



ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΕΛΛΑΔΟΣ

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**<<Ο Γαστρονομικός Τουρισμός στην Πάρο και τη Σαντορίνη: Οι
Απόψεις των Επιχειρηματιών>>**

Επιβλέπουσα καθηγήτρια:

Κ. ΒΡΑΝΑ ΒΑΣΙΛΙΚΗ

Μεταπτυχιακή Φοιτήτρια:

ΤΖΕΜΕΤΖΗ ΦΩΤΕΙΝΗ



Δήλωση μη λογοκλοπής και ανάληψη προσωπικής ευθύνης

Με πλήρη επίγνωση των συνεπειών του νόμου περί πνευματικών δικαιωμάτων, δηλώνω ενυπογράφως ότι είμαι αποκλειστικός συγγραφέας της παρούσας Μεταπτυχιακής Διπλωματικής Εργασίας, για την ολοκλήρωση της οποίας κάθε βοήθεια είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται λεπτομερώς στην εργασία αυτή. Έχω αναφέρει πλήρως και με σαφείς αναφορές, όλες τις πηγές χρήσης δεδομένων, απόψεων, θέσεων και προτάσεων, ιδεών και λεκτικών αναφορών, είτε κατά κυριολεξία είτε βάσει επιστημονικής παράφρασης. Αναλαμβάνω την προσωπική και ατομική ευθύνη ότι σε περίπτωση αποτυχίας στην υλοποίηση των ανωτέρω δηλωθέντων στοιχείων, είμαι υπόλογος έναντι λογοκλοπής, γεγονός που σημαίνει αποτυχία στην Διπλωματική μου Εργασία και κατά συνέπεια αποτυχία απόκτησης του Μεταπτυχιακού Τίτλου των Μεταπτυχιακών Σπουδών, πέραν των λοιπών συνεπειών του νόμου περί πνευματικών δικαιωμάτων. Δηλώνω, συνεπώς, ότι αυτή η Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία προετοιμάστηκε και ολοκληρώθηκε από εμένα προσωπικά και αποκλειστικά και ότι, αναλαμβάνω πλήρως όλες τις συνέπειες του νόμου στην περίπτωση κατά την οποία αποδειχθεί, διαχρονικά, ότι η εργασία αυτή ή τμήμα της δεν μου ανήκει διότι είναι προϊόν λογοκλοπής άλλης πνευματικής ιδιοκτησίας.

Όνομα & Επώνυμο Συγγραφέα (Με Κεφαλαία) : TZEMETZH ΦΩΤΕΙΝΗ

Υπογραφή (Ολογράφως, χωρίς μονογραφή) :

Ημερομηνία (Ημέρα – Μήνας – Έτος) :

Περίληψη

Την τελευταία δεκαετία, ο γαστρονομικός τουρισμός, έχει διεκδικήσει εξέχουσα θέση σε όλο τον κόσμο και με αυτόν τον τρόπο, το τοπικό φαγητό και η τοπική γαστρονομία έχουν αποτελέσει σημαντικό μέρος τις εμπειρίας των τουριστών. Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να προσφέρει γνώση σχετικά με το γαστρονομικό τουρισμό στον κόσμο, στην Ελλάδα και συγκεκριμένα στις Κυκλάδες, όπου η γαστρονομία είναι χαρακτηριστική και ξεχωριστή. Ειδικότερα, στόχος είναι να διερευνηθούν η γαστρονομία της Σαντορίνης και της Πάρου και οι απόψεις των επιχειρηματιών των δύο αυτών νησιών, σχετικά με τον γαστρονομικό τουρισμό. Βασίστηκε σε ποιοτική μεθοδολογία με τη μορφή συνεντεύξεων, ώστε να διερευνηθούν οι αντιλήψεις των επιχειρηματιών για το γαστρονομικό τουρισμό. Η Σαντορίνη και η Πάρος έχουν μεγάλη γαστρονομική ταυτότητα, η οποία αν προωθηθεί και αξιοποιηθεί κατάλληλα από τους ντόπιους και τις τοπικές αρχές θα αυξήσει την τοπική οικονομία και θα προσελκύσει ακόμη περισσότερους τουρίστες. Σημαντικό εύρημα αυτής της μελέτης αποτέλεσε και το ότι η πανδημία αποτελεί έναν επιπλέον σημαντικό περιορισμό προώθησης του γαστρονομικού τουρισμού, εξαιτίας του μεγαλύτερου ανταγωνισμού που προκαλεί μεταξύ των τουριστικών προορισμών, αλλά και των περιορισμών κατά τη διεξαγωγή διαφόρων μορφών εκδηλώσεων. Αυτό οδηγεί στην ανάγκη για τη συνεργασία των εμπλεκόμενων μερών προκειμένου να διαμορφωθεί το κατάλληλο πλαίσιο προώθησης του γαστρονομικού τουρισμού, τον καθορισμό και υιοθέτηση σχεδίου προώθησης και υποστήριξης του μάρκετινγκ του γαστρονομικού τουρισμού και την ανάπτυξη μηχανισμών για τη συλλογή πληροφοριών προκειμένου να ποσοτικοποιηθούν και να αναλυθεί η δυναμική του προορισμού.

Λέξεις κλειδιά: Γαστρονομικός Τουρισμός, Γαστρονομία, Κυκλάδες, Σαντορίνη, Πάρος, Νησιά, Επιχειρηματίες, Οικονομία, Τουρίστες

Abstract

In the last decade, culinary tourism has claimed prominence around the world and in this way, local food and local gastronomy have become an important part of the tourist experience. The purpose of this paper is to provide knowledge about culinary tourism in the world, in Greece and in particular in the Cyclades, where the gastronomy is distinctive and special. In particular, the aim is to investigate the gastronomy of Santorini and Paros and the opinions of the entrepreneurs of these two islands, regarding culinary tourism. Based on a qualitative methodology in the form of interviews, in order to explore the perceptions of entrepreneurs on culinary tourism. Santorini and Paros have a great culinary identity, which if properly promoted and utilized by local people and local authorities will increase the local economy and attract even more tourists. An important finding of this study was that the pandemic is an additional important limitation for the promotion of culinary tourism, due to the greater competition it causes between tourist destinations, as well as the restrictions on holding various types of events. This leads to the need for the cooperation of the parties involved in order to formulate the appropriate framework for the promotion of culinary tourism, the definition and adoption of a plan for the promotion and support of the marketing of culinary tourism, and the development of mechanisms for the collection of information in order to quantify and analyze the dynamics of the destination.

Keywords: Gastronomy Tourism, Gastronomy, Food Tourism, Culinary Tourism, Cyclades, Santorini, Paros, Islands, Businessmen, Economy, Tourists

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω την επιβλέπουσα καθηγήτρια μου, Βρανά Βασιλική, Διευθύντρια του μεταπτυχιακού μου, για την καθοδήγηση που μου πρόσφερε και το χρόνο που αφιέρωσε, δίνοντας μου τις κατάλληλες συμβουλές και οδηγίες για την επιτυχή διεκπεραίωση της διπλωματικής μου εργασίας. Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω και όλους τους καθηγητές του μεταπτυχιακού Διοίκηση Επιχειρήσεων Φιλοξενίας και Τουρισμού για τη συμβολή τους στην επιστημονική μου συγκρότηση κατά τη διάρκεια της φοίτησης μου στο Τμήμα. Ακόμη, οφείλω να ευχαριστήσω τους ανθρώπους που συνέβαλαν πρακτικά στη διεκπεραίωση των συνεντεύξεων για την ολοκλήρωση της εργασίας μου. Τέλος, ένα μεγάλο ευχαριστώ στους γονείς μου για την οικονομική και ηθική τους στήριξη σε όλο το διάστημα των σπουδών μου, καθώς και στο σύντροφο μου για την ψυχολογική στήριξη.

Πίνακας περιεχομένων

Δήλωση μη λογοκλοπής και ανάληψη προσωπικής ευθύνης.....	3
Περίληψη.....	4
Abstract	5
Ευχαριστίες	6
Εισαγωγή.....	8
Κεφάλαιο 1: Τουρισμός και Τουρισμός στην Ελλάδα	11
1.1 Τουρισμός.....	11
1.2 Τουρισμός στην Ελλάδα	11
Κεφάλαιο 2: Γαστρονομικός τουρισμός στον κόσμο και στην Ελλάδα	17
2.1 Τι είναι γαστρονομία	17
2.2 Γαστρονομικός Τουρισμός στον Κόσμο	17
2.3 Η γαστρονομία στην Ελλάδα.....	21
Κεφάλαιο 3 : Η γαστρονομία στα νησιά των Κυκλάδων	24
3.1 Η γαστρονομία των Κυκλάδων	24
3.2 Η Γαστρονομία της Σαντορίνης.....	26
3.3 Η Γαστρονομία της Πάρου	31
Κεφάλαιο 4: Μεθοδολογία Έρευνας.....	36
4.1 Δείγμα Έρευνας και Εργαλείο Έρευνας.....	36
4.2 Ερευνητικά Ερωτήματα	38
4.3 Δεοντολογία Έρευνας.....	38
Κεφάλαιο 5: Ευρήματα	39
5.1 Αποτελέσματα Συνεντεύξεων	39
Κεφάλαιο 6: Συμπεράσματα και Προτάσεις για μελλοντική έρευνα.....	60
6.1 Συμπερασματικά σχόλια	60
6.2 Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα.....	62
6.3 Περιορισμοί της έρευνας.....	62
Βιβλιογραφία.....	64

Εισαγωγή

Ο τουρισμός συμβάλει ώστε ο άνθρωπος να ικανοποιήσει, μέσω του ταξιδιού, την ανάγκη του για την απόκτηση νέων εμπειριών. Ο τουρισμός, αποφέρει παγκοσμίως μεγάλα οικονομικά κέρδη. Στην Ελλάδα, τα τελευταία χρόνια ο τουρισμός είναι άμεσα συνυφασμένος με την οικονομία και γίνονται διάφορα σχέδια για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και την προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Συγκεκριμένα, ο γαστρονομικός τουρισμός την τελευταία δεκαετία φέρει μεγάλη ανάπτυξη παγκοσμίως και ένας μεγάλος όγκος τουριστών ταξιδεύει για να γνωρίσει τις κουζίνες άλλων πολιτισμών και να αποκομίσει γαστρονομικές εμπειρίες (Everett & Aitchison, 2008). Η Ελλάδα, είναι μια χώρα η οποία εξαρτάται οικονομικά από τον τουρισμό και διαθέτει πλούσια κουζίνα, η οποία μπορεί να προσφέρει γαστρονομικές εμπειρίες στους τουρίστες. Γίνονται πολλές δράσεις για την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος της χώρας (ΣΕΤΕ, 2009). Οι Κυκλάδες, διαθέτουν μοναδική γαστρονομική ταυτότητα, λόγω της λίθινης και άνυδρης γης. Το Εμπορικό Επιμελητήριο Αιγαίου όπως και το Επιμελητήριο Κυκλάδων κάνουν δράσεις για την προώθηση αγροδιατροφής και της αιγαιοπελαγίτικης γαστρονομίας (Aegean Cuisine, Επιμελητήριο Κυκλάδων 2020). Η Σαντορίνη διαθέτει μεγάλη ποικιλία τοπικών προϊόντων και οι τοπικές αρχές, έχουν ως βασικό σκοπό την προώθηση του γαστρονομικού τουρισμού στο νησί. Το νησί έχει ως σκοπό τη δημιουργία ενός δικτύου εστιατορίων, ξενοδοχείων, τοπικών παραγωγών και καταστημάτων που θα προσφέρουν στους επισκέπτες μοναδικές γαστρονομικές εμπειρίες από την αιγαιοπελαγίτικη κουζίνα (Skordili & Tsakoroulou, 2019). Τέλος, το νησί της Πάρου διαθέτει κι αυτό ξεχωριστή γαστρονομία και επικεντρώνεται στα τοπικά και παραδοσιακά πιάτα τα οποία είναι άμεσα συνυφασμένα με την πολιτιστική ιστορία του νησιού. Το κάθε χωριό του νησιού διαθέτει και ένα δικό του παραδοσιακό πιάτο και οι τοπικές αρχές μέσα από διάφορα φεστιβάλ και πανηγύρια προσπαθούν να προωθήσουν τη γαστρονομική ταυτότητα του νησιού (Καλπάκογλου, 2021).

Το θέμα που πραγματεύεται η παρούσα εργασία, είναι σημαντικό διότι αναφέρεται στο γαστρονομικό τουρισμό της Πάρου και της Σαντορίνης καθώς και στις απόψεις των επιχειρηματιών και είναι ιδιαίτερα ενδιαφέρον καθώς τις τελευταίες δεκαετίες ο γαστρονομικός τουρισμός έχει διεκδικήσει εξέχουσα θέση σε όλο τον κόσμο. Με αυτόν τον τρόπο η παρούσα εργασία, έχει ως σκοπό την κατανόηση του

γαστρονομικού τουρισμού ως αναπόσπαστα σημαντικό κομμάτι του τουριστικού προϊόντος, με μεγάλη ζήτηση και πολλές προοπτικές εξέλιξης στο νομό των Κυκλάδων και συγκεκριμένα στα νησιά της Πάρου και της Σαντορίνης. Τα ερευνητικά ερωτήματα της εργασίας είναι τα εξής: α) Ποια είναι η γαστρονομική ταυτότητα των νησιών της Σαντορίνης και της Πάρου β) Ποια είναι τα βασικά προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι τοπικές επιχειρήσεις του τομέα της γαστρονομίας γ) Ποιες είναι οι επιδράσεις του γαστρονομικού τουρισμού στην τοπική οικονομία δ) Ποιες δράσεις μπορούν να γίνουν για την ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού.

Για την απάντηση των ερευνητικών ερωτημάτων διεξήχθη ποιοτική έρευνα σε 8 συνολικά επιχειρηματίες των νησιών της Σαντορίνης και της Πάρου του ξενοδοχειακού κλάδου και των εστιατορίων. Ως εργαλείο έρευνας χρησιμοποιήθηκαν οι συνεντεύξεις. Η εργασία δομείται με τον εξής τρόπο:

Αρχικά, στο Πρώτο Κεφάλαιο της εργασίας, παρουσιάζεται το θεωρητικό πλαίσιο, όπου γίνεται παρουσίαση του τουρισμού στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα, δίνεται έμφαση στην τουριστική δραστηριότητα της Ελλάδος, η οποία αποτελεί πολύ ισχυρό μοχλό ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας και προσφέρει στο ελληνικό κράτος εισπράξεις δισεκατομμυρίων.

Στο Δεύτερο Κεφάλαιο, παρουσιάζεται ο ορισμός της γαστρονομίας και ο γαστρονομικός τουρισμός στον κόσμο γενικότερα. Η σχέση του τουρίστα με το φαγητό και η σημασία της γαστρονομίας στις διακοπές τους. Επίσης, γίνεται αναφορά για το γαστρονομικό τουρισμό στην Ελλάδα, λόγω της πλούσιας γαστρονομικής ιστορίας της και της μεγάλης φιλοσοφίας που εσωκλείει η ελληνική κουζίνα.

Στο τρίτο κεφάλαιο δίνεται έμφαση στη γαστρονομία των Κυκλάδων. Γίνεται μία σύντομη περιγραφή του νησιωτικού συμπλέγματος και έπειτα αναφέρεται στην Κυκλαδίτικη κουζίνα, η οποία είναι πλούσια λόγω του γεωφυσικού της χαρακτήρα. Επίσης, παρουσιάζονται οι δράσεις του Εμπορικού Επιμελητηρίου Νοτίου Αιγαίου για την προώθηση της γαστρονομίας των Κυκλάδων. Σε αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζεται και η γαστρονομία της Σαντορίνης, η οποία λόγω της ηφαιστειακής και άνυδρης γης προσφέρει προϊόντα υψηλής ποιότητας. Συγχρόνως, παρουσιάζονται αναλυτικά τα τοπικά προϊόντα πρωτογενούς και δευτερογενούς παραγωγής του νησιού, ενώ αναγράφονται και οι δράσεις που κάνει το νησί για τη γρήγορη ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού. Επιπλέον, σε αυτό το κεφάλαιο γίνεται αναφορά στη

γαστρονομία της Πάρου, η οποία βασίζεται κυρίως στη γεωργία και την αλιεία, ενώ συγχρόνως παρουσιάζονται αναλυτικά τα παριανά προϊόντα και οι συνταγές. Τέλος, εντοπίζονται οι δράσεις των ντόπιων του νησιού για την προώθηση της γαστρονομίας του τόπου τους.

Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζεται αναλυτικά η ποιοτική έρευνα που διεξήχθη στα πλαίσια της παρούσας εργασίας. Συγκεκριμένα, προκειμένου να απαντηθούν τα ερευνητικά ερωτήματα που τέθηκαν αλλά και για την υιοθέτηση μιας σαφής εικόνας για τη γαστρονομία της Πάρου και της Σαντορίνης, διεξήχθη στοχευόμενη έρευνα σε επιχειρηματίες του νησιού. Παράλληλα, παρουσιάζονται αναλυτικά όλες οι ερωτήσεις και οι απαντήσεις της συνέντευξης. Στο πέμπτο και τελευταίο κεφάλαιο αναφέρονται τα αποτελέσματα της έρευνας όπως επίσης και τα συμπεράσματα της παρούσας διπλωματικής εργασίας.

Κεφάλαιο 1: Τουρισμός και Τουρισμός στην Ελλάδα

1.1 Τουρισμός

Η επιθυμία για νέες εμπειρίες μπορεί να εκπληρωθεί μέσω του ταξιδιού, χάρη στη βοήθεια του τουρισμού. Σύμφωνα με την Κοινωνία των Εθνών το 1937, ως τουρίστας ορίζεται κάποιος που μετεγκαθίσταται σε μια ξένη χώρα για τουλάχιστον 24 ώρες, μακριά από τον τόπο διαμονής του. Τον 19ο αιώνα, ο τουρισμός γνώρισε σημαντική ανάπτυξη και οργάνωση λόγω της ραγδαίας ανάπτυξης των μεταφορών, μετατρέποντάς τον σε ζωτικό οικονομικό παράγοντα για τις ανεπτυγμένες χώρες. Ο τουρισμός όχι μόνο χρησιμεύει ως κύρια πηγή απασχόλησης σε πολλές χώρες, αλλά προσφέρει επίσης ευέλικτο ωράριο εργασίας και ευκαιρίες μερικής απασχόλησης, ιδιαίτερα για τους νέους και τις γυναίκες (Lolos et al., 2021). Στην πραγματικότητα, ο οικονομικός αντίκτυπος της τουριστικής βιομηχανίας συναγωνίζεται αυτόν του πετρελαίου, των προϊόντων διατροφής και των εξαγωγών αυτοκινήτων. Διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο στη δημιουργία εισοδήματος για τις αναπτυσσόμενες χώρες και αποτελεί έναν από τους τομείς με τη μεγαλύτερη επιρροή παγκοσμίως. Μέσω του τουρισμού, τα άτομα διευρύνουν τους ορίζοντές τους συναντώντας ανθρώπους από διαφορετικούς πολιτισμούς και χώρες. Η παγκόσμια πτώση του τουρισμού λόγω της συνεχιζόμενης κρίσης COVID-19 έχει προκαλέσει εκτεταμένη έρευνα στον τομέα του διεθνούς τουρισμού. Η παρούσα εργασία εξετάζει συγκεκριμένα τον γαστρονομικό τουρισμό στην Πάρο και τη Σαντορίνη, καθώς και τις προοπτικές των τοπικών επιχειρηματιών. Η εστίασή μας θα είναι στο ποικίλο φάσμα των τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρουν αυτοί οι δύο προορισμοί και στον σημαντικό ρόλο που παίζει η γαστρονομία στην οικονομική τους ανάπτυξη και στην προώθηση της παραδοσιακής κουζίνας και των τοπικών προϊόντων (Παπαδογιάννη, 2018).

1.2 Τουρισμός στην Ελλάδα

Η οικονομική ευημερία της Ελλάδας έχει συνδεθεί άμεσα με την ανάπτυξη του τουρισμού που αποτελεί μία από τους βασικότερους τομείς της χώρας και έχει σημαντική πολλαπλασιαστική επίδραση στην οικονομική δραστηριότητα. Η τουριστική δραστηριότητα, ανέκαθεν θεωρούνταν τομέας προτεραιότητας για την

Ελλάδα. Το μεγαλύτερο μέρος του ελληνικού τουρισμού ήταν πάντα προσανατολισμένο προς τις δυτικές κοινωνίες. Εδώ και πολλά χρόνια, η ελληνική τουριστική αγορά προσελκύει επισκέπτες και από την Ανατολική Ευρώπη, ιδίως από τη Ρωσία και από ασιατικές χώρες, κυρίως την Κίνα. Επίσης, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μεγαλύτερη επέκταση του τουρισμού σε όλες τις χώρες (Lolos Palaios & Paparetrou, 2021).

Η εποχή του Μεσοπολέμου, μαζί με την ίδρυση του Ελληνικού Εθνικού Τουρισμού 1929, αποτέλεσαν μια κομβική περίοδο για τον ελληνικό τουρισμό, διότι ακολούθησε η εισαγωγή της χώρας στο σύγχρονο μαζικό τουρισμό, μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο. Η περίοδος αυτή χαρακτηρίστηκε από την έναρξη ομαδικών ταξιδιών. Οι κρατικές πρωτοβουλίες, συμφωνούσαν με το σκεπτικό του Σχεδίου Μάρσαλ, δίνοντας έμφαση στην υλοποίηση του Προγράμματος Xenia, το οποίο περιλάμβανε το σχεδιασμό ενός δικτύου σύγχρονων ξενοδοχείων, οργανωμένων παραλιών και κατασκηνώσεων καθώς και τη χρηματοδότηση παγκόσμιων διαφημιστικών εκστρατειών, αναδεικνύοντας τα φυσικά και τοπικά πολιτιστικά χαρακτηριστικά (Lolos et al., 2021).

