

Ορεινός τουρισμός στην Ελλάδα: Δυνατότητες και προοπτικές επέκτασης της τουριστικής περιόδου σε όλη τη διάρκεια του έτους

Πολυξένη Μοίρα
Καθηγήτρια ΑΕΙ Πειραιά ΤΤ
polmoira@puas.gr

Πάνος Δρίβας (MSc)
Μηχανολόγος-Μηχανικός ΕΜΠ
pdrivas65@gmail.com

Περίληψη

Από την αρχαιότητα τα βουνά αποτελούσαν για τον άνθρωπο τόπο μυστηρίου και κατοικία θεών. Ακόμα και σήμερα το δυσπρόσιτο του χαρακτήρα τους, το κλίμα, ο καθαρός αέρας, η ιδιαίτερη χλωρίδα και πανίδα, η μοναδική γεωμορφολογία, οι υδάτινοι πόροι, η μοναδική αισθητική, και το ιδιαίτερο φυσικό και πολιτισμικό περιβάλλον, αλλά και η ιστορία και η μυθολογία που τα περιβάλλει τα έχουν μετατρέψει σε ελκτικούς τουριστικούς προορισμούς. Οι επισκέπτες των ορεινών περιοχών αναζητούν την επαφή τόσο με το ορεινό φυσικό περιβάλλον όσο και με το κοινωνικό περιβάλλον, αλλά παράλληλα ικανοποιούν και τις ανάγκες «απόδρασης» από την καθημερινότητα. Επίσης, ικανοποιούν κοινωνικές ανάγκες και ανάγκες μάθησης.

Η Ελλάδα ως ορεινή χώρα διαθέτει ενδιαφέροντα βουνά, πλούσια σε βλάστηση και υδάτινους πόρους και με σημαντική μυθολογική και ιστορική κληρονομιά. Ως τουριστικοί όμως προορισμοί λειτουργούν εποχιακά και δεν κατορθώνουν να προσελκύσουν μεγάλο αριθμό επισκεπτών τους θερινούς μήνες, καθώς η Ελλάδα έχει ταυτισθεί κυρίως με το τρίπτυχο ήλιος, θάλασσα, παραλία.

Με σκοπό τη διερεύνηση των κινήτρων των επισκεπτών κέντρων ορεινού τουρισμού στην Ελλάδα διερευνήθηκε ποσοτική έρευνα με τη διανομή δομημένου ερωτηματολογίου. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε, από 27/10/2016-27/12/2016, μέσω διαδικτύου και το ερωτηματολόγιο απαντήθηκε από 1.127 άτομα.

Από την έρευνα προκύπτει με σαφήνεια ότι τα κέντρα ορεινού τουρισμού καλούνται να παρέχουν και πολλές άλλες δραστηριότητες και υπηρεσίες πέραν από τις αθλητικές χιονοδρομικές. Υπάρχει η δυνατότητα να επεκτείνουν τη λειτουργία τους πέρα από τη χειμερινή και στη θερινή περίοδο, με σημαντικά οφέλη για την οικονομία των ορεινών περιοχών.

Λέξεις κλειδιά: ορεινός τουρισμός, Κέντρα Ορεινού Τουρισμού, Χιονοδρομικά Κέντρα

1. Ορεινός τουρισμός

Τα βουνά καταλαμβάνουν περίπου το 27% της επιφάνειας της γης και σ' αυτά κατοικεί το 22% του πληθυσμού της γης (WMF, 2016). Από την αρχαιότητα στην Ελλάδα τα βουνά, λόγω του μυστηρίου που τα περιέβαλε, του δυσπρόσιτου του χαρακτήρα τους και της μοναδικής αισθητικής τους, θεωρείτο ότι αποτελούσαν την κατοικία θεών. Χαρακτηριστικά, στην ελληνική μυθολογία ο Όλυμπος ήταν ο τόπος όπου έλαβαν τη μορφή τους οι θεοί. Σύμφωνα με τον Όμηρο η γη θεωρείτο ως ένας μεγάλος δίσκος, ο οποίος περιβρεχόταν από τον μεγάλο ποταμό, τον «Ωκεανό». Στη μέση της γης βρισκόταν η Ελλάδα και στο κέντρο της το βουνό των θεών, ο Όλυμπος,

του οποίου οι ψηλές κορυφές εισέδυαν στον ουρανό, έτσι ο Όλυμπος γινόταν ο ίδιος ο Ουρανός (Μπούμπας, 2000). Στην ψηλότερη κορυφή του Ολύμπου κατοικούσε ο βασιλιάς των θεών, ο Δίας και στις άλλες κορυφές οι άλλοι θεοί. Στις ανατολικές παρυφές του Ολύμπου, στην Πιερία, σύμφωνα με τη μυθολογία, κατοικούσαν οι εννέα Μούσες, οι προστάτιδες των Καλών Τεχνών, που ήσαν κόρες του Δία και της Τιτάνιδας Μνημοσύνης. Σε άλλα βουνά-κατοικίες των θεών, οι αρχαίοι Έλληνες έκτισαν ιερά (π.χ. σύμφωνα με το Ραγκαβή στον Ταϋγετο υπήρχε ιερό του Απόλλωνα).

Όμως και σε όλο τον κόσμο τα βουνά θεωρούνται ιερά. Το Αραράτ θεωρείται ιερό καθώς σε αυτό στάθηκε η κιβωτός του Νώε. Το όρος Σινά έχει συνδεθεί με τη λήψη των δέκα εντολών από το Μωϋσή. Στο Πακιστάν το Κ2 (8.611 μ) αποκαλείται και βουνό του Δία. Ήταν σύμφωνα με την παράδοση το βουνό της γνώσης και το ησυχαστήριο των θεών, που κανείς δεν το πλησίαζε για να μην ενοχλήσει τους θεούς. Στο Θιβέτ, στα Ιμαλάια υπάρχει το όρος Kailash (6.714 μ), που ονομάζεται και βουνό του Απόλλωνα. Το όρος θεωρείται σύμβολο για τέσσερις διαφορετικές θρησκείες. Ακόμα και σήμερα το όρος Φούτζι λειτουργεί στην Ιαπωνία ως θρησκευτικό σύμβολο καθώς η ορεινή μορφολογία της χώρας ασκεί μεγάλη επίδραση στη θρησκευτική ζωή των κατοίκων (Μοίρα, 2009:56).

Οι ορεινές περιοχές διεγείρουν τη φαντασία και τις αισθήσεις, ενισχύουν την πνευματική διαύγεια και προσδίδουν δυναμική διάσταση στις ανθρώπινες ικανότητες. Σήμερα, τα βουνά, με το δυσπρόσιτο της φύσης τους, το ιδιαίτερο κλίμα, τον καθαρό αέρα, την ιδιαίτερη χλωρίδα και πανίδα, την μοναδική γεωλογία, τους υδάτινους πόρους και τη βλάστηση τη μοναδική αισθητική, το ιδιαίτερο φυσικό και πολιτισμικό περιβάλλον, την ιστορία και τη μυθολογία τους έχουν μετατραπεί σε ελκτικούς πόρους και διαμορφώνονται σε σημαντικούς τουριστικούς προορισμούς. Σύμφωνα με μελέτη του UNEP (Charters & Saxon, 2007:11), οι ορεινές περιοχές ως τουριστικοί προορισμοί, έρχονται δεύτερες σε ελκυστικότητα μετά τις παράκτιες και νησιωτικές περιοχές, προσελκύοντας το 15-20% του παγκόσμιου τουρισμού (Mountain Agenda, 1999). Διαμορφώνεται έτσι μια ειδική μορφή τουρισμού που ονομάζεται «ορεινός τουρισμός».

