ Καλό για μεγάλες παρέες
- ☐ Διωρεάν είσοδος
- ☐ Καλό για παιδιά

52 αποτελέσματα ταξινομημένα κατά τη σταθμισμένη των ταξιδιωτών ⓘ

Πραγματοποιούμε έλεγχο σε κριτικές ⓘ



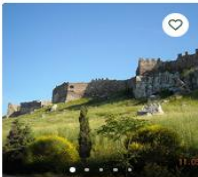
1. Μουσείο - Βιβλιοθήκη Στρατή Ελευθεριάδη - Teriade

4,7 ●●●●● (46)

Μουσεία Τέχνης • Μουσεία Ιστορίας

👤 Από: 537vaasilist

Η παρουσίαση της συλλογής του τεχνονεκτικού Στρατή Ελευθεριάδη είναι εξαιρετική. Σε βάθος στο μαγικό κόσμο της...



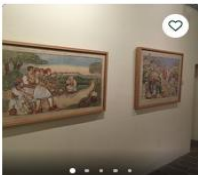
2. Κάστρο Μυτιλήνης

4,1 ●●●●○ (240)

Κάστρα

👤 Από: ferreTraveller

Είναι αίσουμα ένα από τα αξιοθέατα του νησιού κι αξίζει τον κόπο να το επισκεφτείτε. Το καλοκαίρι γίνονται φεστιβάλ...



3. Μουσείο του Θεόφυλου

4,3 ●●●●● (72)

Μουσεία Τέχνης

Αναρχικό τόπος

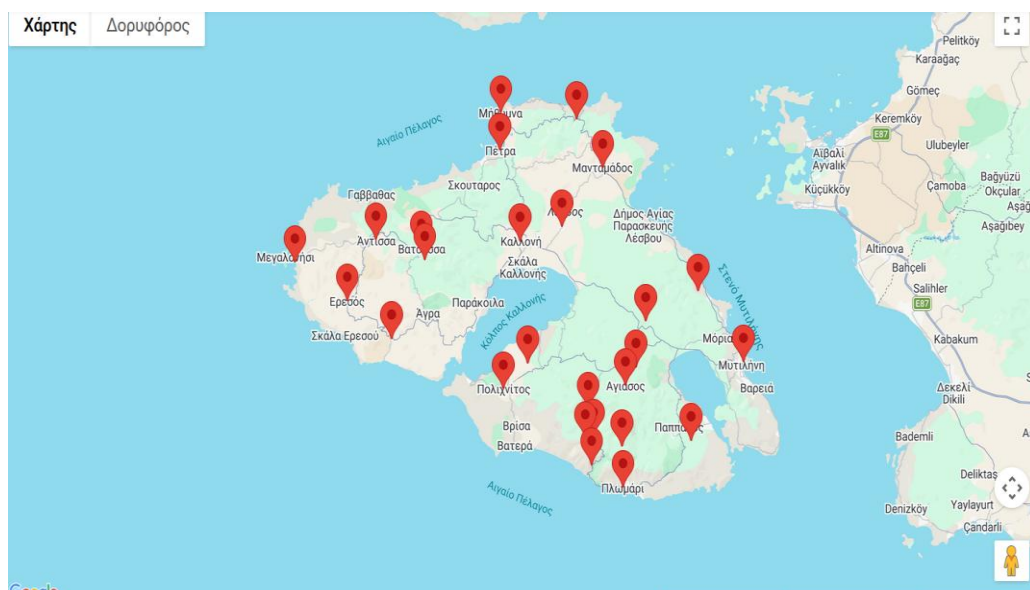
👤 Από: 47theistate

Έχει δυο μουσεία σε κάθε ένα πλήρως ανεξάρτητα 360άρεις συλλογές κ αξίζει να περάσετε μια επίσκεψη Να δείτε τον...

Εικόνα 9 Τα αξιοθέατα της Μυτιλήνης όπως προβάλλονται στον ιστότοπο Tripadvisor (Πηγή:

<https://www.tripadvisor.com.gr>)

Τέλος, στον ιστότοπο visitlesvos παρέχεται ένα χάρτης στον οποίο έχουν τοποθετηθεί πινέζες με τα σημαντικότερα σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος στο νησί της Λέσβου:



Εικόνα 10 Σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος στη Λέσβο σύμφωνα με το visitlesvos.gr (Πηγή:

<https://www.visitlesvos.gr/>)

2.2 Δραστηριότητες Ήπιου Τουρισμού

2.2.1 Ανάπτυξη ποικίλων μορφών τουρισμού στην Μυτιλήνη

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, ο Ήπιος και Αναγεννητικός τουρισμός αποτελεί μία σύγχρονη μορφή τουριστικής ανάπτυξης που δίνει έμφαση στην προστασία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, στην ευημερία των τοπικών κοινωνιών και στη βιωματική εμπειρία του επισκέπτη. Δραστηριότητες όπως η πεζοπορία, η ορνιθοπαρατήρηση, η ποδηλασία στη φύση, η συμμετοχή σε αγροτικές εργασίες, οι περιηγήσεις σε προστατευόμενες περιοχές και οι πολιτιστικές διαδρομές θεωρούνται ιδιαίτερα κατάλληλες για την ανάπτυξη Ήπιου Τουρισμού, καθώς βασίζονται στη χαμηλή περιβαλλοντική επιβάρυνση και στην ουσιαστική επαφή του επισκέπτη με το τοπικό τοπίο και την πολιτιστική κληρονομιά. Παράλληλα, οι πρακτικές του Αναγεννητικού Τουρισμού επιδιώκουν όχι μόνο τη διατήρηση αλλά και τη βελτίωση των οικοσυστημάτων και της κοινωνικής συνοχής των προορισμών, μέσα από δραστηριότητες που ενισχύουν τη σύνδεση ανθρώπου και φύσης και προωθούν τη βιώσιμη διαχείριση των φυσικών πόρων (Mathisen et al, 2022).

Επιπλέον, η επιστημονική έρευνα επισημαίνει ότι οι δραστηριότητες φυσιολατρικού και βιωματικού χαρακτήρα συμβάλλουν σημαντικά στη σωματική και ψυχική ευεξία των επισκεπτών, ενισχύοντας την αίσθηση αποκατάστασης, χαλάρωσης και περιβαλλοντικής συνείδησης. Οι ήπιες μορφές τουρισμού ενθαρρύνουν τη συμμετοχή των τοπικών κοινοτήτων, την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και τη δημιουργία αυθεντικών εμπειριών, οι οποίες βασίζονται στον σεβασμό της τοπικής ταυτότητας και των οικοσυστημάτων. Για τον λόγο αυτό, δραστηριότητες όπως η οικοτουριστική ξενάγηση, η παρατήρηση της βιοποικιλότητας, οι εκπαιδευτικές περιβαλλοντικές δράσεις και οι υπαίθριες δραστηριότητες ευεξίας αποτελούν βασικούς άξονες ανάπτυξης του αναγεννητικού τουρισμού, συμβάλλοντας στη μετάβαση προς ένα περισσότερο βιώσιμο και ανθρωποκεντρικό μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης (Qiu et al, 2021).

Η Μυτιλήνη αποτελεί έναν πολυδιάστατο τουριστικό προορισμό, ο οποίος συνδυάζει στοιχεία πολιτιστικού, ιστορικού, γαστρονομικού, θρησκευτικού και αστικού τουρισμού.

Η ιδιαίτερη φυσιογνωμία της πόλης, η μακραίωνη ιστορία της και η έντονη πολιτιστική της ταυτότητα δημιουργούν ένα διαφοροποιημένο τουριστικό προϊόν, το οποίο ανταποκρίνεται στις σύγχρονες τάσεις του βιώσιμου και εμπειρικού τουρισμού.

Σε αντίθεση με άλλους νησιωτικούς προορισμούς που βασίζονται αποκλειστικά στο μοντέλο «ήλιος και θάλασσα», η Μυτιλήνη προσφέρει ένα σύνθετο τουριστικό περιβάλλον, όπου ο επισκέπτης μπορεί να συνδυάσει την πολιτιστική εμπειρία με τη γαστρονομία, την ιστορία και την καθημερινή ζωή της πόλης. Σύμφωνα με την επίσημη τουριστική πλατφόρμα της Λέσβου, η Μυτιλήνη χαρακτηρίζεται από πλούσια αρχιτεκτονική, σημαντικά μνημεία και έντονη πολιτιστική δραστηριότητα, στοιχεία που ενισχύουν την τουριστική της ελκυστικότητα.²¹

Η σταδιακή αύξηση των αφίξεων και η ενίσχυση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού δημιουργούν νέες αναπτυξιακές προοπτικές για τη Λέσβο. Σε αντίθεση με προορισμούς που αντιμετωπίζουν προβλήματα υπερτουρισμού, η Μυτιλήνη διατηρεί ακόμη ήπια τουριστική ανάπτυξη, γεγονός που επιτρέπει την καλύτερη διαχείριση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων. Η δυνατότητα ανάπτυξης δραστηριοτήτων όπως ο οικοτουρισμός, ο γαστρονομικός τουρισμός, η πεζοπορία κ.ά. καθιστούν τη Μυτιλήνη ιδανικό προορισμό για την εφαρμογή μοντέλων ήπιου και αναγεννητικού τουρισμού.

2.2.2 Πολιτιστικός και ιστορικός τουρισμός

Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί μία από τις σημαντικότερες μορφές τουρισμού στη Μυτιλήνη. Η πόλη διαθέτει σημαντικό αριθμό ιστορικών και πολιτιστικών μνημείων, τα οποία προσελκύουν επισκέπτες από την Ελλάδα και το εξωτερικό. Κυρίαρχη θέση κατέχει το Κάστρο της Μυτιλήνης, το οποίο θεωρείται ένα από τα μεγαλύτερα κάστρα της Μεσογείου. Το μνημείο βρίσκεται στο βορειοανατολικό άκρο της πόλης και αποτελεί χαρακτηριστικό δείγμα βυζαντινής και γενοατικής οχυρωματικής αρχιτεκτονικής. Η στρατηγική του θέση προσφέρει πανοραμική θέα προς το Αιγαίο και το αστικό τοπίο της

²¹ <https://www.visitlesvos.gr>

Μυτιλήνης. Το κάστρο λειτουργεί σήμερα ως επισκέψιμος αρχαιολογικός χώρος και φιλοξενεί πολιτιστικές εκδηλώσεις κατά τη θερινή περίοδο.

Σημαντικό πόλο έλξης αποτελεί επίσης το Αρχαιολογικό Μουσείο Μυτιλήνης, το οποίο φιλοξενεί εκθέματα από την αρχαιότητα έως τα ρωμαϊκά χρόνια. Οι συλλογές του μουσείου περιλαμβάνουν ψηφιδωτά, γλυπτά και αντικείμενα καθημερινής χρήσης, τα οποία αποτυπώνουν τη διαχρονική πολιτιστική πορεία της Λέσβου.²²

Η πόλη διαθέτει επίσης σημαντικό αριθμό νεοκλασικών κτιρίων και αρχοντικών, ιδιαίτερα στην περιοχή της Σουράδας. Τα κτίρια αυτά αποτελούν χαρακτηριστικά δείγματα της οικονομικής ανάπτυξης που γνώρισε η Μυτιλήνη κατά τον 19ο και τις αρχές του 20ού αιώνα. Η ιδιαίτερη αρχιτεκτονική φυσιογνωμία της πόλης ενισχύει σημαντικά τον αστικό και πολιτιστικό τουρισμό.²³

Επιπρόσθετα, η Μυτιλήνη φιλοξενεί σημαντικό αριθμό πολιτιστικών εκδηλώσεων και φεστιβάλ κατά τη διάρκεια του έτους. Συναυλίες, θεατρικές παραστάσεις, εκθέσεις και τοπικές γιορτές συμβάλλουν στην ενίσχυση της πολιτιστικής ζωής και προσελκύουν επισκέπτες. Οι πολιτιστικές δράσεις πραγματοποιούνται συχνά στο Κάστρο Μυτιλήνης, στο Δημοτικό Θέατρο και σε υπαίθριους χώρους της πόλης. Η διοργάνωση αυτών των εκδηλώσεων συμβάλλει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και στην ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού.²⁴

2.2.3 Γαστρονομικός τουρισμός

Η γαστρονομία αποτελεί βασικό στοιχείο της τουριστικής εμπειρίας στη Μυτιλήνη. Η πόλη διαθέτει μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων εστίασης, όπως παραδοσιακά ουζερί, ταβέρνες, καφέ και εστιατόρια, τα οποία προβάλλουν την τοπική κουζίνα και τα προϊόντα της Λέσβου. Σύμφωνα με επαγγελματικούς οδηγούς και πλατφόρμες τουρισμού, η

²² <https://museumfinder.gr/listing/archaiologiko-mouseio-mytilinis/>

²³ <https://www.lesvosnews.net/articles/news-categories/taxidi-sto-hthes/i-mytilini-ton-arhontikon-soyrada-kai-makrys-gialos>

²⁴ <https://www.mytilene.gr/ekdiloseis/>

Μυτιλήνη συγκεντρώνει μεγάλο μέρος της γαστρονομικής δραστηριότητας του νησιού, με εκατοντάδες επιχειρήσεις εστίασης να λειτουργούν στο κέντρο της πόλης και στις παραθαλάσσιες περιοχές. Πραγματοποιώντας αναζήτηση στον ιστότοπο tripadvisor στην Μυτιλήνη εμφανίζονται 93 επιλογές εστιατορίων και ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να επιλέξει ανάλογα με τις προτιμήσεις του. Συγκεκριμένα, υπάρχει η επιλογή βίγκαν (12 καταστήματα εστίασης), χωρίς γλουτένη (2 καταστήματα εστίασης) ενώ μπορεί να ταξινομήσει τις διαθέσιμες επιλογές ανάλογα με τη βαθμολογία των επισκεπτών, τις ώρες λειτουργίας, τις προσφερόμενες κουζίνες κ.ά.²⁵

Το ούζο αποτελεί το σημαντικότερο τοπικό προϊόν και συνδέεται άμεσα με την πολιτιστική ταυτότητα της πόλης και του νησιού. Παράλληλα, ιδιαίτερη θέση στην τοπική γαστρονομία κατέχουν οι σαρδέλες Καλλονής, τα ελαιοκομικά προϊόντα, τα τοπικά τυριά και τα θαλασσινά. Η ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού στη Μυτιλήνη σχετίζεται άμεσα με τις αρχές του slow tourism, καθώς δίνεται έμφαση στην τοπική παραγωγή, στις αυθεντικές γεύσεις και στις μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις.

2.2.4 Περιπατητικές Διαδρομές

Η πλούσια φύση της Λέσβου και η ιδιαίτερη γεωμορφολογία της, με τις συνεχείς εναλλαγές τοπίων, σε συνδυασμό με το εκτεταμένο δίκτυο σηματοδοτημένων μονοπατιών που διαθέτει —κυκλικών ή διασχίσεων και διαφορετικών βαθμών δυσκολίας— καθιστούν το νησί ιδανικό προορισμό για περιπατητικό τουρισμό. Μέσα από τις πεζοπορικές διαδρομές της Λέσβου, ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να γνωρίσει τη μοναδική φυσική ομορφιά, τον πολιτιστικό πλούτο και τη μακραίωνη ιστορία του τόπου. Οι επιλογές περιλαμβάνουν διαδρομές γεωλογικού ενδιαφέροντος, όπως εκείνες που διασχίζουν το Απολιθωμένο Δάσος, πολιτιστικές διαδρομές που οδηγούν σε μοναστήρια,

²⁵ <https://www.tripadvisor.com.gr/FindRestaurants?>

ξωκλήσια και αρχαιολογικούς χώρους, αλλά και οικολογικά μονοπάτια μέσα από ελαιώνες, δάση και προστατευόμενες περιοχές NATURA.

Είτε συμμετέχοντας σε οργανωμένες πεζοπορίες που διοργανώνουν οι περιπατητικοί σύλλογοι του νησιού είτε εξερευνώντας ανεξάρτητα τις διαδρομές, μόνοι, με φίλους ή οικογένεια, οι επισκέπτες μπορούν να ανακαλύψουν ορεινές και δύσβατες περιοχές, καταπράσινες πλαγιές, κορυφογραμμές με πανοραμική θέα, δροσερές ρεματιές, παραδοσιακούς οικισμούς με πλακόστρωτα σοκάκια, παλιές κρήνες, μικρά ξωκλήσια και σημαντικά αρχιτεκτονικά κατάλοιπα.

Στη Μυτιλήνη δραστηριοποιούνται σύλλογοι που οργανώνουν πεζοπορίες και δράσεις στη φύση καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, όπως ο Ορειβατικός – Πεζοπορικός Σύλλογος Λέσβου «Ορειάς» και ο Σύλλογος «Λέσβος και Οικολογία». Ο «Ορειάς» προωθεί τη διάδοση της ορειβασίας και της πεζοπορίας, ενθαρρύνοντας παράλληλα δραστηριότητες όπως αναρρίχηση, καταρρίχηση, εξερεύνηση σπηλαίων και συντήρηση μονοπατιών. Από την άλλη πλευρά, ο Σύλλογος «Λέσβος και Οικολογία», σε συνεργασία με τη «Λέσβος Adventures», διοργανώνει δραστηριότητες όπως αναρρίχηση, τοξοβολία και flying fox στους καταρράκτες της Μαν' Κάτσας στον Μανταμάδο.

Οι περιπατητικές διαδρομές της Λέσβου αποτελούν σημαντικό εργαλείο ανάπτυξης του πολιτιστικού και φυσιολατρικού τουρισμού, καθώς έχουν σχεδιαστεί με στόχο την ανάδειξη μνημείων και περιοχών ιδιαίτερης φυσικής και πολιτιστικής αξίας. Οι διαδρομές δημιουργήθηκαν ώστε να εξασφαλίζουν τη σύνδεση μεταξύ των οικισμών, την πρόσβαση σε αγροτικές περιοχές, βοσκοτόπια, εξοχικές τοποθεσίες και χώρους θρησκευτικού ενδιαφέροντος, χωρίς να αλλοιώνεται το φυσικό περιβάλλον.

Στο πλαίσιο του προγράμματος LEADER+, η Εταιρεία Τοπικής Ανάπτυξης Λέσβου (ΕΤΑΛ Α.Ε.), σε συνεργασία με τους Δήμους του νησιού, ανέπτυξε ένα οργανωμένο Δίκτυο Περιπατητικών Διαδρομών που περιλαμβάνει συνολικά 18 μονοπάτια. Το δίκτυο αυτό καλύπτει ολόκληρη τη Λέσβο και αναδεικνύει τα ξεχωριστά χαρακτηριστικά κάθε περιοχής. Μέσα από αυτές τις ασφαλείς διαδρομές, κατάλληλες για όλες τις εποχές του χρόνου, οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν τα δάση και τους καστανιώνες του νησιού, το μοναδικό τοπίο του Απολιθωμένου Δάσους, τους υγροτόπους με τα σπάνια

είδη πουλιών, τα νερά των κόλπων της Γέρας και της Καλλονής, αλλά και τα παραδοσιακά χωριά με τη χαρακτηριστική φιλοξενία των κατοίκων τους. Παράλληλα, παρέχεται ενημερωτικό υλικό που παρουσιάζει συνοπτικά τον φυσικό και πολιτιστικό πλούτο της Λέσβου, διευκολύνοντας την εμπειρία των επισκεπτών και των φίλων της πεζοπορίας.

Αξίζει να σημειωθεί πως οι ενδιαφερόμενοι επισκέπτες μπορούν να οργανώσουν τις δραστηριότητες πεζοπορίας. Στον ιστότοπο Visit Lesvos οι επισκέπτες μπορούν να επιλέξουν από μία προκαθορισμένη λίστα διαδρομών και να λάβουν σημαντικές πληροφορίες. Στην εικόνα που ακολουθεί παρουσιάζεται ενδεικτικά η διαδρομή Αγία Παρασκευή – Ιερό Κλοπεδής – Μετόχι Ταξιαρχών – Γεφύρι Κρεμαστής – Στιβωτά – Αγία Παρασκευή καθώς και κάποιες σημαντικές πληροφορίες για τους ταξιδιώτες όπως είναι το μήκος της διαδρομής, η εκτιμώμενη διάρκεια, τα σημεία ενδιαφέροντος κ.ά. ενώ επίσης δίνεται και ο χάρτης της διαδρομής αντλούμενος από τους χάρτες της google:²⁶

Αγία Παρασκευή – Ιερό Κλοπεδής – Μετόχι Ταξιαρχών – Γεφύρι Κρεμαστής – Στιβωτά – Αγία Παρασκευή

Χαρακτηριστικά διαδρομής

Μήκος διαδρομής (km): 16,7

Εκτιμώμενη διάρκεια: 5ω5'

Σημεία ενδιαφέροντος/Χώροι επίσκεψης: Οικισμός Αγίας Παρασκευής και το μουσείο της Ελιάς, Αιολικό Ιερό Απόλλωνα, Μετόχι Κλοπεδής, γεφύρι Κρεμαστής

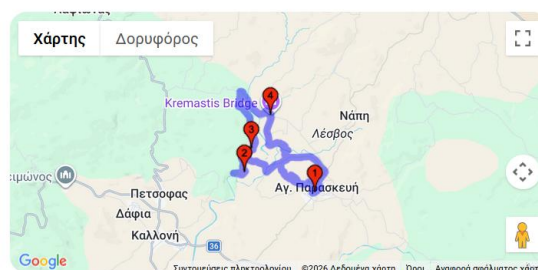
Ελάχιστο υψόμετρο (m): 48

Μέγιστο υψόμετρο (m): 142

Υψομετρική διαφορά (m): 94

Βαθμός δυσκολίας: Εύκολη

Είδος: Κυκλική



Εικόνα 11 Παρουσίαση περιπατητικής διαδρομής στον ιστότοπο Visit Lesvos (Πηγή: <https://www.visitlesvos.gr>)

²⁶ <https://www.visitlesvos.gr/diadromi/agia-paraskevi-iero-klopedis-metochi-taxiarchon-kremasti-bridge-stivota-agia-paraskevi/>

2.2.5 Παρατήρηση πουλιών

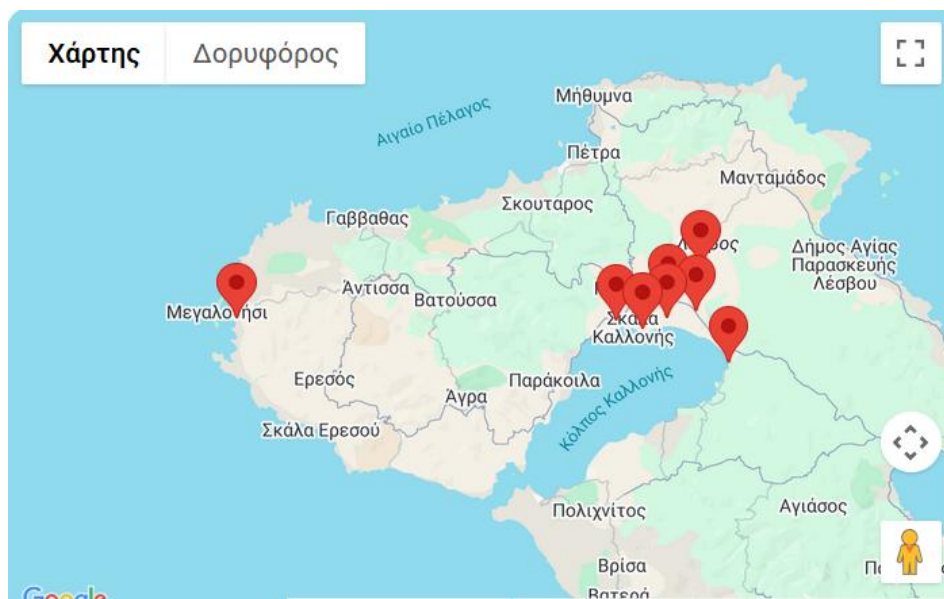
Η Λέσβος αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους προορισμούς ορνιθοπαρατήρησης στην Ευρώπη, φιλοξενώντας μια εντυπωσιακή ποικιλία σπάνιων και ιδιαίτερων ειδών πτηνών, όπως οι τουρκοσοπανάκοι, τα σμυρνοτσίχλωνα, οι καστανόπαπιες και τα φοινικόπτερα. Η γεωγραφική θέση του νησιού, η μεγάλη του έκταση και η ποικιλία των φυσικών οικοσυστημάτων του —ελαιώνες, υγρότοποι, φρυγανικές εκτάσεις και πευκοδάση— δημιουργούν ιδανικές συνθήκες για την παρουσία, την ξεκούραση και την αναπαραγωγή πολλών αποδημητικών και ενδημικών ειδών.

Στη Λέσβο έχουν καταγραφεί περισσότερα από 300 είδη πτηνών, αρκετά από τα οποία χαρακτηρίζονται από περιορισμένη εξάπλωση σε ευρωπαϊκό ή παγκόσμιο επίπεδο. Ανάμεσα στα πιο ξεχωριστά είδη συγκαταλέγονται το Σμυρνοτσίχλονο (*Emberiza cineracea*), ο Μουστακοτσιροβάκος (*Sylvia rueppelli*), το Φρυγανοτσίχλονο (*Emberiza caesia*), ο Αμμοπετροκλής (*Oenanthe isabellina*) και ο Παρδαλοκεφαλός (*Lanius nubicus*).

Η καλύτερη περίοδος για ορνιθοπαρατήρηση στο νησί είναι η άνοιξη και το φθινόπωρο, όταν η μετανάστευση των πουλιών προσφέρει μοναδικές ευκαιρίες παρατήρησης στους λάτρεις της φύσης και της άγριας ζωής.

Στον ιστότοπο Visit Lesvos δίνονται σημαντικές πληροφορίες για τα παρατηρητήρια πουλιών στο νησί. Επίσης παρατίθεται χάρτης και έχουν τοποθετηθεί πινέζες στα προσφερόμενα παρατηρητήρια:²⁷

²⁷ <https://www.visitlesvos.gr/activities/bird-watching/>



Εικόνα 12 Χάρτης παρατηρητηρίων πουλιών στο νησί της Λέσβου (Πηγή:
<https://www.visitlesvos.gr/activities/bird-watching/>)

2.2.6 Αναρρίχηση

Οι γεώτοποι της Λέσβου, με τη μεγάλη ποικιλία πετρωμάτων και γεωλογικών σχηματισμών, προσφέρουν ιδανικές συνθήκες για αναρριχητικές δραστηριότητες και αποτελούν μοναδικούς προορισμούς για τους φίλους της αναρρίχησης. Ένα από τα πιο γνωστά σημεία του νησιού είναι ο καταρράκτης της Μαν' Κάτσας, κοντά στον Μανταμάδο. Η πρόσβαση πραγματοποιείται μέσω χωματόδρομου μήκους περίπου ενός χιλιομέτρου, ο οποίος είναι προσβάσιμος με αυτοκίνητο ή μοτοσικλέτα, ενώ στη συνέχεια οι επισκέπτες ακολουθούν σηματοδοτημένο μονοπάτι που οδηγεί στον «λάκκο Μαν' Κάτσα», όπου βρίσκονται βράχοι ύψους 15 έως 20 μέτρων, κατάλληλοι για αναρρίχηση.

Ένα ακόμη οργανωμένο αναρριχητικό πεδίο βρίσκεται περίπου 10 χιλιόμετρα από το Πλωμάρι, στην περιοχή της Παναγιάς Κρυφτής. Εκεί οι αναρριχητές μπορούν να επιλέξουν ανάμεσα σε 26 διαφορετικές διαδρομές, κατάλληλες για διάφορα επίπεδα εμπειρίας.

Για όσους ενδιαφέρονται να γνωρίσουν οργανωμένα την αναρρίχηση στη Λέσβο, δραστηριοποιείται ο αθλητικός σύλλογος Lesvos Climbing and Trekking Club, με έδρα το Πλωμάρι. Ο σύλλογος διαθέτει πιστοποιημένους εκπαιδευτές και προσφέρει τη δυνατότητα στους επισκέπτες να εξερευνήσουν μέσα από την αναρρίχηση εντυπωσιακές

φυσικές διαδρομές στο νησί της Σαπφούς. Αξίζει να αναφερθεί πως οι δραστηριότητες αναρρίχησης δεν πραγματοποιούνται καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και οργανώνονται αποκλειστικά κατόπιν συνεννόησης με τους εκπαιδευτές και τους υπεύθυνους των δραστηριοτήτων.²⁸

2.2.7 Διαλογισμός και Yoga

Η μοναδική φυσική ομορφιά και τα εντυπωσιακά τοπία της Λέσβου προσφέρουν στον επισκέπτη ένα περιβάλλον ηρεμίας και εσωτερικής γαλήνης, ιδανικό για όσους επιθυμούν να απομακρυνθούν από τους έντονους ρυθμούς της καθημερινότητας και να αναζητήσουν ψυχική και πνευματική ισορροπία. Το νησί αποτελεί έναν εξαιρετικό προορισμό για δραστηριότητες διαλογισμού και yoga, διαθέτοντας οργανωμένα κέντρα και χώρους ευεξίας που παρέχουν ολοκληρωμένα προγράμματα μαθημάτων σε περιοχές όπως ο Μόλυβος, η Εφταλού, η Ερεσός και η Μυτιλήνη.

Παράλληλα, έμπειροι εκπαιδευτές και δάσκαλοι διοργανώνουν πολυήμερα ή σύντομα σεμινάρια ευεξίας, προσφέροντας στους συμμετέχοντες μια εναλλακτική εμπειρία χαλάρωσης και αναζωογόνησης, με στόχο τη μείωση του άγχους και την ενίσχυση της σωματικής και ψυχικής ευεξίας. Επιπλέον, κάθε Σεπτέμβριο πραγματοποιείται το Διεθνές Φεστιβάλ Ευεξίας Λέσβου, το οποίο απευθύνεται τόσο στους κατοίκους όσο και στους επισκέπτες του νησιού, ανεξαρτήτως ηλικίας ή επιπέδου εμπειρίας, προβάλλοντας τη θεραπευτική ενέργεια και τον φυσικό πλούτο του νησιού.²⁹

Κατά τη διάρκεια του τετραήμερου φεστιβάλ δημιουργούνται ειδικά διαμορφωμένοι σταθμοί ευεξίας σε επιλεγμένες τοποθεσίες της Λέσβου, όπου πραγματοποιούνται ποικίλες δράσεις με επίκεντρο τη σωματική και ψυχική αναζωογόνηση. Οι δραστηριότητες φιλοξενούνται σε μοναδικά φυσικά και πολιτιστικά τοπία του νησιού — δίπλα στη θάλασσα, μέσα σε ελαιώνες και πευκοδάση, σε παραδοσιακούς οικισμούς και

²⁸ <https://www.visitlesvos.gr/activities/rock-climbing/>

²⁹ <https://www.visitlesvos.gr/well-being/meditation-and-yoga/>

σε χώρους ιστορικού ενδιαφέροντος — με φόντο τα εντυπωσιακά ηλιοβασιλέματα του Βορείου Αιγαίου και τη φυσική ομορφιά της Λέσβου.

Σε αυτές τοποθεσίες, οι συμμετέχοντες έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν πρακτικές που προάγουν τη σωματική, πνευματική και συναισθηματική ευεξία, μέσα από δραστηριότητες όπως διαλογισμός, ορθοσωμία, πιλάτες, tai chi, yoga, ενσυνειδητότητα και θεραπευτικές τέχνες, καθώς και μέσα από ειδικά θεματικά εργαστήρια. Το φεστιβάλ απευθύνεται τόσο στους κατοίκους όσο και στους επισκέπτες του νησιού, ανεξαρτήτως ηλικίας ή επιπέδου εμπειρίας, φιλοξενώντας εκπαιδευτές και ειδικούς από διάφορες χώρες του κόσμου. Στόχος του είναι η προώθηση της άσκησης, της πνευματικής καλλιέργειας και της διαπολιτισμικής σύνδεσης μέσα από κοινές εμπειρίες και ανταλλαγή ιδεών.

Ιδιαίτερη θέση στο πρόγραμμα κατέχουν και οι δραστηριότητες για παιδιά, οι οποίες συνδυάζουν δημιουργικό παιχνίδι, μουσική και σωματική άσκηση. Μέσα από αυτές τις βιωματικές δράσεις, τα παιδιά ενθαρρύνονται να εκφράζουν και να διαχειρίζονται τα συναισθήματά τους, να αναπτύσσουν κοινωνικές δεξιότητες και να ενισχύουν τη δύναμη, την ευλυγισία και τη συγκέντρωσή τους.³⁰

2.3 Ψηφιακή Προβολή του προορισμού (Digital Destination Promotion)

2.3.1 Προβολή της Μυτιλήνης σε ταξιδιωτικούς ιστότοπους

Στη σύγχρονη εποχή του ψηφιακού τουρισμού, οι ταξιδιωτικοί ιστότοποι διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της εικόνας ενός προορισμού και στην επιλογή του από τους δυνητικούς επισκέπτες. Μέσα από περιγραφές, φωτογραφικό υλικό, προτεινόμενες δραστηριότητες, αξιολογήσεις χρηστών και τουριστικές πληροφορίες, οι ιστοσελίδες αυτές λειτουργούν ως βασικοί φορείς προβολής και προώθησης των τουριστικών προορισμών σε παγκόσμιο επίπεδο. Η Μυτιλήνη, ως πρωτεύουσα της Λέσβου και ένας τόπος με πλούσια ιστορική, πολιτιστική και φυσική κληρονομιά,

³⁰ <https://euphoria-lesvos.com/el/>

παρουσιάζεται σε πλήθος ταξιδιωτικών πλατφορμών με διαφορετικούς τρόπους και έμφαση σε διαφορετικά χαρακτηριστικά της. Άλλες ιστοσελίδες προβάλλουν τη Μυτιλήνη ως έναν αυθεντικό νησιωτικό προορισμό με έντονο παραδοσιακό χαρακτήρα, άλλες εστιάζουν στη γαστρονομία, στις παραλίες και στη νυχτερινή ζωή, ενώ αρκετές αναδεικνύουν τη μακραίωνη ιστορία, την αρχιτεκτονική, τα θρησκευτικά μνημεία και τη σύνδεση της πόλης με τον πολιτισμό και τις τέχνες. Παράλληλα, η παρουσίαση της Μυτιλήνης διαφοροποιείται ανάλογα με το κοινό στο οποίο απευθύνεται κάθε ιστότοπος, τη φιλοσοφία της πλατφόρμας και τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνεται την τουριστική εμπειρία. Η μελέτη της προβολής της Μυτιλήνης μέσα από ταξιδιωτικούς ιστότοπους συμβάλλει στην κατανόηση της τουριστικής ταυτότητας που διαμορφώνεται για την πόλη στο ψηφιακό περιβάλλον, καθώς και των στοιχείων που προβάλλονται ως σημαντικά για την προσέλκυση επισκεπτών.

Tripadvisor

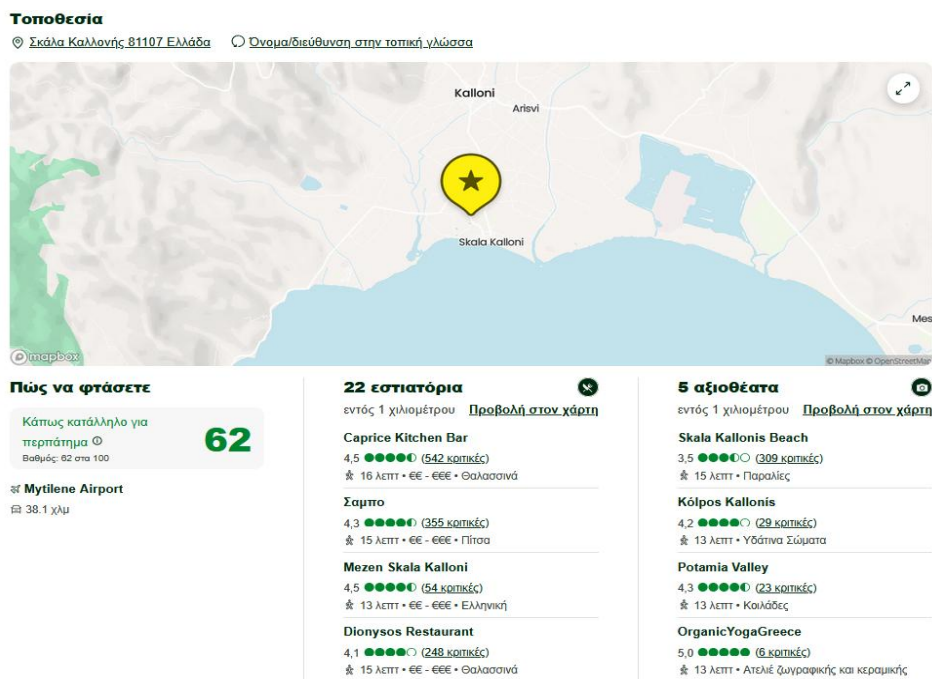
Ο ταξιδιωτικός ιστότοπος Tripadvisor παρουσιάζει τη Μυτιλήνη ως έναν πολυδιάστατο τουριστικό προορισμό που συνδυάζει ιστορία, πολιτισμό, γαστρονομία και φυσική ομορφιά. Η αρχική εικόνα που διαμορφώνεται για τον επισκέπτη είναι εκείνη ενός αυθεντικού ελληνικού νησιωτικού προορισμού, με έμφαση στη χαλάρωση, τη φιλοξενία και τις εμπειρίες που μπορεί να αποκομίσει ο ταξιδιώτης. Η πλατφόρμα οργανώνει τις πληροφορίες σε επιμέρους κατηγορίες, όπως αξιοθέατα, δραστηριότητες, ξενοδοχεία, εστιατόρια και προτάσεις διασκέδασης, διευκολύνοντας τον χρήστη να σχεδιάσει το ταξίδι του σύμφωνα με τα ενδιαφέροντά του.

