

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ  
ΠΜΣ ΣΧΕΔΙΑΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ, ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ ΚΑΙ  
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ



# ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΕΥΕΞΙΑΣ ΜΕ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΟ ΦΥΣΙΚΟ ΤΟΠΙΟ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΠΗΛΙΟΥ

---

*ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ*

ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ: ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΗ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ: ΣΑΠΟΥΝΑΚΗΣ  
ΑΡΙΣΤΕΙΔΗΣ

*Βόλος, 2016*

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Αντικείμενο της παρούσας μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας είναι η ανάλυση των υπαρχόντων πάροχων υπηρεσιών ευεξίας στην περιοχή του Πηλίου, η διερεύνηση των επιθυμιών και προτιμήσεων των Ελλήνων τουριστών όσον αφορά τον τουρισμό ευεξίας και την κατάθεση προτάσεων που θα οδηγήσουν στην ανάπτυξη του τουρισμού ευεξίας στο Πήλιο. Βασική υπόθεση της εργασίας είναι ότι η προσέλκυση τουριστών ευεξίας στο Πήλιο θα γίνει με κίνητρο το ιδιαίτερο φυσικό τοπίο και περιβάλλον. Ο τουρισμός ευεξίας αφορά ανθρώπους που επιθυμούν να συμμετέχουν σε μία διαφορετική μορφή τουρισμού που δίνει έμφαση στη διατήρηση της ψυχικής και σωματικής ευημερίας τους.

Με σκοπό να διερευνηθεί το κατά πόσο ισχύει η βασική υπόθεση της εργασίας, αλλά και για να απαντηθούν τα ερωτήματά της πραγματοποιήθηκε έρευνα με ερωτηματολόγια τα οποία μοιράστηκαν σε 119 Έλληνες τουρίστες του Πηλίου. Η περιοχή του Πηλίου, όπως και όλη η Ελλάδα διαθέτει τους βασικούς πόρους για να αναπτύξει αυτό το είδος τουρισμού, έχει όμως βασικές ελλείψεις.

Λέξεις κλειδιά: Ευεξία, Τουρισμός Ευεξίας, Τοπίο, Φυσικό Περιβάλλον, Πήλιο

## **ABSTRACT**

The subject of this diploma thesis is to analyze the existing providers of wellness services in the area of Pelion, to investigate the desires and preferences of Greek tourists in terms of wellness tourism and making proposals that will lead to the development of wellness tourism in Pelion. Basic assumption of this study is that attracting wellness tourists in Pelion will be motivated by the unique natural landscape and environment. Wellness tourism concerns people who wish to participate in a different form of tourism that emphasizes the maintenance of mental and physical wellbeing.

A survey was conducted in order to investigate whether the basic assumption of thesis is true, but also to answer its questions. Pelion area, as the whole Greece, has the basic resources to develop this kind of tourism, but has also major deficiencies.

Keywords: Wellness, Wellness Tourism, Landscape, Natural Environment, Pelion

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΠΕΡΙΛΗΨΗ</b> .....	1
ABSTRACT .....	2
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....	7
1.1 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ.....	11
1.2 ΕΥΕΞΙΑ, ΕΥΗΜΕΡΙΑ, ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ ΚΑΙ ΕΥΤΥΧΙΑ.....	13
1.3 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΥΕΞΙΑΣ.....	15
1.3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ .....	15
1.3.2 ΠΑΡΟΧΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΕΥΕΞΙΑΣ ΚΑΙ ΤΑΣΕΙΣ .....	17
1.4 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΥΕΞΙΑΣ ΜΕ ΝΟΥΜΕΡΑ.....	19
1.5 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΕΥΕΞΙΑΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ .....	21
1.5.1 ΑΜΕΡΙΚΗ.....	21
1.5.2 ΑΣΙΑ .....	22
1.5.3 ΕΥΡΩΠΗ .....	23
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΤΟΠΙΟ</b> .....	26
2.1 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ.....	26
2.2 ΦΥΣΙΚΟ ΤΟΠΙΟ/ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ .....	28
2.2.1 Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΟΥ ΣΤΟ ΦΥΣΙΚΟ ΤΟΠΙΟ/ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ .....	28
2.2.2 Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΟΥ ΦΥΣΙΚΟΥ ΤΟΠΙΟΥ/ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΣΤΟΝ ΑΝΘΡΩΠΟ .....	29
2.3 ΦΥΣΙΚΟ ΤΟΠΙΟ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	32
2.4 ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΦΥΣΙΚΟ ΤΟΠΙΟ .....	33
2.4.1 ΓΕΝΙΚΑ.....	33
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. Η ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΟΥ ΠΗΛΙΟΥ</b> .....	36
3.1 ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΑ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ .....	36
3.2 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΚΑΙ ΠΛΗΘΥΣΜΙΑΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ .....	37
3.3 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ .....	39
3.3.1 ΓΕΝΙΚΑ.....	39
3.3.2 ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΙ ΤΟΜΕΙΣ ΚΑΙ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ.....	40
3.4 ΦΥΣΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ .....	41
3.5 ΑΝΘΡΩΠΟΓΕΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ .....	44
3.5.1 ΠΗΛΙΟΡΕΙΤΙΚΗ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ.....	44
3.5.2 ΥΠΟΔΟΜΕΣ.....	46
3.6 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	46
3.7 ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ.....	49

<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ</b> .....	50
4.1 ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ .....	51
4.2 ΔΟΜΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ .....	52
4.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΑΝΕΞΑΡΤΗΣΙΑΣ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ.....	53
4.4.1 ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ.....	53
4.4.2 ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ .....	54
5.1 ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ .....	55
5.1.2 ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ .....	55
5.1.2 ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ .....	65
5.2 ΣΥΛΛΟΓΟΙ ΟΡΕΙΒΑΣΙΑ ΚΑΙ ΠΕΖΟΠΟΡΙΑΣ .....	69
5.3 ΚΑΤΑΦΥΓΙΑ .....	70
5.4 SWOT ΑΝΑΛΥΣΗ .....	71
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ</b> .....	74
6.1 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ .....	74
6.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΑΠΟ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ ΑΝΕΞΑΡΤΗΣΙΑΣ Χ <sup>2</sup> .....	90
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ</b> .....	93
7.1 ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΟΡΑΜΑ .....	93
7.2 ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΕΥΕΞΙΑΣ.....	93
7.3 ΤΡΟΠΟΙ ΠΡΟΒΟΛΗΣ .....	97
7.4 ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ .....	98
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ</b> .....	120
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ</b> .....	102

### **Κατάλογος Σχημάτων**

Σχήμα 1.1: Διαφορές Ιατρικού τουρισμού και τουρισμού ευεξίας .....	17
Σχήμα 2.1: Απεικόνιση Τοπίου ως Υβριδική Κατάσταση Φύσης και Πολιτισμού .....	29
Σχήμα 2.2: Μοντέλο Αλληλεπίδρασης Τοπίου και Τουρισμού.....	32

### **Κατάλογος Πινάκων**

Πίνακας 1.3: Οι 20 χώρες με την μεγαλύτερη αγορά στον τουρισμό ευεξίας.....	21
Πίνακας 2.1: Τυπολογία των πλεονεκτημάτων του φυσικού τοπίου/περιβάλλοντος .....	31
Πίνακας 3.1 Πληθυσμός Δήμου Βόλου 2001-2011 .....	37
Πίνακας 3.2 Πληθυσμός Δήμου Ζαγοράς-Μουρесьίου 2001-2011 .....	38
Πίνακας 3.3 Πληθυσμός Δήμου Νοτίου Πηλίου 2001-2011.....	38

Πίνακας 3.4: ΑΕΠ ανά Περιφέρεια και Περιφερειακή Ενότητα 2000-2013.....	40
Πίνακας 3.6: Κλιματολογικά στοιχεία Ζαγοράς.....	42
Πίνακας 3.7: Παραλίες Πηλίου.....	43
Πίνακας 3.8: Παραδοσιακοί οικισμοί Πηλίου.....	45
Πίνακας 5.1: Αριθμός 2* ξενοδοχείων ανά οικισμό.....	62
Πίνακας 5.2: Αριθμός ξενοδοχείων 1* ανά οικισμό.....	64
Πίνακας 5.3: Αριθμός καταλυμάτων κατηγορίας Α ανά οικισμό.....	66
Πίνακας 5.4: Αριθμός καταλυμάτων κατηγορίας Β ανά οικισμό.....	67
Πίνακας 5.5: Ανάλυση SWOT για το Πήλιο ως προορισμός τουρισμού ευεξίας.....	73
Πίνακας 6.1: Συσχέτιση μεταβλητών προφίλ με το λόγο επίσκεψης του Πηλίου.....	90
Πίνακας 6.2: Συσχέτιση μεταβλητών προφίλ με το τι αναζητάνε από τις διακοπές τους στο Πήλιο.....	91
Πίνακας 6.3: Συσχέτιση μεταβλητών προφίλ με τα κίνητρα επιλογής προορισμού για τουρισμό ευεξίας.....	91
Πίνακας 6.4: Συσχέτιση μεταβλητών προφίλ με το ενδιαφέρον για πακέτα ευεξίας στο Πήλιο.....	92
Πίνακας 6.5: Συσχέτιση μεταβλητών προφίλ με την επιθυμία για πακέτα ευεξίας στο Πήλιο.....	92

