ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΜΕΛΕΤΗ

ΘΕΜΑ: «Ο ρόλος του χιονοδρομικού τουρισμού στην Τοπική Ανάπτυξη του Νομού Τρικάλων. Μελέτη περίπτωσης η περιοχή Περτουλίου»

Τριμελής επιτροπή:

Επιβλέπουσα: Σδράλη Δέσποινα, Λέκτορας

Μέλη: Θεοδωροπούλου Ελένη, Επίκουρη Καθηγήτρια
Μητούλα Ρόϊδω, Επίκουρη Καθηγήτρια

Επιμέλεια: Παππά Δήμητρα
Α.Μ. 20540

ΑΘΗΝΑ 2009

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα μελέτη με τίτλο «Ο ρόλος του χιονοδρομικού τουρισμού στην Τοπική Ανάπτυξη του νομού Τρικάλων. Μελέτη περίπτωσης η περιοχή Περτουλίου» αποτελεί την πτυχιακή μου εργασία, η οποία εκπονήθηκε στα πλαίσια του προπτυχιακού προγράμματος του τμήματος Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας του Χαροκοπείου Πανεπιστημίου Αθηνών.

Το αντικείμενο που πραγματεύεται η εργασία είναι οι ήπιες μορφές τουρισμού. Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να περιγράψει το φαινόμενο του χιονοδρομικού τουρισμού και τη συμβολή του στην ανάπτυξη της περιοχής Περτουλίου.

Σ΄ αυτό το σημείο θα ήθελα να εκφράσω την εκτίμηση και τις ευχαριστίες μου στην κα Σδράλη Δέσποινα, επιβλέπουσα καθηγήτρια της εργασίας, για τη δυνατότητα που μου έδωσε να συνεργαστώ μαζί της, τη βοήθεια που μου πρόσφερε και τις καίριας σημασίας συμβουλές της, καθώς και τις καθηγήτριες που αξιολόγησαν τη συνολική μου προσπάθεια, την κα Θεοδωροπούλου Ελένη και την κα Μητούλα Ρόϊδω.

Θερμές ευχαριστίες θα ήθελα να απευθύνω επίσης σε όλα τα πρόσωπα που συνέβαλαν στην αποπεράτωση της πτυχιακής μου εργασίας.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ……..... σελ.4

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ…… σελ.6

1.1. Γενική αναφορά στο μαζικό τουρισμό……... σελ.6

1.2. Επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού……. σελ.7

1.2.1. Οικονομικές επιπτώσεις…… σελ.8

1.2.1.1. Θετικές οικονομικές επιπτώσεις…… σελ.8

1.2.1.2. Αρνητικές οικονομικές επιπτώσεις……... σελ.9

1.2.2. Κοινωνικές Επιπτώσεις…… σελ.12

1.2.2.1. Ευμενείς κοινωνικές επιπτώσεις……... σελ.12

1.2.2.2. Δυσμενείς Κοινωνικές Επιπτώσεις……... σελ.13

1.2.3. Επιπτώσεις του τουρισμού στο περιβάλλον……..... σελ.14

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ……. σελ.17

2.1. Χαρακτηριστικά εναλλακτικού τουρισμού…… σελ.17

2.2. Μορφές εναλλακτικού τουρισμού……. σελ.18

2.2.1. Αγροτουρισμός ή τουρισμός υπαίθρου…….. σελ.19

2.2.2. Τουρισμός υγείας……... σελ.20

2.2.3. Επαγγελματικός τουρισμός…… σελ.21

2.2.4. Συνεδριακός τουρισμός…… σελ.22

2.2.5. Τουρισμός και περιβάλλον……. σελ.22

2.2.6. Αθλητικός τουρισμός……. σελ.24

2.2.7. Κοινωνικός τουρισμός……... σελ.25

2.2.8. Τουρισμός και νερό……..... σελ.25

2.2.9. Πολιτισμικός τουρισμός……. σελ.27

2.2.10. Θρησκευτικός τουρισμός……... σελ.28

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ/ ΟΡΕΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ……. σελ.29

3.1. Χαρακτηριστικά ορεινού τουρισμού…… σελ.29

3.2. Η κατάσταση του ορεινού τουρισμού στην Ελλάδα…… σελ.30

3.2.1. Χαρακτηριστικά ελληνικών βουνών…… σελ.30

3.2.2. Τα προβλήματα του χειμερινού τουρισμού στην Ελλάδα…… σελ.31

3.3. Χαρακτηριστικά χιονοδρομικού τουρισμού…… σελ.33

3.4. Χαρακτηριστικά χιονοδρομικών κέντρων……..... σελ.35
3.5. Χιονοδρομικά κέντρα της Ελλάδος……..... σελ.36
3.6. Ο δεκάλογος συμπεριφοράς χιονοδρόμου (FIS)…….. σελ.41
3.7. Πολιτικές για προώθηση του χιονοδρομικού τουρισμού στο Περτούλι σελ.42
3.8. Επιπτώσεις χιονοδρομικού τουρισμού στο Περιβάλλον……. σελ.43

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΠΕΡΙΟΧΗ ΠΕΡΤΟΥΛΙΟΥ…….. σελ.47
4.1. Γεωγραφικός και γεωφυσικός προσδιορισμός του Περτουλίου…….. σελ.47
4.2. Περτούλι : Πόλος έλξης τουριστών……. σελ.48
4.3. Το χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου……... σελ.49
4.4. Πληθυσμός - Κάτοικοι Περτουλίου……. σελ.49
4.5. Μελέτη διερεύνησης δυνατοτήτων ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών Τουρισμού και Αξιολόγησης Τοπικών Προϊόντων της περιοχής δράσης LEADER Πύλης…….. σελ.51

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ ΚΑΙ ΑΡΘΡΑ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟΝ ΟΡΕΙΝΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ……..... σελ.53

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ.....… σελ.62
6.1. Μεθοδολογία της έρευνας……. σελ.62
6.1.1. Επιλογή δείγματος - Τρόπος συλλογής στοιχείων……..... σελ.62
6.1.2. Κατάρτιση ερωτηματολογίου……. σελ.62
6.1.3. Μέθοδοι επεξεργασίας των στοιχείων……... σελ.63
6.2. Παρουσίαση και σχολιασμός της περιγραφικής μελέτης……. σελ.64
6.3. Ανάλυση και σχολιασμός των αποτελεσμάτων χ^2…… σελ.84

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ……. σελ.95
1. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ…….. σελ.95
2. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ……. σελ.98

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ…… σελ.100
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ…….. σελ.105
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ…… σελ.105
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2: ΠΙΝΑΚΕΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΩΝ…… σελ.111

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Πολλά έχουν γραφτεί για τον εναλλακτικό τουρισμό και την τάση που δημιουργείται με το πέρασμα των χρόνων για νέες μορφές τουρισμού που θα προσφέρουν κάτι διαφορετικό από τον κλασικό μαζικό τουρισμό. Ο εναλλακτικός τουρισμός δεν έχει ως σκοπό να υποκαταστήσει το μαζικό και μεγάλης κλίμακας τουρισμό, αλλά να περιορίσει τις αρνητικές συνέπειες που προκύπτουν απ' αυτόν. Με τον εναλλακτικό τουρισμό δίνεται η ευκαιρία στους τόπους να ανακαλύψουν τον πολιτισμό τους, να αναβιώσουν τις παραδόσεις τους και να προστατεύσουν το περιβάλλον.

Ο χιονοδρομικός τουρισμός είναι μια εναλλακτική μορφή τουρισμού και αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού, που εκδηλώνεται σε ορεινές περιοχές των χωρών υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών που επιθυμούν να αναπτύξουν αυτής της μορφής τουρισμό. Η αναζήτηση διακοπών οι οποίες παρέχουν απόλαυση της φύσης, αθλητικές δραστηριότητες κ.λπ. έχουν προσελκύσει πολλούς τουρίστες τα τελευταία χρόνια. Το ρεύμα του χιονοδρομικού τουρισμού είναι ήδη αναπτυγμένο σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες, όπως Ελβετία, Γαλλία, Γερμανία κ.ά. Η αθλητικο-αναψυχική δραστηριότητα της χιονοδρομίας (σκι) εμφανίζεται για πρώτη φορά στις Άλπεις το 1910 και υπήρξε αρχικά απόρροια φυσιολατρικών κινήτρων και κινήτρων τοπίου, και στη συνέχεια αθλητικών και αναψυχικών (Λύτρας, 2002).

Σε ό,τι αφορά τη χιονοδρομία στην Ελλάδα, οι πρώτοι χιονοδρόμοι παρατηρούνται κατά τη δεκαετία του 1930 στην περιοχή του Βόλου. Οι χειμερινές διακοπές στην Ελλάδα είναι πλέον ιδιαίτερα αναπτυγμένες και σχεδόν σε ολόκληρο τον ορεινό όγκο της υπάρχουν χιονοδρομικά κέντρα (στο σύνολο 18) ιδανικά για εκδρομείς, ορειβάτες και σκιέρ. Όλα λειτουργούν υπό την εποπτεία της Εθνικής Ομοσπονδίας Ορειβασίας και Σκι, καθώς και των τοπικών συλλόγων και των χιονοδρομικών κέντρων. Ένα από τα πλέον δημοφιλή και σχετικά σύγχρονο χιονοδρομικό κέντρο βρίσκεται στο Περτούλι, της νότιας Πίνδου, του νομού Τρικάλων, σε υψόμετρο 1340 μ. και λειτουργεί από το 1985.

Η έρευνα αυτή έχει ως σκοπό να περιγράψει προφίλ του χιονοδρομικού τουρίστα καθώς και τους λόγους που τον οδήγησαν στο χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου. Επίσης, μέσα από την έρευνα επιδιώκεται η αξιολόγηση του χιονοδρομικού κέντρου και γενικότερα του χιονοδρομικού τουρισμού της περιοχής Περτουλίου. Η παρούσα εργασία διαρθρώνεται σε έξι κεφάλαια.

Στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η έννοια του μαζικού τουρισμού. Επιπλέον, δίνεται μια συνοπτική αναδρομή του φαινομένου του τουρισμού από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα και τέλος, αναλύονται οι οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις της ανάπτυξης του τουρισμού.

Στο δεύτερο κεφάλαιο δίνεται η έννοια και τα χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού. Ακόμη, γίνεται εκτενής αναφορά στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Το τρίτο κεφάλαιο αναφέρεται στον ορεινό/ χειμερινό τουρισμού και στα χαρακτηριστικά του. Παρουσιάζονται, επίσης, η κατάσταση και τα προβλήματα του χειμερινού τουρισμού στην Ελλάδα, καθώς και τα χαρακτηριστικά των ελληνικών βουνών. Επιπλέον, δίνονται η έννοια, τα χαρακτηριστικά και οι επιπτώσεις του χιονοδρομικού τουρισμού. Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα χιονοδρομικά κέντρα της Ελλάδος, τα χαρακτηριστικά τους, καθώς και ο δεκάλογος συμπεριφοράς του χιονοδρόμου. Το τρίτο κεφάλαιο κλείνει με τις πολιτικές για την προώθηση του χιονοδρομικού τουρισμού στο Περτούλι.

Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται αρχικά εκτενής αναφορά στην περιοχή Περτουλίου, όπου γίνεται και η έρευνα. Αναλύεται ο γεωγραφικός και ο γεωφυσικός προσδιορισμός του Περτουλίου, καθώς και οι λόγοι που τον έχουν καταστήσει πόλο έλξης των τουριστών. Στη συνέχεια παρουσιάζονται με τη βοήθεια πινάκων, (Στατιστική Υπηρεσία Τρικάλων) τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του χωριού Περτουλίου και γίνεται αναφορά στο χιονοδρομικό κέντρο. Τέλος, λαμβάνει χώρα μία μελέτη διερεύνησης δυνατοτήτων ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού και αξιολόγησης τοπικών προϊόντων της περιοχής δράσης LEADER Πύλης.

Το πέμπτο κεφάλαιο περιλαμβάνει διάφορες έρευνες που έχουν διεξαχθεί κατά καιρούς, παρουσιάζοντας τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματά τους για διάφορα θέματα που αφορούν τον ορεινό και χιονοδρομικό τουρισμό.

Όπως προαναφέρθηκε, η μελέτη περίπτωσης της συγκεκριμένης εργασίας είναι η περιοχή Περτουλίου του νομού Τρικάλων. Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε στη μελέτη καταγράφεται στο έκτο κεφάλαιο. Το τελευταίο κεφάλαιο παρουσιάζει τα αποτελέσματα και τα γενικά συμπεράσματα που προκύπτουν από την εργασία.

Στο τέλος της εργασίας υπάρχουν τα παραρτήματα. Ειδικότερα, το πρώτο παράρτημα περιέχει το ερωτηματολόγιο της έρευνας, ενώ στο δεύτερο βρίσκονται οι πίνακες συχνοτήτων που προέκυψαν από τη συγκέντρωση των στοιχείων της.

Η συγκέντρωση πληροφοριών έγινε με ανάγνωση ελληνόγλωσσων και ξενόγλωσσων άρθρων σε περιοδικά για το χιονοδρομικό τουρισμό. Οι πιο σημαντικές πληροφορίες αντλήθηκαν από διεθνή επιστημονικά περιοδικά και βιβλία που έχουν γραφτεί για τον ορεινό και χιονοδρομικό τουρισμό.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.1. Γενική αναφορά στο μαζικό τουρισμό

«Ως μαζικός τουρισμός ορίζεται ο τουρισμός που διαμορφώνεται και διεκπεραιώνεται με οργανωμένο τρόπο από τουριστικούς φορείς και επιχειρήσεις και συνδέεται με τις εκάστοτε κυρίαρχες μορφές του» (ΥΠΕΧΩΔΕ: www.minenv.gr).

Σύμφωνα με τον Λαγό (2005), «ο μαζικός τουρισμός εκφράζει την κλασική μορφή τουρισμού που συνδέεται με την έννοια της αναψυχής και η οποία περιλαμβάνει μία σειρά από δραστηριότητες που αναπτύσσονται κατά τη διάρκεια των διακοπών και έχουν ως κύρια χαρακτηριστικά στοιχεία την ξεκούραση και τη διασκέδαση». Τα άτομα που ακολουθούν την παραπάνω μορφή τουρισμού αποτελούν το μεγαλύτερο τμήμα των τουριστών και διαμένουν σε ξενοδοχειακά και λοιπά μέσα τουριστικής διαμονής, κυρίως σε παράκτιες περιοχές.

Τουρισμός υπήρχε από την Αρχαιότητα, στα προ Χριστού χρόνια. Συγκεκριμένα, οι αρχαίοι Έλληνες και οι Ρωμαίοι ταξίδευαν στην Αίγυπτο για λόγους αναψυχής, ενώ έκαναν και εσωτερικές μετακινήσεις. Στο Μεσαίωνα υπήρχε περιορισμός των ταξιδιών αναψυχής με κύριους λόγους μετακίνησης τους θρησκευτικούς και κατακτητικούς. Κατά την Αναγέννηση, ο τουριστικός τομέας εμπλουτίζεται με νέα κίνητρα (επαγγελματικά, εκπαιδευτικά, κ.α.). Στην ανάπτυξη του τουριστικού τομέα συνέβαλαν η δημιουργία των μέσων μεταφοράς (εφεύρεση άμαξας, ανακάλυψη σιδηροδρόμου, εφεύρεση αυτοκινήτου και αεροπλάνου) (Αποστολόπουλος, 2009). Μετά το τέλος του β΄ Παγκοσμίου Πολέμου, όμως, το τουριστικό φαινόμενο σημείωσε ιδιαίτερη άνθηση. Μεταξύ του 1950-1980 τα τουριστικά μεγέθη εικοσαπλασιάστηκαν και εξελίχθηκε σε μια ανεξέλεγκτη βιομηχανία λαμβάνοντας το όνομα «μαζικός τουρισμός». Το 1960 αναπτύσσεται στις ΗΠΑ ο αγροτουρισμός, ο ιαματικός και ο επαγγελματικός τουρισμός, ενώ το 1970 δημιουργούνται στην Ελλάδα έργα υποδομής και υπηρεσιών για την κάλυψη των αναγκών του τουρίστα (Ένωση Νομαρχιακών Αυτοδιοικήσεων Ελλάδος, www.enae.gr).

Σήμερα, το 40% - 50% των τουριστικών μετακινήσεων αντιπροσωπεύει ο παραθεριστικός τουρισμός, δηλαδή ο κλασικός τύπος του μαζικού τουρισμού, όπου ο επισκέπτης απολαμβάνει παθητικά, τις περισσότερες φορές, αυτά που του προσφέρουν οι οργανωμένες διακοπές, με κύριο αντικείμενο τον ήλιο, τη θάλασσα και τις υπηρεσίες των ξενοδοχείων ή άλλων εγκαταστάσεων (Αποστολόπουλος, 2001).

Η μορφή αυτή τουρισμού ανήκει στο λεγόμενο γενικό τουρισμό και είναι συνδεδεμένος με τους μέχρι σήμερα καθιερωμένους προορισμούς διακοπών και τους γνωστούς τουριστικούς πόλους έλξης των τουριστών. Στην υλοποίησή του βοήθησε η ανάπτυξη ειδικής υποδομής

τουριστικών εγκαταστάσεων, χώρων εστίασης και αναψυχής για τους επισκέπτες (Αποστολόπουλος, 2001).

Η ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού στην Ελλάδα έλαβε ταχεία μορφή μετά το β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο και έλαβε οργανωμένο χαρακτήρα. Σ' αυτό συνέβαλαν η δημιουργία νέων υποδομών και ανωδομών και η ανάπτυξη των συναφών βιομηχανιών που οδήγησαν στη μαζική και οργανωμένη μετακίνηση και φιλοξενία των ταξιδιωτών και τουριστών (Λαγός, 2005).

Στη μεταπολεμική περίοδο, η ανάπτυξη του τουρισμού, τόσο στον ελλαδικό όσο και στο διεθνή χώρο, στηρίχθηκε στο πρότυπο του οργανωμένου μαζικού τουρισμού. Τα κύρια χαρακτηριστικά του παραπάνω προτύπου ήταν η μαζικότητα, η ομαδικότητα και ο διεθνισμός. Οι συνθήκες για την ανάπτυξή του ήταν ιδιαίτερα ευνοϊκές. Συγκεκριμένα, στην ανάπτυξη του οργανωμένου μαζικού τουρισμού συνέβαλαν (Λαγός, 2005):

α) η βελτίωση των όρων εργασίας και της αμοιβής των εργαζομένων,

β) η αύξηση του ελεύθερου χρόνου των εργαζομένων,

γ) η εξέλιξη των συγκοινωνιακών μέσων και ιδιαίτερα του αεροπλάνου,

δ) η οργάνωση των ταξιδιών με το σύστημα των ναυλωμένων πτήσεων και με τα τουριστικά πακέτα,

ε) η εμφάνιση νέων αγορών σε νέες περιοχές,

ζ) η μαζική τουριστική παραγωγή, κατανάλωση και διαφήμιση,

η) η απελευθέρωση των περιορισμών στις αερομεταφορές.

Ο μαζικός τουρισμός οδήγησε πολλές απομακρυσμένες και σχετικά υποανάπτυκτες περιοχές να αναβαθμιστούν και σταδιακά να αποτελέσουν δημοφιλή τουριστικά θέρετρα. Οι επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού ήταν τόσο θετικές όσο και αρνητικές, με συνιστώσες στον οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό τομέα, που αναλύονται λεπτομερέστατα στο παρακάτω υποκεφάλαιο.

1.2. Επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού

Ο όρος «επιπτώσεις» χρησιμοποιείται για να περιγράψει όλες τις αλλαγές που επέρχονται στην οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον των περιοχών ή των χώρων όπου αναπτύσσεται ο τουρισμός και σχετίζονται με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της λειτουργίας του τουριστικού τομέα.

1.2.1. Οικονομικές επιπτώσεις

1.2.1.1. Θετικές οικονομικές επιπτώσεις

α. Αύξηση εισοδήματος

Η διενέργεια επενδύσεων που αφορούν άμεσα (όπως π.χ. το χτίσιμο και ο εξοπλισμός ενός ξενοδοχείου) ή έμμεσα (όπως είναι π.χ. η κατασκευή ενός αεροδρομίου ή ενός λιμένος) τον τουρισμό, καθώς και η λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων έχουν ως αποτέλεσμα την αύξηση του εθνικού εισοδήματος. Κατά συνέπεια, ένα σημαντικό μέρος της ευημερίας της χώρας μας και όχι μόνο, που εξαρτώνται από τον τουρισμό, οφείλεται σ' αυτόν. Και παγκοσμίως ο τουρισμός θεωρείται βασική οικονομική δραστηριότητα που συντελεί στην καταπολέμηση της φτώχειας.

β. Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας

Ο τομέας παροχής υπηρεσιών είναι εντάσεως εργασίας, δηλαδή απασχολούνται πολλά άτομα σ' αυτόν. Δεν μπορεί εύκολα να γίνει υποκατάσταση της εργασίας με κεφάλαιο (μηχανήματα). Ο τουριστικός τομέας, που είναι από τους σημαντικότερους τομείς προσφοράς υπηρεσιών, συμβάλλει αποφασιστικά στη μείωση της ανεργίας, έστω και με τα προβλήματα εποχικότητας που παρουσιάζει. Συνεπώς, ο τουρισμός παρέχει βελτίωση του βιοτικού επιπέδου του πληθυσμού που απασχολεί, καθώς και βιώσιμη ανάπτυξη απομακρυσμένων περιοχών (Αποστολόπουλος, 2009).

γ. Περιφερειακή ανάπτυξη

Ο τουρισμός, από τη φύση του, ευνοεί την περιφερειακή ανάπτυξη, ακόμη και σε χώρες όπως η δική μας, όπου οι κεντρομόλες δυνάμεις εντοπίζουν τον κύριο κορμό της οικονομικής δραστηριότητας στο κέντρο των Αθηνών. Ωστόσο, τα κύρια χαρακτηριστικά του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, όπως είναι το φυσικό κάλλος και η πολύτιμη αρχαιολογική - πολιτιστική μας κληρονομιά, είναι σχεδόν ισομερώς κατανεμημένα σε όλη την ελληνική επικράτεια. Είναι στο χέρι των τοπικών κυρίως, παραγόντων να αξιοποιήσουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά κάθε περιοχής μέσα από κατάλληλους χειρισμούς. Με αυτό το τρόπο δημιουργούνται πρόσθετες ευκαιρίες απασχόλησης και σταματά ή μειώνεται δραστικά η πληθυσμιακή μετανάστευση που έχει οδηγήσει στην ερήμωση της ελληνικής υπαίθρου.

δ. Δημιουργία και βελτίωση των έργων υποδομής

Η δημιουργία νέων εγκαταστάσεων (δρόμοι, σιδηρόδρομοι, λιμάνια, αερολιμένες κλπ), συνήθως από κρατικούς φορείς, τα έργα υδροδότησης, αποχέτευσης, τηλεπικοινωνίας, εξηλεκτρισμού κ.ά., αποτελούν τις επενδύσεις που βοηθούν στην καλύτερη και οικονομικότερη

διεξαγωγή των οικονομικών δραστηριοτήτων και επομένως και του τουρισμού. Οι ευνοϊκές αυτές επιδράσεις στην οικονομία καλούνται «εξωτερικές οικονομίες» μιας και δεν αφορούν άμεσα και δεν επηρεάζονται από την κάθε μια επιχείρηση.

Ο τουρισμός, όντας ένας σημαντικός τομέας της οικονομίας, αποτελεί ισχυρό παράγοντα δημιουργίας αυτών των επενδύσεων. Παράλληλα, βέβαια, βοηθούνται και οι υπόλοιποι τομείς. Η δημιουργία λ.χ. ενός σταθμού βιολογικού καθαρισμού ή μιας μαρίνας σε ένα παραθαλάσσιο τουριστικό τόπο, θα βοηθήσει και την τοπική αλιεία.

ε. Βελτίωση του ισοζυγίου των πληρωμών

Οι συναλλαγματικές εισπράξεις από τον εισερχόμενο τουρισμό, που είναι πολύ σημαντικές στη χώρα μας, βοηθούν στην κάλυψη ενός τμήματος του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου (πληρωμές και εισπράξεις για εισαγόμενα και εξαγόμενα εμπορεύματα). Αν δεν γινόταν αυτό, η χώρα μας θα αναγκαζόταν είτε να περικόψει τις εισαγωγές και να αυξήσει τις εξαγωγές (πράγμα πολύ δύσκολο), είτε να δανειστεί από το εξωτερικό, με συνέπεια την αύξηση της εξάρτησης της χώρας μας από τους δανειστές και τη μεταβίβαση των δικών μας χρεών στις επερχόμενες γενεές (Κοκκώσης, 2001).

Βέβαια, αν ληφθεί υπόψη το γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια όλο και πιο πολλοί Έλληνες μεταβαίνουν στο εξωτερικό ως τουρίστες, δαπανώντας συνάλλαγμα, βλέπουμε ότι οι καθαρές συναλλαγματικές εισπράξεις από τον τουρισμό είναι λιγότερες.

1.2.1.2. Αρνητικές οικονομικές επιπτώσεις

α. Οικονομική εξάρτηση (τουριστική μονοκαλλιέργεια)

Όπως συμβαίνει σε ορισμένες περιοχές ή χώρες όπου κυριαρχεί η μονοκαλλιέργεια ενός συγκεκριμένου είδους παραγωγής, και στην περίπτωση του τουρισμού κινδυνεύουν οι τουριστικοί προορισμοί που βασίζονται αποκλειστικά ή κυρίως στον τουρισμό.

Από την αρχαία εποχή, η ανάπτυξη του τουρισμού σε μια περιοχή οδηγούσε στην εγκατάλειψη των παραδοσιακών παραγωγικών δομών. Ο Casson (1995) αναφέρεται στην παραμέληση της παραγωγής στα κτήματα όπου οι Ρωμαίοι ευγενείς είχαν τις βίλες τους. Στη σύγχρονη εποχή, αυτή η εγκατάλειψη αποτυπώνεται στις αγροτικές περιοχές όπου αναπτύχθηκε ο τουρισμός.

Ο τουρισμός, επίσης, είναι από τη φύση του μια δραστηριότητα ευαίσθητη σε πολιτικές και οικονομικές επιρροές. Ένας πόλεμος ή η απειλή αυτού, οι τρομοκρατικές ενέργειες, καθώς και οικονομική ύφεση στις χώρες προέλευσης των τουριστών αντανακλώνται άμεσα στις τουριστικές εισπράξεις.

Τα ίδια μπορεί να συμβούν σε περίπτωση οικονομικής κρίσεως στις χώρες προέλευσης των τουριστών, δεδομένου ότι οι τουριστικές δαπάνες θεωρούνται κάτι το περιττό, που «κόβεται» σε περίπτωση μείωσης ή ακόμη και πρόβλεψης μείωσης του διαθέσιμου εισοδήματος.

Τρόποι μείωσης των παραπάνω κινδύνων με άμεσα μέτρα δεν υπάρχουν. Γι' αυτό το λόγο οι κίνδυνοι πρέπει να διασκορπιστούν. Αυτό μπορεί να γίνει με παράλληλη ανάπτυξη, εκτός από τον τουρισμό, και των άλλων κλάδων της οικονομίας, όπου αυτό είναι δυνατόν, καθώς επίσης και με τη προβολή του τουριστικού προϊόντος σε πολλές χώρες (διαφοροποίηση της πελατείας).

β. Διαρροές

Τα οικονομικά ωφελήματα δεν θα είναι αρκετά αν οι δαπάνες που πραγματοποιούν οι τουρίστες διαρρέουν σε άλλες περιοχές ή σε άλλες χώρες. Αν λ.χ. σε ένα τουριστικό τόπο δημιουργηθεί ένα ξενοδοχείο, το οποίο από τη κατασκευή του μέχρι τη λειτουργία του χρησιμοποιεί παραγωγικούς πόρους από άλλες περιοχές, η ωφέλεια από τη λειτουργία αυτού είναι μηδαμινή για την τοπική κοινωνία. Στην κολινωνία αυτή θα μείνουν κυρίως οι βλαπτικές επιδράσεις στον κοινωνικό περίγυρο και στο φυσικό περιβάλλον. Φυσικά στον ντόπιο πληθυσμό αναπτύσσονται εχθρικά αισθήματα, όπως έχει συμβεί σε πολλούς τουριστικούς τόπους.

Πρέπει, επίσης, να τονισθεί ότι και οι δαπάνες των ξένων τουριστών που έρχονται στην Ελλάδα δεν συνιστούν καθαρές συναλλαγματικές εισπράξεις για δύο κυρίως λόγους:

Πρώτον, ένα σημαντικό μέρος των δαπανών αυτών εισπράττεται ως έσοδα από ξένες επιχειρήσεις, λ.χ. ξένες αεροπορικές εταιρείες, tour operators κ.λπ..

Δεύτερον, ένα μέρος των δαπανών που πραγματοποιούν οι ξένοι τουρίστες στη χώρα μας αφορά εισαγόμενα προϊόντα, όπως λ.χ. εισαγόμενα ποτά και τρόφιμα.

Το πόσοι πόροι διαρρέουν από τη χώρα της τουριστικής κατανάλωσης ή επένδυσης είναι εξαιρετικά δύσκολο να υπολογιστεί. Οι διαρροές χάνονται μέσα στους πολύπλοκους λογαριασμούς των εθνικών λογαριασμών που παρακολουθούν τις διατομεακές σχέσεις (συστήματα εισροών - εκροών) καθώς και τις εξωτερικές συναλλαγές - πληρωμές (ισοζύγιο πληρωμών). Σύμφωνα με ένα πρόχειρο υπολογισμό που έγινε το 1988, περίπου το 30% του εισαγόμενου συναλλάγματος διέρρεε στο εξωτερικό (Σχίδας, 1998).

γ. Εποχικές διακυμάνσεις (χρονική υπερσυγκέντρωση)

Είναι γνωστή η εικόνα νησιών που την περίοδο του καλοκαιριού σφύζουν από ζωή ενώ τον υπόλοιπο χρόνο παρουσιάζουν μια εικόνα εγκατάλειψης. Αυτή η άνοδος και η παύση των ρυθμών της ζωής, εκτός από κοινωνικές επιπτώσεις, έχει και δυσμενή οικονομικά

αποτελέσματα, μια και μένουν πολλοί άνθρωποι χωρίς απασχόληση. Η απασχόληση στον τουριστικό τομέα θεωρείται από πολλούς μια μη μόνιμη δραστηριότητα.

Πέραν όμως από τα προβλήματα της εποχικής ανεργίας που δημιουργούνται για εκατοντάδες χιλιάδες άτομα, στη χώρα μας σοβαρότερο πρόβλημα αποτελεί η αδρανοποίηση ή η υπολειτουργία των επιχειρήσεων για τους περισσότερους μήνες του έτους. Αυτό συμβαίνει ιδίως στην παραδοσιακή μορφή του μαζικού (παραθεριστικού) τουρισμού.

Για την εξυπηρέτηση της ζήτησης αυτής έχουν δημιουργηθεί ξενοδοχεία και μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις, πρακτορεία ταξιδίων και απροσδιόριστος αριθμός επιχειρήσεων που βασίζονται στον τουρισμό (μονάδες εστίασης, αναψυχής, εμπορίου, προσφοράς συμπληρωματικών υπηρεσιών, όπως γραφεία ενοικιάσεων αυτοκινήτων κλπ). Στη συντριπτική τους πλειοψηφία οι μονάδες αυτές λειτουργούν περίπου μισό χρόνο (και από αυτό το διάστημα λειτουργίας, 3-4 το πολύ μήνες μόνο σε πλήρη απασχόληση).

Τους υπόλοιπους μήνες οι επιχειρήσεις είτε κλείνουν είτε υπολειτουργούν, απολύοντας το πλεονάζον προσωπικό. Όμως, ακόμη και αν είναι κλειστή μια ξενοδοχειακή μονάδα, συνεχίζει να δαπανά σημαντικά ποσά για συντήρηση, φύλαξη των εγκαταστάσεων καθώς και, σε ορισμένες περιπτώσεις, μισθοδοσία του απαραίτητου προσωπικού (λ.χ. διευθυντής, υπεύθυνος κρατήσεων, λογιστές κλπ). Επιπλέον, πρέπει να υπολογίζονται αποσβέσεις, τόκοι δανείων και άλλα έξοδα (καλούμενα σταθερά έξοδα σε αντιπαραβολή με τα μεταβλητά) είτε είναι η επιχείρηση σε λειτουργία είτε όχι.

Έτσι, η εποχικά λειτουργούσα τουριστική επιχείρηση πρέπει σε μικρό χρονικό διάστημα να "βγάλει" όλα τα έξοδα της χρονιάς και να περισσεύει και κέρδος. Αντιμέτωπη με τον ανταγωνισμό (εγχώριο και διεθνή) και τους κυρίαρχους της αγοράς, μεγάλους τουριστικούς οργανισμούς (tour operators), η μικρή και μεσαία τουριστική επιχείρηση συνθλίβεται, "πέφτει έξω". Το επόμενο γι' αυτήν είναι να κλείσει και να βγει σε πλειστηριασμό για να εξοφληθούν οι υποχρεώσεις που έχει, κυρίως σε τράπεζες.

δ) Περιφερειακές ανισότητες (χωρική υπερσυγκέντρωση)

Ο τουρισμός εκτός του ότι "αγαπάει" ορισμένες εποχές του έτους δείχνει και προτίμηση για ορισμένες περιοχές. Έτσι ορισμένοι τουριστικοί προορισμοί (όπως για παράδειγμα η Μύκονος, η Κρήτη κ.ά.) κυριολεκτικά "βουλιάζουν" το καλοκαίρι, ενώ άλλοι τόποι αγνοούνται.

Έτσι για λίγους μήνες τα συγκεντρωμένα πλήθη δημιουργούν, στους τουριστικούς τόπους, πλήθος παρενεργειών. Εκτός από τα προφανή κοινωνικά και περιβαλλοντικά προβλήματα, δημιουργούνται ανισότητες στην κατανομή του εθνικού εισοδήματος κατά περιφέρειες. Έχουμε λ.χ. την Κρήτη, τη Μύκονο να έχουν ικανοποιητικά εισοδήματα, ενώ πανέμορφες περιοχές όπως λ.χ. το Καρπενήσι, η Θράκη κ.α. να καταλαμβάνουν τις κατώτερες

θέσεις στις στατιστικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης περί περιφερειακών ανισοτήτων (Κοκκώσης, 2001).

ε) Άνοδος των τιμών (πληθωρισμός)

Είναι γνωστό ότι όπου και όταν υπάρχει αυξημένη ζήτηση σε σχέση με την προσφορά οι τιμές των αγαθών και των υπηρεσιών ανέρχονται, με δυσμενείς επιπτώσεις στο βιοτικό επίπεδο των κατοίκων, ιδίως εκείνων που δεν επωφελούνται άμεσα από τον τουρισμό. Το ίδιο δυσμενής είναι η άνοδος της αξίας της γης.

στ) Αναντιστοιχία ανάπτυξης ιδιωτικού - δημόσιου τομέα

Η τουριστική προσφορά βασίζεται, εκτός από τις φυσικές ομορφιές και την πολιτιστική παράδοση, σε εγκαταστάσεις τουριστικής ανωδομής και υποδομής. Τα έργα της δημιουργίας τουριστικής ανωδομής γίνονται συνήθως από ιδιωτικούς φορείς, αφορούν δηλαδή ιδιωτικές τουριστικές επενδύσεις. Την τουριστική υποδομή (δρόμοι, λιμάνια, αεροδρόμια κ.α.) δημιουργεί, συνήθως, το κράτος.

Στη χώρα μας, λόγω της υπεροχής της ευέλικτης ιδιωτικής πρωτοβουλίας έναντι της δυσκίνητης κρατικής μηχανής, έχουν δημιουργηθεί εγκαταστάσεις (κυρίως ξενοδοχεία), πολλές φορές υπερπολυτελείς, χωρίς αυτές να υποστηρίζονται από ανάλογα, σε ποσότητα και ποιότητα, έργα τουριστικής υποδομής. Είναι γνωστή η κατάσταση στα λιμάνια, αεροδρόμια, η ανεπάρκεια των υπόλοιπων εγκαταστάσεων που θα κάνουν τη διαμονή και διακίνηση του τουρίστα άνετη και ακίνδυνη. Πολλές φορές λ.χ. οι τουρίστες που ξεκινούν από ευρωπαϊκές χώρες "ξοδεύουν" λιγότερο χρόνο κατά τη μετακίνησή τους από το αεροδρόμιο της πατρίδας τους ως το αεροδρόμιο «ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ», από ότι από την άφιξή τους στο «ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ» ως την κατάλυσή τους σε ξενοδοχεία της Χαλκιδικής, και αυτό λόγω των ανεπαρκειών στις χρησιμοποιούμενες εγκαταστάσεις και δρόμους.

1.2.2. *Κοινωνικές Επιπτώσεις*

1.2.2.1. Ευμενείς κοινωνικές επιπτώσεις

Το χαμηλό εισόδημα και η έλλειψη απασχόλησης είναι η καλύτερη συνταγή για απονέκρωση μιας περιφέρειας, ιδίως στις ημέρες μας που υπάρχει ευημερία σε πολλές περιοχές του πλανήτη μας. Ο τουρισμός, προσφέροντας εργασία και εισόδημα σε αναρίθμητες

οικογένειες και επιχειρήσεις, έχει συντελέσει στη συγκράτηση της διαρροής πληθυσμού σε πολλές περιοχές. Αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία για απομακρυσμένες, παραμεθόριες και άγονες περιοχές. Τόποι όπως για παράδειγμα το Μέτσοβο, το Περτούλι, κ.α. έχουν αναβιώσει χάρη στον τουρισμό.

Εκτός όμως από τις ευμενείς επιδράσεις του τουρισμού, μέσω της οικονομικής προόδου που επιφέρει, αυτός συντελεί στην προώθηση της αμοιβαίας κατανόησης των λαών. Πλησιάζουν οι λαοί μεταξύ τους μέσα από τη συνεχή επαφή των κατοίκων των τουριστικών τόπων με τους επισκέπτες που προέρχονται από άλλες περιοχές. Κατανοούν έτσι ότι όλοι αποτελούν μέλη μιας μεγαλύτερης κοινότητας, ενός "παγκοσμίου χωριού".

1.2.2.2. Δυσμενείς Κοινωνικές Επιπτώσεις

Οι δυσμενείς κοινωνικές και πολιτιστικές επιπτώσεις λόγω του τουρισμού είναι προφανείς. Διαταραχή και αλλοίωση των τοπικών παραδόσεων, αυξημένη εγκληματικότητα, πορνεία, διάδοση σεξουαλικώς μεταδιδόμενων νοσημάτων, ναρκωτικά, χαλάρωση των ηθών και της οικογενειακής συνοχής είναι μερικές από τις συνέπειες της σχέσης φιλοξενούντα - φιλοξενούμενου.

Όλα αυτά τα δυσμενή αποτελέσματα οφείλονται κυρίως στο μαζικό τουρισμό.
Η συνήθης πορεία ενός τόπου στην τουριστική ανάπτυξη ακολουθεί πάνω - κάτω την ακόλουθη διαδρομή.

Στάδιο πρώτο

Σε ένα απομακρυσμένο τόπο έρχονται οι πρώτοι ανεξάρτητοι τουρίστες. Οι τουρίστες βρίσκουν παρθένες παραλίες, αμόλυντη φύση, αυθεντικά ήθη, έθιμα, παραδόσεις, φιλόξενους και άδολους κατοίκους. Οι κάτοικοι τους υποδέχονται εγκάρδια και είναι και οι δύο πλευρές τόσο πολύ ικανοποιημένες από αυτή τη σύντομη συμβίωση, ώστε οι μεν ταξιδιώτες να ξαναέλθουν μαζί με άλλους που επηρεάστηκαν από τις αφηγήσεις τους, οι δε ντόπιοι να ευχαριστηθούν λόγω των χρημάτων που άφησαν οι τουρίστες.

Στάδιο δεύτερο

Η μαγιά που ξεκίνησε με τους πρώτους ανεξάρτητους τουρίστες σιγά - σιγά αύξησε το τουριστικό ρεύμα. Οι αφίξεις είναι πολλές και οργανωμένες. Οι μεγάλοι ταξιδιωτικοί οργανισμοί ανακάλυψαν τον απομακρυσμένο τόπο. Το προβάλλουν σε τουριστικά έντυπα και στο Διαδίκτυο. Οι αυξημένες αφίξεις απαιτούν αερολιμένα, λιμάνι, μαρίνα, καταλύματα πάσης μορφής. Επίσης, κτίζονται ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, βίλες, ταβέρνες κλπ. Ο

απομακρυσμένος τόπος έχει γίνει πια ένας τουριστικός προορισμός, με όλα τα καλά αλλά και τα κακά του.

Σιγά - σιγά οι αυθεντικοί, φιλόξενοι κάτοικοι κοιτούν τους τουρίστες όχι στα μάτια αλλά στο πορτοφόλι. Οι άνθρωποι σκέπτονται ορθολογικά και όχι με την καρδιά τους. Τα ήθη και έθιμα καθώς και οι οικογενειακοί δεσμοί χαλαρώνουν. Η περίφημη αυθεντικότητα εξαφανίζεται μαζί με όλες τις άλλες αξίες.

Στάδιο τρίτο

Η είσοδος του τρίτου σταδίου δε γίνεται απότομα. Σιγά - σιγά έρχεται η στιγμή της παρακμής του τουριστικού προορισμού. Οι ντόπιοι διαπιστώνουν ότι είναι ξένοι στον τόπο τους, οι ξένοι ότι ο τόπος παραείναι οικείος σ' αυτούς. Ο τόπος είναι πια φανερό ότι έχει ξεπεράσει τα όρια της φέρουσας ικανότητάς του.

Η φέρουσα ικανότητα ενός τόπου δεν αφορά μόνον τα φυσικά όρια που είναι ανεκτά ώστε να μην υποβαθμισθεί το φυσικό περιβάλλον , αλλά και αυτά που μπορεί να ανεχθεί η κοινωνία που φιλοξενεί τους τουρίστες. Αυτά τα όρια της ανεκτικότητας δεν είναι εύκολο να καθοριστούν. Εξαρτάται από το είδος των τουριστών, τη συμπεριφορά τους καθώς και από τις αντιλήψεις, τις θρησκευτικές πεποιθήσεις και το βαθμό προσήλωσης σε παραδοσιακές αξίες. Όταν η κατάσταση υπερβεί το κατώφλι που οδηγεί στην άλλη πλευρά, οι αντιδράσεις των ντόπιων μπορεί να εξελιχθούν από απλή απάθεια, σε εχθρικά αισθήματα που μπορούν να καταλήξουν και σε αξιόποινες πράξεις, όπως για παράδειγμα βιασμούς, ληστείες ακόμη και φόνους.

Ο τόπος που έχει μπει στη διαδικασία της παρακμής μπαίνει ουσιαστικά σε ένα φαύλο κύκλο. Τα περιβαλλοντικά προβλήματα, το πλήθος, η αδιαφορία, η εχθρική διάθεση των ντόπιων συντελούν στη μείωση της ελκυστικότητας του τόπου. Αποτέλεσμα είναι οι μεγάλοι ταξιδιωτικοί οργανισμοί να πιέζουν τις ντόπιες επιχειρήσεις για μειωμένες τιμές στις προσφερόμενες υπηρεσίες τους. Για να μπορέσουν οι επιχειρήσεις να ανταποκριθούν υποβαθμίζουν τις υπηρεσίες τους, προσλαμβάνοντας λ.χ. ανειδίκευτο προσωπικό, λαθρομετανάστες κ.λπ.. Ο τόπος έχει καταντήσει ένας φθηνός τουριστικός προορισμός, με δυσοίωνες προοπτικές, μιας και η τάση της αγοράς είναι οι τουρίστες να ζητούν καλύτερες υπηρεσίες και περισσότερη αυθεντικότητα. Αυτά τα αναζητούν σε άλλους τόπους.

1.2.3. Επιπτώσεις του τουρισμού στο περιβάλλον

Κάθε ανθρώπινη δραστηριότητα έχει επιδράσεις, θετικές ή αρνητικές στο περιβάλλον, φυσικό και ανθρωπογενές. Κατά μείζονα λόγο οι οικονομικές δραστηριότητες, αυτές δηλαδή που συνεπάγονται παραγωγή και κατανάλωση με χρήση σπανιζόντων και σε μεγάλο βαθμό μη

ανανεώσιμων πόρων, έχουν αντίκτυπο συνήθως δυσμενή. Το ίδιο συμβαίνει και με τις δραστηριότητες που ανήκουν στη σφαίρα του τουρισμού. Πράγματι, ο τουρίστας καταναλώνει αγαθά και υπηρεσίες που παράγονται από τουριστικές (και μη) επιχειρήσεις, οι οποίες στη διαδικασία της δημιουργίας τους (τουριστικές επενδύσεις) και της λειτουργίας τους (τουριστική παραγωγή) χρησιμοποιούν συντελεστές παραγωγής (έδαφος, εργασία και κεφάλαιο) που βρίσκονται σε σπανιότητα. Έτσι, ο τουρίστας καταναλώνει υπηρεσίες μεταφοράς, διανυκτέρευσης, εστίασης και πάσης φύσεως διασκέδασης. Για παράδειγμα, χρησιμοποιώντας τα μεταφορικά μέσα το περιβάλλον επιβαρύνεται με:

- μείωση των εκτάσεων εδάφους που χρησιμοποιούνται για τις πάσης φύσεως εγκαταστάσεις των υπηρεσιών μεταφοράς (αεροδρόμια, δρόμοι, λιμάνια, σιδηρόδρομοι),
- εξάντληση μη ανανεώσιμων, συνήθως, πόρων για καύσιμα. Το μεγαλύτερο μέρος του μαζικού τουρισμού μετακινείται με πτήσεις τσάρτερ. Τα αεροπλάνα χρησιμοποιούν προϊόντα πετρελαίου, μια μη ανανεώσιμη πηγή ενέργειας. Εδώ αναφερόμαστε στην άμεση κατανάλωση ενέργειας και όχι στις ποσότητες ενέργειας και άλλων σπανιζόντων πόρων που απαιτούνται για την κατασκευή και συντήρηση όλων των απαιτούμενων εγκαταστάσεων και μεταφορικών μέσων.
- ρύπανση πάσης μορφής (περιλαμβάνεται λ.χ. η ηχορρύπανση - ηχοενόχληση είναι πιο δόκιμος όρος, η οπτική ενόχληση κ.ά.) από τη δημιουργία και κυρίως τη λειτουργία των εγκαταστάσεων και μέσων μεταφοράς.

