



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

**ΣΧΟΛΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΑΣΟΛΟΓΙΑΣ,
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΞΥΛΟΥ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΘΕΜΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ: "ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΔΑΣΙΚΗΣ ΑΝΑΨΥΧΗΣ ΣΤΗ
ΛΙΜΝΗ ΠΛΑΣΤΗΡΑ"**

**ΦΟΙΤΗΤΗΣ: ΚΟΝΤΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ
ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΙΑΚΩΒΟΓΛΟΥ ΒΑΛΑΣΙΑ**

ΚΑΡΔΙΤΣΑ, 2025

**ΘΕΜΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ: "ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΔΑΣΙΚΗΣ ΑΝΑΨΥΧΗΣ ΣΤΗ
ΛΙΜΝΗ ΠΛΑΣΤΗΡΑ"**

**WORK TOPIC: "ECOTOURISM AND FOREST RECREATION SERVICES AT LAKE
PLASTIRA"**

ΜΕΛΗ ΤΡΙΜΕΛΟΥΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ:

1)Ιακωβόγλου Βαλασία

2)Καζόγλου Ιωάννης

3)Σαμαράς Δημήτριος

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ

Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας, η οποία εκπονήθηκε σύμφωνα με τον Κανονισμό Εκπόνησης Πτυχιακής Εργασίας του ΔΕΞΥΣ .

Ο φοιτητής,
Κόντος Δημήτριος

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Αρχικά οφείλω να ευχαριστήσω ιδιαίτερα θερμά κι από καρδιάς την επιβλέπουσα καθηγήτρια κ.Ιακωβόγλου Βαλασία για την αμέριστη στήριξη που μου παρείχε καθ'όλη τη διάρκεια εκπόνησης της παρούσας πτυχιακής μου εργασίας. Επιπροσθέτως θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου και στην τριμελή εξεταστική επιτροπή, αποτελούμενη από την ίδια και τους καθηγητές κ.Καζόγλου και κ.Σαμαρά, όπως επίσης και στο υπόλοιπο εκπαιδευτικό και διδακτικό προσωπικό του τμήματος ΔΕΞΥΣ. Ξεχωριστή μνεία/αναφορά αξίζει στο δήμαρχο του δήμου Πλαστήρα κ.Νάνο Παναγιώτη, για την αγαστή συνεργασία και το ενδιαφέρον που επέδειξε από την πρώτη στιγμή στο εγχείρημα, καθώς επίσης και σε όσους/ες συμπλήρωσαν τα ερωτηματολόγια. Τέλος οφείλω να ευχαριστήσω ιδιαίτερα την οικογένειά μου για όλα όσα μου προσέφερε κατά τη διάρκεια των προπτυχιακών σπουδών μου στο τμήμα ΔΕΞΥΣ.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	4
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο: ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	12
1.1 Βασικές έννοιες/ορισμοί.....	12
1.2 Γενικά για τη λίμνη Πλαστήρα.....	17
1.3 Η ιστορία της λίμνης.....	18
1.4 Οι κυριότερες οικοτουριστικές/αναψυχικές δραστηριότητες.....	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο: ΥΛΙΚΑ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΙ.....	31
2.1 Εισαγωγικά στοιχεία.....	31
2.2 Σχεδιασμός της έρευνας.....	31
2.3 Ερωτηματολόγιο της έρευνας.....	31
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ-ΣΥΖΗΤΗΣΗ.....	35
3.1 Επισκέπτες/τριες λίμνης (γενικά στοιχεία).....	35
3.2 Επισκέπτες/τριες λίμνης (ειδικές ερωτήσεις).....	41
3.3 Εργαζόμενοι-επιχειρηματίες λίμνης (γενικά στοιχεία).....	58
3.4 Εργαζόμενοι-επιχειρηματίες λίμνης (ειδικές ερωτήσεις).....	63
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4ο: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	82
4.1 Για τους/τις επισκέπτες/τριες.....	82
4.2 Για τους εργαζόμενους-επιχειρηματίες.....	82
4.3 Προτάσεις.....	83
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	85

ΛΙΣΤΑ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1. Η θέση της λίμνης στον ελληνικό και τον θεσσαλικό χάρτη.....	18
Εικόνα 2. Η θέση της λίμνης στο χάρτη του νομού Καρδίτσας.....	18
Εικόνα 3. Άποψη του ποταμού Ταυρωπού (ή Μέγδοβα).....	19
Εικόνα 4. Άποψη του ποταμού Ταυρωπού (ή Μέγδοβα).....	19
Εικόνα 5. Ο στρατηγός Νικόλαος Πλαστήρας.....	20
Εικόνα 6. Το άγαλμα του Ν.Πλαστήρα στην πόλη της Καρδίτσας.....	21
Εικόνα 7. Η κατασκευή του φράγματος.....	22
Εικόνα 8. Naiades Hotel.....	22
Εικόνα 9. Αιολίδες.....	22

Εικόνα 10. Ταβέρνα “Ο Πλαστήρας”.....	23
Εικόνα 11. Χάρτης πεζοπορικών διαδρομών της λίμνης.....	24
Εικόνα 12. Ποδηλάτες στη λίμνη Πλαστήρα.....	25
Εικόνα 13. Ιππείς στις όχθες της λίμνης.....	25
Εικόνα 14. Υδροποδήλατα στη λίμνη.....	26
Εικόνα 15. Ψάρεμα στις όχθες της λίμνης.....	27
Εικόνα 16. Τοξοβόλος πλησίον της λίμνης.....	28
Εικόνα 17. Πανοραμική άποψη της λίμνης από το παρατηρητήριο.....	29
Εικόνα 18. Ο χάρτης του βοτανικού κήπου.....	30
Εικόνα 19. Μανιτάρι <i>Macrolepiota procera</i> (Ζαρκαδίσιο).....	31
Εικόνα 20. Μανιτάρι <i>Cortinarius varius</i> (Κορτινάριος).....	31

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1. Οι διαφορές μεταξύ τουρισμού-εναλλακτικού τουρισμού.....	14
---	----

ΛΙΣΤΑ ΣΧΗΜΑΤΩΝ

Σχήμα 1. Οι άξονες της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης.....	16
---	----

ΛΙΣΤΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων φύλου επισκεπτών.....	36
Διάγραμμα 2: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων ηλικίας επισκεπτών.....	37
Διάγραμμα 3: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων ηλικίας επισκεπτών (άνδρες).....	37
Διάγραμμα 4: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων ηλικίας επισκεπτών (γυναίκες).....	37
Διάγραμμα 5: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επαγγέλματος επισκεπτών.....	38
Διάγραμμα 6: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επαγγέλματος επισκεπτών (άνδρες).....	38
Διάγραμμα 7: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επαγγέλματος επισκεπτών (γυναίκες).....	39
Διάγραμμα 8: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων μόρφωσης επισκεπτών.....	39
Διάγραμμα 9: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων μόρφωσης επισκεπτών (άνδρες).....	40
Διάγραμμα 10: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων μόρφωσης επισκεπτών (γυναίκες).....	40
Διάγραμμα 11: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 1.....	41
Διάγραμμα 12: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 1 (άνδρες).....	41
Διάγραμμα 13: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 1 (γυναίκες).....	42
Διάγραμμα 14: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 2.....	42

Διάγραμμα 15: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 2 (άνδρες).....	43
Διάγραμμα 16: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 2 (γυναίκες).....	43
Διάγραμμα 17: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 3.....	44
Διάγραμμα 18: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 3 (άνδρες).....	44
Διάγραμμα 19: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 3 (γυναίκες).....	45
Διάγραμμα 20: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 4.....	46
Διάγραμμα 21: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 4 (άνδρες).....	46
Διάγραμμα 22: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 4 (γυναίκες).....	47
Διάγραμμα 23: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 5.....	47
Διάγραμμα 24: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 5 (άνδρες).....	48
Διάγραμμα 25: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 5 (γυναίκες).....	48
Διάγραμμα 26: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 6.....	49
Διάγραμμα 27: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 6 (άνδρες).....	49
Διάγραμμα 28: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 6 (γυναίκες).....	50
Διάγραμμα 29: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 7.....	50
Διάγραμμα 30: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 7 (άνδρες).....	51
Διάγραμμα 31: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 7 (γυναίκες).....	51
Διάγραμμα 32: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 8.....	52
Διάγραμμα 33: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 8 (άνδρες).....	52
Διάγραμμα 34: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 8 (γυναίκες).....	53
Διάγραμμα 35: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 9.....	53
Διάγραμμα 36: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 9 (άνδρες).....	54
Διάγραμμα 37: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 9 (γυναίκες).....	54
Διάγραμμα 38: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 10.....	55
Διάγραμμα 39: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 10 (άνδρες).....	55
Διάγραμμα 40: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 10 (γυναίκες).....	56
Διάγραμμα 41: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 11.....	56
Διάγραμμα 42: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 11 (άνδρες).....	57
Διάγραμμα 43: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 11 (γυναίκες).....	57
Διάγραμμα 44: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 12.....	58
Διάγραμμα 45: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 12 (άνδρες).....	58
Διάγραμμα 46: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επισκεπτών στην ερώτηση 12 (γυναίκες).....	59
Διάγραμμα 47: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων φύλου επιχειρηματιών.....	59

Διάγραμμα 48: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων ηλικίας επιχειρηματιών.....	60
Διάγραμμα 49: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων ηλικίας επιχειρηματιών (άνδρες).....	60
Διάγραμμα 50: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων ηλικίας επιχειρηματιών (γυναίκες).....	61
Διάγραμμα 51: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επαγγέλματος επιχειρηματιών.....	61
Διάγραμμα 52: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επαγγέλματος επιχειρηματιών (άνδρες).....	62
Διάγραμμα 53: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επαγγέλματος επιχειρηματιών (γυναίκες).....	62
Διάγραμμα 54: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων μόρφωσης επιχειρηματιών.....	63
Διάγραμμα 55: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων μόρφωσης επιχειρηματιών (άνδρες).....	63
Διάγραμμα 56: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων μόρφωσης επιχειρηματιών (γυναίκες).....	64
Διάγραμμα 57: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 1.....	65
Διάγραμμα 58: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 1 (άνδρες).....	65
Διάγραμμα 59: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 1 (γυναίκες).....	66
Διάγραμμα 60: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 2.....	66
Διάγραμμα 61: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 2 (άνδρες).....	67
Διάγραμμα 62: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 2 (γυναίκες).....	67
Διάγραμμα 63: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 3.....	68
Διάγραμμα 64: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 3 (άνδρες).....	68
Διάγραμμα 65: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 3 (γυναίκες).....	69
Διάγραμμα 66: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 4.....	69
Διάγραμμα 67: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 4 (άνδρες).....	70
Διάγραμμα 68: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 4 (γυναίκες)...	70
Διάγραμμα 69: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 5.....	71
Διάγραμμα 70: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 5 (άνδρες).....	71
Διάγραμμα 71: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 5 (γυναίκες)...	72
Διάγραμμα 72: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 6.....	72
Διάγραμμα 73: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 6 (άνδρες).....	73
Διάγραμμα 74: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 6 (γυναίκες)...	73
Διάγραμμα 75: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 7.....	74
Διάγραμμα 76: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 7 (άνδρες).....	74
Διάγραμμα 77: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 7 (γυναίκες)...	75

Διάγραμμα 78: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 8.....	75
Διάγραμμα 79: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 8 (άνδρες).....	76
Διάγραμμα 80: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 8 (γυναίκες)...	76
Διάγραμμα 81: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 9.....	77
Διάγραμμα 82: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 9 (άνδρες).....	77
Διάγραμμα 83: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 9 (γυναίκες)...	78
Διάγραμμα 84: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 10.....	78
Διάγραμμα 85: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 10 (άνδρες)...	79
Διάγραμμα 86: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 10 (γυναίκες). 79	
Διάγραμμα 87: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 11.....	80
Διάγραμμα 88: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 11 (άνδρες)...	80
Διάγραμμα 89: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 11 (γυναίκες). 81	
Διάγραμμα 90: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 12.....	81
Διάγραμμα 91: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 12 (άνδρες)....	82
Διάγραμμα 92: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων επιχειρηματιών στην ερώτηση 12 (γυναίκες). 82	

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο οικότουρισμός, ως αγαθό ύψιστης περιβαλλοντικής σημασίας, κατέχει βαρύνουσα θέση στην οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ζωή κάθε τόπου όπου εφαρμόζεται. Η δασική αναψυχή, ως απαραίτητο συμπληρωματικό στοιχείο του οικότουρισμού, εστιάζει περισσότερο στην εφαρμογή του τελευταίου στα δασικά οικοσυστήματα, ενώ παράλληλα στηρίζει και προωθεί τις αρχές της αειφορίας και της περιβαλλοντικής προστασίας. Στην παρούσα πτυχιακή εργασία γίνεται λόγος για την αξία των παραπάνω σε μια περιοχή ορόσημο για τη Θεσσαλία και την υπόλοιπη Ελλάδα, τη λίμνη Πλαστήρα. Πιο αναλυτικά στα τέσσερα κεφάλαια από τα οποία απαρτίζεται, εξετάζονται η λίμνη και οι δυνατότητές της, η έρευνα που πραγματοποιήθηκε και τα αποτελέσματά της, καθώς και τα συμπεράσματα που προκύπτουν από αυτή, μέσω των ερωτηματολογίων που διανεμήθηκαν σε επισκέπτες και επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται σε εκείνη. Συγκεκριμένα στο πρώτο κεφάλαιο, πραγματεύονται βασικές έννοιες/ορισμοί, περιγράφονται η λίμνη και η ιστορία της, ενώ γίνεται και μια σύντομη αναφορά στις κυριότερες οικότουριστικές/αναψυχικές δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα σε αυτή. Στο δεύτερο κεφάλαιο περιγράφεται η μεθοδολογία της έρευνας που ακολουθήθηκε, ενώ στο τρίτο και το τέταρτο κεφάλαιο αναφέρονται εκτενώς τα αποτελέσματα και γίνεται συζήτηση επ'αυτών κι εξαγωγή συμπερασμάτων. Τέλος προτείνονται κι εναλλακτικές ιδέες, με σκοπό την προώθηση του οικότουρισμού και της δασικής αναψυχής κατά τον πλέον πρόσφορο κι αποδοτικό τρόπο στη λίμνη.

Λέξεις-κλειδιά: Οικότουρισμός, Δασική αναψυχή, Δασικά οικοσυστήματα, Αειφορία, Περιβαλλοντική προστασία, Λίμνη Πλαστήρα, Έρευνα, Ερωτηματολόγια, Αποτελέσματα, Συμπεράσματα, Εναλλακτικές ιδέες

ABSTRACT

Ecotourism, as a good of the highest environmental importance, takes a significant position on the economic, social and cultural life of every place where it is implemented. Forest recreation, as a necessary complementary element of ecotourism, focuses more on the application of the latter to forest ecosystems, while at the same time supporting and promoting the principles of sustainability and environmental protection. This thesis discusses the value of the above in a landmark area for Thessaly and the rest of Greece, Lake Plastiras. More specifically, in the four chapters of which it is composed, the lake and its potential are examined, the research carried out and its results, as well as the conclusions drawn from it, through the questionnaires distributed to visitors and businesspeople operating there. Specifically in the first chapter, basic concepts/definitions are discussed, the lake and its history are described, while a brief reference is made to the main ecotourism/recreational activities that take place in it. The second chapter describes the research methodology followed, while the third and fourth chapters extensively report the results, discuss them, and draw conclusions. Finally, alternative ideas are proposed, with the aim of promoting ecotourism and forest recreation in the most appropriate and efficient way on the lake.

Keywords: Ecotourism, Forest recreation, Forest ecosystems, Sustainability, Environmental protection, Lake Plastiras, Research, Questionnaires, Results, Alternative ideas

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο οικότουρισμός, όντας μια δυναμικά αναπτυσσόμενη μορφή τουρισμού που προωθεί την οικολογική διαχείριση των οικοσυστημάτων, τη διατήρηση και ενίσχυση του φυσικού περιβάλλοντος και την τόνωση των τοπικών οικονομιών, εξαπλώνεται ολοένα και περισσότερο σε περιοχές, που έχουν να επιδείξουν απaráμιλλη φυσική ομορφιά, χωρίς να έχουν υποστεί την επέμβαση του ανθρώπινου παράγοντα σε βαθμό αλλοτρίωσης. Η δασική αναψυχή, ως αναπόσπαστο κομμάτι του οικότουρισμού κι απαραίτητο συμπλήρωμά του, παρέχει στους επισκέπτες τη δυνατότητα να απολαμβάνουν το φυσικό περιβάλλον εντός των ορίων και πλαισίων που προαναφέρθηκαν, ενώ παράλληλα συμβάλλει καθοριστικά στους παραπάνω σκοπούς του, αφού πρώτιστο μέλημά της αποτελούν η προστασία και η συνέχιση των φυσικών πόρων και της βιοποικιλότητας που χαρακτηρίζουν τα δασικά οικοσυστήματα στο διηνεκές.

Η περιοχή της λίμνης Πλαστήρα αποτελεί έναν από τους εμβληματικότερους προορισμούς οικότουρισμού στην Ελλάδα. Πέρα από τη λίμνη καθαυτή χαρακτηρίζεται από έναν τεράστιο πλούτο υδροτοπικών, παραλίμνιων και δασικών οικοσυστημάτων, τα οποία δίνουν τη δυνατότητα στους ντόπιους και τους επισκέπτες να αναπτύξουν δράσεις σχετικά με την παρακολούθηση, διατήρηση και προστασία τους, ενώ χαρακτηρίζεται κι από ιδιαίτερη ποικιλία ενδιακτημάτων, αφού καθένα από τα παραπάνω φιλοξενεί διαφορετικά και πολύ ευαίσθητα είδη άγριας χλωρίδας και πανίδας, τα οποία προσελκύουν το ενδιαφέρον για τη συνέχιση της παρουσίας τους τόσο από τους ξένους όσο κι από τον τοπικό πληθυσμό. Παράλληλα αναπτύσσονται δραστηριότητες όπως πεζοπορία και περιήγηση στα δασικά μονοπάτια, ποδηλασία βουνού, συλλογή καρπών, μανιταριών κτλπ. και παρατήρηση της άγριας ζωής. Ο συνδυασμός απaráμιλλης φυσικής ομορφιάς και ήπιων τουριστικών δραστηριοτήτων καθιστά τη λίμνη Πλαστήρα πρότυπο οικότουριστικής ανάπτυξης, όπου η συγκεκριμένη αειφόρος επαγγελματική οδός μπορεί να εφαρμοστεί με επιτυχία.

Η παρούσα εργασία εξετάζει τον ρόλο του οικότουρισμού και της δασικής αναψυχής στην περιοχή της λίμνης Πλαστήρα εστιάζοντας στα οφέλη που προκύπτουν για το φυσικό περιβάλλον, την τοπική κοινωνία και την τουριστική οικονομία. Παράλληλα αναλύονται οι προκλήσεις και οι προοπτικές για

την περαιτέρω ανάπτυξη αυτών των δραστηριοτήτων, λαμβάνοντας υπόψη τις αρχές της αειφορίας και της περιβαλλοντικής ισορροπίας.

Προκειμένου να εστιάσουμε σε βάθος στην περίπτωση της λίμνης Πλαστήρα κρίνεται απαραίτητο να οριστούν βασικές έννοιες που σχετίζονται με το αντικείμενο της παρούσας μελέτης. Οι ορισμοί των διαφόρων μορφών τουρισμού, της δασικής αναψυχής και ορισμένων ακόμη βασικών εννοιών θα συμβάλουν στην κατανόηση του ευρύτερου εννοιολογικού πλαισίου και θα θέσουν τις βάσεις για την περαιτέρω ανάλυση των στοιχείων που ακολουθούν. Επίσης ακολουθεί μια σύντομη αναφορά στη λίμνη και την ιστορία της, εφόσον η ίδια αποτελεί το επίκεντρο της μελέτης, αλλά και μια συνοπτική περιγραφή των κυριότερων οικοτουριστικών κι αναψυχικών δραστηριοτήτων οι οποίες πραγματοποιούνται στο εσωτερικό της και στην ευρύτερη περιοχή που αυτή καταλαμβάνει. Τέλος στα επόμενα κεφάλαια αναφέρονται η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε, τα αποτελέσματα που προέκυψαν και τα συμπεράσματα που εξήγαμε κατά τη διενέργεια της παρούσας έρευνας, ενώ η εργασία κλείνει με τις προτάσεις που θέσαμε από την πλευρά μας για μια καλύτερη και όσο το δυνατόν πιο εύρυθμη λειτουργία των υπηρεσιών, οι οποίες σχετίζονται με τον οικοτουρισμό και τη δασική αναψυχή στην περιοχή της λίμνης Πλαστήρα και των περιχώρων αυτής.

1.1 Βασικές έννοιες-ορισμοί

Τουρισμός: Πολλοί είναι οι ορισμοί που έχουν κατά καιρούς αποδοθεί για την έννοια του τουρισμού, γεγονός που καταδεικνύει από τη μία την πολυπλοκότητά του ως φαινόμενο κι από την άλλη τη δυναμική εξέλιξή του στο πέρασμα του χρόνου. Πρώτος χρονικά ο ορισμός των Hunziker και Krapf (1942), περιγράφει τον τουρισμό ως “το άθροισμα των σχέσεων και των φαινομένων που προκύπτουν, από το ταξίδι και τη διαμονή σε ένα μέρος μη μόνιμων κατοίκων αυτού, εφόσον η διαμονή τους δεν οδηγεί σε μόνιμη κατοικία και δεν συνδέεται με οποιαδήποτε μόνιμη ή προσωρινή δραστηριότητα που αποφέρει έσοδα” (Vanhove, 2005). Επίσης, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (1993) αναφέρει πως πρόκειται για “το σύνολο των δραστηριοτήτων ενός ή περισσότερων ατόμων, τα οποία ταξιδεύουν και διαμένουν εκτός του οικείου περιβάλλοντός τους, για χρονικό διάστημα μικρότερο του ενός χρόνου με στόχο την ικανοποίηση των ψυχαγωγικών, επαγγελματικών και/ή άλλων αναγκών τους”. Τέλος, ο τουρισμός περιλαμβάνει διάφορα είδη και μορφές, μεταξύ των οποίων και ο οικοτουρισμός που εξετάζεται στην παρούσα πτυχιακή εργασία.

Εναλλακτικός τουρισμός: Σύμφωνα με τους Smith και Eadington (1994), ο εναλλακτικός τουρισμός περιλαμβάνει “τον τουρισμό εκείνο, ο οποίος σέβεται τις αξίες του τοπικού πληθυσμού και της φύσης και ευνοεί τη δημιουργία εμπειριών”. Ακόμα κύρια χαρακτηριστικά του αποτελούν “η μικρής κλίμακας, ελεγχόμενη και ρυθμιζόμενη ανάπτυξη, η ποικιλία δραστηριοτήτων σε βάση ατομική/ανεξάρτητη ή μικρής κλίμακας και η έμφαση στην απόκτηση εμπειριών για τις τοπικές κουλτούρες και στη διατήρηση παραδοσιακών αξιών.” (Κομίλης, 2002). Τέλος διαφέρει από το

μαζικό τουρισμό, αφού ορισμένοι θεωρητικοί (π.χ. Jarviliuoma 1992, Poon 1993, 1994) έχουν χαρακτηρίσει τον τελευταίο ως μια πιο “παλιομοδίτικη” μορφή τουρισμού και τον εναλλακτικό ως νέα, όπου όλοι οι εμπλεκόμενοι σε αυτόν (τουρίστες, κάτοικοι, επιχειρηματίες και δημόσιοι φορείς) οφείλουν να σέβονται το περιβάλλον, με ταυτόχρονη διάνοιξη θέσεων εργασίας κι επενδύσεων για τον τοπικό πληθυσμό και άμβλυνση των αρνητικών συνεπειών (Ανδριώτης, 2008). Στον παρακάτω πίνακα φαίνονται συνοπτικά οι διαφορές μεταξύ μαζικού-εναλλακτικού τουρισμού:

Πίνακας 1. Οι διαφορές μεταξύ τουρισμού-εναλλακτικού τουρισμού (Ανδριώτης, 2008).

Μαζικός τουρισμός	Εναλλακτικός τουρισμός
Πραγματούνεται σε αστικό περιβάλλον	Πραγματούνεται σε φυσικό περιβάλλον
Παθητικός	Ενεργητικός
Δραστηριότητες που σχετίζονται με τα 3S	Συμμετοχή σε ποικίλες δραστηριότητες
Οργανωμένος	Μεμονωμένος
Ποσοτικός	Ποιοτικός
Μεγάλης κλίμακας επενδύσεις	Μικρής κλίμακας επενδύσεις
Ανεξέλεγκτος/απροσχεδιαστος	Ελεγχόμενος/σχεδιασμένος
Μεγάλων επιπτώσεων	Μικρών επιπτώσεων
Αρνητικές συνέπειες (υπέρβαση της	Θετικές συνέπειες (σεβασμός του
φέρουσας ικανότητας, περιβαλλοντική	περιβάλλοντος, της κουλτούρας και της
μόλυνση, εμπορευματοποίηση κλπ.)	κοινωνίας κλπ.)
Εξωγενής ανάπτυξη	Ενδογενής ανάπτυξη

Οικοτουρισμός: Με βάση τη Διεθνή Εταιρεία Οικοτουρισμού, ο οικοτουρισμός ορίζεται ως “υπεύθυνο ταξίδι σε φυσικές περιοχές που προστατεύουν το περιβάλλον, υποστηρίζουν την ευημερία των κατοίκων της περιοχής και περιλαμβάνουν ερμηνεία και εκπαίδευση”. Ο Μπούσμπουρας (2004) αναφέρει πως είναι μία “ήπια και εναλλακτική μορφή τουρισμού, που επικεντρώνεται στη γνωριμία με τη φύση και την τοπική πολιτιστική κληρονομιά, με σεβασμό προς το περιβάλλον και τις τοπικές κοινωνίες.”

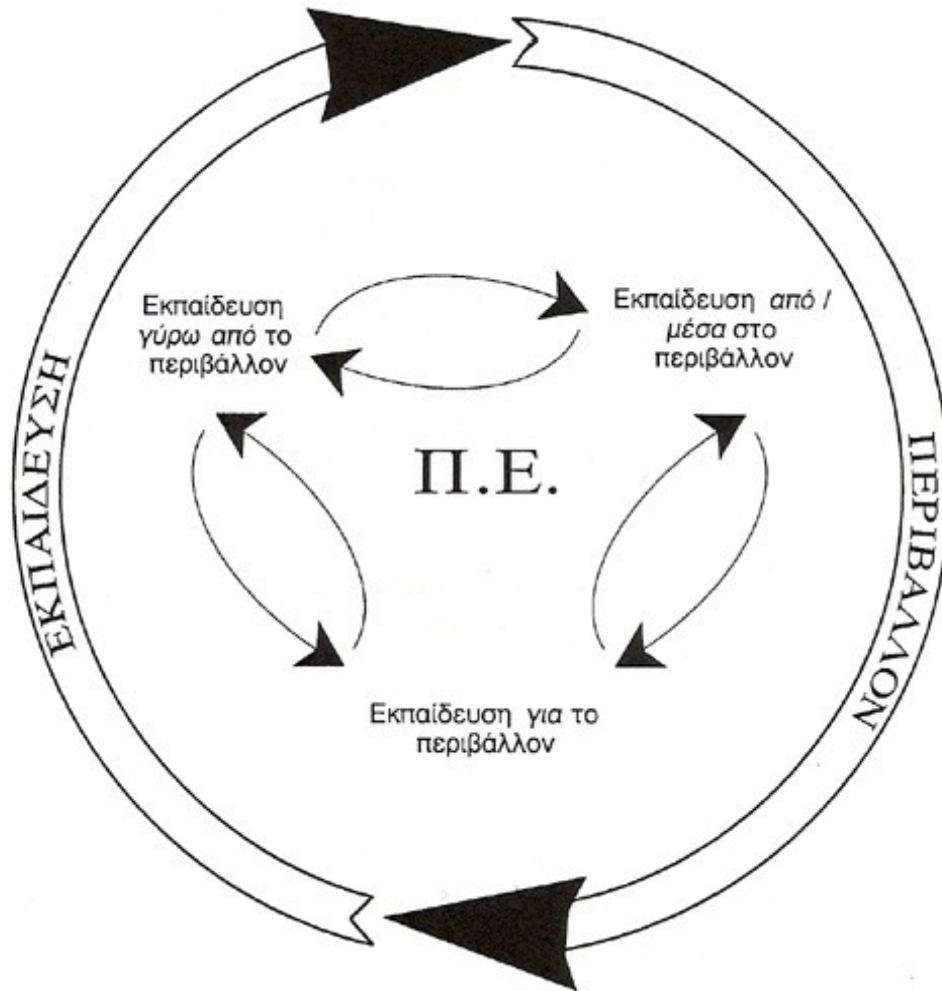
Έναν πιο περιβαλλοντικό ορισμό δίνει ο Weaver (2001), περιγράφοντας τον οικοτουρισμό σαν μια “τουριστική δραστηριότητα που εστιάζει στην μελέτη και παρατήρηση της φύσης, με το ελάχιστο περιβαλλοντικό αποτύπωμα, ενώ συγχρόνως στοχεύει στην περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση των επισκεπτών”. Επίσης ο Ceballos-Lascurain (1987) αναφέρει πως πρέπει να γίνεται σε “σχετικά απάτητες φυσικές περιοχές”, ενώ οι Wearing και Neil (2009) θεωρούν πως απαιτείται “πολιτική βούληση και διαχείριση βασισμένη στην επιστήμη και την τοπική γνώση της περιοχής”. Τέλος αντίθετα με το μαζικό τουρισμό που αναφέρθηκε παραπάνω, δεν υπερβαίνει τη φέρουσα ικανότητα της περιοχής στην οποία συντελείται, ενώ ταυτόχρονα προάγει τη διαφύλαξη αφενός του φυσικού κι αφετέρου του πολιτιστικού περιβάλλοντος και την ταυτόχρονη διατήρηση της κοινωνικής ενότητας.