### **Κατάλογος Γραφημάτων**

Γράφημα 3.2: ΑΕΠ ανά Περιφέρεια και Περιφερειακή Ενότητα 2000-2013.....	40
Γράφημα 3.1: Κατανομή πληθυσμού ανά φύλου (2011).....	39
Γράφημα 6.1: Φύλο.....	74
Γράφημα 6.2: Οικογενειακή Κατάσταση.....	75
Γράφημα 6.3: Ηλικία.....	76
Γράφημα 6.4: Απασχόληση.....	77
Γράφημα 6.5: Περιοχή Προέλευσης.....	78
Γράφημα 6.6: Πόσες φορές έχουν επισκεφτεί το Πήλιο τα άτομα του δείγματος.....	79
Γράφημα 6.7: Για ποιο λόγο το δείγμα επέλεξε το Πήλιο για τις διακοπές του.....	80
Γράφημα 6.8: Τι αναζητά το δείγμα από τις διακοπές του στο Πήλιο.....	81
Γράφημα 6.9: Κατά πόσο οι διακοπές στο Πήλιο προσέφεραν στο δείγμα σωματική και ψυχική ευεξία.....	82
Γράφημα 6.10: Κατά πόσο θα ενδιέφερε το δείγμα να συνδυάσει τις διακοπές του με πακέτα ευεξίας.....	83
Γράφημα 6.11: Σπα/Μασάζ.....	84
Γράφημα 6.12: Πεζοπορία στη φύση.....	84
Γράφημα 6.13: Προγράμματα Γυμναστικής.....	85

Γράφημα 6.14: Γιόγκα/Διαλογισμός.....	85
Γράφημα 6.15: Υγιεινά γεύματα.....	86
Γράφημα 6.16: Το κίνητρο του δείγματος για να επιλέξουν έναν προορισμό τουρισμού ευεξίας.....	87
Γράφημα 6.17: Κατά πόσο το δείγμα θα επιθυμούσε να υπάρχουν πακέτα ευεξίας στο Πήλιο .....	88
Γράφημα 6.18: Κατά πόσο θεωρεί το δείγμα ότι το Πήλιο είναι κατάλληλος προορισμός για τουρισμό ευεξίας .....	89

### **Κατάλογος Χαρτών**

Χάρτης 1.3: Ταξίδια και δαπάνες τουρισμού ευεξίας παγκοσμίως το 2013.....	20
Χάρτης 3.1 Η περιοχή του Πηλίου .....	36
Χάρτης 3.2: Μονοπάτια Πηλίου .....	48
Χάρτης 5.1: 5* Ξενοδοχεία Πηλίου .....	57
Χάρτης 5.2: 4* ξενοδοχεία στο Πήλιο .....	59
Χάρτης 5.3: 3* ξενοδοχεία στο Πήλιο .....	61
Χάρτης 5.4: 2* ξενοδοχεία στο Πήλιο .....	63
Χάρτης 5.5: 1* ξενοδοχεία στο Πήλιο .....	65
Χάρτης 5.10: Ορειβατικά Καταφύγια Πηλίου.....	70
Χάρτης 5.7: Παραδοσιακά καταλύματα κατηγορίας LUX στο Πήλιο .....	67
Χάρτης 5.8: Παραδοσιακά καταλύματα κατηγορίας Α στο Πήλιο.....	68
Χάρτης 5.9: Παραδοσιακά καταλύματα κατηγορίας Β στο Πήλιο.....	68

**ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Η παρούσα εργασία ασχολείται με την μελέτη του τουρισμού ευεξίας, καθώς και με το κατά πόσο η φύση και το τοπίο αποτελούν κίνητρο για τους τουρίστες ευεξίας να επισκεφτούν έναν προορισμό και πιο συγκεκριμένα το Πήλιο το οποίο είναι η περιοχή μελέτης. Ο κύριος στόχος της εργασίας είναι η καταγραφή και μελέτη των παροχών υπηρεσιών ευεξίας του Πηλίου, αλλά και των δραστηριοτήτων που προσφέρουν, καθώς και η κατανόηση των επιθυμιών και προτιμήσεων των τουριστών, καταλήγοντας σε προτάσεις για νέες δραστηριότητες και υπηρεσίες ευεξίας οι οποίες θα συνδυάζονται με την επαφή του ατόμου με το φυσικό περιβάλλον και τοπίο. Η επιλογή της περιοχής του Πηλίου για την έρευνα πεδίου έγινε λόγω της ιδιαιτερότητας που παρουσιάζει όσον αφορά τη φύση και το τοπίο, αλλά και με σκοπό να διευκολύνει οικονομικά και χρονικά την έρευνα.

Τα αντικείμενα με τα οποία ασχολείται η διπλωματική εργασία είναι καταρχάς η εννοιολογική προσέγγιση και ανάλυση των όρων ‘ευεξία’, ‘τουρισμός ευεξίας’ και τοπίο. Το δεύτερο αντικείμενο στο οποίο εστιάζει η εργασία είναι ο βαθμός στο οποίο το τοπίο και το φυσικό περιβάλλον μίας περιοχής αποτελεί κίνητρο για τους τουρίστες ευεξίας να την επισκεφτούν.

Η σημασία της εργασίας έγκειται στο γεγονός ότι η βιομηχανία του τουρισμού ευεξίας αναπτύσσεται ραγδαία σε όλο τον κόσμο. Οι άνθρωποι τη σήμερον ημέρα στρέφονται όλο και περισσότερο στον υγιεινό τρόπο ζωής και αναζητούν συνεχώς δραστηριότητες που θα τους προσφέρουν χαλάρωση και αποβολή του άγχους. Αυτόν τον τρόπο ζωής επιθυμούν να τον εφαρμόσουν και στις διακοπές τους. Ο όρος ευεξίας αναφέρεται στη διατήρηση της ψυχική και σωματικής υγείας, επομένως ο τουρισμός ευεξίας περιλαμβάνει αντίστοιχες δραστηριότητες. Η πρωτοτυπία της εργασίας εντοπίζεται στο βασικό της αντικείμενο, καθώς δεν έχει διεξαχθεί αντίστοιχη έρευνα στη Ελλάδα για την προσέλκυση τουριστών ευεξίας. Πρωτοτυπία παρουσιάζει επίσης, και η επιλογή της φύσης και του τοπίου ως κίνητρο για την προσέλκυση των τουριστών που ενδιαφέρονται για τις υπηρεσίες ευεξίας, αλλά και η έρευνα που συγκεντρώνει στοιχεία για τις επιθυμίες των τουριστών του Πηλίου.

Ο συνδετικός άξονας της εργασίας είναι ο τρόπος που συνδέεται ο τουρισμός ευεξίας με το φυσικό τοπίο. Ο άξονας αυτός δίνει τη δυνατότητα να κατανοηθεί η συμβολή της φύσης στην υγεία και ευεξία του ατόμου και έχοντας υπόψιν τις επιθυμίες των



τουριστών επιδιώκεται η ανάπτυξη του τουρισμού ευεξίας, δημιουργώντας νέες δραστηριότητες και παροχές στα ξενοδοχεία.

Η σημερινή εποχή χαρακτηρίζεται από μία έντονη καθημερινότητα με στρες και άγχος, πίεση και από συχνή εμφάνιση ασθενειών που προκαλούνται από αυτά. Δημιουργείται έτσι η ανάγκη για έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής, για πρόληψη και για φυγή από αυτή τη καθημερινότητα. Στο τομέα του τουρισμού για να επιτευχθεί αυτό, πρέπει να υπάρχουν οι κατάλληλες υποδομές, δραστηριότητες και υπηρεσίες, έτσι ώστε να ικανοποιούνται οι ανάγκες και τα ενδιαφέροντα των τουριστών που θέλουν να διατηρούν τα επίπεδα ευεξίας τους ακόμα και στις διακοπές τους. Ένα από τα βασικά ερωτήματα της εργασίας αυτής αποτελεί το 'Κατά πόσο η φύση και το τοπίο αποτελεί κίνητρο για τους τουρίστες ευεξίας', ενώ μέσω της ανάλυσης των υπάρχοντων πάροχων υπηρεσιών ευεξίας στο Πήλιο δημιουργείται το ερώτημα 'Διαθέτει το Πήλιο το υπόβαθρο για να αναπτύξει τον τουρισμό ευεξίας;', υπάρχουν δηλαδή, οι κατάλληλες υποδομές και δραστηριότητες;. Τέλος, η έρευνα που πραγματοποιήθηκε μέσω ερωτηματολογίων που απευθυνόντουσαν στους Έλληνες τουρίστες του Πηλίου γεννά ερωτήματα, όπως 'υπάρχουν Έλληνες τουρίστες που ενδιαφέρονται για πακέτα ευεξίας;', 'τι θα προτιμούσαν να περιλαμβάνουν τα πακέτα αυτά;', 'θεωρούν το Πήλιο κατάλληλο προορισμό για τουρισμό ευεξίας;'.

Στο πρώτο κεφάλαιο της εργασίας γίνεται μία προσπάθεια αποσαφήνισης της έννοιας της ευεξίας και ανάλυσης του τουρισμού ευεξίας. Παρατίθενται διάφορες απόψεις ερευνητών και αναφέρονται οι διαστάσεις και οι ιδιότητες της ευεξίας. Πολλές φορές η έννοια της ευεξίας συγχέεται λαθεμένα με έννοιες όπως, ευημερία, ευτυχία και ποιότητα ζωής. Στο κεφάλαιο αυτό αναλύονται συνοπτικά οι έννοιες αυτές κάνοντας κατανοητές τις διαφορές που παρουσιάζουν. Στη πορεία του κεφαλαίου αναλύεται ο τουρισμός ευεξίας. Πως ξεκίνησε, ποιοι είναι οι βασικοί πάροχοι, ποιες οι υπηρεσίες του, όλα αυτά αναφέρονται, όπως επίσης, και στοιχεία που αφορούν τα ταξίδια που πραγματοποιούνται για τουρισμό ευεξίας ανά τον κόσμο και ποιες χώρες έχουν αναπτύξει αρκετά αυτό το είδος τουρισμού.

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται εννοιολογική προσέγγιση της έννοιας του τοπίου. Το τοπίο είναι μία αμφιλεγόμενη έννοια και εξαρτάται από την οπτική του ανθρώπου. Το φυσικό τοπίο έχει μεγάλη αλληλεπίδραση με τον άνθρωπο. Ο άνθρωπος μπορεί να επηρεάσει και να μετασχηματίσει το τοπίο με τις δραστηριότητές του και το φυσικό

τοπίο με τη σειρά του μπορεί να προσφέρει πολλά οφέλη στον άνθρωπο και έχει άμεση σχέση με τον τουρισμό. Το φυσικό τοπίο μπορεί να προσφέρει ψυχολογικά και σωματικά οφέλη στον άνθρωπο από τη μείωση του στρες έως την πρόληψη και τη θεραπεία ασθενειών. Όσον αφορά τον τουρισμό, συχνά το τοπίο δεδομένου, τα χαρακτηριστικά που διαθέτει, μπορεί να αποτελέσει τρόπο τουριστικής προβολής μίας περιοχής.