Βέβαια, οι επιπτώσεις του τουρισμού στο περιβάλλον δεν είναι μόνο αρνητικές. Η άνοδος λ.χ. του βιοτικού επιπέδου και η προσπάθεια βελτίωσης του τουριστικού προϊόντος έχουν οδηγήσει σε παρεμβάσεις, ιδίως σε αρχαιολογικούς τόπους και μνημεία που είχαν ως συνέπεια τη διάσωσή τους από τη φθορά και την ολική καταστροφή (Μαυροδόντης, 2006).

Χρήσιμη αντιπαραβολή των ευμενών και δυσμενών επιδράσεων του τουρισμού στο φυσικό και στο ανθρωπογενές (δομημένο) περιβάλλον περιέχει η ακόλουθη λίστα του Green.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1:
Η λίστα του Green για τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού

Το φυσικό περιβάλλον	**Το τεχνητό (ανθρωπογενές) περιβάλλον**
Α. Αλλαγές στη σύνθεση των φυτικών και ζωτικών ειδών (1) Διαταραχή στις συνήθειες διατροφής. (2) Θάνατος των	**Α. Αστικό περιβάλλον** (1) Έδαφος που αφαιρέθηκε απ' την αρχική παραγωγή. (2) Αλλαγή των υδρολογικών συστημάτων.

ζώων μέσω του κυνηγιού.
(3) Θάνατος των ζώων για την προμήθεια αγαθών στην αγορά αναμνηστικών.
(4) Εσωτερική ή εξωτερική μετανάστευση των ζώων.
(5) Καταστροφή της παραγωγής με τη συλλογή ξύλου και φυτών.
(6) Αλλαγή στην έκταση ή στη φύση των καλλιεργειών με την δημιουργία τουριστικών εγκαταστάσεων (λ.χ. γηπέδων γκολφ).
(7) Δημιουργία ασύλου αγρίων ζώων.

Β. Ρύπανση

(1) Ρύπανση του νερού με την εκκένωση των υπονόμων και τις κηλίδες λαδιού και πετρελαίου.
(2) Ρύπανση του αέρα από τις εξατμίσεις των μέσων μεταφοράς.
(3) Ηχορρύπανση από τη μεταφορά των τουριστών και τις τουριστικές δραστηριότητες.

Γ. Διάβρωση

(1) Συμπίεση του εδάφους κάνοντας μεγάλο μέρος του εδάφους να υποχωρήσει και να διαβρωθεί.
(2) Αλλαγή με τον κίνδυνο δημιουργίας πρανών.
(3) Αλλαγή στις πλαγιές των βουνών με τον κίνδυνο δημιουργίας χιονοστιβάδας.
(4) Καταστροφή σε γεωλογικά χαρακτηριστικά (π.χ. σχισμές, σπηλιές).
(5) Καταστροφή στις όχθες των ποταμών.

Δ. Φυσικοί πόροι

(1) Εξάντληση των πόσιμων αποθεμάτων από το έδαφος και την επιφάνεια.
(2) Εξάντληση αποθεμάτων υδρογονανθράκων για την παραγωγή ενέργειας για την τουριστική δραστηριότητα.
(3) Αλλαγή με τον κίνδυνο δημιουργίας πυρκαγιάς.

Ε. Οπτική επίπτωση.

(1) Εγκαταστάσεις (π.χ. κτίρια, πάρκινγκ).
(2) Απορρίμματα.

Β. Οπτικές επιπτώσεις

(1) Αύξηση της δομημένης περιοχής.
(2) Νέο αρχιτεκτονικό στυλ
(3) Άνθρωποι και υπάρχοντα.

Γ. Υποδομή

(1) Υπερφόρτωση της υποδομής (δρόμοι, σιδηρόδρομοι, πάρκινγκ αυτοκινήτων, ηλεκτροφόρα δίκτυα, συστήματα επικοινωνίας, διάθεση απορριμμάτων, αποθέματα νερού.
(2) Διαχείριση του περιβάλλοντος για την υιοθέτηση περιοχών που θα χρησιμοποιηθούν από τουρίστες (π.χ. θαλάσσιοι τοίχοι, ανάκτηση εδάφους).

Δ. Αστική μορφή

(1) Αλλαγές στα χρησιμοποιούμενα κατοικήσιμα λιανικά πωλούμενα ή βιομηχανικά εδάφη (μετακίνηση από σπίτια σε ξενοδοχεία/ οικοτροφεία).
(2) Αλλαγές στον αστικό σκελετό (π.χ. δρόμοι, πεζοδρόμια).
(3) Εμφάνιση αντιθέσεων ανάμεσα στην ανάπτυξη των αστικών περιοχών για την τουριστική ρύπανση και αυτών για την τοπική ρύπανση.

Ε. Αποκατάσταση

(1) Επανάχρηση εγκαταλειμμένων κτιρίων.
(2) Αποκατάσταση και διατήρηση ιστορικών κτιρίων και αξιοθέατων.
(3) Αποκατάσταση εγκαταλειμμένων κτιρίων ως δεύτερα σπίτια.

ΣΤ. Συναγωνισμός

(1) Πιθανή μείωση των τουριστικών θελγήτρων ή χώρων εξαιτίας του ανοίγματος άλλων θεαμάτων ή κάποιας αλλαγής στις συνήθειες των τουριστών και τις προτιμήσεις τους.

ΠΗΓΗ: Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. and Wanhill, J. (1993), Tourism: Principles and Practice, Pitman, London.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

2.1. Χαρακτηριστικά εναλλακτικού τουρισμού

Με τον όρο «εναλλακτικός τουρισμός» ορίζεται το σύνολο των ολοκληρωμένων τουριστικών υπηρεσιών, οι οποίες διακρίνονται από εξειδίκευση ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες και προτιμήσεις των πελατών τους, απευθύνονται σε ένα εξειδικευμένο κοινό, στηρίζονται σε οικολογικά ανεκτές και ήπιες δραστηριότητες, ενώ αναδεικνύουν την πολιτιστική κληρονομιά και τα φυσικά κάλλη μιας περιοχής χωρίς να καταστρέφουν, προσφέροντας παράλληλα λύσεις σε προβλήματα τουριστικής εποχικότητας (Ανδριώτης,2008).

Σύμφωνα με τον Λαγό (2005), ο εναλλακτικός τουρισμός αναφέρεται σε ένα πλήθος επιμέρους μορφών τουρισμού, όπου οι άνθρωποι αναζητούν ένα διαφορετικό τρόπο διακοπών, ο οποίος συνδέεται με την προστασία του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος καθώς και την αναζήτηση νέων αξιών και τρόπων ζωής.

Ο εναλλακτικός τουρισμός σχετίζεται άμεσα με τον τύπο του σύγχρονου τουρίστα. Ο σύγχρονος τουρίστας χαρακτηρίζεται από μεγαλύτερη οικονομική ευχέρεια, περισσότερο ελεύθερο χρόνο, καλύτερη πληροφόρηση και περισσότερες επιλογές.

Τα τελευταία χρόνια το κοινωνικο-ψυχολογικό υπόβαθρο των νέων απαιτήσεων του σύγχρονου τουρίστα έχει διαφοροποιηθεί. Ο σύγχρονος τουρίστας εμφανίζεται έμπειρος, που γνωρίζει τι θέλει και αν το βρει το πληρώνει ακριβά. Επιπλέον, είναι απαιτητικός στην ποιότητα, στο καθαρό περιβάλλον, στις ανθρώπινες σχέσεις και στην αναζήτηση ικανοποίησης των ενδιαφερόντων και των ανησυχιών του.

Αποτέλεσμα αυτής της διαφοροποίησης είναι να μην καλύπτονται οι ανάγκες απασχόλησης και διασκέδασης του σημερινού τουρίστα από τους ήδη υπάρχοντες τομείς τουριστικής αναψυχής (ήλιος - θάλασσα - ξενάγηση) και να επιζητά νέες μορφές διακοπών. Αυτό το δεδομένο, κατ' επέκταση, οριοθέτησε την τουριστική ανάπτυξη ενός προορισμού διακοπών στη μορφή των νέων ή εναλλακτικών τουρισμών. Κύριο χαρακτηριστικό των μορφών αυτών είναι ότι βασίζονται στην εξειδίκευση των ενδιαφερόντων του τουρίστα (Σφακιανάκης, 2000).

Η φιλοσοφία του εναλλακτικού τουρισμού συνοψίζεται στη διαφύλαξη του περιβάλλοντος και των πόρων του τουριστικού προορισμού, στην ικανοποίηση των αναγκών του τοπικού πληθυσμού και στη δυνατότητα των χωρών στις οποίες υπάρχουν οι τουριστικοί προορισμοί να λαμβάνουν αυτές τις αποφάσεις της τουριστικής ανάπτυξης, σύμφωνα με τις δικές τους τουριστικές πολιτικές και να μην ποδηγετούνται από τους μεγάλους τουριστικούς επιχειρηματίες (τουριστικούς πράκτορες, ξενοδόχους που συνήθως εξυπηρετούν πολυεθνικά ή

ίδια οφέλη).

Η προσπάθεια περιορισμού του μαζικού τουρισμού και ενθάρρυνσης του εναλλακτικού ήπιου τουρισμού καταβάλλεται τόσον από τις ομάδες πληθυσμού που προαναφέρθηκαν όσο και από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, την ΕΕ, τους εθνικούς τουριστικούς φορείς, κλπ.(Σχίδας, 1998).

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού προσφέρουν μεγαλύτερη ποικιλία στις επιλογές του επισκέπτη, δίνοντάς του τη δυνατότητα εναλλαγής παραστάσεων (παραλία-βουνό, θάλασσα-δάσος) και τρόπου αναψυχής, διασκέδασης, αλλά και εκπαίδευσης. Με τον τρόπο αυτό, αναπτύσσεται στον επισκέπτη το συναίσθημα των ολοκληρωμένων διακοπών, ενώ μένει ικανοποιημένος από το τουριστικό προϊόν. Ως αποτέλεσμα, ο επισκέπτης εντείνει τη διάρκεια των διακοπών του, ενώ ενισχύεται η πιθανότητα νέας μελλοντικής επίσκεψής του στον τόπο επίσκεψής του για δεύτερη ή πολλοστή φορά (Σταθόπουλος, 2006).

2.2. Μορφές εναλλακτικού τουρισμού

Ο εναλλακτικός τουρισμός, σε αντιπαράθεση με το μαζικό, δεν είναι μεγάλης κλίμακας αλλά απευθύνεται σε μεμονωμένες ομάδες ατόμων με διάφορα ενδιαφέροντα (φύση, πολιτισμό, παράδοση, αθλητισμό, επιστήμη, θρησκεία κ.λπ.).

Ως κύρια χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού είναι η αναζήτηση της αυθεντικότητας και της επαφής με τη φύση, η άρνηση των απρόσωπων τουριστικών πακέτων, η αποφυγή των κοσμικών παραλιών, ενώ κάθε εναλλακτική μορφή τουρισμού, συμβάλλει στην προστασία του περιβάλλοντος και την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και τέλος προσφέρει λύσεις σε προβλήματα της τουριστικής εποχικότητας. Είναι φανερό ότι οι μορφές αυτές δεν μπορούν να αντικαταστήσουν το μαζικό τουρισμό, δρουν όμως συμπληρωματικά προς αυτόν, συμβάλλοντας στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη των περιοχών της περιφέρειας (Ιατρός, 2005).

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι πάρα πολλές σε αριθμό. Ορισμένες από τις οποίες είναι οι εξής:

1. Τουρισμός Υπαίθρου (αγροτικός τουρισμός),

2. Τουρισμός Υγείας (θεραπευτικός τουρισμός, θερμαλισμός),

3. Επαγγελματικός Τουρισμός (συνεδριακός τουρισμός, τουρισμός εκθέσεων),

4. Οικοτουρισμός,

5. Αθλητικός τουρισμός (τουρισμός αθλημάτων υπαίθρου, περιπατητικός τουρισμός, ορειβατικός και χιονοδρομικός τουρισμός),

6. Κοινωνικός Τουρισμός (τουρισμός για όλους, τουρισμός τρίτης ηλικίας, τουρισμός νέων),

7. Τουρισμός και Νερό (παράκτιος τουρισμός, θαλάσσιος τουρισμός, παραλίμνιος τουρισμός, παραποτάμιος τουρισμός, τουρισμός υγροβιότοπων),

8. Πολιτισμικός τουρισμός,

9. Θρησκευτικός τουρισμός.

2.2.1. Αγροτουρισμός ή τουρισμός υπαίθρου

Ο αγροτουρισμός ή αλλιώς ο τουρισμός υπαίθρου είναι μια νέα μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται σε μη αστικό χώρο και αποτελεί δραστηριότητα εκείνων που απασχολούνται στον πρωτογενή τομέα παραγωγής. Στηρίζεται στην αξιοποίηση των φυσικών, πολιτιστικών και ανθρώπινων τοπικών πόρων (Αποστολόπουλος, 2009).

Ο αγροτουρισμός είναι μια ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και πολυδραστηριότητας στον αγροτικό χώρο, η οποία έχει ως στόχους:

- Να συμβάλει ώστε ο επισκέπτης να γνωρίσει τις αγροτικές περιοχές, τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και την καθημερινή ζωή των κατοίκων της υπαίθρου, τα πολιτισμικά στοιχεία και τα αυθεντικά χαρακτηριστικά του χώρου αυτού.
- Να φέρει τον επισκέπτη σε επαφή με τη φύση, καθώς και με τις δραστηριότητες στην ύπαιθρο, στις οποίες θα μπορεί να συμμετέχει, να ψυχαγωγηθεί και να νιώσει τη χαρά της περιήγησης, της γνώσης και της ανακάλυψης.
- Να κινητοποιήσει τις παραγωγικές, πολιτισμικές και αναπτυξιακές δυνάμεις του τόπου, συμβάλλοντας έτσι στην αειφόρο περιβαλλοντική, οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του αγροτικού χώρου (Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων/ www.nagref.gr).

Ο σωστά σχεδιασμένος και καλά οργανωμένος αγροτουρισμός έχει καταδειχθεί ότι αποτελεί ένα από τα αποτελεσματικότερα εργαλεία για τη μακροπρόθεσμη διατήρηση της ταυτότητας ενός τόπου. Αυτό εξηγείται από το γεγονός ότι σε αυτής της μορφής την τουριστική ανάπτυξη το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μιας περιοχής αποτελούν τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά που στηρίζονται στη διατήρηση και ανάδειξη των τοπικών ιδιαιτεροτήτων της. Σε επιχειρηματικό

επίπεδο, ο αγροτουρισμός αποτελεί τον συνδετικό κρίκο του πρωτογενή και δευτερογενή τομέα με τον τριτογενή, δηλαδή της παραγωγής γεωργικών και κτηνοτροφικών προϊόντων και μεταποίησης με την παροχή υπηρεσιών και τον τουρισμό. Κατ' αυτόν τον τρόπο δημιουργεί, στηρίζει και τονώνει την τοπική αγορά, παρέχοντας νέες θέσεις εργασίας, συμπληρωματικό εισόδημα στις αγροτικές οικογένειες και συγκρατώντας τον πληθυσμό στην ύπαιθρο. Οι κατηγορίες των επιχειρήσεων που εντάσσονται στον αγροτουρισμό είναι επιγραμματικά οι παρακάτω (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού):

- Αγροτουριστικά καταλύματα
- Πρατήρια / Εκθετήρια αγροτουριστικών προϊόντων
- Αγροτουριστικά κέντρα εστίασης και αναψυχής
- Τουριστικά γραφεία που αναλαμβάνουν τη διοργάνωση ή την υλοποίηση προγραμμάτων υπαίθριων δραστηριοτήτων και περιηγήσεων οικοτουριστικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος
- Αγροκτήματα
- Επιχειρήσεις παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων
- Εργαστήρια λαϊκής τέχνης

Τέλος, σε ό,τι αφορά τον επισκέπτη, ο αγροτουρισμός αποτελεί μια διαδικασία που προωθεί μια μορφή ταξιδιού με σεβασμό προς το περιβάλλον και την παράδοση, βασισμένη στη γνωριμία του με την τοπική κουλτούρα, την ιστορία και την καθημερινότητα. Επιπλέον, ο αγροτουρισμός προσφέρει μία συνολική εμπειρία κατά την οποία ο επισκέπτης έρχεται σε επαφή με τον ντόπιο τρόπο ζωής και συνδυάζει την αναψυχή με την ενημέρωση και την ευαισθητοποίησή του σε κοινωνικά, ιστορικά, περιβαλλοντικά και άλλα θέματα της εκάστοτε περιοχής (Δροσοπούλου, 1989).

2.2.2. Τουρισμός υγείας

Τουρισμός Υγείας είναι ο τουρισμός κατά τη διάρκεια του οποίου οι τουρίστες συμμετέχουν σε προγράμματα υγείας ή σε προγράμματα που σχετίζονται με την υγεία. Τα προγράμματα υγείας είναι προγράμματα διατήρησης, πρόληψης, θεραπείας, ανάρρωσης και αποκατάστασης της υγείας με σύγχρονες ιατρικές μεθόδους, καθώς και με φυσικές μεθόδους και προγράμματα που σχετίζονται και επηρεάζουν την υγεία, όπως προγράμματα υγιεινής διαβίωσης, υγιεινής διατροφής, ενεργητικής άθλησης, ψυχικής ισορροπίας, ομορφιάς, αδυνατίσματος, κοινωνικής επανένταξης κ.λπ..

Ο Τουρισμός Υγείας περιλαμβάνει τις ακόλουθες μορφές τουρισμού (Σφακιανάκης, 2000):

- Θεραπευτικός Τουρισμός: Περιλαμβάνει προγράμματα θεραπείας με σύγχρονες μεθόδους της ιατρικής και με φυσικές μεθόδους θεραπείας της εναλλακτικής ιατρικής.
- Θερμαλισμός: Περιλαμβάνει την ενεργειακή αξιοποίηση των θερμομεταλλικών νερών και τη γενικότερη χρήση της γεωθερμικής ενέργειας και τη χρήση των μεταλλικών νερών. Περιλαμβάνει ταξίδια σε τουριστικούς προορισμούς με ιαματικές πηγές.
- Τουρισμός Φυσικοθεραπείας: Περιλαμβάνει διάφορες μεθόδους θεραπείας, όπως υδροθεραπεία, κινησιοθεραπεία, θαλασσοθεραπεία κ.λπ..
- Τουρισμός Υγιεινής Διαβίωσης: Είναι ο τουρισμός κατά τη διάρκεια του οποίου οι τουρίστες ακολουθούν ένα πρόγραμμα υγιεινής και φυσικής ζωής, το οποίο περιλαμβάνει υγιεινή διατροφή, ενεργητική άθληση, δίαιτα, ωράριο παράλληλο με τους φυσικούς βιορυθμούς, καθώς και προγράμματα ψυχικής ισορροπίας και καταστολής του άγχους.
- Τουρισμός Ομορφιάς: Περιλαμβάνει προγράμματα ομορφιάς, όπως αισθητική και κομμωτική, προγράμματα αδυνατίσματος, σύσφιξης μυών, περιποίησης προσώπου, ενδυματολογίας και πλαστικής χειρουργικής (σε σύγχρονα τουριστικά Κέντρα Υγείας).

2.2.3. Επαγγελματικός τουρισμός

Ο επαγγελματικός τουρισμός αποτελεί μια δυναμική αγορά, με ιδιαίτερα οικονομικά και κοινωνικά πλεονεκτήματα. Οι επαγγελματίες ταξιδιώτες, που μετακινούνται για να συμμετάσχουν σε συνέδρια, εκθέσεις, ταξίδια κινήτρων και επιχειρηματικές υποχρεώσεις, είναι ευπρόσδεκτοι επισκέπτες στον τόπο προορισμού, αφού πρόκειται για άτομα υψηλού κοινωνικού, μορφωτικού και οικονομικού επιπέδου (Κραβαρίτης, 2007).

Στον επαγγελματικό τουρισμό συμμετέχει ένας μεγάλος αριθμός ατόμων, οι οποίοι ταξιδεύουν αρκετά συχνά για να διεκπεραιώσουν τα επαγγελματικά τους ζητήματα (Κοκκινίδη, 2005).

2.2.4. Συνεδριακός τουρισμός

Ως συνεδριακός τουρισμός ορίζεται ο τουρισμός ο οποίος συνδέεται με την παρακολούθηση συνεδρίων, εκθέσεων κλπ. Ο συνεδριακός τουρισμός αντιπροσωπεύει μια σημαντική αγορά σε διεθνές επίπεδο.

Σημαντικό ρόλο για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού σε έναν τόπο, διαδραματίζει η διαθεσιμότητα των απαραίτητων υποδομών και υπηρεσιών, όπως αμφιθεάτρων, εκθεσιακών χώρων, καταλυμάτων, υποδομών για καφέ και εστίαση, υπηρεσιών διερμηνείας, κλπ. Επίσης, η εύκολη πρόσβαση στον τόπο πραγματοποίησης ενός συνεδρίου ή έκθεσης είναι κρίσιμος παράγοντας για την προσέλκυση επισκεπτών.

Η διοργάνωση συνεδρίων αποτελεί έναν από τους πλέον αναπτυσσόμενους και δυναμικούς τομείς για το ελληνικό τουριστικό προϊόν. Τα τελευταία χρόνια κατασκευάστηκαν στην περιοχή της Αττικής ειδικές εγκαταστάσεις και αναπτύχθηκαν οι αναγκαίες υποδομές για τη διοργάνωση συνεδρίων, μεγάλου και μικρότερου μεγέθους. Εξάλλου, στις περισσότερες περιοχές της χώρας, σύγχρονες ξενοδοχειακές μονάδες, αλλά και εξειδικευμένοι χώροι οργάνωσης συνεδρίων μπορούν να προσφέρουν διευρυμένες δραστηριότητες και υπηρεσίες υψηλού επιπέδου, καθώς και την απαιτούμενη υποδομή για να φιλοξενήσουν τόσο μικρές εκδηλώσεις όσο και μεγάλα παγκόσμια συνέδρια. Σημειώνεται πως η πρόσβαση σ' αυτές τις περιοχές, όπου υπάρχουν χώροι οργάνωσης συνεδρίων, είναι ιδιαίτερα εύκολη και σύντομη.

Οι υποδομές αυτές, σε συνδυασμό με το εξαίρετο κλίμα, τις φυσικές της ομορφιές, τις θαυμάσιες ακτές, το πλούσιο πολιτιστικό απόθεμα, την εξαιρετική γαστρονομία, τη φημισμένη φιλοξενία και την πλούσια νυκτερινή και πολιτιστική διασκέδαση, καθιστούν αναμφίβολα την Ελλάδα ως έναν ιδανικό προορισμό για τη διοργάνωση συνεδρίων (Κραβαρίτης, 2007).

2.2.5. Τουρισμός και περιβάλλον (Οικοτουρισμός)

Η ανάπτυξη του οικοτουρισμού αποδίδεται και συναρτάται με ορισμένα προβλήματα που δημιούργησε η αύξηση και κυρίως ο τρόπος ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού, προβλήματα κυρίως περιβαλλοντικής και κοινωνικής - πολιτιστικής υποβάθμισης περιοχών ή χωρών, αλλά και άνισης κατανομής του προκαλούμενου οικονομικού οφέλους. Η αυξανόμενη περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση του πληθυσμού γενικά ή της τουριστικής αγοράς ειδικότερα, και οι στόχοι για μια βιώσιμη και αειφόρο τουριστική ανάπτυξη που επιδιώκουν διάφοροι τομείς

(διεθνείς, κρατικοί, επιχειρηματικοί) θεωρούνται οι κύριοι προωθητικοί παράγοντες του οικοτουρισμού (Θεοδωροπούλου, 2006).

Γενικά, ο οικοτουρισμός ορίζεται ως μια περιβαλλοντικά υπεύθυνη ταξιδιωτική δραστηριότητα, σε σχετικά άθικτες φυσικές περιοχές, με στόχο την απόλαυση και τη γνωριμία των φυσικών, αλλά και ενταγμένων στο φυσικό περιβάλλον, αγαθών. Όντας μια δραστηριότητα περιορισμένων περιβαλλοντικών επιπτώσεων, ο οικοτουρισμός εκτός του ότι προσφέρει ευχαρίστηση, απόλαυση, γνώσεις και εμπειρίες στον επισκέπτη, διατηρεί και ενισχύει την ευημερία των τοπικών κοινοτήτων, που θεωρούνται αναπόσπαστο τμήμα μιας τέτοιας δραστηριότητας και αναπτυξιακής διαδικασίας.

Ο οικολογικός τουρισμός είναι μια εναλλακτική μορφή η οποία έχει άμεση σχέση με το αγροτικό περιβάλλον και είναι συνυφασμένος με τις δραστηριότητες του αγροτικού χώρου, οι οποίες προωθούν την προστασία του περιβάλλοντος και προσφέρουν στους τουρίστες θετικές εμπειρίες και ευκαιρίες για γνωριμία με το περιβάλλον και γενικότερα με την ύπαιθρο. Άλλες μορφές τουρισμού, όπως ο τουρισμός φύσης ή ο φυσιολατρικός τουρισμός, σχετίζονται με τον οικοτουρισμό και κατά συνέπεια με τον αγροτουρισμό. Αυτές οι μορφές εστιάζονται σε δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής που χρησιμοποιούν πόρους με ειδικά φυσικά χαρακτηριστικά, όπως είναι για παράδειγμα το χιόνι, η θάλασσα, ο αέρας ή δραστηριότητες συλλεκτικού χαρακτήρα (κυνήγι - σουβενίρ), με διάφορους βαθμούς επίδρασης στο περιβάλλον (Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης/ www.gnto.gr).

Σε ορισμένες χώρες της Ευρώπης υπάρχουν διάφορες προσεγγίσεις του οικοτουρισμού που συναρτώνται με προσπάθειες που έγιναν την τελευταία δεκαετία και επικεντρώνονται (Σχίδας, 1998):

- Στην αναβάθμιση του αναπτυξιακού μοντέλου μαζικού τουρισμού και στην προώθηση πολιτικών αειφορικής ανάπτυξης (κυρίως σε μεσογειακές χώρες)
- Σε ορισμένες εναλλακτικές μορφές τουρισμού και κυρίως αγροτουρισμού.

Αλλά και η Ελλάδα παρουσιάζει ευκαιρίες για την ανάπτυξη του οικοτουρισμού και εντοπίζονται:

- Στον πλούτο και στην ποικιλία των φυσικών και πολιτιστικών πόρων
- Στη στήριξη από το υφιστάμενο θεσμικό πλαίσιο προστατευομένων περιοχών
- Στα προσφερόμενα από τον κρατικό τομέα οικονομικά κίνητρα / κονδύλια, εθνικά και κοινοτικά
- Στην αυξανόμενη περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση του κοινού

- Στη συσσώρευση σχετικών με τον οικοτουρισμό και τον αγροτουρισμό εμπειριών.

2.2.6. Αθλητικός τουρισμός

Λίγο μετά το 1970 άρχισε να γίνεται χρήση του όρου «αθλητικός τουρισμός» με σκοπό να περιγραφεί η ειδική μορφή τουρισμού που συνδυάζει και την αθλητική δραστηριότητα. Ο αθλητικός τουρισμός θεωρείται σύγχρονο φαινόμενο, παρά το γεγονός ότι υπήρχε στενή σχέση μεταξύ αθλητισμού και τουρισμού από την αρχαιότητα. Ο λόγος είναι ότι μόλις τα τελευταία χρόνια άρχισε να αντιμετωπίζεται ως αυτόφωτο κομμάτι της τουριστικής και της αθλητικής βιομηχανίας και να αποκτά ακαδημαϊκή οντότητα (Σφακιανάκης, 2000).

Ο αθλητικός τουρισμός κατάφερε να προσελκύσει σημαντικό αριθμό ενδιαφερομένων αποκτώντας την αντίστοιχη οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική σημασία. Παράλληλα, οι παραγωγοί της τουριστικής βιομηχανίας, οι οποίοι ανέκαθεν αναζητούσαν νέους τομείς επέκτασης των δραστηριοτήτων τους, διέκριναν νωρίς τα οικονομικά κυρίως οφέλη του αθλητικού τουρισμού και προχώρησαν σε σημαντικές επενδύσεις. Ως συνέπεια, ο αθλητικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από γοργό ρυθμό ανάπτυξης, μεγάλες δυνατότητες εξέλιξης και από το ιδιαίτερο ενδιαφέρον που δημιουργεί σε όλους τους εμπλεκόμενους στο τουριστικό κύκλωμα, παραγωγούς και καταναλωτές.

Ο αθλητικός τουρισμός ορίζει όλες τις μορφές ενεργητικής και παθητικής ανάμιξης σε αθλητικές δραστηριότητες, όπου η συμμετοχή είναι τυχαία ή οργανωμένη και γίνεται για επαγγελματικούς ή μη λόγους, με προϋπόθεση τη μετακίνηση μακριά από τον τόπο διαμονής και εργασίας. Είναι φανερό ότι ο αθλητικός τουρισμός αποτελεί ένα ιδιαίτερα σύνθετο και ευρύ φαινόμενο. Για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού υπάρχει η ανάγκη για διευρυμένη υψηλής ποιότητας υποδομή σε διάφορους τομείς υποστήριξης, οι οποίοι είναι το φυσικό περιβάλλον, οι υπηρεσίες, η διασκέδαση, οι μεταφορές, το τεχνητό περιβάλλον, η στέγαση, η πολιτιστική κληρονομιά, οι οργανισμοί και οι κατασκευασμένες διευκολύνσεις.

Ο περιπατητικός τουρισμός, ο οποίος θεωρείται ότι ανήκει στον αθλητικό τουρισμό, ορίζεται ως η πραγματοποίηση τουριστικών δραστηριοτήτων, που αφορούν τη διενέργεια περιπατητικών εκδρομών διαμέσου περιοχών αξιόλογης αισθητικής, περιβαλλοντικής και πολιτιστικής αξίας.

Ο περιπατητικός τουρισμός αλληλοσυνδέεται, σε πολλές περιπτώσεις, με τον οικοτουρισμό. Η βασική διαφορά των δύο έγκειται στο ότι ο οικοτουρισμός προϋποθέτει τη συμμετοχή

του επισκέπτη για τη διατήρηση του τοπίου και της οικολογικής ισορροπίας, ενώ ο περιπατητικός τουρισμός όχι.

Ο περιπατητικός τουρισμός είναι στενά συνδεδεμένος με την ύπαρξη των καταλλήλων μονοπατιών, οργανωμένων ή μη, εύκολης ή δύσκολης πρόσβασης. Πραγματοποιείται κυρίως σε ημιορεινές ή ορεινές περιοχές (λαγκάδια, πλαγιές, κλπ), και θα μπορούσε να θεωρηθεί ως ένα είδος αθλητικού τουρισμού. Στην περίπτωση που ο περιπατητικός τουρισμός πραγματοποιείται σε ορεινές περιοχές εντάσσεται στην κατηγορία του ορεινού τουρισμού (Κοκκώσης, 2001).

Δύο ακόμη μορφές αθλητικού τουρισμού είναι ο ορειβατικός και ο χιονοδρομικός τουρισμός, για τους οποίους θα γίνει λόγος στη συνέχεια (βλέπε κεφάλαιο 3).

2.2.7. Κοινωνικός τουρισμός

Ο κοινωνικός τουρισμός αποτελεί το σύνολο των σχέσεων και των διεργασιών που προκύπτουν από επιδοτούμενα προγράμματα από την πολιτεία, με τη συμμετοχή στον τουρισμό των κοινωνικών στρωμάτων με χαμηλό εισόδημα.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση στο Σχέδιο Δράσης για την ανάπτυξη κατά προτεραιότητα, διαφόρων τομέων του τουρισμού ορίζει τον κοινωνικό τουρισμό ως τη διευκόλυνση, εκ μέρους των κρατών μελών, της πρόσβασης στον τουρισμό ομάδων ατόμων που για διάφορους λόγους, αλλά κυρίως για κοινωνικούς λόγους ή λόγους υγείας, έχουν δυσκολίες να κάνουν διακοπές. Στα μέτρα που προτείνει είναι και τα μέτρα περιορισμού εμποδίων που συναντούν τα άτομα με ειδικές ανάγκες στη πρόσβαση τους στον τουρισμό, εντάσσοντας τον τουρισμό ατόμων με ειδικές ανάγκες ή τον τουρισμό για όλους στον κοινωνικό τουρισμό (Kurek, 2003).

2.2.8. Τουρισμός και νερό

Ο τουρισμός, ως ανθρώπινη δραστηριότητα, έχει άμεση και στενή επαφή με το νερό, το οποίο αποτελεί το μεγαλύτερο τμήμα του πλανήτη. Αυτό το γεγονός διαμόρφωσε πολλές εναλλακτικές μορφές τουρισμού που σχετίζονται με το νερό. Αυτές οι μορφές είναι οι ακόλουθες:

1. Ο παράκτιος τουρισμός: Ο παράκτιος τουρισμός θεωρείται ότι αποτελεί μία από τις πιο ταχέως αναπτυσσόμενες περιοχές του σημερινού τουρισμού, καθώς προσφέρει την αμμουδιά, τη θάλασσα και τον ήλιο. Προκειμένου να δημιουργηθούν ασφαλή, σταθερά και

ελκυστικά παράκτια περιβάλλοντα με καθαρά νερά και υγιή παράκτια ενδιαιτήματα, είναι απαραίτητο να αναπτυχθεί ένας καλά διαχειριζόμενος αειφορικός παράκτιος τουρισμός.

Ο Αειφορικός Παράκτιος Τουρισμός προϋποθέτει ότι υπάρχουν τα ακόλουθα:

- Αειφορικές πρακτικές παράκτιας διαχείρισης.
- Καθαρό νερό, αέρας και υγιή παράκτια οικοσυστήματα.
- Ασφαλές και σίγουρο αναψυχικό περιβάλλον μέσα από τη διαχείριση των παράκτιων απειλών, όπως της διάβρωσης, των καταιγίδων και των πλημμυρών. Η παροχή επαρκών μέτρων ασφάλειας για τα πλεούμενα, τους κολυμβητές και για λοιπούς χρήστες του νερού.
- Προσπάθειες αποκατάστασης της παραλίας με σκοπό τη διατήρηση της αναψυχικής και ελκυστικής αξίας των ακτών.
- Δυναμικές πολιτικές για την προστασία της άγριας ζωής και των ενδιαιτημάτων.

2. Ο θαλάσσιος τουρισμός: Ο θαλάσσιος τουρισμός είναι ο τουρισμός ο οποίος σχετίζεται με την πραγματοποίηση δραστηριοτήτων στη θάλασσα. Συνήθως αφορά την κολύμβηση και την αναψυχή στην παραλία, αλλά με την εναλλακτική του έννοια εμπεριέχει και λοιπές δραστηριότητες, όπως θαλάσσια σπορ, παρακολούθηση βυθού, κλπ.

3. Ο τουρισμός του αθλήματος κατάβασης ποταμών: Περιλαμβάνει αθλήματα όπως κατάβαση ποταμών με μικρά αλλά ευρύχωρα και άνετα κανό, καθώς και κατάβαση ποταμού με φουσκωτή βάρκα 6 έως 8 ατόμων.

4. Ο θερμαλισμός: σύνολο θεραπευτικών πρακτικών με κέντρο τη χρήση των ιαματικών λουτρών.

5. Πολλές μορφές τουρισμού υγείας (υδροθεραπεία, θαλασσοθεραπεία κ.λπ.). Η υδροθεραπεία αναφέρετε στην εφαρμογή του νερού σαν θεραπευτικό μέσο ενώ η θαλασσοθεραπεία βοηθάει στη χαλάρωση και αναζωογόνηση ψυχής και σώματος που στηρίζεται στις προληπτικές, θεραπευτικές, χαλαρωτικές και τονωτικές ιδιότητες του θαλασσινού νερού. Θαλασσοθεραπεία μπορεί κάποιος να κάνει στα οργανωμένα κέντρα που βρίσκονται δίπλα στη θάλασσα και τα οποία αντλούν και ανανεώνουν το νερό τους από καθαρές θάλασσες.

6. Ο χιονοδρομικός, ο παγοδρομικός και ο τουρισμός χειμερινών αθλημάτων που αναπτύσσονται πάνω στη στερεά μορφή του νερού.

7. Ο τουρισμός των υγροβιότοπων όπου αναπτύσσεται ο τουρισμός παρατήρησης πουλιών και χλωρίδας. Υγρότοποι είναι τμήματα του φυσικού χώρου που βρίσκονται σε μια ενδιάμεση ζώνη ανάμεσα στη γη και στο νερό, όπου συνδεόμενες οι αντίστοιχες λειτουργίες τους, επιταχύνουν τους ρυθμούς της βιολογικής διαδικασίας και παραγωγής. Επιπλέον, αγροτικές περιοχές που περιλαμβάνουν υγροβιότοπους -όπως πχ. λίμνη Βιστονίδας, Κερκίνης, Μικρή Πρέσπα κ.ά. μπορούν να συνδυάσουν την αγροτουριστική δραστηριότητα με το λεγόμενο "τουρισμό των υγροβιοτόπων" . (Σφακιανάκης, 2000).

2.2.9. Πολιτισμικός τουρισμός

Πολιτισμός είναι η κατάσταση κατά την οποία ο άνθρωπος έχει αναπτύξει ηθική, κοινωνική, πνευματική, τεχνική, πολιτική και καλαισθητική ζωή, σε αντίθεση με τους ανθρώπους που έχουν πρωτόγονη ή άγρια ζωή. Σύμφωνα με τον διεθνή όρο (Σφακιανάκης, 2000) που χρησιμοποιείται για τον προσδιορισμό της έννοιας «πολιτισμός», πολιτισμός είναι η κουλτούρα που ορίζεται ως το σύνολο των προτύπων συμπεριφοράς και σκέψης των ανθρώπων που ζουν στις ανθρώπινες κοινωνίες, που προσδιορίζουν τα πιστεύω, τη συμπεριφορά, τη γλώσσα, την τέχνη και την τεχνολογία, τη θρησκεία, τα πολιτικά και οικονομικά συστήματα, τον τρόπο έκφρασης, ένδυσης, διατροφής, κ.λπ.

Συνεπώς, ο πολιτισμικός τουρισμός είναι ο τουρισμός που γίνεται για πολιτισμικούς λόγους. Δηλαδή, έχει ως κύριο τουριστικό προϊόν την επαφή, τη γνωριμία, τη γνώση και την απόλαυση του πολιτισμού των τουριστικών προορισμών και τις διάφορες πολιτισμικές εκδηλώσεις και δραστηριότητες. Αυτή η μορφή τουρισμού περιλαμβάνει:

• Επισκέψεις σε μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, ιστορικά μνημεία, πινακοθήκες, βιβλιοθήκες, παραδοσιακούς οικισμούς, μοναστήρια, φυσικές περιοχές, κτίρια με ιδιαίτερη αρχιτεκτονική κ.λπ.

• Παρακολουθήσεις συναυλιών, θεατρικών παραστάσεων, όπερας, παραδοσιακών χορών και τραγουδιών, παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων και παραδοσιακών εθίμων κ.λπ.

• Συμμετοχή σε πολιτιστικές εκδηλώσεις, όπως πανηγύρια, φεστιβάλ, κοινωνικές και πνευματικές δραστηριότητες, εκδρομές, μαθήματα που αναφέρονται στον πολιτισμό, χορούς κ.λπ.

Ο πολιτισμικός τουρισμός μπορεί να αναπτυχθεί παράλληλα με άλλες τουριστικές δραστηριότητες άλλων μορφών τουρισμού, όπως είναι ο αγροτουρισμός, ο τουρισμός υπαίθρου,

ο περιπατητικός τουρισμός κ,ά. Σε αυτές τις μορφές τουρισμού μπορεί να βρει κανείς στοιχεία πολιτισμικής κληρονομιάς και πλούτου. Αυτά τα στοιχεία μπορεί να περιλαμβάνουν αγροτικούς οικισμούς, ιστορικά μνημεία, χαρακτηριστικά αρχιτεκτονήματα (κάστρα, γέφυρες κ.λπ.), μοναστήρια, τοπία ιδιαίτερου φυσικού κάλλους κ.λπ.

2.2.10. Θρησκευτικός τουρισμός

Θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί το σύνολο εκείνο των τουριστικών δραστηριοτήτων το οποίο επικεντρώνεται γύρω από μνημεία και χώρους θρησκευτικής σημασίας.

Τα μνημεία της ελληνικής ορθοδοξίας αποτελούν αναπόσπαστο τμήμα της εθνικής κληρονομιάς και αξιόλογο πόλο έλξης επισκεπτών. Οι βυζαντινές και οι μεταβυζαντινές εκκλησίες με την αξιόλογη εικονογράφησή τους, τα ψηφιδωτά, τις τοιχογραφίες και τις σπάνιες εικόνες τους, οι επιβλητικοί καθεδρικοί ναοί, τα ξωκλήσια και τα προσκυνήματα της υπαίθρου, τα μοναστήρια, τα μετόχια και οι σκήτες, μαρτυρούν την επίμονη προσήλωση στις παραδόσεις και τη στενή και μακραίωνη διασύνδεση της τέχνης με τη θρησκευτική λατρεία.

Σε πολλές περιοχές της χώρας, ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να συναντήσει, επίσης, κτίσματα και μνημεία λατρείας διαφόρων δογμάτων και θρησκειών, που συνυπάρχουν σε ένα διαρκή διάλογο, αναδεικνύοντας το σπάνιο ιστορικό και πολιτισμικό πλούτο του ελληνικού χώρου (Σφακιανάκης, 2000).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 : ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ / ΟΡΕΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

3.1. Χαρακτηριστικά ορεινού τουρισμού

Στις οικονομικά ανεπτυγμένες χώρες, οι ορεινοί όγκοι αντιπροσωπεύουν από το δεύτερο ήμισυ του 20ού αιώνα, σημαντικότατους τουριστικούς προορισμούς. Ωστόσο, η σύνδεση μεταξύ των ορεινών όγκων και του τουρισμού, καθώς και ο εκδημοκρατισμός των ενεργοποιημένων σ'αυτούς διακοπών και αθλητικο-αναψυχικών δραστηριοτήτων, επιτεύχθηκαν σε χρονικό διάστημα μεγαλύτερο των δύο αιώνων.

Σήμερα, η υιοθέτηση και η ενεργοποίηση αθλητικο-αναψυχικών δραστηριοτήτων, σε χωρικές ενότητες των ορεινών όγκων, χαρακτηρίζεται ως φυσική απόρροια μιας εξελικτικής πορείας οικονομικο-τεχνολογικής και κοινωνικο-ανθρωπολογικής μορφής (Ηγουμενάκης, 2000).

Οι ορεινοί όγκοι αποτελούν αξιόλογους τουριστικούς προορισμούς για το σύνολο σχεδόν των οικονομικά ανεπτυγμένων χωρών. Η διαμόρφωση ενός αριθμού κινήτρων ανθρωπολογικής φύσης (αρχέγονες αναζητήσεις των ατόμων), σε συνδυασμό με τα γεωμορφολογικά – κλιματολογικά χαρακτηριστικά των ορεινών όγκων και την ενεργοποίηση δραστηριοτήτων αθλητικο-αναψυχικού τύπου (χιονοδρομία), οδήγησαν διεθνώς στη μετατροπή ενός μεγάλου αριθμού ορεινών χωρικών ενοτήτων σε αξιόλογες ζώνες υποδοχής τουριστών. Η ποιότητα του φυσικού τοπίου, η αυθεντικότητα των τοπικών πληθυσμών και η ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών επέδρασαν δυναμικά στην ενεργοποίηση της ζήτησης για αγαθά και υπηρεσίες των ορεινών όγκων και κατ' επέκταση στη διαμόρφωση των πρώτων τουριστικών ροών. Η αθλητικο-αναψυχική δραστηριότητα της χιονοδρομίας συνέβαλε στη μεγέθυνση των τουριστικών ροών προς τους ορεινούς όγκους, ενώ οι σταθμοί χειμερινών αθλημάτων συντέλεσαν στην εξάπλωση του ορεινού – χιονοδρομικού τουρισμού (Βαρβαρέσος, 2000).

Τα τελευταία χρόνια αναπτύσσονται ενδιαφέρουσες πρωτοβουλίες σε διάφορους νομούς της χώρας (π.χ. στο Νομό Θεσσαλονίκης, στην περιοχή της Θάσου), οι οποίες εμπίπτουν στις νέες μορφές τουρισμού και συνδέονται με ορεινές περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, με ιδιαίτερα στοιχεία χλωρίδας και πανίδας και με ενδιαφέρον για την προστασία του περιβάλλοντος. Τέτοιες μορφές περιλαμβάνουν ορεινή πεζοπορία, ορειβασία, ορεινή ποδηλασία, ιππασία και αυτό που έχει ονομαστεί «βοτανικοί περίπατοι». Συχνά εξασκούνται σε περιόδους που θεωρούνται «νεκρές» τουριστικά, δημιουργώντας ένα νέο ρεύμα και μια νέα κίνηση στις τουριστικές περιοχές.