Επιπλέον, κατά την περίοδο άνθησης της ελληνικής οικονομίας μεταξύ 1953-1973, οι ταξιδιωτικές εισπράξεις, μαζί με αυτές από τη ναυτιλία και τα εμβάσματα των μεταναστών, υποστήριξαν σε μεγάλο βαθμό το ισοζύγιο των τρεχουσών συναλλαγών της χώρας. Στη δεκαετία του 1980, οι επενδύσεις στον τουριστικό τομέα διευκολύνθηκαν από τις ευνοϊκές συνθήκες χρηματοδότησής τους από το τραπεζικό σύστημα, γεγονός που συνέβαλε στην ανακατασκευή πληθώρας μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων (Λώλος κ.ά., 2021) Επιπλέον, στις αρχές της δεκαετίας του 2000, οι επενδυτικές προσπάθειες που έγιναν στο πλαίσιο της προετοιμασίας για τους Ολυμπιακούς Αγώνες της Αθήνας έπαιξαν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του τουριστικού τομέα της Ελλάδας. Αυτό διευκολύνθηκε περαιτέρω από την άνοδο του παγκόσμιου τουρισμού, με αποτέλεσμα την επέκταση του κλάδου και τις ουσιαστικές βελτιώσεις στις υποδομές. Την τελευταία δεκαετία, η τουριστική βιομηχανία της Ελλάδας γνώρισε αξιοσημείωτη άνθηση, με διπλασιασμό τόσο των αφίξεων τουριστών όσο και των ταξιδιωτικών εισπράξεων μεταξύ 2010 και 2019. Αυτή η ανάπτυξη συνέβαλε στην ανάκαμψη από τον υφεσιακό αντίκτυπο της ελληνικής κρίσης το 2010. Συγκεκριμένα, το 2019 σημείωσε ένα ιστορικό ορόσημο για τον ελληνικό τουρισμό, καθώς η χώρα υποδέχτηκε το ρεκόρ 31,3 εκατομμυρίων

επισκεπτών, αποφέροντας εντυπωσιακά έσοδα 18,2 δισ. ευρώ από τον τουρισμό (Vlami, 2020). Ωστόσο, η εξάρτηση της ελληνικής οικονομίας από τον τουριστικό τομέα, την καθιστά ευάλωτη σε εξωτερικούς κραδασμούς όπως ήταν για παράδειγμα η πανδημία του COVID-19 που επιδείνωσε δραματικά τις τουριστικές επιχειρήσεις της χώρας (Vlami, 2020).

Η έντονη αναβίωση του ΑΕΠ της Ελλάδας (8,3%) το 2021 μπορεί να αποδοθεί στην απροσδόκητα μεγάλη εισροή τουριστών κατά τη θερινή περίοδο. Αυτός ο παραλληλισμός με την προηγούμενη οικονομική ύφεση υπογραμμίζει τον ζωτικό ρόλο που έπαιξε ο τουρισμός στην ενίσχυση της ελληνικής οικονομίας σε περιόδους κρίσης. Χάρη στην αύξηση των επισκεπτών, το ΑΕΠ της Ελλάδας μπόρεσε να μετριάσει την πλειονότητα των απωλειών που σημειώθηκαν κατά το πρώτο έτος της πανδημίας COVID-19 (2020: -9%). (Adamopoulou Kakopoulos & Marinopoulou, 2022) Σύμφωνα με το «Greece 2.0», η εθνική ανάκαμψη της χώρας καθώς και η άνοδος του τουρισμού της, αναμένεται να επωφεληθούν από οριζόντια μέτρα που αφορούν όλους τους τομείς, προκειμένου να υποστηριχθεί η πράσινη και ψηφιακή μετάβαση καθώς και η καθαρή κινητικότητα και συνδεσιμότητα. Τέτοια μέτρα περιλαμβάνουν, την κτιριακή αναβάθμιση των υποδομών της χώρας, την ψηφιοποίηση των δημόσιων υπηρεσιών που αλληλεπιδρούν με τον τουριστικό κλάδο και την κατάρτιση του εργατικού δυναμικού του τουριστικού τομέα. Επιπλέον, το Ελληνικό Σχέδιο ενσωματώνει επενδύσεις με στόχο την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και την προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού, συμβάλλοντας στην οικονομική ανθεκτικότητα, τη βιώσιμη και κοινωνική της ανάπτυξη καθώς και στην εδαφική της συνοχή. Το έργο αυτό, περιλαμβάνει δύο μέρη, το πρώτο είναι η πράσινη ανάπτυξη με την προώθηση του ορεινού τουρισμού, του τουρισμού υγείας και ευεξίας και του αγροτουρισμού και το δεύτερο μέρος είναι η μπλε ανάπτυξη, παρεμβάσεις για τη βελτίωση της κυβέρνησης, υποδομές και υπηρεσίες που προσφέρονται για τις μαρίνες, προσβασιμότητα στις παραλίες για ηλικιωμένους και ανθρώπους με αναπηρίες και ένα πρόγραμμα για την προώθηση της ανάπτυξης του καταδυτικού και υποθαλάσσιου τουρισμού (Adamopoulou Kakopoulos & Marinopoulou, 2022). Τέλος, η τουριστική βιομηχανία της Ελλάδος, εμφανίζει ανοδική πορεία τα τελευταία χρόνια, αποτελώντας πολύτιμο πυλώνα για την οικονομική ανάδειξη της χώρας (Παπαδογιάννη, 2018).

Η οικονομική ευημερία της Ελλάδας έχει συνδεθεί άμεσα με την ανάπτυξη του τουρισμού που αποτελεί μία από τους βασικότερους τομείς της χώρας και έχει σημαντική πολλαπλασιαστική επίδραση στην οικονομική δραστηριότητα. Η τουριστική δραστηριότητα, ανέκαθεν θεωρούνταν τομέας προτεραιότητας για την Ελλάδα. Το μεγαλύτερο μέρος του ελληνικού τουρισμού ήταν πάντα προσανατολισμένο προς τις δυτικές κοινωνίες. Εδώ και πολλά χρόνια, η ελληνική τουριστική αγορά προσελκύει επισκέπτες και από την Ανατολική Ευρώπη, ιδίως από τη Ρωσία και από ασιατικές χώρες, κυρίως την Κίνα. Επίσης, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μεγαλύτερη επέκταση του τουρισμού σε όλες τις χώρες (Lolos Palaios & Papapetrou, 2021).

Η εποχή του Μεσοπολέμου, μαζί με την ίδρυση του Ελληνικού Εθνικού Τουρισμού 1929, αποτέλεσαν μια κομβική περίοδο για τον ελληνικό τουρισμό, διότι ακολούθησε η εισαγωγή της χώρας στο σύγχρονο μαζικό τουρισμό, μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο. Η περίοδος αυτή χαρακτηρίστηκε από την έναρξη ομαδικών ταξιδιών. Οι κρατικές πρωτοβουλίες, συμφωνούσαν με το σκεπτικό του Σχεδίου Μάρσαλ, δίνοντας έμφαση στην υλοποίηση του Προγράμματος Xenia, το οποίο περιλάμβανε το σχεδιασμό ενός δικτύου σύγχρονων ξενοδοχείων, οργανωμένων παραλιών και κατασκηνώσεων καθώς και τη χρηματοδότηση παγκόσμιων διαφημιστικών εκστρατειών, αναδεικνύοντας τα φυσικά και τοπικά πολιτιστικά χαρακτηριστικά (Lolos et al., 2021).

Επιπλέον, κατά την περίοδο άνθησης της ελληνικής οικονομίας μεταξύ 1953-1973, οι ταξιδιωτικές εισπράξεις, μαζί με αυτές από τη ναυτιλία και τα εμβάσματα των μεταναστών, υποστήριξαν σε μεγάλο βαθμό το ισοζύγιο των τρεχουσών συναλλαγών της χώρας. Στη δεκαετία του 1980, οι επενδύσεις στον τουριστικό τομέα διευκολύνθηκαν από τις ευνοϊκές συνθήκες χρηματοδότησής τους από το τραπεζικό σύστημα, γεγονός που συνέβαλε στην ανακατασκευή πληθώρας μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων (Λώλος κ.ά., 2021). Επιπλέον, στις αρχές της δεκαετίας του 2000, η επενδυτική δραστηριότητα που έλαβε χώρα στο πλαίσιο της προετοιμασίας για τους Ολυμπιακούς Αγώνες της Αθήνας έπαιξε σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του τουριστικού τομέα. Αυτό διευκολύνθηκε περαιτέρω από την αύξηση των παγκόσμιων τουριστικών εισροών. Την τελευταία δεκαετία, η τουριστική βιομηχανία της Ελλάδας γνώρισε αξιοσημείωτη επιτυχία, με ουσιαστικές βελτιώσεις στις υποδομές της. Μεταξύ 2010 και 2019, ο αριθμός των αφίξεων τουριστών και των

ταξιδιωτικών εισπράξεων διπλασιάστηκε, ευθυγραμμίζοντας με την παγκόσμια τουριστική έκρηξη και συμβάλλοντας στην άμβλυνση των παρατεταμένων επιπτώσεων της μετα-δασμολογικής ελληνικής κρίσης το 2010. Στην πραγματικότητα, το 2019 σηματοδότησε ορόσημο για τον ελληνικό τουρισμό, καθώς η χώρα υποδέχθηκε ένα ρεκόρ 31,3 εκατομμυρίων επισκεπτών, δημιουργώντας έσοδα από τον τουρισμό 18,2 δισεκατομμύρια ευρώ. Ωστόσο, η μεγάλη εξάρτηση της ελληνικής οικονομίας στον τουριστικό τομέα την εκθέτει σε εξωτερικούς κραδασμούς, όπως η πανδημία COVID-19, η οποία επηρέασε σοβαρά τις τουριστικές επιχειρήσεις της χώρας (Vlami, 2020).

Το 2021, ο εκπληκτικά υψηλός αριθμός ταξιδιωτών που επισκέφθηκαν την Ελλάδα το καλοκαίρι συνέβαλε σημαντικά στην ισχυρή ανάκαμψη του ΑΕΠ (8,3%). Η εξέλιξη αυτή ήταν παρόμοια με την προηγούμενη οικονομική κρίση όταν ο τουρισμός συνέβαλε δραστικά στην επιβίωση της ελληνικής οικονομίας από την κρίση. Με βάση αυτή την εισροή επισκεπτών, το ΑΕΠ της Ελλάδας αντιστάθμισε σχεδόν όλη τη ζημιά που υπέστη κατά το πρώτο έτος του COVID-19 (2020: -9%). Σύμφωνα με το «Greece 2.0», η εθνική ανάκαμψη της χώρας καθώς και η άνοδος του τουρισμού της, αναμένεται να επωφεληθούν από οριζόντια μέτρα που αφορούν όλους τους τομείς, προκειμένου να υποστηριχθεί η πράσινη και ψηφιακή μετάβαση καθώς και η καθαρή κινητικότητα και συνδεσιμότητα. Τέτοια μέτρα περιλαμβάνουν, την κτιριακή αναβάθμιση των υποδομών της χώρας, την ψηφιοποίηση των δημόσιων υπηρεσιών που αλληλεπιδρούν με τον τουριστικό κλάδο και την κατάρτιση του εργατικού δυναμικού του τουριστικού τομέα. Επιπλέον, το Ελληνικό Σχέδιο ενσωματώνει επενδύσεις με στόχο την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και την προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού, συμβάλλοντας στην οικονομική ανθεκτικότητα, τη βιώσιμη και κοινωνική της ανάπτυξη καθώς και στην εδαφική της συνοχή. Το έργο αυτό, περιλαμβάνει δύο μέρη, το πρώτο είναι η πράσινη ανάπτυξη με την προώθηση του ορεινού τουρισμού, του τουρισμού υγείας και ευεξίας και του αγροτουρισμού και το δεύτερο μέρος είναι η μπλε ανάπτυξη, παρεμβάσεις για τη βελτίωση της κυβέρνησης, υποδομές και υπηρεσίες που προσφέρονται για τις μαρίνες, προσβασιμότητα στις παραλίες για ηλικιωμένους και ανθρώπους με αναπηρίες και ένα πρόγραμμα για την προώθηση της ανάπτυξης του καταδυτικού και υποθαλάσσιου τουρισμού (Adamopoulou Kakopoulos and Marinopoulou, 2022). Τέλος, η τουριστική βιομηχανία της Ελλάδος, εμφανίζει ανοδική πορεία τα τελευταία χρόνια,

αποτελώντας πολύτιμο πηλώνα για την οικονομική ανάδειξη της χώρας
(Παπαδογιάννη, 2018).

Κεφάλαιο 2: Γαστρονομικός τουρισμός στον κόσμο και στην Ελλάδα

2.1 Τι είναι γαστρονομία

Η ελληνική λέξη <<γαστρονομία>> προέρχεται από την λέξη <<γαστήρ>> δηλαδή <<κοιλιά>> και <<νόμος>> που σημαίνει <<γνώση>>. Ο ορισμός αυτός υποδηλώνει την τέχνη της υψηλής κουζίνας, το σύνολο των κανόνων για την επιλογή κατάλληλων υλικών και την προετοιμασία των πιάτων που ικανοποιούν τόσο τους γευστικούς κάλυκες όσο και την οπτική απόλαυση. Γενικότερα υποδηλώνει οποιαδήποτε δραστηριότητα σχετίζεται με το μαγείρεμα και την απόλαυση του φαγητού. Η ελληνική λέξη <<γαστρονομία>> κατοχυρώθηκε στο επίσημο λεξικό της Γαλλικής Ακαδημίας το 1835. Ο Γάλλος συγγραφέας Φρανσουά Ραμπελέ (1483-1553) ήταν αυτός που εισήγαγε πρώτος τον ελληνικό όρο στο περίφημο έργο του “The Fourth Book of Pantagruel” που αναφέρεται στο Θεό του φαγητού, Gaster. Για τους αρχαίους Έλληνες η ώρα του φαγητού, ήταν μια ευκαιρία να προσφέρουν τροφή όχι μόνο στο σώμα αλλά και στο πνεύμα τους. Ο Έλληνας ποιητής και φιλόσοφος Αρχέστρατος θεωρείται ο πατέρας της γαστρονομίας (4ος αι. π.Χ). Το πιο σημαντικό έργο του είναι η <<Ηδυπάθεια>> («Ζωή της πολυτέλειας»), που ολοκληρώθηκε το 350 π.Χ και θεωρείται το πρώτο βιβλίο μαγειρικής στον κόσμο (ΕΟΤ, 1998, σελ.5). Ένα ακόμη σημαντικό έργο είναι το << Δειπνοσοφισταί>> του αρχαίου Έλληνα Αθηναίου (τέλη 2ου αιώνα μ.Χ.– αρχές 3ου αιώνα μ.Χ.), το οποίο αποτελεί σημαντικό εγχειρίδιο της γαστρονομίας και αναφέρεται σε πολλές, διαφορετικές ποικιλίες σταφυλιών, σε εκλεκτά φαγητά και στις συνταγές τους, καθώς επίσης και στις ευεργετικές ιδιότητες των καρπών της γης (Moira, Mylonopoulos & Kontoudaki, 2015). Ο γαστρονομικός τουρισμός προτάθηκε για πρώτη φορά το 1998 από τον Long για να εκφράσει ότι οι τουρίστες μπορούν βιώσουν άλλους πολιτισμούς μέσω του φαγητού. Σύμφωνα με τον Wolf ο γαστρονομικός τουρισμός ορίζεται ως «ταξιδέψτε για να αναζητήσετε και να απολαύσετε έτοιμο φαγητό και ποτό... μοναδικό και αξέχαστες γαστρονομικές εμπειρίες».

2.2 Γαστρονομικός Τουρισμός στον Κόσμο

Την τελευταία δεκαετία, ο γαστρονομικός τουρισμός έχει διεκδικήσει εξέχουσα θέση σε όλο τον κόσμο, όπου ένας αυξανόμενος αριθμός τουριστών είναι πρόθυμοι να γνωρίσουν πιο διαφοροποιημένες πτυχές των τόπων που επισκέπτονται, αποφεύγοντας τις πιο ομογενοποιημένες προσφορές των τουριστικών προτύπων. Με αυτόν τον τρόπο, το τοπικό φαγητό και η τοπική γαστρονομία έχουν αποτελέσει σημαντικό μέρος της εμπειρίας των τουριστών και βασικό κίνητρο για την αγροτική ανάπτυξη. Οι κεντρικές και περιφερειακές κυβερνήσεις χρησιμοποιούν το γαστρονομικό τουρισμό ως μοχλό για να αναζωογονήσουν τις αγροτικές οικονομίες, να διατηρήσουν την πλούσια γεωργική τους κληρονομιά και την ταυτότητά τους (Everett & Aitchison, 2008). Ωστόσο, αξιοσημείωτες αλλαγές σημειώθηκαν παγκοσμίως λόγω του COVID-19 στον τομέα της τουριστικής βιομηχανίας, τη γαστρονομία. Σε πολλές περιπτώσεις ο γαστρονομικός τουρισμός θα μπορούσε να είναι επωφελής για τον τοπικό πληθυσμό και την παραγωγή, καθώς, προσφέρει ευκαιρίες στις νέες γενιές, θέσεις εργασίας και νέες επιχειρηματικές ιδέες, ενώ συγχρόνως αποτελεί κίνητρο ώστε να μην εγκαταλείπουν τον τόπο τους (Kyriakaki, Zagkotsi & Trihas, 2013). Σύμφωνα με τους Hall και Sharples που αναφέρουν οι Karagiannis & Metaxas (2015), ο γαστρονομικός τουρισμός, είναι «επίσκεψη σε πρωτογενείς και δευτερογενείς παραγωγούς τροφίμων, φεστιβάλ φαγητού, εστιατόρια και συγκεκριμένες τοποθεσίες στις οποίες οργανώνονται εκδηλώσεις γευσιγνωσίας τοπικών προϊόντων.

Η World Food Travel Association δήλωσε ότι το 93% των τουριστών μπορούν να θεωρηθούν γαστρονομικοί τουρίστες, όταν αυτός ο ορισμός καλύπτει όλους αυτούς που εμπλέκονται σε οποιαδήποτε μορφή γαστρονομικής εμπειρίας, εκτός από το απλό καθημερινό δείπνο. Γαστρονομικό τουρίστα ορίζει αυτόν που στο ταξίδι του επισκέφθηκε μια σχολή μαγειρικής, είχε συμμετάσχει σε μια γαστρονομική περιήγηση, ή έκανε αγορές από ένα τοπικό παντοπωλείο ή κατάστημα γαστρονομίας. Επίσης, ξεναγήσεις σε εργοστάσια τροφίμων ή ποτών, συμμετοχή σε γευσιγνωσία κρασιού/ μύρας, δείπνο σε καλά τοπικά εστιατόρια, επισκέψεις σε αρτοποιεία, ζαχαροπλαστεία που μπορεί να αποτελούν σημεία αναφοράς για έναν προορισμό. Πρόκειται για ενδεικτικά είδη δραστηριοτήτων στα οποία συμμετέχουν οι τουρίστες γαστρονομίας (Pavlidis & Markantonatou, 2019).

Ο Frochot, που αναφέρουν οι Shalini & Duggal (2015), θεώρησε ότι το φαγητό αποτελεί θεμελιώδες στοιχείο στον τουρισμό και ότι οι περισσότεροι τουρίστες

ενδιαφέρονται περισσότερο για την γαστρονομία του τόπου που θα επισκεφθούν παρά για το κλίμα και τη διαμονή τους. Ο γαστρονομικός τουρισμός θεωρείται μια μορφή του τουριστικού προϊόντος η οποία δημιουργεί ενδιαφέρον και αποτελεί πόλο έλξης για τους τουρίστες αλλά και για πολλές χώρες, όπου οι κουζίνες τους έχουν γίνει ο κύριος παράγοντας έλξης των τουριστών (Shalini & Duggal, 2015). Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (2012) έχει αναγνωρίσει το γαστρονομικό τουρισμό ως μία από τις πιο σημαντικές ειδικές μορφές τουρισμού, διότι παρατήρησε την αδιαμφισβήτητη επίδραση του, καθώς περισσότερο από το ένα τρίτο των δαπανών των επισκεπτών προτιμούν να ξοδέψουν τα χρήματά τους στο φαγητό (Shalini and Duggal, 2015; Μπαλής, 2022). Σύμφωνα με τα Εθνικά Τουριστικά Στατιστικά λογαριασμών της Αυστραλίας το 2011-2012, εγχώριοι και διεθνής επισκέπτες δαπάνησαν συλλογικά περίπου το 26,4% των χρημάτων τους σε φαγητά και τοπικά προϊόντα, συμπεριλαμβανομένων των φαγητών σε πακέτο και σε εστιατόρια. Η ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού συμβάλει επίσης και στη βελτίωση της γενικής αντίληψης των παγκόσμιων προορισμών. Προορισμοί που επιδιώκουν να προωθήσουν την κουζίνα τους και τα προϊόντα τους, πρέπει πρώτα να αναγνωρίσουν τα τοπικά προϊόντα πρωτογενούς και δευτερογενούς παραγωγής του τόπου τους και έπειτα να αναπτύξουν μια σειρά από ανταγωνιστικές προσφορές. Επομένως, τόσο το φαγητό, όσο και το προσωπικό εστίασης θα πρέπει να εξειδικευτεί ώστε να αυξηθούν ικανοποιητικά οι τουρίστες. Ορισμένοι ταξιδιωτικοί οργανισμοί, προσφέρουν συχνά γαστρονομικές διακοπές, με την Γαλλία και την Ιταλία να βρίσκονται στις πρώτες θέσεις και ως κορυφαίοι προορισμοί γαστρονομικού ενδιαφέροντος βρίσκονται οι χώρες τις Ασίας. Το Intrepid Travel Agency, που αναφέρουν οι Shalini και Duggal (2015), υποστηρίζει ότι φορείς τουρισμού και διακοπών από την Αυστραλία, τις Ηνωμένες Πολιτείες, πολλές Ευρωπαϊκές χώρες αλλά και Ασιατικές όπως η Κίνα, η Ταϊλάνδη, η Μαλαισία, το Βιετνάμ και η Ιαπωνία προσφέρουν πλέον πακέτα γαστρονομικού τουρισμού.

