

**ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΚΟΛΛΗΣΗΣ ΚΑΙ  
ΔΙΑΘΕΣΗ ΓΙΑ ΕΠΑΝΑΛΗΨΗ ΤΗΣ ΟΡΕΙΝΗΣ ΠΕΖΟΠΟΡΙΑΣ ΣΤΟΝ  
ΟΛΥΜΠΟ**

του  
Θωμά Καραγιώργου

Μεταπτυχιακή διατριβή που υποβάλλεται  
στο καθηγητικό σώμα για τη μερική εκπλήρωση των υποχρεώσεων απόκτησης του  
μεταπτυχιακού τίτλου του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος «Άσκηση  
και Ποιότητα Ζωής» των Τμημάτων Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού  
του Δημοκρίτειου Παν/μίου Θράκης και του Παν/μίου Θεσσαλίας στην κατεύθυνση  
«Φυσική Δραστηριότητα και Αθλητική Αναψυχή».

Τρίκαλα  
2012

Εγκεκριμένο από το Καθηγητικό σώμα:

---

1<sup>ος</sup> Επιβλέπων: Κουθούρης Χαρίλαος, Αναπληρωτής Καθηγητής

---

2<sup>ος</sup> Επιβλέπων: Αλεξανδρής Κωνσταντίνος, Επίκουρος Καθηγητής

---

3<sup>ος</sup> Επιβλέπων: Μιχαλοπούλου Μαρία, Καθηγήτρια

13429/1

### ABSTRACT

Thomas Karagiorgos: Investigation the role of involvement with trekking and attachment to the destination in terms of loyalty: The case of Mt.Olympus

(With the supervision of Mr. Charilaos Kouthouris, Associate Professor)

The continuous changes in lifestyle and contemporary tourism environment have stimulated development of destinations as sports facilities and recreation means of involvement with outdoor activities. The purpose of this study was to investigate the involvement of hikers on the trekking and the attachment to destination (Olympus) as a surname destination and how these two concepts contribute to loyalty with the mountain. Individual goal was to investigate the profile and demographic characteristics of the participants. The sample consisted of 307 Greek men and women hikers with an average age of 34.2 years. For the evaluation of involvement used the questionnaire Kyle, Graefe, Manning & Bacon (2004), for attachment to destination used the questionnaire Kyle, Graefe, Manning & Bacon (2004a, c) and for their loyalty the questionnaire of Filo, Funk & Alexandris (2008), adapted specifically to the needs of the research and the name Olympus. Results showed a positive correlation between involvement and attachment. The cluster analysis classified participants into two groups in terms of involvement and on the attachment. It was also shown by T-test of groups of two concepts, the positive behavior for loyalty in brand name, Olympus. It is important to understand all entities, public and private, the value and importance of Olympus, as a cultural and sport recreational destination in order to implement actions to further tourism development, always worthy of the name.

Keywords: involvement, attachment to the destination, loyalty, Mt. Olympus

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Ευχαριστώ τον κύριο Αλεξανδρή Κώστα για την ειλικρινή, πολύτιμη και αμέριστη βοήθεια του στην μεγάλη προσπάθεια εκπόνησης τις διατριβής μου. Από την πρώτη στιγμή στάθηκε στο πλευρό μου, όπου με τις γνώσεις του και την ηθική του υπόσταση, συνέβαλε ώστε να ολοκληρωθεί η έρευνα με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Το επιστημονικό του ενδιαφέρον διεύρυνε σημαντικά τους ερευνητικούς μου ορίζοντες.

Επίσης ευχαριστώ τον κύριο Κουθούρη Χαρίλαο για την βοήθεια του στην ανάπτυξη της έρευνας καθώς και για την σημαντική πρακτική και ηθική υποστήριξή του για την ολοκλήρωση της.

Ακόμη, ευχαριστώ την κυρία Μιχαλοπούλου Μαρία για την ηθική υποστήριξη που παρείχε στη διάρκεια της έρευνας κα των μεταπτυχιακών σπουδών.

Επιπλέον, ιδιαίτερες ευχαριστίες θέλω να δώσω στο Μιχάλη Στύλλα, καταφυγιά του «μοναδικού» αυτού καταφυγίου στο οροπέδιο των Μουσών στα 2.648μ. το Χρ. Κάκαλος, και την ομάδα που βρίσκεται πάνω και δουλεύει ακατάπαυστα για τη λειτουργία του καταφυγίου όλο το χρόνο. Η βοήθεια για διαμονή, σίτιση και παρέα ήταν πολύτιμη. Καθώς και η αγάπη τους για το συγκεκριμένο βουνό βοήθησε σημαντικά στα ευρήματα της έρευνας.

Ένα τεράστιο ευχαριστώ στον κύριο Νίκο Αναστασίου για την ιδιαίτερη παρότρυνση του να εμβαθύνω και να διευρύνω τους επιστημονικούς μου ορίζοντες πάνω στο συγκεκριμένο αντικείμενο.

Επίσης, ευχαριστώ στη Γιώτα Μπαλάσκα, διδάκτορα για την υπομονή της, τις πολύτιμες γνώσεις της και τον συνεχή χρόνο που διέθετε για τις αναλύσεις της έρευνας.

Ακόμη, ένα ευχαριστώ στους φίλους μου για το αληθινό ενδιαφέρον τους και την ειλικρινή στήριξη τους προς εμένα και τους στόχους μου. Μέσα από τους κοινούς στόχους και βιώματα συνέβαλαν με το ήθος τους στην ολοκλήρωση της διατριβής μου.

Στο τέλος, πιο πολύ ευχαριστώ την αγαπημένη μου οικογένεια Γιώργο, Ελένη και Γιάννη για την πιο αγνή και ειλικρινή συμπαράσταση που μου παρέχουν όλα αυτά τα χρόνια.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	ii
ABSTRACT.....	iii
ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	iv
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	v
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	vii

### I. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σημασία της έρευνας.....	3
Σκοπός της έρευνας.....	4
Ερευνητικές υποθέσεις.....	4
Οριοθετήσεις.....	5
Περιορισμοί.....	6
Θεωρητικοί και λειτουργικοί ορισμοί.....	6

### II. ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

Όλυμπος.....	7
Θεωρητικό υπόβαθρο της προσκόλλησης στον προορισμό.....	10
Θεωρητικό υπόβαθρο της ανάμειξης.....	13
Συσχέτιση της ανάμειξης και της προσκόλλησης στον προορισμό.....	17

### III. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Δείγμα.....	19
Διαδικασία συλλογής δεδομένων.....	19
Όργανο αξιολόγησης.....	20
Στατιστική ανάλυση.....	23

### IV. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Δημογραφικά στοιχεία.....	24
Στοιχεία συμμετοχής σε ορεινή πεζοπορία στον Όλυμπο.....	26
Περιγραφικά στοιχεία των κλιμάκων και ανάλυση αξιοπιστίας.....	30

Ταξινόμηση των συμμετεχόντων σε ομάδες ως προς την προσκόλληση στον προορισμό.....	31
Ταξινόμηση των συμμετεχόντων σε ομάδες ως προς την ανάμειξη με την ορεινή πεζοπορία.....	32
Διερεύνηση διαφορών ανάμεσα στις ομάδες με χαμηλή και υψηλή προσκόλληση στον προορισμό ως προς αφοσίωση.....	33
Διερεύνηση διαφορών ανάμεσα στις ομάδες με χαμηλή και υψηλή ανάμειξη με την ορεινή πεζοπορία ως προς την αφοσίωση.....	33
Διερεύνηση διαφορών μεταξύ ανδρών και γυναικών, στις διαστάσεις της ανάμειξης και της προσκόλλησης στον προορισμό.....	34
Έλεγχος συσχέτισης μεταξύ των διαστάσεων της ανάμειξης και της προσκόλλησης στην προορισμό.....	35
V. ΣΥΖΗΤΗΣΗ.....	37
VI. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	45
VII. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	48
VIII. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	60

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

<b>Πίνακας 1.</b> Δημογραφικά στοιχεία για το φύλο, την ηλικία και τον τόπο διαμονής..	25
<b>Πίνακας 2.</b> Δημογραφικά στοιχεία για την οικογενειακή κατάσταση, το μορφωτικό επίπεδο και την επαγγελματική κατάσταση.....	26
<b>Πίνακας 3.</b> Στοιχεία συμμετοχής σε ορεινή πεζοπορία στον Όλυμπο.....	29
<b>Πίνακας 4.</b> Στοιχεία συμμετοχής για τα χρόνια ασχολίας, τα σαββατοκύριακα το χρόνο και συμμετοχή σε δραστηριότητα.....	29
<b>Πίνακας 5.</b> Στοιχεία συμμετοχής για τον πιο ελκυστικό ορεινό προορισμό, για τη βελτίωση του Ολύμπου και το σκοπό της κατάβασης.....	30
<b>Πίνακας 6.</b> Περιγραφικά στοιχεία των κλιμάκων και ανάλυση αξιοπιστίας.....	31
<b>Πίνακας 7.</b> Ταξινόμηση συμμετεχόντων σε ομάδες ως προς την προσκόλληση στον προορισμό.....	32
<b>Πίνακας 8.</b> Ταξινόμηση των συμμετεχόντων σε ομάδες ως προς την ανάμειξη με την ορεινή πεζοπορία.....	33
<b>Πίνακας 9.</b> Διερεύνηση διαφορών ανάμεσα στις ομάδες με χαμηλή και υψηλή προσκόλληση στον προορισμό ως προς αφοσίωση.....	34
<b>Πίνακας 10.</b> Διερεύνηση διαφορών ανάμεσα στις ομάδες με χαμηλή και υψηλή ανάμειξη με την ορεινή πεζοπορία ως προς την αφοσίωση.....	34
<b>Πίνακας 11.</b> Διερεύνηση διαφορών μεταξύ ανδρών και γυναικών, στις διαστάσεις της ανάμειξης και της προσκόλλησης στον προορισμό.....	35
<b>Πίνακας 12.</b> Έλεγχος συσχέτισης μεταξύ των διαστάσεων της ανάμειξης και της προσκόλλησης στην προορισμό.....	36



## **ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΟΥ ΡΟΛΟΥ ΤΗΣ ΑΝΑΜΕΙΞΗΣ ΜΕ ΤΗΝ ΟΡΕΙΝΗ ΠΕΖΟΠΟΡΙΑ ΚΑΙ ΤΗΣ ΠΡΟΣΚΟΛΛΗΣΗΣ ΜΕ ΤΟΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΑΦΟΣΙΩΣΗ ΜΕ ΑΥΤΟΝ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΟΛΥΜΠΟΥ**

Η ανάμειξη με μία αθλητική δραστηριότητα σε έναν τουριστικό προορισμό και η συναισθηματική σχέση που αναπτύσσει το άτομο με τον τόπο της δράσης αποτελεί ένα σημαντικό θέμα στην βιβλιογραφία του μάρκετινγκ, αφού η αντίληψη για την ανάμειξη και την προσκόλληση με τον προορισμό σχετίζονται άμεσα μεταξύ τους (Kyle, Graefe, Manning, & Bacon, 2003; 2004a, c). Τα τελευταία χρόνια, η ανάμειξη με μια δραστηριότητα, η προσκόλληση με τον προορισμό και η αφοσίωση με αυτόν προσέλκυσαν το ενδιαφέρον των ερευνητών του αθλητικού μάρκετινγκ (Alexandris, Kouthouris & Meligdis, 2006; Filo, Funk & Alexandris, 2008; Havitz, & Mannell, 2005; Hwang, Lee & Chen, 2005; Iwasaki & Havitz, 1998;2004; Kyle, Graefe, Manning, & Bacon 2003; 2004a, c).

Έρευνες στο χώρο του υπαίθριου τουρισμού καταδεικνύουν ότι το φυσικό περιβάλλον προκαλεί το παγκόσμιο ενδιαφέρον των ανθρώπων από τη δεκαετία του 1970 (Cottrell & Graefe, 1997). Δια το λόγο αυτό οι ερευνητές από πολλές επιστήμες, όπως γεωλόγοι και ψυχολόγοι, ερευνούν έννοιες που αφορούν συμπεριφορές ανθρώπων που σχετίζονται με το φυσικό περιβάλλον. Παράλληλα συγκεκριμένες αλλαγές στον σύγχρονο τρόπο ζωής αποτέλεσαν το έναυσμα για απόδραση σε υπαίθριους προορισμούς όπως βουνά, έρημοι και ωκεανοί οι οποίοι αποτελούν πόλο έλξης για τον άνθρωπο. Πρόσφατες έρευνες έχουν υποστηρίξει ότι οι συμμετέχοντες στις ανωτέρω δράσεις είναι δυνατό να αναπτύξουν μια συναισθηματική σχέση με τα μέρη αυτά, που οφείλεται στις ιδιαιτερότητες και τα χαρακτηριστικά της κάθε περιοχής αλλά και την ιστορία και επωνυμία τους (Alexandris, Kouthouris & Meligdis, 2006; Kyle, Absher & Graefe, 2003; Kyle, Bricker, Graefe & Wickham, 2004a, c; Williams, Patterson, Roggenbuck, & Watson, 1992).

Η προσκόλληση στον προορισμό είναι μια έννοια η οποία έχει χρησιμοποιηθεί προκειμένου να περιγραφεί και να εκτιμηθεί η ανάπτυξη της συναισθηματικής



σχέσης του ατόμου με έναν επώνυμο προορισμό (Kyle, Absher & Graefe, 2003; Kyle, Bricker, Graefe & Wickham, 2004; Kyle, Graefe, Manning & Bacon, 2004b, c). Η έννοια της προσκόλλησης έχει διερευνηθεί και χρησιμοποιηθεί από ερευνητές και επαγγελματίες μάνατζερ, ώστε να γίνουν κατανοητές ορισμένες συμπεριφορές συμμετεχόντων σε σχέση με την αναψυχή και την ανάμειξη τους σε δράσεις (Moore & Graefe, 1994; Schreyer, Jacob & White, 1981; Williams, Patterson, Roggenbuck, & Watson, 1992; Williams & Roggenbuck, 1989). Μέσα από μελέτες για την αναψυχή και τον τουρισμό, η βιβλιογραφία έδειξε ότι η προσκόλληση με ένα προορισμό συνδέεται κατά περίπτωση: με το επίπεδο ικανοποίησης από την συμμετοχή (Hwang et al., 2005), την ανάμειξη με την συγκεκριμένη δραστηριότητα (Kyle et al., 2003), την προθυμία για διάθεση χρημάτων σε δραστηριότητες αναψυχής σε σχέση με την περιοχή (Bricker & Kerstetter, 2000; Kyle et al., 2003a; Williams & Vaske, 2003), και την ανάπτυξη της αφοσίωσης με τον προορισμό εκφραζόμενη από μία ψυχολογική δέσμευση με την περιοχή και την πρόθεση για επανάληψη της επίσκεψης στην περιοχή (Alexandris, Douka, Papadopoulos & Kaltsatou 2008; Filo, Funk & Alexandris, 2008). Εμπειρικές έρευνες στη βιβλιογραφία καταδεικνύουν σημαντικά ευρήματα για τους φορείς αναψυχής εξηγώντας πώς οι συμμετέχοντες μέσα από την ανάμειξη σε μία δράση αναπτύσσουν προσκόλληση με ένα συγκριμένο προορισμό.

Υπάρχει πληθώρα ερευνητών που μελετούν με διάφορα θεωρητικά και εμπειρικά μοντέλα την έννοια της ανάμειξης με μια δραστηριότητα και τους παράγοντές της (Iwasaki & Havitz, 1998; 2004; Kyle, Graefe, Manning & Bacon, 2003; Kyle, Graefe, Manning & Bacon, 2004b). Μια δραστηριότητα αναφέρεται ως σημαντική, όταν η ζωή του ατόμου είναι οργανωμένη γύρω από αυτή ή όταν θεωρείται ότι η δραστηριότητα βελτιώνει την ποιότητα ζωής του ατόμου (Havitz & Dimanche, 1999). Η σημασία της έννοιας της ανάμειξης οδηγεί το άτομο σε αναζήτηση πληθώρας πληροφοριών σχετικά με τη συγκεκριμένη δραστηριότητα (π.χ. ενημέρωση για εξειδικευμένο εξοπλισμό, αναζήτηση πληροφοριών για το μέρος της δράσης), καθώς και στην ψυχολογική δέσμευσή του με τους φορείς ή τις εγκαταστάσεις που παρέχουν τη συγκεκριμένη δραστηριότητα (Gahwiler & Havitz, 1998; McIntyre & Pigram, 1992).

Τα τελευταία χρόνια, σημαντικός αριθμός ερευνών στον τομέα της υπαίθριας αναψυχής εξετάζει την διαδικασία που οδηγεί στην αύξηση της αφοσίωσης των συμμετεχόντων (Alexandris, Kouthouris & Meligdis, 2006; Gahwiler & Havitz, 1998;

Iwasaki & Havitz, 1998; Kim, Scott, & Crompton, 1997; Park, 1996; Pritchard, Havitz, & Howard, 1999). Επίσης, ελάχιστες έρευνες έχουν μελετήσει την σχέση της ανάμειξης με την πεζοπορία και την προσκόλληση με ένα προορισμό ως προς την αύξηση της αφοσίωσης με τον ίδιο προορισμό (Alexandris, Kouthouris & Meligdis, 2006; Kyle, Graefe, Manning & Bacon, 2003; 2004b) ενώ, από όσο μπορούμε να γνωρίζουμε, μέχρι σήμερα, δεν υπάρχει καμία έρευνα στον ελλαδικό χώρο που να εξετάζει τη σχέση της ανάμειξης με την πεζοπορία και της προσκόλλησης στον Όλυμπο ως προς την αφοσίωση στο βουνό και την επωνυμία του.

Η ορεινή πεζοπορία σε ορεινούς όγκους και σε εθνικά μονοπάτια αποτελεί μια διαδεδομένη μορφή δραστηριότητας αναψυχής σε ολόκληρο τον κόσμο. Η πεζοπορία συγκαταλέγεται μέσα στις πιο δημοφιλείς δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής και επικεντρώνεται σε μεγάλης διάρκειας πεζοπορίες σε εύκολα, μέτρια άλλα και δύσκολα τεχνικά μονοπάτια. Το μήκος και οι ποικιλία των ορεινών μονοπατιών του Ολύμπου αποτελεί μία πηγή έλξης για δραστηριότητες και απόλαυση της έντονης γεωμορφολογίας και βιοποικιλότητας του βουνού. Η ισχυρή επωνυμία και η έντονη ιστορία του Ολύμπου, καθιστά το βουνό πόλο αθλητικής και πολιτιστικής ανάπτυξης μέσα από αθλητικά γεγονότα, αυτόνομες ορεινές δράσεις και προκλήσεις για σπάνια ρεκόρ. Ο Όλυπος αναμένεται να αποτελέσει στο εγγύς μέλλον μεγάλο τουριστικό προορισμό για ορεινές δράσεις σε όλες τις εκφάνσεις τους, καθώς θεωρείται έδρα ακραίων δράσεων και πηγή βίωσης της περιπέτειας.

### ***Σημασία της έρευνας***

Η αξιοποίηση του Ολύμπου ως τόπο δραστηριοτήτων αναψυχής και αθλητικών γεγονότων (π.χ. ορεινοί μαραθώνιοι, πεζοπορία) προκάλεσε την αύξηση των επισκεπτών και την ανάπτυξη του τοπικού τουρισμού. Με την παρούσα εργασία έγινε προσπάθεια να ταξινομηθούν οι συμμετέχοντες σε ομάδες ως προς το επίπεδο ανάμειξης με την ορεινή πεζοπορία και ως προς το επίπεδο προσκόλλησης με τον προορισμό, καθώς και πως οι παραπάνω έννοιες συντελούν στην αφοσίωση με το τοπωνύμιο Όλυπος. Η απουσία ανάλογων ερευνών στον ελλαδικό χώρο, και συγκεκριμένα στον Όλυμπο, αναδεικνύει τη σημασία μιας τέτοια προσπάθειας, διότι:

- α) τα συμπεράσματά της μπορούν να χρησιμοποιηθούν από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς, ιδιωτικούς και κρατικούς, της περιοχής, προκειμένου να επιστρατεύσουν κατάλληλες στρατηγικές προσέλκυσης και διατήρησης των

συμμετεχόντων, β) βοηθάει στη διερεύνηση παραμέτρων, όπως τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, τομείς (π.χ. μονοπάτια) που χρήζουν βελτίωση στον Όλυμπο, και γενικά το συνολικό προφίλ των ορειβατών του συγκεκριμένου βουνού, γ) δίνει το έναυσμα για μελλοντικές έρευνες σε άλλους ορεινούς προορισμούς και την διερεύνηση παραμέτρων σχετικούς με τις δράσεις εκεί, και δ) συμβάλει στη διαμόρφωση και οριστικοποίηση οργάνων μέτρησης, τα οποία θα μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τους εκάστοτε φορείς, προκειμένου να αναπτύξουν δράσεις αναψυχής στην περιοχή που να στηρίζονται στην προοπτική για την ανάπτυξη του Ολύμπου ως επώνυμου και δυνατού τουριστικού προορισμού για έλληνες και ξένους επισκέπτες.

### ***Σκοπός της έρευνας***

Σκοπός της έρευνας ήταν η μελέτη του ρόλου της ανάμειξης με την ορεινή πεζοπορία και της προσκόλλησης στον Όλυμπο ως προς την συμπεριφορά αφοσίωσης στον προορισμό, όπως επίσης και της συσχέτισης των δυο εννοιών. Επιμέρους στόχος ήταν η καταγραφή του προφίλ και των δημογραφικών χαρακτηριστικών του ορεινού πεζοπόρου του Ολύμπου, καθώς και η διερεύνηση διαφορών των δυο φύλων ως προς την ανάμειξη και την προσκόλληση με τον προορισμό.

### ***Ερευνητικές υποθέσεις***

#### ***Μηδενικές υποθέσεις***

$H_01$ : Δεν γίνεται ταξινόμηση των συμμετεχόντων ως προς την προσκόλληση στον προορισμό.

$H_02$ : Δεν γίνεται ταξινόμηση των συμμετεχόντων ως προς την ανάμειξη με την ορεινή πεζοπορία.

$H_03$ : Δεν υπάρχει θετική συσχέτιση μεταξύ των εννοιών της ανάμειξης και της προσκόλλησης.