Η περιοχή του Πηλίου αποτελεί περιοχή μελέτης της παρούσας εργασίας. Στα πλαίσια της μελέτης πραγματοποιήθηκε ανάλυση της υπάρχουσας κατάστασης στο Πήλιο. Πιο συγκεκριμένα, στο τρίτο κεφάλαιο της εργασίας αναλύθηκαν στοιχεία γεωγραφικά, δημογραφικά και οικονομικά, καθώς και στοιχεία που αφορούν το φυσικό, αλλά και το ανθρωπογενές περιβάλλον της περιοχής περιλαμβάνοντας στοιχεία πολιτιστικού αποθέματος, διαδρομές πεζοπορίας, προστατευόμενες περιοχές κ.ά. Επίσης, στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η μεθοδολογία σύμφωνα με την οποία διεξήχθη η έρευνα πεδίου και τα αποτελέσματά της παρουσιάζονται σε επόμενα κεφάλαια.

Στο πέμπτο κεφάλαιο γίνεται ανάλυση των υπάρχοντων παροχών και χώρων που περιλαμβάνει το Πήλιο, όπου παρέχονται υπηρεσίες ευεξίας. Αναλυτικότερα, καταγράφηκαν τα υπάρχοντα καταλύματα, ξενοδοχεία και παραδοσιακά καταλύματα, που διαθέτει το Πήλιο, καθώς και οι υπηρεσίες και παροχές τους όσον αφορά την ευεξία. Επίσης, καταγράφηκαν οι σύλλογοι πεζοπορίας και ορειβασίας που μπορούν να συμβάλλουν στην ανάπτυξη των υπηρεσιών ευεξίας, καθώς και τα καταφύγια που υπάρχουν στην περιοχή και εξυπηρετούν τους συλλόγους. Τέλος, στο κεφάλαιο αυτό πραγματοποιήθηκε μία SWOT Ανάλυση της περιοχής του Πηλίου ως προορισμός τουρισμού ευεξίας, παραθέτοντας τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά, καθώς και τις ευκαιρίες και τους κινδύνους που μπορεί να αντιμετωπίσει.

Στο πλαίσιο της έρευνας που πραγματοποιήθηκε, μοιράστηκαν 119 ερωτηματολόγια σε τουρίστες του Πηλίου με σκοπό να κατανοηθούν οι επιθυμίες και οι απόψεις του σχετικά με τον τουρισμό ευεξίας και το Πήλιο ως προορισμό αυτού. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε με τυχαία διανομή των ερωτηματολογίων και περιελάμβανε ερωτήσεις που αποσκοπούσαν στη συλλογή δημογραφικών στοιχείων των ερωτώμενων, αλλά και στοιχείων που αφορούσαν το κεντρικό θέμα της εργασίας. Τα δεδομένα αυτά παρουσιάζονται στο έκτο κεφάλαιο σε διαγράμματα, αλλά και

σε πίνακες οι οποίοι προέκυψαν με την βοήθεια του λογισμικού SPSS 19.0 και δείχνουν κατά πόσο οι μεταβλητές του ερωτηματολογίου σχετίζονται μεταξύ τους.

Τέλος, λαμβάνοντας υπόψιν την υπάρχουσα βιβλιογραφία, την ανάλυση της υπάρχουσας κατάστασης, αλλά και τα αποτελέσματα της έρευνας, στο έβδομο κεφάλαιο της εργασίας παρουσιάζονται οι προτάσεις για νέες δραστηριότητες και υπηρεσίες ευεξίας. Οι προτάσεις συνοδεύονται από παραδείγματα και παρουσιάζονται τρόποι χρηματοδότησης για την υλοποίηση των δραστηριοτήτων αυτών.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΕΥΕΞΙΑ

### 1.1 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Για πολλά χρόνια η έννοια της υγείας συνδεόταν με τις ασθένειες, καθώς μέχρι τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο οι κύριες αιτίες θανάτου ήταν οι λοιμώδεις νόσοι. Τα επόμενα χρόνια παρουσιάστηκαν ασθένειες που οφείλονται σε πολυάριθμους στρεσογόνους παράγοντες της καθημερινής ζωής (π.χ. καρδιακή νόσος) και έκανε την πρώτη της εμφάνιση η έννοια της ευεξίας, διότι οι επιστήμονες επιδίωξαν να κάνουν μία πιο ολιστική προσέγγιση της υγείας (Foster και Keller, 2008). Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας (WHO), ‘υγεία είναι μία κατάσταση πλήρους σωματικής, ψυχικής και κοινωνικής ευεξίας και όχι απλώς η απουσία ασθένειας και αναπηρίας’ (<http://www.who.int/en/>, Πρόσβαση 3/4/2016).

Παρ’ όλα αυτά η έννοια ευεξία είναι αρκετά πολύπλοκη και έχει προκαλέσει σύγχυση, καθώς η σύγχρονη βιβλιογραφία έχει εισάγει πρόσθετους όρους σχετικούς με την ευεξία, όπως ευημερία, ποιότητα ζωής, ευτυχία. Οι βασικές λειτουργίες της ευεξίας είναι ο συνδυασμός μίας ισχυρής αίσθησης της ταυτότητας, οι σαφείς στόχοι στη ζωή, η ικανότητα διαχείρισης των υποθέσεων της ζωής, η αισιόδοξη στάση και η ικανότητα ανάπτυξης εμπνευσμένων ανοιχτών σχέσεων (Egbert, 1980). Σύμφωνα με το National Institute of Wellness (NIW), η ευεξία είναι μία ενεργή διαδικασία όπου το άτομο έχει ανεπτυγμένη αντίληψη και παίρνει αποφάσεις για μία πιο επιτυχημένη ζωή (<http://www.nationalwellness.org/>, Πρόσβαση 3/4/2016). Οι ορισμοί που κατά καιρούς έχουν δοθεί για τον όρο ευεξία ποικίλουν και δεν υπάρχει ένας παγκοσμίως αποδεκτός ορισμός. Έναν παρόμοιο ορισμό με το NIW έδωσε και το Arizona State University σύμφωνα με το οποίο ευεξία ‘είναι μία ενεργή, διά βίου διαδικασία όπου το άτομο έχει επίγνωση των επιλογών του και παίρνει αποφάσεις για μία πιο ισορροπημένη και ικανοποιητική ζωή. Περιλαμβάνει τις επιλογές και τις προτεραιότητες μας που επηρεάζουν τον τρόπο ζωής μας’ (<http://www.asu.edu/>, Πρόσβαση 3/4/2016).

Στη βιβλιογραφία, όμως, υπάρχουν ορισμοί που προσεγγίζουν την έννοια της ευεξίας με έναν πιο ολιστικό τρόπο. Στη παρούσα εργασία υιοθετείται η θεωρία ότι η ευεξία αποτελεί τη μέγιστη δυνατή σωματική ψυχική και πνευματική ευημερία του ατόμου (Erfurt, 2011). Πιο συγκεκριμένα, είναι ένας τρόπος ζωής, με τη βέλτιστη υγεία και ευημερία, μέσα από τον οποίο το σώμα, το μυαλό και το πνεύμα βρίσκονται σε μία

ισορροπία ώστε το άτομο να έχει μία πλήρη ζωή, δηλαδή, είναι η βέλτιστη κατάσταση υγείας και ευημερίας που μπορεί να πετύχει ένας άνθρωπος (Myers, Sweeney and Witmer, 2000).

Η ευεξία είναι μία σύνθετη έννοια, όπως παραδέχονται οι περισσότεροι συγγραφείς της βιβλιογραφίας. Παρ' όλα αυτά υπάρχουν στοιχεία της ευεξίας που είναι αδιαμφισβήτητα και η πλειονότητα των υπαρχόντων ορισμών συγκλίνει (Report of the Global Spa Summit, 2010):

- Η ευεξία είναι πολυδιάστατη
- Η ευεξία είναι ολιστική
- Είναι ατομική και επηρεάζεται από το περιβάλλον
- Είναι ευθύνη του ατόμου.

Η ευεξία έχει πολλές διαστάσεις κάποιοι επιστήμονες όμως ισχυρίζονται ότι είναι περισσότερο ψυχολογική παρά σωματική κατάσταση και ότι η πνευματικότητα είναι ο πυρήνας της ευεξίας (Smith and Kelly, 2006). Κάποιες απόψεις για την ευεξία την φέρνουν σε αντίθεση με τις πεποιθήσεις της ορθόδοξης εκκλησίας, καθώς θεωρείται ότι αποτελεί μία πνευματική κατάσταση που σαν στόχο έχει την ανάπτυξη του ατόμου πέρα από τον εαυτό και το εγώ του. Οι περισσότεροι συγγραφείς στη προσπάθεια τους να ορίσουν τις διαστάσεις της ευεξίας καταλήγουν σε επτά (SAC, 2005):

- Κοινωνική ευεξία
- Σωματική ευεξία
- Συναισθηματική ευεξία
- Πνευματική ευεξία
- Επαγγελματική ευεξία
- Ευεξία του περιβάλλοντος
- Διανοητική ευεξία.

## 1.2 ΕΥΕΞΙΑ, ΕΥΗΜΕΡΙΑ, ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ ΚΑΙ ΕΥΤΥΧΙΑ

Στο προηγούμενο τμήμα αναφέρθηκε ότι με την εμφάνιση της ευεξίας κάποιες πρόσθετες έννοιες όπως η ευημερία ήρθαν επίσης στο προσκήνιο. Σε αυτό το σημείο της εργασίας γίνεται η αποσαφήνιση των εννοιών αυτών, όπως επίσης εξηγείται η διαφορά τους με την έννοια της ευεξίας. Οι έννοιες αυτές είναι αμφιλεγόμενες και αυτό οφείλεται κυρίως στη πολυδιάστατη φύση τους.