Η Παγκόσμια Έκθεση για τον Γαστρονομικό τουρισμό, η πιο πρόσφατη σειρά εμπειριστατωμένων εκθέσεων των θυγατρικών μελών του UNWTO, εξέτασε τους δεσμούς μεταξύ τουρίστα και φαγητού, συμπεραίνοντας τη σημασία αυτής της βιομηχανίας για τον τουρισμό και για τις παγκόσμιες οικονομίες γενικότερα. Ο γαστρονομικός τουρισμός, έχει αυξηθεί σημαντικά και αποτελεί πλέον ένα από τα πιο δυναμικά τμήματα του τουρισμού στον κόσμο. Οι προορισμοί αλλά και οι

τουριστικές εταιρίες, έχουν αντιληφθεί την σημασία της γαστρονομίας προκειμένου να διαφοροποιηθεί ο τουρισμός και να επιτευχθεί η τοπική, περιφερειακή και εθνική οικονομική ανάπτυξη. Ο γαστρονομικός τουρισμός είναι ένα αναδυόμενο φαινόμενο που αναπτύσσεται ως νέο τουριστικό προϊόν λόγω του ότι πάνω από το ένα τρίτο των τουριστών ξοδεύουν τα χρήματά τους σε φαγητό. Πολλοί ερευνητές έχουν δείξει ότι ο γαστρονομικός τουρισμός, μπορεί να παράγει ευνοϊκά αποτελέσματα όχι μόνο για τον τουριστικό τομέα και τους τουριστικούς προορισμούς αλλά και για τους ίδιους τους τουρίστες (Καλπάκογλου, 2021).

Κάθε τόπος διαφυλάσσει το χαρτοφυλάκιό του στο οποίο βασίζεται η γαστρονομία του. Το χαρτοφυλάκιο συμπεριλαμβάνει φαγητά και ποτά καθώς αυτά τα δύο συνδέονται άμεσα μεταξύ τους. Γύρω από το κέντρο του χαρτοφυλακίου υπάρχουν οι τόποι όπου οι επισκέπτες-τουρίστες έρχονται σε πρώτη επαφή με τα τοπικά φαγητά, συνήθως τα μέρη αυτά είναι ξενοδοχεία, εστιατόρια και διάφοροι άλλοι χώροι εστίασης. Επιπλέον, στην περιφέρεια του χαρτοφυλακίου ανήκουν χαρακτηριστικά που υπογραμμίζουν την γαστρονομική ταυτότητα του τόπου. Οι σχολές μαγειρικής, η γευσιγνωσία, τα διάφορα festival φαγητού που διοργανώνονται και οι επαγγελματίες μάγειρες, γνωστοί ως σεφ αποτελούν τον πυρήνα του χαρτοφυλακίου του κάθε προορισμού. Τέλος, ένας τόπος που θέλει να έχει ένα σωστό και ολοκληρωμένο χαρτοφυλάκιο οφείλει να συμπεριλάβει σε αυτό κάθε αντιπροσωπευτικό γαστρονομικό δείγμα (Brikena, 2016).

Στον σημερινό κόσμο, υπάρχει μια αυξανόμενη τάση μεταξύ των τουριστών να αναζητούν μοναδικές και εκπαιδευτικές εμπειρίες. Ένας τομέας που αποκτά ολοένα και μεγαλύτερη σημασία είναι η γαστρονομική εμπειρία. Ο γαστρονομικός τουρισμός περιλαμβάνει ταξιδιώτες που σχεδιάζουν συγκεκριμένα τα ταξίδια τους για να εξερευνήσουν την τοπική κουζίνα ή να ασχοληθούν με δραστηριότητες που σχετίζονται με τη γαστρονομία. Μια γαστρονομική διαδρομή είναι μια ολοκληρωμένη και θεματική τουριστική προσφορά που περιλαμβάνει διάφορες εγκαταστάσεις, όπως εργοστάσια και εστιατόρια. Αυτές οι τοποθεσίες, οι οποίες εμφανίζονται σε τουριστικούς οδηγούς, είναι γνωστές για το φαγητό υψηλής ποιότητας, τα συγκεκριμένα προϊόντα ή τα πιάτα με την υπογραφή τους. Επιπλέον, γαστρονομικές εκδηλώσεις και δραστηριότητες αποτελούν επίσης μέρος αυτής της διαδρομής (Brikena, 2016). Είναι ενδιαφέρον ότι η διαδρομή αναδεικνύει επίσης άλλους ιστορικούς χώρους ενδιαφέροντος, τονώνοντας έτσι την οικονομική ανάπτυξη

σε ολόκληρη την περιοχή. Επομένως, η ιδέα είναι να συγκεντρώσει διαφορετικούς τύπους τουριστικών αξιοθέατων και να προσφέρει στους τουρίστες ένα ολοκληρωμένο πακέτο παροχών ώστε να επιθυμούν τη διαμονή τους στην περιοχή για περισσότερο χρονικό διάστημα (Hín & Gaztelumendi, 2012).

Τέλος, σε μια εποχή παγκοσμιοποίησης είναι απαραίτητη η διατήρηση της κουλτούρας και της γαστρονομικής ταυτότητας κάθε τόπου. Από την παραπάνω ανάλυση γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι για κάποιους τουρίστες η γαστρονομία αποτελεί την δίοδο για να έρθει κανείς σε επαφή με την κουλτούρα του κάθε τόπου και να ανακαλύψει το παρελθόν του και την πολιτιστική κληρονομιά του. Επομένως, η γαστρονομική εμπειρία δεν αποτελεί μια κοινή τουριστική δραστηριότητα αλλά μια μοναδική κατάσταση (Hín & Gaztelumendi, 2012).

2.3 Η γαστρονομία στην Ελλάδα

Το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (ΞΕΕ) εισήγαγε μια αξιοσημείωτη πρωτοβουλία που ονομάζεται «Ελληνικό Πρωινό», που επικεντρώνεται στην ελληνική γαστρονομική κληρονομιά. Πρωταρχικός στόχος αυτού του προγράμματος είναι να αναδείξει την αυθεντικότητα και την αφθονία των τοπικών αγροτικών προϊόντων και της γαστρονομίας, ενώ παράλληλα ενθαρρύνει τις συνδέσεις μεταξύ ξενοδόχων και τοπικών παραγωγών (Dragouni, 2020). Η γαστρονομία παίζει καθοριστικό ρόλο όχι μόνο στην ικανοποίηση των βασικών αναγκών των τουριστών αλλά και στην ενίσχυση της συνολικής ποιότητας της ταξιδιωτικής τους εμπειρίας. Διευκολύνοντας την άμεση αλληλεπίδραση μεταξύ παραγωγών και καταναλωτών, το πρόγραμμα στοχεύει στην προβολή τοπικών προϊόντων και την προώθηση των μοναδικών γεύσεων που προέρχονται από το περιβάλλον φυσικό περιβάλλον και το τοπικό τοπίο (Moirá, Mylonopoulos & Kontoudaki, 2015).

Επιπλέον, πολυάριθμες γραμμές κρουαζιέρας παρέχουν στους επιβάτες την ευκαιρία να απολαύσουν την τοπική κουζίνα και τα ποτά, τα οποία χρησιμεύουν ως βασικό στοιχείο για τη δημιουργία μιας δελεαστικής εμπειρίας κρουαζιέρας. Οι ελληνικές εταιρείες κρουαζιέρας, για παράδειγμα, προωθούν ενεργά τη χαρακτηριστική γαστρονομική κληρονομιά της Ελλάδας, προβάλλοντας την εξαιρετική γκάμα

προϊόντων που είναι τόσο υγιεινά όσο και απλά. Ένα τέτοιο παράδειγμα είναι η Louis Cruises, μια κυπριακή εταιρεία, η οποία κάνει το παραπάνω μίλι οργανώνοντας ενημερωτικά εργαστήρια με επικεφαλής ειδικούς στη μαγειρική και διαδραστικές επιδείξεις μαγειρικής που πραγματοποιούνται από εξειδικευμένους σεφ. Αυτές οι δραστηριότητες περιλαμβάνουν συστατικά τοπικής προέλευσης που επιλέγονται προσεκτικά με βάση το συγκεκριμένο λιμάνι κλήσης (Dragouni, 2020). Στην Ελλάδα λόγω της πλούσιας οινικής παράδοσης υπάρχουν πολλά αμπέλια και οινοποιεία που οι τουρίστες μπορούν να επισκεφθούν. Ενδεικτικό παράδειγμα αποτελεί ο βιολογικός αμπελώνας και οινοποιείο «Κτήμα Πόρτο Καρράς» στη Χαλκιδική, ο αμπελώνας <<Γαία>> στη Νεμέα, ο αμπελώνας <<Αχάια Κλάους>> στην Πάτρα, το οινοποιείο <<Μπουτάρη>> στη Σαντορίνη και πολλά ακόμη που προσελκύουν πολλούς εγχώριους και ξένους τουρίστες. Το 2022 οινοποιεία στην Ήπειρο και στη Θράκη εντάχθηκαν στο σύλλογο που μετονομάστηκε σε <<Ένωση Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα της Βορείου Ελλάδος>> με την εμπορική ονομασία <<Δρόμοι Κρασιού Βορείου Ελλάδος>>. Σήμερα τα 37 μέλη του συλλόγου προτείνουν στους τουρίστες να επισκεφθούν 41 οινοποιεία σε 8 διαδρομές που διασχίζουν όλη την Βόρεια Ελλάδα από την μία άκρη στην άλλη, κάνοντας στάσεις σε μεγάλους αμπελώνες της Θεσσαλίας (Ραψάνη & Κρασιά), Ήπειρος, Μακεδονία και Θράκη. Ο χάρτης ολοκληρώνεται με αξιόλογα εστιατόρια, ταβέρνες, ξενώνες και ξενοδοχεία, καταστήματα με παραδοσιακά προϊόντα και χώρους με εναλλακτικές δραστηριότητες. Επίσης, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η εκδήλωση της Περιοχής του Αγίου Όρους– Κουζίνα που διοργανώνεται σε διάφορες περιοχές του Άθως. Την εκδήλωση διοργανώνει ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, του επιμελητηρίου Χαλκιδικής. Οι γιορτές κρατάνε για ένα μήνα και περιλαμβάνουν διαγωνισμούς και μαθήματα παραδοσιακής μαγειρικής, γευσιγνωσίας που προωθούν τα βιολογικά προϊόντα, γεύσεις Ελλήνων προσφύγων του παρελθόντος, γεύσεις αρχαίων Ελλήνων, παραδοσιακές γεύσεις, μοναστηριακές γεύσεις, μεσογειακές γεύσεις (Moira, Mylonopoulos & Kontoudaki, 2015).

Μέχρι αυτήν τη στιγμή, οι Έλληνες, παράγουν τα δικά τους τοπικά κρασιά, αλλαντικά, χειροποίητες μαρμελάδες, παραδοσιακό τυρί και γιαούρτι, λάδι, μέλι, ρακή, ψωμί σε ξυλόφουρνο και χειροποίητα ζυμαρικά με τους νέους μάλιστα να συντηρούν τις παραδόσεις και να στρέφονται στη βιωσιμότητα. Το ελληνικό γαστρονομικό οικοσύστημα αναπτύσσεται μέσα από ανθρώπους οι οποίοι

μεταλαμπαδεύουν τις παραδόσεις από γενιά σε γενιά. Με αυτόν τον τρόπο υπάρχουν τοπικές συνταγές που βρέθηκαν σε όλη την Ελλάδα και πιάτα που παρουσιάζονται σε έναν προορισμό και αποτελούν κίνητρα για τους επισκέπτες. Έτσι οι μοναδικές τοπικές κουζίνες της Ελλάδας είναι η κουζίνα του Αιγαίου, της Πελοποννήσου, των Επτανήσων, η Ηπειρωτική, η Κρητική, η Κυπριακή, η Μακεδονική, η Μικρασιατική και η Ποντιακή. Επίσης, η ελληνική κουζίνα είναι βασισμένη στη μεσογειακή διατροφή, η οποία εκτιμάται παγκοσμίως ότι είναι πολύ ωφέλιμη για τον ανθρώπινο οργανισμό. Η αξία της είναι αναγνωρισμένη από διεθνείς μελέτες διαχρονικά. Η μεσογειακή διατροφή αποτελεί διατροφικό πρότυπο και δίνει έμφαση στη διατροφή, στον πολιτισμό, στους ανθρώπους, στο περιβάλλον και χαρακτηρίζεται από βιωσιμότητα. Το 2010 ήταν εγγεγραμμένη στον Αντιπροσωπευτικό Κατάλογο της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO. Ωστόσο, παρά την πλούσια γαστρονομική ταυτότητα της Ελλάδας, τα ελληνικά ξενοδοχεία δεν προσφέρουν ιδιαίτερα ικανοποιητική και τοπική κουζίνα. Τα περισσότερα ξενοδοχεία και εστιατόρια, προσφέρουν απλές συνταγές, χωρίς χαρακτήρα και γούστο, ενώ μερικά μόνο προσφέρουν ποιοτική τοπική κουζίνα. Η ελληνική κουζίνα είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη στο εξωτερικό και θα είχε ραγδαία εξέλιξη αν υπήρχε μια αποτελεσματική προωθητική στρατηγική, του γαστρονομικού πλούτου της Ελλάδας (ΣΕΤΕ, 2009). Η απλότητα, η ποικιλία, η γεύση και η θρεπτική αξία των ελληνικών προϊόντων είναι παγκοσμίως γνωστά, ενώ ορισμένες ελληνικές πρώτες ύλες χρησιμοποιούνται και στη σύγχρονη διεθνή κουζίνα (ΣΕΤΕ, 2009). Ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), το Ινστιτούτο ΣΕΤΕ, το Marketing Greece και ο Ελληνικός Οδηγός Γαστρονομίας, κυκλοφόρησαν το 2018 την πρωτοβουλία << Gastronomy Destinations >> σε μία προσπάθεια αναβάθμισης του τουριστικού προϊόντος της χώρας. Ο Ελληνικός Οδηγός Γαστρονομίας, παρέχει γνώσεις για την Ελλάδα, μαγειρική ιστορία, προϊόντα, σπεσιαλιτέ και παραδοσιακές συνταγές. Επίσης, προσφέρει πληροφορίες για ξενοδοχεία και ξενώνες σε όλη την Ελλάδα που έχουν επισημάνει την τοπική ελληνική κουζίνα ως το σημαντικότερο ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα. Αυτά τα ξενοδοχεία χρησιμοποιούν τοπικά προϊόντα και τοπικές συνταγές για να μυήσουν τους επισκέπτες στο γαστρονομικό πλούτο τους, παρέχουν δραστηριότητες που βασίζονται στην τοπική γαστρονομία του τόπου τους και αισθάνονται πρεσβευτές της γαστρονομία του τόπου τους και προσελκύοντας πολλούς τουρίστες (Dragouni, 2020).

Κεφάλαιο 3 : Η γαστρονομία στα νησιά των Κυκλάδων

3.1 Η γαστρονομία των Κυκλάδων

Οι Κυκλάδες, είναι ένα νησιώτικο σύμπλεγμα, στο Αιγαίο Πέλαγος και αποτελεί έναν από τους πιο ελκυστικούς τουριστικούς προορισμούς στην Ελλάδα. Είναι ιδιαίτερα δημοφιλής προορισμός τόσο για τους εγχώριους όσο και για τους ξένους επισκέπτες, κυρίως κατά την καλοκαιρινή περίοδο. Οι Κυκλάδες βρίσκονται στο Νότιο Αιγαίο και απαρτίζονται από 200 νησιά. Τα πιο δημοφιλή από αυτά είναι: Αμοργός, Ανάφη, Άνδρος, Αντίπαρος, Δήλος, Ίος, Κέα, Κίμωλος, Κύθνος, Μήλος, Μύκονος, Νάξος, Πάρος, Φολέγανδρος, Σέριφος, Σίφνος, Σίκινος, Σύρος, Τήνος και Σαντορίνη. Στην αρχαιότητα, οι Κυκλάδες, είχαν συντελέσει στην ανάπτυξη του εμπορίου και στην ανάδειξη του Ελληνικού πολιτισμού. Ο λόγος που ξεχωρίζουν αυτά τα νησιά είναι, το ιδιαίτερο κλίμα τους, όπου είναι εύκρατο με ήπιους χειμώνες και δροσερά καλοκαίρια λόγω τον ανέμων, γνωστοί και ως «μελτέμια», οι βράχοι που κάνουν έντονη αντίθεση με το γαλάζιο χρώμα του Αιγαίου και η λαϊκή αρχιτεκτονική τους με το λευκό και μπλε χρώμα να κυριαρχεί στους οικισμούς των Κυκλάδων. Όσον αφορά την γαστρονομία των Κυκλάδων, προέρχεται από παλιά και βέβαια δέχεται επιρροές από την ιστορία, τις κλιματολογικές αλλαγές, το εμπόριο. Η μαγειρική των Κυκλάδων είναι μοναδική, λόγω των ξεχωριστών πρώτων υλών και των ιδιαίτερων αρωμάτων τους (Επιμελητήριο Κυκλάδων, 2021).

Η γαστρονομία των Κυκλάδων είναι χαρακτηριστική λόγω του γεωφυσικού της χαρακτήρα, δηλαδή την λίθινη και άνυδρη γη. Ένα ακόμη στοιχείο για το οποίο ξεχωρίζει η κουζίνα αυτών των νησιών, είναι πως η πλειοψηφία των ντόπιων ήταν ναυτικοί και έπειτα από κάθε ταξίδι, έφερναν στον τόπο τους προϊόντα από όλο τον κόσμο. Οι Κυκλάδες αποτελούνται ιδίως από ξερονήσια με αποτέλεσμα τα κύρια πιάτα των νησιών να αποτελούνται από όσπρια, όπως τα ρεβίθια και η φάβα. Επίσης, εκλεκτά κρεατικά μικρής παραγωγής όπως, το χοιρινό κρέας, το αρνί και το κατσίκι προτιμούνται ιδιαίτερα σε αυτά τα νησιά. Η θάλασσα των Κυκλάδων, προσφέρει στους κατοίκους εξαιρετική ποικιλία ψαριών όπως, πετρόψαρα για την υλοποίηση της μοναδικής κακαβιάς, πελαγίσια ψάρια ψητά στα κάρβουνα ή πλακί στο φούρνο με διάφορα λαχανικά, παστά ή αποξηραμένα. Επιπρόσθετα, το αγελαδινό τυρί και διάφορα άλλα είδη τυροκομικών όπου έχουν παγκόσμια φήμη και οι κεφτέδες

φτιαγμένοι με όσπρια, χόρτα και λαχανικά αποτελούν την γαστρονομική κουλτούρα των Κυκλάδων (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 2023).

Από την Κυκλαδίτικη περίοδο, μάλιστα, άρχισε να διαμορφώνεται μια «ελληνική» κουζίνα, βασισμένη ουσιαστικά στα δημητριακά, τις ελιές και τα συλλεγμένα μυρωδικά. Είναι μια κουζίνα που διαμορφώνεται από την ενσωμάτωση πολλαπλών μεσογειακών επιρροών: μπαχαρικά (κύμινο, σαφράν κ.λπ.), αποξηραμένα αιγυπτιακά λαχανικά (ρεβίθια, φακές κ.λπ.), αποξηραμένα ή ζαχαρωμένα φρούτα (χουρμάδες κ.λπ.). Αναπτύσσεται από την κυκλοφορία και τις παγκόσμιες ανταλλαγές, όπως η εξάπλωση της καλλιέργειας αμπέλου, που θα οδηγήσει τους Έλληνες να κυριαρχήσουν στην οινοποίηση. Ο εμπλουτισμός της κουζίνας με την παγκόσμια ανάμειξη προϊόντων διατροφής, είχε ως αποτέλεσμα την αφομοίωση και οικειοποίηση πολλών λατινοαμερικανικών φυτών όπως η ντομάτα που στη συνέχεια έγινε εμβληματικό συστατικό της μυκονιάτικης κουζίνας (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 2023).