$H_04$ : Η προσκόλληση με τον προορισμό δεν διαφοροποιείται από το φύλο.

$H_05$ : Η ανάμειξη με την ορεινή πεζοπορία δεν διαφοροποιείται από το φύλο.

#### ***Εναλλακτικές υποθέσεις***

$H_11$ : Γίνεται ταξινόμηση των συμμετεχόντων ως προς την προσκόλληση στον προορισμό.

H<sub>12</sub>: Γίνεται ταξινόμηση των συμμετεχόντων ως προς την ανάμειξη με την ορεινή πεζοπορία.

H<sub>13</sub>: Υπάρχει θετική συσχέτιση μεταξύ των εννοιών της ανάμειξης και της προσκόλλησης

H<sub>14</sub>: Η προσκόλληση με τον προορισμό διαφοροποιείται από το φύλο.

H<sub>15</sub>: Η ανάμειξη με την ορεινή πεζοπορία διαφοροποιείται από το φύλο.

### ***Οριοθετήσεις***

Στην έρευνα συμμετείχαν άνδρες και γυναίκες Έλληνες ορεινοί πεζοπόροι που πραγματοποιούσαν εκείνη την ημέρα μια ορειβατική διαδρομή στα μονοπάτια του Ολύμπου και οι οποίοι θα έμεναν για ένα τουλάχιστον βράδυ ή θα κατέβαιναν την ίδια μέρα. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε από τα μέσα Μαΐου μέχρι τα τέλη Οκτωβρίου με δια ζώσης παρουσία του ερευνητή ανά τακτά χρονικά διαστήματα με τυχαία σειρά και μέρα στα καταφύγια. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στα καταφύγια: α) Κορομηλίας, β) Πετρόστρουγγας, γ) Σπ. Αγαπητός, δ) Γ. Αποστολίδης και ε) Χρ. Κάκαλος.

### ***Περιορισμοί***

Η συμμετοχή στην έρευνα ήταν εθελοντική με πιθανή την άρνηση της συμπλήρωσης του εντύπου. Τα ερωτηματολόγια ήταν ανώνυμα επομένως δεν είναι δυνατό να εξακριβωθεί η ειλικρίνεια των απαντήσεων από τους συμμετέχοντες, αν και δόθηκαν σαφείς οδηγίες για τη συμπλήρωση των ερωτηματολογίων.

### ***Βιβλιογραφικοί ορισμοί***

- Προσκόλληση με τον προορισμό ( place attachment): Η συμβολική σημασία ενός τόπου που λειτουργεί ως χώρος εναπόθεσης συναισθημάτων και τις σχέσεις που δίνουν νόημα και σκοπό στη ζωή του ατόμου (Williams & Vaske 2003).
- Ανάμειξη με μια δραστηριότητα (Leisure Involvement): Μια δραστηριότητα αναφέρεται ως σημαντική, όταν η ζωή του ατόμου είναι οργανωμένη γύρω από αυτή ή όταν θεωρείται ότι η δραστηριότητα βελτιώνει την ποιότητα ζωής του ατόμου (Havitz & Dimanche, 1999).
- Αφοσίωση (Loyalty): Η αφοσίωση ορίζεται ως μία ακλόνητη πίστη σε ένα πρόσωπο ή αιτία (Pritchard, Havitz & Howard, 1999). Η αφοσίωση στην επωνυμία

είναι μία έννοια που αποτελείτε από δυο διαστάσεις: α) την ψυχολογική δέσμευση (psychological commitment) που ορίζεται ως μια πολυδιάστατη δομή που αποτελείτε από προσωπικούς και συμπεριφοριστικούς μηχανισμούς που συνδέουν τα άτομα με ένα σταθερό μοτίβο συμπεριφοράς (Kim, Scott & Cromton, 1997) και β) τη συμπεριφορά για αφοσίωση (Behavioural Loyalty) που αντιπροσωπεύει τη συχνότητα της συμμετοχής, τα χρήματα που δαπανώνται, το χρόνο που δαπανάται με μια δραστηριότητα και τα χιλιόμετρα για να την κάνεις (Kim, Scott & Cromton, 1997).

- Ορεινή πεζοπορία (Trekking): Ορεινή πεζοπορία ορίζεται το περπάτημα που γίνεται για λόγους άσκησης και ευχαρίστησης, καλύπτοντας μια απόσταση μέσα σε ορεινό περιβάλλον που διαρκεί από λίγες ώρες έως τη διάρκεια μιας ημέρας (Κουθούρης, 2009).
- Όλυμπος: Το ψηλότερο βουνό της Ελλάδας, με την κορυφή του (Μύτικας) να υψώνεται στα 2.918 μέτρα. Ο πρώτος Εθνικός Δρυμός της Ελλάδας το 1938 με πολύ έντονη γεωμορφολογία, καθώς και πλούσια και σπάνια βιοποικιλότητα (31 Οκτωβρίου 2012, [www.el.wikipedia.org/wiki/Όλυμπος](http://www.el.wikipedia.org/wiki/Όλυμπος)).

## II. ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

### *Όλυμπος*

Τον Αύγουστο του 2013, θα γιορτάζονται τα 100 χρόνια από την πρώτη επίσημα καταγεγραμμένη ανάβαση στον Όλυμπο και συγκεκριμένα στην κορυφή του τον Μύτικα σε υψόμετρο 2.918 μέτρα. Αυτή η κατάκτηση σήμανε και το πράσινο φως για τη χρήση του Ολύμπου ως περιπατητικού, αναρριχητικού και ορειβατικού προορισμού από Έλληνες και ξένους, λάτρεις της δράσης και της εξερεύνησης. Κατά τη διάρκεια του μεσοπολέμου δημιουργήθηκαν οι πρώτοι φυσιολατρικοί, ορειβατικοί και χιονοδρομικοί σύλλογοι με δράσεις αναψυχής στο φυσικό περιβάλλον ανά την Ελλάδα και ιδιαίτερα στον Όλυμπο (Βικιπαίδεια, 31 Οκτωβρίου 2012, [www.el.wikipedia.org](http://www.el.wikipedia.org)). Αυτό κατέστησε την αξία του Ολύμπου, ως ορεινού πεζοπορικού προορισμού, ιδιαίτερα υψηλή και η οποία συνεχίζεται ως τώρα. Επιπλέον, απόψεις και ακραίες δράσεις έμπειρων και καταξιωμένων ορειβατών από την Ελλάδα και το εξωτερικό αναδεικνύουν την τοποθεσία του βουνού ως Μέκκα του ορεινού τρεξίματος, της πεζοπορίας, της αναρρίχησης και του ορειβατικού σκι στην Ελλάδα αλλά και ενός γενικότερου τουριστικού προορισμού.

Ο Όλυμπος αποτελεί το ψηλότερο βουνό της Ελλάδας, γνωστό παγκοσμίως κυρίως για το μυθολογικό του πλαίσιο, καθώς στην κορυφή του τον Μύτικα ή Πάνθεον (2.918μ.) κατοικούσαν οι Δώδεκα «Ολύμπιοι» Θεοί σύμφωνα με τη θρησκεία των αρχαίων Ελλήνων. Ο συμπαγής ορεινός του όγκος δεσπόζει επιβλητικός στα όρια Μακεδονίας και Θεσσαλίας, με μια σειρά από ψηλές κορυφές με έντονες και βαθιές χαράδρες, γύρω από τις οποίες εκτείνεται μια περιοχή ιδιαίτερης γεωμορφολογίας και βιοποικιλότητας. Για την προστασία της μοναδικής αυτής κληρονομιάς, ανακηρύχθηκε από το 1938 ως ο πρώτος Εθνικός Δρυμός της Ελλάδας (Κρούπης, 2009, Όρος Όλυμπος, 31 Οκτωβρίου 2012, [www.olympus-climbing.gr](http://www.olympus-climbing.gr)).

Κάθε χρόνο χιλιάδες φυσιολάτρες επισκέπτονται τον Όλυμπο, για να θαυμάσουν από κοντά τη γοητεία της φύσης του, να χαρούν την περιήγηση στις



πλαγιές του και την κατάκτηση των κορυφών του. Στους πρόποδες και τις κορυφές του Ολύμπου λειτουργούν δέκα οργανωμένα καταφύγια που προσφέρουν τις απαραίτητες υπηρεσίες στους επισκέπτες («Κορομηλιά» στο Δίον, «Κορομηλιές» στη Λεπτοκαρυά, «Κρεβάτια» στη Βροντού, «Πετρόστρουγγα», «Σπ. Αγαπητός», «Γ. Αποστολίδης», «Χρ. Κάκαλος», «Σταυρός» ή «Δημ. Μπουντόλας», «Βρυσοπούλες» ή «ΚΕΟΑΧ» και «Summit Zero») καθώς και τρόπους αθλητικής αναψυχής με αυτόνομες ή οργανωμένες δράσεις. Σε αυτά μπορεί να βρεθεί κάποιος από τα πεζοπορικά μονοπάτια ή ακόμη, σε μερικά, από τον ασφαλτόδρομο. Τα καταφύγια της Κορομηλιάς, Πετρόστρουγγας, Σπ. Αγαπητός, Γ. Αποστολίδης και Χρ. Κάκαλος λειτουργούν την περίοδο Μαΐου-Οκτωβρίου (Φορέας Διαχείρισης Εθνικού Δρυμού Ολύμπου-Καταφύγια, 9 Σεπτεμβρίου 2012, Φορέας Διαχείρισης Εθνικού Δρυμού Ολύμπου, [www.olympusfd.gr](http://www.olympusfd.gr)). Αξιομνημόνευτη είναι η προσπάθεια του διαχειριστή ενός από τα καταφύγια και της ομάδας του, να λειτουργήσουν το καταφύγιο Χρ. Κάκαλος 2.648μ. τους χειμερινούς μήνες στο οροπέδιο των Μουσών. Η προσπάθεια των τελευταίων χρόνων στέφθηκε με επιτυχία αφού η λειτουργία του συγκεκριμένου καταφυγίου γίνεται και τους χειμερινούς μήνες με αντίξοες συνθήκες. Ακόμη, στο καταφύγιο Βρυσοπούλες λειτουργεί χιονοδρομικό κέντρο, με διαχειριστή το στρατόπεδο Κ.Ε.Ο.Α.Χ, στο οποίο μπορεί κάποιος να απολαύσει το αλπικό σκι ή το ορειβατικό σκι. Τέλος στο σύμπλεγμα καταφυγίων του Ολύμπου υπάρχουν και έξι καταφύγια έκτακτης ανάγκης.

Για την ετυμολογία της επωνυμίας «Όλυμπος» έχουν εκφραστεί διάφορες εκδοχές (ουρανός, λαμπρός, ψηλός, βράχος κ.α.). Κατά μία εκδοχή, η λέξη Όλυμπος είναι προελληνικό τοπωνύμιο, του οποίου η αρχική σημασία θα πρέπει να ήταν απλά «βουνό» (Βικιπαίδεια, 31 Οκτωβρίου 2012, [www.el.wikipedia.org](http://www.el.wikipedia.org)).

Ο Όλυμπος είναι παγκοσμίου φήμης γνωστός τόσο για την έντονη γεωμορφολογία που έχει και μπορεί κανείς να απολαύσει κατά την ορεινή πεζοπορία όσο και για τα μυθολογικά του στοιχεία που έχουν αποτελέσει αφορμή για χιλιάδες μυθικές ιστορίες που εξελίχθηκαν σε αυτόν. Η έντονη ποικιλότητα του ανάγλυφου του Ολύμπου, ο διαφορετικός προσανατολισμός των πλαγιών, το πέτρωμα, το μεγάλο ύψος και η μικρή απόσταση των κορυφών από τη θάλασσα, δημιουργούν μεγάλη ποικιλία τύπων βλάστησης και βιοτόπων. Η σημασία του Δρυμού έχει αναγνωριστεί όχι μόνο στην Ελλάδα, αλλά και στην Ευρώπη και παγκόσμια. Το 1981 η UNESCO ανακήρυξε τον Όλυμπο «Διατηρητέο Οικοσύστημα της Παγκόσμιας

Βιόσφαιρας». Η Ευρωπαϊκή Κοινότητα έχει συμπεριλάβει τον Όλυμπο στις «Σημαντικές για την Ορνιθοπανίδα Περιοχές της Ευρωπαϊκής Κοινότητας». Επίσης, έχει καταχωρηθεί στον κατάλογο του ευρωπαϊκού Δικτύου Natura 2000 ως «ζώνη ειδικής προστασίας» και «τόπος κοινοτικού ενδιαφέροντος» (Κρούπης, 2009, Όρος Όλυμπος, 31 Οκτωβρίου 2012, [www.olympus-climbing.gr](http://www.olympus-climbing.gr)).

Η ιστορία καταδεικνύει το βουνό σαν έδρα πολέμων και πεδίο πολλών μαχών. Στα χρόνια της Τουρκοκρατίας το βουνό υπήρξε κρησφύγετο διασήμων κλεφτών και αρματολών. Από τις αρχές του 20ου αιώνα έως και τα πρώτα χρόνια μετά την απελευθέρωση, έδρασαν ληστές -γνωστότερος ο διαβόητος Γιαγκούλας. Αμέσως μετά «φιλοξενήθηκε» εδώ η Εθνική Αντίσταση ενώ λίγο αργότερα στο Λιτόχωρο ξεκίνησε ο εμφύλιος σπαραγμός (Βικιπαίδεια, 31 Οκτωβρίου 2012, [www.el.wikipedia.org](http://www.el.wikipedia.org)).

Το έντονο γεωλογικό παρουσιαστικό του Ολύμπου φαίνεται από την μορφολογία του. Έντονο χαρακτηριστικό του είναι οι βαθιές χαράδρες και οι δεκάδες ομαλές κορυφές, αρκετές από τις οποίες με υψόμετρο πάνω από 2.000m, όπως ο Άγιος Αντώνιος (2.815m), ο Καλόγερος (2.700m), η Τούμπα (2.801m) και ο Προφήτης Ηλίας (2.803m). Επιπλέον, οι πολλές χαράδρες και ρεματιές δίνουν στον Όλυμπο μια εικόνα σπάνιας ομορφιάς και αισθητικού κάλλους. Όσον αφορά την χλωρίδα του Ολύμπου σύμφωνα με μελέτες, ο Εθνικός Δρυμός χαρακτηρίζεται από τις πλουσιότερες σε χλωρίδα περιοχές της Ελλάδας, με περίπου 1.700 είδη και υποείδη, που αντιστοιχούν περίπου στο 25% της ελληνικής χλωρίδας (Φορέας Διαχείρισης Εθνικού Δρυμού Ολύμπου- Χλωρίδα και Πανίδα, Φορέας Διαχείρισης Εθνικού Δρυμού Ολύμπου, 9 Σεπτεμβρίου 2012, [www.olympusfd.gr](http://www.olympusfd.gr)). Σχετικά με την πανίδα του Ολύμπου, περιλαμβάνει σημαντική ποικιλία και χαρακτηρίζεται από την παρουσία σημαντικών, σπάνιων και απειλούμενων ειδών. Έχουν καταγραφεί 32 είδη θηλαστικών, στα οποία περιλαμβάνονται το αγριοκάτσικο, το ζαρκάδι, το αγριογούρουνο, το κουνάβι, η αλεπού, ο σκίουρος κ.ά. Ακόμη έχουν εντοπιστεί 108 είδη πτηνών πολλά από τα οποία, ιδιαίτερα τα αρπακτικά, είναι σπάνια και προστατεύονται αυστηρά από διεθνείς συμβάσεις (Χατζηρβασάνη 1999). Τέλος υπάρχουν ακόμα τα συνηθισμένα ερπετά του ελληνικού χώρου καθώς και μια μεγάλη ποικιλία εντόμων, κυρίως πεταλούδες, για τις οποίες ο Όλυμπος φημίζεται (Χατζηρβασάνη 1999).



Σε γενικές γραμμές το κλίμα στον Όλυμπο μπορεί να χαρακτηριστεί μεσογειακού τύπου. Οι κατά τόπους διαφοροποιήσεις που παρουσιάζονται, είναι αποτέλεσμα της επίδρασης της θάλασσας και του έντονου ανάγλυφου της περιοχής. Στις χαμηλότερες περιοχές το κλίμα είναι τυπικά μεσογειακό, δηλαδή θερμό και ξηρό το καλοκαίρι – υγρό και ψυχρό τον χειμώνα. Στις υψηλότερες περιοχές είναι πιο υγρό και πιο τραχύ, με εντονότερα φαινόμενα: σ' αυτές τις περιοχές πέφτει συχνά χιόνι όλο το χειμώνα, ενώ η βροχή και το χιόνι είναι συνηθισμένα φαινόμενα και το καλοκαίρι (Κρούπης, 2009, Όρος Όλυμπος, 31 Οκτωβρίου 2012, [www.olympus-climbing.gr](http://www.olympus-climbing.gr)).

Ουσιαστικής σημασίας για την Ελλάδα και την ανάπτυξη του Ολύμπου και ως επακόλουθο τα μετέπειτα χρόνια την ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού αποτέλεσε η κατάκτηση των κορυφών. Οι πρώτοι εξερευνητές έφτασαν μέχρι την πλησιέστερη κορυφή, που σήμερα αποκαλούμε Άγιο Αντώνιο, και έτσι είχαν οπτική επαφή με την κορυφή. Τελικά στις 2 Αυγούστου 1913 κατακτήθηκε η απάτητη κορυφή του Ολύμπου από δυο Ελβετούς φιλέλληνες, τους Frederic Boissonnas και Daniel Baud-Bovy, με τη βοήθεια ενός ντόπιου βοσκού-κυνηγού από το Λιτόχωρο, του Χρήστου Κάκαλου, οι οποίοι έγραψαν το όνομά τους στην ιστορία της ψηλότερης κορυφής της Ελλάδας (Νέζης 1999). Στη συνέχεια και μέχρι το θάνατό του, το 1976, θα γίνει ο επίσημος οδηγός του Ολύμπου. Μαζί του θα κατακτήσει το 1921 ο Ελβετός Marcel Kurz τη δεύτερη κορυφή του Ολύμπου, το Στεφάνι. Αποτέλεσμα των εξερευνήσεων του Kurz ήταν η έκδοση, το 1923, του θαυμάσιου βιβλίου «Le Monte Olympé» που περιελάμβανε και τον πρώτο λεπτομερή χάρτη των κορυφών (Βικιπαίδεια, 31 Οκτωβρίου 2012, [www.el.wikipedia.org](http://www.el.wikipedia.org)). Αργότερα, στην πιο σύγχρονη ιστορία του ο Όλυμπος θα φωτογραφηθεί και θα χαρτογραφηθεί αναλυτικά, ενώ θα γίνουν παράλληλα και οι πρώτες επιτυχημένες αναρριχητικές διαδρομές με χειμερινές συνθήκες από τους τότε ορειβάτες.

Όλα τα παραπάνω αναδεικνύουν την πολυμορφικότητα του Ολύμπου και την αξία του ως ορεινού προορισμού με έντονη ιστορία, άγρια γεωμορφολογία και πλούσια βιοποικιλότητα. Τα στοιχεία αυτά, μαζί με την έννοια της ανάμειξης σε δραστηριότητες και της προσκόλλησης με τον Όλυμπο συντελούν στην αφοσίωση των εμπλεκομένων με την επωνυμία Όλυμπος.

### ***Θεωρητικό υπόβαθρο της προσκόλλησης στον προορισμό***

Στα πλαίσια της έρευνας στον τομέα της αναψυχής, έχει γίνει αντιληπτό ο βαθμός στον οποίο αναπτύσσονται σε ένα άτομο αξίες καθώς και η ταύτιση με ένα συγκεκριμένο φυσικό περιβάλλον (Williams & Roggenbuck, 1989). Το ενδιαφέρον για την κατανόηση της σημασίας ενός τόπου για το άτομο απασχόλησε πολλούς επιστήμονες σε διάφορα επιστημονικά πεδία. Για τους κοινωνιολόγους ο όρος της προσκόλλησης έχει συμβολική σημασία στην ανθρώπινη αλληλεπίδραση με έναν τόπο μέσα στο κοινωνικό πλαίσιο (Greider & Garkovich, 1994), που συχνά παρείχε μια κοινή ταυτότητα για την ίδια την ομάδα (Hummon, 1992). Οι ανθρωπολόγοι με τη σειρά τους, πίστευαν πως η προσκόλληση προερχόταν από συγκεκριμένες συμβολικές έννοιες που πήγάζαν από τη γεωμορφολογία του τόπου ή από την καθημερινή διαβίωση εκεί (Geertz, 1973).

Από μια διαφορετική οπτική σε άλλο επιστημονικό πεδίο, πολλοί γεωγράφοι και ψυχολόγοι περιβάλλοντος πίστευαν ότι μέσω της ανάπτυξης της προσκόλλησης με ένα γεωγραφικό τόπο, οι άνθρωποι είχαν την αίσθηση του «ανήκειν» και είχαν ένα σκοπό που έδινε νόημα στη ζωή τους (Buttimer, 1980; Low & Altman, 1992; Tuan, 1980; Proshanky, Fabian & Kaminoff, 1983). Γενικά, η προσκόλληση με ένα προορισμό αντιπροσωπεύει συναισθήματα ή συναισθηματικούς δεσμούς ανάμεσα σε ένα άτομο και ένα συγκεκριμένο τόπο (Guiliani & Feldman, 1993; Williams & Patterson, 1989).

Προηγούμενες έρευνες, στα πλαίσια της υπαίθριας αναψυχής, έχουν καταδείξει τις σχέσεις μεταξύ της ικανοποίησης και της ζήτησης (Driver, 1976; Williams & Huffman, 1986), του υποκατάστατου ενός τόπου και την μετακίνηση σε ένα άλλο μέρος (Shelby & Vaske, 1991), την εξειδίκευση της αναψυχής (Bricker & Kerstetter, 2000; Bryan, 1977), την σύγκρουση δυο δραστηριοτήτων (Thapa, 1996) και τις προτιμήσεις των συμμετεχόντων και των συμπεριφορών που χρησιμοποιούνται (Bricker, 1998; Wickham, 2000; Williams et al, 1992). Σημαντικά ευρήματα για τους φορείς αναψυχής, καταδεικνύουν εμπειρικές έρευνες στην βιβλιογραφία, εξηγώντας πώς οι συμμετέχοντες μέσα από την ανάμειξη σε μία δραστηριότητα σε ένα τόπο αναπτύσσουν προσκόλληση με το συγκριμένο προορισμό.