Παρά το ενδιαφέρον για τις ορεινές περιοχές είναι αξιοσημείωτο το γεγονός ότι δεν υπάρχει στη βιβλιογραφία ένας γενικά αποδεκτός ορισμός του ορεινού τουρισμού. Για παράδειγμα στη μελέτη του UNEP για τον ορεινό τουρισμό, αναφέρονται μόνο οι δραστηριότητες που αναπτύσσονται στις ορεινές περιοχές χωρίς όμως να προσδιορίζονται τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά αυτής της μορφής του τουρισμού. Επίσης, στη μελέτη αυτή επισημαίνεται η αδυναμία προσδιορισμού της έννοιας του βουνού λόγω της ποικιλομορφίας των ορεινών όγκων. Παρ' όλα αυτά όμως προβαίνει στην ακόλουθη διατύπωση «Σε πολύ γενικούς όρους ένα βουνό συνήθως περιλαμβάνει μια ορεινή, υποαλπική και αλπική ζώνη. Κάθε ζώνη τείνει να περιέχει μια μοναδική ποικιλία φυτικών και ζωικών ειδών, πολλά από τα οποία μπορεί να είναι ενδημικά σε μια συγκεκριμένη τοποθεσία» (UNEP, 2007:7).

Στην Εγκυκλοπαίδεια του Τουρισμού που εκδόθηκε το 2003 (Jafari, 2003) δεν υπήρχε ο όρος «ορεινός τουρισμός». Όμως, στη νεώτερη έκδοση του 2016, αναφέρεται ο όρος «ορεινός τουρισμός/mountain tourism» και περιγράφεται το περιβάλλον των ορεινών περιοχών χωρίς όμως και πάλι να καθορίζεται με σαφήνεια η έννοια του ορεινού τουρισμού (Cousquer, 2016). Επίσης, γίνεται χρήση του όρου «αλπικός τουρισμός/alpine tourism» (Weiermair and Bayer, 2016) με αναφορά στις

αθλητικές-τουριστικές δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα στις Άλπεις (π.χ. σκι, πεζοπορία). Επιπρόσθετα χρησιμοποιείται και ο όρος «τουρισμός χιονοδρομίας/skiing tourism» (Hull, 2016) που εντάσσεται στον αθλητικό τουρισμό και ορίζεται ως το ταξίδι με σκοπό τη συμμετοχή σε δραστηριότητα στο χιόνι με τη χρήση χιονοπέδων.

Τη σπουδαιότητα του ορεινού τουρισμού αντελήφθη ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού ο οποίος από το 1998, σε συνεργασία με την Ανδόρρα, οργανώνει το Παγκόσμιο Συνέδριο Ορεινού και Χιονοδρομικού Τουρισμού (World Congress on Snow and Mountain Tourism). Στην πραγματικότητα πρόκειται για ορεινό τουρισμό, όπου οι τουρίστες επιδίδονται σε δραστηριότητες που έχουν σχέση με το βουνό δηλ. χιονοδρομίες, ορειβασία, αναρρίχηση, πεζοπορία, ορεινή ποδηλασία, κ.λπ. και λαμβάνουν χώρα τόσο κατά τη χειμερινή όσο και κατά τη θερινή περίοδο. Επίσης, επισημαίνονται οι πολλαπλές διαστάσεις του ορισμού του ορεινού τουρισμού καθώς συχνά τα όρια εμπλέκονται με τον αθλητικό τουρισμό ή τον τουρισμό υγείας, στο μέτρο που αφορούν διατήρηση της υγείας και ευεξίας (π.χ. πεζοπορία στο βουνό, παραμονή σε κέντρα ευεξίας κ.λπ.).

Το ενδιαφέρον για τις δραστηριότητες που αναπτύσσονται στους ορεινούς όγκους, λόγω της αύξησης της τουριστικής κίνησης, τόσο από εθνικούς όσο και από διεθνείς φορείς, παρουσιάζει αυξητική τάση (Godde, Price and Zimmermann, 2000). Στην Agenda 21 (Rio Earth Summit, 1992; UNCED, 1992:104) και ειδικά στο κεφάλαιο 13 με τίτλο «Διαχείριση ευάλωτων οικοσυστημάτων, Βιώσιμη διαχείριση βουνών» παροτρύνονται οι κυβερνήσεις, σε συνεργασία με τους συναφείς διεθνείς και περιφερειακούς οργανισμούς, να προβούν σε διαφοροποίηση της οικονομίας των ορεινών περιοχών. Επισημαίνεται μεταξύ άλλων, η δημιουργία και η ενίσχυση του τουρισμού, σύμφωνα με την ολοκληρωμένη διαχείριση των ορεινών περιοχών.

Ιδιαίτερη σημασία για την ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού παρουσιάζει η συνδιάσκεψη του 1995 που οδήγησε στην δημιουργία του Forum για τα Βουνά (Mountain Forum). Το σχέδιο δράσης, που είναι γνωστό ως «Ατζέντα για το βουνό» είναι αποτέλεσμα της συνεργασίας που αναπτύχθηκε μεταξύ ηγετών και εκπροσώπων ΜΚΟ από 40 χώρες και έδωσε προτεραιότητα στο ζήτημα της βιωσιμότητας των ορεινών περιοχών (WMF, 2016). Σε μια προσπάθεια να δοθεί έμφαση στην βιώσιμη ανάπτυξη των ορεινών περιοχών, το 2002 ανακηρύχθηκε ως Διεθνές Έτος Βουνών/International Year of Mountains. (FAO, 2002). Το ίδιο έτος ανακηρύχθηκε και ως Διεθνές Έτος Οικοτουρισμού/International Year of Ecotourism.

2. Τα κίνητρα των επισκεπτών ορεινών περιοχών

Τα κίνητρα που ωθούν τον άνθρωπο στην πραγματοποίηση ενός ταξιδιού είναι πολύ σημαντικά καθώς επιδρούν στη λήψη της απόφασης για την επιλογή του προορισμού. (Crompton and McKay, 1997). Σύμφωνα με επιστημονικές έρευνες, τα άτομα καθοδηγούνται από κοινωνικά και ψυχολογικά κίνητρα για τη λήψη ταξιδιωτικών αποφάσεων (Sirakaya and Woodside, 2005). Επιπρόσθετα, τα τουριστικά κίνητρα διαφοροποιούνται ανάλογα με τον τύπο και τον τόπο του προορισμού (Andreu et al., 2005:3).