Ο ορεινός τουρισμός, ο οποίος παρουσιάζει και ορισμένες ομοιότητες με τον τουρισμό χειμερινών σπορ, δεν έχει χρονικούς περιορισμούς εκδήλωσης και αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού, που εκδηλώνεται σε ορεινές περιοχές των χωρών υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών που επιθυμούν να αναπτύξουν αυτής της μορφής τουρισμό (Λύτρα, 2006).

Απαραίτητη προϋπόθεση είναι η δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων που «δένουν» με το φυσικό περιβάλλον και διαθέτουν όσο το δυνατόν περισσότερους συμπληρωματικούς χώρους, όπως εστιατόρια, μπαρ, καφετέριες, αίθουσες αναψυχής, κ. λ. π.. Τα ορεινά καταλύματα (ορεινά καταφύγια) δεν είναι ξενοδοχεία. Σκοπός τους είναι να παράσχουν καταφύγιο για τους πεζούς, τους αναρριχητές και τους σκιέρ που επιθυμούν να εξερευνήσουν τα βουνά. Μερικά είναι αρκετά οργανωμένα σαν ξενώνες νεότητας, ενώ άλλα είναι πολύ βασικά. Υπάρχουν πολύ αυστηροί κανονισμοί για εκείνους που διαμένουν σε αυτά, π.χ. ορισμένα δεν επιτρέπουν το αλκοόλ, το κάπνισμα ή το κυνήγι, καθώς και όπλα ή φαγητό σε κοιτώνες. Τα περισσότερα από αυτά έχουν κουζίνα, ενώ τα πιο οργανωμένα ορεινά καταφύγια διαθέτουν εστιατόρια και καφετέριες. Οι περιοχές, όπου αναπτύσσονται τέτοιες δραστηριότητες, θα πρέπει να εξυπηρετούνται συγκοινωνιακά όσον το δυνατόν πληρέστερα και καλύτερα (Μηλιώνης, 2008).

3.2. Η κατάσταση του ορεινού τουρισμού στην Ελλάδα

3.2.1. Χαρακτηριστικά ελληνικών βουνών

Η Ελλάδα είναι μια κατ' εξοχήν ορεινή χώρα, αφού στην επικράτειά της υπάρχουν περισσότερα από 300 βουνά. Ο σημαντικότερος ελληνικός ορεινός άξονας είναι η οροσειρά της Πίνδου, που σχηματίζει τη «ραχοκοκαλιά» της ηπειρωτικής χώρας και έχει ως φυσική συνέχεια τα βουνά της Πελοποννήσου και της Κρήτης. Εξάλλου, τα περισσότερα νησιά αποτελούν, στην πραγματικότητα, τις βουνοκορφές της καταποντισμένης Αιγηίδος, που κάποτε συνέδεε την ηπειρωτική Ελλάδα με τη Μικρά Ασία.

Το ψηλότερο βουνό της χώρας είναι ο (φημισμένος από την ελληνική μυθολογία) Όλυμπος (στη Μακεδονία), που φτάνει τα 2.917 μέτρα (κορυφή Μύτικας), ενώ περίπου 40 ορεινά συγκροτήματα, σ' όλη τη χώρα, υπερβαίνουν σε υψόμετρο τα 2.000 μέτρα.

Τα ελληνικά βουνά χαρακτηρίζονται από την ποικιλομορφία τους, τα σπάνια τοπία και τα μοναδικά δάση τους, μερικά από τα οποία είναι από τα παλαιότερα φυσικά δάση της

Ευρώπης. Λόγω του απαράμιλλου φυσικού τους πλούτου (σε χλωρίδα και πανίδα), πολλά από αυτά προστατεύονται ως Εθνικοί Δρυμοί, ενώ, παράλληλα, τις τελευταίες δεκαετίες, με τις υποδομές που δημιουργήθηκαν, αποτελούν ιδανικούς προορισμούς για όσους επιθυμούν να απολαύσουν δραστηριότητες χειμερινού και ορεινού τουρισμού (Μπαλιάμη, 2008).

3.2.2. Τα προβλήματα του χειμερινού τουρισμού στην Ελλάδα

Η έντονη εποχικότητα που χαρακτηρίζει τον ελληνικό τουρισμό ασκεί πλήθος δυσμενών αντιδράσεων που σχετίζονται με την αποδοτικότητα του επενδυόμενου κεφαλαίου, την απασχόληση και την πυκνότητα του τουριστικού πλήθους σε τόπο και χρόνο (περιβάλλον κτλ).

Ο Παυλόπουλος (2002) στη μελέτη του με θέμα «Ο χειμερινός τουρισμός στην Ελλάδα» κατέληξε στις εξής διαπιστώσεις: Το ποσοστό που αντιπροσωπεύει ο αλλοδαπός χειμερινός τουρισμός στην Ελλάδα , ως ποσοστό του συνολικού ετήσιου αλλοδαπού τουρισμού, είναι μόλις 9% έναντι του μέσου όρου της τάξης του 25% για τις κύριες ανταγωνίστριες χώρες. Σε σχέση με την Τουρκία και την Κύπρο, που διαμοιράζονται κοινά, βασικά χαρακτηριστικά με την Ελλάδα, τα ποσοστά προέλευσης χειμερινών τουριστών είναι της τάξης του 21% και του 19% αντίστοιχα, ενώ σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες, η Ελλάδα είναι η μοναδική χώρα – με εξαίρεση την Τουρκία – που είχε δραματική μείωση του χειμερινού τουρισμού κατά τα έτη 1975 και 1998 σε ποσοστό 38,2%. Οι απώλειες που σημειώθηκαν στα προαναφερθέντα έτη ανακτήθηκαν από τις άλλες χώρες, με εξαίρεση την Ελλάδα, για την οποία αν και δεν υπάρχουν σαφείς ενδείξεις η πτώση συνεχίζεται ακόμη. Στις 6 από τις 10 χώρες σε προέλευση έχει μειωθεί το μερίδιο της Ελλάδος στο συνολικό εισαγόμενο από αυτές χειμερινό τουριστικό προϊόν. Τέλος στην Ελλάδα, ο χειμερινός τουρισμός υστερεί σε υποδομή σε σχέση με τις άλλες ανταγωνίστριες χώρες κατά τρόπο πολυδιάστατο (δρόμοι, λιμάνια, εποπτεία).

Σύμφωνα με τον Παυλόπουλο (2002), τα αίτια του παραπάνω προβλήματος είναι:

- Η απόσταση και το κόστος διακίνησης, σε συνδυασμό με τη διάρκεια των διακοπών, φαίνεται να προσδιορίζουν σε μεγάλο βαθμό το σχετικό μέγεθος του χειμερινού τουρισμού στην Ελλάδα και στις ανταγωνίστριες χώρες. Δυστυχώς, ένα χαρακτηριστικό της χώρας μας από τους άλλους ανταγωνιστικούς προορισμούς είναι η απόσταση από τις κύριες πηγές προέλευσης.
- Το είδος των τουριστικών δραστηριοτήτων που θα μπορούσε να βοηθήσει στη βελτίωση του χειμερινού αλλοδαπού τουρισμού στη χώρα μας δεν έχει μελετηθεί στο βάθος και στην έκταση που ενδείκνυται, ούτε από την πολιτεία, ούτε και από τους ιδιωτικούς φορείς .

- Η αποξένωση της τουριστικής Ελλάδας από ορισμένες περιοχές προέλευσης (ΗΠΑ, Ωκεανία) έχει συσσωρευτικά αρνητικά αποτελέσματα, διότι παύει να λειτουργεί η διαφημιστική ανακύκλωση που συντελείται μέσω των επισκεπτών.

Οι σταθερές του προβλήματος προσδιορίζονται από την παρακάτω ανάλυση:

- Ο χειμερινός τουρισμός αποτελεί σε πολύ μεγάλο ποσοστό τουρισμό αναψυχής ή επαγγελματικό, όχι όμως τουρισμό διακοπών, λόγω της εποχικής διάστασης κοινωνικών θεσμών, όπως το σχολικό έτος και οι ετήσιες άδειες από την εργασία. Συνήθως, το τουριστικό χειμερινό πλήθος αποτελείται από συνταξιούχους, από τους αυξανόμενους ποσοτικής σημασίας χρήστες του Σαββατοκύριακου και γενικότερα των βραχείας διάρκειας ταξιδιών αναψυχής και φυσικά από τους πραγματοποιούντες επαγγελματικά ταξίδια.
- Η απόσταση της χώρας από τις μείζονες προελεύσεις είναι μεγάλη και ως εκ τούτου δαπανηρή και βραχείας διάρκειας διακοπές, όπως το Σαββατοκύριακο.
- Οι ανταγωνίστριες χώρες δεν βρίσκονται σε πλεονεκτική θέση έναντι της Ελλάδος σχετικά με την εν δυνάμει μεγάλη τουριστική αγορά – ως πηγή ζήτησης αλλοδαπού τουριστικού προϊόντος – των χωρών της Ανατολικής Ευρώπης .
- Το ποσοστό του πληθυσμού που βρίσκεται εκτός της αγοράς εργασίας (τρίτη ηλικία) και μπορεί φυσικώς και οικονομικώς να ταξιδέψει θα τείνει να αυξάνεται μεσομακροπρόθεσμα.

Τα μέτρα της πολιτικής που πιθανώς θα βελτίωναν το εποχικό πρότυπο δεν είναι τα ίδια για όλες τις περιοχές προέλευσης, για πολλούς λόγους (διαφορετικές ηλικιακές ομάδες, διαφορετικές ανάγκες ίδιων ηλικιών διαφόρων περιοχών) και πρέπει να είναι φορτισμένα από την διαπίστωση ότι η έμφαση πρέπει να δοθεί στη εξωαιχμιακή περίοδο.

Ο Βουτυράκης (2004) στο άρθρο του «Αλληλεξάρτηση και αειφόρο τουριστική ανάπτυξη» επισημαίνει πως η άνοδος του ορεινού τουρισμού στη χώρα μας, ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια, συνδέεται με την αλλαγή σε συνήθειες (ανάγκη κυρίως για άθληση) αλλά και την επιθυμία αναψυχής καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Τονίζει ότι στην περίπτωση αυτή υπάρχουν σημαντικές ενδείξεις για προβλήματα περιβαλλοντικής υποβάθμισης σε περιοχές κυρίως με χειμερινές αθλητικές εγκαταστάσεις, όπως: διάβρωση, υποβάθμιση βιοτόπων κ.ά. Κύρια αιτία γι' αυτό είναι η συγκέντρωση μεγάλου αριθμού επισκεπτών σε σχετικά μικρή χρονική περίοδο, η ανέγερση των σχετικών εγκαταστάσεων και υποδομών, ο θόρυβος, η κίνηση, η παραγωγή αποβλήτων κ.ά. Ο ορεινός τουρισμός στην Ελλάδα, είναι πολύ συχνά υπεύθυνος

για μια σειρά επιπτώσεων, όπως: α) ρύπανση, θόρυβο, διάβρωση του εδάφους και υποβάθμιση ευαίσθητων οικοσυστημάτων, β) ανεξέλεγκτη άσκηση δραστηριοτήτων, όπως κατασκήνωση, ποδήλατο βουνού, οδήγηση με οχήματα ειδικών διαδρομών, που μπορεί να προκαλέσουν σημαντικά προβλήματα υποβάθμισης στη χλωρίδα και την πανίδα της περιοχής υποδοχής, γ) η παροχή ορισμένων διευκολύνσεων, όπως χώροι στάθμευσης, μονοπάτια και άνοιγμα νέων δρόμων σε ευαίσθητες περιοχές, οδηγεί σε σημαντική περιβαλλοντική υποβάθμιση, δ) η άσκηση διαφόρων δραστηριοτήτων αναψυχής (κυνήγι, φωτογραφία) μπορεί να προκαλέσει κοινωνικές συγκρούσεις. Οι τουρίστες δεν κατανοούν πάντα τους περιορισμούς στο δικαίωμα της ελεύθερης πρόσβασης στη φύση και συχνά παραβιάζουν τους "άγραφους" νόμους και τους κώδικες επικοινωνίας αλλά και τους θεσμοθετημένους κανονισμούς, ε) η δημιουργία υποδομής για χειμερινά αθλήματα προκαλεί συχνά αποδάσωση, διάβρωση του επιφανειακού εδάφους και καταστροφή της βλάστησης και στ) προβλήματα διάθεσης απορριμμάτων.

3.3. Χαρακτηριστικά χιονοδρομικού τουρισμού.

Όπως προαναφέρθηκε, ο χιονοδρομικός τουρισμός ανήκει στον αθλητικό τουρισμό. Στις Άλπεις το 1910, εμφανίζεται η αθλητικο-αναψυχική δραστηριότητα της χιονοδρομίας (σκι). Το 1960 εντάσσεται στις υπόλοιπες δραστηριότητες η χιονοδρομία καταβάσεων, ενώ το 1970 εντάσσεται το δελταπλάνο και το παραπέντε και το 1980 ενσωματώνεται το κανόε-καγιάκ, διαμορφώνοντας ένα διαφορετικό πλαίσιο χωρικής ανάπτυξης και διάρθρωσης των ορεινών όγκων, παράλληλα με τη διαμόρφωση νέων τουριστικών κινήτρων και νέων αντιλήψεων για τους ορεινούς όγκους και τους πληθυσμούς υποδοχής. Η αθλητικο-αναψυχική δραστηριότητα της χιονοδρομίας υπήρξε αρχικά απόρροια φυσιολατρικών κινήτρων και κινήτρων τοπίου, και στη συνέχεια αθλητικών και αναψυχικών (Λύτρας, 2002).

Οι μετακινήσεις και η διαμονή των Άγγλων αριστοκρατών αρχικά στις Άλπεις (18ος αιώνας) και των Γάλλων, των Γερμανών και των Ιταλών στη συνέχεια, συνέβαλαν στο να διαμορφώσει η αναζήτηση κοινωνικού γοήτρου των «ολίγων» (αριστοκράτες, εισοδηματίες) μια έντονη τάση μιμητισμού για ένα μεγαλύτερο αριθμό ατόμων. Η αθλητικο-αναψυχική δραστηριότητα της χιονοδρομίας, σχεδόν παράλληλα με την αναγνώριση των ορεινών όγκων ως τουριστικών προορισμών, ακολούθησε μια πορεία που εμπεριείχε στοιχεία μιμητισμού. Η αναζήτηση κοινωνικού γοήτρου ώθησε, προς τα τέλη του 19ου αιώνα, τις ανώτερες κοινωνικές τάξεις στην ενασχόλησή τους με τις δραστηριότητες αναψυχής (Λύτρας, 2002).

Αρχικά, η αθλητικο-αναψυχική δραστηριότητα της χιονοδρομίας υιοθετήθηκε και πραγματοποιήθηκε από δύο τύπους τουριστών:

- Από εκείνους που ανήκαν σε υψηλές εισοδηματικές κατηγορίες, οι οποίοι χαρακτηρίζονταν για: τον υψηλό βαθμό προτίμησής τους για επιλεκτικούς και ελκυστικούς παραθεριστικούς προορισμούς, καθώς και για την έλξη τους από τα χειμερινά αθλήματα και τις δραστηριότητες αναψυχής στους ορεινούς όγκους .
- Από τους κατοίκους των αστικών κέντρων, οι οποίοι έβλεπαν τη χιονοδρομία ως μια αθλητικο-αναψυχικού τύπου δραστηριότητα, πραγματοποιούμενη τη χειμερινή περίοδο και κυρίως κατά τη διάρκεια του Σαββατοκύριακου.

Κατά τη διάρκεια της περιόδου 1945-1975 καταγράφεται από μέρους των κέντρο-ευρωπαϊκών χωρών, και ιδίως της Γαλλίας, μια προσπάθεια διάδοσης της χιονοδρομίας στα μεσαία εισοδηματικά στρώματα, στο πλαίσιο ενός προγράμματος εκδημοκρατισμού της συγκεκριμένης δραστηριότητας. Την τελευταία δεκαετία, η χιονοδρομία φαίνεται να ερμηνεύεται σε μεγάλο βαθμό από το φαινόμενο του μιμητισμού. Ωστόσο, το φαινόμενο του μιμητισμού συμβάλλει στον πολλαπλασιασμό των χιονοδρόμων και κατ' επέκταση του ορεινού χιονοδρομικού τουρισμού (Βαρβαρέσος, 1998).

Σε ό,τι αφορά τη χιονοδρομία στην Ελλάδα, οι πρώτοι χιονοδρόμοι παρατηρούνται κατά τη δεκαετία του 1930 στην περιοχή του Βόλου. Οι πρώτοι Έλληνες χιονοδρόμοι, καθοδηγούμενοι από Αυστριακούς εργαζομένους στην τότε σημαντική βιομηχανία του Βόλου, δοκίμαζαν την πρωτόγνωρη αίσθηση του να γλιστράς στο χιόνι πάνω σε σανίδια. Σιγά –σιγά το νέο άθλημα έγινε μόδα και στη δεκαετία του 1950 εγκαθίσταται η πρώτη εναέρια καρέκλα στο Σέλι Ημαθίας, με τη βοήθεια του κράτους. Το 1965 ακολουθεί η δημιουργία του χιονοδρομικού κέντρου Πήλιου. Παράλληλα, το 1965 εγκαθίσταται το τελεφερίκ του Λυκαβητού και το 1972 το τελεφερίκ της Πάρνηθας, εγκαταστάσεις αρκετά πολυτελείς για την εποχή. Το 1976 λειτουργεί το χιονοδρομικό κέντρο Παρνασσού στη Φτερόλακα και το 1980 στα Κελλάρια. Τη δεκαετία του 1980 ακολουθεί η δημιουργία χιονοδρομικών κέντρων στα Καλάβρυτα, στο Καρπενήσι και στη Νάουσα, ενώ τη δεκαετία του 1990 αναπτύσσονται και άλλα περιφερειακά χιονοδρομικά κέντρα, όπως στο Καιμάκτσαλαν, στη Φλώρινα, στο Φαλακρό, στο Ελατοχώρι, στη Βασιλίτσα, στο Περτούλι και στην Πίνδο (εκπληρώνοντας τοπικές επιθυμίες και ζήτηση), φθάνοντας το 2000 περίπου τα είκοσι (Βαρβαρέσος, 2000).

3.4. Χαρακτηριστικά χιονοδρομικών κέντρων

Σύμφωνα με το Υπουργείο Ανάπτυξης «Τα χιονοδρομικά κέντρα είναι εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής, που παρέχουν τη δυνατότητα άσκησης αναψυχής στη χιονοδρομία και στις δραστηριότητες βουνού (ορειβασία, ορειβατικό σκι κ.ά.). Περιλαμβάνουν εγκαταστάσεις υποδοχής, χιονοδρομικούς αναβατήρες και τουριστικές εγκαταστάσεις διημέρευσης στην ευρύτερη περιοχή των πιστών, ενώ είναι δυνατόν να περιλαμβάνουν και κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα, συνδεόμενα ή μη μηχανικά (με αναβατήρα) με τις πίστες του σκι ή τις εγκαταστάσεις διημέρευσης».

Τα χιονοδρομικά κέντρα πρέπει να έχουν τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

α) Τα χιονοδρομικά κέντρα είναι δυνατό να δημιουργούνται, είτε αυτοτελώς (χιονοδρομικό κέντρο), είτε με δυνατότητα διαμονής (κέντρο χειμερινών αθλημάτων) σε συνδυασμό με ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις.

β) Οι περιοχές, στις οποίες δημιουργούνται οι πίστες των χιονοδρομικών κέντρων, πρέπει να βρίσκονται σε υψόμετρο τουλάχιστον 1.500 μ. από την επιφάνεια της θάλασσας (το κατώτερο σημείο).

γ) Προϋπόθεση για τη δημιουργία χιονοδρομικού κέντρου είναι η ύπαρξη της κατάλληλης έκτασης (ιδιοκτησίας ή παραχώρησης χρήσης τουλάχιστον για 20 χρόνια). Εντός της έκτασης αυτής (ευθύνης του χιονοδρομικού κέντρου), χωροθετούνται το σύνολο των αναβατήρων, των πιστών σκι, των κτιριακών εγκαταστάσεων και των χώρων στάθμευσης.

δ) Αναγκαία, επίσης, προϋπόθεση για τη δημιουργία χιονοδρομικού κέντρου είναι η λειτουργία στην ευρύτερη περιοχή, και συγκεκριμένα σε ακτίνα 30 χιλιομέτρων από την περιοχή του σκι, ξενοδοχειακών καταλυμάτων, συνολικής δυναμικότητας κλινών μεγαλύτερης ή ίσης με το 10% της δυναμικότητας των αναβατήρων του χιονοδρομικού κέντρου.

Οι περιοχές χιονοδρομίας πρέπει να πληρούν τους παρακάτω κανόνες:

1. Υψόμετρο περιοχής χιονοδρομίας μεγαλύτερο των 1.500 μέτρων από την επιφάνεια της θάλασσας.

2. Ύπαρξη τριών ειδών πιστών, τουλάχιστον μιας ανά κατηγορία (5-15% κλίσεις για αρχάριους, έως 30% για προχωρημένους και πάνω από 30% για πολύ καλούς χιονοδρόμους).

3. Ύπαρξη έκτασης 20 στρεμμάτων, τουλάχιστον στη ζώνη αναχώρησης των αναβατήρων κλίσης έως 5% (Βουτυράκης, 2004).

3.5. Χιονοδρομικά κέντρα της Ελλάδος

Οι χειμερινές διακοπές στην Ελλάδα είναι πλέον ιδιαίτερα ανεπτυγμένες και σχεδόν σε ολόκληρο τον ορεινό όγκο της υπάρχουν χιονοδρομικά κέντρα ιδανικά για εκδρομείς, ορειβάτες και σκιέρ. Όλα λειτουργούν υπό την εποπτεία της Εθνικής Ομοσπονδίας Ορειβασίας και Σκι, καθώς και των τοπικών συλλόγων και των χιονοδρομικών κέντρων. Σε 18 διαφορετικά μέρη της Ελλάδας λειτουργούν χιονοδρομικά κέντρα. Ένα από τα πλεονεκτήματα που παρέχει η χιονοδρομία στην Ελλάδα είναι η ελευθερία που έχουν οι χιονοδρομείς λόγω του ότι οι πίστες δεν έχουν την πολυκοσμία που συναντά κανείς στις πίστες άλλων χωρών, όπως στην Ελβετία, στην Αυστρία κ.ά. Τα χιονοδρομικά κέντρα της Ελλάδας διαθέτουν εξοπλισμό για όλες τις ηλικίες και ικανότητες, από τον απόλυτο αρχάριο μέχρι αυτούς που απολαμβάνουν μια πραγματική πρόκληση για πίστες στο υψηλότερο υψόμετρο (Μηλιώνης,2008).

Τα χιονοδρομικά κέντρα της Ελλάδας ένωσαν τις δυνάμεις τους για να δημιουργήσουν ένα φορέα, μέσω το οποίου θα προβάλλουν τα κοινά αιτήματά τους με στόχο την ανάπτυξη της χιονοδρομίας στην Ελλάδα. Η ίδρυση της Ένωσης Χιονοδρομικών Κέντρων Ελλάδας (Ε.Χ.Κ.Ε.), που αποτελεί πανελλήνιο δίκτυο συνεργασίας των χιονοδρομικών κέντρων, αποβλέπει στην ενιαία εκπροσώπησή τους, στην προώθηση κοινών στόχων και στην αντιμετώπιση κοινών προβλημάτων. Στους σκοπούς της περιλαμβάνονται, μεταξύ άλλων, η ανάπτυξη του χιονοδρομικού και ορεινού εναλλακτικού τουρισμού, η προβολή και η διαφήμιση των χιονοδρομικών κέντρων και η ανάπτυξη συνεργασιών με φορείς που σχετίζονται με τη χιονοδρομία και τον εναλλακτικό ορεινό τουρισμό στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Στην Ε.Χ.Κ.Ε., που έχει έδρα το Βόλο, συμμετέχουν με εκπροσώπους τους οι φορείς διοίκησης και διαχείρισης 12 Χιονοδρομικών Κέντρων: της Βασιλίτσας, του Σελίου, του Πηλίου, του Περτουλίου, της Καστοριάς, του Παρνασσού, του Καϊμάκτσαλαν, των 3–5 Πηγαδιών, των Καλαβρύτων, των Σερρών, του Ελατοχωρίου και του Φαλακρού (Τσαλίκη, 2008).

Τα χιονοδρομικά κέντρα στην Ελλάδα είναι: (www.ski.gr)

1) 3-5 Πηγάδια

Το χιονοδρομικό κέντρο "3-5 Πηγάδια" βρίσκεται στο νομό Ημαθίας, στην δυτική πλευρά του όρους Βέρμιου σε υψόμετρο 1430-2005 μ. Απέχει 17 χλμ. από την πόλη της Νάουσας και ο ασφαλτοστρωμένος δρόμος παραμένει πάντοτε ανοικτός κατά τη χειμερινή περίοδο. Διαθέτει τρεις πίστες κατάβασης και τρεις αντοχής. Με το σύστημα της τεχνητής

χιόνωσης, το μοναδικό στην Ελλάδα, εξασφαλίζεται άριστη ποιότητα χιονιού σ' όλη τη διάρκεια της χειμερινής περιόδου.

2) Βασιλίτσα

Το χιονοδρομικό κέντρο Βασιλίτσας βρίσκεται στο βουνό Βασιλίτσα (Βόρεια Πίνδο) στο νομό Γρεβενών σε υψόμετρο 1720 μ. Απέχει από την πόλη των Γρεβενών 45 χλμ. και από τη Θεσσαλονίκη 245 χλμ. Διαθέτει 17 πίστες και επτά αναβατήρες.

3) Βέρμιο-Σέλι

Το χιονοδρομικό κέντρο Βερμίου-Σέλι βρίσκεται στις νοτιοδυτικές. πλαγιές του Βερμίου στο νομό Ημαθίας. Είναι το παλαιότερο και το μεγαλύτερο σε έκταση χιονοδρομικό κέντρο της Βόρειας Ελλάδας. Δημιουργήθηκε το 1934, ενώ το 1955 τοποθετήθηκε ο πρώτος αναβατήρας. Βρίσκεται σε ακτίνα εύκολης επικοινωνίας με πολλά αστικά κέντρα και εξυπηρετείται κυρίως με δυο ασφαλτοστρωμένους δρόμους. Διαθέτει δώδεκα πίστες κατάβασης και δύο πίστες δρόμων αντοχής.

4) Βέρνο-Βίτσι

Το χιονοδρομικό κέντρο Βέρνου (Βίτσι) βρίσκεται σε υψόμετρο 1.800 μ. Απέχει από την πόλη της Καστοριάς 23 χλμ. και προσεγγίζεται μέσω των δημοτικών διαμερισμάτων Βυσσινιάς και Οξιάς. Ο δρόμος είναι ασφαλτοστρωμένος, ασφαλής και αποχιονίζεται. Βρίσκεται σε υψόμετρο 1.610-1.875 μ. Διαθέτει LIFT (συρόμενο πιατάκι) 1000 μ., με δυνατότητα εξυπηρέτησης 850 ατόμων/ ώρα, BABY LIFT 150 μ., πέντε πίστες, οι οποίες είναι χαραγμένες μέσα σε πυκνό δάσος, έχουν κοινή αφετηρία και εξυπηρετούνται με το ίδιο LIFT, σαλέ (εστιατόριο, καφετερία, μπαρ) και χώρο στάθμευσης.

5) Βίγλα

Στη συμβολή των οροσειρών του Βαρνούντα και του Βέρνου, 19 χλμ δυτικά από την πόλη της Φλώρινας και σε υψόμετρο 1600- 1900 μ., είναι η διάβαση Βίγλας - Πισοδερίου. Σ' αυτή την τοποθεσία, μέσα σε ένα δάσος από οξιές, βρίσκεται το χιονοδρομικό κέντρο Βίγλας. Διαθέτει 10 πίστες ολυμπιακών προδιαγραφών, 5 αναβατήρες, 3 συρόμενους και 2 εναέριους, ώστε να εξυπηρετείται μεγάλος αριθμός επισκεπτών.

6) Ελατοχώρι

Το χιονοδρομικό κέντρο Ελατοχωρίου βρίσκεται στη βορειοανατολική πλευρά των Πιερίων, στη θέση "Παπά Χωράφι", και σε υψόμετρο 1450μ. Οι εγκαταστάσεις του χιονοδρομικού κέντρου απέχουν από τον οικισμό "Ελατοχώρι" 8 χλμ. και 36 χλμ. από την πόλη της Κατερίνης. Διαθέτει έξι πίστες για σκι, καθώς και μια για έλκηθρα και μια για σνόουμπορντ. Το συνολικό μήκος που έχουν οι πίστες και το δίκτυο των χιονο-διαδρόμων, που τις συνδέει μεταξύ τους, ξεπερνάει τα 10.000 μ.

7) Καϊμάκτσαλαν

Το όρος Καϊμάκτσαν ή Βόρας βρίσκεται στα σύνορα με το κράτος της Φύρομ και η κορυφογραμμή του αποτελεί την οριογραμμή μεταξύ των δύο κρατών. Είναι το τρίτο μεγαλύτερο σε ύψος βουνό της Ελλάδας με υψόμετρο 2.524μ., κορυφή στην οποία βρίσκεται και το χιονοδρομικό κέντρο. Το κέντρο αρχίζει από τα 2.050μ., όπου υπάρχουν το κεντρικό καταφύγιο, χώροι στάθμευσης, σχολές σκι, πίστες αρχαρίων, καταστήματα ενοικιάσεων, εκδοτήρια και ο πρώτος αναβατήρας, και καταλήγει στα 2.480μ., όπου βρίσκεται ο σταθμός άφιξης του υψηλότερου αναβατήρα της Ελλάδος. Το χιονοδρομικό κέντρο αναπτύσσεται στη νοτιοανατολική πλευρά του όρους Βόρας σε υψόμετρο από 2050μ. έως 2480μ. Υπάρχουν 13 πίστες (οι 2 από αυτές είναι πίστες αγώνων, με ηλεκτρονικό χρονόμετρο, 5 πίστες δύσκολες, 3 πίστες εύκολες και 3 πίστες πολύ εύκολες) συνολικά 11.000 μέτρων καθώς και 7 Lift.

8) Καλάβρυτα

Το χιονοδρομικό κέντρο Καλαβρύτων βρίσκεται στη βορειοδυτική πλευρά του Χελμού και σε υψόμετρο 1700 μ. Λειτουργεί από το 1988 και διαθέτει 7 αναβατήρες, 12 πίστες, χώρους στάθμευσης, καφετέριες, εστιατόρια, κατάστημα πώλησης και ενοικίασης εξοπλισμού σκι, σχολή σκι και σταθμό Α' Βοηθειών. Απέχει 14 χλμ από τα Καλάβρυτα και 203 χλμ από την Αθήνα.

9) Καρακόλι Μετσόβου

Το Καρακόλι βρίσκεται 1,5 χλμ από το Μέτσοβο σε υψόμετρο 1340-1520 μ. και διαθέτει ένα μονοθέσιο αναβατήρα μήκους 800 μέτρων και δυο πίστες, μήκους 900 μέτρων η εύκολη και 1.100 μέτρων η πολύ εύκολη.

10) Καρπενήσι

Σ' ένα οροπέδιο του Βελουχίου, σε υψόμετρο 1840 μ. στη θέση "Διαβολότοπος", βρίσκεται το χιονοδρομικό κέντρο Καρπενησίου, που απέχει 12 χλμ. από την πόλη του Καρπενησίου. Δημιουργήθηκε το 1974.

Διαθέτει 10 πίστες διαφορετικών επιπέδων δυσκολίας, κυμαινόμενης υψομετρικής διαφοράς από 1800-2040μ., 7 αναβατήρες (3 συρόμενους, 4 εναέριους), με δυνατότητα εξυπηρέτησης 5.150 ατόμων/ ώρα, καταστήματα πώλησης και ενοικίασης ειδών σκι και μηχανοκίνητων έλκηθρων, καθώς και σχολή σκι. Διαθέτει τρία μηχανήματα αποχιονισμού, δύο διάστρωσης πιστών και πέντε μηχανοκίνητα έλκηθρα χιονιού (skooters). Επίσης, λειτουργούν σύγχρονη σχολή Σκι με χρήση Baby Lift για εκπαίδευση των χιονοδρόμων και προετοιμασία αθλητών, σαλέ φιλοξενίας 100 ατόμων, εστιατόριο, καφετέρια, μπαρ και πρώτες βοήθειες στις πίστες.

11) Λαϊλιά

Το χιονοδρομικό κέντρο «Λαϊλιά» βρίσκεται στο βουνό Βρόντου, ύψους 1.849μ., στο νομό Σερρών. Το χιονοδρομικό κέντρο βρίσκεται σε υψόμετρο 1.600 μ., απέχει 27 χλμ από την πόλη των Σερρών και δημιουργήθηκε το 1978 από τον Ορειβατικό Σύλλογο Σερρών. Διαθέτει μια πίστα, κόκκινη, μήκους 1.200μ., και τρεις αναβατήρες. Οι πίστες έχουν ανοιχτεί μέσα σε δάσος από οξιές και έλατα. Η βασική πίστα διαθέτει φωτισμό για νυχτερινό σκι.

12) Μαίναλο

Το χιονοδρομικό κέντρο Μαινάλου βρίσκεται στην καρδιά της Πελοποννήσου στο ομώνυμο βουνό και συγκεκριμένα στην περιοχή Οστρακίνα. Απέχει 30 χλμ από την Τρίπολη και 162 χλμ από την Αθήνα. Αποτελεί το πιο κοντινό χιονοδρομικό κέντρο στην Αθήνα. Διαθέτει οκτώ πίστες και τέσσερα μονοθέσια LIFT.

13) Παρνασσός

Το χιονοδρομικό κέντρο Παρνασσού (Φτερόλακα και Κελλάρια) είναι το μεγαλύτερο και αρτιότερα οργανωμένο κέντρο της χώρας. Η κατασκευή του ξεκίνησε το 1975 και ολοκληρώθηκε το 1976, οπότε και άρχισαν να λειτουργούν οι εγκαταστάσεις της Φτερόλακας. Το 1981 ολοκληρώθηκε και η κατασκευή των εγκαταστάσεων στα Κελλάρια, ενώ το 1987- 1988 τέθηκε σε λειτουργία ο Ερμής, το συνδετικό LIFT μεταξύ των δυο τοποθεσιών. Από τότε και μέχρι σήμερα, ο Παρνασσός πρωταγωνιστεί στις προτιμήσεις των σκιέρ σε όλη την Ελλάδα. Το κέντρο διαθέτει είκοσι πίστες συνολικού μήκους 14 χλμ.

14) Περτούλι

Το χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου βρίσκεται ανάμεσα στο βουνό «Κόζιακας και «Λουπάτα» της νότιας Πίνδου του νομού Τρικάλων, σε υψόμετρο 1340 μ. Λειτουργεί από το 1985 και διαθέτει 4 πίστες (Βλέπε κεφάλαιο 5).

15) Πήλιο

Το χιονοδρομικό κέντρο Πηλίου βρίσκεται στο νομό Μαγνησίας, στο βουνό Πήλιο, στην τοποθεσία Αγριόλευκες. Απέχει από την πόλη του Βόλου 27 χλμ. Δημιουργήθηκε από τον Ελληνικό Ορειβατικό Σύλλογο του Βόλου το 1967. Διαθέτει τέσσερις βασικές πίστες, καθώς και μια πίστα για αρχάριους και μια για δρόμους αντοχής, συνολικού μήκους 12.000 μ. Επιπλέον, διαθέτει τρεις εναέριους και έναν συρόμενο αναβατήρα.

16) Προφήτης Ηλίας

Το χιονοδρομικό κέντρο στη θέση Προφήτης Ηλίας απέχει 4 χλμ. από το Μέτσοβο και βρίσκεται στον εθνικό δρόμο Ιωαννίνων - Τρικάλων. Οι πίστες του είναι σχετικά εύκολες με μικρό μήκος. Είναι ιδανικό για εκμάθηση σκι. Διαθέτει διαδρομές για όλες τις βαθμίδες κατάρτισης, οργανωμένες σχολές σκι, καταστήματα ενοικίασης εξοπλισμού και οργανωμένα σαλέ φαγητού.

17) Φαλακρό

Το χιονοδρομικό κέντρο Φαλακρού βρίσκεται στο βουνό Φαλακρό του νομού Δράμας, στην τοποθεσία Χορός, σε υψόμετρο 1.800 μ., και απέχει από τη Δράμα 43 χλμ. Διαθέτει είκοσι πίστες συνολικού μήκους 24 χλμ., καλυμμένες από χιόνι μέχρι τα μέσα της άνοιξης, φυσικές πίστες κάθε βαθμού δυσκολίας, με έναν τετραθέσιο, ένα διθέσιο και 7 μονοθέσιους αναβατήρες.

18) Χρυσό Ελάφι

Το χιονοδρομικό κέντρο «Χρυσό Ελάφι» βρίσκεται στην περιοχή Βολάδα Σελίου, στο νομό Ημαθίας σε υψόμετρο 1.700 μ. Απέχει από το Σέλι 1,5 χλμ και από τη Βέροια 24 χλμ. Διαθέτει πέντε πίστες και δυο αναβατήρες. Οι αναβατήρες είναι συρόμενοι, μήκους 900 μ. και

600 μ. αντίστοιχα, και οι πίστες είναι τέσσερις κόκκινες, μία μπλε και μία κίτρινη με συνολικό μήκος 3,5 χλμ, για αρχάριους αλλά και για πιο έμπειρους σκιέρ.

3.6. Ο δεκάλογος συμπεριφοράς χιονοδρόμου (FIS)

Ο δεκάλογος συμπεριφοράς χιονοδρόμου αφορά τα άτομα που ασχολούνται με τα αθλήματα χιονοδρομίας και τα οποία όχι μόνο πρέπει να τον γνωρίζουν αλλά και να τον τηρούν αυστηρά. Σύμφωνα με το δεκάλογο (www.snowclub.gr / Ελληνικός Σύλλογος Τουριστικής Χιονοδρομίας):

1. Ο χιονοδρόμος είναι υποχρεωμένος να συμπεριφέρεται κατά τέτοιο τρόπο ώστε να μην κινδυνεύει η σωματική ακεραιότητα των υπολοίπων γύρω του.

2. Ο χιονοδρόμος πρέπει να διατηρεί τον απόλυτο έλεγχο της ταχύτητάς του. Είναι υποχρεωμένος να κινείται με την ανάλογη ταχύτητα των δυνατοτήτων, πάντα σε συνάρτηση με τις επικρατούσες καιρικές συνθήκες δηλαδή: κατάσταση χιονιού, ορατότητα, εμπόδια, κ.λπ.

3. Ο χιονοδρόμος που προηγείται (έστω και αργά) έχει πάντα προτεραιότητα.

4. Προσπερνώντας άλλο χιονοδρόμο πρέπει πάντα να κρατάς μια απόσταση ασφαλείας, ώστε ο προπορευόμενος να έχει χώρο για οποιαδήποτε αλλαγή κατεύθυνσης.

5. Πριν από κάθε ξεκίνημα, πρέπει να ελέγχεις προς τα επάνω για την αποφυγή συγκρούσεων.

6. Αποφυγή στάσης σε αθέατα στενά ή στη μέση της πίστας.

7. Ο χιονοδρόμος που ανεβαίνει ή κατεβαίνει πεζός μια πίστα, πρέπει να κινείται πάντα στο πλάι.

8. Μη παραβίαση των απαγορευτικών σημάτων και φροντίδα για προφύλαξη και των άλλων από τέτοιες παραβιάσεις.

9. Σε περιπτώσεις ατυχημάτων, είστε υπεύθυνοι να βοηθήσετε προς διευκόλυνση της ομάδας των Πρώτων Βοηθειών.

10. Επίδειξης πάντα σωστής συμπεριφοράς όταν υπάρχει "ουρά" στους αναβατήρες. Μη παραβίαση της σειράς των άλλων.

3.7. Πολιτικές για προώθηση του χιονοδρομικού τουρισμού στο Περτούλι

Το Υπουργείο Ανάπτυξης και ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, με την χρηματοδότηση του Επιχειρηματική Ανταγωνιστικότητα του Γ΄ Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης (ΚΠΣ), προχώρησε στη δημιουργία και υλοποίηση του Προγράμματος Προώθησης και Προβολής του Χειμερινού Τουρισμού στη χώρα μας. Η Δράση 5.3.1. του προγράμματος είναι: Σχέδια τουριστικής προβολής του ΕΟΤ, που τελούν σε συνέργια με ανάλογα σχέδια του Ιδιωτικού Τομέα.

Ο ΕΟΤ (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού), στα πλαίσια των σκοπών του, όπως αυτοί ορίζονται από τον νόμο, προωθεί δράσεις που συμπληρώνουν ή εξειδικεύουν περαιτέρω την ετήσια διαφημιστική του εκστρατεία και τις λοιπές ενέργειες μάρκετινγκ που ο ίδιος υλοποιεί.

Η δράση 5.3.1 αποσκοπεί στην ενίσχυση της παρουσίας της χώρας στις τουριστικές αγορές της, στην αξιοποίηση νέων αγορών ή τμημάτων αγορών και στη σταδιακή δραστηριοποίηση και συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα στις ευθύνες και στο κόστος της τουριστικής προβολής.

Προϋπόθεση της υλοποίησης της δράσης αυτής είναι τα σχέδια προβολής του ΕΟΤ να προωθούνται από τον Ιδιωτικό Τομέα ή να χρηματοδοτούνται παράλληλα από αυτόν. Τα εν λόγω σχέδια εξειδικεύουν και συμπληρώνουν το υλοποιούμενο "Marketing Plan" της χώρας και αφορούν σε συγκεκριμένα τουριστικά προϊόντα, που απευθύνονται σε «τμήματα» αγορών (π.χ. προϊόντα εναλλακτικών μορφών τουρισμού, δράσεις προσέλκυσης εξειδικευμένης πελατείας θεματικού τουρισμού, όπως π.χ. ο θρησκευτικός τουρισμός, ο τουρισμός πόλης, η γαστρονομία κ.λ.π.) Διευκρινίζεται, συνεπώς ότι ο ΕΟΤ θα χρηματοδοτεί, ως δημόσιες επενδύσεις, ενέργειες προβολής, που θα είναι διακριτές και αυτόνομες ανά σχέδιο προβολής. Στα σχέδια προβολής είναι δυνατόν να εντάσσονται: ενέργειες άμεσης διαφήμισης προς τον καταναλωτή ή προς τις επιχειρήσεις, που διακινούν τουρίστες (π.χ. ταξιδιωτικά γραφεία κλπ), ενέργειες δημοσίων σχέσεων, ταξίδια εξοικείωσης δημοσιογράφων ή πωλητών με το συγκεκριμένο κατά περίπτωση θεματικό προϊόν, έκδοση εντύπων, συνέδρια, συμμετοχή σε εκθέσεις κ.λ.π.

Ο ΕΟΤ προτίθεται να προωθήσει την ένταξη στη δράση 5.3.1 του Επιχειρηματική Ανταγωνιστικότητα του Γ΄ ΚΠΣ, ως διακριτού έργου του Προγράμματος Προβολής του Χειμερινού Τουρισμού, με υποέργα τις επί μέρους ενέργειες προβολής, που ο ίδιος θα επιλέξει να αναλάβει στα πλαίσια της εφαρμογής σχεδίων προβολής Χειμερινού Τουρισμού, που θα του υποβληθούν από τον Ιδιωτικό Τομέα ή και θα χρηματοδοτηθούν από τον Ιδιωτικό Τομέα. Οι δράσεις που περιλαμβάνονται στις προτάσεις δύνανται να επεκτείνονται χρονικά ή να είναι επαναλαμβανόμενες, από την έγκρισή τους και μέχρι το τέλος του προγράμματος (www.gnto.gr/ Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού).

3.8. Χιονοδρομικός τουρισμός και περιβάλλον

Η άνοδος του χιονοδρομικού τουρισμού, στη χώρα μας ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια, συνδέεται με την αλλαγή σε συνήθειες (ανάγκη κυρίως για άθληση) αλλά και την επιθυμία αναψυχής καθ' όλη την διάρκεια του χρόνου. Η χιονοδρομική τουριστική ανάπτυξη συνδέεται στενά με την ποιότητα του περιβάλλοντος και των φυσικών πόρων. Το περιβάλλον στις βασικότερές του εκφάνσεις, φυσικό, πολιτιστικό, και δομημένο, αποτελεί κύριο συστατικό του χιονοδρομικού τουρισμού, αφού συνδέεται άμεσα με τη διαμόρφωση των ποιοτικών του προδιαγραφών (Βουτυράκης, 2004).

Η σχέση αυτή έχει θετικά και αρνητικά αποτελέσματα στα επιμέρους στοιχεία του φυσικού περιβάλλοντος.

Αναφορικά με τα θετικά αποτελέσματα αυτά επικεντρώνονται (Ο.Κ.Ε./ Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή της Ελλάδος):

α) Στη διατήρηση και ανάπτυξη σημαντικών ορεινών φυσικών περιοχών οι οποίες αποτελούν πόλους τουριστικής έλξης (ανάπτυξη πάρκων και προστατευόμενων περιοχών, συμπεριλαμβανόμενης της σύστασης εθνικών και περιφερειακών πάρκων). Χωρίς τον τουρισμό, αυτές οι φυσικές περιοχές μπορεί να αναπτύσσονταν για άλλες χρήσεις, ή να αφήνονταν στην οικολογική καταστροφή.