Οι Schreyer, Jacob και White (1981) υποστήριξαν ότι η προσκόλληση με ένα τόπο από το άτομο, αντιπροσωπεύεται από δυο διαστάσεις: τη λειτουργική σημασία, που σχετίζεται με τις ανάγκες της συγκεκριμένης δραστηριότητας στον τόπο, και από

τη συναισθηματική σημασία. Δηλαδή, ένα μέρος μπορεί να θεωρηθεί, από τους συμμετέχοντες, ως «ιδανικό» για να υλοποιηθούν εκεί δραστηριότητες αναψυχής ή «πολύτιμο» επειδή θεωρείτε κατάλληλο για συναισθηματικούς και συμβολικούς λόγους.

Σε μια πρώτη προσπάθεια απεικόνισης της προσκόλλησης με ένα προορισμό, οι Williams και Roggenbuck (1989) ανέπτυξαν μία κλίμακα που μετρούσε τις δυο θεωρητικές διαστάσεις της προσκόλλησης. Πραγματοποιήθηκε πιλοτικά σε 129 μαθητές τεσσάρων πανεπιστημίων. Η πρώτη διάσταση αντιστοιχεί στις συναισθηματικές και συμβολικές σημασίες που υποστήριζαν οι Schreyer et al. (1981). Η διάσταση αυτή ονομάστηκε «ταυτοποίηση του προορισμού», διότι προκαλούσε τη βίωση έντονων συναισθημάτων από το άτομο, καθώς ο προορισμός αποτελούσε σημαντική πτυχή στη ζωή του. Η δεύτερη διάσταση αντιστοιχεί στις λειτουργικές σημασίες που υποστήριζαν οι Schreyer et al (1981) και ονομάστηκε «εξάρτηση του προορισμού», επειδή αποτελείται από στοιχεία που καταδεικνύουν την μορφολογία και την χρηστικότητα του τόπου για κάποια δραστηριότητα. Επίσης οι συμμετέχοντες που έκαναν κάποια δραστηριότητα στο προορισμό αυτό, ήταν λιγότερο πρόθυμοι να χρησιμοποιήσουν μια άλλη τοποθεσία για τις συγκεκριμένες δραστηριότητες τους. Μεταγενέστερες έρευνες έδειξαν ότι οι δυο διαστάσεις της προσκόλλησης η «ταυτοποίηση του προορισμού» και η «εξάρτηση του προορισμού» είναι αξιόπιστες σε μια μεγάλη ποικιλία δειγμάτων (Alexandris, Kouthouris & Meligdis, 2006; Moore & Graefe, 1994; Moore & Scott, 2000; Warzecha & Lime, 2000; Williams, Patterson, Roggenbuck & Watson, 1992).

Η έννοια της προσκόλλησης στον προορισμό αναφέρεται σε συναισθηματικές και συμβολικές σχέσης που αναπτύσσουν τα άτομα με τους χώρους αναψυχής (Williams & Vaske, 2003). Σύμφωνα με τους Williams, Patterson, Roggenbuck και Watson (1992) η προσκόλληση με έναν προορισμό αποτελείται από δύο διαστάσεις: α) την ταυτοποίηση με τον προορισμό και β) την εξάρτηση από τον προορισμό. Η «ταυτοποίηση με τον προορισμό» έχει συνδεθεί με την έννοια του αυτοπροσδιορισμού της ταυτότητας ενός ατόμου σε σχέση με το φυσικό περιβάλλον μέσα από έννοιες του συνειδητού και ασυνειδητού, τα πιστεύω, τις προτιμήσεις, τα αισθήματα, τις αξίες, τις τάσεις συμπεριφοράς και των δεξιοτήτων που είναι αναγκαίες στο περιβάλλον (Proshanky, 1978). Η άλλη διάσταση, «εξάρτηση από τον προορισμό», έχει λειτουργική σημασία αφού αντικατοπτρίζει την άνεση που

προσφέρει ο τόπος για να πραγματοποιηθεί η επιθυμητή δραστηριότητα. Συγκριμένα οι Williams και συν. (1992) περιέγραψαν τη λειτουργική σημασία του τόπου ως τάση της αποτύπωσης του περιβάλλοντος ως μια συλλογή χαρακτηριστικών που επιτρέπουν την υλοποίηση δραστηριοτήτων.

Σε μια άλλη έρευνα, των Williams και Vaske (2003), ανέφεραν ότι η ταυτοποίηση με τον προορισμό μπορεί να ενισχύσει την αυτοεκτίμηση του ατόμου και να αναπτύξει συναισθήματα κοινωνικοποίησης και βίωσης ότι το άτομο εντάσσεται σε μια κοινότητα με κοινά χαρακτηριστικά και ενδιαφέροντα. Από την άλλη πλευρά, η δεύτερη διάσταση, εξάρτηση από τον προορισμό, έχει μία πιο λειτουργική έννοια, αφού αναφέρεται σε συγκεκριμένες λειτουργίες και χαρακτηριστικά ενός τόπου, όπως μονοπάτια για πεζοπορία, λίμνες, εγκαταστάσεις για κάμπινγκ και πλαγιές για σκι, τα οποία ικανοποιούν τις προσωπικές ανάγκες και τους στόχους του ατόμου μέσα στο περιβάλλον.

Οι ερευνητές Moore και Graefe (1994) εξέτασαν ορισμένες μεταβλητές που αναπτύσσουν την προσκόλληση στον προορισμό σε άτομα που συμμετέχουν σε δραστηριότητες αναψυχής. Ενώ η μελέτη τους αποτελεί σημαντική έρευνα στον χώρο της υπαίθριας αναψυχής για την ανάπτυξη της προσκόλλησης με έναν προορισμό, δεν παρουσιάζεται συγκεκριμένα η σημασία της έννοιας της ανάμειξης. Τα ευρήματα τους, ωστόσο, έδειξαν τη σημασία της δραστηριότητας, καθώς αποτελεί θετική επίδραση στην ανάπτυξη της ταυτοποίησης με τον προορισμό.

Επίσης, στον ελληνικό χώρο οι Alexandris, Kouthouris και Meligdis (2006) εξέτασαν την έννοια της προσκόλλησης στον προορισμό ως προς την αφοσίωση, με δείγμα έλληνες σκιέρ, σε ένα χιονοδρομικό κέντρο. Η κλίμακα μέτρησης των δυο παραγόντων παρουσίασε υψηλή συνοχή. Και οι δυο διαστάσεις (ταυτοποίηση με τον προορισμό και εξάρτηση από τον προορισμό) παρουσίασαν σημαντικές διαφορές ως προς την αφοσίωση. Τα αποτελέσματα επιβεβαίωσαν άλλες έρευνες στη διεθνή βιβλιογραφία για την εγκυρότητα των παραγόντων (Kyle et al., 2003a, 2004a, b).

Μέσα από μελέτες για την αναψυχή και τον τουρισμό, η βιβλιογραφία έδειξε ότι η προσκόλληση με έναν προορισμό συνδέεται με το επίπεδο ικανοποίησης από την συμμετοχή (Hwang et al., 2005), την ανάμειξη με την συγκεκριμένη δραστηριότητα (Kyle et al., 2003), την προθυμία για διάθεση χρημάτων σε δραστηριότητες αναψυχής σε σχέση με την περιοχή (Bricker & Kerstetter, 2000; Kyle et al., 2003a; Williams & Vaske, 2003), και την ανάπτυξη της αφοσίωσης

(Alexandris, Douka, Papadopoulos & Kaltsatou 2008; Alexandris, Kouthouris & Meligdis, 2006; Filo, Funk & Alexandris, 2008;).

### ***Θεωρητικό υπόβαθρο της Ανάμειξης***

Εδώ και τρεις δεκαετίες η έννοια της ανάμειξης αποτελεί δημοφιλές αντικείμενο έρευνας μεταξύ των ερευνητών της συμπεριφοράς καταναλωτών, αφού είναι μία σημαντική έννοια στη διαδικασία επεξεργασίας πληροφοριών σχετικές με τα προϊόντα και την κατανάλωση τους από το κοινό. Τα τελευταία χρόνια η έννοια της ανάμειξης έχει προσελκύσει το ενδιαφέρον των ερευνητών και από το χώρο του ελεύθερου χρόνου, της αναψυχής και του τουρισμού με άμεσο αντίκτυπο τη δημοσίευση νέων ερευνών στη διεθνή βιβλιογραφία. Ήταν μεγάλη η προσπάθεια που έγινε για κατανόηση της συμπεριφοράς των συμμετεχόντων σε δραστηριότητες αναψυχής. Έτσι οι ερευνητές του χώρου αυτού συμπεριέλαβαν την ανάμειξη σε θεωρητικά και εμπειρικά μοντέλα, ώστε να εξετάσουν τη σχέση της με άλλες σημαντικές για τη διερεύνηση της συμπεριφοράς έννοιες όπως η παρακίνηση, η ψυχολογική δέσμευση, η αντίσταση στην αλλαγή δραστηριότητας, η σύνδεση με το χώρο άσκησης / αναψυχής και η αφοσίωση πελατών (Alexandris, Kouthouris & Meligdis, 2006; Filo, Funk & Alexandris, 2008; Havitz & Dimanche, 1997;1999; Iwasaki & Havitz, 1998; 2004; Kyle, Graefe, Manning, & Bacon, 2003; 2004b).

Ένας πρώτος ορισμός δόθηκε από τους Havitz και Dimanche (1997) ως « μία μη παρατηρούμενη κατάσταση κινήτρων, διέγερσης ή ενδιαφέροντος για μια συγκεκριμένη δραστηριότητα ή συναφή προϊόντων». Οι ίδιοι ερευνητές (1999) λαμβάνοντας υπόψη τη σημασία της παρακίνησης στην ανάμειξη με δραστηριότητες αναψυχής παρουσιάζουν πάλι έναν ορισμό για την ανάμειξη στην αναψυχή και ορίζεται ως «μία μη παρατηρούμενη κατάσταση παρακίνησης, διέγερσης, ή ενδιαφέροντος για μία συγκεκριμένη δραστηριότητα αναψυχής, η οποία προκαλείται από ένα συγκεκριμένο ερέθισμα ή κατάσταση που δραστηριοποιεί το άτομο».

Σύμφωνα με τους Celci και Olson (1988) μία άλλη θεωρία της ανάμειξης είναι ότι μία δραστηριότητα σχετίζεται με ένα άτομο, όταν αυτό θεωρεί ότι σχετίζεται η ίδια η δραστηριότητα με τον εαυτό του και την επίτευξη προσωπικών στόχων του. Επίσης ανέφεραν ότι όταν υπάρχουν πληροφορίες σχετικές με τη συγκεκριμένη δραστηριότητα τότε το άτομο βρίσκεται σε μια κατάσταση παρακίνησης που οδηγεί σε συγκεκριμένες συμπεριφορές.



Επιπλέον, ερευνητές μέσα από το επιστημονικό τους έργο φανερώνουν τα κοινά σημεία με τις παραπάνω θεωρίες. Σύμφωνα με τον Kyle και τους συνεργάτες του (2004b) η έννοια της ανάμειξης στην αναψυχή σχετίζεται με την έννοια της «προσωπικής σχετικότητας». Με λίγα λόγια, ο βαθμός ανάμειξης με μία δραστηριότητα αναψυχής δημιουργείτε όταν οι στόχοι, οι αξίες και τα ενδιαφέροντα του ατόμου συμπίπτουν με τα χαρακτηριστικά της δραστηριότητας αναψυχής.

Η ανάμειξη με μία δραστηριότητα αναψυχής, παραμένει σταθερή στο χρόνο με το ενδιαφέρον του καταναλωτή για τη συγκεκριμένη δραστηριότητα αναψυχής να είναι συνεχόμενο. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα στη διεθνή βιβλιογραφία να αναφέρεται και ως διαρκής ανάμειξη (Havitz & Mannell, 2005; Richins & Bloch, 1986)). Σε αντίθεση με την περιστασιακή ανάμειξη η οποία είναι δεν είναι σταθερή αλλά περιστασιακή και τα επίπεδα ανάμειξης ενεργοποιούνται για μία ειδική κατάσταση για την οποία το άτομο πρέπει να λάβει μία συγκεκριμένη απόφαση (Havitz & Howard, 1995; Petty, Cacioppo, & Schumann, 1983). Μετά το τέλος της δράσης, τα υψηλά επίπεδα ανάμειξης δεν συνεχίζουν απαραίτητα να υφίστανται (Σιώμος, 2002).

Το πρώτο πολυδιάστατο μοντέλο μέτρησης της ανάμειξης (Consumer Involvement Profiles-CIP) παρουσιάστηκε από τους Laurent και Kapferer (1985) στο χώρο της συμπεριφοράς καταναλωτών. Το μοντέλο των ερευνητών προσδιόριζε την έννοια της ανάμειξης με πέντε διαστάσεις: το ενδιαφέρον, την ευχαρίστηση, τη συμβολική αξία, την πιθανότητα κινδύνου και τη σημαντικότητα κινδύνου. Το CIP προσέλκυσε το ενδιαφέρον πολλών ερευνητών της αναψυχής και του τουρισμού, καθώς και μανάτζερ πάρκων και αθλητικών χώρων που το προσάρμοσαν και το χρησιμοποίησαν σε διάφορες δραστηριότητες αναψυχής (Dimanche, Havitz, & Howard, 1991; Gahwiler & Havitz, 1998; Havitz, Dimanche, & Howard, 1993; Iwasaki & Havitz, 2004; Kerstetter & Kovich, 1997; Park, 1996; 2001; Wiley, Shaw, & Havitz, 2000). Όμως, οι δύο διαστάσεις του μοντέλου που σχετίζονται με τον κίνδυνο, εμφάνισαν προβλήματα εγκυρότητας και αξιοπιστίας στην εφαρμογή τους στην αναψυχή (Havitz & Dimanche, 1997). Επίσης, σε αρκετές περιπτώσεις τα σχετικά με τον κίνδυνο ερωτήματα εμφάνιζαν χαμηλή εσωτερική συνοχή (Dimanche, Havitz, Howard, 1991; Havitz & Howard, 1995; Kerstetter & Kovich, 1997; Kyle, Kerstetter, & Guadagnolo, 1999).

Από την άλλη πλευρά, οι McIntyre και Pigram (1992), στηριζόμενοι στο μοντέλο των Laurent και Kapferer (1985), όρισαν την ανάμειξη ως έννοια που

αποτελείται από τρεις διαστάσεις: την ελκυστικότητα, την αυτό-έκφραση και την κεντρικότητα. Η ελκυστικότητα αναφέρεται στο βαθμό σημαντικότητας της δραστηριότητας για το άτομο και της ευχαρίστησης που προκύπτει από τη συμμετοχή του σε αυτή. Η αυτό-έκφραση είναι η επιβεβαίωση της ταυτότητας του ατόμου που προκύπτει από τη συμμετοχή του στη συγκεκριμένη δραστηριότητα αναψυχής, όπως και η αντίληψη που θέλει να έχουν οι άλλοι για αυτόν/ή με τη συμμετοχή του στη συγκεκριμένη δραστηριότητα. Τέλος, η κεντρικότητα, αναφέρεται στον κεντρικό ρόλο που έχει η δραστηριότητα αναψυχής στον τρόπο ζωής του ατόμου. Ο προσδιορισμός της ανάμειξης ως έννοια τριών διαστάσεων είναι ο δημοφιλέστερος μεταξύ των ερευνητών στην αναψυχή και έχει χρησιμοποιηθεί σε ένα μεγάλο αριθμό ερευνών στην παγκόσμια βιβλιογραφία (Dimanche, et al., 1991; Gahwiler & Havitz, 1998; Iwasaki & Havitz, 2004; Kyle, Bricker, Graefe, & Wickham, 2004; Kyle, et al., 2003; Kyle, Graefe, Manning, & Bacon, 2004a, b; Kyle & Mowen, 2005; Wiley, et al., 2000; Theodorakis, Panopoulou & Vlachopoulos, 2007).

Επιπλέον έρευνες στον τομέα της ανάμειξης με πολυδιάστατες κλίμακες προήλθαν τα πρόσφατα χρόνια. Οι Kyle, Absher, Norman, Hammit και Jodice το 2007 (Kyle, Absher, Hammit, & Cavin 2006) ανέπτυξαν μία κλίμακα μέτρησης της ανάμειξης που περιείχε νέες διαστάσεις, τους κοινωνικούς δεσμούς, την επιβεβαίωση της ταυτότητας και την έκφραση της ταυτότητας που προήλθαν σαν επέκταση από τη διάσταση αυτό-έκφραση του McIntyre. Οι ίδιοι υποστήριξαν ότι οι κοινωνικοί δεσμοί των συμμετεχόντων σε δραστηριότητες διαμορφώνονται συχνά από συγκεκριμένες εμπειρίες σε σχέση με τον τόπο ανάμειξης των ιδίων. Το νέο μοντέλο μέτρησης της ανάμειξης αποτελείται από πέντε διαστάσεις: την έλξη, την κεντρικότητα, τους κοινωνικούς δεσμούς, την επιβεβαίωση της ταυτότητας και την έκφραση της ταυτότητας. Μέσα από την επιστημονική τους έρευνα σε κατασκηνωτές σε Εθνικό πάρκο και σε ψαράδες για τις δυνατότητες αλιείας σε ένα τόπο έδειξαν ότι υπήρχαν αποτελέσματα που υποστήριζαν θετικά την κλίμακα μέσα από δείκτες αξιοπιστίας και εγκυρότητας.

Συνοψίζοντας τη διεθνή βιβλιογραφία, παρατηρείτε η συνεχής έκδοση νέων ερευνών για την ανάμειξη με δραστηριότητες αναψυχής. Για την μελέτη και διερεύνηση της έννοιας αυτής δημιουργήθηκαν τόσο μονοδιάστατες (Bloch, Sherrell & Ridgeway, 1986; Zaichowsky, 1985), όσο και πολυδιάστατες κλίμακες (Laurent & Kapferer, 1985; McIntyre & Pigram, 1992). Αυτό είχε ως αποτέλεσμα τη δημιουργία

αντιπαραθέσεων μεταξύ των επιστημόνων για την μέτρηση της έννοιας. Σε συντριπτική πλειοψηφία οι ερευνητές χρησιμοποιούσαν τις πολυδιάστατες κλίμακες αφού προσέφεραν περισσότερες πληροφορίες και περιέγραφαν πληρέστερα την έννοια της ανάμειξης με τα αποτελέσματα να υπερτερούν σε εγκυρότητα σε σχέση με τις μονοδιάστατες κλίμακες. Είναι αποδεκτό πλέον από τους ερευνητές και μάλιστα του χώρου, ότι παρουσιάζοντας ολοκληρωμένα προφίλ συμμετεχόντων και όλων των παραγόντων που μετρούν την ανάμειξη, μπορούν να δημιουργηθούν αποτελεσματικότερες τεχνικές μάρκετινγκ στις υπηρεσίες αναψυχής (Havitz & Dimanche, 1997; 1999; Kyle, Bricker, Graefe, & Wickham, 2004; Kyle, Graefe, Manning, & Bacon, 2004a, b).

### ***Συσχέτιση της Ανάμειξης και της Προσκόλλησης με τον προορισμό***

Υπάρχουν στοιχεία που υποδηλώνουν ότι η άμεση ανάμειξη με κάποια δραστηριότητα οδηγεί σε προσκόλληση των ατόμων με τη συγκεκριμένη δραστηριότητα και τον τόπο υλοποίησης. Αρκετοί μελετητές (Beatty, Kahle & Homer, 1988; Bloch, Black & Lichtenstein, 1989; Buchanan, 1985; Crosby & Taylor, 1983; Lastovicka & Gardner, 1979) βρήκαν ότι η ανάμειξη παίζει καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη αφοσίωσης σε ένα προορισμό με ισχυρό όνομα και επιπλέον ότι σχετίζεται με την προσκόλληση με τον προορισμό που πραγματοποιείται η δράση.

Στα πλαίσια της συσχέτισης των δυο εννοιών, τα ευρήματα, μέσα από μελέτες για την προσκόλληση, εξετάζουν τη θετική συμπεριφορά για αφοσίωση προς τον τόπο δράσης (Alexandris, Kouthouris & Meligdis, 2006). Ενώ αρκετές μελέτες φανερώουν την δέσμευση των συμμετεχόντων με το όνομα του προορισμού ή τους παρόχους υπηρεσιών, λίγοι αντιλαμβάνονται την ανάπτυξη της προσκόλλησης με τον ίδιο τον προορισμό και από τι προκαλείτε.

Μέσα σε παλαιότερες έρευνες για τη σχέση μεταξύ της ανάμειξης με μια δραστηριότητα και της προσκόλλησης με ένα προορισμό τα ευρήματα έχουν περιοριστεί με διάφορους τρόπους. Πρώτον, στις έρευνες που σχετίζονται με την εξειδίκευση ως διάσταση της ανάμειξης με δραστηριότητες αναψυχής, ορισμένοι ερευνητές χρησιμοποίησαν πολυδιάστατους δείκτες για να συμπεριλάβουν την συνιστώσα αυτή ως ένα ακόμη στοιχείο που σχετίζεται με την ανάμειξη (Bricker & Kerstetter, 2000; Mowen, Graefe, & Virden, 1997; Virden & Schreyer, 1988). Οι έρευνες που έγιναν στα πλαίσια της εξειδίκευσης φανέρωσαν μερικά στοιχεία, όπως



ότι οι συμμετέχοντες που είναι πιο εξειδικευμένοι σε γνώσεις σε σχέση με τη δραστηριότητα τους, για παράδειγμα τεχνικά στοιχεία της δραστηριότητας ή πληροφορίες για το μέρος που δρουν, παρουσιάζοντας συγκεκριμένες απαιτήσεις σε αντίθεση με τους λιγότερο εξειδικευμένους. Επιπλέον οι Bricker και Kerstetter (2000) θέλησαν να συμπεριλάβουν σαν επιπλέον διάσταση την εξειδίκευση στην κλίμακα μέτρησης των McInture και Pigram (1992). Στα αποτελέσματά τους χρησιμοποίησαν τους πολυδιάστατους δείκτες της ανάμειξης σαν μία μονοδιάστατη κλίμακα που καταδεικνύει ένα μόνο σκορ για την ανάμειξη για κάθε συμμετέχοντα. Τα στοιχεία που βρέθηκαν ήταν περιορισμένα σε σχέση με τις πληροφορίες που παρείχαν (Havitz & Dimanche, 1997, 1999; Kuentzel & McDonald, 1992). Επίσης, κοινά στοιχεία πολλών ερευνών στον τομέα της εξειδίκευσης είναι η περιγραφή και αναφορά της ίδιας της εμπειρίας όπως τη βίωσε το άτομο, το επίπεδο ικανοτήτων, η δαπάνη χρημάτων για εξοπλισμό και συναφή πράγματα με τη δραστηριότητα και όλα αυτά συνδέονται στενά με την ανάμειξη σε δραστηριότητες αναψυχής (Havitz & Dimanche, 1997).