Το φυσικό περιβάλλον, το κλίμα, οι υποδομές και οι τουριστικές ευκολίες αποτελούν βασικά στοιχεία της ελκυστικότητας ενός προορισμού (Gearing, Swart & Var, 1974). Σύμφωνα με τους Sirakaya, McLellan, & Uysal, (1996:60-61) οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή του προορισμού είναι φυσικοί (τοπίο, κλίμα,

θάλασσα/ακτές, υποδομές, υπερδομές), κοινωνικοί-ψυχολογικοί (συμπεριφορά ντόπιων, πολιτιστικές εκδηλώσεις, νυχτερινή ζωή και ευκαιρίες διασκέδασης, καινοτομία προορισμού, προσβασιμότητα, φαγητό, κ.λπ.) και εξωγενείς (π.χ. πολιτικό και κοινωνικό περιβάλλον, τρομοκρατία, επιδημίες κ.λπ.). Επίσης, οι συγγραφείς θεωρούν ότι καθοριστικό ρόλο στην επιλογή του προορισμού ασκεί το κόστος και ο διαθέσιμος χρόνος.

Άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή του προορισμού είναι η αναζήτηση της περιπέτειας με την έννοια της αναζήτησης ασυνήθιστων και εξωτικών προορισμών, της απόκτησης νέων εμπειριών και της απόλαυσης του μοναδικού περιβάλλοντος αλλά και της δοκιμασίας των ικανοτήτων (Tran and Ralston, 2006 cited in Fyall, et al (2009: 2-8).

Στους φυσικούς ελκτικούς πόρους ιδιαίτερη θέση κατέχει το ορεινό τοπίο καθώς το φυσικό κάλλος και η άγρια φύση του παρέχουν τη δυνατότητα ανάπτυξης διαφόρων ανθρώπινων δραστηριοτήτων αναψυχής, τόσο στη χειμερινή, όσο και στη θερινή περίοδο. Η πληθώρα των δραστηριοτήτων αναψυχής στους ορεινούς όγκους, προσελκύει τουριστικές ροές σε τέτοιο βαθμό, ώστε να γίνεται λόγος για ορεινό τουρισμό. Ο ορεινός τουρισμός θεωρείται ως εναλλακτική μορφή τουρισμού, ως δραστηριότητα μέσω της οποίας οι άνθρωποι επιδιώκουν να ικανοποιήσουν νέες ανάγκες που συνδέονται με την επαφή με το φυσικό περιβάλλον, την γνωριμία με τον τοπικό πληθυσμό και πολιτισμό αλλά και την ενίσχυση του κοινωνικού γοήτρου. Σύμφωνα με τους Smith & Eadington (1995) οι ορεινοί τουρίστες επιδιώκουν την επαφή τόσο με το ορεινό φυσικό περιβάλλον όσο και με το κοινωνικό περιβάλλον, εννοώντας τη γνωριμία με τον τρόπο ζωής των ορεινών κοινοτήτων.

Οι δραστηριότητες αναψυχής που λαμβάνουν χώρα σε ορεινές περιοχές ικανοποιούν τις ανάγκες «απόδρασης» από την καθημερινότητα, προσφέροντας ενθουσιασμό, περιπέτεια και έκρηξη αδρεναλίνης. Επιπρόσθετα, οι ορεινές περιοχές ικανοποιούν κοινωνικές ανάγκες και ανάγκες μάθησης. Έτσι, σύμφωνα με τους Baloglu and McCleary (1999) τα κίνητρα που οδηγούν τους τουρίστες στις ορεινές περιοχές είναι η γνωριμία με διαφορετικούς ανθρώπους και πολιτισμούς και ένα άλλο τρόπο ζωής. Το κίνητρο καθίσταται περισσότερο έντονο όσο πιο έντονες είναι οι διαφορές μεταξύ τουριστών και ντόπιων. Καθώς οι τουρίστες αναζητούν το αυθεντικό, οι ορεινές περιοχές προσφέρουν σε πολλές περιπτώσεις τη γνωριμία με ένα πολιτισμό και τρόπο ζωής τελείως διαφορετικό από αυτό της καθημερινής ζωής τους. Επίσης, οι ορεινές περιοχές προσφέρουν γνώσεις και αυθεντικές κοινωνικές σχέσεις (McCool, 2002). Τέλος, ένα ακόμα κίνητρο επίσκεψης σε ορεινές περιοχές είναι το κύρος που προσδίδει στον επισκέπτη. Συχνά η επίσκεψη σε ορεινές περιοχές με δυσκολία πρόσβασης ενισχύει το κοινωνικό γόητρο του επισκέπτη, αυξάνει την κοινωνική αναγνώριση και συχνά θεωρείται ως τρόπος αυτοπραγμάτωσης.

3. Ο ορεινός τουρισμός στην Ελλάδα

Η Ελλάδα χαρακτηρίζεται ως ορεινή χώρα καθώς το μεγαλύτερο μέρος της (70%) είναι ορεινό. Η οροσειρά της Πίνδου, τα Άγραφα, ο Τυμφρηστός, το Παναιτωλικό, η Οίτη, τα Βαρδούσια, ο Παρνασσός, η Γκιόνα στην Κεντρική και στη Βόρεια Ελλάδα όπως και το Παναχαϊκό, ο Ερύμανθος, τα Αροάνια Όρη, η Κυλλήνη, το Μαίναλο, ο Πάρνωνας και ο Ταΰγετος στην Πελοπόννησο, διασχίζουν τη χώρα από ΒΒΔ προς ΝΝΑ και τη χωρίζουν σε δύο περιοχές που διακρίνονται κλιματικά και φυτογεωγραφικά. Επίσης οι ορεινοί όγκοι στην Ανατολική ηπειρωτική Ελλάδα (Βέρμιο, Πιέρια, Όλυμπος, Όσσα, Μαυροβούνιο, Πήλιο) έχουν κατεύθυνση από

βορρά προς νότο. Στις οροσειρές αυτές, οι ανατολικές πλαγιές είναι πλουσιότερες σε βλάστηση επειδή δέχονται περισσότερες βροχές. Οι ορεινοί όγκοι στη βόρεια Ελλάδα (Βόρας, Τζένα, Πάϊκο, Μπέλες, Άγκιστρο, Φαλακρό όρος, Ροδόπη) εκτείνονται από τα δυτικά προς τα ανατολικά και προστατεύουν τις περιοχές από τους ψυχρούς βόρειους ανέμους (Μοίρα, 2005:18-19).

Η ελληνική χλωρίδα αποτελείται από μεσογειακά, μεσευρωπαϊκά και ιρανοκασπικά στοιχεία. Τα είδη των φυτών που έχουν καταγραφεί ξεπερνούν τα 6.000 και τα ενδημικά είδη, σε σχέση με το μέγεθος της χώρας, είναι πολλά, εξαιτίας του ψηλού βαθμού απομόνωσης των πολυάριθμων βουνών και νησιών. Η πανίδα της χώρας αποτελείται από πλούσιο μίγμα ευρωπαϊκών, ασιατικών και αφρικανικών ειδών (EKBY, 2017).