β) Στη βελτίωση της περιβαλλοντικής ποιότητας καθώς ο τουρισμός μπορεί να αποτελέσει το κίνητρο για τον έλεγχο της ποιότητας του νερού, του αέρα, των απορριμμάτων. Επιπλέον μπορεί να συντελέσει στη βελτίωση της περιβαλλοντικής αισθητικής, μέσω προγραμμάτων διατήρησης του τοπίου, σχεδιασμού και καλύτερης συντήρησης κτηρίων.

γ) Στην αναβάθμιση του περιβάλλοντος καθώς τουριστικές εγκαταστάσεις σωστά σχεδιασμένες μπορούν να αναβαθμίσουν ορεινά τοπία που διαφορετικά δεν θα υπήρχε ενδιαφέρον γι' αυτά.

δ) Στη βελτίωση των υποδομών κυρίως των οδικών υποδομών, των υποδομών ύδρευσης, αποχέτευσης, διάθεσης απορριμμάτων, επεξεργασίας υγρών αποβλήτων και επικοινωνιών.

ε) Στην αύξηση της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης. Η παρατήρηση του ενδιαφέροντος των τουριστών για τη φύση και η συνειδητοποίηση της σημασίας της διατήρησης του φυσικού περιβάλλοντος για την τουριστική ανάπτυξη οδηγεί στην αύξηση της ευαισθητοποίησης των κατοίκων των σχετικών περιοχών για το περιβάλλον.

Ο χιονοδρομικός τουρισμός φέρνει τους ανθρώπους σε επαφή με το φυσικό περιβάλλον, κάτι που εν δυνάμει οδηγεί στην περιβαλλοντική τους ενεργοποίηση.

Εκτός όμως από τις θετικές επιδράσεις του χιονοδρομικού τουρισμού στο περιβάλλον, υπάρχουν σημαντικές ενδείξεις για προβλήματα περιβαλλοντικής υποβάθμισης σε περιοχές κυρίως με χειμερινές αθλητικές εγκαταστάσεις, όπως: διάβρωση, υποβάθμιση βιοτόπων κ.ά. Κύρια αιτία για αυτό είναι η συγκέντρωση μεγάλου αριθμού επισκεπτών σε σχετικά μικρή χρονική περίοδο, η ανέγερση των σχετικών εγκαταστάσεων και υποδομών, ο θόρυβος, η κίνηση, η παραγωγή αποβλήτων κ.ά. Γενικά ο χιονοδρομικός τουρισμός είναι πολύ συχνά υπεύθυνος για μια σειρά από αρνητικές επιπτώσεις όπως (Λογοθέτης, 2001):

- Ρύπανση, θόρυβος, διάβρωση του εδάφους και υποβάθμιση ευαίσθητων οικοσυστημάτων.

- Ανεξέλεγκτη άσκηση δραστηριοτήτων όπως κατασκήνωση, ποδήλατο βουνού, οδήγηση με οχήματα ειδικών διαδρομών μπορεί να προκαλέσουν σημαντικά προβλήματα υποβάθμισης στη χλωρίδα και πανίδα μιας περιοχής.

- Η παροχή ορισμένων διευκολύνσεων όπως χώροι στάθμευσης, μονοπάτια και άνοιγμα νέων δρόμων σε ευαίσθητες περιοχές οδηγεί σε σημαντική περιβαλλοντική υποβάθμιση.

- Η άσκηση διαφόρων δραστηριοτήτων αναψυχής (κυνήγι, φωτογραφία) μπορεί να προκαλέσει κοινωνικές συγκρούσεις. Οι τουρίστες δεν κατανοούν πάντα τους περιορισμούς στο δικαίωμα της ελεύθερης πρόσβασης στη φύση και συχνά παραβιάζουν τους "άγραφους" νόμους και τους κώδικες επικοινωνίας αλλά και τους θεσπισμένους κανονισμούς.

- Η δημιουργία υποδομής για χειμερινά σπορ προκαλεί συχνά αποδάσωση, διάβρωση του επιφανειακού εδάφους και καταστροφή της βλάστησης.

- Προβλήματα διάθεσης απορριμμάτων.

Ο τουρισμός και το περιβάλλον είναι άρρηκτα δεμένες έννοιες. Οι αρνητικές επιπτώσεις των κλιματικών αλλαγών από κοινού με πολλές ακόμα ανθρώπινες επεμβάσεις στο περιβάλλον απειλούν πλέον ανοιχτά την τουριστική ανάπτυξη στον πλανήτη.

Με την πάροδο του χρόνου, γίνεται ολοένα και περισσότερο κοινή συνείδηση σε όσους δραστηριοποιούνται και απασχολούνται στον τομέα του χιονοδρομικού τουρισμού ότι η επένδυση στην προστασία του περιβάλλοντος αποτελεί επένδυση στο μέλλον του χιονοδρομικού τουρισμού και κατ' επέκταση στην οικονομική ευημερία. Το περιβάλλον αποτελεί τουριστικό πόρο, ο οποίος αν δεν είναι σε καλή κατάσταση, έχει άμεσες επιπτώσεις και στην τουριστική δραστηριότητα. Ο χιονοδρομικός τουρισμός από την πλευρά του έχει τη δυνατότητα να συμβάλλει στην περιβαλλοντική προστασία και διατήρηση της ποιότητας του περιβάλλοντος όταν όμως αναπτύσσεται με τον σωστό τρόπο, δηλαδή με την ανάπτυξη τουριστικών εγκαταστάσεων που προσαρμοσμένες στην τοπική αρχιτεκτονική, δίνουν το παράδειγμα του πώς πρέπει να είναι οι νέες κατασκευές σε μια περιοχή.

Καθίσταται πλέον απαραίτητο ο χιονοδρομικός τουρισμός να ακολουθήσει τις αρχές της αειφορίας, όχι μόνον εξαιτίας των νέων απαιτήσεων για την προστασία του περιβάλλοντος, αλλά και εξαιτίας της ζήτησης για καλύτερο περιβάλλον από την πλευρά των (ευαισθητοποιημένων) τουριστών.

Για να υπάρξει μία σχέση ισορροπίας μεταξύ χιονοδρομικού τουρισμού και περιβάλλοντος, που θα εξυπηρετεί και τις αρχές της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, θα πρέπει να θεσπισθούν ειδικές πολιτικές και να παρθούν ορισμένα μέτρα, από τα οποία ενδεικτικά αναφέρουμε τα παρακάτω (Λογοθέτης, 2001):

1. Πρέπει κάθε χιονοδρομική τουριστική περιοχή να προσδιορίσει την τουριστική φέρουσα ικανότητα ή τουριστική χωρητικότητα. Ο προσδιορισμός αυτός αποτελεί βασικό εργαλείο για την τουριστική της ανάπτυξη κατά τρόπο που η ανάπτυξη να είναι συμβατή με τα στοιχεία του περιβάλλοντος και να μην τα αναλίσκει.

2. Πρέπει κατά την εκπόνηση των χωροταξικών σχεδίων και ιδιαίτερα κατά τη διαδικασία καθορισμού των χρήσεων γης, και την κατανομή των τουριστικών και λοιπών δραστηριοτήτων στον χώρο, να τηρούνται οι αναγκαίες ισορροπίες ανάμεσα στον τουρισμό και το περιβάλλον στα όρια της τουριστικής φέρουσας ικανότητας του τόπου.

3. Πρέπει να δημιουργηθούν οι ειδικές χιονοδρομικές τουριστικές υποδομές, όπως συνεδριακά κέντρα, αθλητικές εγκαταστάσεις, πολιτιστικές διαδρομές κ.ά. και να αναδειχθούν και να προβληθούν τα φυσικά πολιτιστικά και οικολογικά στοιχεία κάθε ορεινού τόπου που αποτελούν προϋπόθεση για την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού συμβατών με το περιβάλλον.

4.Πρέπει τα αναπτυξιακά κίνητρα, οικονομικά, φορολογικά, πολεοδομικά κ.ά. που θεσπίζονται για την ανάπτυξη του χιονοδρομικού τουρισμού και των άλλων παραγωγικών δραστηριοτήτων, να λαμβάνουν υπόψη τους τις ενδεχόμενες επιπτώσεις από την ίδρυση ή επέκταση των αντίστοιχων εγκαταστάσεων. Οι προβλεπόμενες μελέτες περιβαλλοντικών επιπτώσεων πρέπει να αποκτήσουν ουσιαστικό περιεχόμενο και προπάντων πρέπει να εφαρμόζονται. Η εφαρμογή τους έχει βέβαια ένα κόστος που όμως πρέπει να πληρωθεί σύμφωνα με την αρχή «ο ρυπαίνων πληρώνει».

5. Πρέπει να δημιουργηθεί σε κάθε Νομό Συμβούλιο Περιβάλλοντος, που θα συντονίζει τις ενέργειες όλων των φορέων και οργανώσεων που εμπλέκονται στα θέματα του περιβάλλοντος και να καθορίζει μια ενιαία πολιτική που θα βασίζεται στις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης.

6. Πρέπει η περιβαλλοντική αγωγή να αποκτήσει ουσιαστικό περιεχόμενο και να καλύψει ολόκληρο τον πληθυσμό, ιδιαίτερα στις χιονοδρομικές τουριστικές περιοχές, όπου τα στοιχεία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, αποτελούν την «πρώτη ύλη» του προϊόντος που παράγουν και διαθέτουν.

7. Τέλος, πρέπει και αυτό είναι αυτονόητο να εφαρμόζονται οι νόμοι για την προστασία του περιβάλλοντος.

Για να διατηρηθούν οι ισορροπίες ανάμεσα στον τουρισμό και το περιβάλλον θα πρέπει να συνειδητοποιήσει ο πολίτης που ζει και δραστηριοποιείται σε μία τουριστική περιοχή, ότι η προστασία του περιβάλλοντος αποτελεί βασική προϋπόθεση όχι μόνο για να καλυτερεύσει την ποιότητα της ζωή του, αλλά κυρίως για να λύσει το πρόβλημα της οικονομικής του επιβίωσης (Κώττης, 1994).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 : ΠΕΡΙΟΧΗ ΠΕΡΤΟΥΛΙΟΥ

4.1. Γεωγραφικός και γεωφυσικός προσδιορισμός του Περτουλίου

Σε υψόμετρο 1200 μέτρων και απόσταση 50 χιλιομέτρων από τα Τρίκαλα, μετά την Ελάτη, συναντάει κανείς το χωριό Περτούλι. Χτισμένο αμφιθεατρικά στην πλαγιά του βουνού «Κόζιακα» αποτελούσε στο παρελθόν τόπο συνάθροισης των κτηνοτρόφων της περιοχής.

Το Περτούλι είναι ένας από τους σημαντικότερους βιότοπους της Ελλάδας. Το δάσος του Περτουλίου είναι ένα από τα μεγαλύτερα ελατοδάση της Ελλάδας και το τοπίο χαρακτηρίζεται εύστοχα ως «Άλπεις της Ελλάδας». Τα δάση ελάτης εναλλάσσονται με τα δάση βελανιδιάς και οξιάς, τα οποία αλλού αυλακώνονται από απότομες ρεματιές με γάργαρα νερά και αλλού δίνουν τη θέση τους στα ατελείωτα βοσκοτόπια της υπόλοιπης ζώνης των βουνών. Ζαρκάδια, ελάφια, αρκούδες και λύκοι, μπορούν ακόμα ανεμπόδιστα από τις εισβολές των ατόμων, να διεκδικούν το κομμάτι της φύσης που δικαιούνται.

Την καταπληκτική ομορφιά του τοπίου την οποία συνθέτουν στοιχεία του πραγματικού δάσους όπως έλατα, μικρές λίμνες, ποταμάκια και γάργαρα νερά, συμπληρώνουν τα φυσικά καταφύγια άγριων ζώων. Είναι επίσης η μεγαλύτερη σε έκταση (1 εκατ. στρέμματα) ελεγχόμενη κυνηγετική περιοχή της χώρας. Εκεί βρίσκουν καταφύγιο τα αποδημητικά πουλιά, χωρίς τον κίνδυνο να αποδεκατιστούν από το ελεύθερο κυνήγι. Έτσι στο δάσος του Περτουλίου ζουν όλα τα είδη της ελληνικής άγριας πανίδας (π.χ. καφετιά αρκούδα) , κάθε είδους πτηνά, ζαρκάδια και ελάφια(www.imadinationtravel.gr).

Λόγω της στρατηγικής του θέσης το Περτούλι έγινε στο παρελθόν ορμητήριο των αγωνιστών της Ελληνικής Επανάστασης και στην Κατοχή για ένα διάστημα υπήρξε εκεί το αρχηγείο των ενωμένων αντιστασιακών ομάδων.

Επιπλέον, το δάσος Περτουλίου είναι ένα από τα πιο όμορφα και καλοδιατηρημένα δάση ελάτης στην Ελλάδα. Σ' αυτό έχει συμβάλει το γεγονός ότι την εκμετάλλευση και χρήση του εν λόγω δάσους έχει με εκατονταετές συμβόλαιο το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης. Πλήρως εναρμονισμένες με το φυσικό περιβάλλον είναι και οι εγκαταστάσεις του Πανεπιστημίου στο Περτούλι , στις οποίες κατά τους θερινούς μήνες γίνεται η πρακτική εξάσκηση των φοιτητών Δασολογίας. Ο δρόμος που συνδέει την πόλη των Τρικάλων με το Περτούλι συνεχίζει στα επόμενα πανέμορφα ορεινά χωριά του Δήμου Αιθήκων , Νεραιδοχώρι , Δέση , Πύρρα , Γαρδίκι, μέχρι την Κοινότητα Ασπροποτάμου και τις πηγές του πολυσυζητημένου Αχελώου (www.trikala.gr).

4.2. Περτούλι : Πόλος έλξης τουριστών

Το Περτούλι είναι ένα πανέμορφο χωριό του νομού Τρικάλων, με λίγους κατοίκους, χτισμένο μέσα στα έλατα. Οι επισκέπτες μπορούν να πάνε εκεί με Ι.Χ. ή με λεωφορείο του ΚΤΕΛ.

Σήμερα αυτό που κάνει το χωριό να ξεχωρίζει είναι τα γραφικά πέτρινα σπίτια του με τις κόκκινες ή πέτρινες στέγες. Το Περτούλι είναι λιγότερο τουριστικά ανεπτυγμένο από την κοντινή Ελάτη, με λιγότερα αλλά υψηλότερης ποιότητος και αισθητικής καταλύματα.

Η περιοχή γεμάτη μυστήριο και θρύλους είναι πραγματικός πόλος έλξης για τους ταξιδιώτες που μπροστά στα αναμμένα τζάκια τα βράδια μπορούν να μπορούν να απολαύσουν ακόμη και τους ήχους και τις μυρωδιές του δάσους. Απότομες βουνοκορφές, μικρές πεδιάδες και μονοπάτια αιχμαλωτίζουν όχι μόνο το πνεύμα αλλά και την καρδιά όποιου τα επισκεφθεί επιβεβαιώνοντας αυτό που λένε όσοι επισκέπτονται το Περτούλι, ότι θα το ξαναεπισκεφτούνε (www.imadinationtravel.gr).

Για τους λάτρεις του χιονιού, το χιονοδρομικό κέντρο της περιοχής (στην θέση «Λιβάδια Περτουλίου») θα ικανοποιήσει τις απαιτήσεις τους, αλλά και τους μικρά σε ηλικία άτομα οι βόλτες με άλογα και τα παιχνίδια με έλκηθρα είναι κάτι που σίγουρα θα τους ενθουσιάσει (www.imadinationtravel.gr).

Στην ίδια θέση «Λιβάδια Περτουλίου» λαμβάνει χώρα κάθε χρόνο και το Πανελλήνιο Αντάμωμα των Σαρακατσαναίων. Τα υπέροχα βουνά που περιβάλλουν το χωριό είναι ιδανικά για περίπατο και αναρρίχηση. Στα δε λιβάδια μπορεί κανείς να εξασκηθεί στην ιππασία, την τοξοβολία, την ποδηλασία και άλλα σπορ του βουνού, καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου.

Στο Περτούλι μπορεί να βρει κανείς προϊόντα κτηνοτροφικής παραγωγής και να αγοράσει είδη λαϊκής τέχνης. Μέσα στο χωριό υπάρχουν αρκετές ταβέρνες όπου μπορεί κανείς να απολαύσει ντόπια κρέατα και καλό βαρελίσιο κρασί (www.imadinationtravel.gr).

4.3. Το χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου

Το χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου απέχει μόλις 5 χλμ. Από το ομώνυμο χωριό και 10 χλμ. Από την Ελάτη, ενώ η απόσταση από την Αθήνα είναι 387 χλμ. Επί της εθνικής οδού Τρικάλων Άρτας.

Το χιονοδρομικό κέντρο βρίσκεται ανάμεσα στα βουνά «Κόζιακας» και «Λουπάτα» της νότιας Πίνδου, του νομού Τρικάλων, σε υψόμετρο 1340 μ. έως 1200 μ.. Λειτουργεί από το 1985 και διαθέτει 4 πίστες: 2 εύκολες (αρχαρίων), 1 πίστα δύσκολη και 1 πίστα δρόμου αντοχής (Lang - Lauf) - πίστα σλάλομ (μήκους 1500 μέτρων) - μεσαίας κατηγορίας, με μέγιστη κλίση 40% και ελάχιστη 20%. Τους επισκέπτες οδηγούν στις πίστες 4 LIFT : ένας εναέριος αναβατήρας (εναέρια διθέσια «καρέκλα») μήκους 1500 μ., δύο μονοθέσιοι συρόμενοι αναβατήρες, μήκους 400 μ. και 30 μ. αντίστοιχα και ένα baby lift μήκους 60 μ.. Ο εναέριος αναβατήρας λειτουργεί και για περιήγηση πεζών δηλαδή ατόμων χωρίς εξοπλισμό σκι.

Το χιονοδρομικό κέντρο διαθέτει χώρο στάθμευσης χωρητικότητας 100 αυτοκινήτων, καθώς και δύο σαλέ στη βάση και την κορυφή του. Στις εγκαταστάσεις του χιονοδρομικού κέντρου διαθέτονται επιπλέον, ενοικιάσεις - πωλήσεις εξοπλισμού ειδών σκι και snowboard, σχολές σκι με έμπειρους εκπαιδευτές για την εκπαίδευση αρχαρίων, ιατρείο και ασθενοφόρο. Επίσης υπάρχουν δύο μηχανήματα επίστρωσης χιονιού (ρατράκ). Κατά τη διάρκεια λειτουργίας του χιονοδρομικού διεξάγονται βραδιές νυχτερινού σκι (www.ski.gr).

4.4. Πληθυσμός - Κάτοικοι Περτουλίου

Το χωριό Περτούλι ανήκει στο Δήμο Αιθήκων. Ο Δήμος Αιθήκων βρίσκεται στη Β.Δ. πλευρά της οροσειράς της Πίνδου, καταλαμβάνοντας 279.825 στρέμματα συνολικής έκτασης. Πρόκειται για έναν εξ' ολοκλήρου ορεινό Δήμο. Η οικονομική δραστηριότητα των μόνιμων κατοίκων του Δήμου Αιθήκων στηρίζεται στην υλοτομία, στην κτηνοτροφία και τον αγροτουρισμό και εποχιακά στην υλοτομία. Ειδικότερα τα τελευταία χρόνια ο αγροτουρισμός ακολουθεί ανοδική πορεία γεγονός που οφείλεται στη γεωγραφική θέση και την ομορφιά του φυσικού τοπίου. Το χωριό Περτούλι έχει 30 νοικοκυριά, όπου ζουν 101 άτομα μόνιμοι κάτοικοι το χειμώνα, ενώ το καλοκαίρι φτάνουν τα 400 άτομα. Ωστόσο, σύμφωνα με την απογραφή του 2001, ο πραγματικός πληθυσμός του χωριού ανέρχεται στα 198 άτομα. Οι μόνιμοι κάτοικοι του Περτουλίου καλύπτουν όλες τις ηλικίες, ενώ οι περισσότεροι έχουν χαμηλό μορφωτικό επίπεδο (οι περισσότεροι είναι απόφοιτοι δημοτικού) και είναι οικονομικώς μη ενεργοί. Ο οικονομικώς

ενεργός πληθυσμός ασχολείται κυρίως με τον πρωτογενή και τριτογενή τομέα παραγωγής. Το καλοκαίρι συσσωρεύεται πλήθος ατόμων λόγω των πολλών εξοχικών κατοικιών που διαθέτουν στην περιοχή. Το μορφωτικό επίπεδο των θερινών κατοίκων είναι ως επί το πλείστον υψηλό, ενώ η οικονομική τους δραστηριότητα δε διεξάγεται στην ευρύτερη περιοχή, αλλά στην περιοχή μόνιμης κατοικίας τους (www.trikala.gr). Όσον αφορά τους ιδιοκτήτες των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, ταβερνών και μαγαζιών με τουριστικά και άλλα είδη, οι περισσότεροι είναι μόνιμοι κάτοικοι Περτουλίου, ενώ οι υπόλοιποι κατοικούν σε κάποια κοντινή περιοχή. Το μορφωτικό επίπεδο αυτών των ατόμων είναι μέτριο (οι περισσότεροι είναι απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης), ενώ ελάχιστοι είναι εκείνοι που έχουν λάβει κάποια εκπαίδευση σχετικά με το marketing και τον τουρισμό.

Σύμφωνα με την απογραφή του 2001 στο Δημοτικό Διαμέρισμα Περτουλίου προκύπτουν οι παρακάτω πίνακες (Στατιστική Υπηρεσία Νομού Τρικάλων):

	Πληθυσμός
Πραγματικός	198
Μόνιμος	101

Πίνακας 1. Πληθυσμός

Συνολικός αριθμός		Μέγεθος Νοικοκυριού κατά αριθμό μελών									
Νοικοκυριών	Μελών	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 & άνω
30	101	4	5	5	10	4	2	0	0	0	0

Πίνακας 2. Μόνιμος πληθυσμός - Νοικοκυριά κατά μέγεθος και μέλη αυτών

Σύνολο	0 - 14	15 - 24	25 - 39	40 - 54	55 - 64	65 - 79	80 ετών και άνω
101	19	15	19	23	11	12	2

Πίνακας 3. Μόνιμος πληθυσμός κατά ηλικία

Οικονομικώς ενεργοί							Οικονομικώς μη ενεργοί
Σύνολο	Απασχολούμενοι					Άνεργοι	
	Σύνολο	Πρωτογενής Τομέας	Δευτερογενής Τομέας	Τριτογενής Τομέας	Δε δήλωσαν κλάδο οικονομικής δραστηριότητας	Σύνολο	
35	34	13	2	19	0	1	65

Πίνακας 4. Οικονομικώς ενεργός, μη ενεργός πληθυσμός και απασχολούμενοι

4.5. Μελέτη διερεύνησης δυνατοτήτων ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών Τουρισμού και Αξιολόγησης Τοπικών Προϊόντων της περιοχής δράσης LEADER Πύλης

Τα γενικά μέτρα για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού στη περιοχή Leader αφορούν την "Οργάνωση - Προβολή - Προώθηση", την "Ενοποίηση των τουριστικών δραστηριοτήτων" και την "Κατάρτιση". Αναλυτικότερα στο πρώτο μέτρο εντάσσονται τρεις ενέργειες και ειδικότερα, η σύσταση ενός φορέα τουριστικής ανάπτυξης, η ίδρυση ενός ταξιδιωτικού γραφείου - πρακτορείου και η εφαρμογή μίας στρατηγικής Μάρκετινγκ. Σκοπός και των τριών ενεργειών είναι η οργανωμένη προσφορά και προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού της περιοχής.

Η περιοχή Leader Πύλης δεν υστερεί ούτε σε προσφορά τουριστικής υποδομής, αλλά ούτε και σε προσφορά δυνατοτήτων τουριστικής δραστηριοποίησης, αλλά εντοπίζονται αδυναμίες στην οργανωμένη και συντονισμένη προώθηση των μορφών αυτών και γι' αυτό προτείνεται ένας κεντρικός φορέας να επιφορτισθεί με το έργο αυτό. Στο ζήτημα αυτό διατυπώθηκαν δύο εναλλακτικές προτάσεις, είτε η σύσταση μίας εταιρείας τουριστικής ανάπτυξης με την συμμετοχή της τοπικής αυτοδιοίκησης αλλά και τουριστικών επιχειρήσεων, είτε η αναβάθμιση του γραφείου τουρισμού που λειτουργεί σήμερα στο Κέντρο Ανάπτυξης Πύλης, επιφορτίζοντάς το και με άλλες αρμοδιότητες, αλλά με την προϋπόθεση ενίσχυσής του οργανωτικά και στελεχιακά. Επίσης στο μέτρο αυτό προτάθηκε και η δημιουργία ενός ταξιδιωτικού γραφείου-πρακτορείου, που θα έχει ως στόχο την πρακτόρευση εναλλακτικών μορφών τουρισμού, ενώ μπορεί να προσφέρει και πλήθος άλλων υπηρεσιών, όπως ξεναγήσεων, έκδοση εισιτηρίων, την φύλαξη αποσκευών, τις κρατήσεις δωματίων, την οργάνωση συνεδρίων, την συμμετοχή σε εκθέσεις κ.λπ. δηλ. θα καλύψει ανάγκες εξυπηρέτησης τουριστών, που σήμερα είναι εμφανής στη περιοχή. Η λειτουργία του γραφείου θα είναι συμπληρωματική ως προς των φορέα τουριστικής ανάπτυξης, αλλά το κυριότερο θα φροντίσει για την πρακτόρευση εναλλακτικών μορφών τουρισμού, που είναι αναγκαία μετά την υλοποίηση των προβλεπομένων έργων στο πρόγραμμα Leader II. Φυσικά δεν θα πρέπει να αναμένεται ότι με την δημιουργία του γραφείου ταξιδιών θα υπάρξει άμεσα αύξηση της τουριστικής κίνησης και της διάδοσης των εναλλακτικών μορφών, αλλά τα αποτελέσματα της επιτυχίας θα είναι μεσοπρόθεσμα, δημιουργώντας σωστές βάσεις για την ανάπτυξη αυτών, ενώ ως προϋποθέσεις ορίζονται κυρίως η στελέχωσή του με έμπειρο προσωπικό και η συνεργασία του με τις τοπικές τουριστικές επιχειρήσεις και ταξιδιωτικά πρακτορεία στο εσωτερικό και εξωτερικό.

Ως δεύτερο μέτρο προτείνεται η "Ενοποίηση των τουριστικών δραστηριοτήτων". Το μέτρο αυτό προτείνεται από την ανάγκη που διαπιστώθηκε στη περιοχή Leader, σύνδεσης των τουριστικών δυνατοτήτων και των διαφόρων περιοχών. Από την ανάλυση της υφιστάμενης

κατάστασης είχε προκύψει ότι, ενώ στην περιοχή Leader, η φυσική τουριστική προσφορά εκτείνεται σε όλη την περιοχή, αντίθετα οι επισκέπτες επικεντρώνονται στην περιοχή της Ελάτης (για το Χιονοδρομικό Κέντρο), ενώ η διάρκεια παραμονής των τουριστών είναι πολύ μικρή.

Για τους παραπάνω λόγους προτείνονται ενέργειες, ώστε η περιοχή Leader να προβάλλεται ως ένα μεγάλο τουριστικό πάρκο, που προσφέρει ποικίλες δυνατότητες, και θα είχε ως στόχο τη διάχυση των τουριστών και σε άλλες λιγότερο γνωστές περιοχές (Χρυσομηλιάς, Βλάχας, κλπ.), ενώ ταυτόχρονα θα αύξανε την διάρκεια παραμονής των τουριστών μέσα στην περιοχή Leader και θα διέδιδε και τις μορφές εναλλακτικού τουρισμού που προσφέρονται. Η πρώτη ενέργεια στο μέτρο αυτό είναι περισσότερο ενέργεια προβολής της περιοχής ως ενιαίου πάρκου, με την έκδοση ενός χάρτη της περιοχής που θα αποτυπώνονται όλες οι δυνατότητες τουριστικής δραστηριοποίησης καθώς και της προσφερόμενης τουριστικής υποδομής και θα μπορεί να επιτυγχάνεται με τη σύνθεση τουριστικών πακέτων με ποικίλες δραστηριότητας και διανυκτέρευση σε διαφορετικά καταλύματα μέσα στη περιοχή Leader. Η δεύτερη ενέργεια αφορά τη διερεύνηση δυνατότητας δημιουργίας Περιοχής Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης (Π.Ο.Τ.Α.) στην περιοχή Leader. Τέτοιες περιοχές έχουν ως σκοπό την αναβαθμισμένη προσφορά ποικίλων τουριστικών δραστηριοτήτων σε έναν ενιαίο χώρο.

Τέλος το τρίτο γενικό μέτρο αφορά την κατάρτιση και έχει ως στόχο να δώσει τα εφόδια στους ιδιοκτήτες των αγροτουριστικών καταλυμάτων, καθώς και στους άλλους επιχειρηματίες, για τη σωστή διαχείριση και λειτουργία των επιχειρήσεων, καθώς και την ποιοτική προσφορά των υπηρεσιών. Επίσης στα πλαίσια της κατάρτισης αποσκοπείτε και η δημιουργία ενός υποστηρικτικού σώματος για την προσφορά ειδικών εναλλακτικών μορφών, όπου απαιτούνται εξειδικευμένες γνώσεις (Αναπτυξιακή Τρικάλων/ www.kenakap.gr) .

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ ΚΑΙ ΑΡΘΡΑ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟΝ ΟΡΕΙΝΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Ο ορεινός τουρισμός αποτελεί μία δραστηριότητα που από τη μία προσφέρει ευχαρίστηση και διασκέδαση σε όσους συμμετέχουν σ΄ αυτόν, από την άλλη όμως διαχέει ρύπους, διαφόρων μορφών προς το περιβάλλον. Ο ορεινός τουρισμός λοιπόν, έχει απασχολήσει αρκετούς επιστήμονες, μερικοί από τους οποίους, έχουν δημοσιεύσει τα παρακάτω άρθρα.

Το άρθρο των Gill & Williams (1994) εξετάζει την εφαρμογή των τεχνικών διαχείρισης της ανάπτυξης σε κοινότητες ορεινού τουρισμού. Η μεγάλη ζήτηση ορεινών θέρετρων από τουρίστες τις τελευταίες δεκαετίες απειλεί όχι μόνο την οικολογική ποιότητα τέτοιων περιοχών αλλά και την κοινωνική δομή των κοινωνιών αυτών. Η διαχείριση της ανάπτυξης του ορεινού τουρισμού επιδιώκει αφενός μεν την καταγραφή των ωφελειών από μια τέτοια ανάπτυξη, αφετέρου δε την ελαχιστοποίηση των συνεπειών στο περιβάλλον. Πολλά ορεινά θέρετρα δέχονται κλιμακούμενη ζήτηση από τουρίστες, κάτι το οποίο απειλεί όχι μόνο την ποιότητα του περιβάλλοντος σ΄ αυτά τα μέρη, αλλά και την κοινωνική διαστρωμάτωση των κοινοτήτων. Οι συγγραφείς του συγκεκριμένου άρθρου έκαναν έρευνα σε δύο κοινότητες με τουριστικά θέρετρα, εξετάζοντας τα θετικά μέτρα που χρησιμοποιούνται σε τέτοια περιβάλλοντα, έτσι ώστε να αντιμετωπίσουν τα προβλήματα που σχετίζονται με την ταχεία ανάπτυξη των κοινοτήτων ορεινού τουρισμού. Η εργασία καταλήγει εξακριβώνοντας κάποιες πληροφορίες που οι κοινωνίες ορεινών θέρετρων πρέπει να αποκτήσουν, προκειμένου να επιτύχουν στην εφαρμογή στρατηγικών διαχείρισης της ανάπτυξης. Αυτές οι πληροφορίες αφορούν κυρίως τις επιπτώσεις που έχουν οι διάφορες δραστηριότητες που αναπτύσσονται στα ορεινά θέρετρα στο περιβάλλον, καθώς και την εύρεση εναλλακτικών τρόπων διεξαγωγής αυτών των δραστηριοτήτων, πιο φιλικών στο περιβάλλον. Οι εναλλακτικοί τρόποι ποικίλουν ανάλογα με το είδος δραστηριότητας που αναπτύσσεται.

Η μελέτη των Dolnicar & Leisch «Επιλεκτικό Μάρκετινγκ για Περιβαλλοντικά Διατηρήσιμο Τουρισμό»(2008) , διερευνά την ωφελιμότητα της χρήσης επιλεκτικών τεχνικών μάρκετινγκ στη διαχείριση διατηρήσιμου προορισμού. Στις μέρες μας όλο και περισσότεροι τουρίστες επιθυμούν να επισκέπτονται περιοχές οικολογικά ανέγγιχτες. Ως αποτέλεσμα οι επιχειρηματίες που ασχολούνται με χιονοδρομικό τουρισμό έχουν πίεση να ακολουθούνε αειφορικές πρακτικές. Ένας τρόπος να γίνει αυτό είναι να στοχεύονται συγκεκριμένες ομάδες τουριστών. Στο πλαίσιο της συγκεκριμένης μελέτης, έρευνα έγινε σε 1000 Αυστραλιανούς τουρίστες, στους οποίους δόθηκαν κομμάτια αγοράς τουριστικών προϊόντων, που βασίζονται σε προηγούμενες περιβαλλοντικά φιλικές συμπεριφορές στον προορισμό των Αυστραλών. Οι

ερωτώμενοι καλούνταν να πούνε τη γνώμη τους για τα κομμάτια αγοράς που τους δόθηκαν. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι οι τουρίστες αποτελούν ξεχωριστές ομάδες, με διαφορετικές ψυχογραφικές συμπεριφορές και κοινωνικοδημογραφικά χαρακτηριστικά. Αυτές οι παράμετροι συντέλεσαν σημαντικά στο να εξηγηθεί η φιλική περιβαλλοντική συμπεριφορά. Συμπερασματικά, το μάρκετινγκ επιλεκτικών ομάδων αποτελεί ένα πιθανό επιπρόσθετο εργαλείο σε τεχνικές διαχείρισης αειφορικού τουρισμού, οι οποίες επικεντρώνονται σε τουρίστες, που ενδιαφέρονται για την προστασία του τοπικού περιβάλλοντος.

Ο Chepesiuk (2003) σύνταξε και δημοσίευσε το άρθρο «Ορεινός Τουρισμός: Νέα απ' το Νεπάλ, στα πλαίσια του συνεδρίου «Οι Άνθρωποι, ο Δρυμός και ο Ορεινός Τουρισμός», με αφορμή την 50ή επέτειο της πρώτης αναρρίχησης του βουνού Σαγκαρμάθα στο Έβερεστ και την 25η επέτειο της ίδρυσης του εθνικού δρυμού του Σαγκαρμάθα. Στο συγκεκριμένο συνέδριο συμμετείχαν 55 εκπρόσωποι από 15 χώρες, συμπεριλαμβανομένων κρατικών και τουριστικών λειτουργών και περιβαλλοντικών εμπειρογνωμόνων. Τα άρθρα που δημοσιεύτηκαν στο συνέδριο είχαν σαν θέματα τα κάτωθι: α) οι περιβαλλοντικοί κίνδυνοι και οι κίνδυνοι υγείας που δημιουργούνται από τον ορεινό τουρισμό, β) οι οικολογικοί και οι κοινωνικοί κίνδυνοι που ο ορεινός τουρισμός ενέχει στις κοινότητες φιλοξενίας και στις γειτονικές περιοχές και γ) ο ρόλος των διαχειριστών των δρυμών, των φορέων ανάπτυξης των τοπικών αρχών και των φυσικών προσώπων στην αειφορία του ορεινού περιβάλλοντος. Το συνέδριο τελείωσε με την ομόφωνη επιδοκιμασία δεκατριών ψηφισμάτων σχετικά με την προστασία των φυσικών πηγών, τη διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος και την εποπτεία του οικοσυστήματος κατά μήκος της διαδρομής των εθνικών δρυμών, κάθε ορεινού τουριστικού όγκου, των χωρών που έλαβαν χώρα στο συνέδριο. Πιο συγκεκριμένα, αποφάνθηκαν ότι ο σχεδιασμός διαχείρισης των εθνικών δρυμών θα πρέπει να αγωνιστεί για μια ολοκληρωμένη προσέγγιση όσον αφορά την ξηρά, το νερό, τα άγρια ζώα και τις ανθρώπινες πηγές, ότι πρέπει να ληφθούν μέτρα για τη μείωση της κατανάλωσης καύσης ξύλου σε απομακρυσμένες ορεινές περιοχές, και ότι η αστυνόμευση και η επιβολή περιβαλλοντικού νόμου μέσα στον εθνικό δρυμό θα πρέπει να αναθεωρηθεί και να αναβαθμιστεί σημαντικά. Ο Alton C. Byers, (διευθυντής έρευνας και εκπαίδευσης στο Φράνκλιν - το ινστιτούτο βουνού που βρίσκεται στην Δυτική Βιρτζίνια) ανέφερε ότι απαιτείται μεγαλύτερη συνειδητοποίηση των σχετικών με το οικοσύστημα ζητημάτων και ότι οι βιομήχανοι πρέπει να αναλάβουν ευθύνες.

Το άρθρο «Η κατανάλωση αγροτικής ενέργειας που επιφέρει ο τουρισμός στην περιοχή Αναπούρνα του Νεπάλ» (Sanjay, 2008) αναλύει την εξάρτηση του τουρισμού από την ενέργεια, η οποία προέρχεται από τα πετρελαιοειδή, σε ορεινούς προορισμούς και η οποία είναι ένας

σημαντικός παράγοντας στη ζήτηση για αειφορία. Αυτό το άρθρο αναλύει τις συμπεριφορές κατανάλωσης ενέργειας σε τουριστικά καταλύματα στην περιοχή Αναπούρνα του Νεπάλ. Τα δεδομένα σχετικά με τις πηγές ενέργειας ελλείφθηκαν από 489 τουριστικά καταλύματα, τα οποία βρίσκονται κατά μήκος των τριών κυριότερων ορειβατικών διαδρομών της περιοχής. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι οι πρωταρχικές πηγές ενέργειας, που είναι το ξύλο και η κηροζίνη, αλλά και η χρήση ανανεώσιμης ενέργειας και οι τεχνολογίες μείωσης ενέργειας, που αναπτύσσονται σε τοπικό επίπεδο, αυξάνουν. Επίσης, η έρευνα δείχνει ότι η κατανάλωση ενέργειας επηρεάζεται από το υψόμετρο, τη χωρητικότητα των καταλυμάτων, το ενεργειακό κόστος, την παραλλακτικότητα των πηγών ενέργειας, την πρόσβαση σε τεχνολογίες μείωσης ενέργειας και τους κανονισμούς και κανόνες των τοπικών. Το άρθρο καταλήγει ότι η ζήτηση ενέργειας που φέρει ο τουρισμός σε ορεινούς προορισμούς επιβαρύνει την κατάσταση όσον αφορά τα προβλήματα που σχετίζονται με τη διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος (π.χ. έλλειψη καύσιμου ξύλου και πτωτική ποιότητα δασικής κάλυψης) σε τοπικό επίπεδο. Επίσης, η ζήτηση ενέργειας αποτελεί μία μακροπρόθεσμη απειλή για το παγκόσμιο κλίμα. Η ανάπτυξη μιας δυνατής και ταυτόχρονα λειτουργικής στρατηγικής για την ορεινή ενέργεια, με μακροπρόθεσμο στόχο να ελαχιστοποιήσει την εξάρτηση από την ξυλεία, και να αυξήσει τη χρήση καθαρής ενέργειας και ενεργειακά αποδοτικών τεχνολογιών, πρέπει να αποτελεί προτεραιότητα ενός ισχυρού τουρισμού και μιας σωστής περιβαλλοντικής διαχείρισης. Ομοίως, οι διατηρήσιμες πολιτικές του τουρισμού πρέπει να περιέχουν στρατηγικές που θα ενσωματώνουν το περιβαλλοντικό κόστος της καύσης των ορυκτών και του καθαρισμού των δασών. Η έρευνα αυτή διευκρινίζει ότι λύσεις σε τοπικά προβλήματα μπορούν να επινοηθούν τοπικά, ωστόσο αυτές οι λύσεις αποτελούν κομμάτι μίας κοινής παγκόσμιας διάταξης για την αναβάθμιση της περιβαλλοντικής συντήρησης.

Πέραν της απασχόλησης πολλών επιστημόνων με τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις που φέρει ο ορεινός τουρισμός, πολλοί συνάδερφοί τους ασχολήθηκαν και με άλλα ζητήματα που συνδέονται άμεσα με το χειμερινό τουρισμό.

Οι Mechukaev & all (2006) εξετάζουν τα θανατηφόρα περιστατικά στο διάστημα μεταξύ 1978-1995. Στο πλαίσιο της έρευνας, αναλύθηκε ένα σύνολο 152 θανάτων σε ορεινά θέρετρα στα βουνά Καμπαρντίνο – Μπαλκάρια από ατυχήματα. Τα περισσότερα θύματα ήταν άντρες άνω των 30 ετών. Ο μεγαλύτερος αριθμός ατυχημάτων έγιναν ημέρα Δευτέρα και τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο, ενώ συμπεριλαμβάνονται στα θύματα και πολλοί επισκέπτες από το εξωτερικό. Ο κυριότερος λόγος θανάτου ήταν τα πολυτρύματα στο σώμα (69,7%). Άλλοι λόγοι θανάτου ήταν η υποθερμία λόγω του κρύου και η ασφυξία λόγω της πυκνής χιονόπτωσης σε ποσοστό 11,8% και 13,2% των θανάτων αντίστοιχα και θανάτους από αστραπές σε ποσοστό

5%. Οι συγγραφείς καταλήγουν πως μπορεί να βελτιωθεί η ιατρική βοήθεια και η ασφάλεια στα βουνά μέσω της δημιουργίας κατάλληλων ιατρείων, με τον απαραίτητο εξοπλισμό, σε κάθε ορεινό θέρετρο. Επίσης, τονίζουν την αναγκαιότητα κατάλληλα εκπαιδευμένου ιατρικού προσωπικού, σε κάθε ιατρείο των ορεινών όγκων, για την πρόληψη των συμπτωματικών ατυχημάτων.

Οι Nyaupane & all (2006) ασχολήθηκαν με το ρόλο της ανάμειξης της συμμετοχής και των επισκεπτών στον ορεινό τουρισμό. Μέσα από τη σύγκριση δύο Ασιατικών ανατολικών ορεινών προορισμών (της Αναπούρνα του Νεπάλ και του Βορειοδυτικού Γιουνάν της Κίνας) που διαφέρουν σε επίπεδο κοινωνικής ανάμειξης και στον αριθμό και τον τύπο του τουριστικού πληθυσμού, φαίνεται ο τρόπος που ο τουρισμός επιδρά στις κοινωνίες αυτές. Η μελέτη ακολούθησε μία μέθοδο ελεγχόμενης σύγκρισης, η οποία περιλάμβανε παρατηρήσεις πεδίου και συνεντεύξεις ατόμων και ομάδων των παραπάνω τουριστικών προορισμών. Όπως υποστηρίζουν οι πιο πάνω ερευνητές, με προνοητική δράση και συνεργασία μεταξύ των διοργανωτριών κοινωνιών, της κυβέρνησης και των μη-κυβερνητικών οργανώσεων, αυτοί οι τόποι προορισμού δύναται να προσαρμοστούν και να αναπτυχθούν με έναν συντηρούμενο τρόπο. Η συγκεκριμένη έρευνα αποκαλύπτει πως κάποιες κοινωνίες στην Αναπούρνα και στο Βορειοδυτικό Γιουνάν κατέφυγαν σε συνεργατικές συμφωνίες με σκοπό να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις που ο τουρισμός φέρει και να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες που ο ίδιος προσφέρει.

Οι Matter-Walstro, & all (2006) μελέτησαν τις εποχιακές διακυμάνσεις στην αξιοποίηση των υπηρεσιών ορθοπεδικής περίθαλψης στην Ελβετία με τις επιδράσεις του χειμερινού αθλητικού τουρισμού. Μία μικρής έκτασης έρευνα έλαβε χώρα σε νοσοκομειακές περιοχές χειμερινών ελβετικών προορισμών, όπου παρατηρείται ξεκάθαρα μία διακύμανση όσον αφορά τα ποσοστά εισαγωγής τουριστών σε νοσοκομείο κατά τους χειμερινούς μήνες, τα οποία αυξάνονται μέχρι και τέσσερις φορές απ' ό,τι τους ενδιάμεσους μήνες. Η έρευνα οδήγησε στο συμπέρασμα ότι σε περιοχές οι οποίες χαρακτηρίζονται ως χειμερινά θέρετρα λόγω των διαφόρων δραστηριοτήτων που προσφέρουν, όπως το σκι, απαιτείται να είναι εξοπλισμένες με νοσοκομειακά κέντρα που θα προσφέρουν περίθαλψη, κυρίως ορθοπεδική. Επιπλέον, απαιτείται ιδιαίτερος σχεδιασμός πόρων και μεγάλη ευελιξία σε νοσοκομειακά κρεβάτια και προσωπικό σε περιοχές όπου υπάρχουν χειμερινά θέρετρα με αντίστοιχα αθλήματα.