Η Μυτιλήνη παρουσιάζεται ως πόλη με σημαντική ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά. Ο ιστότοπος αναδεικνύει αξιοθέατα όπως το Κάστρο της Μυτιλήνης, το Μουσείο Θεόφилου, το Τεριάντ Μουσείο και ιστορικά θρησκευτικά μνημεία, προβάλλοντας την πόλη ως προορισμό πολιτιστικού και ιστορικού τουρισμού. Παράλληλα, γίνεται αναφορά σε μουσεία, παραδοσιακές συνοικίες και σημεία ενδιαφέροντος που συνδέονται με την τοπική ιστορία και την αρχιτεκτονική φυσιογνωμία της πόλης.

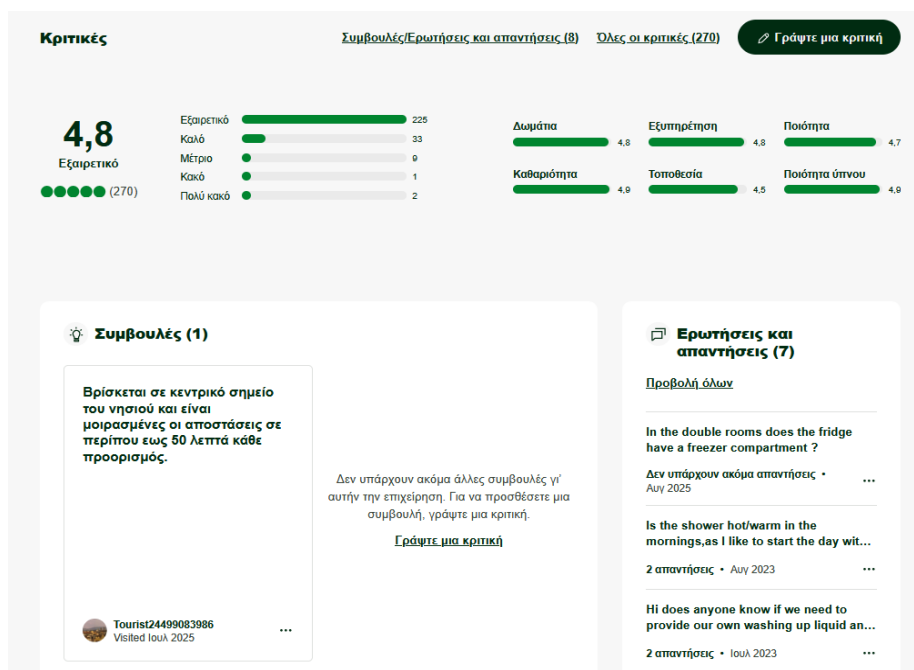
Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται επίσης στη γαστρονομία και στις τοπικές γεύσεις. Το Tripadvisor προτείνει παραδοσιακά ουζερί, ταβέρνες και εστιατόρια με θαλασσινά και μεσογειακή

κουζίνα, παρουσιάζοντας τη Μυτιλήνη ως τόπο αυθεντικής γαστρονομικής εμπειρίας. Μέσα από τις αξιολογήσεις και τα σχόλια των χρηστών, ο ενδιαφερόμενος επισκέπτης μπορεί να αποκτήσει εικόνα για την ποιότητα των υπηρεσιών, τη φιλοξενία και τη συνολική εμπειρία που προσφέρει η πόλη.

Επιπλέον, η πλατφόρμα παρέχει πρακτικές πληροφορίες για τη διαμονή, προτείνοντας ξενοδοχεία διαφορετικών κατηγοριών και επιπέδων τιμών, ενώ παράλληλα προσφέρει πληροφορίες σχετικά με την καλύτερη περίοδο επίσκεψης και τις δυνατότητες δραστηριοτήτων στην περιοχή. Η ύπαρξη αξιολογήσεων, βαθμολογιών και φωτογραφιών από επισκέπτες συμβάλλει στη δημιουργία μιας περισσότερο «βιωματικής» εικόνας του προορισμού, καθώς ο χρήστης δεν ενημερώνεται μόνο από επίσημες περιγραφές αλλά και από προσωπικές εμπειρίες άλλων ταξιδιωτών. Για παράδειγμα, κατά την επιλογή ενός καταλύματος ο επισκέπτης μπορεί να λάβει πληροφορίες για τη διαθεσιμότητα, τις τιμές ανά διανυκτέρευση και τις προσφερόμενες παροχές, την απόσταση από άλλα σημεία ενδιαφέροντος καθώς και από το λιμάνι και το αεροδρόμιο, το στίγμα στο χάρτη αλλά και συμβουλές, σχόλια και ερωτήσεις που έχουν ήδη υποβληθεί και απαντηθεί από προηγούμενους επισκέπτες. Στις εικόνες που ακολουθούν παρουσιάζονται κάποια από αυτά τα στοιχεία που δίνει ο ιστότοπος για τα καλύμματα:³¹



Εικόνα 13 Πληροφορίες καταλυμάτων όπως παρέχονται από την Tripadvisor (Πηγή:
<https://www.tripadvisor.com.gr>)



Εικόνα 14 Πληροφορίες προηγούμενων επισκεπτών όπως προβάλλονται από την Tripadvisor (Πηγή:
<https://www.tripadvisor.com.gr>)

Συνολικά, το Tripadvisor προβάλλει τη Μυτιλήνη ως έναν ολοκληρωμένο τουριστικό προορισμό που μπορεί να καλύψει διαφορετικές μορφές τουρισμού, όπως πολιτιστικό, γαστρονομικό, οικογενειακό και εναλλακτικό τουρισμό. Η εικόνα που διαμορφώνεται είναι εκείνη μιας πόλης αυθεντικής και φιλόξενης, με πλούσια πολιτιστική ταυτότητα, σημαντικά αξιοθέατα και έντονο τοπικό χαρακτήρα, στοιχεία που λειτουργούν ελκυστικά για τον δυνητικό επισκέπτη.

gofar

Ο ταξιδιωτικός ιστότοπος gofar παρουσιάζει τη Μυτιλήνη κυρίως ως έναν προορισμό που συνδυάζει ιστορία, πολιτισμό, καθημερινή ζωή και τοπικές εμπειρίες. Η έμφαση του ιστότοπου δεν περιορίζεται μόνο στα βασικά αξιοθέατα, αλλά επεκτείνεται και στην πρακτική πληροφόρηση που χρειάζεται ένας επισκέπτης για να γνωρίσει ουσιαστικά την πόλη και να οργανώσει την παραμονή του.

Αρχικά, ο ιστότοπος παρέχει γενικές πληροφορίες για τη γεωγραφική θέση και τη σημασία της Μυτιλήνης ως πρωτεύουσας της Λέσβου και διοικητικού, εμπορικού και πολιτιστικού κέντρου του νησιού. Η πόλη παρουσιάζεται ως ένας ζωντανός αστικός προορισμός, χτισμένος αμφιθεατρικά πάνω σε επτά λόφους, με έντονη αρχιτεκτονική ταυτότητα και παραθαλάσσιο χαρακτήρα. Γίνεται αναφορά στη φυσιογνωμία της πόλης, στα νεοκλασικά κτίρια, στα στενά σοκάκια και στην καθημερινή ζωή των κατοίκων, ώστε ο επισκέπτης να αποκτήσει μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα του τόπου.

Επιπλέον, ο ιστότοπος δίνει ιδιαίτερη έμφαση στα αξιοθέατα και στα σημεία πολιτιστικού ενδιαφέροντος που μπορεί να επισκεφθεί κάποιος στη Μυτιλήνη. Παρουσιάζονται το Κάστρο της Μυτιλήνης, το Αρχαίο Θέατρο, εκκλησίες όπως ο Άγιος Θεράπων, οθωμανικά μνημεία καθώς και διάφορα μουσεία της πόλης, όπως το Μουσείο Θεόφιλου και το Μουσείο Βιομηχανικής Ελαιουργίας Λέσβου δίνοντας κάποιες βασικές πληροφορίες όπως και το κόστος εισόδου. Μέσα από αυτές τις πληροφορίες, ο επισκέπτης αντιλαμβάνεται τη Μυτιλήνη ως έναν προορισμό με πολυπολιτισμική ιστορία και σημαντική πολιτιστική κληρονομιά.

Παράλληλα, ο ιστότοπος παρέχει πληροφορίες σχετικά με τις δραστηριότητες και τις εμπειρίες που μπορεί να απολαύσει ο ταξιδιώτης στην πόλη. Γίνεται αναφορά σε περιπάτους στην προκυμαία και στην αγορά της Ερμού, σε παραδοσιακά ουζερί και ταβέρνες, αλλά και στη νυχτερινή ζωή και στις τοπικές γαστρονομικές εμπειρίες. Η Μυτιλήνη παρουσιάζεται ως μια πόλη με έντονη κοινωνική και πολιτιστική ζωή, όπου ο επισκέπτης μπορεί να γνωρίσει την τοπική κουλτούρα μέσα από τη γαστρονομία, την αγορά και την καθημερινότητα των κατοίκων.

Ο ιστότοπος προσφέρει επίσης χρήσιμες πρακτικές πληροφορίες για τον επισκέπτη, όπως προτάσεις για μετακινήσεις, σημεία ενδιαφέροντος, περιοχές για διαμονή και σύνδεση της πόλης με το λιμάνι και το αεροδρόμιο. Μέσα από αυτές τις πληροφορίες, η Μυτιλήνη προβάλλεται και ως σημείο εκκίνησης για την εξερεύνηση ολόκληρης της Λέσβου. Παράλληλα, ο επισκέπτης μπορεί να ενημερωθεί για την καταλληλότερη εποχή επίσκεψης, την απόσταση από την Αθήνα, τις απευθείας πτήσεις από την Αθήνα αλλά και τις μέσες θερμοκρασίες ανά μήνα όπως παρουσιάζονται και στις εικόνες που ακολουθούν:



Καλύτερη Εποχή για να πάω Απρίλιος-Σεπτέμβριος

Εκδρομή για 2+ μέρες

Budget ταξιδιού €€

Κόστος εισιτηρίων 40€+

Απόσταση από Αθήνα 1 ώρα με το αεροπλάνο

Αεροπορικά εισιτήρια [Πρόγραμμα Απευθείας Πτήσεων από Αθήνα](#)

★ Βαθμολογίες GoFar

Ταξιδιωτική Εμπειρία	8/10 ★
Value for Money	8/10 ★
Φαγητό	8/10 ★
Μετακινήσεις	8/10 ★
Ασφάλεια	8/10 ★

Κατηγορίες
Φύση, Θάλασσα, Νησί, Γαστρονομία, Διασκέδαση, Για Χαλάρωση, Για Οικογένεια, Για Ζευγάρια

Κατηγορίες Εποχών Πάσχα, Καλοκαίρι, Φθινόπωρο, Άνοιξη

Εικόνα 15 Βασικές πληροφορίες προορισμού όπως παρέχονται από τον gofar (Πηγή: <https://gofar.gr>)

🌡 Μέσες Θερμοκρασίες

Μήνας: Ημέρα / Νύχτα

- Ιανουάριος: 12 °C / 6 °C
- Φεβρουάριος: 13 °C / 6 °C
- Μάρτιος: 15 °C / 7 °C
- Απρίλιος: 19 °C / 10 °C
- Μάιος: 24 °C / 14 °C
- Ιούνιος: 29 °C / 18 °C
- Ιούλιος: 32 °C / 21 °C
- Αύγουστος: 32 °C / 21 °C
- Σεπτέμβριος: 28 °C / 18 °C
- Οκτώβριος: 23 °C / 14 °C
- Νοέμβριος: 18 °C / 10 °C
- Δεκέμβριος: 14 °C / 7 °C

👕 Τι ρούχα να πάρω;

Ο καιρός στη Μυτιλήνη (Λέσβος) χαρακτηρίζεται από μεσογειακό κλίμα, με ήπιους, βροχερούς χειμώνες και ζεστά, ξηρά καλοκαίρια. Η άνοιξη και το φθινόπωρο είναι ευχάριστες εποχές, με ήπιες θερμοκρασίες και λιγότερες βροχές. Το καλοκαίρι η θερμοκρασία συχνά ξεπερνά τους 30°C, ενώ τον χειμώνα σπάνια πέφτει κάτω από τους 8-10°C. Οι άνεμοι, κυρίως το μελέμι, δροσίζουν το νησί τους καλοκαιρινούς μήνες.

Άνοιξη: Ελαφριά ρούχα, ζακέτα ή ελαφρύ μπουφάν για τα βράδια, άνετα παπούτσια για βόλτες στη φύση.

Καλοκαίρι: Αέρινα ρούχα, καπέλο, γυαλιά ηλίου, μαγιό, αντηλιακό και σανδάλια. Ένα ελαφρύ πουκάμισο για τα βράδια.

Φθινόπωρο: Ελαφριά ρούχα, ζακέτα ή μπουφάν για τις πιο δροσερές μέρες, κλειστά παπούτσια και ομπρέλα για πιθανές βροχές.

Χειμώνας: Ζεστά ρούχα, μπουφάν, πουλόβερ, κασκόλ και αδιάβροχα παπούτσια. Ένα αδιάβροχο ή ομπρέλα για τις βροχερές μέρες.

Εικόνα 16 Παροχή πληροφοριών σχετικά με τις μέσες θερμοκρασίες και τον κατάλληλο ρουχισμό
(Πηγή: <https://gofar.gr>)

Συνολικά, ο ιστότοπος παρουσιάζει τη Μυτιλήνη ως έναν πολυδιάστατο προορισμό που προσφέρει στον επισκέπτη όχι μόνο τουριστικά αξιοθέατα αλλά και μια ολοκληρωμένη εμπειρία γνωριμίας με την ιστορία, την τοπική κουλτούρα, τη γαστρονομία και την καθημερινή ζωή της πόλης.

Discover Greece

Ο ταξιδιωτικός ιστότοπος Discover Greece παρουσιάζει τη Μυτιλήνη ως έναν προορισμό που προσφέρεται ιδιαίτερα για περιπατητικό και πολιτιστικό τουρισμό, δίνοντας έμφαση στην εμπειρία εξερεύνησης της πόλης μέσα από μια οργανωμένη περιήγηση στα σημαντικότερα σημεία ενδιαφέροντος. Ο τρόπος παρουσίασης είναι περισσότερο βιωματικός και αφηγηματικός, καθώς ο ιστότοπος «καθοδηγεί» τον επισκέπτη σε μια διαδρομή μέσα στην πόλη, αναδεικνύοντας ταυτόχρονα την ιστορία, την αρχιτεκτονική, τη γαστρονομία και την καθημερινή ζωή της Μυτιλήνης. Η ιστοσελίδα έχει φτιάξει και ένα σύντομο βίντεο παρουσίασης που διατίθεται στο εξής λινκ:

<https://www.discovergreece.com/el/experiences/walking-tour-mytilene-lesvos#hero-mainvideo>

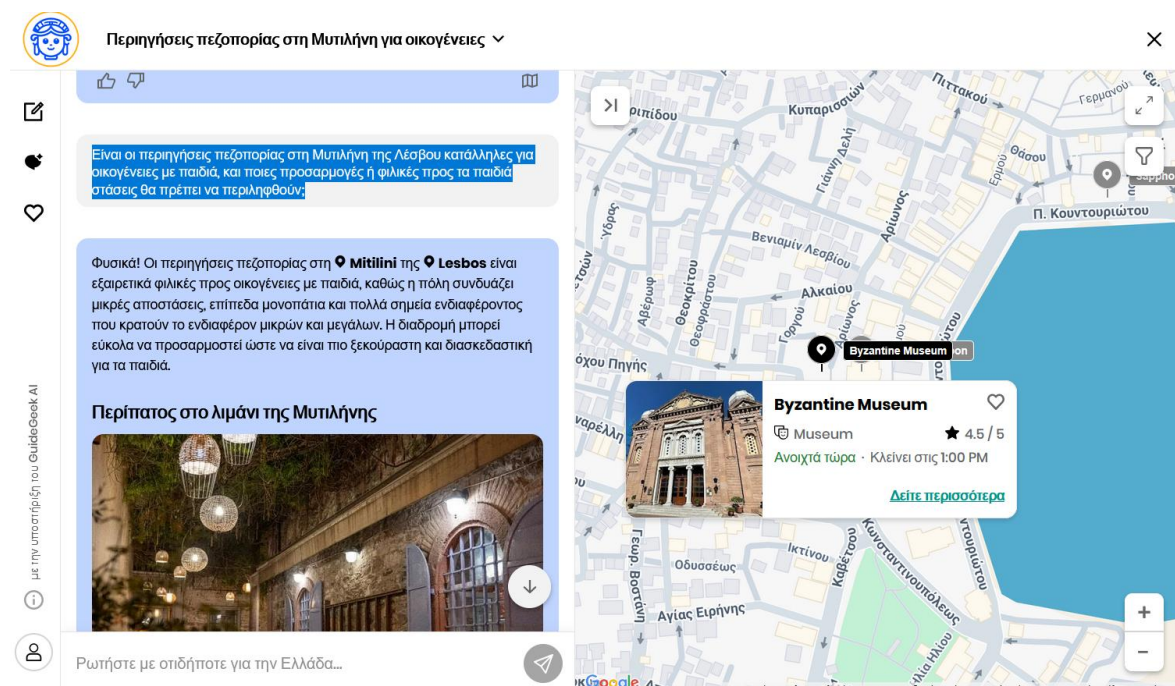
Αρχικά, παρέχονται βασικές πληροφορίες για τη Μυτιλήνη ως πρωτεύουσα και κύριο λιμάνι της Λέσβου, παρουσιάζοντάς την ως έναν τόπο με έντονη ιστορική συνέχεια και πολυπολιτισμικό χαρακτήρα. Η πόλη περιγράφεται ως «ζωντανό μνημείο» των πολιτισμών που πέρασαν από το νησί, με νεοκλασικά κτίρια, οθωμανικές επιρροές και παραδοσιακά στοιχεία που συνυπάρχουν στον αστικό χώρο. Παράλληλα, ο επισκέπτης ενημερώνεται ότι η Λέσβος είναι η γενέτειρα του ούζου και της ποιήτριας Σαπφούς, στοιχεία που ενισχύουν την πολιτιστική ταυτότητα του προορισμού.

Στη συνέχεια, ο ιστότοπος οργανώνει την παρουσίαση της Μυτιλήνης σε επιμέρους στάσεις και αξιοθέατα, προσφέροντας στον ενδιαφερόμενο επισκέπτη συγκεκριμένες πληροφορίες για το τι μπορεί να δει και να κάνει στην πόλη. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στα πολιτιστικά και ιστορικά αξιοθέατα της πόλης. Ο ιστότοπος παρέχει πληροφορίες για το Αρχαιολογικό Μουσείο Μυτιλήνης, περιγράφοντας τα εκθέματα που μπορεί να δει ο επισκέπτης, όπως ψηφιδωτά, γλυπτά και αντικείμενα της ελληνιστικής και ρωμαϊκής περιόδου ενώ δίνονται και πληροφορίες (ακολουθώντας το διαθέσιμο link) για τις ώρες λειτουργίας και τα εισιτήρια.

Σημαντική θέση στην παρουσίαση της Μυτιλήνης κατέχει και το Κάστρο της Μυτιλήνης, το οποίο περιγράφεται ως ένα από τα μεγαλύτερα μεσαιωνικά κάστρα της Μεσογείου. Ο ιστότοπος δίνει πληροφορίες για την ιστορική σημασία του κάστρου, για τη βυζαντινή, ενετική και οθωμανική περίοδο, αλλά και για τη δυνατότητα περιήγησης στον χώρο και θέας προς το Αιγαίο. Παρέχονται ακόμη πληροφορίες για την εμπορική και καθημερινή ζωή της πόλης μέσα από την παρουσίαση της οδού Ερμού, της βασικής εμπορικής αρτηρίας της Μυτιλήνης. Εκτός από τα αξιοθέατα, το Discover Greece παρέχει και πρακτικές πληροφορίες χρήσιμες για την οργάνωση του ταξιδιού. Ο επισκέπτης ενημερώνεται για τη διάρκεια της περιήγησης, την καλύτερη περίοδο επίσκεψης, τις αποστάσεις από το αεροδρόμιο, τους τρόπους μετακίνησης προς το κέντρο της πόλης, καθώς και για τη λειτουργία μουσείων και πολιτιστικών χώρων. Επιπλέον, προτείνονται

δραστηριότητες όπως στάσεις για ούζο και μεζέδες, αγορές και περιπάτους, συμβάλλοντας στη δημιουργία μιας ολοκληρωμένης τουριστικής εμπειρίας.

Αξίζει να σημειωθεί πως ο ιστότοπος έχει ενσωματώσει λειτουργίες τεχνητής νοημοσύνης όπου ο επισκέπτης σε πραγματικό χρόνο μπορεί να παραθέσει τις ερωτήσεις του και να λάβει ολοκληρωμένες απαντήσεις. Χαρακτηριστικά αναφέρεται μία ερώτηση που υποβλήθηκε από ενδιαφερόμενο επισκέπτη σχετικά με το εάν «Είναι οι περιηγήσεις πεζοπορίας στη Μυτιλήνη της Λέσβου κατάλληλες για οικογένειες με παιδιά, και ποιες προσαρμογές ή φιλικές προς τα παιδιά στάσεις θα πρέπει να περιληφθούν;» όπου η απάντηση ήταν ολοκληρωμένη και πλαισιωμένη από εικόνες και τα σημεία ενδιαφέροντος στον χάρτη της πόλης όπως φαίνεται και στην ακόλουθη εικόνα:



Εικόνα 17 Βοηθός τεχνητής νοημοσύνης στον ιστότοπο Discover Greece (Πηγή: <https://www.discovergreece.com/el/experiences/walking-tour-mytilene-lesvos>)

Συνολικά, ο ιστότοπος παρουσιάζει τη Μυτιλήνη ως έναν αυθεντικό και πολυδιάστατο προορισμό, όπου ο επισκέπτης μπορεί να γνωρίσει την ιστορία, τον πολιτισμό, την τοπική γαστρονομία και την καθημερινή ζωή της πόλης μέσα από μια οργανωμένη και βιωματική περιήγηση.

2.3.2 Παρουσίαση Ιστοσελίδων και Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης του προορισμού

Οι επίσημες ιστοσελίδες ενός τουριστικού προορισμού αποτελούν βασικό εργαλείο προβολής, επικοινωνίας και ενημέρωσης των δυνητικών επισκεπτών, καθώς διαμορφώνουν σε μεγάλο βαθμό την ψηφιακή εικόνα και την ταυτότητα του τόπου. Σε αντίθεση με τους γενικούς ταξιδιωτικούς ιστότοπους, οι οποίοι παρουσιάζουν έναν προορισμό μέσα από αξιολογήσεις χρηστών ή ταξιδιωτικές προτάσεις, οι επίσημες ιστοσελίδες επιδιώκουν να προβάλλουν οργανωμένα και στοχευμένα τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της περιοχής, αναδεικνύοντας την ιστορία, τον πολιτισμό, τη φυσική ομορφιά, τις δραστηριότητες και τις τουριστικές υποδομές που διαθέτει. Μέσα από κείμενα, φωτογραφικό υλικό, προτεινόμενες διαδρομές, πληροφορίες για αξιοθέατα, τοπικά προϊόντα, εκδηλώσεις και δυνατότητες φιλοξενίας, οι ιστοσελίδες αυτές λειτουργούν ως επίσημοι οδηγοί γνωριμίας με τον προορισμό και παράλληλα ως μέσα ενίσχυσης της τουριστικής του ταυτότητας.

Στην περίπτωση της Μυτιλήνης, οι επίσημες ιστοσελίδες που είναι αφιερωμένες αποκλειστικά στην πόλη ή ευρύτερα στη Λέσβο παρουσιάζουν τη Μυτιλήνη ως έναν πολυδιάστατο προορισμό με έντονη πολιτιστική, ιστορική και φυσική αξία. Η πόλη προβάλλεται μέσα από την αρχιτεκτονική της φυσιογνωμία, τα σημαντικά μνημεία, τα μουσεία, την τοπική γαστρονομία, τη σύνδεσή της με τη λογοτεχνία και τις τέχνες, αλλά και μέσα από την καθημερινή ζωή και τις εμπειρίες που μπορεί να αποκομίσει ο επισκέπτης. Παράλληλα, παρέχονται πρακτικές πληροφορίες σχετικά με τη μετακίνηση, τη διαμονή, τις δραστηριότητες, τις πολιτιστικές εκδηλώσεις και τα σημεία ενδιαφέροντος, διευκολύνοντας τον ταξιδιώτη στην οργάνωση της επίσκεψής του. Η ανάλυση των επίσημων ιστοσελίδων του προορισμού συμβάλλει στην κατανόηση του τρόπου με τον οποίο η Μυτιλήνη επιλέγει να προβάλλει την ταυτότητά της στο ψηφιακό περιβάλλον και των στοιχείων που θεωρούνται σημαντικά για την τουριστική της προβολή.

Παράλληλα με τις επίσημες ιστοσελίδες, ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο στην τουριστική προβολή της Μυτιλήνης διαδραματίζουν και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία αποτελούν πλέον βασικό μέσο επικοινωνίας μεταξύ των τουριστικών φορέων και των

δυνητικών επισκεπτών. Πλατφόρμες όπως το Facebook, το Instagram, το YouTube και το TikTok αξιοποιούνται για την άμεση και συνεχώς ανανεωμένη προβολή του προορισμού μέσα από φωτογραφίες, βίντεο, δημοσιεύσεις, ιστορίες χρηστών και προωθητικό υλικό. Μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα, η Μυτιλήνη παρουσιάζεται με περισσότερο βιωματικό και διαδραστικό τρόπο, καθώς προβάλλονται εικόνες της καθημερινής ζωής, τοπικά έθιμα, πολιτιστικές εκδηλώσεις, φυσικά τοπία, γαστρονομικές εμπειρίες και δραστηριότητες που μπορεί να απολαύσει ο επισκέπτης. Επιπλέον, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επιτρέπουν τη δημιουργία άμεσης επικοινωνίας με το κοινό, την ανταλλαγή εμπειριών και την ενίσχυση της ψηφιακής παρουσίας του προορισμού μέσω σχολίων, κοινοποιήσεων και προσωπικών δημοσιεύσεων ταξιδιωτών. Με τον τρόπο αυτό, συμβάλλουν ουσιαστικά στη διαμόρφωση της εικόνας της Μυτιλήνης ως σύγχρονου και ελκυστικού τουριστικού προορισμού, ενισχύοντας την αναγνωρισιμότητα και την προβολή της σε διεθνές επίπεδο.

mytilene.gr

Η επίσημη ιστοσελίδα του Δήμου Μυτιλήνης παρουσιάζει τη Μυτιλήνη ως έναν ολοκληρωμένο τουριστικό και πολιτιστικό προορισμό, παρέχοντας εκτενείς πληροφορίες τόσο για την ιστορία και τα αξιοθέατα της περιοχής όσο και για πρακτικά ζητήματα που αφορούν τον επισκέπτη. Η δομή της ιστοσελίδας είναι οργανωμένη σε θεματικές ενότητες που απευθύνονται άμεσα στους κατοίκους αλλά και στους τουρίστες, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην πολιτιστική κληρονομιά, στο φυσικό περιβάλλον και στις δυνατότητες περιήγησης και αναψυχής που προσφέρει η Μυτιλήνη. Στην εικόνα που ακολουθεί φαίνονται οι θεματικές ενότητες που απευθύνονται προς τους επισκέπτες και θα αναλυθούν στη συνέχεια:



ΔΗΜΟΣ
ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ



Εικόνα 18 Θεματικές ενότητες προς τους επισκέπτες της επίσημης ιστοσελίδας του Δήμου Μυτιλήνης
(Πηγή: <https://www.mytilene.gr/>)

Ιδιαίτερα αναλυτική είναι η ενότητα της ιστορίας, όπου παρουσιάζονται στοιχεία από τη μυθολογία, την προϊστορία και τη διαχρονική εξέλιξη της Λέσβου και της Μυτιλήνης. Ο επισκέπτης μπορεί να ενημερωθεί για τους πρώτους οικισμούς, τη σύνδεση του νησιού με τη μυθολογία, την ανάπτυξη των αρχαίων πόλεων, αλλά και για τη σημαντική πολιτιστική άνθηση που γνώρισε η περιοχή κατά την αρχαιότητα. Παράλληλα, γίνεται αναφορά σε ιστορικές προσωπικότητες όπως η Σαπφώ και ο Αρίων, ενισχύοντας την εικόνα της Μυτιλήνης ως τόπου με μακρά πολιτιστική παράδοση.

Σημαντική θέση στην ιστοσελίδα καταλαμβάνει και η παρουσίαση μουσείων και πολιτιστικών χώρων. Ο ιστότοπος παρέχει ξεχωριστές πληροφορίες για μουσεία όπως το Μουσείο Θεόφилου, όπου ο επισκέπτης μπορεί να ενημερωθεί για την ιστορία δημιουργίας του μουσείου, τα εκθέματα, τη συμβολή του Τέριade και τη διεθνή σημασία του έργου του Θεόφилου. Επιπλέον, δίνονται πληροφορίες για πολιτιστικούς συλλόγους, τοπικές πολιτιστικές δράσεις και χώρους πολιτισμού, προβάλλοντας τη Μυτιλήνη ως έναν ζωντανό πολιτιστικό πυρήνα.

Η ιστοσελίδα δίνει ιδιαίτερη έμφαση και στα αξιοθέατα της περιοχής. Παρουσιάζονται ιστορικά μνημεία, εκκλησίες, παραδοσιακοί οικισμοί και σημαντικοί αρχαιολογικοί

χώροι, ενώ παρέχονται πληροφορίες για την ιστορική και αρχιτεκτονική τους αξία. Ενδεικτικά, το Κάστρο της Μυτιλήνης παρουσιάζεται αναλυτικά μέσα από την ιστορία του, τα διαφορετικά τμήματά του και τα μνημεία που περιλαμβάνει, ενώ παράλληλα δίνονται πρακτικές πληροφορίες όπως ωράρια λειτουργίας και εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται στον χώρο.

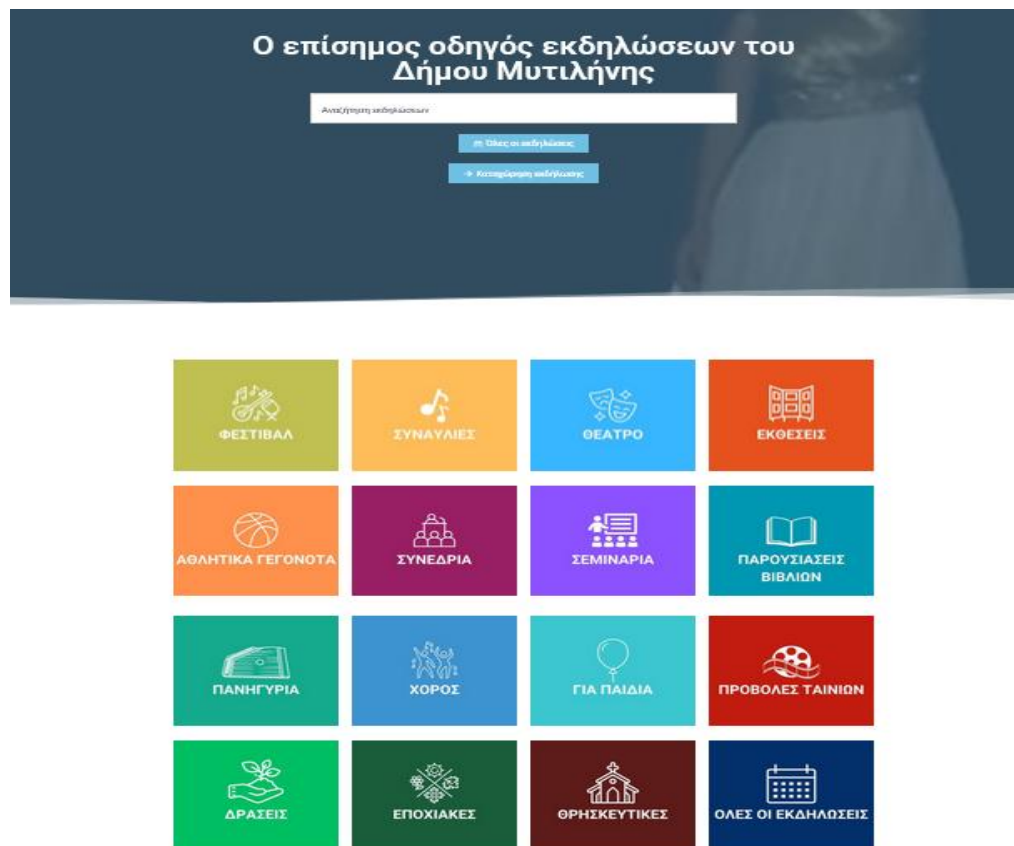
Παράλληλα, η ιστοσελίδα περιλαμβάνει πληροφορίες σχετικά με διαδρομές, φυσικές περιοχές και σημεία περιήγησης, αναδεικνύοντας τον φυσιολατρικό χαρακτήρα της Λέσβου. Γίνεται αναφορά σε περιοχές φυσικού κάλλους, σε τοπία ιδιαίτερης οικολογικής αξίας, αλλά και σε περιοχές που προσφέρονται για περπάτους και εξερεύνηση της φύσης. Μέσα από τις σχετικές ενότητες, η Μυτιλήνη παρουσιάζεται όχι μόνο ως αστικός και πολιτιστικός προορισμός αλλά και ως τόπος επαφής με το φυσικό περιβάλλον.

Ιδιαίτερα εκτενής είναι η ενότητα των παραλιών, όπου παρουσιάζονται αναλυτικά πολλές παραθαλάσσιες περιοχές της Λέσβου και της ευρύτερης περιοχής του Δήμου Μυτιλήνης. Ο επισκέπτης μπορεί να ενημερωθεί για χαρακτηριστικά κάθε παραλίας, όπως η μορφολογία της, η καθαρότητα των νερών, οι διαθέσιμες υποδομές, η πρόσβαση και οι δυνατότητες αναψυχής. Παραλίες όπως τα Τσαμάκια, η Χαραμίδα, ο Άγιος Ερμογένης και το Τάρτι παρουσιάζονται με περιγραφές που αναδεικνύουν τόσο τη φυσική τους ομορφιά όσο και τις δραστηριότητες που μπορεί να απολαύσει ο επισκέπτης.

Επιπλέον, η ιστοσελίδα παρέχει πρακτικές πληροφορίες σχετικά με τις μετακινήσεις και τις τουριστικές υποδομές. Υπάρχει ξεχωριστή ενότητα για το αεροδρόμιο Μυτιλήνης «Οδυσσέας Ελύτης», όπου δίνονται πληροφορίες για την τοποθεσία, την απόσταση από την πόλη, στοιχεία επικοινωνίας και βασικά στοιχεία πρόσβασης, διευκολύνοντας τον επισκέπτη στην οργάνωση του ταξιδιού του. Αντίστοιχα, παρουσιάζονται πληροφορίες που σχετίζονται με τα λιμάνια και τη σύνδεση της Μυτιλήνης με άλλους προορισμούς.

