



---

**Ο χειμερινός τουρισμός και το προφίλ του τουρίστα χειμερινού τουρισμού στη Βόρεια Ελλάδα. Εμπειρικά αποτελέσματα από το χιονοδρομικό κέντρο στο Καϊμακτσαλάν**

**Νίκου Μ., Υφαντίδου Γ., Ματσούκα Ο., Τσίτσαρη Ε., Κώστα Γ.**

Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης

**Υπεύθυνος Επικοινωνίας:**

Νίκου Μαλαματή

E-mail: [matenikou10@yahoo.gr](mailto:matenikou10@yahoo.gr)

*Περιοδικό Αθλητικού Τουρισμού και Αναψυχής, Vol. 12, pp. 1-13, 2017*

*© 2017 J.S.T.a.R. All rights reserved. ISSN: 1792-1686*

**To link to this article: <http://jstar.gr/Contents.aspx?Y=2017&V=12&ls=a>**

**Ο χειμερινός τουρισμός και το προφίλ του τουρίστα χειμερινού τουρισμού στη Βόρεια Ελλάδα. Εμπειρικά αποτελέσματα από το χιονοδρομικό κέντρο στο Καϊμακτσαλάν**

**Περίληψη**

Τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα, ο χειμερινός τουρισμός έχει σημειώσει μία αλματώδη άνοδο με τη δημιουργία πολλών χιονοδρομικών κέντρων και χώρων φιλοξενίας επισκεπτών. Το παρόν άρθρο στόχο έχει να μελετήσει και να παρουσιάσει το προφίλ, τη συμπεριφορά και τις ανάγκες του χειμερινού τουρίστα στην περιοχή της Μακεδονίας και ειδικότερα του χιονοδρομικού κέντρου Καϊμακτσαλάν. Για την συλλογή των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο *Tourist Role Preference Scale* (TRPS) με περίοδο μελέτης το χειμώνα του 2013.

**Λέξεις κλειδιά:** χειμερινός τουρισμός, ανάγκες, TRPS, τουριστική συμπεριφορά

**Winter tourism: An approach to tourists' behavior and needs**

**Abstract**

Greek winter tourism in recent years has showed strong growth by the creation of multiple ski resorts and hosting sites. This article aims to study and present the winter tourist's profile, behavior and needs in the area of Macedonia and especially the Kaimaktsalan's ski resort Agios Athanasios of Pellas County. The study period was the winter of 2013 and for the collection of the data it was used the: Tourist Role Preference Scale (TRPS) questionnaire.

**Keywords:** winter tourism, needs, TRPS, tourist behavior

**Ο χειμερινός τουρισμός και το προφίλ του τουρίστα χειμερινού τουρισμού στη Βόρεια Ελλάδα. Εμπειρικά αποτελέσματα από το χιονοδρομικό κέντρο στο Καϊμακτσαλάν**

**Εισαγωγή**

Το παρών άρθρο ασχολείται με τη μελέτη του προφίλ του χειμερινού τουρίστα στην περιοχή της Μακεδονίας. Συγκεκριμένα, επιλέχθηκε η μελέτη του χιονοδρομικού κέντρου του Καϊμακτσαλάν, στον Άγιο Αθανάσιο. Η περίοδος εξέτασης της μελέτης περίπτωσης ήταν ο χειμώνας του 2013. Ο χειμερινός τουρισμός, εκτός του ότι αποτελεί μία εξαιρετικά σημαντική πηγή εσόδων, προσφέρει ταυτόχρονα και πολλές θέσεις εργασίας (CIPRA, 2003). Σύμφωνα με τον Paulopoulos (2001), ο χειμερινός τουρισμός είναι η κατηγορία εκείνων των μορφών τουρισμού που έχουν κοινό χαρακτηριστικό ότι αναπτύσσονται κατά τη διάρκεια του χειμώνα. Οι μορφές τους χειμερινού τουρισμού είναι ο χιονοδρομικός τουρισμός, ο τουρισμός παραχείμασης και χειμερινών αθλημάτων και ο αθλητικός τουρισμός των χειμερινών Ολυμπιακών Αγώνων (Paulopoulos, 2001). Επιπρόσθετα, παρατηρείται ότι ο χειμερινός τουρισμός συνδυάζεται με δραστηριότητες που συναντώνται περισσότερο στον ιαματικό τουρισμό. Συγκεκριμένα, αναφερόμαστε σε δραστηριότητες χαλάρωσης και σωματικής τόνωσης όπως είναι η σάουνα (sauna), τα θερμά λουτρά (χαμάμ) και τα μπάνια σε ιαματικές πηγές (Falk, 2010). Ουσιαστικά, παρατηρείται μια έντονη στροφή ένα τρόπο διασκέδασης και ψυχικής χαλάρωσης που έρχεται σε διαμέτρου αντίθεση με το κλασικό πρότυπο του τουρισμού. Βέβαια, ο χειμερινός τουρισμός έγινε γνωστός στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια. Σύμφωνα με τον Παυλόπουλο (2001), ο χειμερινός τουρισμός, όπως και ο θερινός, δεν είναι μορφή τουρισμού υπό την έννοια της ανεξαρτησίας και των ίδιων χαρακτηριστικών. Είναι απλά η ονομασία της κατηγορίας εκείνων των μορφών τουρισμού, που έχουν κοινό χαρακτηριστικό ότι αναπτύσσονται κατά τη διάρκεια του χειμώνα, όταν δηλαδή στον τουριστικό προορισμό επικρατεί χειμώνας.