Μία ακόμη έρευνα στο ίδιο ερευνητικό πεδίο, των Kyle, Graefe, Manning και Bacon (2003) έδειξε ότι ενώ δεν υπάρχουν ουσιαστικές διακυμάνσεις στα αποτελέσματα της ανάμειξης σε μια δράση αναψυχής και στην προσκόλληση στον τόπο της δράσης ανάμεσα στις τέσσερις ομάδες πεζοπόρων, υπήρξαν όμως διαφορές ανάμεσα στις διαστάσεις των δυο εννοιών. Συγκεκριμένα, η ταυτοποίηση με τον προορισμό προέβλεπε μόνο τη διάσταση της έλξης από την ανάμειξη και η εξάρτηση από τον προορισμό προέβλεπε μόνο την αυτό-έκφραση. Η τρίτη διάταξη της ανάμειξης, η κεντρικότητα δεν ήταν σημαντικός παράγοντας πρόβλεψης της προσκόλλησης. Τα ευρήματα αυτά αναδεικνύουν την πολυπλοκότητα και τη δυσκολία στην ερμηνεία ορισμένων αποτελεσμάτων μέσα από πολυδιάστατα μοντέλα μέτρησης των εννοιών. Σίγουρα όμως αποδεικνύεται η σχέση της ανάμειξης με μια δραστηριότητα την προσκόλληση στον προορισμό μέσα από συγκεκριμένες μετατροπές.

Είναι ευρέως γνωστό ότι η ανάμειξη των ατόμων σε μια δραστηριότητα που υλοποιείτε σε ένα τόπο, τα οδηγεί σε προσκόλληση με τον ίδιο τον τόπο. Αυτό όμως προκύπτει και από παλαιότερες έρευνες που μελετούν τις δυο έννοιες επιφανειακά και με μονοδιάστατες κλίμακες στα ερωτηματολόγια. Επίσης, η κατανόηση της ανάμειξης με δραστηριότητες αναψυχής προσφέρει μια εικόνα για τα σχετικά κίνητρα

των συμμετεχόντων σε συγκεκριμένες δραστηριότητες αναψυχής (Havitz & Dimanche, 1990). Δεδομένου ότι τα κίνητρα συμμετοχής διαφέρουν ανά άτομο και δραστηριότητα, χρησιμοποιήθηκαν πολυδιάστατες κλίμακες μέτρησης των εννοιών με τις διαστάσεις τους για να κατανοηθούν και να μελετηθούν με ουσιαστικότερο τρόπο στη βιβλιογραφία της αναψυχής. Πρόσφατες απόψεις ερευνητών και δεδομένα υποστηρίζουν τις πολυδιάστατες κλίμακες μέτρησης για μια ολοκληρωμένη κατανόηση των δυο αυτών εννοιών, της ανάμιξης και της προσκόλλησης με τον προορισμό.

### III. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

#### *Δείγμα*

Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν 307 (N=307) Έλληνες ορεινοί πεζοπόροι που βρέθηκαν στα ανοιχτά καταφύγια του Ολύμπου στη διάρκεια της περιόδου Μαΐου-Οκτωβρίου 2012 και πραγματοποιούσαν μια ημερήσια ορεινή πεζοπορία ή διέμεναν για μία ή παραπάνω διανυκτερεύσεις.. Από αυτούς το 70,7% ήταν άνδρες (N=217) και το 29,3% ήταν γυναίκες (N=90). Ο μέσος όρος ηλικίας των συμμετεχόντων ήταν 34,2 έτη με τη μικρότερη ηλικία να σημειώνονται τα 14 έτη και με μεγαλύτερη τα 65 έτη. Το μεγαλύτερο ποσοστό ορεινών πεζοπόρων αποτελούνταν από την ηλικιακή ομάδα των 31-35 ετών με 23,5%. Σχετικά με τον τόπο διαμονής των ορεινών πεζοπόρων το μεγαλύτερο ποσοστό με 38,1% συγκέντρωσαν οι συμμετέχοντες από τη Θεσσαλονίκη και με αισθητά μικρότερο ποσοστό 19,5% ήταν οι συμμετέχοντες από την Αθήνα. Η οικογενειακή κατάσταση του δείγματος ήταν με μεγαλύτερο ποσοστό 70,7% οι ανύπαντροι, ενώ το 29,3% αποτελούσαν οι παντρεμένοι ορεινοί πεζοπόροι. Επίσης, το μορφωτικό επίπεδο των ορεινών πεζοπόρων έδειξε ότι το 31,9% αφορούσε τους πτυχιούχους ΑΕΙ και το 28,7% απόφοιτους γυμνασίου/λυκείου. Ως προς την επαγγελματική κατάσταση το μεγαλύτερο ποσοστό το συγκέντρωσαν οι ιδιωτικοί υπάλληλοι με 34,2%. Για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου έγινε ενημέρωση των συμμετεχόντων από τον ερευνητή πριν τη συμπλήρωση του.

#### *Διαδικασία συλλογής δεδομένων*

Τα ερωτηματολόγια συνελέγησαν στα καταφύγια: α) Κορομηλίας, β) Πετρόστρουγγας, γ) Σπ. Αγαπητού, δ) Γ. Αποστολίδη και ε) Χρ. Κάκαλου στη διάρκεια της περιόδου Μαΐου-Οκτωβρίου 2012. Η συμπλήρωση των ερωτηματολογίων έγινε κατά τη χαλάρωση των ορεινών πεζοπόρων στα διάφορα καταφύγια. Η επιλογή του δείγματος έγινε με τυχαία σειρά και οι συμμετέχοντες τα συμπλήρωσαν εθελοντικά. Επίσης, τυχαία ήταν και η επιλογή του ερευνητή να βρεθεί

σε κάποιο από τα καταφύγια τις ημέρες που πραγματοποιούνταν η έρευνα. Ο ερευνητής είχε ενημερώσει πιο νωρίς από την έναρξη της τουριστικής σεζόν τους διευθυντές των καταφυγίων για το εγχείρημα του. Η πρώτη ανάβαση στον Όλυμπο έγινε Μάιο όπου τα ερωτηματολόγια μοιράστηκαν στο καταφύγιο Σπ. Αγαπητός. Αυτή ήταν και η έναρξη της έρευνας, και στη συνέχεια εντατικοποιήθηκαν οι αναβάσεις για 3 ή 4 διανυκτερεύσεις επάνω στο οροπέδιο των Μουσών. Η δια ζώσης παρουσία του ερευνητή γινόταν για 3 ή 4 ημέρες πεζοπορώντας στα μονοπάτια του βουνού και μοιράζοντας τα ερωτηματολόγια. Η μεγαλύτερη συλλογή δείγματος πραγματοποιήθηκε από τις 15 μέχρι 30 Αυγούστου όπου και παρατηρήθηκε σημαντική προσέλευση ορειβατών. Τους μήνες Σεπτέμβρη και Οκτώβρη οι επισκέψεις στον Όλυμπο ήταν λιγότερες με αποτέλεσμα τη μικρή συλλογή των δεδομένων. Όλα τα παραπάνω στοιχειοθετούν την παρούσα έρευνα για τη συλλογή των ερωτηματολογίων.

### ***Όργανο αξιολόγησης***

Το όργανο αξιολόγησης των εννοιών και των παραγόντων τους δημιουργήθηκε από μία μείξη άλλων ερωτηματολογίων μέτρησης των ίδιων εννοιών, προσαρμοσμένο ειδικά στις ανάγκες της έρευνας και την επωνυμία Όλυμπος.

#### 1<sup>η</sup> κλίμακα

Η μέτρηση της ανάμειξης, πραγματοποιήθηκε με το ερωτηματολόγιο των Kyle, Graefe, Manning & Bacon (2004) μέσα από μία κλίμακα με τρεις διαστάσεις: α) κεντρικότητα, β) ελκυστικότητα και γ) αυτό-έκφραση. Τα θέματα της κλίμακας ήταν εννιά:

A) Συγκεκριμένα για την διάσταση «κεντρικότητα»:

- Οι γνώσεις μου σχετικά με την ορεινή πεζοπορία είναι πολύ καλές
- Σε σύγκριση με άλλες δραστηριότητες αναψυχής θεωρώ τον εαυτό μου ως ειδικό στην ορεινή πεζοπορία
- Αν έκανα μια λίστα με ό,τι γνωρίζω για την ορεινή πεζοπορία η λίστα αυτή θα ήταν μεγάλη

B) Συγκεκριμένα για την διάσταση «ελκυστικότητα»:

- Η ορεινή πεζοπορία είναι πολύ σημαντική για μένα
- Το να είμαι ορεινός πεζοπόρος είναι πολύ σημαντικό για μένα

- Σε σύγκριση με άλλες δραστηριότητες αναψυχής η ορεινή πεζοπορία είναι η πιο σπουδαία για μένα

Γ) Συγκεκριμένα για την διάσταση «αυτό-έκφραση»:

- Οι φίλοι μου έχουν θετική γνώμη για μένα γνωρίζοντας ότι είμαι ορεινός πεζοπόρος
- Άτομα που με γνωρίζουν διαμορφώνουν θετική άποψη για μένα όταν μαθαίνουν ότι κάνω ορεινή πεζοπορία
- Το να είμαι ορεινός πεζοπόρος με βοηθάει να «περνάω» μια καλή εικόνα του εαυτού μου στους άλλους

Οι απαντήσεις για τη μέτρηση έγιναν σε πενταβάθμια κλίμακα Likert από το «Διαφωνώ» μέχρι το «Συμφωνώ». Ο δείκτης alpha του Cronbach κυμάνθηκε από .85 έως .90. Το ερωτηματολόγιο έχει ελεγχθεί για την εγκυρότητα και την αξιοπιστία του από παλαιότερες έρευνες στο διεθνή χώρο της αναψυχής (Kyle et al., 2003; 2004; Kyle & Chick, 2004), καθώς έχει εφαρμοστεί και στον ελλαδικό χώρο με επιτυχημένα αποτελέσματα (Alexandris, Kouthouris, Funk & Chatzigianni, 2008).

## 2<sup>η</sup> κλίμακα

Η αξιολόγηση της προσκόλλησης με ένα προορισμό πραγματοποιήθηκε με το ερωτηματολόγιο των Kyle, Bricker, Graefe & Wickham (2004) μέσα από μία κλίμακα δυο διαστάσεων: α) ταυτοποίηση με τον προορισμό και β) εξάρτηση από τον προορισμό. Τα θέματα της κλίμακας ήταν οχτώ:

Α) Συγκεκριμένα για τη διάσταση «ταυτοποίηση με τον προορισμό»:

- Η ορεινή πεζοπορία στον Όλυμπο σημαίνει πολλά για μένα
- Είμαι προσκολλημένος στην ορεινή πεζοπορία στον Όλυμπο
- Ταυτίζομαι με την ορεινή πεζοπορία στο συγκεκριμένο βουνό
- Δεν αισθάνομαι ότι έχω κάποια δέσμευση με την ορεινή πεζοπορία στον Όλυμπο

Β) Συγκεκριμένα για τη διάσταση «εξάρτηση από τον προορισμό»:

- Μου αρέσει περισσότερο να κάνω ορεινή πεζοπορία στον Όλυμπο από ότι σε οποιοδήποτε άλλο βουνό
- Νοιώθω περισσότερη ικανοποίηση όταν κάνω ορεινή πεζοπορία στο Όλυμπο από το ότι όταν πεζοπορώ σε άλλα βουνά
- Το να κάνω ορεινή πεζοπορία στο συγκεκριμένο βουνό είναι πιο σημαντικό για μένα από οποιοδήποτε άλλο ορεινό προορισμό

- Δεν θα άλλαζα την ορεινή πεζοπορία στον Όλυμπο με κανένα άλλον ορειβατικό προορισμό

Οι απαντήσεις για τη μέτρηση έγιναν σε πενταβάθμια κλίμακα Likert από το «Διαφωνώ» μέχρι το «Συμφωνώ». Ο δείκτης alpha του Cronbach για τη διάσταση «ταυτοποίηση με τον προορισμό» ήταν .72 και για τη διάσταση «εξάρτηση από τον προορισμό» ήταν .90. Το ερωτηματολόγιο έχει αξιολογήσει πολλές έρευνες (Hwang, Lee & Chen, 2005; Kyle et al., 2004a, c; Williams & Vaske, 2003; Williams & Roggenbuck, 1989), οι οποίες μαρτυρούν την εγκυρότητα και την αξιοπιστία του. Επίσης, το ερωτηματολόγιο μεταφράστηκε για τις ανάγκες του ελληνικού πληθυσμού και εφαρμόστηκε σε δείγμα ελλήνων σκιέρ αναψυχής. Μετρώντας τις ίδιες διαστάσεις, επιβεβαίωσε τη διεθνή βιβλιογραφία και τα αξιόπιστα αποτελέσματα (Alexandris, Kouthouris & Meligdis, 2006).

### 3<sup>η</sup> κλίμακα

Η αξιολόγηση της αφοσίωσης στον προορισμό, πραγματοποιήθηκε με το ερωτηματολόγιο των Filo, Funk & Alexandris (2008) μέσα από μία μονοδιάστη κλίμακα με επτά θέματα:

- Είμαι αφοσιωμένος (δεμένος) με την ορεινή πεζοπορία στον Όλυμπο
- Προσπαθώ πάντα να συμπεριλάβω τον Όλυμπο ως προορισμό για ορεινή πεζοπορία
- Μία από τις επόμενες ορεινές πεζοπορίες μου θα είναι σίγουρα στον Όλυμπο
- Σκοπεύω να συνεχίσω να πεζοπορώ στον Όλυμπο
- Μου αρέσει πολύ να πηγαίνω στον Όλυμπο για ορεινή πεζοπορία
- Ο Όλυπος είναι ο πιο αγαπημένος μου προορισμός για ορεινή πεζοπορία
- Ο Όλυπος είναι πάντα μέσα στις πρώτες μου επιλογές για ορεινή πεζοπορία

Οι απαντήσεις για τη μέτρηση έγιναν σε πενταβάθμια κλίμακα Likert από το «Διαφωνώ» μέχρι το «Συμφωνώ». Ο δείκτης alpha του Cronbach ήταν .91. Η αξιοπιστία του ερωτηματολογίου επιβεβαιώθηκε με τον παραπάνω δείκτη καθώς το ερωτηματολόγιο έχει εφαρμοστεί και σε ελληνικό πληθυσμό και έχει θεωρηθεί έγκυρο (Filo, Funk & Alexandris, 2008).

Η μέτρηση των δημογραφικών χαρακτηριστικών και σχετικών πληροφοριών που συντελούν στην διαμόρφωση της εικόνας του ορεινού πεζοπόρου έγινε με ερωτήσεις για: το φύλο, την ηλικία, τον τόπο διαμονής, την οικογενειακή κατάσταση, την εκπαίδευση, την επαγγελματική κατάσταση, τις πηγές πληροφόρησης για



πεζοπορία στον Όλυμπο, με ποιούς πηγαίνει κανείς για ορεινή πεζοπορία στον Όλυμπο, τη συχνότητα συμμετοχής, τα χρόνια ασχολίας με την ορεινή πεζοπορία, τα Σαββατοκύριακα που διαθέτει κάποιος το χρόνο, για ποια δραστηριότητα ανέβηκε σήμερα στον Όλυμπο και τον σκοπό της ανάβασης.

Τέλος έγινε ποιοτική ανάλυση δυο ερωτήσεων («Τι πιστεύετε ότι πρέπει να βελτιωθεί γενικά για την πεζοπορία στον Όλυμπο» και «Δηλώστε τα τρία καλύτερα κατά την γνώμη σας μέρη για ορεινή πεζοπορία») για την εύρεση σημαντικών δεδομένων για τον Όλυμπο, την ανάπτυξή του ως τουριστικού και ορειβατικού προορισμού καθώς και την ανάδειξη άλλων σημαντικών ορεινών προορισμών στην Ελλάδα.

### ***Στατιστική ανάλυση***

Για την ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πακέτο SPSS 20. Έγινε ομαδοποίηση των ερωτήσεων ανά διάσταση των εννοιών. Συγκεκριμένα έγινε:

α) περιγραφική στατιστική ανάλυση για την εξαγωγή μέσων όρων και τυπικών αποκλίσεων σε όλες τις διαστάσεις των εννοιών της ανάμειξης, της προσκόλλησης στον προορισμό και της αφοσίωσης στον προορισμό

β) τεστ alpha (Cronbach, 1951) προκειμένου να εξεταστεί η αξιοπιστία και η εσωτερική συνοχή του ερωτηματολογίου

γ) ανάλυση συστοιχιών προκειμένου να εξεταστεί κατά πόσο οι συμμετέχοντες μπορούν να ταξινομηθούν σε ομάδες με διαφορετικά επίπεδα ανάμειξης και προσκόλλησης στον προορισμό

δ) T-test για διερεύνηση διαφορών ανάμεσα στα δυο φύλα ως προς τις διαστάσεις των εννοιών της ανάμειξης και της προσκόλλησης με τον προορισμό

ε) Έλεγχος συσχέτισης μεταξύ των εννοιών της ανάμειξης και της προσκόλλησης στο προορισμό

## V. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

### *Δημογραφικά στοιχεία*

Το σύνολο του δείγματος ήταν 307 (N=307), ορεινοί πεζοπόροι, από τους οποίους το 70,7% ήταν άνδρες (N=217) και το 29,3% ήταν γυναίκες (N=90). Ο μέσος όρος ηλικίας των συμμετεχόντων ήταν 34,2 έτη με τη μικρότερη ηλικία να σημειώνονται τα 14 έτη και με μεγαλύτερη τα 65 έτη. Το μεγαλύτερο ποσοστό ορεινών πεζοπόρων αποτελούνταν από την ηλικιακή ομάδα των 31-35 ετών με 23,5%. Ακολουθεί η ηλικιακή ομάδα των 26-30 ετών με 17,9% και με εμφανώς μικρότερο ποσοστό η ηλικιακή ομάδα των 21-25 ετών με 13,4%. Με λίγο μικρότερο ποσοστό ήταν η ομάδα των 36-40 ετών με 12,7% και αμέσως μετά η ηλικιακή ομάδα των 41-45 ετών με 10,7%. Με ίδιο ποσοστιαίο ποσό 7,2% αποτελούνταν οι ηλικιακές ομάδες των 14-20 ετών και των 46-50 ετών. Κάτω από το 3% βρίσκονταν οι ηλικιακές ομάδες των 51-55, 56-60 και των 61 και άνω ετών, με την τελευταία να συγκεντρώνει μόλις το 2% του συνόλου.

Όσον αφορά τον τόπο διαμονής των ορεινών πεζοπόρων το μεγαλύτερο ποσοστό με 38,1% συγκέντρωσαν οι συμμετέχοντες από τη Θεσσαλονίκη. Με αισθητά μικρότερο ποσοστό 19,5% ήταν οι συμμετέχοντες από την Αθήνα και με ακόμη μικρότερο ποσοστό 7,5% από την πόλη της Κατερίνης. Ακολουθούν με 4,6% οι ορεινοί πεζοπόροι από το Λιτόχωρο και μόλις με 3,9% από την πόλη της Λάρισας. Το υπόλοιπο ποσοστό των ορεινών πεζοπόρων του Ολύμπου διαμένει σε διάφορες πόλεις από όλο το γεωγραφικό μήκος και πλάτος της Ελλάδας και σε μερικές χώρες στο εξωτερικό. Ενδεικτικά κάποιες από τις πόλεις της Ελλάδας ήταν: Βόλος, Σέρρες, Βέροια, Ξάνθη, Κρήτη και Κοζάνη, ενώ από χώρες του εξωτερικού που διαμένουν έλληνες πεζοπόροι ήταν η Γερμανία, η Αυστραλία και ο Καναδάς.

Στον πίνακα 1, παρουσιάζεται η οικογενειακή κατάσταση του δείγματος όπου το μεγαλύτερο ποσοστό με 70,7% το συγκέντρωσαν οι ανύπαντροι, ενώ το 29,3% το αποτελούσαν οι παντρεμένοι ορεινοί πεζοπόροι.



Το μορφωτικό επίπεδο των ορεινών πεζοπόρων έδειξε ότι το 31,9% αφορούσε τους πτυχιούχους ΑΕΙ και το 28,7% απόφοιτους γυμνασίου/λυκείου. Ακολουθούν με σημαντικό ποσοστό 17,9% οι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών και αμέσως μετά με 16,9% οι απόφοιτοι ΙΕΚ και σχολών. Τέλος το 4,6% του δείγματος αποτελούσαν οι ενεργοί φοιτητές.

Ως προς την επαγγελματική κατάσταση το μεγαλύτερο ποσοστό το συγκέντρωσαν οι ιδιωτικοί υπάλληλοι με 34,2%. Ακολουθεί ένα ποσοστό της τάξεως του 26,4% που αντιστοιχεί στους ελεύθερους επαγγελματίες και αμέσως μετά με 14% ήταν οι δημόσιοι υπάλληλοι. Με σχεδόν ίδιο ποσοστό κοντά στο 11% ήταν οι φοιτητές και οι άνεργοι, ενώ με ποσοστό 2,6% ήταν οι συνταξιούχοι. Τέλος, μόλις με 1% ήταν οι νοικοκυρές.