Τέλος, ιδιαίτερα σημαντική είναι η ενότητα του ημερολογίου εκδηλώσεων μέσω της πλατφόρμας «Mytilene Events», η οποία λειτουργεί ως επίσημος οδηγός πολιτιστικών και κοινωνικών εκδηλώσεων του Δήμου Μυτιλήνης. Ο επισκέπτης μπορεί να ενημερώνεται για φεστιβάλ, συναυλίες, θεατρικές παραστάσεις, εκθέσεις, αθλητικές δράσεις και

πολιτιστικά δρώμενα, ενώ παρέχονται πληροφορίες για ημερομηνίες, τοποθεσίες και κατηγορίες εκδηλώσεων, όπως φαίνεται και στην εικόνα που ακολουθεί:



Εικόνα 19 Οδηγός εκδηλώσεων του Δήμου Μυτιλήνης (Πηγή: <https://www.mytilene.gr/>)

Facebook και Instagram

Στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ιδιαίτερα στο Facebook εντοπίζονται αρκετές σελίδες και ομάδες αφιερωμένες στη Μυτιλήνη και γενικότερα στη Λέσβο, οι οποίες λειτουργούν ως μέσα τουριστικής προβολής, ενημέρωσης και αλληλεπίδρασης με το κοινό. Οι σελίδες αυτές παρουσιάζουν τον προορισμό μέσα από φωτογραφίες, βίντεο, ανακοινώσεις εκδηλώσεων, προτάσεις δραστηριοτήτων και πληροφορίες σχετικά με αξιοθέατα, τοπικές επιχειρήσεις και την καθημερινή ζωή της πόλης. Παράλληλα, επιτρέπουν τη συμμετοχή των χρηστών μέσω σχολίων, κοινοποιήσεων και αντιδράσεων, ενισχύοντας τη διάδραση και τη δημιουργία μιας ψηφιακής κοινότητας γύρω από τον προορισμό.

Η σελίδα που εντοπίστηκε με τους περισσότερους ακολούθους είναι η σελίδα «Στο Νησί» και πρόκειται στην ουσία για μία ηλεκτρονική εφημερίδα που ασχολείται με θέματα και γεγονότα που αφορούν την Λέσβο και δραστηριοποιείται από το 2019. Πιο αναλυτικά απαριθμεί 203 χιλιάδες ακολούθους και συμβάλλει σημαντικά και στην προβολή της πόλης και του νησιού μέσα από συνεχή δημοσίευση θεμάτων της περιοχής.

Πιο αναλυτικά, οι πληροφορίες που παρέχονται μέσω της σελίδας καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα θεμάτων, καθώς δημοσιεύονται καθημερινά ειδήσεις που σχετίζονται με τη Μυτιλήνη και τα χωριά της Λέσβου, πολιτιστικές εκδηλώσεις και την τοπική ατζέντα, τον τουρισμό και ταξιδιωτικές προτάσεις, κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα, ιστορικά αφιερώματα και τοπικές ιστορίες, δράσεις συλλόγων και φορέων, καθώς και θέματα γαστρονομίας και καθημερινής ζωής του νησιού.

Η εφημερίδα διαθέτει και σελίδα στο Instagram και απαριθμεί 4971 ακόλουθους με τις συνολικές δημοσιεύσεις να ανέρχονται στις 1907. Οι δημοσιεύσεις της σελίδας παρουσιάζουν μεγάλη διάδραση από τους ακολούθους. Στην εικόνα που ακολουθεί παρουσιάζεται στιγμιότυπο από την σελίδα στο Instagram όπου φαίνονται οι ακόλουθοι και οι συνολικές δημοσιεύσεις:³²



Εικόνα 20 Στιγμιότυπο σελίδας του Instagram «StoNisi.gr» (Πηγή: <https://www.instagram.com>)

³² <https://www.instagram.com/stonisigr>

Ακολούθως, εντοπίστηκε η ομάδα «ΛΕΣΒΟΣ ΜΥΤΙΛΗΝΗ Η ΒΑΣΙΛΙΣΣΑ ΤΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ». Συγκεκριμένα πρόκειται για μία δημόσια ομάδα η οποία απαριθμεί 17,7 χιλιάδες μέλη, δημιουργήθηκε στις 15 Απριλίου του 2021 και προβάλλει κυρίως φωτογραφικό υλικό από σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος όπως φαίνεται και στην ακόλουθη εικόνα: ³³



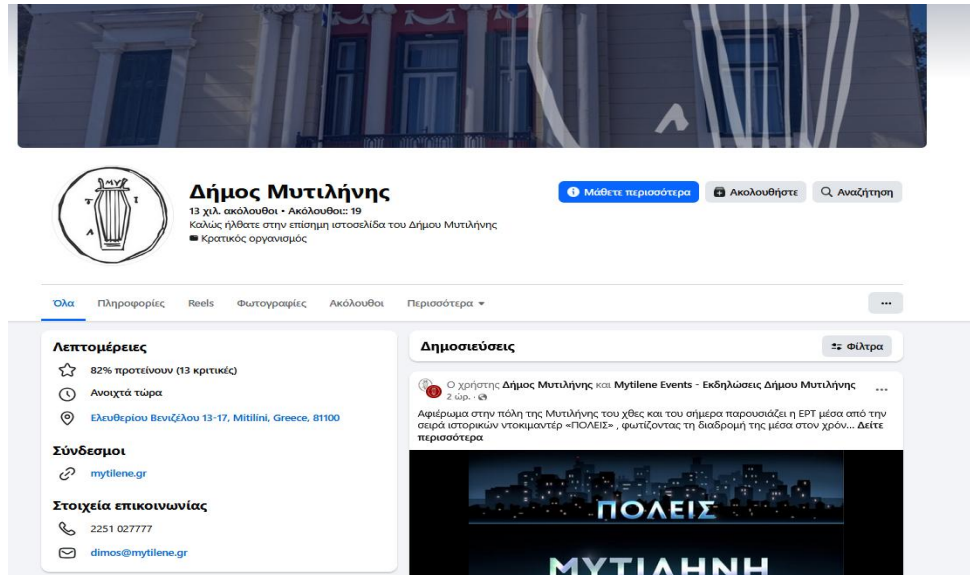
Εικόνα 21 Δημόσια ομάδα στο facebook «ΛΕΣΒΟΣ ΜΥΤΙΛΗΝΗ Η ΒΑΣΙΛΙΣΣΑ ΤΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ» (Πηγή:

<https://www.facebook.com>)

Στη συνέχεια, ακολουθεί η επίσημη σελίδα του Δήμου Μυτιλήνης η οποία απαριθμεί 13 χιλιάδες ακόλουθους και παρέχει φωτογραφικό υλικό, πληροφορίες για επερχόμενες εκδηλώσεις καθώς και άλλα σημαντικά δρώμενα στην πόλη της Μυτιλήνης. Δημοσιεύσεις πραγματοποιούνται σε καθημερινή βάση με τον αριθμό των δημοσιεύσεων να ανέρχονται συνήθως σε 1-3 ανά ημέρα. Επίσης, στη σελίδα παρέχεται το λινκ που οδηγεί

³³ <https://www.facebook.com/groups/210162350880972/about>

στον επίσημο ιστότοπο του Δήμου Μυτιλήνης.³⁴ Στην εικόνα που ακολουθεί παρουσιάζεται η επίσημη σελίδα στο facebook:



Εικόνα 22 Επίσημη σελίδα του Δήμου Μυτιλήνης στο Facebook (Πηγή:
<https://www.facebook.com/MytileneMunicipality>)

Επιπλέον, ο Δήμος Μυτιλήνης διαθέτει σελίδα και στο Instagram και απαριθμεί 1614 ακόλουθους καθώς και 1099 δημοσιεύσεις συνολικά. Η σελίδα λειτουργεί ως εργαλείο τουριστικής προβολής και ενημέρωσης, με έμφαση στην ανάδειξη της φυσικής ομορφιάς, της πολιτιστικής κληρονομιάς και της καθημερινής ζωής της Μυτιλήνης μέσα από φωτογραφίες, σύντομα βίντεο (reels) και αναρτήσεις που προβάλλουν τοπία, μνημεία, εκδηλώσεις και εμπειρίες.

Από άποψη περιεχομένου, ο λογαριασμός παρουσιάζει τη Μυτιλήνη μέσα από θεματικές που σχετίζονται κυρίως με τον τουρισμό και την προβολή του προορισμού. Συγκεκριμένα, αναρτώνται εικόνες από ιστορικά και πολιτιστικά σημεία ενδιαφέροντος, όπως το κάστρο της Μυτιλήνης, παραδοσιακοί οικισμοί και αρχιτεκτονικά στοιχεία της πόλης, καθώς και φωτογραφικό υλικό από το φυσικό περιβάλλον και τις παραλίες της περιοχής.

³⁴ <https://www.facebook.com/MytileneMunicipality>

Παράλληλα, προβάλλονται στιγμές από τοπικές εκδηλώσεις και δράσεις, ενισχύοντας την εικόνα μιας ζωντανής και ενεργής πόλης καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου.

Τέλος, στο Instagram εντοπίστηκε η σελίδα Mytilini Life που αποτελεί μία από τις πιο χαρακτηριστικές τοπικές ψηφιακές σελίδες που προβάλλουν τη Μυτιλήνη μέσα από έναν περισσότερο «λαϊκό», καθημερινό και βιωματικό τρόπο. Η σελίδα απαριθμεί 4427 ακόλουθους και συνολικά 2077 δημοσιεύσεις. Σε αντίθεση με τους επίσημους τουριστικούς λογαριασμούς, η συγκεκριμένη σελίδα δίνει έμφαση στην προβολή της ζωής στο νησί, της τοπικής κουλτούρας και της καθημερινότητας των κατοίκων, αξιοποιώντας κυρίως φωτογραφικό και οπτικοακουστικό υλικό που αναδεικνύει την αυθεντική πλευρά της πόλης και της Λέσβου.

Ως προς το περιεχόμενο, η σελίδα παρουσιάζει τη Μυτιλήνη μέσα από εικόνες της καθημερινής ζωής, τοπικά τοπία, σημεία της πόλης, παραλίες, γειτονιές, αλλά και στιγμές από κοινωνικές και πολιτιστικές δραστηριότητες. Συχνά προβάλλονται επίσης τοπικές επιχειρήσεις, γαστρονομικές εμπειρίες, εκδηλώσεις και γενικότερα στοιχεία που σχετίζονται με τον τρόπο ζωής στο νησί. Με αυτόν τον τρόπο, η Μυτιλήνη δεν παρουσιάζεται μόνο ως τουριστικός προορισμός, αλλά και ως ζωντανός κοινωνικός χώρος με έντονη τοπική ταυτότητα.

Σε επίπεδο πληροφοριών προς τους επισκέπτες, ο λογαριασμός δεν λειτουργεί ως οργανωμένος οδηγός με πρακτικά στοιχεία (όπως ωράρια, διαδρομές ή αναλυτικές περιγραφές αξιοθέατων), αλλά περισσότερο ως πηγή έμπνευσης και εξοικείωσης με τον προορισμό. Ο χρήστης μπορεί να αποκτήσει μια πιο ανεπίσημη και «αυθεντική» εικόνα της Μυτιλήνης, βλέποντας πώς είναι η καθημερινότητα, ποια μέρη επισκέπτονται οι ντόπιοι και ποια σημεία της πόλης έχουν ιδιαίτερη απήχηση.

Η συχνότητα δημοσιεύσεων στον λογαριασμό είναι σχετικά σταθερή, με αναρτήσεις να πραγματοποιούνται σε τακτά χρονικά διαστήματα, ανάλογα με τη διαθεσιμότητα περιεχομένου και τις τοπικές εξελίξεις. Παρατηρείται ότι η δραστηριότητα αυξάνεται σε περιόδους εκδηλώσεων, τουριστικής αιχμής ή όταν υπάρχουν ενδιαφέροντα τοπικά γεγονότα που αξίζει να προβληθούν.

Όσον αφορά τη διάδραση, η σελίδα παρουσιάζει ενεργή συμμετοχή από τους ακόλουθους, κυρίως μέσω likes, σχολίων και κοινοποιήσεων. Οι χρήστες φαίνεται να ανταποκρίνονται ιδιαίτερα σε αναρτήσεις που περιλαμβάνουν γνώριμα τοπία, νοσταλγικές εικόνες ή στιγμές της καθημερινής ζωής, γεγονός που ενισχύει την αίσθηση κοινότητας και τοπικής ταυτότητας που δημιουργεί ο λογαριασμός. Συνολικά, το @mytilinilife λειτουργεί περισσότερο ως άτυπη ψηφιακή «βιτρίνα» της Μυτιλήνης, προσφέροντας μια πιο άμεση, αυθόρμητη και κοινωνικά προσανατολισμένη εικόνα του προορισμού.³⁵

³⁵ <https://www.instagram.com/mytilinilife/>

3. Μεθοδολογία

3.1 Ερευνητική Προσέγγιση

Η ερευνητική διαδικασία αποτελεί βασικό εργαλείο κατανόησης κοινωνικών φαινομένων και παραγωγής νέας γνώσης. Μέσα από τη συστηματική συλλογή και ανάλυση δεδομένων, καθίσταται δυνατή η διερεύνηση στάσεων, αντιλήψεων και συμπεριφορών σε σχέση με το υπό εξέταση αντικείμενο, με τρόπο που συμβάλλει τόσο στη θεωρητική εμβάθυνση όσο και στη διαμόρφωση πρακτικών προτάσεων για την αντιμετώπιση σύγχρονων ζητημάτων.

Η επιλογή του συγκεκριμένου θέματος συνδέεται με την αυξανόμενη ανάγκη επαναπροσδιορισμού του κυρίαρχου μοντέλου του μαζικού τουρισμού, το οποίο συχνά οδηγεί σε τυποποιημένες εμπειρίες, περιβαλλοντική επιβάρυνση και περιορισμένη επαφή του επισκέπτη με τον τόπο και την τοπική κοινωνία. Η διεθνής βιβλιογραφία αναδεικνύει ότι η ζήτηση για αυθεντικές, βιωματικές και περιβαλλοντικά υπεύθυνες μορφές ταξιδιού αυξάνεται σταθερά, ενισχύοντας το ενδιαφέρον για εναλλακτικές προσεγγίσεις όπως ο Ήπιος Τουρισμός και ο Αναγεννητικός Τουρισμός. Οι μορφές αυτές δίνουν έμφαση στη βιωσιμότητα, στη σύνδεση με τον τοπικό πολιτισμό, στη μικρότερη περιβαλλοντική επιβάρυνση και στη δημιουργία ουσιαστικών εμπειριών για τον ταξιδιώτη.

Η φιλοσοφία του Ήπιου Τουρισμού, όπως περιγράφεται από τους Dickinson και Lumsdon, συνδέεται με έναν διαφορετικό τρόπο αντίληψης του ταξιδιού, όπου η ποιότητα και το βάθος της εμπειρίας αποκτούν μεγαλύτερη σημασία από την ταχύτητα και την κατανάλωση πολλών αξιοθέατων σε περιορισμένο χρόνο. Οι συγγραφείς υποστηρίζουν ότι ο αργός τουρισμός προωθεί τη βαθύτερη σύνδεση του ταξιδιώτη με τον τόπο, την τοπική κοινωνία και το φυσικό περιβάλλον, ενθαρρύνοντας μια πιο συνειδητή, βιωματική και ουσιαστική προσέγγιση στο ταξίδι.

Σύμφωνα με τους Bellato και Pollock (2025), ο Αναγεννητικός Τουρισμός υπερβαίνει τη λογική της βιωσιμότητας, επιδιώκοντας όχι μόνο να μειώσει τις επιπτώσεις του

τουρισμού αλλά να δημιουργήσει θετική περιβαλλοντική και κοινωνική αξία στους προορισμούς. Βασίζεται σε μια ολιστική, συστημική προσέγγιση που ενδυναμώνει τις τοπικές κοινότητες και συμβάλλει στην αναζωογόνηση των οικοσυστημάτων. Στο πλαίσιο της παρούσας έρευνας, η έννοια αυτή λειτουργεί ως θεωρητικό υπόβαθρο για την κατανόηση πρακτικών που προωθούν τη μακροπρόθεσμη αναγέννηση των προορισμών.

Το κεφάλαιο αυτό παρουσιάζει το ερευνητικό πλαίσιο και τη μεθοδολογική προσέγγιση που εφαρμόστηκε για την υλοποίηση της παρούσας μελέτης. Παρουσιάζονται η ερευνητική φιλοσοφία, οι στόχοι της έρευνας, η διαδικασία δειγματοληψίας, το ερευνητικό εργαλείο και οι τεχνικές ανάλυσης των δεδομένων. Η συγκεκριμένη ενότητα αποσκοπεί στην αναλυτική παρουσίαση των ερευνητικών βημάτων που ακολουθήθηκαν, ώστε να ενισχυθεί η επιστημονική τεκμηρίωση της μελέτης και να καταστεί σαφές το πλαίσιο μέσα στο οποίο διεξήχθη η έρευνα.

3.2. Ερευνητικοί στόχοι, Ερευνητικό Εργαλείο και Μέθοδος Δειγματοληψίας

Η παρούσα έρευνα ακολουθεί ποσοτική ερευνητική προσέγγιση, με στόχο τη διερεύνηση των στάσεων, αντιλήψεων και συμπεριφορών των τουριστών σε σχέση με τον Ήπιο και Αναγεννητικό Τουρισμό, καθώς και την επίδρασή τους στην πρόθεση επίσκεψης της Μυτιλήνης ως τουριστικού προορισμού.

Η ανάπτυξη της ερευνητικής διαδικασίας ακολούθησε μια συστηματική, μεθοδική και επιστημονικά τεκμηριωμένη προσέγγιση. Σε πρώτο στάδιο, πραγματοποιήθηκε εκτενής και κριτική ανασκόπηση της σχετικής επιστημονικής βιβλιογραφίας, με στόχο τη διαμόρφωση ενός στέρεου θεωρητικού πλαισίου και την κατανόηση των σύγχρονων τάσεων. Η βιβλιογραφική διερεύνηση κατέστησε δυνατή τη διατύπωση συγκεκριμένων και ερευνητικά τεκμηριωμένων ερωτημάτων, τα οποία αποτέλεσαν τη βάση για τη δημιουργία του τελικού ερευνητικού εργαλείου, το οποίο ήταν ένα δομημένο ερωτηματολόγιο σε ηλεκτρονική μορφή, το οποίο σχεδιάστηκε και φιλοξενήθηκε στην πλατφόρμα Google Forms.

Η διανομή του πραγματοποιήθηκε διαδικτυακά, μέσω κοινωνικών δικτύων, ηλεκτρονικών κοινοτήτων και προσωπικών επαφών, επιτρέποντας τη γρήγορη συλλογή απαντήσεων από άτομα διαφορετικών γεωγραφικών περιοχών.

Η ηλεκτρονική μορφή του επιλέχθηκε λόγω:

- της ευκολίας πρόσβασης σε ευρύ κοινό,
- της άμεσης καταγραφής των δεδομένων
- της διασφάλισης της ανωνυμίας των συμμετεχόντων.

Το ερωτηματολόγιο δομήθηκε σε πέντε κύριες ενότητες. Η πρώτη εξετάζει τη τουριστική συμπεριφορά των συμμετεχόντων στην έρευνα (συνήθειες και προτιμήσεις), η δεύτερη τις απόψεις τους για τον ήπιο τουρισμό, η τρίτη τις απόψεις τους για τον αναγεννητικό τουρισμό, η τέταρτη την εικόνα της Μυτιλήνης ως τουριστικό προορισμό και η πέμπτη περιλαμβάνει τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων στην έρευνα.

Η πλειονότητα των ερωτήσεων διαμορφώθηκε σε κλειστή μορφή, αξιοποιώντας κλίμακες Likert, (από 1 : Καθόλου/Διαφωνώ απόλυτα έως 5: Πάρα πολύ/ Συμφωνώ απόλυτα) ώστε να διευκολυνθεί η ποσοτική ανάλυση των δεδομένων.

Για την επιλογή των συμμετεχόντων στην παρούσα έρευνα εφαρμόστηκε η μη πιθανοκρατική μέθοδος της δειγματοληψίας ευκολίας.

Η προσέγγιση αυτή επιλέγεται συχνά σε εμπειρικές μελέτες όταν υπάρχουν χρονικοί, οικονομικοί και πρακτικοί περιορισμοί που καθιστούν την εφαρμογή πιθανοκρατικής δειγματοληψίας αδύνατη (Saunders et al., 2023· Buckingham & Saunders, 2004). Στο πεδίο του τουριστικού σχεδιασμού και της συμπεριφοράς καταναλωτή, η δειγματοληψία ευκολίας αποτελεί επιστημονικά αποδεκτή επιλογή, ιδίως όταν δεν υπάρχει διαθέσιμο και επικαιροποιημένο δειγματοληπτικό πλαίσιο για το σύνολο των εν δυνάμει ή παρελθόντων επισκεπτών ενός προορισμού όπως η Μυτιλήνη (Sarstedt et al., 2018· Golzar et al., 2023). Η μέθοδος βασίζεται στη συλλογή δεδομένων από μέλη του πληθυσμού-στόχου που είναι άμεσα προσβάσιμα και πρόθυμα να συμμετάσχουν (Etikan et al., 2016· Alvi, 2016).

Στην παρούσα μελέτη, το ψηφιακό ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε μέσω στοχευμένων ταξιδιωτικών κοινοτήτων, ομάδων κοινωνικής δικτύωσης με αντικείμενο τον εναλλακτικό τουρισμό και προσωπικών δικτύων, επιτρέποντας την προσέγγιση ατόμων με ενεργό ταξιδιωτικό ενδιαφέρον. Η επιλογή αυτή είναι συμβατή με τον διερευνητικό χαρακτήρα της μελέτης, της οποίας ο πρωταρχικός στόχος δεν είναι η στατιστική γενίκευση, αλλά η αποτύπωση αρχικών τάσεων και η κατανόηση υποκείμενων συσχετίσεων που θα μπορούσαν να τροφοδοτήσουν μελλοντική έρευνα (Saunders et al., 2023· Mind the Graph, 2025).

Η χρήση της δειγματοληψίας ευκολίας, ωστόσο, συνεπάγεται περιορισμούς που χρήζουν αναγνώρισης. Ο κεντρικός περιορισμός αφορά τη μειωμένη στατιστική γενικευσιμότητα των ευρημάτων, καθώς το δείγμα ενδέχεται να εμφανίζει ομοιογένεια και να επηρεάζεται από μεροληψία αυτοεπιλογής λόγω της διαδικτυακής διανομής (Jager et al., 2017· Alvi, 2016). Για τον μετριασμό των αδυναμιών αυτών, ορίστηκαν σαφή κριτήρια εισδοχής στο δείγμα (Robinson, 2014). Συγκεκριμένα, συμπεριλήφθηκαν άτομα που έχουν ήδη ταξιδέψει ή εκδηλώνουν ενδιαφέρον για μορφές τουρισμού που συνδέονται με τη φύση, την αυθεντικότητα, τη βιωσιμότητα και την τοπική εμπειρία, καθώς και άτομα που έχουν επισκεφθεί τη Μυτιλήνη ή σχεδιάζουν να το κάνουν. Η επιλογή αυτή διασφάλισε ότι οι συμμετέχοντες διέθεταν το αναγκαίο γνωστικό και εμπειρικό υπόβαθρο για έγκυρη αξιολόγηση των υπό εξέταση φαινομένων, ενισχύοντας τη φαινομενική εγκυρότητα του ερευνητικού εργαλείου (Saunders et al., 2023· Hair et al., 2020).

Όλοι οι συμμετέχοντες ενημερώθηκαν για τον σκοπό της έρευνας και τη χρήση των δεδομένων αποκλειστικά για ακαδημαϊκούς σκοπούς, ενώ η συμμετοχή ήταν εθελοντική και ανώνυμη. Το τελικό δείγμα ανήλθε σε 151 συμμετέχοντες, των οποίων οι απαντήσεις οργανώθηκαν σε βάση δεδομένων και αναλύθηκαν με τη χρήση περιγραφικών στατιστικών τεχνικών.

3.3. Ερευνητικά ερωτήματα και Εννοιολογικό Μοντέλο

Η μελέτη βασίζεται σε ένα εννοιολογικό μοντέλο που εξετάζει τη σχέση μεταξύ:

- των στάσεων απέναντι στον Ήπιο Τουρισμό,
- των στάσεων απέναντι στον Αναγεννητικό Τουρισμό,
- της αντίληψης της βιωσιμότητας στον τουρισμό,
- της αντίληψης της Μυτιλήνης ως βιώσιμου προορισμού,
- και της πρόθεσης επίσκεψης της Μυτιλήνης.

Το μοντέλο υποθέτει ότι οι παραπάνω στάσεις και αντιλήψεις επηρεάζουν θετικά την πρόθεση επίσκεψης, ενώ παράλληλα εξετάζονται οι μεταξύ τους σχέσεις, καθώς και η επίδραση δημογραφικών και ταξιδιωτικών χαρακτηριστικών. Η σύνοψη των ερευνητικών ερωτημάτων παρουσιάζεται στη συνέχεια.

Πίνακας 2 Σύνοψη ερευνητικών ερωτημάτων

Ερευνητικό Ερώτημα (RQ)
RQ1. Ποιο είναι το ταξιδιωτικό προφίλ και η συμπεριφορά των επισκεπτών;
RQ2. Σε ποιο βαθμό οι επισκέπτες εμφανίζουν στάσεις και συμπεριφορές που συνδέονται με τον Ήπιο Τουρισμό;
RQ3. Σε ποιο βαθμό οι επισκέπτες υιοθετούν πρακτικές Αναγεννητικού Τουρισμού;
RQ4. Ποια χαρακτηριστικά προορισμού θεωρούνται σημαντικά για Ήπιο/Αναγεννητικό Τουρισμό
RQ5. Ποιες είναι οι στάσεις των επισκεπτών απέναντι στη βιώσιμη ανάπτυξη;
RQ6. Ποια είναι η εικόνα της Μυτιλήνης ως τουριστικός προορισμός;
RQ7. Σε ποιο βαθμό η Μυτιλήνη μπορεί να υποστηρίξει Ήπιο/Αναγεννητικό Τουρισμό;
RQ8. Πώς επηρεάζουν οι στάσεις των επισκεπτών την πρόθεση επίσκεψης;
RQ9. Ποιες είναι οι σχέσεις μεταξύ Ήπιου, Αναγεννητικού τουρισμού και στάσεων βιωσιμότητας;

RQ10. Υπάρχουν διαφορές μεταξύ ομάδων επισκεπτών;

3.4. Μεθοδολογία στατιστικής ανάλυσης

Η ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με τη χρήση του στατιστικού πακέτου SPSS (Statistical Package for Social Sciences), ακολουθώντας δομημένη διαδικασία πολλαπλών σταδίων που συνδυάζει περιγραφικές και επαγωγικές στατιστικές δοκιμασίες (Field, 2018). Τα στάδια αυτά περιγράφονται αναλυτικά στη συνέχεια.

3.4.1. Περιγραφική Στατιστική Ανάλυση

Αρχικά, εφαρμόστηκαν τεχνικές περιγραφικής στατιστικής, με σκοπό την ταξινόμηση, παρουσίαση και ερμηνεία των αποτελεσμάτων. Στο πλαίσιο αυτό, υπολογίστηκαν συχνότητες, ποσοστά, μέσοι όροι και τυπικές αποκλίσεις.

Οι δείκτες αυτοί χρησιμοποιήθηκαν ώστε να αποτυπωθούν τα βασικά χαρακτηριστικά του δείγματος καθώς και οι γενικές τάσεις των μεταβλητών της έρευνας.

Οι συχνότητες και τα ποσοστά αξιοποιήθηκαν κυρίως για την περιγραφή των δημογραφικών χαρακτηριστικών και των απαντήσεων κλειστού τύπου. Αντίστοιχα, οι μέσοι όροι και οι τυπικές αποκλίσεις χρησιμοποιήθηκαν για την αξιολόγηση των απαντήσεων στις κλίμακες Likert. Η περιγραφική στατιστική αποτελεί το θεμέλιο της ποσοτικής ανάλυσης, παρέχοντας συνοπτική απεικόνιση των δεδομένων χωρίς την απώλεια σημαντικών πληροφοριών (Φλώρου, 2023). Οι τεχνικές αυτές δίνουν μια αρχική εικόνα του δείγματος και προετοιμάζουν το έδαφος για την εφαρμογή πιο σύνθετων επαγωγικών μεθόδων.

Τελικός στόχος της στατιστικής ανάλυσης είναι η εξαγωγή συμπερασμάτων σχετικά με τις αντιλήψεις και τις στάσεις των συμμετεχόντων απέναντι στον Ήπιο Τουρισμό και τον Αναγεννητικό Τουρισμό, καθώς και η αξιολόγηση της εικόνας της Μυτιλήνης ως βιώσιμου τουριστικού προορισμού.

3.4.2. Έλεγχος αξιοπιστίας (Reliability Analysis)

Η αξιοπιστία των πολυθεματικών κλιμάκων Likert ελέγχθηκε μέσω του δείκτη Cronbach's alpha (α) (Cronbach, 1951) ο οποίος εκτιμά τη μέση συσχέτιση μεταξύ όλων των ερωτήσεων που απαρτίζουν κάθε κλίμακα. Μαθηματικά ορίζεται ως:

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k \sigma_{y_i}^2}{\sigma_x^2} \right)$$

Όπου k είναι ο αριθμός των θεμάτων της κλίμακας, $\sigma_{y_i}^2$ η διακύμανση του κάθε θέματος i , και σ_x^2 η συνολική διακύμανση της κλίμακας. Οι τιμές του α κυμαίνονται από 0 έως 1, με τις τιμές $\alpha \geq 0,70$ να θεωρούνται το διεθνώς αποδεκτό όριο για τη διασφάλιση ικανοποιητικής αξιοπιστίας στις κοινωνικές και διοικητικές επιστήμες (Nunnally, 1978). Τιμές άνω του 0,80 υποδηλώνουν πολύ καλή αξιοπιστία, ενώ τιμές άνω του 0,90 εξαιρετική εσωτερική συνοχή, επιτρέποντας τη μετέπειτα συγχώνευση των ερωτήσεων σε ενιαίους δείκτες. Αντίθετα, τιμές κάτω του 0,50 κρίνονται μη αποδεκτές (Hair et al., 2010) ενώ υπερβολικά υψηλές τιμές μπορεί να αντανakλούν επικάλυψη περιεχομένου μεταξύ των ερωτήσεων.

3.4.3. Παραγοντική ανάλυση (Factor Analysis)

Πραγματοποιήθηκε διερευνητική παραγοντική ανάλυση (Exploratory Factor Analysis) για την επιβεβαίωση της δομής των μεταβλητών και τον εντοπισμό υποκείμενων διαστάσεων.

Η Διερευνητική Παραγοντική Ανάλυση (EFA) αποτελεί πολυμεταβλητή στατιστική τεχνική που εντοπίζει λανθάνουσες μεταβλητές μέσα από την ανάλυση της συνδιακύμανσης των παρατηρούμενων μεταβλητών (Spearman, 1904· Watkins, 2018). Η καταλληλότητα του δείγματος αξιολογήθηκε μέσω του δείκτη Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) και της δοκιμασίας σφαιρικότητας Bartlett. Ο δείκτης KMO μετρά τον βαθμό γραμμικότητας των συσχετίσεων μεταξύ των μεταβλητών: τιμές άνω του 0,50 αποτελούν το ελάχιστο αποδεκτό όριο, ενώ τιμές άνω του 0,70 θεωρούνται ικανοποιητικές (Hair et al., 2010). Η δοκιμασία Bartlett ελέγχει τη μηδενική υπόθεση ότι ο πίνακας συσχετίσεων είναι μοναδιαίος, δηλαδή ότι οι μεταβλητές είναι εντελώς ασυσχέτιστες μεταξύ τους. Το στατιστικά σημαντικό

αποτέλεσμα ($p < 0,001$) επιβεβαιώνει ότι οι συσχετίσεις είναι επαρκείς για την εφαρμογή της EFA.

Ως μέθοδος εξαγωγής παραγόντων επιλέχθηκε η Ανάλυση Κύριων Συνιστωσών (PCA), στοχεύοντας στη μεγιστοποίηση της εξηγούμενης διακύμανσης. Ο αριθμός των παραγόντων καθορίστηκε με βάση το κριτήριο Kaiser (ιδιοτιμές $\lambda > 1$) σε συνδυασμό με τη θεωρητική ερμηνευσιμότητα των προκύπτουσών διαστάσεων. Για τη βελτίωση της ερμηνευτικής σαφήνειας εφαρμόστηκε ορθογώνια περιστροφή Varimax με κανονικοποίηση Kaiser, η οποία μεγιστοποιεί τη διακύμανση των φορτίσεων και οδηγεί σε απλούστερη δομή παραγόντων. Ως κατώφλι για τη διατήρηση φορτίσεων ορίστηκε το 0,50, ενώ παράλληλα ελέγχθηκαν οι τιμές κοινής διακύμανσης ($\text{communalities} > 0,50$) ώστε να αποφευχθεί απώλεια σημαντικής πληροφορίας (Hair et al., 2018).

3.4.4. Συσχετίσεις (Correlation Analysis)

Για τη διερεύνηση των σχέσεων μεταξύ των επτά παραγόντων που προέκυψαν από την EFA, χρησιμοποιήθηκε ο μη παραμετρικός συντελεστής συσχέτισης Rho (r_s) του Spearman. Ο συντελεστής αυτός είναι κατάλληλος για δεδομένα τακτικής κλίμακας ή όταν παραβιάζεται η υπόθεση κανονικής κατανομής, καθώς αξιολογεί τη μονοτονική σχέση μεταξύ μεταβλητών βάσει των τάξεων τιμών, μειώνοντας την επίδραση ακραίων παρατηρήσεων (Field, 2018).

3.4.5. Ανάλυση γραμμικής παλινδρόμησης (Linear Regression)

Για την αξιολόγηση της προβλεπτικής ικανότητας των παραγόντων ως προς την πρόθεση επανάληψης επίσκεψης στη Μυτιλήνη εφαρμόστηκε Γραμμική Παλινδρόμηση με τη μέθοδο Ελαχίστων Τετραγώνων. Η στατιστική σημαντικότητα του συνολικού μοντέλου αξιολογήθηκε μέσω της δοκιμασίας F (ANOVA-style test), η ερμηνευτική του ισχύς μέσω του συντελεστή προσδιορισμού (R^2) και τον προσαρμοσμένο συντελεστή προσδιορισμού (Adjusted R^2), ο οποίος λαμβάνει υπόψη τον αριθμό των ανεξάρτητων μεταβλητών, ενώ η σημαντικότητα των επιμέρους συντελεστών παλινδρόμησης (β και b) ελέγχθηκε μέσω της δοκιμασίας t – test.

3.4.6. Μη παραμετρικοί έλεγχοι διαφορών μεταξύ ομάδων

Δεδομένης της μη κανονικότητας των δεδομένων, η σύγκριση μεταξύ δημογραφικών ομάδων πραγματοποιήθηκε με μη παραμετρικούς ελέγχους υποθέσεων, οι οποίοι δεν απαιτούν συγκεκριμένη κατανομή του πληθυσμού και συνεπώς είναι καταλληλότεροι για τα δεδομένα της παρούσας μελέτης σε σχέση με τις παραμετρικές εναλλακτικές τους. Για τη σύγκριση δύο ανεξάρτητων ομάδων, όπως το φύλο, εφαρμόστηκε η δοκιμασία Mann-Whitney U, ενώ για τη σύγκριση τριών ή περισσότερων ομάδων όπως το επίπεδο εκπαίδευσης, το επάγγελμα και ο τόπος κατοικίας χρησιμοποιήθηκε η δοκιμασία Kruskal-Wallis H. Στις περιπτώσεις όπου ο έλεγχος Kruskal-Wallis ανέδειξε στατιστικά σημαντικές διαφορές, εφαρμόστηκαν εκ των υστέρων συγκρίσεις ανά ζεύγη με τη διόρθωση Bonferroni, με σκοπό τον εντοπισμό των επιμέρους ομάδων που διαφοροποιούνται και την αποφυγή διόγκωσης του σφάλματος τύπου Ι λόγω πολλαπλών ελέγχων (Field, 2018).

4. Αποτελέσματα ποσοτικής έρευνας

4.1. Περιγραφική στατιστική ανάλυση

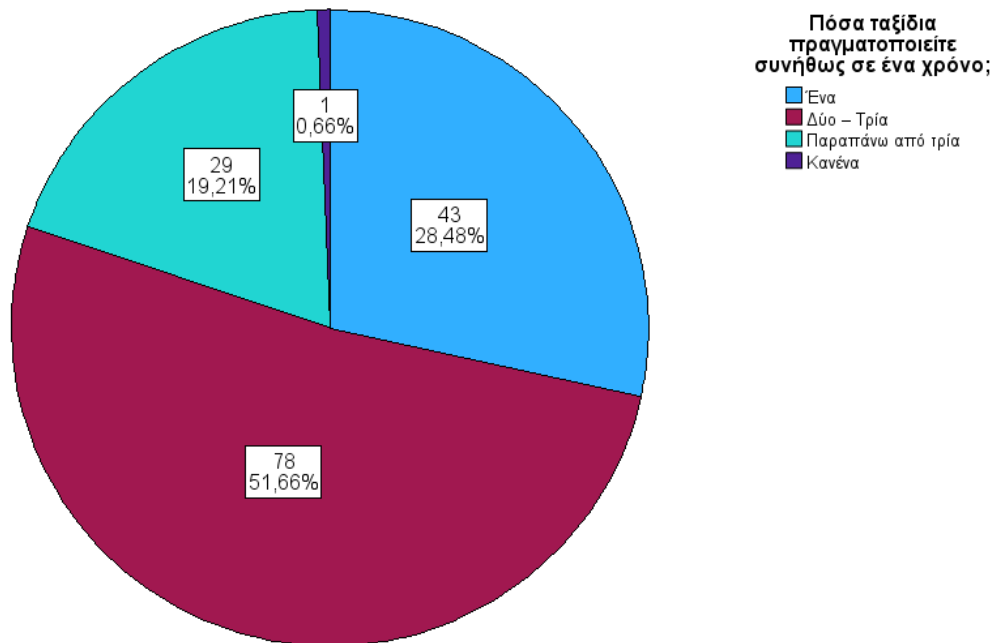
Πρώτη ενότητα - Τουριστική συμπεριφορά συμμετεχόντων στην έρευνα

Στο πρώτο μέρος της ανάλυσης παρουσιάζονται οι απόψεις των συμμετεχόντων στην έρευνα σχετικά με την τουριστική τους συμπεριφορά. Οι κατανομές παρουσιάζονται με κυκλικά διαγράμματα και πίνακες, συνοδευόμενα από σχόλια. Η χαρτογράφηση του ταξιδιωτικού προφίλ των συμμετεχόντων κρίνεται απαραίτητη, καθώς οι ταξιδιωτικές συνήθειες και προτιμήσεις τους συνδέονται άμεσα με τις στάσεις που διαμορφώνουν απέναντι στα εναλλακτικά τουριστικά μοντέλα (Φλώρου, 2023).