Σήμερα, στους ορεινούς όγκους της χώρας λειτουργούν 20 χιονοδρομικά κέντρα, σε υψόμετρο από 1.400 έως 2.400 μ. Τα χιονοδρομικά κέντρα λειτουργούν ως εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής (Μυλωνόπουλος, 2016: 247-259) χαρακτηρίζονται από την εποχική λειτουργία τους καθώς λειτουργούν μόνο τη χειμερινή περίοδο και εξυπηρετούν αθλήματα και δραστηριότητες χειμερινού κυρίως τουρισμού. (ΠΙΝΑΚΑΣ 1.). Ειδικότερα, οι χιονοδρομικές πίστες με μήκος που ανέρχεται σε 181 χλμ. περίπου εξυπηρετούνται από 106 τουριστικούς αναβατήρες (από τους οποίους οι 30 είναι εναέριοι), με μεταφορική ικανότητα πάνω από 74.000 άτομα ανά ώρα. Τα εισιτήρια στα Χιονοδρομικά Κέντρα της Ελλάδας υπερβαίνουν τις 400 χιλιάδες ετησίως. Η διαχείριση τους ανήκει κυρίως σε κρατικούς φορείς (δήμο, περιφέρεια, εταιρεία του Δημοσίου ή τον Ελληνικό Ορειβατικό Σύλλογο).

4. Σκοπός της έρευνας

Με σκοπό τη διερεύνηση των χαρακτηριστικών και των κινήτρων των ελλήνων που επισκέπτονται του ορεινούς όγκους της χώρας, πραγματοποιήθηκε έρευνα με τη διανομή δομημένου ερωτηματολογίου. Το ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε σε σχετική εφαρμογή (Googleform) και αναρτήθηκε στο διαδίκτυο για χρονικό διάστημα δύο μηνών, από 27/10/2016 έως 27/12/2016, <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScsSCI9gqurq7OF56eRvj8xwIh50fuJ2QekVocxaP0JLQhGw/viewform>. Επίσης, προωθήθηκε σε διάφορους σχετικούς ιστότοπους όπως www.meteo.gr, www.snowclub.gr, www.snowreport.gr καθώς και σε όλους τους ορειβατικούς συλλόγους, σε όλους τους επαγγελματίες οδηγούς βουνού (Σ.Ε.Ο.Β.) και στις διοικήσεις των Κέντρων Ορεινού Τουρισμού της Ελλάδας.

Το ερωτηματολόγιο περιελάμβανε 144 ερωτήσεις κυρίως κλειστού τύπου, που ταξινομούνται στις εξής ενότητες: α) σχέση των επισκεπτών με το βουνό, β) σχέση των επισκεπτών με το περιβάλλον και την τοπική κοινωνία, γ) σχέση των επισκεπτών με το βουνό κατά τη χειμερινή περίοδο και τη σχέση τους με τα ελληνικά Χιονοδρομικά Κέντρα (Χ.Κ), δ) σχέση των επισκεπτών με συγκεκριμένο ορεινό προορισμό / Χιονοδρομικό Κέντρο.

Ο αριθμός των ερωτηματολογίων που συμπληρώθηκαν από όλη την Ελλάδα ανήλθε στα 1.127, δημιουργώντας ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα με αξιόπιστα αποτελέσματα, όπως προκύπτει από την factor analysis που εφαρμόστηκε στις ερωτήσεις από 13-34 σχετικά με τον βαθμό ικανοποίησης.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1. Χιονοδρομικά Κέντρα στην Ελλάδα

a/a	Χιονοδρομικό κέντρο	μέσος όρος ετήσιων προσελεύσεων	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ-ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΗΣ-ΕΚΜΙΣΘΩΤΗΣ	Διαμέρισμα	Πλησιέστερη πόλη	Βουνό	υψόμετρο ελαχιστο	υψόμετρο μέγιστο	σύνολο αναβατήρων	συνολική μεταφορική ικανότητα αναβατήρων άτομ/ώρα	μήκος πιστόν χλμ.
1	ΕΟΤ- ΕΤΑ ΑΕ	130.000	ΕΤΑΑ ΑΕ.	Στερεά	Άμφισσα/Λειβαδιά	Παρνασσός	1.700	2.300	17	16.500	35
2	Καλάβρυτα	55.000	ΔΗΜΟΣ ΚΑΛΑΒΡΥΤΩΝ	Πελοπόννησος	Καλάβρυτα	Χελμός	1.700	2.340	8	6.000	20
3	3-5 Πηγάδια	25.000	ΔΗΜΟΣ ΝΑΟΥΣΑΣ	Μακεδονία	Νάουσα	Βέρμιο	1.430	2.005	5	4.500	9
4	Βασιλίτσα	25.000	Γενική Γραμματεία Αθλητισμού (Γ.Γ.Α)	Μακεδονία	Γρεβενά	Πίνδος	1.646	2.115	8	4.000	16
5	Σέλι	20.000	Γενική Γραμματεία Αθλητισμού (Γ.Γ.Α)	Μακεδονία	Βέροια	Βέρμιο	1.500	1.874	11	6.200	16
6	Καμιάκτσάλαν	20.000	ΕΤΑΑ ΑΕ.	Μακεδονία	Έδεσσα	Βόρρας / Καμιακτσάλαν	2.020	2.480	6	3.551	11
7	Τρίπολη - Οροπέδιο Οστρακίνα	20.000	ΔΗΜΟΣ ΛΕΒΙΔΙΟΥ / ΕΟΣ ΤΡΙΠΟΛΗΣ	Πελοπόννησος	Τρίπολη	Μαίναλο	1.550	1.770	3	2.000	4
8	Καρπενήσι	18.000	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ	Στερεά	Καρπενήσι 12χλμ.	Βελούχι/ Τυμφρηστός	1.750	2.100	6	5.150	8
9	Αγριολεύκες	18.000	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ/ ΕΟΣ ΒΟΛΟΥ	Θεσσαλία	Βόλος	Πήλιο	1.170	1.471	5	3.500	5
10	Βίγλα -Πισοδέρι	18.000	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΦΛΩΡΙΝΑΣ/ΤΟΤΤΗΣ	Μακεδονία	Φλώρινα 19 χλμ.	Βίτσι/Βέρνο	1.650	1.970	5	3.000	13
11	Φαλακρό	12.000	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΔΡΑΜΑΣ	Μακεδονία	Δράμα	Φαλακρό	1.620	2.232	8	5.620	20
12	Ελατοχώρι	10.000	ΧΚ Ελατοχωρι ΑΕ/ ΔΑΣΑΡΧΕΙΟ	Μακεδονία/Ν. Περίας	Κατερίνη	Πέτρια	1.400	1.800	5	3.000	7
13	Μέτσοβο Ανήλιο,	10.000	ΠΕΡΙΦ. ΗΠΕΙΡΟΥ/ ΤΟΤΤΗΣ	Ήπειρος	Μέτσοβο	Πίνδος	1.680	1.840	3	2.600	2,5
14	Περτούλι	8.000	ΔΗΜΟΣ ΛΙΘΙΚΩΝ	Θεσσαλία	Τρίκαλα	Πίνδος	1.170	1.340	3	2.500	1,8
15	Μέτσοβο Ζυγός,Πολιτσιές	5.000	ΔΗΜΟΣ ΜΕΤΣΟΒΟΥ	Ήπειρος	Μέτσοβο	Πίνδος	1.680	1.840	2	1.000	2
16	Βίτσι	5.000	ΕΟΣ ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ	Μακεδονία	Καστοριά,22χλμ.	Βίτσι/Βέρνο	1.610	1.875	3	1.800	4
17	Σέρρες Λαιλιάς	2.000	ΕΟΣ ΣΕΡΡΩΝ	Μακεδονία	Σέρρες	Βροντούς	1.600	1.847	3	1.000	1,5
18	Ζήρεια	1.500	ΚΛΑΟΥΔΑΤΟΣ	Πελοπόννησος	Ξυλόκαστρο	Ζήρεια	1.500	1.550	2	1.200	
19	Ελασσόνα - Βρυσοπούλες	1.000	ΣΤΡΑΤΟΣ	Μακεδονία		Ολυμπος	1.800	2.450	2		3
20	Μέτσοβο Καρακόλι	1.000	ΙΔΡΥΜΑ ΤΟΣΙΤΣΑ	Ήπειρος	Μέτσοβο	Πίνδος	1.340	1.520	1	1.000	2,2
20	ΣΥΝΟΛΟ	404.500				Μ.Ο	1.576	1.936	106	74.121	181