Δασική αναψυχή: Σύμφωνα με τον Παπαγιάννη (2000), ο όρος δασική αναψυχή περιγράφει “κάθε δραστηριότητα που πραγματοποιείται στο δάσος και έχει στόχο τη σωματική, ψυχική και πνευματική αναζωογόνηση του ατόμου, υπό τον όρο ότι η δραστηριότητα είναι συμβατή με τις οικολογικές και λειτουργικές αξίες του δάσους”. Ο Σπυρίδωνος (2003) αναφέρει πως “αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους μη παραγωγικούς ρόλους του δάσους, προσφέροντας στον σύγχρονο άνθρωπο τη δυνατότητα φυγής από το αστικό περιβάλλον, ανανέωσης και επαφής με τη φύση”, ενώ ο Κασσιούμης (2014) διαφοροποιεί την έννοια από τις άλλες μορφές υπαίθριας αναψυχής, αναφέροντας ότι “οι ανάγκες που ικανοποιούνται σε αυτή συνδέονται ιδίως με την απόλαυση του φυσικού περιβάλλοντος και του τοπίου του δάσους και όχι απλά με την ικανοποίηση από τη συμμετοχή σε υπαίθριες δραστηριότητες, που μπορεί άλλωστε κανείς να επιδιώξει και σε άλλου είδους υπαίθριους χώρους”. Τέλος ο Παπαδόπουλος (2008) θεωρεί, πως δεν είναι απαραίτητη η προσχεδιασμένη χρησιμοποίηση του δάσους για τη διενέργεια των παραπάνω αναψυχικών δραστηριοτήτων της συγκεκριμένης δασικής λειτουργίας.

Δασικά/ορεινά μονοπάτια: Σύμφωνα με το ΦΕΚ υπ’αριθμόν 151344/165 Β’ 206/30.01.2017, ως μονοπάτι χαρακτηρίζεται “ο στενός μη αμαξιτός δρόμος ο οποίος προορίζεται για τη διέλευση κυρίως πεζών και ζώων. Η βασική διαφορά του από τον αμαξιτό δρόμο είναι ότι έχει μικρότερο και κυμαινόμενο πλάτος, μπορεί να έχει σημαντικές αυξομειώσεις στην κλίση του καθώς και σκαλοπάτια. Ειδικότερα, τα ορειβατικά-πεζοπορικά μονοπάτια είναι διαδρομές που προορίζονται για: α)δραστηριότητες όπως η πεζοπορία, η ορειβασία, η πρόσβαση περιπατητών σε φυσικά περιβάλλοντα, αξιοθέατα (φυσικά ή πολιτιστικά) και γενικότερα για τη γνωριμία και επαφή του ανθρώπου με τη φύση, την ιστορία και τον πολιτισμό του κάθε τόπου και β) την εξυπηρέτηση της επικοινωνίας και τη διευκόλυνση της πρόσβασης ορεινών δασικών περιοχών ή σημείων, παραδοσιακών οικισμών καθώς

και δύσβατων, δυσπρόσιτων περιοχών χαμηλού υψομέτρου. Σε αυτά απαγορεύονται τα μηχανοκίνητα μέσα πορείας”.

Περιβαλλοντική εκπαίδευση: Σύμφωνα με τον O’Riordan (1976), περιβαλλοντική εκπαίδευση είναι “η εκπαίδευση εκείνη των πολιτών, η οποία συνίσταται στη δημιουργία πνεύματος προσωπικής στράτευσης και κοινωνικής υπευθυνότητας παράλληλα με μία συστημική αντίληψη της σχέσης του ανθρώπου με τη φύση”. Επίσης, η Διεθνής Ένωση για τη Διατήρηση της Φύσης (IUCN) αναφέρει πως είναι “η διαδικασία αναγνώρισης αξιών και διασαφήνισης εννοιών, για την ανάπτυξη των ικανοτήτων και των στάσεων που είναι απαραίτητες για την κατανόηση και την εκτίμηση της αλληλοσυσχέτισης ανθρώπου, πολιτισμού και βιοφυσικού περιβάλλοντος”. Επιπλέον το 1988 η UNESCO διατύπωσε τον παρακάτω ορισμό: “Η περιβαλλοντική εκπαίδευση είναι μια διαρκής διαδικασία δια της οποίας τα άτομα και οι κοινωνικές ομάδες θα συνειδητοποιήσουν το περιβάλλον τους και θα αποκτήσουν τις γνώσεις, τις αξίες, τις ικανότητες, την εμπειρία και επίσης τη θέληση που θα τους επιτρέψουν να δράσουν ατομικά και συλλογικά με σκοπό την επίλυση των σημερινών και μελλοντικών προβλημάτων του περιβάλλοντος”. Τέλος η περιβαλλοντική εκπαίδευση απαρτίζεται από τρεις βασικούς άξονες, οι οποίοι φαίνονται στο σχήμα που ακολουθεί:



Σχήμα 1. Οι άξονες της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης

Αειφορία: Σύμφωνα με τη Διεθνή Επιτροπή Περιβάλλοντος και Ανάπτυξης (WCED), η αειφορία ορίζεται ως “η ικανότητα ανάπτυξης που καλύπτει τις ανάγκες της παρούσας γενιάς, δίχως να υπονομεύει εκείνη των μελλοντικών γενεών να ικανοποιήσουν τις δικές τους ανάγκες”. Ακόμα με βάση τον παραπάνω ορισμό, “εστιάζει στην ισορροπία μεταξύ περιβαλλοντικής προστασίας, οικονομικής ευημερίας και κοινωνικής δικαιοσύνης”. Τέλος ο Barbier (1987) προτείνει έναν περισσότερο οικονομικό ορισμό, αφού αναφέρει πως είναι “η διαδικασία διαχείρισης φυσικών πόρων με σκοπό να διατηρηθούν οι βασικές οικολογικές λειτουργίες και η μακροπρόθεσμη παραγωγικότητα”.

Βιωσιμότητα: Πρόκειται για μια έννοια που συνδέεται, αλλά δεν είναι απολύτως ταυτόσημη με αυτή της αειφορίας που προαναφέρθηκε. Ο Blewitt (2008), αναφέρει πως είναι “η ικανότητα ενός συστήματος, οργανισμού ή κοινωνίας να συνεχίζει να υφίσταται και να λειτουργεί στο χρόνο, ενώ ταυτόχρονα διαχειρίζεται επαρκώς τους πόρους του”. Ο Edwards (2005) θεωρεί πως απαιτούνται

στρατηγικές για να μπορούν οι διάφορες κοινότητες, οι επιχειρήσεις και τα οικοσυστήματα να διατηρούν τη λειτουργικότητά τους, χωρίς να υποβαθμίζονται σε βάθος χρόνου. Τέλος για τους Kuhlman και Farrington (2010), πρόκειται για τη “δυνατότητα συνύπαρξης και διατήρησης της ισορροπίας των κοινωνικών, οικονομικών και περιβαλλοντικών συστημάτων σε βάθος χρόνου”.

Φέρουσα ικανότητα: Ο μέγιστος αριθμός ατόμων, τα οποία μπορούν να επισκεφθούν ταυτόχρονα έναν τουριστικό προορισμό, δίχως να προκληθεί εξαιτίας τους μη αναστρέψιμη βλάβη του φυσικού, οικονομικού και κοινωνικοπολιτιστικού περιβάλλοντός του και μείωση της ποιότητας ικανοποίησης τους. Ουσιαστικά πρόκειται για την “αντοχή” του προορισμού σε επισκέπτες, έτσι ώστε να μην προκληθεί κανενός είδους επιβάρυνση σε αυτόν με ταυτόχρονη διασφάλιση της μη έκπτωσης των υπηρεσιών του σε εκείνους. Οι Middleton και Hawkins (1997) αναφέρουν πως είναι “το όριο μέχρι το οποίο μια περιοχή μπορεί να αναπτύξει τουρισμό χωρίς να υπονομεύεται η βιωσιμότητα των πόρων της και χωρίς να δημιουργούνται προβλήματα στους τοπικούς πληθυσμούς”, ενώ για τους Coccosis και Mexa (2004) είναι ένα “εννοιολογικό εργαλείο για τη μέτρηση των ορίων αντοχής ενός τόπου στην τουριστική δραστηριότητα και αποτελεί κεντρικό στοιχείο για τον σχεδιασμό της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης”. Τέλος για τους Inskoop (1991) και Butler (1996), απαραίτητες προϋποθέσεις για την ορθή τήρηση της φέρουσας ικανότητας μιας περιοχής αποτελούν “η συλλογή αξιόπιστων στοιχείων σχετικά με τη χρήση των πόρων, τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις, την αντίδραση των κατοίκων και την ποιότητα της εμπειρίας των επισκεπτών” και “ο σαφής στόχος διατήρησης της ποιότητας, προστασίας των πόρων και αποτροπής συγκρούσεων με τις τοπικές κοινωνίες”.

1.2 Γενικά για τη λίμνη Πλαστήρα

Βρίσκεται στο νομό Καρδίτσας. Απέχει 325 χλμ. από την Αθήνα, 230 χλμ. από τη Θεσσαλονίκη, 26 χλμ. από την Καρδίτσα και 37 χλμ. από τα Τρίκαλα. Είναι τεχνητή λίμνη και το επίσημο όνομά της

είναι λίμνη Ταυρωπού. Περιέχει περί τα 400 εκατ. κυβικά μέτρα νερού, έχει μέγιστο μήκος 12 χλμ., μέγιστο πλάτος 4 χλμ. και μέγιστο βάθος κοντά στα 60 μ., ενώ η συνολική της επιφάνεια καλύπτει περί τα 24 τ.χλμ. και το ανώτατο υψόμετρο φτάνει τα 750 μ. Πήρε την ονομασία της προς τιμήν του Νικολάου Πλαστήρα, ο οποίος υπήρξε ο ιδρυτής και θεμελιωτής του εγχειρήματος. Διαδραματίζει κυριαρχικό ρόλο στην οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ζωή του τόπου. Συγκεκριμένα, αρδεύει τον θεσσαλικό κάμπο και υδροδοτεί την πόλη της Καρδίτσας, μαζί με 38 ακόμη κωμοπόλεις και χωριά του νομού και της ευρύτερης περιφέρειας της Θεσσαλίας.



Εικόνα 1. Η θέση της λίμνης στον ελληνικό και τον θεσσαλικό χάρτη (DreamInGreece.com, 2015-2019)



Εικόνα 2. Η θέση της λίμνης στο χάρτη του νομού Καρδίτσας (plastira-limni.blogspot.com, 2007)

1.3 Η ιστορία της λίμνης

Η λίμνη Πλαστήρα δημιουργήθηκε στο σημείο όπου βρισκόταν ο ποταμός Ταυρωπός, ο οποίος κινούμενος βουστροφηδόν κατευθυνόταν νότια για να συναντηθεί με τον Αχελώο. Το σημείο αυτό λεγόταν «Νεβρόπολη», πιθανώς από το μεγάλο αριθμό των ελαφιών που ζούσαν εκεί, καθώς νεβρός αποκαλείται το νεαρό άτομο του ελαφιού. Η Νεβρόπολη, οι πλαγιές των Αγραφών και οι όχθες του Ταυρωπού, του Αγραφιώτη και του Αχελώου ήταν ο χώρος όπου τα πανάρχαια χρόνια κατοικούσαν οι Δόλοπες, ένας σκληρός και πολεμοχαρής λαός. Η Ελλοπία, πρωτεύουσα των Δολόπων βρισκόταν αρκετά κοντά στο σημερινό φράγμα της λίμνης, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις αρκετών αρχαιολόγων.



Εικόνα 3. Αποψη του ποταμού Ταυρωπού (ή Μέγδοβα), (wondergreece.gr)



Εικόνα 4. Αποψη του ποταμού Ταυρωπού (ή Μέγδοβα), (wondergreece.gr)

Με την απελευθέρωση του Ελληνικού κράτους το 1830 η περιοχή διχοτομήθηκε, η μισή στην ελεύθερη πλέον Ελλάδα και η άλλη μισή στην τουρκοκρατούμενη ακόμη Θεσσαλία. Το σημερινό φράγμα αποτελούσε το τελωνείο, όπου απρόσκοπτα τελούσαν η επικοινωνία μεταξύ ελεύθερων και σκλαβωμένων αγραφιωτών. Το 1928 μια εξέχουσα προσωπικότητα της Καρδίτσας και ολόκληρης της

Ελλάδας, ο στρατηγός Νικόλαος Πλαστήρας συνέλαβε την ιδέα για την κατασκευή ενός φράγματος που θα καταπολεμούσε τη δυσκολία της άρδευσης του θεσσαλικού κάμπου, της ύδρευσης της Καρδίτσας και των τοπικών κοινωνιών, όπως επίσης και της παροχής ηλεκτρικού ρεύματος, με την αξιοποίηση της υδροηλεκτρικής ενέργειας. Το 1935, επισκεπτόμενος τον τόπο καταγωγής του και βλέποντας τις ολέθριες πλημμύρες που είχαν σημειωθεί σε αυτόν και τη Μακεδονία εξαιτίας της παρατεταμένης βροχόπτωσης, εκστόμισε την ιστορική φράση *"Εδώ μια μέρα θα γίνει λίμνη"* και για αυτό εκείνη έλαβε το όνομά του, προς τιμήν αυτής της ιδέας και πρωτοβουλίας του. Φυσικά, το όραμά του καθυστέρησε αρκετά να υλοποιηθεί, εξαιτίας του γεγονότος ότι το διάστημα που ακολούθησε η Ελλάδα αντιμετώπισε αρκετές προκλήσεις και δυσκολίες.



Εικόνα 5. Ο στρατηγός Νικόλαος Πλαστήρας (sansimera.gr)



Εικόνα 6. Το άγαλμα του Νικολάου Πλαστήρα στην πόλη της Καρδίτσας (digitalglyptotheque.gr)

Τελικά η φιλοδοξία του άρχισε να πραγματοποιείται τη δεκαετία του 1950, με την αρχική πρόταση της επιδίωξης του να περιλαμβάνει τη δημιουργία χωμάτινου φράγματος σε άλλη θέση (περίπου στο ύψος του Νεοχωρίου), ωστόσο τελικά επιλέχθηκε η θέση «Κακαβάκια», στο νότιο άκρο της λίμνης επί της αρχής του ποταμού Ταυρωπού ή Μέγδοβα και η κατασκευή τσιμεντένιου φράγματος. Η δράση αυτή ξεκίνησε το Δεκέμβριο του 1955 και ολοκληρώθηκε το 1959, οπότε και άρχισε το γέμισμα του ταμιευτήρα με νερό από τους παραποτάμους του ποταμού Ταυρωπού (ή Μέγδοβα), που είχαν προκύψει από εποχιακά ρεύματα. Το 1960 εγκαινιάστηκε το φράγμα και το υδροηλεκτρικό εργοστάσιο και λίγα χρόνια αργότερα έλαβαν σάρκα και οστά τόσο τα αρδευτικά-εγγειοβελτιωτικά έργα του κάμπου όσο και η ύδρευση της Καρδίτσας και των γύρω περιοχών.



Εικόνα 7. Η κατασκευή του φράγματος (plastiras-ota.gr)

1.4 Οι κυριότερες οικοτουριστικές/αναψυχικές δραστηριότητες

Διαμονή σε κατάλυμα: Οι επιλογές που προσφέρονται στον επισκέπτη είναι κάτι παραπάνω από αρκετές, με τις ξενοδοχειακές μονάδες και τους ξενώνες διάσπαρτα σε μεγάλο μέρος του παραλίμινιου χώρου να παρέχουν υπηρεσίες υψηλής ποιότητας, ικανοποιώντας και τους πλέον απαιτητικούς. Ενδεικτικά αναφέρονται τα ξενοδοχεία Kazarma, Πανδίων και Ναϊάδες και ο ξενώνας Χρυσοπέλεια, που βρίσκονται σε ιδυλλιακές τοποθεσίες πέριξ της λίμνης.



Εικόνα 8. Naiades Hotel (ekdromi.gr)



Εικόνα 9. Αιολίδες (travelstyle.gr, 2017)

Εστίαση: Η παροχή τοπικών και όχι μόνο εδεσμάτων υψηλής ποιότητας και θρεπτικής αξίας αποτελεί ζήτημα υψίστης σημασίας για τους ντόπιους, με τα καταστήματα εστίασης (εστιατόρια) να αφθονούν επίσης στην περιοχή. Ενδεικτικά αναφέρονται τα καταστήματα “Χρυσοπέλεια”, “Το Τσαρδάκι”, “Ο Ζαρνάβαλος” και “Το Μανιτάρι” μεταξύ πολλών ακόμη επιλογών.



Εικόνα 10. Ταβέρνα της περιοχής με το όνομα της λίμνης (filoxeno.com)

Περπάτημα: Οι διαδρομές που προσφέρει η περιοχή της λίμνης στο σύνολό της είναι πανέμορφες και μαγευτικές. Έχοντας χαραχθεί δεκάδες μονοπάτια στο πέρασμα των χρόνων, ο επισκέπτης έχει στη διάθεσή του μια ευρεία γκάμα επιλογών. Ενδεικτικά αναφέρονται οι διαδρομές του ανατολικού τομέα (ανατολικά της λίμνης, παλαιότερα μονοπάτια συνδεδεμένα με χωματόδρομους), οι διαδρομές προς Νεβρόπολη-Άγραφα (δρόμοι από Μορφοβούνι, Μοσχάτο και Καστανιά) και οι αλπικές διαδρομές, όπου ο πεζοπόρος διασχίζει τις κυριότερες κορυφές από τη λίμνη μέχρι και το πέρασμα του Αγίου Νικολάου (Τέμπλα, Βουτσικάκι, Καζάρμα, Μπορλέρο). Οι διαδρομές αυτές είναι και οι περισσότερο απαιτητικές, με το έδαφος να είναι τραχύ και βραχώδες και συχνά ιδιαίτερα ολισθηρό σε διάφορα σημεία του (ιδίως εάν έχει προηγηθεί βροχόπτωση). Για τον λόγο αυτό κρίνεται απαραίτητη η χρήση ορειβατικού εξοπλισμού. Ακόμη, υπάρχουν και πολλές εναλλακτικές διαδρομές για συνοδεία μικρών παιδιών ή κατοικιδίων από τους οικογενειάρχες επισκέπτες της περιοχής.



Εικόνα 11. Χάρτης πεζοπορικών διαδρομών της λίμνης (plastiras-ota.gr)

Ποδηλασία: Το ποδήλατο βουνού (mountain bike) είναι αρκετά διαδεδομένο, με το άρτια οργανωμένο κέντρο “Tavros Mountain Bike Center” να παρέχει στους ενδιαφερόμενους τόσο τη λεπτομερή περιγραφή όσο και τον απαιτούμενο εξοπλισμό για να απολαύσουν τις ατελείωτες διαδρομές, με κλιμακούμενη δυσκολία, στους δρόμους που έχουν χαραχθεί πλάι στη λίμνη, στο δάσος ή στο βουνό. Το συνολικό μήκος των διαδρομών υπολογίζεται στα 35 χλμ. κατά προσέγγιση.



Εικόνα 12. Ποδηλάτες στη λίμνη Πλαστήρα (tavropos.com)

Ιππασία: Μία ακόμα ενδιαφέρουσα δραστηριότητα για μικρούς και μεγάλους. Χάρη στις οργανωμένες φάρμες που βρίσκονται σε μια κατάφυτη περιοχή μεταξύ των χωριών Μορφοβούνι και Καλύβια Πεζούλας πραγματοποιείται κατά κόρον από τους επισκέπτες. Ειδικά η φάρμα Ζαμπέτα, που από το 1990 προσφέρει απλόχερα τις υπηρεσίες της στο κοινό, περιλαμβάνει 15 ήρεμα και φιλικά άλογα, τα οποία δίνουν τη δυνατότητα σε παιδιά από 2 ετών και άνω, καθώς επίσης και ενήλικες να βρεθούν στη φύση και να εξοικειωθούν μαζί τους υπό την καθοδήγηση έμπειρου προσωπικού, μέσα από δύο απολαυστικές διαδρομές στις όχθες της λίμνης.



Εικόνα 13. Ιππείς στις όχθες της λίμνης Πλαστήρα (naiades.gr)

Κολύμβηση: Καταλαμβάνει εξίσου σημαντικό ρόλο, αφού κάθε χρόνο κατά το μήνα Αύγουστο διοργανώνεται, από τον μορφωτικό και εκπολιτιστικό σύλλογο Λαμπερού-λίμνης Πλαστήρα “ΤΟ ΛΑΜΠΕΡΟ” ο διάπλους της λίμνης. Παίρνουν μέρος κολυμβητές από όλη την Ελλάδα και το εξωτερικό, οι οποίοι διανύουν αποστάσεις 4, 8 και 15 χιλιομέτρων, ενώ γενικά είναι μια δραστηριότητα που αξίζει, αφού προσφέρει στο συμμετέχοντα αναζωογόνηση και εικόνες απaráμιλλου φυσικού κάλλους γύρω του.

Κωπηλασία: Η κωπηλασία στην λίμνη περιλαμβάνει κανό, υδροποδηλασία και sup. Πρόκειται για τρεις δραστηριότητες, οι οποίες πραγματοποιούνται τόσο σε γλυκό όσο και σε αλμυρό νερό. Για την πρώτη διατίθενται 6 διπλά κανό – καγιάκ, 5 μονά και 7 πιρόγες, ενώ για τις δύο επόμενες υδροποδήλατα και φουσκωτές σανίδες αντίστοιχα. Το κόστος γενικά είναι προσιτό, ιδιαίτερες αθλητικές και λοιπές δεξιότητες δεν απαιτούνται, ενώ ο κίνδυνος πτώσης στα νερά της λίμνης ή οποιουδήποτε άλλου τραυματισμού-ατυχήματος ελαχιστοποιούνται, χάρη τόσο στον άρτιο εξοπλισμό που παρέχεται από τις εγκαταστάσεις, όσο και στο κατάλληλα εκπαιδευμένο και έμπειρο προσωπικό που στελεχώνει αυτές.



Εικόνα 14. Υδροποδήλατα στη λίμνη (thessalianews.gr)

Αλιεία/Ψάρεμα: Σύμφωνα με την περιβαλλοντική νομοθεσία, αυτή τη στιγμή είναι νόμιμο μόνο το ψάρεμα με τη χρήση καλαμιού. Το Υπουργείο Γεωργίας έχει εκδώσει συγκεκριμένες οδηγίες, ωστόσο οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να ενημερωθούν σχετικά, από τους κατά τόπους αλιείς και το σύλλογο

ψαράδων. Αξιοσημείωτο κρίνεται το γεγονός πως κάθε χρόνο διοργανώνεται διαγωνισμός ψαρέματος κατά το πρώτο δεκαπενθήμερο του Αυγούστου με ευθύνη του δήμου στην περιοχή του Μορφοβουνίου. Σε αυτόν συμμετέχουν δεκάδες ερασιτέχνες ψαράδες από όλα τα δημοτικά διαμερίσματα του δήμου Πλαστήρα, αλλά και το νομό Καρδίτσας εν γένει. Στη διάρκεια της άνοιξης αλλά και του καλοκαιριού, οι ακτές της λίμνης γεμίζουν από αλιείς με καλάμια και πετονιές για να ψαρέψουν κυπρινοειδή, δηλαδή κυπρίνους, καρελίσια (τοπική ονομασία), γριβάδια και πλατίτσες. Απαντώνται επίσης τσιρώνια, πέρκες νάνοι, κέφαλοι και σπανιότερα γλίνια και ασπρόψαρα που απειλούνται με εξαφάνιση, καθώς και γουλιανοί για τους οποίους τελευταία έχει ριχτεί γόνος. Περίοδος απαγόρευσης του ψαρέματος των κυπρινοειδών είναι ο μήνας Μάιος, της πέστροφας το διάστημα από 1η Νοεμβρίου έως 15 Φεβρουαρίου και του κορεγόνου από 1η Δεκεμβρίου έως 31 Ιανουαρίου.



Εικόνα 15. Ψάρεμα στις όχθες της λίμνης (lake-plastira.com)

Κυνήγι: Η αξιοπρόσεκτη ποικιλία της βλάστησης στο συγκεκριμένο τόπο, καθιστά τον τελευταίο παράδεισο, που αποτελεί θέση φωλεοποίησης για εκατοντάδες είδη ζώων. Σε ο,τι αφορά τους κυνηγούς, ο πλούτος των ενδιακτημάτων της περιοχής αποτελεί μια πρόκληση με ασύγκριτα βιώματα. Όσοι αγαπούν το κυνήγι θηλαστικών μπορούν να εξασκήσουν το χόμπι τους στα κατάφυτα δάση καστανιών και βελανιδιών, καθώς και στις περιοχές πέριξ της λίμνης και να κυνηγήσουν

αγριογούρουνα, λαγούς και περιστασιακά ζαρκάδια. Επίσης θα έχουν την ευκαιρία να έρθουν σε επαφή με πολλά είδη της άγριας πανίδας όπως αλεπούδες, ασβούς, κουνάβια, αγριόγατους και ενίοτε αγριοκάτσικα. Σπανιότερα απαντώνται αρκούδες και λύκοι. Οι εραστές του κυνηγιού πτηνών θα έρθουν σε επαφή με πληθώρα αποδημητικών ειδών, από τα οποία ξεχωρίζουν οι μπεκάτσες, οι φάσσες και τα λιγοστά τρυγόνια. Παραλίμνια απαντώνται πολλά είδη από αγριόπαπιες και αγριόχηνες, όπως σαρσέλες (μπαμπλέκια), γερμάνια, σφυριχτάρια, χουλιαρόπαπιες, ψαλίδες και βαρβάρες. Εντοπίζονται επίσης είδη, τα οποία είναι απαγορευμένα για κυνήγι όπως κύκνοι, ψαροφαγάδες, κορμοράνοι, κολοβούτια και νερόκοτες. Στα αμπέλια και τους ελαιώνες ιδίως κάτω από το χωριό Μεσενικόλας υπάρχουν φασιανοί, τσίχλες, κοτσύφια και συκοφάγοι, ενώ στις καστανιές συναντάται η κιργιρίνα (τοπικό είδος τσίχλας).

Τοξοβολία: Συναρπαστική και άκρως ενδιαφέρουσα εμπειρία, πραγματοποιείται σε εγκαταστάσεις πλάι στη λίμνη, σε έναν ειδυλλιακό και καταπράσινο χώρο, όπου κυριαρχούν το πράσινο της βλάστησης και το μπλε της λίμνης στο βάθος. Οι συμμετέχοντες εξασκούνται στο άθλημα με τόξα ολυμπιακών προδιαγραφών, ενώ το όριο ηλικίας τους είναι από 8 ετών και άνω. Τέλος διατίθενται ειδικά τμήματα ενηλίκων, αρχαρίων αλλά και για αριστερόχειρες, με το κόστος συμμετοχής τους να είναι ιδιαίτερα προσιτό και τη διαδικασία εκμάθησης απολαυστική.

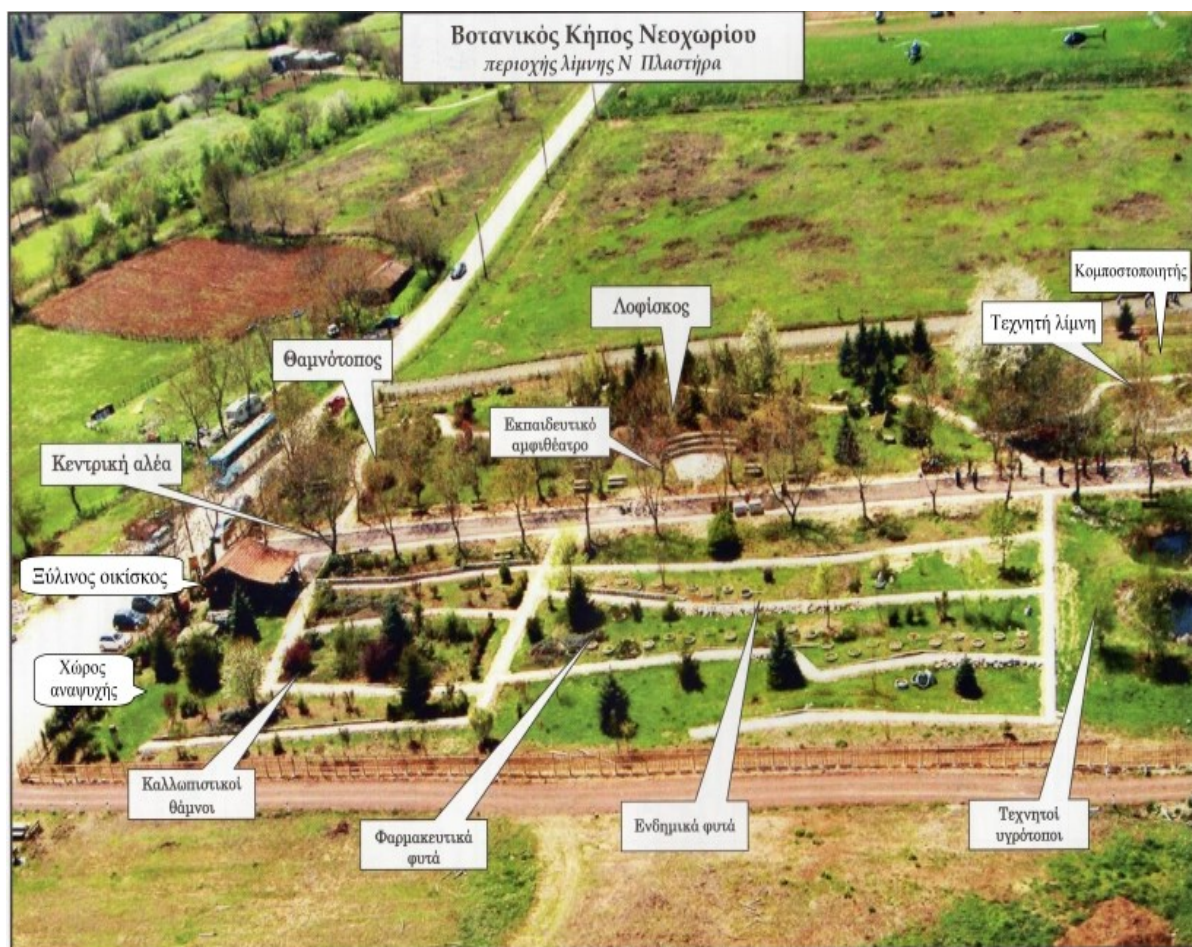


Εικόνα 16. Τοξοβόλος πλησίον της λίμνης (kathimerini.gr)

Παρατήρηση άγριας ζωής: Η συγκεκριμένη δραστηριότητα επιτυγχάνεται μέσω του παρατηρητηρίου της λίμνης και του βοτανικού κήπου στο χωριό Νεοχώρι. Το πρώτο δίνει τη δυνατότητα στον επισκέπτη να αγναντέψει τους χαρακτηριστικούς σχηματισμούς των αναδιπλώσεων (φιόρδ) στις όχθες της λίμνης, την ιδιαίτερα πλούσια ορνιθοπανίδα και το κατάφυτο νησάκι της από ύψος 1350 μ., με τη θέα αν η ατμόσφαιρα είναι καθαρή να φτάνει μέχρι τον Όλυμπο. Ο δεύτερος αποτελεί καταφύγιο δεκάδων φυτικών ειδών, μεταξύ των οποίων τα ενδημικά και τα φαρμακευτικά, ενώ υπάρχει και η μικρή τεχνητή λίμνη, με τα είδη των ψαριών του γλυκού νερού να συμπληρώνουν το μωσαϊκό της βιοποικιλότητας του φυσικού αυτού μουσείου. Επιπλέον δίνεται στον επισκέπτη η δυνατότητα να δει από κοντά και να θαυμάσει ένα πλήθος από καλλωπιστικά φυτά και διάφορα ακόμα είδη της ελληνικής και διεθνούς χλωρίδας και πανίδας. Τέλος υπάρχει και το εκπαιδευτικό αμφιθέατρο για τη διεξαγωγή ομιλιών αλλά και διάφοροι άλλοι χώροι, οι οποίοι διατίθενται για την πραγματοποίηση πολιτιστικών και αναψυχικών δραστηριοτήτων, όπως η έκθεση φωτογραφιών και η δανειστική βιβλιοθήκη.