Η πρώτη ερώτηση αφορούσε τον αριθμό των ταξιδιών που κάνουν σε ένα χρόνο οι συμμετέχοντες στην έρευνα. Σύμφωνα με τα αποτελέσματά λίγοι περισσότεροι από ένας στους δύο συμμετέχοντες ή ποσοστό 51,66% δήλωσαν ότι κάνουν δύο με τρία ταξίδια. Στη συνέχεια, το 28,5% δήλωσε ένα ταξίδι, το 19,2% περισσότερα από τρία και ένα συμμετέχοντας δήλωσε κανένα.

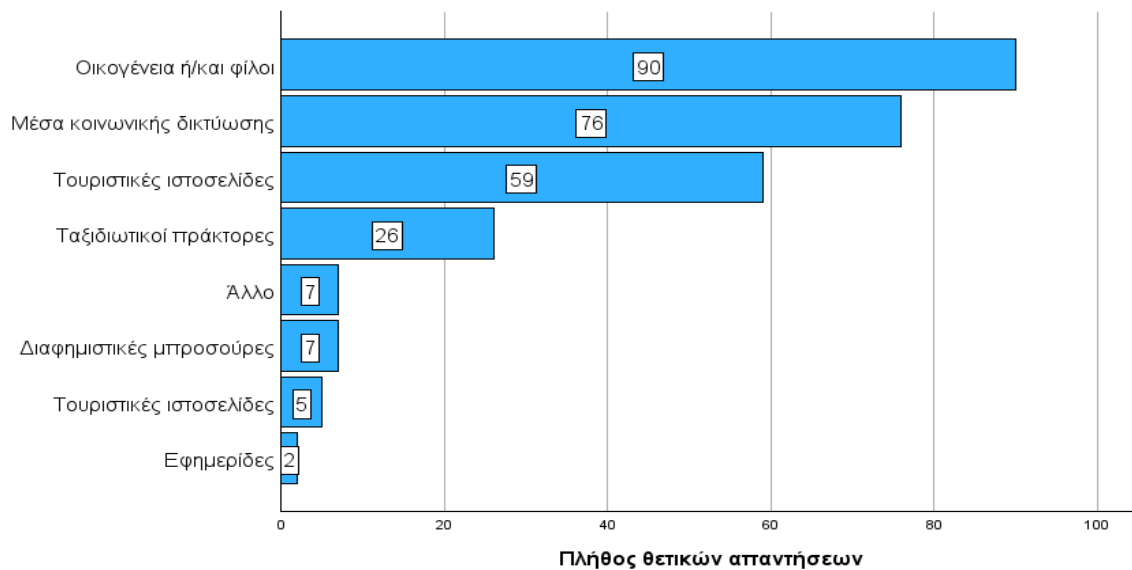
Πίνακας 3 Γραφική απεικόνιση του ετήσιου αριθμού ταξιδιών

Ετήσιος αριθμός ταξιδιών των συμμετεχόντων στην έρευνα	Απαντήσεις	Ποσοστό (%)
Ένα	43	28,48%
Δύο – Τρία	78	51,66%
Παραπάνω από τρία	29	19,20%
Κανένα	1	0,66%
Γενικό σύνολο	151	100,00%



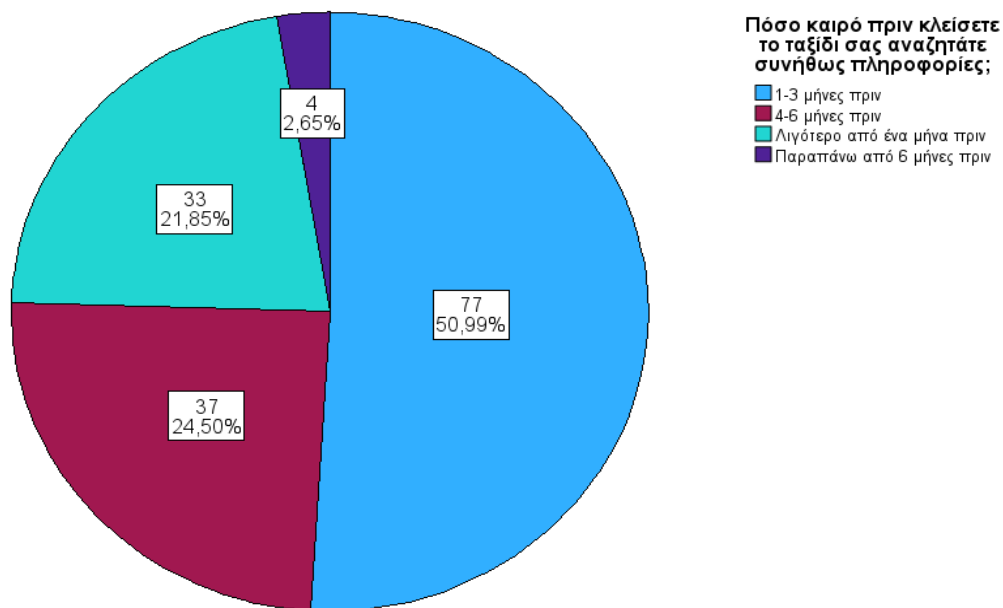
Γράφημα 1. Κατανομή ετήσιου αριθμού ταξιδιών των συμμετεχόντων στην έρευνα

Η δεύτερη ερώτηση αφορά τις πηγές πληροφόρησης που χρησιμοποιούν οι συμμετέχοντες για τον σχεδιασμό των ταξιδιών τους. Από τις απαντήσεις προκύπτει ότι το ανθρώπινο δίκτυο παραμένει η κυρίαρχη πηγή, με την «οικογένεια και τους φίλους» να συγκεντρώνουν 90 προτιμήσεις, εύρημα που επιβεβαιώνει τη διαχρονική βαρύτητα της προφορικής επικοινωνίας (*Word-of-Mouth*) στον τουριστικό σχεδιασμό. Παράλληλα, η ψηφιακή πληροφόρηση εμφανίζει σημαντική παρουσία: τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συγκέντρωσαν 76 επιλογές και οι τουριστικές ιστοσελίδες 59. Αντίθετα, οι ταξιδιωτικοί πράκτορες περιορίστηκαν στις 26 επιλογές, γεγονός που αντανακλά τη σταδιακή υποχώρηση των παραδοσιακών διαύλων διαμεσολάβησης. Όλες οι υπόλοιπες περιπτώσεις είχαν λιγότερο από 10 επιλογές.



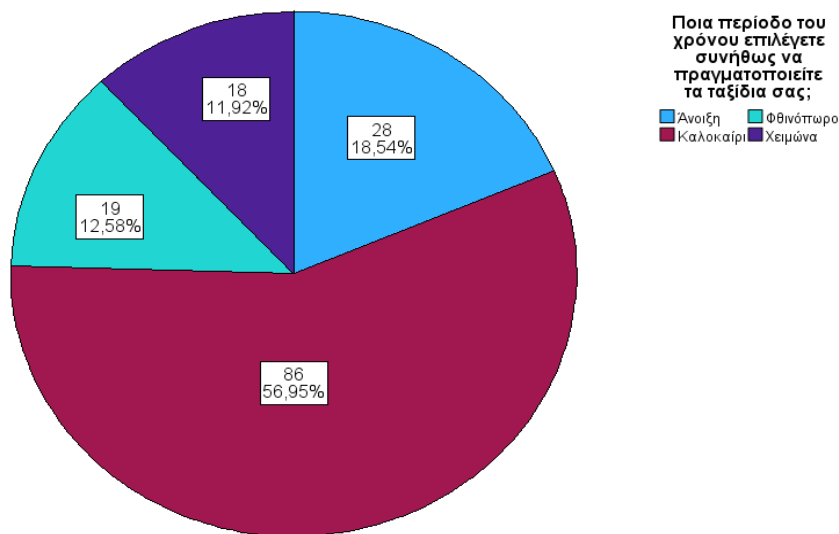
Γράφημα 2. Πηγές αναζήτησης πληροφοριών για τα ταξίδια

Η τρίτη ερώτηση αφορούσε τον χρόνο έναρξης της αναζήτησης πληροφοριών πριν από το ταξίδι. Το μεγαλύτερο μερίδιο των συμμετεχόντων (50,99%) δήλωσε ότι ξεκινά την αναζήτηση 1 έως 3 μήνες νωρίτερα, υποδηλώνοντας έναν μέτριο ορίζοντα προγραμματισμού. Ακολούθησαν όσοι αναζητούν πληροφορίες 4 έως 6 μήνες πριν (24,50%), ενώ ένα αξιοσημείωτο ποσοστό 21,85% δήλωσε ότι ενημερώνεται λιγότερο από έναν μήνα πριν την αναχώρηση. Μόλις το 2,65% των ερωτηθέντων σχεδιάζει το ταξίδι του περισσότερο από έξι μήνες νωρίτερα.



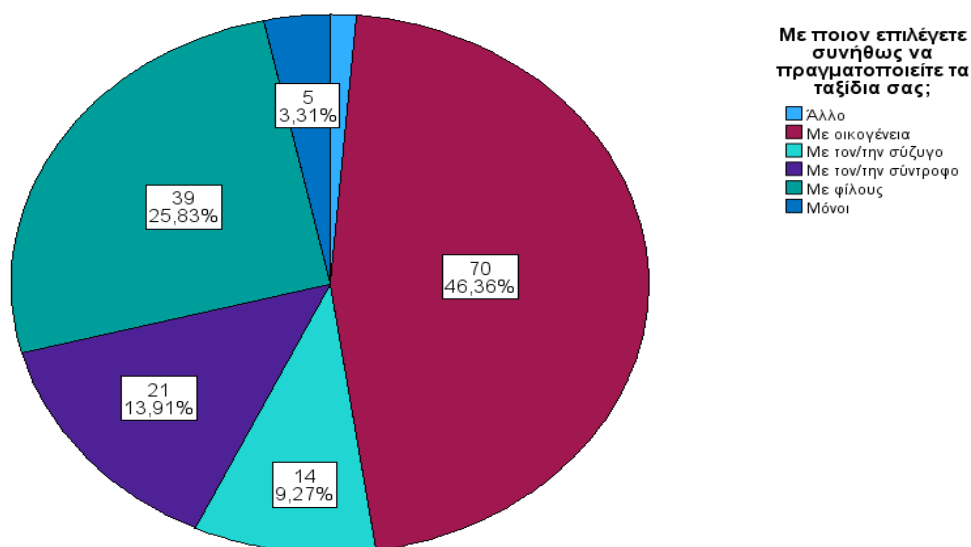
Γράφημα 3. Χρόνος αναζήτησης πληροφοριών

Η τέταρτη ερώτηση σχετικά με την εποχή πραγματοποίησης των διακοπών, το 56,95% των συμμετεχόντων επέλεξε το καλοκαίρι, το 18,54% την άνοιξη, το 12,58% το φθινόπωρο και το 11,92% τον χειμώνα. Η σαφής υπεροχή της θερινής περιόδου δεν αποτελεί έκπληξη στο ελληνικό τουριστικό πλαίσιο, ωστόσο αναδεικνύει για άλλη μια φορά το ζήτημα της εποχικότητας ως δομικό χαρακτηριστικό της εγχώριας τουριστικής ζήτησης. Το εύρημα αυτό αποκτά ιδιαίτερη σημασία στο πλαίσιο της παρούσας έρευνας, καθώς η ανάπτυξη εναλλακτικών τουριστικών μοντέλων συνδέεται άρρηκτα με την προσπάθεια διάχυσης της ζήτησης πέραν της καλοκαιρινής αιχμής.



Γράφημα 4. Χρονική επιλογή ταξιδιού

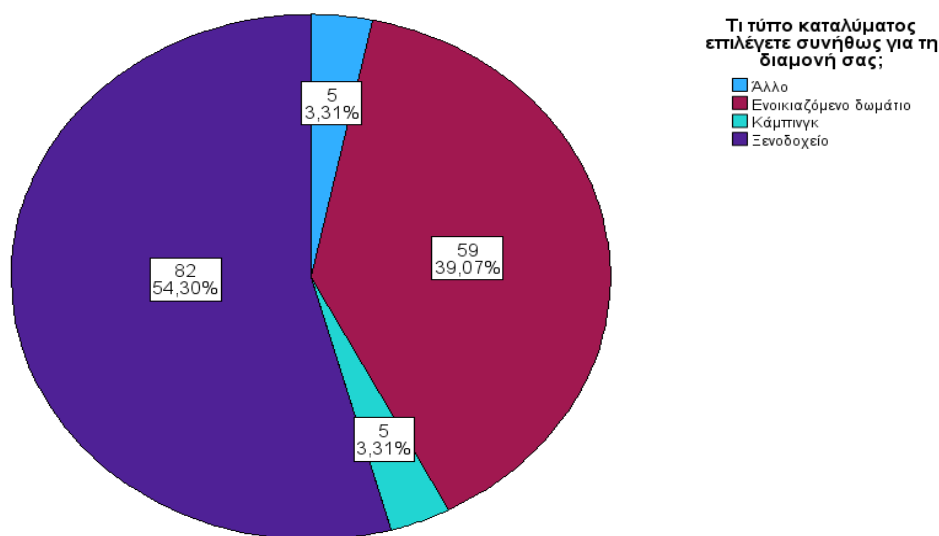
Στην πέμπτη ερώτηση και όσον αφορά τους συνταξιδιώτες τους, το 46,36% επέλεξαν την οικογένεια, το 25,83% φίλους, το 13,91% σύντροφο, το 9,27% σύζυγο και το 3,31% μόνοι. Τέλος ένας συμμετέχοντας επέλεξε την κατηγορία άλλο.



Γράφημα 1. Επιλογή συνταξιδιωτών

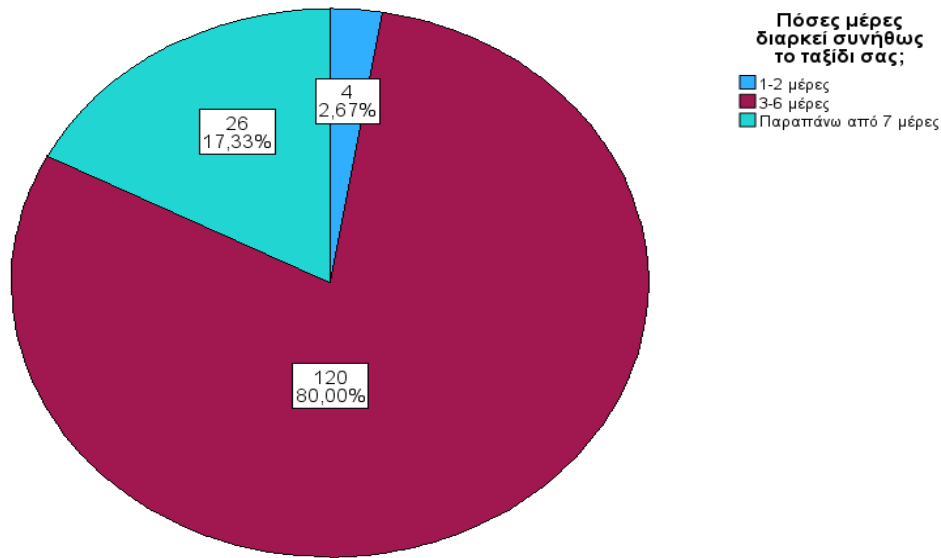
Η έκτη ερώτηση αφορούσε τον τύπο καταλύματος που προτιμούν οι συμμετέχοντες. Το ξενοδοχείο παραμένει η επικρατέστερη επιλογή, με 54,30% των ερωτηθέντων να το

προτιμά, ενώ τα ενοικιαζόμενα δωμάτια ακολουθούν με 39,07%. Αξιοσημείωτο είναι ότι οι δύο αυτές κατηγορίες καλύπτουν από κοινού σχεδόν το σύνολο του δείγματος, αφήνοντας περιορισμένο περιθώριο στις υπόλοιπες επιλογές. Το κάμπινγκ και οι λοιπές μορφές καταλύματος συγκέντρωσαν από 3,31% έκαστο.



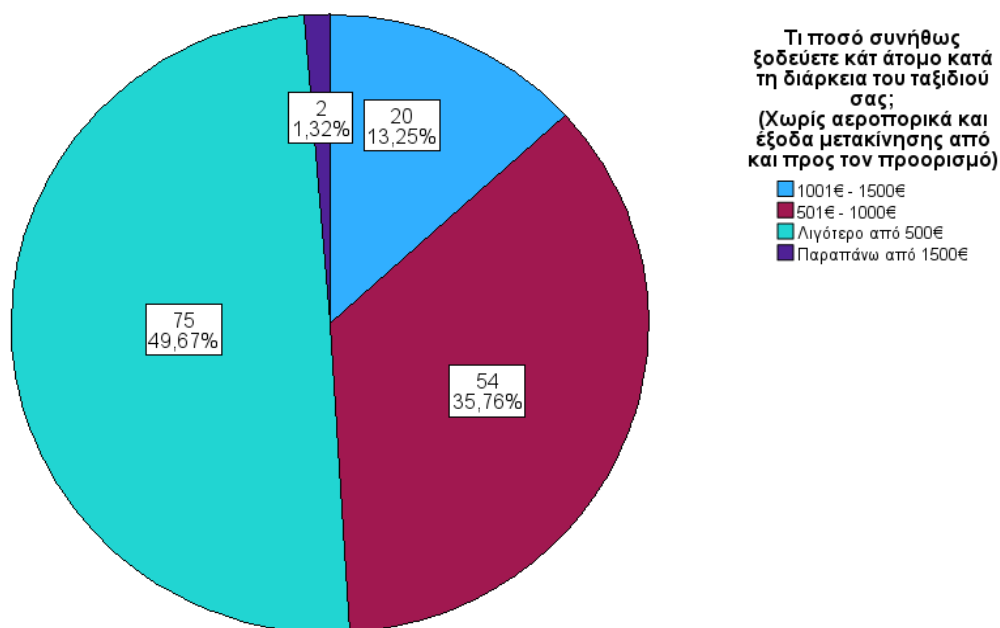
Γράφημα 6. Είδος καταλύματος.

Η έβδομη ερώτηση αφορούσε τη συνήθη διάρκεια των ταξιδιών. Η συντριπτική πλειονότητα των συμμετεχόντων 80,00% δήλωσε διάρκεια 3 έως 5 ημερών, ενώ το 17,33% επιλέγει ταξίδια άνω των 7 ημερών και μόλις το 2,67% περιορίζεται σε έως δύο ημέρες. Η κυριαρχία των σύντομων διαμονών στο δείγμα συνάδει με ευρύτερες τάσεις που καταγράφονται στη βιβλιογραφία για την αύξηση των *city breaks* και των ταξιδιών σύντομης διάρκειας, και ενδέχεται να έχει πρακτικές συνέπειες για τον σχεδιασμό της τουριστικής εμπειρίας στη Μυτιλήνη.



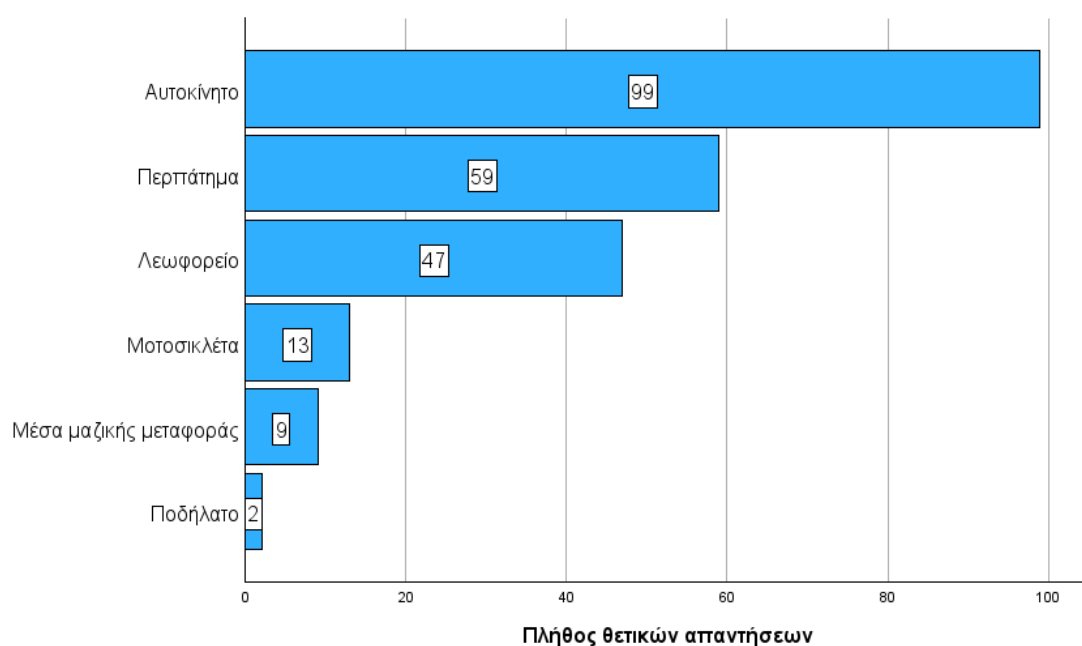
Γράφημα 7. Διάρκεια ταξιδιού.

Η όγδοη ερώτηση αφορούσε τις δαπάνες των συμμετεχόντων κατά τη διάρκεια της διαμονής τους. Σχεδόν οι μισοί 49,67% δήλωσαν συνολικές δαπάνες κάτω των 500€, ενώ το 35,76% κινείται στη ζώνη των 501€ έως 1.000€. Το 13,25% δαπανά από 1.001€ έως 1.500€, και μόλις 3 συμμετέχοντες 1,32% ξεπερνούν τα 1.500€. Το προφίλ αυτό υποδηλώνει ότι η πλειονότητα του δείγματος ανήκει στο τμήμα των οικονομικά συνειδητών ταξιδιωτών, γεγονός που αξίζει να ληφθεί υπόψη κατά την ερμηνεία των στάσεων τους απέναντι στα εναλλακτικά τουριστικά μοντέλα.

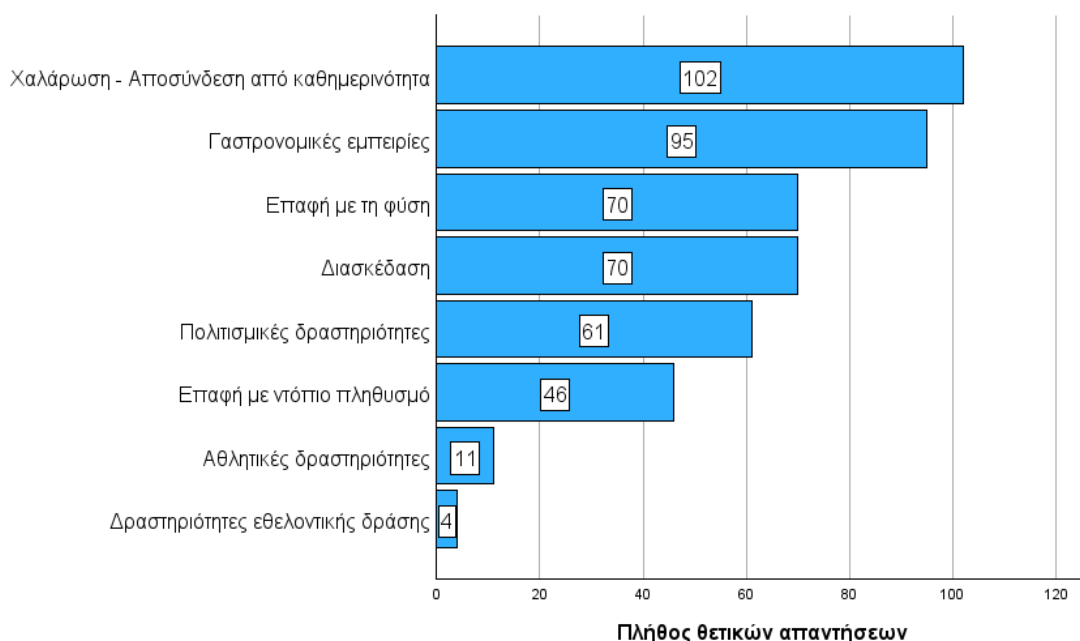


Γράφημα 8. Κόστος διαμονής.

Στην ένατη ερώτηση φαίνεται ότι το κύριο μέσο μετακίνησης κατά τη διάρκεια των διακοπών είναι το αυτοκίνητο με 99 από τις 150 πιθανές επιλογές. Το περπάτημα είχε 59 επιλογές, το λεωφορείο 47, η μοτοσυκλέτα 13 τα ΜΜΜ 9 και το ποδήλατο 2 επιλογές.

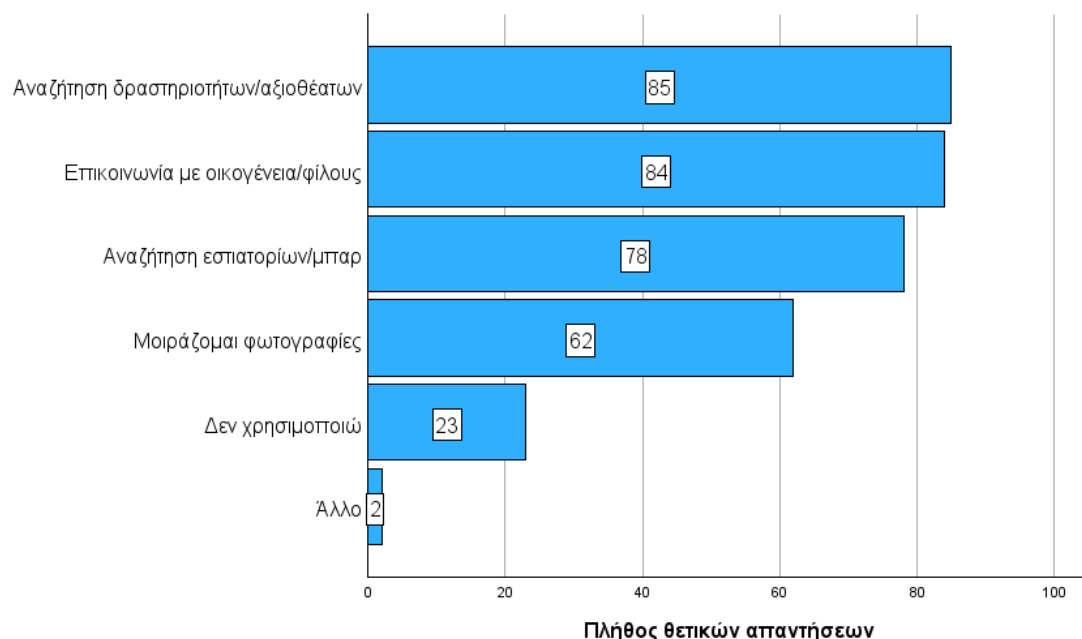


Γράφημα 9. Μέσο μετακίνησης κατά την διάρκεια των διακοπών.



Γράφημα 10. Δραστηριότητες κατά τις διακοπές

Ως προς τις δραστηριότητες που επιλέγουν οι συμμετέχοντες κατά τις διακοπές τους στην δέκατη ερώτηση, η χαλάρωση κατέχει την πρώτη θέση με 102 προτιμήσεις, ακολουθούμενη από τις γαστρονομικές εμπειρίες με 95 επιλογές. Αξιοσημείωτη είναι η ισοψηφία μεταξύ της επαφής με τη φύση και της διασκέδασης, που συγκέντρωσαν από κοινού 70 επιλογές, ενώ οι πολιτισμικές δραστηριότητες ακολούθησαν με 61. Στο κατώτερο άκρο της κατάταξης βρίσκονται η επαφή με τους ντόπιους 46 επιλογές, οι αθλητικές δραστηριότητες 11 και ο εθελοντισμός 4. Το εύρημα αυτό παρουσιάζει ενδιαφέρον, καθώς η υψηλή βαρύτητα της γαστρονομίας και της φύσης δύο στοιχείων με ισχυρή παρουσία στον τουριστικό χάρτη της Μυτιλήνης ενδέχεται να αποτελεί πλεονέκτημα για τον προορισμό.

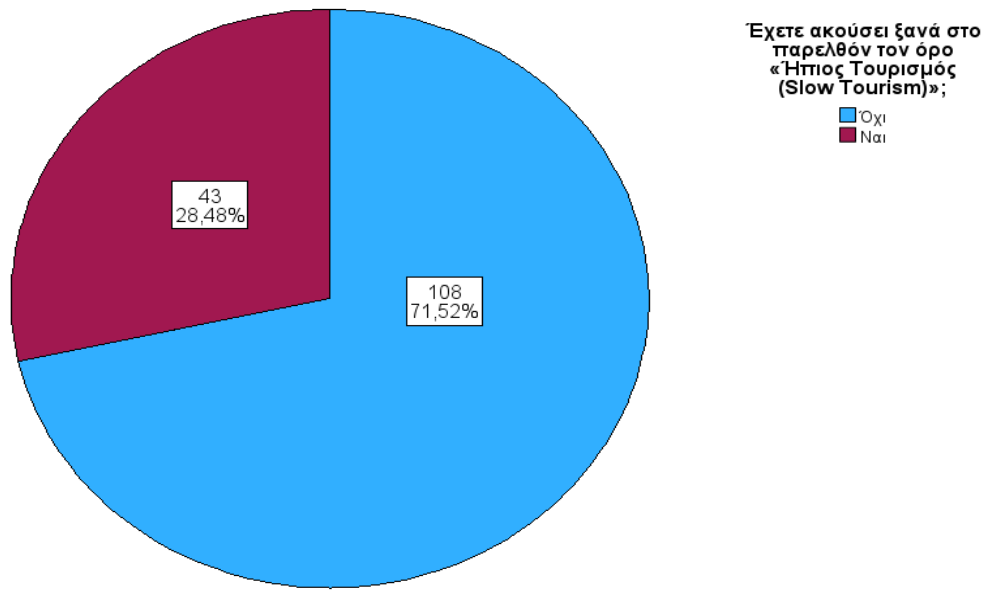


Γράφημα 11. Χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης κατά τις διακοπές.

Η τελευταία ενδέκατη ερώτηση αυτής της ενότητας αφορούσε το λόγο χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης κατά τις διακοπές. Σύμφωνα με τις απαντήσεις των συμμετεχόντων στην έρευνα 85 επιλογές παρατηρηθήκαν στην αναζήτηση δραστηριοτήτων και 84 στην επικοινωνία με οικογένεια και φίλους. Η χρήση για την αναζήτηση εστιατορίων και μπαρ είχε 78 επιλογές, η ανάρτηση φωτογραφιών 62 επιλογές ενώ 23 συμμετέχοντες ενημέρωσαν ότι δεν κάνουν χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης κατά τις διακοπές τους.

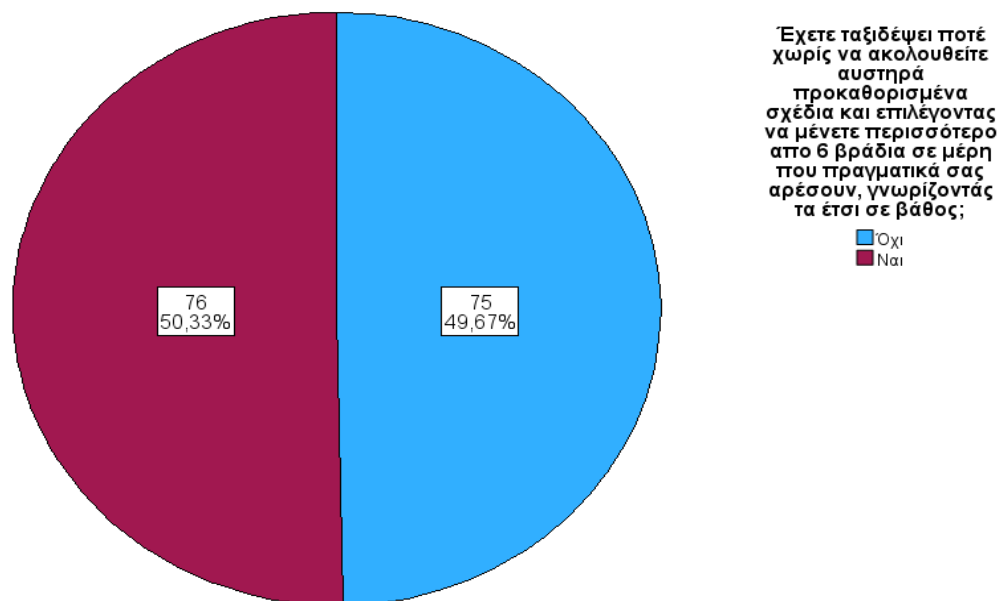
Ενότητα δεύτερη – Ήπιος Τουρισμός

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των συμμετεχόντων στην ερώτηση 12 της έρευνας το 71,52% ή 108 συμμετέχοντες απάντησαν θετικά στην ερώτηση εάν έχουν ακούσει ξανά στο παρελθόν τον όρο «Ήπιος Τουρισμός». Το ποσοστό αυτό δείχνει ότι η έννοια είναι αρκετά γνωστή στο μεγαλύτερο μέρος του δείγματος. Παράλληλα, υποδηλώνει ότι οι συμμετέχοντες έχουν κάποια εξοικείωση με πιο ήπιες μορφές τουρισμού, κάτι που μπορεί να επηρεάσει θετικά τον τρόπο που αντιλαμβάνονται σχετικές προσεγγίσεις.



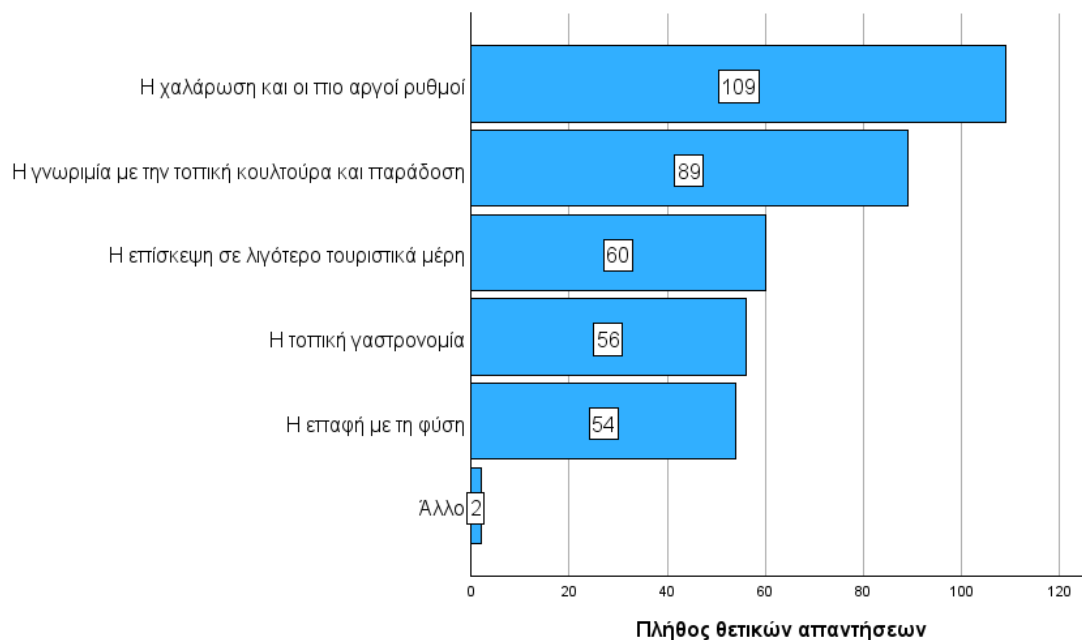
Γράφημα 12. Γνώση όρου «Ήπιος Τουρισμός»

Στην ερώτηση 13 και εάν έχουν ταξιδέψει και διαμείνει περισσότερο από 6 βράδια σε κάποιον προορισμό χωρίς πρώτα να το έχουν σχεδιάσει, το 49,67% ή 75 συμμετέχοντες απάντησαν θετικά και 76 συμμετέχοντες σε ποσοστό 50,33% απάντησαν αρνητικά.