Το Εμπορικό Επιμελητήριο Νοτίου Αιγαίου εγκαινίασε το έργο Aegean Cuisine ήδη από το 2008, με το όραμα ότι η τοπική κουζίνα θα γίνει αναπόσπαστο μέρος της εμπειρίας του τουρίστα. Σκοπός αυτού του έργου ήταν να δημιουργηθεί ένα πιστοποιημένο δίκτυο εστιατορίων, ξενοδοχείων, τοπικών παραγωγών και καταστημάτων που θα προσφέρουν στους τουρίστες μια γεύση από την Αιγαιοπελαγίτικη Κουζίνα. Το Επιμελητήριο Κυκλάδων (2021) ανακοίνωσε ότι το δίκτυο Aegean Cuisine, ο Πρεσβευτής της κυκλαδίτικης γαστρονομίας, απαρτίζεται επίσης από 189 επιχειρήσεις εστίασης σε 23 νησιά των Κυκλάδων. Έπειτα από αξιολογήσεις και επιθεωρήσεις που πραγματοποιήθηκαν από ομάδα γευσιγνωστών και τεχνικών εμπειρογνομόνων με τη TUV HELLAS 145 υφιστάμενα μέλη παραμένουν στο δίκτυο, ενώ 44 είναι τα νέα μέλη του δικτύου. Η Κουζίνα του Αιγαίου αναδεικνύει και προωθεί την αιγαιοπελαγίτικη οίνο-γαστρονομία με σκοπό την ανάδειξη των τοπικών προϊόντων. Το Aegean Cuisine έπειτα από τρεις κύκλους αξιολογήσεων, απαρτίζεται επίσης, από 81 παραγωγούς με 387 προϊόντα, που προτείνονται ως <<Aegean Cuisine Recommended>> και έχουν ως σκοπό τη σύνδεση της γαστρονομίας με την πρωτογενή παραγωγή, ενώ βρίσκεται σε υλοποίηση, έπειτα από την πανδημία του COVID-19, το πρόγραμμα για τη δημιουργία ενός μηχανισμού προώθησης των τοπικών προϊόντων και επιχειρήσεων. Επιπλέον, υλοποιείται ένα Αναπτυξιακό Πρόγραμμα Ειδικού Σκοπού Νοτίου

Αιγαίου, Πρόγραμμα Δημόσιων Επενδύσεων – Εθνικοί Πόροι. Το <<Cluster για τα Κυκλαδίτικα προϊόντα του τομέα της αγροδιατροφής και της γαστρονομίας>>. Το Επιμελητήριο Κυκλάδων το (2020) υπέδειξε ότι στόχος του συγκεκριμένου έργου είναι η προώθηση ενός πρωτοποριακού δικτύου επιχειρήσεων (businesscluster), στο οποίο θα έχουν την δυνατότητα συμμετοχής, τοπικοί παραγωγοί και τοπικές επιχειρήσεις, που δραστηριοποιούνται στο κομμάτι της αγροδιατροφής και γαστρονομίας, πετυχαίνοντας με αυτόν τον τρόπο, την είσοδο τους σε νέες αγορές, αλλά και την προβολή των προϊόντων τους. Το έργο αυτό υλοποιείται πιλοτικά από την Εταιρία Ανάπτυξης και Προόδου (ΕΤΑΠ) του Επιμελητηρίου Κυκλάδων-ιδρυτικό φορέας του δικτύου- Aegean Cuisine με φορέα χρηματοδότησης το Υπουργείο Οικονομίας και Ανάπτυξης. Βασικά κριτήρια του έργου αυτού είναι, ένα κέντρο τροφοδοσίας και διακίνησης των τοπικών προϊόντων σε συγκεκριμένο σημείο στον Πειραιά. Το Επιμελητήριο Κυκλάδων το (2020) αναφέρει ότι, παραμένει πιστό στο όραμά του για την ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού στην περιοχή των Κυκλάδων εδώ και χρόνια και παράλληλα με το δίκτυο Aegean Cuisine εξελίσσει την προσπάθειά του για την ανάδειξη της αιγαιοπελαγίτικης γαστρονομικής παράδοσης και την προσφορά στους επισκέπτες των Κυκλάδων νέων ποιοτικών και αυθεντικών γαστρονομικών εμπειριών, μέσα από τις οποίες θα γνωρίσουν και θα αγαπήσουν τα προϊόντα που παράγει ο τόπος τους (Aegean Cuisine, Επιμελητήριο Κυκλάδων 2020).

3.2 Η Γαστρονομία της Σαντορίνης

Η Σαντορίνη, είναι ένα από τα πιο διάσημα νησιά στον κόσμο και βρίσκεται στον σύμπλεγμα των Κυκλάδων. Το νησί έχει πρωτεύουσα τη Θήρα ή αλλιώς Φηρά ή Χώρα (Δήμος Θήρας, 2021 · Σαντορίνη, 2021). Επίσης, η ατέρμονη ομορφιά της προέρχεται από την τεκτονική ιστορία κατά το πέρας των αιώνων. Λόγω του ηφαιστείου της, το νησί παλαιότερα είχε υποστεί πολλές ηφαιστειακές εκρήξεις και σεισμικά φαινόμενα με αποτέλεσμα την δημιουργία αυτού του ιδιαίτερου τοπίου, όπου στην συνέχεια ανάγκασε τους ντόπιους σε συγκεκριμένου τύπου δραστηριότητες και αυτό γίνεται αντιληπτό από την σημερινή αρχιτεκτονική του νησιού. Σύμφωνα με την Λαμπράκη (2015), το προϊστορικό όνομα Στρογγυλή (λόγω

του στρογγυλού της σχήματος), άλλαξε μάλλον από τους αργοναύτες σε Καλλίστη (λόγω του φυσικού της κάλλους). Το πιο εντυπωσιακό μέρος της Σαντορίνης, διεκδικεί η καλντέρα, η οποία χωρίζεται στη Σαντορίνη, τη Θηρασιά, το Ασπρονήσι και τα μικρά νησιά της Παλιάς και Νέας Καμένης (Καλπάκογλου, 2021).

Η Σαντορίνη, διαθέτει ένα αεροδρόμιο, το Διεθνές Αεροδρόμιο της Σαντορίνης, που βρίσκεται βόρεια από το χωριό Καμάρι περίπου έξι χιλιόμετρα από το κέντρο της πόλης, της Θήρας. Αυτήν τη στιγμή υπάρχουν 75 αεροπορικές εταιρείες που προσφέρουν πτήσεις προς Σαντορίνη, με τον αριθμό τους να αυξάνεται και τις πτήσεις να φτάνουν από δεκάδες χώρες, φθάνοντας έως και τις 57 την ημέρα, ιδίως τους καλοκαιρινούς μήνες. Η Fraport Greece υλοποίησε ένα ολοκληρωμένο σχέδιο για τον εκσυγχρονισμό και την ανάπτυξη των αεροδρομίων. Το σχέδιο της εταιρείας περιλάμβανε άμεσα έργα και αναπτυξιακές εργασίες για την αναβάθμιση των εγκαταστάσεων των αεροδρομίων, που θα συμβάλλουν σημαντικά στη βελτίωση της συνολικής ταξιδιωτικής εμπειρίας των πελατών, ανταποκρινόμενη στην αναμενόμενη αύξηση της επιβατικής κίνησης (Papadimitriou, 2022).

Πρόσφατα, οι τοπικές αρχές και οι τοπικές επιχειρηματικές ενώσεις της Σαντορίνης, ανέλαβαν διάφορες πρωτοβουλίες για την καθιέρωση του γαστρονομικού τουρισμού με σκοπό την αναβάθμιση της θέσης του νησιού στην παγκόσμια τουριστική αλυσίδα αξίας. Βασικός σκοπός τους είναι να προωθήσουν τη γαστρονομική κληρονομιά του νησιού και να ενισχύσουν τους δεσμούς μεταξύ του τοπικού αγροδιατροφικού τομέα και του τουρισμού. Μάλιστα, αρκετά ξενοδοχεία και εστιατόρια του νησιού, συμμετέχουν σε εθνικά και περιφερειακά έργα γαστρονομικού τουρισμού όπως η Aegean Cuisine ή στις πρωτοβουλίες του Ελληνικού Πρωινού (Skordili & Tsakopoulou, 2019).

Στην καρδιά των περιοχών που χαρακτηρίζονται από τη μεσογειακή διατροφή, βρίσκεται η Σαντορίνη, ένα ελληνικό ηφαιστειακό νησί που ανήκει στο Αιγαίο, νότια των Κυκλάδων, είναι ένα κατεξοχήν τουριστικό μέρος που αναγνωρίζεται συχνά από την κληρονομική κουλτούρα του αμπέλου και του κρασιού της αρχαιότητας. Πράγματι, οι αμπελώνες της είναι από τους αρχαιότερους στον κόσμο και το νησί είναι γνωστό για την αμπελουργία του, τουλάχιστον στην Ευρώπη. Αυτή η ταύτιση ευνοεί την γρήγορη ανάπτυξη τόσο του οινοτουρισμού όσο και του γαστρονομικού τουρισμού του νησιού. Η Σαντορίνη είναι ένα μοναδικό νησί και οι επισκέπτες της

διαπιστώνουν ότι έχει μια μεγάλη παραδοσιακή κληρονομιά και παρά την άφιξη χιλιάδων τουριστών κάθε χρόνο, αυτή η κληρονομιά διατηρείται ανεξίτηλη. Το έδαφος της Σαντορίνης καθώς και το κλίμα της, είναι αρκετά ευνοϊκό για την παραγωγή συγκεκριμένων προϊόντων και κυρίως στην παραγωγή των κρασιών της. Γενικότερα, αυτό το νησί φημίζεται για τους αμπελώνες της αλλά και για τα υπόλοιπα τοπικά προϊόντα που παράγει (Skordili & Tsakorouou, 2019).

Πρωταρχικό ρόλο στην ανάπτυξη και προώθηση των αλυσίδων αξίας των τοπικών προϊόντων στη Σαντορίνη, διαδραματίζει η Ένωση Συνεταιρισμών Θηραϊκών Προϊόντων (Santo Wines). Η ίδρυση της έγινε το 1947 και αποτελεί έναν από τους λίγους συνεταιρισμούς της χώρας, όπου η συμμετοχή είναι υποχρεωτική. Τα μέλη που την απαρτίζουν είναι δεκατέσσερις συνεταιρισμοί πρώτου βαθμού, στην ουσία όλοι οι παραγωγοί των νησιών Θήρας και Θηρασίας. Η Ένωση ακολούθησε μια συγκεκριμένη στρατηγική, η οποία είχε ως απώτερο σκοπό να πιστοποιήσει και να διαφοροποιήσει τα τοπικά και παραδοσιακά προϊόντα του νησιού, για αύξηση των κερδών των μελών και την διατήρηση τους μετέπειτα. Στην ουσία, επιθυμεί την συνεργασία με συγκεκριμένες αγορές, υψηλών εισοδημάτων του εξωτερικού αλλά και στην τουριστική αγορά της Σαντορίνης. Συγκεκριμένα, το 2009 προώθησε τους οίνους ΠΟΠ Σαντορίνη στην Αμερικάνικη αγορά με την ονομασία << Wines from Santorini>> με στόχο την καθιέρωση του brand Santorini ως premium οίνο υψηλής ποιότητας. Έπειτα, κατάφερε να επεκτείνει τα τοπικά προϊόντα του νησιού για να καλύψει όλα τα προϊόντα της θηραϊκής γης (οίνος, τοματάκι, φάβα). Επιπλέον, προωθεί τη γαστρονομική ταυτότητα του νησιού καθώς διαφημίζει τα τοπικά προϊόντα που διαθέτει το νησί, όπως διάφορες ποικιλίες πελτέ, σάλτσα ντομάτας με βαλσάμικο, προδόρπιο, κάπαρη, καπαρόφυλλα, παραδοσιακά γλυκά σταφύλι και τοματάκι, κουφέτο Σαντορίνης. Βέβαια, όλα τα προϊόντα διαφημίζονται και προωθούνται κάτω από το κοινό brand name <<Σαντορίνη>>. Τέλος, η Ένωση διαθέτει εξειδικευμένο προσωπικό που επεξεργάζεται τα προϊόντα, μελετά τον εκσυγχρονισμό των τεχνικών καλλιέργειας και διατηρεί φυτώρια γηγενών ποικιλιών (Τσακοπούλου, 2022).

Η Σαντορίνη, συνδυάζει την πλούσια αγροτική παράδοση με την μεγάλη τουριστική της βάση. Το νησί, με την ξεχωριστή καλντέρα, που ξεχωρίζει ως εμπορικό σήμα από μόνο του, προσελκύει τουρίστες από όλο τον κόσμο και από όλες τις εισοδηματικές κατηγορίες. Κυρίως, τα τελευταία χρόνια στη Σαντορίνη, έχουν εφαρμοστεί πολιτικές

για την ενίσχυση των δεσμών μεταξύ του τουρισμού και του αγροδιατροφικού τομέα στο νησί. Ένα από τα πιο σημαντικά έργα που εφαρμόστηκαν στο νησί ήταν το Ελληνικό Πρωινό, μια πρωτοβουλία του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος το 2010, με στόχο τον εμπλουτισμό του πρωινού που προσφέρεται από τα ελληνικά ξενοδοχεία με τοπικά προϊόντα και πιάτα. Ωστόσο, μέχρι στιγμής η πρόοδος του συγκεκριμένου έργου ήταν αργή. Στόχος του νησιού είναι να δημιουργηθεί ένα πιστοποιημένο δίκτυο εστιατορίων, ξενοδοχείων, τοπικών παραγωγών και καταστημάτων που θα προσφέρουν στους επισκέπτες μια γεύση από την Αιγαιοπελαγίτικη κουζίνα (Skordili & Tsakoprouou, 2019).

Σύμφωνα με την Λαμπράκη (2015), χάρη στις λεπτομερείς περιγραφές του Francois Richard, όπου είχε ταξιδέψει στο νησί το (1964) και είχε τονίσει ότι το νησί αυτό παράγει κριθάρι σε άριστη ποιότητα, άφθονα φασόλια και ένα είδος σπόρων που οι ντόπιοι είχαν ονομάσει αρακά και οι Ιταλοί faveta, έχουν γίνει γνωστές οι άνυδρες καλλιέργειες του νησιού. Επίσης, οι κάπαρες αποτελούν γαστρονομία της Σαντορίνης, όπου συναντώνται στα βράχια της Καλντέρας. Η φάβα Σαντορίνης είναι ένα από τα πιο σημαντικά προϊόντα στο νησί και το τοπικό φαγητό της Σαντορίνης. Η φάβα προέρχεται από το *lathyrus clymenum*, μια τοπική ποικιλία κίτρινου μπιζελιού (δεν πρέπει να συγχέεται με αυτό που οι Άγγλοι γνωρίζουν ως φασόλια). Σύμφωνα με τα αρχαιολογικά ευρήματα της Εποχής του Χαλκού, η εκμετάλλευση της φάβας αναπτύσσεται σταθερά και αποκλειστικά στο νησί για περισσότερα από 3.500 χρόνια (διαθέσιμο <https://www.santoriniholidaycars.com/santorini-local-food/>).

Η φάβα της Σαντορίνης είναι γνωστή τόσο για την νοστιμιά της όσο και για το εύκολο μαγείρεμα της, ενώ κάθε χρόνο στο νησί καλλιεργούνται 18-20 στρέμματα και η τελική παραγωγή είναι τέσσερις με πέντε τόνους, Λαμπράκη (2015). Επιπλέον, όπως αναφέρει η Λαμπράκη (2015), οι ντόπιοι της Σαντορίνης εξαιτίας των απότομων ακτών του νησιού, αναγκάστηκαν να ασχοληθούν περισσότερο με την καλλιέργεια της γης τους, παρά με την αλιεία και το ψάρεμα. Το γεγονός αυτό, έστρεψε την προσοχή τους στο <<ψάρι του βουνού>> τον μπακαλιάρo, όπου έχει τη φήμη του ψαριού των φτωχών. Ωστόσο, ο Γιώργος Χατζηγιαννάκης όπου είναι γνώστης και δημιουργός της Σαντορινιάς κουζίνας και ιδιοκτήτης συστήνει οι τουρίστες να δοκιμάζουν τα <<Ψαρόλια>>, τα μικρά λιαστά ψαράκια καθώς και το λευκόσαρκο σαλάχι σκορδαλιά. Ένα ακόμη εξαιρετικό προϊόν που θα δοκιμάσει κανείς μόνο στη Σαντορίνη καθώς η παραγωγή του είναι ελάχιστη και δεν επιτρέπουν

την εξαγωγή του, είναι το χλωροτύρι. Πρόκειται για ένα κρεμώδες, κατσικίσιο τυρί, με ξινή γεύση, που απλώνεται επάνω σε ψωμί η τοποθετείται στην γνωστή Σαντορινιά σαλάτα. Επιπρόσθετα, τα ντοματάκια Σαντορίνης, εμφανίστηκαν στο νησί πιο αργά συγκριτικά με τα υπόλοιπα προϊόντα, μόλις το 1875. Οι παλιοί έλεγαν ότι οι πρώτοι σπόροι έφθασαν στο νησί από το Σουέζ. Εκεί σταματούσαν τα καράβια των σαντορινιών καπετάνιων για ανεφοδιασμό και έτσι οι ναυτικοί γεύτηκαν τα ντοματάκια και αποφάσισαν να τα πάρουν μαζί τους πίσω στο νησί. Έτσι, έφθασαν στη Σαντορίνη τα ντοματάκια, τα οποία προσαρμόστηκαν εύκολα στο ιδιόμορφο έδαφος του νησιού, τους ανέμους και τις υψηλές θερμοκρασίες του. Στις αρχές του 20^{ου} αιώνα η ντομάτα αποτελεί σημείο αναφοράς του νησιού. Στο νησί καλλιεργούνταν 20.000 στρέμματα ξερικής και άνυδρης τομάτας και λειτουργούσαν 14 εργοστάσια που την μετέτρεπαν σε τοματοπολτό. Σήμερα, λόγω της ραγδαίας τουριστικής ανάπτυξης, καλλιεργούνται πολύ λίγα στρέμματα και μόνο η Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών και ο Παύλος-Πέτρος Οικονόμου τυποποιούν το διασημότερο προϊόν του νησιού. Οι επισκέπτες, αξίζει να δοκιμάσουν τους κλασσικούς ντοματοκεφτέδες ή ψευτοκεφτέδες της Σαντορίνης, φτιαγμένους από την πολτοποιημένη σάλτσα της ξερικής ντομάτας (Λαμπράκη, 2015 ·Φουστέρη, 2018).

Επίσης, πολύ γνωστό και παραδοσιακό προϊόν της Σαντορίνης αποτελεί η λευκή μελιτζάνα η οποία, έχει πολύ λίγους σπόρους, δεν απορροφά πολύ λάδι όταν τηγανίζεται και έχει ιδιαίτερα γλυκιά γεύση. Επιπλέον, το κατσούνι είναι όνομα που δίνουν οι ντόπιοι για τα αγγούρια που καλλιεργούνται στη Σαντορίνη. Είναι μεγαλύτερο από το κοινό αγγούρι, έχει παχύτερο δέρμα και περισσότερους σπόρους. Τα μελιτήνια είναι γλυκό κέρασμα που προσφέρεται σε διάφορες γιορτές και γάμους. Το κουφέτο, είναι ωστόσο το πιο διάσημο παραδοσιακό γλυκό του νησιού γίνεται μόνο με μέλι και αμύγδαλο. Αυτά τα συστατικά θεωρούνται συμβολικά για το μέλλον του ζευγαριού. Τέλος, η Σαντορίνη είναι ιδιαίτερα γνωστή και φημισμένη για της υψηλής ποιότητας κρασιά της που έγιναν παγκοσμίως γνωστά υπό την επιρροή των Ενετών. Τα πιο γνωστά κρασιά που παράγονται στο νησί είναι το Ασύρτικο, το Αθήρι, το Αηδάνι, η Μανδηλαριά και το Μαυροτράγανο (διαθέσιμο <https://www.santoriniholidaycars.com/santorini-local-food/>).

3.3 Η Γαστρονομία της Πάρου

Το νησί της Πάρου, ανήκει στο νησιωτικό σύμπλεγμα των Κυκλάδων και αποτελεί έναν από τους πιο δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς στην Ελλάδα. Το νησί βρίσκεται γειτονικά με τη Νάξο και είναι το τρίτο μεγαλύτερο νησί των Κυκλάδων, μετά την Άνδρο και τη Νάξο. Επίσης είναι το τρίτο σε δημοτικότητα μετά τη Σαντορίνη και τη Μύκονο. Η Πάρος, θεωρείται ένα από τα ομορφότερα νησιά των Κυκλάδων και χαρακτηρίζεται από τις πολλές παραλίες αλλά και τα γραφικά χωριουδάκια της: Παροικιά, Νάουσα, Λεύκες και Μάρπησσα. Η τουριστική ανάπτυξη του νησιού έχει τροποποιήσει σε μεγάλο βαθμό τη ζωή των κατοίκων του νησιού, καθώς φτωχοί αγρότες και ψαράδες έχουν αποκτήσει και άλλες επαγγελματικές δραστηριότητες καθώς η διοίκηση έχει δημιουργήσει υποδομές σε λιμάνια και δρόμους. Η ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών έχει οδηγήσει στην ανάπτυξη καταλυμάτων, εστιατορίων και στην οικονομική εκμετάλλευση των παραλιών (Prokopiou, Giannopoulos, Anagnostellos, Tselentis a& Mavridoglou, 2019).

Το νησί της Πάρου, πριν την τουριστική ανάπτυξη, οικονομικά ευημερούσε από την γεωργία και την αλιεία, ενώ τα τελευταία χρόνια η αμπελοκαλλιέργεια και η παραγωγή κρασιού γνώρισαν σημαντική ανάπτυξη. Το κεντρικό λιμάνι της Πάρου, αποτελεί τουριστικό κέντρο και πρωτεύουσα του νησιού, η Παροικιά η οποία βρίσκεται στην δυτική ακτή. Το δεύτερο τουριστικό κέντρο της Πάρου αποτελεί η Νάουσα, ένα γραφικό ψαροχώρι χτισμένο γύρο από ένα παλιό ενετικό λιμάνι. (Όσον αφορά τη γαστρονομία της Πάρου, διαθέτει άψογη εστίαση, μεγάλη ποικιλία παραδοσιακών φαγητών και δεκάδες συνταγές. Τα εστιατόρια του νησιού, προσφέρουν υψηλές υπηρεσίες και προσιτές τιμές (Prokopiou & Tselentis, 2022).