Εικόνα 17. Πανοραμική άποψη της λίμνης από το παρατηρητήριο (plastiras-ota.gr)



Εικόνα 18. Ο χάρτης του βοτανικού κήπου (botanikoskiposneoxoriou.wordpress.com)

Συλλογήμανιταριών: Κατέχει εξέχουσα θέση στην τοπική γαστρονομική και πολιτιστική κουλτούρα, αφού κάθε χρόνο διοργανώνεται η γιορτήμανιταριού “Μαρτιάτικα” με τον ερχομό της άνοιξης στο χωριό Νεοχώρι που είδαμε και προηγουμένως. Τόσο στα δρυοδάση όσο και στο ελατόδασος της λίμνης, απαντάται ποικιλία εδώδιμων μανιταριών, αφού οι υγρές συνθήκες σε συνδυασμό με την οργανική ύλη που συσσωρεύεται δημιουργούν εξαιρετικές συνθήκες για την ανάπτυξή τους. Επιπλέον το ότι δεν υλοτομούνται πλέον, καθιστά τα δάση αυτά ενδιαυτήματα ειδών όπως οι μυγοκτόνοι αμανίτες (*Amanita muscaria*), τα ζαρκαδίσια (*Macrolepiota procera*), οι βωλίτες (*Boletus edulis*) και οι λακτάριοι (*Lactarius deliciosus*).



Εικόνες 19, 20. Ζαρκαδίσιο (*Macrolepiota procera*) και Κορτινάριος (*Cortinarius varius*), (topoguide.gr)

Από τα παραπάνω γίνεται σαφές ότι η επιλογή της συγκεκριμένης περιοχής για ενδελεχή έρευνα και μελέτη μόνο τυχαία δεν έγινε, αφού όπως προαναφέρθηκε αποτελεί έναν εκ των κορυφαίων οικοτουριστικών προορισμών της χώρας μας. Σκοπό της παρούσας έρευνας αποτελεί η οικοτουριστική προσέγγιση της λίμνης Πλαστήρα και η ανάδειξη της ήδη υπάρχουσας προόδου στον τομέα αυτό, όπως και η διατύπωση προτάσεων για την περαιτέρω ανάπτυξη και άνθιση του οικοτουρισμού σε συνδυασμό με τη δασική αναψυχή. Όπως σε κάθε έρευνα, έτσι και στη συγκεκριμένη υπήρξαν κάποιες αρχικές υποθέσεις, οι οποίες ωστόσο δεν επαληθεύτηκαν στο βαθμό που αναμέναμε, αφού αντί για ποικιλία απαντήσεων διαπιστώθηκε ότι οι άνδρες και οι γυναίκες που ρωτήσαμε ανταποκρίθηκαν με παρόμοιο τρόπο στις ερωτήσεις μας, ιδιαίτερα όσον αφορά το κομμάτι των επισκεπτών/τριών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο

ΥΛΙΚΑ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΙ

2.1 Εισαγωγικά στοιχεία

Στη συγκεκριμένη μελέτη εξετάζονται, τόσο οι επιλογές των επισκεπτών/τριών, όσο και διάφορα γενικά στοιχεία των εργαζόμενων-επιχειρηματιών σε μια περιοχή οικότουριστικού ενδιαφέροντος. Για το σκοπό αυτό κρίθηκε απαραίτητη η σύνταξη έντυπου ερωτηματολογίου και η διανομή του στις παραπάνω κατηγορίες ανθρώπων. Το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε σε συνολικά 117 επισκέπτες/τριες και 20 εργαζόμενους-επιχειρηματίες, οι οποίοι δραστηριοποιούνται σε καταστήματα και επιχειρήσεις στην ευρύτερη περιοχή του δήμου Πλαστήρα.

2.2 Σχεδιασμός της έρευνας

Η συγγραφή του ερωτηματολογίου ξεκίνησε τον Μάρτιο του 2024 και ολοκληρώθηκε τον Μάιο του ίδιου έτους. Στη συνέχεια και συγκεκριμένα τον Ιούλιο του 2024 επισκεφθήκαμε το χωριό Νεράιδα, όπου και διανείμαμε τα ερωτηματολόγια σε νεαρά κυρίως άτομα. Το ίδιο έγινε και σε αρκετές τουριστικές υποδομές/ξενοδοχειακές μονάδες με μικρή ανταπόκριση των επιχειρηματιών. Τέλος σε εκδήλωση που πραγματοποιήθηκε από τον δήμο Πλαστήρα διανεμήθηκε και εκεί ένας μεγάλος αριθμός ερωτηματολογίων στους παρευρισκόμενους.

2.3 Ερωτηματολόγιο της έρευνας

Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από τρία σκέλη, ένα κοινό για τους επισκέπτες και τους εργαζόμενους/επιχειρηματίες και δύο διαφορετικά για την καθεμιά κατηγορία. Στο πρώτο σκέλος περιλαμβάνονται τέσσερις γενικές ερωτήσεις (φύλο, ηλικία, επάγγελμα και μορφωτικό επίπεδο), ενώ στο δεύτερο και το τρίτο σκέλος τα ερωτήματα είναι πιο ειδικά και αφορούν τόσο στη δράση όσο και στην άποψη των επισκεπτών και των εργαζόμενων-επιχειρηματιών, για διάφορα θέματα που σχετίζονται με τη λίμνη. Τα ερωτήματα είναι κλειστού τύπου και πολλαπλών επιλογών. Για την όσο πιο “ποσοτικοποιημένη” απόδοση των ποιοτικών ερωτημάτων χρησιμοποιήθηκε η κλίμακα του Likert (πχ Καθόλου-Μέτρια-Λίγο-Πολύ-Πάρα πολύ).

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ
ΘΕΜΑ: ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗ ΛΙΜΝΗ ΠΛΑΣΤΗΡΑ (ΓΙΑ
ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥΣ-ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ ΚΑΙ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΑΥΤΗΣ)
Ι. ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ (ΚΟΙΝΕΣ ΚΑΙ ΓΙΑ ΤΙΣ ΔΥΟ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΩΝ
ΕΡΩΤΩΜΕΝΩΝ)

- 1) Φύλο :
☐ Άρρεν ☐ Θήλυ
- 2) Ηλικία :
☐ <25 ετών(μαθητής/φοιτητής)
☐ 25-40 ετών(ενήλικας-παραγωγική ηλικία)
☐ 45-65 ετών(μέση ηλικία)
☐ >65 ετών(υπερήλικας)
- 3) Επάγγελμα :
☐ Άνεργος ☐ Μαθητής/Φοιτητής ☐ Δημόσιος Υπάλληλος
☐ Ελεύθερος Επαγγελματίας ☐ Άλλο
- 4) Μορφωτικό/κοινωνικό επίπεδο :
☐ Αναλφάβητος/η
☐ Τελειόφοιτος Δημοτικού
☐ Τελειόφοιτος Γυμνασίου
☐ Τελειόφοιτος Λυκείου(ΓΕΛ, ΕΠΑΛ, Εσπερινού)
☐ Απόφοιτος Τμήματος Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης (ΑΕΙ/ΤΕΙ,ΟΑΕΔ, δημόσιο/ιδιωτικό ΙΕΚ κτλ.)
☐ Άλλο (κάτοχος μεταπτυχιακού, διδακτορικού κτλ.)

II. ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ (ΓΙΑ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΤΗΣ ΛΙΜΝΗΣ)

- 1) Πόσο συχνά επισκέπτεστε τη λίμνη:
☐ Καθόλου ☐ Σπάνια (1 φορά τον χρόνο ή/και λιγότερο) ☐ Κάποιες φορές (Ανά 3-6 μήνες)
☐ Συχνά (1 φορά στους 2 μήνες) ☐ Πολύ συχνά (πάνω από 1 φορά το μήνα)
- 2) Πόσο περίπου διαρκεί η παραμονή σας στη λίμνη (περιήγηση ,στάση για φαγητό κτλ.) :
☐ Καθόλου (δεν επισκέπτομαι τη λίμνη)
☐ 1-3 ώρες
☐ 3-6 ώρες(μισή μέρα)
☐ Περισσότερο από 6 ώρες (μονοήμερη εκδρομή)
☐ Παραπάνω από 1 ημέρα (διανυκτέρευση)
- 3) Με τι ασχολείστε κατά την παραμονή σας στη λίμνη (μπορείτε να τσεκάρετε πάνω από μια επιλογή):
☐ Περιήγηση (περπάτημα, πικνίκ, λήψη φωτογραφιών κτλ.)
☐ Παρατήρηση πτηνών, θηλαστικών, εντόμων, ψαριών και/ή άλλων ειδών (μέσω παρατηρητηρίου κτλ.)
☐ Διαμονή/στέγαση κ' εστίαση (σε τοπικά εστιατόρια, ξενοδοχεία, καταλύματα και γενικώς φορείς τουριστικού ή παρομοίου ενδιαφέροντος)
☐ Συμμετοχή σε αθλητικές/αναψυχικές δραστηριότητες(κυνήγι, αλιεία/ψάρεμα, ράφτινγκ, κανόε/καγιάκ, παρά πέντε, bungee jumping ή αναρρίχηση, τοξοβολία, τζετ σκι ή άλλο υδάτινο σπορ κτλ.)
☐ Άλλο
- 4) Ενημερώνεστε για τις εξελίξεις/εκδηλώσεις στον χώρο της λίμνης:
☐ Ναι ☐ Όχι
- 5) Αν ναι, με ποιον/ους τρόπο/ους λαμβάνετε την ενημέρωση:
☐ Έντυπα μέσα (Τύπος/εφημερίδες, περιοδικά κλπ.)
☐ Ηλεκτρονικά/ψηφιακά μέσα (Τηλεόραση, διαδίκτυο/sites, e-mail κτλπ)
☐ Μέσω φίλων /Γνωστών
☐ Άλλο

II. ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ (ΓΙΑ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΤΗΣ ΛΙΜΝΗΣ)

6) Θα επιθυμούσατε την ενεργή συμμετοχή στη διαμόρφωση των αποφάσεων σχετικά με το μέλλον της λίμνης, αν είχατε περισσότερο ελεύθερο χρόνο και διαθέσιμα μέσα;

☐ Ναι ☐ Όχι

7) Πώς κρίνετε την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών (γενικά) ;

☐ Καθόλου καλή ☐ Μέτρια ☐ Καλή ☐ Πολύ καλή ☐ Άριστη

8) Θα προτεινάτε την επίσκεψη και πρόσβαση στις υπηρεσίες που παρέχονται στη λίμνη σε φίλους σας ;

☐ Ναι ☐ Όχι

9) Τι πιστεύετε ότι πρέπει να αλλάξει στη δομή και λειτουργία των παρεχόμενων υπηρεσιών ;

☐ Προσωπικό
☐ Εγκαταστάσεις
☐ Θέση (εντός των γεωγραφικών ορίων της λίμνης)
☐ Δεν πρέπει να αλλάξει κάτι
☐ Άλλο

10) Έχετε μέλος της οικογένειας, του ευρύτερου συγγενικού κύκλου ή στενό φίλο που εργάζεται σε μία από τις επιχειρήσεις πέριξ της λίμνης ;

☐ Ναι ☐ Όχι

11) Εάν «Ναι», πόσο ικανοποιημένος/η σας έχει πει ότι είναι από τις συνθήκες εργασίας του;

☐ Καθόλου ☐ Μέτρια ☐ Καλή ☐ Πολύ καλή ☐ Άριστη

12) Ποιο πιστεύετε ότι είναι το μέλλον του Οικοτουρισμού στην λίμνη τα επόμενα χρόνια ;

☐ Καλό/ευόιονο
☐ Κακό/δυσόιονο
☐ Δεν Γνωρίζω/Δεν Απαντώ,

III . ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ (ΓΙΑ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥΣ/ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ)

1) Πώς ξεκίνησε η Ενασχόλησή σας με τον Κλάδο ;

☐ Προσωπική επιλογή
☐ Προτροπή φίλων/γνωστών
☐ Οικογενειακή επιχείρηση(συνέχιση της οικογενειακής παράδοσης)
☐ Άλλο

2) Σε ποιον επιχειρηματικό κλάδο δραστηριοποιείστε ;

☐ Τουρισμός(κατάλυμα/ξενοδοχειακή μονάδα)
☐ Εστίαση
☐ Εκπαίδευση/ενημέρωση των επισκεπτών σχετικά με την οικολογική/περιβαλλοντική αξία της λίμνης(και της ευρύτερης περιοχής που αυτή καταλαμβάνει)
☐ Αναψυχή(αθλητικές και/ή άλλες δραστηριότητες)
☐ Άλλο

3) Πόσα χρόνια δραστηριοποιείστε επαγγελματικά στη Λίμνη ;

☐ Κανένα(0)
☐ 1-5 χρόνια
☐ 5-10 χρόνια
☐ 10-20 χρόνια
☐ Περισσότερα από 20 χρόνια

4) Πόσα άτομα απασχολεί η επιχείρησή σας ;

☐ 1-ατομική ☐ 2-5 (ή οικογενειακή επιχείρηση) ☐ 5-10 ☐ πάνω από 10 άτομα

5) Πώς κρίνετε την πορεία της επιχείρησής μέχρι τώρα;

☐ Καθόλου καλή ☐ Μέτρια ☐ Καλή ☐ Πολύ καλή ☐ Άριστη

III . ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ (ΓΙΑ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥΣ/ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ)

6) Τι πιστεύετε πως χρειάζεται να βελτιωθεί:

- ☐ Χώρος/τοποθεσία ☐ Προσωπικό ☐ Εγκαταστάσεις
☐ Διαφημιστική καμπάνια ☐ Άλλο

7) Ενημερώνετε τον γενικό πληθυσμό για τη δραστηριότητά σας:

- ☐ Ναι ☐ Όχι

8) Αν ναι, με ποιον/ους τρόπο/ους πραγματοποιείτε την ενημέρωση:

- ☐ Έντυπα μέσα(τύπος/εφημερίδες, περιοδικά, διανομή φυλλαδίων κλπ.)
☐ Ηλεκτρονικά/ψηφιακά μέσα (Τηλεόραση, διαδίκτυο/sites,e-mail κλπ.)
☐ Άλλο

9) Τι κριτικές(κατά μέσο όρο)έχετε δεχθεί από τους πελάτες-επισκέπτες μέχρι στιγμής :

- ☐ Καλές/θετικές(+) ☐ Κακές/αρνητικές(-) ☐ Ουδέτερες(0) ☐ Δεν έχουμε δεχθεί

10) Πώς αξιολογείτε το περιβάλλον εργασίας :

- ☐ Καθόλου καλό ☐ Μέτριο ☐ Καλό ☐ Πολύ καλό ☐ Άριστο

11) Πιστεύετε ότι οι παρεμβάσεις (φορέων κι επιστημόνων) στην περιοχή έχουν διευκολύνει ή δυσχεράνει τις δραστηριότητές σας :

- ☐ Έχουν διευκολύνει ☐ Έχουν δυσχεράνει ☐ Δεν έχουν επηρεάσει τις δραστηριότητές μας

12) Θεωρείτε ότι ο ρόλος της λίμνης είναι περισσότερο ερευνητικός ή ψυχαγωγικός:

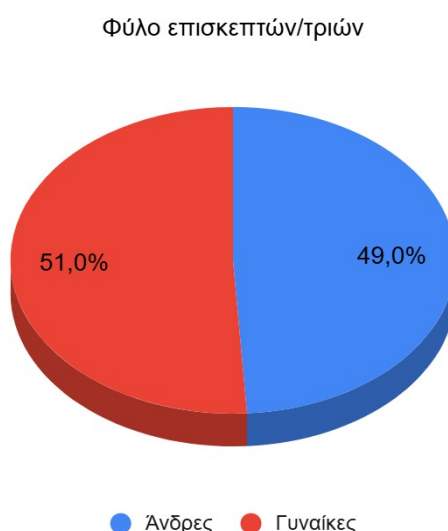
- ☐ Ερευνητικός ☐ Ψυχαγωγικός ☐ Και τα δύο ☐ Άλλο

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ-ΣΥΖΗΤΗΣΗ

3.1 Επισκέπτες/τριες λίμνης(γενικά στοιχεία)

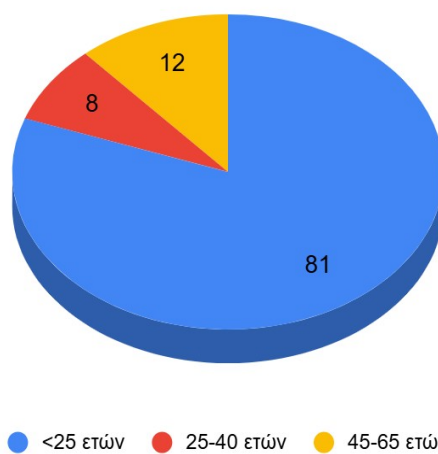
Σύμφωνα με το πρώτο μέρος των ερωτηματολογίων (όπου καταγράφηκαν τα γενικά χαρακτηριστικά του δείγματος) και συγκεκριμένα με το Διάγραμμα 1, πληροφορούμαστε σχετικά με το φύλο των επισκεπτών/τριών. Βλέπουμε λοιπόν ότι οι γυναίκες υπερτερούν οριακά των ανδρών με ποσοστό 51% έναντι 49% αντίστοιχα. Συνεπώς το φύλο των επισκεπτών/τριών είναι/μπορεί να θεωρηθεί σχεδόν ισόποσα “μοιρασμένο”.



Διάγραμμα 1. Η κατανομή του φύλου των επισκεπτών/τριών.

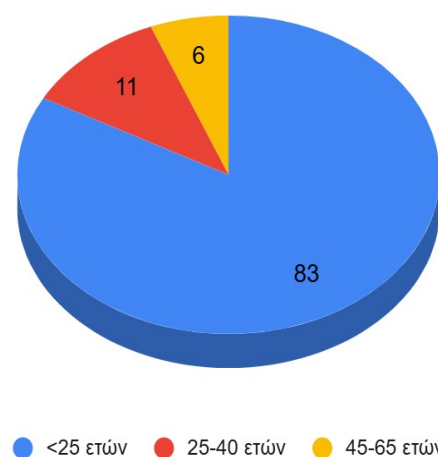
Εν συνεχεία καταγράφηκε η ηλικία των επισκεπτών/τριών (Διαγράμματα 2, 3, 4). Σε αυτή παρατηρούμε, ότι συντριπτική ήταν η πλειοψηφία των νεαρών ατόμων (<25 ετών), καθότι στην έρευνα έλαβαν μέρος κατά κύριο λόγο φοιτητές/τριες.

Ηλικία επισκεπτών/τριών (%)



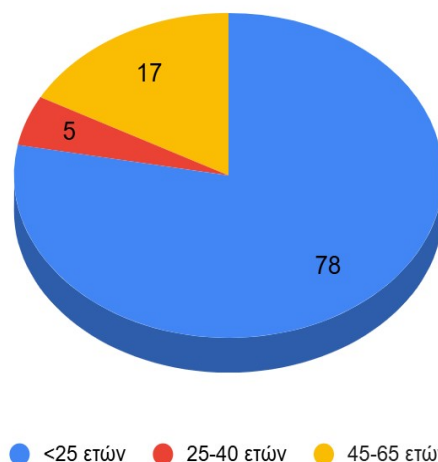
Διάγραμμα 2. Η κατανομή της ηλικίας των επισκεπτών/τριών.

Ηλικία επισκεπτών (%)



Διάγραμμα 3. Η κατανομή της ηλικίας των επισκεπτών.

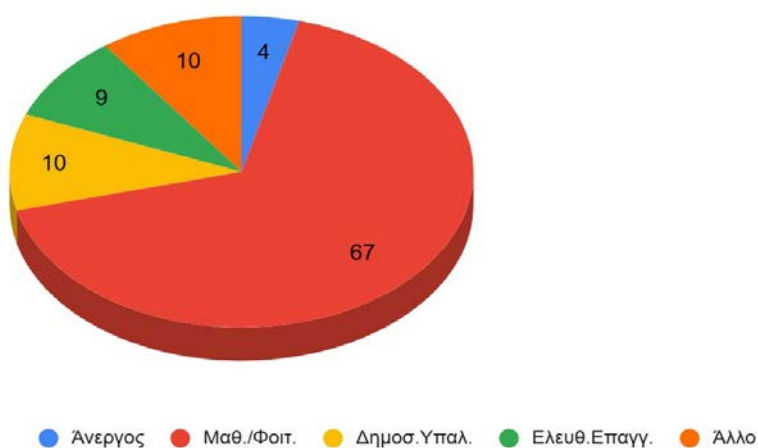
Ηλικία επισκεπτρών (%)



Διάγραμμα 4. Η κατανομή της ηλικίας των επισκεπτρών.

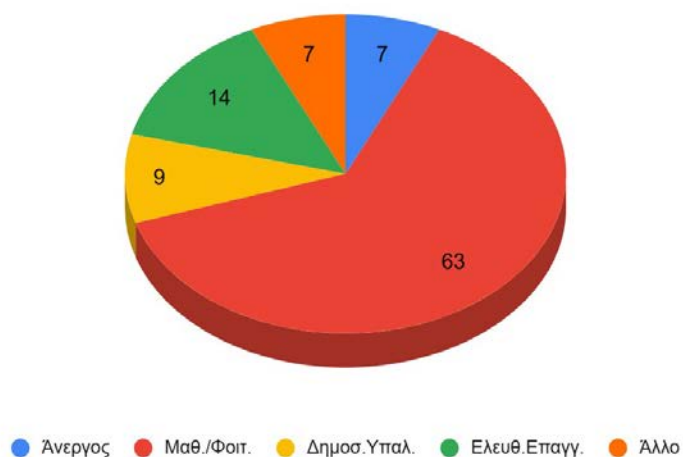
Όσον αφορά την επαγγελματική ενασχόληση των επισκεπτών/τριών (Διαγράμματα 5, 6, 7), διαπιστώνουμε πως την πλειοψηφία των απαντήσεων καταλαμβάνουν οι μαθητές/φοιτητές, διότι όπως προαναφέρθηκε οι τελευταίοι συμμετείχαν κατά βάση στην έρευνα.

Επάγγελμα επισκεπτών/τριών (%)



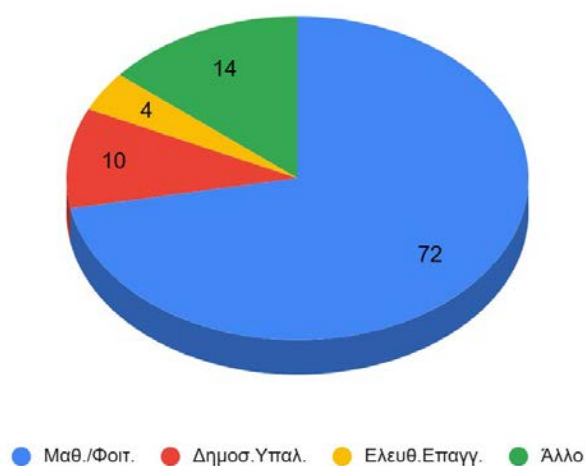
Διάγραμμα 5. Η επαγγελματική δραστηριότητα των επισκεπτών/τριών.

Επάγγελμα επισκεπτών (%)



Διάγραμμα 6. Η επαγγελματική δραστηριότητα των επισκεπτών.

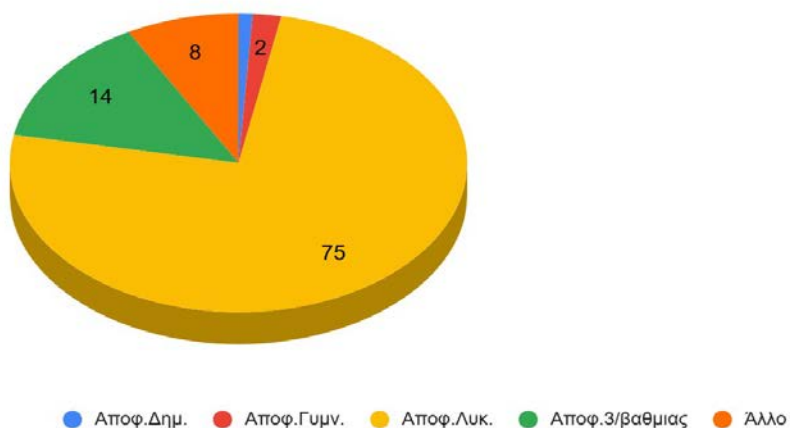
Επάγγελμα επισκεπτριών (%)



Διάγραμμα 7. Η επαγγελματική δραστηριότητα των επισκεπτριών.

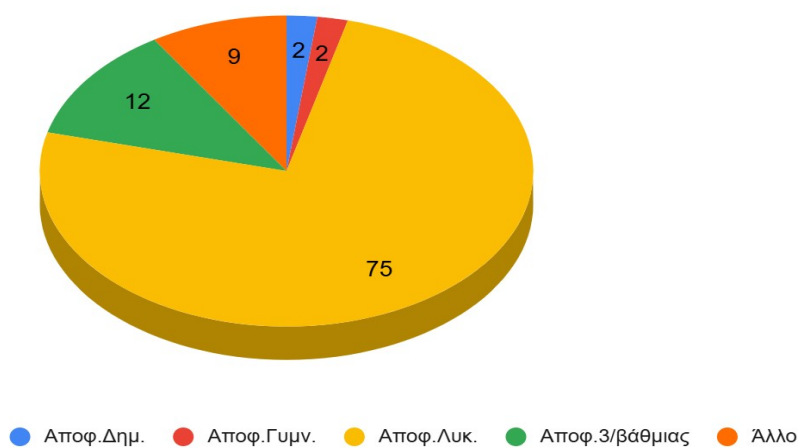
Επιπλέον σε ο,τι έχει να κάνει με το μορφωτικό επίπεδο των επισκεπτών/τριών, τα $\frac{3}{4}$ (75%) των ερωτηθέντων είναι απόφοιτοι λυκείου για το λόγο που αναφέρθηκε παραπάνω (Διαγράμματα 8, 9, 10).

Μορφωτικό επίπεδο επισκεπτών/τριών (%)



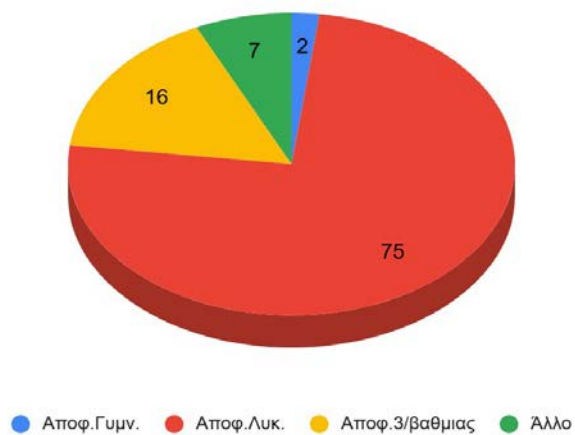
Διάγραμμα 8. Το μορφωτικό επίπεδο των επισκεπτών/τριών.

Μορφωτικό επίπεδο επισκεπτών (%)



Διάγραμμα 9. Το μορφωτικό επίπεδο των επισκεπτών.

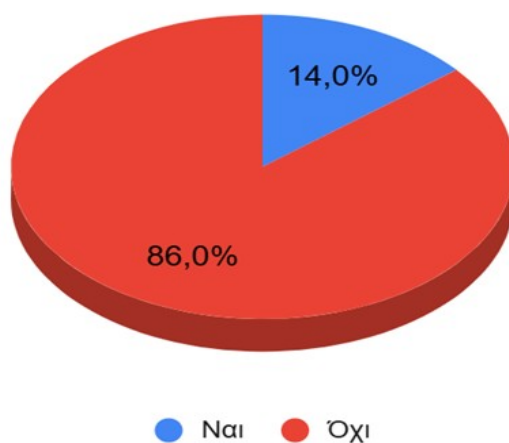
Μορφωτικό επίπεδο επισκεπτριών (%)



Διάγραμμα 10. Το μορφωτικό επίπεδο των επισκεπτριών.