Ο σκοπός έρευνας της Mester (2007) «Η ποσοτική και ποιοτική πλευρά της τουριστικής ζήτησης στα Ρομανικά ορεινά θέρετρα» είναι η ποσοτική και η ποιοτική περιγραφή της τουριστικής ζήτησης στα Ρομανικά χειμερινά θέρετρα. Για να επιτευχθεί αυτός ο στόχος συνεκτιμούνται κάποιες σημαντικές απόψεις όσον αφορά την τουριστική κυκλοφορία και τα

οικονομικά αποτελέσματα σε αυτά τα θέρετρα και παρουσιάζεται το προφίλ του τουρίστα που φτάνει στα ορεινά θέρετρα. Έρευνα έλαβε χώρα, με 200 ερωτηθέντες στα βουνά Sinaia, Busteni, Cheia, Predeal, Poiana, Brasov, Bran, Paraul, Rece, Paltinis, Secu, Voineasa, Durau, Campulun & Moldovenesc. Το 34% των ερωτηθέντων ήταν μεταξύ 35 και 49 ετών, το 33% μεταξύ 20 και 34 ετών, ενώ το 23% ήταν από 50 έως 64 ετών. Το 53% των ερωτηθέντων τουριστών είχε υψηλό, ενώ το 40% είχε χαμηλό μορφωτικό επίπεδο. Οι περισσότεροι τουρίστες ξόδευαν αρκετά υψηλό ποσό για τις χειμερινές τους διακοπές σ΄ αυτό το βουνό. Επίσης, ερωτήσεις έγιναν με επικέντρωση στις απόψεις των τουριστών σχετικά με την ποιότητα των υπηρεσιών, τη διαμονή, το φαγητό και τις ψυχαγωγικές δραστηριότητες (σκι, ιππασία, τοξοβολία, κ.α.). Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν πως το προφίλ του ορεινού τουρίστα είναι: νέος έως μεσήλικας, αρκετά ενημερωμένος σχετικά με το είδος τουρισμού που επέλεξε να κάνει και με διάθεση να ξοδέψει χρήματα για την απόλαυσή του, αρκεί οι υπηρεσίες που του παραχωρούνται να ανταποκρίνονται στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του. Παρόλα αυτά, οι διεθνής αφίξεις στα παραπάνω βουνά, είναι τελματωμένες, ενώ οι εγχώριες μειώνονται και ο λόγος είναι ότι στην περιοχή, δεν υπάρχουν βραχυπρόθεσμες προοπτικές ανάπτυξης. Η μόνη λύση είναι η κυβέρνηση να εισάγει μακροοικονομικές μεταρρυθμίσεις. Το συμπέρασμα που εξάγεται είναι πως η μελλοντική τουριστική ανάπτυξη στη χώρα της Ρουμανίας θα συνεχίζει να είναι στενά εξαρτώμενη από πιο ανοικτές πολιτικές και οικονομικές εξελίξεις που βρίσκονται πέρα από τον έλεγχό της.

Ο Curto (2006) έκανε την εξής έρευνα : «Αντιλήψεις Κατοίκων για τον Τουρισμό σε έναν Απότομα Αυξανόμενο Προορισμό Ορεινού Τουρισμού». Η μελέτη αυτή εξετάζει τις απόψεις των κατοίκων σχετικά με το υπάρχον ρυθμό ανάπτυξης στην περιοχή Collingwood, το κόστος και τα οφέλη του τουρισμού, τον τουρισμό σαν στρατηγική οικονομικής ανάπτυξης και το θεωρητικό πλαίσιο που ενδέχεται να βοηθήσει στην εξήγηση της ανάπτυξης του τουρισμού στην περιοχή. Η συγκεκριμένη μελέτη βασίζεται σε τρεις ερευνητικές προσεγγίσεις, οι οποίες περιλαμβάνουν ποιοτικά αιτήματα και έρευνα επεξηγηματικής μελέτης περίπτωσης. Η έρευνα είχε ως αποτέλεσμα την ανάδυση τεσσάρων βασικών θεμάτων, τα οποία ήταν η ανάπτυξη, η οικονομική, η πολιτική και το περιβάλλον. Η ανάπτυξη ήταν το κυρίαρχο θέμα που συζητήθηκε από τους κατοίκους, ενώ κάποια από τα κυρίαρχα υποθέματα ήταν η έλλειψη φθηνής κατοικίας, τα προβλήματα στις υποδομές, η οικιστική ανάπτυξη και οι νέες υπηρεσίες και διευκολύνσεις (π.χ. πάρκα, λίμνες, κ.λ.π.). Τρεις υποδείξεις προκύπτουν και περιλαμβάνουν τη δημιουργία μίας τουριστικής πολιτικήςκαι αστικής ανάπτυξης και μιας επιτροπής σχεδιασμού, μιας αναλυτικής προσιτής στεγαστικής στρατηγικής και την επικέντρωση στην ανάπτυξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Στο άρθρο της, «Προς την Ενδυνάμωση: Οι Γυναίκες και ο Βασισμένος στην Κοινωνία Τουρισμός στην Ταϋλάνδη» η Dunn (2007) επιχειρεί να προσδιορίσει πώς ένα οργανωμένο σχέδιο τουρισμού στηριγμένου στην κοινωνία, μπορεί να προωθήσει την παραχώρηση δικαιωμάτων στις γυναίκες, στην περίπτωση μιας ορεινής Ταϊλανδέζικης κοινωνίας. Η παραπάνω εξέταση έγινε χρησιμοποιώντας τη μελέτη περίπτωσης μιας ορεινής Ταϊλανδέζικης κοινότητας, το Leeled. Η ενδυνάμωση του ρόλου των γυναικών μέσω της παραχώρησης δικαιωμάτων εφαρμόζεται ως μία πολυδιάστατη διαδικασία με πολιτικές, ψυχολογικές, κοινωνικές και οικονομικές διαστάσεις, σε ατομικό και σε συλλογικό επίπεδο. Οι μέθοδοι που χρησιμοποιήθηκαν για την έρευνα, ήταν: παρατήρηση των συμμετεχόντων (groups και ατομικά), συνεντεύξεις και ανασκόπηση βιβλιογραφίας, χαρτογράφηση δικτύου κυβερνητικών οργανισμών, μη κυβερνητικών οργανώσεων και ομάδων της ορεινής κοινότητας. Αυτή η χαρτογράφηση έγινε για να εκτιμηθεί η σχέση μεταξύ διαφόρων δικαιούχων και ομάδων, σχετικά με το ποιος παρείχε χρηματοδότηση και εκπαίδευση για το πρόγραμμα. Για την οργάνωση και ανάλυση των δεδομένων, έγιναν τα εξής: δημιουργία προφίλ δραστηριοτήτων και ημερολογίων, έτσι ώστε να συγκριθεί η εργασία μεταξύ αντρών και γυναικών. Έγινε, δηλαδή, σύγκριση μεταξύ αντρών και γυναικών, όσον αφορά τον έλεγχο και την πρόσβαση σε διάφορες οικονομικές, κοινωνικές και πολιτικές πηγές. Έπειτα ακολούθησε η ανάλυση φύλου, η οποία έγινε με τις εξής ερωτήσεις, στους συμμετέχοντες:

α) Τι φραγμούς αντιμετωπίζουν οι άντρες και οι γυναίκες στις ορεινές περιοχές,

β) Ποιος κατέχει τι,

γ) Ποιος κερδίζει και ποιος χάνει,

δ) Ποιος παίρνει αποφάσεις.

Τα παραπάνω, βοηθούνε στο να γίνει αντιληπτό πως δημιουργούνται οι ασθενείς ομάδες (η συγκεκριμένη περίπτωση αναφέρεται στις γυναίκες). Στη συνέχεια της έρευνας, ακολούθησε συνέντευξη των γυναικών ξεχωριστά, χρησιμοποιώντας γυναίκα μεταφραστή καθώς και συνέντευξη των αντρών, παρόμοια.

Τα αποτελέσματα της παραπάνω έρευνας, έδειξαν πως το πρόγραμμα τουρισμού βασισμένο στην κοινωνία, υπήρξε επιτυχής στην προώθηση και την ενδυνάμωση των γυναικών στους ορεινούς προορισμούς. Ωστόσο, θα μπορούσε να είναι περισσότερο επιτυχής, βελτιώνοντας την αειφορία των ορεινών περιοχών, εάν οι φορείς ανάπτυξης συμπεριλάμβαναν μία εκτίμηση ανάλυσης φύλου κατά τη διάρκεια διαδικασίας ανάλυσης.

Το άρθρο «Επιπτώσεις της κλιματολογικής και περιβαλλοντικής αλλαγής στον στηριζόμενο στη φύση τουρισμό στα Καναδικά Βραχώδη Όρη: Μια μελέτη της περίπτωσης του

Εθνικού Δρυμού των Λιμνών Waterton» (2007) της επιστημονικής έρευνας των Scott, Jones και Konopek εξετάζει πως η κλιματική αλλαγή ενδέχεται να επηρεάσει τον τουρισμό του πάρκου στα Βραχώδη Όρη και τη γύρω περιοχή. Δίνεται έμφαση τόσο στις άμεσες όσο και στις έμμεσες επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής στην επισκεψιμότητα του Εθνικού Δρυμού των Λιμνών Waterton (Αλμπέρτα, Καναδάς). Οι άμεσες επιπτώσεις εξετάζονται μέσω ενός στατιστικού μοντέλου μηνιαίας επισκεψιμότητας και κλίματος. Για να μετρηθεί πόσο η κλιματική αλλαγή μπορεί αν επηρεάσει, την επισκεψιμότητα χρησιμοποιήθηκε, επίσης, ένα δείγμα 425 τουριστών. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν πως το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων τουριστών, δήλωσε πως θα συνεχίσει να επισκέπτεται το δρυμό, χωρίς να επηρεάζεται από τις κλιματικές αλλαγές. Αξιοσημείωτο είναι ότι μόνο το 19% των ερωτηθέντων δήλωσε πως δε θα ξαναεπισκεφθεί και το 37% ότι θα συνεχίσει να το επισκέπτεται, αλλά όχι τόσο συχνά το δρυμό, εάν με την επίσκεψή τους, μολύνουν περισσότερο το περιβάλλον. Η έρευνα καταλήγει στο συμπέρασμα, ότι ο ορεινός τουρισμός είναι ξεκάθαρα επηρεασμένος από τις κλιματικές αλλαγές. Ωστόσο με μία καλή διαχείριση των πόρων, στους ορεινούς όγκους και με ταυτόχρονη αειφόρο κατανάλωση των προϊόντων που προσφέρουν οι ορεινοί προορισμοί, είναι δυνατό, ο ορεινός τουρισμός, να διατηρηθεί και να βελτιωθεί, μειώνοντας τις δυσμενείς επιπτώσεις που προκαλεί στο περιβάλλον.

Οι Σωτηριάδης και Βαρβαρέσος (2003) στο άρθρο τους «Συγκριτική ανάλυση της ανάπτυξης περιοχών με ορεινό - χιονοδρομικό τουρισμό στις Άλπεις" τόνισαν πως οι ορεινοί όγκοι ως προς τη σύνθεση τους – γεωγραφικά, κοινωνικά και οικονομικά - χαρακτηρίζονται ως «μειονεκτικές» ή «υπό απειλή» ιδιόμορφες χωρικές ενότητες, χαρακτηριστικά τα οποία επιδεινώνουν μια σειρά προβλημάτων στο μεγαλύτερο τμήμα των ενεργοποιούμενων οικονομικών δραστηριοτήτων. Τα προβλήματα αυτά είναι η χαμηλή οικονομική αποδοτικότητα των διαφόρων κλάδων, οι ανεπαρκείς και υψηλού κόστους υποδομές, η πληθυσμιακή αποψίλωση, η εγκατάλειψη αγροτικών περιοχών, κ.τ.λ. Ωστόσο, ένας αριθμός νέων δραστηριοτήτων, απόρροια των σύγχρονων αναγκών των «μεταβιομηχανικών κοινωνιών», όπως ο ορεινός-χιονοδρομικός τουρισμός, συνεισφέρουν στον περιορισμό των φυσικών μειονεκτημάτων, μετατρέποντάς τα σε πλεονεκτήματα. Η επιλογή του ορεινού όγκου των Άλπεων ως χωρικής ενότητας μελέτης του ορεινού χιονοδρομικού τουρισμού, έγινε βάσει μιας συνθετικής ανάλυσης, από την οποία προέκυψε ότι, κατά την διάρκεια του τελευταίου αιώνα, έχουν αναπτυχθεί διαφορετικά πρότυπα ορεινού χιονοδρομικού τουρισμού (ή σταθμοί χειμερινών αθλημάτων) στις χωρικές ενότητες που συνθέτουν το συγκεκριμένο ορεινό όγκο. Η παρούσα δημοσίευση επικεντρώθηκε στην συγκριτική μελέτη των τεσσάρων γενιών σταθμών χειμερινών αθλημάτων που είχαν αναπτυχθεί στο σύνολο των Άλπεων:

α) Η πρώτη γενιά σταθμών χειμερινών αθλημάτων, από το 1870 μέχρι το 1930,

β) Η δεύτερη γενιά σταθμών χειμερινών αθλημάτων ή ενδιάμεσοι σταθμοί, από το 1930 μέχρι το 1960,

γ) Η τρίτη γενιά σταθμών χειμερινών αθλημάτων ή ολοκληρωμένοι /αυτοδύναμοι σταθμοί, από το 1960 μέχρι το 1974 και

δ) Η τέταρτη γενιά σταθμών χειμερινών αθλημάτων ή πολυδύναμοι σταθμοί – χωριά από το 1975 μέχρι το 1990.

Η ανάλυση συνείσφερε στη μελέτη και τον προβληματισμό αναφορικά με την επιλογή ενός πρότυπου ανάπτυξης του ορεινού χιονοδρομικού τουρισμού που αρμόζει καλύτερα στα γεωμορφολογικά, οικονομικο-κοινωνικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά άλλων ορεινών όγκων.

Ο Σούτσας (2005) ασχολήθηκε με τη συμβολή των τουριστικών δραστηριοτήτων στην ανάπτυξη συγκεκριμένων τομέων στις Ελληνικές περιφέρειες. Συγκεκριμένα, τόνισε πως η εκμετάλλευση των εθνικών πόρων έχει μεγάλη οικονομική αξία στην προώθηση της τουριστικής ανάπτυξης. Μελέτη περίπτωσης για τον ερευνητή αποτέλεσε η περιοχή του Μετσόβου, η οποία ανήκει στην Ήπειρο και αποτελεί μία από τις φτωχότερες περιοχές της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια, το Μέτσοβο παρουσίασε μία δυναμική τουριστική εικόνα, δεδομένου ότι οι φυσικοί πόροι και η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά (πολλοί Έλληνες ευεργέτες προήλθαν από το Μέτσοβο) μαζί με την καλλιέργεια τοπικών προϊόντων με ονομασία προέλευσης, δημιούργησε μεγάλες προοπτικές για την προώθηση του τουρισμού. Η παρούσα έρευνα πραγματοποιήθηκε με τη χρήση ερωτηματολογίου που διαμοιράστηκε σε επισκέπτες που έμειναν στα τοπικά ξενοδοχεία της περιοχής του Μετσόβου. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι το προφίλ του επισκέπτη του Μετσόβου είχε τα εξής χαρακτηριστικά: Σχετικά μικρής ηλικίας, ευκατάστατος, απόφοιτος δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης και ανήκει στις ανώτερες κοινωνικά τάξεις (κρίνοντας από το επάγγελμά του). Επίσης, πάνω από τους μισούς ερωτηθέντες έχουν το Μέτσοβο ως το μόνιμο τόπο διακοπών, κυρίως για σκοπούς χαλάρωσης. Όσον αφορά τα προβλήματα των ερωτηθέντων στην περιοχή, συνδέονται με την έλλειψη στάθμευσης και την καθαριότητα. Τέλος, οι ερωτηθέντες με υψηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης ή/ και εισοδήματος επέλεξαν να επισκεφθούν το Μέτσοβο τις αργίες ή τα Σαββατοκύριακα.

Ο ορεινός τουρισμός είναι μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού, που τις τελευταίες δεκαετίες κερδίζει όλο και μεγαλύτερο έδαφος στις προτιμήσεις των τουριστών. Ωστόσο, η αυξημένη ζήτηση ορεινών θέρετρων από τουρίστες οδηγεί στη μεγάλη κατανάλωση φυσικών πόρων, με αποτέλεσμα να απειλείται η οικολογική ποιότητα τέτοιων περιοχών, αλλά και η

κοινωνική δομή των κοινωνιών αυτών. Οι περιβαλλοντικοί, οικολογικοί, κοινωνικοί κίνδυνοι και οι κίνδυνοι υγείας που δημιουργούνται από τον ορεινό τουρισμό, έχουν καταστήσει αναγκαία τη ζήτηση εναλλακτικών αειφορικών πρακτικών για την ανάπτυξη του συγκεκριμένου είδους εναλλακτικού τουρισμού. Επίσης, η κατανάλωση ενέργειας που επιφέρει ο χιονοδρομικός τουρισμός είναι ένας σημαντικός παράγοντας στη ζήτηση για αειφορία. Η ζήτηση ενέργειας που φέρει ο τουρισμός σε ορεινούς προορισμούς επιβαρύνει την κατάσταση όσον αφορά τα προβλήματα που σχετίζονται με τη διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος. Λύση στα παραπάνω προβλήματα μπορεί να είναι η χρήση καθαρής ενέργειας και ενεργειακά αποδοτικών τεχνολογιών, δηλαδή σωστή περιβαλλοντική διαχείριση. Άλλα προβλήματα που σχετίζονται με τον ορεινό τουρισμό είναι η ανάπτυξη, η οικονομική, η πολιτική και τα θανατηφόρα περιστατικά σε ορεινά θέρετρα αυτών των περιοχών. Αναγκαιότητα, λοιπόν, είναι η προνοητική δράση και συνεργασία μεταξύ των ορεινών περιοχών υποδοχής τουριστών καθώς και η τοποθέτηση κατάλληλα εκπαιδευόμενου ιατρικού προσωπικού σε κάθε ιατρείο των ορεινών όγκων. Παρόλα τα προβλήματα που προκαλεί, ο ορεινός τουρισμός συμβάλει στην προώθηση και ενδυνάμωση των γυναικών στην αγορά εργασίας. Μέχρι πρόσφατα, οι γυναίκες κάτοικοι των ορεινών περιοχών στερούνταν προσωπικού εισοδήματος και η ανάπτυξη του τουρισμού στις περιοχές τους, τους πρόσφερε μία σχετική αυτονομία και ανεξαρτησία. Τέλος, όσον αφορά το προφίλ του χιονοδρομικού τουρίστα είναι σχετικά μικρής ηλικίας, ευκατάστατος, απόφοιτος δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης και ανήκει στις ανώτερες κοινωνικά τάξεις.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΜΕΘΟΔΟΛΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

6.1. Μεθοδολογία της έρευνας

6.1.1. Επιλογή του δείγματος - Τρόπος συλλογής των στοιχείων

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να καταγραφεί το προφίλ του χιονοδρομικού τουρίστα, καθώς και οι λόγοι που τον οδήγησαν στο χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου. Παράλληλα, επιδιώχθηκε η αξιολόγηση του χιονοδρομικού κέντρου και γενικότερα του χιονοδρομικού τουρισμού της περιοχής Περτουλίου, με βάση τις απόψεις των χιονοδρομικών τουριστών.

Η συγκέντρωση των στοιχείων έγινε έπειτα από επιτόπια έρευνα με τη συμπλήρωση κατάλληλα διαμορφωμένου ερωτηματολογίου. Στο ερωτηματολόγιο κλήθηκαν να απαντήσουν 165 τουρίστες και επισκέπτες της περιοχής Περτουλίου. Συλλέχθηκαν συνολικά 127 πλήρως συμπληρωμένα ερωτηματολόγια. Για την επιλογή του δείγματος εφαρμόστηκε η μέθοδος της τυχαίας δειγματοληψίας. Η διαδικασία διανομής των ερωτηματολογίων για το δείγμα της έρευνας είχε διάρκεια περίπου τεσσάρων μηνών (Δεκέμβριος 2008 - Μάρτιος 2009).

6.1.2. Κατάρτιση ερωτηματολογίου

Το ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε σύμφωνα με την κατάλληλη μεθοδολογία. Αρχικά, έγινε η επιλογή των κατάλληλων ερωτήσεων. Σκοπός των ερωτήσεων ήταν η συλλογή στοιχείων. Τέτοια στοιχεία είναι:

α) Δημογραφικά στοιχεία: Φύλο, ηλικία, μορφωτικό επίπεδο, επάγγελμα, οικογενειακή κατάσταση, περιοχή προέλευσης, μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα. Τα στοιχεία αυτά προφίλ των ερωτηθέντων.

β) Τουριστικά στοιχεία: Λόγος και συχνότητα επίσκεψης, πόσα και με ποια άτομα επισκέφθηκαν την περιοχή, διαμονή, μετάβαση στο βουνό, κόστος διακοπών, πηγή ενημέρωσης για το χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου, επιλογή του συγκεκριμένου μέρους, βαθμός ικανοποίησης από τις διάφορες υπηρεσίες του χώρου.

γ) Στοιχεία που αντικατοπτρίζουν την ποιότητα του χιονοδρομικού τουρισμού της περιοχής: Ποιότητα υποδομών, τομείς βελτίωσης, συμβολή χιονοδρομικού τουρισμού στην τοπική ανάπτυξη.

Η συμπλήρωση των ερωτηματολογίων έγινε με προσωπική επαφή. Το κάθε ερωτηματολόγιο αποτελούνταν από 25 ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής αλλά και ερωτήσεις κλίμακας. Οι ερωτήσεις αυτές αναφέρονταν στα δημογραφικά, οικονομικά και επαγγελματικά στοιχεία των ερωτηθέντων, στους λόγους επίσκεψής τους στο χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου, καθώς επίσης και στις απόψεις τους σχετικά με τις υποδομές του συγκεκριμένου κέντρου. Η σύνταξη του κάθε ερωτηματολογίου ήταν σαφής και απλή, έτσι ώστε να είναι κατανοητό από όλους τους ερωτηθέντες ανεξάρτητα από το μορφωτικό τους επίπεδο. Επιπλέον, υπήρχε μια λογική συνάφεια μεταξύ των ερωτήσεων με σκοπό να διευκολύνεται η διαδικασία συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου.

6.1.3. Μέθοδοι επεξεργασίας των στοιχείων

Για την επεξεργασία των ερωτηματολογίων και τη διεξαγωγή των αποτελεσμάτων χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πρόγραμμα SPSS 12. Για την κάθε ερώτηση βρέθηκαν ποσοστά και έγιναν τα ανάλογα διαγράμματα. Η δημιουργία διαγραμμάτων πραγματοποιήθηκε στο πρόγραμμα Excel. Ο έλεγχος υποθέσεων χ^2 χρησιμοποιήθηκε για την περαιτέρω διεξαγωγή συμπερασμάτων.

Ο έλεγχος χ^2 πραγματοποιείται για να διευκρινιστεί αν υπάρχει συσχέτιση μεταξύ δύο μεταβλητών χ και y. Κάθε έλεγχος υποθέσεων περιλαμβάνει τη μηδενική υπόθεση Ho (οι μεταβλητές δε συσχετίζονται) και την εναλλακτική Ha (οι μεταβλητές συσχετίζονται).

Η τιμή του χ^2 συγκρίνεται με την πιθανότητα παρατήρησης της τιμής αυτής και αναλόγως προκύπτουν συμπεράσματα. Δηλαδή:

Αν p-value > 0,10 τότε ισχύει η μηδενική υπόθεση Ho, οπότε οι δύο μεταβλητές είναι ανεξάρτητες.

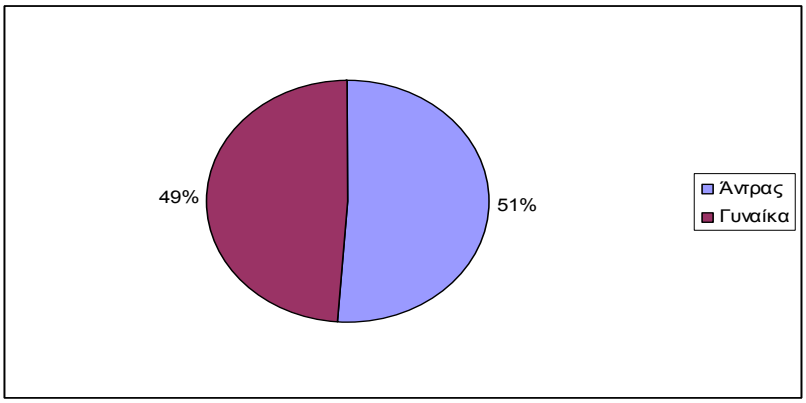
Αν p-value < 0,10 τότε ισχύει η εναλλακτική υπόθεση Ha, οπότε οι μεταβλητές συσχετίζονται σε επίπεδο σημαντικότητας 10%.

Αν p-value < 0,05 τότε οι μεταβλητές συσχετίζονται σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Αν p-value < 0,01 τότε οι μεταβλητές συσχετίζονται σε επίπεδο σημαντικότητας 1% (Κυριακούσης, 2000).

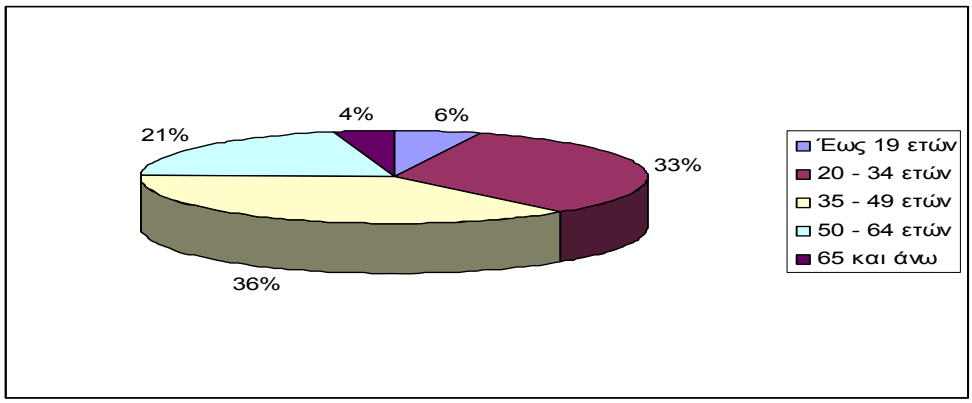
6.2. Παρουσίαση και σχολιασμός της περιγραφικής μελέτης

Σύμφωνα με τις απαντήσεις που συλλέχθηκαν από τα ερωτηματολόγια που διανεμήθηκαν στους τουρίστες στην περιοχή Περτουλίου, το 49% των ερωτηθέντων ήταν άντρες και το 51% γυναίκες (Πίνακας 1, παράρτημα 2).



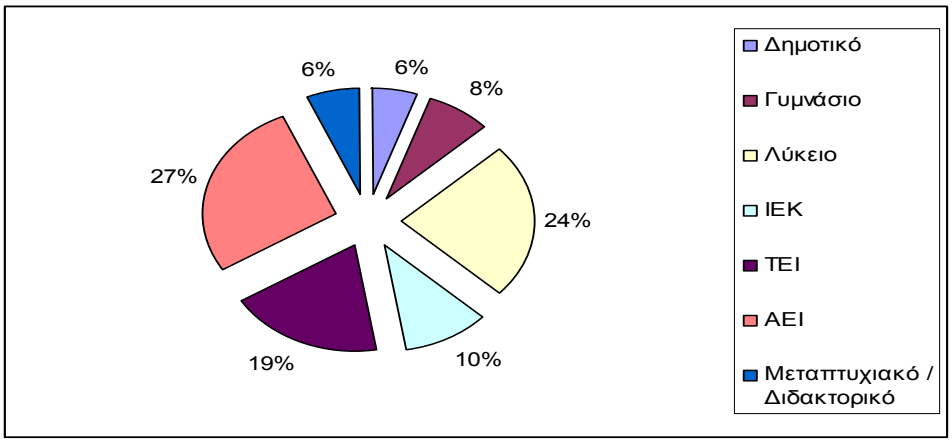
Γράφημα 1: Φύλο ερωτηθέντων

Το 38% του δείγματος ήταν από 35 έως 49 ετών και το 33% από 20 έως 34 ετών, που σημαίνει ότι τα άτομα που κάνουν χιονοδρομικό τουρισμό είναι κυρίως νεαρής και μέσης ηλικίας. Αξιοσημείωτο είναι πως ένα σχετικά μεγάλο ποσοστό των ερωτηθέντων (21%) κάλυπτε την ηλικία μεταξύ 50 έως 65 ετών, ενώ δεν έλειπαν και οι μεγαλύτερες ηλικίες (άνω των 65 ετών σε ποσοστό 4%), καθώς και οι μικρότερες (έως 19 ετών σε ποσοστό 6%) (Πίνακας 2, παράρτημα 2).



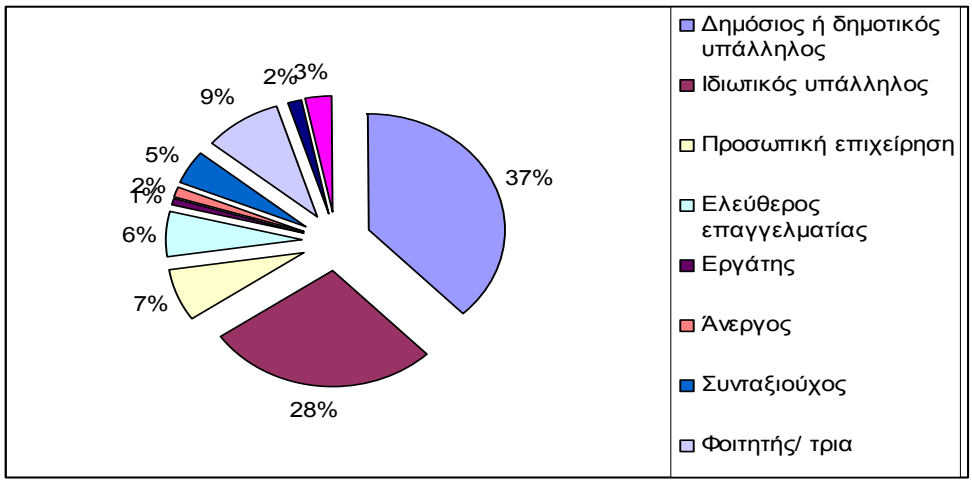
Γράφημα 2: Ηλικία ερωτηθέντων

Το 6% των ερωτηθέντων ήταν απόφοιτοι δημοτικού, το 7% και το 24% ήταν απόφοιτοι γυμνασίου και λυκείου αντίστοιχα, το 10% απόφοιτοι ΙΕΚ, ενώ το 52% είχε πραγματοποιήσει ανώτερες ή ανώτατες σπουδές. Πιο συγκεκριμένα, το 19% ήταν κάτοχοι πτυχίου ΤΕΙ, το 27% κάτοχοι πτυχίου ΑΕΙ και το 6% κάτοχοι μεταπτυχιακού ή διδακτορικού τίτλου (Πίνακας 3, παράρτημα 2) .



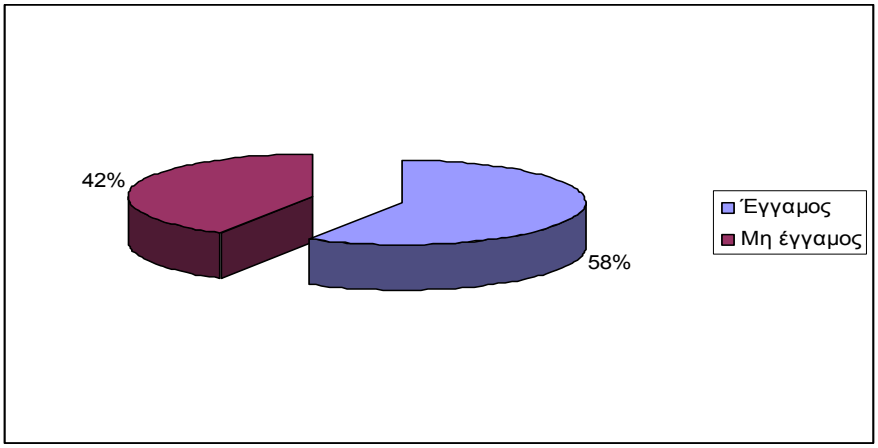
Γράφημα 3: Μορφωτικό επίπεδο ερωτηθέντων

Το 7% των ερωτηθέντων είχε προσωπική επιχείρηση, το 6% ήταν ελεύθεροι επαγγελματίες, το 1% ήταν εργάτες, το 2% ήταν άνεργοι, το 5% ήταν συνταξιούχοι, το 9% ήταν φοιτητές, το 2% ήταν αγρότες και το 3% ήταν μαθητές δημοτικού. Ωστόσο, το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων επισκεπτών ήταν δημόσιοι ή δημοτικοί (37%) και ιδιωτικοί υπάλληλοι σε ποσοστό 27% (Πίνακας 4, παράρτημα 2).



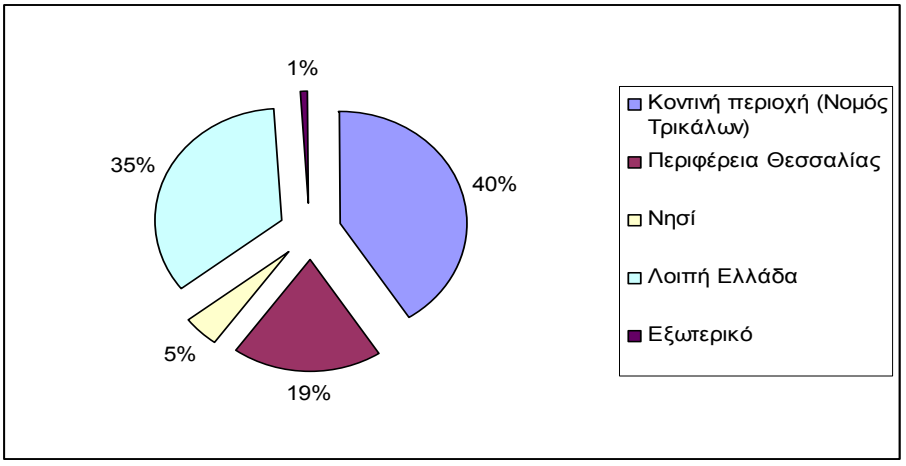
Γράφημα 4: Απασχόληση ερωτηθέντων

Το 58% των ερωτηθέντων ήταν έγγαμοι και το 42% μη έγγαμοι (Πίνακας 5, παράρτημα 2).



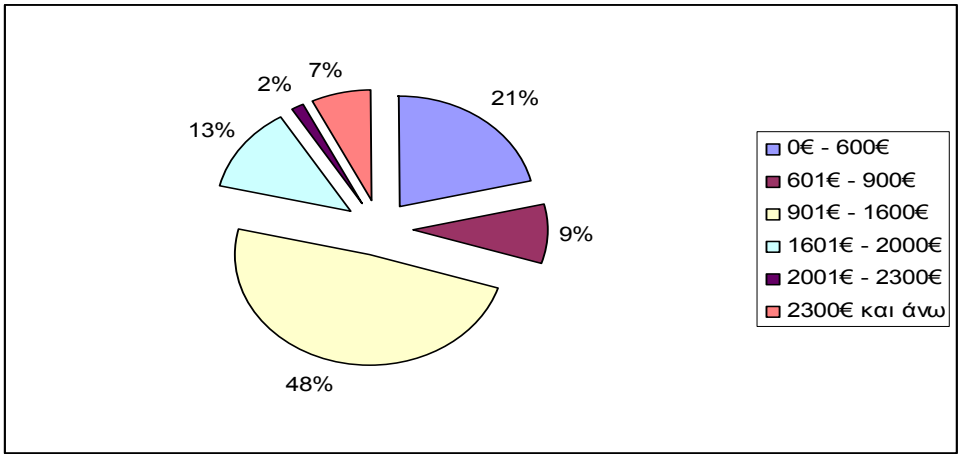
Γράφημα 5: Οικογενειακή κατάσταση ερωτηθέντων

Το 40% και το 19% των ερωτηθέντων προέρχονταν από κάποια κοντινή περιοχή (εντός του νομού Τρικάλων), καθώς και από την περιφέρεια Θεσσαλίας αντίστοιχα. Το υψηλό ποσοστό του 40% αποδεικνύει ότι ο χιονοδρομικός τουρισμός αποτελεί μία καλή εναλλακτική τουριστική λύση, η οποία είναι ικανή να προσφέρει χιονοδρομικές δραστηριότητες στους κατοίκους του νομού Τρικάλων, κοντά στον τόπο καταγωγής τους (Πίνακας 6, παράρτημα 2).



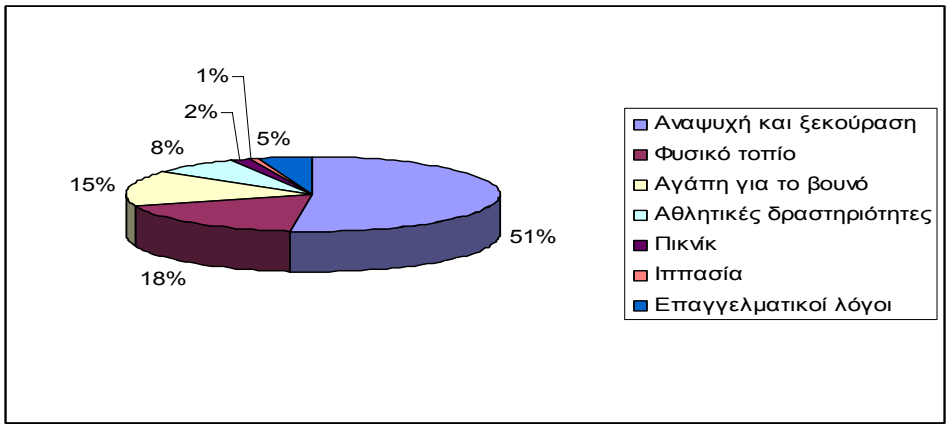
Γράφημα 6: Περιοχή προέλευσης ερωτηθέντων

Το 21% των ερωτηθέντων δήλωσε εισόδημα από 0€ έως 600€, το 9% είχε εισόδημα από 601€ έως 900€, το 2% είχε εισόδημα από 2001€ έως 2300€, το 13% είχε εισόδημα από 1601€ έως 2000€ και το 7% είχε εισόδημα άνω των 2300€. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων (48%) δήλωσε εισόδημα από 901€ έως 1600€, που αποδεικνύει ότι τα άτομα που επιλέγουν να κάνουν χιονοδρομικό τουρισμό είναι κυρίως μικρομεσαίοι πολίτες. Αξιοσημείωτο, επίσης, είναι ότι ένα όχι σχετικά μικρό ποσοστό (21%) δήλωσε πως διαθέτει εισόδημα από 0€ έως 600€ που σημαίνει ότι ακόμα και άτομα χαμηλότερου εισοδήματος συμμετέχουν στο συγκεκριμένο είδος τουρισμού (Πίνακας 7, παράρτημα 2).



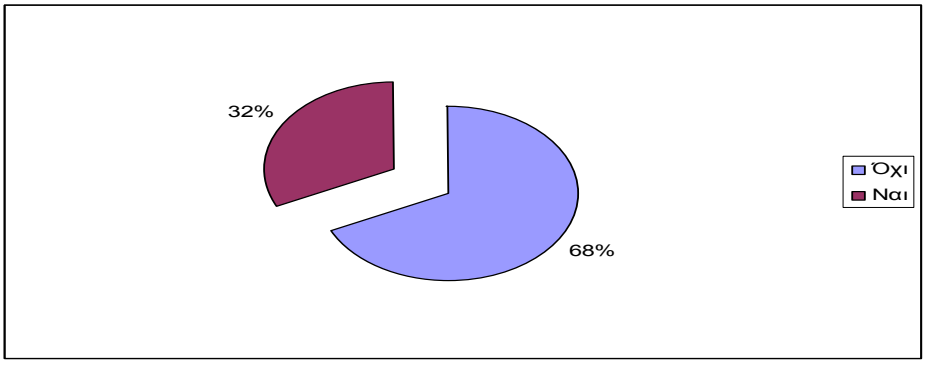
Διάγραμμα 7: Μηνιαίο ατομικό εισόδημα ερωτηθέντων

Η πλειοψηφία του δείγματος δήλωσε ότι ο κυριότερος λόγος επίσκεψής του στο Περτούλι είναι για αναψυχή και ξεκούραση (51%). Αυτό οφείλεται στο ότι η περιοχή του Περτουλίου χαρακτηρίζεται από πλούσιο φυσικό τοπίο και γαλήνη. Δεν είναι τυχαίο ότι το 18% των ερωτηθέντων πηγαίνει στο Περτούλι για το φυσικό τοπίο και το 15% από αγάπη για το βουνό. Επίσης, το 8% των ερωτηθέντων δήλωσε πως επισκέπτεται το Περτούλι κυρίως λόγω των αθλητικών δραστηριοτήτων που προσφέρει, ενώ το 2% και το 1% το επισκέπτεται κυρίως για πικνίκ και ιππασία αντίστοιχα. Τέλος, το 5% των ερωτηθέντων δήλωσε πως επισκέπτεται το Περτούλι για επαγγελματικούς λόγους. Από τα παραπάνω φαίνεται η ποικιλομορφία των δραστηριοτήτων που μπορεί να αναπτύξει κανείς πηγαίνοντας στην περιοχή του Περτουλίου (Πίνακας 8, παράρτημα 2).



Γράφημα 8: Κύριος λόγος επίσκεψης των ερωτηθέντων στο Περτούλι

Στην ερώτηση εάν είναι η πρώτη φορά που επισκέπτεστε το χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (68%) απάντησε πως έχει ξανάπαει στο συγκεκριμένο μέρος (Πίνακας 9, παράρτημα 2) .



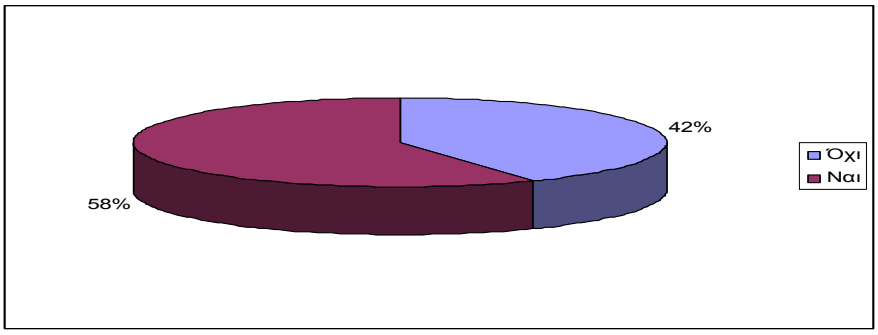
Γράφημα 9: Ποσοστό των ερωτηθέντων που επισκέφτηκε για πρώτη φορά το Περτούλι

Ο μέσος όρος των επισκέψεων από εκείνους που έχουν ήδη επισκεφθεί το Περτούλι ήταν 28 φορές, με ελάχιστο αριθμό επισκέψεων μία φορά και με μέγιστο 150 φορές. Γενικά, ο αριθμός των επισκέψεων ποικίλει ανάλογα με τον τόπο καταγωγής των χιονοδρόμων και το ιδιαίτερο ενδιαφέρον τους για το συγκεκριμένο είδος τουρισμού (Πίνακας 10, παράρτημα 2).

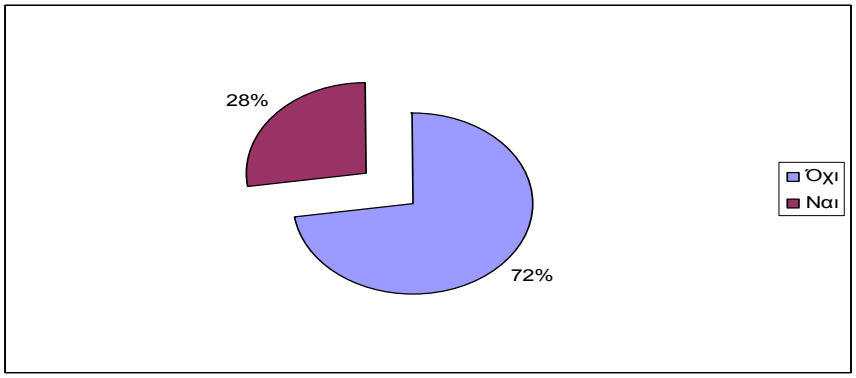
Ο μέσος αριθμός των επισκεπτών ανά παρέα ήταν 22 άτομα. Ειδικότερα, κάποιοι αποφάσισαν να επισκεφθούν το Περτούλι παρέα με ένα άτομο, ενώ κάποιοι αποφάσισαν να το επισκεφθούν με ομάδες των 45 ατόμων (Πίνακας 11, παράρτημα 2).

Από το γράφημα 12 έως και το γράφημα 16 φαίνονται τα ποσοστά των ατόμων με τα οποία οι ερωτηθέντες επισκέφθηκαν το χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου.

Συγκεκριμένα, το 58% των ερωτηθέντων πήγε στο Περτούλι με την οικογένειά του. Η ποικιλία των δραστηριοτήτων που μπορεί ο τουρίστας να αναπτύξει στη συγκεκριμένη περιοχή είναι αρκετά μεγάλη ώστε να προσφέρεται για όλες τις ηλικίες. Το 28% των επισκεπτών πήγε στο Περτούλι με τους συγγενείς (Πίνακας 12, Πίνακας 13, παράρτημα 2).