**Πίνακας 1.** Δημογραφικά στοιχεία για το φύλο, την ηλικία και τον τόπο διαμονής.

Φύλο	Ηλικία	Τόπος Διαμονής
Γυναίκες 29,3%	M.O=34,2	Θεσσαλονίκη 38,1%
Ανδρες 70,7%		Αθήνα 19,5%
	14-20 7,2%	Λιτόχωρο 4,6%
	21-25 13,4%	Λάρισα 3,9%
	26-30 17,9%	Κατερίνη 7,5%
	31-35 23,5%	Άλλες 26,4%
	36-40 12,7%	
	41-45 10,7%	
	46-50 7,2%	
	51-55 2,9%	
	56-60 2,6%	
	61 και άνω 2%	

**Πίνακας 2.** Δημογραφικά στοιχεία για την οικογενειακή κατάσταση, το μορφωτικό επίπεδο και την επαγγελματική κατάσταση.

Οικογενειακή κατάσταση	Μορφωτικό επίπεδο	Επαγγελματική κατάσταση
Ανύπαντροι 70,7%	Απόφοιτος Γυμ./Λυκείου 28,7%	Φοιτητής 11%
Παντρεμένοι 29,3%	Φοιτητής 4,6%	Ιδιωτικός υπ. 34,2%
	Απόφοιτος ΙΕΚ 16,9%	Δημόσιος υπ. 14%
	Πτυχιούχος ΑΕΙ 31,9%	Ελεύθερος
	Μεταπτυχιακές σπουδές 17,9%	επαγγ. 26,4%
		Συνταξιούχος 2,6%
		Άνεργος 11%
		Νοικοκυρά 1%

**Στοιχεία συμμετοχής σε ορεινή πεζοπορία στον Όλυμπο**

Οι πηγές που πληροφορείται και ενημερώνεται κάποιος για τον Όλυμπο, όπως για τα μονοπάτια ή για την πεζοπορία ή ακόμα πιο γενικές πληροφορίες, καταδεικνύονται παρακάτω. Με μεγάλο και σημαντικό ποσοστό της τάξεως του 34% πληροφορείται κάποιος από τους φίλους και γνωστούς του. Ακολουθεί με επίσης μεγάλο ποσοστό 29% η πληροφόρηση από το διαδίκτυο, ενώ το 15% του συνόλου απάντησε και από τις δυο πηγές. Ένα πολύ μικρό ποσοστό πληροφόρησης 8,8%, προήλθε από τον σύλλογο που ανήκει ο εκάστοτε πεζοπόρος, ενώ 6,2% ανήκει σε δυο πηγές πληροφόρησης, το διαδίκτυο και τον σύλλογο. Μόλις το 3,6% του συνόλου των πεζοπόρων πληροφορούνταν από έντυπα, όπως περιοδικά συλλόγων ή ευρείας κυκλοφορίας και βιβλία για τον Όλυμπο. Τέλος με το ίδιο ποσοστό 3,6%, πληροφορείται κάποιος και από το σύλλογο και από έντυπα ή βιβλία.

Ως προς την παρέα που πηγαίνει κάποιος για ορεινή πεζοπορία το 58,3% πεζοπορεί με φίλους, το 7,8% με ορειβατικό σύλλογο, το 7,5% με τον/την σύζυγο ή φίλο/η, το 4,6% μόνο του και με 3,9% με την οικογένεια του. Επίσης με ένα σημαντικό ποσοστό της τάξεως του 12,4% πεζοπορεί μόνο με φίλους και με ορειβατικό σύλλογο, ενώ μόνο το 5,5% πεζοπορεί με φίλους και με οικογένεια αποκλειστικά.

Επιπλέον, τα αποτελέσματα έδειξαν ότι ο μέσος όρος συμμετοχής σε ορεινή πεζοπορία στον Όλυμπο ήταν 2,5 (Μ.Ο=2,5) φορές το χρόνο. Αναλυτικότερα το 41% πεζοπορούσε 1 έως 2 φορές το χρόνο, το 22% από 3 έως 5 φορές, το 20% λιγότερο από 1 φορά, το 8% από 6 έως 10 και το 9% από 10 και πάνω φορές το χρόνο.

Όσον αφορά τα χρόνια που ασχολείται κάποιος με την ορεινή πεζοπορία, ο μέσο όρος ασχολίας ήταν τα 9,7 έτη (Μ.Ο=9,7). Το μεγαλύτερο ποσοστό με 29,7% συγκέντρωσαν οι πεζοπόροι που δραστηριοποιούνταν πάνω από 11 χρόνια. Ακολουθούν με 22,8% οι συμμετέχοντες που ασχολούνται από 1 μέχρι 2 χρόνια, με 16% από 3 μέχρι 4 χρόνια, με 12,7% από 9 μέχρι 10 χρόνια, με 10,1% από 5 μέχρι 6 χρόνια και με 8,5% από 7 μέχρι 8 χρόνια.

Ένα ακόμη σημαντικό στοιχείο που κατέδειξε η έρευνα ήταν τα σαββατοκύριακα που διαθέτει ο μέσος ορεινός πεζοπόρος για να πραγματοποιήσει πεζοπορίες. Ο μέσος όρος, που κάποιος ορειβάτης πεζοπορεί, ήταν 11 σαββατοκύριακα το χρόνο (Μ.Ο=11). Βέβαια το πιο υψηλό ποσοστό με 30% συγκέντρωσαν αυτοί που αφιέρωναν 1 με 3 σαββατοκύριακα το χρόνο. Αμέσως μετά ακολούθησαν οι πεζοπόροι που διέθεταν 10 με 12 σαββατοκύριακα το χρόνο με 20% και με 17,3% αυτοί που αφιέρωναν 4 με 6. Σημαντικό ποσοστό με 14,3% κατέλαβαν αυτοί που πεζοπορούσαν από 22 σαββατοκύριακα και πάνω το χρόνο, ενώ με σημαντικά μικρότερα ποσοστά της τάξεως του 7,2% ήταν αυτοί που διέθεταν 19 με 21 και με 4,6% ήταν αυτοί που διέθεταν 7 με 9 και 13 με 15. Μόλις με 2% ήταν αυτοί που πεζοπορούσαν 16 με 18 σαββατοκύριακα το χρόνο.

Παρακάτω παρουσιάζεται η δραστηριότητα για την οποία ανέβηκαν στον Όλυμπο, οι οποίες είναι είτε ορεινή πεζοπορία είτε αναρρίχηση είτε και οι δυο. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι το 82% ανέβηκε για να πραγματοποιήσει μια πεζοπορία, το 16% να πεζοπορήσει και μετά να κάνει κάποια αναρριχητική διαδρομή και μόλις τον 2% είχε ως μοναδικό σκοπό την δραστηριότητα της αναρρίχησης.

Όσον αφορά τους τρεις πιο ελκυστικούς και διάσημους ορειβατικούς προορισμούς για να κάνει κάποιος ορεινή πεζοπορία στην Ελλάδα μετά τον Όλυμπο τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι από τους 307 συμμετέχοντες οι 218 απάντησαν το βουνό της Τύμφης στη Βόρεια Πίνδο, στα 2.436 μέτρα υψόμετρο. Ακολούθησε το βουνό Σμόλικας που βρίσκεται στα 2.637 μέτρα υψόμετρο και αποτελεί το δεύτερο ψηλότερο βουνό της Ελλάδας μετά τον Όλυμπο, αφού από τους 307 οι 192 το θεωρούσαν ιδανικό ορειβατικό προορισμό. Και ο τρίτος πιο επιθυμητός

ορεινός προορισμός για πεζοπορία, οι 166 συμμετέχοντες, θεώρησαν ότι είναι τα Βαρδούσια που αποτελούν ένα σύμπλεγμα ορεινών όγκων με ψηλότερη κορυφή τον «Κόρακα» στα 2.495 μέτρα υψόμετρο.

Στη συνέχεια παρουσιάζεται ένα πολύ σημαντικό κομμάτι των αποτελεσμάτων της έρευνας που καταδεικνύει τη γνώμη των συμμετεχόντων για την βελτίωση του Ολύμπου ως ορειβατικού προορισμού σε διάφορους τομείς. Πρώτος τομέας που χρήζει μερική βελτίωση ήταν η σήμανση των μονοπατιών που οδηγούν στις κορυφές του Ολύμπου, αφού το σημείωσαν 271 συμμετέχοντες σαν πρώτο τομέα βελτίωσης. Έπειτα, τα αποτελέσματα έδειξαν την ανάγκη για λειτουργία όλο το χρόνο των ομάδων διάσωσης σε περίπτωση ατυχήματος στο βουνό μέσα από 246 συμμετέχοντες. Επιπλέον, σημαντικό εύρημα της έρευνας που καταδεικνύεται μέσα από τις απαντήσεις 235 ερωτηθέντων, ήταν η αποσάθρωση του λούκι του Μύτικα και η τοποθέτηση ειδικών ασφαλειών για την ασφαλέστερη και ομαλότερη ανάβαση των ορεινών πεζοπόρων. Τέλος καταδεικνύετε η ανάγκη για ανάπτυξη και βελτίωση της οικολογικής συμπεριφοράς όσων ορειβατούν στον Όλυμπο μέσα από τις απαντήσεις στο ερωτηματολόγιο 230 συμμετεχόντων.

Στο τέλος αναφέρεται ο σκοπός για τον οποίο ανέβηκε κάποιος στον Όλυμπο. Δηλαδή έκανε ορεινή πεζοπορία για να «κατακτήσει» την κορυφή ή για να απολαύσει τη φύση, τη θέα και το μονοπάτι. Τα αποτελέσματα έδειξαν με συντριπτικό ποσοστό 62,5% ότι οι ορεινοί πεζοπόροι του Ολύμπου ανεβαίνουν για να απολαύσουν τη φύση, τη θέα και τα μονοπάτια του βουνού. Από την άλλη πλευρά μόνο το 16,6% πεζοπορούσε με αυτοσκοπό την «κατάκτηση» της κορυφής του Ολύμπου, το Μύτικα. Ένα επιπλέον ποσοστό της τάξεως του 20,8% πεζοπορούσε με σκοπό και τις δυο παραμέτρους, δηλαδή να απολαύσει τη φύση και να «κατακτήσει» την κορυφή.

Πίνακας 3. Στοιχεία συμμετοχής σε ορεινή πεζοπορία στον Όλυμπο.

Πηγές πληροφόρησης	Παρέα για πεζοπορία	Συχνότητα συμμετοχής το χρόνο
Διαδίκτυο 29%	Φίλους 58,3%	M.O=2,5
Ορειβατικό σύλλογο 8,8%	Σύζυγο/φίλο 7,5%	λιγότερο από 1 20%
Φίλους 34%	Μόνος 4,6%	1 έως 2 41%
Έντυπα 3,6%	Οικογένεια 3,9%	3 έως 5 22%
Διαδίκτυο/σύλλογο 6,2%	Ορειβατικό σύλλογο 7,8%	6 έως 10 8%
Διαδίκτυο/φίλους 15%	Φίλους/σύλλογο 12,4%	πάνω από 10 9%
Σύλλογο/έντυπα 3.6%	Φίλους/οικογένεια 5,5%	

Πίνακας 4. Στοιχεία συμμετοχής για τα χρόνια ασχολίας, τα σαββατοκύριακα το χρόνο και συμμετοχή σε δραστηριότητα.

Χρόνια ασχολίας με πεζοπορία	Σαββατοκύριακα το χρόνο	Συμμετοχή σε δραστηριότητα
M.O=9,7 έτη	M.O=11 σκ	
1 με 2 22,8%	1 με 3 30%	Ορεινή πεζοπορία 82%
3 με 4 16%	4 με 6 17,3%	Αναρρίχηση 2%
5 με 6 10,1%	7 με 9 4,6%	Και στις δυο 16%
7 με 8 8,5%	10 με 12 20%	
9 με 10 12,7%	13 με 15 4,6%	
11 και πάνω 29,7%	16 με 18 2%	
	19 με 21 7,2%	
	22 και πάνω 14,3%	

**Πίνακας 5.** Στοιχεία συμμετοχής για τον πιο ελκυστικό ορεινό προορισμό, για τη βελτίωση του Ολύμπου και το σκοπό της ανάβασης.

Ελκυστικοί ορεινοί προορισμοί	Βελτίωση του Εθνικού δρυμού	Σκοπός ανάβασης
1. Τύμφη	1. Σήμανση μονοπατιών	Κατάκτηση κορυφής 16%
2. Σμόλικας	2. Δράση ομάδων διάσωσης	Να απολαύσω το μονοπάτι και τη θέα 62,5%
3. Βαρδούσια	3. Ασφάλεια στον Μύτικα	Και για τα δυο 21%
	4.Οικολογική συμπεριφορά	

*Περιγραφικά στοιχεία των κλιμάκων και ανάλυση αξιοπιστίας*

Στον πίνακα 6, παρατίθενται οι μέσοι όροι, οι τυπικές αποκλίσεις, ο δείκτης alpha του Cronbach και τα θέματα των κλιμάκων του ερωτηματολογίου που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα. Ο πίνακας αναφέρεται στις διαστάσεις της ανάμειξης, της προσκόλλησης με τον προορισμό και της αφοσίωσης στον προορισμό. Ο δείκτης alpha του Cronbach όλων των μεταβλητών κυμάνθηκε σε πολύ ικανοποιητικά επίπεδα. Σχετικά με την έννοια της ανάμειξης, οι τιμές του δείκτη αξιοπιστίας α του Cronbach κυμάνθηκαν από .85 έως .90. Επίσης, για την έννοια της προσκόλλησης στον προορισμό οι τιμές του δείκτη κυμάνθηκαν από .72 έως .90 και για την έννοια της αφοσίωσης στον προορισμό η τιμή του δείκτη αξιοπιστίας ήταν .91.

Αναλυτικότερα, στην έννοια της ανάμειξης, οι τρεις διαστάσεις παρουσίασαν τα εξής αποτελέσματα: «κεντρικότητα» α=.90 (3 θέματα), «έλξη» α=.90 (3 θέματα) και «αυτο-έκφραση» α=.85 (3 θέματα). Βάση του μέσου όρου των τιμών και της τυπικής απόκλισης των αντίστοιχων θεμάτων της κάθε διάστασης, υπολογίσθηκε η σημαντικότητα τους ως παράγοντες στην ορεινή πεζοπορία στον Όλυμπο. Συγκεκριμένα, η διάσταση «έλξη» (Μ.Ο=3,4, Τ.Α=1.09) εκλήφθηκε ως ο παράγοντας που βιώνεται με την μεγαλύτερη ένταση από τους συμμετέχοντες. Η διάσταση της «αυτό-έκφρασης» (Μ.Ο=3,0, Τ.Α=1,06) σημείωσε τη δεύτερη μεγαλύτερη τιμή ως παράγοντας στην ανάμειξη με την ορεινή πεζοπορία στον Όλυμπο, ενώ τελευταία και λιγότερο σημαντική βρέθηκε η διάσταση της «κεντρικότητας» (Μ.Ο=2,8, Τ.Α=1,04).

Όσον αφορά την έννοια της προσκόλλησης, οι δυο διαστάσεις παρουσίασαν τα εξής αποτελέσματα: «ταυτότητα του τόπου»  $\alpha=.72$  (4 θέματα) και «εξάρτηση από τον τόπο»  $\alpha=.90$  (4 θέματα). Βάση του μέσου όρου των τιμών και της τυπικής απόκλισης των αντίστοιχων θεμάτων της κάθε διάστασης, υπολογίσθηκε η σημαντικότητα τους ως παράγοντες της προσκόλλησης στον Όλυμπο. Σχετικά με τη διάσταση «ταυτοποίηση με τον προορισμό» (M.O=3,3, T.A=0,96),ήταν αυτή που βιώθηκε με μεγαλύτερη ένταση από τους πεζοπόρους σε αντίθεση με την άλλη διάσταση «εξάρτηση από τον προορισμό» (M.O=3,0, T.A=1,11) που ήταν λιγότερο καθοριστικός παράγοντας στην προσκόλληση στον προορισμό.

Τελευταία έννοια ήταν η αφοσίωση στον προορισμό και σημείωσε σημαντικές τιμές: «αφοσίωση στον προορισμό»  $\alpha=.91$  (7 θέματα) και σχετικά υψηλό μέσο όρο (M.O=3,7, T.A=0,91).

**Πίνακας 6.** Περιγραφικά στοιχεία των κλιμάκων και ανάλυση αξιοπιστίας.

Μεταβλητές	Διαστάσεις	M.O	T.A	a Cronbach's	Θέματα
Ανάμειξη	Κεντρικότητα	2.8	1.04	.90	3
	Έλξη	3.4	1.09	.90	3
	Αυτό-έκφραση	3.0	1.06	.85	3
Προσκόλληση με τον προορισμό	Ταυτότητα τόπου	3.3	0.96	.72	4
	Εξάρτηση από τόπο	3.0	1.11	.90	4
Αφοσίωση	Αφοσίωση στον προορισμό	3.7	0.91	.91	7

*Ταξινόμηση των συμμετεχόντων σε ομάδες ως προς την προσκόλληση στον προορισμό*

Χρησιμοποιήθηκε ανάλυση συστοιχιών προκειμένου να εξετασθεί κατά πόσο οι συμμετέχοντες μπορούν να ταξινομηθούν σε ομάδες με διαφορετικά επίπεδα προσκόλλησης στον προορισμό. Η ανάλυση ανέδειξε δυο κατηγορίες: Άτομα με χαμηλή και υψηλή προσκόλληση. Σε όλες της διαστάσεις οι δύο αυτές ομάδες εμφάνισαν στατιστικά πολύ σημαντικές διαφορές ( $p<.001$ ). Αναλυτικότερα στην κατηγορία της



χαμηλής προσκόλλησης (N=131) οι συμμετέχοντες σημείωσαν χαμηλούς μέσους όρους και στις δυο διαστάσεις με μικρότερο στη διάσταση «εξάρτηση από τον προορισμό». Στην κατηγορία της υψηλής προσκόλλησης (N=176) τα άτομα σημείωσαν υψηλούς μέσους όρους και στις δυο διαστάσεις, με υψηλότερο στη διάσταση «ταυτοποίηση με τον προορισμό». Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον πίνακα 7.

**Πίνακας 7.** Ταξινόμηση συμμετεχόντων σε ομάδες ως προς την προσκόλληση στον προορισμό.

Διαστάσεις	Χαμηλή	Υψηλή	F
	προσκόλληση	προσκόλληση	
	N=131	N=176	
Ταυτοποίηση με τον προορισμό	2.57	3.93	486,57**
Εξάρτηση από τον προορισμό	2.00	3.76	294,75**

\*\*p<.001

*Ταξινόμηση των συμμετεχόντων σε ομάδες ως προς την ανάμειξη με την ορεινή πεζοπορία*

Χρησιμοποιήθηκε η ανάλυση συστοιχιών προκειμένου να εξετασθεί κατά πόσο οι συμμετέχοντες μπορούν να ταξινομηθούν σε ομάδες με διαφορετικά επίπεδα ανάμειξης με την ορεινή πεζοπορία στον Όλυμπο. Η ανάλυση ανέδειξε δυο κατηγορίες: Άτομα με χαμηλή και υψηλή ανάμειξη. Σε όλες της διαστάσεις οι δύο αυτές ομάδες εμφάνισαν στατιστικά πολύ σημαντικές διαφορές (p<.001). Αναλυτικότερα στην κατηγορία της χαμηλής ανάμειξης (N=135) οι συμμετέχοντες σημείωσαν χαμηλούς μέσους όρους και στις τρεις διαστάσεις με μικρότερο στη διάσταση «κεντρικότητα», αμέσως πιο υψηλός μέσος όρος ήταν στη διάσταση «αυτό-έκφραση» και με υψηλότερο μέσο όρο από αυτές, ήταν στη διάσταση «έλξη». Στην κατηγορία της υψηλής ανάμειξης (N=172) τα άτομα σημείωσαν υψηλούς μέσους όρους και στις τρεις διαστάσεις, με υψηλότερο σκορ στη διάσταση «έλξη» (F=360.41), ακολουθεί με μικρότερο σκορ η διάσταση «αυτό-έκφραση» (F=176.16) και με ελάχιστα χαμηλότερο σκορ η διάσταση «κεντρικότητα» (F=393.52). Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον πίνακα 8.



**Πίνακας 8.** Ταξινόμηση των συμμετεχόντων σε ομάδες ως προς την ανάμειξη με την ορεινή πεζοπορία.

Διαστάσεις	Χαμηλή ανάμειξη N=135	Υψηλή ανάμειξη N=172	F
Κεντρικότητα	1.94	3.52	393.52**
Έλξη	2.55	4.17	360.41**
Αυτό-έκφραση	2.34	3.63	176.16**

\*\* $p < .001$

*Διερεύνηση διαφορών ανάμεσα στις ομάδες με χαμηλή και υψηλή προσκόλληση στον προορισμό ως προς αφοσίωση*

Έγινε σύγκριση ανεξάρτητων μεταβλητών μεταξύ των δυο γκρουπ που δημιουργήθηκαν από την ανάλυση συστοιχιών (χαμηλή και υψηλή προσκόλλησης), ως προς αφοσίωση στον προορισμό. Το T-test για την ανάλυση διακύμανσης των μέσων όρων των δύο ομάδων, ως προς αφοσίωση στον Όλυμπο έδειξε στατιστικά πολύ σημαντική διαφορά ( $t = -13,1$ ,  $p > .001$ ). Τα άτομα με υψηλή προσκόλληση είχαν υψηλότερο μέσο όρο ( $M.O = 4,2$ ) στην αφοσίωση στον προορισμό Όλυμπος, από ότι τα άτομα με χαμηλή προσκόλληση ( $M.O = 3,0$ ).

**Πίνακας 9.** Διερεύνηση διαφορών ανάμεσα στις ομάδες με χαμηλή και υψηλή προσκόλληση στον προορισμό ως προς αφοσίωση.

Ομάδες	N	M.O	t	p
Χαμηλή προσκόλληση	131	3.0	-13,1	$p < .001$
Υψηλή προσκόλληση	176	4.2		

*Διερεύνηση διαφορών ανάμεσα στις ομάδες με χαμηλή και υψηλή ανάμειξη με την ορεινή πεζοπορία ως προς την αφοσίωση*

Ακολούθησε σύγκριση ανεξάρτητων μεταβλητών μεταξύ των δυο γκρουπ που δημιουργήθηκαν από την ανάλυση συστοιχιών (χαμηλή και υψηλή ανάμειξη), ως προς αφοσίωση στον προορισμό. Το T-test για την ανάλυση διακύμανσης των μέσων όρων των δύο ομάδων ως προς αφοσίωση στον προορισμό έδειξε στατιστικά πολύ σημαντική διαφορά ( $t=8,0$ ,  $p<.001$ ). Αναλυτικότερα τα άτομα με υψηλή ανάμειξη είχαν υψηλότερο μέσο όρο ( $M.O=4,0$ ) στην αφοσίωση, από ότι τα άτομα με χαμηλή ανάμειξη ( $M.O=3,2$ ).