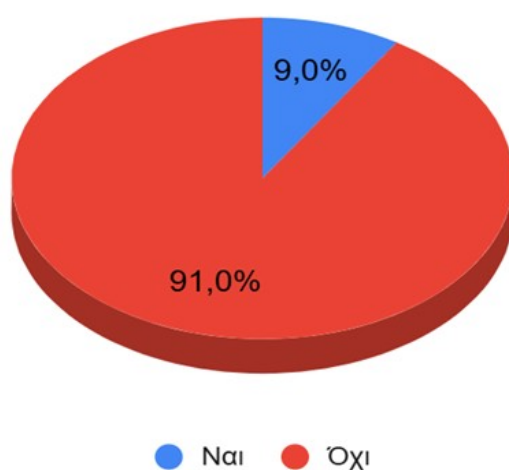
Τέλος η παρουσία κοντινού ατόμου των επισκεπτών/τριών σε επιχείρηση κινήθηκε σε ιδιαίτερα χαμηλά επίπεδα για τον προαναφερθέντα λόγο (Διαγράμματα 11, 12, 13).

Παρουσία κοντινού ατόμου σε
επιχείρηση (των επισκεπτών/τριών)



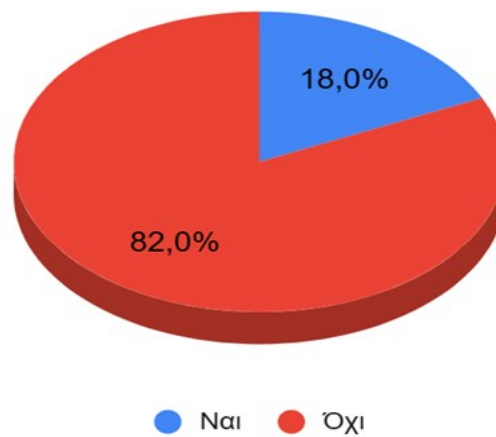
Διάγραμμα 11. Η παρουσία (ή μη) κοντινού ατόμου των επισκεπτών/τριών, σε επιχείρηση που δραστηριοποιείται στη λίμνη.

Παρουσία κοντινού ατόμου σε
επιχείρηση (των επισκεπτών)



Διάγραμμα 12. Η παρουσία (ή μη) κοντινού ατόμου των επισκεπτών, σε επιχείρηση που δραστηριοποιείται στη λίμνη.

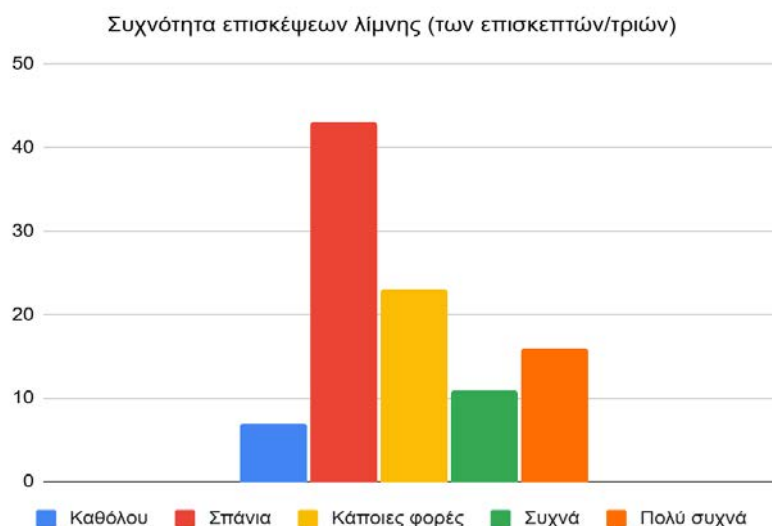
Παρουσία κοντινού ατόμου σε
επιχείρηση (των επισκεπτριών)



Διάγραμμα 13. Η παρουσία (ή μη) κοντινού ατόμου των επισκεπτριών, σε επιχείρηση που δραστηριοποιείται στη λίμνη.

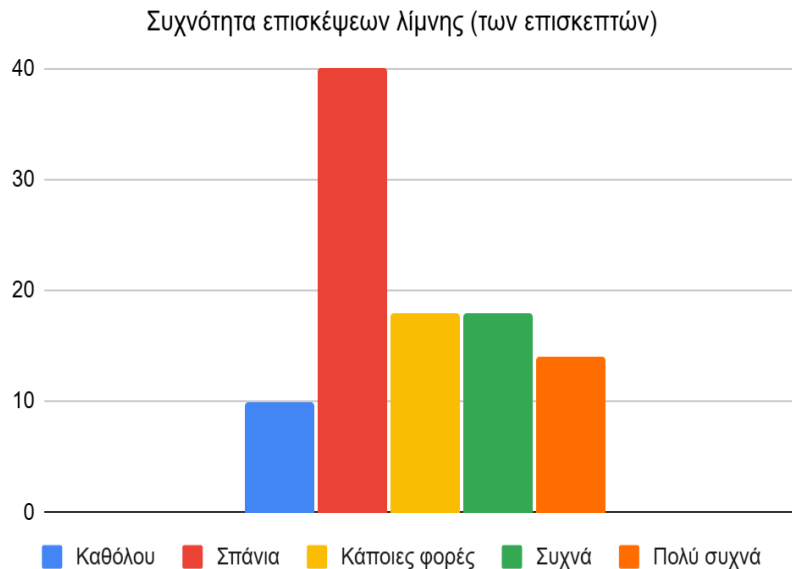
3.2 Επισκέπτες/τριες λίμνης (ειδικές ερωτήσεις)

Η συχνότητα επισκέψεων στη λίμνη μας έδωσε τις εξής απαντήσεις (Διάγραμμα 14). Παρατηρούμε πως το 43%, δήλωσε πως επισκέπτεται τη λίμνη σπάνια, ενώ το 23% πως το κάνει κάποιες φορές. Επίσης, το 16% απάντησε “Πολύ συχνά”, το 11% “Συχνά”, ενώ το 7% ότι δεν επισκέπτεται καθόλου τη λίμνη Πλαστήρα. Διαπιστώνουμε λοιπόν πως, ενώ η λίμνη προσελκύει την πλειοψηφία των επισκεπτών δεν το κάνει σε μεγάλη συχνότητα, γεγονός που καταδεικνύει τα περιθώρια βελτίωσης του οικοτουρισμού στην περιοχή.



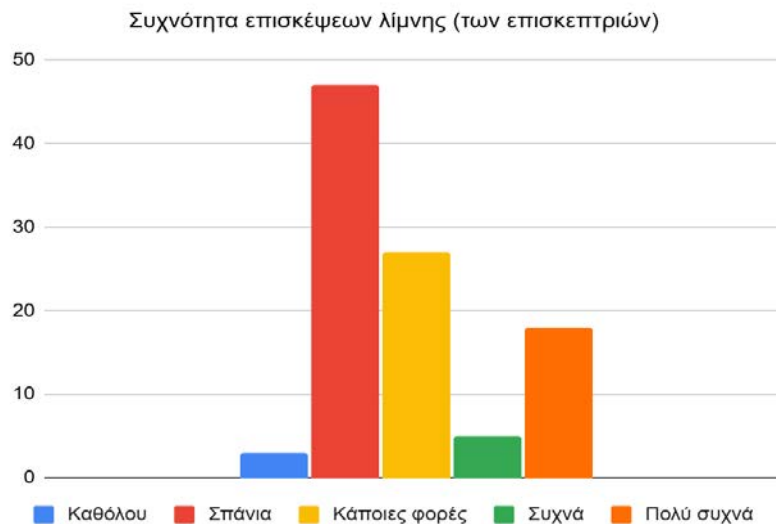
Διάγραμμα 14. Η συχνότητα επισκέψεων στη λίμνη από τους/τις επισκέπτες/τριες (Καθόλου:7%, Σπάνια:43%, Κάποιες φορές:23%, Συχνά:11%, Πολύ συχνά:16%).

Στους άνδρες το 40% δήλωσε πως επισκέπτεται τη λίμνη σπάνια, ενώ ίσα ποσοστά, κατέγραψαν οι απαντήσεις “Κάποιες φορές” και “Συχνά” με ποσοστό 18% έκαστη. Επίσης το 14% δήλωσε πως το κάνει “Πολύ συχνά”, ενώ το 10% ότι δεν επισκέπτεται καθόλου τη λίμνη (Διάγραμμα 15). Από τα παραπάνω στοιχεία συμπεραίνουμε ότι η λίμνη δεν αποτελεί τακτικό προορισμό για την πλειοψηφία των ανδρών.



Διάγραμμα 15. Η συχνότητα των επισκέψεων στη λίμνη από τους επισκέπτες (Καθόλου:10%, Σπάνια:40%, Κάποιες φορές:18%, Συχνά:18%, Πολύ συχνά:14%).

Στις γυναίκες περίπου οι μισές (47%) δήλωσαν πως επισκέπτονται τη λίμνη σπάνια, το 27% κάποιες φορές, το 18% πολύ συχνά, το 5% συχνά και το 3% καθόλου (Διάγραμμα 16). Από τα παραπάνω προκύπτει ότι όλες σχεδόν έχουν μια επαφή με τη λίμνη, γεγονός που ενισχύει την προοπτική βελτίωσης του οικοτουρισμού που είδαμε στο μέσο όρο (βλ. Διάγραμμα 14).



Διάγραμμα 16. Η συχνότητα των επισκέψεων στη λίμνη από τις επισκέπτριες (Καθόλου:3%, Σπάνια:47%, Κάποιες φορές:27%, Συχνά:5%, Πολύ συχνά:18%).

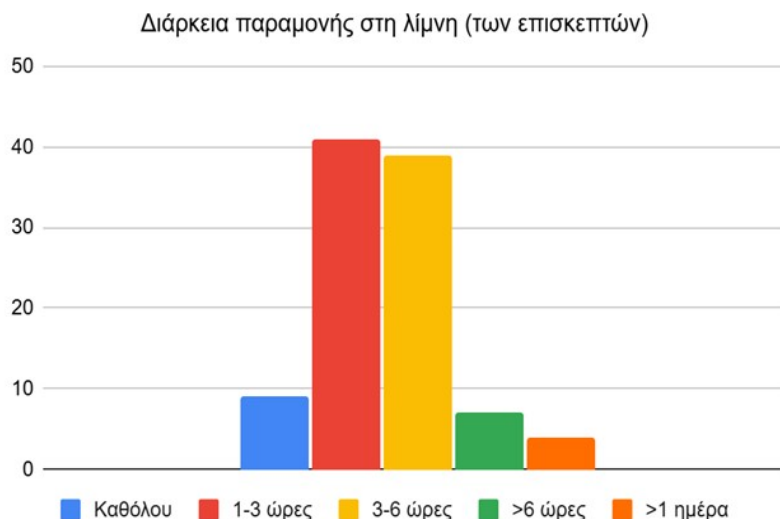
Η διάρκεια παραμονής στη λίμνη μας έδωσε τις εξής απαντήσεις (Διάγραμμα 17). Βλέπουμε πως η απάντηση “1-3 ώρες” καταλαμβάνει το 42%, ενώ περίπου το 1/3 (34%) απάντησε “3-6 ώρες”.

Περισσότερες από 6 ώρες δήλωσε πως διαμένει το 11%, ενώ σχεδόν ίσα καταγράφηκαν τα ποσοστά, των απαντήσεων “Παραπάνω από 1 ημέρα” και “Καθόλου” (7% και 6% αντίστοιχα). Διαπιστώνουμε πως παρόλο που η συντριπτική πλειοψηφία αφιερώνει κάποιες ώρες, ένα μικρό μόνο ποσοστό επενδύει μεγάλο μέρος του ελεύθερου του χρόνου στο να επισκεφθεί τη λίμνη και να αξιοποιήσει τις δυνατότητες που αυτή παρέχει.



Διάγραμμα 17. Η διάρκεια παραμονής των επισκεπτών/τριών στη λίμνη (Καθόλου:6%, 1-3 ώρες:42%, 3-6 ώρες:34%, >6 ώρες:11%, >1 ημέρα:7%).

Στους άνδρες εξαιρετικά “κοντά” μεταξύ τους, καταγράφηκαν τα ποσοστά των απαντήσεων “1-3 ώρες” και “3-6 ώρες” (41% έναντι 39%). Επίσης, το 9% απάντησε “Καθόλου”, το 7% “>6 ώρες” και το 4% “>1 ημέρα”. Συμπεραίνουμε πως η συντριπτική πλειοψηφία αφιερώνει από 1 έως 6 ώρες (μέσος όρος 3 ώρες) κατά την επίσκεψή της στη λίμνη, ενώ σχεδόν ισόποσα κατανεμήθηκαν τα άκρα των απαντήσεων, με οριακή υπεροχή των πολύωρων έναντι των καθόλου επισκέψεων (11% έναντι 9%, Διάγραμμα 18).



Διάγραμμα 18. Η διάρκεια παραμονής των επισκεπτών στη λίμνη (Καθόλου:9%, 1-3 ώρες:41%, 3-6 ώρες:39%, >6 ώρες:7%, >1 ημέρα:4%).

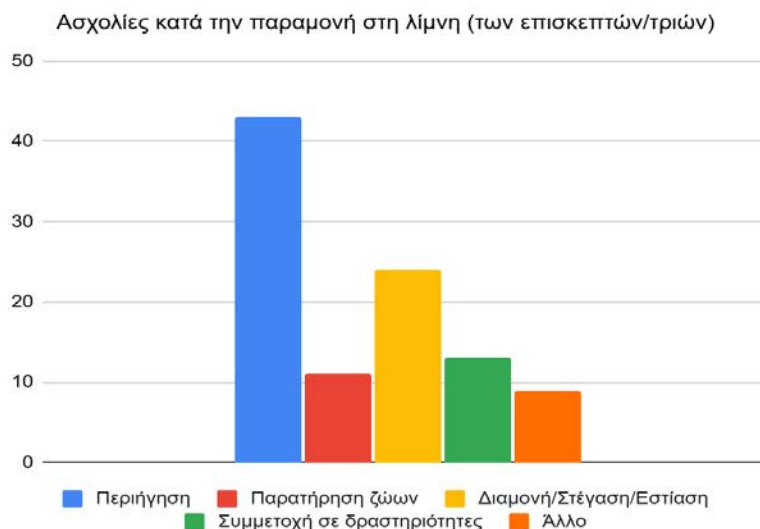
Στις γυναίκες το 43% των επισκέψεων διάρκειας 1-3 ωρών ακολουθεί το 28% διάρκειας 3-6 ωρών. Ακόμη, περισσότερες από 6 ώρες δήλωσε πως διαμένει το 15%, ενώ το 12% ότι το κάνει για πάνω από 1 ημέρα. Τέλος το 2% απάντησε “Καθόλου”, ενώ σαν γενικό συμπέρασμα προκύπτει ότι παρόλο που οι περισσότερες επισκέπτονται τη λίμνη για λίγες μόνο ώρες, αξιοσημείωτο είναι το ποσοστό εκείνων που επιλέγουν την εκτεταμένη παραμονή (27% του δείγματος, Διάγραμμα 19).



Διάγραμμα 19. Η διάρκεια παραμονής των επισκεπτριών στη λίμνη (Καθόλου:2%, 1-3 ώρες:43%, 3-6 ώρες:28%, >6 ώρες:15%, >1 ημέρα:12%).

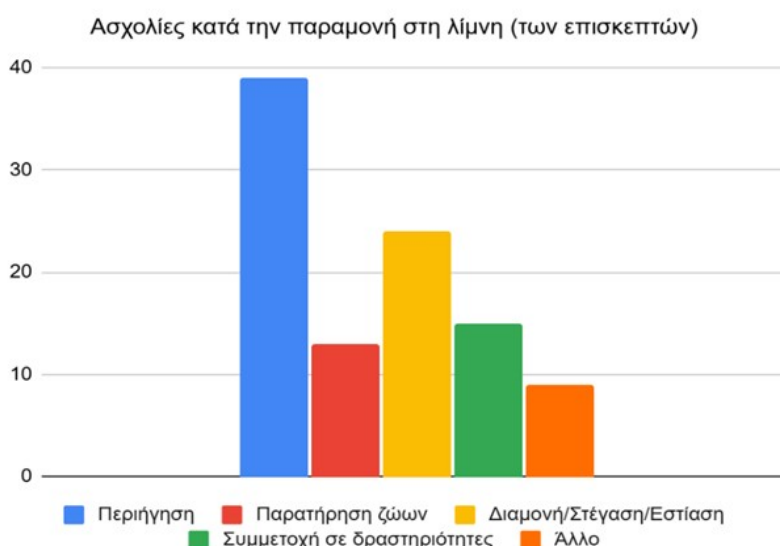
Στην ερώτηση “Με τι ασχολείστε κατά τη διάρκεια της παραμονής σας στη λίμνη;” λάβαμε τις εξής απαντήσεις (Διάγραμμα 20). Παρατηρούμε πως το 43% απάντησε “Περιήγηση”, το 24% “Διαμονή/Στέγαση/Εστίαση” και το 13% “Συμμετοχή σε αθλητικές/αναψυχικές δραστηριότητες”. Ακόμα το 11%, δήλωσε πως επιλέγει την παρατήρηση πτηνών, θηλαστικών, εντόμων κτλπ., ενώ το

9% απάντησε “Άλλο” στο ανωτέρω ερώτημα. Συμπεραίνουμε πως η πλειοψηφία επιλέγει τόσο τη χαλάρωση, όσο και την οργανωμένη διαμονή.



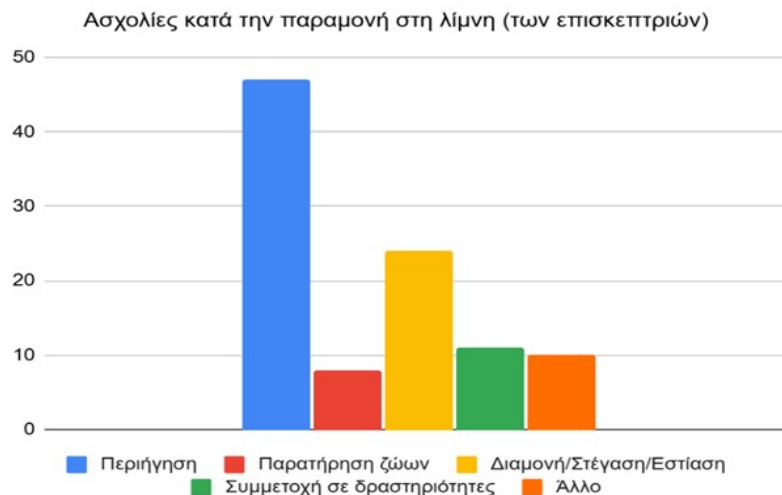
Διάγραμμα 20. Οι ασχολίες των επισκεπτών/τριών στη λίμνη (Περιήγηση:43%, Παρατήρηση ζώων:11%, Διαμονή/Στέγαση/Εστίαση:24%, Συμμετοχή σε δραστηριότητες:13%, Άλλο:9%).

Όσον αφορά τους άνδρες (Διάγραμμα 21) το 39% της απάντησης “Περιήγηση” διαδέχεται η απάντηση “Διαμονή/Στέγαση/Εστίαση” με 24%, ενώ ακολουθούν οι απαντήσεις “Συμμετοχή σε δραστηριότητες”, “Παρατήρηση ζώων” και “Άλλο” με ποσοστά 15%, 13% και 9% αντίστοιχα. Από τα παραπάνω διαπιστώνουμε ότι οι περισσότεροι επιλέγουν τις λιγότερο ενεργητικές δραστηριότητες όπως είδαμε και στον μέσο όρο (βλ. Διάγραμμα 19).



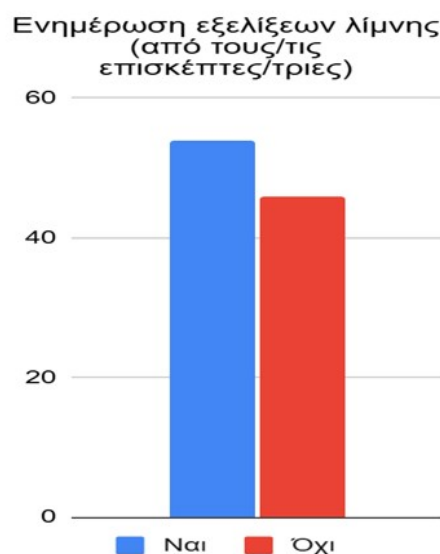
Διάγραμμα 21. Οι ασχολίες των επισκεπτών στη λίμνη (Περιήγηση:39%, Παρατήρηση ζώων:13%, Διαμονή/Στέγαση/Εστίαση:24%, Συμμετοχή σε δραστηριότητες:15%, Άλλο:9%).

Οι γυναίκες από την πλευρά τους, επιλέγουν επίσης σε μεγάλο ποσοστό την περιήγηση (47%), ενώ ακολουθεί η απάντηση “Διαμονή/Στέγαση/Εστίαση” με ποσοστό ίδιο με εκείνο των ανδρών (24%). Επιπλέον παραπλήσια ποσοστά, καταγράφονται στις απαντήσεις “Συμμετοχή σε δραστηριότητες”, “Άλλο” και “Παρατήρηση ζώων” (11%, 10% και 8% αντίστοιχα, Διάγραμμα 22). Τέλος ισχύει ο,τι και στις ανωτέρω περιπτώσεις (βλ. Διαγράμματα 19, 20).

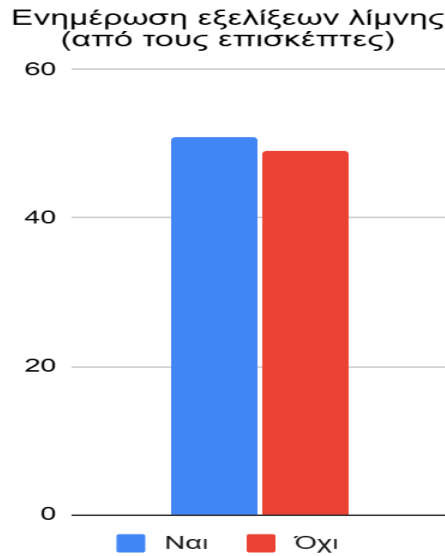


Διάγραμμα 22. Οι ασχολίες των επισκεπτριών στη λίμνη (Περιήγηση:47%, Παρατήρηση ζώων:8%, Διαμονή/Στέγαση/Εστίαση:24%, Συμμετοχή σε δραστηριότητες:11%, Άλλο:10%).

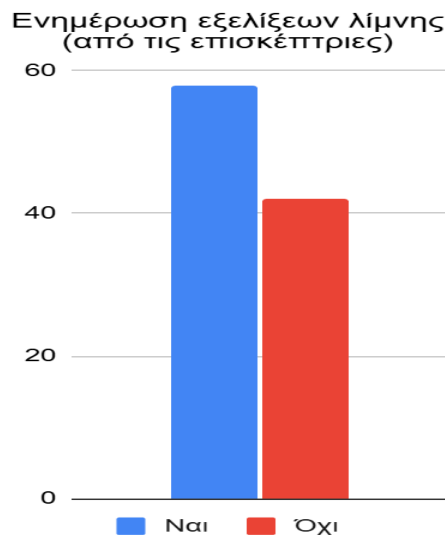
Στην ερώτηση “Ενημερώνεστε για τις εξελίξεις/εκδηλώσεις στο χώρο της λίμνης;” οι απαντήσεις κινήθηκαν σε παρεμφερή επίπεδα (Διαγράμματα 23, 24, 25), ωστόσο οι γυναίκες δείχνουν να ενημερώνονται πιο τακτικά (58% έναντι 42%, Διάγραμμα 25), με μικρή διαφορά από τους άνδρες, οι οποίοι έχουν την ελάχιστη δυνατή απόκλιση “Ναι” έναντι “Όχι” (51% έναντι 49%, Διάγραμμα 24).



Διάγραμμα 23. Η ενημέρωση (ή μη) των επισκεπτών/τριών, για θέματα που σχετίζονται με τη λίμνη (Ναι:54%, Όχι:46%).

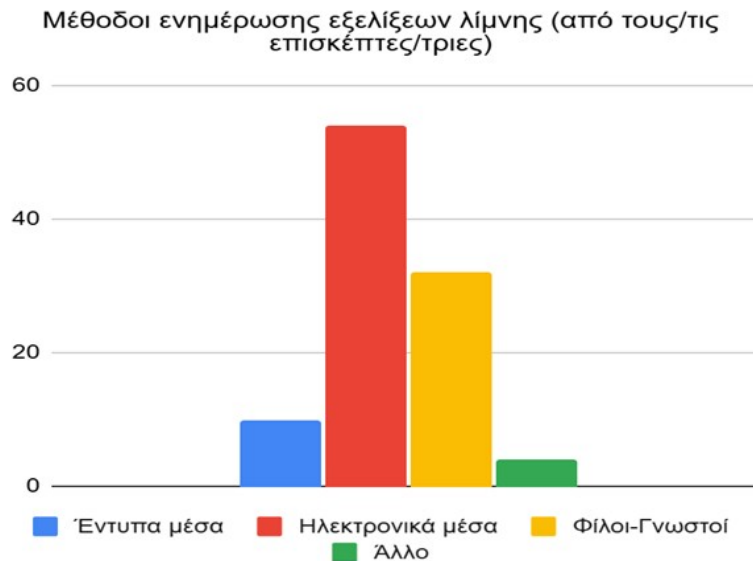


Διάγραμμα 24. Η ενημέρωση (ή μη) των επισκεπτών, για θέματα που σχετίζονται με τη λίμνη (Ναι:51%, Όχι:49%).



Διάγραμμα 25. Η ενημέρωση (ή μη) των επισκεπτριών, για θέματα που σχετίζονται με τη λίμνη (Ναι:58%, Όχι:42%).

Σε συνέχεια του προηγούμενου ερωτήματος ζητήθηκαν από τους/τις ερωτώμενους/ες οι μέθοδοι ενημέρωσής τους (Διάγραμμα 26). Βλέπουμε πως υπερτερούν τα ηλεκτρονικά μέσα (54%), ενώ ακολουθούν οι φίλοι/γνωστοί και τα έντυπα μέσα (32% και 10% αντίστοιχα), με την επιλογή “Άλλο” να συμπληρώνει τις απαντήσεις (4%). Διαπιστώνουμε πως όπως αναμενόταν κυριαρχεί η συμβολή της τεχνολογίας, ενώ φαίνεται να υπάρχει και αρκετή εμπιστοσύνη στα κοντινά τους άτομα. Τέλος τα έντυπα μέσα υποχωρούν ολοένα και περισσότερο σε σύγκριση με παλαιότερες εποχές.

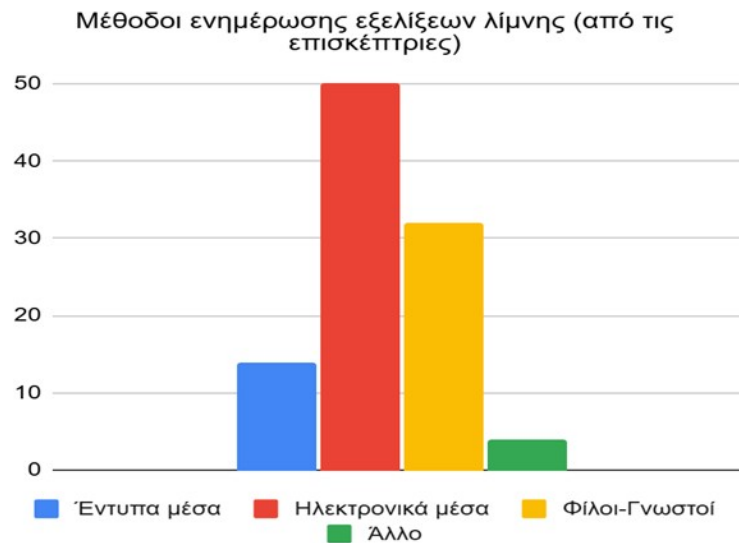


Διάγραμμα 26. Οι μέθοδοι ενημέρωσης των επισκεπτών/τριών, για θέματα που σχετίζονται με τη λίμνη (Έντυπα μέσα:10%, Ηλεκτρονικά μέσα:54%, Φίλοι/Γνωστοί:32%, Άλλο:4%).

Στους άνδρες το 57% δήλωσε ότι επιλέγει ηλεκτρονικά μέσα, το 32% φίλους-γνωστούς, το 7% έντυπα μέσα και το 5% άλλες μεθόδους (Διάγραμμα 27). Οι γυναίκες ενημερώνονται κατά 50% ηλεκτρονικά/ψηφιακά, 32% από φίλους-γνωστούς, 14% έντυπα και 4% από άλλες μεθόδους (Διάγραμμα 28). Διαπιστώνουμε ότι οι τελευταίες προτιμούν ελαφρώς περισσότερο τα έντυπα μέσα σε σχέση με τα ηλεκτρονικά για την ενημέρωσή τους, σε σύγκριση με τα αντίστοιχα ποσοστά των ανδρών.

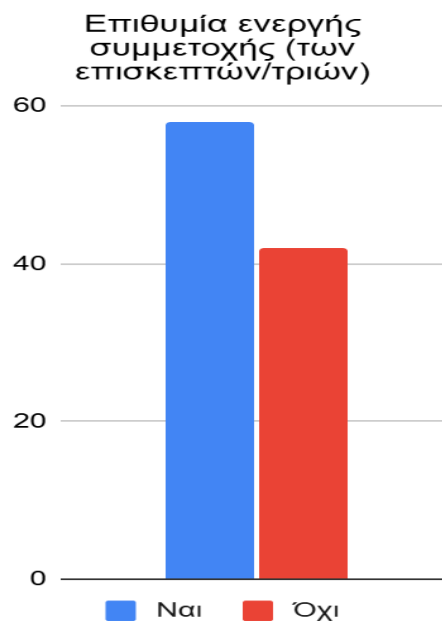


Διάγραμμα 27. Οι μέθοδοι ενημέρωσης των επισκεπτών, για θέματα που σχετίζονται με τη λίμνη (Έντυπα μέσα:7%, Ηλεκτρονικά μέσα:57%, Φίλοι/Γνωστοί:32%, Άλλο:5%).

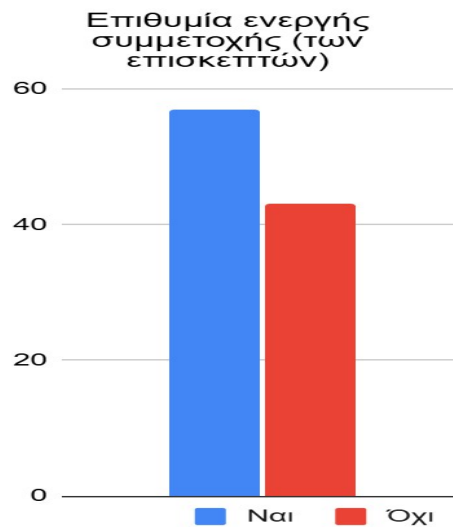


Διάγραμμα 28. Οι μέθοδοι ενημέρωσης των επισκεπτριών, για θέματα που σχετίζονται με τη λίμνη (Έντυπα μέσα:14%, Ηλεκτρονικά μέσα:50%, Φίλοι/Γνωστοί:32%, Άλλο:4%).