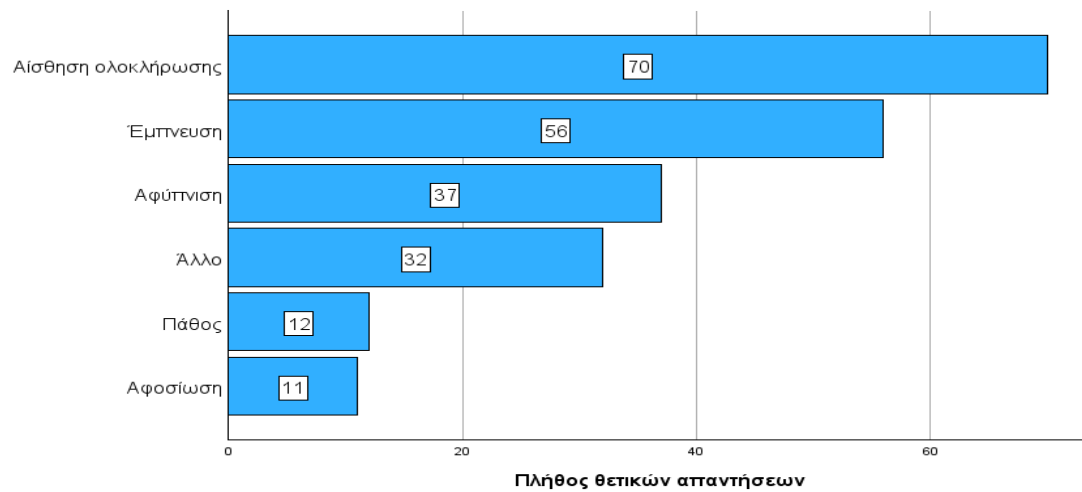
Γράφημα 13. Αυθόρμητο ταξίδι

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων στην ερώτηση 14 η χαλάρωση και οι αργοί ρυθμοί έλαβαν 109 προτιμήσεις ανάγοντας το ως το πιο σημαντικό χαρακτηριστικό ήπιου τουρισμού. Στη συνέχεια ακολουθούσε η γνωριμία με την τοπική κουλτούρα και παράδοση (N = 89) η επίσκεψη σε λιγότερο τουριστικά μέρη (N = 60), η τοπική γαστρονομία (N = 56) και τέλος η επαφή με την φύση (N = 54).



Γράφημα 14. Σημαντικά χαρακτηριστικά ήπιου τουρισμού

Στην ερώτηση 15, τι συναισθήματα τους προκαλεί ο Ήπιος Τουρισμός η αίσθηση ολοκλήρωσης έλαβε 70 επιλογές. Στη συνέχεια αναφέρθηκε η έμπνευση με 56 επιλογές, η αφύπνιση με 37, το πάθος με 12 και η αφοσίωση με 11 ενώ άλλα συναισθήματα εκτός των εξεταζόμενων είχαν 32 επιλογές.



Γράφημα 15. Αισθήματα που προκαλεί ο ήπιος τουρισμός

Οι τελευταίες δύο ερωτήσεις αυτής της ενότητας είναι βασισμένες στην κλίμακα Likert και εξετάζουν την πιθανότητα επιλογής ήπιου τουρισμού και ποια στοιχεία του ήπιου τουρισμού είναι σημαντικά για αυτούς.

Πίνακας 4 Πόσο πιθανό είναι να επιλέξετε έναν προορισμό που ενδείκνυται για διακοπές ήπιου τουρισμού;

Ερώτηση 16	Συχνότητα	Ποσοστό
Καθόλου πιθανό	3	2.1%
Λίγο πιθανό	10	7.0%
Ουδέτερα πιθανό	26	18.2%
Αρκετά πιθανό	82	57.3%
Πάρα πολύ πιθανό	22	15.4%
Γενικό σύνολο	143	100%

Από την περιγραφική ανάλυση των χαρακτηριστικών που καθορίζουν την επιλογή ήπιου προορισμού (Πίνακας 5) προκύπτει ότι ο «χρόνος για ξεκούραση» αξιολογείται ως το σημαντικότερο στοιχείο ($M=4,42$, $SD=0,96$, $Mdn=5$), εύρημα που συνάδει με τα αποτελέσματα της προηγούμενης ερώτησης σχετικά με τις προτιμώμενες δραστηριότητες. Υψηλές αξιολογήσεις έλαβαν επίσης η «απόλαυση χωρίς πίεση χρόνου»

($M=4,13$, $SD=0,94$), η «τοπική γαστρονομία» ($M=4,09$, $SD=1,01$) και η «έντονη παρουσία φυσικού τοπίου» ($M=4,08$, $SD=0,96$), διαμορφώνοντας έναν πυρήνα χαρακτηριστικών που φαίνεται να ορίζει την ήπια τουριστική εμπειρία για το συγκεκριμένο δείγμα. Στον αντίποδα, η «δυνατότητα αθλητικών δραστηριοτήτων» συγκέντρωσε τη χαμηλότερη αξιολόγηση ($M=2,47$, $SD=1,11$, $Mdn=3$), υποδηλώνοντας ότι το στοιχείο αυτό δεν συνιστά προτεραιότητα για την πλειονότητα των ερωτηθέντων.

Πίνακας 5 Επιλογή ήπιου τουρισμού

Ερώτηση 17	1	2	3	4	5	MO	SD	Επικρατούσα Τιμή
Η έντονη παρουσία φυσικού τοπίου	4	8	13	67	52	4.08	0.96	4
Αρκετός χρόνος για απόλαυση	5	5	10	72	54	4.13	0.94	4
Χρόνος για ξεκούραση	4	8	17	54	64	4.42	0.96	5
<i>Eco-friendly</i> δραστηριότητες	8	27	43	44	17	3.25	1.08	4
Γνώση ιστορίας & παραδόσεων	4	10	39	57	33	3.73	0.97	4
Επίσκεψη μη τουριστικών σημείων	5	6	42	62	26	3.70	0.91	4
Τοπική γαστρονομία	6	4	15	64	53	4.09	1.01	4
Δυνατότητα αθλητικών δραστηριοτήτων	32	36	43	17	6	2.47	1.11	3

Ενότητα Τρίτη - Αναγεννητικός Τουρισμός

Οι επόμενες τρεις ερωτήσεις εξέταζαν τη σχέση των συμμετεχόντων στην έρευνα με τον αναγεννητικό τουρισμό. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα το 75% απάντησε ότι δεν έχει ακούσει στο παρελθόν για τον αναγεννητικό τουρισμό, το 61,7% ότι δεν έχει συμμετάσχει ποτέ σε δραστηριότητες ή προγράμματα που υποστηρίζουν την τοπική κοινωνία ή οικονομία, αντί να περιορίζεστε μόνο στις συνηθισμένες τουριστικές υπηρεσίες και το 81,6% ότι δεν έχουν επιλέξει ποτέ να παρατείνουν τη διαμονή τους σε έναν προορισμό για να συμμετάσχουν σε βιώσιμες ή αναγεννητικές πρακτικές και να γνωρίσετε σε βάθος την τοπική κουλτούρα και το περιβάλλον.

Πίνακας 6 Γνώση και εφαρμογή αναγεννητικού τουρισμού

	Όχι		Ναι	
	N	N%	N	N%
Έχετε ακούσει ξανά στο παρελθόν τον όρο «Αναγεννητικός Τουρισμός»;	57	75,0%	19	25,0%
Έχετε συμμετάσχει ποτέ σε δραστηριότητες ή προγράμματα που υποστηρίζουν την τοπική κοινωνία ή οικονομία, αντί να περιορίζετε μόνο στις συνηθισμένες τουριστικές υπηρεσίες;	51	67,1%	25	32,9%
Έχετε επιλέξει ποτέ να παρατείνετε τη διαμονή σας σε έναν προορισμό για να συμμετάσχετε σε βιώσιμες ή αναγεννητικές πρακτικές και να γνωρίσετε σε βάθος την τοπική κουλτούρα και το περιβάλλον;	62	81,6%	14	18,4%

Η επόμενη ερώτηση εξετάζει την πιθανότητα επιλογής ενός προορισμού για συμμετοχή σε βιώσιμες ή αναγεννητικές πρακτικές. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα η πιο συχνή απάντηση είναι «αρκετά πιθανό», γεγονός που δείχνει μια γενικά θετική στάση προς την υπό εξέταση συμπεριφορά.

Πίνακας 7 Πόσο πιθανό είναι να επιλέξετε έναν προορισμό που ενδείκνυται για διακοπές αναγεννητικού τουρισμού;

Ερώτηση 21	Συχνότητα	Ποσοστό
Καθόλου πιθανό	3	2.1%
Λίγο πιθανό	10	7.0%
Ουδέτερα πιθανό	26	18.2%
Αρκετά πιθανό	82	57.3%
Πάρα πολύ πιθανό	22	15.4%
Γενικό σύνολο	143	100%

Οι επόμενες πέντε ερωτήσεις εξέταζαν τα οφέλη του τουρισμού. Η επικρατούσα τιμή ήταν ίση με 5 δείχνοντας απόλυτη συμφωνία στα οφέλη του τουρισμού ενώ στη δήλωση «Θα συμμετείχα σε δράσεις εθελοντισμού για την προστασία του περιβάλλοντος κατά τη

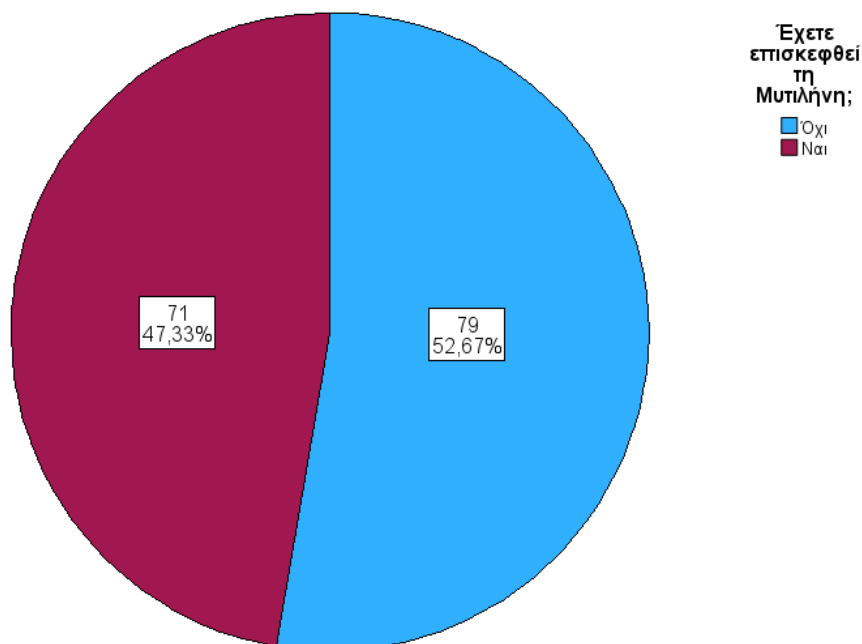
διάρκεια ταξιδιού» η επικρατούσα τιμή ήταν ίση με 4 δείχνοντας συμφωνία μεν αλλά όχι απόλυτη.

Πίνακας 8 Συμμετοχή σε βιώσιμες πρακτικές και οφέλη

	1	2	3	4	5	Επικρατούσα τιμή
Ο τουρισμός πρέπει να ενισχύει την τοπική οικονομία	1	0	3	24	48	5
Οι τουρίστες πρέπει να σέβονται την τοπική κουλτούρα	1	0	1	15	59	5
Οι επιχειρήσεις πρέπει να εφαρμόζουν βιώσιμες πρακτικές	1	0	7	29	39	5
Ο τουρισμός πρέπει να αφήνει θετικό αποτύπωμα	1	1	4	23	47	5
Θα συμμετείχα σε δράσεις εθελοντισμού για την προστασία του περιβάλλοντος κατά τη διάρκεια ταξιδιού	5	5	19	27	20	4

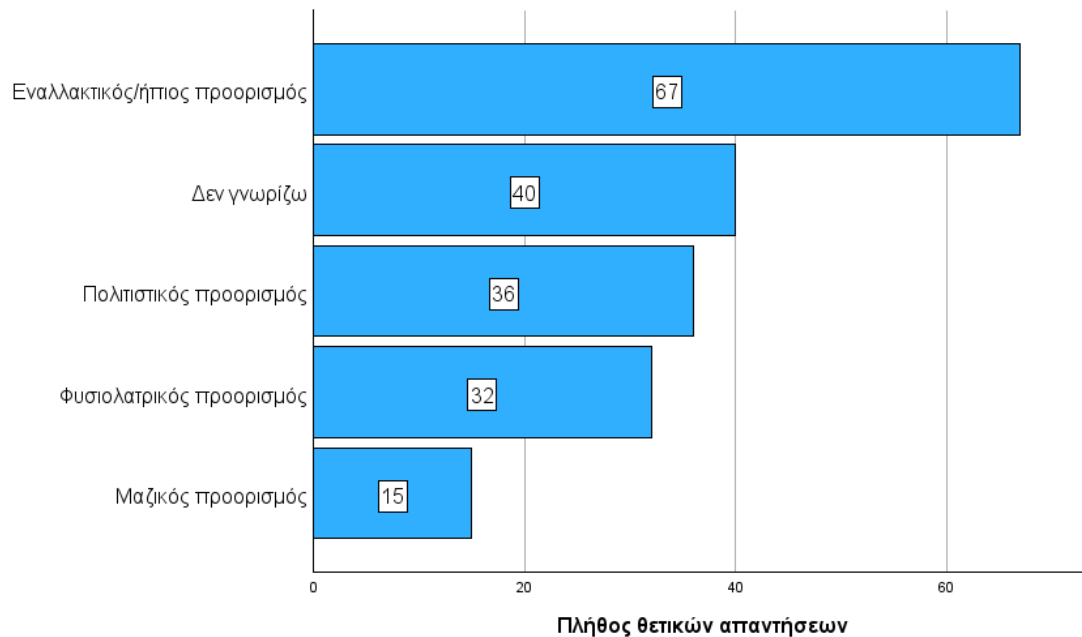
Ενότητα τέταρτη - Η περίπτωση της Μυτιλήνης ως τουριστικός προορισμός

Η τελευταία ενότητα του ερωτηματολογίου εξέταζε την Μυτιλήνη ως τουριστικό προορισμό. Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων 79 συμμετέχοντες σε ποσοστό 52,67% απάντησα θετικά και 71 συμμετέχοντες σε ποσοστό 47,33% απάντησαν αρνητικά.



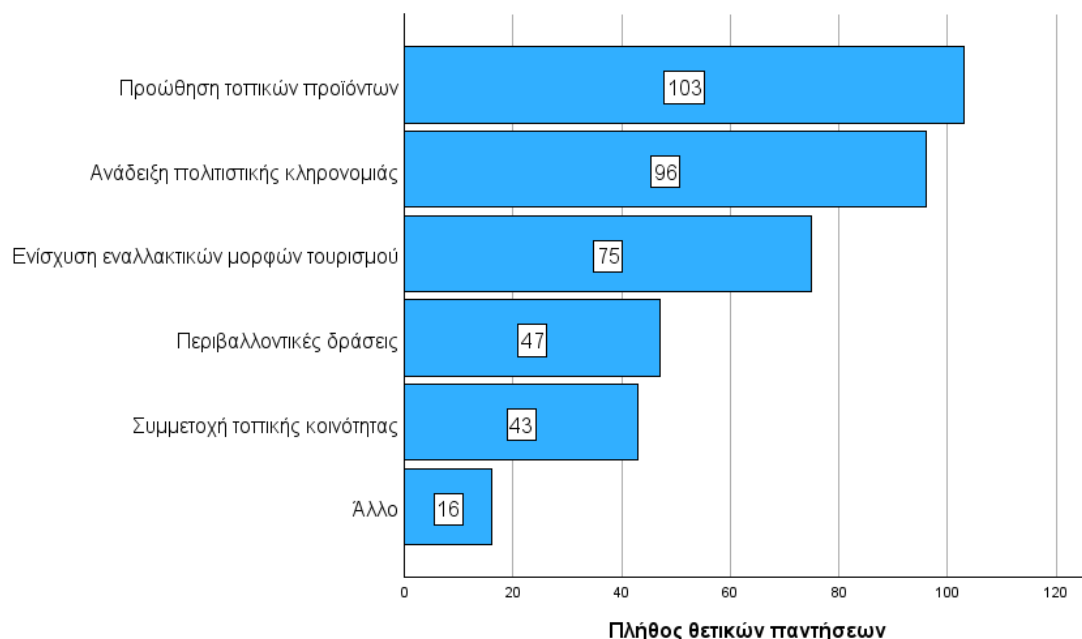
Γράφημα 16. Επίσκεψη στην Μυτιλήνη

Η επόμενη ερώτηση εξέταζε στα χαρακτηριστικά που αποδίδουν οι συμμετέχοντες στην έρευνα στην Μυτιλήνη ως τουριστικό προορισμό. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα 67 επιλογές την χαρακτήριζαν ως ήπιο προορισμό, 36 ως πολιτιστικό, 32 ως φυσιολατρικό, 15 ως μαζικό και 40 επιλογές ανέφεραν άλλες περιπτώσεις που δεν υπήρχαν στο ερωτηματολόγιο.



Γράφημα 17. Χαρακτηρισμός της Μυτιλήνης ως τουριστικός προορισμός

Η επόμενη ερώτηση εξέταζε ποια στοιχεία θεωρούν οι συμμετέχοντες στην έρευνα ότι μπορούν να ενισχύσουν τη βιώσιμη ανάπτυξη της Μυτιλήνης. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα οι περισσότερες επιλογές, ίσες με 103, παρατηρήθηκαν στην προώθηση των τοπικών προϊόντων. Στη συνέχεια, 96 επιλογές παρατηρήθηκαν στην ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς, 75 επιλογές στην ενίσχυση εναλλακτικών μορφών τουρισμού, 47 στις περιβαλλοντικές δράσεις, 43 στη συμμετοχή της τοπικής κοινότητας και 16 στην επιλογή άλλο.



Γράφημα 18. Στοιχεία που μπορούν να ενισχύσουν τη βιώσιμη ανάπτυξη της Μυτιλήνης

Οι τελευταίες 15 ερωτήσεις εξέταζαν το βαθμό συμφωνίας σε αντίστοιχες δηλώσεις σχετικά με τη Μυτιλήνη. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα διαπιστώθηκε συμφωνία σε 13 από τις 15 δηλώσεις καθώς η επικρατούσα τιμή τους ήταν ίση με 4. Μόνο στις δηλώσεις «Οι τοπικοί φορείς και επαγγελματίες θα υποστήριζαν μια στρατηγική βασισμένη στον αναγεννητικό τουρισμό» και «Θα πρότεινα τη Μυτιλήνη ως προορισμό σε φίλους ή συγγενείς» η επικρατούσα τιμή ήταν ίση με 3 υποδεικνύοντας την ουδέτερη άποψη.

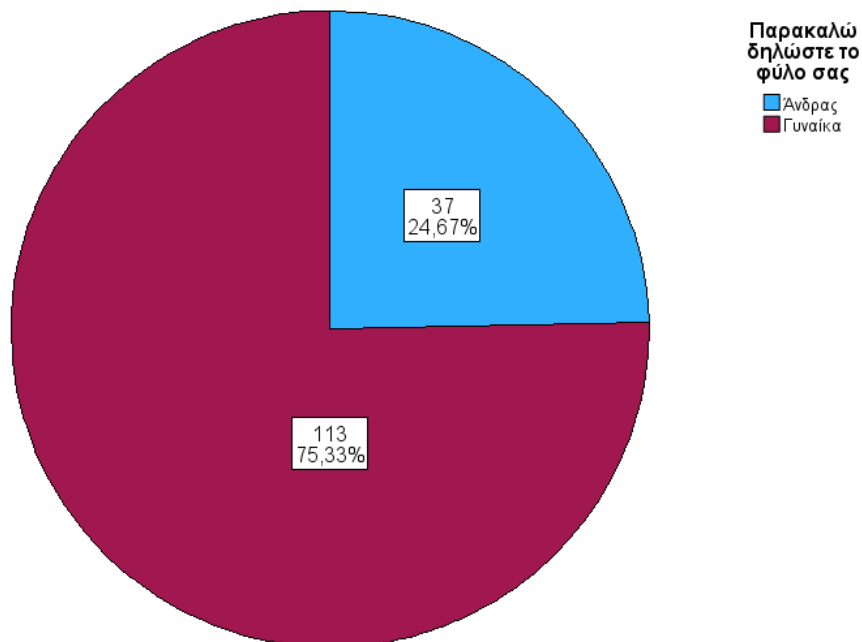
Πίνακας 9 Προτάσεις για την Μυτιλήνη

	1	2	3	4	5	Επικρατούσα τιμή
Η Μυτιλήνη διαθέτει τα κατάλληλα χαρακτηριστικά για ανάπτυξη Ήπιου Τουρισμού	2	1	42	71	35	4
Η Μυτιλήνη μπορεί να αναπτύξει πρακτικές Αναγεννητικού Τουρισμού.	1	1	50	69	30	4
Η Μυτιλήνη αποτελεί εναλλακτικό προορισμό σε σχέση με μαζικούς τουριστικούς προορισμούς.	2	3	36	68	42	4
Η Μυτιλήνη είναι κατάλληλη για διακοπές χαμηλών ρυθμών και χαλάρωσης.	2	2	29	69	49	4
Η Μυτιλήνη προσφέρει εμπειρίες που σχετίζονται με την τοπική κουλτούρα και τον τρόπο ζωής.	1	0	38	71	41	4

Η τοπική κουλτούρα και παράδοση της Μυτιλήνης μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για Ήπιο Τουρισμό	1	0	29	83	38	4
Το φυσικό περιβάλλον της Μυτιλήνης μπορεί να υποστηρίξει πρακτικές Αναγεννητικού Τουρισμού	1	0	31	76	43	4
Η Μυτιλήνη προβάλλεται επαρκώς ως βιώσιμος προορισμός στα ψηφιακά μέσα (π.χ. <i>TripAdvisor</i> , <i>Google Reviews</i> , <i>social media</i>)	4	24	60	45	18	4
Οι τοπικοί φορείς και επαγγελματίες θα υποστήριζαν μια στρατηγική βασισμένη στον Ήπιο Τουρισμό	1	12	61	62	15	4
Οι τοπικοί φορείς και επαγγελματίες θα υποστήριζαν μια στρατηγική βασισμένη στον Αναγεννητικό Τουρισμό	2	11	69	51	18	3
Πιστεύω ότι ο Ήπιος Τουρισμός μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος της περιοχής	1	3	34	70	43	4
Πιστεύω ότι ο Αναγεννητικός Τουρισμός μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος της περιοχής	2	4	39	68	38	4
Θα με ενδιέφερε να επισκεφθώ τη Μυτιλήνη στο μέλλον	0	5	23	64	59	4
Θα πρότεινα τη Μυτιλήνη ως προορισμό σε φίλους ή συγγενείς	0	5	51	50	45	3
Θα επέλεγα τη Μυτιλήνη εάν προβαλλόταν ως προορισμός Ήπιου και Αναγεννητικού Τουρισμού	0	7	41	61	42	4

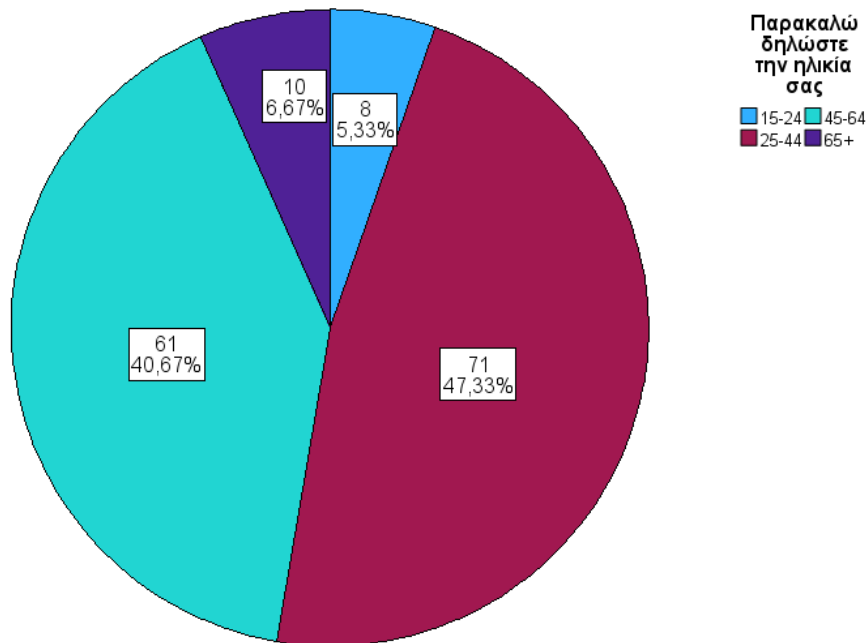
Τέταρτη ενότητα - Δημογραφικά στοιχεία

Το τελευταίο μέρος της περιγραφικής στατιστικής ανάλυσης περιέχει 5 ερωτήσεις που αφορούν τα δημογραφικά στοιχεία των συμμετεχόντων στην έρευνα.



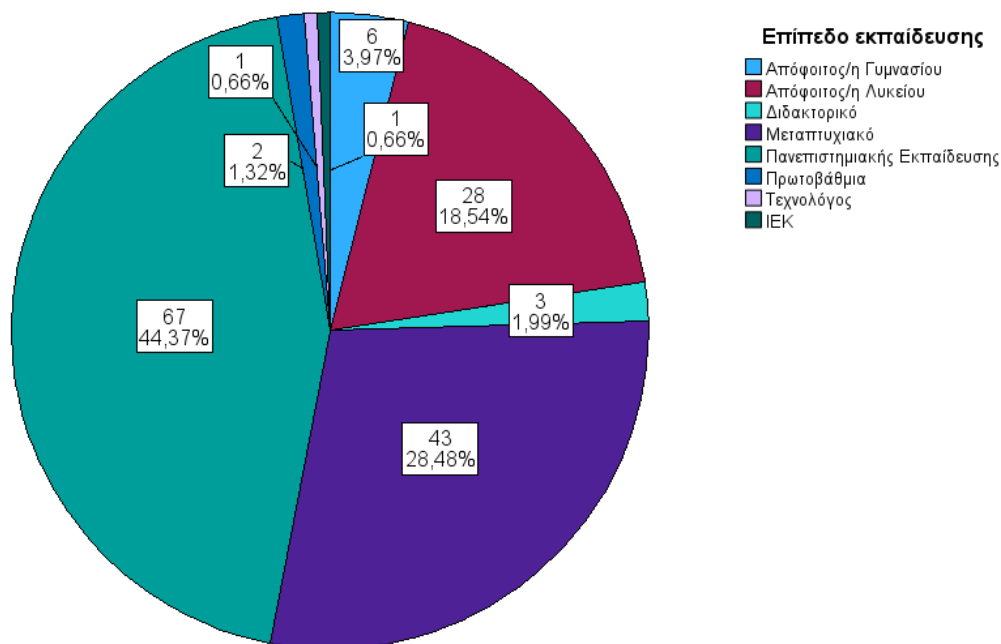
Γράφημα 19. Κατανομή φύλου των συμμετεχόντων στην έρευνα

Το παρόν γράφημα παρουσιάζει την κατανομή των συμμετεχόντων στην έρευνα με βάση το φύλο τους. Από τις συνολικά 151 απαντήσεις, το 75,33% είναι Γυναίκες (113 συμμετέχοντες), ενώ το 24,78% είναι Άνδρες (37 συμμετέχοντες). Η κατανομή αυτή δείχνει ότι το δείγμα παρουσιάζει υπεροχή των γυναικών. Η οπτική απεικόνιση μέσω του κυκλικού γραφήματος καθιστά εμφανή τη διαφορά μεταξύ των δύο ομάδων και παρέχει μια σαφή εικόνα της σχετικής συμμετοχής τους στην έρευνα.



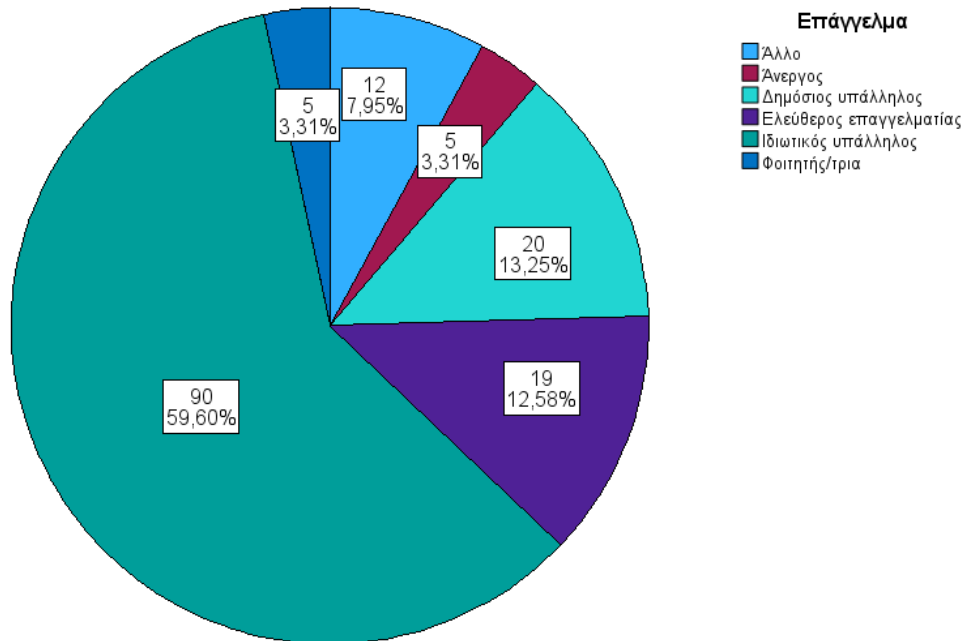
Γράφημα 20. Κατανομή ηλικιακών κατηγοριών των συμμετεχόντων στην έρευνα

Το γράφημα 20 παρουσιάζει την κατανομή των συμμετεχόντων στην έρευνα με βάση την ηλικιακή τους ομάδα. Από τις συνολικά 150 απαντήσεις, η μεγαλύτερη συμμετοχή παρατηρείται στην ηλικιακή ομάδα 25-44 ετών με ποσοστό 47,3% (71 συμμετέχοντες), ακολουθούμενη από τις ομάδες 45-64 με ποσοστό 40,7% (61 συμμετέχοντες) και 65+ με ποσοστό 6,7% (10 συμμετέχοντες). Το χαμηλότερο ποσοστό παρατηρήθηκε στα άτομα ηλικίας 15-24 ετών με ποσοστό 5,3% (5 συμμετέχοντες).



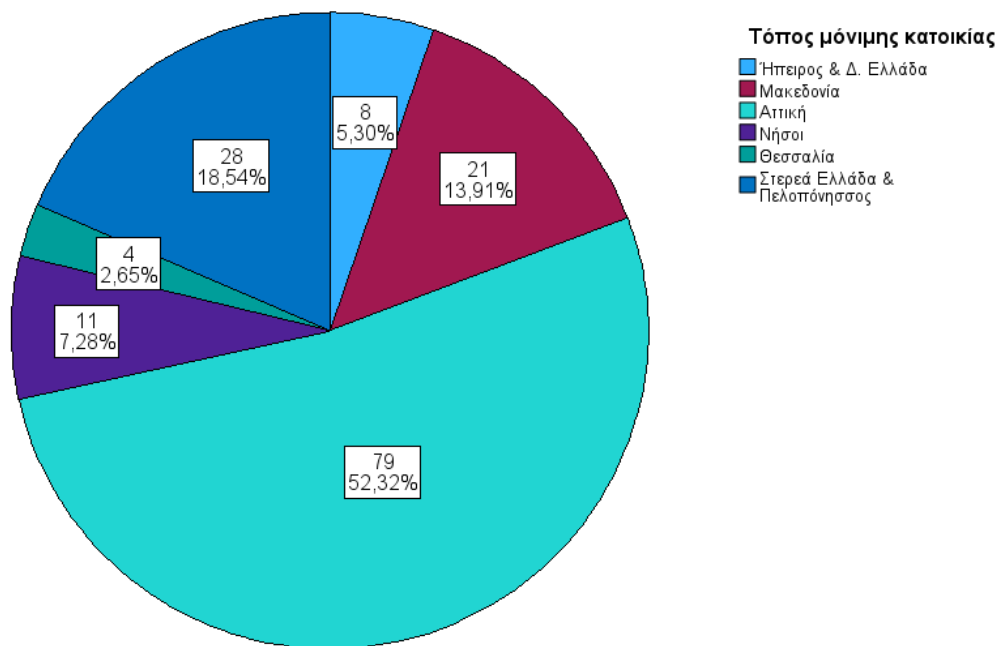
Γράφημα 21. Κατανομή κατηγοριών επιπέδου εκπαίδευσής των συμμετεχόντων στην έρευνα

Το παρόν γράφημα απεικονίζει την κατανομή των συμμετεχόντων στην έρευνα με βάση το επίπεδο εκπαίδευσής τους. Από τις συνολικά 151 απαντήσεις, το μεγαλύτερο ποσοστό καταγράφεται σε όσους ολοκλήρωσαν την Τριτοβάθμια Εκπαίδευση, με ποσοστό 44,4% (67 συμμετέχοντες), ενώ ακολουθούν όσοι έχουν ολοκληρώσει τις Μεταπτυχιακές Σπουδές, με 28,5% (43 συμμετέχοντες). Οι συμμετέχοντες στη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση (Γυμνάσιο και Λύκειο) αποτελούν το 22,5% (34 συμμετέχοντες), ενώ οι Διδακτορικές Σπουδές καταγράφουν ποσοστό 2% (3 συμμετέχοντες). Τέλος, η Πρωτοβάθμια Εκπαίδευση αντιπροσωπεύει το 1,32% (2 συμμετέχοντες) ενώ από μια επιλογή είχαμε στο ΙΕΚ και Τεχνολόγος αντίστοιχα. Η πλειονότητα των συμμετεχόντων διαθέτει υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης, γεγονός που μπορεί να επηρεάζει θετικά τον τρόπο με τον οποίο κατανοούν και αξιολογούν το αντικείμενο της έρευνας.



Γράφημα 22. Κατανομή κατηγοριών επαγγελματικής απασχόλησης των συμμετεχόντων στην έρευνα

Όσον αφορά το επαγγελματικό τους επίπεδο, 90 συμμετέχοντες σε ποσοστό 59,6% δήλωσαν Ιδιωτικοί Υπάλληλοι και στη συνέχεια, 20 συμμετέχοντες σε ποσοστό 13,2% Δημόσιοι υπάλληλοι, 19 συμμετέχοντες σε ποσοστό 12,6% Ελεύθεροι επαγγελματίες 12 συμμετέχοντες σε ποσοστό 8% Άλλο, και από 5 επιλογές είχαν οι Φοιτητές και οι Άνεργοι.



Γράφημα 23. Κατανομή περιοχής κατοικίας των συμμετεχόντων στην έρευνα

Η τελευταία δημογραφική ερώτηση αφορούσε τον τόπο κατοικίας και το μεγαλύτερο ποσοστό ίσο με 52,3% παρατηρήθηκε στην **Αττική** (79 Συμμετέχοντες). Στη συνέχεια ακολουθήσαν η **Στερεά Ελλάδα & Πελοπόννησος** με ποσοστό 18,5% (28 Συμμετέχοντες) η **Μακεδονία** με ποσοστό 13,9% (21 Συμμετέχοντες), τα **Νησιά (Αιγαίου και Ιονίου)** με ποσοστό 7,3% (11 Συμμετέχοντες), η **Ήπειρος και Δ. Ελλάδα** με ποσοστό 5,3% (8 Συμμετέχοντες) και τέλος η **Θεσσαλία** με ποσοστό 2,6% (4 Συμμετέχοντες).

4.2. Διερευνητική παραγοντική ανάλυση

Η μέθοδος Ανάλυσης Κύριων Συνιστωσών και η περιστροφή Varimax με κανονικοποίηση Kaiser χρησιμοποιήθηκαν σε μια διερευνητική παραγοντική ανάλυση (Exploratory Factor Analysis ή EFA) για να εξεταστεί η υποκείμενη δομή των μεταβλητών στο ερωτηματολόγιο.