Οι Williams & Dossa (1990) εκτίμησαν ότι το 20-30% των επισκεπτών σε θέρετρα σκι του Καναδά δεν έκαναν σκι κατά την επίσκεψή τους. Παρόμοια ευρήματα έχουμε και για τους επισκέπτες σε χειμερινά θέρετρα στη Γαλλία και την Ελβετία (Cockerell, 1994). Οι Behringer, Bürki & Fuhrer (2000) και König (1998) μελέτησαν την συμπεριφορά των σκιέρ και διαπίστωσαν ότι οι σκιέρ/αναβάτες είναι πολύ προσαρμόσιμοι και εύκολα μπορούν να αλλάξουν τον προορισμό και το χρονοδιάγραμμα των ταξιδιών τους ή να

υποκαταστήσουν το σκι με μία άλλη δραστηριότητα αναψυχής (π.χ. διακοπές στην παραλία).

Στην Ελλάδα τώρα, σύμφωνα με έρευνα της Galani-Moutafi, (2004) η ταυτότητα του τουρισμού στην Ελλάδα διαμορφώνεται από ισχυρούς λόγους που σχετίζονται με ιστορικές, πολιτικές και ιδεολογικές διαδικασίες ενώ κάνει προτάσεις σχετικά με τον μελλοντικό προσανατολισμό του τουρισμού στην χώρα μας (αθλητικό, χειμερινό κ.ά.). Οι Yfantidou, Costa & Michalopoulos (2008), χρησιμοποίησαν την κλίμακα Tourist Role Preference Scale (TRPS) για να μελετήσουν την τυπολογία των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα και ιδιαίτερα τον αθλητικό τουρισμό στην χώρα. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι το TRPS φαίνεται να μπορεί να εφαρμοστεί στην Ελλάδα. Ανέδειξαν επίσης ότι η συμπεριφορά των τουριστών θα μπορούσε να διακριθεί σε 5 κατηγορίες οι οποίες είναι οι εξής: «Εραστής του Ήλιου», «Ανθρωπολόγος», «Αρχαιολόγος», «Ανεξάρτητος μαζικός τουρίστας» και «Φυγές από την πραγματικότητα». Επιπρόσθετα, η Υφαντίδου και ο Κώστας (2008) ασχολήθηκαν με μία έρευνα που εντάσσεται στο πλαίσιο του τουριστικού μάρκετινγκ και αναφέρεται συγκεκριμένα στους διάφορους τουριστικούς ρόλους. Στη σύγκριση μεταξύ των δύο φύλων και την ηλικία βρήκαν περισσότερες ομοιότητες παρά διαφορές. Βέβαια συμφώνα με μια άλλη έρευνα των παραπάνω ερευνητών, το κίνητρο για κάποιον προκειμένου να ταξιδέψει ή να συμμετάσχει στον τουρισμό μπορεί να προσδιοριστεί ως ένα σύνολο αναγκών και συμπεριφορών. Επίσης, τα κίνητρα έχουν τις ρίζες τους στις βασικές ψυχολογικές και κοινωνιολογικές ανάγκες που ενισχύουν συγκεκριμένη τουριστική συμπεριφορά. Οι ερευνητές εντόπισαν ότι υπάρχουν διαφορές μεταξύ του φύλου και της ηλικίας όσο αφορά την επιλογή του προφίλ του αθλητικού τουρίστα. Επίσης, κάθε ηλικία και φύλο επιλέγει διαφορετικό τουριστικό προορισμό έτσι ώστε να καλύψει τις ψυχολογικές ανάγκες.