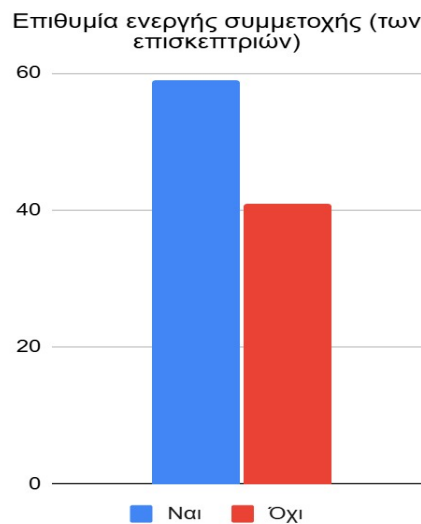
Στο ερώτημα “Θα επιθυμούσατε την ενεργή συμμετοχή στη διαμόρφωση των αποφάσεων σχετικά με το μέλλον της λίμνης, αν είχατε περισσότερο ελεύθερο χρόνο και διαθέσιμα μέσα;”, οι απαντήσεις που δόθηκαν ήταν παρεμφερείς, με τις θετικές να υπερτερούν με μικρή διαφορά των αρνητικών (Διαγράμματα 29, 30, 31).



Διάγραμμα 29. Η επιθυμία των επισκεπτών/τριών, για ενεργή συμμετοχή σχετικά με το μέλλον της λίμνης (Ναι:58%, Όχι:42%).

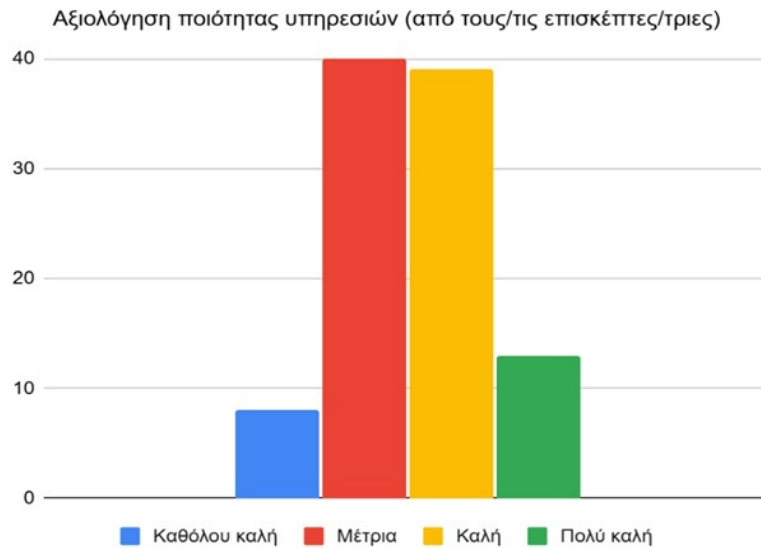


Διάγραμμα 30. Η επιθυμία των επισκεπτών, για ενεργή συμμετοχή σχετικά με το μέλλον της λίμνης (Ναι:57%, Όχι:43%)



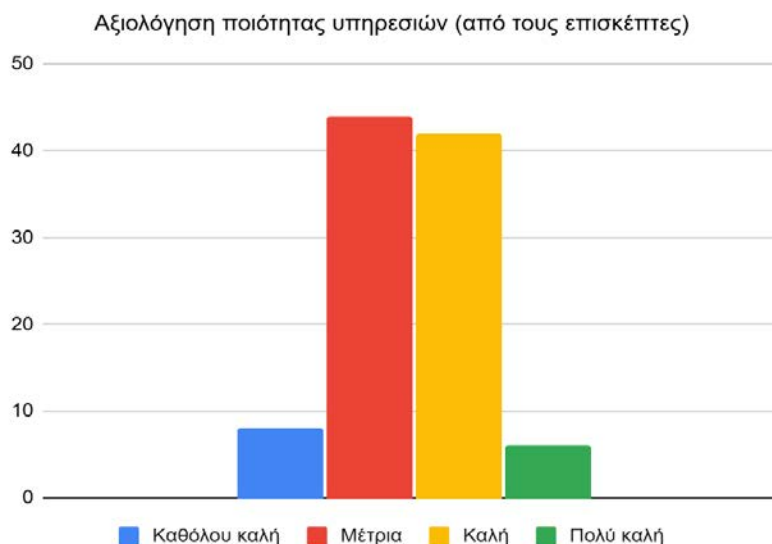
Διάγραμμα 31. Η επιθυμία των επισκεπτριών, για ενεργή συμμετοχή σχετικά με το μέλλον της λίμνης (Ναι:59%, Όχι:41%).

Η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών αξιολογήθηκε από τους επισκέπτες/τριες όπως παρακάτω (Διάγραμμα 32). Διαπιστώνουμε πως η πλειοψηφία απάντησε “Μέτρια” και “Καλή” σε σχεδόν ίσα ποσοστά (40% έναντι 39%). Επίσης το 13% απάντησε “Πολύ καλή”, ενώ το εναπομείναν 8% “Καθόλου καλή”.



Διάγραμμα 32. Η αξιολόγηση της ποιότητας των υπηρεσιών από τους/τις επισκέπτες/τριες (Καθόλου καλή:8%, Μέτρια:40%, Καλή:39%, Πολύ καλή:13%).

Στους άνδρες το 44% δήλωσε πως βρίσκει την ποιότητα των υπηρεσιών μέτρια, το 42% καλή, το 8% καθόλου καλή και το 6% πολύ καλή (Διάγραμμα 33). Διαπιστώνουμε πως ενώ η συντριπτική πλειοψηφία αξιολογεί σχετικά θετικά τις υπηρεσίες, το χαμηλό ποσοστό των πολύ καλών αξιολογήσεων και η ταυτόχρονη ύπαρξη ενός 8% που τις κρίνει ως “καθόλου καλές” υποδηλώνουν την ύπαρξη περιθωρίων βελτίωσης σε αυτές.



Διάγραμμα 33. Η αξιολόγηση της ποιότητας των υπηρεσιών από τους επισκέπτες (Καθόλου καλή:8%, Μέτρια:44%, Καλή:42%, Πολύ καλή:6%).

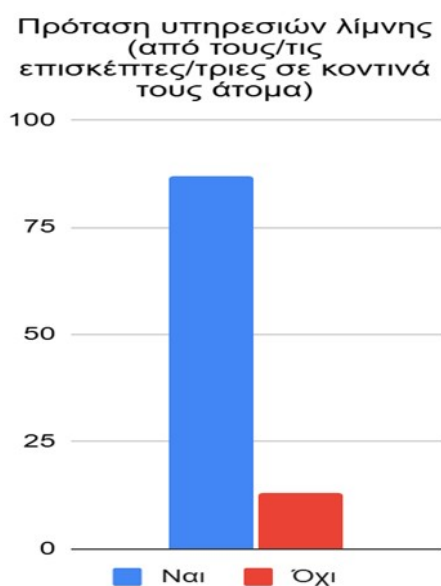
Όσον αφορά στις γυναίκες, το 37% αξιολογεί την ποιότητα των υπηρεσιών ως “Καλή”, το 36% ως “Μέτρια”, το 20% ως “Πολύ καλή” και το 7% ως “Καθόλου καλή”. Γενικά εμφανίζονται

ικανοποιημένες, αφού περισσότερες από τις μισές κρίνουν θετικά τις υπηρεσίες της λίμνης. Ωστόσο η σημαντική παρουσία της "μέτριας" αξιολόγησης δείχνει ότι υπάρχουν περιθώρια για βελτίωση, ώστε να αυξηθεί το ποσοστό των πολύ θετικών απόψεων.

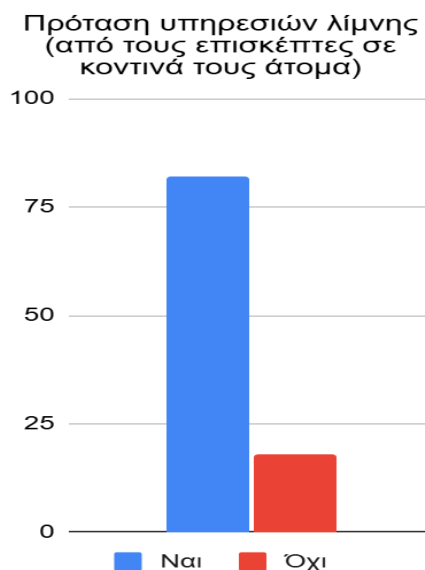


Διάγραμμα 34. Η αξιολόγηση της ποιότητας των υπηρεσιών από τις επισκέπτριες (Καθόλου καλή:7%, Μέτρια:36%, Καλή:37%, Πολύ καλή:20%).

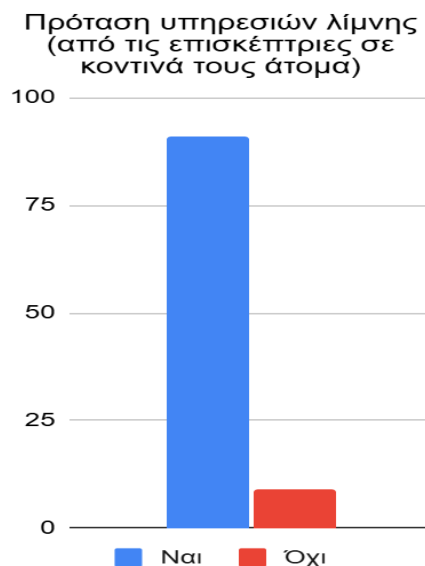
Στην ερώτηση “Θα προτείνατε την επίσκεψη και πρόσβαση στις υπηρεσίες που παρέχονται στη λίμνη σε φίλους σας;” σημειώθηκαν παραπλήσια ποσοστά απαντήσεων, με την απάντηση “Ναι” να υπερτερεί συντριπτικά εκείνης του “Όχι” (Διαγράμματα 35, 36, 37). Ωστόσο βλέπουμε πως οι γυναίκες εμφανίζονται πρόθυμες σε ελαφρώς μεγαλύτερο βαθμό από ο,τι οι άνδρες, σύμφωνα με τα Διαγράμματα 36, 37.



Διάγραμμα 35. Η πρόταση (ή μη) των υπηρεσιών της λίμνης, από τους/τις επισκέπτες/τριες σε κοντινά τους άτομα (Ναι:87%, Όχι:13%).

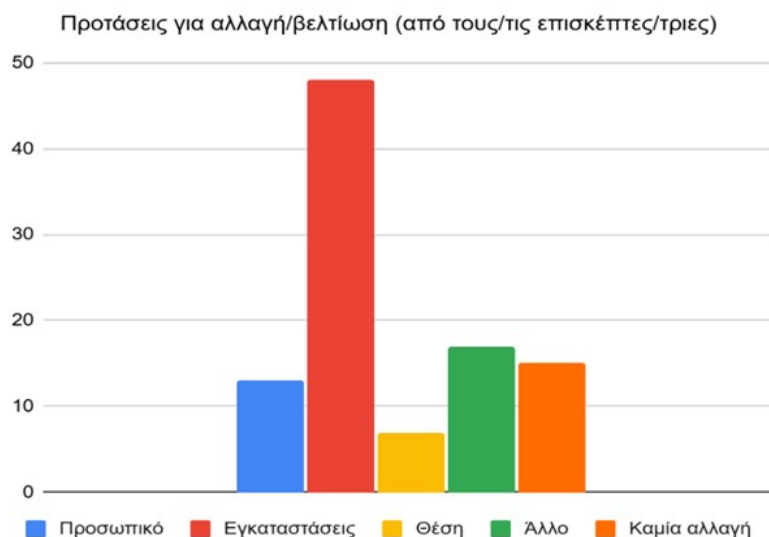


Διάγραμμα 36. Η πρόταση (ή μη) των υπηρεσιών της λίμνης, από τους επισκέπτες σε κοντινά τους άτομα (Ναι:82%, Όχι:18%).



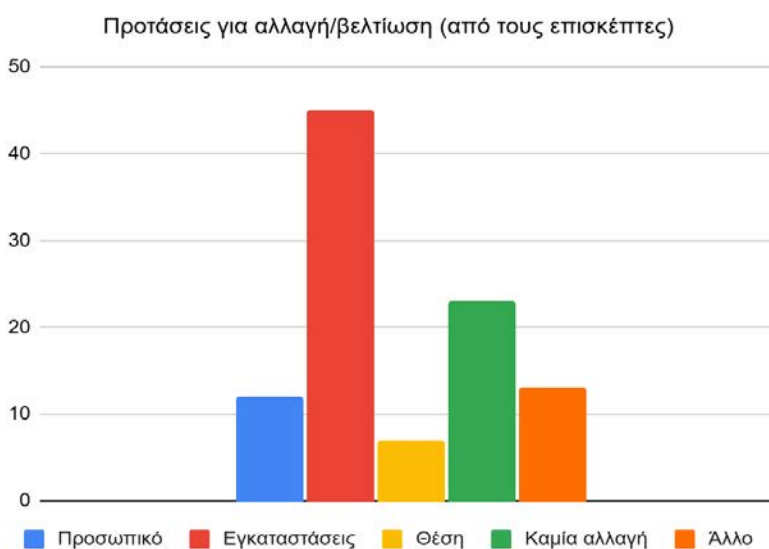
Διάγραμμα 37. Η πρόταση (ή μη) των υπηρεσιών της λίμνης, από τις επισκέπτριες σε κοντινά τους άτομα (Ναι:91%, Όχι:9%).

Στην ερώτηση “Τι πιστεύετε ότι πρέπει να αλλάξει στη δομή και λειτουργία των παρεχόμενων υπηρεσιών;” δόθηκαν οι ακόλουθες απαντήσεις (Διάγραμμα 38). Βλέπουμε πως σχεδόν οι μισοί/ές επισκέπτες/τριες (48%) απάντησαν “Εγκαταστάσεις”, ενώ παραπλήσια ήταν τα ποσοστά των απαντήσεων “Άλλο”, “Καμία αλλαγή” και “Προσωπικό” (17%,15% και 13% αντίστοιχα). Τέλος το 7% δήλωσε πως πρέπει να αλλάξει η θέση τους εντός των γεωγραφικών ορίων της λίμνης. Συμπεραίνουμε πως οι εγκαταστάσεις είναι αυτές που χρήζουν άμεσης βελτίωσης, ενώ οι αλλαγές που προτείνονται δεν βρίσκουν σύμφωνο ένα σημαντικό μέρος του πληθυσμού (Άλλο-Καμία αλλαγή, 32% του δείγματος).

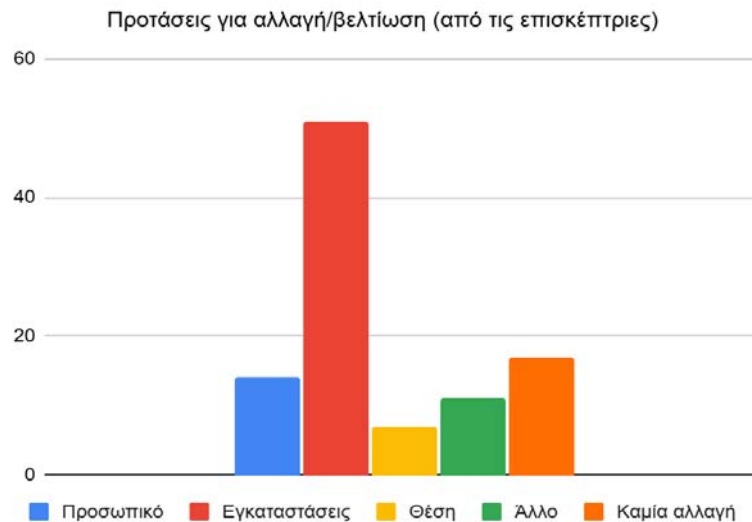


Διάγραμμα 38. Οι προτάσεις για αλλαγή/βελτίωση από τους/τις επισκέπτες/τριες (Προσωπικό:13%, Εγκαταστάσεις:48%, Θέση:7%, Άλλο:17%, Καμία αλλαγή:15%).

Στους άνδρες το 45% απάντησε “Εγκαταστάσεις”, το 23% “Καμία αλλαγή”, το 13% “Άλλο”, το 12% “Προσωπικό” και το 7% “Θέση” (Διάγραμμα 39), ενώ στις γυναίκες τα αντίστοιχα ποσοστά διαμορφώνονται σε 51%, 17%, 14%, 11% και 7% (Διάγραμμα 40). Συμπεραίνουμε ότι σε ένα μικρό βαθμό οι άνδρες εμφανίζονται πιο ικανοποιημένοι από τις επικρατούσες συνθήκες.

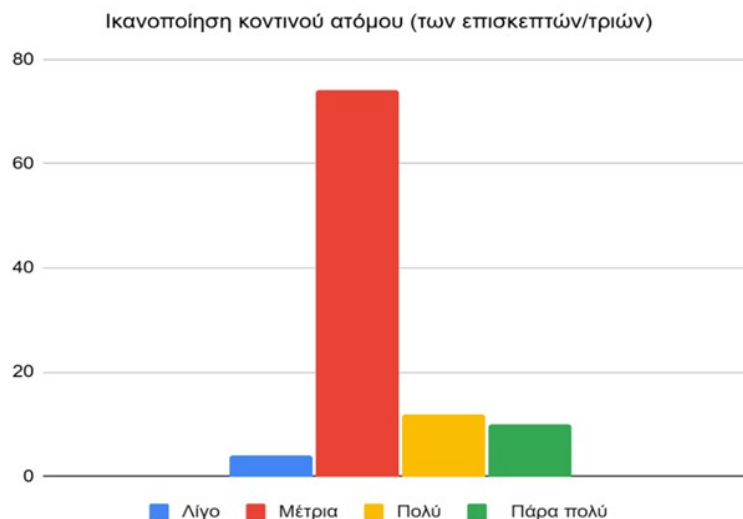


Διάγραμμα 39. Οι προτάσεις για αλλαγή/βελτίωση από τους επισκέπτες (Προσωπικό:12%, Εγκαταστάσεις:45%, Θέση:7%, Καμία αλλαγή:23%, Άλλο:13%).



Διάγραμμα 40. Οι προτάσεις για αλλαγή/βελτίωση από τις επισκέπτριες (Προσωπικό:14%, Εγκαταστάσεις:51%, Θέση:7%, Άλλο:11%, Καμία αλλαγή:17%).

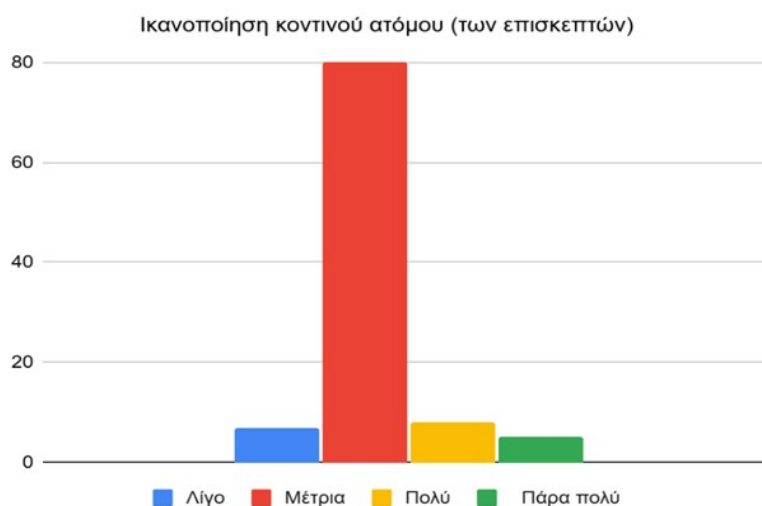
Στο ερώτημα: “Αν έχετε κοντινό άτομο σε επιχείρηση της λίμνης, πόσο ικανοποιημένο σας έχει πει ότι είναι από τις συνθήκες εργασίας του;”, δόθηκαν οι παρακάτω απαντήσεις (Διάγραμμα 41). Παρατηρούμε πως σχεδόν τα $\frac{3}{4}$ (74%) απάντησαν “Μέτρια”, ενώ παραπλήσια ήταν τα ποσοστά των απαντήσεων “Πολύ” και “Πάρα πολύ” (12% έναντι 10%). Τέλος το εναπομείναν ποσοστό απάντησε “Λίγο” (4%). Από τα παραπάνω συμπεραίνουμε πως ενώ επικρατεί γενικά μέτρια ικανοποίηση, ένα σημαντικό ποσοστό δηλώνει αρκετά ικανοποιημένο (Πολύ-Πάρα πολύ, 22% του δείγματος).



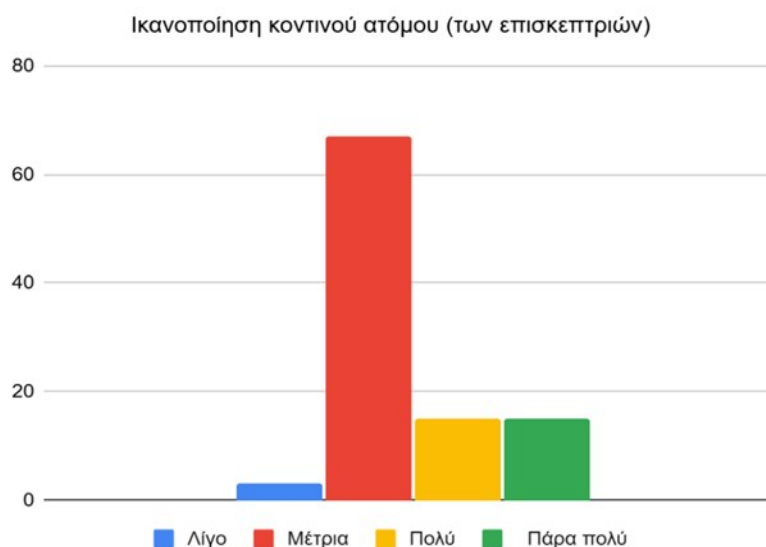
Διάγραμμα 41. Η ικανοποίηση των κοντινών ατόμων των επισκεπτών/τριών που εργάζονται σε επιχείρηση περίξ της λίμνης (Λίγο:4%, Μέτρια:74%, Πολύ:12%, Πάρα πολύ:10%)

Στους άνδρες το 80% ακριβώς δήλωσε πως είναι μέτρια ικανοποιημένο, το 8% πολύ, το 7% λίγο και το 5% πάρα πολύ (Διάγραμμα 42). Στις γυναίκες, το 67% απάντησε “Μέτρια”, ενώ ίσα ποσοστά

κατέγραψαν οι απαντήσεις “Πολύ” και “Πάρα πολύ” με 15% έκαστη. Τέλος το εναπομείναν 3% απάντησε λίγο (Διάγραμμα 43). Από τα παραπάνω διαπιστώνουμε πως ενώ γενικά επικρατεί μέτρια ικανοποίηση, είναι σαφές ότι οι γυναίκες εμφανίζονται περισσότερο ικανοποιημένες σε σχέση με τον ανδρικό πληθυσμό.

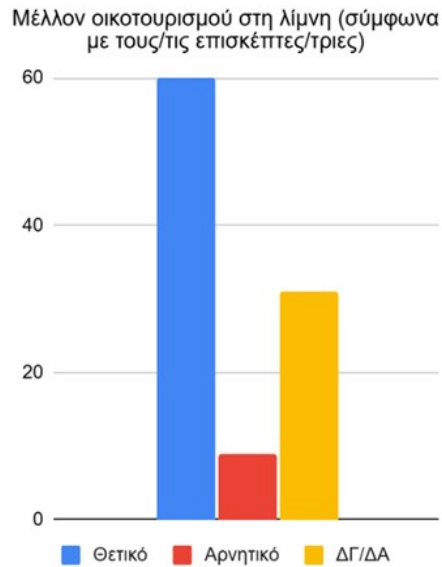


Διάγραμμα 42. Η ικανοποίηση των κοντινών ατόμων των επισκεπτών που εργάζονται σε επιχείρηση πέριξ της λίμνης (Λίγο:7%, Μέτρια:80%, Πολύ:8%, Πάρα πολύ:5%).



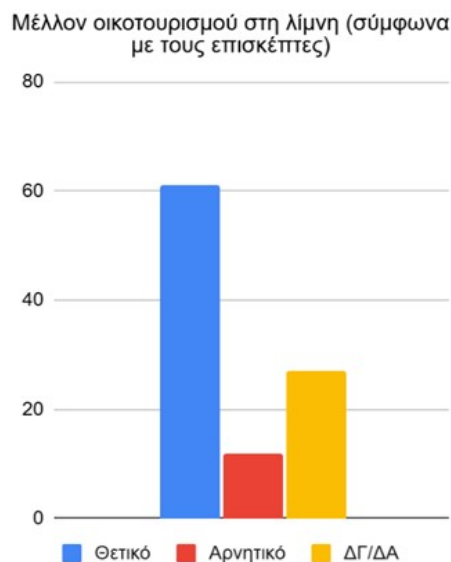
Διάγραμμα 43. Η ικανοποίηση των κοντινών ατόμων των επισκεπτριών που εργάζονται σε επιχείρηση πέριξ της λίμνης (Λίγο:3%, Μέτρια:67%, Πολύ:15%, Πάρα πολύ:15%).

Στο ερώτημα: ”Ποιο πιστεύετε ότι είναι το μέλλον του οικοτουρισμού στη λίμνη τα επόμενα χρόνια;”, το 60% δήλωσε πως το θεωρεί “Καλό/ευοίωνο”, ενώ το 31% κράτησε ουδέτερη στάση (“Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ”). Τέλος το 9% απάντησε “Κακό/δυσοίωνο” (Διάγραμμα 44). Διαπιστώνουμε ότι ενώ η πλειοψηφία εκφράζει την αισιοδοξία της, ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό φαίνεται πως δεν ενημερώνεται ή ότι είναι επιφυλακτικό.

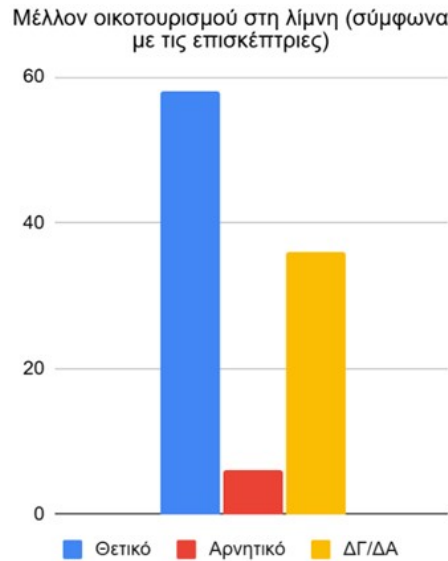


Διάγραμμα 44. Το μέλλον του οικότουρισμού στη λίμνη σύμφωνα με τους/τις επισκέπτες/τριες (Θετικό:60%, Αρνητικό:9%, ΔΓ/ΔΑ:31%).

Στους άνδρες το 61% δήλωσε ότι βλέπει θετικά το μέλλον του οικότουρισμού στη λίμνη, το 27% κράτησε ουδέτερη στάση (ΔΓ/ΔΑ), ενώ το υπόλοιπο 12% απάντησε αρνητικά (Διάγραμμα 45). Στις γυναίκες θετικά απάντησε το 58%, ουδέτερα το 36% και αρνητικά μόλις το 6% (Διάγραμμα 46). Διαπιστώνουμε πως ενώ και στα δύο φύλα το μεγαλύτερο ποσοστό τάσσεται υπέρ της τεθείσας ερώτησης, οι άνδρες εμφανίζονται λιγότερο αισιόδοξοι, ενώ οι γυναίκες περισσότερο επιφυλακτικές αναφορικά με το πραγματευόμενο ζήτημα.



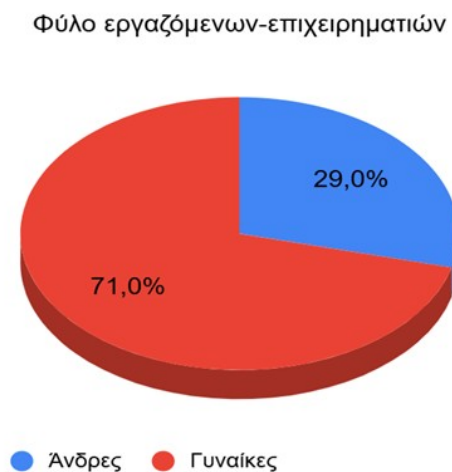
Διάγραμμα 45. Το μέλλον του οικότουρισμού στη λίμνη σύμφωνα με τους επισκέπτες (Θετικό:61%, Αρνητικό:12%, ΔΓ/ΔΑ:27%).



Διάγραμμα 46. Το μέλλον του οικότουρισμού στη λίμνη σύμφωνα με τις επισκέπτριες (Θετικό 58%, Αρνητικό:6%, ΔΓ/ΔΑ:36%).

3.3 Εργαζόμενοι-επιχειρηματίες λίμνης (γενικά στοιχεία)

Σύμφωνα με το δεύτερο μέρος της έρευνας και το Διάγραμμα 47, πληροφορούμαστε σχετικά με το φύλο των εργαζόμενων-επιχειρηματιών οι οποίοι/ες δραστηριοποιούνται επαγγελματικά στη λίμνη. Βλέπουμε λοιπόν πως οι γυναίκες υπερτερούν συντριπτικά έναντι του ανδρικού πληθυσμού με ποσοστό 71% έναντι 29% αντίστοιχα.

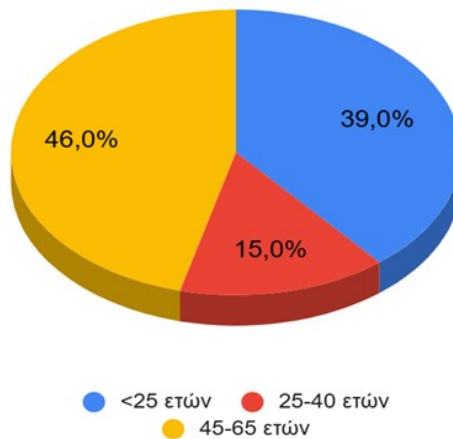


Διάγραμμα 47. Η κατανομή του φύλου των εργαζόμενων-επιχειρηματιών που δραστηριοποιούνται επαγγελματικά στη λίμνη.