Ευημερία είναι μία ευρεία έννοια που συχνά χρησιμοποιείται σαν συνώνυμη με την έννοια της ευεξίας. Σύμφωνα με την Κυβέρνηση του Καναδά η ευημερία περιλαμβάνει δέκα τομείς οι οποίοι είναι η εκπαίδευση, η ψυχαγωγία, η συμμετοχή στα κοινά, η οικονομική ασφάλεια, το περιβάλλον, η υγεία, η οικογενειακή ζωή και η στέγαση, ενώ οι Marshall κ.ά. το 1995 όρισαν την ευημερία ως μία κατάσταση όπου τα μέλη μιας κοινότητας έχουν οικονομική ασφάλεια, αντλούν σεβασμό και είναι σε θέση να λάβουν αποφάσεις για τη ζωή τους (McGregor, 2010). Ο King υποστηρίζει ότι υπάρχουν δύο προσεγγίσεις για να αντιληφθούμε την έννοια της ευημερίας. Η μία προσέγγιση είναι η ευδαιμονική που έχει να κάνει με τους πόρους του διαθέτει ο άνθρωπος και η άλλη προσέγγιση είναι η ηδονική και έχει να κάνει με υποκειμενικές εμπειρίες, την προσωπική ευχαρίστηση και ικανοποίηση (King, 2007). Οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται διαφορετικά την έννοια αυτή και για αυτό μερικοί επιστήμονες αρκούνται στον απλό ορισμό 'είμαι καλά-νιώθω καλά' καλύπτοντας έτσι τη διττή σημασία της που προαναφέρθηκε (White, 2008).

Ο όρος Ποιότητα Ζωής (ΠΖ) είναι δύσκολο να αποσαφηνιστεί, διότι ο τρόπος προσέγγισης της έννοιας είναι αρκετά υποκειμενικός και εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τον ερευνητή, αλλά και από το αντικείμενο που μελετά. Σε γενικότερο πλαίσιο, ο όρος ΠΖ χρησιμοποιείται για να περιγράψει την ευημερία μίας κοινωνίας, αλλά και των ατόμων που την αποτελούν (Ψαθά, 2014). Εξετάζοντας την υπάρχουσα βιβλιογραφία διακρίνεται η δυσκολία απόδοσης ενός κοινώς αποδεκτού και αντιπροσωπευτικού ορισμού της έννοιας. Οι ερευνητές επιδιώκοντας να ορίσουν την ΠΖ καθιερώνουν τρόπους κατανόησης και θέτουν υποκειμενικούς παράγοντες στη σημασία της. Σύμφωνα με τον Brock (1993), υπάρχουν τρεις φιλοσοφικές προσεγγίσεις για την αποσαφήνιση του όρου ΠΖ. Η πρώτη προσέγγιση περιγράφει την ΠΖ με χαρακτηριστικά που εξαρτώνται από

κανονιστικά ιδανικά βασισμένα σε θρησκευτικά, φιλοσοφικά και άλλα συστήματα. Όπως φαίνεται, αυτή η προσέγγιση δεν εξαρτάται από την υποκειμενική εμπειρία των ανθρώπων ούτε από την εκπλήρωση των επιθυμιών τους. Η δεύτερη προσέγγιση αποσαφηνίζει τον όρο ως ικανοποίηση των προτιμήσεων. Σε αυτή τη παραδοχή οι άνθρωποι επιλέγουν αυτό που πιστεύουν ότι θα ενισχύσει την ΠΖ, δεδομένου τους περιορισμένους πόρους που κατέχουν. Τέλος, στην τρίτη προσέγγιση κυρίαρχο ρόλο έχουν τα ατομικά βιώματα και αισθήματα. Πιο συγκεκριμένα, λαμβάνονται υπόψη τα συναισθήματα χαράς ικανοποίησης και ευχαρίστησης τα οποία θεωρείται ότι προσκομίζουν μία καλή ΠΖ.

Ευτυχία είναι μία εξίσου υποκειμενική έννοια που κατά καιρούς έχει λάβει διάφορες ερμηνείες και έχει δημιουργήσει σύγχυση. Η λέξη ευτυχία είναι συνώνυμη με την Ποιότητα Ζωής και την ευημερία και σημαίνει ότι η ζωή ενός ατόμου είναι καλά από την άποψη του περιβάλλοντος στο οποίο ζει, των ικανοτήτων του, της χρησιμότητάς του και της ικανοποίησής του (Veenhoven, 2006). Από έρευνα του Πανεπιστημίου του Stanford κατέληξαν στο ότι η ευτυχία μπορεί να αποτελέσει μετρήσιμο μέγεθος, υπάρχουν αρκετές παρανοήσεις σχετικά με το τι μας κάνει ευτυχισμένους και υπάρχουν πολλές δραστηριότητες που ένα άτομο μπορεί να κάνει ώστε να αυξηθούν τα επίπεδα της ευτυχίας του (Stanford Graduated School of Business, 2010). Ο Rousseau στη προσπάθειά του να αποσαφηνίσει την έννοια της ευτυχίας κατέληξε στο ότι είναι μία κατάσταση συνεχόμενη που δεν έχει να κάνει με εξωτερικούς παράγοντες αλλά πηγάζει από μέσα μας, επομένως θεωρεί ότι οι μικρές στιγμές χαράς, που μας κάνουν ανήσυχους γιατί θα τελειώσουν, δεν είναι πραγματική ευτυχία (Ρουσσώ, 1989)

### 1.3 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΥΕΞΙΑΣ

#### 1.3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ

Ο τουρισμός ευεξίας είναι ένας αρκετά ανεπτυγμένος κλάδος του τουρισμού και παίζει σημαντικό ρόλο στη βιομηχανία των ξενοδοχείων, των θέρετρων και των τουριστικών προορισμών και αναπτύχθηκε ραγδαία μετά την οικονομική κρίση στη Νότια Ασία το 1997 (Hashemi κ.ά., 2015). Οι άνθρωποι προάγουν και διατηρούν την υγεία τους δίνοντας έμφαση στην ολιστική ευεξία του σώματος, της ψυχής και του πνεύματος, ταξιδεύοντας (Mueller και Kaufmann, 2001). Ο τουρισμός ευεξίας αποτελεί μία από τις πιο αρχαίες μορφές τουρισμού δεδομένου την ιδιαίτερη προσοχή που έδιναν οι Ρωμαίοι και οι αρχαίοι Έλληνες στην ευεξία. Οι τουρίστες θα πρέπει να είναι σε καλή φυσική υγεία για να ταξιδέψουν και όπως συμβαίνει και με τις περισσότερες μορφές τουρισμού, είναι άνθρωποι που ταξιδεύουν από τις ανεπτυγμένες χώρες στις λιγότερο ανεπτυγμένες, καθώς οι δυτικοί τουρίστες προτιμούν να γνωρίσουν από κοντά τις κουλτούρες στις οποίες γεννήθηκαν οι τεχνικές που αφορούν την ευεξία (Smith και Kelly, 2006).

Οι τουρίστες συχνά αναζητούν προορισμούς και δραστηριότητες που είναι υπερβατικές. Πιο συγκεκριμένα, οι ταξιδιώτες έλκονται από τα μεγαλειώδη τοπία που ωφελούν την ψυχή τους και τους κάνουν να αισθάνονται μικροί (Ντε Μποτόν, 2002). Εδώ λοιπόν έγκειται και η σχέση του τουρισμού ευεξίας με το τοπίο. Ο προορισμός στον τουρισμό ευεξίας είναι ένας εναλλακτικός χώρος στον οποίο δεν υπάρχουν περισπασμοί και άγχη της καθημερινότητας (Myers κ.ά, 2005). Το παλιό μοντέλο του τουρίστα έχει πλέον αλλάξει. Σήμερα ο άνθρωπος έρχεται αντιμέτωπος με πολλούς στρεσογόνους παράγοντες και αυτή η αλλαγή στις ζωές των ανθρώπων αλλάζει και τις επιθυμίες τους όταν επιλέγουν να ταξιδέψουν. Ο 'νέος' τουρίστας είναι πιο έμπειρος, ανεξάρτητος, συνειδητοποιημένος, θέλει να είναι διαφορετικός από το πλήθος και ζητά εξατομικευμένα προϊόντα (Weiermair και Steinhauser, 2003). Οι άνθρωποι πλέον επιλέγουν τον υγιεινό τρόπο ζωής με σκοπό να αυξήσουν την ευημερία τους, για αυτό και ο τουρισμός ευεξίας είναι ένας πολλά υποσχόμενος κλάδος (Voigt, 2008).

Ο τουρισμός ευεξίας διαφέρει με τον κλασικό ταξίδι, καθώς όπως φαίνεται και στη παρακάτω εικόνα προάγει την υγιεινή ζωή μέσω της διατροφής και της άσκησης,



προσφέρει χαλάρωση και μοναδικές εμπειρίες, έχει σαν σκοπό την πρόληψη και διαχείριση ασθενειών (The Global Wellness Tourism Economy, 2013).

Εικόνα 1.1: Ορισμός του τουρισμού ευεξίας



Πηγή: The Global Wellness Tourism Economy, 2013.

Ερευνητές υποστηρίζουν ότι ο τουρισμός υγείας αναφέρεται σε δύο προοπτικές συμπεριλαμβανομένου της ιατρικής και της ευεξίας (Erfurt-Cooper & Cooper, 2009). Επομένως, οι δύο αυτές μορφές τουρισμού είναι παρακλάδια του τουρισμού υγείας παρουσιάζοντας, όμως σημαντικές διαφορές. Στο παρακάτω σχήμα παρουσιάζονται οι βασικές διαφορές μεταξύ των δύο μορφών τουρισμού:

Σχήμα 1.1: Διαφορές Ιατρικού τουρισμού και τουρισμού ευεξίας



Πηγή: Voigt, 2013 και ίδια επεξεργασία.