Η γαστρονομία της Πάρου, επικεντρώνεται στα τοπικά και παραδοσιακά πιάτα που είναι άμεσα συνυφασμένα με την πολιτιστική ιστορία του νησιού και αποφεύγει τυχόν μιμητισμό με ξενόφερτα πρότυπα. Οι επισκέπτες του νησιού, έχουν την δυνατότητα να γευτούν Παριανά προϊόντα τα οποία μπορούν να προμηθευτούν είτε από μαγαζιά με τοπικά προϊόντα, είτε από σούπερ μάρκετ. Η Πάρος, φημίζεται κυρίως για τα ιδιαίτερα τυριά της, κυρίως για την ξινομυζήθρα, το τουλουμοτύρι, το λαδοτύρι, το ανθότυρο και άλλα πολλά τα οποία παράγονται από τον Αγροτικό Συνεταιρισμό Πάρου και ένα ιδιωτικό τυροκομείο. Στο νησί εκτρέφονται 800

αγελάδες και 5000 πρόβατα σε μικρές εκμεταλλεύσεις. Η γραβιέρα της Πάρου έχει προωθηθεί πολύ τα τελευταία χρόνια ενώ το κεφαλοτύρι ή κεφαλάκι είναι το παραδοσιακό σκληρό τυρί του νησιού που για αρκετό καιρό βρίσκεται στην άρμη και ανάλογα με το που θα παλαιωθεί, στο λάδι ή στο κρασί θα πάρει και την αντίστοιχη ονομασία λαδοτύρι ή κρασοτύρι (διαθέσιμο <https://www.greekgastronomyguide.gr/item/tyria-parou/>).

Επιπλέον, οι μελισσοπαραγωγοί προωθούν το δικό τους θυμαρίσιο μέλι το οποίο πωλείται στα τοπικά μαγαζιά του νησιού κυρίως τον Ιούλιο και τον Αύγουστο. Το μέλι της Πάρου, είναι άριστης ποιότητας και γι' αυτόν τον λόγο εξαντλείται πολύ γρήγορα. Η Πάρος, διαθέτει πολλούς αμπελώνες οι οποίοι προσφέρουν στο νησί κρασιά με Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης (ΠΟΠ), τα πιο γνωστά είναι αυτά της ερυθρής Μανδηλαριάς και της λευκής Μονεμβασιάς(διαθέσιμο <http://www.aboutparos.gr/what-to-do-in-paros/local-products.php>,). Παράλληλα, το νησί προσφέρει τη φημισμένη σούμα ένα δυνατό ποτό το οποίο προέρχεται από τα (τσάμπουρα) των σταφυλιών. Στην ουσία πρόκειται για την παραδοσιακή ρακί του νησιού, που είναι προϊόν πρώτης απόσταξης σταφυλιών (διαθέσιμο <https://www.argiro.gr/2019/06/ta-glyka-tis-parou-oles-oi-afthentikes-syntages-kai-istoria-tous/>). Ένα προτεινόμενο φυτό για την Πάρο είναι η κάππαρη, η οποία θεωρείται φαρμακευτικό και αρωματικό φυτό και συναντάται συχνά σε πολλές παριανές συνταγές (Επιχειρησιακό Σχέδιο Αγροτικής Ανάπτυξης 2014-2020).

Επιπλέον, όσον αφορά τις δενδρώδης καλλιέργειες της Πάρου, φημίζεται για την ελαιοκαλλιέργειά της. Ο καρπός που παράγεται χρησιμοποιείται κυρίως για την παραγωγή του ελαιόλαδου (Επιχειρησιακό Σχέδιο Αγροτικής Ανάπτυξης 2014-2020). Γενικότερα, η Παριανή κουζίνα είναι εμπλουτισμένη με ψάρια και σούπες, με πιο διαδεδομένη την τοπική κακαβιά, τις γευστικές αστακομακαρονάδες αλλά και τη <<γούνα>>, κολίο που από τον ήλιο στεγνώνει και ψήνεται στα κάρβουνα, όπως και το λιαστό χταπόδι στα κάρβουνα που συνοδεύεται με παριανή σούμα και τοπικό τσίπουρο (διαθέσιμο <https://www.athenshotspots.gr/2021/07/paros-queen-of-cyclades.html>). Ακόμη, η λακέρδα παστή ή σουσι Παριανό είναι ένα σύνθητες πιάτο του νησιού που αποτελείται από ψάρι λακέρδα που παστώνεται με αλάτι. Είναι εκλεκτός μεζές για σούμα (τοπικό απόσταγμα) και όλοι οι ντόπιοι το προτιμούν (διαθέσιμο <https://www.argiro.gr/2019/06/paros-kai-gastronomia-pariani-kouzina/>). Επίσης, τα καλαμάρια γεμιστά είναι ένα νόστιμο και σύνθητες πιάτο της Πάρου όπως

και οι καράβολοι σκορδαλιά όπου είναι από τα πιο παραδοσιακά και χαρακτηριστικά εδέσματα του νησιού. Η λέξη καράβολα στην Πάρο συμβολίζει τα μεγάλα σαλιγκάρια. Οι τουρίστες μπορούν να βρουν το συγκεκριμένο πιάτο στο ορεινό χωριό του νησιού τις Λεύκες, διότι είναι η αγαπημένη συνταγή των Λευκιανών, οι οποίοι εξέφρασαν την αγάπη τους για το πιάτο αυτό με το λαϊκό πανηγύρι που γίνεται κάθε φορά, το πρώτο Σάββατο μετά τη γιορτή της Παναγίας τον 15 Αύγουστο (διαθέσιμο <https://www.greekgastronomyguide.gr/paros/>). Επιπρόσθετα, το σαλατούρι είναι ένα έδεσμα που συναντάται στην Πάρο και παρασκευάζεται από το ψαχνό του σαλαχιού και συνοδεύεται με δροσερή σούμα (Επιχειρησιακό Σχέδιο Αγροτικής Ανάπτυξης 2014-2020).

Επιπλέον, όσον αφορά την Παριανή κουζίνα, τα όσπρια και κυρίως η καλλιέργεια των ρεβιθιών γινόταν από τα αρχαία χρόνια και αποτελεί το πιο διαδεδομένο όσπριο της Πάρου, διότι η ανάγκη του συγκεκριμένου φυτού σε νερό είναι μικρή και έτσι ανταποκρίνεται στο άνυδρο περιβάλλον του νησιού. Η ρεβιθάδα στο νησί αποτελεί βασικό πιάτο και σερβίρεται, στα οικογενειακά τραπέζια κάθε Κυριακή, στα πανηγύρια και στις γιορτές ως πρώτο πιάτο. (Οι ρεβιθοκεφτέδες της Πάρου παρασκευάζονται πάντα τη Δευτέρα και αυτό διότι οι ντόπιοι αξιοποιούν το περίσσειμα των ρεβιθιών από το Κυριακάτικο τραπέζι. Επιπλέον, η στραπατσάδα ή κοσκοσέλα, είναι ένα γρήγορο γεύμα με ντομάτες και αυγά. Το κολοκυθόριζο στο φούρνο είναι ίσως από τις παλαιότερες συνταγές του νησιού και παρασκευάζεται από κίτρινη κολοκύθα και σταρένιο ρύζι (διαθέσιμο <https://www.argiro.gr/2019/06/paros-kai-gastronomia-pariani-kouzina/>).

Η πατούδα δηλαδή το κατσικάκι γεμιστό με ρύζι, συκωτάκια, τυρί και σταφίδες αποτελεί τοπικό πιάτο της Πάρου (Η κουζίνα της Πάρου). Επίσης, τα παριανά σύκα, γνωστά ως <<σαμωτά>> και στην Πάρο τα ξεχωρίζουν στα κοκκινόσυκα, τα μαυρόσυκα, τα αντελωνικά, τα λευκά και τα πρασινόσυκα. Το σουσάμι αποτελεί μια ακόμη καλλιέργεια και χρησιμοποιείται για το ψωμί, τα παστέλια και για να συνοδεύει με το μέλι τα ραφιόλια, τους λουκουμάδες και τις δίπλες (Επιχειρησιακό Σχέδιο Αγροτικής Ανάπτυξης 2014-2020).

Τα γλυκά του κουταλιού και οι παραδοσιακοί ζαχαρομπακλαβάδες που σερβίρονται κυρίως στους γάμους, είναι από τα πιο διαδεδομένα γλυκά του νησιού (διαθέσιμο <https://www.greekgastronomyguide.gr/paros/>). Επίσης, η μυζηθρόπιτα αποτελεί

παραδοσιακό γλυκό της Πάρου και παρασκευάζεται από μυζήθρα, μέλι, μαστίχα και κανέλα και σερβίρεται κυρίως τις απόκριες που ξεκινούσε η περίοδος τυροκόμισης στο νησί όπως επίσης και τα ραφιόλια όπου συναντώνται όλο τον χρόνο στα ζαχαροπλαστεία και στους φούρνους του νησιού. Τέλος, τα σκαλτσούνια όπου είναι νηστίσιμο γλυκό της Πάρου και φτιάχνεται από πολύ λεπτό φύλλο, καρύδι, μέλι, σουσάμι και μπαχαρικά στη γέμιση. Παρασκευάζεται κυρίως την περίοδο των Χριστουγέννων αλλά και σε περιόδους νηστείας. (διαθέσιμο <https://www.argiro.gr/2019/06/ta-glyka-tis-parou-oles-oi-afthentikes-syntages-kai-istoria-tous/>).

Επιπλέον, το νησί της Πάρου προσφέρει την επιλογή στους τουρίστες να απολαύσουν κρουαζιέρες αυθημερόν στα γύρο νησιά (Νάξο, Κουφονήσια, Δήλο-Μύκονο, Αμοργό), για να θαυμάσουν το ηλιοβασίλεμα, αλλά και τον γύρο του νησιού της Πάρου με δυνατότητα πρόσβασης σε σπηλιές, που μόνο με το караβάκι μπορεί να τις επισκεφθεί κάποιος, ενώ παράλληλα, προσφέρουν στους επισκέπτες και φαγητό με τοπικά προϊόντα. Επίσης, η Πάρος διαθέτει οινοποιεία, ένα από τα πιο διαδεδομένα είναι το οινοποιείο Μωραΐτης από το 1910, καλλιεργεί τοπικές ποικιλίες και μπορούν να το επισκεφθούν οι τουρίστες. Επιπλέον, διαθέτει το Πάριον Τυροκομείο πάνω από τους λόφους του Λογαρά, που ο ιδιοκτήτης του έχει ως σκοπό την προώθηση και ανάδειξη της πρωτογενούς παραγωγής και των παριανών προϊόντων. Επίσης, το νησί παράγει και την δικιά του μύρα και οι επισκέπτες έχουν την δυνατότητα να περιηγηθούν στην Μικροζυθοποιία της Πάρου και να πληροφορηθούν για την τοπική μύρα 56 isles, η οποία κατασκευάζεται από παριανό κριθάρι και έχει αναδειχθεί μία από τις έξι καλύτερες μύρες του κόσμου. Τέλος, στο νησί υπάρχει ο Αγροτικός Συνεταιρισμός που μπορεί να επισκεφθούν οι τουρίστες καθώς και πολλά μελίσσια και παραγωγή μελιού, όπου οι επισκέπτες μπορούν να παρακολουθήσουν δίπλα τους ολόκληρη την διαδικασία παραγωγής των τοπικών παριανών προϊόντων (διαθέσιμο <http://www.aboutparos.gr/what-to-do-in-paros/local-products.php>).

Οι ντόπιοι κάτοικοι υποστηρίζουν ότι πέραν από τους καλοκαιρινούς μήνες, αξίζει να επισκεφθεί κάποιος το νησί της Πάρου και τον Οκτώβρη- Νοέμβρη για τα καζάνια, δηλαδή τη διαδικασία παραγωγής της σούμας τους. Επίσης, το Πάσχα το νησί της Πάρου και συγκεκριμένα την Μεγάλη Παρασκευή μετά την Αποκαθήλωση του Κυρίου, όλοι οι ντόπιοι του χωριού Προδρόμου συγκεντρώνονται στο Σύλλογο και τρώνε παραδοσιακά παριανά φαγητά και συγκεκριμένα την γνωστή ρεβυθάδα στον

σκούνταβλο (διαθέσιμο <http://www.aboutparos.gr/what-to-do-in-paros/local-products.php>). Γενικότερα, το νησί της Πάρου διαθέτει μεγάλη ποικιλία στον τρόπο παρασκευής των αγαθών με αποτέλεσμα η κουζίνα του νησιού να είναι ξεχωριστή και αρκετά δელεαστική για τους τουρίστες. Στο νησί, οι ντόπιοι προκειμένου να αναδείξουν την γαστρονομία τους, οργανώνουν διάφορα πανηγύρια στα οποία οι επισκέπτες μπορούν να αναβιώσουν παλιά έθιμα, να δοκιμάσουν το τοπικό κρασί και τοπικούς μεζέδες. Ένα πολύ γνωστό πανηγύρι είναι αυτό που οργανώνεται στο τέλος του καλοκαιριού το πρώτο Σάββατο μετά το Δεκαπενταύγουστο και είναι γνωστό με την ονομασία η γιορτή του Καράβουλα στις Λεύκες. Συγκεντρώνονται οι ντόπιοι μαζί με τους επισκέπτες και δοκιμάζουν τους караβόλους με σκορδαλιά και πατάτες, παριανά τυριά, ρεβίθια, τοπικό κρασί και άφθονη σούμα με μουσική και χορό. Επιπλέον, εκτός από τα πανηγύρια, ορισμένοι ντόπιοι προκειμένου να προωθήσουν τη γαστρονομία τους, οργανώνουν μαθήματα μαγειρικής σε παραδοσιακά, τοπικά προϊόντα. Σημαντικό ρόλο διαδραμάτισε και η προβολή του Ελληνικού Πρωινού της Πάρου το έτος 2017 σε τοπικό ξενοδοχείο, αλλά και το 2018 στην HORECA όπου παρουσιάστηκαν όλα τα τοπικά γαστρονομικά προϊόντα της Πάρου καθώς και οι συνταγές τους (Καλπάκογλου, 2021).

Συγχρόνως, το 2018 η γνωστή σεφ Παριανής καταγωγής Αργυρώ Μπαρμπαρίγου, συνεργατικά με τη Λέσχη Αρχιμαγείρων Κυκλάδων και Δωδεκανήσου, παρουσίασαν στο νησί, τη δράση << Οι μαμάδες του Αιγαίου γνωρίζουν καλύτερα- Aegean mamas know best>>. Για το σκοπό αυτό, ενεργοποιήθηκαν οι γυναικείοι σύλλογοι της Πάρου και παρουσίασαν διάφορες παραδοσιακές συνταγές και παρασκευές από τον τόπο τους, ένα γαστρονομικό πλούτο. Τέλος, στη διαφήμιση και προώθηση του νησιού συνέβαλε και το φεστιβάλ << Διαδρομές στη Μάρπησσα>>, όπου οι τουρίστες είχαν την ευκαιρία να γνωρίσουν την τοπική κουζίνα της Πάρου, τα έθιμα του νησιού και την κουλτούρα του νησιού (Καλπάκογλου, 2021).

Κεφάλαιο 4: Μεθοδολογία Έρευνας

4.1 Δείγμα Έρευνας και Εργαλείο Έρευνας

Ο όρος «ποιοτική συνέντευξη» αναφέρεται στις σε βάθος συνεντεύξεις και αποτελεί ίσως την πιο διαδεδομένη μέθοδο συλλογής/παραγωγής ποιοτικών ερευνητικών δεδομένων στην εκπαιδευτική, κοινωνική και ψυχολογική έρευνα (Ισαρη & Πουρκός). Στην εργασία επιλέχθηκε η μέθοδος των συνεντεύξεων καθώς πρόκειται για μια βιωματική εμπειρία των ερωτώμενων και καταγραφή των απόψεων και των αντιλήψεων τους. Ο πληθυσμός της έρευνας είναι οι επιχειρηματίες στον τομέα της εστίασης της Σαντορίνης και της Πάρου. Το δείγμα αποτέλεσαν οκτώ επιχειρηματίες, ανταποκρίθηκαν όλοι θετικά στο να συμμετάσχουν στην έρευνα. Το δείγμα είναι δείγμα σκοπιμότητας καθώς επιλέχθηκε σκόπιμα ώστε να έχει τη γνώση, τα χαρακτηριστικά και τη θέληση να του δώσει πιο ολοκληρωμένες και σε βάθος απαντήσεις στα ερευνητικά ερωτήματα (Manyzoukas, 2007). Έγιναν δομημένες συνεντεύξεις εις βάθος έχοντας ένα σύνολο προκαθορισμένων ερωτήσεων ώστε να υπάρχει ένας οδηγός για τα θέματα που είναι σημαντικά να καλυφθούν στο πλαίσιο της συνέντευξης.

Οι ερωτήσεις της συνέντευξης προέκυψαν από την βιβλιογραφική επισκόπηση, υιοθετήθηκαν ή τροποποιήθηκαν από τις έρευνες των Λεγάκη, Μ. (2021), Σύντυχάκη, Ε. (2017), Αντωνοπούλου, Α. (2020) & ΚΑΜΠΟΥΡΑΚΗΣ, Ε. (2021) και απαντούν στα ερευνητικά ερωτήματα που τέθηκαν. Οι ερωτήσεις που πραγματοποιήθηκαν είχαν ως στόχο να διερευνήσουν τη γαστρονομία της Σαντορίνης και της Πάρου, τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρηματίες καθώς και τρόπους για την προώθηση του γαστρονομικού τουρισμού στα δύο αυτά νησιά.

Οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να απαντήσουν σε 10 ερωτήσεις:

Ερώτηση 1^η: Ποια είναι τα τοπικά παραδοσιακά προϊόντα πρωτογενούς και δευτερογενούς παραγωγής που είναι χαρακτηριστικά της Σαντορίνης/ Πάρου;

Ερώτηση 2^η: Ποιοι παράγοντες επηρεάζουν τον όγκο της παραγωγής και κατανάλωσης τροφίμων στο πλαίσιο του τουρισμού στα νησιά Σαντορίνη, Πάρο;

Ερώτηση 3^η: Σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι τα παραδοσιακά προϊόντα της Σαντορίνης/Πάρου έχουν ενταχθεί στην κουζίνα των εστιατορίων και των ξενοδοχείων του νησιού;

Ερώτηση 4^η: Ποια είναι τα βασικά προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι τοπικές επιχειρήσεις του τομέα της γαστρονομίας;

Ερώτηση 5^η: Τα γεύματα στο εστιατόριο σας ή στο ξενοδοχείο σας είναι βασισμένα σε τοπικά προϊόντα;

Ερώτηση 6^η: Οι τουρίστες που επισκέπτονται και προτιμούν το νησί σας, δοκιμάζουν τα παραδοσιακά προϊόντα και την τοπική κουζίνα της Σαντορίνης/Πάρου;

Ερώτηση 7^η: Ποιες είναι οι επιδράσεις του γαστρονομικού τουρισμού στην τοπική οικονομία;

Ερώτηση 8^η: Σε ποιο βαθμό τα τοπικά προϊόντα μπορούν να εξασφαλίσουν μία ξεχωριστή τουριστική ταυτότητα στο νησί;

Ερώτηση 9^η: Ποιες δράσεις θα μπορούσαν να γίνουν στο νησί για την ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού;

Ερώτηση 10^η: Ποια είναι τα εμπόδια για την προώθηση του γαστρονομικού τουρισμού στο νησί;

Στη συνέχεια έγινε οπτική αναπαράσταση των απαντήσεων των ερωτώμενων. Για την οπτική αναπαράσταση χρησιμοποιήθηκαν σύννεφα λέξεων και έγινε με χρήση ελεύθερου λογισμικού στο διαδίκτυο: <https://fungenerators.com/word-cloud/>. Πριν την οπτική αναπαράσταση, έγινε καθαρισμός των δεδομένων και αφαιρέθηκαν οι λέξεις τερματισμού (stop words). Οι λέξεις τερματισμού είναι λέξεις τόσο κοινές που μπορούν να αφαιρεθούν χωρίς να αλλοιωθεί σημαντικά το νόημα ενός κειμένου. Η κατάργηση λέξεων τερματισμού είναι χρήσιμη όταν κάποιος θέλει να ασχοληθεί μόνο με τις πιο σημαντικές σημασιολογικά λέξεις σε ένα κείμενο και να αγνοήσει λέξεις που δεν είναι σημαντικές σημασιολογικά, όπως άρθρα και προθέσεις (Kydros & Vrana, 2022).