Στη συνέχεια βλέπουμε πως η μέση ηλικία των επιχειρηματιών (Διάγραμμα 48) εντοπίζεται κυρίως στα 45-65 έτη (46%), ενώ ακολουθούν οι ηλικιακές ομάδες <25 ετών (39%) και 25-40 ετών (15%).

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι, ενώ η πλειοψηφία είναι άτομα μέσης ηλικίας, ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό απαρτίζεται από πολύ νέους ανθρώπους, γεγονός που καθίσταται ενθαρρυντικό για τη συνέχιση και περαιτέρω ανάπτυξη του οικοτουρισμού στην περιοχή.

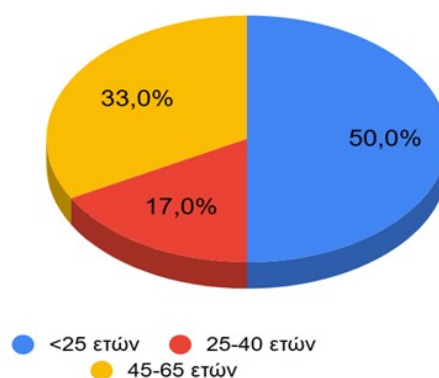
Ηλικία εργαζόμενων-επιχειρηματιών



Διάγραμμα 48. Η κατανομή της ηλικίας των εργαζόμενων-επιχειρηματιών.

Στους άνδρες ακριβώς οι μισοί (50%), δήλωσαν ότι ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα “>25 ετών”, το 1/3 (33%) στην ομάδα των 45-65 ετών και το 17% σε αυτή των 25-40 ετών (Διάγραμμα 49). Πρόκειται για ένα αποτέλεσμα, το οποίο δεν αναμέναμε στην αρχική υπόθεση της έρευνας, ενώ συγχρόνως κρίνεται ελπιδοφόρο για τον λόγο που αναφέρθηκε προηγουμένως (βλ. Διάγραμμα 48).

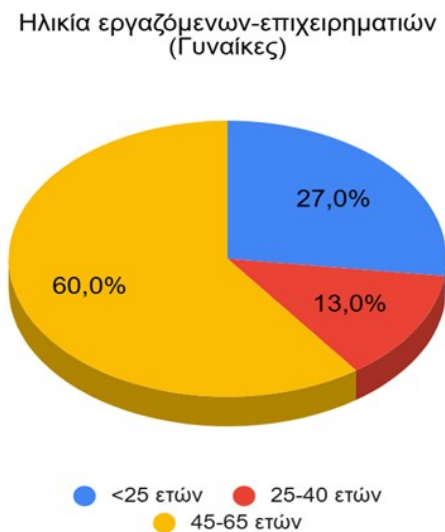
Ηλικία εργαζόμενων-επιχειρηματιών
(Άνδρες)



Διάγραμμα 49. Η κατανομή της ηλικίας των ανδρών εργαζόμενων-επιχειρηματιών.

Στις γυναίκες το 60% δήλωσε ότι ανήκει στην ηλικιακή ομάδα “45-65 ετών”, ενώ το 27% απάντησε “<25 ετών” και το 13% “25-40 ετών” (Διάγραμμα 50). Σε αντίθεση με τους άνδρες παρατηρούμε πως

η πλειοψηφία απαρτίζεται από άτομα μέσης ηλικίας όπως είδαμε και στο μέσο όρο (βλ. Διάγραμμα 48).



Διάγραμμα 50. Η κατανομή της ηλικίας των γυναικών εργαζόμενων-επιχειρηματιών.

Ως επαγγελματική κατάσταση, καταγράφηκε σε μεγαλύτερο ποσοστό εκείνη των μαθητών/φοιτητών (39%). Ακολούθησε αυτή των ελεύθερων επαγγελματιών (26%), ενώ οι απαντήσεις “Άλλο” και “Δημόσιος Υπάλληλος” έλαβαν ποσοστά 22% και 13% αντίστοιχα (Διάγραμμα 51). Και σε αυτή την περίπτωση τα αποτελέσματα δεν ανταποκρίνονται στις αρχικές μας υποθέσεις, καθώς η πλειοψηφία των μαθητών/φοιτητών προξενεί ιδιαίτερο ενδιαφέρον.

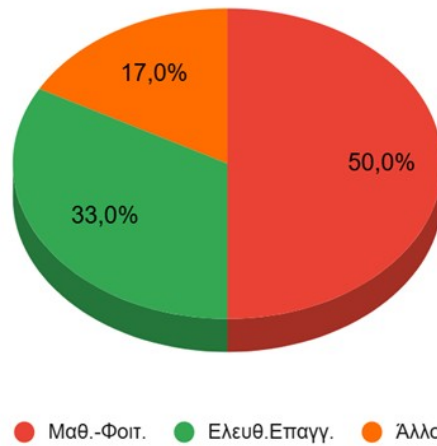


Γράφημα 51. Η επαγγελματική δραστηριότητα των εργαζόμενων-επιχειρηματιών.

Σε ο,τι έχει να κάνει με τους άνδρες, οι μισοί (50%) δηλώνουν μαθητές/φοιτητές, το $\frac{1}{3}$ (33%) ελεύθεροι επαγγελματίες και το 17% άλλη επαγγελματική ομάδα (Διάγραμμα 52). Η επαγγελματική

ιδιότητα των περισσότερων έρχεται σε συνάρτηση με το ότι η πλειονότητα των ανδρών είναι άτομα νεαρής ηλικίας (βλ. Διάγραμμα 49).

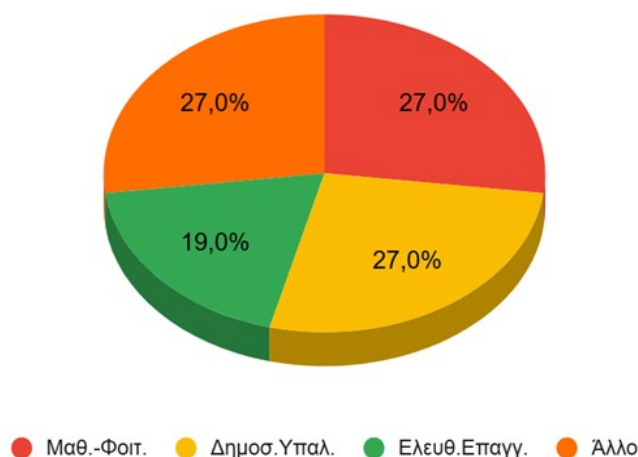
Επάγγελμα εργαζόμενων-επιχειρηματιών (Άνδρες)



Γράφημα 52. Η επαγγελματική δραστηριότητα των ανδρών εργαζόμενων-επιχειρηματιών.

Στις γυναίκες από 27%, έλαβαν οι απαντήσεις “Μαθητής/Φοιτητής”, “Δημόσιος Υπάλληλος” και “Άλλο”, ενώ το εναπομείναν 19% κατέλαβε η απάντηση “Ελεύθερος Επαγγελματίας” (Διάγραμμα 53). Συμπεραίνουμε πως οι επαγγελματικές τους προελεύσεις κατανέμονται σχεδόν ολοκληρωτικά ισόποσα, με τις ελεύθερες επαγγελματίες να υπολείπονται ελαφρώς των υπολοίπων.

Επάγγελμα εργαζόμενων-επιχειρηματιών (Γυναίκες)

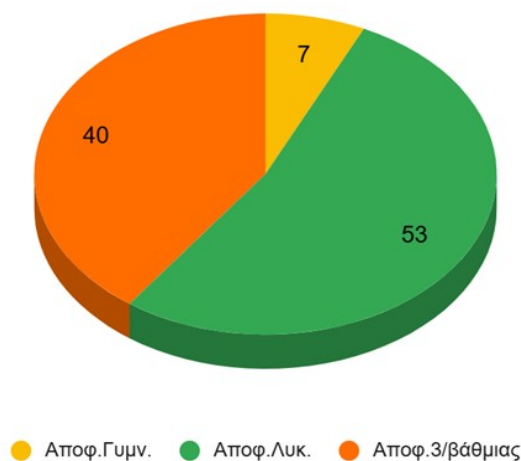


Διάγραμμα 53. Η επαγγελματική δραστηριότητα των γυναικών εργαζόμενων-επιχειρηματιών.

Όσον αφορά το μορφωτικό επίπεδο (Διάγραμμα 54), την πλειοψηφία των αποφοίτων λυκείου (53%) ακολουθούν οι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (40%), ενώ η απάντηση “Απόφοιτος/η

γυμνασίου” καταλαμβάνει το εναπομείναν ποσοστό (7%). Παρατηρούμε πως σε αντίθεση με τις αρχικές μας υποθέσεις, το μεγαλύτερο ποσοστό των απαντήσεων προέρχεται από άτομα τα οποία δεν έχουν λάβει (ακόμη) ακαδημαϊκή εκπαίδευση.

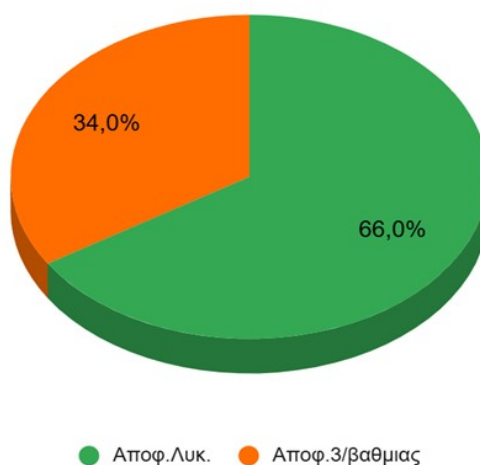
Μορφωτικό επίπεδο εργαζόμενων-επιχειρηματιών (%)



Διάγραμμα 54. Το μορφωτικό επίπεδο των εργαζόμενων-επιχειρηματιών.

Στους άνδρες τα $\frac{2}{3}$ (66%) ανήκουν στην κατηγορία “Απόφοιτοι λυκείου” και το 34% είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (Διάγραμμα 55). Συμπεραίνουμε πως η πανεπιστημιακή εκπαίδευση δεν συνιστά απαραίτητη προϋπόθεση για την επιχειρηματική δραστηριότητα στον τομέα του οικοτουρισμού στην περιοχή.

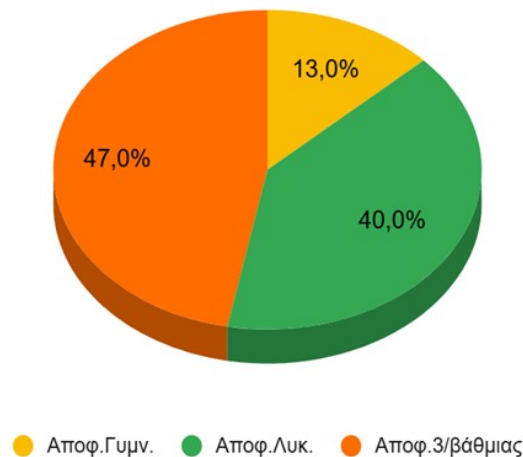
Μορφωτικό επίπεδο εργαζόμενων-επιχειρηματιών (Άνδρες)



Διάγραμμα 55. Το μορφωτικό επίπεδο των ανδρών εργαζόμενων-επιχειρηματιών.

Στις γυναίκες σχεδόν οι μισές (47%) είναι απόφοιτες τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, το 40% απόφοιτες λυκείου, ενώ το 13% έχει αποφοιτήσει μόνο από το γυμνάσιο (Διάγραμμα 56). Διαπιστώνουμε ότι γενικά διαθέτουν υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο από τους άνδρες, ωστόσο ένα σημαντικό ποσοστό δείχνει ότι η επιχειρηματική δράση στηρίζεται εν μέρει και στην πρακτική εμπειρία.

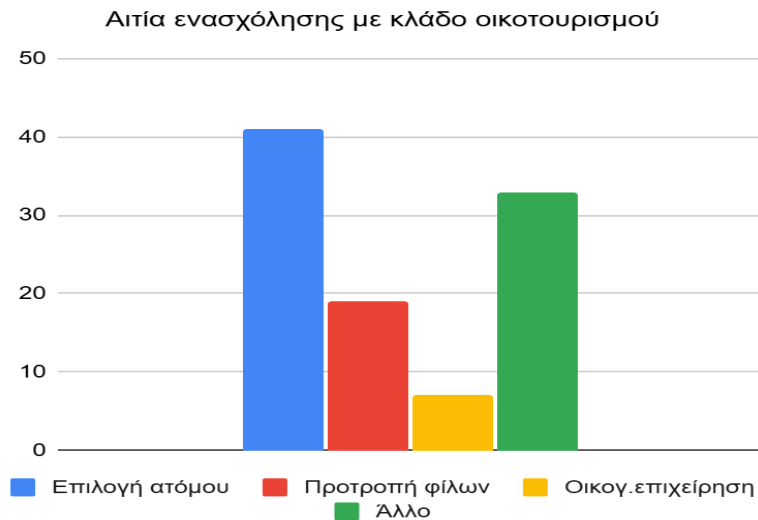
Μορφωτικό επίπεδο εργαζόμενων-επιχειρηματιών (Γυναίκες)



Διάγραμμα 56. Το μορφωτικό επίπεδο των γυναικών εργαζόμενων-επιχειρηματιών.

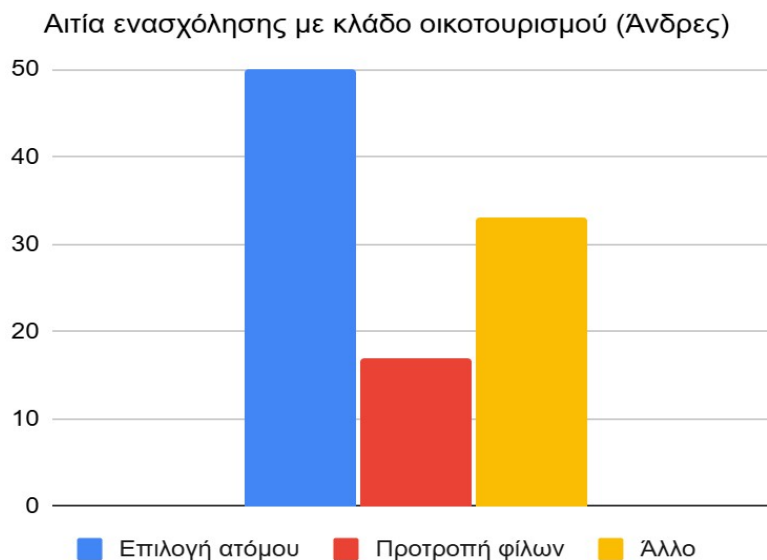
3.4 Εργαζόμενοι-επιχειρηματίες λίμνης (ειδικές ερωτήσεις)

Στο ερώτημα “Πώς ξεκίνησε η ενασχόλησή σας με τον κλάδο;” (Διάγραμμα 57), η απάντηση “Προσωπική επιλογή” έλαβε ποσοστό 41%, ενώ οι απαντήσεις “Άλλο”, “Προτροπή φίλων” και “Οικογενειακή επιχείρηση” έλαβαν ποσοστά 33%, 19% και 7% αντίστοιχα. Συμπεραίνουμε πως ενώ οι περισσότεροι επέλεξαν από μόνοι τους να ασχοληθούν με τον οικοτουρισμό, η επιρροή από το κοινωνικό περιβάλλον είναι αισθητή. Επιπλέον η οικογενειακή παράδοση διαδραματίζει μικρότερο ρόλο υποδηλώνοντας ότι ο κλάδος του οικοτουρισμού στην περιοχή χαρακτηρίζεται περισσότερο από νέες πρωτοβουλίες παρά από διαγενεακή συνέχεια.



Διάγραμμα 57. Οι αιτίες ενασχόλησης των εργαζόμενων-επιχειρηματιών με τον κλάδο του οικοτουρισμού (Επιλογή ατόμου:41%, Προτροπή φίλων:19%, Οικογενειακή επιχείρηση:7%, Άλλο:33%)

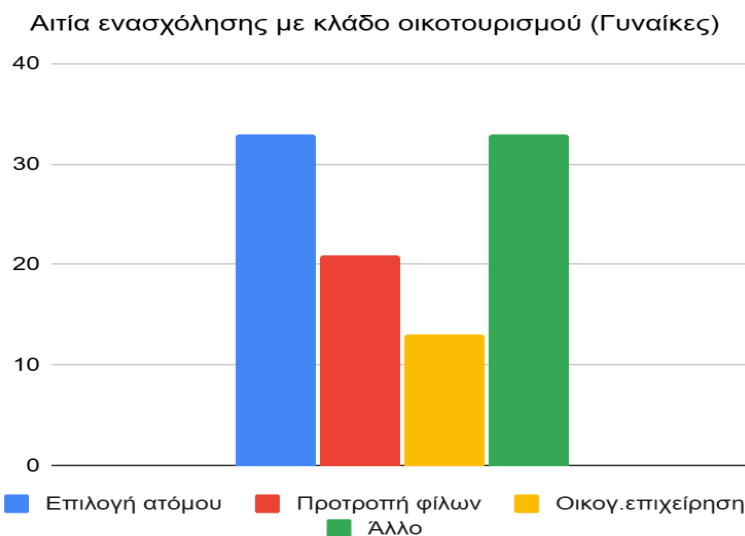
Στους άνδρες το 50% δήλωσε πως πρόκειται για προσωπική επιλογή, το 33% απάντησε “Άλλο” και το 17% “Προτροπή φίλων/γνωστών” (Διάγραμμα 58). Διαπιστώνουμε ότι σε σύγκριση με τον μέσο όρο, τα αποτελέσματα είναι αρκετά παρεμφερή, ενώ απουσιάζει η συνέχιση της οικογενειακής παράδοσης.



Διάγραμμα 58. Οι αιτίες ενασχόλησης των ανδρών εργαζόμενων-επιχειρηματιών με τον κλάδο του οικοτουρισμού (Επιλογή ατόμου:50%, Προτροπή φίλων:17%, Άλλο:33%).

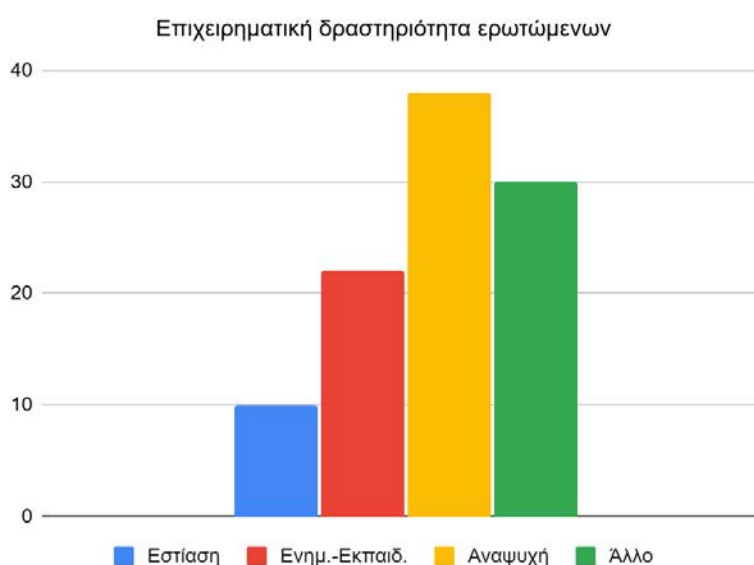
Σε ο,τι έχει να κάνει με τις γυναίκες, τόσο η επιλογή του ατόμου όσο και η απάντηση “Άλλο”, καταλαμβάνουν το ίδιο ακριβώς ποσοστό (33%), ενώ ακολουθούν η προτροπή φίλων/γνωστών (21%) και η οικογενειακή παράδοση (13%). Συμπεραίνουμε πως η προσωπική επιθυμία και άλλοι μη

καθορισμένοι λόγοι επιδρούν σε μεγαλύτερο βαθμό, από ο,τι το σύνολο των εξωτερικών επιρροών (Διάγραμμα 59).



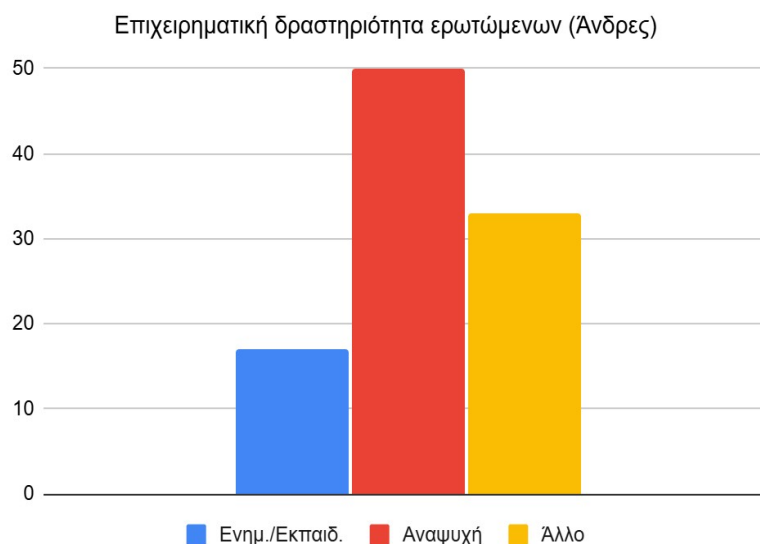
Διάγραμμα 59: Οι αιτίες ενασχόλησης των γυναικών εργαζόμενων-επιχειρηματιών με τον κλάδο του οικοτουρισμού (Επιλογή ατόμου:33%, Προτροπή φίλων:21%, Οικογενειακή επιχείρηση:13%, Άλλο:33%).

Στο ερώτημα “Σε ποιον επιχειρηματικό κλάδο δραστηριοποιείστε;” (Διάγραμμα 60), οι απαντήσεις “Αναψυχή” και “Άλλο” προπορεύονται με 38% και 30% αντίστοιχα, ενώ ακολουθούν η “Ενημέρωση/Εκπαίδευση” και η “Εστίαση” με 22% και 10% αντίστοιχα. Όπως αναμέναμε η αναψυχή υπερτερεί, ωστόσο προκύπτει ότι υπάρχουν περιθώρια για περαιτέρω αύξηση στην παροχή ενημέρωσης/εκπαίδευσης για θέματα που σχετίζονται με τη λίμνη, από τους απασχολούμενους σε αυτή προς το γενικό πληθυσμό.



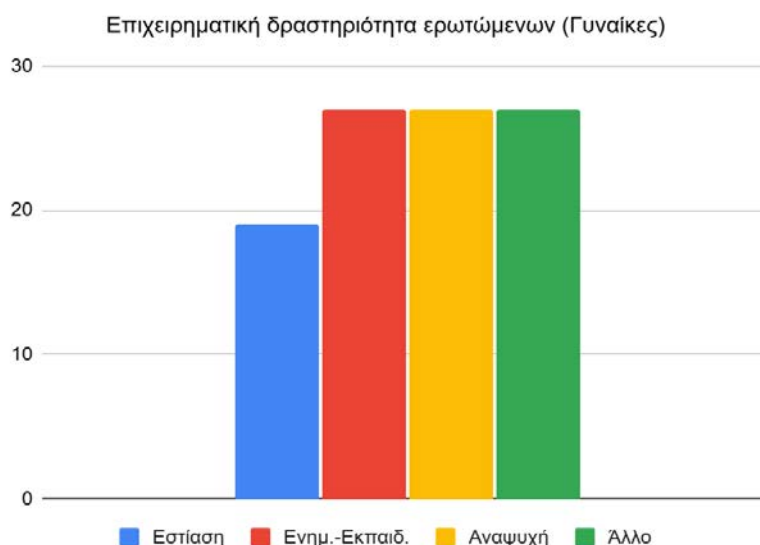
Διάγραμμα 60. Η επιχειρηματική δραστηριότητα των ερωτώμενων (Εστίαση:10%, Ενημέρωση/Εκπαίδευση:22%, Αναψυχή:38%, Άλλο:30%).

Στους άνδρες το 50% απάντησε “Αναψυχή”, το 33% “Άλλο” και το 17% “Ενημέρωση/Εκπαίδευση” (Διάγραμμα 61). Παρατηρούμε πως η αναλογία των ποσοστών σχεδόν συμβαδίζει με αυτή του μέσου όρου, ενώ απουσιάζει ο κλάδος της εστίασης (βλ. Διάγραμμα 60).



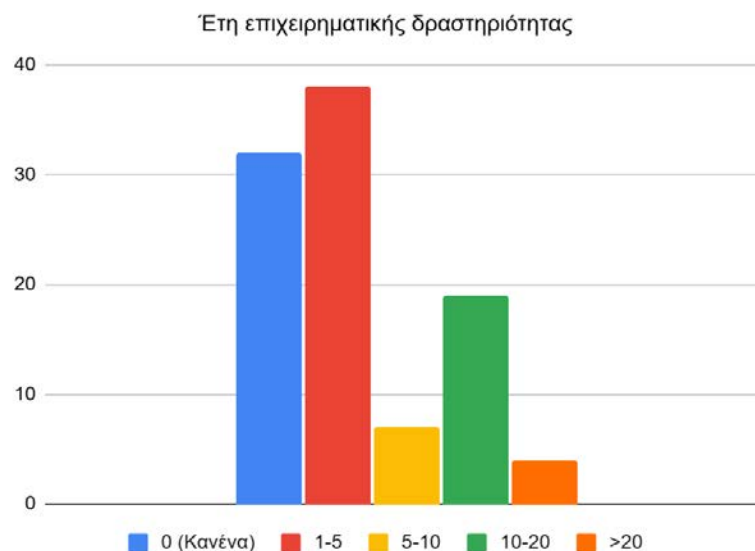
Διάγραμμα 61. Η επιχειρηματική δραστηριότητα των ανδρών που ρωτήθηκαν (Ενημέρωση/Εκπαίδευση:17%, Αναψυχή:50%, Άλλο:33%).

Στις γυναίκες οι απαντήσεις “Ενημέρωση/Εκπαίδευση”, “Αναψυχή” και “Άλλο” έλαβαν από 27%, ενώ η απάντηση “Εστίαση” το υπόλοιπο 19% (Διάγραμμα 62). Συμπεραίνουμε πως ενώ γενικά επικρατεί ποικιλία απαντήσεων, η εστίαση φαίνεται να είναι ελαφρώς υποβαθμισμένη.



Διάγραμμα 62. Η επιχειρηματική δραστηριότητα των γυναικών που ρωτήθηκαν (Εστίαση:19%, Ενημέρωση/Εκπαίδευση:27%, Αναψυχή:27%, Άλλο:27%).

Εν συνεχεία τέθηκε το ερώτημα, των ετών της επαγγελματικής δραστηριότητας των επιχειρηματιών (Διάγραμμα 63). Παρατηρούμε πως οι απαντήσεις “1-5 έτη” και “0 έτη” καταλαμβάνουν το 38% και το 31% αντίστοιχα, ενώ ακολουθούν εκείνες των 10-20 ετών, 5-10 ετών και >20 ετών με ποσοστά 19%, 7% και 4% αντίστοιχα. Συμπεραίνουμε ότι ενώ η πλειονότητα των ερωτηθέντων/θεισών είναι νέοι επιχειρηματίες, ένα σημαντικό ποσοστό δραστηριοποιείται επαγγελματικά στη λίμνη για περισσότερα χρόνια (30% του δείγματος).



Διάγραμμα 63. Τα ποσοστά των ετών επιχειρηματικής δραστηριότητας (Κανένα:32%, 1-5:38%, 5-10:7%, 10-20:19%, >20:4%).

Στους άνδρες το 50% δήλωσε πως δραστηριοποιείται επαγγελματικά μόλις τον τελευταίο χρόνο, γεγονός που έρχεται σε άμεση συνάρτηση με το ότι το ίδιο ακριβώς ποσοστό είναι νέοι και φοιτητές (βλ. Διαγράμματα 49, 52), το 33% από 1 έως 5 χρόνια και το 17% από 10 έως 20 έτη (Διάγραμμα 64). Στις γυναίκες, το 43% απάντησε “1-5 έτη”, το 21% “10-20 έτη”, το 15% “5-10 έτη”, το 14% κανένα έτος και το 7% “>20 έτη” (Διάγραμμα 65).

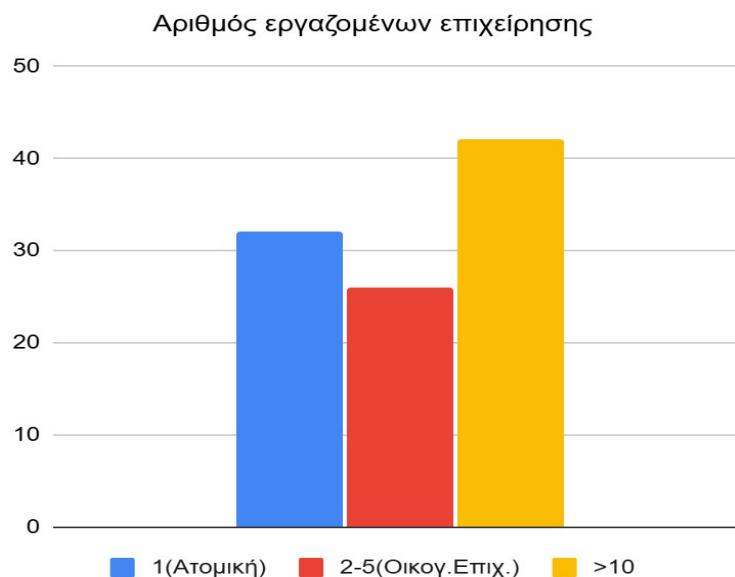


Διάγραμμα 64. Τα έτη επαγγελματικής δραστηριότητας των ανδρών εργαζόμενων-επιχειρηματιών (Κανένα:50%, 1-5:33%, 10-20:17%).