Η επάρκεια του δείγματος αξιολογήθηκε πριν από την παραγοντική ανάλυση. Το Τεστ Σφαιρικότητας του Bartlett ήταν στατιστικά σημαντικό ($p < 0,001$), ενώ ο δείκτης Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) απέδωσε βαθμολογία $> 0,72$, υποδεικνύοντας μέτρια επάρκεια δείγματος. Αυτά τα ευρήματα επιβεβαιώνουν ότι οι μεταβλητές παρουσιάζουν ένα λογικό επίπεδο συσχέτισης και ότι η παραγοντική ανάλυση είναι μια αξιόπιστη μέθοδος.

Πίνακας 10 Έλεγχοι KMO και Bartlett's Test

Δείκτης	Τιμή	Ερμηνεία
KMO Measure of Sampling Adequacy	0,715	Ικανοποιητική επάρκεια δείγματος
Bartlett's Test of Sphericity	$\chi^2 (435) = 1537,25$, $p < 0,001$	Οι μεταβλητές παρουσιάζουν σημαντικές συσχετίσεις

Η ανάλυση παρήγαγε επτά παράγοντες με ιδιοτιμές μεγαλύτερες της μονάδας ($\lambda > 1$), οι οποίοι εξηγούν συνολικά το 75,6% της συνολικής διακύμανσης και θεωρούνται ιδιαίτερα κατάλληλες για κοινωνική και επιχειρηματική έρευνα. Οι υπόλοιπες μεταβλητές κατηγοριοποιήθηκαν με βάση τη θεωρητική τους σημασία και το αποτέλεσμα της εναλλαγής Varimax. Όσες είχαν φορτίσεις μικρότερες της κριτικής τιμή 0,50 αποκλείστηκαν.

Πίνακας 11 Συνοπτικά αποτελέσματα ανάλυσης ιδιοτιμών και ποσοστού διακύμανσης

Παράγοντας	Ιδιοτιμή (Eigenvalue)	Ποσοστό διακύμανσης (%)	Σωρευτικό ποσοστό (%)
1	8,819	29,395	29,395
2	5,171	17,236	46,631
3	2,462	8,208	54,839
4	1,847	6,158	60,997
5	1,810	6,034	67,031
6	1,409	4,698	71,729
7	1,161	3,871	75,600

Η ερμηνεία ξεχωριστών διαστάσεων κατέστη δυνατή χάρη στη διαφορετική κατανομή μεταβλητών ανά παράγοντα που προέκυψε από την περιστροφή Vartimax.

Πίνακας 12 Αποτελέσματα φορτίσεων (loadings)

	Π01	Π02	Π03	Π04	Π05	Π06	Π07
Πόσο πιθανό είναι να επιλέξετε έναν προορισμό που ενδείκνυται για διακοπές Ήπιου Τουρισμού;							0,743
Η έντονη παρουσία φυσικού τοπίου				0,504			0,585
Αρκετός χρόνος για απόλαυση			0,737				
Χρόνος για ξεκούραση			0,820				
Eco-friendly δραστηριότητες				0,679			
Γνώση ιστορίας & παραδόσεων			0,594				
Επίσκεψη μη τουριστικών σημείων			0,755				
Τοπική γαστρονομία			0,550				
Δυνατότητα αθλητικών δραστηριοτήτων				0,855			

Η Μυτιλήνη διαθέτει τα κατάλληλα χαρακτηριστικά για ανάπτυξη Ήπιου Τουρισμού	0,845						
Η Μυτιλήνη μπορεί να αναπτύξει πρακτικές Αναγεννητικού Τουρισμού.	0,822						
Η Μυτιλήνη αποτελεί εναλλακτικό προορισμό σε σχέση με μαζικούς τουριστικούς προορισμούς.	0,816						
Η Μυτιλήνη είναι κατάλληλη για διακοπές χαμηλών ρυθμών και χαλάρωσης.	0,848						
Η Μυτιλήνη προσφέρει εμπειρίες που σχετίζονται με την τοπική κουλτούρα και τον τρόπο ζωής.	0,835						
[Η τοπική κουλτούρα και παράδοση της Μυτιλήνης μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για Ήπιο Τουρισμό	0,746						
Το φυσικό περιβάλλον της Μυτιλήνης μπορεί να υποστηρίξει πρακτικές Αναγεννητικού Τουρισμού	0,569						
Η Μυτιλήνη προβάλλεται επαρκώς ως βιώσιμος προορισμός στα ψηφιακά μέσα (π.χ. <i>TripAdvisor</i> , <i>Google Reviews</i> , <i>social media</i>)							-0,666
Οι τοπικοί φορείς και επαγγελματίες θα υποστήριζαν μια στρατηγική βασισμένη στον Ήπιο Τουρισμό	0,648						
Οι τοπικοί φορείς και επαγγελματίες θα υποστήριζαν μια στρατηγική βασισμένη στον Αναγεννητικό Τουρισμό	0,653						
Πιστεύω ότι ο Ήπιος Τουρισμός μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος της περιοχής						0,831	
Πιστεύω ότι ο Αναγεννητικός Τουρισμός μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος της περιοχής						0,892	
Θα με ενδιέφερε να επισκεφθώ τη Μυτιλήνη στο μέλλον					0,833		
Θα πρότεινα τη Μυτιλήνη ως προορισμό σε φίλους ή συγγενείς					0,752		
Θα επέλεγα τη Μυτιλήνη εάν προβαλλόταν ως προορισμός Ήπιου και Αναγεννητικού Τουρισμού					0,779		
Πόσο πιθανό είναι να επιλέξετε έναν προορισμό που ενδείκνυται για διακοπές Αναγεννητικού Τουρισμού;				0,822			
Ο τουρισμός πρέπει να ενισχύει την τοπική οικονομία		0,814					
Οι τουρίστες πρέπει να σέβονται την τοπική κουλτούρα		0,757					

Οι επιχειρήσεις πρέπει να εφαρμόζουν βιώσιμες πρακτικές		0,746					
Ο τουρισμός πρέπει να αφήνει θετικό αποτύπωμα		0,860					
Θα συμμετείχα σε δράσεις εθελοντισμού για την προστασία του περιβάλλοντος κατά τη διάρκεια ταξιδιού							

Επιλογή 1 (Π1) - (Καταλληλότητα της Μυτιλήνης ως Βιώσιμου Προορισμού):

Ο παράγοντας αυτός αποτελείται από 9 επιμέρους ερωτήσεις και περιγράφει κατά πόσο η Μυτιλήνη αποτελεί έναν βιώσιμο τουριστικό προορισμό και μπορεί να υποστηρίξει πρακτικές Αναγεννητικού και Ήπιου Τουρισμού.

- Η Μυτιλήνη διαθέτει τα κατάλληλα χαρακτηριστικά για ανάπτυξη Ήπιου Τουρισμού
- Η Μυτιλήνη μπορεί να αναπτύξει πρακτικές Αναγεννητικού Τουρισμού.
- Η Μυτιλήνη αποτελεί εναλλακτικό προορισμό σε σχέση με μαζικούς τουριστικούς προορισμούς.
- Η Μυτιλήνη είναι κατάλληλη για διακοπές χαμηλών ρυθμών και χαλάρωσης.
- Η Μυτιλήνη προσφέρει εμπειρίες που σχετίζονται με την τοπική κουλτούρα και τον τρόπο ζωής.
- Η τοπική κουλτούρα και παράδοση της Μυτιλήνης μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για Ήπιο Τουρισμό.
- Το φυσικό περιβάλλον της Μυτιλήνης μπορεί να υποστηρίξει πρακτικές Αναγεννητικού Τουρισμού.
- Οι τοπικοί φορείς και επαγγελματίες θα υποστήριζαν μια στρατηγική βασισμένη στον Ήπιο Τουρισμό.
- Οι τοπικοί φορείς και επαγγελματίες θα υποστήριζαν μια στρατηγική βασισμένη στον Αναγεννητικό Τουρισμό.

Η συνένωση των στοιχείων αυτών σε έναν παράγοντα με υψηλή αξιοπιστία ($\alpha = 0,929$) υποδηλώνει ότι οι ερωτηθέντες αντιλαμβάνονται τη Μυτιλήνη ως ένα ολοκληρωμένο

σύστημα που ενσωματώνει φυσικά, πολιτιστικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά, και όχι απλώς ως γεωγραφικό προορισμό (Bellato & Pollock, 2025). Οι ερωτήσεις που απαρτίζουν τον παράγοντα αυτό σχεδιάστηκαν ώστε να αποτυπώσουν τη σύγκλιση δύο διαστάσεων: αφενός της φυσικής καταλληλότητας του νησιού, ήπιοι ρυθμοί, πολιτιστική κληρονομιά, φυσικό περιβάλλον και αφετέρου της ετοιμότητας των τοπικών φορέων και επαγγελματιών να υποστηρίξουν εναλλακτικά τουριστικά μοντέλα. Η διάσταση αυτή συνάδει με τη θεωρία της συλλογικής διαχείρισης των Bellato et al. (2022a), σύμφωνα με την οποία η μετάβαση στον αναγεννητικό τουρισμό προϋποθέτει την ενεργό συμμετοχή και δέσμευση όλων των τοπικών ενδιαφερόμενων μερών.

Παράγοντας 2 (Π2) - Οφέλη του Τουρισμού (*Socio-economic & Cultural Impact*):

Εξετάζει τα οφέλη του τουρισμού σε μια κοινωνία και αποτελείται από 4 επιμέρους προτάσεις.

- Ο τουρισμός πρέπει να ενισχύει την τοπική οικονομία
- Οι τουρίστες πρέπει να σέβονται την τοπική κουλτούρα.
- Οι επιχειρήσεις πρέπει να εφαρμόζουν βιώσιμες πρακτικές
- Ο τουρισμός πρέπει να αφήνει θετικό αποτύπωμα

Ο παράγοντας αυτός εμφανίζει αποδεκτή αξιοπιστία ($\alpha = 0,709$) και αντιστοιχεί σε βασικές αρχές της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και του αναγεννητικού παραδείγματος (Bellato & Pollock, 2023). Οι ερωτήσεις που τον απαρτίζουν εντάχθηκαν στο ερευνητικό εργαλείο με σκοπό να διερευνηθεί ο βαθμός στον οποίο οι ταξιδιώτες αντιλαμβάνονται τον τουρισμό ως δραστηριότητα με ευθύνη απέναντι στις τοπικές κοινωνίες και το περιβάλλον και όχι ως μια σχέση μονόδρομης κατανάλωσης. Η προσέγγιση αυτή εντάσσεται στη λογική του Pollock (2019), ο οποίος υποστηρίζει ότι ο τουρισμός μπορεί να λειτουργήσει ως μέσο δημιουργίας θετικής αξίας για τους προορισμούς, εφόσον οι ταξιδιώτες υιοθετούν μια πιο συνειδητή στάση απέναντι στις επιπτώσεις της παρουσίας τους.

Παράγοντας 3 (Π3) - Ποιότητα Ζωής και Ήπιοι Ρυθμοί

Περιλαμβάνει 5 στοιχεία και περιγράφει κατά πόσο η επιλογή ενός τουριστικού εξαρτάται από την ηρεμία και την χαλάρωση που μπορεί να παρέχει και αποτελείται από τις εξής προτάσεις:

- Αρκετός χρόνος για απόλαυση
- Χρόνος για ξεκούραση
- Γνώση ιστορίας & παραδόσεων
- Επίσκεψη μη τουριστικών σημείων
- Τοπική γαστρονομία

Ο παράγοντας αυτός εμφανίζει υψηλή αξιοπιστία ($\alpha = 0,849$) και αντιστοιχεί σε αυτό που η βιβλιογραφία περιγράφει ως τον εννοιολογικό πυρήνα του Ήπιου Τουρισμού, όπως τον ορίζουν οι Dickinson και Lumsdon (2010) και οι Clarin et al., (2023). Οι ερωτήσεις που τον απαρτίζουν σχεδιάστηκαν για να αποτυπώσουν τη στροφή από την επίσκεψη σε όσο το δυνατόν περισσότερα αξιοθέατα προς μια βαθύτερη εμβάθυνση στον προορισμό, όπου γαστρονομία, πολιτισμός και ξεκούραση δεν αντιμετωπίζονται ως ξεχωριστές επιλογές αλλά ως συστατικά μιας ενιαίας εμπειρίας.

Παράγοντας 4 (Π4) - Τοπίο και Δραστηριότητες

Περιγράφει κατά πόσο η επιλογή ενός τουριστικού προορισμού εξαρτάται από δραστηριότητες σχετικές με την φύση και αποτελείται από:

- *Eco-friendly* δραστηριότητες
- Δυνατότητα αθλητικών δραστηριοτήτων
- Η έντονη παρουσία φυσικού τοπίου

Ο τέταρτος παράγοντας αφορά την έλξη του φυσικού τοπίου και την αναζήτηση οικολογικών δραστηριοτήτων και αθλητισμού στο φυσικό περιβάλλον, με αποδεκτή αξιοπιστία ($\alpha = 0,750$). Οι ερωτήσεις που τον απαρτίζουν σχεδιάστηκαν για να

διερευνηθεί ο βαθμός στον οποίο οι ταξιδιώτες επιζητούν ενεργή αλληλεπίδραση με το φυσικό περιβάλλον μέσω δραστηριοτήτων χαμηλού περιβαλλοντικού αποτυπώματος. Η διάσταση αυτή συνδέεται με μια ευρύτερη τάση που καταγράφεται στη βιβλιογραφία του αναγεννητικού τουρισμού, σύμφωνα με την οποία η επαφή με τη φύση μπορεί να λειτουργήσει ως βιωματικό έναυσμα περιβαλλοντικής συνειδητοποίησης και όχι απλώς ως αναψυχή (Liburd & Duedahl, 2025).

Παράγοντας 5 (Π5) – Πρόθεση Επίσκεψης (Visit Intension), Σύστασης και Επιλογής Προορισμού

Ο παράγοντας αυτός αποτυπώνει τον βαθμό πρόθεσης επίσκεψης, σύστασης και επιλογής της Μυτιλήνης ως τουριστικό προορισμό και αποτελείται από τρεις προτάσεις:

- Θα με ενδιέφερε να επισκεφθώ τη Μυτιλήνη στο μέλλον.
- Θα πρότεινα τη Μυτιλήνη ως προορισμό σε φίλους ή συγγενείς.
- Θα επέλεγα τη Μυτιλήνη εάν προβαλλόταν ως προορισμός Ήπιου και Αναγεννητικού Τουρισμού.

Ο πέμπτος παράγοντας αποτυπώνει την πρόθεση Επίσκεψης και Επανεπίσκεψης. Δηλαδή την πρόθεση των συμμετεχόντων που δεν έχουν/ ή ήδη έχουν επισκεφτεί το νησί, να επισκεφθούν ξανά τη Μυτιλήνη και να τη συστήσουν σε άλλους, ιδίως όταν η προβολή του προορισμού συνδέεται με τον Ήπιο ή Αναγεννητικό Τουρισμό. Εμφανίζει υψηλή αξιοπιστία ($\alpha = 0,885$), γεγονός που υποδηλώνει εσωτερική συνοχή μεταξύ των τριών διαστάσεων που τον απαρτίζουν: πρόθεση επανεπίσκεψης (Revisit Intension), προφορική διάδοση και ταύτιση με το ήπιο προφίλ του προορισμού. Οι ερωτήσεις εντάχθηκαν στο εργαλείο για να διερευνηθεί κατά πόσον η τοποθέτηση της Μυτιλήνης ως ήπιου και αναγεννητικού προορισμού λειτουργεί ως παράγοντας μακροπρόθεσμης αφοσίωσης. Το εύρημα αυτό συνάδει με τη βιβλιογραφία που συνδέει την αυθεντική και βιώσιμη τουριστική εμπειρία με αυξημένη πιστότητα και θετική προφορική επικοινωνία.

Παράγοντας 6 (Π6) - Φυσικό Περιβάλλον και Προστασία

Αποτελείται από 2 ερωτήσεις που αξιολογούν την πεποίθηση ότι ο τουρισμός (Αναγεννητικός ή Ήπιος) μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος της περιοχής.

- Πιστεύω ότι ο Ήπιος Τουρισμός μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος της περιοχής.

- Πιστεύω ότι ο Αναγεννητικός Τουρισμός μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος της περιοχής.

Ο παράγοντας αυτός εμφανίζει πολύ υψηλή αξιοπιστία ($\alpha = 0,901$). Οι ερωτήσεις που τον απαρτίζουν εντάχθηκαν στο εργαλείο για να διερευνηθεί ο βαθμός στον οποίο οι συμμετέχοντες αντιλαμβάνονται τον τουρισμό ως δραστηριότητα με δυνατότητα ενεργής συμβολής στην αποκατάσταση και ενίσχυση των οικοσυστημάτων και όχι απλώς ως πεδίο διαχείρισης αρνητικών επιπτώσεων. Η διάκριση αυτή αποτελεί κεντρικό άξονα του αναγεννητικού παραδείγματος, όπως το περιγράφουν οι Bellato και Pollock (2025).

Παράγοντας 7 (Π7) – Ψηφιακή Προβολή και προδιάθεση επιλογής εναλλακτικών προορισμών

Περιλαμβάνει 3 προτάσεις που συνδέουν την επάρκεια της ψηφιακής προβολής της Μυτιλήνης ως βιώσιμου προορισμού με την πιθανότητα επιλογής προορισμών ήπιου και αναγεννητικού τουρισμού.

- Η Μυτιλήνη προβάλλεται επαρκώς ως βιώσιμος προορισμός στα ψηφιακά μέσα (π.χ. TripAdvisor, Google Reviews, social media);
- Πόσο πιθανό είναι να επιλέξετε έναν προορισμό που ενδείκνυται για διακοπές Ήπιου Τουρισμού;
- Πόσο πιθανό είναι να επιλέξετε έναν προορισμό που ενδείκνυται για διακοπές Αναγεννητικού Τουρισμού;

Ο παράγοντας αυτός εμφανίζει αποδεκτή αξιοπιστία ($\alpha = 0,706$) και αφορά τον ρόλο των ψηφιακών μέσων στη διαμόρφωση της εικόνας του προορισμού και στη λήψη ταξιδιωτικών αποφάσεων. Οι ερωτήσεις που τον απαρτίζουν εντάχθηκαν για να διερευνηθεί κατά πόσον πλατφόρμες όπως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και το TripAdvisor επηρεάζουν την πρόθεση επίσκεψης ενός προορισμού, αναδεικνύοντας τη σύνδεση μεταξύ ψηφιακής προβολής και τουριστικής ζήτησης. Στο πλαίσιο της προώθησης εναλλακτικών μορφών τουρισμού, η ψηφιακή προβολή ενός προορισμού διαδραματίζει ρόλο όχι μόνο στην ενημέρωση των ταξιδιωτών για βιώσιμες επιλογές, αλλά και στη διαμόρφωση της συνολικής του εικόνας (Destination Image).

Πίνακας 13 Τιμές Cronbach's Alpha ανά παράγοντα

Παράγοντας	Αριθμός ερωτήσεων	Cronbach's α	Ερμηνεία
Π1 (Επιλογή)	9	0,929	Εξαιρετική αξιοπιστία
Π2 (Οφέλη)	4	0,709	Ικανοποιητική αξιοπιστία
Π3 (Ποιότητα ζωής)	5	0,849	Πολύ καλή αξιοπιστία
Π4 (Τοπίο και δραστηριότητες)	3	0,750	Ικανοποιητική αξιοπιστία
Π5 (Επανάληψη)	3	0,885	Πολύ καλή αξιοπιστία
Π6 (Φυσικό περιβάλλον)	2	0,901	Εξαιρετική αξιοπιστία
Π7 (Προβολή)	3	0,706	Ικανοποιητική αξιοπιστία

Σημείωση: Ο παράγοντας Π2 (Οφέλη) βασίζεται σε $n=76$ έγκυρες παρατηρήσεις, λόγω της σχεδιαστικής δομής του ερωτηματολογίου (βλ. Περιορισμοί Μελέτης)

Η αξιοπιστία κάθε παράγοντα αξιολογήθηκε μέσω του δείκτη Cronbach's α . Οι τιμές που προέκυψαν κυμαίνονται μεταξύ 0,706 και 0,929, υποδηλώνοντας ικανοποιητική έως πολύ υψηλή εσωτερική συνέπεια για το σύνολο των παραγόντων. Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, τιμές άνω του 0,70 θεωρούνται αποδεκτές για έρευνες στις κοινωνικές και

διοικητικές επιστήμες (Nunnally, 1978), γεγονός που επιβεβαιώνει την καταλληλότητα των κλιμάκων για περαιτέρω στατιστική ανάλυση.

Τιμή α	Ερμηνεία
>0.90	Εξαιρετική
0.80–0.89	Πολύ καλή
0.70–0.79	Αποδεκτή / Ικανοποιητική
<0.70	Οριακή

Η παραγοντική ανάλυση παρήγαγε ένα διακριτό πλαίσιο επτά θεμελιωδών πτυχών που περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα σχετικά με τις τουριστικές επιλογές των συμμετεχόντων στην έρευνα. Μετά την επιβεβαίωση της ορθής χρήσης των εξεταζόμενων παραγόντων μπορούμε να προχωρήσουμε σε μεθόδους επαγωγικής στατιστικής ανάλυσης που παρουσιάζονται παρακάτω.

Πίνακας 14 Περιγραφή νέων παραγόντων

	MT	Διάμεσος	TA	Εύρος	Ελ. τιμή	Μέγ. Τιμή
Επιλογή	3,87	3,89	0,633	4,00	1,00	5,00
Οφέλη	4,24	4,25	0,571	3,50	1,50	5,00
Ποιότητα ζωής	3,91	4,00	0,873	4,00	1,00	5,00
Τοπίο και δραστηριότητες	2,84	3,00	0,656	3,25	1,00	4,25
Επανάληψη	3,99	4,00	0,763	3,00	2,00	5,00
Φυσικό περιβάλλον	3,95	4,00	0,793	4,00	1,00	5,00
Προβολή	3,73	3,67	0,540	3,00	2,00	5,00

Όσον αφορά την αριθμητική περιγραφή των νέων παραγόντων με βάση τα μέτρα θέσης και διασποράς τους διαπιστώθηκε ότι μόνο στα οφέλη η μέση τιμή ήταν μεγαλύτερη της

τιμής 4 ($MT = 4,24$, $TA = 0,57$) γεγονός που δείχνει υψηλό βαθμό συμφωνίας στα οφέλη του τουρισμού στην τοπική κοινωνία. Η χαμηλότερη μέση βαθμολογία διαπιστώθηκε στον παράγοντα «Τοπίο και δραστηριότητες» ($MT = 2,84$, $TA = 0,66$) δείχνοντας ότι το ενδιαφέρον των συμμετεχόντων στην έρευνα για επιλογή τουριστικών προορισμών που έχουν σχέση με τη φύση και σχετικές δραστηριότητες είναι κάτω του μετρίου.

4.3. Έλεγχος κανονικότητας

Πριν την εφαρμογή μεθόδων επαγωγικής στατιστικής ανάλυσης εξετάστηκε η κανονικότητα των παραγόμενων νέων διαστάσεων (Π01 έως και Π07). Για το σκοπό αυτό, πραγματοποιήθηκε έλεγχος κανονικότητας με τη χρήση των κριτηρίων Kolmogorov-Smirnov, Shapiro-Wilk και των διαγραμμάτων Q-Q plots, τα οποία θεωρούνται τα πιο κατάλληλα για μικρομεσαία δείγματα ($n < 200$). Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι καμία από τις επτά νέες διαστάσεις (παράγοντες) δεν ακολουθεί την κανονική κατανομή, καθώς οι τιμές των δύο κριτηρίων ήταν στατιστικά σημαντικές ($p < 0,05$)

Πίνακας 15 Έλεγχος κανονικότητας

Παράγοντας	Kolmogorov-Smirnov	Shapiro-Wilk	Q-Q plot	Κατανομή
Επιλογή	0,200	<0,001	Μη κανονική	Μη κανονική
Οφέλη	<0,001	<0,001	Μη κανονική	Μη κανονική
Ποιότητα ζωής	<0,001	<0,001	Μη κανονική	Μη κανονική
Τοπίο και δραστηριότητες	0,018	0,188	Μη κανονική	Μη κανονική
Επανάληψη	<0,001	<0,001	Μη κανονική	Μη κανονική
Φυσικό περιβάλλον	<0,001	<0,001	Μη κανονική	Μη κανονική
Προβολή	<0,001	<0,001	Μη κανονική	Μη κανονική

4.4. Μη παραμετρικοί έλεγχοι

Δεδομένης της μη κανονικότητας, για τη διερεύνηση πιθανών διαφοροποιήσεων στις αντιλήψεις των συμμετεχόντων σχετικά με τους επτά παράγοντες, σε συνάρτηση με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τους, εφαρμόστηκαν κατάλληλοι μη παραμετρικοί έλεγχοι. Συγκεκριμένα, χρησιμοποιήθηκε ο έλεγχος Mann-Whitney U για τη σύγκριση δύο

ανεξάρτητων ομάδων (π.χ. φύλο) και ο έλεγχος Kruskal-Wallis για τη σύγκριση περισσότερων από δύο ομάδων (π.χ. ηλικιακή ομάδα). Οι έλεγχοι αυτοί επέτρεψαν την αναγνώριση ομάδων συμμετεχόντων που διαφοροποιούνται σημαντικά ως προς τις αντιλήψεις τους σχετικά με τον τουρισμό και την Μυτιλήνη ως τουριστικό προορισμό.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα διαπιστώθηκαν 4 στατιστικά σημαντικές περιπτώσεις:

- Η πρώτη αφορούσε την επίδραση του φύλου στην επιλογή ενός τουριστικού προορισμού με βάση την ηρεμία και τη χαλάρωση που προσφέρει ($p = 0.029$). Σε αυτή την περίπτωση διαπιστώθηκε ότι οι γυναίκες ($MT = 3,79$, $TA = 0,89$) είναι πιο πιθανό να επιλέξουν ένα τέτοιου είδους προορισμό σε σύγκριση με τους άνδρες ερωτηθέντες ($MT = 3,70$, $TA = 0,87$).
- Για τον ίδιο παράγοντα διαπιστώθηκε επίσης ότι οι κάτοχοι διδακτορικού ($MT = 4,87$, $TA = 0,23$) και μεταπτυχιακού ($MT = 4,04$, $TA = 0,72$) διπλώματος είναι πιο πιθανό να επιλέξουν έναν ήσυχο προορισμό σε σύγκριση με απόφοιτους Λυκείου ($MT = 3,72$, $TA = 1,03$) αλλά και Πανεπιστημιακής εκπαίδευσης ($MT = 3,81$, $TA = 0,91$).
- Στη συνέχεια διαπιστώθηκε ότι οι φοιτητές αναγνώρισαν περισσότερα οφέλη από τον τουρισμό την τοπική κοινωνία ($MT = 4,81$, $TA = 0,24$) σε σύγκριση με όλες τις υπόλοιπες κατηγορίες επαγγελμάτων των οποίων η μέση τιμή ήταν κοντά στο 4,1 ($n=76$ για τον παράγοντα αυτό).
- Τέλος, διαπιστώθηκε ότι οι συμμετέχοντες στην έρευνα που κατοικούν σε νησιά ($MT = 4,51$, $TA = 0,69$) είναι πιο πιθανό να επισκεφθούν ξανά την Μυτιλήνη ως τουριστικό προορισμό σε σύγκριση με αυτούς που κατοικούν σε πιο μακρινά μέρη π.χ. Ήπειρος και Δ. Ελλάδα ($MT = 3,33$, $TA = 0,71$).

Πίνακας 16 Στατιστικά σημαντικές επιδράσεις δημογραφικών μεταβλητών

Δημογραφική μεταβλητή	Παράγοντας	Τύπος Ελέγχου	Τιμή p
Φύλο	Ποιότητα ζωής	Mann-Whitney U	0.029
Επίπεδο εκπαίδευσης	Ποιότητα ζωής	Kruskal-Wallis	0.018
Επάγγελμα	Οφέλη	Kruskal-Wallis	0.033

Τόπος μόνιμης κατοικίας	Επανάληψη	Kruskal-Wallis	0.048
-------------------------	-----------	----------------	-------

Σημείωση: Ο έλεγχος για τον παράγοντα «Οφέλη» πραγματοποιήθηκε σε n=76 συμμετέχοντες (βλ. Περιορισμοί Μελέτης).

4.5. Μη παραμετρικές συσχετίσεις

Τα αποτελέσματα της εξέτασης των συσχετίσεων έγινε με την βοήθεια του συντελεστή συσχέτισης Rho του Spearman. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα όλες οι συσχέτισες ήταν θετικές. Η ένταση των περισσότερων έδειξε ότι είναι κυρίως αδύναμες ($\rho < 0.5$) ενώ μόνο δύο συσχετίσεις ήταν μέτρια έντασης ($\rho > 0.5$) και καμία δεν ήταν δυνατή ($\rho > 0.7$). Σχεδόν όλες οι συσχέτισες ήταν στατιστικά σημαντικές με εξαίρεση τη σχέση μεταξύ της μεταβλητής **Τοπίο και δραστηριότητες** με την Επιλογή ($p = 0.057$) και της **Επανάληψης** με την **ποιότητα ζωής** ($p = 0.253$).

Πίνακας 17 Αποτελέσματα συσχετίσεων Spearman's Rho

	1	2	3	4	5	6	7
Επιλογή (1)	1						
Οφέλη (2)	0,313**	1					
Ποιότητα ζωής (3)	0,212**	0,296**	1				
Τοπίο και δραστηριότητες (4)	0,155	0,390**	0,485**	1			
Επανάληψη (5)	0,507**	0,295**	0,094	0,164*	1		
Φυσικό περιβάλλον (6)	0,567**	0,371**	0,314**	0,198*	0,311**	1	
Προβολή (7)	0,308**	0,270*	0,330**	0,445**	0,329**	0,263**	1

* $p < .05$ ** $p < .01$

Σημείωση: Οι συσχετίσεις που περιλαμβάνουν τον παράγοντα «Οφέλη» (γραμμή/στήλη 2) υπολογίστηκαν σε υποσύνολο $n = 76$ συμμετεχόντων, λόγω της σχεδιαστικής δομής του ερωτηματολογίου που οδήγησε σε περιορισμένη διαθεσιμότητα δεδομένων στον συγκεκριμένο παράγοντα (βλ. Περιορισμοί Μελέτης).

4.6. Παλινδρόμηση

Σημειώνεται ότι η παρούσα ανάλυση παλινδρόμησης πραγματοποιήθηκε σε υποσύνολο $n = 76$ συμμετεχόντων, καθώς η μέθοδος ανάλυσης απαιτεί πλήρεις απαντήσεις σε όλους

τους επτά παράγοντες. Η μείωση αυτή προκύπτει από τη σχεδιαστική δομή του ερωτηματολογίου που περιγράφηκε στους Περιορισμούς της Μελέτης, η οποία επηρέασε τον παράγοντα «Οφέλη» (Π2).

Στο τελευταίο μέρος της ανάλυσης εκτελέστηκαν παλινδρομήσεις για την περαιτέρω εξέταση των ερευνητικών ερωτημάτων και υποθέσεων. Η πρώτη παλινδρόμηση είχε ως εξαρτημένη μεταβλητή την Επανάληψη και ανεξάρτητες όλους τους υπόλοιπους παράγοντες. Το αρχικό μοντέλο που περιλάμβανε όλες τις μεταβλητές ήταν στατιστικά σημαντικό ($F(6,68) = 4,624$, $p < 0,001$) και είχε χαμηλή ερμηνευτικότητα καθώς μπορούσε να επεξηγήσει το 29% της μεταβλητότητας της εξαρτημένης μεταβλητής ($R^2 = 0,290$).

Το δεύτερο μοντέλο αποτελούσε τη βέλτιστη εκδοχή του αρχικού μοντέλου και έδειξε ότι η πρόθεση επίσκεψης εξαρτάται μόνο από την Επιλογή. Δηλαδή ο προορισμός υπερνικά οποιαδήποτε άλλη παράμετρο που σχετίζεται με τον τύπο του τουρισμού, δείχνοντας ότι, τουλάχιστον για την περίπτωση της Μυτιλήνης, η περιοχή αποτελεί από μόνη της παράγοντα έλξης και πρόθεσης επανάληψης του ταξιδιού.

Πίνακας 18 Αποτελέσματα παλινδρόμησης αρχικού μοντέλου

Παράγοντας	Beta*	t	Sig. (p)
Σταθερός όρος	1,663**	2,057	<,001
Επιλογή	,539	3,722	<,001
Οφέλη	,208	1,842	,070
Ποιότητα ζωής	-,249	-1,950	,055
Τοπίο και δραστηριότητες	,096	,615	,541
Φυσικό περιβάλλον	-,144	-1,018	,312
Προβολή	,039	,275	,784
*Τυποποιημένος συντελεστής **Συντελεστής b $R^2 = 0,290$, $Adjusted R^2 = 0,227$, $F(6,74) = 4,624$, $p < 0,001$			

Πίνακας 19 Αποτελέσματα παλινδρόμησης βέλτιστου μοντέλου

Παράγοντας	Beta	t	Sig. (p)
Σταθερός όρος	2,335	5,573	<,001

Επιλογή	0,456	4,396	<,001
$R^2 = 0,209$, $Adjusted\ R^2 = 0,198$, $F(1,74) = 19,321$, $p < 0,001$			

5. Συζήτηση

Στο παρόν κεφάλαιο επιχειρείται η ερμηνεία των αποτελεσμάτων της έρευνας, όπως αυτά προέκυψαν από τα ερευνητικά ερωτήματα και τις θεωρητικές – εμπειρικές μελέτες, με στόχο την κατανόηση των τάσεων που προέκυψαν από την ανάλυση.

RQ1. Ποιο είναι το ταξιδιωτικό προφίλ και η συμπεριφορά των επισκεπτών;

Τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν ότι οι συμμετέχοντες πραγματοποιούν κατά μέσο όρο δύο έως τρία ταξίδια ετησίως, ξεκινώντας την οργάνωσή τους 1 έως 3 μήνες νωρίτερα. Η πληροφόρησή τους στηρίζεται κυρίως σε συστάσεις από συγγενείς και φίλους, στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και σε τουριστικές ιστοσελίδες. Ταξιδεύουν κυρίως με οικογένεια ή φίλους, επιλέγουν διακοπές διάρκειας τριών έως έξι ημερών και προτάσσουν τη χαλάρωση, τη γαστρονομία και την επαφή με τη φύση.

Το προφίλ αυτό συνάδει με τα χαρακτηριστικά που αποδίδονται στους ταξιδιώτες που αναζητούν αυθεντικές και βιωματικές εμπειρίες, όπως αναφέρουν οι Zouni & Katsanakis, (2024). Η παράλληλη παρουσία ψηφιακών πηγών και προσωπικής σύστασης επιβεβαιώνει τα ευρήματα των Xiang & Gretzel, (2010), σύμφωνα με τους οποίους τα δύο αυτά κανάλια πληροφόρησης λειτουργούν συμπληρωματικά στη διαμόρφωση ταξιδιωτικών αποφάσεων.

Για τη Μυτιλήνη, το εύρημα αυτό έχει άμεση πρακτική σημασία. Το νησί διαθέτει συνδυασμό φυσικού περιβάλλοντος, πολιτισμού και τοπικής γαστρονομίας που ανταποκρίνεται στις ανάγκες επισκεπτών που αναζητούν ολοκληρωμένη ταξιδιωτική εμπειρία και όχι απλώς κατανάλωση τουριστικών υπηρεσιών.

RQ2. Σε ποιο βαθμό οι επισκέπτες εμφανίζουν στάσεις και συμπεριφορές που συνδέονται με τον Ήπιο Τουρισμό;

Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι οι συμμετέχοντες εμφανίζουν σε σημαντικό βαθμό χαρακτηριστικά συμβατά με τον Ήπιο Τουρισμό. Η χαλάρωση αναδείχθηκε ως η κυρίαρχη δραστηριότητα, ενώ η επιλογή της πεζής μετακίνησης και η περιορισμένη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για αυτοπροβολή υποδηλώνουν μια βιωματική προσέγγιση του ταξιδιού που απέχει από την επιφανειακή κατανάλωση εμπειριών. Το εύρημα αυτό συνάδει με τον ορισμό του Ήπιου Τουρισμού που προτείνουν οι Oh, Assaf & Baloglu, (2016), οι οποίοι τονίζουν την έμφαση στην ποιότητα εμπειρίας, τη βαθύτερη γνωριμία με τον τόπο και τον προσωπικό έλεγχο του ρυθμού του ταξιδιού.

Για τη Μυτιλήνη, η τάση αυτή δημιουργεί ευνοϊκές προϋποθέσεις. Τα χαρακτηριστικά του προορισμού, χαλάρωση, τοπική κουλτούρα, αυθεντική γαστρονομία, ανταποκρίνονται στις προτιμήσεις επισκεπτών που αναζητούν ουσιαστική και όχι τυποποιημένη τουριστική εμπειρία.