ΠΗΓΗ: (Δρίβας, 2017)

4.1. Αποτελέσματα της έρευνας

Όσον αφορά το φύλο, το 78,6% των ερωτηθέντων ήταν άνδρες (886 άτομα) και το 20% ήταν γυναίκες (225 άτομα). Προφανώς το ποσοστό αυτό δεν υποδηλώνει τον μικρό αριθμό των γυναικών που επισκέπτονται ορεινούς προορισμούς αλλά μάλλον ότι οι άνδρες ενδιαφέρθηκαν πιο πολύ σε σχέση με τις γυναίκες να απαντήσουν στην έρευνα για την επίσκεψη σε ορεινούς προορισμούς. Παρατηρείται συνεχής αύξηση της συμμετοχής γυναικών στις ορεινές δραστηριότητες, που έπαψαν πλέον να θεωρούνται προνόμιο των ανδρών και να εξαλείφεται η στερεοτυπική άποψη του «αγοροκόριτσου» για τις γυναίκες που ασχολούνται με ορειβασία, χιονοδρομία, αναρρίχηση και λοιπές ορεινές δραστηριότητες.

Όσον αφορά την ηλικία των ερωτηθέντων, η έρευνα έδειξε ότι οι ηλικίες από 35-55 ετών (33%+29%=62%) αποτελούν τους κυρίως ενδιαφερόμενους για δραστηριότητες σε κέντρα ορεινού τουρισμού (Πίνακας 1.). Σύμφωνα με την έρευνα το μεγαλύτερο ποσοστό ανήκε στην ηλικιακή ομάδα των 35-44 ετών δηλ. 369 άτομα (33%), και ακολουθεί η ηλικιακή ομάδα 45-64 ετών 324 (29%). Σημαντική όμως είναι και η συμμετοχή ατόμων ηλικίας 25-34 ετών δηλ. 206 άτομα (18%).

Όσον αφορά την οικογενειακή κατάσταση, το 59% (669 άτομα) των επισκεπτών είναι έγγαμοι και το 28% (316 άτομα) δήλωσε ότι έχει δύο παιδιά. Οι συμμετέχοντες σε ποσοστό 44% (501 άτομα) είναι απόφοιτοι ανώτατης εκπαίδευσης και σε ποσοστό 29% (329 άτομα) δήλωσαν κάτοχοι μεταπτυχιακού ή διδακτορικού.

Όσον αφορά το εισόδημα των επισκεπτών, το 34% (385 άτομα) δήλωσε ετήσιο ατομικό εισόδημα ύψους 10.001-20.000 ευρώ, το 21% (237 άτομα) έως 10.000 ευρώ και 18% (199 άτομα) μεταξύ 20.001-30.000 ευρώ. (ΠΙΝΑΚΑΣ 2.)

ΠΙΝΑΚΑΣ 2. Εισόδημα των επισκεπτών

Εισόδημα	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	%
δεν έχω έσοδα	95	8%
έως 10.000€	237	21%
10.001-20.000€	385	34%
20.001-30.000€	199	18%
30.001-50.000€	100	9%
50.001€ και πάνω	43	4%
δεν απάντησαν	68	6%
ΣΥΝΟΛΟ	1127	100%

Όσον αφορά το επάγγελμα, οι ερωτώμενοι δήλωσαν σε ποσοστό 33% (375 άτομα) ελεύθεροι επαγγελματίες/αυτοαπασχολούμενοι, σε ποσοστό 26% (297 άτομα) ιδιωτικοί υπάλληλοι και 17% (194 άτομα) δημόσιοι υπάλληλοι. Άνεργος δήλωσε μόνο το 5% και συνταξιούχος επίσης το 5%. (ΠΙΝΑΚΑΣ 3.)

Επίσης, οι επισκέπτες σε ποσοστό 26% δήλωσαν ότι είναι μέλη ορειβατικών συλλόγων, ένα ποσοστό 42% δήλωσε ότι συμμετέχει σε σχετικά με το βουνό κοινωνικά δίκτυα και ένα 41% ότι δεν ανήκει σε κανένα σύλλογο/σωματείο (επομένως κινούνται αυτόνομα).

Όσον αφορά την εποχή επίσκεψης στο βουνό, οι συμμετέχοντες δήλωσαν σε ποσοστό 65% ότι τους αρέσει να επισκέπτονται το βουνό κάθε εποχή του χρόνου. Επίσης σε ποσοστό 35% (393 άτομα) δήλωσαν ότι προτιμούν να επισκέπτονται το βουνό κατά τη

διάρκεια του χειμώνα, σε ποσοστό 22% (243 άτομα) το φθινόπωρο και το 21% (242 άτομα) την άνοιξη. Μόνο ένα 11% (123 άτομα) δήλωσε ότι προτιμά να επισκέπτεται το βουνό το καλοκαίρι. Οι απαντήσεις αυτές επιτρέπουν τη διαπίστωση ότι η ανάπτυξη ορεινού τουρισμού στην Ελλάδα σε περιόδους εκτός της χειμερινής έχει πολλές δυνατότητες.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3. Επαγγελματική κατάσταση

Επάγγελμα	Συχνότητα	%
Μαθητής/φοιτητής/σπουδαστής	73	6%
Δημόσιος υπάλληλος	194	17%
Ιδιωτικός υπάλληλος	297	26%
Ελεύθερος επαγγελματίας/ Αυτοαπασχολούμενος	375	33%
Αγρότης/κτηνοτρόφος	9	1%
Οικιακά	9	1%
Άνεργος	51	5%
Συνταξιούχος	60	5%
Εργαζόμενος στο εξωτερικό	18	2%
δεν απάντησαν	41	4%
ΣΥΝΟΛΟ	1127	100%

Όσον αφορά το αρχικό ερέθισμα για την ενασχόληση με δραστηριότητες στο βουνό, το 44% των συμμετασχόντων στην έρευνα δήλωσε ως αφετηρία μια επίσκεψη σε ορεινό προορισμό, το 43% των ερωτώμενων (480 άτομα) απάντησε ότι το πρωταρχικό ερέθισμα προήλθε από την οικογένεια, το 35% (391 άτομα) απάντησε από φίλους, το 11% (114 άτομα) λόγω συμμετοχής σε δραστηριότητες των προσκόπων, λόγω επαγγέλματος, ή λόγω του ορεινού του τόπου καταγωγής τους. Είναι ιδιαίτερα ενδιαφέρον το γεγονός ότι μόνο ένα ποσοστό 5% (54 άτομα) δήλωσε ότι παρακινήθηκε από το σχολείο.