### 1.3.2 ΠΑΡΟΧΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΕΥΕΞΙΑΣ ΚΑΙ ΤΑΣΕΙΣ

Ο τουρισμός ευεξίας όπως τα περισσότερα είδη τουρισμού παρέχουν στους ενδιαφερόμενους ειδικά πακέτα υπηρεσιών. Σύμφωνα με την Voigt (2013) τρεις είναι οι πάροχοι υπηρεσιών ευεξίας: 1) σπα, 2) θέρετρα και 3) πνευματικά καταφύγια (Voigt, 2013). Η έννοια των υπηρεσιών αυτών δεν έχει κατανοηθεί πλήρως. Η λέξη σπα (Spa) στα λατινικά σημαίνει υγεία μέσω του νερού και εκτιμάται ότι είναι εγκαταστάσεις βασισμένες στο νερό και παρέχουν υπηρεσίες ομορφιάς, υγείας και χαλάρωσης για αυτό και υπάρχουν κυρίως σε παράκτιες περιοχές και σε κατάλληλες φυσικές πηγές, όπως ιαματικές (Hall, 2003). Τα θέρετρα από την άλλη πλευρά παρέχουν ολοκληρωμένα, συνήθως ατομικά προγράμματα με σκοπό την προώθηση του υγιεινού τρόπου ζωής (Johanson, 2004). Τα πνευματικά καταφύγια παρέχουν υπηρεσίες που έχουν θρησκευτικές επιρροές.

Σύμφωνα με έρευνα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού Ευεξίας (Wellness Tourism Worldwide) οι πιο δημοφιλείς υπηρεσίες του τουρισμού ευεξίας παγκοσμίως είναι οι θεραπείες ομορφιάς, σπα αναψυχής, θέρετρα ευεξίας, τελετές ευεξίας και γιόγκα/διαλογισμός (WTW, 2010). Οι τάσεις στον τουρισμό ευεξίας αλλάζουν κάθε

χρόνο. Σύμφωνα με την πιο πρόσφατη αναφορά του Spafinder, οι κορυφαίες δέκα τάσεις για το 2016 είναι (<http://www.spafinder.com/>, Πρόσβαση 25/04/2016):

1# Σερφ: Το γνωστό θαλάσσιο άθλημα τον τελευταίο χρόνο έχει γίνει τάση στα ταξίδια με σκοπό την ευεξία

2# Σεξουαλική ευημερία: Μέσα σε έναν πολιτισμό που υπάρχει σύγχυση όσον αφορά την σεξουαλικότητα, αναπτύσσεται μία τάση που σκοπό έχει να βοηθήσει τους ανθρώπους να σέβονται, να εξερευνήσουν και να καθορίσουν τη δική τους σεξουαλική ευεξία.

3# Temazcal: Αρχαία Μεξικάνικη πρακτική που χρονολογείται από την εποχή των Μάγιας και των Αζτέκων. Η λέξη σημαίνει 'σπίτι του ατμού' αλλά είναι κάτι παραπάνω από πρωτόγονες σάουνες. Στα πλαίσια της πρακτικής αυτής υπάρχει ένας εκπαιδευμένος θεραπευτής που καθοδηγεί τους επισκέπτες, έτσι ώστε να καθαρίσουν το μυαλό και το πνεύμα τους.

4# Σπα και ευεξία για τα παιδιά: Τα σημερινά παιδιά αντιμετωπίζουν πολλούς εξωτερικούς παράγοντες που απειλούν την υγεία τους. Μέσω υπηρεσιών ευεξίας αποτρέπονται σωματικές και ψυχολογικές ασθένειες, όπως παχυσαρκία και βίαιη συμπεριφορά.

5# Μίξη αδρεναλίνης και ζεν: υπηρεσίες που συνδυάζουν την χαλάρωση με περιπετειώδης εμπειρίες, όπως η κατασκήνωση σε γκρεμό και ο διαλογισμός.

6# Well-Fests: Ένας μεγάλος αριθμός φεστιβάλ πλέον γιορτάζουν την ευεξία συνδυάζοντας τις υπηρεσίες της με την μουσική και την τέχνη.

7# Wellness Apps: Εφαρμογές στα κινητά που με ένα κλικ ο ενδιαφερόμενος μπορεί να κλείσει ραντεβού στο σπίτι του για οποιαδήποτε υπηρεσία ευεξίας.

8# Φροντίδα του δέρματος από την Σεούλ: Μία τάση που κορυφώθηκε το 2016 είναι τα κορεάτικα προϊόντα περιποίησης της επιδερμίδας, καθώς στη Νότια Κορέα η εμφάνιση είναι το παν.

9# Κρουαζιέρες Υγείας: Κρουαζιερόπλοια με υπηρεσίες σπα, γυμναστήρια και προγράμματα ευεξίας που συνδυάζονται με όμορφη θέα.

10# Ευεξία στον εργασιακό χώρο: Υγιέστερο περιβάλλον εργασίας δίνοντας έμφαση στη καθαριότητα και την ασφάλεια, ώστε οι εργαζόμενοι να είναι ικανοποιημένοι και συνεπώς παραγωγικότεροι.

#### 1.4 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΥΕΞΙΑΣ ΜΕ ΝΟΥΜΕΡΑ

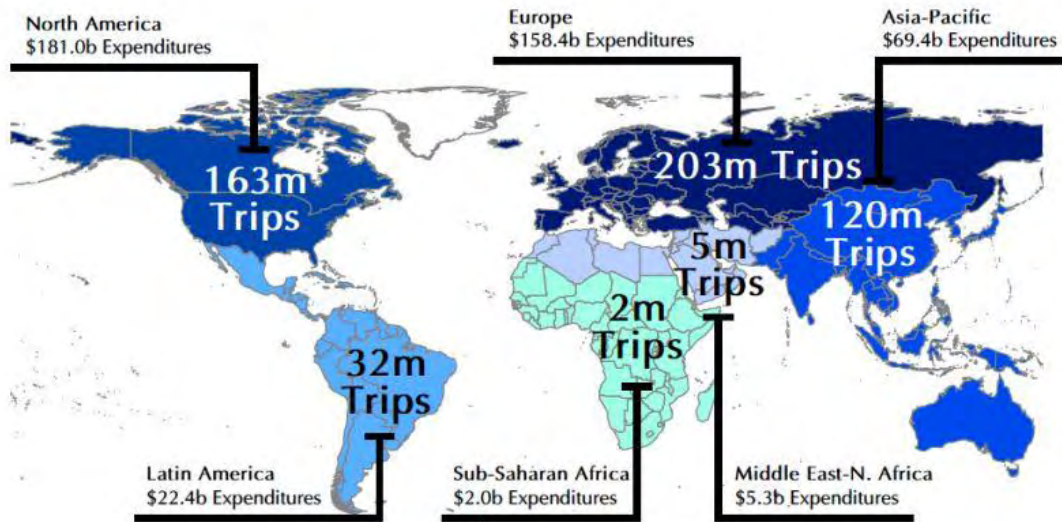
Ο τουρισμός ευεξίας αυξάνεται ταχύτερα από ότι η συνολική τουριστική βιομηχανία και οι τουρίστες ευεξίας είναι τουρίστες υψηλής απόδοσης που φέρουν μεγαλύτερες οικονομικές επιπτώσεις. Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με έρευνα του 2013 (The Global Wellness Tourism Economy, 2013):

- Ο τουρισμός ευεξίας αντιπροσωπεύει περίπου το 6% του συνόλου των εγχώριων και διεθνών ταξιδιών.
- Υπολογίζεται ότι αποτελεί το 14% των εθνικών και εγχώριων δαπανών για τουρισμό.
- Οι τουρίστες ευεξίας δευτέρου βαθμού <sup>1</sup> αποτελούν 87% των ταξιδιών τουρισμού ευεξίας και το 87% των δαπανών.
- Προβλέπεται να αυξηθεί πάνω από 9% ετησίως μέχρι το 2017.
- Παράγει 11,7 εκατ. άμεσες θέσεις εργασίας παράγοντας το 1,8 του παγκοσμίου ΑΕΠ το 2012.

Ο συνολικός αριθμός ταξιδιών με σκοπό τον τουρισμό ευεξίας το 2013 ήταν 586.5 εκατ. ενώ οι δαπάνες έφτασαν τα 494.1 δις δολάρια. Από αυτά, τα 216.2 εκατ. ταξίδια έγιναν στην Ευρώπη, τα περισσότερα μεταξύ της Βόρειας Αμερικής, Ασία, Λατινική Αμερική, Μέση Ανατολή/Βόρεια Αφρική και Υπο-σαχάρια Αφρική, ενώ οι περισσότερες δαπάνες την ίδια χρονιά παρατηρήθηκαν στην Βόρεια Αμερική (195.5 δις δολάρια) [Global Wellness Institute, 2013].

<sup>1</sup> Οι τουρίστες ευεξίας κατηγοριοποιούνται σε πρώτου βαθμού, αυτοί που η ευεξία είναι κίνητρο/σκοπός τους για ταξίδι και οι δευτέρου βαθμού που επιθυμούν να συμμετέχουν σε εμπειρίες ευεξίας κατά τη διάρκεια των διακοπών τους (Voigt κ.ά, 2014).

Χάρτης 1.3: Ταξίδια και δαπάνες τουρισμού ευεξίας παγκοσμίως το 2013.



Πηγή: Global Wellness Institute, 2013

Οι χώρες με τις περισσότερες δαπάνες, ταξίδια και την άμεση απασχόληση παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα με τις ΗΠΑ να βρίσκονται στη κορυφή της λίστας, την Γερμανία και την Γαλλία να ακολουθούν, ενώ χώρες, όπως η Κίνα και η Ινδία βρίσκονται σε χαμηλότερες θέσεις μέσα στην εικοσάδα.