RQ3. Σε ποιο βαθμό οι επισκέπτες υιοθετούν πρακτικές Αναγεννητικού Τουρισμού;

Παρότι οι συμμετέχοντες εκφράζουν θετικές στάσεις απέναντι σε αρχές όπως ο σεβασμός της τοπικής κουλτούρας, η ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και η δημιουργία θετικού αποτυπώματος στον προορισμό, η γνώση και η εφαρμογή πρακτικών Αναγεννητικού Τουρισμού παραμένουν περιορισμένες. Το χάσμα αυτό μεταξύ στάσεων και συμπεριφορών δεν αποτελεί έκπληξη, καθώς ο Αναγεννητικός Τουρισμός εξακολουθεί να αποτελεί σχετικά νέα και λιγότερο γνωστή προσέγγιση σε σύγκριση με τον βιώσιμο ή τον Ήπιο Τουρισμό (Bellato & Pollock, 2025). Η διαπίστωση αυτή υποδηλώνει ότι οι αξίες της βιωσιμότητας και της αναγέννησης έχουν αρχίσει να γίνονται κοινωνικά αποδεκτές, χωρίς ωστόσο να έχουν μετουσιωθεί σε συνειδητές ταξιδιωτικές πρακτικές.

Για τη Μυτιλήνη, το εύρημα αυτό αναδεικνύει μια σαφή ευκαιρία, ο σχεδιασμός εμπειριών που επιτρέπουν στους επισκέπτες να συμμετέχουν ενεργά σε δράσεις με θετικό κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο μπορεί να λειτουργήσει ως γέφυρα μεταξύ των ήδη υπάρχουσών αξιών και της πρακτικής εφαρμογής τους.

RQ4. Ποια χαρακτηριστικά προορισμού θεωρούνται σημαντικά για Ήπιο/Αναγεννητικό Τουρισμό;

Οι συμμετέχοντες συνέδεσαν τον Ήπιο Τουρισμό κυρίως με τη χαλάρωση, τους ήπιους ρυθμούς και τη γνωριμία με την τοπική κουλτούρα, ενώ τον Αναγεννητικό Τουρισμό με τον σεβασμό προς την τοπική κοινωνία και την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας. Η διαφοροποίηση αυτή αντικατοπτρίζει τη θεωρητική διάκριση που γίνεται στη βιβλιογραφία, ο Ήπιος Τουρισμός εστιάζει στην ποιότητα της εμπειρίας του επισκέπτη, ενώ ο Αναγεννητικός Τουρισμός δίνει μεγαλύτερη έμφαση στη δημιουργία θετικής αξίας για τον τόπο και τις κοινότητες υποδοχής.

Τα ευρήματα αυτά συνάδουν με τους θεωρητικούς ορισμούς και των δύο εννοιών. Οι Dickinson & Lumsdon, (2010) θεμελιώνουν τον Ήπιο Τουρισμό στη βαθύτερη σύνδεση με τον τόπο, την κουλτούρα και τη χαλάρωση, σε αντίθεση με την επιφανειακή κατανάλωση αξιοθέατων. Αντίστοιχα, ο Dredge, (2022) ορίζει τον Αναγεννητικό Τουρισμό ως την προσέγγιση που επιδιώκει να αφήσει τον τόπο σε καλύτερη κατάσταση μέσα από δράσεις που στηρίζουν τη φύση, τις τοπικές κοινότητες και τον πολιτισμό, χαρακτηριστικά που οι συμμετέχοντες ανέδειξαν ως κεντρικά για αυτή τη μορφή τουρισμού. Το γεγονός ότι οι δύο έννοιες γίνονται αντιληπτές ως συμπληρωματικές δημιουργεί ευνοϊκές προϋποθέσεις για την ανάπτυξη συνδυαστικών στρατηγικών στη Μυτιλήνη.

RQ5. Ποιες είναι οι στάσεις των επισκεπτών απέναντι στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη;

Από την παραγοντική ανάλυση προέκυψε υψηλός βαθμός συμφωνίας στη μεταβλητή «Οφέλη» ($M=4,24$), υποδηλώνοντας ότι οι συμμετέχοντες αντιλαμβάνονται τον τουρισμό ως δραστηριότητα με σημαντική συμβολή στην τοπική κοινωνία και οικονομία. Το εύρημα αυτό συνάδει με τις βασικές αρχές της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, όπως τις ορίζει ο UN Tourism και τις αναλύει ο Hall (2019), ο βιώσιμος τουρισμός επιδιώκει τη δημιουργία σταθερών οικονομικών ωφελειών που κατανέμονται δίκαια στις τοπικές κοινωνίες, διατηρώντας παράλληλα την περιβαλλοντική και πολιτισμική κληρονομιά.

Ωστόσο, η θετική στάση απέναντι στα οφέλη του τουρισμού δεν συνεπάγεται αυτόματα αλλαγή συμπεριφοράς. Οι Bramwell & Lane (2011) επισημαίνουν ότι η συνειδητοποίηση αποτελεί αναγκαία αλλά όχι επαρκή προϋπόθεση για τη μετάβαση σε βιώσιμα τουριστικά μοντέλα. Για τη Μυτιλήνη, το εύρημα υποδηλώνει ότι υπάρχει ευνοϊκό κοινωνικό

υπόβαθρο για την ανάπτυξη πιο υπεύθυνων μορφών τουρισμού, αρκεί να αξιοποιηθεί κατάλληλα μέσω στοχευμένων δράσεων και εμπειριών.

RQ6. Ποια είναι η εικόνα της Μυτιλήνης ως τουριστικός προορισμός;

Οι παράγοντες «Επιλογή» και «Επανάληψη» παρουσίασαν υψηλές μέσες βαθμολογίες, υποδηλώνοντας ότι οι συμμετέχοντες αντιλαμβάνονται τη Μυτιλήνη ως ελκυστικό προορισμό τον οποίο θα επέλεγαν ξανά. Το εύρημα αυτό συνάδει με τη θέση των Bellato & Pollock, (2025), σύμφωνα με την οποία οι προορισμοί που ενσωματώνουν φυσικά, πολιτιστικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά σε ένα ολοκληρωμένο σύστημα αξιολογούνται ως πιο ελκυστικοί και ικανοί να υποστηρίξουν εναλλακτικά τουριστικά μοντέλα. Παράλληλα, η υψηλή πρόθεση επανεπίσκεψης συνάδει με τα ευρήματα των Shang et al. (2020), οι οποίοι τεκμηριώνουν ότι η βιωματική αυθεντικότητα και η σύνδεση με τον τόπο ενισχύουν την αφοσίωση του επισκέπτη και την πρόθεσή του για θετική προφορική επικοινωνία.

Το εύρημα αποκτά σημασία για τη στρατηγική ανάπτυξη του νησιού. Ο συνδυασμός φυσικού περιβάλλοντος, πολιτιστικής κληρονομιάς και τοπικής γαστρονομίας φαίνεται να διαμορφώνει ένα ισχυρό τουριστικό κεφάλαιο, πάνω στο οποίο μπορούν να στηριχθούν μελλοντικές δράσεις προβολής και διαφοροποίησης του προορισμού.

RQ7. Σε ποιο βαθμό η Μυτιλήνη μπορεί να υποστηρίξει Ήπιο/Αναγεννητικό Τουρισμό

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων, η Μυτιλήνη χαρακτηρίστηκε κυρίως ως ήπιος προορισμός, ενώ η προβολή της με αυτή την ταυτότητα φαίνεται να ενισχύει τόσο την πρόθεση επίσκεψης και επανεπίσκεψης, όσο και τη θετική προφορική επικοινωνία. Η αξιολόγηση αυτή δεν αποτελεί έκπληξη, καθώς τα χαρακτηριστικά του νησιού, περπατητικά μονοπάτια, ορνιθοπαράτηρηση, τοπική γαστρονομία, πολιτιστικά μνημεία και σχετικά περιορισμένη μαζικοποίηση, συνάδουν με τις βασικές αρχές του Ήπιου Τουρισμού. Οι Mathisen, Sjøreng & Lyrek (2022), επισημαίνουν ότι η ανάπτυξη αναγεννητικών τουριστικών δραστηριοτήτων είναι εφικτή σε προορισμούς με ισχυρή σύνδεση μεταξύ τοπικής κοινωνίας, φυσικού περιβάλλοντος και πολιτισμικής ταυτότητας, χαρακτηριστικά που η Μυτιλήνη διαθέτει.

Τα ευρήματα υποδηλώνουν ότι το νησί διαθέτει τις απαραίτητες προϋποθέσεις για να αναπτύξει ένα συνεκτικό μοντέλο Ήπιου και Αναγεννητικού Τουρισμού. Η ανάδειξη αυτής της ταυτότητας στη στρατηγική προβολή του προορισμού θα μπορούσε να λειτουργήσει ως παράγοντας διαφοροποίησης και μακροπρόθεσμης αφοσίωσης των επισκεπτών.

RQ8. Πώς επηρεάζουν οι στάσεις των επισκεπτών την πρόθεση επίσκεψης (Visit Intention);

Τα αποτελέσματα των συσχετίσεων έδειξαν ότι η πρόθεση επιλογής της Μυτιλήνης ως τουριστικού προορισμού δεν επηρεάζεται τόσο από τη συμμετοχή σε συγκεκριμένες δραστηριότητες που σχετίζονται με τη φύση, όσο από τη συνολική αντίληψη του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος του νησιού. Η πρόθεση επανάληψης συνδέεται κυρίως με την εμπειρία προηγούμενης επίσκεψης και με τον βαθμό ψηφιακής προβολής του προορισμού. Αξιοσημείωτο είναι ότι η ηρεμία και η χαλάρωση αν και βασικά χαρακτηριστικά του ήπιου τουρισμού δεν φαίνεται να επηρεάζουν άμεσα την πρόθεση επανεπίσκεψης.

Το εύρημα αυτό συνάδει με τη θέση των Bellato et al., (2022), σύμφωνα με την οποία οι επισκέπτες αξιολογούν τους προορισμούς ως σύνθετα συστήματα εμπειριών και όχι βάσει μεμονωμένων χαρακτηριστικών. Παράλληλα, η συσχέτιση με την ψηφιακή προβολή του προορισμού επιβεβαιώνει τα ευρήματα των Xiang & Gretzel, (2010), οι οποίοι αναδεικνύουν τον ρόλο των ψηφιακών πλατφορμών στη διαμόρφωση της εικόνας του προορισμού και στη λήψη ταξιδιωτικών αποφάσεων.

Για τη Μυτιλήνη, το εύρημα υποδηλώνει ότι η ενίσχυση της ελκυστικότητας του νησιού δεν εξαρτάται αποκλειστικά από την ανάπτυξη νέων δραστηριοτήτων, αλλά σε μεγάλο βαθμό από την αποτελεσματική ανάδειξη των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του. Η αυθεντικότητα, η φυσική ομορφιά, η πολιτιστική κληρονομιά και η τοπική ταυτότητα φαίνεται να διαμορφώνουν την εικόνα του προορισμού με τρόπο που επηρεάζει διαρκώς την πρόθεση επίσκεψης/επανεπίσκεψης και την αφοσίωση των επισκεπτών.

RQ9. Ποιες είναι οι σχέσεις μεταξύ Ήπιου Τουρισμού, Αναγεννητικού Τουρισμού και στάσεων βιωσιμότητας;

Αν και οι συμμετέχοντες δεν κάνουν σαφή διάκριση μεταξύ Ήπιου και Αναγεννητικού τουρισμού, η θετική συσχέτιση που διαπιστώθηκε μεταξύ των μεταβλητών «Οφέλη» και «Ποιότητα Ζωής» υποδηλώνει ότι οι δύο προσεγγίσεις γίνονται αντιληπτές ως συμπληρωματικές. Παρότι η συσχέτιση αυτή είναι ασθενής σε ένταση, το εύρημα δείχνει ότι η επιλογή του Ήπιου Τουρισμού δεν αποκλείει αλλά τείνει να ενισχύει τον προσανατολισμό προς αναγεννητικές πρακτικές και αντίστροφα.

Η σχέση αυτή είναι θεωρητικά εδραιωμένη στη βιβλιογραφία. Οι Bellato & Pollock (2025), τοποθετούν τον Αναγεννητικό Τουρισμό ως εξελικτική συνέχεια του Βιώσιμου και Ήπιου Τουρισμού: ενώ ο Ήπιος Τουρισμός εστιάζει στην ποιοτική εμπειρία και τη βαθύτερη σύνδεση με τον τόπο, ο Αναγεννητικός Τουρισμός προσθέτει τη διάσταση της ενεργητικής αναγέννησης και της θετικής επίδρασης στα οικοσυστήματα και τις κοινότητες. Οι Hussain & Haley (2022), επισημαίνουν ότι οι ταξιδιώτες που αναζητούν βαθύτερη εμπειρία τείνουν ταυτόχρονα να είναι περισσότερο ευαίσθητοποιημένοι απέναντι στις επιπτώσεις της παρουσίας τους στον προορισμό, εύρημα που ενισχύει την αντίληψη της συμπληρωματικότητας των δύο προσεγγίσεων.

Για τη Μυτιλήνη, η διαπίστωση αυτή δημιουργεί ευνοϊκές προϋποθέσεις για την ανάπτυξη ενός συνεκτικού μοντέλου τουρισμού που συνδυάζει την ποιοτική εμπειρία του επισκέπτη με τη δημιουργία μακροπρόθεσμων οφελών για τον προορισμό και την τοπική κοινωνία.

RQ10. Υπάρχουν διαφορές μεταξύ ομάδων επισκεπτών;

Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ελάχιστες επιδράσεις των δημογραφικών χαρακτηριστικών στις στάσεις και αντιλήψεις των συμμετεχόντων. Από τις τέσσερις στατιστικά σημαντικές περιπτώσεις που εντοπίστηκαν, οι γυναίκες εμφάνισαν μεγαλύτερη προτίμηση προς προορισμούς ηρεμίας και χαλάρωσης σε σχέση με τους άνδρες, ενώ τα άτομα με μεταπτυχιακό ή διδακτορικό τίτλο απέδωσαν μεγαλύτερη βαρύτητα στα χαρακτηριστικά του ήπιου ταξιδιού σε σύγκριση με αποφοίτους Λυκείου

και Πανεπιστημίου. Παράλληλα, οι φοιτητές ανέδειξαν σε μεγαλύτερο βαθμό τα οφέλη του τουρισμού για την τοπική κοινωνία, ενώ οι κάτοικοι νησιωτικών περιοχών δήλωσαν υψηλότερη πρόθεση επανεπίσκεψης στη Μυτιλήνη σε σύγκριση με συμμετέχοντες από πιο απομακρυσμένες περιοχές, όπως η Ήπειρος και η Δυτική Ελλάδα.

Η συνολική εικόνα, ωστόσο, δείχνει ότι οι στάσεις απέναντι στον Ήπιο, Βιώσιμο και Αναγεννητικό Τουρισμό δεν διαφοροποιούνται σημαντικά μεταξύ των δημογραφικών ομάδων. Το εύρημα αυτό συνάδει με τα ευρήματα των Zouni & Katsanakis (2024), οι οποίοι διαπιστώνουν ότι οι αξίες βιωσιμότητας τείνουν να διαχέονται σε ευρύτερα κοινωνικά στρώματα, καθώς και με τον Miller et al. (2010), οι οποίοι επισημαίνουν ότι η περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση δεν περιορίζεται πλέον σε συγκεκριμένες δημογραφικές ομάδες.

Για τη Μυτιλήνη, το εύρημα αυτό υποδηλώνει ότι η προώθηση ήπιων και αναγεννητικών μορφών τουρισμού μπορεί να απευθυνθεί σε ένα ευρύ φάσμα επισκεπτών, χωρίς να περιορίζεται σε στενά ορισμένες αγορές-στόχους. Η ανάδειξη της αυθεντικότητας, της ποιότητας ζωής και της τοπικής κουλτούρας φαίνεται να αποτελεί μήνυμα με ευρεία απήχηση, ικανό να ενισχύσει τη συνολική ανταγωνιστικότητα του προορισμού.

6. Συμπεράσματα

Η παρούσα διπλωματική εργασία είχε ως βασικό σκοπό τη διερεύνηση των αντιλήψεων και στάσεων των επισκεπτών απέναντι στον Ήπιο και Αναγεννητικό Τουρισμό, καθώς και την αξιολόγηση της δυνατότητας της Μυτιλήνης να αναπτυχθεί ως προορισμός που ενσωματώνει τις αρχές της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε μια περίοδο κατά την οποία ο παγκόσμιος τουρισμός αναζητά νέα, πιο ισορροπημένα και βιώσιμα μοντέλα ανάπτυξης, ικανά να ανταποκριθούν στις σύγχρονες περιβαλλοντικές, κοινωνικές και οικονομικές προκλήσεις.

Η βιβλιογραφική ανασκόπηση ανέδειξε ότι ο τουρισμός έχει μεταβληθεί σημαντικά κατά τη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών. Η μετάβαση από το πρότυπο του μαζικού τουρισμού προς μορφές τουρισμού που δίνουν έμφαση στην αυθεντικότητα, τη βιωσιμότητα και την εμπειρία αντανakλά τις ευρύτερες κοινωνικές αλλαγές που συνδέονται με την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση, την αναζήτηση ποιότητας ζωής και τη διαφοροποίηση των ταξιδιωτικών κινήτρων. Στο πλαίσιο αυτό, ο Ήπιος και Αναγεννητικός Τουρισμός αποτελούν δύο σύγχρονες προσεγγίσεις που επιδιώκουν τη δημιουργία ουσιαστικότερων σχέσεων μεταξύ επισκεπτών, τοπικών κοινωνιών και φυσικού περιβάλλοντος.

Συμπέρασμα για τον Ήπιο Τουρισμό

Τα αποτελέσματα της ποσοτικής έρευνας κατέδειξαν ότι οι συμμετέχοντες παρουσιάζουν χαρακτηριστικά που συνδέονται σε σημαντικό βαθμό με τη φιλοσοφία του Ήπιου Τουρισμού. Η αναζήτηση χαλάρωσης, επαφής με τη φύση, γαστρονομικών εμπειριών και αυθεντικών στοιχείων του προορισμού αναδείχθηκαν ως βασικά κίνητρα ταξιδιού. Παράλληλα, η προτίμηση για μετακινήσεις μικρής κλίμακας, η επιλογή του περπατήματος κατά τη διάρκεια των διακοπών και η περιορισμένη έμφαση στην ψηφιακή προβολή της ταξιδιωτικής εμπειρίας μέσω των κοινωνικών δικτύων συνάδουν με τα χαρακτηριστικά που η διεθνής βιβλιογραφία αποδίδει στον Ήπιο Τουρισμό. Τα ευρήματα αυτά υποδηλώνουν ότι οι ταξιδιώτες αναζητούν ολοένα και περισσότερο ποιοτικές εμπειρίες που τους επιτρέπουν να συνδεθούν ουσιαστικά με τον τόπο που επισκέπτονται.

Συμπέρασμα για τον Αναγεννητικό Τουρισμό

Αντίθετα, η εξοικείωση των συμμετεχόντων με την έννοια του Αναγεννητικού Τουρισμού εμφανίστηκε πιο περιορισμένη. Παρότι οι ερωτώμενοι συμφώνησαν σε μεγάλο βαθμό με τις βασικές αρχές του Αναγεννητικού τουρισμού, όπως η ενίσχυση της τοπικής οικονομίας, ο σεβασμός της τοπικής κουλτούρας και η δημιουργία θετικού αποτυπώματος στους προορισμούς, δεν φαίνεται να συμμετέχουν ενεργά σε πρακτικές που συνδέονται με την αναγεννητική φιλοσοφία. Το εύρημα αυτό υποδηλώνει ότι, ενώ οι αξίες του Αναγεννητικού Τουρισμού είναι κοινωνικά αποδεκτές, η συγκεκριμένη έννοια παραμένει σχετικά άγνωστη στο ευρύ ταξιδιωτικό κοινό και απαιτείται περαιτέρω ενημέρωση και ευαισθητοποίηση.

Συμπέρασμα για τη σχέση των δύο προσεγγίσεων

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η διαπίστωση ότι οι συμμετέχοντες αντιλαμβάνονται θετικά τη συμβολή του τουρισμού στη βιώσιμη ανάπτυξη. Οι περισσότεροι αναγνώρισαν ότι ο τουρισμός μπορεί να ενισχύσει την τοπική οικονομία, να δημιουργήσει ευκαιρίες απασχόλησης και να συμβάλει στη συνολική ευημερία των τοπικών κοινωνιών.

Η θετική αλλά περιορισμένης έντασης, σχέση μεταξύ των δύο προσεγγίσεων προσφέρει ενδείξεις ότι οι αξίες του Ήπιου και του Αναγεννητικού Τουρισμού μπορούν να λειτουργήσουν συμπληρωματικά, χωρίς όμως να αποτελούν μία ενιαία ή ταυτόσημη διάσταση.

Η κοινή τους βάση είναι η επιδίωξη ενός πιο υπεύθυνου, συμμετοχικού και βιώσιμου μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης.

Συμπέρασμα για την εικόνα της Μυτιλήνης και την πρόθεση επίσκεψης

Αναφορικά με τη Μυτιλήνη, τα αποτελέσματα της έρευνας ήταν ιδιαίτερα ενθαρρυντικά. Οι συμμετέχοντες αξιολόγησαν θετικά τον προορισμό. Για το σύνολο του δείγματος, η προβολή της Μυτιλήνης ως προορισμού Ήπιου και Αναγεννητικού Τουρισμού φαίνεται να ενισχύει την πρόθεση επιλογής της. Για τους συμμετέχοντες που έχουν ήδη επισκεφτεί το νησί, η θετική αξιολόγηση του προορισμού συνδέεται με αυξημένη πρόθεση επανεπίσκεψης και σύστασης.

Η εικόνα της Μυτιλήνης συνδέεται κυρίως με στοιχεία ηρεμίας, αυθεντικότητας, φυσικής ομορφιάς και πολιτιστικής ταυτότητας, χαρακτηριστικά που αποτελούν βασικούς πυλώνες του Ήπιου Τουρισμού. Επιπλέον, η ύπαρξη πλούσιων φυσικών πόρων, γαστρονομικής παράδοσης, πολιτιστικών μνημείων και εναλλακτικών δραστηριοτήτων δημιουργεί σημαντικές προϋποθέσεις για την περαιτέρω ανάπτυξη μορφών ήπιου και βιώσιμου τουρισμού.

Συμπέρασμα για τη Μυτιλήνη ως προορισμό

Ταυτόχρονα, τα ευρήματα δείχνουν ότι οι συμμετέχοντες αντιλαμβάνονται τη Μυτιλήνη ως προορισμό με δυναμική για την ανάπτυξη Ήπιου και Αναγεννητικού Τουρισμού. Η πραγματική εφαρμογή ενός αναγεννητικού μοντέλου προϋποθέτει, ωστόσο, περαιτέρω διερεύνηση της ετοιμότητας των τοπικών φορέων, των επιχειρήσεων και της κοινότητας. Η ενίσχυση της τοπικής παραγωγής, η ενεργή συμμετοχή των κατοίκων στον τουριστικό σχεδιασμό, η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και η δημιουργία εμπειριών που προσφέρουν ουσιαστική αξία τόσο στους επισκέπτες όσο και στις τοπικές κοινότητες μπορούν να αποτελέσουν βασικούς άξονες μιας τέτοιας στρατηγικής.

Για να επιτευχθεί αυτή η μετάβαση απαιτείται συστηματικός σχεδιασμός, συνεργασία μεταξύ δημόσιων και ιδιωτικών Φορέων Διαχείρισης και Μάρκετινγκ (Destination Management and Marketing Organization-DMMO) και αποτελεσματική προβολή του προορισμού στη διεθνή αγορά.

Συμπέρασμα για τις δημογραφικές διαφοροποιήσεις

Παράλληλα, τα αποτελέσματα των στατιστικών αναλύσεων έδειξαν ότι τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων επηρεάζουν σε περιορισμένο βαθμό τις στάσεις τους απέναντι στον τουρισμό. Οι περισσότερες διαφοροποιήσεις εντοπίστηκαν σε ζητήματα που σχετίζονται με την αναζήτηση ηρεμίας και χαλάρωσης, καθώς και με την πρόθεση επανάληψης της επίσκεψης στη Μυτιλήνη. Το γεγονός αυτό υποδηλώνει ότι οι αξίες που συνδέονται με τη βιωσιμότητα και τον ήπιο τουρισμό διαχέονται πλέον σε ευρύτερα κοινωνικά στρώματα και δεν περιορίζονται σε συγκεκριμένες δημογραφικές ομάδες.

Συνολικά, η παρούσα μελέτη επιβεβαιώνει ότι οι σύγχρονοι ταξιδιώτες εμφανίζουν αυξανόμενο ενδιαφέρον για μορφές τουρισμού που βασίζονται στην αυθεντικότητα, την ποιότητα της εμπειρίας και τον σεβασμό προς το περιβάλλον και τις τοπικές κοινωνίες. Η Μυτιλήνη φαίνεται να διαθέτει σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα που μπορούν να αξιοποιηθούν προς αυτή την κατεύθυνση, ενισχύοντας τη θέση της ως βιώσιμου προορισμού στο ελληνικό και διεθνές τουριστικό περιβάλλον.

Καταληκτικά, η μετάβαση προς ένα μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης που συνδυάζει τις αρχές του Ήπιου και του Αναγεννητικού Τουρισμού μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στη μακροχρόνια βιωσιμότητα της Μυτιλήνης. Η προστασία των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, η ενδυνάμωση των τοπικών κοινοτήτων και η δημιουργία αυθεντικών ταξιδιωτικών εμπειριών αποτελούν κρίσιμους παράγοντες για τη διαμόρφωση ενός ανθεκτικού και ανταγωνιστικού τουριστικού προορισμού, ικανού να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις του τουρισμού του μέλλοντος.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι η σχεδιαστική δομή του ερωτηματολογίου, η οποία προέβλεπε επιλεκτική εμφάνιση της ενότητας Αναγεννητικού Τουρισμού σε υποσύνολο των συμμετεχόντων, περιόρισε το μέγεθος δείγματος ($n = 76$) στις αναλύσεις που περιλάμβαναν τον παράγοντα «Οφέλη», συμπεριλαμβανομένης της παλινδρόμησης. Το ζήτημα αυτό δεν ακυρώνει τα βασικά ευρήματα της έρευνας, καθώς οι σχετικές στατιστικές σχέσεις παρέμειναν σημαντικές και ερμηνεύσιμες στο υποσύνολο αυτό.

6.1. Περιορισμοί και Προτάσεις για Μελλοντική Έρευνα

Με βάση τα ευρήματα και τους περιορισμούς της παρούσας μελέτης, διατυπώνονται οι ακόλουθες προτάσεις για τη μελλοντική έρευνα.

- Το περιορισμένο μέγεθος του δείγματος αποτελεί έναν από τους περιορισμούς της παρούσας έρευνας, το οποίο αποτελούνταν από 151 συμμετέχοντες. Αν και ο αριθμός αυτός θεωρήθηκε επαρκής για τους σκοπούς της μελέτης, ενδέχεται να περιορίζει το βαθμό στον οποίο τα αποτελέσματα μπορούν να γενικευτούν στον ευρύτερο πληθυσμό. (Saunders et al.2023).

- Στην παρούσα έρευνα χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της δειγματοληψίας ευκολίας για την επιλογή των συμμετεχόντων. Προτείνεται η μετάβαση σε πιθανοκρατικές μεθόδους δειγματοληψίας. Για την υπέρβαση των περιορισμών γενικευσιμότητας που εισάγει η δειγματοληψία ευκολίας (Saunders et al., 2023), μελλοντικές μελέτες θα μπορούσαν να εφαρμόσουν τυχαία στρωματοποιημένη δειγματοληψία σε πραγματικό χρόνο στις πύλες εισόδου του νησιού αεροδρόμιο και λιμάνι Μυτιλήνης διασφαλίζοντας μεγαλύτερη αντιπροσωπευτικότητα.
- Επιπλέον, θα μπορούσε να εξεταστεί η υιοθέτηση μικτών μεθοδολογικών σχεδιασμών, καθώς η αποκλειστικά ποσοτική προσέγγιση περιορίζει τη δυνατότητα εμβάθυνσης στα υποκείμενα κίνητρα των ταξιδιωτών. Η ενσωμάτωση ποιοτικών μεθόδων, όπως ημι-δομημένες συνεντεύξεις με τοπικούς φορείς, επαγγελματίες του τουρισμού και μέλη της κοινότητας, θα επέτρεπε την καταγραφή της οπτικής της προσφοράς, η οποία είναι καίρια για την υλοποίηση αναγεννητικών στρατηγικών (Czernek-Marszałek & McCabe, 2024· Mason et al., 2021).
- Η συλλογή δεδομένων πραγματοποιήθηκε σε μία συγκεκριμένη μικρή χρονική περίοδο, γεγονός που περιορίζει τη δυνατότητα κατανόησης εποχικών ή συγκυριακών διαφοροποιήσεων. Οι Saunders et al. (2023), αναφέρουν πως οι μελέτες αυτές αποτυπώνουν μόνο «μια στιγμή στο χρόνο», συνεπώς προτείνεται η διεξαγωγή διαχρονικών μελετών για την παρακολούθηση της μεταβολής των στάσεων των τουριστών, ιδίως μετά την εφαρμογή πράσινων πολιτικών ή επικοινωνιακών εκστρατειών από την τοπική αυτοδιοίκηση.
- Τέλος, σημειώνεται ότι η ενότητα του ερωτηματολογίου που αφορούσε τον Αναγεννητικό Τουρισμό και τα οφέλη του τουρισμού (ερωτήσεις 25–33) είχε σχεδιαστεί ώστε να εμφανίζεται επιλεκτικά, με βάση την απάντηση των συμμετεχόντων σε προηγούμενη ερώτηση σχετική με τον Ήπιο Τουρισμό. Ως αποτέλεσμα αυτής της σχεδιαστικής επιλογής, ο παράγοντας «Οφέλη» (Π2) διαθέτει έγκυρες τιμές για $n = 76$ συμμετέχοντες, γεγονός που περιορίζει αναλόγως το μέγεθος δείγματος σε κάθε ανάλυση που τον περιλαμβάνει (παραγοντική ανάλυση, συσχετίσεις, παλινδρόμηση).

6.2. Πρακτικές Προτάσεις Δράσης για τη Διαχείριση του Προορισμού

Τα ευρήματα της έρευνας οδηγούν σε συγκεκριμένες προτάσεις δράσης που απευθύνονται στον Δήμο Μυτιλήνης, την Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου και τους τοπικούς τουριστικούς φορείς.

Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι τα δημογραφικά χαρακτηριστικά επηρεάζουν σε περιορισμένο βαθμό τις στάσεις και τις αντιλήψεις των συμμετεχόντων. Συγκεκριμένα, διαπιστώθηκε ότι οι γυναίκες εμφανίζουν μεγαλύτερη προτίμηση προς προορισμούς που προσφέρουν ηρεμία και χαλάρωση σε σύγκριση με τους άνδρες. Παράλληλα, τα άτομα με υψηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης φαίνεται να αποδίδουν μεγαλύτερη σημασία στα χαρακτηριστικά που συνδέονται με έναν ήπιο και λιγότερο έντονο τρόπο ταξιδιού. Επιπλέον, οι φοιτητές αναγνώρισαν σε μεγαλύτερο βαθμό τα οφέλη του τουρισμού για την τοπική κοινωνία, ενώ οι κάτοικοι νησιωτικών περιοχών δήλωσαν υψηλότερη πρόθεση επανεπίσκεψης στη Μυτιλήνη.

Παρότι οι παραπάνω διαφοροποιήσεις είναι στατιστικά σημαντικές, η συνολική εικόνα δείχνει ότι οι στάσεις απέναντι στον ήπιο, βιώσιμο και αναγεννητικό τουρισμό δεν διαφοροποιούνται έντονα μεταξύ των δημογραφικών ομάδων. Το εύρημα αυτό συνάδει με πρόσφατες έρευνες, οι οποίες υποστηρίζουν ότι οι αξίες που σχετίζονται με τη βιωσιμότητα και την υπεύθυνη τουριστική συμπεριφορά διαχέονται πλέον σε ευρύτερα κοινωνικά στρώματα και δεν αποτελούν χαρακτηριστικό συγκεκριμένων μόνο ομάδων πληθυσμού (Zouni & Katsanakis, 2024· Miller et al., 2010).

Η διαπίστωση αυτή έχει ιδιαίτερη πρακτική σημασία για τη Μυτιλήνη. Τα αποτελέσματα υποδηλώνουν ότι η προώθηση μορφών ήπιου και αναγεννητικού τουρισμού μπορεί να απευθυνθεί σε ένα ευρύ φάσμα επισκεπτών και δεν χρειάζεται να περιοριστεί σε εξειδικευμένες ή στενά ορισμένες αγορές-στόχους. Αντίθετα, η ανάδειξη της αυθεντικότητας, της ποιότητας ζωής, της τοπικής κουλτούρας και της βιωσιμότητας φαίνεται να αποτελεί ένα μήνυμα με ευρεία απήχηση, ικανό να προσελκύσει

διαφορετικές κατηγορίες επισκεπτών και να ενισχύσει τη συνολική ανταγωνιστικότητα του προορισμού.

6.2.1 Στρατηγική αναδιοργάνωση του τοπικού αναπτυξιακού οργανισμού

Η πρόταση αυτή στηρίζεται στο εύρημα ότι, παρότι οι συμμετέχοντες αντιλαμβάνονται τη Μυτιλήνη ως προορισμό με δυναμική για Αναγεννητικό Τουρισμό, η πραγματική εφαρμογή ενός τέτοιου μοντέλου προϋποθέτει συστηματικότερη θεσμική υποστήριξη, καθώς οι αντιλήψεις των επισκεπτών δεν αποτελούν από μόνες τους απόδειξη ετοιμότητας των τοπικών φορέων (βλ. Κεφάλαιο 6, Συμπέρασμα για τη Μυτιλήνη ως προορισμό).

Ο τοπικός Φορέας Διαχείρισης και Μάρκετινγκ προορισμού καλείται να μετατοπίσει το επίκεντρό του από τη μέτρηση των αφίξεων στην παρακολούθηση της ευρύτερης «συστημικής υγείας» του νησιού. Προς αυτή την κατεύθυνση, η υιοθέτηση δεικτών αναγεννητικής απόδοσης θα επέτρεπε την παρακολούθηση της διατήρησης φυσικών πόρων, της ικανοποίησης της τοπικής κοινότητας και της κατανομής των εσόδων (Tourism4SDGs, 2026).

6.2.2 Ανάπτυξη και προώθηση της γεωλογικής και ιαματικής κληρονομιάς

Η πρόταση αυτή τεκμηριώνεται από το εύρημα ότι ο παράγοντας «Φυσικό περιβάλλον» (Π6) παρουσιάζει την ισχυρότερη συσχέτιση με την «Επιλογή» προορισμού μεταξύ όλων των παραγόντων ($\rho = 0,567$, $p < 0,01$ · Πίνακας 17), καθώς και από τη διαπίστωση ότι η αξιολόγηση της Μυτιλήνης συνδέεται ιδιαίτερα με τη φυσική ομορφιά και την αυθεντικότητα του τόπου.

Η Μυτιλήνη διαθέτει φυσικούς πόρους που αποτελούν σταθερή βάση για τον ήπιο τουρισμό. Το Απολιθωμένο Δάσος Σιγρίου θα μπορούσε να ενταχθεί σε ολοκληρωμένα πακέτα εκπαιδευτικού και επιστημονικού τουρισμού, αξιοποιώντας την ένταξή του στο Παγκόσμιο Δίκτυο Γεωπάρκων της UNESCO. Παράλληλα, η ανακαίνιση και ανάδειξη των ιαματικών πηγών Πολιχνίτου και Εφταλούς θα μπορούσε να τις καταστήσει κέντρα ευεξίας, προσελκύοντας επισκέπτες υψηλής δαπάνης κατά τη χαμηλή περίοδο και συμβάλλοντας στην άμβλυνση της εποχικότητας.

6.2.3 Δημιουργία τοπικών δικτύων ήπιας γαστρονομίας

Η γαστρονομία αξιολογήθηκε ως σημαντικό στοιχείο της ήπιας ταξιδιωτικής εμπειρίας. Δεδομένου ότι η προώθηση των τοπικών προϊόντων συγκέντρωσε 103 επιλογές ως το σημαντικότερο στοιχείο βιώσιμης ανάπτυξης, προτείνεται η δημιουργία ενός επίσημου γαστρονομικού δικτύου «Slow Food Lesvos». Το δίκτυο αυτό θα συνέδεε τους τοπικούς παραγωγούς (ελαιόλαδο, ούζο, τυροκομικά) με ξενοδοχεία και εστιατόρια, ενώ η πιστοποίηση των επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν τοπικές πρώτες ύλες θα ενίσχυε την τοπική οικονομία και θα προσέφερε στους επισκέπτες μια διακριτή γαστρονομική εμπειρία.