### **Σκοπός**

Σκοπός του παρόντος άρθρου είναι να καταγραφεί, να παρατηρηθεί και να αναλυθεί το προφίλ του χειμερινού τουρίστα στο χιονοδρομικό κέντρο Καϊμακτσαλάν εξετάζοντας την συμπεριφορά του και τις φυσικές και πνευματικές ανάγκες του. Οι ερευνητικές υποθέσεις που μελετώνται είναι αν υπάρχουν διαφορές στη συμπεριφορά και στις ανάγκες των τουριστών σε σχέση με το φύλο, την ηλικία, το επάγγελμα και το

προσωπικό εισόδημα. Η μεθοδολογία της παρούσης έρευνας βασίστηκε στην έρευνα των Yfantidou, Costa & Michalopoulos (2008).

### **Μεθοδολογία**

#### **Δείγμα**

Οι συμμετέχοντες στην έρευνα ήταν 274 τουρίστες που επισκέφτηκαν το χιονοδρομικό κέντρο του Καϊμακτσαλάν την περίοδο Ιανουαρίου-Μαρτίου 2013.

#### **Όργανα μέτρησης**

Χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο “Tourist Roles Preference Scale” των Gibson, Yannakis (2002), το οποίο μεταφράστηκε στα ελληνικά από τους Υφαντίδου, Κώστα, Μιχαλόπουλο (2007). Το ερωτηματολόγιο περιλάμβανε συνολικά 92 ερωτήσεις χωρισμένες σε 4 βασικές ενότητες: (α) Προσωπικές (11 ερωτήσεις), (β) Τουριστικές δραστηριότητες (34 ερωτήσεις), (γ) Αθλητικές δραστηριότητες (26 ερωτήσεις), (δ) Κύριες ανθρώπινες ανάγκες (21 ερωτήσεις). Χρησιμοποιήθηκε πενταβάθμια κλίμακα Likert.

#### **Διαδικασία συλλογής δεδομένων**

Η συλλογή των ερωτηματολογίων έγινε ύστερα από φυσική παρουσία του ερευνητή στο χιονοδρομικό κέντρο του Καϊμακτσαλάν και πραγματοποιήθηκε σε τακτά χρονικά διαστήματα μεταξύ Ιανουαρίου και τέλος Μαρτίου 2013. Διανεμήθηκαν 300 ερωτηματολόγια από τα οποία τα 274 ήταν ολοκληρωμένα όταν επιστράφηκαν και αυτά χρησιμοποιήθηκαν ως δεδομένα για την παρούσα έρευνα.

#### **Στατιστικές αναλύσεις**

Για τη στατιστική ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε το πρόγραμμα SPSS 20 καθώς και οι μέθοδοι της περιγραφικής στατιστικής, του τεστ αξιοπιστίας κατά Cronbach, της ανάλυσης διακύμανσης κατά έναν παράγοντα (One-way ANOVA) καθώς του στατιστικού ελέγχου t (Student) για ανεξάρτητα δείγματα.

### Αποτελέσματα

Στα δημογραφικά χαρακτηριστικά έχουμε το 61.43% του δείγματος να είναι γυναίκες. Το 44,29% απόφοιτοι ΑΕΙ/ΤΕΙ, το 10% ήταν κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου και το 4.29% κάτοχοι διδακτορικού. Το μεγαλύτερο ποσοστό (80%) του δείγματος αποτελείται από άτομα έως 39 ετών, το 11.43% από 40 έως 59 ετών και το 8.57 % είναι 60 και πάνω. Από αυτούς το 42.86% δήλωσε ετήσιο οικογενειακό εισόδημα κάτω των 20.000€, το 48.57% μεταξύ 20.000€ και 60.000€ και το 8,57% πάνω από 60.000€. Σημαντικό είναι να αναφερθεί και το γεγονός πως το 91,43% του δείγματος ήταν Έλληνες.