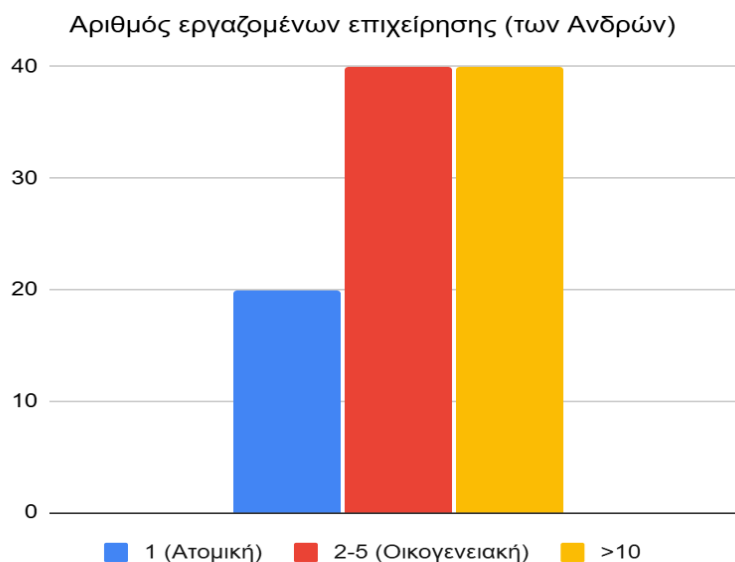
Διάγραμμα 65. Τα έτη επαγγελματικής δραστηριότητας των γυναικών εργαζόμενων-επιχειρηματιών (Κανένα:14%, 1-5:43%, 5-10:15%, 10-20:21%, >20:7%).

Στην επόμενη ερώτηση καταγράφηκε ο αριθμός των εργαζόμενων (Διάγραμμα 66). Παρατηρούμε πως υπερτερεί η απάντηση “>10 άτομα” (42%), ενώ ακολουθούν οι απαντήσεις “1/Ατομική” και “2-5/Οικογενειακή” με ποσοστά 32% και 26% αντίστοιχα. Διαπιστώνουμε πως παρόλο που πλειοψηφούν οι πολυπληθείς επιχειρήσεις, το μεγαλύτερο μέρος αθροιστικά καταλαμβάνουν οι ατομικές-οικογενειακές (58% του δείγματος).

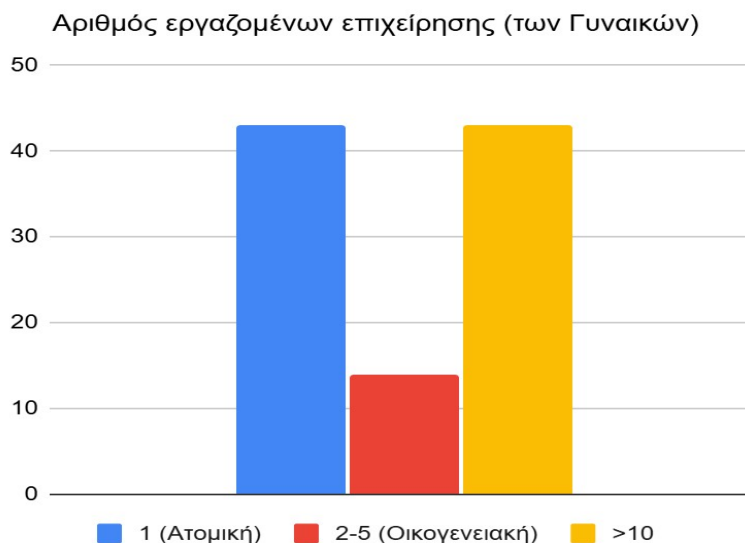


Διάγραμμα 66. Ο αριθμός των εργαζομένων επιχείρησης των επιχειρηματιών (1/Ατομική:32%, 2-5/Οικογενειακή:26%, >10:42%).

Στους άνδρες τόσο η απάντηση “2-5 άτομα” όσο κι εκείνη “>10 άτομα” κατέγραψαν ποσοστό 40% έκαστη (Διάγραμμα 67), γεγονός που συνεπάγεται ότι επιλέγουν σε μικρότερο βαθμό τις ατομικές επιχειρήσεις, ενώ οι γυναίκες απάντησαν “1/Ατομική” και “>10 άτομα” σε ποσοστό 43% έκαστη, δίνοντας λιγότερη έμφαση στις οικογενειακές επιχειρήσεις (Διάγραμμα 68). Και στις δύο περιπτώσεις διαπιστώνουμε ότι απουσιάζει η επιλογή/απάντηση των μεσαίων επιχειρήσεων (5-10 άτομα).

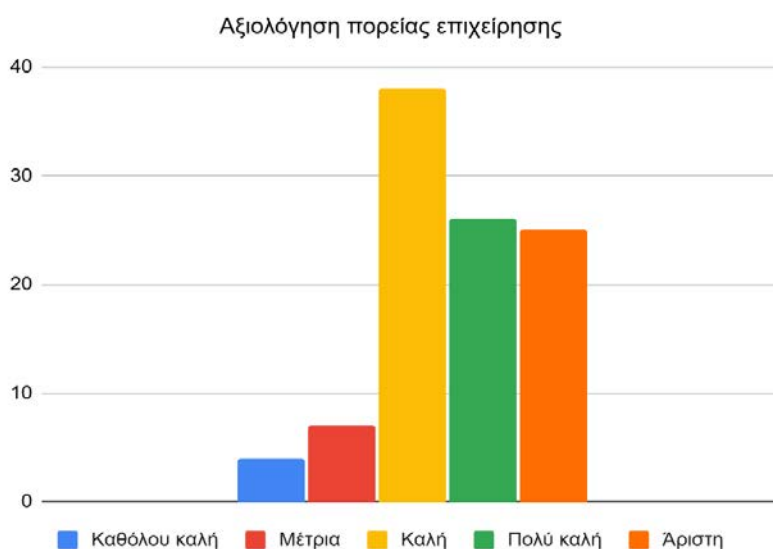


Διάγραμμα 67. Ο αριθμός των εργαζομένων επιχείρησης των ανδρών επιχειρηματιών (1/Ατομική:20%, 2-5/Οικογενειακή:40%, >10:40%).



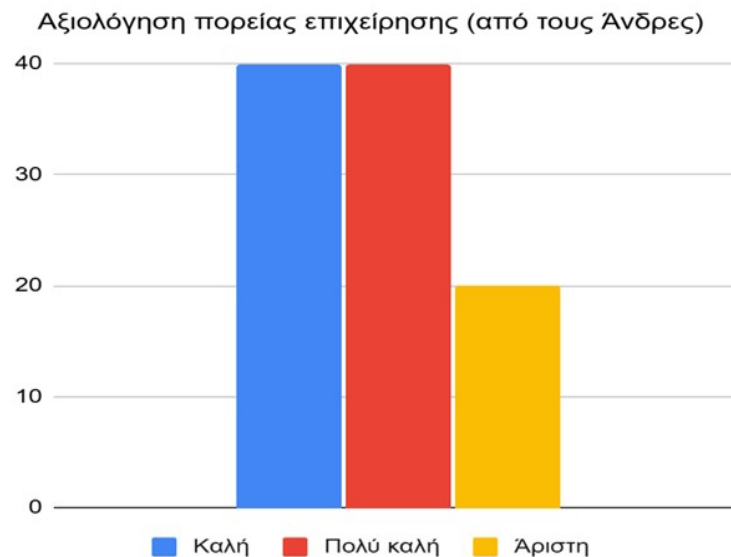
Διάγραμμα 68. Ο αριθμός των εργαζομένων επιχείρησης των γυναικών επιχειρηματιών (1/Ατομική:43%, 2-5/Οικογενειακή:14%, >10:43%).

Στο επόμενο ερώτημα αξιολογήθηκε η πορεία της επιχείρησης μέχρι στιγμής (Διάγραμμα 69). Παρατηρούμε πως ο χαρακτηρισμός “Καλή” προηγείται των απαντήσεων με 38%, ενώ ακολουθούν οι απαντήσεις “Πολύ καλή” και “Άριστη” με 26% και 25% αντίστοιχα. Επιπρόσθετα οι απαντήσεις “Μέτρια” και “Καθόλου καλή” έλαβαν ποσοστά 7% και 4% αντίστοιχα. Συμπεραίνουμε πως η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων/θεισών κρίνει θετικά το έργο των επιχειρήσεων όπου απασχολείται μέχρι τώρα.



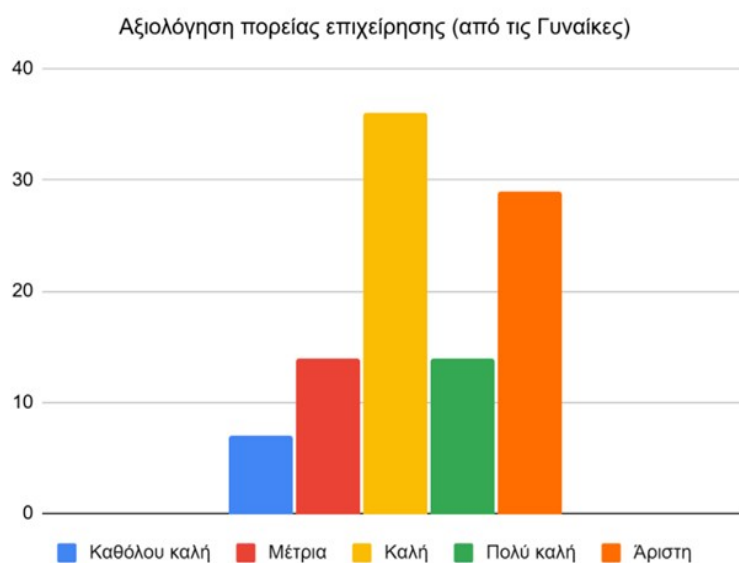
Διάγραμμα 69. Η αξιολόγηση της πορείας των επιχειρήσεων από τους/τις εργαζόμενους-επιχειρηματίες (Καθόλου καλή:4%, Μέτρια:7%, Καλή:38%, Πολύ καλή:26%, Άριστη:25%).

Στους άνδρες οι απαντήσεις “Καλή” και “Πολύ καλή” κατέγραψαν από 40% έκαστη, ενώ το εναπομείναν 20% κατέλαβε η απάντηση “Άριστη” (Διάγραμμα 70). Διαπιστώνουμε πως το σύνολο των ανδρών επιχειρηματιών αξιολογεί θετικά την έως τώρα πορεία των επιχειρήσεων όπου απασχολείται.



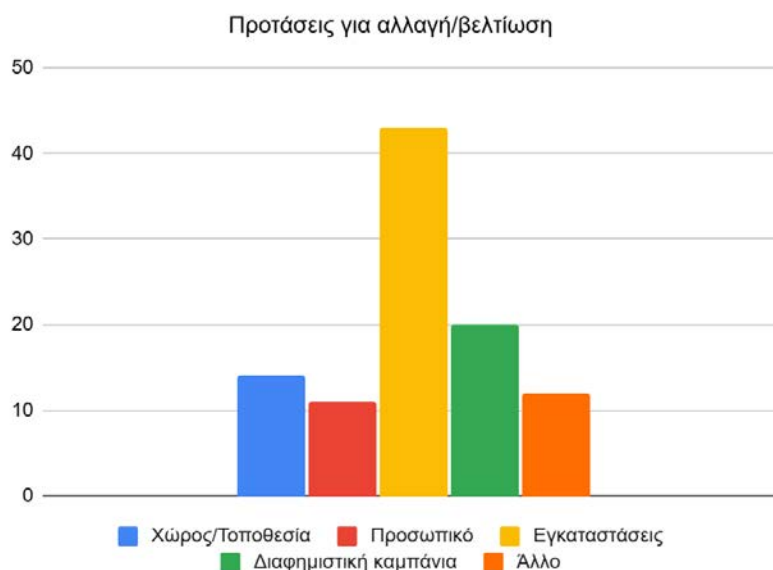
Διάγραμμα 70. Η αξιολόγηση της πορείας των επιχειρήσεων από τους άνδρες εργαζόμενους-επιχειρηματίες (Καλή:40%, Πολύ καλή:40%, Άριστη:20%).

Στις γυναίκες το 36% απάντησε “Καλή”, το 29% “Άριστη”, το 14% τόσο “Μέτρια” όσο και “Πολύ καλή” και το 7% “Καθόλου καλή” (Διάγραμμα 71). Διαπιστώνουμε ότι ενώ η πλειοψηφία αξιολογεί θετικά τη μέχρι τώρα πορεία των επιχειρήσεων όπου απασχολείται, ένα σημαντικό ποσοστό δεν έχει μείνει ιδιαίτερα ικανοποιημένο από αυτή (21% του δείγματος).



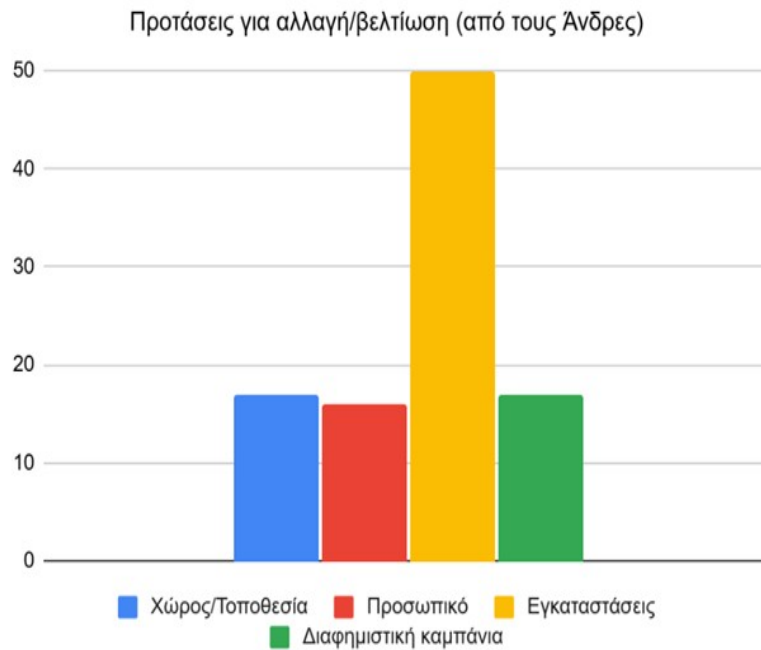
Διάγραμμα 71. Η αξιολόγηση της πορείας των επιχειρήσεων από τις γυναίκες εργαζόμενους-επιχειρηματίες (Καθόλου καλή:7%, Μέτρια:14%, Καλή:36%, Πολύ καλή:14%, Άριστη:29%).

Στις προτάσεις για αλλαγή/βελτίωση (Διάγραμμα 72), οι απαντήσεις “Εγκαταστάσεις” και “Διαφημιστική καμπάνια” κατέγραψαν τα μεγαλύτερα ποσοστά (44% και 21% αντίστοιχα), ενώ παραπλήσια ήταν εκείνα των υπόλοιπων απαντήσεων (“Χώρος/Τοποθεσία” με 14%, “Άλλο” με 12% και “Προσωπικό” με 11%). Όπως και στους επισκέπτες, διαπιστώνουμε πως η αλλαγή/βελτίωση στις εγκαταστάσεις κυριαρχεί.



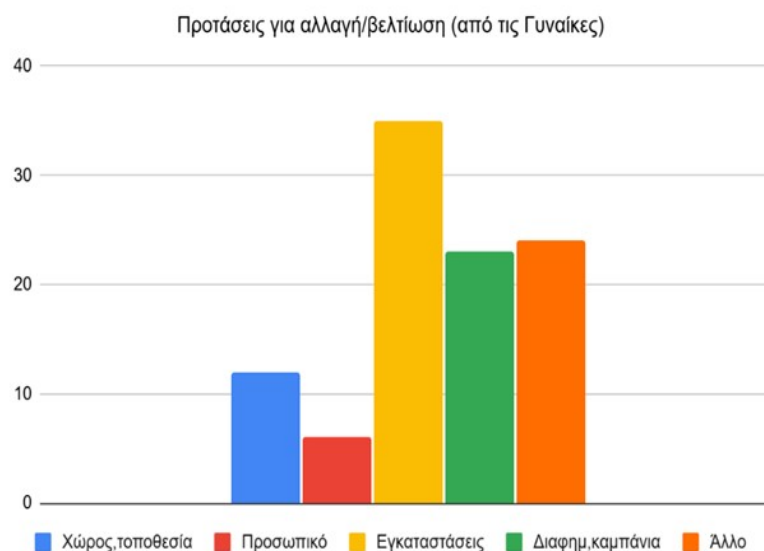
Γράφημα 72. Οι προτάσεις για αλλαγή/βελτίωση από τους/τις εργαζόμενους/επιχειρηματίες (Χώρος/Τοποθεσία:14%, Προσωπικό:11%, Εγκαταστάσεις:43%, Διαφημιστική καμπάνια:20%, Άλλο:12%)

Στους άνδρες το 50%, δήλωσε ότι θα επιθυμούσε αλλαγή στις εγκαταστάσεις, το 17% σε τοποθεσία και διαφημιστική καμπάνια, ενώ το 16% θεωρεί ότι πρέπει να αλλάξει το προσωπικό το οποίο στελεχώνει τις επιχειρήσεις (Διάγραμμα 73). Βλέπουμε πως πέραν των εγκαταστάσεων, οι υπόλοιπες απαντήσεις κατανέμονται σχεδόν ισόποσα και η επιλογή “Άλλο” απουσιάζει από τις απαντήσεις τους.



Διάγραμμα 73. Οι προτάσεις για αλλαγή/βελτίωση από τους άνδρες εργαζόμενους-επιχειρηματίες (Χώρος/Τοποθεσία:17%, Προσωπικό:16%, Εγκαταστάσεις:50%, Διαφημιστική καμπάνια:17%).

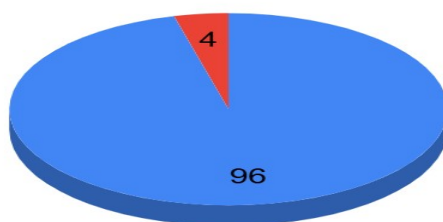
Στις γυναίκες το 35% απάντησε “Εγκαταστάσεις”, το 24% “Άλλο” και το 23% “Διαφημιστική καμπάνια”, ενώ το 12% απάντησε “Χώρος/τοποθεσία” και το 6% “Προσωπικό” (Διάγραμμα 74). Διακρίνουμε μια περισσότερο ποικιλόμορφη κατανομή των απαντήσεων από ο,τι στην περίπτωση των ανδρών (βλ. Διάγραμμα 73).



Διάγραμμα 74. Οι προτάσεις για αλλαγή/βελτίωση από τις γυναίκες εργαζόμενους/επιχειρηματίες (Χώρος/Τοποθεσία:12%, Προσωπικό:6%, Εγκαταστάσεις:35%, Διαφημιστική καμπάνια:23%, Άλλο:24%).

Στην ερώτηση “Ενημερώνετε τον πληθυσμό για τις δραστηριότητές σας;”, το 96% απάντησε “Ναι” και μόλις το 4% “Όχι” (Διάγραμμα 75). Το σύνολο των ανδρών ενημερώνει (Διάγραμμα 76), ενώ στις γυναίκες το 93% (Διάγραμμα 77). Γενικά διαπιστώνουμε, πως η ενημέρωση από τους εργαζόμενους-επιχειρηματίες στη λίμνη παρέχεται σε πολύ υψηλά επίπεδα.

Ενημέρωση πληθυσμού (%)



● Ναι ● Όχι

Διάγραμμα 75. Η ενημέρωση (ή μη) του πληθυσμού από τους/τις εργαζόμενους/επιχειρηματίες (Ναι:96%, Όχι:4%).

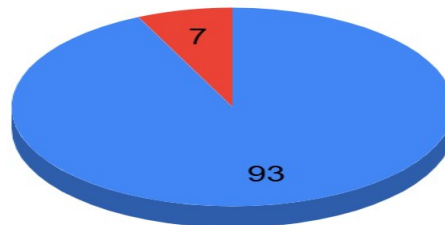
Ενημέρωση πληθυσμού
(από τους Άνδρες)



● Ναι

Διάγραμμα 76. Η ενημέρωση του πληθυσμού από τους άνδρες εργαζόμενους-επιχειρηματίες (Ναι:100%).

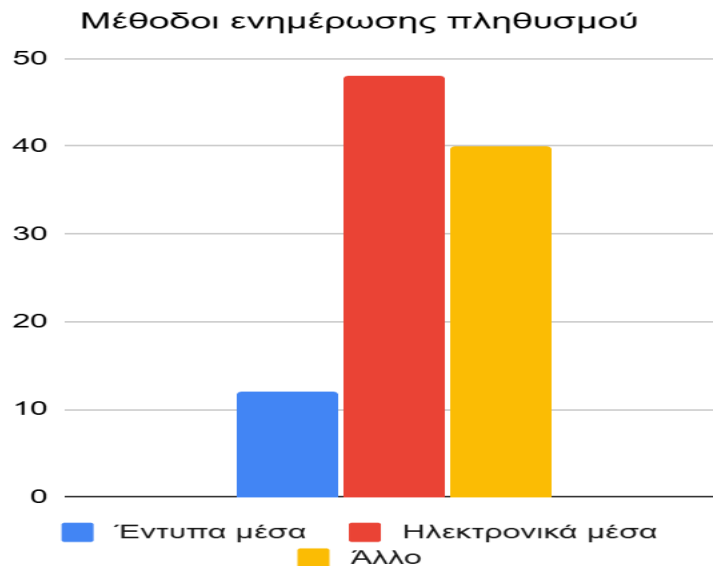
Ενημέρωση πληθυσμού %
(από τις Γυναίκες)



● Ναι ● Όχι

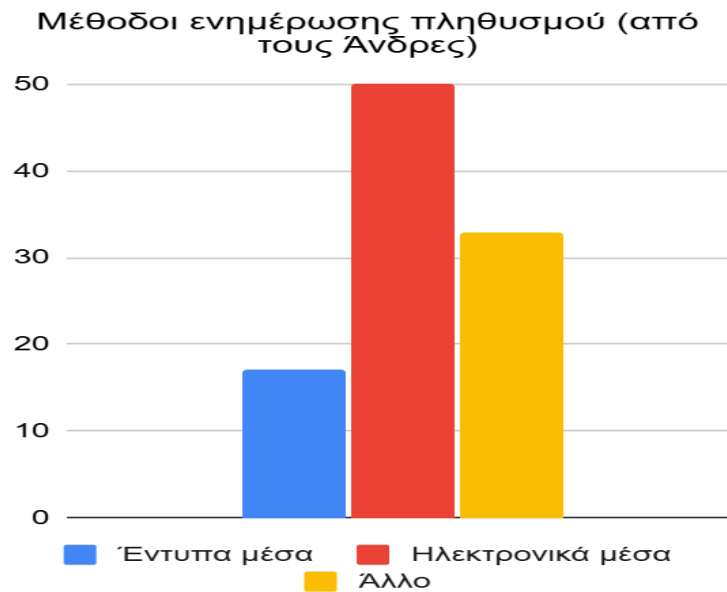
Διάγραμμα 77. Η ενημέρωση (ή μη) του πληθυσμού από τις γυναίκες εργαζόμενους-επιχειρηματίες (Ναι:78%, Όχι:22%).

Σε συνέχεια του προηγούμενου, στο ερώτημα “Αν ναι, με ποιους τρόπους πραγματοποιείτε την ενημέρωση;”, το 48% των ερωτηθέντων/θεισών απάντησε “Ηλεκτρονικά μέσα”, το 40% άλλη μέθοδο και μόλις το 12% “Έντυπα μέσα” (Διάγραμμα 78). Γενικά ισχύει ο,τι και στην αντίστοιχη ερώτηση των επισκεπτών (βλ. Διάγραμμα 26).



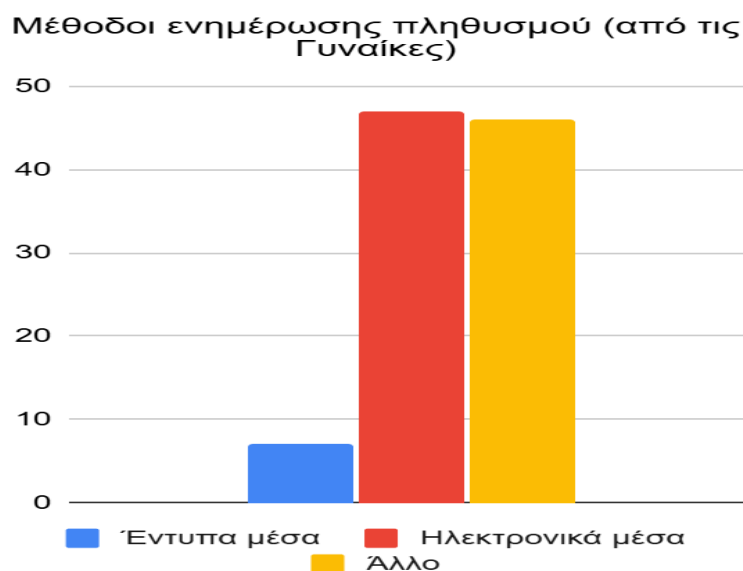
Διάγραμμα 78. Οι μέθοδοι ενημέρωσης του πληθυσμού από τους/τις εργαζόμενους-επιχειρηματίες (Έντυπα μέσα:12%, Ηλεκτρονικά μέσα:48%, Άλλο:40%).

Σε ο,τι έχει να κάνει με τους άνδρες, το 50% απάντησε “Ηλεκτρονικά μέσα”, το 33% “Άλλο” και το 17% “Έντυπα μέσα” (Διάγραμμα 79), ενώ στις γυναίκες τα αντίστοιχα ποσοστά διαμορφώνονται σε 47%, 46% και 7% (Διάγραμμα 80). Βλέπουμε πως σε ο,τι αφορά τις τελευταίες, εξαιρετικά κοντά στα ηλεκτρονικά μέσα κινούνται και άλλες μέθοδοι που δεν διευκρινίζονται.



υ

Διάγραμμα 79. Οι μέθοδοι ενημέρωσης του πληθυσμού από τους άνδρες εργαζόμενους-επιχειρηματίες (Έντυπα μέσα:17%, Ηλεκτρονικά μέσα:50%, Άλλο:33%).



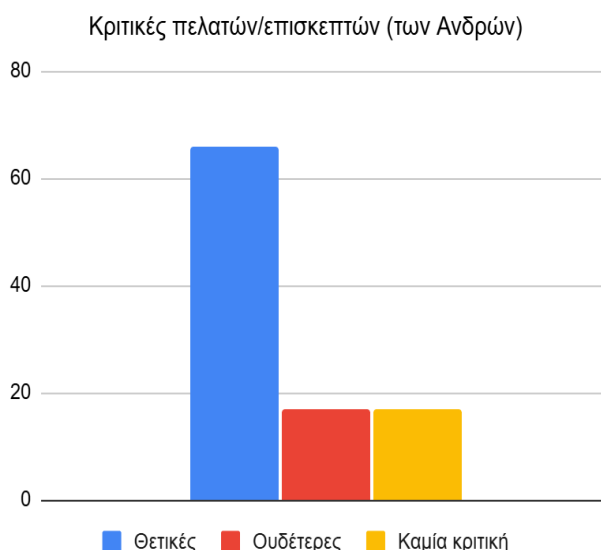
Διάγραμμα 80. Οι μέθοδοι ενημέρωσης του πληθυσμού από τις γυναίκες εργαζόμενους-επιχειρηματίες (Έντυπα μέσα:7%, Ηλεκτρονικά μέσα:47%, Άλλο:46%).

Όσον αφορά τις κριτικές πελατών/επισκεπτών (Διάγραμμα 81), το 79% των απαντήσεων κατέλαβαν οι θετικές, ενώ η απάντηση “Καμία κριτική” έλαβε ποσοστό 12%. Τέλος οι ουδέτερες κριτικές σημείωσαν το εναπομείναν 9%. Όπως αναμέναμε οι θετικές κριτικές κυριαρχούν, ενώ ικανοποιητικό κρίνεται το ότι απουσιάζουν οι αντίστοιχες αρνητικές.

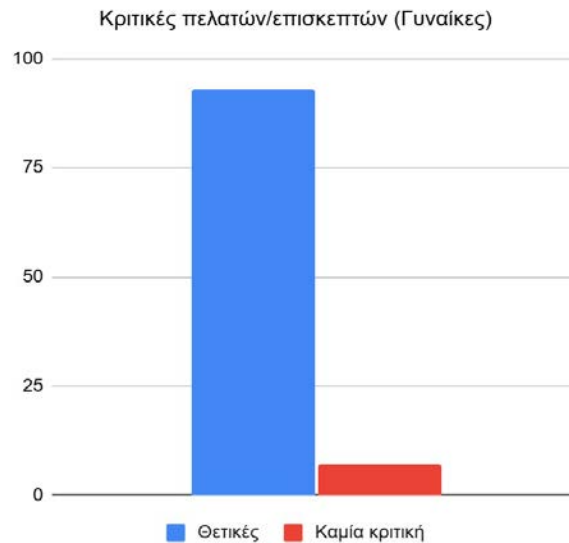


Διάγραμμα 81. Οι κριτικές των πελατών/επισκεπτών για τους/τις εργαζόμενους-επιχειρηματίες (Θετικές:79%, Ουδέτερες:9%, Καμία κριτική:12%).

Στους άνδρες το 66% δήλωσε ότι λαμβάνει θετικές κριτικές, ενώ ίσα ποσοστά κατέλαβαν οι απαντήσεις “Ουδέτερη” και “Καμία κριτική” με 17% έκαστη (Διάγραμμα 82). Παρατηρούμε πως παρόλο που δεν υπάρχουν αρνητικές κριτικές, ένα σημαντικό ποσοστό διατηρεί ουδέτερη στάση ή αποφεύγει να ασκήσει γενικά κριτική. Στις γυναίκες συντριπτική ήταν η υπεροχή των θετικών έναντι των καθόλου κριτικών με ποσοστό 93% έναντι 7% αντίστοιχα (Διάγραμμα 83).