Ως προς τα κίνητρα της επίσκεψης στο βουνό, δηλώθηκε σε ποσοστό 68% (769 άτομα) η ευχάριστη γεύση της σπάνιας «αλπικής εμπειρίας» (π.χ φρέσκος αέρας, παιχνίδι στο χιόνι, μοναδική θέα από ψηλά) και σε ποσοστό 61% (685 άτομα) η ανάγκη επαφής με το φυσικό περιβάλλον. Εξίσου σημαντικό είναι και το ποσοστό 58% (651 άτομα) που συγκέντρωσε η απάντηση «η ανάγκη απομάκρυνσης από το αστικό περιβάλλον και τον σύγχρονο/τυποποιημένο/αγχωτικό τρόπο ζωής». Από τις απαντήσεις προκύπτει με σαφήνεια η ανάγκη του σύγχρονου ανθρώπου να προσεγγίσει το ορεινό περιβάλλον που χαρακτηρίζεται από το «απρόσιτο» και τη μοναδικότητα του χιονιού.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει και η απάντηση «η ανάγκη να αθληθώ» που δόθηκε από 17% (190 άτομα) που καταδεικνύει την ανάγκη του σύγχρονου ανθρώπου, που ζει στις μεγάλες πόλεις, να επιζητεί την σωματική άσκηση στην τουριστική του εξόρμηση.

Οι ερωτώμενοι απάντησαν ότι επισκέπτονται το βουνό με παρέα 3-5 ατόμων (57%, 637 άτομα). Για την επίσκεψη χρησιμοποιούν το ιδιωτικό αυτοκίνητο. Οι επισκέψεις γίνονται από 2-5 φορές το χρόνο (ποσοστό 34%), 6 έως 10 φορές (22%). Η εκδρομή στο βουνό, δεν φαίνεται να αποτελεί συνηθισμένη πρακτική για τον Έλληνα. Το ποσοστό των συστηματικών εκδρομών (από 11-20 φορές ετησίως) ανέρχεται στο 15% και αυτών που πραγματοποιούν το ταξίδι περισσότερες από 21 φορές το χρόνο ανέρχεται στο 21%.

Όσον αφορά τις ημέρες πραγματοποίησης της επίσκεψης στο βουνό, παρατηρούμε ότι περίπου 70% των τουριστών (48% ελάχιστες + 21% καμία) επισκέπτεται ορεινή περιοχή σχεδόν μόνο αργίες και ημέρες εορτών, 18% μοιράζει τις επισκέψεις σε αργίες και καθημερινές 50-50, και μόνο ένα 11% πραγματοποιεί περισσότερες επισκέψεις τις καθημερινές από ότι τις αργίες. Οι απαντήσεις στο ερώτημα αυτό εξηγούν τη μεγάλη απόκλιση (10 προς 1) που παρατηρείται στις προσελεύσεις στα κέντρα ορεινού τουρισμού μεταξύ ημερών αργίας και καθημερινής. Δηλ. οι προσελεύσεις μιας εβδομάδας μοιράζονται κατά 80% στις 2 ημέρες του Σαββατοκύριακου (40% + 40%) και κατά 20% τις υπόλοιπες ημέρες της εβδομάδας (4%+4%+4%+4%+4%).

Όσον αφορά τις διανυκτερεύσεις, το 68% των ερωτώμενων (769 άτομα) δήλωσαν ότι πραγματοποιούν διανυκτέρευση στον ορεινό προορισμό, ενώ από αυτούς το 55% πραγματοποιεί 1-5 διανυκτερεύσεις ετησίως και το 22% πραγματοποιεί 6-10 διανυκτερεύσεις. Προκύπτει με σαφήνεια ότι ο επισκέπτης προτιμά την εκδρομή με διανυκτέρευση (68%), σε σχέση με την αυθημερόν μετακίνηση (31%), παρόλη την οικονομική στενότητα. Απαραίτητη όμως προϋπόθεση είναι ο διαθέσιμος χρόνος (π.χ. άδεια από την εργασία) και οι οικονομικές τιμές διανυκτέρευσης, προκειμένου να επιμηκύνει μια μέρα ακόμα την εξόρμηση του. Η οικονομική κρίση έχει δυσκολέψει τον προϋπολογισμό του μέσου Έλληνα αλλά έχει και εξορθολογήσει το κόστος σε πολλούς τουριστικούς προορισμούς.

Η κύρια επιλογή, όσον αφορά το κατάλυμα, είναι τα ενοικιαζόμενα δωμάτια (42%) και τα ορειβατικά καταφύγια (35%). Τα βουνά με ορειβατικά καταφύγια που συγκεντρώνουν την προτίμηση των επισκεπτών είναι σε ποσοστό 51% (566 απαντήσεις) ο Όλυμπος και σε ποσοστό 49% (542 άτομα) ο Παρνασσός. Ακολουθούν το Πήλιο (35%), η Βασιλίτσα (35%), ο Χελμός, η Τύμφη και η Πάρνηθα με ποσοστό 28%.

Όσον αφορά τις δραστηριότητες στις οποίες επιδίδονται οι επισκέπτες στο βουνό δηλώθηκαν σε ποσοστό 73% (822 άτομα) η πεζοπορία και η ορειβασία, 56% η απόλαυση της θέας σε συνδυασμό με καφέ ή άλλο ρόφημα και 55% η χιονοδρομία. Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι ποσοστό 47% (514 άτομα) δήλωσε ότι ανεβαίνει στο βουνό προκειμένου να απολαύσει την τοπική γαστρονομία (κρέας, τυροκομικά, ζυμαρικά, κρασί, μέλι, τσάι κλπ). Μάλιστα, περισσότεροι από το 90% των 1.127 ερωτώμενων, δήλωσαν ότι προτιμούν τοπικά ποιοτικά προϊόντα ακόμη και αν η τιμή τους είναι ακριβότερη έως και 20%. Το γεγονός αυτό μας επιτρέπει το συμπέρασμα ότι η γαστρονομία αποτελεί συμπληρωματικό προϊόν που μπορεί να αξιοποιηθεί κατάλληλα από τους διαχειριστές τουριστικών μονάδων σε ορεινές περιοχές¹. Επίσης, δηλώθηκαν σε μικρότερα ποσοστά και άλλες δραστηριότητες όπως η κατασκήνωση στο βουνό και το παιχνίδι στο χιόνι (από 27%), η παρατήρηση της χλωρίδας και πανίδας (25%), οι αθλητικές δραστηριότητες ή η συμμετοχή σε κάποιο δρώμενο (από 24%), η ποδηλασία (21%) κ.λπ. Ενδιαφέρον παρουσιάζουν και άλλες δραστηριότητες που αναφέρθηκαν όπως δραστηριότητες με ιστορικό/μυθολογικό/λαογραφικό ενδιαφέρον (22%), αγροτουρισμού (16%), θρησκευτικού τουρισμού (7%) (ΠΙΝΑΚΑΣ 4.)