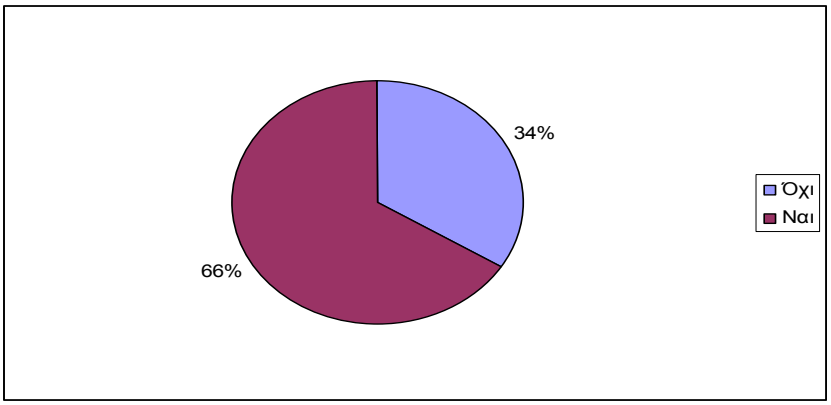


Γράφημα 12: Επίσκεψη με την οικογένεια



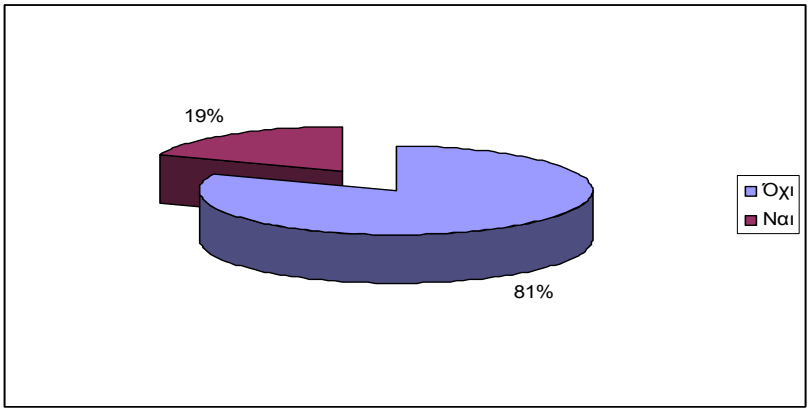
Γράφημα 13:Επίσκεψη με τους συγγενείς

Το 66% των ερωτηθέντων πήγε στο Περτούλι με φίλους. Όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω, το Περτούλι ενδείκνυται για πολλές αθλητικές δραστηριότητες και όχι μόνο, τις οποίες μπορούν να τις αναπτύξουν με μεγάλη ευχαρίστηση οι παρέες μεταξύ φίλων (Πίνακας 14, παράρτημα 2) .



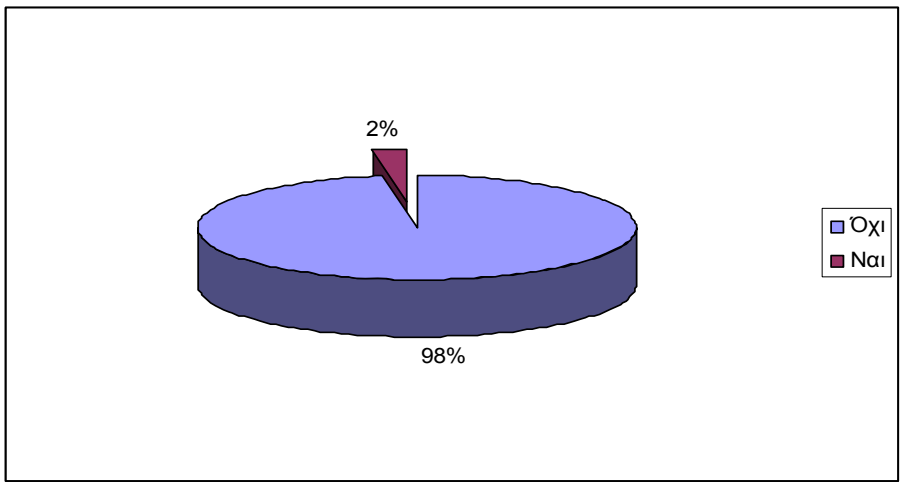
Γράφημα 14: Επίσκεψη με τους φίλους

Αρκετοί είναι εκείνοι που αποφάσισαν να κάνουν χιονοδρομικό τουρισμό με τους συντρόφους τους. Ειδικότερα, το 19% των ερωτηθέντων πήγε στο Περτούλι με το/ τη σύντροφό του (Πίνακας 15, παράρτημα 2).



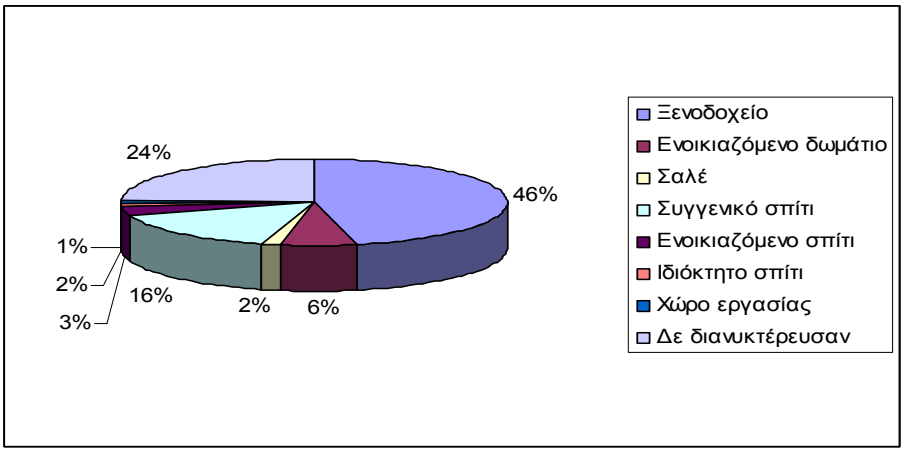
Γράφημα 15: Επίσκεψη με τον/ την σύντροφο

Αξιοσημείωτο είναι ότι το 98% των ερωτηθέντων επισκέφθηκε το Περτούλι με παρέα, ενώ μόλις το 2% πήγε μόνο του, που αποδεικνύει ότι ο χιονοδρομικός τουρισμός απευθύνεται σε ομάδες ατόμων και όχι σε μοναχικά άτομα (Πίνακας 16, παράρτημα 2).



Γράφημα 16: Επίσκεψη μόνος/ η

Όσον αφορά τον τόπο διανυκτέρευσης, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (46%) διέμεινε σε ξενοδοχείο, το 16% σε συγγενικό σπίτι, το 6% σε ενοικιαζόμενο δωμάτιο, το 3% σε ενοικιαζόμενο σπίτι, το 2% σε σαλέ και σε ιδιόκτητο σπίτι αντίστοιχα και το1% στο χώρο εργασίας του (σε δωμάτιο του ξενοδοχείου όπου εργαζόταν). Δεν είναι λίγοι κι εκείνοι οι οποίοι δε διανυκτέρευσαν αλλά επισκέφθηκαν το Περτούλι αυθημερόν (24%) (Πίνακας 17, παράρτημα 2) .

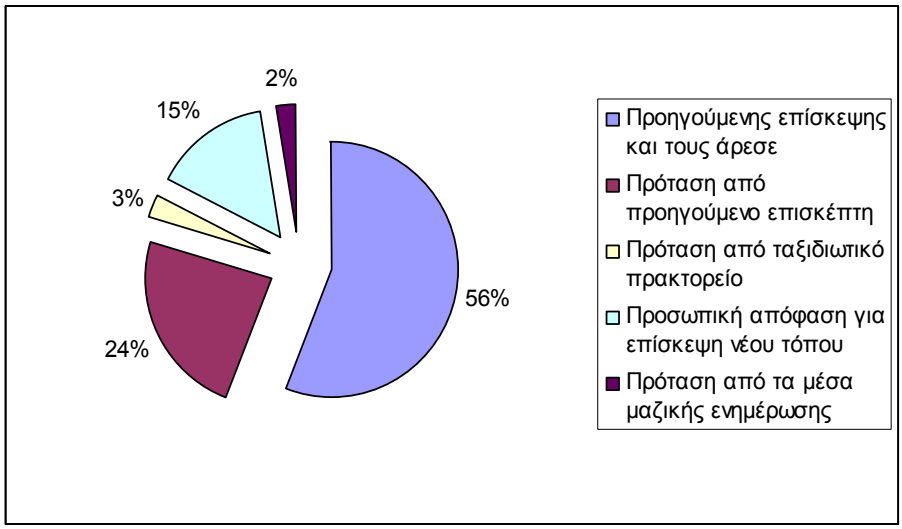


Γράφημα 17: Τόπος διανυκτέρευσης ερωτηθέντων

Το μέσο κόστος διαμονής των ερωτηθέντων ήταν 355€. Πολλοί, ωστόσο, ήταν εκείνοι οι οποίοι επισκέφθηκαν το χιονοδρομικό κέντρο αυθημερόν και το κόστος διαμονής τους ήταν

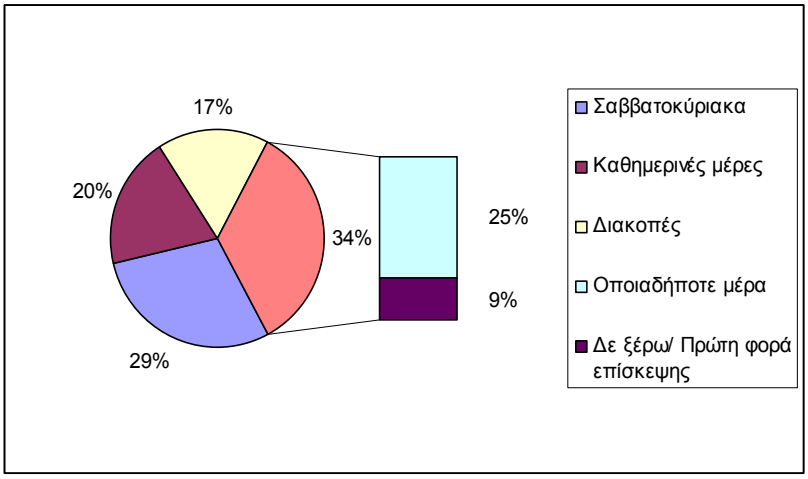
κάτω από 100€. Άλλοι, όμως, που έμειναν περισσότερες μέρες, ξόδεψαν από 250€ έως και 1500€ (Πίνακας 18, παράρτημα 2).

Το 56% των ερωτηθέντων επισκέφθηκε το συγκεκριμένο χιονοδρομικό κέντρο λόγω προηγούμενης επίσκεψης, ενώ το 24% πήγε λόγω κάποιας πρότασης από προηγούμενο επισκέπτη. Επιπλέον, το 15% επισκέφθηκε το Περτούλι λόγω προσωπικής απόφασης για επίσκεψη ενός νέου τόπου και μόνο το 3% και το 2% λόγω πρότασης από κάποιο ταξιδιωτικό πρακτορείο και από κάποιο μέσο μαζικής ενημέρωσης αντίστοιχα (Πίνακας 19, παράρτημα 2).



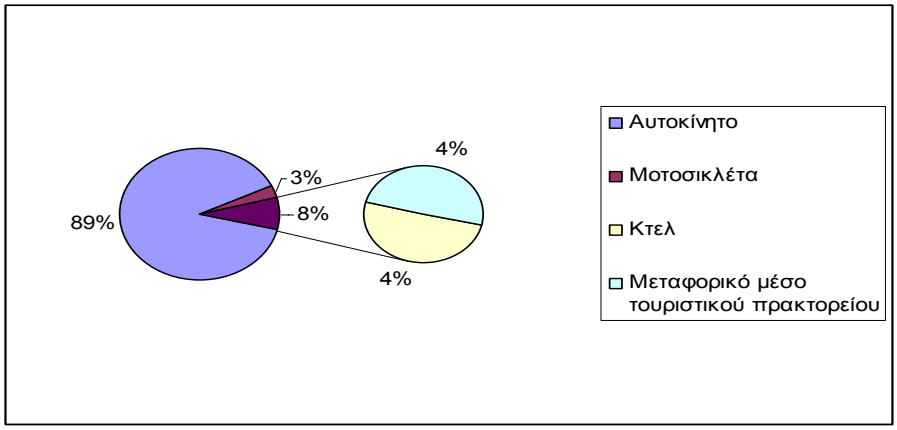
Γράφημα 19: Κυριότερος λόγος επιλογής του συγκεκριμένου χιονοδρομικού κέντρο

Όσον αφορά τις καταλληλότερες μέρες για να επισκεφθεί κανείς το χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου, το 29% των ερωτηθέντων έδωσε ως απάντηση τα Σαββατοκύριακα, το 17% τις διακοπές, το 20% τις καθημερινές μέρες και το 25% οποιαδήποτε μέρα, ενώ το υπόλοιπο 9% δεν έδωσε κάποια συγκεκριμένη απάντηση διότι ήταν η πρώτη φορά που επισκέφθηκε το συγκεκριμένο μέρος (Πίνακας 20, παράρτημα 2).



Γράφημα 20: Καταλληλότερες μέρες επίσκεψης του χιονοδρομικού κέντρου Περτουλίου

Συντριπτικά μεγάλο είναι το ποσοστό των ερωτηθέντων (89%) που αποφάσισε να χρησιμοποιήσει το αυτοκίνητο για την πρόσβασή του στο βουνό όπου βρίσκεται το χιονοδρομικό κέντρο του Περτουλίου. Το 3% των ερωτηθέντων πήγε στο βουνό με μοτοσικλέτα, λόγω των δυσμενών καιρικών συνθηκών που επικρατούν στο βουνό το χειμώνα. Από την άλλη, μόνο το 8% χρησιμοποίησε το ΚΤΕΛ ή κάποιο μεταφορικό μέσο τουριστικού πρακτορείου. Έτσι, το συμπέρασμα που βγαίνει είναι ότι οι χιονοδρόμοι προτιμούν να έχουν μια σχετική ανεξαρτησία στις μετακινήσεις τους και γι΄ αυτό το λόγο χρησιμοποιούν οι περισσότεροι το ιδιόκτητο αυτοκίνητο (Πίνακας 21, παράρτημα 2).

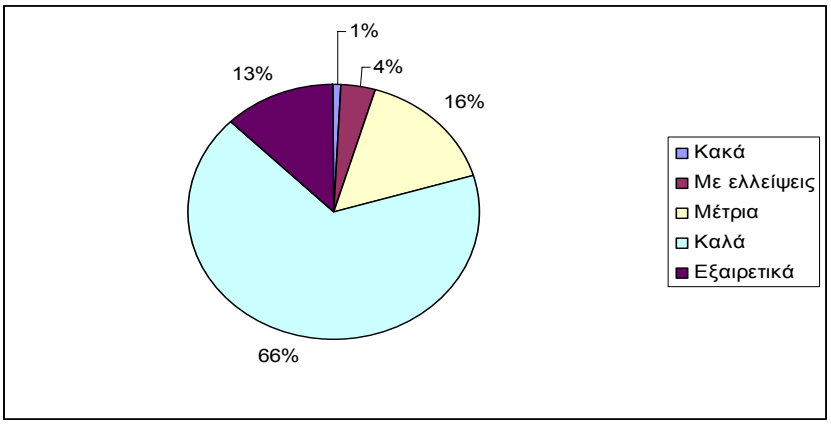


Γράφημα 21: Μέσο πρόσβασης των ερωτηθέντων στο βουνό

Στα γραφήματα 22 έως και 26 που ακολουθούν, παρουσιάζεται πώς οι ερωτηθέντες τουρίστες αξιολόγησαν τις τουριστικές υποδομές και τις προσφερόμενες υπηρεσίες στο Περτούλι.

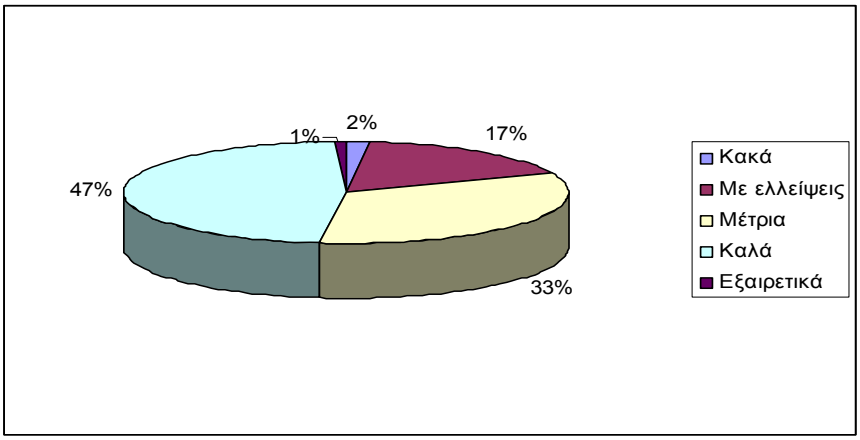
Το 66% των ερωτηθέντων θεωρεί πως οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις είναι καλές, ενώ το 13% θεωρεί πως είναι εξαιρετικές. Ωστόσο, υπάρχει ένα 16% των ερωτηθέντων οι οποίοι

θεώρησαν πως τα ξενοδοχεία ήταν μέτρια, ενώ το 4% και το 1% δήλωσαν ότι ήταν με ελλείψεις και κακά αντίστοιχα (Πίνακας 22, παράρτημα 2).



Γράφημα 22: Αξιολόγηση ξενοδοχείων από τους ερωτηθέντες

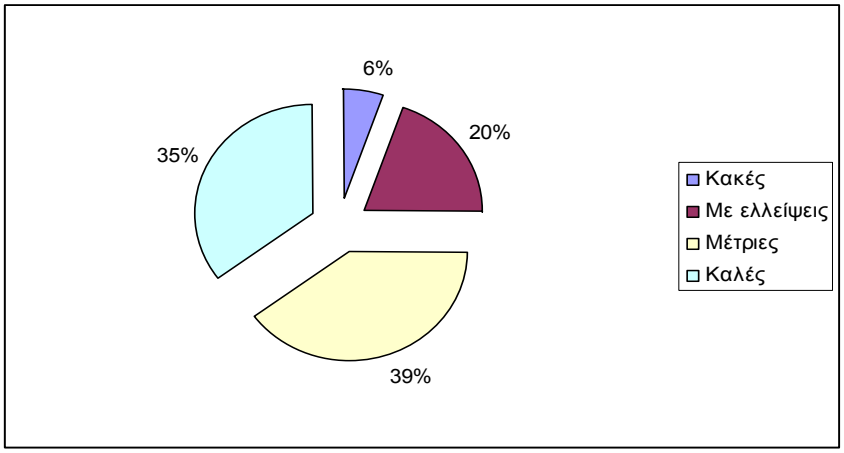
Στον τομέα των τουριστικών πρακτορείων, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (47%) θεώρησε πως τα τουριστικά πρακτορεία είναι καλά, το 33% πως είναι μέτρια, ενώ το 17% πως είναι με ελλείψεις. Οι ελλείψεις φαίνονται και από το γεγονός πως μόνο το 4% των ερωτηθέντων αποφάσισε να χρησιμοποιήσει μεταφορικό μέσο κάποιου τουριστικού πρακτορείου για την πρόσβασή του στο βουνό (Γράφημα 16). Επιπλέον, το 2% των ερωτηθέντων θεώρησε πως οι υπηρεσίες των τουριστικών πρακτορείων είναι κακές και αντίθετα μόνο ένα 1% θεώρησε ότι είναι εξαιρετικές (Πίνακας 23, παράρτημα 2).



Γράφημα 23: Αξιολόγηση τουριστικών πρακτορείων από τους ερωτηθέντες

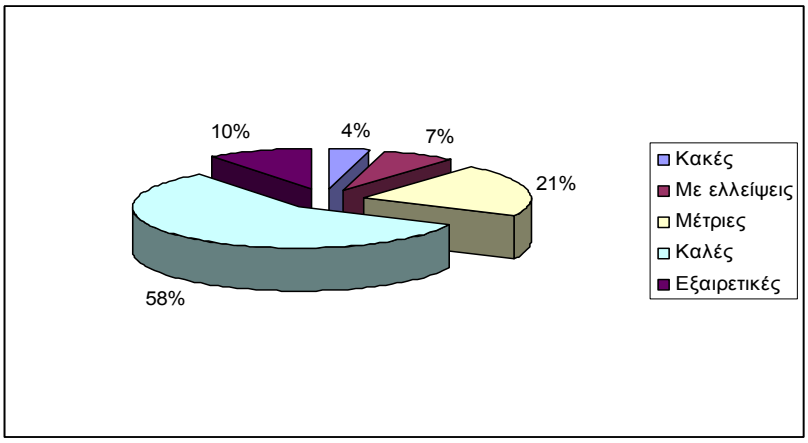
Οι εταιρίες μεταφορών παρουσιάζονται καλές σύμφωνα με το 35% των ερωτηθέντων, μέτριες για το 39%, με ελλείψεις για το 20% και κακές για 6%. Αξιοσημείωτο είναι ότι κανείς από τους ερωτηθέντες δεν απάντησε ότι οι εταιρίες μεταφορών είναι εξαιρετικές, σημείο στο

οποίο πρέπει να δώσουν έμφαση οι εμπλεκόμενοι με αυτήν την υπηρεσία φορείς (Πίνακας 25, παράρτημα 2).



Γράφημα 24: Αξιολόγηση εταιριών μεταφοράς από τους ερωτηθέντες

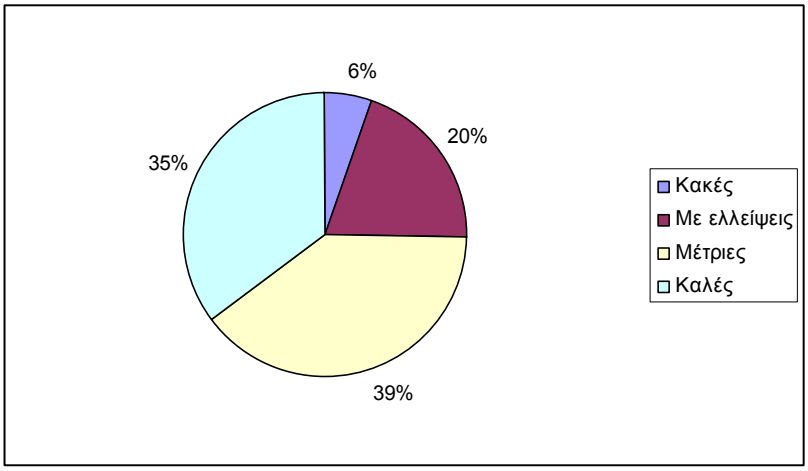
Σύμφωνα με το 68% των ερωτηθέντων, το οδικό δίκτυο είναι εξαιρετικό (10%) ή καλό (58%). Ωστόσο, ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό των ερωτηθέντων (21%) θεωρεί πως οι οδικές υποδομές είναι μέτριες ή έχουν ελλείψεις (7%). Ωστόσο, μόνο το 4% είναι τελείως δυσαρεστημένο με το οδικό δίκτυο θεωρώντας το κακό. Η αλήθεια είναι πως οι δρόμοι που οδηγούν στο Περτούλι είναι στενοί και κατά περιόδους μη καλά ασφαλτοστρωμένοι, με αποτέλεσμα αφενός να προκαλείται μποτιλιάρισμα, κυρίως στις περιόδους των διακοπών, αφετέρου να φθείρονται τα λάστιχα των αυτοκινήτων λόγω του χαλασμένου δρόμου (Πίνακας 25, παράρτημα 2).



Γράφημα 25: Αξιολόγηση οδικού δικτύου από τους ερωτηθέντες

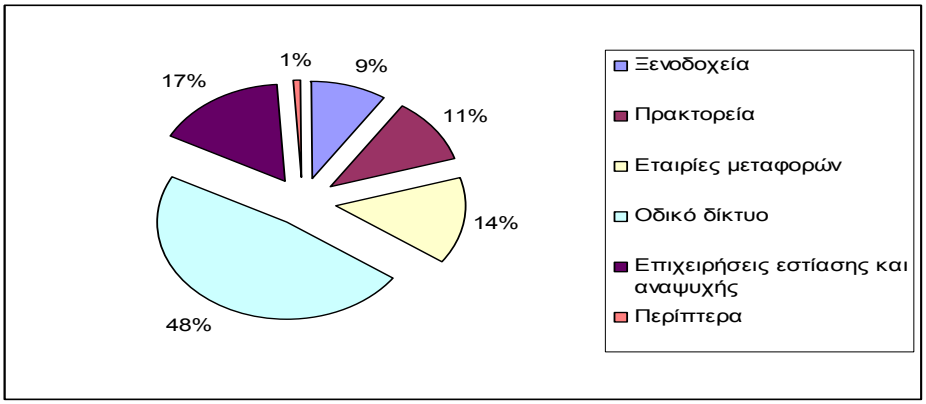
Όπως συνέβη και στην αξιολόγηση των εταιριών μεταφοράς, έτσι και στις επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής κανένας από τους ερωτηθέντες δεν απάντησε πως είναι εξαιρετικές. Ειδικότερα, το 39% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι οι υποδομές εστίασης και αναψυχής είναι

καλές, το 35% ότι είναι μέτριες, το 20% ότι έχουν ελλείψεις και τέλος το 6% απάντησε ότι είναι κακές (Πίνακας 26, παράρτημα 2).



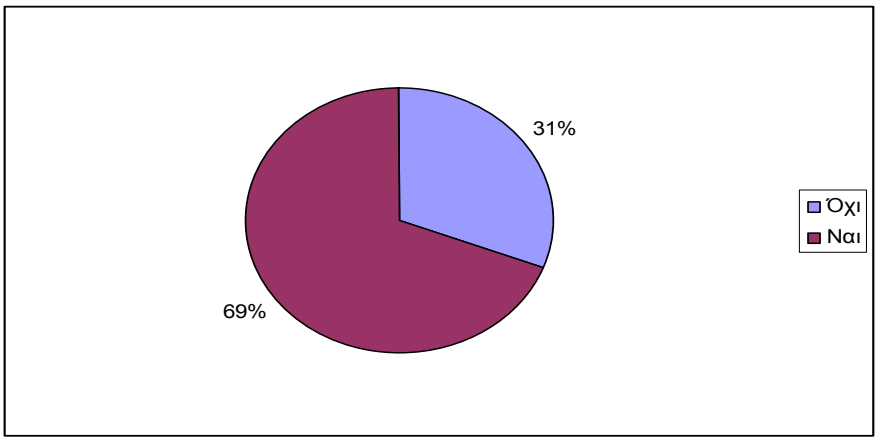
Γράφημα 26: Αξιολόγηση των επιχειρήσεων εστίασης και αναψυχής από τους ερωτηθέντες

Επίσης, τέθηκε ως ζήτημα και οι τομείς που κατά τη γνώμη των ερωτηθέντων αντιμετωπίζουν τις σημαντικότερες αδυναμίες. Οι απαντήσεις των ερωτηθέντων ήταν: 48% το οδικό δίκτυο, 17% οι επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής, 14% οι εταιρίες μεταφορών, 11% τα τουριστικά πρακτορεία, 9% τα ξενοδοχεία και 1% τα τουριστικά περίπτερα. Παρόλο που το 58% των ερωτηθέντων θεωρεί το οδικό δίκτυο καλό (Γράφημα 25), στην πραγματικότητα χρειάζεται αρκετή βελτίωση (Πίνακας 27, παράρτημα 2).



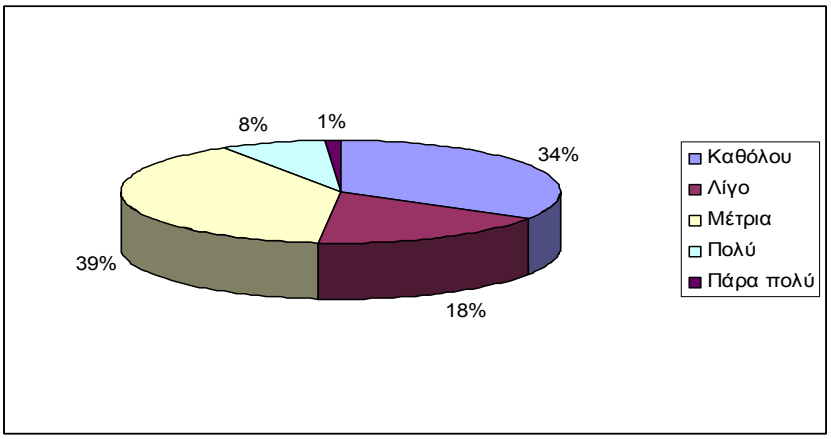
Γράφημα 27: Τομείς που αντιμετωπίζουν σημαντικές αδυναμίες

Μεγάλο, ήταν επίσης, το ποσοστό των ερωτηθέντων (69%) που έχει επισκεφθεί και άλλο χιονοδρομικό κέντρο εκτός από το Περτούλι (Πίνακας 28, παράρτημα 2).



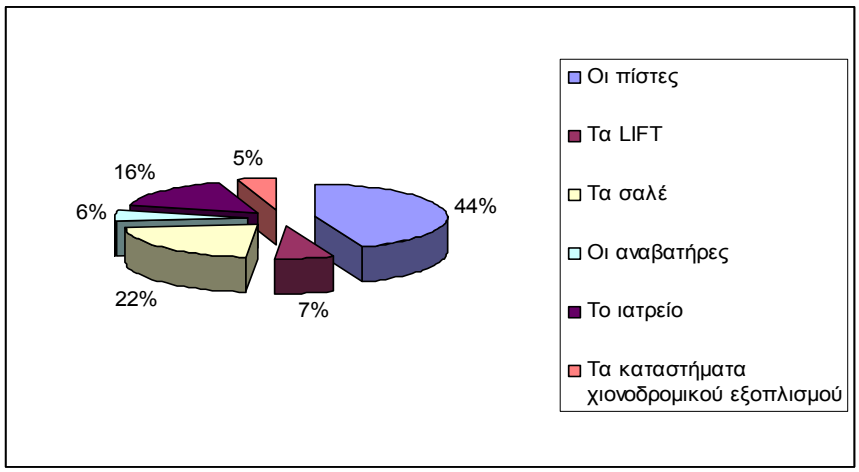
Γράφημα 28: Ποσοστό των ερωτηθέντων που έχει επισκεφθεί και άλλο χιονοδρομικό κέντρο πλην του χιονοδρομικού κέντρου Περτουλίου

Το παραπάνω 69% (Διάγραμμα 28) κλήθηκε να απαντήσει στην ερώτηση εάν το χιονοδρομικό κέντρο του Περτουλίου υπερέχει σε ποιότητα εγκαταστάσεων σε σχέση με τα άλλα χιονοδρομικά κέντρα που έχει επισκεφθεί. Το 39% των ερωτηθέντων πιστεύει πως το χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου υπερέχει μέτρια, το 18% λίγο και το 34% καθόλου. Πολύ μικρό είναι το ποσοστό των ερωτηθέντων που θεωρεί ότι το χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου υπερέχει σε μεγάλο βαθμό (8%) και ακόμα μικρότερο ότι υπερέχει λίγο (1%) (Πίνακας 29, παράρτημα 2).



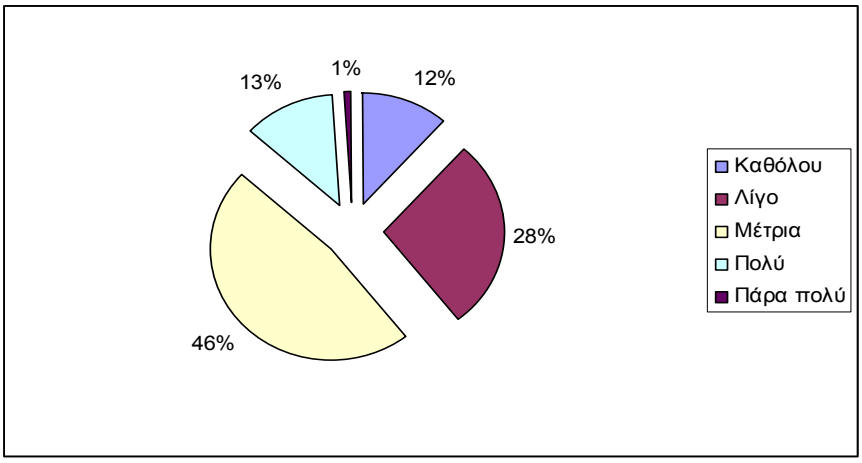
Γράφημα 29: Βαθμός υπεροχής του χιονοδρομικού κέντρου Περτουλίου σε ποιότητα εγκαταστάσεων σε σχέση με άλλα χιονοδρομικά κέντρα

Σύμφωνα με το 44% των ερωτηθέντων, οι πίστες είναι εκείνος ο τομέας που χρειάζεται περισσότερη προσοχή και βελτίωση στο χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου. Πράγματι, οι πίστες του χιονοδρομικού κέντρου Περτουλίου είναι αρκετά μικρές και χρειάζονται αναβάθμιση. Έπειτα, ακολουθούν τα σαλέ (22%), το ιατρείο (16%), τα LIFT (7%), οι αναβατήρες (6%) και τέλος τα καταστήματα χιονοδρομικού εξοπλισμού (5%) (Πίνακας 30, παράρτημα 2).



Γράφημα 30: Τομείς που χρειάζονται περισσότερη προσοχή και βελτίωση στο χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου

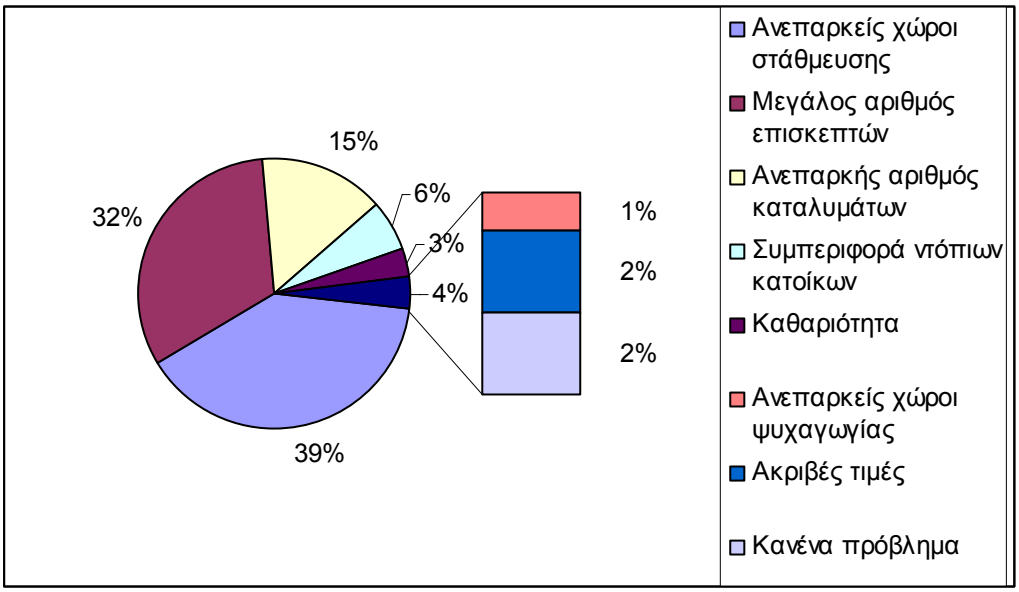
Το χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου διαθέτει μόνο ένα ιατρείο, με μικρό αριθμό ιατρικού προσωπικού, με αποτέλεσμα να μη μπορεί να καλύψει επαρκώς τις ανάγκες των χιονοδρόμων. Αυτό φαίνεται και από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων σχετικά με το κατά πόσο υιοθετούνται μέτρα πρόληψης υγείας στο συγκεκριμένο χιονοδρομικό κέντρο. Συγκεκριμένα, το 46% των ερωτηθέντων θεωρεί μέτρια τα μέτρα που υιοθετούνται, το 28% τα θεωρεί λίγα, ενώ το 12% πιστεύει πως δεν υιοθετούνται καθόλου μέτρα πρόληψης της υγείας. Ωστόσο, το 13% των ερωτηθέντων, θεωρεί τα υιοθετούμενα μέτρα πρόληψης υγείας ως πολύ καλά και το 1% ως πάρα πολύ καλά (Πίνακας 31, παράρτημα 2).



Γράφημα 31: Μέτρα πρόληψης υγείας στο χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου

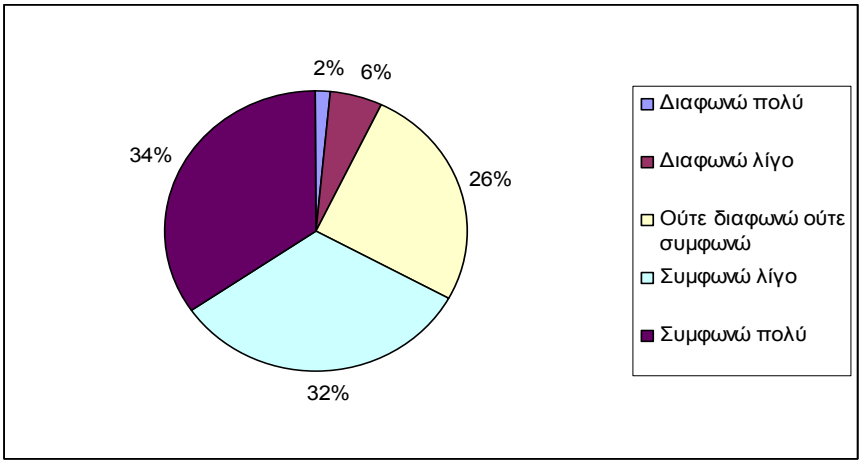
Οι περισσότεροι ερωτηθέντες (39%) έδειξαν δυσαρεστημένοι με τους ανεπαρκείς χώρους στάθμευσης στο Περτούλι. Αν και υπάρχει ένας αρκετά μεγάλος χώρος στάθμευσης απέναντι από το χιονοδρομικό κέντρο, ωστόσο, δεν επαρκεί για τη διευκόλυνση των επισκεπτών, ιδιαίτερα στις περιόδους των γιορτών, όπου ο αριθμός των επισκεπτών είναι πολύ

μεγάλος και προκαλεί τη δυσαρέσκεια του 32% των ερωτηθέντων. Επίσης, το 15% των ερωτηθέντων πιστεύει πως ο αριθμός των καταλυμάτων είναι ανεπαρκείς, το 6% και το 3% πιστεύουν ότι η συμπεριφορά των ντόπιων κατοίκων και η καθαριότητα δεν είναι η πρέπουσα, αντίστοιχα. Υπάρχει και ένας επιπλέον πολύ μικρός αριθμός επισκεπτών (3%), οι οποίοι δεν έμειναν ευχαριστημένοι από τους χώρους ψυχαγωγίας και τις τιμές που επικρατούσαν στην περιοχή. Τέλος, το 2% δήλωσε πως δεν είχε κανένα πρόβλημα (Πίνακας 32, παράρτημα 2).



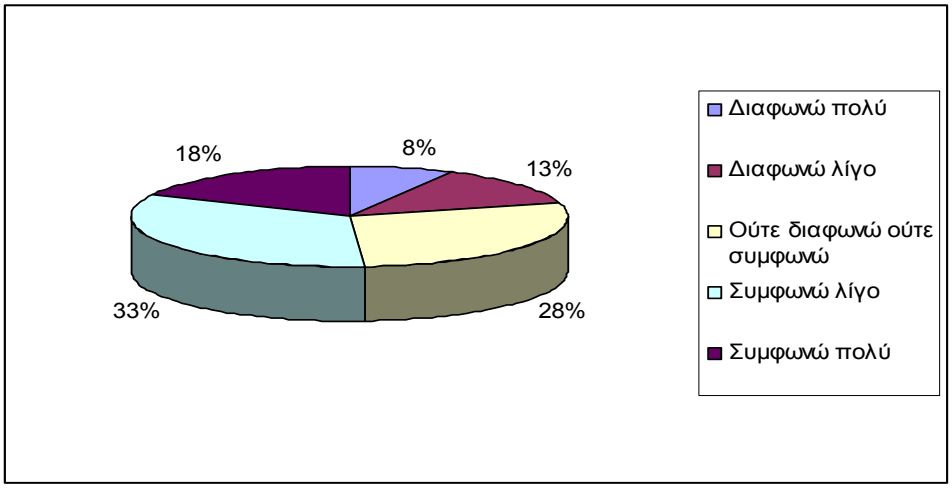
Γράφημα 32: Κυριότερο πρόβλημα κατά τη διαμονή των ερωτηθέντων στο Περτούλι

Επίσης, τέθηκε το ζήτημα της ικανοποίησης των ερωτηθέντων από τις εγκαταστάσεις διαμονής και διημέρευσης στα τουριστικά καταλύματα του Περτουλίου. Πιο συγκεκριμένα, το 34% θεώρησε τα τουριστικά καταλύματα πολύ καλά, το 32% λίγο καλά, το 26% ούτε καλά ούτε άσχημα, ενώ μόνο το 8% έμεινε λίγο ή καθόλου ικανοποιημένο (Πίνακας 33, παράρτημα 2).



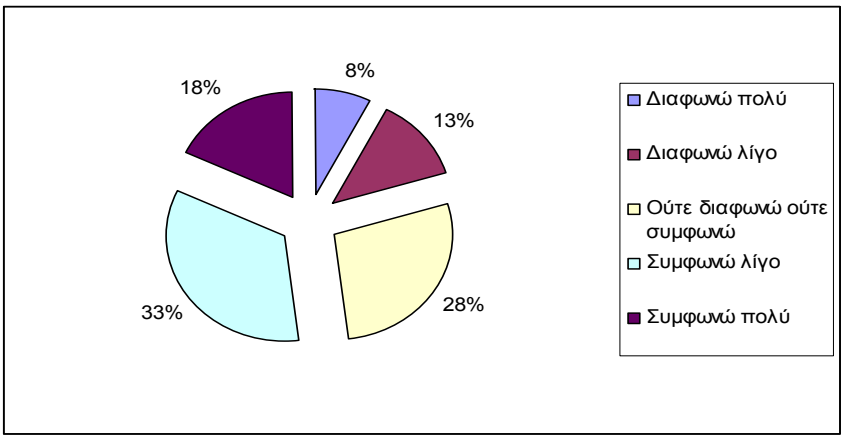
Γράφημα 33: Βαθμός ικανοποίησης των ερωτηθέντων από τις εγκαταστάσεις διαμονής και διημέρευσης στα τουριστικά καταλύματα

Ανάμεικτες ήταν οι απαντήσεις που δόθηκαν για την ικανοποίηση των ερωτηθέντων από τις υπηρεσίες υποδοχής στο χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου. Ειδικότερα, το 33% συμφωνεί λίγο με την παραπάνω παραδοχή, το 18% συμφωνεί πολύ, το 28% ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί, το 13% διαφωνεί λίγο, ενώ το 8% διαφωνεί πολύ (Πίνακας 34, παράρτημα 2).



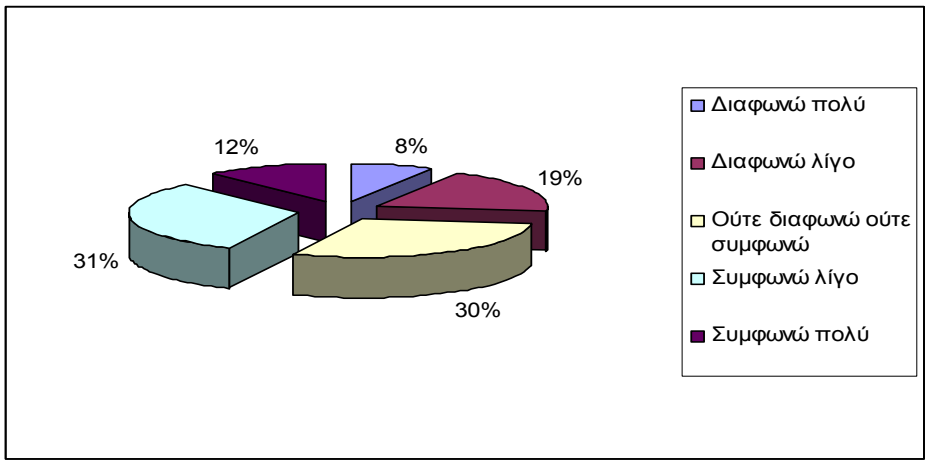
Γράφημα 34: Βαθμός ικανοποίησης των ερωτηθέντων από τις εγκαταστάσεις υποδοχής στο χιονοδρομικό κέντρο

Η ικανοποίηση των ερωτηθέντων από τις εγκαταστάσεις του χιονοδρομικού κέντρου Περτουλίου ποικίλει. Το 18% δήλωσε ότι είναι πολύ ευχαριστημένο με τις εγκαταστάσεις, το 33% λίγο ευχαριστημένο, το 28% ούτε ευχαριστημένο ούτε δυσαρεστημένο, το 13% λίγο δυσαρεστημένο και τέλος, το υπόλοιπο 8% δήλωσε ότι είναι πολύ δυσαρεστημένο (Πίνακας 35, παράρτημα 2).