**Πίνακας 10.** Διερεύνηση διαφορών ανάμεσα στις ομάδες με χαμηλή και υψηλή ανάμειξη με την ορεινή πεζοπορία ως προς την αφοσίωση.

Ομάδες	N	M.O	t	p
Χαμηλή ανάμειξη	135	3.2	8,0	p<.001
Υψηλή ανάμειξη	172	4.0		

*Διερεύνηση διαφορών μεταξύ ανδρών και γυναικών, στις διαστάσεις της ανάμειξης και της προσκόλλησης στον προορισμό*

Η σύγκριση πραγματοποιήθηκε μεταξύ των δυο φύλων, ως προς τις διαστάσεις των εννοιών της ανάμειξης και της προσκόλλησης στον προορισμό. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι άνδρες ( $N=217$ ) σημείωσαν υψηλότερους μέσους όρους σε όλες τις διαστάσεις και των δυο εννοιών, σε σχέση με τις γυναίκες ( $N=90$ ) που σημείωσαν χαμηλότερους μέσους όρους. Επίσης τα αποτελέσματα έδειξαν στατιστικά σημαντικές διαφορές σε όλες τις διαστάσεις ( $p<.005$ ). Αναλυτικότερα, τα αποτελέσματα έδειξαν ότι στις διαστάσεις της ανάμειξης: «κεντρικότητα» ( $M.O=2,9$ ), «έλξη» ( $M.O=3,5$ ) και «αυτό-έκφραση» ( $M.O=3,1$ ) οι άνδρες σημείωσαν υψηλά σκορ σε σύγκριση με τις γυναίκες που στις ίδιες διαστάσεις, «κεντρικότητα» ( $M.O=2,5$ ), «έλξη» ( $M.O=3,2$ ) και «αυτό-έκφραση» ( $M.O=2,8$ ) σκόραραν με χαμηλότερους μέσους όρους. Επιπλέον, στις διαστάσεις της προσκόλλησης στον προορισμό: «ταυτοποίηση με τον προορισμό» ( $M.O=3,4$ ) και «εξάρτηση από τον προορισμό» ( $M.O=3,0$ ) και πάλι οι άνδρες σημείωσαν υψηλότερους μέσους όρους σε

σύγκριση με τις γυναίκες που και εδώ σημείωσαν χαμηλότερα σκορ στις διαστάσεις της προσκόλλησης, «ταυτοποίηση με τον προορισμό» (Μ.Ο=3,0) και «εξάρτηση από τον προορισμό» (Μ.Ο=2,8).

**Πίνακας 11.** Διερεύνηση διαφορών μεταξύ ανδρών και γυναικών, στις διαστάσεις της ανάμειξης και της προσκόλλησης στον προορισμό.

Διαστάσεις	Άνδρες	Γυναίκες	t
	N=217	N=90	
Κεντρικότητα	2.9	2.5	-3,5**
Έλξη	3.5	3.2	-2,4*
Αυτό-έκφραση	3.1	2.8	-2,3*
Ταυτότητα του τόπου	3.4	3.0	-3,1*
Εξάρτηση από τον τόπο	3.0	2.8	-1,7**

\*\*p<.001

\*p<.005

*Έλεγχος συσχέτισης μεταξύ των διαστάσεων της ανάμειξης και της προσκόλλησης στην προορισμό*

Σύμφωνα με τον Πίνακα 12, υπάρχει στατιστικά σημαντική θετική συσχέτιση όλων των διαστάσεων της ανάμειξης με τις διαστάσεις της προσκόλλησης. Η πιο δυνατή συσχέτιση βρέθηκε μεταξύ των διαστάσεων «έλξη» και της «ταυτοποίηση με τον προορισμό» (R=.564). Αναλυτικότερα, η διάσταση της «εξάρτησης από τον προορισμό» έχει στατιστικά σημαντική θετική συσχέτιση και με τις τρεις διαστάσεις της ανάμειξης («κεντρικότητα» (R=.246) , «έλξη» (R=.324) και «αυτό-έκφραση» (R=.323)). Επίσης στατιστικά σημαντική και πιο δυνατή συσχέτιση σημείωσε η διάσταση της «ταυτοποίηση με τον προορισμό» με τις τρεις διαστάσεις της ανάμειξης («κεντρικότητα» (R=.481) , «έλξη» (R=.564) και «αυτό-έκφραση» (R=.370) ).

**Πίνακας 12.** Έλεγχος συσχέτισης μεταξύ των διαστάσεων της ανάμειξης και της προσκόλλησης στην προορισμό.

Διαστάσεις	Εξάρτηση από προορισμό	Ταυτοποίηση με τον προορισμό
Κεντρικότητα	.246**	.481**
Έλξη	.324**	.564**
Αυτό-έκφραση	.323**	.370**

\*\*P<.001

## V. ΣΥΖΗΤΗΣΗ

Σκοπός της παρούσας μελέτης ήταν να διερευνηθεί ο ρόλος της ανάμειξης με την ορεινή πεζοπορία στα μονοπάτια του βουνού και η προσκόλληση προς τον Όλυμπο και κατά πόσο αυτές οι δυο έννοιες συντελούν στην αφοσίωση προς τον συγκεκριμένο προορισμό. Ακόμη, μελετήθηκε η συσχέτιση μεταξύ των εννοιών της ανάμειξης και της προσκόλλησης με τον προορισμό. Επίσης, εξετάστηκε το γεγονός της ύπαρξης διαφορών ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες, ως προς το βαθμό ανάμειξης τους με την ορεινή πεζοπορία, καθώς και με το βαθμό προσκόλλησης με τα τον Όλυμπο. Επιμέρους στόχος της έρευνας, ήταν η διερεύνηση των δημογραφικών χαρακτηριστικών και του γενικού προφίλ των συμμετεχόντων σε πεζοπορία στον Όλυμπο. Τα αποτελέσματα επαλήθευσαν παλαιότερες έρευνες σχετικά με την θετική συσχέτιση που έχουν μεταξύ τους οι δυο έννοιες, καθώς επίσης, και ότι συνεισφέρουν στη συμπεριφορά για αφοσίωση με τον προορισμό (Alexandris, Kouthouris & Meligdis, 2006; Alexandris, Kouthouris, Funk & Chatzigianni, 2008; Gahwiler & Havitz, 1998; Iwasaki & Havitz, 1998; Kim, Scott, & Crompton, 1997; Pritchard, Havitz, & Howard, 1999; Kyle et al., 2004; Park, 1996).

Η προσκόλληση με τον Όλυμπο, η ανάμειξη με την ορεινή πεζοπορία στα μονοπάτια του βουνού και η αφοσίωση με τον προορισμό μετρήθηκαν από μία μίξη άλλων ερωτηματολογίων μέτρησης των ίδιων διαστάσεων, προσαρμοσμένο ειδικά με τις ανάγκες της έρευνας και την επωνυμία Όλυμπος. Οι απαντήσεις δόθηκαν σε πενταβάθμια κλίμακα Likert από το «Διαφωνώ» μέχρι το «Συμφωνώ». Οι συντελεστές alpha του Cronbach με τους οποίους εξετάστηκε η εσωτερική συνοχή του ερωτηματολογίου και των διαστάσεών του, κυμάνθηκαν σε υψηλά επίπεδα, γεγονός που μας επιτρέπει να διατυπώσουμε την άποψη ότι το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο μπορεί να εφαρμοστεί με επιτυχία και σε επόμενες έρευνες στον ευρύτερο χώρο της αναψυχής και του ορεινού τουρισμού σε Εθνικά πάρκα στην Ελλάδα. Υψηλούς δείκτες εσωτερικής συνοχής των παραγόντων του συγκεκριμένου ερωτηματολογίου ανέφεραν και άλλοι ερευνητές από το χώρο της αναψυχής (Filo,

Funk & Alexandris, 2008; Kyle, Graefe, Manning & Bacon, 2004a, c; Williams, Patterson, Roggenbuck, & Watson, 1992;). Σχετικά με τις τρεις έννοιες, οι μέσοι όροι κυμάνθηκαν σε υψηλά επίπεδα. Τον υψηλότερο μέσο όρο τον είχε η έννοια της αφοσίωσης στο προορισμό και τον χαμηλότερο η διάσταση της ανάμειξης, «κεντρικότητα».

Αναλυτικότερα, στην έννοια της προσκόλλησης στον προορισμό η διάσταση «ταυτοποίηση με τον προορισμό» βιώθηκε ως ο σημαντικότερος παράγοντας ενώ λιγότερο έντονα βιώθηκε ο παράγοντας «εξάρτηση από τον προορισμό». Το παραπάνω, κάνει σαφές το γεγονός ότι οι ορεινοί πεζοπόροι είναι σε μεγάλο βαθμό προσκολλημένοι με το βουνό, αφού ο Όλυμπος τους προκαλεί έντονα το αίσθημα της αυτοεκτίμησης, του αυτοπροσδιορισμού και το ότι ο κάθε πεζοπόρος ανήκει σε μία ομάδα με ίδια ταυτότητα και χαρακτηριστικά. Αίσθηση προκαλεί η βίωση σε μικρότερη κλίμακα της λειτουργικότητας του Ολύμπου, δηλαδή πως η έντονη γεωμορφολογία του και τα περιπετειώδη μονοπάτια του συνέβαλαν σε μικρότερο βαθμό στην ανάπτυξη της προσκόλλησης με το βουνό. Αυτό προκαλεί το συλλογισμό για περαιτέρω ανάπτυξη και διεύρυνση, σε εύκολα και δύσκολα πεδία, νέων, καλά σηματοδοτημένων και ασφαλών μονοπατιών ώστε να αυξηθεί η λειτουργικότητα του βουνού. Σε αυτό το αποτέλεσμα συμφωνούν προγενέστερες έρευνες των Kyle, Absher & Graefe (2003) όπου μέσα στην έρευνα τους κατέδειξαν το σημαντικό ρόλο της «ταυτοποίησης με τον προορισμό» στην ανάπτυξη της προσκόλλησης. Ακόμη επιβεβαιώνονται ευρήματα μελετών των ερευνητών Alexandris, Kouthouris & Meligdis (2006), Moore & Graefe (1994), Moore & Scott (2000), Warzecha & Lime (2000) και Williams, Patterson, Roggenbuck & Watson (1992) και που αυτοί με τη σειρά τους αναδεικνύουν τη διάσταση «ταυτοποίηση με τον προορισμό» ως το σημαντικότερο παράγοντα πρόβλεψης.

Σχετικά με την ταξινόμηση ως προς το επίπεδο προσκόλλησης των πεζοπόρων οι αναλύσεις κατέγραψαν δυο γκρουπ με χαμηλή (N=131) και υψηλή (N=176) προσκόλληση και στατιστικά πολύ σημαντικές διαφορές. Το γκρουπ της υψηλής προσκόλλησης σημείωσε σημαντικά υψηλούς μέσους όρους και στις δυο διαστάσεις σε σχέση με το γκρουπ της χαμηλής, που σκόραρε με μέτριους έως χαμηλούς μέσους όρους. Αναδεικνύοντας τα αποτελέσματα παρατηρείτε ότι η αριθμητική διαφορά των δυο γκρουπ των συμμετεχόντων δεν είναι μεγάλη, δηλαδή υπάρχουν οι πολύ έντονα προσκολλημένοι και οι πολύ λίγο προσκολλημένοι. Αυτό καταδεικνύει την ανάγκη



για αύξηση του ποσοστού των προσκολλημένων πεζοπόρων μέσα από την συμμετοχή τους σε προγράμματα και δράσεις σχετικά με τον Όλυμπο. Τέλος, η σύγκριση των δυο γκρουπ προσκόλλησης ως προς την αφοσίωση με τον προορισμό, το γκρουπ με την υψηλή προσκόλληση προέβλεπε σημαντικά την περαιτέρω αφοσίωση σε σχέση με το γκρουπ της χαμηλής προσκόλλησης που το βίωναν μέτρια. Γενικά, τα αποτελέσματα φανερώνουν το αίσθημα της προσκόλλησης με τον Όλυμπο, αλλά παράλληλα υπάρχει ένας σημαντικός αριθμός πεζοπόρων όχι έντονα προσκολλημένος. Συνεπώς, οι υπεύθυνοι των καταφυγίων, οι δημόσιοι και ιδιωτικοί φορείς, καθώς και η τοπική κοινωνία πρέπει να εξετάσει μεθόδους, να δώσει λύσεις και να υλοποιήσει δράσεις για αύξηση της προσκόλλησης των πεζοπόρων με το βουνό και συνεπώς την εκμετάλλευση της επωνυμίας του Ολύμπου και την ανάπτυξή του ως μεγάλου τουριστικού προορισμού για πεζοπορία.

Σχετικά με την έννοια της ανάμειξης, η διάσταση «έλξη» εκλήφθηκε ως ο παράγοντας που βιώνεται με την μεγαλύτερη ένταση από τους συμμετέχοντες, καθώς φαίνεται ότι το αίσθημα της ευχαρίστησης, της πεζοπορίας στο βουνό, είναι μεγάλο. Η διάσταση «αυτό-έκφραση» σημείωσε τη δεύτερη μεγαλύτερη τιμή ως παράγοντας πρόβλεψης της ανάμειξης με την ορεινή πεζοπορία, αφού οι εμπλεκόμενοι πεζοπόροι αναπτύσσουν το αίσθημα της ομάδας με κοινά χαρακτηριστικά και κοινό παρονομαστή, τον Όλυμπο. Ενώ τελευταία και λιγότερο σημαντική βρέθηκε η διάσταση «κεντρικότητα», οι οποία αναφέρεται στην δραστηριότητα ως κεντρικός άξονας της ζωής των ορειβατών αναψυχής. Φανερώνεται δηλαδή ο μικρός ρόλος που διαδραματίζει η πεζοπορία, στην νοοτροπία και την οργάνωση της ζωής του ατόμου γύρω από αυτήν. Το γεγονός αυτό, παρουσιάζει στοιχεία σχετικά με την ελλειπή ενημέρωση και χαμηλή γνώση γύρω από τα μονοπάτια και την πεζοπορία εκεί. Τα αποτελέσματα έρχονται σύμφωνα με αυτά των Kyle, Graefe, Manning, & Bacon (2004) οι οποίοι έδειξαν στην έρευνα τους σε κατασκηνωτές σε εθνικό δρυμό της Αμερικής τη σημαντικότητα των διαστάσεων της ανάμειξης. Σε παρόμοια αποτελέσματα κατέληξαν και οι Kyle, Bricker, Graefe, & Wickham (2004) που διεξήγαγαν παρόμοια έρευνα σε πεζοπόρους και ψαράδες σε εθνικό πάρκο στην Αμερική.

Όσον αφορά το επίπεδο ανάμειξης των πεζοπόρων με την δραστηριότητα οι αναλύσεις έδειξαν δυο γκρουπ χαμηλής (N=135) και υψηλής ανάμειξης (N=172) και στατιστικά πολύ σημαντικές διαφορές. Συγκεκριμένα το γκρουπ με την υψηλή

ανάμειξη σημείωσε υψηλότερους μέσους όρους σε όλες τις διαστάσεις. Ακόμη, η αριθμητική διαφορά των δυο γκρουπ και εδώ δεν είναι μεγάλη, που σημαίνει ότι υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης και ανάπτυξης της ανάμειξης με την πεζοπορία στον Όλυμπο μέσα από καλύτερη και πιο αξιόπιστη ενημέρωση σχετικά με τα μονοπάτια και την υιοθέτηση τρόπων για δια βίου μάθηση και εις βάθος γνώση της πεζοπορίας. Τέλος, έγινε η σύγκριση των δυο γκρουπ ανάμειξης ως προς την αφοσίωση με τον προορισμό. Το γκρουπ με την υψηλή ανάμειξη προέβλεπε σημαντικά την περαιτέρω αφοσίωση σε σχέση με το γκρουπ της χαμηλής ανάμειξης που το βίωναν σε μικρότερο βαθμό. Συνοπτικά, υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης και αύξησης της ανάμειξης με την πεζοπορία στον Όλυμπο μέσα από κατάλληλα προγράμματα δράσεων και μεγάλων γεγονότων, ώστε να προσελκύσουν ενεργούς θεατές και πλήρη ενημέρωση για τα μονοπάτια, τον εξοπλισμό που χρειάζεται και όλες τις σχετικές πληροφορίες διαμονής και σίτισης, ώστε το βουνό να αποκτήσει μία φήμη αντάξια της επωνυμίας του.

Τέλος, τα αποτελέσματα έδειξαν την θετική συσχέτιση που υπάρχει ανάμεσα στην ανάμειξη και την προσκόλληση με τον προορισμό. Πιο συγκεκριμένα, η ανάμειξη με την ορεινή πεζοπορία στα μονοπάτια του Ολύμπου μπορεί να συμβάλει στην προσκόλληση προς το συγκεκριμένο βουνό, αφού η διαστάσεις της ανάμειξης προέβλεπαν σημαντικές συσχέτισης με τις διαστάσεις της προσκόλλησης. Τα παραπάνω ευρήματα επιβεβαιώνουν παλιότερες έρευνες που έγιναν από τους Beatty, Kahle & Homer (1988), Bloch, Black & Lichtenstein (1989), Crosby & Taylor (1983) και βρήκαν στοιχεία που υποδηλώνουν ότι η άμεση ανάμειξη με κάποια δραστηριότητα οδηγεί σε προσκόλληση των ατόμων με τη συγκεκριμένη δραστηριότητα και τον τόπο υλοποίησης. Πιο συγκεκριμένα, στη διάσταση της «ταυτοποίησης» με τον Όλυμπο υπάρχει στατιστικά σημαντική συσχέτιση μόνο με τη διάσταση «έλξη» της δραστηριότητας, ενώ η διάσταση «εξάρτηση» από τον τόπο είχε δυνατότερη συσχέτιση με τη διάσταση «αυτό-έκφραση» της δραστηριότητας. Η «κεντρικότητα» παρουσιάστηκε ως ο λιγότερο σημαντικός παράγοντας για την πρόβλεψη της προσκόλλησης. Οι παραπάνω διαφορές ανάμεσα στις διαστάσεις των δυο εννοιών συμφωνούν με μία παρόμοια έρευνα στο ίδιο ερευνητικό πεδίο που έγινε από τους Kyle, Graefe, Manning και Bacon (2003), όπου και αυτοί οι ερευνητές βρήκαν θετική συσχέτιση μεταξύ της ανάμειξης με την προσκόλληση σε ένα προορισμό και τους ίδιους παράγοντες να προβλέπουν όλες τις διαστάσεις.

Τα αποτελέσματα των διαφορών σχετικά με το επίπεδο προσκόλλησης και ανάμειξης τους ανάμεσα στα δυο φύλα, φανέρωσαν ότι οι άνδρες είναι σε όλα τα επίπεδα περισσότερο προσκολλημένοι και εμπλεκόμενοι με την πεζοπορία στο βουνό, από τις γυναίκες. Τα ευρήματα συμφωνούν με παρόμοιες μελέτες (Alexandris, Kouthouris & Meligdis, 2006; Barlas, Mantis & Koustelios, 2010; Δαλάκης, Τσίτσκαρη, Κώστα, Αλεξαντρή, 2011; Lee, Kim, Ko & Sagas, 2011), καθώς η εμπλοκή των ανδρών σε τέτοιου είδους δραστηριότητες αναψυχής είναι μεγαλύτερη και οι ίδιοι είναι πολυπληθέστεροι.

Συνοψίζοντας όλα τα παραπάνω, σχετικά με τις έννοιες της προσκόλλησης και της ανάμειξης και της θετικής συσχέτισης αυτών των δυο, παρατηρείται ένας σημαντικός βαθμός προσκόλλησης και ανάμειξης, τον οποίο βιώνουν οι ορειβάτες αναψυχής μέσα από την εμπλοκή τους με την πεζοπορία στον Όλυμπο. Παράλληλα όμως υπάρχει και ένας σημαντικός αριθμός πεζοπόρων που θέτει το χώρο για περαιτέρω βελτίωση, αύξηση και ανάπτυξη της αφοσίωσης με τον προορισμό και με την εμπλοκή του με τη δραστηριότητα της πεζοπορίας. Η αξία, η επωνυμία και το ιδιαίτερο κάλλος του βουνού προϋποθέτει την ανάδειξή του σε προορισμό παγκόσμιας ορειβατικής εμβέλειας που θα συγκεντρώνει τον κόσμο της ορειβατικής κοινότητας και όχι μόνο, ώστε να πεζοπορεί και να πραγματοποιεί δράσεις ανάλογων των εξωτερικών προορισμών.

Αναφορικά με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα, τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι άνδρες ήταν περισσότεροι από τις γυναίκες. Αυτό έρχεται σε συμφωνία με άλλες έρευνες που πραγματοποιήθηκαν σε δραστηριότητες αναψυχής (Alexandris et al., 2006; Barlas et al., 2010; Δαλάκης, Τσίτσκαρη, Κώστα, Αλεξαντρή, 2011; Lee et al., 2011), ενώ άλλες έρευνες αναφέρουν μεγαλύτερο ποσοστό γυναικών (Astrapellos, Costa & Astrapellou, 2010; Kouthouris & Alexandris, 2005). Σίγουρα όμως φανερώνεται η ανάγκη για προσέλκυση του γυναικείου φίλου και περεταίρω δραστηριοποίηση του. Παράλληλα, τα αποτελέσματα έδειξαν ότι ο μέσος όρος ηλικίας ήταν 34 έτη και η πλειοψηφία των συμμετεχόντων ήταν ηλικίας 31 μέχρι 35. Αυτό έρχεται σε αντίθεση με τις έρευνες των Alexandris και συν. (2006), Astrapellos και συν. (2010) και Kouthouris και Alexandris (2005) όπου έδειξαν ότι ο μέσος όρος της ηλικίας ήταν μικρότερος.