4.2 Ερευνητικά Ερωτήματα

Από την παρούσα εργασία, προέκυψαν ερευνητικά ερωτήματα τα οποία είναι τα εξής:

- α) Ποια είναι η γαστρονομική ταυτότητα των νησιών της Σαντορίνης και της Πάρου
- β) Ποια είναι τα βασικά προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι τοπικές επιχειρήσεις του τομέα της γαστρονομίας
- γ) Ποιες είναι οι επιδράσεις του γαστρονομικού τουρισμού στην τοπική οικονομία
- δ) Ποιες δράσεις μπορούν να γίνουν για την ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού

4.3 Δεοντολογία Έρευνας

Είναι απαραίτητο να επισημανθεί ότι για την εκπόνηση των συνεντεύξεων καταβλήθηκε όλη η δυνατή προσπάθεια ώστε να τηρηθούν όλοι οι κανόνες ηθικής και δεοντολογίας που πρέπει να ακολουθήσει μία τέτοια έρευνα. Συγκεκριμένα, προτού πραγματοποιηθούν οι συνεντεύξεις, υπήρξε προσωπική επικοινωνία με τους ίδιους, ώστε να ληφθεί η έγκρισή τους, σχετικά με την συμμετοχή τους στην έρευνα, εξασφαλίζοντας τους ότι δεν πρόκειται να γνωστοποιηθεί η ταυτότητα και τα προσωπικά τους στοιχεία, όπως και τα στοιχεία της επιχείρησής τους, εφόσον δεν το επιθυμούσαν οι ίδιοι. Για τις ανάγκες της έρευνας έγινε με σύμφωνη γνώμη των ερωτώμενων μαγνητοφώνηση και στη συνέχεια απομαγνητοφώνηση και καταγραφή των απαντήσεων των ερωτώμενων.

Κεφάλαιο 5: Ευρήματα

5.1 Αποτελέσματα Συνεντεύξεων

Η πρώτη ερώτηση είχε σκοπό να καταγράψει ποια είναι τα τοπικά παραδοσιακά προϊόντα πρωτογενούς και δευτερογενούς παραγωγής που είναι χαρακτηριστικά της Σαντορίνης/ Πάρου

E1: *«Εγώ, διατηρώ εδώ και 30 χρόνια το εστιατόριο Alexander στο Καμάρι Σαντορίνης και προσφέρω όμορφες παραδοσιακές γεύσεις στους τουρίστες. Αρχικά, το πιο γνωστό και περί συζητημένο προϊόν της Σαντορίνης είναι η φάβα, η οποία καλλιεργείται εδώ και 3500 χρόνια. Έπειτα, είναι το σταφύλι όπου η παραγωγή του χρονολογείται 4000 χρόνια πριν. Επίσης, το ζακουστό τοματίνι Σαντορίνης, όπου υπάρχουν στο νησί 11 εργοστάσια επεξεργασίας και είναι όλα άνυδρα. Η κάπαρη και το φραγκόσυκο είναι επίσης πρωτογενή παραδοσιακά προϊόντα του νησιού και χρησιμοποιούνται κυρίως στις σαλάτες. Τέλος, έχουμε και την λευκή μελιτζάνα η οποία καλλιεργείται μόνο στο νησί μας και είναι γλυκιά.»*

E2: *«Αρχικά, εγώ έχω το εστιατόριο ξενοδοχείου Αστερίας στην Πάρο και ως γνώστης της γαστρονομίας θεωρώ ότι, τα τοπικά προϊόντα του νησιού είναι η σούμα ή αλλιώς τσικουδιά, επίσης φημίζεται για την ξινομυζήθρα και τα ωραία τυριά της, όπως και για την κάπαρη. Έχει ωραία κρασιά και το πιο γνωστό οινοποιείο είναι ο Μωραϊτης όπου παλαιότερα τα κρασιά του είχαν βραβευθεί.»*

E3: *«Αρχικά, αρκετά γνωστό θα έλεγα ότι είναι το κρασί του νησιού μας, έχουμε επίσης πολλά ωραία τυριά όπως ξινομυζήθρα και κεφαλοτύρι. Παριανά ψάρια τα οποία τα μαγειρεύουμε κυρίως γεμιστά, ενώ από την παραγωγή του νησιού δεν λείπουν και οι πατάτες. Γενικά εδώ στο νησί ασχολούμαστε κυρίως με την γεωργία και την αλιεία. Το μέλι μας και κυρίως το θυμαρίσιο είναι πολύ διαδεδομένο. Τέλος, η κάπαρη η οποία χρησιμοποιείται στα φαγητά και ιδιαίτερα στις σαλάτες για άρωμα.»*

E4: *«Πρώτα απ'όλα θα ήθελα να αναφερθώ στα παραδοσιακά γλυκά του νησιού της Πάρου όπου είναι κυρίως τα μυζηθοπιτάκια και τα σκαλτσούνια. Τα σκαλτσούνια, είναι νηστίσιμα και τα φτιάχνουν τα Χριστούγεννα αλλά και σε περιόδους νηστείας. Έπειτα, ένα παριανό γλυκό είναι τα αμυγδαλωτά με ζάχαρη, άχνη και ανθόνερο. Μετά*

πολύ γνωστό τοπικό προϊόν είναι ο οίνος μας και συγκεκριμένα τα κρασιά Μωραϊτής. Η Πάρος φημίζεται επίσης και για τα τυριά της, την γραβιέρα, το κεφαλοτύρι, τη μυζήθρα και άλλα πολλά. Επιπλέον, εδώ στο νησί παράγουμε και το δικό μας θυμαρίσιο μέλι με την πικάντικη γεύση. Τέλος, έχουμε και την δικιά μας τοπική μπύρα, την ‘‘56 isles’’ όπου είναι ζανθιά μπύρα.»

E5: «Η Πάρος, παράγει κρασιά, σούμα δηλαδή ρακί και διάφορα τυριά εκ των οποίων το πιο γνωστό είναι η ξινομυζήθρα. Επίσης, παράγει πολύ καλό θυμαρίσιο μέλι καθώς και ξίδι υψηλής ποιότητας 100% φυσικό.»

E6: «Το νησί της Σαντορίνης αρχικά παράγει τα περίφημα ντοματάκια Σαντορίνης. Καλλιεργούνται στο νησί 20.000 στρέμματα άνυδρης ντομάτας. Επίσης, το νησί είναι ξακουστό για την φάβα όπου η παραγωγή της φτάνει τους 5 τόνους περίπου. Εννοείται δεν μπορούμε να μην αναφέρουμε την κάπαρη η οποία απογειώνει γευστικά και αρωματικά όλα τα πιάτα. Τέλος, το νησί μας παράγει και ποιοτικό κρασί, λόγω της μεγάλης αμπελοργίας η οποία φημολογείται ότι υπήρχε από τα αρχαία χρόνια. Τα πιο γνωστά κρασιά μας είναι το Vinsanto το οποίο είναι παγκοσμίως γνωστό, το Ασύρτικο, το Αθήρι και από κόκκινα το Μαυροτράγανο.»

E7: «Το πιο ξακουστό προϊόν μας είναι το τοματάκι Σαντορίνης με μεγάλη ιστορία. Επίσης, η κάπαρη και η φάβα είναι τοπικά προϊόντα του νησιού και η κάπαρη χρησιμοποιείται σε πολλά φαγητά για να προσφέρει άρωμα και εντονότερη γεύση. Το γλυκό σταφύλι, το οποίο δεν είναι ιδιαίτερα διαδεδομένο αλλά είναι αυθεντικό γλυκό του νησιού, όπως και το φραγκόσυκο που το κάνουμε λικέρ. Τέλος, από οίνους έχουμε το Βινσάντο όπου είναι παραδοσιακό γλυκό κρασί και είναι ιδιαίτερα διαδεδομένο.»

E8: «Το πιο γνωστό προϊόν της Σαντορίνης θα έλεγα ότι είναι το τοματάκι της, το οποίο προέρχεται και ευδοκίμει από την άνυδρη γή του νησιού. Έπειτα, έχουμε ποικιλία τοπικών προϊόντων τόσο πρωτογενούς όσο και δευτερογενούς παραγωγής. Η φάβα Σαντορίνης εννοείται δεν θα μπορούσε να λείπει, η οποία είναι από τα αγαπημένα μας όσπρια, η κάπαρη όπου μπαίνει στα φαγητά για να προσφέρει επιπλέον μυρωδιά. Επίσης, η μελιτζάνα η λευκή και φυσικά το χλωροτύρι μας από κατσικίσιο ή αιγοπρόβειο γάλα. Δεν θα παραλείψω να αναφέρω και το δικό μας παρθένο ελαιόλαδο το Santolive. Τέλος, δεν γίνεται να παραλείψω τη μεγάλη αμπελοκαλλιέργεια που έχουμε στο νησί και παράγονται τα γνωστά κρασιά μας. Τα πιο γνωστά κρασιά μας

έκταση. Ένας ακόμη παράγοντας είναι ότι τα προϊόντα είναι ποιοτικά και α' ποιότητας. Τέλος, τα κρασιά είναι ευρέως διαδεδομένα σε όλο τον κόσμο και συγκεκριμένα το Vinsanto, το Ασύρτικο, το Μαυροτράγανο όπου είναι ερυθρό.»

E2: «Η παραγωγή δεν είναι ιδιαίτερα μεγάλη και δεν υπάρχουν πολλά παραδοσιακά καταστήματα που να προωθούν τα τοπικά προϊόντα της Πάρου. Στην ουσία, δεν γίνεται κάποια ιδιαίτερη προβολή και διαφήμιση των προϊόντων της. Οι τιμές στο νησί δεν είναι ιδιαίτερα υψηλές άλλα ούτε και πολύ οικονομικές, ωστόσο η Πάρος είναι προσιτό νησί.»

E3: «Ότι παράγει το νησί της Πάρου, μπορώ να πω πως οι τιμές είναι ικανοποιητικές. Οι τιμές γενικότερα επηρεάζουν την παραγωγή και την κατανάλωση τροφίμων. Ο γαύρος και η σαρδέλα για παράδειγμα δεν υπάρχουν στις θάλασσες τις Πάρου και έτσι είναι πιο ακριβά. Η παραγωγή μπορώ να πω πως είναι μικρή και όταν βλέπουν πως ένα προϊόν έχει ζήτηση ανεβάζουν την τιμή.»

E4: «Αρχικά, ένας παράγοντας είναι η ζήτηση των προϊόντων του νησιού από τους επισκέπτες. Επίσης, καταλυτικό ρόλο διαδραματίζει και η ηλικία των τουριστών του νησιού, καθώς άλλες ανάγκες και προτεραιότητες έχει ένας νέος άνθρωπος και άλλες ένας άνθρωπος μεγαλύτερης ηλικίας. Τέλος, η οικονομική κατάσταση των επισκεπτών είναι πολύ σημαντική και καθοριστική για τον όγκο παραγωγής και κατανάλωσης τροφίμων.»

E5: «Ο βασικός παράγοντας που επηρεάζει τον όγκο παραγωγής είναι ο καιρός. Για παράδειγμα αν το καλοκαίρι έχει υψηλές θερμοκρασίες και χαλάσουν τα αμπέλια τότε η παραγωγή κρασιού και ξιδιού θα μειωθεί κατά πολύ μάλιστα. Τώρα, ο βασικός παράγοντας για την κατανάλωση, είναι ο όγκος των τουριστών κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού. Όσο περισσότεροι τουρίστες, τόσο μεγαλύτερη κατανάλωση προϊόντων.»

E6: «Υπάρχει πολύ μεγάλη ανοικοδόμηση (ξενοδοχεία, σπίτια) και οι οδικές υποδομές δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν καθώς υπάρχει μεγάλη μάζωξη τουρισμού. Ένας ακόμη παράγοντας που επηρεάζει την παραγωγή και κατανάλωση τροφίμων είναι ο καιρός του νησιού. Επίσης, ο όγκος των τουριστών και η οικονομική τους άνεση.»

E7: «Ο καιρός θα έλεγα ότι επηρεάζει σημαντικά τον όγκο παραγωγής, δηλαδή η βροχή το χειμώνα θα επηρεάσει άμεσα τις καλλιέργειες. Ενώ οι επισκέπτες επηρεάζουν την

κατανάλωση τροφίμων. Αν το νησί έχει πληρότητα επισκεπτών τόσο περισσότερα τρόφιμα θα καταναλωθούν.»

E8: «Κατά τη γνώμη μου ένας βασικός παράγοντας που ενδέχεται να επηρεάσει την παραγωγή στο νησί είναι η κλιματική αλλαγή, η οποία μπορεί να αποβεί καταστροφική για τα αμπέλια μας. Επίσης, σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν και οι αφίξεις των τουριστών στο νησί, δηλαδή όσο περισσότεροι τουρίστες τόσο μεγαλύτερη παραγωγή και κατανάλωση τροφίμων.»



Αρχικά, όσον αφορά τους επιχειρηματίες της Σαντορίνης, ανέφεραν ότι η παραγωγή του νησιού είναι μικρή και δεν επαρκεί να καλύψει τον όγκο των τουριστών, ενώ παράλληλα ο καιρός επηρεάζει άμεσα τον όγκο της παραγωγής. Επίσης, οι υψηλές τιμές και η οικονομική άνεση των τουριστών σχετίζονται με την παραγωγή και την κατανάλωση των προϊόντων. Όσον αφορά τους επιχειρηματίες της Πάρου τόνισαν ότι η παραγωγή του νησιού δεν είναι πολύ μεγάλη και οι τιμές της είναι προσιτές. Ο καιρός ωστόσο, επηρεάζει την παραγωγή και κατανάλωση προϊόντων, όπως επίσης και η ηλικία των τουριστών, άλλη κατανάλωση κάνουν οι νέοι και άλλη οι τουρίστες μεγαλύτερης ηλικίας. Τέλος, ο όγκος των τουριστών και η οικονομική τους κατάσταση διαδραματίζει καταλυτικό ρόλο στην παραγωγή και κατανάλωση.

Η τρίτη ερώτηση έχει σκοπό να διερευνήσει τον βαθμό όπου οι επιχειρηματίες πιστεύουν ότι τα παραδοσιακά προϊόντα της Σαντορίνης/Πάρου έχουν ενταχθεί στην κουζίνα των εστιατορίων και των ξενοδοχείων του νησιού

E1: *«Τα προϊόντα του νησιού μας, έχουν ενταχθεί μόνο στα καλά εστιατόρια που αφορούν ένα μικρό μέρος του νησιού, τα λεγόμενα ακριβά εστιατόρια, διότι πρόκειται για υψηλής ποιότητας προϊόντα.»*

E2: *«Σε πολύ μικρό ποσοστό θα έλεγα διότι, τα προϊόντα δεν είναι αρκετά και δεν υπάρχουν τόσο εξειδικευμένα προϊόντα για να προωθηθούν. Ωστόσο εγώ από μεριάς μου προσπαθώ να τα προωθώ όσο μπορώ στο εστιατόριο.»*

E3: *«Έχουν ενταχθεί σε κάποιο βαθμό. Εμείς συγκεκριμένα έχουμε πατάτες, λάδια, ψάρια 90% παριανά. Ένα παραδοσιακό μαγαζί θα δουλέψει με παριανά προϊόντα, τα υπόλοιπα θα δουλέψουν περισσότερο με ελληνικά μεσογειακά και σε ένα πιο μικρό ποσοστό και με παριανά, καθώς δεν είναι ιδιαίτερα διαδεδομένα.»*

E4: *«Πιστεύω σε αρκετά μεγάλο βαθμό, τουλάχιστον στον ξενοδοχειακό τομέα της Πάρου. Στο ξενοδοχείο μας προσπαθούμε τουλάχιστον να σερβίρουμε γεύματα από την τοπική παριανή κουζίνα μας.»*

E5: *«Τα τοπικά προϊόντα διαδραματίζουν πολύ μεγάλο ρόλο στις κουζίνες, γιατί είναι προϊόντα που τα βρίσκεις άμεσα, είναι νόστιμα, είναι φυσικά χωρίς προσθήκη διαφόρων ουσιών και φυσικά οι τουρίστες προτιμούν να δοκιμάσουν τοπικά προϊόντα τα οποία δεν μπορούν να βρουν στη χώρα τους.»*

E6: *«Προσωπικά θεωρώ ότι δεν έχουν ενταχθεί πλήρως. Μόνο οι οικογενειακές επιχειρήσεις έχουν εντάξει πλήρως τα τοπικά προϊόντα του νησιού στις επιχειρήσεις τους.»*

E7: *«Ένα πολύ μικρό ποσοστό θα έλεγα, κοντά στο 20% και πολύ λίγο μάλιστα. Δεν επαρκούν τα τοπικά προϊόντα για να καλύψουν τον όγκο των τουριστών της Σαντορίνης. Εγώ που έχω ταβέρνα για παράδειγμα δεν θα μπορούσα να τη συντηρήσω με τοπικά προϊόντα μόνο, διότι οι τιμές τους είναι πιο υψηλές και επειδή ο όγκος παραγωγής τους είναι μικρός.»*

E8: *«Βασικά πιστεύω ότι έχουν ενταχθεί κυρίως από καλά εστιατόρια και ξενοδοχεία με πιο ακριβό μενού, διότι τα τοπικά προϊόντα για να τα φέρει κάποιος στο μαγαζί του*

είναι ακριβά. Πολλές οικογενειακές επιχειρήσεις θα έλεγα έχουν εντάξει τα σαντορινιά προϊόντα αποκλειστικά στις κουζίνες τους.»



Οι επιχειρηματίες της Σαντορίνης, θεωρούν ότι τα τοπικά προϊόντα του νησιού έχουν ενταχθεί κυρίως σε κάποια ακριβά εστιατόρια και σε οικογενειακές επιχειρήσεις, διότι είναι υψηλής ποιότητας προϊόντα και δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν οι περισσότεροι επιχειρηματίες. Επίσης, τα προϊόντα δεν επαρκούν για να καλύψουν πλήρως τις ανάγκες των τουριστών λόγω της μικρής παραγωγής τους. Οι απόψεις των επιχειρηματιών της Πάρου δίστανται καθώς κάποιοι υποστήριξαν ότι έχουν ενταχθεί σε πολύ μικρό βαθμό, άλλοι σε αρκετά μεγάλο βαθμό και άλλοι σε ικανοποιητικό βαθμό. Ωστόσο, οι περισσότεροι προσπαθούν να δουλεύουν με τοπικά προϊόντα και να στηρίζουν την Παριανή κουζίνα.

Η τέταρτη ερώτηση έχει στόχο να εντοπίσει τα βασικά προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι τοπικές επιχειρήσεις του τομέα της γαστρονομίας

E1: «Πρώτον, δεν υπάρχουν καταλύματα για το προσωπικό, Δεύτερον, πολύ ακριβή ζωή όπου δεν διευκολύνει τον εργαζόμενο να έρθει στη Σαντορίνη για δουλειά με αποτέλεσμα να πέφτει η ποιότητα εξυπηρέτησης των πελατών και συγχρόνως και της επιχείρησης. Τρίτον, υπάρχει μεγάλη αύξηση κόστους των πρώτων υλών και επειδή ο τουρίστας δεν μπορεί να διαθέσει πολλά χρήματα λόγω του ότι το οικονομικό του

budget είναι συγκεκριμένο, αυτό έχει ως αποτέλεσμα την πτώση ενδεχομένως της ποιότητας των τροφίμων. Τέταρτον, δεν υπάρχει καλή αστική συγκοινωνία που να συνδέει σε τακτά χρονικά διαστήματα όλα τα σημεία του νησιού και δεν υπάρχουν και parking.»

E2: «Βασικά, το πρώτο και κυριότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουμε εδώ στο νησί της Πάρου είναι ότι δεν υπάρχουν διαθέσιμα καταλύματα για τους εργαζομένους που έρχονται για σεζόν στο νησί. Έπειτα δεν μπορούμε να βρούμε εξειδικευμένο εργατικό προσωπικό και γι' αυτόν τον λόγο οι περισσότεροι προσλαμβάνουν αλλοδαπούς και αν βρούμε προσωπικό το κόστος είναι τεράστιο καθώς ο μισθός του εργαζομένου και η διαμονή τους είναι πολύ υψηλοί.»

E3: «Δυσκολία εύρεσης προσωπικού διότι πρόκειται για σεζόν και τα παιδιά θα χρειαστεί να δουλεύουν 10-12 ώρες, με αποτέλεσμα να επιλέγουν αυτή την εργασία κυρίως ξένοι. Τα προϊόντα και οι τιμές αυξάνονται με ραγδαίους ρυθμούς. Επίσης, δεν υπάρχουν καταλύματα. Αναγκαζόμαστε να ανεβάσουμε τις τιμές για να πληρώσουμε το προσωπικό και την διαμονή τους. Εγώ γνωρίζω ότι τα νησιά γενικότερα έχουν αυξήσει τις τιμές, κυρίως μετά την περίοδο του κορωνοϊού, με αποτέλεσμα να απευθυνόμαστε περισσότερο σε ξένο κόσμο παρά σε Έλληνες.»

E4: «Πιστεύω ότι ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουμε είναι το ανθρώπινο δυναμικό. Υπάρχει έλλειψη προσωπικού και κρίνω απαραίτητη την αντιμετώπιση αυτού του προβλήματος, τόσο για την ενδυνάμωση όσο και για τον εκσυγχρονισμό της τοπικής γαστρονομίας του νησιού και όχι μόνο.»

E5: «Το μεγαλύτερο πρόβλημα που αντιμετωπίζω εγώ ως ξενοδόχος είναι η εύρεση προσωπικού. Η περίοδος που πρέπει το προσωπικό να μείνει στο νησί είναι μεγάλη και αρκετά απαιτητική. Επίσης, δεν υπάρχουν καταλύματα για τους εργαζομένους και αν βρούμε τα ποσά που μας ζητάνε είναι πολύ μεγάλα.»