Πίνακας 1.3: Οι 20 χώρες με την μεγαλύτερη αγορά στον τουρισμό ευεξίας

**Top Twenty Wellness Tourism Markets, 2013**

	Number of Trips (Millions)	Direct Employment	Expenditures (US\$ billions)	Rank in 2013 (2012 Rank)
United States	148.6	1,836,311	\$180.7	1 (1)
Germany	50.2	490,092	\$46.2	2 (2)
France	25.8	259,295	\$27.2	3 (4)
Japan	36.0	194,606	\$22.2	4 (3)
Austria	12.1	143,779	\$15.7	5 (5)
Canada	23.1	191,423	\$14.8	6 (6)
Italy	6.6	143,237	\$13.3	7 (8)
Switzerland	11.6	101,266	\$12.7	8 (9)
China	30.1	1,037,685	\$12.3	9 (11)
United Kingdom	18.9	163,187	\$12.0	10 (7)
Mexico	12.0	392,043	\$10.5	11 (10)
India	32.7	5,113,703	\$9.2	12 (16)
Thailand	8.3	537,312	\$8.8	13 (14)
Spain	11.3	77,313	\$7.9	14 (12)
South Korea	15.6	121,918	\$5.8	15 (13)
Australia	4.6	55,650	\$5.3	16 (15)
Indonesia	4.0	433,868	\$4.8	17 (41)
Russia	10.3	127,763	\$4.6	18 (17)
Turkey	8.7	57,979	\$4.5	19 (20)
Portugal	3.6	74,446	\$3.4	20 (18)

Πηγή: Global Wellness Institute, 2013

## 1.5 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΕΥΕΞΙΑΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ

### 1.5.1 ΑΜΕΡΙΚΗ

Ο τουρισμός ευεξίας είναι μία σχετικά νέα έννοια στις Ηνωμένες Πολιτείες, παρ' όλο που η ελκυστικότητα ταξιδιών σχετικών με την υγεία είναι ιδιαίτερα αυξημένη λόγω των διάφορων τοποθεσιών με κορυφαία κέντρα σπα και ευεξίας, όπως η Καλιφόρνια, η Ουάσινγκτον, η Νεβάντα, το Κολοράντο και το Όρεγκον το οποίο είναι διάσημο λόγω των σπα και τις ιαματικές πηγές (Ringer, 2007). Στον Καναδά, πάνω από το 75% των σπα είναι λιγότερο από 10 χρονών πράγμα που αποδεικνύει την μεγάλη ζήτηση για τέτοιες υπηρεσίες και σύμφωνα με την Ένωση Σπα του Καναδά υπολογίζεται ότι η εγχώρια βιομηχανία θα διπλασιαστεί μέσα σε πέντε χρόνια (Supapol and Barrows, 2007).

Με έρευνα που έγινε το 2001 Αμερικάνοι ταξιδιώτες ήταν 66,7% περισσότερο πιθανότερο να έχουν επισκεφθεί ένα σπα για την υγεία, κατά τη διάρκεια των δύο

τελευταίων ετών, από τους Καναδούς και ήταν σαφές ότι αυτού του είδους η εμπειρία διακοπών είναι πιο ελκυστική για τους Αμερικανούς ταξιδιώτες από ότι για τους Καναδούς (Lang Research Inc., 2001). Το 2012 τα ταξίδια και οι δαπάνες στον Καναδά με σκοπό τον τουρισμό ευεξίας ήταν 21.6 εκατ. και 13.8 δις δολάρια αντίστοιχα, ενώ στις ΗΠΑ ήταν 141.4 εκατ. και 167.1 δις δολάρια. Συνολικά στην Βόρεια Αμερική οι οικονομικές επιπτώσεις ήταν 571.5 δις δολάρια αγγίζοντας την πρώτη θέση στις δαπάνες παγκοσμίως (Global Spa & Wellness Summit, 2013).

Προβλέπεται ότι μέχρι το 2017 θα πραγματοποιηθεί πάνω από την μισή προβλεπόμενη ανάπτυξη στα ταξίδια για τουρισμό ευεξίας, πέρα από την Ασία και την Αφρική, στην Λατινική Αμερική πράγμα που σημαίνει ότι ο τουρισμός ευεξίας θα αρχίσει να εξαπλώνεται σε όλη την Αμερική (Global Spa & Wellness Summit, 2014)

### 1.5.2 ΑΣΙΑ

Σήμερα ο τουρισμός ευεξίας και τα σπα αναπτύσσονται στην Ινδία, την Ταϊλάνδη, τη Μαλαισία και τη Σιγκαπούρη. Η Μαλαισία είναι φημισμένη για την ανάπτυξη του τουρισμού υγείας δεδομένου τις παραδοσιακές και πιο παλιές θεραπείες στον κόσμο που γεννήθηκαν εκεί. Είναι ανταγωνιστική στον τομέα και προσφέρει εξαιρετικά πακέτα διακοπών ευεξίας (Hashemi κ.ά, 2015). Η ευεξία είναι η νέα τάση στον τρόπο ζωής και η Μαλαισία θα πρέπει να αξιοποιήσει κάθε ευκαιρία για να γίνει ο προορισμός ευεξίας στην Ασία. Στη Μαλαισία το σπα και οι υπηρεσίες ευεξίας αυξάνονται ολοένα και περισσότερο τα τελευταία 10 χρόνια (Dahlan, 2015). Επίσης, στη Μαλαισία κάθε χρόνο απονέμονται βραβεία από το Asia Spa & Wellness Promotion Council σε κέντρα σπα και ευεξίας, με κριτήρια την ατμόσφαιρα, τον εξοπλισμό, τις θεραπευτικές δεξιότητες και την ποιότητα της παροχής υπηρεσιών (<http://worldspaawards.com/>, Πρόσβαση 23/4/2016).

Η κουλτούρα της Ταϊλάνδης, με ισχυρή επιρροή από την Ινδική κουλτούρα, έχει αναπτύξει μοναδικές τεχνικές μασάζ και ευεξίας. Οι τεχνικές είναι δημοφιλής σε όλη τη χώρα, ιδίως στους δρόμους της Μπανγκόκ, Chiang Mai και σε όλες τις παραλίες. Προσφέρονται ελκυστικές υπηρεσίες με ‘all inclusive’ σπα, μασάζ με λάδι με φυσικά βότανα, λεμονόχορτο, κλπ (Sharafuddin, 2015a).

Παρ' όλο που ασιατικές χώρες όπως η Ταϊλάνδη, Σιγκαπούρη και Μαλαισία προσφέρουν εγκαταστάσεις ιατρικού και τουρισμού ευεξίας, η Ινδία προσφέρει μοναδικές ολιστικές υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας που είναι συνδυασμός από παραδοσιακές θεραπείες, όπως η Αγιουρβέντα και η γιόγκα με αλλοπαθητικές, πράγμα που δίνει πλεονέκτημα στην Ινδία σε σχέση με τους ανταγωνιστές της (Sharafuddin, 2015b). Οι τουρίστες ευεξίας που επισκέπτονται την Ινδία ενδιαφέρονται κυρίως για εναλλακτικές μορφές τεχνικών και προέρχονται κυρίως από ανεπτυγμένες χώρες, όπως Ηνωμένο Βασίλειο και Ηνωμένες Πολιτείες, αλλά υπάρχουν και επισκέπτες από γύρω περιοχές, όπως Κίνα και Πακιστάν (International Trade Centre, 2014).

Οι Φιλιππίνες είναι επίσης μία χώρα με καλές προοπτικές στον τομέα του τουρισμού ευεξίας. Οι εγκαταστάσεις ευεξίας το 2009 είχαν υπολογιστεί περίπου στις 3.797 και υπολογίστηκε ότι σε πέντε χρόνια οι εγκαταστάσεις θα αυξηθούν και η αγορά θα αναπτυχθεί, όπως επίσης εκείνη τη χρονιά είχε παρατηρηθεί ότι οι μισοί περίπου εργαζόμενοι απασχολούνταν σε αυτόν τον τομέα (Philippines Statistics Authority, 2012). Η Ασία σε γενικές γραμμές αποτελεί επιθυμητό προορισμό των τουριστών ευεξίας λόγω του ότι αποτελεί το σπίτι πνευματικών πρακτικών και παραδοσιακών θεραπειών περιλαμβάνοντας γιόγκα, διαλογισμό και διάφορα είδη μασάζ (<http://www.writepicturesmedia.com/>, Πρόσβαση 23/4/2016)

### 1.5.3 ΕΥΡΩΠΗ

#### 1.5.3.1 ΓΕΝΙΚΑ

Στην Ευρώπη υπάρχουν πολλές χώρες που παρέχουν υπηρεσίες ευεξίας και αποτελούν ελκυστικούς προορισμούς. Όπως προαναφέρθηκε το τοπίο αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την ανάπτυξη τουρισμού. Πέρα από τις ήδη αναπτυγμένες αγορές τις Γερμανίας, Αγγλίας και Γαλλίας, το φυσικό περιβάλλον της Φιλανδίας (λίμνες) της δίνει προοπτικές για ανάπτυξη του τουρισμού ευεξίας (Κοπυ κ.ά., 2010). Το 2009 έγινε έρευνα για τα κίνητρα και τη συμπεριφορά των τουριστών ευεξίας με σκοπό να χρησιμοποιηθεί για την ανάπτυξη του φιλανδικού τουρισμού ευεξίας. Για πολλούς τουρίστες κίνητρο αποτελούσε η χαλάρωση εκτός καθημερινότητας και η φύση (Κοπυ, 2009).



Στη Πορτογαλία ο τουρισμός υγείας και ευεξίας περιλαμβάνεται στο Στρατηγικό Σχέδιο Τουρισμού (2006-2015) ως μία σημαντική αγορά τουρισμού που θα αναπτυχθεί στο μέλλον θέτοντας σε λειτουργία φυσικές ιαματικές πηγές, προσφέροντας υπηρεσίες ευεξίας και θερμαλισμού (Quintela κ.ά., 2011). Η Ουγγαρία είναι μία σημαντική χώρα στον τομέα του τουρισμού υγείας. Ο αριθμός των τουριστών υγείας και ευεξίας από το 2007 έως το 2010 είχε αυξηθεί κατά 30%, ενώ οι δαπάνες τους κατά 75% παρά την κρίσιμη οικονομική κατάσταση της Ευρώπης (Kiss, 2012). Τα σπα και τα ιαματικά λουτρά έπαιξαν σημαντικό ρόλο στην ιστορία του ουγγρικού τουρισμού, καθώς από παλαιότερα συνέβαλαν σημαντικά στην οικονομία της χώρας (Michalkó και Rátz, 2010).