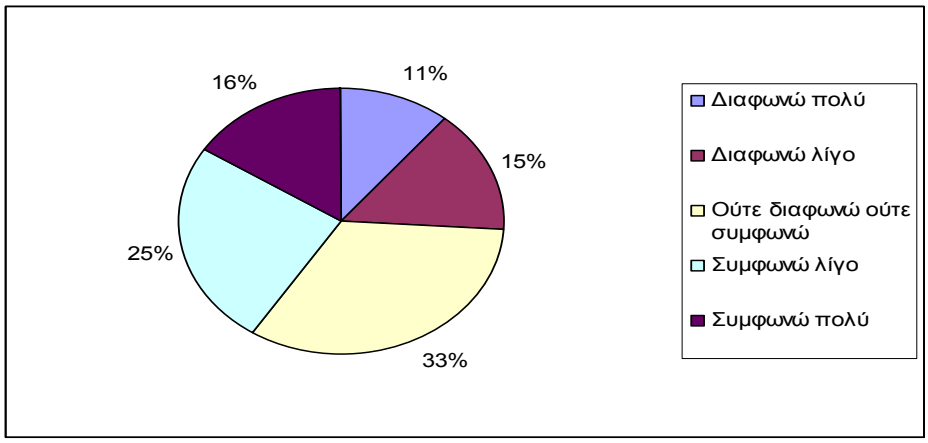
Γράφημα 35: Βαθμός ικανοποίησης των ερωτηθέντων από τις εγκαταστάσεις του κέντρου για τα χειμερινά αθλήματα

Η οργάνωση του χιονοδρομικού σταθμού Περτουλίου θεωρήθηκε πολύ ικανοποιητική από το 12% των ερωτηθέντων και λιγότερο ικανοποιητική από το 31%. Το 19% δήλωσε ότι είναι λίγο δυσαρεστημένο από την οργάνωση του συγκεκριμένου σταθμού, το 8% πολύ δυσαρεστημένο, ενώ το 30% ούτε ευχαριστημένο ούτε δυσαρεστημένο.



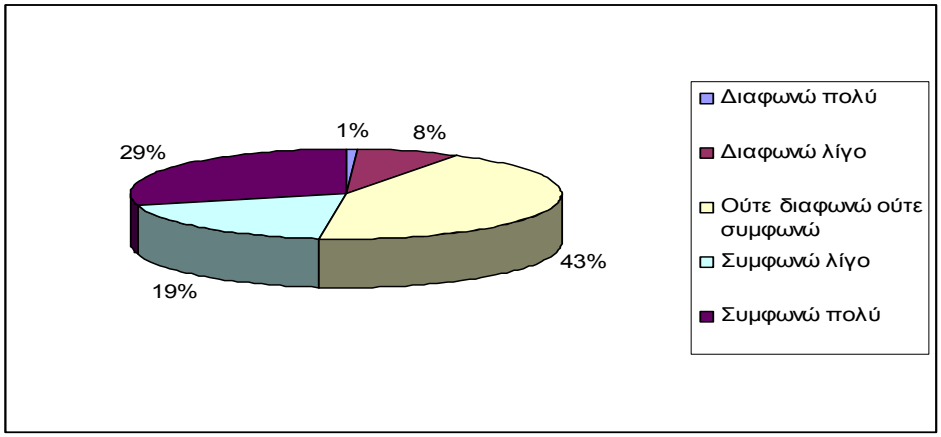
Γράφημα 36: Βαθμός ικανοποίησης των ερωτηθέντων από την οργάνωση του χιονοδρομικού σταθμού

Το χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου βρίσκεται περίπου 4 χλμ. μακριά από το ομώνυμο χωριό και αρκετά πιο μακριά από τις υπόλοιπες εγκαταστάσεις διαμονής και διημέρευσης. Οι απαντήσεις των ερωτηθέντων στην ερώτηση εάν είναι δυσαρεστημένοι λόγω του ότι οι χιονοδρομικές εγκαταστάσεις βρίσκονται μακριά από τα καταλύματα ήταν: το 16% συμφωνεί πολύ, το 25% συμφωνεί λίγο, το 15% διαφωνεί λίγο, το 11% διαφωνεί πολύ, και το 33% ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί (Πίνακας 37, παράρτημα 2).



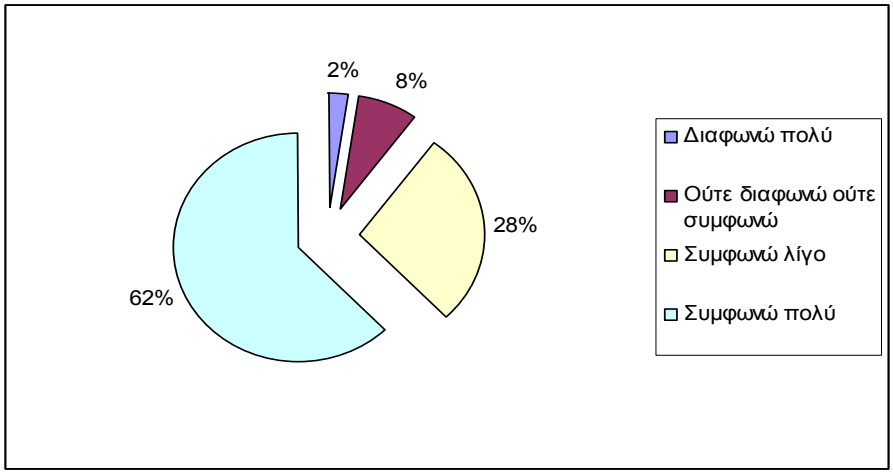
Γράφημα 37: . Βαθμός συμφωνίας των ερωτηθέντων με την άποψη: «Είμαι δυσαρεστημένος λόγω του ότι οι χιονοδρομικές πίστες βρίσκονται μακριά από τα καταλύματα & είμαι υποχρεωμένος να μετακινηθώ.»

Ο χιονοδρομικός σταθμός Περτουλίου διαθέτει 4 πίστες μεσαίου και μικρού μήκους και μέτριου βαθμού δυσκολίας (υποκεφάλαιο 4.1). Το 29% των ερωτηθέντων δήλωσε πολύ ευχαριστημένο από το μήκος και το βαθμό δυσκολίας των προσφερόμενων για τη χιονοδρομία πίστες, το 19% λίγο ευχαριστημένο, το 8% λίγο δυσαρεστημένο, το 1% πολύ δυσαρεστημένο, ενώ το 43% ούτε ευχαριστημένο ούτε δυσαρεστημένο (Πίνακας 38, παράρτημα 2).



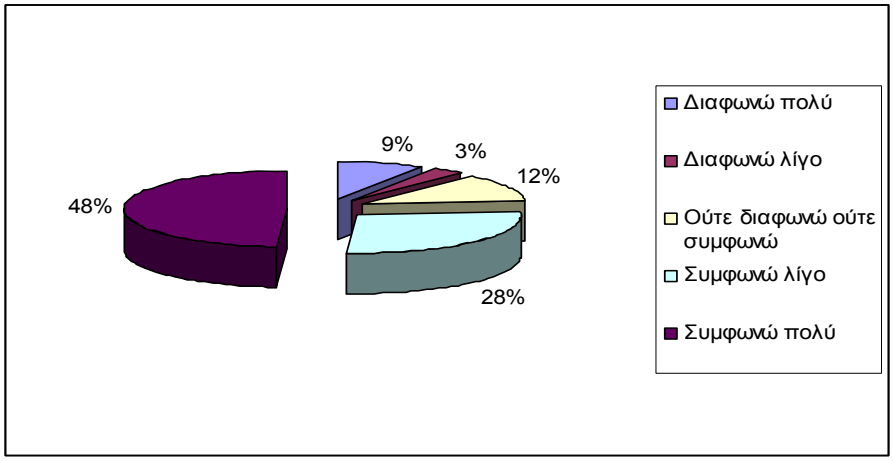
Γράφημα 38: Βαθμός συμφωνίας των ερωτηθέντων με την άποψη: «Οι προσφερόμενες για χιονοδρομία πίστες δεν διαθέτουν το μήκος & το βαθμό δυσκολίας που επιθυμώ»

Όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω, η περιοχή Περτουλίου ενδείκνυται για την ανάπτυξη πολλών δραστηριοτήτων, όπως αθλητισμό, πικνίκ, ιππασία, πεζοπορία, κ.ά. Το 62% των ερωτηθέντων συμφωνεί σε μεγάλο βαθμό με την παραπάνω άποψη, το 28% συμφωνεί λίγο, το 8% ούτε διαφωνεί ούτε συμφωνεί, ενώ μόνο το 2% διαφωνεί μεγάλο βαθμό (Πίνακας 39, παράρτημα 2).



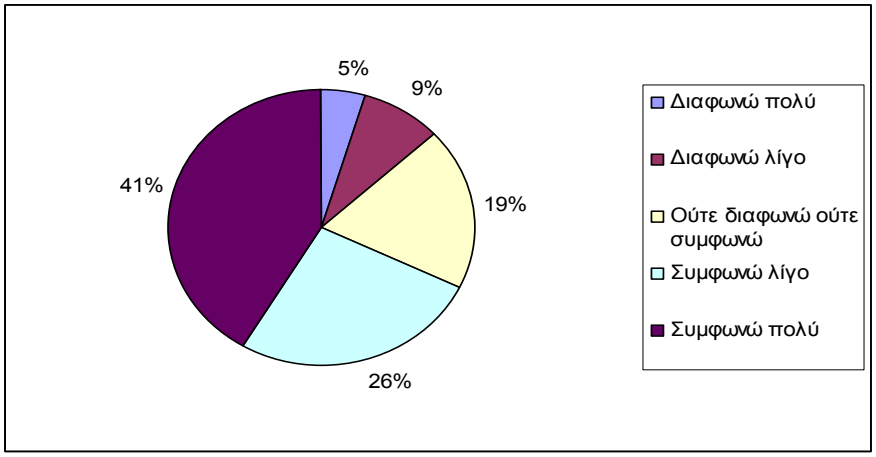
Γράφημα 39: **Βαθμός συμφωνίας των ερωτηθέντων με την άποψη: «Κατά τη διάρκεια της διαμονής μου έχω τη δυνατότητα να αναπτύξω & άλλες δραστηριότητες, π.χ. περίπατο και πεζοπορία, ιππασία κ.λπ.»**

Το 48% των ερωτηθέντων δήλωσε πως συμφωνεί σε μεγάλο βαθμό ότι ο χιονοδρομικός τουρισμός συμβάλλει στη διατήρηση και την καλαισθησία του φυσικού τοπίου της περιοχής, το 28% ανέφερε ότι συμφωνεί λίγο, το 12% ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί, το 3% διαφωνεί λίγο και το 9% διαφωνεί σε μεγάλο βαθμό (Πίνακας 40, παράρτημα 2).



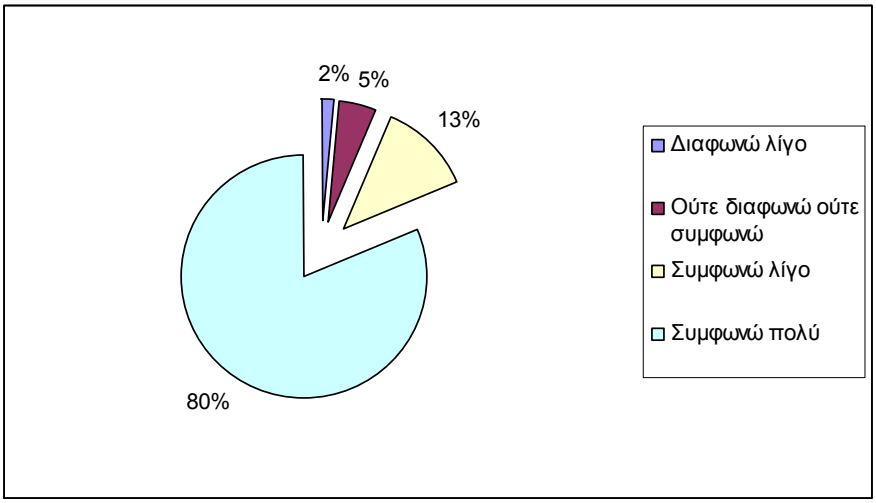
Γράφημα 40: Βαθμός συμφωνίας των ερωτηθέντων με την άποψη: «Ο χιονοδρομικός τουρισμός έχει συμβάλει στη διατήρηση & την καλαισθησία του φυσικού τοπίου της περιοχής»

Όσον αφορά την ερώτηση κατά πόσο ο χιονοδρομικός τουρισμός συμβάλλει στη διατήρηση της τοπικής παραδοσιακής τεχνικής, οι απαντήσεις των ερωτηθέντων ήταν: 41% συμφωνεί σε μεγάλο βαθμό, 26% συμφωνεί λίγο, 9% διαφωνεί λίγο, 5% διαφωνεί σε μεγάλο βαθμό και 19% ούτε διαφωνεί ούτε συμφωνεί (Πίνακας 41, παράρτημα 2).



Γράφημα 41: Βαθμός συμφωνίας των ερωτηθέντων με την άποψη: «Ο χιονοδρομικός τουρισμός έχει συμβάλει στη διατήρηση της τοπικής παραδοσιακής αρχιτεκτονικής»

Η τελευταία ερώτηση προς τους ερωτώμενους που ήταν κατά πόσο ο χιονοδρομικός τουρισμός βοηθά στη σωματική και ψυχική υγεία των ατόμων. Το 80% απάντησε πως συμφωνεί σε μεγάλο βαθμό, το 13% συμφωνεί λίγο, το 5% ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί, το 2% διαφωνεί λίγο, ενώ κανείς δεν απάντησε ότι διαφωνεί σε μεγάλο βαθμό. Αυτό αποδεικνύει πως ο χιονοδρομικός τουρισμός είναι ένας πολύ καλός εναλλακτικός τρόπος για να ξεφύγει κανείς από την καθημερινή ρουτίνα και να αισθανθεί καλύτερα, τόσο σωματικά όσο και ψυχικά (Πίνακας 42, παράρτημα 2) .



Γράφημα 42: . Βαθμός συμφωνίας των ερωτηθέντων με την άποψη: «Ο χιονοδρομικός τουρισμός βοηθά στη σωματική & στην ψυχική υγεία των ατόμων»

6.3. Ανάλυση και σχολιασμός των αποτελεσμάτων χ^2

Σύμφωνα με τις απαντήσεις που προέκυψαν από τα ερωτηματολόγια που μοιράστηκαν στους τουρίστες του Περτουλίου, συσχέτιση πραγματοποιήθηκε μεταξύ των μεταβλητών «φύλο ερωτώμενων» και «πρώτη φορά επίσκεψη στο χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου». Ο έλεγχος χ^2 έλαβε την τιμή 28,80 και η p-value την τιμή 0,005. Εφόσον η τιμή της p-value είναι μικρότερη από 0,01, απορρίπτεται η υπόθεση ότι οι δύο μεταβλητές είναι ανεξάρτητες σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Έτσι γίνεται δεκτή η εναλλακτική υπόθεση, ότι, δηλαδή, οι γυναίκες που επισκέφθηκαν και άλλη φορά το χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου ήταν σε μεγαλύτερο ποσοστό από ό,τι οι άντρες.

Από τον πίνακα συσχετίσεων παρατηρείται ότι οι γυναίκες είναι περισσότερο ευαισθητοποιημένες σε μια εναλλακτική μορφή τουρισμού (η προκειμένη περίπτωση αναφέρεται στο χιονοδρομικό τουρισμό) από ότι οι άντρες.

		Πρώτη φορά επίσκεψης			
			ΟΧΙ	ΝΑΙ	Σύνολο
Φύλο	Άντρες	Τιμή	50	15	65
		Ποσοστό (%)	58,10%	36,60%	51,20%
	Γυναίκες	Τιμή	36	26	62
		Ποσοστό (%)	41,90%	63,40%	48,80%
Σύνολο		Τιμή	86	41	127
		Ποσοστό (%)	100,00%	100,00%	100,00%

Πίνακας 1: Συσχέτιση των μεταβλητών «φύλο» και «πρώτη φορά επίσκεψης στο Περτούλι»

Η συσχέτιση που πραγματοποιήθηκε μεταξύ των μεταβλητών «φύλο ερωτώμενων» και «κύριος λόγος επίσκεψης στο Περτούλι», ο έλεγχος υποθέσεων του χ^2 έλαβε την τιμή 20,02 και η p-value την τιμή 0,023. Εφόσον η τιμή της p-value είναι μικρότερη του 0,05 απορρίπτεται η υπόθεση ότι οι δύο μεταβλητές είναι ανεξάρτητες σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Έτσι, γίνεται δεκτή η υπόθεση, ότι το φύλο σχετίζεται με τον κύριο λόγο επίσκεψης στο Περτούλι. Ειδικότερα, σύμφωνα με τον πίνακα διπλής εισόδου που ακολουθεί, το 60,30% επιθυμεί να επισκεφθεί το χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου για το φυσικό τοπίο, ενώ οι περισσότεροι άντρες (64,40%) για κάποιο άλλο λόγο. Οι άλλοι λόγοι είναι οι αθλητικές δραστηριότητες, η ιππασία, το πικνίκ καθώς και οι επαγγελματικοί λόγοι. Η αλήθεια είναι πως το Περτούλι ενδείκνυται για ποικίλους λόγους επίσκεψης λόγω της ιδιαίτερης φυσιογνωμίας του τοπίου του.

			Λόγος Επίσκεψης		
			Φυσικό Τοπίο	Άλλο	Σύνολο
Φύλο	Άνδρες	Τιμή	27	38	65
		Ποσοστό (%)	39,70%	64,40%	51,20%
	Γυναίκες	Τιμή	41	21	62
		Ποσοστό (%)	60,30%	35,60%	48,80%
Σύνολο		Τιμή	68	59	127
		Ποσοστό (%)	100,00%	100,00%	100,00%

Πίνακας 2: Συσχέτιση μεταξύ «φύλο ερωτώμενων» και «κύριος λόγος επίσκεψης στο Περτούλι»

Η συσχέτιση που πραγματοποιήθηκε μεταξύ των μεταβλητών «φύλο ερωτηθέντων» και «τομείς με τις σημαντικότερες αδυναμίες», ο έλεγχος του χ^2 έλαβε την τιμή 10,74 και η p-value την τιμή 0,007. Εφόσον η τιμή της p-value είναι μικρότερη του 0,01, απορρίπτεται η υπόθεση ότι οι δύο μεταβλητές είναι ανεξάρτητες σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Έτσι, γίνεται δεκτή η εναλλακτική υπόθεση, ότι, δηλαδή, οι δύο μεταβλητές συσχετίζονται. Πιο συγκεκριμένα, οι περισσότεροι άντρες εντοπίζουν τις σημαντικότερες αδυναμίες στα ξενοδοχεία (73,30%) και στις επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής (63,60%), ενώ οι περισσότερες γυναίκες στο οδικό δίκτυο (59,50%). Βέβαια, το πιο λογικό θα ήταν οι περισσότεροι άντρες, λόγω της φύσης τους και του ιδιαίτερου ενδιαφέροντός τους για τα αυτοκίνητα, να είναι εκείνοι που θα εντόπιζαν τις περισσότερες αδυναμίες στο οδικό δίκτυο και όχι οι γυναίκες. Όσον αφορά το αποτέλεσμα για τα ξενοδοχεία, είναι παράδοξο, διότι οι γυναίκες είναι εκείνες που συνήθως αντιμετωπίζουν προβλήματα με τη διαμονή και όχι οι άντρες.

		Αδυναμίες				
			Ξενοδοχεία	Οδικό Δίκτυο	Επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής	Σύνολο
Φύλο	Άνδρες	Τιμή	19	32	14	65
		Ποσοστό (%)	73,10%	40,50%	63,60%	51,20%
	Γυναίκες	Τιμή	7	47	8	62
		Ποσοστό (%)	26,90%	59,50%	36,40%	48,80%
Σύνολο		Τιμή	26	79	22	127
		Ποσοστό (%)	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Πίνακας 3: Συσχέτιση μεταξύ «φύλο ερωτώμενων» και «τομείς που παρουσιάζουν τις σημαντικότερες αδυναμίες»

Η συσχέτιση που πραγματοποιήθηκε μεταξύ των μεταβλητών «φύλο ερωτώμενων» και «βαθμός ικανοποίησης από την οργάνωση του χιονοδρομικού σταθμού», ο έλεγχος του χ^2 έλαβε την τιμή 26,85 και η p-value την τιμή 0,065. Εφόσον η τιμή της p-value είναι μεγαλύτερη του 0,10, γίνεται δεκτό ότι οι δύο μεταβλητές είναι εξαρτημένες σε επίπεδο σημαντικότητας 10%. Η οργάνωση του χιονοδρομικού σταθμού φαίνεται να είναι σε μεγάλο βαθμό ικανοποιητική για το μεγαλύτερο ποσοστό των ανδρών (58,30%), ενώ λιγότερο ικανοποιητική για τις περισσότερες γυναίκες (58,20%). Από τα παραπάνω παρατηρείται πως οι γυναίκες παρουσιάζονται περισσότερο απαιτητικές, όσον αφορά την οργάνωση του χιονοδρομικού σταθμού, από ότι οι άνδρες. Οι άνδρες φαίνονται περισσότερο ελαστικοί με την παραπάνω παραδοχή.

			Βαθμός ικανοποίησης από την οργάνωση χιονοδρομικού σταθμού		
			Σε μεγάλο βαθμό	Άλλο	Σύνολο
Φύλο	Άνδρες	Τιμή	42	23	65
		Ποσοστό (%)	58,30%	41,80%	51,20%
	Γυναίκες	Τιμή	30	32	62
		Ποσοστό (%)	41,70%	58,20%	48,80%
Σύνολο		Τιμή	72	55	127
		Ποσοστό (%)	100,00%	100,00%	100,00%

Πίνακας 4: Συσχέτιση των μεταβλητών «φύλο ερωτώμενων» και «βαθμός ικανοποίησης από την οργάνωση του χιονοδρομικού σταθμού»

Η συσχέτιση που πραγματοποιήθηκε μεταξύ των μεταβλητών «ηλικία ερωτώμενων» και «πρώτη φορά επίσκεψη στο Περτούλι», ο έλεγχος του χ^2 έλαβε την τιμή 15,82 και η p-value την τιμή 0,005. Εφόσον η τιμή της p-value είναι μικρότερη του 0,01, απορρίπτεται η υπόθεση ότι, η ηλικία των ερωτηθέντων επηρεάζει την πρώτη φορά επίσκεψής τους στο Περτούλι. Σύμφωνα με τον ακόλουθο πίνακα διπλής εισόδου, το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων που έχει επισκεφθεί και άλλη φορά το χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου (56,10%) είναι άνω των 35 ετών, ενώ κάτω των 34 ετών είναι η πρώτη φορά επίσκεψης (30,20%). Αυτό είναι λογικό διότι όσο μεγαλύτερος είναι κάποιος σε ηλικία τόσες περισσότερες είναι και οι επισκέψεις του στο χιονοδρομικό σταθμό.

			Πρώτη φορά επίσκεψη		
			ΟΧΙ	ΝΑΙ	Σύνολο
Ηλικία	Κάτω από 34 ετών	Τιμή	26	23	49
		Ποσοστό (%)	30,20%	56,10%	38,60%
	35 και άνω	Τιμή	60	18	78
		Ποσοστό (%)	69,80%	43,90%	61,40%
Σύνολο		Τιμή	86	41	127
		Ποσοστό (%)	100,00%	100,00%	100,00%

Πίνακας 5: Συσχέτιση των μεταβλητών «ηλικία ερωτώμενων» και «πρώτη φορά επίσκεψης στο Περτούλι»

Η συσχέτιση που πραγματοποιήθηκε μεταξύ των μεταβλητών «εκπαίδευση ερωτώμενων» και «βαθμός δυσαρέσκειας λόγω του ότι οι χιονοδρομικές εγκαταστάσεις βρίσκονται μακριά από τα καταλύματα», ο έλεγχος του χ^2 έλαβε την τιμή 28,82 και η p-value

την τιμή 0,004. Εφόσον η τιμή της p-value είναι μικρότερη του 0,01, απορρίπτεται η υπόθεση ότι οι δύο μεταβλητές είναι ανεξάρτητες σε επίπεδο σημαντικότητας 0,01%. Έτσι, γίνεται δεκτό ότι το μορφωτικό επίπεδο των ερωτηθέντων συσχετίζεται με το βαθμό δυσαρέσκειάς τους λόγω της μακρινής απόστασης των χιονοδρομικών εγκαταστάσεων από τα καταλύματα της περιοχής. Ειδικότερα, οι λιγότερο μορφωμένοι παρουσιάζονται περισσότερο δυσαρεστημένοι διότι οι χιονοδρομικές εγκαταστάσεις βρίσκονται μακριά από τα καταλύματα, ενώ εκείνοι που είχαν υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης δεν έδειξαν κάποια δυσαρέσκεια. Στις μέρες αιχμής, οι χιονοδρομικές εγκαταστάσεις είναι γεμάτες από επισκέπτες και αυτό καθιστά δύσκολη τη διαμονή κοντά σ' αυτές λόγω της έντονης ηχορύπανσης που επικρατεί στην περιοχή. Αυτός φαίνεται να είναι και ο κύριος λόγος που οι περισσότερο μορφωμένοι δεν είναι δυσαρεστημένοι διότι οι χιονοδρομικές εγκαταστάσεις είναι μακριά από τα καταλύματα.

			Δυσαρέστηση		
			ΟΧΙ	ΝΑΙ	Σύνολο
Επίπεδο εκπαίδευσης	Υψηλό επίπεδο	Τιμή	43	37	67
		Ποσοστό (%)	65,20%	39,30%	52,80%
	Άλλο	Τιμή	23	37	60
		Ποσοστό (%)	34,80%	60,70%	47,20%
Σύνολο		Τιμή	66	61	127
		Ποσοστό (%)	100,00%	100,00%	100,00%

Πίνακας 6: Συσχέτιση μεταξύ «εκπαίδευση ερωτώμενων» και «βαθμός δυσαρέστησης λόγω του ότι οι χιονοδρομικές εγκαταστάσεις βρίσκονται μακριά από τα καταλύματα»

Η συσχέτιση που πραγματοποιήθηκε μεταξύ των μεταβλητών «εκπαίδευση ερωτηθέντων» και «βαθμός συμφωνίας των ερωτηθέντων με την άποψη: Ο χιονοδρομικός τουρισμός έχει συμβάλει στη διατήρηση και την καλαισθησία του φυσικού τοπίου της περιοχής», ο έλεγχος υποθέσεων του χ^2 έλαβε την τιμή 14,17 και η p-value την τιμή 0,030. Εφόσον η τιμή της p-value είναι μικρότερη του 0,05, απορρίπτεται η υπόθεση ότι οι δύο μεταβλητές είναι ανεξάρτητες σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Έτσι, γίνεται δεκτή η εναλλακτική η υπόθεση, ότι, δηλαδή, οι δύο μεταβλητές συσχετίζονται. Πιο συγκεκριμένα, το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων (70%) με υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης συμφωνεί σε μεγάλο βαθμό ότι ο χιονοδρομικός τουρισμός συμβάλλει στη διατήρηση και στην καλαισθησία του φυσικού τοπίου, ενώ εκείνοι με χαμηλό επίπεδο δεν έχουν την ίδια άποψη. Η αλήθεια είναι ότι, από τη στιγμή δημιουργήθηκαν οι χιονοδρομικές εγκαταστάσεις στο Περτούλι, υπάρχει μεγαλύτερη μέριμνα των αρμόδιων αρχών για τη διατήρηση και την καλαισθησία του φυσικού τοπίου.

			Διατήρηση και καλαισθησία του φυσικού τοπίου		
			Συμφωνώ σε μεγάλο βαθμό	Άλλο	Σύνολο
Επίπεδο Εκπαίδευσης	Υψηλό Επίπεδο	Τιμή	21	46	67
		Ποσοστό (%)	70,00%	47,40%	50,80%
	Άλλο	Τιμή	9	51	60
		Ποσοστό (%)	30,00%	52,60%	47,20%
Σύνολο		Τιμή	30	97	127
		Ποσοστό (%)	100,00%	100,00%	100,00%

Πίνακας 7: Συσχέτιση των μεταβλητών «εκπαίδευση ερωτώμενων» και «Βαθμός συμφωνίας των ερωτηθέντων με την άποψη: Ο χιονοδρομικός τουρισμός έχει συμβάλει στη διατήρηση & την καλαισθησία του φυσικού τοπίου της περιοχής»

Η συσχέτιση που πραγματοποιήθηκε μεταξύ των μεταβλητών «οικογενειακή κατάσταση ερωτώμενων» και «πρώτη φορά επίσκεψης στο Περτούλι», ο έλεγχος του χ^2 έλαβε την τιμή 17,11 και η p-value την τιμή 0,023. Εφόσον η τιμή της p-value είναι μικρότερη του 0,10 απορρίπτεται η υπόθεση ότι οι δύο μεταβλητές είναι ανεξάρτητες σε επίπεδο σημαντικότητας 10%. Έτσι γίνεται δεκτή η εναλλακτική υπόθεση, ότι, δηλαδή, η οικογενειακή κατάσταση των ερωτηθέντων επηρεάζει την πρώτη φορά επίσκεψης στο Περτούλι. Σύμφωνα με τον ακόλουθο πίνακα διπλής εισόδου, το μεγαλύτερο ποσοστό των μη έγγαμων (56,10%) είχε επισκεφθεί ξανά το χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου, ενώ οι περισσότεροι έγγαμοι (65,10%) δεν ήταν η πρώτη φορά επίσκεψης. Αυτό ίσως οφείλετε στο γεγονός ότι συνήθως οι περισσότεροι έγγαμοι είναι μεγαλύτεροι σε ηλικία από τους μη έγγαμους. Άρα είναι λογικό οι έγγαμοι να έχουν επισκεφθεί και άλλη φορά το Περτούλι.

			Πρώτη φορά επίσκεψης		
			ΟΧΙ	ΝΑΙ	Σύνολο
Οικογενειακή Κατάσταση	Έγγαμος	Τιμή	56	18	74
		Ποσοστό (%)	65,10%	43,90%	58,30%
	Μη έγγαμος	Τιμή	30	23	53
		Ποσοστό (%)	34,90%	56,10%	41,70%
Σύνολο		Τιμή	86	41	127
		Ποσοστό (%)	100,00%	100,00%	100,00%

Πίνακας 8: Συσχέτιση των μεταβλητών «οικογενειακή κατάσταση ερωτώμενων» και «πρώτη φορά επίσκεψης στο Περτούλι»

Η συσχέτιση που πραγματοποιήθηκε μεταξύ των μεταβλητών «οικογενειακή κατάσταση ερωτώμενων» και «τομείς με σημαντικότερες αδυναμίες», ο έλεγχος του χ^2 έλαβε την τιμή 9,18 και η p-value την τιμή 0,006. Εφόσον η τιμή της p-value είναι μικρότερη του 0,01 απορρίπτεται η υπόθεση ότι οι δύο μεταβλητές είναι ανεξάρτητες σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Έτσι γίνεται δεκτή η εναλλακτική υπόθεση, ότι οι δύο μεταβλητές συσχετίζονται. Πιο συγκεκριμένα, οι έγγαμοι εντόπισαν τις σημαντικότερες αδυναμίες στο οδικό δίκτυο (65,80%) και στις επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής (63,60%), ενώ οι μη έγγαμοι στα ξενοδοχεία (69,20%). Το οδικό δίκτυο φαίνεται να παρουσιάζει αρκετές αδυναμίες, ιδίως στις οικογένειες με παιδιά, λόγω των πολλών λακκουβών. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να δυσχεραίνει η πρόσβαση στο βουνό. Επιπλέον, οι επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής δε διαθέτουν αρκετές υποδομές ώστε να καλύπτουν τις ανάγκες των μικρών παιδιών μιας οικογένειας. Τέλος, οι μη έγγαμοι είναι συνήθως νέοι σε ηλικία, με ίσως διαφορετικές ανάγκες και γούστα από αυτά που τους παρείχαν τα ξενοδοχεία στο Περτούλι.

			Αδυναμίες			
			Ξενοδοχεία	Οδικό Δίκτυο	Επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής	Σύνολο
Οικογενειακή Κατάσταση	Έγγαμος	Τιμή	8	52	14	74
		Ποσοστό (%)	30,80%	65,80%	63,60%	58,30%
	Μη έγγαμος	Τιμή	18	27	8	53
		Ποσοστό (%)	69,20%	34,20%	36,40%	41,70%
Σύνολο		Τιμή	26	79	22	127
		Ποσοστό (%)	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Πίνακας 9: Συσχέτιση των μεταβλητών «οικογενειακή κατάσταση ερωτώμενων» και «τομείς με σημαντικότερες αδυναμίες»

Η συσχέτιση που πραγματοποιήθηκε μεταξύ των μεταβλητών «περιοχή προέλευσης ερωτώμενων» και «επίσκεψη σε άλλο χιονοδρομικό κέντρο», ο έλεγχος χ^2 έλαβε την τιμή 9,18 και η p-value την τιμή 0,006. Εφόσον η τιμή της p-value είναι μικρότερη του 0,01 απορρίπτεται η υπόθεση ότι οι δύο μεταβλητές είναι ανεξάρτητες σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Έτσι, γίνεται δεκτό, ότι η περιοχή προέλευσης των ερωτηθέντων σχετίζεται με το αν έχουν επισκεφθεί άλλο χιονοδρομικό κέντρο. Ειδικότερα, το 54,70% των ερωτηθέντων που προέρχονται από την περιφέρεια Θεσσαλίας δεν έχουν επισκεφθεί άλλο χιονοδρομικό κέντρο. Αντίθετα, η

συντριπτική πλειοψηφία (87,80%) των ερωτηθέντων από άλλο μέρος προέλευσης έχουν επισκεφθεί άλλο χιονοδρομικό κέντρο. Αυτό ίσως να οφείλεται στο γεγονός ότι οι περισσότεροι χιονοδρομικοί τουρίστες που προέρχονται εκτός περιφέρειας Θεσσαλίας να είναι λάτρεις του χιονοδρομικού τουρισμού και γι' αυτό επισκέφθηκαν και άλλο χιονοδρομικό κέντρο. Από την άλλη πλευρά, οι κάτοικοι της περιφέρειας Θεσσαλίας μπορεί να επισκέφθηκαν το Περτούλι λόγω του ότι είναι ευκολότερη η πρόσβαση σ' αυτό, σε σχέση με τα άλλα χιονοδρομικά κέντρα.

		Επίσκεψη σε άλλο χιονοδρομικό κέντρο			
			ΟΧΙ	ΝΑΙ	Σύνολο
Περιοχή προέλευσης	Περιφέρεια Θεσσαλίας	Τιμή	47	5	52
		Ποσοστό (%)	54,70%	12,20%	40,90%
	Αλλού	Τιμή	39	36	75
		Ποσοστό (%)	45,30%	87,80%	59,10%
Σύνολο		Τιμή	86	41	127
		Ποσοστό (%)	100,00%	100,00%	100,00%

Πίνακας 10: Συσχέτιση των μεταβλητών «περιοχή προέλευσης ερωτώμενων» και «επίσκεψη σε άλλο χιονοδρομικό κέντρο»

Η συσχέτιση που πραγματοποιήθηκε μεταξύ των μεταβλητών «περιοχή προέλευσης των ερωτώμενων» και «διανυκτέρευση ερωτώμενων», ο έλεγχος του χ^2 έλαβε την τιμή 12,69 και η p-value την τιμή 0,031. Εφόσον η τιμή της p-value είναι μικρότερη του 0,05 απορρίπτεται η υπόθεση ότι οι δύο μεταβλητές είναι ανεξάρτητες σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Έτσι γίνεται δεκτή η εναλλακτική υπόθεση, ότι, δηλαδή, οι δύο μεταβλητές συσχετίζονται. Συγκεκριμένα, το 71,20% των ερωτηθέντων που προέρχονται από περιοχή εκτός της περιφέρειας Θεσσαλίας διέμειναν σε ξενοδοχείο. Ωστόσο, το 54,80% που προέρχονται από την περιφέρεια Θεσσαλίας δε διανυκτέρευσαν, αλλά επισκέφθηκαν το Περτούλι αυθημερόν. Το Περτούλι απέχει από την πόλη των Τρικάλων μόλις 45 χλμ. και από την πόλη της Λάρισας 105 χλμ. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να είναι εύκολο για κάποιον που μένει στην περιφέρεια Θεσσαλίας να το επισκεφθεί αυθημερόν.

			Διανυκτέρευση			
			Διαμονή σε ξενοδοχείο	Διαμονή αλλού	Δε διανυκτέρευσαν	Σύνολο
Περιοχή προέλευσης	Περιφέρεια Θεσσαλίας	Τιμή	17	18	17	52
		Ποσοστό (%)	28,80%	48,60%	54,80%	40,90%
	Αλλού	Τιμή	42	19	14	75
		Ποσοστό (%)	71,20%	51,40%	45,20%	59,10%
Σύνολο		Τιμή	59	37	31	127
		Ποσοστό (%)	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Πίνακας 11: Συσχέτιση των μεταβλητών «περιοχή προέλευσης των ερωτώμενων» και «διανυκτέρευση ερωτώμενων»

Η συσχέτιση που πραγματοποιήθηκε μεταξύ των μεταβλητών «περιοχή προέλευσης των ερωτώμενων» και «επιλογή του συγκεκριμένου χιονοδρομικού κέντρου», ο έλεγχος του χ^2 έλαβε την τιμή 15,15 και η p-value την τιμή 0,000. Εφόσον η τιμή της p-value είναι μικρότερη του 0,01 απορρίπτεται η υπόθεση ότι οι δύο μεταβλητές είναι ανεξάρτητες σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Έτσι γίνεται δεκτό ότι η περιοχή προέλευσης των ερωτώμενων σχετίζεται με την επιλογή του συγκεκριμένου χιονοδρομικού κέντρου. Ειδικότερα, το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων που προέρχονται από την περιφέρεια Θεσσαλίας (53,30%) επισκέφθηκαν το χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου από προσωπική απόφαση. Αντίθετα το συντριπτικό ποσοστό των ερωτώμενων (89,20%) που προέρχονται εκτός περιφέρειας Θεσσαλίας επισκέφθηκαν το συγκεκριμένο χιονοδρομικό κέντρο από πρόταση κάποιου άλλου. Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων (Γράφημα 19, υποκεφάλαιο 6.2.1), ο άλλος ήταν κάποιο ταξιδιωτικό πρακτορείο, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και πρόταση προηγούμενου επισκέπτη. Αυτό πιθανότατα συμβαίνει διότι, λόγω της κοντινής απόστασης, τα άτομα εντός περιφέρειας Θεσσαλίας είχαν την ευκαιρία να επισκεφθούν το Περτούλι ακόμα και αυθημερόν. Άρα είναι λογικό οι περισσότεροι να έχουν ξαναεπισκεφθεί το συγκεκριμένο μέρος. Αντίθετα, τα άτομα εκτός περιφέρειας Θεσσαλίας, πάλι λόγω της απόστασης, μπορεί να ενημερώθηκαν για το συγκεκριμένο χιονοδρομικό σταθμό από άλλον.

		Επιλογή συγκεκριμένου χιονοδρομικό κέντρο			
			Προσωπική απόφαση	Πρόταση από αλλού	Σύνολο
Περιοχή προέλευσης	Περιφέρεια Θεσσαλίας	Τιμή	48	4	52
		Ποσοστό (%)	53,30%	10,80%	40,90%
	Αλλού	Τιμή	42	33	75
		Ποσοστό (%)	46,70%	89,20%	59,1
Σύνολο		Τιμή	90	37	127
		Ποσοστό (%)	100,00%	100,00%	100,00%

Πίνακας 12: Συσχέτιση των μεταβλητών «περιοχή προέλευσης των ερωτώμενων» και «επιλογή του συγκεκριμένου χιονοδρομικού κέντρου»

Η συσχέτιση που πραγματοποιήθηκε μεταξύ των μεταβλητών «περιοχή προέλευσης των ερωτώμενων» και «βαθμός ικανοποίησης των ερωτώμενων από τη διαμονή», ο έλεγχος χ^2 έλαβε την τιμή 17,20 και p-value 0,065. Εφόσον η τιμή της p-value είναι μικρότερη του 0,10 απορρίπτεται η υπόθεση ότι οι δύο μεταβλητές είναι ανεξάρτητες σε επίπεδο σημαντικότητας 10%. Έτσι γίνεται δεκτή η εναλλακτική υπόθεση, ότι, δηλαδή, οι δύο μεταβλητές συσχετίζονται. Σύμφωνα με τον ακόλουθο πίνακα διπλής εισόδου, το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων που προέρχονται από την περιφέρεια Θεσσαλίας (52,40%) είναι ικανοποιημένοι σε μεγάλο βαθμό από τη διαμονή τους στο Περτούλι. Αντίθετα, το 64,70% των ερωτώμενων που προέρχονται εκτός περιφέρειας Θεσσαλίας δεν ήταν ευχαριστημένοι από τη διαμονή τους. Αυτό μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι τα άτομα εκτός περιφέρειας Θεσσαλίας μπορεί να έχουν μάθει σε ένα διαφορετικό τρόπο διαμονής και γι' αυτό οι περισσότεροι από αυτούς δεν έμειναν ικανοποιημένοι από τη διαμονή. Τα αντίθετο συνέβη με τους Θεσσαλούς.

		Βαθμός ικανοποίησης από τη διαμονή			
			Σε μεγάλο βαθμό	Άλλο	Σύνολο
Περιοχή προέλευσης	Περιφέρεια Θεσσαλίας	Τιμή	22	30	52
		Ποσοστό (%)	52,40%	35,30%	40,90%
	Αλλού	Τιμή	20	55	75
		Ποσοστό (%)	47,60%	64,70%	59,1
Σύνολο		Τιμή	42	85	127
		Ποσοστό (%)	100,00%	100,00%	100,00%

Πίνακας 13: Συσχέτιση των μεταβλητών «περιοχή προέλευσης των ερωτώμενων» και «βαθμός ικανοποίησης των ερωτώμενων από τη διαμονή»

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

1. Συμπεράσματα

Η Ελλάδα είναι ένας από τους δημοφιλέστερους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως, όχι μόνο για τις φιλικές και καθαρές θάλασσες, αλλά και για τα πανέμορφα τοπία της, το ήπιο κλίμα, τη μοναδική ιστορική κληρονομιά, καθώς και την πατροπαράδοτη ελληνική φιλοξενία. Όλα τα παραπάνω έχουν καταστήσει την Ελλάδα ένα θελκτικό προορισμό, όχι μόνο για το μαζικό, αλλά και τον εναλλακτικό τουρίστα.

Ο εναλλακτικός τουρισμός είχε ξεκινήσει από τις ΗΠΑ, τη δεκαετία του 60, λαμβάνοντας τις μορφές αγροτουρισμού, ιαματικού και επαγγελματικού τουρισμού, ενώ το 1970 δημιουργήθηκαν στην Ελλάδα έργα υποδομής και υπηρεσιών για την κάλυψη των αναγκών του τουρίστα. Οι επιπτώσεις του εναλλακτικού τουρισμού στην οικονομία είναι ιδιαιτέρως σημαντικές γιατί αυξάνεται η απασχόληση, το εισόδημα, οι επενδύσεις, ενώ υπάρχουν θετικές επιδράσεις σε κλάδους που έχουν σχέση με τον τουρισμό, όπως βιοτεχνίες, υπηρεσίες, μεταφορές και εμπόριο.

Τα οφέλη που προέρχονται από την εφαρμογή εναλλακτικών μορφών τουρισμού επεκτείνονται τόσο σε τοπικό, όσο και σε εθνικό επίπεδο. Σε εθνικό επίπεδο, αποτελούν πιλοτική ενέργεια και η επέκτασή τους στην υπόλοιπη Ελλάδα βοηθάει στην εισροή επιπλέον τουριστικού συναλλάγματος στη χώρα. Σε τοπικό επίπεδο τα οφέλη αυτά είναι ακόμα πιο ξεκάθαρα αφού η οικονομία του Περτουλίου, αλλά και ολόκληρης της γύρω περιοχής είναι άμεσα συνδεδεμένη με την περιοχή. Επίσης, λόγω της δημιουργούμενης τουριστικής κίνησης, προκύπτει η ανάγκη επέκτασης της κινητικότητας του εσωτερικού εμπορίου με την ενεργοποίηση κλάδων προσφοράς υπηρεσιών (μεταφορές, τηλεπικοινωνίες, τράπεζες, ταξιδιωτικά πρακτορεία).

Από τον εναλλακτικό τουρισμό προκύπτουν, επίσης, επιπτώσεις στην κοινωνία, στον πολιτισμό και το περιβάλλον που αφορούν κατά βάση την κοινωνική δομή, την αλλαγή ηθών και εθίμων, την εμπορευματοποίηση και την καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού και συγκεκριμένα ο χιονοδρομικός τουρισμός, στον οποίο αναφέρεται η συγκεκριμένη εργασία, αποτελούν, μαζί με τα απαραίτητα έργα υποδομής, τη βάση για τον εμπλουτισμό της τουριστικής προσφοράς της περιοχής Περτουλίου. Με βάση την επιτόπια έρευνα που πραγματοποιήθηκε, μέσω συμπλήρωσης ερωτηματολογίων, καταγράφηκαν το προφίλ του χιονοδρομικού τουρίστα, καθώς και οι λόγοι που τον οδήγησαν στο χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου. Επίσης, αξιολόγηση έγινε από τους ερωτηθέντες σχετικά με το χιονοδρομικό κέντρο και γενικότερα το χιονοδρομικό τουρισμού της περιοχής Περτουλίου.

Το χωριό Περτούλι ανήκει στο Δήμο Αιθήκων του Νομού Τρικάλων. Η οικονομική δραστηριότητα των μόνιμων κατοίκων του Δήμου Αιθήκων στηρίζεται στην κτηνοτροφία, τον αγροτουρισμό και εποχιακά στην υλοτομία. Ειδικότερα, τα τελευταία χρόνια ο αγροτουρισμός ακολουθεί ανοδική πορεία, γεγονός που οφείλεται στη γεωγραφική θέση και την ομορφιά του φυσικού τοπίου.