¹ Αξίζει να αναφερθεί ότι κατά τη διενέργεια του αγώνα ορειβατικού σκι Pierra Creta στην Κρήτη αθλητές με την παρέα τους από τη Νορβηγία, τη Φιλανδία, τη Γαλλία, τη Γερμανία, την Αυστρία, τις ΗΠΑ, την Ισπανία, περπάτησαν/αγωνίστηκαν στα χιόνια του Ψηλορείτη με φόντο το Λιβυκό πέλαγος, γεύτηκαν την φιλοξενία και γαστρονομία των Κρητικών και έστειλαν mms στις πατρίδες τους για το πως χιονοδρομούσαν πίνοντας ρακόμελα, κανονίζοντας το συντομότερο δυνατό την επόμενη τους επίσκεψη στην Κρήτη, καλοκαίρι ή χειμώνα. (Δρίβας, 2017: 221)

ΠΙΝΑΚΑΣ 4. Επιθυμητές δραστηριότητες σε κέντρα ορεινού τουρισμού

Για ποια είδους ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ θα επισκεπτόσασταν ένα Κέντρο Ορεινού Τουρισμού (Κ.Ο.Τ);	συχνότητα	%
Πεζοπορία, Ορειβασία (Hiking)	822	73%
Απόλαυση θέας / καφέ / ρόφημα	624	56%
Χιονοδρομία (ski/snb/ ορειβατικό σκί κ.λπ.)	615	55%
Απόλαυση γαστρονομική με τοπικά προϊόντα (κρέας, τυροκομικά, ζυμαρικά, κρασί, μέλι, τσάι κ.λπ.)	514	46%
Παιχνίδια στο χιόνι (χιονοπόλεμος, έλκηθρο κ.λπ.)	301	27%
Camping στο βουνό	307	27%
Παρατήρηση γλωρίδας- πανίδας	285	25%
Δραστηριότητα με αθλητικό ενδιαφέρον	264	24%
Συμμετοχή ή παρακολούθηση ενός event	266	24%
Rafting- canoe cayak	259	23%
Δραστηριότητα με ιστορικό/ μυθολογικό/ λαογραφικό ενδιαφέρον	248	22%
Ποδηλασία (mountain bike, down hill)	241	21%
Αναρρίχηση (via ferrata)	199	18%
Συλλογή μανιταριών	191	17%
Δραστηριότητα σχετική με ιαματικό/ ιατρικό τουρισμό	184	16%
Δραστηριότητα σχετική με αγροτουρισμό (συμμετοχή στη διαδικασία αρμέγματος, τυροκόμησης, μελισσοκομίας κ.λπ.)	174	16%
Ορεινό τρέξιμο	171	15%
Ιππασία	121	11%
Τοξοβολία	88	8%
Fun park (π.χ. τσουλήθρα, toboggan)	49	4%
Δραστηριότητα σχετική με θρησκευτικό τουρισμό	82	7%
Αλεξίπτωτο πλαγιάς	84	7%
Flying fox	45	4%
Άλλο (π.χ κνήγι)	28	2%
Μη απάντηση/missing	6	1%
ΣΥΝΟΛΟ	1.127	100%

Μάλιστα, οι ερωτώμενοι δήλωσαν, σε ποσοστό 60%, ότι επιθυμούν ως πρόσθετη υπηρεσία να προσφέρονται μικρές και μεγάλες χιονοδρομικές βόλτες εκτός πιστών με οδηγό βουνού και σε ποσοστό 47% Camping και μαθήματα ορεινής χειμερινής διαβίωσης. Ζητήθηκε, επίσης, να υπάρχει η δυνατότητα πραγματοποίησης σχολικών εκδρομών στο βουνό και η παράδοση μαθημάτων στο βουνό (37%).

Τα παραπάνω αποτελέσματα συμφωνούν και με τα λεγόμενα υπευθύνων διαχείρισης Χιονοδρομικών Κέντρων σύμφωνα με τους οποίους οι προσελεύσεις των μη χιονοδρόμων επισκεπτών είναι περίπου 50% (Δρίβας, 2017: 95).

5. Συμπεράσματα

Στην έρευνα συμμετείχε μεγάλος αριθμός ατόμων που επισκέπτονται ορεινές περιοχές της Ελλάδας αλλά και του εξωτερικού. Συμμετείχαν 1.127 άτομα, 78,6% άνδρες και 20% γυναίκες, 33% ελεύθεροι επαγγελματίες/αυτοαπασχολούμενοι και 26% ιδιωτικοί υπάλληλοι, ηλικίας μεταξύ 35-55 ετών (62%), έγγαμοι (59%) και κυρίως απόφοιτοι ανώτατης εκπαίδευσης (44%). Το ατομικό τους εισόδημα δεν είναι ιδιαίτερα υψηλό (34% δήλωσε ετήσιο ατομικό εισόδημα ύψους 10.001-20.000 ευρώ, και το 21% έως 10.000 ευρώ). Το γεγονός αυτό δεν εμποδίζει την επίσκεψη και τη διανυκτέρευση στο

βουνό (68%), κυρίως σε ενοικιαζόμενα δωμάτια (42%) και σε ορειβατικά καταφύγια (35%). Προκύπτει ότι η εργασιακή τους απασχόληση καθίσταται εμπόδιο στο να επισκέπτονται τις ορεινές περιοχές τις καθημερινές, με αποτέλεσμα περίπου 70% να επισκέπτεται το βουνό σχεδόν μόνο αργίες και ημέρες εορτών.

Καθώς όμως τα κύρια κίνητρα επίσκεψης στις ορεινές περιοχές είναι η απόλαυση της "αλπικής εμπειρίας", η επαφή με τη φύση και η ανάγκη απομάκρυνσης από το αστικό περιβάλλον και τον αγχωτικό τρόπο ζωής, υπάρχουν προοπτικές, για την επέκταση της επισκεψιμότητας και σε άλλες περιόδους, με την κατάλληλη διαχείριση και την παροχή κινήτρων επίσκεψης στις ορεινές περιοχές.

Ιδιαίτερα ενδιαφέρον είναι το γεγονός ότι ένα σημαντικό ποσοστό 47% δήλωσε ότι ανεβάνει στο βουνό προκειμένου να απολαύσει την τοπική γαστρονομία, γεγονός που επιτρέπει τη διαπίστωση ότι υπάρχουν προοπτικές επέκτασης της τουριστικής περιόδου αλλά και εμπλουτισμού του προσφερόμενου προϊόντος. Οι περισσότεροι ορεινοί προορισμοί της Ελλάδας χαρακτηρίζονται για την ποιότητα των τοπικών προϊόντων τους π.χ. γαλακτοκομικά, κρεατικά, ντόπια ζυμαρικά, βότανα, μήλα, κάστανα, φρούτα, κομπόστες, μαρμελάδες, ελιές, λάδι, μέλι, κρασί, τσίπουρο, όσπρια και παραδοσιακά γλυκά. Έτσι, η τοπική γαστρονομία καθίσταται μια από τις πιο ενδιαφέρουσες συνιστώσες του ορεινού τουρισμού, η ορθολογική αξιοποίηση της οποίας, σε όλη τη διάρκεια του έτους, μπορεί να οδηγήσει σε αύξηση της τουριστικής ροής. Επίσης, προκύπτει ότι αξιοποιήσιμες είναι και άλλες δραστηριότητες στις ορεινές περιοχές π.χ. αγροτουριστικές, ιαματικού τουρισμού, δραστηριότητες με ιστορικό/μυθολογικό/λαογραφικό περιεχόμενο κ.λπ.