Η Γερμανία έχει μία αρκετά δυναμική αγορά τουρισμού ευεξίας με το πιο συχνά επισκέψιμο νησί αυτό του Ρούγκεν, ενώ συνολικά η χώρα το 2013 είχε 31.5 εκατ. διεθνής επισκέπτες και η βιομηχανία των ξενοδοχείων της είναι στις τρεις καλύτερες μεταξύ των χωρών της Δυτικής Ευρώπης (Horwath HTL, 2014).

#### 1.5.3.2 ΕΛΛΑΔΑ

Οι Έλληνες χρησιμοποιούσαν τα λουτρά από το 1500 π.Χ, ενώ αργότερα διαδόθηκε ευρέως η χρήση των θαλάσσιων λουτρών. Η λουτροθεραπεία ήταν χρήσιμη για την υγεία, αλλά και την αναψυχή των Ελλήνων. Γνωστές ήταν οι ιαματικές πηγές της Χιμάρας, της Κασταλίας, της Σκοτούσσας και της Αιδηψού (Σπάθη, 2000).

Στην Ελλάδα έχοντας σαν σκοπό την διεύρυνση του τουριστικού προϊόντος και την επέκταση της εποχικότητας του ελληνικού τουρισμού, έχει ενθαρρυνθεί η ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού όπως σπα, ευεξίας και υγείας που τα τελευταία χρόνια παίρνει ανοδική τάση δεδομένου ότι η χώρα διαθέτει μερικές εκατοντάδες ιαματικών πηγών (Coccosis, 2008). Η αξιοποίηση των ιαματικών πηγών στην Ελλάδα έγινε από τον 20 αιώ. (πιο ανεπτυγμένες αυτές της Υπάτης, Αιδηψού, Καϊάφα, Λουτρακίου και Κυλλήνης), με σημαντικό μειονέκτημα την εποχικότητα και την χρήση των υπηρεσιών από εγχώριους τουρίστες ως επί το πλείστον (Ινστιτούτο Κοινωνικής και Προληπτικής Ιατρικής, 2012).

Η Ελλάδα ενώ διαθέτει τα βασικά στοιχεία για την ανάπτυξη μίας ανταγωνιστικής αγοράς τουρισμού ευεξίας, καθώς διαθέτει υποδομές, εγκαταστάσεις και ιδιωτικές πρωτοβουλίες, αυτή η μορφή τουρισμού δεν συμβάλλει στην οικονομία της χώρας ακόμα

και έχει καταγραφεί ότι από τις 822 καταγεγραμμένες πηγές μεταλλικών νερών αξιοποιούνται τουριστικά μόνο 23 (Νικοκάβουρα, 2008). Στην Ελλάδα ένας τουρίστας πέρα από τις ιαματικές πηγές μπορεί να απολαύσει και υδροθεραπεία/θαλασσοθεραπεία, επίσης, υπάρχει έμπειρο ανθρώπινο δυναμικό και είναι αρκετά ελκυστική για αντίστοιχες επενδύσεις (<http://www.enterprisegreece.gov.gr/>, Πρόσβαση 23/4/2016). Η ανάπτυξη της θαλασσοθεραπείας στην Ελλάδα διακρίνεται για τα συγκριτικά της πλεονεκτήματα σε σχέση με άλλες χώρες που έχουν αντίστοιχες μορφές τουρισμού. Τα πλεονεκτήματα είναι το εναλλασσόμενο τοπίο κατά μήκος των ακτών, υγιεινό κλίμα και πολλές θερμές πηγές (Αγγελίδης, 2012).

Παρακάτω παρουσιάζονται μερικά από τα πιο γνωστά θέρετρα που παρέχουν υπηρεσίες ευεξίας στην Ελλάδα:

- Royal Mare Thalasso, Aldemar Hotels & Spa, Κρήτη, Ρόδος, Ολυμπία (<http://www.aldemar-resorts.gr/GR/destinations/crete/>, Πρόσβαση 3/4/2016)
- Domes of Elounda, Ελούντα (<http://www.domesofelounda.com/>, Πρόσβαση 3/4/2016)
- Kirini Suites & Spa, Σαντορίνη (<http://www.kirini.com/>, Πρόσβαση 3/4/2016)
- Porto Sani Village, Χαλκιδική ([http://www.sani-resort.com/el\\_GR/our-hotels/porto-sani-village](http://www.sani-resort.com/el_GR/our-hotels/porto-sani-village), Πρόσβαση 3/4/2016)
- Costa Navarino, Πύλος (<http://www.costanavarino.com/gr>, Πρόσβαση 3/4/2016)

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΤΟΠΙΟ

### 2.1 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Υπάρχουν διαφορετικές ερμηνείες που ορίζουν την έννοια του τοπίου και αυτό δημιουργεί δυσκολίες στην σαφήνεια του ορισμού του αλλά και στον καθορισμό πολιτικών διαχείρισής του. Τοπίο ορίζεται ως μία ετερογενής έκταση που αποτελείται από ένα σύμπλεγμα αλληλεπιδρώντων οικοσυστημάτων που επαναλαμβάνεται σε παρόμοια μορφή (Forman και Godron, 1986). Ένας άλλος ορισμός που επικρατεί είναι ότι το τοπίο είναι μία περιοχή που είναι χωρικά ετερογενής σε τουλάχιστον έναν παράγοντα ενδιαφέροντος (Turner κ.ά.). Στη συγκεκριμένη εργασία χρησιμοποιείται ο ορισμός που δόθηκε από την Ευρωπαϊκή Σύμβαση του Τοπίου ο οποίος κυρώθηκε από το Ελληνικό Κοινοβούλιο το 2010: 'Τοπίο είναι μία περιοχή, όπως αυτή γίνεται αντιληπτή από τον άνθρωπο, του οποίου ο χαρακτήρας είναι αποτέλεσμα της δράσης και αλληλεπίδρασης των φυσικών και/ή ανθρώπινων παραγόντων' (Ε.Ε, 2000).

Το τοπίο αποτελεί μία γεωγραφική περιοχή με ποικίλα χαρακτηριστικά. Είναι ένας χώρος με ιδιαίτερο κάλλος ή/και μπορεί να φιλοξενεί αξιόλογα οικοσυστήματα. Μπορεί να αποτελεί βίοτοπο για διάφορους οργανισμούς και είδη και ένα σύστημα με γεωμορφολογικά χαρακτηριστικά που παρουσιάζουν αλληλεξάρτηση μεταξύ τους (Daniels και Cosgrove, 1994). Το τοπίο, δηλαδή, είναι ένα σύνολο από γεωμορφολογικά, βιολογικά και πολιτισμικά χαρακτηριστικά τα οποία συνδέονται μεταξύ τους (Μιχαηλίδου και Μπούχλη, 2015). Ο πρώτος άνθρωπος που όρισε το τοπίο ήταν ο Alexander Von Humboldt ως όλα τα χαρακτηριστικά της γης (Gökyer, 2013).

Τα τοπία είναι δυναμικά συστήματα και οι άνθρωποι τα επηρεάζουν συνεχώς προκαλώντας αυξημένες πιέσεις σε αυτά, για τον λόγο αυτό έχουν μετασχηματιστεί με τον καιρό. Σε αυτό έγκειται και η άποψη ότι το σύνολο των χαρακτηριστικών που διακρίνουν μία επιφάνεια γης από άλλες περιοχές, είναι αποτέλεσμα φυσικών παραγόντων, καθώς και της ανθρώπινης παρουσίας και χρήσης γης (Χατζηστάθη και Ισπικούδη, 1995). Αυτό σημαίνει ότι δεδομένου της ανθρώπινης δραστηριότητας το τοπίο με τα χρόνια έχει αλλάξει, καθώς πέρα από το φυσικό περιβάλλον πλέον υπάρχει και το ανθρωπογενές οδηγώντας πολλές φορές και στην καταστροφή του πρώτου.

Παρ' όλο που στη βιβλιογραφία συναντήθηκαν πολυάριθμοι και διαφορετικοί ορισμοί για την έννοια του τοπίου, υπάρχουν κοινά στοιχεία που διαθέτουν (Antrop, 2005) όλοι:

- Θεωρείται ως μία χωρική ενότητα που έχει μεταβλητή έκταση και κλίμακα, αλλά και εδαφικές ιδιότητες.
- Γίνεται αντιληπτό και βιώνεται
- Αποτελείται από πολλά διαφορετικά στοιχεία που αλληλεπιδρούν και δομούνται με κάποιο τρόπο
- Η χωρική οργάνωση και διαχείρισή του επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από τον άνθρωπο
- Έχει δυναμική και οι αλλαγές είναι μία χαρακτηριστική ιδιότητα του τοπίου

Η έννοια του τοπίου, μέσα από τη βιβλιογραφία, γίνεται κατανοητό ότι έχει δύο όψεις: η μία είναι η οπτική (δηλαδή η ιδέα μιας εικόνας) και η άλλη είναι η φυσική ή γεωγραφική (δηλαδή ένα μέρος της γης) [Longatti και Dalang, 2007]. Λόγω των διαφορετικών χαρακτηριστικών που μπορεί να διαθέτει ένα τοπίο, μπορεί να υπάρχουν και διάφορα είδη τοπίων (<http://www.oup.com.au/>, Πρόσβαση 8/7/2016):

- Ορεινό Τοπίο
- Παράκτιο Τοπίο
- Παραποτάμιο Τοπίο
- Τοπίο Ερήμου
- Καρστικό Τοπίο
- Τροπικό Τοπίο
- Δομημένο Τοπίο

Τα τοπία έχουν μεγάλη σημασία στον άνθρωπο, είτε λόγω της προσωπικής σύνδεσης που αισθάνεται με αυτά, είτε λόγω των οφελών που μπορεί να αντλεί από αυτά. Οι αξίες που διέπουν τα τοπία αναφέρονται παρακάτω (<http://www.oup.com.au/>, Πρόσβαση 8/7/2016):

- Πολιτιστική Αξία: Αποτελούν τρόπο έκφρασης για τον άνθρωπο μέσα από την ποίηση, τη λογοτεχνία, την τέχνη και τον κινηματογράφο.
- Πνευματική Αξία: Για κάποιους ανθρώπους τα τοπία αποτελούν κληρονομιά και στοιχεία της θρησκείας τους
- Αισθητική Αξία: Είναι υποκειμενική και μπορεί να δώσει στον άνθρωπο την αίσθηση της ελευθερίας, σταθερότητας και ευημερίας.