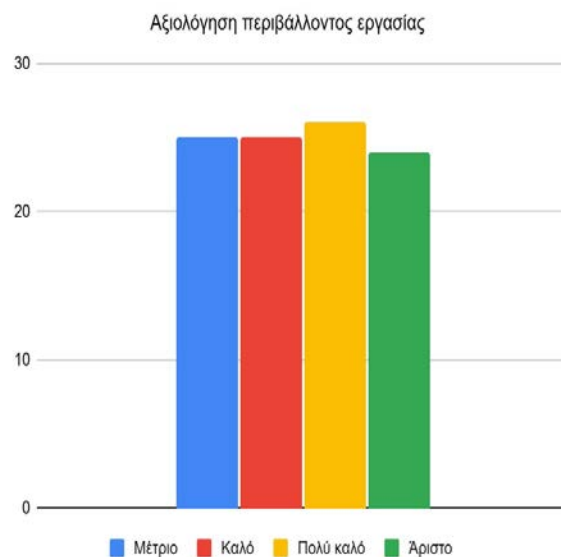


Διάγραμμα 82. Οι κριτικές των πελατών/επισκεπτών για τους άνδρες εργαζόμενους-επιχειρηματίες (Θετικές:66%, Ουδέτερες:17%, Καμία κριτική:17%).



Διάγραμμα 83. Οι κριτικές των πελατών/επισκεπτών για τις γυναίκες εργαζόμενους-επιχειρηματίες (Θετικές:93%, Καμία κριτική:7%).

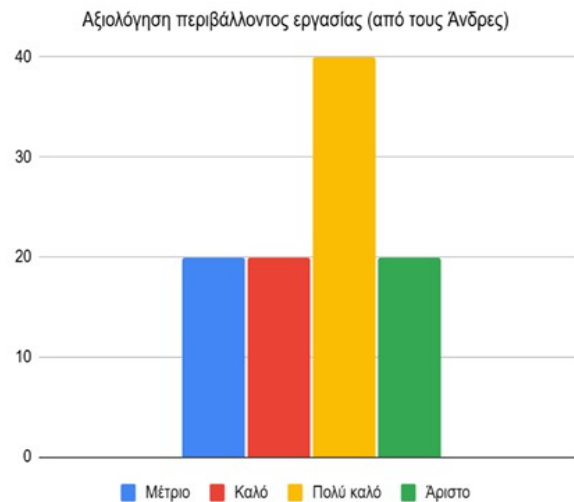
Στην αξιολόγηση του περιβάλλοντος εργασίας, το 26% δήλωσε πως το βρίσκει “Πολύ καλό”, ενώ το 25% το χαρακτήρισε “Μέτριο” και “Καλό”. Επίσης το 24% απάντησε “Άριστο”. Όπως γίνεται εύκολα αντιληπτό οι απαντήσεις κατανέμονται σχεδόν ισόποσα, ενώ κρίνεται ικανοποιητικό το ότι απουσιάζει η αρνητική αξιολόγηση (Διάγραμμα 84).



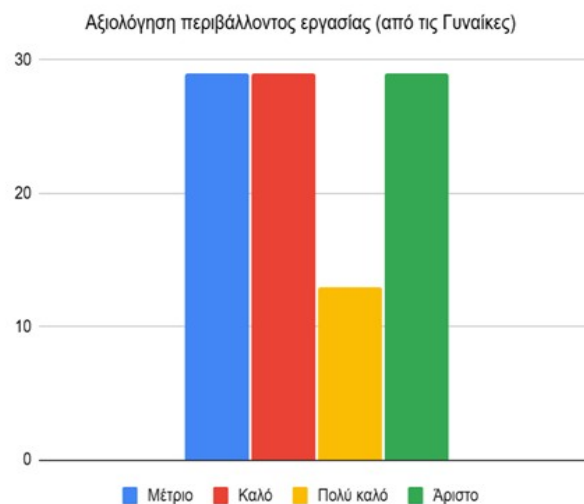
Διάγραμμα 84. Η αξιολόγηση του περιβάλλοντος εργασίας από τους/τις εργαζόμενους-επιχειρηματίες (Μέτριο:25%, Καλό:25%, Πολύ καλό:26%, Άριστο:24%).

Σε ο,τι αφορά τους άνδρες η απάντηση “Πολύ καλό” έλαβε ποσοστό 40%, ενώ το ίδιο ποσοστό κατέγραψαν, οι απαντήσεις “Μέτριο”, “Καλό” και “Άριστο” με 20% έκαστη (Διάγραμμα 85). Στις

γυναίκες ομοιομορφία παρατηρήθηκε στις ίδιες απαντήσεις με 29% έκαστη, ενώ το εναπομείναν 13% σημείωσε η απάντηση “Πολύ καλό” (Διάγραμμα 86).

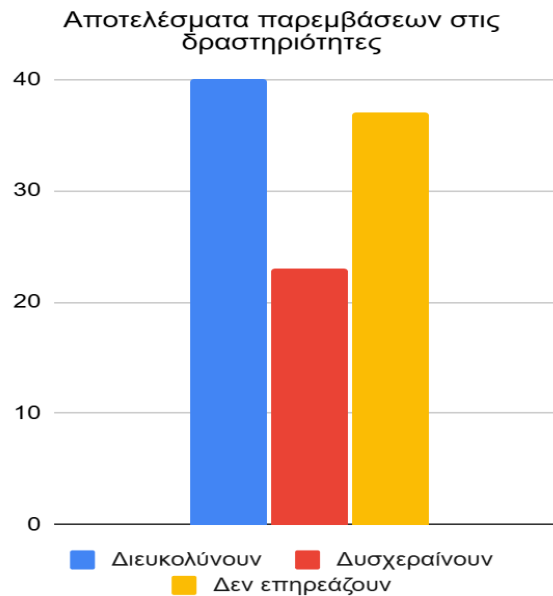


Διάγραμμα 85. Η αξιολόγηση του περιβάλλοντος εργασίας από τους άνδρες εργαζόμενους-επιχειρηματίες (Μέτριο:20%, Καλό:20%, Πολύ καλό:40%, Άριστο:20%).



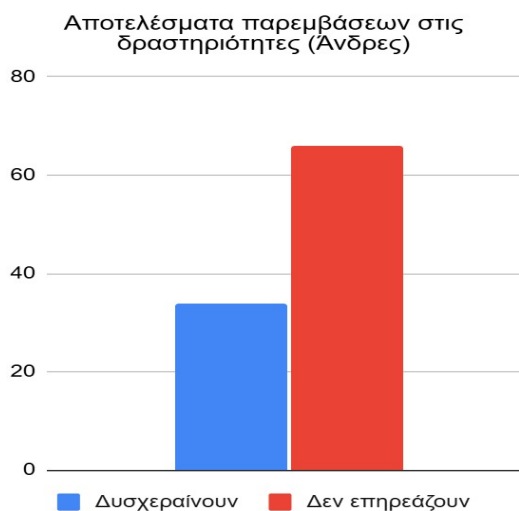
Διάγραμμα 86. Η αξιολόγηση του περιβάλλοντος εργασίας από τις γυναίκες εργαζόμενους-επιχειρηματίες (Μέτριο:29%, Καλό:29%, Πολύ καλό:13%, Άριστο:29%).

Στην ερώτηση “Θεωρείτε ότι οι παρεμβάσεις στη λίμνη έχουν διευκολύνει, δυσχεράνει ή δεν έχουν επηρεάσει τις δραστηριότητές σας;” λάβαμε τις εξής απαντήσεις, με το 40% να θεωρεί ότι έχουν διευκολύνει, το 23% ότι έχουν δυσχεράνει και το 37% ότι δεν έχουν επηρεάσει. Γενικά μπορούμε να συμπεράνουμε ότι η επίδραση των παρεμβάσεων δεν είναι ενιαία κι εξαρτάται από πολλούς παράγοντες, μεταξύ των οποίων και η φύση της κάθε επιχείρησης (Διάγραμμα 87).



Διάγραμμα 87. Τα αποτελέσματα των παρεμβάσεων στις δραστηριότητες των εργαζόμενων-επιχειρηματιών (Διευκολύνουν:40%, Δυσχεραίνουν:23%, Δεν επηρεάζουν:37%).

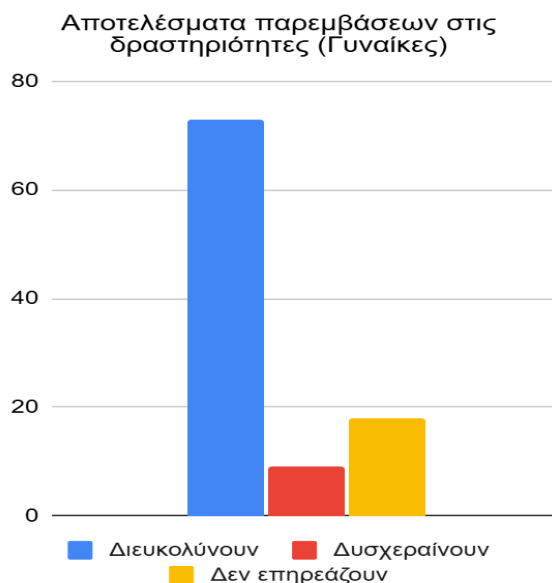
Στους άνδρες τα $\frac{2}{3}$ (66%) απάντησαν “Δεν επηρεάζουν” ενώ το 34% “Δυσχεραίνουν”(Διάγραμμα 88). Παρατηρούμε ότι παρόλο που η πλειοψηφία διατηρεί ουδέτερη στάση, το σημαντικό ποσοστό της απάντησης “Δυσχεραίνουν” σε συνδυασμό με την απουσία της απάντησης “Διευκολύνουν” δείχνει πως υπάρχει αρκετά αρνητική αντιμετώπιση απέναντι στις παρεμβάσεις φορέων και επιστημόνων.



Διάγραμμα 88. Τα αποτελέσματα των παρεμβάσεων στις δραστηριότητες των ανδρών εργαζόμενων-επιχειρηματιών (Δυσχεραίνουν:34%, Δεν επηρεάζουν:66%).

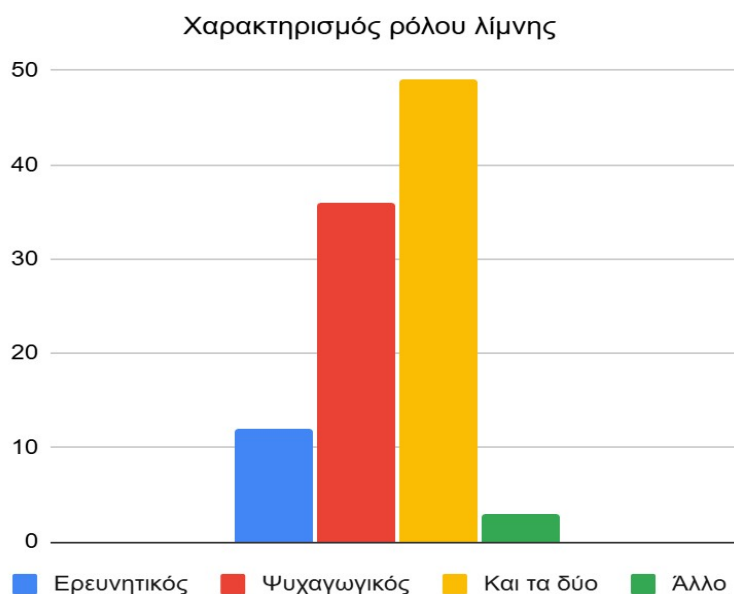
Στις γυναίκες το 76% απάντησε “Διευκολύνουν”, το 16% “Δεν επηρεάζουν” και το 8% “Δυσχεραίνουν”. Βλέπουμε πως σε αντίθεση με τους άνδρες η συντριπτική πλειοψηφία βλέπει τις

παρεμβάσεις ως μια θετική εξέλιξη για τη λίμνη και την ανάπτυξη των οικοτουριστικών (κι όχι μόνο) δραστηριοτήτων σε εκείνη (Διάγραμμα 89).



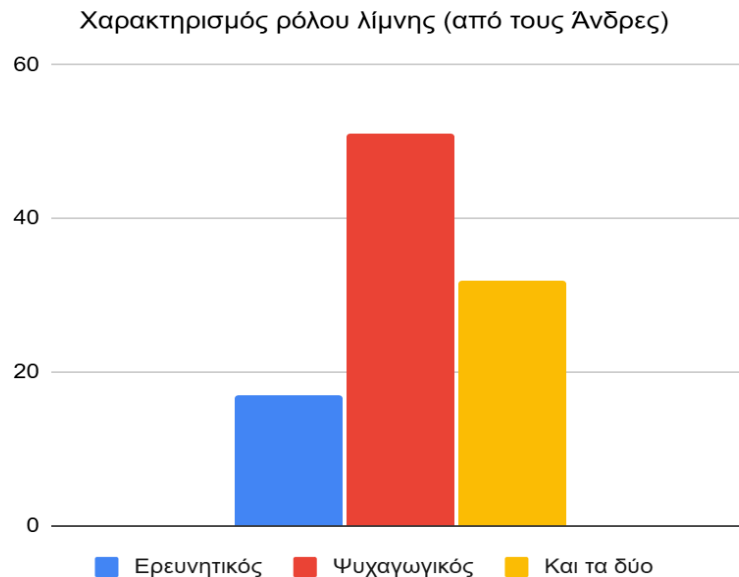
Διάγραμμα 89. Τα αποτελέσματα των παρεμβάσεων στις δραστηριότητες των γυναικών εργαζόμενων-επιχειρηματιών (Διευκολύνουν:76%, Δυσχεραίνουν:8%, Δεν επηρεάζουν:16%).

Τέλος ζητήθηκε από τους/τις ερωτώμενους/ες να χαρακτηρίσουν το ρόλο της λίμνης Πλαστήρα (Διάγραμμα 90). Διαπιστώνουμε πως σχεδόν οι μισοί/ές (49%) θεωρούν πως είναι τόσο ερευνητικός όσο και ψυχαγωγικός, το 36% περισσότερο το δεύτερο και το 12% το πρώτο. Επίσης ένα 3% απάντησε “Άλλο”. Συμπεραίνουμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό αξιολογεί διττά τη λειτουργία της, ενώ δίνεται σαφώς μεγαλύτερη έμφαση στην ψυχαγωγική έναντι της ερευνητικής στις επιμέρους απαντήσεις.



Διάγραμμα 90. Ο χαρακτηρισμός του ρόλου της λίμνης από τους/τις εργαζόμενους-επιχειρηματίες (Ερευνητικός:12%, Ψυχαγωγικός:36%, Και τα δύο:49%, Άλλο:3%)

Όσον αφορά τους άνδρες, βλέπουμε πως οι μισοί (50%) αξιολογούν τον ρόλο της λίμνης ως ψυχαγωγικό, το 33% ως διττό και το 17% ως ερευνητικό (Διάγραμμα 91). Διαπιστώνουμε ότι μεγαλύτερη έμφαση δίνεται από την πλευρά τους στην αναψυχή που αυτή παρέχει.



Διάγραμμα 91. Ο χαρακτηρισμός του ρόλου της λίμνης από τους άνδρες εργαζόμενους-επιχειρηματίες (Ερευνητικός:17%, Ψυχαγωγικός:50%, Και τα δύο:33%).



Διάγραμμα 92. Ο χαρακτηρισμός του ρόλου της λίμνης από τις γυναίκες εργαζόμενους-επιχειρηματίες (Ερευνητικός:7%, Ψυχαγωγικός:21%, Και τα δύο:65%, Άλλο:7%).

Στις γυναίκες η συντριπτική πλειοψηφία τον κατατάσσει στην κατηγορία “Και τα δύο” (65%), το 21% στην κατηγορία “Ψυχαγωγικός”, ενώ από 7% έλαβαν οι κατηγορίες “Ερευνητικός” και “Άλλο”

(Διάγραμμα 92). Από τα παραπάνω προκύπτει ότι γενικά δίνεται μεγαλύτερη έμφαση στο διττό ρόλο της λίμνης, παρόλο που στις επιμέρους απαντήσεις υπερτερεί σημαντικά ο ψυχαγωγικός.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4ο

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

4.1 Για τους/τις επισκέπτες/τριες

Όπως αναφέρθηκε στην αρχή των παρατηρήσεων, η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων ήταν φοιτητές/τριες. Το γεγονός αυτό εξηγεί τα γενικά τους στοιχεία αλλά και την απουσία κοντινού ατόμου τους σε επιχείρηση που δραστηριοποιείται στη λίμνη. Επίσης το ότι επισκέπτονται τη λίμνη κατά κύριο λόγο σπάνια δείχνει ότι η τελευταία έχει σχετικά μικρή απήχηση στις νεανικές ηλικίες.

Η ποιότητα των υπηρεσιών δεν αφήνει ιδιαίτερα ικανοποιημένους τους επισκέπτες, με τις απαντήσεις “Μέτρια” κι απλώς “Καλή” να κυριαρχούν συντριπτικά έναντι των υπολοίπων (Διαγράμματα 32, 33, 34). Ακόμα το ότι οι περισσότεροι/ες επιλέγουν την περιήγηση κατά την παραμονή τους στη λίμνη υποδηλώνει, ότι κρίνεται αναγκαία η άμεση βελτίωση των υπολοίπων τομέων (Διαγράμματα 20, 21, 22). Επιπρόσθετα η ενημέρωση για θέματα που αφορούν στη λίμνη δεν φαίνεται να αποτελεί προτεραιότητά τους, αφού η διαφορά μεταξύ ενημερωμένων και μη επισκεπτών είναι μικρή. Παρόμοια εικόνα συναντάμε και στην επιθυμία ενεργής συμμετοχής τους, ενώ γενικά μέτρια ικανοποίηση επικρατεί στα άτομα των επισκεπτών που εργάζονται στη λίμνη. Επιπλέον όσον αφορά την πρόταση των υπηρεσιών σε άτομα του οικείου περιβάλλοντός τους παρατηρούμε πως γενικά υπάρχει προθυμία, ενώ η ενημέρωσή τους κατά κύριο λόγο ηλεκτρονικά επιβεβαιώνει την κυριαρχία των μέσων αυτών στην εποχή μας. Τέλος οι εγκαταστάσεις θεωρούνται από εκείνους/ες ως ο σημαντικότερος τομέας προς βελτίωση (Διαγράμματα 38, 39, 40), ενώ με βάση τα διαγράμματα 44, 45 και 46 ατενίζουν το μέλλον του τουρισμού στη λίμνη με αισιοδοξία.

4.2 Για τους εργαζόμενους/επιχειρηματίες

Όπως προαναφέρθηκε στη μεθοδολογία, ένα μεγάλο μέρος των επιχειρηματιών απείχε από την παρούσα έρευνα. Συνεπώς, τα αποτελέσματα που προέκυψαν δεν θεωρούνται αντιπροσωπευτικά. Παρόλα όλα αυτά αξίζει να σημειωθεί ότι παρατηρείται μεγάλη διαφορά μεταξύ ανδρών και γυναικών στον μέσο όρο ηλικίας, ενώ το ότι η πλειοψηφία δραστηριοποιείται επαγγελματικά στη λίμνη εδώ και λίγα χρόνια δείχνει ότι ο τουρισμός στην περιοχή έχει ανθίσει σχετικά πρόσφατα. Επιπλέον όπως και στην περίπτωση των επισκεπτών οι εγκαταστάσεις κρίνονται από τους επιχειρηματίες ως ο σημαντικότερος τομέας προς βελτίωση, ενώ η πλειοψηφία των ερωτηθέντων θεωρεί πως η λίμνη διατίθεται τόσο για έρευνα όσο και για ψυχαγωγία δίνοντας έμφαση στην πολυλειτουργικότητα που

χαρακτηρίζει την τελευταία. Επίσης τόσο οι θετικές αξιολογήσεις τους όσο και οι αντίστοιχα θετικές κριτικές που λαμβάνουν φανερώνουν ότι ο οικοτουρισμός στην περιοχή βρίσκεται σε πολύ καλό δρόμο, παρά τις όποιες αδυναμίες/ελλείψεις προαναφέρθηκαν (Διαγράμματα 69, 70, 71 και 84, 85, 86, όπως και 81, 82, 83 αντίστοιχα). Τέλος τα υψηλά ποσοστά δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης δείχνουν ότι η κατοχή πτυχίου δεν συνιστά απαραίτητη προϋπόθεση για την ενασχόληση με τα οικοτουριστικά επαγγέλματα στο χώρο της λίμνης.

4.3 Προτάσεις

Προκειμένου μια οικοτουριστική περιοχή να λειτουργεί σε γενικές γραμμές ορθά, θα πρέπει η δράση των εμπλεκόμενων φορέων να γίνεται με γνώμονα την πολυλειτουργικότητα των οικοσυστημάτων, υπό τις αρχές της αειφορίας και της βιώσιμης ανάπτυξης, δηλαδή της κάλυψης των αναγκών του παρόντος χωρίς να υπονομεύεται η ικανότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες (UNWTO, 2019). Η οργανωμένη συλλογή στατιστικών στοιχείων, όπως συμβαίνει και με την παρούσα έρευνα, θα συνεισέφερε θετικά στο να εντοπιστούν ταχύτερα κι αποτελεσματικότερα τυχόν αδυναμίες στη δομή και τη λειτουργία των επιχειρήσεων, των υπηρεσιών και των εμπλεκόμενων φορέων γενικότερα, ενώ παράλληλα θα ενημέρωνε την κοινή γνώμη αφυπνίζοντάς τη για θέματα που άπτονται του χώρου της λίμνης και του ευρύτερου κοινωνικοοικονομικού περιβάλλοντός της. Ο τοπικός πληθυσμός θα πρέπει, στο βαθμό που είναι υπεύθυνος και που του αναλογεί, να λάβει τις τύχες του οικοτουρισμού στα χέρια του, αφού σύμφωνα με τον Scheyvens (1999) αυτό αποτελεί “βασικό στοιχείο της οικοτουριστικής ανάπτυξης”. Το συγκεκριμένο εγχείρημα επιτυγχάνεται με τη συνέχιση των οικογενειακών επιχειρήσεων και τη στροφή περισσότερων νέων ανθρώπων στον τομέα των οικοτουριστικών επαγγελμάτων, ενώ παράλληλα η προώθηση προς τα έξω με οποιοδήποτε/αδήποτε διαθέσιμο/α μέσο/α θα προσέλκυε αρχικά το ενδιαφέρον του ελληνικού κοινού και στη συνέχεια ενδεχόμενες επενδύσεις από Έλληνες και ξένους επιχειρηματίες. Οι ίδιοι οι επισκέπτες θα πρέπει να πηγαίνουν στη λίμνη Πλαστήρα ενημερωμένοι, έχοντας λάβει περιβαλλοντική εκπαίδευση και ει δυνατόν και εκτός τουριστικής περιόδου έτσι ώστε να αναπτύσσεται σφαιρικά και ολόπλευρα ο τομέας της οικοτουριστικής κίνησης στην περιοχή. Τέλος η δημιουργία εργαστηρίων για τους επισκέπτες θα βοηθούσε στο να εμπλακούν ενεργά στις διαδικασίες του δευτερογενούς τομέα παραγωγής τοπικών προϊόντων (πχ γλυκών, τυριών, καλλυντικών κτλπ.), ενώ η ίδρυση εκπαιδευτικών camps για νέους, θα συνεισέφερε στο να αποκτήσει η νέα γενιά ευαισθητοποιημένη συνείδηση και γνώση πάνω σε θέματα όπως ο σεβασμός στην αειφορική διαχείριση των οικοσυστημάτων και τη διατήρηση της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Agustin, Santana-Talavera, and Fernandez-Betancort Heredina. “Alternative Tourism”.

Barbier E. B., 1987. The Concept of Sustainable Economic Development. *Environmental Conservation*, 14(2), 101-110.

Blewitt J., 2008. *Understanding Sustainable Development*. London: Earthscan.

Butler R., 1996. The Concept of Carrying Capacity for Tourism: Myth or Reality? In: *Tourism and Sustainable Development: Monitoring, Planning, Managing*, University of Waterloo.

Ceballos-Lascurain H., 1987. The Future of Ecotourism. *Mexico Journal*, January issue.

Coccossis H. & Mexa, A., 2004. *The Challenge of Tourism Carrying Capacity Assessment: Theory and Practice*. Ashgate Publishing.

Cohen C. B., 1994. “Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism . Valene L. Smith and William R. Eadington,” *American Ethnologist*, vol. 21, no. 4, pp. 941–942.

Encyclopedia of Tourism, 2014. pp. 1–4.

Encyclopedia of Forest Sciences, 2004. 949-958.

Edwards A. R., 2005. *The Sustainability Revolution: Portrait of a Paradigm Shift*. New Society Publishers.

Fennell D. A., 2021. *Ecotourism* (5th ed.). Routledge.

Inskeep E., 1991. *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. Van Nostrand Reinhold.

I.U.C.N, (ed.), June/July 1970. *International Working Meeting on Environmental Education in the School Curriculum*, Carson City - Nevada, U.S.A.

Kuhlman, T. & Farrington, J., 2010. What is Sustainability? *Sustainability*, 2(11), 3436–3448.

Middleton, V. T. C. & Hawkins R., 1997. *Sustainable Tourism: A Marketing Perspective*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

O'Riordan T., 1976. *Environmentalism*, Pion Ltd., London.

Scheyvens R., 1999. Ecotourism and the empowerment of local communities. *Tourism Management*, 20(2), 245–249.

UNESCO, 1988. *Stratégie Internationale d'Action en matière d'Éducation et de Formation relatives à l'Environnement pour les années 1990*. UNESCO-UNEP Congress, Environmental Education and Training, Moscou 1987. Nairobi – Paris: UNESCO.

UNWTO (World Tourism Organization), 2019. *Tourism and Sustainable Development Goals – Journey to 2030*.

Vanhove N., 2005. *The Economics of Tourism Destinations*.

Wearing, S. & Neil, J., 2009. *Ecotourism: Impacts, Potentials and Possibilities?*

Weaver D., 2001. *The Encyclopedia of Ecotourism*. Wallingford: CABI Publishing.

World Commission on Environment and Development (WCED), 1987. *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press.

Ανδριώτης K., 2008. “Αειφορία και Εναλλακτικός Τουρισμός”.

Βασιλάκος Χ., 2007. “Μεσενικόλας Καρδίτσας - Κυνήγι-Ψάρεμα.”. Ανάκτηση από:
www.mesenikolas.gr/web/index.php?option=com_content&task=view&id=48&Itemid=63.

Κομίλης Π., 2002. “Οικοτουρισμός: Η εναλλακτική προοπτική αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης”.

Μηλκούδη Π., 2022, Ιούνιος. “Ο οικοτουρισμός ως εργαλείο βιώσιμης ανάπτυξης σε Ελλάδα και εξωτερικό”. Μεταπτυχιακή Διατριβή. Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος. Σχολή Γεωτεχνικών Επιστημών. Τμήμα Δασολογίας & Φυσικού Περιβάλλοντος. Θεσσαλονίκη.

Μπούσμπουρας Δ., 2004. Οικοτουρισμός και Προστατευόμενες Περιοχές στην Ελλάδα. Αθήνα: WWF Ελλάς.

Νόμος 151344/165/2017 (ΦΕΚ 206/Β/30-1-2017).

Παπαγιάννης Μ., 2000. Διαχείριση Προστατευόμενων Περιοχών και Περιβαλλοντική Εκπαίδευση. Εκδόσεις Καμπανά.

Παπαδόπουλος Α., 2008. Δασική Αναψυχή: Σχεδιασμός και Διαχείριση. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Ζήτη.

Σπυρίδωνος Γ., 2003. Δασοπονία και Περιβάλλον. Εκδόσεις Παπαζήση.

Φλογαΐτη Ε., 2008. ΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ. Επικαιροποίηση Γαβριλάκης Κ., Λιαράκου Γ.

Ηλεκτρονικές πηγές

“Tourism – Definition, Types & Forms, History & Importance of Tourism”, Tourismnotes.com,
<https://tourismnotes.com/travel-tourism/>. Πρόσβαση στις 7 Απριλίου 2025.

“TIES Announces Ecotourism Principles Revision”, Ecotourism.org, Jan. 07, 2015.
<https://ecotourism.org/news/ties-announces-ecotourism-principles-revision/>. Πρόσβαση στις 14 Απριλίου 2025.

“Οικοτουρισμός”, wwf.gr, https://www.contentarchive.wwf.gr/images/pdfs/fact_sheet_tourism.pdf.

Πρόσβαση στις 22 Φεβρουαρίου 2025.

“Η σημασία της αναψυχής και του δασοτουρισμού στη διαχείριση των δασών”, dasarxeio.com, <https://dasarxeio.com/2014/03/23/12705/>. Πρόσβαση στις 2 Μαρτίου 2024.

T. Press, “Τι είναι τουριστική φέρουσα ικανότητα; -,” Tourismpress.gr, Apr. 09, 2021.

<https://tourismpress.gr/ti-einai-touristiki-ferousa-ikanotita/>. Πρόσβαση στις 21 Φεβρουαρίου 2025.

Wikipedia, “Βικιπαίδεια,” Wikipedia.org, 2019. <https://el.wikipedia.org/wiki/>. Πρόσβαση στις 19 Φεβρουαρίου 2025.

“Ιστορία - Λίμνη Πλαστήρα,” Plastiras-lake.gr, 2022. <https://www.plastiras-lake.gr/index.php/istoria-limnis-plastira.html>. Πρόσβαση στις 5 Μαρτίου 2024.

“Η Ιστορία της Λίμνης | Δήμος Λίμνης Πλαστήρα,” Δήμος Λίμνης Πλαστήρα, Aug. 10, 2017. <https://plastiras-ota.gr/i-limni/istoria-tis-limnis/>. Πρόσβαση στις 5 Μαρτίου 2024.

.”Πεζοπορία στη λίμνη Πλαστήρα”, “Μανιτάρια της λίμνης Πλαστήρα”, https://www.topoguide.gr/mountains/thessaly/advs_plastira_lake. Πρόσβαση στις 9 Μαΐου 2024.

“Δραστηριότητες στη λίμνη Πλαστήρα”, <https://www.plastiras-lake.gr/index.php/drastiriotites-limnis-plastira>. Πρόσβαση στις 23 Μαΐου 2024.

“Κολυμβητικός Διάπλους Λίμνης Πλαστήρα”, <https://diaplous-limniplastira.blogspot.com>. Πρόσβαση στις 11 Μαΐου 2025.

“Δραστηριότητες στη λίμνη Πλαστήρα”, <https://www.tavropos.com>. Πρόσβαση στις 15 Δεκεμβρίου 2023.

“Βοτανικός Κήπος Νεοχωρίου”, <https://botanikoskiposneoxoriou.wordpress.com>. Πρόσβαση στις 9 Απριλίου 2025.