Σχετικά με τον τόπο καταγωγής, οι συμμετέχοντες ήταν από την Θεσσαλονίκη με πολύ μεγάλο ποσοστό, αφού αποτελεί το πρώτο μεγάλο αστικό κέντρο στην

βόρεια Ελλάδα. Ακολουθούν οι συμμετέχοντες από την Αθήνα με αρκετά μικρότερο ποσοστό και με πολύ μικρότερα ποσοστά ήταν οι ορειβάτες από τις γύρω πόλεις.

Από τα αποτελέσματα φάνηκε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων αποτελούνταν από ανύπαντρους ορειβάτες. Αυτό έρχεται σε συμφωνία με τα αποτελέσματα των περισσότερων ερευνών σε δραστηριότητες αναψυχής και αθλητισμού, που έδειξαν επίσης την πλειοψηφία των συμμετεχόντων ως ανύπαντρους (Alexandris et al., 2006; Μπέλλος, Ζαφειρούδη & Κουθούρης, 2011; Πολατίδου, Μπαλάσκα, Αλεξανδρή, 2011).

Το μορφωτικό επίπεδο των ορειβατών κατέδειξε το μεγαλύτερο ποσοστό ότι αποτελούνταν από απόφοιτους ΑΕΙ και Γυμνασίου/Λυκείου. Τα αποτελέσματα αυτά φαίνεται να συμφωνούν με τις περισσότερες έρευνες από τον χώρο της αναψυχής, αλλά και από τον χώρο των γυμναστηρίων (Πολατίδου, Μπαλάσκα & Αλεξανδρή, 2011; Κώστα, Γλυνιά, Αντωνίου, Γούδας & Κουθούρης, 2003). Η συμμετοχή σε δραστηριότητες αναψυχής και αθλητισμού σχετίζεται άμεσα με το μορφωτικό επίπεδο αφού οι πιθανότητες συμμετοχής σε δράσεις αυξάνονται όσο υψηλότερο είναι το επίπεδο εκπαίδευσης. Τα αποτελέσματα πολλών ερευνών καταδεικνύουν ότι το επίπεδο μόρφωσης είναι ένας σημαντικός παράγοντας πρόβλεψης της συμμετοχής σε προγράμματα αθλητισμού και αναψυχής (Collins, 2003; Eitzen & Sage, 2003).

Ως προς την επαγγελματική τους κατάσταση, οι περισσότεροι ήταν ιδιωτικοί υπάλληλοι, αποτέλεσμα απόλυτα σύμφωνο με την έρευνα των Κώστα και συν. (2003), και οι οποίοι εκτίμησαν την ποιότητα των υπηρεσιών άθλησης και ψυχαγωγίας σε ξενοδοχεία διακοπών.

Σχετικά με τις πηγές που πληροφορείται και ενημερώνεται κάποιος για τον Όλυμπο, όπως για τα μονοπάτια ή για την πεζοπορία ή ακόμα πιο γενικές πληροφορίες, καταδεικνύονται με μεγάλο ποσοστό ότι πληροφορείται από τους φίλους και γνωστούς του και ακολουθεί η πληροφόρηση από το διαδίκτυο. Το μικρότερο ποσοστό του συνόλου των πεζοπόρων πληροφορούνταν από σχετικά έντυπα, όπως περιοδικά συλλόγων ή ευρείας κυκλοφορίας καθώς και βιβλία για τον ίδιο τον Όλυμπο. Και εδώ αποδεικνύεται η δύναμη και η αξία του «από στόμα σε στόμα» πληροφόρηση σχετικά με μία υπηρεσία, στη προκειμένη περίπτωση η πεζοπορία στον Όλυμπο. Το αποτέλεσμα της πληροφόρησης «από στόμα σε στόμα» σχετικά με το βουνό έρχεται σε συμφωνία με μία έρευνα των Alexandris και Kouthouris (2005) όπου καταδεικνύεται η σημασία της πληροφόρησης και

διαφήμισης «από στόμα σε στόμα» σχετικά με παιδικές κατασκηνώσεις και την αφοσίωση σε αυτές.

Επιπλέον στα αποτελέσματα της έρευνας, οι περισσότεροι επισκέφθηκαν τα μονοπάτια του Ολύμπου με την παρέα τους. Γενικά, είναι παραδοχή ότι η ύπαρξη παρέας αποτελεί τον πιο σημαντικό παράγοντα έναρξης και διατήρησης μιας δραστηριότητας αναψυχής και αθλητισμού. Δηλαδή πολλά άτομα παρακινούνται από φιλικά πρόσωπα στη συμμετοχή τους, με αποτέλεσμα την επιτακτική ανάγκη δημιουργίας σχετικών δράσεων που ενισχύουν αυτό το είδος συμμετοχής. Το παραπάνω αποτέλεσμα επιβεβαιώνεται από την έρευνα των Κουθούρη, Κοντογιάννη και Αλεξανδρή (2008), σύμφωνα με την οποία η έλλειψη παρέας αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα σε δραστηριότητες αναψυχής.

Ένα ακόμη στοιχείο των αποτελεσμάτων ήταν ο μέσος όρος των ετών ασχολίας με την ορεινή πεζοπορία που ήταν τα 10 χρόνια. Επίσης ο μέσος ορειβάτης αφιέρωνε σε ετήσια βάση 11 σαββατοκύριακα το χρόνο για την αγαπημένη του δραστηριότητα, από τα οποία τα 2 με 3 σαββατοκύριακα πεζοπορούσε στον Όλυμπο. Σημαντική πληροφορία για τη δημιουργία πρόσθετων παροχών για δράσεις και αθλητικά θεάματα για αύξηση των πεζοπόρων στο βουνό και παράταση της διαμονής τους.

Επίσης, οι 8 στους 10 ορειβάτες αναψυχής ανέβαιναν με σκοπό την πεζοπορία και να απολαύσουν τη θέα, τη φύση και το μονοπάτι του Ολύμπου. Αυτό έρχεται σε αντίθεση με την πρόθεση που υπήρχε παλιά, ως αυτοσκοπός της ανάβασης η κατάκτηση της κορυφής. Πλέον οι συμμετέχοντες τείνουν να γίνουν φυσιολάτρες με έντονη περιβαλλοντική συνείδηση. Εντύπωση προκαλεί το γεγονός της μικρής συμμετοχής για αναρρίχηση. Ίσως αυτό οφείλεται στο έντονο γεωμορφολογικό ανάγλυφο και τη δυσκολία που εμπεριέχει ο Όλυμπος σαν βουνό για αλπική αναρρίχηση.

Παρουσιάζοντας τα αποτελέσματα, σχετικά με τη βελτίωση της εικόνας του Ολύμπου και τι θα έκανε το βουνό πιο ελκυστικό, σημαντικότερος παράγοντας αποδείχθηκε η σήμανση των μονοπατιών που οδηγούν στις κορυφές του Ολύμπου. Έπειτα, τα αποτελέσματα έδειξαν την ανάγκη για λειτουργία και βελτίωση των ομάδων διάσωσης σε περίπτωση ατυχήματος στο βουνό. Ακολουθεί, η ανάγκη για αποσάθρωση του λούκι του Μύτικα και η τοποθέτηση ειδικών ασφαλειών για την ασφαλέστερη και ομαλότερη ανάβαση των ορεινών πεζοπόρων. Τέλος, φανερώθηκε



η σημαντικότητα ανάπτυξης και βελτίωσης της οικολογικής συμπεριφοράς όσων ορειβατούν στον Όλυμπο.

Τελικό στοιχείο το οποίο ανέδειξαν τα αποτελέσματα ήταν οι τρεις διασημότεροι ορειβατικοί και πεζοπορικοί προορισμοί μετά τον Όλυμπο στην Ελλάδα, οι οποίοι ήταν οι εξής: α)Τύμφη, β)Σμόλικας και γ)Βαρδούσια.

Συνοψίζοντας τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος, αναδεικνύεται το προφίλ του μέσου ορεινού πεζοπόρου ο οποίος, είναι άνδρας 34 ετών από μεγάλο αστικό κέντρο, είναι ανύπαντρος, απόφοιτος ΑΕΙ και εργάζεται ως ιδιωτικός υπάλληλος. Επίσης, ασχολείται περίπου 10 χρόνια με την ορεινή πεζοπορία και αφιερώνει 11 σαββατοκύριακα το χρόνο, όπου τα 2 με 3 στον Όλυμπο. Συνήθως πεζοπορεί με φίλους και ενημερώνεται από αυτούς και το διαδίκτυο. Επίσης, ανεβαίνει με σκοπό να απολαύσει τη θέα, να ταυτιστεί με τη φύση και να πεζοπορήσει στα ιδιαίτερα μονοπάτια του βουνού.



## VII. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Από τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας φάνηκε: α) η έντονη προσκόλληση των πεζοπόρων με τον Όλυμπο, β) η ανάμειξη τους με την ορεινή πεζοπορία στο βουνό, γ) η συμπεριφορά για αφοσίωση στον προορισμό και την επωνυμία του και δ) η θετική συσχέτιση μεταξύ της ανάμειξης και της προσκόλλησης στον προορισμό. Αναλυτικότερα, σχετικά με τις υποθέσεις της έρευνας μπορούμε να αναφέρουμε τα εξής:

- Γίνεται ταξινόμηση των συμμετεχόντων ως προς την προσκόλληση στον προορισμό
- Γίνεται ταξινόμηση των συμμετεχόντων ως προς την ανάμειξη με την ορεινή πεζοπορία
- Υπάρχει θετική συσχέτιση μεταξύ των εννοιών της ανάμειξης και της προσκόλλησης
- Η προσκόλληση με τον προορισμό διαφοροποιείται από το φύλο
- Η ανάμειξη με την ορεινή πεζοπορία διαφοροποιείται από το φύλο

Τα βουνά από παλιά προσέλκυαν τον άνθρωπο και ως συνέπεια και τον τουρισμό. Οι αέρινες κόψεις, οι βαθιές χαράδρες, οι χιονισμένες κορυφές, τα καταπράσινα οροπέδια και τα πυκνά από βλάστηση δάση προκαλούσαν το ενδιαφέρον τον ανθρώπων. Αρχικά των εξερευνητών-ορειβατών και μετά των τουριστών περιπέτειας. Αυτό γιατί απομακρυσμένα και απόκρημνα τοπία έγιναν πιο προσιτά στους «πολλούς» και οι πληροφορίες μέσω του διαδικτύου και δορυφόρων ήταν άφθονες. Έτσι λιγότερο έμπειροι και χωρίς καλή ψυχολογική και φυσική κατάσταση αλλά μαζί με κάποιον οδηγό «κατακτούσαν» αυτό που παλιά φάνταζε για τους λίγους και τους ελίτ. Έτσι και στον Όλυμπο η νέα εποχή σηματοδοτήθηκε από την κατάκτησή του το 1913 κι την ανάπτυξη της ορειβασίας και του τουρισμού περιπέτειας μέσω πεζοπορικών και αναρριχητικών διαδρομών τα επόμενα χρόνια. Ευτυχώς όλα αυτά πραγματοποιήθηκαν μέσα από μία περιβαλλοντική συνείδηση και οικολογική ευαισθησία με τη θέσπιση του βουνού ως εθνικού δρυμού. Τα τελευταία

χρόνια ο ορειβατικός τουρισμός του Ολύμπου μέσα από την εμπλοκή των ορειβατών αναψυχής με δράσεις, γνωρίζει μεγάλη άνθιση μέσα από ιδιωτικές και κρατικές ενέργειες. Από τα παραπάνω, γίνεται αντιληπτό ότι τα διοικητικά στελέχη των καταφυγίων, οι εμπλεκόμενοι κρατικοί φορείς και η τοπική κοινωνία πρέπει να λάβουν σοβαρά υπόψη την αξία, την επωνυμία και τη σπουδαιότητα, ως πολιτιστικού και αθλητικού ορεινού προορισμού, ώστε να υλοποιήσουν δράσεις αντάξιες του ονόματος του Ολύμπου, πάντα όμως με την απαραίτητη ορειβατική δεοντολογία, την οικολογική συνείδηση και την προαγωγή της αυτόνομης δράσης με ασφαλή έκβαση. Προτείνεται να εκπονούνται συχνά έρευνες για τους εθνικούς δρυμούς στην Ελλάδα ώστε να διασαφηνιστεί η προσκόλληση με θελκτικά ορεινά τοπία, τα κίνητρα που ωθούν κάποιον να βρεθεί εκεί και την ανάμειξη του ατόμου με δράσης αναψυχής. Επίσης προτείνεται:

- Η καταγραφή των επισκεπτών από τον φορέα διαχείρισης του Ολύμπου ώστε να γίνει ξεκάθαρος ο ακριβής αριθμός τους όλο το χρόνο, με πλήρη έλεγχο και καταγραφή δεδομένων
- Να υπάρξουν δράσεις και ενημέρωση της καταστροφής της σπάνιας πανίδας και χλωρίδας του δρυμού, ώστε να αναπτυχθεί μεγαλύτερη οικολογική συνείδηση στους πεζοπόρους
- Να υπάρξουν ασφάλειες στα δύσκολα σημεία για την κορυφή του βουνού χωρίς να προσβάλλεται η ορειβατική δεοντολογία
- Να λειτουργεί ομάδα διάσωσης όλο το χρόνο
- Η χρήση συσκευών και μέσων οικολογικών και φιλικών προς το περιβάλλον από τα καταφύγια
- Η χρήση ανακυκλώσιμων μέσων για τα λύματα των επισκεπτών
- Δημιουργία εγκαταστάσεων για εξοικονόμηση ενέργειας καθώς και παραγωγή της για τη λειτουργία των καταφυγίων
- Προβολή και προώθηση του Ολύμπου ως ορεινού, πολιτιστικού και αθλητικού προορισμού που συνδυάζει και τις θερινές διακοπές
- Προώθηση των λιγότερο γνωστών και διατήρηση και προσπάθεια για αύξηση των συμμετεχόντων στους 4 ορεινούς μαραθώνιους που υλοποιούνται κάθε χρόνο
- Διαμόρφωση αθλητικών και πολιτιστικών προγραμμάτων για προσέλκυση του γυναικείου φύλου

- Σχεδιασμός ελκυστικών πακέτων από τους αρμόδιους φορείς σε συνεργασία με γραφεία υλοποίησης δραστηριοτήτων ή ιδιώτες οδηγούς βουνού για προσέλκυση θεατών κατά την πραγματοποίηση αθλητικών γεγονότων και την εύκολη και ασφαλή πεζοπορία των μονοπατιών του αγώνα κατά την παρακολούθηση
- Παροχή μεταφοράς με βαν ή λεωφορείο από τους σταθμούς των μέσων μαζικής μεταφοράς στις περιοχές Πριόνια και Γκορτσιά , ώστε να έρθουν και συμμετέχοντες που δεν διαθέτουν κάποιο ιδιωτικό μέσο, κυρίως τους θερινούς μήνες που παρατηρείτε μεγάλη διέλευση επισκεπτών ή κατά την υλοποίηση των ορεινών μαραθωνίων
- Παροχή ξενάγησης και ασφαλούς μεταφοράς προς τις κορυφές του Ολύμπου από κάποιον εξειδικευμένο οδηγό βουνού που θα βρίσκεται σε διαθεσιμότητα την τουριστική περίοδο μέσω ενός κρατικού ή ιδιωτικού φορέα
- Πραγματοποίηση σεμιναρίων από ειδικούς φορείς, όπως Ε.Ο.Ο.Α, σχετικά με τους κινδύνους του βουνού και τρόπους αυτοδιάσωσης
- Πραγματοποίηση μεγάλων γεγονότων σχετικά με δράσεις, όπως ορειβατικό σκι το χειμώνα και αναρριχήσεις το καλοκαίρι, για προσέλκυση εταιριών και ενεργητικών τουριστών ώστε να επεκταθεί η τουριστική περίοδος

Ωστόσο περαιτέρω έρευνα χρειάζεται για να κατανοηθούν καλύτερα οι έννοιες της ανάμειξης, της προσκόλλησης και της αφοσίωσης με την επωνυμία του Ολύμπου. Προτείνεται για μελλοντικές έρευνες:

- Διεξαγωγή παρόμοια έρευνας και σε άλλους επώνυμους και διάσημους ορεινούς προορισμούς, όπως η Τύμφη που προέκυψε μέσα από τα αποτελέσματα
- Διεξαγωγή παρόμοιας έρευνας με δείγμα και ξένους
- Διεξαγωγή παρόμοια έρευνας με δείγμα και άλλες δραστηριότητες
- Ενσωμάτωση και άλλων μεταβλητών όπως οι καταναλωτικοί συνειρμοί ως προς τον προορισμό.

Τέλος, μια μετέπειτα έρευνα στο ίδιο βουνό ή άλλο με παρόμοιες ή επιπλέον μεταβλητές και η σύγκριση τους θα ισχυροποιούσε σε μεγάλο βαθμό τα αποτελέσματα αυτά.

## VI.ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Alexandris, K., Douka, S., Papadopoulos, P. & Kaltsatou, A. (2008), Testing the role of service quality on the development of brand associations and brand loyalty. *Managing Service Quality*, 18 (3), 239-254.
- Alexandris, K., Kouthouris, C. & Meligdis, A. (2006). Increasing customers' loyalty in a skiing resort: The contribution of place attachment and service quality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18, 414-425.
- Alexandris, K., Kouthouris, C., Funk, D. & Chatzigianni, E. (2008), Examining the Relationships Between Leisure Constraints, Involvement and Attitudinal Loyalty among Greek Recreational Skiers. *European Sport Management Quarterly*, 8:3, 247 – 264.
- Altman, I., & Low, S. M. (1992). *Place attachment, human behavior, and environment: Advances in theory and research*, New York: Plenum Press.
- Astrapellos, K., Costa, G. & Astrapellou, X. (2010). The quality of service experience in outdoor activities programs. *International Journal of Sport Management Recreation & Tourism*, 5, 77-87.
- Barlas, A., Mantis, K. & Koustelios, A. (2010). Achieving positive word-of mouth communication: The role of perceived service quality in the context of Greek ski centres. *World Leisure Journal*, 52(4), 290-297.
- Beatty, S. E., Kahle, L. R., & Homer, P. (1988). The involvement—commitment model: Theory and implications. *Journal of Business Research*, 16, 149–167.

- Bricker, K. S. (1998). Place and preference: A study of whitewater recreationists on the South Fork of the American River. Unpublished doctoral dissertation, The Pennsylvania State University, University Park, Pennsylvania.
- Bricker, K. & Kerstetter, D. (2000). Level of specialization and place attachment: An exploratory study of whitewater recreationists. *Leisure Sciences*, 22, 233–257.
- Bryan, H. (1977). Leisure value systems and recreation specialization: The case of trout fisherman. *Journal of Leisure Research*, 9, 174–187.
- Bloch, P. H., Black, W. C., & Lichtenstein, D. (1989). Involvement with the equipment component of sport: Links to recreational commitment. *Leisure Sciences*, 11, 187–200.
- Bloch, P.H., Sherrell, D.L., & Ridgeway, N.M. (1986). Consumer search: An extended framework. *Journal of Consumer Research*, 13, 119-126.
- Buchanan, T. (1985). Commitment and leisure behavior: A theoretical perspective. *Leisure Sciences*, 7, 401–420.
- Buttimer, A. (1980). Home, reach, and the sense of place. In A. Buttimer & D. Seamon (eds.), *The human experience of space and place* (pp. 166–187). London: Croom Helm.
- Celsi, R. K., & Olson, J. C. (1988). The role of involvement in attention and comprehension processes. *Journal of Consumer Research*, 15, 210-224.
- Conttrel, S.P. & Graefe, A.R. (1997), Testing a conceptual framework of responsible environmental behavior. *Journal of Enviromental Education*, 29(1), 17-21.
- Collins, M. (2003). *Sport and Social Exclusion*. London: Routledge.

Cronbach, L. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests.

*Psychometrika*, 16, 297-334.

Crosby, L. A. & Taylor, J. R. (1983). Psychological commitment and its effects on postdecision evaluation and preference stability among voters. *Journal of Consumer Research*, 9, 413-431.

Eitzen, S. & Sage, G. (2003). *Sociology of North American Sport*. New York: McGraw Hill.

Δαλάκης, Α., Τσίτσκαρη, Ε., Κώστα, Γ. & Αλεξανδρή, Κ. (2011). Αξιολόγηση των κινήτρων αναψυχής ατόμων σε προγράμματα υπαίθριας αναψυχής ανάλογα με το φύλο και την ηλικία τους. *Πρακτικά 12ου Πανελληνίου Συνεδρίου Ελληνικής Εταιρείας Διοίκησης Αθλητισμού*. Βόλος: Ελληνική Εταιρεία Διοίκησης Αθλητισμού.

Driver, B. L. (1976). Toward a better understanding of the social benefits of outdoor recreation participation. *In Proceedings of the southern states recreation research applications workshop USDA Forest Service Gen. Tech. Rep. SE-9, 63-189*. Fort Collins, CO: Rocky Mountain Forest and Range Experiment Station.

Dimanche, F., Havitz, M. E., & Howard, D. R. (1991). Testing the involvement profile scale in the context of selected recreational and touristic activities. *Journal of Leisure Research*, 23, 51-66.

Filo, K., Funk, D. C. & Alexandris, K. (2008), Exploring the role of brand trust in the relationship between brand associations and brand loyalty in sport and fitness. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 3, 39-57.





- Gahwiler, P. & Havitz, M. E. (1998). Towards and understanding of leisure social worlds, involvement, psychological commitment, and behavioral loyalty. *Leisure Sciences*, 20, 1–23.
- Geertz, C. (1973). *Interpretation of cultures*. New York: basic books.
- Greider, T. & Garkovich, L. (1994). Landscapes: The social construction of nature and the environment. *Rural Sociology*, 59, 1-24.
- Giuliani, M. V. & Feldman, R. (1993). Place attachment in a developmental and cultural context. *Journal of Enviromental Psychology*, 13, 267-284.
- Havitz, M. E. & Howard, D. R. (1995). How enduring is enduring involvement? A seasonal examination of three recreational activities. *Journal of Consumer Psychology*, 4, 255-276.
- Havitz, M. E. & Mannell, R.C. (2005). Enduring involvment, situational involvment and flow in leisure and non-leisure activities. *Journal of Leisure Research*, 37, 152-177.
- Havitz, M. E., & Dimanche, F. (1997). Leisure involvement revisited: Conceptual conundrums and measurement advances. *Journal of Leisure Research*, 29, 245-278.
- Havitz, M. E., & Dimanche, F. (1999). Leisure involvement revisited: Drive properties and paradoxes. *Journal of Leisure Research*, 31, 122-149.
- Havitz, M. E. & Dimanche, F. (1990). Propositions for guiding the empirical testing of the involvement construct in recreational and touristic contexts. *Leisure Sciences*, 12, 179–196.
- Havitz, M. E., Dimanche, F., & Howard, D. R. (1993). A two sample comparison of the personal involvement inventory (PII) and involvement profile (IP) scales

using selected recreational activities. *Journal of Applied Recreation Research*, 17, 331-364.