E6: «Πρώτα από όλα το προσωπικό. Ο κάθε άνθρωπος για να δουλέψει ζητάει πολλά. Εγώ στο ξενοδοχείο μου έχω άτομα 10 και 14 χρόνια σταθερά. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια ειδικότερα οι νέοι έχουν μεγάλες απαιτήσεις για να έρθουν να εργαστούν και ο μισθός που επιθυμούν είναι πολύ υψηλός. Βέβαια, υπάρχουν και επιχειρήσεις που εκμεταλλεύονται τους εργαζομένους και γι' αυτό τον λόγο τα νέα παιδιά δεν θέλουν να έρχονται για δουλειά. Επίσης, δεν υπάρχουν καταλύματα για το προσωπικό και αυτά

Η πέμπτη ερώτηση διερευνά τα γεύματα στο εστιατόριο των επιχειρηματιών ή στο ξενοδοχείο τα οποία είναι βασισμένα σε τοπικά προϊόντα

E1: «Όσον αφορά εμένα, εγώ δουλεύω στο 90% τοπικά προϊόντα όπως ψάρια, τοματοπολτό τον οποίο παράγουμε μόνοι και τον αποθηκεύουμε, φάβα και σίγουρα τοπικά κρασιά και λαχανικά όπως μελιτζάνα λευκή και κολοκυθάκια στρογγυλά. Εξαιρέση αποτελούν τα κρέατα που υστερούν στο νησί και γι' αυτόν τον λόγο τα προμηθευόμαστε από τα γύρω νησιά.»

E2: «Ολοκληρωτικά θα έλεγα όχι. Αν μιλούσαμε για προϊόντα της ελληνικής μεσογειακής κουζίνας θα έλεγα ναι, τα οποία βέβαια δεν είναι βασισμένα αποκλειστικά και μόνο στην Παριανή κουζίνα. Βέβαια κάτι που κάνουμε πολλές φορές στο νησί, είναι να <<βαφτίζουμε>> πολλά προϊόντα Παριανά για να τα προωθήσουμε.»

E3: «Στο δικό μου εστιατόριο, τα προϊόντα όπως προανέφερα είναι 90% τοπικά της Πάρου. Αναλόγως βέβαια και την εποχή που θα έρθει κανείς στο νησί, δηλαδή μέχρι να καταναλωθούν όλα τα προϊόντα δίνουμε δικά μας, όταν όμως τελειώσουν προμηθευόμαστε και από άλλους. Τώρα για παράδειγμα δουλεύουμε πατάτες Νευροκοπίου καθώς οι πατάτες τις Πάρου θα βγούνε περίπου σε ένα μήνα, δηλαδή τον Απρίλιο.»

E4: «Ναι, η κουζίνα του ξενοδοχείου μας είναι βασισμένη σε παριανές συνταγές και σε τοπικά προϊόντα του νησιού. Προσπαθούμε να προωθούμε την παριανή κουζίνα όσο το δυνατόν περισσότερο στους τουρίστες, έτσι ώστε να στηρίζουμε το νησί μας.»

E5: «Δεν μπορώ να πω ότι το μενού του ξενοδοχείου μας είναι εξολοκλήρου βασισμένο σε παριανά προϊόντα, ωστόσο υπάρχουν αρκετά πιάτα που περιέχουν τοπικά προϊόντα.»

E6: «Στην κουζίνα του ξενοδοχείου μου ναι. Είναι αποκλειστικά βασισμένα σε τοπικά προϊόντα. Εμένα η μητέρα μου επιμελείται την κουζίνα και όλα τα φτιάχνει η ίδια με τοπικά προϊόντα. Σερβίρουμε για παράδειγμα φάβα με κάπαρη, Σαντορινιό κρασί και άλλα πολλά.»

E7: «Όχι επί το πλείστον. Εγώ προσωπικά, προωθώ δύο- τρία τοπικά προϊόντα και όλα τα υπόλοιπα είναι ελληνική παραδοσιακή κουζίνα. Προσπαθώ να προωθήσω κάποια

σαντορινιά προϊόντα, ωστόσο δεν μπορώ να φτιάξω κατάλογο εξ ολοκλήρου από αυτά.»

E8: «Αρκετά από τα προϊόντα που χρησιμοποιώ στο εστιατόριο μου είναι τοπικά προϊόντα του νησιού όπως η κάπαρη, τα ντοματίνια και πολλά κρασιά και ψάρια. Ωστόσο, δεν είναι αποκλειστικά βασισμένα στην κουζίνα της Σαντορίνης αλλά κυρίως στην ελληνική μεσογειακή κουζίνα.»



Οι επιχειρηματίες της Σαντορίνης, τόνισαν ότι προωθούν μέσα από τις επιχειρήσεις τους τα τοπικά προϊόντα, είτε εξ' ολοκλήρου, είτε σε κάποιο βαθμό. Τα προϊόντα που προωθούν είναι κυρίως τα ντοματίνια, η κάπαρη, η φάβα, τα ψάρια, τα κρασιά, λευκή μελιτζάνα και κολοκυθάκια. Οι επιχειρηματίες της Πάρου και αυτοί προωθούν τα παριανά προϊόντα και παριανές συνταγές όσο το δυνατόν περισσότερο μπορούν.

Η έκτη ερώτηση έχει σκοπό να εντοπίσει αν οι τουρίστες που επισκέπτονται και προτιμούν το νησί της Πάρου και της Σαντορίνης, δοκιμάζουν τα παραδοσιακά προϊόντα και την τοπική κουζίνα

E1: «Φυσικά, οι πελάτες μας είναι σταθεροί στο κατάστημα μας εδώ και 25 χρόνια τώρα για την τοπική κουζίνα μας και τα δυσέυρετα προϊόντα μας. Οι τουρίστες γενικά

είναι πρόθυμοι να γευτούν τις παραδοσιακές γεύσεις του νησιού και μάλιστα δείχνουν και μεγάλο ενθουσιασμό έπειτα από την δοκιμή των τοπικών προϊόντων.»

E2: «Ναι, τους ενδιαφέρει αρκετά θα έλεγα και αν τους προτείνεις να δοκιμάσουν κάτι τοπικό όπως πχ την σούμα μας, τα λαχανικά μας, δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Εγώ προσωπικά το θεωρώ εύλογο που επιθυμούν να δοκιμάζουν τα παραδοσιακά και τοπικά προϊόντα μας.»

E3: «Βέβαια, το 100% και μάλιστα προμηθεύονται μαζί τους τοπικά προϊόντα που αγοράζουν από τοπικά, παραδοσιακά μαγαζιά του νησιού της Πάρου.»

E4: «Ναι, φυσικά. Τρελαίνονται να δοκιμάζουν τοπικά προϊόντα και τοπικές συνταγές και μάλιστα όταν είναι να επιστρέψουν στην χώρα τους, πάντα αγοράζουν παριανά προϊόντα από τοπικά- παραδοσιακά καταστήματα του νησιού.»

E5: «Εννοείται, οι τουρίστες προτιμούν τα παριανά, τοπικά προϊόντα. Οποιαδήποτε προσθήκη τοπικού προϊόντος στο πιάτο τους, τους εντυπωσιάζει και ρωτούν να μάθουν και πληροφορίες για το προϊόν. Μάλιστα, από τα τοπικά καταστήματα του νησιού αγοράζουν για την επιστροφή τους στη χώρα τους, πολλά παριανά προϊόντα.»

E6: «Βεβαίως δοκιμάζουν και μάλιστα τους αρέσει πολύ. Η κουζίνα μας είναι γνωστή για τα αγνά υλικά της και τα ποιοτικά προϊόντα της. Αυτό που μου κάνει ιδιαίτερη εντύπωση είναι όταν έρχονται τουρίστες από την Κίνα και την Ινδία και προτιμούν να τρώνε σε Κινέζικα και Ινδικά εστιατόρια παρά σε ελληνικά. Ωστόσο, οι περισσότεροι τουρίστες τρελαίνονται να δοκιμάζουν τα τοπικά μας προϊόντα. Εγώ προσωπικά κάθε φορά που πάω ταξίδι σε άλλη χώρα πάντα δοκιμάζω την τοπική τους, παραδοσιακή τους κουζίνα.»

E7: «Ναι τους αρέσει πάρα πολύ να δοκιμάζουν τοπικά προϊόντα και κάθε φορά που γεύονται δικές μας γεύσεις ρωτάνε να μάθουν τις συνταγές τους. Μάλιστα, πάντα αγοράζουν από τοπικά μαγαζιά προϊόντα αναμνηστικά για την χώρα τους.»

E8: «Όλοι οι τουρίστες είναι πρόθυμοι να δοκιμάσουν τα τοπικά προϊόντα του νησιού και μάλιστα πριν επιστρέψουν στον τόπο τους φροντίζουν να προμηθευτούν με παραδοσιακά προϊόντα του νησιού. Γενικότερα, τους αρέσει η ελληνική κουζίνα και τα αγνά προϊόντα μας. Στο εστιατόριο μου ενθουσιάζονται με την φάβα και με το δικό μας σαντορινιό παρθένο ελαιόλαδο.»



Στη Σαντορίνη οι επιχειρηματίες δήλωσαν ότι όλοι οι τουρίστες επιθυμούν να δοκιμάσουν τα τοπικά προϊόντα και στην πλειοψηφία τους μάλιστα ενθουσιάζονται με τα υψηλή ποιότητά τους και μάλιστα επιστρέφοντας στη χώρα τους πάντα αγοράζουν αναμνηστικά. Οι επιχειρηματίες της Πάρου, τόνισαν ότι όλοι οι τουρίστες που επισκέπτονται το νησί θέλουν να δοκιμάζουν παριανά προϊόντα και μάλιστα ρωτούν να μάθουν πληροφορίες για την παρασκευή τους.

Η έβδομη ερώτηση διερευνά τις επιδράσεις του γαστρονομικού τουρισμού στην τοπική οικονομία της Σαντορίνης και της Πάρου

E1: *«Τεράστιες, όλο το νησί ζει από τον τουρισμό και ένα μεγάλο ποσοστό είναι από την γαστρονομία, λόγω του ότι υπάρχουν πολλά εστιατόρια σε όλα τα χωριά της Σαντορίνης καθώς τα περισσότερα χρήματα που ξοδεύουν οι τουρίστες είναι στο φαγητό.»*

E2: *«Είναι τεράστιες. Υπάρχουν αρκετά εστιατόρια στο νησί που επαρκούν να καλύψουν τις ανάγκες όλων των τουριστών. Η τοπική οικονομία είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την γαστρονομία του νησιού.»*

E3: «Ένα πάρα πολύ μεγάλο ποσοστό, ίσως και το μεγαλύτερο του νησιού θα έλεγα ότι στηρίζεται στη γαστρονομία. Φανταστείτε, πως ακόμη και τον χειμώνα ότι εργασία κάνουμε εδώ στο νησί (φύτευμα ελιών, μάζεμα του λαδιού) γίνεται για να ζήσουμε τους θερινούς μήνες. Οι περισσότεροι από εμάς τον χειμώνα ασχολούμαστε κυρίως με την αλιεία και τις γεωργικές καλλιέργειες ώστε να τα προωθήσουμε το καλοκαίρι στην αγορά μας. Όλοι στηρίζονται στη γαστρονομία.»

E4: «Με βάση την εμπειρία που έχω τόσα χρόνια στον κόσμο του τουρισμού αυτό που έχω καταλάβει είναι ότι ο τουρισμός περνάει από το στομάχι. Οπότε, μεγάλο μέρος, ίσως και το μεγαλύτερο θα έλεγα στηρίζεται στο γαστρονομικό τουρισμό της Πάρου.»

E5: «Αρχικά, είναι ότι η γαστρονομία συντελεί στην ανάπτυξη της οικονομίας του νησιού. Η γαστρονομία είναι η βασική πηγή εσόδων του νησιού, καθώς όλοι οι τουρίστες πρώτα θα διαθέσουν χρήματα για την διατροφή τους και έπειτα για όλα τα υπόλοιπα.»

E6: «Τεράστιες. Η οικονομία της Σαντορίνης εξαρτάται σε πολύ μεγάλο βαθμό από τη γαστρονομία. Βέβαια πολλές φορές εξαρτάται και από τον τουρισμό, δηλαδή αν μιλάμε για τουρίστες μεσαίας τάξης, δεν θα αφήσουν πολλά χρήματα στο φαγητό, αν μιλάμε για πιο ευκατάστατους τουρίστες τότε θα αφήσουν πολλά περισσότερα χρήματα.»

E7: «Εννοείται αυτό. Η οικονομία του νησιού εξαρτάται σε πολύ μεγάλο βαθμό από το γαστρονομικό τουρισμό, χωρίς εμάς το νησί της Σαντορίνης θα βουλιάζει. Οι επιχειρήσεις γαστρονομικού ενδιαφέροντος κάθε χρόνο προσφέρουν τεράστιο τζίρο στο νησί.»

E8: «Οι επιδράσεις του γαστρονομικού τουρισμού στην τοπική οικονομία της Σαντορίνης είναι πραγματικά τεράστιες. Όλες οι επιχειρήσεις εστίασης κάθε χρόνο προσφέρουν τεράστιο τζίρο στο νησί καθώς συνδυάζουν καλό φαγητό και καλό κρασί.»

αναπτύξει δικιά της τουριστική ταυτότητα. Η πλειοψηφία των επιχειρηματιών της Πάρου θεωρεί ότι το νησί αυτό δεν μπορεί να εξασφαλίσει δικιά του τουριστική ταυτότητα, καθώς τα προϊόντα δεν είναι ιδιαίτερα δημοφιλή και δεν γίνεται η κατάλληλη διαφήμιση των τοπικών προϊόντων της.

Η ένατη ερώτηση αναζητά τις δράσεις που θα μπορούσαν να γίνουν στο νησί για την ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού

E1: *«Πρώτον να λυθούν τα πάγια προβλήματα που αφορούν την στέγαση των ανθρώπων που εργάζονται στην εστίαση. Δεύτερον, να μεριμνήσει το κράτος να εξειδικεύσει ανάλογο προσωπικό. Με την ανάλογη αύξηση που υπάρχει στα καταστήματα γαστρονομικού ενδιαφέροντος έχει γίνει αύξηση των καταστημάτων και ξενοδοχείων τα τελευταία 10-15 χρόνια. Τρίτον, έχουν εισβάλει στη γαστρονομία του νησιού ξένοι παράγοντες με ξερόφερτες ιδέες, οι οποίοι δεν έχουν σχέση με την τοπική γαστρονομία και παράδοση του νησιού. Τέταρτον, θεωρώ απαραίτητη την επιβράβευση των ανθρώπων της γαστρονομίας, που κάνουν φιλότιμες προσπάθειες να διατηρήσουν το επίπεδο της γαστρονομίας σε υψηλά στάνταρ.»*

E2: *«Καταρχάς θεωρώ απαραίτητο να γίνει προώθηση, διαφήμιση και marketing Παριανών προϊόντων. Εγώ στα δέκα χρόνια δεν έχω αντιληφθεί κάποια ενέργεια από τις τοπικές αρχές. Δεν έχει γίνει καμία δραστηριότητα να μου κινήσει το ενδιαφέρον και να πω ότι θα την αντιγράψω.»*

E3: *«Αρχικά, καλό θα ήταν να βελτιωθεί η υποδομή στο νησί, καλύτεροι δρόμοι. Επίσης, χρειαζόμαστε εξειδικευμένο προσωπικό. Οι επιχειρήσεις του νησιού θα ήταν εύλογο να αλληλοϋποστηρίζονται και να μην είναι τόσο ανταγωνιστικές. Η προώθηση των παριανών προϊόντων κρίνεται αναγκαία, τουλάχιστον από μεριάς μου. Τέλος, το νερό της Πάρου αν και είναι πόσιμο δεν πίνεται οπότε πρέπει να γίνει κάτι για να επιλυθεί κι αυτό το ζήτημα.»*

E4: *«Να δημιουργηθούν επισκέψιμοι χώροι παραγωγής τοπικών προϊόντων όπως και να οργανωθούν διάφορες εκδρομές με σκοπό την ανάδειξη της γαστρονομίας του νησιού. Επίσης, παρόλο που στο νησί μας γίνονται διάφορα φεστιβάλ γαστρονομικού ενδιαφέροντος, κατά την γνώμη μου θα ήταν καλό να οργανώνονται ακόμη περισσότερα καθώς μέσα από αυτά μαθαίνει ο κόσμος τα τοπικά προϊόντα μας και*

γίνεται διαφήμιση του νησιού μας. Οι τοπικές αγορές, να στηρίζουν αποκλειστικά και μόνο παριανά προϊόντα και τέλος, να παραδίδονται μαθήματα μαγειρικής από έμπειρους γαστρονομικούς ειδικούς του νησιού.»

E5: «Εννοείται πρέπει να γίνει περισσότερη διαφήμιση του νησιού και των τοπικών προϊόντων. Να υπάρχει πιο εξειδικευμένο προσωπικό, τόσο για την καλύτερη λειτουργία του ξενοδοχείου, όσο και για την άμεση και ικανοποιητική εξυπηρέτηση των τουριστών.»

E6: «Σε αυτό είμαστε πολύ πίσω. Απ'όσο γνωρίζω μόνο πανηγύρια γαστρονομικού ενδιαφέροντος οργανώνονται στο νησί. Για εμένα, θα έπρεπε να οργανώνονται διάφορα φεστιβάλ, να γίνεται μεγαλύτερη προώθηση και διαφήμιση των τοπικών προϊόντων, ειδικά στις μέρες μας μέσω των *social media*. Επίσης, θα έπρεπε το ηφαιστειο μας να φωτιστεί και να το έχουμε σαν κειμήλιο και όχι έτσι παραμελημένο, καθώς μην ξεχνάμε ότι λόγω της ηφαιστειακής γης παράγουμε όλα αυτά τα νόστιμα και μοναδικά προϊόντα.»

E7: «Αρχικά θα πρότεινα να γίνει περισσότερη διαφήμιση της γαστρονομίας του νησιού και των τοπικών προϊόντων, τα οποία είναι πλούσια σε θρεπτικά στοιχεία. Θα ήταν καλό κατά τη γνώμη μου, να δημιουργηθούν περισσότεροι σύλλογοι και φεστιβάλ με θέμα τη γαστρονομία της Σαντορίνης.»

E8: «Η αλήθεια είναι ότι στο νησί διοργανώνονται διάφορα φεστιβάλ γαστρονομίας όπως και πανηγύρια, ένα από τα πιο γνωστά μάλιστα είναι αυτό του Δεκαπενταύγουστου στην Παναγία Επισκοπή όπου μαγειρεύονται φασόλια και φάβα σε μεγάλα καζάνια. Ωστόσο, σήμερα σε μια εποχή όπου τα *social media* είναι καθημερινότητα μας, θα μπορούσε να γίνει περισσότερη διαφήμιση και προώθηση της γαστρονομίας του νησιού.»



Στη Σαντορίνη, οι επιχειρηματίες υποστήριξαν ότι η βασικότερη δράση που πρέπει να γίνει στο νησί για την ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού είναι να λυθεί το πρόβλημα των καταλυμάτων για το προσωπικό καθώς και η εξειδίκευσή εργαζομένων. Επίσης, τόνισαν ότι πρέπει να διοργανώνονται περισσότερα φεστιβάλ και πανηγύρια γαστρονομικού ενδιαφέροντος για την προώθηση των τοπικών προϊόντων και να γίνεται περισσότερη διαφήμιση μέσω των social media. Οι επιχειρηματίες της Πάρου, υποστήριξαν ότι είναι αναγκαίο να διαφημιστούν περισσότερο τα παριανά προϊόντα και να οργανώνονται περισσότερα φεστιβάλ και δραστηριότητες γαστρονομικού ενδιαφέροντος. Τέλος, κρίνουν απαραίτητο να υπάρχει εξειδικευμένο και έμπειρο προσωπικό και ότι οι επιχειρήσεις πρέπει να αλληλοϋποστηρίζονται και να δουλεύουν στην πλειοψηφία με τοπικά προϊόντα.

Η δέκατη ερώτηση διερευνά τα εμπόδια για την προώθηση του γαστρονομικού τουρισμού στο νησί της Σαντορίνης/Πάρου

E1: «Τα εμπόδια είναι όλα όσα προανέφερα παραπάνω, όπως η αστική συγκοινωνία, το παρκινγκ, η ποιότητα των εργαζομένων όπως και η έλλειψη τους καθώς και η μη κατάρτιση τους στην επιστήμη της γαστρονομίας.»

E2: «Η μη επαγγελματική κατάρτιση και εξειδίκευση στη γαστρονομία. Τα γαστρονομικά εστιατόρια δεν βασίζονται αποκλειστικά στην παριανή κουζίνα, μόνο ελάχιστα γκουρμέ, κυρίως λόγω έλλειψης προϊόντων και ενδιαφέροντος. Μπορεί να υπάρχουν κωδικοί αλλά οι περισσότεροι δεν τους γνωρίζουμε λόγω μη προώθησης και προβολής τους.»

E3: «Ότι οι τοπικές αρχές δεν προσπαθούν να συμβάλουν στην βελτίωση του νησιού όπως και στην προώθηση των τοπικών, παραδοσιακών προϊόντων. Πολύ ακριβά και ελάχιστα καταλύματα για το προσωπικό. Μη εξειδικευμένο προσωπικό. Ανταγωνισμός μεταξύ των τοπικών επιχειρήσεων.»

E4: «Δεν θεωρώ ότι υπάρχει πλέον κάποιο αξιοσημείωτο εμπόδιο. Η προώθηση γίνεται πλέον σχετικά εύκολα μέσω social media και με πολύ μικρό κόστος μάλιστα.»

E5: «Κατά τη γνώμη μου, τα βασικά εμπόδια είναι η μορφολογία, το μέγεθος και το κλίμα του νησιού. Επίσης, ότι δεν διοργανώνονται αρκετά φεστιβάλ για την προώθηση της γαστρονομίας του νησιού μας.»