Το 51.43% του δείγματος δηλώνει ότι απολαμβάνει το σύνολο των δραστηριοτήτων που κάνει μέτρια ή μερικές φορές, το 44,29% σπάνια και το 4,29% συχνά. Σχετικά με την ερώτηση κατά πόσο είναι συνολικά ικανοποιημένο το δείγμα αναφορικά με τις παρούσες/σημερινές ανάγκες του, το 65.71% δηλώνει πολύ ικανοποιημένο, το 14.29% ικανοποιημένο και το 15.71% σχετικά ικανοποιημένο ενώ μόλις το 1.43% ανικανοποίητο.

Η πλειοψηφία του δείγματος (68.57%) επισκέφθηκε το χιονοδρομικό κέντρο του Καϊμακτσαλάν για τουρισμό, το 14.29% για αθλητικό τουρισμό και το 10% για κάποιο άλλο λόγο ενώ το 7.14% για επαγγελματικούς λόγους. Πολύ σημαντικό είναι το γεγονός πως το 64.23% του δείγματος δεν θα ήθελε να επισκεφθεί ξανά το χιονοδρομικό του Καϊμακτσαλάν ενώ έμαθαν για την ύπαρξη του από φίλους (61.43%), από το διαδίκτυο (28.57%) και μόλις το 8.57% από τουριστικό πράκτορα, ενώ το 1.43% υποστηρίζει ότι ενημερώθηκε από περιοδικό.

Πραγματοποιήθηκε παραγοντική ανάλυση στις 34 μεταβλητές των δραστηριοτήτων των τουριστών με τη μέθοδο της ανάλυσης σε κύριες συνιστώσες (principal components analysis) και την ορθογώνια περιστροφή των αξόνων (varimax rotation). Ο αριθμός των παραγόντων καθορίστηκε με το κριτήριο ότι οι ιδιοτιμές έπρεπε να είναι μεγαλύτερες του 1.00 (>1). Η μικρότερη φόρτιση που χρησιμοποιήθηκε για να διαμοιραστούν οι ερωτήσεις στους παράγοντες ήταν 0.30. Η παραγοντική ανάλυση αποκάλυψε οκτώ παράγοντες που εξηγούν το 64,038% της συνολικής διακύμανσης. Οι παράγοντες αυτοί είναι οι εξής:

1. Ενεργός Αθλητικός Τουρίστας. 14,379%
2. Τουρίστας Υπαίθριων Δραστηριοτήτων και Γνώσης. 11,783%

3. Αναζήτησης. 7,814%
4. Υψηλής Κατηγορίας Τουρίστας. 7,749%
5. Εραστής του Ήλιου 5,946%
6. Ανεξάρτητος Μαζικός Τουρίστας 5,714%
7. Οργανωμένος Μαζικός Τουρίστας 5,680%
8. Φυγάς 4,973%

Έχοντας εντοπίσει ποιες ερωτήσεις μπορούν να ομαδοποιηθούν υπολογίσαμε την εσωτερική συνοχή του κάθε παράγοντα σύμφωνα με το δείκτη αξιοπιστίας κατά Cronbach (Πίνακας 1).

**Πίνακας 1.** Ανάλυση αξιοπιστίας τουριστικών ρόλων.

<i><b>Τουριστικοί ρόλοι</b></i>	<i><b>Cronbach's alpha</b></i>
<b>1.Ενεργός Αθλητικός Τουρίστας</b>	0,853
<b>2.Τουρίστας Υπαίθριων Δραστηριοτήτων και Γνώσης</b>	0,844
<b>3.Αναζήτησης</b>	0,748
<b>4.Υψηλής Κατηγορίας Τουρίστας</b>	0,769
<b>5.Εραστής του Ήλιου</b>	0,682
<b>6.Ανεξάρτητος Μαζικός Τουρίστας</b>	0,700
<b>7.Οργανωμένος Μαζικός Τουρίστας</b>	0,619
<b>8.Φυγάς</b>	N/A

Παρατηρούμε ότι η συνοχή των παραγόντων είναι ικανοποιητική σχεδόν σε όλες τις περιπτώσεις για το γεγονός ότι η ελάχιστη επιτρεπτή τιμή είναι 0,7. Ωστόσο, ο παράγοντας 5 «Εραστής του Ήλιου» και ο παράγοντας 7 «Οργανωμένος Μαζικός Τουρίστας» έχουν τιμές μικρότερες από 0.7. Για τον παράγοντα 8 «Φυγάς» δεν μπορούμε



να βγάλουμε τιμή Cronbach καθώς αποτελείται μόνο από μια μεταβλητή.