Hummon, D. M. (1992). *Community attachment: Local sentiment and sense of place*. In I. Altman & S. M. Low (Eds.), *place attachment* (253-278), New York: plenum press.

Hwang, S.N., Lee, C. and Chen, H.J. (2005), The relationship among tourists' involvement, place attachment and interpretation satisfaction in Taiwan's national parks, *Tourism Management*, 26, 143-56.

Iwasaki, Y. & Havitz, M. E. (1998). A path analytic model of the relationships between involvement, psychological commitment and loyalty. *Journal of Leisure Research*, 30, 256-280.

Iwasaki, Y., & Havitz, M. E. (2004). Examining relationships between leisure involvement, psychological commitment and loyalty to a recreation agency. *Journal of Leisure Research*, 36, 45-72.

Kerstetter, D. L., & Kovich, G. M. (1997). The involvement profiles of Divisions I women's basketball spectators. *Journal of Sport Management*, 11, 234-249.

Kim, S. S., Scott, D., & Crompton, J. L. (1997). An exploration of the relationships among social psychological involvement, behavioral involvement, commitment, and future intentions in the context of bird watching. *Journal of Leisure Research*, 29, 320-341.

Kouthouris, C. & Alexandris, K. (2005). Can service quality predict customer satisfaction and behavioral intentions in the sport tourism industry? An application of the SERVQUAL model in an outdoors setting. *Journal of Sport & Tourism*, 10 (2), 101-111

- Κουθούρης, Χ., Κοντογιάννη, Ε. & Αλεξανδρή, Κ. (2008). Λόγοι Αναστολής Συμμετοχής σε Δραστηριότητες Αθλητισμού Αναψυχής. *Αναζητήσεις στη Φυσική Αγωγή & τον Αθλητισμό*, 6(1), 67-78.
- Kyle, G. T., Graefe, A. R., Manning, R. E., & Bacon, J. (2003). An examination of the relationship between leisure activity involvement and place attachment among hikers along the Appalachian Trail. *Journal of Leisure Research*, 35, 249-273.
- Kyle, G. T., Absher, J. D. & Graefe, A. R. (2003a), The moderating role of place attachment on the relationship between attitudes toward fees and spending preferences. *Leisure Sciences*, 25, 33-50.
- Kyle, G., Absher, J., Norman, N., Hammitt, W. & Jodice, L. (2007). A modified involvement scale. *Leisure Studies*, 26:4, 399-427.
- Kyle G. T. , Absher J. D., Hammitt W. E. & Cavin, J. (2006). An Examination of the Motivation—Involvement Relationship, *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 28:5, 467-485.
- Kyle, G., & Chick, G. (2004). Enduring leisure involvement: the importance of personal relationships. *Leisure Studies*, 23(3), 243\_266.
- Kyle, G.T, Graefe, A.R, Manning, R.E & Bacon, J. (2004a). Predictors of behavioral loyalty among hikers along the Appalachian trail. *Leisure Sciences*, 26, 99-118.
- Kyle, G.T, Graefe, A.R, Manning, R.E & Bacon, J. (2004b). Effect of activity involvement and place attachment on recreationists' perceptions of setting density. *Journal of Leisure Research*, 36, 209-231.

- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R. and Bacon, J. (2004c), Effect of activity involvement and place attachment on recreationists' perceptions of setting density", *Journal of Leisure Research*, 26, 209-31.
- Kyle, G., Bricker, K., Graefe, A. and Wickham, T. (2004a), An examination of recreationists' relationships with activities and settings, *Leisure Sciences*, 26, 123-42.
- Kyle, G. T., & Mowen, A.J. (2005). An examination of the leisure involvement – agency commitment relationship. *Journal of Leisure Research*, 37, 342-363.
- Kyle, G.T, Kerstetter, D. L., & Guadagnolo, F.B. (1999). Market segmentation using participant involvement profiles. *Journal of Park and Recreation Administration*, 20, 1-21.
- Kuentzel, W. F. & McDonald, C. D. (1992). Differential effects of past experience, commitment, and lifestyle dimensions of river use specialization. *Journal of Leisure Research*, 24, 269–287.
- Κώστα, Γ., Γλυνιά, Ε., Αντωνίου, Π., Γούδας, Μ. & Κουθούρης, Χ. (2003). Εκτίμηση της Ποιότητας Υπηρεσιών Άθλησης και Ψυχαγωγίας σε Ξενοδοχεία Διακοπών. *Αναζητήσεις στη Φυσική Αγωγή & τον Αθλητισμό*, 1(1), 8-18.
- Lastovicka, J. L. & Gardner, D. M. (1979). Components in involvement. In J. C. Maloney B. Silverman (Eds). *Attitude research plays for high stakes* (pp. 53-73). Chicago: American Marketing Association.
- Laurent, G., & Kapferer, J. N. (1985). Measuring consumer involvement profiles. *Journal of Marketing Research*, 22, 41-53.

- Lee, J., Kim, H., Ko, Y.J. & Sagas, M. (2011). The influence of service quality on satisfaction and intention: a gender segmentation strategy. *Sport Management Review*, 14, 54-63.
- McIntyre, N., & Pigram, J. J. (1992). Recreation specialization reexamined: The case of vehicle-based campers. *Leisure Sciences*, 14, 3-15.
- Moore, R. L., & Scott, D. (2000). An analysis of place attachment to park versus a trail within that park. In Book of abstracts: *Eighth International Symposium on Society and Resource Management* (p. 223). Bellingham, WA: Western Washington University.
- Moore, R. L. & Graefe, A. R. (1994). Attachments to recreation settings: The case of rail-trail users. *Leisure Sciences*, 16, 17-31.
- Mowen, A. J., Graefe, A. R., & Virden, R. J. (1997). A typology of place attachment and activity involvement. In H. G. Vogelsong (ed.), *Proceedings of the 1997 Northeastern Recreation Research Symposium* (pp. 89-92). USDA Forest Service, Northeastern Forest Experiment Station Gen. Tech. Report NE.
- Μπέλλος, Σ., Ζαφειρούδη, Α. & Κουθούρης, Χ. (2011). Συσχέτιση των εννοιών «ανάμειξη» και «συμμετοχή» σε υπαίθριες δραστηριότητες αναψυχής ενηλίκων ατόμων που συμμετέχουν σε προγράμματα άσκησης δημοτικών οργανισμών. *Πρακτικά 12ου Πανελλήνιου Συνεδρίου Ελληνικής Εταιρείας Διοίκησης Αθλητισμού*. Βόλος: Ελληνική Εταιρεία Διοίκησης Αθλητισμού.
- Νέζης, Ν. (1999), Αφιέρωμα «Ο Όλυμπος του μύθου και της ιστορίας- Η κατάκτηση του Ολύμπου», *εφημερίδα: Η Καθημερινή*. Κυριακή 19 Σεπτεμβρίου 1999, 24-26.
- Park, S. H. (1996). Relationships between involvement and attitudinal loyalty constructs in adult fitness programs. *Journal of Leisure Research*, 28, 233-250.

- Petty, R.E., Cacioppo, J.T., & Schumann, D.T. (1983). Central and peripheral routes to advertising effectiveness. The moderating effect of involvement. *Journal of Consumer Research*, 10, 135-146.
- Pritchard, M. P., Havitz, M. E., & Howard, D. R. (1999). Analyzing the commitment-loyalty link in service contexts. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27, 333-348.
- Proshansky, H. M., Fabian, A. K. & Kamminof, R. (1983). Place identity: Physical world and socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*, 3, 57-83.
- Proshansky HM (1978) The city and self-identity. *Environment and Behavior*, 10, 147-169.
- Πολατίδου, Π., Μπαλάσκα, Π. & Αλεξανδρής, Κ. (2011). Πρόβλεψη της επαναλαμβανόμενης συμμετοχής σε διοργανώσεις υπαίθριων δραστηριοτήτων υψηλών απαιτήσεων από την εικόνα του προορισμού, την ανάμειξη με τη δραστηριότητα και την προσκόλληση στη διοργάνωση. *Πρακτικά 12<sup>ου</sup> Πανελλήνιου Συνεδρίου Ελληνικής Εταιρείας Διοίκησης Αθλητισμού*. Βόλος: Ελληνική Εταιρεία Διοίκησης Αθλητισμού.
- Richins, M.L., & Bloch, P.H. (1986). After the new wears off: The temporal context of product involvement. *Journal of Consumer Research*, 13, 280-285.
- Σιώμκος, Γ. (2002). *Συμπεριφορά καταναλωτή και στρατηγική μάρκετινγκ*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.
- Shelby, B. & Vaske, J. (1991). Resource and activity substitutes for recreational salmon fishing in New Zealand. *Leisure Sciences*, 13, 21-32.



- Schreyer, R., Jacob, G., & White, R. (1981). Environmental meaning as a determinant of spatial behavior in recreation. *Papers and proceedings of the applied geography conferences: 4*, 294–300. Kent State University.
- Θεοδωράκης, Ν. Δ., Πανοπούλου, Κ. & Βλαχόπουλος, Σ. Π. (2007). Παραγοντική δομή και εγκυρότητα πρόβλεψης της κλίμακας ανάμιξης στην αναψυχή. *Αναζητήσεις στη Φυσική Αγωγή & τον Αθλητισμό*, τόμος 5 (3), 405 – 413.
- Thapa, B. (1996). The role of tolerance in recreation conflict: The case of adult skiers and snowboarders. Unpublished masters' thesis, The Pennsylvania State University, University Park, Pennsylvania.
- Tuan, Y. F. (1980). Geopietty: A theme in mans' attachment to nature and place. In D. Lowenthal & M. Bowden (eds.), *Geographies of the mind: Essays in historical geosophy in honor of John Kirtland Wright* (pp. 11-39). Oxford, England: Oxford University Press.
- Virden, R. J. & Schreyer, R. M. (1988). Recreation specialization as an indicator of environmental preference. *Environment and Behavior*, 20, 721–739.
- Warzecha, C., & Lime, D. W. (2000). Place attachment on the Colorado and Green Rivers in Canyonlands National Park: Examining the relationship between place and encounter norms. In Book of abstracts: *Eighth International Symposium on Society and Resource Management* (pp. 332–333). Bellingham, WA: Western Washington University.
- Wickham, T. D. (2000). Attachments to places and activities: The relationship of psychological constructs to customer satisfaction. Unpublished doctoral dissertation, The Pennsylvania State University, University Park, Pennsylvania.

- Willey, C.G.E., Shaw, S.M., & Havitz, M.E. (2000). Men's and women's involvement in sports: An examination of the gendered aspects of leisure involvement. *Leisure Sciences*, 22, 19-31.
- Williams, D. & Vaske, J. (2003), The measurement of place attachment: validity and generalizability of a psychometric approach, *Forest Science*, 49, 831-40.
- Williams, D. R., & Huffman, M. G. (1986). Recreation specialization as a factor in backcountry trail choice. In *Proceedings, national wilderness research conference: current research*. USDA Forest Service, Intermountain Research Station, Ogden, Utah. Gen. Tech. Rep. INT-212; 339-347.
- Williams, D. R., Patterson, M. E., Roggenbuck, J.W., & Watson, A. E. (1992). Beyond the commodity metaphor: Examining emotional and symbolic attachment to place. *Leisure Sciences*, 14, 29-46.
- Williams, D. R. & Roggenbuck, J.W. (1989). Measuring place attachment: Some preliminary results. In L. H. McAvoy & D. Howard (eds.), *Abstracts: 1989 Leisure Research Symposium* (p. 32). Arlington, VA: National Recreation and Park Association.
- Χατζηρβασάνη, Β. (1999), Αφιέρωμα «Ο Όλυμπος του μύθου και της ιστορίας- Καταφύγιο για ζώα και πουλιά», *εφημερίδα: Η Καθημερινή*, Κυριακή 19 Σεπτέμβρη 1999, 11-14.
- Zaichkowsky, J.L. (1985). Measuring the involvement construct. *Journal of Consumer Research*, 12, 341-352.
- Ηλεκτρονικές πηγές*
- ‘Όλυμπος’ (2012), Βικιπαίδεια ελεύθερη εγκυκλοπαίδεια, 31 Οκτωβρίου 2012 [www.el.wikipedia.org/wiki/Όλυμπος](http://www.el.wikipedia.org/wiki/Όλυμπος)

Κρούπης, Ν. (2009), 'Όρος Όλυμπος', 31 Οκτωβρίου 2011, <http://www.olympus-climbing.gr/olympus.html#1>

·Φορέας Διαχείρισης Εθνικού Δρυμού Ολύμπου-Καταφύγια', 9 Σεπτεμβρίου 2012, Φορέας Διαχείρισης Εθνικού Δρυμού Ολύμπου, <http://www.olympusfd.gr/gr/Katafygia.asp>

·Φορέας Διαχείρισης Εθνικού Δρυμού Ολύμπου- Χλωρίδα και Πανίδα', Φορέας Διαχείρισης Εθνικού Δρυμού Ολύμπου, 9 Σεπτεμβρίου 2012, [http://www.olympusfd.gr/GR/Xlorida Panida](http://www.olympusfd.gr/GR/Xlorida_Panida)

VII. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΠΟΣΟ ΣΥΜΦΩΝΕΙΤΕ Η ΔΙΑΦΩΝΕΙΤΕ ΜΕ ΤΙΣ ΠΑΡΑΚΑΤΩ ΔΗΛΩΣΕΙΣ:

ΔΙΑΦΩΝΩ ----- ΣΥΜΦΩΝΩ

Οι γνώσεις μου σχετικά με την ορεινή πεζοπορία είναι πολύ καλές	1	2	3	4	5
Σε σύγκριση με άλλες δραστηριότητες αναψυχής θεωρώ τον εαυτό μου ως ειδικό στην ορεινή πεζοπορία	1	2	3	4	5
Αν έκανα μια λίστα με ότι γνωρίζω για την ορεινή πεζοπορία η λίστα αυτή θα ήταν μεγάλη	1	2	3	4	5
Η ορεινή πεζοπορία είναι πολύ σημαντική για μένα	1	2	3	4	5
Το να είμαι ορεινός πεζοπόρος είναι πολύ σημαντικό για μένα	1	2	3	4	5
Σε σύγκριση με άλλες δραστηριότητες αναψυχής η ορεινή πεζοπορία είναι η πιο σπουδαία για μένα	1	2	3	4	5
Οι φίλοι μου έχουν θετική γνώμη για μένα γνωρίζοντας ότι είμαι ορεινός πεζοπόρος	1	2	3	4	5
Ατομα που με γνωρίζουν διαμορφώνουν θετική άποψη για μένα όταν μαθαίνουν ότι κάνω ορεινή πεζοπορία	1	2	3	4	5
Το να είμαι ορεινός πεζοπόρος με βοηθάει να «περνώ» μια καλή εικόνα του εαυτού μου στους άλλους	1	2	3	4	5

ΠΟΣΟ ΣΥΜΦΩΝΕΙΤΕ Η ΔΙΑΦΩΝΕΙΤΕ ΜΕ ΤΙΣ ΠΑΡΑΚΑΤΩ ΔΗΛΩΣΕΙΣ:

ΔΙΑΦΩΝΩ ----- ΣΥΜΦΩΝΩ

Η ορεινή πεζοπορία στον Όλυμπο σημαίνει πολλά για μένα	1	2	3	4	5
Είμαι προσκολλημένος στην ορεινή πεζοπορία στον Όλυμπο	1	2	3	4	5

Ταυτίζομαι με την ορεινή πεζοπορία στο συγκεκριμένο βουνό	1	2	3	4	5
Δεν αισθάνομαι ότι έχω κάποια δέσμευση με την ορεινή πεζοπορία στον Όλυμπο	1	2	3	4	5
Μου αρέσει περισσότερο να κάνω ορεινή πεζοπορία στον Όλυμπο από ότι σε οποιοδήποτε άλλο βουνό.	1	2	3	4	5
Νοιώθω περισσότερη ικανοποίηση όταν κάνω ορεινή πεζοπορία στο Όλυμπο από το ότι όταν πεζοπορώ σε άλλα βουνά	1	2	3	4	5
Το να κάνω ορεινή πεζοπορία στο συγκεκριμένο βουνό είναι πιο σημαντικό για μένα από οποιοδήποτε άλλο ορεινό προορισμό	1	2	3	4	5
Δεν θα άλλαζα την ορεινή πεζοπορία στον Όλυμπο με κανένα άλλον ορειβατικό προορισμό.	1	2	3	4	5

Γενικά θεωρώ ότι:

ΣΥΜΦΩΝΩ

ΔΙΑΦΩΝΩ ----

Είμαι αφοσιωμένος (δεμένος) με την ορεινή πεζοπορία στον Όλυμπο	1	2	3	4	5
Προσπαθώ πάντα να συμπεριλάβω τον Όλυμπο ως προορισμό για ορεινή πεζοπορία	1	2	3	4	5
Μία από τις επόμενες ορεινές πεζοπορίες μου θα είναι σίγουρα στον Όλυμπο	1	2	3	4	5
Σκοπεύω να συνεχίσω να πεζοπορώ στον Όλυμπο	1	2	3	4	5
Μου αρέσει πολύ να πηγαίνω στον Όλυμπο για ορεινή πεζοπορία	1	2	3	4	5
Ο Όλυπος είναι ο πιο αγαπημένος μου προορισμός για ορεινή πεζοπορία	1	2	3	4	5
Ο Όλυπος είναι πάντα μέσα στις πρώτες μου επιλογές για ορεινή πεζοπορία	1	2	3	4	5

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

1. Φύλο: Γυναίκα \_\_\_\_ Άντρας \_\_\_\_
2. Ηλικία: \_\_\_\_
3. Τόπος διαμονής \_\_\_\_\_
4. Οικογενειακή Κατάσταση: Ελεύθερος\_\_\_\_ Παντρεμένος\_\_\_\_
5. Εκπαίδευση: Απόφοιτος Γυμνασίου / Λυκείου \_\_\_\_ Φοιτητής\_\_\_\_  
Απόφοιτος ΙΕΚ & Σχολών\_\_\_\_ Πτυχιούχος ΑΕΙ\_\_\_\_ Μεταπτυχιακές σπουδές \_\_\_\_
6. Επαγγελματική κατάσταση: Φοιτητής \_\_\_\_ Ιδιωτικός Υπάλληλος \_\_\_\_ Δημόσιος Υπάλληλος \_\_\_\_  
Ελεύθερος Επαγγελματίας \_\_\_\_ Συνταξιούχος\_\_\_\_ Άνεργος \_\_\_\_ Νοικοκυρά \_\_\_\_

7. Από πού μαθαίνετε για πληροφορίες πεζοπορίας στον Όλυμπο; \_\_\_\_\_

8. *Συνηθίζετε να πηγαίνετε για ορεινή πεζοπορία*  
ΜΕ ΦΙΛΟΥΣ \_\_\_\_\_ ΜΕ ΤΟΝ/ΤΗΝ ΣΥΖΥΓΟ/φίλη/φίλο \_\_\_\_\_ ΜΟΝΟΣ/ΜΟΝΗ \_\_\_\_\_  
ΜΕ ΟΛΗ ΤΗΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ \_\_\_\_\_ ΜΕ ΤΟΝ ΣΥΛΛΟΓΟ \_\_\_\_\_

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΤΗΝ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΣΑΣ ΣΕ ΟΡΕΙΝΕΣ ΠΕΖΟΠΟΡΙΕΣ ΣΤΟΝ ΟΛΥΜΠΟ

Λιγότερο από 1 φορά τον χρόνο <b>ΚΑΤΑ ΤΥΧΗ</b>	1 έως 2 φορές τον χρόνο <b>ΕΛΑΧΙΣΤΑ</b>	3 έως 5 φορές τον χρόνο <b>ΑΡΚΕΤΑ ΣΥΧΝΑ</b>	6 έως 10 φορές τον χρόνο <b>ΠΟΛΥ ΣΥΧΝΑ</b>	Πάνω από 10 φορές τον χρόνο <b>ΤΑΚΤΙΚΑ</b>
---	--	--	---	---

ΠΟΣΑ ΧΡΟΝΙΑ ΑΣΧΟΛΕΙΣΤΕ ΜΕ ΤΗΝ ΟΡΕΙΝΗ ΠΕΖΟΠΟΡΙΑ? \_\_\_\_\_  
Πόσα Σαββατοκύριακα τον χρόνο διαθέτετε; \_\_\_\_\_

9. *Για ποια δραστηριότητα ανεβήκατε σήμερα στον Όλυμπο;*  
Α. Για να κάνω ορεινή πεζοπορία  
Β. Για να κάνω αναρρίχηση  
Γ. Για να κάνω και τα δύο

*Τι πιστεύετε ότι πρέπει να βελτιωθεί γενικά για την πεζοπορία στον Όλυμπο;*  
Α. \_\_\_\_\_  
Β. \_\_\_\_\_  
Γ. \_\_\_\_\_

10. *Δηλώστε τα τρία καλύτερα κατά την γνώμη σας μέρη για ορεινή πεζοπορία*  
Α. \_\_\_\_\_  
Β. \_\_\_\_\_  
Γ. \_\_\_\_\_

12. *Ανεβήκατε σήμερα στον Όλυμπο για να :*  
Α. «κατακτήσετε» κάποια από τις κορυφές  
Β. για να απολαύσετε το μονοπάτι και την φύση  
Γ. και για τα δυο

ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΠΟΛΥ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΣΑΣ  
& ΚΑΛΕΣ ΟΡΕΙΒΑΤΙΚΕΣ ΑΝΑΒΑΣΕΙΣ