E6: «Το βασικότερο από όλα είναι ότι δεν θέλουν να προωθήσουν περαιτέρω τη γαστρονομία του νησιού. Δεν έχουν διάθεση να βελτιώσουν την εικόνα της Σαντορίνης και βολεύονται στα ήδη υπάρχοντα. Επίσης, έρχονται συνεχώς ξένοι και ανοίγουν επιχειρήσεις, με ξενόφερτες ιδέες με αποτέλεσμα να αλλοιώνουν την τοπική γαστρονομία. Οι τιμές έχουν ανέβει αρκετά και ενώ ένα πιάτο εδώ στο νησί για παράδειγμα πέρσι κόστιζε 6 ευρώ, φέτος κοστίζει 9 ευρώ. Τέλος, πρέπει να βελτιωθούν οι υποδομές του νησιού, η συγκοινωνία, ο φωτισμός και τα παρκινγκ.»

E7: «Το σημαντικότερο είναι η αδυναμία εύρεσης προσωπικού και ότι δεν έχουν την κατάλληλη εξειδίκευση που χρειάζεται για να ανταποκριθούν πλήρως στις απαιτήσεις. Ακόμη, τα τελευταία χρόνια έχουν ανοίξει μαγαζιά πολλοί ξένοι με δικά τους προϊόντα και τέλος, πρέπει οπωσδήποτε να γίνει κάτι με τα σκουπίδια και την συγκοινωνία του νησιού.»

E8: «Ένα βασικό εμπόδιο είναι οι υψηλές τιμές που έχουν φθάσει τα τοπικά προϊόντα. Όσο γίνονται συνεχείς ανατιμήσεις των πρώτων υλών τόσο κι εμείς αναγκαζόμαστε να ανεβάσουμε τις τιμές για να ανταπεξέλθουμε, με αποτέλεσμα οι τουρίστες να δυσανασχετούν και να μην μπορούν να ανταποκριθούν. Επίσης, ένα ακόμη εμπόδιο για την προώθηση του γαστρονομικού τουρισμού είναι οι υπερδόμηση του νησιού, έχει γεμίσει όλη η Σαντορίνη με ξενοδοχεία, σε λίγο δεν θα χωράμε να κινηθούμε. Τέλος, πρέπει να βελτιωθούν οι υποδομές του νησιού, έχουν μείνει πολύ πίσω.»



Οι επιχειρηματίες της Σαντορίνης ανέφεραν ότι τα εμπόδια για την προώθηση του γαστρονομικού τουρισμού στο νησί είναι, η έλλειψη αστικής συγκοινωνίας, το παρκινγκ, η έλλειψη εργαζομένων και καταλυμάτων, οι ξενόφερτες ιδέες που έρχονται στο νησί από ξένους επιχειρηματίες, η άνοδος των τιμών και η υπερδότηση του νησιού. Οι επιχειρηματίες της Πάρου δήλωσαν ότι τα εμπόδια είναι η μη προώθηση των τοπικών προϊόντων, η μη εξειδίκευση των εργαζομένων στη γαστρονομία, έλλειψη καταλυμάτων για το προσωπικό και ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων.

Κεφάλαιο 6: Συμπεράσματα και Προτάσεις για μελλοντική έρευνα

6.1 Συμπερασματικά σχόλια

Ο γαστρονομικός τουρισμός και η γαστρονομία, αποτέλεσαν το βασικό θέμα της παρούσας εργασίας και συγκεκριμένα, η γαστρονομία της Πάρου και της Σαντορίνης. Ειδικότερα, η γαστρονομία αποτελεί βασικό παράγοντα για την τουριστική ανάπτυξη καθώς συντελεί στην αναβάθμιση της ταξιδιωτικής εμπειρίας και στην προσέλκυση εύπορων ταξιδιωτών, οι οποίοι αναζητούν μια πιο εξειδικευμένη εμπειρία από το γαστρονομικό τουρισμό (ΣΕΤΕ, 2009).

Σκοπός της παρούσας εργασίας, ήταν να μελετηθούν η γαστρονομία και τα τοπικά προϊόντα που προσφέρουν σε αφθονία οι Κυκλάδες και συγκεκριμένα τα νησιά της Πάρου και της Σαντορίνης. Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε αφορούσε αυτά τα νησιά καθώς είναι παγκοσμίως αναγνωρισμένα για το καλό φαγητό και τη φυσική ομορφιά τους. Σε αυτά τα νησιά, οι τουρίστες μπορούν να βιώσουν την απόλυτη γαστρονομική εμπειρία. Επίσης, αξίζει να αναφερθεί ότι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού στην Ελλάδα, τα τελευταία χρόνια αναπτύσσονται όλο και περισσότερο, κατακτώντας σημαντική θέση στις προτιμήσεις των τουριστών, ενώ όσον αφορά τη Σαντορίνη και την Πάρο, μπορούν να προσφέρουν στους τουρίστες υψηλή ποιότητα γαστρονομικού τουρισμού, καθώς παράγουν ποιοτικά και εκλεκτά προϊόντα.

Τα ερευνητικά ερωτήματα που προέκυψαν, αποτελούν απαραίτητο στάδιο της ερευνητικής διαδικασίας, καθώς είναι τα ερωτήματα όπου ο ερευνητής επιθυμεί να απαντήσει έπειτα από την ολοκλήρωση της βιβλιογραφικής επισκόπησης. Οι ερευνητικές υποθέσεις, αποτελούν πιθανά αποτελέσματα που προκύπτουν από την ερευνητική διαδικασία και προσφέρουν ξεκάθαρα συμπεράσματα της βιβλιογραφικής επισκόπησης (Creswell, 2016). Οι υποθέσεις που προκύπτουν με βάση τα ερευνητικά ερωτήματα και τις απαντήσεις των ερωτηθέντων είναι οι εξής:

A) Ποια είναι η γαστρονομική ταυτότητα των νησιών της Σαντορίνης και της Πάρου

Η υπόθεση αυτή βασίζεται στο γεγονός ότι η Σαντορίνη και η Πάρος ως κοσμοπολίτικα νησιά, έχουν αποκτήσει την δικιά τους γαστρονομική ταυτότητα. Με βάση την πρωτογενή έρευνα που πραγματοποιήθηκε, τα δύο αυτά νησιά έχουν υιοθετήσει εδώ και πολλά χρόνια την δικιά τους τοπική κουζίνα, με τη χρήση αγνών, τοπικών προϊόντων, όπως τα ξακουστά ντοματάκια Σαντορίνης, τη φάβα, το σταφύλι, τη κάππαρη, ενώ η Πάρος, φημίζεται για τη σούμα της, τα ωραία τυριά και τα μοναδικά κρασιά που παράγει, η ποικιλία των γεύσεων και ο πολιτισμός που εξάγει η κουζίνα αυτών των νησιών είναι συνυφασμένα με την αντίληψη των ερωτηθέντων σχετικά με τη γαστρονομική ταυτότητα αυτών των νησιών. Οι περισσότεροι τουρίστες που επισκέπτονται τη Σαντορίνη και την Πάρο, επιθυμούν να δοκιμάζουν την τοπική κουζίνα των νησιών αυτών και μάλιστα ενθουσιάζονται από τα αγνά υλικά που χρησιμοποιούν. Επίσης, με βάση τις απαντήσεις των ερωτηθέντων η πλειοψηφία απάντησε ότι η Σαντορίνη λόγω υψηλής ποιότητας προϊόντων, ευνοϊκού εδάφους και έντονης ανάπτυξης τα τελευταία χρόνια θα μπορούσε να δημιουργήσει δικιά της γαστρονομική ταυτότητα ενώ η Πάρος, λόγω μικρής παραγωγής προϊόντων και μη προώθηση των τοπικών προϊόντων δεν θα μπορούσε να εξασφαλίσει αποκλειστικά δικιά της γαστρονομική ταυτότητα.

Β) Ποια είναι τα βασικά προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι τοπικές επιχειρήσεις του τομέα της γαστρονομίας.

Με βάση τη βιβλιογραφική ανασκόπηση και τις απαντήσεις των ερωτηθέντων, τα κύρια προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι τοπικές επιχειρήσεις του τομέα της γαστρονομίας είναι αρκετά. Το βασικότερο από όλα όμως είναι η έλλειψη καταλυμάτων για τους εργαζομένους και η αδυναμία εύρεσης προσωπικού. Επίσης, οι τιμές των προϊόντων που αυξάνονται με ραγδαίους ρυθμούς και η αναδιοργανωτική συγκοινωνία η οποία αποτελεί σημαντικό πρόβλημα γι' αυτά τα νησιά λόγω μεγάλου όγκου τουριστών.

Γ) Ποιες είναι οι επιδράσεις του γαστρονομικού τουρισμού στην τοπική οικονομία

Η βιβλιογραφική ανασκόπηση και οι απαντήσεις των ερωτηθέντων, αποδεικνύουν ότι η γαστρονομία αποτελεί την κύρια πηγή εσόδων για το νησί της Σαντορίνης και της Πάρου. Η οικονομία των νησιών αυτών είναι άρρηκτα συνυφασμένη με το γαστρονομικό τουρισμό, ενώ τα καταστήματα εστίασης προσφέρουν ετησίως πολύ

μεγάλο τζίρο στα νησιά αυτά. Η γαστρονομία, αναβαθμίζει την ταξιδιωτική εμπειρία των τουριστών και προσελκύει όλων των ειδών τουρίστες αλλά κυρίως τους γαστροτουρίστες οι οποίοι στην πλειοψηφία είναι εύποροι και δεν διστάζουν να δαπανήσουν μεγαλύτερα ποσά, στο να δοκιμάσουν περισσότερα εδέσματα στα καταστήματα εστίασης, με το να αγοράσουν γαστρονομικά ενθύμια. Επομένως, ο γαστρονομικός τουρισμός υποκινεί υψηλότερη τουριστική δαπάνη. Τέλος, σχεδόν όλοι οι τουρίστες όταν επισκέπτονται το νησί της Σαντορίνης και της Πάρου, προμηθεύονται μαζί τους τοπικά, παραδοσιακά προϊόντα, αναμνηστικά για τη χώρα τους.

Δ) Ποιες δράσεις μπορούν να γίνουν για την ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού

Αρχικά, κρίνεται απαραίτητο με βάση τις απαντήσεις των ερωτηθέντων να γίνει μεγαλύτερη προώθηση, διαφήμιση και μάρκετινγκ των τοπικών προϊόντων της Σαντορίνης και της Πάρου. Σε μία εποχή όπου τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν εμφυσήσει πλήρως στην καθημερινότητα, η εκμετάλλευση τους για διαφήμιση και προώθηση κρίνεται απαραίτητη. Οι επιχειρήσεις των νησιών αυτών θα ήταν καλό να αλληλοϋποστηρίζονται περισσότερο μεταξύ τους, ενώ παράλληλα οι τοπικές αγορές θα ήταν εύλογο να στηρίζουν αποκλειστικά και μόνο σαντορινιά και αντιστοίχως παριανά προϊόντα. Επίσης, το προσωπικό να είναι περισσότερο εξειδικευμένο για την καλύτερη και αμεσότερη εξυπηρέτηση των τουριστών. Τέλος, για την ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού θα ήταν καλό να οργανώνονται συχνότερα φεστιβάλ γαστρονομικού ενδιαφέροντος και πανηγύρια έτσι ώστε να μπορεί ο κόσμος να γνωρίσει τα τοπικά προϊόντα του νησιού.

6.2 Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα

Θα μπορούσε να πραγματοποιηθεί ποσοτική έρευνα αντικειμενικής μέτρησης και αριθμητικής ανάλυσης. Επίσης, θα μπορούσε να γίνει έρευνα για το γαστρονομικό τουρισμό σε όλα τα νησιά των Κυκλάδων.

6.3 Περιορισμοί της έρευνας

Οι επαχθείς συνθήκες της πανδημίας έχουν εμποδίσει σοβαρά τη συλλογή πιο αντιπροσωπευτικών δειγμάτων. Χρειάστηκε να καταφύγουμε σε δύο διαφορετικούς τρόπους για να συλλέξουμε τα τελικά σύνολα δειγμάτων.

Ο ένας τρόπος συλλογής ερωτηματολογίων είναι μέσω ηλεκτρονικών πλατφορμών και ο άλλος είναι πρόσωπο με πρόσωπο. Αυτό προφανώς δημιουργεί κάποια περισσότερο ή λιγότερο διασπορά στις τιμές των παρατηρούμενων μεταβλητών.

Βιβλιογραφία

Α Ελληνική

Aegean Cuisine (n.d.), διαθέσιμο <https://www.aegeancuisine.gr/>, ημερομηνία πρόσβασης 09/02/2023

Αντωνοπούλου, Α. (2020). Τουρισμός και Γαστρονομία. Η περίπτωση της Μεσσηνίας.

Brikena S. (2016), Γαστρονομικός τουρισμός στην Ελλάδα, Πτυχιακή εργασία, Χαλκίδα: ΤΕΙ Χαλκίδας.

Γεύσεις και προϊόντα της Πάρου, (n.d.), διαθέσιμο <http://www.aboutparos.gr/what-to-do-in-paros/local-products.php>, ημερομηνία πρόσβασης 01/03/2023

Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (2023), Κυκλαδίτικη Κουζίνα, διαθέσιμο <https://www.visitgreece.gr/el/experiences/gastronomy/traditional-cuisine/cycladic-cuisine/>, ημερομηνία πρόσβασης 09/02/2023

Επιμελητήριο Κυκλάδων (2021), διαθέσιμο <https://www.e-kyklades.gr/static/about.jsp?id=12244>, ημερομηνία πρόσβασης 09/02/2023

Επιμελητήριο Κυκλάδων, (2020), διαθέσιμο <https://www.e-kyklades.gr/travel/>, ημερομηνία πρόσβασης 09/02/2023

Επιχειρησιακό Σχέδιο Αγροτικής Ανάπτυξης 2014-2020. Πάρος, διαθέσιμο <https://ecoanemos.files.wordpress.com/2010/01/paros.pdf>, (ημερομηνία πρόσβασης 01/03/2023

Η κουζίνα της Πάρου, (n.d.), διαθέσιμο <https://gastrotourismos.gr/i-kouzina-tis-parou-syntages-gastronomia-prionta-4501>, ημερομηνία πρόσβασης 10/03/2023

Καλπάκογλου Μ. (2021), Η γαστρονομία ως μορφή πολιτισμικού τουρισμού: Η περίπτωση της Πάρου μέσα από πρωτογενή έρευνα, Μεταπτυχιακή Εργασία. Πάτρα: ΕΑΠ.

ΚΑΜΠΟΥΡΑΚΗΣ, Ε. (2021). ΤΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟ ΩΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ.

Λαμπράκη Μ. (2015), Γεύσεις Ελληνικών νησιών, Σαντορίνη. Myrsinis Editions, Ηράκλειο Κρήτης.

Λεγάκη, Μ. (2021). Ο ρόλος των τοπικών προϊόντων και της γαστρονομίας στην ταυτότητα ενός τουριστικού προορισμού.

Μπαλής Δ. (2022), Τρίτος Παγκόσμιος Διαγωνισμός Νεοφυών Επιχειρήσεων Γαστρονομικού Τουρισμού, διαθέσιμο https://www.huffingtonpost.gr/entry/tritos-paykosmios-diayonismos-neofeon-epicheirseon-yastronomikoe-toerismoe_gr_6268d71de4b0d0774866e668, ημερομηνία πρόσβασης 05/02/2023

Μπαρμπαρίγου Α., (n.d.), Πάρος: γαστρονομία και παραδοσιακά φαγητά, διαθέσιμο <https://www.argiro.gr/2019/06/paros-kai-gastronomia-pariani-kouzina/>, ημερομηνία πρόσβασης 10/03/2023

Μπαρμπαρίγου Α., (n.d.), Τα παραδοσιακά γλυκά της Πάρου, διαθέσιμο <https://www.argiro.gr/2019/06/ta-glyka-tis-parou-oles-oi-afthentikes-syntages-kai-istoria-tous/>, ημερομηνία πρόσβασης 10/03/2023

Ο γαστρονομικός πλούτος της Πάρου, (n.d.), διαθέσιμο <https://www.greekgastronomyguide.gr/paros/>, (ημερομηνία πρόσβασης 01/03/2023

Παπαδογιάννη Ε. (2018), Ο τουρισμός στην Ελλάδα Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου, Διπλωματική εργασία, Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου.

Πάρος: Η βασίλισσα των Κυκλάδων, (n.d.), διαθέσιμο <https://www.athenshotspots.gr/2021/07/paros-queen-of-cyclades.html>, (ημερομηνία πρόσβασης 01/03/2023)

Santorini Local Food (n.d.), διαθέσιμο <https://www.santoriniholidaycars.com/santorini-local-food/>, ημερομηνία πρόσβασης 10/02/2023).

Συντυχάκη, Ε. (2017). Γαστρονομικός τουρισμός στο νομό Λασιθίου Κρήτης.

Τσακοπούλου Κ. (2022), Τουριστική ανάπτυξη και Αγροτική αγροδιατροφή. Η περίπτωση του γαστρονομικού τουρισμού στη Σαντορίνη, Διδακτορική Διατριβή, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο.

Τυριά Πάρου, (n.d.), διαθέσιμο <https://www.greekgastronomyguide.gr/item/tyria-parou/> (ημερομηνία πρόσβασης 01/03/2023)

Φουστέρη Α. (2018), Η ανάπτυξη του τουρισμού στην νησιωτική περιοχή των Κυκλάδων. Η περίπτωση της Σαντορίνης, Πτυχιακή Εργασία, Πανεπιστήμιο Αιγαίου.

B Ξενόγλωσση

Adamopoulou E., Kakopoulos P., and E. Marinopoulou, (2022), Greek Tourism Industry Reloaded: Post-pandemic Rebound and Travel Megatrends, διαθέσιμο chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.alpha.gr/-/media/alphagr/files/group/agores/insights/2022/insights_tourism_052022.pdf, ημερομηνία πρόσβασης 05/02/2023

Dragouni G. (2020), Food Tourism in Greece. Exploitation of local cuisine by hoteliers: current situation, challenges and prospects, διαθέσιμο chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repository.ihu.edu.gr/xmlui/bitstream/handle/11544/29813/Dragouni.Georgia_dissertation.pdf?sequence=1, ημερομηνία πρόσβασης 09/02/2023

Everett S, and C. Aitchison, (2008), “The role of food tourism in sustaining regional identity: A case study of Cornwall, South West England”, *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), pp.150-167.

Ilín D., and I. Gaztelumendi, (2012), Global Report on Food Tourism, διαθέσιμο chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-09/food_tourism_ok.pdf, ημερομηνία πρόσβασης 09/02/2023

Karagiannis D., and T. Metaxas, (2015), Culinary Tourism in Greece: Can the past define the future? A comparative analysis by using 10 case studies, διαθέσιμο στο chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://mpra.ub.uni-muenchen.de/66846/8/MPRA_paper_66846.pdf, ημερομηνία πρόσβασης 05/02/2023

Kyriakaki A., Zagkotsi S., and N. Trihas (2013), “Creating authentic gastronomic experiences for tourists through local agricultural products: the ‘Greek breakfast’

project”, διαθέσιμο https://www.researchgate.net/profile/Nikolaos-Trihas/publication/264483579_Creating_Authentic_Gastronomic_Experiences_through_Local_Agricultural_Products_The_Greek_Breakfast_Project/links/60cb7750458515dc178ca23e/Creating-Authentic-Gastronomic-Experiences-through-Local-Agricultural-Products-The-Greek-Breakfast-Project.pdf ημερομηνία πρόσβασης 05/02/2023

Lolos S., Palaios P., and E. Papapetrou, (2021), The Greek tourism-led growth revisited: insights and prospects, διαθέσιμο [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.bankofgreece.gr/Publications/Paper2021289.pdf](https://www.bankofgreece.gr/Publications/Paper2021289.pdf), ημερομηνία πρόσβασης 05/02/2023

Moira P., Mylonopoulos D., and A. Kontoudaki, (2015), “Gastronomy as a form of cultural tourism. a Greek typology”, *Stručni Članak*, 9, pp. 135-148.

Papadimitriou P. (2022), In Focus: Santorini, Greece, διαθέσιμο <https://www.hvs.com/article/9333-in-focus-santorini-greece>, ημερομηνία πρόσβασης 09/02/2023

Pavlidis G., and S. Markantonatou, (2019). “Gastronomic tourism in Greece and beyond: a thorough” *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 21.

Prokopiou D., and B. Tselentis, (2022), “Carrying capacity indicators in relation to a tourist destination: The case of the island of Paros, Greece”, *WIT Transactions on the Built Environment*, 258, pp. 345-354.

Prokopiou D., Giannopoulos K., Anagnostellos K., Tselentis B., and G. Mavridoglou, (2019), “Swot analysis of the tourist sector on Paros island, Greece”, *WIT Transactions on the Built Environment*, 188, pp. 165-176.

Shalini D., and S. Duggal, (2015), “A review on Food Tourism quality and its associated forms around the world African”, *Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4(2), pp. 1-12.

Skordili S., and K. Tsakopoulou, (2019), “Culinary tourism and rural development: exploring the dynamic of “the Greek breakfast” initiative in Santorini”, *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, 152, 209-226.

Skordili S., and K. Tsakopouou, (2019), “Culinary tourism and rural development: exploring the dynamic of “the Greek breakfast” initiative in Santorini”, *The Greek Review of Social Research*, 152, pp. 209-226.

Vlami A. (2020), “Tourism Economic and Tourism Development in Greece, in the Period of the Economic Adjustment Programmes”, *Journal of Business & Economic Policy*, 7(1), pp. 20-28.