Εν συνεχεία, εξετάστηκε αν υπάρχει διαφορά των πληθυσμιακών μέσων των εξαρτημένων μεταβλητών που σχετίζονται με τις οκτώ δημιουργημένες κατηγορίες των δραστηριοτήτων αναφορικά με τους ανεξάρτητους παράγοντες όπως είναι το μορφωτικό επίπεδο, επαγγελματική δραστηριότητα, ετήσιο οικογενειακό εισόδημα και ηλικιακή ομάδα.

Στα αποτελέσματα, βρέθηκε στατιστικώς σημαντική διαφορά του μορφωτικού επιπέδου με τους πληθυσμιακούς μέσους των παραγόντων 3 ( $F(63)=3,089$  και  $p=0.01<0.05$ ) και 7 ( $F(63)=2,536$  και  $p=0.01<0.05$ ). Μεταξύ του επαγγέλματος και των πληθυσμιακών μέσων των τουριστικών ρόλων, βρέθηκε στατιστικώς σημαντική διαφορά για τους παράγοντες Ανεξάρτητος Μαζικός Τουρίστας ( $F(64)=2,677$ ,  $p=0.047<0.05$ ) και Οργανωμένος Μαζικός Τουρίστας, ( $F(64)=2,677$  και  $p=0.029<0.05$ ). Σε σχέση με το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα βρέθηκε στατιστικώς σημαντική διαφορά των πληθυσμιακών μέσων του παράγοντα 3 (Τουρίστας Αναζήτησης) ( $F(67)=5,841$ ,  $p=0.005<0.05$ ).

Έπειτα πραγματοποιήθηκε έλεγχος t-test για ανεξάρτητα δείγματα για τις δραστηριότητες, ο οποίος μας επέτρεψε να ελέγξουμε αν υπάρχει διαφορά των μέσων μεταξύ δύο ομάδων (π.χ. φύλο) όσον αφορά μια μεταβλητή. Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει σε συνοπτική μορφή τα αποτελέσματα του στατιστικού ελέγχου t που διενεργήθηκε για τη μεταβλητή φύλο. Στατιστικώς σημαντική διαφορά υπάρχει μεταξύ του παράγοντα 7 (Οργανωμένος μαζικός τουρίστας) ( $t(68)=-2.057<-1.96$ ,  $p=0.043<0.05$ ) των δραστηριοτήτων και της μεταβλητής φύλου (Πίνακας 2).

**Πίνακας 2.** T-test ανάμεσα σε φύλο και τουριστικούς ρόλους.

<i>Τουριστικοί ρόλοι</i>	<i>F levene</i>	<i>P – levene*</i>	<i>t statistic</i>	<i>P*</i>	<i>Διαφορά των μέσων</i>
1	1,395	0,242	1,363	0,177	0,270

<b>2</b>	9,056	0,004	1,591	0,119	0,386
<b>3</b>	3,321	0,073	0,628	0,532	0,147
<b>4</b>	1,671	0,200	1,684	0,097	0,372
<b>5</b>	0,112	0,739	0,440	0,661	0,083
<b>6</b>	1,144	0,289	1,223	0,226	0,252
<b>7</b>	1,352	0,249	-2,057	0,043	-0,401
<b>8</b>	2,662	0,107	0,512	0,610	0,163

\*95% διάστημα εμπιστοσύνης

Στη συνέχεια πραγματοποιήθηκε Παραγοντική Ανάλυση Αναγκών (Factor Analysis) στις 22 μεταβλητές των αναγκών των τουριστών του ερωτηματολογίου με τη μέθοδο της ανάλυσης σε κύριες συνιστώσες (principal components analysis) και την ορθογώνια περιστροφή των αξόνων (varimax rotation), για την επιβεβαίωση της εγκυρότητας κατασκευής της κλίμακας αναγκών του Maslow για το συγκεκριμένο δείγμα. Ο αριθμός των παραγόντων καθορίστηκε με το κριτήριο ότι οι ιδιοτιμές έπρεπε να είναι μεγαλύτερες του 1.00 (>1). Η μικρότερη φόρτιση που χρησιμοποιήθηκε για να διαμοιραστούν οι ερωτήσεις στους παράγοντες ήταν 0.40. Η παραγοντική ανάλυση αποκάλυψε πέντε παράγοντες που εξηγούν το 65,918% της συνολικής διακύμανσης, αυτοί οι παράγοντες είναι:

1. Φυσιολογικές ανάγκες και ανάγκη για αυτοεκτίμηση και αναγνώριση από τους άλλους. 18,584%
2. Η ανάγκη για αγάπη (κοινωνικές ανάγκες). 15,621%
3. Η ανάγκη για ασφάλεια. 13,174%
4. Η ανάγκη για αυτοολοκλήρωση, αυτενέργεια και αυτοανάπτυξη. 9,889%
5. Εξωτερικό περιβάλλον: Η ανάγκη για διέγερση και εξερεύνηση. 8,660%

Η συνοχή των παραγόντων βρέθηκε να είναι ικανοποιητική σε όλες τις περιπτώσεις για το γεγονός ότι η ελάχιστη επιτρεπτή τιμή είναι 0,7. Παρόλα αυτά, εντοπίστηκε ο παράγοντας 5 «Εξωτερικό περιβάλλον: Η ανάγκη για διέγερση και εξερεύνηση» να έχει τιμή μικρότερη της ελάχιστης αποδεκτής.

Έπειτα, εξετάστηκε αν υπάρχει διαφορά των πληθυσμιακών μέσων των εξαρτημένων μεταβλητών των αναγκών αναφορικά με ανεξάρτητους παράγοντες. Έτσι, παρουσιάστηκε στατιστικώς σημαντική διαφορά μεταξύ του επαγγέλματος και των πληθυσμιακών μέσων των αναγκών μόνο για τον παράγοντα 3 (Η ανάγκη για ασφάλεια),  $F(63)=2.517$  και  $p=0.038>0.05$ , καθώς και μεταξύ των πληθυσμιακών μέσων του παράγοντα 3 των αναγκών (Η ανάγκη για ασφάλεια) ( $F(63)=3,972$ ,  $p=0.023<0.05$ ) σε σχέση με το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα. Ακόμη, βρέθηκε επίσης στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ της ηλικιακής ομάδας με τους πληθυσμιακούς μέσους όλων των υπόλοιπων παραγόντων των αναγκών: με τον παράγοντα 2 με  $F(63)=8,485$  και  $p=0.0001<0.05$ , τον παράγοντα 4 με  $F(63)=3.665$  και  $p=0.031<0.05$ , και τον παράγοντα 5 με  $F(63)= 4,604$  και  $p= 0.013<0.05$ ].

### **Συμπεράσματα – Συζήτηση**

Η πλειοψηφία των τουριστών απολαμβάνει μέτρια τις δραστηριότητες που κάνει όταν επισκέπτεται το χιονοδρομικό κέντρο του Καϊμακτσαλάν και ελκύεται αρκετά από τα χειμερινά αθλήματα που είναι διαθέσιμα. Ουσιαστικά, αντιλαμβανόμαστε ότι το χιονοδρομικό κέντρο δεν είναι καθόλου γνωστός προορισμός σε τουρίστες από την Ευρώπη και τη Βαλκανική χερσόνησο. Εν' ολίγοις η τοπική οικονομία υποστηρίζεται μόνο από τους Έλληνες επισκέπτες. Αυτό σημαίνει ότι επιβάλλεται η προσέλκυση ξένων τουριστών στη χώρας μας και έναν ελκυστικό και άμεσο τρόπο όπως είναι το διαδίκτυο μιας και μέσω της χρήσης συγκεκριμένων ιστοσελίδων (tripadvisor, booking κ.α.) απο τις οποίες τεράστιο πλήθος τουριστών οργανώνουν τις διακοπές τους.

Στα ευρήματα της στατιστικής ανάλυσης, σημαντικό εύρημα είναι το γεγονός ότι τα 2/3 των τουριστών που επισκέπτονται το χιονοδρομικό είναι πολύ ικανοποιημένα αναφορικά με το επίπεδο ικανοποίησης του συνόλου των αναγκών τους ενώ το 80% των τουριστών είναι μεταξύ 17 και 39 ετών. Αρκετά ανησυχητικό είναι το γεγονός ότι πάνω από το 90% των τουριστών προέρχονται από την Ελλάδα και το επίσης ότι τα 2/3 των

τουριστών δεν επιθυμούν να επισκεφτούν ξανά το χιονοδρομικό του Καϊμακτσαλάν στο μέλλον. Αυτό εγείρει αρκετούς προβληματισμούς για το ποιες πραγματικά είναι οι αιτίες που οδηγούν τους τουρίστες στην απόφαση αυτή και θα μπορούσε να αποτελέσει κομμάτι μελέτης σε επόμενες έρευνες.