Προκύπτει με σαφήνεια ότι τα κέντρα ορεινού τουρισμού καλούνται να παρέχουν και άλλες υπηρεσίες πέραν από τις αθλητικές χιονοδρομικές δραστηριότητες. Ενδεχομένως πρέπει να επεκτείνουν και να συμπληρώσουν τον χαρακτήρα τους από αθλητικές χιονοδρομικές εγκαταστάσεις σε τουριστικά κέντρα, που μπορούν να προσφέρουν με ανταγωνιστικό τρόπο τουριστικές υπηρεσίες τόσο στη χειμερινή όσο και στη θερινή περίοδο. Με αυτό τον τρόπο θα περιορίσουν το στοιχείο της εποχικότητας που χαρακτηρίζεται μόνο από «αθλητικοφανείς δραστηριότητες» όπως η χιονοδρομία και θα ενισχύσουν το στοιχείο της ετήσιας λειτουργίας με την παροχή στον επισκέπτη και άλλων δραστηριοτήτων όπως είναι η περιήγηση στους ορεινούς όγκους κατά τη θερινή περίοδο π.χ. ορεινά μονοπάτια, η γνωριμία με την τοπική γαστρονομία όπως αυτή διαφοροποιείται στη διάρκεια του έτους, η επίσκεψη σε θρησκευτικούς πολιτισμικούς χώρους σε ορεινό τοπίο π.χ. μοναστήρια, ασκητήρια κ.λπ., η συμμετοχή σε πολιτιστικά (π.χ. πανηγύρεις) και αθλητικά δρώμενα (π.χ. ορεινοί αγώνες δρόμου) που λαμβάνουν χώρα σε ορεινές περιοχές κ.λπ..

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Andreu, L. – Kozac, M. – Avci, N. and Cifter, N. (2005). Market segmentation by motivations to travel: British tourists visiting Turkey. *Journal of Tourism and Travel Marketing*, 19(1): 1-14.
2. Baloglu, S. and McCleary, K.W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4): 868-897.
3. Charters, T. and Saxon, E. (2007). *Tourism and Mountains. A Practical Guide to Managing the Environmental and Social Impacts of Mountain Tours* (Sweeting, A. ed.), United Nations Environment Programme, 4 June, In <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0957xPA-MountainsEN.pdf>, accessed 22/7/2017
4. Cousquer, G.O. (2016). *Mountain Tourism*, Encyclopedia of Tourism, Jafari, J. & Honggen Xiao (eds). pp.632, 25 June, 2016, Springer International Publishing Switzerland, In

- https://rd.springer.com/referenceworkentry/10.1007/978-3-319-01384-8_452, access 4/6/2017
5. Crompton J.L. and McKay, S.L. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24(2): 425-439.
 6. Food and Agriculture Organization of the United Nations (2002). International Year of Ecotourism, FAO, Rome, In <http://www.fao.org/iym/en/aboutiym/iym2002.pdf>, accessed 04/6/2017
 7. Gearing, C.E. - Swart, W.W. & Var, T. (1974). Establishing a measure of touristic attractiveness. *Journal of Travel Research*, 12(4): 1-8.
 8. Godde, P.M. - Price, M.F. and Zimmermann, F.M. (2000). *Tourism and Development in Mountain Regions*, Wallingford, UK, CABI Publishing.
 9. Hull, J. (2016). *Skating tourism*, In encyclopedia of Tourism, Jafari, J. & Honggen Xiao (eds). Springer International Publishing Switzerland, pp. 857, In https://rd.springer.com/referenceworkentry/10.1007/978-3-319-01384-8_627, access 04/6/2017
 10. *Managing Fragile Ecosystems: Sustainable Mountain Development*, Chapter 13 of Agenda 21, In <http://condesan.org/mtnforum/sites/default/files/publication/files/311.pdf>, accessed 06/7/2017
 11. McCool, S.F. (2002). Mountains and tourism: Meeting the challenges of sustainability in a messy world. In *Conference Proceedings of Celebrating Mountains: An International Year of Mountain Conference*. Jindabyne, Australia
 12. Mountain Agenda (1999). *Mountains of the World – Tourism and Sustainable Mountain Development*. Berne, Switzerland.
 13. Rio Erath Summit (1992). *Managing Fragile Ecosystems: Sustainable Mountain Development*, Chapter 13, In http://www.regency.org/earth_summit_92/chapter13.pdf, accessed 06/7/2017
 14. Sirakaya, E. - McLellan, R.W. & Uysal, M. (1996). Modeling vacation destination decisions: A behavioral approach. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 5(1/2): 57-75.
 15. Sirakaya, E. and Woodside, A.G. (2005). Building and testing theories of decision making by travellers. *Tourism Management*, 26(6): 815-832.
 16. Smith, V.L. and Eadington, W.R. (1995). *Tourism alternatives: Potentials and problems in the development of tourism*. Wiley: Chichester.
 17. Tran, X. and Ralston, L. (2006). The influence of culture and needs on travel preferences: A comparison between American and Chinese travelers. In *Conference Proceedings of Annual TTRA Conference*, Dublin, Ireland. cited in Fyall, A. - Kozak, M. - Andreu, L. - Gnoth, J. and Sibila, S. (2009). Chapter 8 *Push Motivations for Tourism Mountain Destinations From Marketing Innovations for Sustainable Destinations*, Goodfellow Publishers, pp 2-8.
 18. UNEP (2007). *Tourism and Mountains. A Practical Guide to Managing the Environmental and Social Impacts of Mountain Tours*, UNEP, In <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0957xPA-MountainsEN.pdf>, accessed 08/6/2017
 19. United Nations Conference on Environment and Development/UNCED (1992). Agenda 21, In https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda_21.pdf, accessed 08/6/2017
 20. Weiermair, Kl. and Bayer, J. (2016). *Alpine tourism*, In encyclopedia of Tourism, pp. 26-27, Jafari, J. & Honggen Xiao (eds). Springer International Publishing Switzerland, In https://rd.springer.com/referenceworkentry/10.1007/978-3-319-01384-8_6, accessed 04/6/2017

21. World Mountain Forum/WMF (2016). *Mountains for our future*, Mbale, Uganda.
22. Δρίβας, Π. (2017). *Βιώσιμη λειτουργία Κέντρων Ορεινού Τουρισμού και αιεφόρος ανάπτυξη της γύρω περιοχής. Μελέτη περίπτωσης: Χιονοδρομικό Κέντρο Παρνασσού, Διπλωματική Εργασία, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, ΜΠΣ Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων.*
23. Ελληνικό Κέντρο Βιοτόπων-Υγροτόπων / Ε.Κ.Β.Υ. (2017). *Το φυσικό περιβάλλον της Ελλάδας*, στο http://www.ekby.gr/ekby/el/EKBY_Natural_Environment_el.html πρόσβαση 6/7/2017
24. Μοίρα, Π. (2005). *Τουριστική Γεωγραφία της Ελλάδας*, εκδ. Intrebooks, Αθήνα.
25. Μοίρα, Π. (2009). *Θρησκευτικός τουρισμός*, εκδ. Interbooks, Αθήνα.
26. Μυλωνόπουλος, Δ. (2016). *Τουριστικό Δίκαιο*, εκδ. Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα.
27. Μπούμπας, Σ.Α. (2000). *Το Περραιβικόν Γένος και ο Όλυμπος*, εκδ. Πολιτιστικός Οργανισμός Δήμου Σαρανταπόρου, Αθήνα.