6.2.4 Ενδυνάμωση της τοπικής κοινότητας μέσω συμμετοχικών δικτύων

Η ανάλυση έδειξε θετική στάση των συμμετεχόντων ως προς την ενίσχυση της τοπικής κοινωνίας μέσω του τουρισμού (παράγοντας «Οφέλη», MT = 4,24), η οποία ωστόσο δεν συνοδεύεται από ανάλογο επίπεδο ενεργής συμμετοχής σε σχετικές πρακτικές, όπως φάνηκε από τις χαμηλές προτιμήσεις σε δραστηριότητες εθελοντισμού (N = 4 επιλογές) και επαφή με ντόπιους (N = 46 επιλογές) στις ερωτήσεις προτιμήσεων διακοπών. Το χάσμα αυτό μεταξύ θετικής στάσης και περιορισμένης συμμετοχής υπογραμμίζει την ανάγκη δημιουργίας δομών που θα διευκολύνουν την έμπρακτη εμπλοκή των επισκεπτών.

Για την εφαρμογή του αναγεννητικού μοντέλου, η συμμετοχή της τοπικής κοινότητας αποτελεί προϋπόθεση και όχι επιλογή (Bellato et al., 2022b). Προτείνεται η δημιουργία κοινοτικών τουριστικών δικτύων σε παραδοσιακούς οικισμούς, όπως η Αγιάσος και ο Μόλυβος, τα οποία θα διαχειρίζονται τοπικές ξεναγήσεις, μονοπάτια και πολιτιστικά δρώμενα, διασφαλίζοντας ότι τα οικονομικά οφέλη παραμένουν και επανεπενδύονται στην κοινότητα (Tourism4SDGs, 2026).

6.2.5 Στοχευμένη ψηφιακή στρατηγική

Η πρόταση αυτή βασίζεται στο εύρημα ότι ο παράγοντας «Ψηφιακή προβολή και προδιάθεση επιλογής εναλλακτικών προορισμών» (Π7) συγκέντρωσε σχετικά χαμηλή

μέση βαθμολογία ($MT = 3,73$), ενώ η συσχέτισή του με την Επιλογή προορισμού, παρότι στατιστικά σημαντική, παραμένει σχετικά αδύναμη ($\rho = 0,308$).

Το εύρημα αυτό υποδηλώνει ότι η ψηφιακή παρουσία της Μυτιλήνης ως βιώσιμου προορισμού δεν αξιοποιεί πλήρως τις δυνατότητές της. Στο πλαίσιο αυτό, προτείνεται ο σχεδιασμός στοχευμένης ψηφιακής καμπάνιας, με έμφαση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και σε πλατφόρμες αξιολόγησης ταξιδιωτών όπως το TripAdvisor, με σκοπό την ανάδειξη του νησιού ως προορισμού ηρεμίας, αυθεντικότητας και επαφής με τη φύση.

6.2.6 Ανάπτυξη υποδομών ήπιας μετακίνησης

Παρά την εκφρασμένη προτίμηση για ήπιο τουρισμό, η μετακίνηση στο νησί βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στο αυτοκίνητο, ένα εύρημα που αναδεικνύει ένα χάσμα μεταξύ δηλωμένων αξιών και πραγματικής συμπεριφοράς. Η ανάπτυξη υποδομών εναλλακτικής μετακίνησης, όπως δίκτυο μονοπατιών και ποδηλατόδρομοι, θα μπορούσε να συμβάλει στη γεφύρωση αυτής της απόκλισης, ενισχύοντας τη συνοχή μεταξύ του ήπιου προφίλ του προορισμού και της εμπειρίας που βιώνουν οι επισκέπτες. Παράλληλα, η υιοθέτηση πολιτικών διαχείρισης τουριστικών ροών με γνώμονα τη φέρουσα ικανότητα του νησιού αποτελεί αναγκαία προϋπόθεση για τη μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα του προορισμού.

Βιβλιογραφία

- Alhitmi, H. K., Rahman, E. Z., & Bayram, G. E. (2024). Regenerative tourism—the concept of moving beyond responsible and sustainable tourism. <https://doi.org/10.1108/978-1-83753-746-420241003>
- Alvi, M. H. (2016). A manual for selecting sampling techniques in research. Munich Personal. RePEc Archive. <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/70218/>
- Beegum A, S., & Aboobaker, N. (2026). Advancing slow tourism research: an integrative review. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 1-24.
- Belarmino, A., Whalen, E., Koh, Y., & Bowen, J. T. (2019). Comparing guests' key attributes of peer-to-peer accommodations and hotels: Mixed-methods approach. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 153–164. Available at: <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1293623>
- Bellato, L., & Pollock, A. (2025). Regenerative tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 27(3-4), 558-567. <https://doi.org/10.1080/14616688.2023.2294366>
- Bellato, L., Frantzeskaki, N., & Nygaard, C. A. (2022). Regenerative tourism: A conceptual framework leveraging theory and practice. *Tourism Geographies*, 25(6), 1026–1046. <https://doi.org/10.1080/14616688.2022.2044376>
- Black, J. (2003). *Italy and the Grand Tour*. Yale University Press. Available at: rb.gy/0ai48x
- Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of sustainable tourism*, 19(4-5), 411-421. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.580586>
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet. *Tourism Management*, 29(4), 609–623. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- Buckingham, A., & Saunders, P. (2004). The survey methods workbook: From design to analysis. Polity Press.
- Butler, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism geographies*, 1(1), 7-25.

- Czernek-Marszałek, K., & McCabe, S. (2024). Sampling in qualitative interview research: Criteria, considerations and guidelines for success. *Annals of Tourism Research*, 104, Article 103711. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103711>
- Collins-Kreiner, N. (2010). Researching pilgrimage: Continuity and transformations. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 440–456. [10.1016/j.annals.2009.10.016](https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.10.016)
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297–334. <https://doi.org/10.1007/BF02310555>
- Dickinson, J. E., Lumsdon, L. M., & Robbins, D. (2011). Slow travel: Issues for tourism and climate change. *Journal of sustainable Tourism*, 19(3), 281-300.
- Dodds, R., & Butler, R. (Eds.). (2019). *Overtourism: Issues, realities and solutions* (Vol. 1). Walter de Gruyter GmbH & Co KG.
- Dredge, D. (2022). Regenerative tourism: Transforming mindsets, systems and practices. *Journal of tourism futures*, 8(3), 269-281. <https://doi.org/10.1108/JTF-01-2022-0015>
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (5th ed.). SAGE Publications.
- Font, X., & McCabe, S. (2017). Sustainability and marketing in tourism: Its contexts, paradoxes, approaches, challenges and potential. *Journal of sustainable tourism*, 25(7), 869-883. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1301721>
- Golzar, J., Noor, S., & Tajik, O. (2022). Convenience sampling. *International Journal of Education and Language Studies*, 1(2), 72–77. <https://doi.org/10.22034/ijels.2022.162981>

Gössling, S., & Higham, J. (2021). The low-carbon imperative: Destination management under urgent climate change. *Journal of Travel Research*, 60(6), 1167-1179.

<https://doi.org/10.1177/0047287520933679>

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic markets*, 25(3), 179-188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>

Guttentag, D. (2015). Airbnb: Disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current Issues in Tourism*, 18(12), 1192–1217. Available at: <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.827159>

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2020). *Lineamenti di partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. FrancoAngeli.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Prentice Hall.

Hall, C. M. (2019). Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. *Journal of sustainable tourism*. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1560456>

Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2021). Pandemics, transformations and tourism:: Be Careful what you wish for. In *Global tourism and COVID-19* (pp. 123-144). Routledge.

Holloway, J. C., & Humphreys, C. (2019). *The business of tourism* (11th ed.). Pearson. Available at: https://books.google.gr/books/about/The_Business_of_Tourism.html?id=q_C9DwAAQB_AJ&redir_esc=y

Hussain, A., & Haley, M. (2022). Regenerative tourism model: Challenges of adapting concepts from natural science to tourism industry. *Journal of Sustainability and Resilience*, 2(1), 4.

Iddawala, J., & Lee, D. (2025). Regenerative tourism: Context and conceptualisations. *Tourism planning & development*, 1-31. <https://doi.org/10.1080/21568316.2025.2527614>

- Jager, J., Putnick, D. L., & Bornstein, M. H. (2017). More than just convenient: The scientific merit of homogeneous convenience samples. *Monographs of the Society for Research in Child Development*, 82(2), 13–30. <https://doi.org/10.1111/mono.12296>
- Jones, P. (2024). Regenerative Tourism in the UK. *Athens Journal of Tourism*, 11(2), 169-178. <https://doi.org/10.30958/ajt.11-2-4>
- Lee, B. X., Kjaerulf, F., Turner, S., Cohen, L., Donnelly, P. D., Muggah, R., ... & Gilligan, J. (2016). Transforming our world: implementing the 2030 agenda through sustainable development goal indicators. *Journal of public health policy*, 37(Suppl 1), 13-31. <https://doi.org/10.1057/s41271-016-0002-7>
- Liburd, J., & Duedahl, E. (2025). Regenerative tourism worldmaking for flourishing futures. University of Southern Denmark, Center for Tourism, Innovation and Culture.
- Lickorish, L. J., & Jenkins, C. L. (2007). *An Introduction to tourism*. Routledge.
- MacCannell, D. (2013). *The tourist: A new theory of the leisure class*. University of California Press. <https://tinyurl.com/nhhjmvrs>
- Mancinelli, F. (2020). Digital nomads: Freedom, responsibility and the neoliberal ethos. *Information Technology & Tourism*, 22, 417–437. <https://link.springer.com/article/10.1007/s40558-020-00174-2>
- Mathisen, L., Sørensen, S. U., & Lyrek, T. (2022). The reciprocity of soil, soul and society: the heart of developing regenerative tourism activities. *Journal of Tourism Futures*, 8(3), 330-341. <https://doi.org/10.1108/JTF-11-2021-0249>
- Mason, P., Augustyn, M., & Seakhoa-King, A. (2021). Mixed methods research in tourism: A systematic sequential approach. *Folia Turistica*, 56, 9–34. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0014.8956>
- Miller, G., Rathouse, K., Scarles, C., Holmes, M., & Tribe, J. (2010). Public understanding of sustainable tourism. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 627–645. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.12.002>
- Mind the Graph. (2025, January 30). Convenience sampling: Definition, method, and examples. Mind the Graph Blog. <https://mindthegraph.com/blog/convenience-sampling/>

Moira, P., Mylonopoulos, D., & Kondoudaki, A. (2017). The application of slow movement to tourism: Is slow tourism a new paradigm?. *Journal of Tourism and Leisure Studies*, 2(2), 1.

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.

Oh, H., Assaf, A. G., & Baloglu, S. (2016). Motivations and goals of slow tourism. *Journal of Travel Research*, 55(2), 205–219. <https://doi.org/10.1177/0047287514546228>

Paddison, B., & Hall, J. (2024). Regenerative tourism development as a response to crisis: harnessing practise-led approaches. *Tourism Geographies*, 1-18.
<https://doi.org/10.1080/14616688.2024.2381071>

Page, S., & Connell, J. (2020). *Tourism: A modern synthesis* (5th ed.). Cengage Learning.
https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781000043082_A38996095/preview-9781000043082_A38996095.pdf

Pollock, A. (2019). Conscious travel: Transforming mindsets, systems and practices. Conscious Travel Blog. <https://www.conscioustravel.co/>

Qiu, M., Sha, J., & Scott, N. (2021). Restoration of visitors through nature-based tourism: A systematic review, conceptual framework, and future research directions. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(5), 2299.
<https://doi.org/10.3390/ijerph18052299>

Richards, G. (2015). The new global nomads: Youth travel in a globalizing world. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 340–352. <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1075724>

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

Robinson, O. C. (2014). Sampling in interview-based qualitative research: A theoretical and practical guide. *Qualitative Research in Psychology*, 11(1), 25–41.
<https://doi.org/10.1080/14780887.2013.801543>

- Saarinen, J. (2006). Traditions of sustainability in tourism studies. *Annals of tourism research*, 33(4), 1121-1140. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.06.007>
- Sarstedt, M., Bengart, P., Shaltoni, A. M., & Lehmann, S. (2018). The use of convenience samples in business-to-business research. *Industrial Marketing Management*, 74, 1–18. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.11.015>
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2023). *Research methods for business students* (9th ed.). Pearson Education.
- Şengel, Ü. (2021). Chronology of the Interaction between the Industrial revolution and modern tourism flows. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 4(1), 19-30. <https://dergipark.org.tr/en/pub/jtis/issue/60656/908869>
- Serdane, Z., Maccarrone-Eaglen, A., & Sharifi, S. (2020). Conceptualising slow tourism: A perspective from Latvia. *Tourism Recreation Research*, 45(3), 337-350. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1726614>
- Shang, W., Yuan, Q., & Chen, N. (2020). Examining structural relationships among brand experience, existential authenticity, and place attachment in slow tourism destinations. *Sustainability*, 12(7), 2784. <https://doi.org/10.3390/su12072784>
- Smith, P. (Ed.). (1998). *The history of tourism: Thomas Cook and the origins of leisure travel* (Vol. 4). Psychology Press. [https://books.google.gr/books?hl=el&lr=&id=IEX1vOZJcuUC&oi=fnd&pg=PA1&dq=Smith,+P.+\(Ed.\).+\(1998\).+The+history+of+tourism:+Thomas+Cook+and+the+origins+of+leisure+travel+\(Vol.+4\).+Psychology+Press.&ots=4fZ5xOS2Zs&sig=obMzIE9-C56ZdrbeZBxDKUFcjiA&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.gr/books?hl=el&lr=&id=IEX1vOZJcuUC&oi=fnd&pg=PA1&dq=Smith,+P.+(Ed.).+(1998).+The+history+of+tourism:+Thomas+Cook+and+the+origins+of+leisure+travel+(Vol.+4).+Psychology+Press.&ots=4fZ5xOS2Zs&sig=obMzIE9-C56ZdrbeZBxDKUFcjiA&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Spearman, C. (1904). The proof and measurement of association between two things. *American Journal of Psychology*, 15(1), 72–101. <https://doi.org/10.2307/1412159>
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable development*, 29(1), 259-271. <https://doi.org/10.1002/sd.2133>



UNEP (2005). Making tourism more sustainable: A guide for policy makers.

<https://digitallibrary.un.org/record/561577?v=pdf>

United Nations. (2015) General Assembly Resolution A/RES/70/1. *Transforming Our World, the 2030 Agenda for Sustainable Development*.

https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/generalassembly/docs/globalcompact/A_RES_70_1_E.pdf

UNWTO. (2019). *International tourism highlights*. World Tourism Organization.

<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>

Walton, J. K. (2000). *The British seaside: Holidays and resorts in the twentieth century*.

Manchester University Press. Available at:

https://books.google.gr/books/about/The_British_Seaside.html?id=uydACzcGjQEC&redir_esc=y

Watkins, M. W. (2018). Exploratory factor analysis: A guide to best practice. *Journal of*

Black Psychology, 44(3), 219–246. <https://doi.org/10.1177/0095798418771807>

Weaver, D. (2006). *Sustainable tourism: Theory and practice*. Elsevier. Available at:

<https://theanarchistlibrary.org/mirror/a/aw/adam-weaver-from-theory-to-practice.pdf>

Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search.

Tourism Management, 31(2), 179–188. Available at:

<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.016>

Yaşar, E., Erge, T. Ü. R., & Ataman, H. (2025). The problem of overtourism in slow cities. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 13(1), 48-72.

<https://doi.org/10.21325/jotags.2025.1546>

Zenker, S., & Kock, F. (2020). The coronavirus pandemic – A critical discussion of tourism research agenda. *Tourism Management*, 81, 104164. Available at:

<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104164>

Zouni, G., & Katsanakis, I. (2024, September). Profiling Slow Tourists and Implications for Marketing and Product Development. In *International Conference of the International*



Association of Cultural and Digital Tourism (pp. 351-363). Cham: Springer Nature Switzerland.

Ευρωπαϊκή Ένωση. (2026). *Βιώσιμη ανάπτυξη*. Available at: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=LEGISSUM:sustainable_development

ΙΝΣΕΤΕ. (2026). *Βιώσιμη Ανάπτυξη*. <https://insete.gr/sustainability/>

Φλώρου, Γ. (2023). Στατιστικές Μέθοδοι Έρευνας [Μεταπτυχιακό εγχειρίδιο]. Κάλιπος, Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. <http://dx.doi.org/10.57713/kallipos-230>

Ιστοσελίδες

<https://astika-mitilinis.gr/>

<https://el.wikipedia.org/>

<https://euphoria-lesvos.com/el/>

<https://gofar.gr>

<https://www.instagram.com/>

<https://museumfinder.gr>

<https://www.discovergreece.com/>

<https://www.efales.gr>

<https://www.facebook.com/>

<https://www.ferryhopper.com/>

<https://www.ktel-lesvou.gr/>

<https://www.lesvosnews.net>

<https://www.lesvosnews.net>

<https://www.mjt-airport.gr/el>

<https://www.mytilene.gr/>

<https://www.stonisi.gr>

<https://www.tripadvisor.com.gr>

<https://www.visitlesvos.gr/>

Παράρτημα Α: «Το ερωτηματολόγιο της έρευνας»

«Η συμβολή του μοντέλου *Slow & Regenerative Tourism* στη βιώσιμη ανάπτυξη τουριστικών προορισμών: Η περίπτωση της Μυτιλήνης»

Αγαπητέ/ή συμμετέχων/ουσα,

Το παρόν ερωτηματολόγιο πραγματοποιείται στο πλαίσιο διπλωματικής εργασίας στο ΕΑΠ και αφορά τη διερεύνηση της συμβολής του Ήπιου και Αναγεννητικού τουρισμού (*Slow & Regenerative Tourism*) στη βιώσιμη ανάπτυξη της Μυτιλήνης.

Η συμμετοχή είναι ανώνυμη και τα δεδομένα θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για ερευνητικούς σκοπούς. Ο χρόνος συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου κυμαίνεται στα 3 με 5 λεπτά.

Προς διευκόλυνσή σας και προκειμένου για την καλύτερη κατανόηση της υπό διερεύνηση θεματικής σας δίνονται οι παρακάτω ορισμοί:

Ήπιος τουρισμός (*slow tourism*): «Ο αργός τουρισμός είναι μια ήπια και βιώσιμη μορφή ταξιδιού, όπου ο ταξιδιώτης επιλέγει έναν πιο ήρεμο και ανεπιτήδευτο τρόπο μετακίνησης και εξερεύνησης. Εστιάζει στην παρατεταμένη παραμονή (τουλάχιστον 7 ημέρες στον ίδιο προορισμό), την αυθεντική και σε βάθος αλληλεπίδραση με τον προορισμό και τον προσωπικό έλεγχο του ρυθμού του ταξιδιού, ενώ επιδιώκει την ελάχιστη επιβάρυνση του περιβάλλοντος και τη στήριξη των τοπικών κοινωνιών.»

(Πηγή: Oh, H., Assaf, A. G., & Baloglu, S. (2016). Motivations and goals of slow tourism. *Journal of Travel Research*, 55(2), 205–219).

Αναγεννητικός Τουρισμός (*regenerative tourism*): «Ο αναγεννητικός τουρισμός αποτελεί μια ολιστική προσέγγιση τουριστικής ανάπτυξης που επιδιώκει να δημιουργεί θετικό αντίκτυπο στους προορισμούς, ενισχύοντας την οικολογική, κοινωνική και πολιτισμική τους αναγέννηση. Δεν περιορίζεται στη διατήρηση, αλλά στοχεύει στη βελτίωση και την αναζωογόνηση των τόπων. Σε πιο πρακτικό επίπεδο, αυτό σημαίνει ότι ο τουρισμός επιδιώκει να αφήνει έναν τόπο σε καλύτερη κατάσταση από πριν, μέσα από δράσεις που στηρίζουν τη φύση, τις τοπικές κοινότητες και τον πολιτισμό, προωθώντας τη συνεργασία,

τη συμμετοχή και υπεύθυνες πρακτικές που δημιουργούν πραγματικά θετικό αποτύπωμα.»

(Πηγή: Dredge, D. (2022). Regenerative tourism: Transforming mindsets, systems and practices. *Journal of Tourism Futures*, 8(3), 269–281).

ΜΕΡΟΣ Α: Ταξιδιωτικό Προφίλ

1) Πόσα ταξίδια πραγματοποιείτε συνήθως σε ένα χρόνο;

- ☐ Κανένα
- ☐ Ένα
- ☐ Δύο – Τρία
- ☐ Παραπάνω από τρία

(Πηγή: Motivations and Goals of Slow Tourism. Journal of Travel Research, 2014)

2) Πού αναζητάτε συνήθως πληροφορίες για τα ταξίδια σας;

(Δυνατότητα πολλαπλών απαντήσεων)

- ☐ Οικογένεια ή/και φίλοι
- ☐ Ταξιδιωτικοί πράκτορες
- ☐ Τουριστικές ιστοσελίδες
- ☐ Μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- ☐ Διαφημιστικές προσούρες
- ☐ Εφημερίδες
- ☐ Άλλο

(Πηγή: Med Pearls - Research study on Slow Tourism international trends and innovations)

3) Πόσο καιρό πριν κλείσετε το ταξίδι σας αναζητάτε συνήθως πληροφορίες;

- ☐ Λιγότερο από ένα μήνα πριν
- ☐ 1-3 μήνες πριν
- ☐ 4-6 μήνες πριν
- ☐ Παραπάνω από 6 μήνες πριν

(Πηγή: Med Pearls - Research study on Slow Tourism international trends and innovations)

4) Ποια περίοδο του χρόνου επιλέγετε συνήθως να πραγματοποιείτε τα ταξίδια σας;

- ☐ Φθινόπωρο
- ☐ Χειμώνα

- ☐ Άνοιξη
- ☐ Καλοκαίρι

(Πηγή: Med Pearls - Research study on Slow Tourism international trends and innovations)

5) Με ποιον επιλέγετε συνήθως να πραγματοποιείτε τα ταξίδια σας;

- ☐ Μόνοι
- ☐ Με φίλους
- ☐ Με τον/την σύντροφο
- ☐ Με τον/την σύζυγο
- ☐ Με οικογένεια
- ☐ Άλλο

(Πηγή: H. Ridvan YURTSEVEN, Ph.D. & Ozan KAYA, Ph.D. (2011))

6) Τι τύπο καταλύματος επιλέγετε συνήθως για τη διαμονή σας;

- ☐ Ξενοδοχείο
- ☐ Μοτέλ
- ☐ Ενοικιαζόμενο δωμάτιο
- ☐ Κάμπινγκ
- ☐ Τροχόσπιτο
- ☐ Άλλο

(Πηγή: H. Ridvan YURTSEVEN, Ph.D. & Ozan KAYA, Ph.D. (2011))

ΜΕΡΟΣ Β: Κατά τη διάρκεια του ταξιδιού

7) Πόσες μέρες διαρκεί συνήθως το ταξίδι σας;

- ☐ 1-2 μέρες
- ☐ 3-6 μέρες
- ☐ Παραπάνω από 7 μέρες

(Πηγή: H. Ridvan YURTSEVEN, Ph.D. & Ozan KAYA, Ph.D. (2011))

8) Τι ποσό συνήθως ξοδεύετε κατ' άτομο κατά τη διάρκεια του ταξιδιού σας;

(Χωρίς αεροπορικά και έξοδα μετακίνησης από και προς τον προορισμό)

- ☐ Λιγότερο από 500€
- ☐ 501€ - 1000€
- ☐ 1001€ - 1500€
- ☐ Παραπάνω από 1500€

(Πηγή: H. Ridvan YURTSEVEN, Ph.D. & Ozan KAYA, Ph.D. (2011))

9) Με ποια μέσα επιλέγετε να μετακινείστε συνήθως κατά τις διακοπές σας;

- ☐ Λεωφορείο
- ☐ Τροχόσπιτο
- ☐ Ποδηλασία
- ☐ Περπάτημα
- ☐ Ιππασία
- ☐ Αυτοκίνητο
- ☐ Μοτοσικλέτα
- ☐ Άλλο

(Πηγή: Med Pearls - Research study on Slow Tourism international trends and innovations)

10) Τι είδη δραστηριοτήτων συνήθως επιλέγετε κατά τη διάρκεια του ταξιδιού σας; (δυνατότητα πολλαπλών απαντήσεων)

- ☐ Αθλητικές δραστηριότητες
- ☐ Δραστηριότητες εθελοντικής δράσης
- ☐ Πολιτισμικές δραστηριότητες
- ☐ Διασκέδαση
- ☐ Γαστρονομικές εμπειρίες
- ☐ Χαλάρωση – Αποσύνδεση από καθημερινότητα
- ☐ Επαφή με τη φύση
- ☐ Επαφή με ντόπιο πληθυσμό

(Πηγή: Med Pearls - Research study on Slow Tourism international trends and innovations)

11) Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κατά τη διάρκεια των διακοπών σας;

- ☐ Επικοινωνία με οικογένεια/φίλους
- ☐ Μοιράζομαι φωτογραφίες
- ☐ Αναζήτηση εστιατορίων/μπαρ
- ☐ Αναζήτηση δραστηριοτήτων/αξιοθέατων
- ☐ Δεν χρησιμοποιώ
- ☐ Άλλο

(Πηγή: Med Pearls - Research study on Slow Tourism international trends and innovations)

ΜΕΡΟΣ Γ: Ήπιος Τουρισμός

12) Έχετε ακούσει ξανά στο παρελθόν τον όρο «Ήπιος Τουρισμός (Slow Tourism)»;

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

13) Έχετε ταξιδέψει ποτέ χωρίς να ακολουθείτε αυστηρά προκαθορισμένα σχέδια και επιλέγοντας να μένετε περισσότερο από 6 βράδια σε μέρη που πραγματικά σας αρέσουν, γνωρίζοντάς τα έτσι σε βάθος;

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

(Πηγή: Alison caffyn. Tourism recreation research 37 (1), 77-80, 2012).

Σημείωση: Αν «Ναι» ☐ Συνεχίστε στην επόμενη ενότητα

Αν «Όχι» ☐ Υποβολή φόρμας

14) Ποιο από τα παρακάτω θεωρείτε ως το σημαντικότερο χαρακτηριστικό του ήπιου τουρισμού; (δυνατότητα πολλαπλών απαντήσεων)

- ☐ Η επαφή με τη φύση
- ☐ Η χαλάρωση και οι πιο αργοί ρυθμοί
- ☐ Η γνωριμία με την τοπική κουλτούρα και παράδοση
- ☐ Η τοπική γαστρονομία
- ☐ Η επίσκεψη σε λιγότερο τουριστικά μέρη
- ☐ Άλλο

15) Τι αισθήματα σας προκαλεί ο ήπιος τουρισμός όταν τον βιώνετε; (δυνατότητα πολλαπλών απαντήσεων)

- ☐ Έμπνευση
- ☐ Αφύπνιση
- ☐ Πάθος
- ☐ Αφοσίωση
- ☐ Αίσθηση ολοκλήρωσης

☐ Άλλο

(Πηγή: Med Pearls - Research study on Slow Tourism international trends and innovations)

16) Πόσο πιθανό είναι να επιλέξετε έναν προορισμό που ενδείκνυται για διακοπές ήπιου τουρισμού;

- ☐ Καθόλου πιθανό
☐ Λίγο πιθανό
☐ Ουδέτερα πιθανό
☐ Αρκετά πιθανό
☐ Πάρα πολύ πιθανό

17) Παρακαλώ αξιολογήστε πόσο σημαντικά είναι για εσάς τα παρακάτω στοιχεία κατά την επίσκεψή σας σε έναν προορισμό ήπιου τουρισμού:

(1 = Καθόλου σημαντικό – 5 = Πάρα πολύ σημαντικό)

	1	2	3	4	5
Η έντονη παρουσία φυσικού τοπίου	☐	☐	☐	☐	☐
Αρκετός χρόνος για απόλαυση	☐	☐	☐	☐	☐
Χρόνος για ξεκούραση	☐	☐	☐	☐	☐
Eco-friendly δραστηριότητες	☐	☐	☐	☐	☐
Γνώση ιστορίας & παραδόσεων	☐	☐	☐	☐	☐
Επίσκεψη μη τουριστικών σημείων	☐	☐	☐	☐	☐
Τοπική γαστρονομία	☐	☐	☐	☐	☐
Δυνατότητα αθλητικών δραστηριοτήτων	☐	☐	☐	☐	☐

(Πηγή: Balaban, E., & Keller, K. (2024). A systematic literature review of slow tourism. *Hungarian Geographical Bulletin*, 73(3), 303-323.)

ΜΕΡΟΣ Δ: Αναγεννητικός Τουρισμός

18) Έχετε ακούσει ξανά στο παρελθόν τον όρο «Αναγεννητικός Τουρισμός (Regenerative Tourism)»;

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

19) Έχετε συμμετάσχει ποτέ σε δραστηριότητες ή προγράμματα που υποστηρίζουν την τοπική κοινωνία ή οικονομία, αντί να περιορίζετε μόνο στις συνηθισμένες τουριστικές υπηρεσίες;

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

Manthiou, A., Klaus, P., & Luong, H. (2022). *Six pillars of slow tourism: Conceptual framework and implications*. Journal of Sustainable Tourism, 30(5), 1120–1140.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2033456>

20) Έχετε επιλέξει ποτέ να παρατείνετε τη διαμονή σας σε έναν προορισμό για να συμμετάσχετε σε βιώσιμες ή αναγεννητικές πρακτικές και να γνωρίσετε σε βάθος την τοπική κουλτούρα και το περιβάλλον;

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

Manthiou, A., Klaus, P., & Luong, H. (2022). *Six pillars of slow tourism: Conceptual framework and implications*. Journal of Sustainable Tourism, 30(5), 1120–1140.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2033456>

21) Πόσο πιθανό είναι να επιλέξετε έναν προορισμό που ενδείκνυται για διακοπές αναγεννητικού τουρισμού;

- ☐ Καθόλου πιθανό
- ☐ Λίγο πιθανό
- ☐ Μέτρια πιθανό
- ☐ Αρκετά πιθανό



☐ Πάρα πολύ πιθανό

22) Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε με τις παρακάτω δηλώσεις;

(1 = Διαφωνώ απόλυτα – 5 = Συμφωνώ απόλυτα)

Δήλωση	1	2	3	4	5
Ο τουρισμός πρέπει να ενισχύει την τοπική οικονομία	☐	☐	☐	☐	☐
Οι τουρίστες πρέπει να σέβονται την τοπική κουλτούρα	☐	☐	☐	☐	☐
Οι επιχειρήσεις πρέπει να εφαρμόζουν βιώσιμες πρακτικές	☐	☐	☐	☐	☐
Ο τουρισμός πρέπει να αφήνει θετικό αποτύπωμα	☐	☐	☐	☐	☐
Θα συμμετείχα σε δράσεις εθελοντισμού για την προστασία του περιβάλλοντος κατά τη διάρκεια ταξιδιού	☐	☐	☐	☐	☐

(Πηγή: Bellato, L., Frantzeskaki, N., & Nygaard, C. A. (2023). Regenerative tourism: A conceptual framework leveraging theory and practice. *Tourism Geographies*, 25(4), 1026-1046.)

ΜΕΡΟΣ Ε: Η ΜΥΤΙΛΗΝΗ ΩΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ

23. Έχετε επισκεφθεί τη Μυτιλήνη;

☐ Ναι

☐ Όχι

24. Πώς θα χαρακτηρίζατε τη Μυτιλήνη ως τουριστικό προορισμό;

☐ Μαζικός προορισμός

☐ Εναλλακτικός/ήπιος προορισμός

☐ Πολιτιστικός προορισμός

☐ Φυσιολατρικός προορισμός

☐ Δεν γνωρίζω



25. Ποια στοιχεία θεωρείτε ότι μπορούν να ενισχύσουν τη βιώσιμη ανάπτυξη της Μυτιλήνης; (δυνατότητα πολλαπλών επιλογών)

- ☐ Προώθηση τοπικών προϊόντων
- ☐ Ανάδειξη πολιτιστικής κληρονομιάς
- ☐ Ενίσχυση εναλλακτικών μορφών τουρισμού
- ☐ Περιβαλλοντικές δράσεις
- ☐ Συμμετοχή τοπικής κοινότητας
- ☐ Άλλο

26. Βαθμός συμφωνίας ή διαφωνίας με τις παρακάτω προτάσεις για τη Μυτιλήνη.

(1 = Διαφωνώ απόλυτα – 5 = Συμφωνώ απόλυτα)

Δήλωση	1	2	3	4	5
Η Μυτιλήνη διαθέτει τα κατάλληλα χαρακτηριστικά για ανάπτυξη ήπιου τουρισμού	☐	☐	☐	☐	☐
Η Μυτιλήνη μπορεί να αναπτύξει πρακτικές αναγεννητικού τουρισμού.	☐	☐	☐	☐	☐
Η Μυτιλήνη αποτελεί εναλλακτικό προορισμό σε σχέση με μαζικούς τουριστικούς προορισμούς.	☐	☐	☐	☐	☐
Η Μυτιλήνη είναι κατάλληλη για διακοπές χαμηλών ρυθμών και χαλάρωσης.	☐	☐	☐	☐	☐
Η Μυτιλήνη προσφέρει εμπειρίες που σχετίζονται με την τοπική κουλτούρα και τον τρόπο ζωής.	☐	☐	☐	☐	☐

27. Αντίληψη για τη Μυτιλήνη ως Βιώσιμο Προορισμό (Destination Perception)

Παρακαλώ δηλώστε το βαθμό συμφωνίας σας στις ακόλουθες προτάσεις (1 = Διαφωνώ απόλυτα – 5 = Συμφωνώ απόλυτα)

Δήλωση	1	2	3	4	5
Η τοπική κουλτούρα και παράδοση της Μυτιλήνης μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για ήπιο τουρισμό	☐	☐	☐	☐	☐

Δήλωση	1	2	3	4	5
Το φυσικό περιβάλλον της Μυτιλήνης μπορεί να υποστηρίξει πρακτικές αναγεννητικού τουρισμού	☐	☐	☐	☐	☐
Η Μυτιλήνη προβάλλεται επαρκώς ως βιώσιμος προορισμός στα ψηφιακά μέσα (π.χ. TripAdvisor, Google Reviews, social media)	☐	☐	☐	☐	☐
Οι τοπικοί φορείς και επαγγελματίες θα υποστήριζαν μια στρατηγική βασισμένη στον ήπιο και αναγεννητικό τουρισμό	☐	☐	☐	☐	☐
Πιστεύω ότι ο ήπιος τουρισμός μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος της περιοχής	☐	☐	☐	☐	☐
Πιστεύω ότι ο αναγεννητικός τουρισμός μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος της περιοχής	☐	☐	☐	☐	☐

28. Πρόθεση επίσκεψης (Visit Intention)

Παρακαλώ δηλώστε τον βαθμό συμφωνίας σας με τις παρακάτω προτάσεις

(1 = Διαφωνώ απόλυτα – 5 = Συμφωνώ απόλυτα)

Δήλωση	1	2	3	4	5
Θα με ενδιέφερε να επισκεφθώ τη Μυτιλήνη στο μέλλον	☐	☐	☐	☐	☐
Θα πρότεινα τη Μυτιλήνη ως προορισμό σε φίλους ή συγγενείς	☐	☐	☐	☐	☐
Θα επέλεγα τη Μυτιλήνη εάν προβαλλόταν ως προορισμός ήπιου και αναγεννητικού τουρισμού	☐	☐	☐	☐	☐

ΜΕΡΟΣ ΣΤ: ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

29. Φύλο:

- ☐ Άνδρας
☐ Γυναίκα
☐ Δεν επιθυμώ να απαντήσω

30. Ηλικία:

- ☐ 15-24
- ☐ 25-44
- ☐ 45-64
- ☐ 65+

31. Επίπεδο εκπαίδευσης:

- ☐ Πρωτοβάθμια
- ☐ Απόφοιτος/η Γυμνασίου
- ☐ Απόφοιτος/η Λυκείου
- ☐ Πανεπιστημιακής Εκπαίδευσης
- ☐ Μεταπτυχιακό
- ☐ Διδακτορικό
- ☐ Άλλο

32. Επάγγελμα:

- ☐ Φοιτητής/τρια
- ☐ Ιδιωτικός υπάλληλος
- ☐ Δημόσιος υπάλληλος
- ☐ Ελεύθερος επαγγελματίας
- ☐ Άνεργος
- ☐ Άλλο

33. Τόπος μόνιμης κατοικίας:

- ☐ Ανατολική Μακεδονία και Θράκη
- ☐ Κεντρική Μακεδονία
- ☐ Δυτική Μακεδονία
- ☐ Ήπειρος
- ☐ Θεσσαλία
- ☐ Ιόνια Νησιά
- ☐ Δυτική Ελλάδα
- ☐ Στερεά Ελλάδα
- ☐ Αττική
- ☐ Πελοπόννησος
- ☐ Βόρειο Αιγαίο
- ☐ Νότιο Αιγαίο
- ☐ Κρήτη

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.