Στον εξειδικευμένο έλεγχο που πραγματοποιήθηκε βρέθηκε διαφορά των επιλογών του μορφωτικού επιπέδου σχετικά με τις κατηγορίες Τουρίστας Αναζήτησης και Οργανωμένος Μαζικός Τουρίστας. Στο εάν υπάρχει κάποια διαφορά μεταξύ των επιλογών σχετικά με το επάγγελμα τα αποτελέσματα έδειξαν ότι υπάρχει διαφορά στις κατηγορίες Ανεξάρτητος Μαζικός Τουρίστας και Οργανωμένος Μαζικός Τουρίστας. Παρατηρήθηκε επίσης ότι το φύλο επηρεάζει το σύνολο των δραστηριοτήτων που σχετίζονται με την κατηγορία Οργανωμένος Μαζικός Τουρίστας. Στην κατηγορία των αναγκών βρέθηκε διαφορά του μορφωτικού επιπέδου σχετικά για την κατηγορίες 2 (Η ανάγκη για αγάπη), 3 (Η ανάγκη για ασφάλεια), 4 (Η ανάγκη για αυτοολοκλήρωση, αυτενέργεια και αυτοανάπτυξη) και 5. Επιπλέον, διαφορά μεταξύ του επαγγέλματος και των απαντήσεων των αναγκών εντοπίζεται μόνο για την κατηγορία 3 (Η ανάγκη για ασφάλεια).

Η παρούσα έρευνα αποτελεί μία μελέτη περίπτωσης για το χιονοδρομικό κέντρο του Καϊμακτσαλάν. Μελλοντικές έρευνες θα πρέπει να κατευθυνθούν στην μελέτη άλλων χιονοδρομικών κέντρων ώστε να υπάρξουν πιο ακριβή στοιχεία για τα χιονοδρομικά κέντρα της Ελλάδας. Χρήσιμο θα ήταν επίσης να υπάρξει και έρευνα που θα συγκρίνει τα ευρωπαϊκά χιονοδρομικά κέντρα με αυτά της Ελλάδας ώστε να αναδειχθούν οι ομοιότητες και οι διαφορές τους.

### **Βιβλιογραφία**

- Behringer, J., Bürki, R., & Fuhrer, J. (2000). Participatory integrated assessment of adaptation to climate change in Alpine tourism and mountain agriculture. *Integrated Assessment*, 1, 331-338.
- CIPRA. 2003. Aufrüstung im alpinen Wintersport. Ein Hintergrundbericht. Cipra International: Schaan.
- Cockerell, N. (1994). The international ski market in Europe. *Travel & Tourism Analyst*, 3, 34-55.

- Falk, M. (2010). A dynamic panel data analysis of snow depth and winter tourism. *Tourism Management*, 31(6), 912-924.
- Galani-Moutafi, V. (2004). Tourism research on Greece: A critical overview. *Annals of Tourism Research*, 31(1), 157-179.
- Gibson, H., & Yiannakis, A. (2002). Tourist roles: Needs and the lifecourse. *Annals of tourism research*, 29(2), 358-383.
- König, U. (1998). Tourism in a Warmer World: Implications of Climate Change due to Enhanced Greenhouse Effect for the Ski Industry in the Australian Alps. Zürich: University of Zürich.
- Paulopoulos, P. (2001). Winter tourism in Greece. Athens: Institute of Tourism Research and Predictions.
- Williams, P., & Dossa, K. (1990). British Columbia downhill skier survey 1989–90. *The Centre for Tourism Policy and Research, Simon Fraser University, Burnaby, BC, Canada*.
- Yfantidou, G., Costa, G., & Michalopoulos, M. (2008). Tourist Roles, Gender and Age in Greece: A Study of Tourists in Greece. *International Journal of Sport Management Recreation & Tourism*, 1, 15-31.
- Yfantidou, G., Costa, G., & Michalopoulou, M. (2011). Human needs that determine the profile of popular tourist roles in Greece. *Studies in Physical Culture and Tourism*, 18(1), 59-70.