Από την έρευνα που έγινε, παρατηρήθηκε ισόρροπη κατανομή στο φύλο των χιονοδρομικών τουριστών, αφού το δείγμα αποτελούνταν από 65 άντρες και 62 γυναίκες. Εξαιρετικά ενδιαφέρον παρουσιάζει το ακαδημαϊκό υπόβαθρο των ερωτηθέντων, διότι το μεγαλύτερο ποσοστό (52,8%) είχε ανώτερες σπουδές και άνω. Ως προς το επάγγελμα, πρέπει να σημειωθεί πως οι περισσότεροι ερωτηθέντες ήταν δημόσιοι ή δημοτικοί υπάλληλοι (37,8%). Αρκετό επίσης ήταν και το ποσοστό των ιδιωτικών υπαλλήλων που έφθασε το 27,6% με ελάχιστο αριθμό αγροτών, εργατών και ανέργων.

Προέκυψε, επίσης, ότι οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες ήταν ηλικίας 35 έως 49 ετών, έγγαμοι και το εισόδημά τους κυμαίνονταν από 901€ έως 1600€. Επιπροσθέτως, το μεγαλύτερο ποσοστό των έγγαμων ερωτηθέντων (65,10%) επισκέφθηκαν το χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου περισσότερες από μία φορά. Επιπλέον, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (40,9%) προέρχονταν από κάποια κοντινή περιοχή, εντός του Νομού Τρικάλων.

Όσον αφορά τον κύριο λόγο επίσκεψης στο Περτούλι, το 51% των ερωτηθέντων δήλωσε για αναψυχή και ξεκούραση, ενώ το 18% για το φυσικό τοπίο. Από εκείνους που δήλωσαν ως κύριο λόγο το φυσικό τοπίο, το μεγαλύτερο ποσοστό ήταν γυναίκες (60,30%).

Οι περισσότερες εγκαταστάσεις εστίασης και αναψυχής (ξενοδοχεία, καφετέριες, αθλητικές εγκαταστάσεις κ.λπ.) στο Περτούλι λειτουργούν κυρίως τα Σαββατοκύριακα, τις αργίες και τις διακοπές. Από την επεξεργασία των ερωτηματολογίων φαίνεται ότι η καταλληλότερες μέρες για να επισκεφθεί κανείς το Περτούλι είναι τα Σαββατοκύριακα. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι μεγαλύτερος συνωστισμός επικρατεί στις αργίες και τις διακοπές από ότι τα Σαββατοκύριακα. Αξιοσημείωτο, επίσης, είναι ότι το 89% των ερωτηθέντων χρησιμοποίησε το αυτοκίνητο για την πρόσβασή του στο Περτούλι και μόλις το 3,9% το ΚΤΕΛ ή κάποιο μέσο τουριστικού πρακτορείου.

Επιπροσθέτως, το 46,5% των ερωτώμενων διανυκτέρευσε σε ξενοδοχείο. Αρκετό, όμως, είναι και το ποσοστό εκείνων που δε διανυκτέρευσαν, αλλά επισκέφθηκαν την περιοχή αυθημερόν. Αυτοί που δε διανυκτέρευσαν προέρχονταν κατά κύριο λόγο από το Νομό Τρικάλων. Επιπλέον, το 47,60% των ερωτηθέντων, με προέλευση εκτός περιφέρειας Θεσσαλίας, έμειναν σε μεγάλο βαθμό ικανοποιημένοι από τη διαμονή στο Περτούλι. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων, που προέρχονταν εκτός περιφέρειας Θεσσαλίας (89,20%),

επισκέφθηκε το συγκεκριμένο χιονοδρομικό κέντρο με πρόταση είτε κάποιου ταξιδιωτικού πρακτορείου, είτε κάποιου μέσου μαζικής ενημέρωσης.

Οι ερωτηθέντες αξιολόγησαν γενικά το χιονοδρομικό τουρισμό του Περτουλίου ως ικανοποιητικό. Συγκεκριμένα, οι περισσότεροι ερωτηθέντες αξιολόγησαν τα ξενοδοχεία, τα τουριστικά πρακτορεία, το οδικό δίκτυο και τις επιχειρήσεις αναψυχής ως ικανοποιητικές, ενώ τις εταιρίες μεταφορών με αδυναμίες. Οι σημαντικότερες, ωστόσο, αδυναμίες φαίνεται να παρουσιάζονται στο οδικό δίκτυο. Ειδικότερα, το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων (59,50%) που δήλωσε το οδικό δίκτυο ως τον τομέα με τις σημαντικότερες αδυναμίες, ήταν γυναίκες. Η αλήθεια είναι πως το οδικό δίκτυο που ενώνει την πόλη των Τρικάλων με το χωριό Περτουλίου είναι αρκετά παλιό με πολλές φθορές και χρειάζεται άμεση αποκατάσταση. Επιπλέον, οι δρόμοι είναι αρκετά στενοί με αποτέλεσμα τις ημέρες αιχμής να δημιουργείται μποτιλιάρισμα. Επίσης, το κυριότερο πρόβλημα, σύμφωνα με τους ερωτηθέντες, ήταν οι ανεπαρκείς χώροι στάθμευσης. Το πρόβλημα παρκαρίσματος, πιθανότατα, οφείλεται στη στενότητα των δρόμων. Έτσι, η δημιουργία μεγάλων και σύγχρονων χώρων στάθμευσης είναι αναγκαία.

Ωστόσο, το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτώμενων αξιολόγησε ότι ο χιονοδρομικός τουρισμός συμβάλει σε μεγάλο βαθμό στην καλαισθησία και τη διατήρηση του φυσικού τοπίου της περιοχής και της τοπικής παραδοσιακής τεχνικής. Πιο συγκεκριμένα, το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων (70,00%), που δήλωσε ότι ο χιονοδρομικός τουρισμός συμβάλει σε μεγάλο βαθμό στην καλαισθησία και τη διατήρηση του φυσικού τοπίου της περιοχής, είχε υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης. Επιπροσθέτως, οι περισσότεροι ερωτώμενοι (62,2%) συμφώνησαν σε μεγάλο βαθμό ότι μπορούν να αναπτύξουν άλλες δραστηριότητες κατά τη διάρκεια διαμονής στο Περτούλι. Τέτοιες δραστηριότητες είναι: ιππασία, πικνίκ, ορειβασία, ποδηλασία κ.ά.

Όσον αφορά το χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου, οι ερωτηθέντες φαίνεται να έμειναν ευχαριστημένοι. Συγκεκριμένα, οι εγκαταστάσεις του κέντρου για τα χειμερινά αθλήματα, οι χώροι υποδοχής και η οργάνωση του χιονοδρομικού σταθμού αξιολογήθηκαν ως ικανοποιητικά. Επίσης, οι ερωτώμενοι δεν έδειξαν ιδιαίτερη δυσαρέστηση ούτε λόγω του ότι οι χιονοδρομικές πίστες βρίσκονται μακριά από τα καταλύματα, ούτε αν οι προσφερόμενες για τη χιονοδρομία πίστες δε διαθέτουν το μήκος και το βαθμό δυσκολίας που επιθυμούν. Επιπροσθέτως, προέκυψε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ανδρών (58,30%) θεωρεί την οργάνωση ικανοποιητική σε μεγάλο βαθμό.

Αναφορικά με τους ερωτώμενους που επισκέφθηκαν άλλο χιονοδρομικό κέντρο θεώρησαν ότι το αντίστοιχο κέντρο Περτουλίου δεν υπερέχει σε μεγάλο βαθμό σε ποιότητα εγκαταστάσεων σε σχέση με τα άλλα που επισκέφθηκαν. Σύμφωνα με τους ερωτώμενους, ο τομέας που χρειάζεται περισσότερη προσοχή και βελτίωση στο χιονοδρομικό κέντρο

Περτουλίου είναι οι πίστες, ενώ τα μέτρα πρόληψης υγείας δε λαμβάνονται σε μεγάλο βαθμό. Η αλήθεια είναι ότι το χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου διαθέτει μόνο ένα ιατρείο και αυτό δεν επαρκεί για να καλύψει τις ανάγκες των χιονοτουρίστων ιδίως σε μέρες αιχμής.

2. Προτάσεις

Ο τουριστικός τομέας στην περιοχή Περτουλίου είναι ένας τομέας ο οποίος μπορεί να συμβάλει:

α) Στην ενίσχυση του οικογενειακού εισοδήματος μέσω των τουριστικών δραστηριοτήτων, με αποτέλεσμα την άνοδο του οικονομικού επιπέδου της περιοχής.

β) Στην συγκράτηση του τοπικού πληθυσμού στην περιοχή.

γ) Στην αξιοποίηση, αλλά και συγχρόνως και στη διαφύλαξη της πολιτιστικής, τοπικής κληρονομιάς και φυσικού περιβάλλοντος.

δ) Στη διάδοση των τοπικών προϊόντων πέρα των στενών ορίων του Δήμου Αιθήκων.

Γενικότερα, ο χιονοδρομικός τουρισμός μπορεί να συμβάλει στη βιώσιμη ανάπτυξη, όχι μόνο της περιοχής Περτουλίου, αλλά και της γύρω περιοχής, αφού επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής υπάρχουν σε ολόκληρο το Δήμο Αιθήκων.

Συγκεκριμένα, μέσα από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων διαπιστώνεται πως στην περιοχή Περτουλίου οι υποδομές δεν έχουν αναπτυχθεί πλήρως έτσι ώστε οι χιονοτουρίστες να είναι απολύτως ικανοποιημένοι από την πρόσβαση και τη διαμονή τους στα τουριστικά καταλύματα. Όμως η πρόταση αυτή θα πρέπει να εξετασθεί με προσοχή, λόγω του ότι πολλές υποδομές βρίσκονται μέσα σε οικολογικά ευαίσθητες περιοχές. Σε αυτή την περίπτωση, οι υποδομές θα πρέπει να βρίσκονται σε ισορροπία με το περιβάλλον και να το αναδεικνύουν ακόμα περισσότερο.

Πέρα από την τουριστική υποδομή, απαραίτητη προϋπόθεση είναι η ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών, οι οποίες θα πρέπει να προσαρμόζονται με τις ανάγκες των επισκεπτών. Επίσης, θα πρέπει να αξιοποιηθούν οι πόροι της περιοχής, έτσι ώστε να αναπτυχθεί ο χιονοδρομικός τουρισμός ο οποίος θα σέβεται το περιβάλλον και θα στηρίζει τους πόρους της τοπικής κοινωνίας και οικονομίας, με σκοπό να αξιοποιηθούν τα τοπικά προϊόντα και τα πολιτισμικά στοιχεία της περιοχής. Επιπλέον, θα πρέπει να γίνεται διαρκή επιτήρηση των προσφερόμενων υπηρεσιών με σκοπό τη συνεχή βελτίωση και προσαρμογή στις ανάγκες και τις επιθυμίες του επισκέπτη.

Τέλος, η περιοχή θα πρέπει να αναδεικνύει το δικό της προϊόν και τις ιδιαίτερες ομορφιές της. Επιπροσθέτως, για να αυξηθεί ο τουρισμός και για να αναδειχθεί η περιοχή, θα

πρέπει να προσελκύονται άτομα από όλες τις οικονομικές μονάδες. Αυτό μπορεί να συμβεί με το χαμηλό σχετικά κόστος για τον τουρίστα.

Συμπερασματικά, ο χιονοδρομικός τουρισμός επιφέρει στην περιοχή Περτουλίου πολλά οικονομικά οφέλη, αλλά και πολλά προβλήματα. Γι' αυτό το λόγο, θα πρέπει να υπάρξει συνεργασία μεταξύ του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα με στόχο τη σωστή οργάνωση και ανάπτυξη του τουρισμού στην περιοχή.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

Ανδριώτης, Κ. (2008), *Αειφορία και Εναλλακτικός Τουρισμός*, εκδ. Σταμούλη, Αθήνα.

Αποστολόπουλος, Κ., Θεοδωροπούλου, Ε., Τσακατούρα, Α. (2001), *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού υπαίθρου*, Παιδαγωγικό Ινστιτούτο, Αθήνα.

Αποστολόπουλος, Κ., Σδράλη, Δ. (2009), *Εναλλακτικός και Ήπιος Τουρισμός Υπαίθρου*, εκδ. Ελληνοεκδοτική, Αθήνα.

Βαρβαρέσος, Σ. (1998), *Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές, η ελληνική πραγματικότητα*, εκδ. Προπομπός, Αθήνα.

Βαρβαρέσος, Σ. (2000), *Τουρισμός: Έννοιες, μεγέθη, δομές*, β΄ έκδοση, Προπομπός, Αθήνα.

Βουτυράκης, Μ., (2004), Αφιέρωμα: *Τουρισμός και περιβάλλον* (Αλληλεξάρτηση για αειφόρο τουριστική ανάπτυξη), διαθέσιμο στην ιστοσελίδα http// www.ecocrete.gr, 20/ 05/ 2009.

Δροσοπούλου, Σ. (1989), *Αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί*, εκδ. Interbooks, Αθήνα.

Ε. Ο. Τ. (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού) (1994), *Πολιτική στον Αγροτουρισμό*, Αθήνα.

Ηγουμενάκης, Ν. (2000), *Τουρισμός και ανάπτυξη*, εκδ. Interbooks, Αθήνα.

Θεοδωροπούλου, Ε., (2006), *Εισαγωγή στην αγροτική οικιακή οικονομία*, Πανεπιστημιακές σημειώσεις, Σημειώσεις, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα.

Ιατρός, Α. (2005), *Επένδυση σε Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*, Πρακτικά 3ης Διημερίδας Επιχειρηματικότητας, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα http// www.hua.gr, 20/05/2009.

Κλαβαρίτης, Κ. και Παπαγεωργίου, Α. (2007), *Επαγγελματικός τουρισμός-Διοργάνωση συνεδρίων*, εκδ. Interbooks, Αθήνα.

Κοκκινίδη, Ι. και Χατζηκωνσταντίνου, Κ. (2005), *Επαγγελματικός τουρισμός*, Πτυχιακή Μελέτη, Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων, Ανώτατο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα, Κρήτη.

Κοκκώσης, Χ. και Τσάρτας, Π. (2001), *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον*, εκδ. Κριτική, Αθήνα.

Κυριακούσης, Α. (2000), *Στατιστικές Μέθοδοι*, εκδ. Χαροκοπείου Πανεπιστημίου, Αθήνα.

Κώττης, Γ. (1994), Οικολογία και Οικονομία, εκδ. Παπαζήση, Αθήνα .

Λαγός, Δ. (2005), *Τουριστική Οικονομική*, εκδ. Κριτική, Αθήνα.

Λογοθέτης, Μ., (2001), *Τουρισμός και Περιβάλλον*, Εισήγηση 13ου Πανελληνίου Συνεδρίου Δικτύου Οικολογικών Οργανώσεων με θέμα «Δάση – Χωροταξία – Τουρισμός», 19-22 Οκτωβρίου, Ρόδος, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα http// www.ekke.gr, 09/06/2009.

Λύτρα, Α. (2006), *Αγροτουρισμός στη Φωκίδα*, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα http// www.geocities.com, 20/05/2009.

Λύτρας, Π. (2002), *Η κοινωνία της αναψυχής*, εκδ. Interbooks,, Αθήνα.

Μαυροδόντης, Θ. (2006), *Εισαγωγή στον τουρισμό*, Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα, Θεσσαλονίκη.

Μηλιώνης, Γ. (2008), *Οικολογικές μορφές τουρισμού στην ορεινή Θάσο, Ο τόπος της οικολογίας*, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα http// www.ecology-salonika.org, 20/05/2009.

Μπαλιάμη, Ε. (2007), *Η τόνωση της ελληνικής ορεινής οικονομίας μέσω των νέων μορφών τουρισμού και η συμβολή του εκτελεστικού προσωπικού των εταιριών εναλλακτικού τουρισμού*, Πτυχιακή Μελέτη, Τμήμα Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα

Ο.Κ.Ε. (Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή της Ελλάδος), *Τουρισμός και περιβάλλον*, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα http// www.oce.gr, 20/05/2009.

Πανταζόπουλος, Α. (2007*), Θεραπευτικός τουρισμός- Μία νέα επενδυτική Πρόκληση για το Νομό Μεσσηνίας*, εφημερίδα ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ, 12/3/2007, Μεσσηνία

Παυλόπουλος, Π., (2002), *Ο χειμερινός τουρισμός στην Ελλάδα*, News Letter, www.yassas.com.

Σταθόπουλος, Δ. (2006), *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού Σημαντικός Αρωγός στην Ανάπτυξη του Τουριστικού Προϊόντος,* www.traveldaily.gr.

Στατιστική Υπηρεσία Νομού Τρικάλων.

Στρατάκης, Γ. (2006), *Τουριστική προοπτική*, Ομιλία στο Θεματικό Συνέδριο με θέμα: «Νομαρχιακές αυτοδιοικήσεις – Τουριστική προοπτική», 1 Ιουλίου, Πάρος, www.enae.gr.

Σφακιανάκης, Μ., (2001*), Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, εκδ. ΕΛΛΗΝ, Αθήνα.

Σχίδας, Γ., (1998), *Ο άλλος τουρισμός*, εκδ. Οικοτοπία, Αθήνα.

Τσαλίκη, Τ., (2008), *Η πρώτη γυναίκα πρόεδρος χιονοδρομικού κέντρου*, www.xionodromika.gr.

Υπουργείο Ανάπτυξης (2003), «*Καθαρισμός προδιαγραφών για την ίδρυση χιονοδρομικών κέντρων»*, Υπουργική απόφαση Τ/ 6888/ 2003.

Casson, L., (1995), *Το ταξίδι στον Αρχαίο Κόσμο,* Μορφωτικό Ίδρυμα Εθνικής Τραπέζης, Αθήνα.

Ξενόγλωσση

Christopoulou, G. and Papadopoulos, I. (2001), Winter tourism, development of mountains areas and the visitors' attitudes on the landscape protection: the case of Pertouli ski center, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research,* 12 (2), pp. 153-164.

Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. and Wanhill, J. (1993), *Tourism: Principles and Practice*, Pitman, London.

Curto, J. (2006), *Resident Perceptions of Tourism in a Rapidly Growing Mountain Tourism Destination,* Waterloo, Ontario, Canada.

Dolnicar, S. and Leisch F. (2008), Selective marketing for environmentally sustainadle tourism, *Tourism Management*, 29 (4), pp. 672-680.

Dooley, E. (2003), Mountain Tourism: News from Nepal, *Environews,* 111 (5), p.516.

Dunn, S. (2007), *Toward Empowerment: Women and Community-based tourism in Thailand,* University of Oregon, Eugene.

Gill, A. and Williams, P. (1994), Managing growth in mountain tourism communities, *Tourism Management,* 14 (3), pp. 212-220.

Nyaupane, G., Morais, D. and Dowler, L. (2006), The role of community involvement and number/ type of visitors on tourism impacts: A controlled comparison of Annapurna, Nepal and Northwest Yuannan, China, *Tourism Management*, 27 (6), pp.1373-1385.

Higham, J., (2000), Tourism and development in mountain regions, *Tourism Management*, 24 (4), pp. 491-492.

Kurek, W. (2003), *Issues of Tourism and Health Resort,* Jagiellonian University, Pollonia.

Machukaev, AM. and Machukaev, AA. (2006), Analysis of accidental deaths in mountain tourism and sport according to statistics from the Republic of Kabardino-Balkaria, *Sub Med Ekspert*, 49 (4), p. 10.

Mester, I. (2007), *The qualitative aspect of the touristic demand in the Romanian mountain resorts,* University of Oradea, Romania.

Mutter-Walstra K., Widmer M. and Busato, A. (2006*), Seasonal variation in orthopedic health utilization in Swizerland: the impact of winter sport tourism*, available at http// www.ncbi.nlm.nih.gov, 22/ 02/2009.

Nyaupane, G., Morais, D. and Dowler, L. (2006), The role of community involvement and number/ type of visitors on tourism impacts: A controlled comparison of Annapurna, Nepal and Northwest Yunnan, China, *Tourism Management*, 27 (6), pp.1373-1385.

Sanjay. K. (2007), Tourism-induced rural energy consumption in the Annapurna region of Nepal, *Tourism Management*, 29 (1), pp.89-100.

Scott, D., Jones, B. and Konopek, J. (2007), Implications of climate and environmental change for nature-based tourism in the Canadian Rocky mountains: A case study of Waterton Lakes National Park, *Tourism Management*, 28 (2), pp.570-579.

Soutsas, K., Tsantopoulos, G., Aravatzis, G. and Christopoulou, O. (2006), *Characteristics of tourism development in mountainous regions categorical regression: The case of Metsovo,* Democritous University of Thrace, WITpress, 1 (1), pp. 32- 45, Greece.

Ηλεκτρονική

www.imadinationtravel.gr
www.ski.gr
www.trikala.gr
www.thermalismos-leader.gr
Αναπτυξιακή Τρικάλων – ΚΕΝΑΚΑΠ Α.Ε., *Περιοχή Leader Πύλης – Καλαμπάκας*, www.kenakap.gr.
Ελληνικός Σύλλογος Ελληνικής Χιονοδρομίας, «Δεκάλογος Συμπεριφοράς Χιονοδρόμου» www.snowclub.gr.
Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, Τουρισμός, www.nagref.gr.
Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, www.gnto.gr.
Υ.Π.Ε.Χ.Ω.Δ.Ε. (Υπουργείο Περιβάλλοντος Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων), www.minenv.gr.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ

ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ

Παρακαλώ συμπληρώστε το παρακάτω ερωτηματολόγιο που αφορά το ρόλο του χιονοδρομικού τουρισμού στην τοπική ανάπτυξη του νομού Τρικάλων - περιοχή Περτουλίου. Τα στοιχεία σας είναι ανώνυμα και θα χρησιμοποιηθούν μόνο για ερευνητικούς σκοπούς στο πλαίσιο πτυχιακής μελέτης.

Σας ευχαριστώ για το χρόνο σας και τη βοήθειά σας.
Παππά Δήμητρα.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. Φύλο :

Άντρας □ Γυναίκα □

2. Ηλικία :

Έως 19 ετών □ 20 - 34 ετών □ 35 - 49 ετών □ 50 - 64 ετών □ 65 και άνω □

3. Ποια είναι η εκπαίδευσή σας;

Δημοτικό □
Γυμνάσιο □
Λύκειο □
ΙΕΚ □
ΤΕΙ □
ΑΕΙ □
Μεταπτυχιακό/ Διδακτορικό □

4. Ποια είναι η απασχόλησή σας;

Δημόσιος ή δημοτικός υπάλληλος □
Ιδιωτικός υπάλληλος □
Προσωπική επιχείρηση □
Ελεύθερος επαγγελματίας □
Τεχνίτης (π.χ. υδραυλικός, ηλεκτρολόγος) □
Οικοδομικές εργασίες □
Εργάτης □
Οικιακά □
Άνεργος □
Συνταξιούχος □
Φοιτητής/ τρια □
Άλλο □ Σημειώστε…….

5. Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση;

Έγγαμος □ Μη έγγαμος □

6. Ποια είναι η περιοχή προέλευσής σας;

Κοντινή περιοχή (Νομός Τρικάλων) □
Περιφέρεια Θεσσαλίας □
Νησί □
Λοιπή Ελλάδα □
Εξωτερικό □

7. Ποιο είναι το μηνιαίο ατομικό σας εισόδημα;

0€ - 600€ □ 901€ - 1600€ □ 2001€ - 2300€ □
600€ - 900€ □ 1601€ - 2000€ □ 2300€ και άνω □

8. Ποιος είναι ο κύριος λόγος επίσκεψής σας στο Περτούλι; (μία απάντηση)

Αναψυχή και ξεκούραση □
Φυσικό τοπίο □
Αγάπη για το βουνό □
Αθλητικές δραστηριότητες □
Πικνίκ □
Ιππασία □
Επαγγελματικοί λόγοι □
Άλλο □ Προσδιορίστε…….....

9. Είναι η πρώτη φορά που επισκέπτεστε το χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου;

ΝΑΙ □ ΟΧΙ □

10. Αν όχι, πόσες φορές μέχρι σήμερα έχετε έρθει;……

11. Πόσα και με ποια άτομα ήρθατε στο χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου;

Αριθμός ατόμων……..

Ήρθα με (μπορείτε να σημειώσετε περισσότερες από μία απαντήσεις):

Οικογένεια □
Συγγενείς □
Φίλοι □
Σύντροφος □
Μόνος/ η □
Άλλο □ Προσδιορίστε……

12. Που διανυκτερεύετε;

Ξενοδοχείο □
Κατάλυμα χιονοδρομικού κέντρου □
Ενοικιαζόμενο δωμάτιο □
Σαλέ □
Συγγενικό σπίτι □
Ενοικιαζόμενο σπίτι □
Ιδιόκτητο σπίτι □
Άλλο □ Προσδιορίστε ……

13. Ποιο εκτιμάτε ότι είναι το κόστος των διακοπών σας στο Περτούλι (συμπεριλαμβανομένου και του κόστους μετακίνησης);……

14. Γιατί αποφασίσατε να επισκεφθείτε το συγκεκριμένο χιονοδρομικό κέντρο;

Είχατε ξαναέρθει και σας άρεσε □
Πρόταση από κάποιον προηγούμενο επισκέπτη □
Πρόταση από κάποιο ταξιδιωτικό πρακτορείο □
Προσωπική απόφαση για επίσκεψη κάποιου νέου τόπου □
Πρόταση από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης □

15. Ποιες ημέρες πιστεύετε ότι είναι οι καταλληλότερες για να επισκεφθεί κανείς το χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου;

Σαββατοκύριακα □
Καθημερινές ημέρες □
Διακοπές □
Οποιαδήποτε μέρα □
Δε ξέρω/ Είναι η πρώτη φορά που επισκέπτομαι □

16. Ποιο μέσο χρησιμοποιήσατε για την πρόσβασή σας στο βουνό;

Αυτοκίνητο □
Μοτοσικλέτα □
ΚΤΛ □
Μεταφορικό μέσο τουριστικού πρακτορείου □
Εταιρία μεταφορών □
Άλλο (π.χ. ποδήλατο) □

17. Πώς αξιολογείτε γενικά τις τουριστικές υποδομές και τις προσφερόμενες υπηρεσίες (ξενοδοχεία, τουριστικά πρακτορεία, εταιρίες μεταφορών, οδικό δίκτυο, επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής) στο Περτούλι;

	Ξενοδοχεία	Τουριστικά πρακτορεία	Εταιρίες μεταφορών	Οδικό δίκτυο	Επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής
Κακές					
Με ελλείψεις					
Μέτριες					
Καλές					
Εξαιρετικές					

18. Σε ποιον από τους παρακάτω τομείς εντοπίζετε τις σημαντικότερες αδυναμίες; (σημειώστε μόνο μία απάντηση)

Ξενοδοχεία □
Πρακτορεία □
Εταιρίες μεταφορών □
Οδικό δίκτυο □
Επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής □
Άλλο □ Προσδιορίστε……

19. Έχετε επισκεφθεί άλλο χιονοδρομικό κέντρο;

ΝΑΙ □
ΟΧΙ □

20. Εάν ΝΑΙ, το χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου υπερέχει σε ποιότητα εγκαταστάσεων σε σχέση με τα άλλα χιονοδρομικά κέντρα που επισκεφθήκατε;

Καθόλου □
Λίγο □
Μέτρια □
Πολύ □
Πάρα πολύ □

21. Ποιο από τα παρακάτω πιστεύετε ότι χρειάζεται περισσότερη προσοχή και βελτίωση στο χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου;(σημειώστε μόνο μία απάντηση)

Οι πίστες □
Τα LIFT □
Τα σαλέ □
Οι αναβατήρες □
Το ιατρείο □
Τα καταστήματα χιονοδρομικού εξοπλισμού □

22. Κατά πόσο υιοθετούνται μέτρα για την πρόληψη υγείας στο χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου;

Καθόλου □
Λίγο □
Μέτρια □
Πολύ □
Πάρα πολύ □

23. Ποιο είναι το κυριότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζετε κατά τη διαμονή σας στο Περτούλι;

Ανεπαρκείς χώροι στάθμευσης □
Μεγάλος αριθμός επισκεπτών □
Ανεπαρκής αριθμός καταλυμάτων □
Συμπεριφορά ντόπιων κατοίκων □
Καθαριότητα □
Άλλο □ Προσδιορίστε……

24. Παρακαλώ σημειώστε πόσο συμφωνείτε με τις παρακάτω προτάσεις:

	Συμφωνώ πολύ	Συμφωνώ λίγο	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Διαφωνώ λίγο	Διαφωνώ πολύ
Είμαι ικανοποιημένος από τις εγκαταστάσεις διαμονής & διημέρευσης στα τουριστικά καταλύματα.					
Είμαι ικανοποιημένος από τις υπηρεσίες υποδοχής στο χιονοδρομικό κέντρο.					
Είμαι ικανοποιημένος από τις εγκαταστάσεις του κέντρου για τα χειμερινά αθλήματα.					
Ο χιονοδρομικός σταθμός είναι επαρκώς οργανωμένος.					
Είμαι δυσαρεστημένος λόγω του ότι οι χιονοδρομικές πίστες βρίσκονται μακριά από τα καταλύματα & είμαι υποχρεωμένος να μετακινηθώ.					
Οι προσφερόμενες για χιονοδρομία πίστες δεν διαθέτουν το μήκος & το βαθμό δυσκολίας που επιθυμώ.					
Κατά τη διάρκεια της διαμονής μου έχω τη δυνατότητα να αναπτύξω & άλλες δραστηριότητες, π.χ. περίπατο και πεζοπορία, ιππασία κ.λπ.					
Ο χιονοδρομικός τουρισμός έχει συμβάλει στη διατήρηση & την καλαισθησία του φυσικού τοπίου της περιοχής.					
Ο χιονοδρομικός τουρισμός έχει συμβάλει στη διατήρηση της τοπικής παραδοσιακής αρχιτεκτονικής.					
Ο χιονοδρομικός τουρισμός βοηθά στη σωματική & στην ψυχική υγεία των ατόμων.					

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2: ΠΙΝΑΚΕΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΩΝ

Πίνακας 1. Φύλο των ερωτηθέντων

Φύλο	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Άντρας	65	51,2	51,2
Γυναίκα	62	48,8	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 2. Ηλικία των ερωτηθέντων

Ηλικία	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Έως 19 ετών	7	5,5	5,5
20 - 34 ετών	42	33,1	38,6
35 - 49 ετών	47	37,0	75,6
50 - 64 ετών	26	20,5	96,1
65 και άνω	5	3,9	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 3. Εκπαίδευση των ερωτηθέντων

Επίπεδο εκπαίδευσης	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Δημοτικό	7	5,5	5,5
Γυμνάσιο	10	7,9	13,4
Λύκειο	30	23,6	37,0
ΙΕΚ	13	10,2	47,2
ΤΕΙ	24	18,9	66,1
ΑΕΙ	35	27,6	93,7
Μεταπτυχιακό / Διδακτορικό	8	6,3	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 4. Απασχόληση των ερωτηθέντων

Απασχόληση	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Δημόσιος ή δημοτικός υπάλληλος	48	37,8	37,8
Ιδιωτικός υπάλληλος	35	27,6	65,4
Προσωπική επιχείρηση	9	7,1	72,4
Ελεύθερος επαγγελματίας	8	6,3	78,7
Εργάτης	1	0,8	79,5
Άνεργος	2	1,6	81,1
Συνταξιούχος	6	4,7	85,8
Φοιτητής/ τρια	12	9,4	95,3
Αγρότης	2	1,6	96,9
Μαθητής	4	3,1	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 5. Οικογενειακή κατάσταση των ερωτηθέντων

Οικογενειακή Κατάσταση	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Έγγαμος	74	58,3	58,3
Μη έγγαμος	53	41,7	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 6. Περιοχή προέλευσης των ερωτηθέντων

Περιοχή	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Κοντινή περιοχή (Νομός Τρικάλων)	52	40,9	40,9
Περιφέρεια Θεσσαλίας	24	18,9	59,8
Νησί	6	4,7	64,6
Λοιπή Ελλάδα	44	34,6	99,2
Εξωτερικό	1	0,8	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 7. Μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα των ερωτηθέντων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
0€ - 600€	27	21,3	21,3
601€ - 900€	11	8,7	29,9
901€ - 1600€	62	48,8	78,7
1601€ - 2000€	16	12,6	91,3
2001€ - 2300€	2	1,6	92,9
2300€ και άνω	9	7,1	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 8. Κύριος λόγος επίσκεψης στο Περτούλι

Λόγος επίσκεψης	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Αναψυχή και ξεκούραση	66	52,0	52,0
Φυσικό τοπίο	23	18,1	70,1
Αγάπη για το βουνό	19	15,0	85,0
Αθλητικές δραστηριότητες	10	7,9	92,9
Πικνίκ	2	1,6	94,5
Ιππασία	1	0,8	95,3
Επαγγελματικοί λόγοι	6	4,7	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 9. Ποσοστό των ερωτηθέντων που επισκέφτηκαν για πρώτη φορά το Περτούλι

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	86	67,7	67,7
Ναι	41	32,3	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 10. Αριθμός επισκέψεων στο Περτούλι από εκείνους που ξαναπήγαν στην περιοχή

Αριθμός επισκέψεων	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
1	2	1,6	2,3
2	5	3,9	8,1
3	7	5,5	16,3
4	10	7,9	27,9
5	9	7,1	38,4
6	3	2,4	41,9
7	6	4,7	48,8
10	12	9,4	62,8
15	7	5,5	70,9
20	7	5,5	79,1
24	1	0,8	80,2
25	1	0,8	81,4
30	4	3,1	86,0
50	5	3,9	91,9
100	6	4,7	98,8
150	1	0,8	100,0
Σύνολο	86	67,7	
	41	32,3	
	127	100,0	

Πίνακας 11. Αριθμός επισκεπτών

Αριθμός επισκεπτών	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
1	6	4,7	4,7
2	8	6,3	11,0
3	11	8,7	19,7
4	34	26,8	46,5
5	21	16,5	63,0
6	14	11,0	74,0
7	4	3,1	77,2
8	5	3,9	81,1
10	7	5,5	86,6
12	6	4,7	91,3
15	1	0,8	92,1
16	1	0,8	92,9
20	3	2,4	95,3
25	1	0,8	96,1
30	1	0,8	96,9
45	4	3,1	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 12. Επίσκεψη με την οικογένεια

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	53	41,7	41,7
Ναι	74	58,3	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 13. Επίσκεψη με τους συγγενείς

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	92	72,4	72,4
Ναι	35	27,6	100,0
Σύνολο	127	100,0	

14. Επίσκεψη με τους φίλους

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	43	33,9	33,9
Ναι	84	66,1	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 15. Επίσκεψη με τον/ την σύντροφο

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	103	81,1	81,1
Ναι	24	18,9	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 16. Επίσκεψη μόνος/ η

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	124	97,6	97,6
Ναι	3	2,4	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 17. Τόπος διανυκτέρευσης των ερωτηθέντων

Τόπος	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Ξενοδοχείο	59	46,5	46,5
Ενοικιαζόμενο δωμάτιο	8	6,3	52,8
Σαλέ	2	1,6	54,3
Συγγενικό σπίτι	20	15,7	70,1
Ενοικιαζόμενο σπίτι	4	3,1	73,2
Ιδιόκτητο σπίτι	2	1,6	74,8
Χώρο εργασίας	1	0,8	75,6
Δε διανυκτέρευσαν	31	24,4	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 18. Κόστος των διακοπών των ερωτηθέντων

Κόστος	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
15,00	2	1,6	1,6
30,00	2	1,6	3,1
50,00	12	9,4	12,6
60,00	1	0,8	13,4
70,00	1	0,8	14,2
75,00	1	0,8	15,0
80,00	6	4,7	19,7
100,00	20	15,7	35,4
120,00	3	2,4	37,8
150,00	11	8,7	46,5
200,00	7	5,5	52,0
220,00	1	0,8	52,8
250,00	4	3,1	55,9
300,00	18	14,2	70,1
350,00	4	3,1	73,2
400,00	5	3,9	77,2
450,00	3	2,4	79,5
500,00	17	13,4	92,9
550,00	1	0,8	93,7
600,00	4	3,1	96,9
700,00	1	0,8	97,6
750,00	1	0,8	98,4
1000,00	1	0,8	99,2
1500,00	1	0,8	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 19. Λόγος επίσκεψης του συγκεκριμένου χιονοδρομικού κέντρου από τους ερωτηθέντες

Λόγοι επίσκεψης	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Προηγούμενης επίσκεψης και τους άρεσε	71	55,9	55,9
Πρόταση από προηγούμενο επισκέπτη	30	23,6	79,5
Πρόταση από ταξιδιωτικό πρακτορείο	4	3,1	82,7
Προσωπική απόφαση για επίσκεψη νέου τόπου	19	15,0	97,6
Πρόταση από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης	3	2,4	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 20. Καταλληλότερες μέρες επίσκεψης του χιονοδρομικού κέντρου Περτουλίου

Καταλληλότερες μέρες	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Σαββατοκύριακα	37	29,1	29,1
Καθημερινές μέρες	25	19,7	48,8
Διακοπές	22	17,3	66,1
Οποιαδήποτε μέρα	32	25,2	91,3
Δε ξέρω/ Πρώτη φορά επίσκεψης	11	8,7	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 21. Μέσο πρόσβασης των ερωτηθέντων στο βουνό

Μεταφορικό μέσο	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Αυτοκίνητο	113	89,0	89,0
Μοτοσικλέτα	4	3,1	92,1
ΚΤΕΛ	5	3,9	96,1
Μεταφορικό μέσο τουριστικού πρακτορείου	5	3,9	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 22. Αξιολόγηση ξενοδοχείων από τους ερωτηθέντες

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Κακά	1	0,8	,8
Με ελλείψεις	5	3,9	4,7
Μέτρια	20	15,7	20,5
Καλά	85	66,9	87,4
Εξαιρετικά	16	12,6	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 23. Αξιολόγηση τουριστικών πρακτορείων από τους ερωτηθέντες

Τουριστικά πρακτορεία	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Κακά	2	1,6	1,6
Με ελλείψεις	22	17,3	18,9
Μέτρια	42	33,1	52,0
Καλά	60	47,2	99,2
Εξαιρετικά	1	0,8	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 24. Αξιολόγηση εταιριών μεταφορών από τους ερωτηθέντες

Εταιρίες μεταφορών	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Κακές	7	5,5	5,5
Με ελλείψεις	25	19,7	25,2
Μέτριες	50	39,4	64,6
Καλές	45	35,4	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 25. Αξιολόγηση οδικού δικτύου από τους ερωτηθέντες

Οδικό δίκτυο	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Κακό	14	11,0	11,0
Με ελλείψεις	24	18,9	29,9
Μέτριο	36	28,3	58,3
Καλό	48	37,8	96,1
Εξαιρετικό	5	3,9	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 26. Αξιολόγηση επιχειρήσεων αναψυχής από τους ερωτηθέντες

Επιχειρήσεις αναψυχής	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Κακές	5	3,9	3,9
Με ελλείψεις	9	7,1	11,0
Μέτριες	27	21,3	32,3
Καλές	73	57,5	89,8
Εξαιρετικές	13	10,2	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 27. Οι τομείς με τις σημαντικότερες αδυναμίες

Τομείς	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Ξενοδοχεία	12	9,4	9,4
Πρακτορεία	14	11,0	20,5
Εταιρίες μεταφορών	18	14,2	34,6
Οδικό δίκτυο	61	48,0	82,7
Επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής	21	16,5	99,2
Περίπτερα	1	0,8	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 28. Ποσοστό ατόμων που επισκέφτηκαν άλλο χιονοδρομικό κέντρο

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	39	30,7	30,7
Ναι	88	69,3	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 29. Κατά πόσο το χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου υπερέχει σε ποιότητα εγκαταστάσεων σε σχέση με άλλα χιονοδρομικά κέντρα

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Καθόλου	30	23,6	33,7
Λίγο	16	12,6	51,7
Μέτρια	35	27,6	91,0
Πολύ	7	5,5	98,9
Πάρα πολύ	1	0,8	100,0
Σύνολο	89	70,1	
	38	29,9	
	127	100,0	

Πίνακας 30. Τομείς που χρειάζονται περισσότερη προσοχή και βελτίωση στο χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου

Τομείς	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Οι πίστες	56	44,1	44,1
Τα LIFT	9	7,1	51,2
Τα σαλέ	28	22,0	73,2
Οι αναβατήρες	8	6,3	79,5
Το ιατρείο	20	15,7	95,3
Τα καταστήματα χιονοδρομικού εξοπλισμού	6	4,7	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 31. Μέτρα πρόληψης υγείας στο χιονοδρομικό κέντρο Περτουλίου

Μέτρα	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Καθόλου	15	11,8	11,8
Λίγο	35	27,6	39,4
Μέτρια	60	47,2	86,6
Πολύ	16	12,6	99,2
Πάρα πολύ	1	0,8	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 32. Κυριότερο πρόβλημα κατά τη διαμονή των ερωτηθέντων στο Περτούλι

Πρόβλημα	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Ανεπαρκείς χώροι στάθμευσης	50	39,4	39,4
Μεγάλος αριθμός επισκεπτών	41	32,3	71,7
Ανεπαρκής αριθμός καταλυμάτων	19	15,0	86,6
Συμπεριφορά ντόπιων κατοίκων	8	6,3	92,9
Καθαριότητα	4	3,1	96,1
Ανεπαρκείς χώροι ψυχαγωγίας	1	0,8	96,9
Ακριβές τιμές	2	1,6	98,4
Κανένα πρόβλημα	2	1,6	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 33. Ικανοποίηση των ερωτηθέντων από τις εγκαταστάσεις διαμονής και διημέρευσης στα τουριστικά καταλύματα

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Διαφωνώ πολύ	2	1,6	1,6
Διαφωνώ λίγο	7	5,5	7,1
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	33	26,0	33,1
Συμφωνώ λίγο	41	32,3	65,4
Συμφωνώ πολύ	44	34,6	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 34. Ικανοποίηση των ερωτηθέντων από τις εγκαταστάσεις υποδοχής στο χιονοδρομικό κέντρο

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Διαφωνώ πολύ	10	7,9	7,9
Διαφωνώ λίγο	16	12,6	20,5
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	36	28,3	48,8
Συμφωνώ λίγο	42	33,1	81,9
Συμφωνώ πολύ	23	18,1	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 35. Ικανοποίηση των ερωτηθέντων από τις εγκαταστάσεις του κέντρου για τα χειμερινά αθλήματα

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Διαφωνώ πολύ	10	7,9	7,9
Διαφωνώ λίγο	16	12,6	20,5
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	35	27,6	48,0
Συμφωνώ λίγο	43	33,9	81,9
Συμφωνώ πολύ	23	18,1	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 36. Ικανοποίηση των ερωτηθέντων από την οργάνωση χιονοδρομικού σταθμού

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Διαφωνώ πολύ	10	7,9	7,9
Διαφωνώ λίγο	24	18,9	26,8
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	38	29,9	56,7
Συμφωνώ λίγο	40	31,5	88,2
Συμφωνώ πολύ	15	11,8	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 37. Δυσαρέστηση των ερωτηθέντων λόγω του ότι οι χιονοδρομικές πίστες βρίσκονται μακριά από τα καταλύματα

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό Ποσοστό
Διαφωνώ πολύ	14	11,0	11,0
Διαφωνώ λίγο	19	15,0	26,0
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	42	33,1	59,1
Συμφωνώ λίγο	32	25,2	84,3
Συμφωνώ πολύ	20	15,7	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 38. Κατά πόσο οι προσφερόμενες για τη χιονοδρομία πίστες δε διαθέτουν το μήκος και το βαθμό δυσκολίας που επιθυμούν οι ερωτηθέντες

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Διαφωνώ πολύ	1	0,8	,8
Διαφωνώ λίγο	10	7,9	8,7
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	55	43,3	52,0
Συμφωνώ λίγο	24	18,9	70,9
Συμφωνώ πολύ	37	29,1	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 39. Κατά πόσο οι ερωτηθέντες μπορούν να αναπτύξουν άλλες δραστηριότητες κατά τη διάρκεια διαμονής τους στο Περτούλι

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Διαφωνώ πολύ	3	2,4	2,4
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	10	7,9	10,2
Συμφωνώ λίγο	35	27,6	37,8
Συμφωνώ πολύ	79	62,2	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 40. Κατά πόσο ο χιονοδρομικός τουρισμός συμβάλει στη διατήρηση και την καλαισθησία του φυσικού τοπίου της περιοχής

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Διαφωνώ πολύ	11	8,7	8,7
Διαφωνώ λίγο	4	3,1	11,8
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	15	11,8	23,6
Συμφωνώ λίγο	35	27,6	51,2
Συμφωνώ πολύ	62	48,8	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 41. Κατά πόσο ο χιονοδρομικός τουρισμός συμβάλει στη διατήρηση της τοπικής παραδοσιακής τεχνικής

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό ποσοστό
Διαφωνώ πολύ	6	4,7	4,7
Διαφωνώ λίγο	11	8,7	13,4
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	24	18,9	32,3
Συμφωνώ λίγο	33	26,0	58,3
Συμφωνώ πολύ	53	41,7	100,0
Σύνολο	127	100,0	

Πίνακας 42. Κατά πόσο ο χιονοδρομικός τουρισμός βοηθά στη σωματική και ψυχική υγεία των ατόμων

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Διαφωνώ λίγο	2	1,6	1,6
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	6	4,7	6,3
Συμφωνώ λίγο	16	12,6	18,9
Συμφωνώ πολύ	103	81,1	100,0
Σύνολο	127	100,0	