- Οικονομική Αξία: Τα τοπία μπορεί να είναι οικονομικά σημαντικά για τον άνθρωπο (π.χ. μέσω του τουρισμού)
- Ανταγωνιστική Αξία: Το ίδιο τοπίο μπορεί να έχει αξία σε διαφορετικούς ανθρώπους για διαφορετικούς λόγους

## 2.2 ΦΥΣΙΚΟ ΤΟΠΙΟ/ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

### 2.2.1 Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΟΥ ΣΤΟ ΦΥΣΙΚΟ ΤΟΠΙΟ/ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Τα τοπία είναι η αντανάκλαση της πολιτιστικής ταυτότητας των ανθρώπων. Μία φυσική περιοχή είναι πιθανό να ενσωματώσει πολλαπλά τοπία τα οποία έχουν τις ρίζες τους στην πολιτιστική ταυτότητα των ανθρώπων που εμπλέκονται με αυτήν την περιοχή. Τα σύνολα των ανθρώπων μετατρέπουν το φυσικό περιβάλλον σε τοπίο χρησιμοποιώντας διάφορα σύμβολα (Greider and Lorraine, 1994). Τα φυσικά τοπία αντιπροσωπεύουν τις λιγότερο μετασχηματισμένες περιοχές συμπεριλαμβανομένου των δασών, υγρότοπων, λιβάδια και θαμνότοπους. Η γεωργική γη μπορεί να είναι λίγο έως πολύ τροποποιημένη από το φυσικό τοπίο, ενώ οι κατοικημένες περιοχές είναι εξαιρετικά τροποποιημένες από την φυσική τους κατάσταση (Statistics Canada, 2013).

Η σχέση του τόπου με το υποκείμενο που το βιώνει είναι αμφίδρομη και οδηγεί στο συμπέρασμα ότι το τοπίο είναι μία μεταβαλλόμενη πραγματικότητα που εξαρτάται από τις δράσεις του εν λόγω υποκειμένου. Επομένως, το τοπίο είναι η αλληλοκάλυψη της φύσης με τον πολιτισμό, όπως απεικονίζεται και στο παρακάτω σχήμα (Μαλάμη, 2014).

Σχήμα 2.1: Απεικόνιση Τοπίου ως Υβριδική Κατάσταση Φύσης και Πολιτισμού



Πηγή: Μαλάμη, 2014

Τα φυσικά τοπία στη βιβλιογραφία συναντώνται και με τον χαρακτηρισμό ‘τοπία άγριας φύσης που διαχωρίζονται από τα αγροτικά τοπία μέσω της ανθρώπινης παρέμβασης. Για κάποιους τα τοπία άγριας φύσης είναι περιοχές επικίνδυνες με καμία χρησιμότητα, ενώ για άλλους είναι περιοχές που προσδίδουν αρμονία και ευδαιμονία (Berg, Vries and Vlek, 2006).

## 2.2.2 Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΟΥ ΦΥΣΙΚΟΥ ΤΟΠΙΟΥ/ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΣΤΟΝ ΑΝΘΡΩΠΟ

Υπάρχουν μελέτες που έχουν επιχειρήσει να τεκμηριώσουν τις ψυχολογικές επιπτώσεις της εμπειρίας της φύσης στον άνθρωπο. Πολλοί άνθρωποι έχουν βιώσει μία συναισθηματική ικανοποίηση βλέποντας ή βιώνοντας το φυσικό περιβάλλον. Οι Kellert και Wilson (όπως αναφέρεται στο Brantman κ.ά, 2012) υποστηρίζουν ότι τα ανθρώπινα όντα έχουν μία έμφυτη σύνδεση με τη φύση, καθώς η ανάγκη του ατόμου να ανήκει σε μία κοινωνική ομάδα είναι εξίσου ίδια με αυτή του να αισθάνεται συνδεδεμένο με το φυσικό περιβάλλον (Brantman κ.ά, 2012).

Σε αυτό το σημείο είναι σημαντικό να αναφερθεί η έννοια ‘Υπηρεσίες Οικοσυστήματος’ (Ecosystem Services, ES). Οι υπηρεσίες αυτές χαρακτηρίζουν τους τρόπους με τους

οποίους τα φυσικά οικοσυστήματα παρέχουν οφέλη στην ανθρωπότητα και επιτρέπουν τις περιβαλλοντικές υπηρεσίες να περιλαμβάνονται στη διαδικασία της οικονομικής αποτίμησης (de Groot, 1992). Οι υπηρεσίες τοπίου, όπως και του οικοσυστήματος συνδέονται με την ανθρώπινη ευεξία και ευημερία. Με τον ίδιο τρόπο που τα οικοσυστήματα ικανοποιούν τις βασικές ανάγκες του ανθρώπου ως πηγές των φυσικών πόρων, έτσι και τα τοπία ως εικόνες της καθημερινής μας ζωής παρέχουν στις κοινωνίες ένα μέρος να αναπτύξουν τις δραστηριότητές τους (Planells κ.ά., 2014).

Το φυσικό τοπίο μπορεί να προσφέρει σημαντικά οφέλη στην ανθρώπινη ψυχολογία. Η επαφή με τα φυτά, το νερό και άλλα στοιχεία της φύσης, έστω κι αν αυτή είναι οπτική, μπορεί να μειώσει το άγχος και να βοηθήσει τον άνθρωπο να ξεπεράσει το στρες (Roger, 1986). Έρευνες έχουν αποδείξει ότι ο υπερβολικός χρόνος παραμονής σε αμιγώς ανθρώπινα περιβάλλοντα μπορεί να προκαλέσει εξάντληση, απώλεια ζωτικότητας και της υγείας. Τα περισσότερα στοιχεία της καθημερινότητας μπορεί να προκαλέσουν επιθετικότητα, βία και υψηλά επίπεδα στρες (Godbey, 2009). Η εικόνα ενός φυσικού τοπίου οδηγεί στη μείωση του καθημερινού άγχους και της επιθετικότητας, αλλά βοηθάει και στην συγκέντρωση, δημιουργώντας την αίσθηση της ηρεμίας και γαλήνης (<http://ag.udel.edu/>, Πρόσβαση 11/7/2016).

Πέρα από την ψυχική υγεία, το φυσικό τοπίο και περιβάλλον μπορεί να συμβάλλει και στην πρόληψη/αντιμετώπιση ασθενειών και γενικότερα στη σωματική υγεία. Η καθημερινότητα και το στρες μπορεί να προκαλέσουν ασθένειες, όπως καρδιαγγειακά νοσήματα και καρκίνο. Η φύση μπορεί να αποτρέψει μία τέτοια κατάσταση, όπως και να συνεισφέρει στη θεραπεία τους (Townsend και Weerasuriya, 2010). Τα φυσικά τοπία έχει αποδειχθεί ότι παρέχουν οφέλη για την υγεία σε άτομα με προβλήματα ψυχικής υγείας και κατάχρησης ουσιών (<http://www.iucn.org/>, Πρόσβαση 11/7/2016). Για αυτό το λόγο πολλά νοσοκομεία φροντίζουν να διαθέτουν χώρους με στοιχεία της φύσης παρέχοντας στους ασθενείς την εμπειρία ενός φυσικού τοπίου (Mitten, 2009). Η φύση έχει τεράστιες ανεκμετάλλευτες δυνατότητες της υγείας, καθώς δίνουν την ευκαιρία για τους ανθρώπους να αποκαταστήσουν και να διατηρήσουν την υγεία τους με ολιστικό τρόπο (Maller κ.ά., 2009) για αυτό και συνδέεται άμεσα με την ευεξία.

Πίνακας 2.1: Τυπολογία των πλεονεκτημάτων του φυσικού τοπίου/περιβάλλοντος

Οφέλη	Περιγραφή	Παραδείγματα
Ψυχολογική Ευημερία	Θετική επιρροή σε ψυχολογικές καταστάσεις	Αυξημένη Αυτοπεποίθηση Αυξημένη Διάθεση Μείωση θυμού Μείωση Άγχος Βελτίωση Συμπεριφοράς
Αντίληψη	Θετική επίδραση στην αντιληπτική ικανότητα ή λειτουργία	Αυξημένη Παραγωγικότητα Συγκέντρωση Βελτίωση ικανότητας εκτέλεσης καθηκόντων
Σωματικά	Θετική επίδραση στη φυσική λειτουργία και σωματική υγεία	Μείωση άγχους Μείωση αρτηριακή πίεσης Μείωσης πονοκεφάλων Γρηγορότερη Ανάρρωση Μείωση πιθανότητας ασθένειας Απεξάρτηση από ουσίες
Κοινωνικά	Θετική κοινωνική επιρροή σε ένα άτομο, μία κοινωνία	Κοινωνική συνοχή Κοινωνική υποστήριξη Συμβάλλει στην κοινωνικότητα Μειώνει τη βία Μειώνει την εγκληματικότητα
Πνευματικά	Θετική επίδραση στις θρησκευτικές πεποιθήσεις και την πνευματική ευημερία	Αυξημένη έμπνευση Αυξημένη Πνευματική ευημερία
Απτά	Υλικά αγαθά που ένα άτομο μπορεί να αποκτήσει	Τρόφιμα Χρήματα

Πηγή: Keniger, 2013, ίδια επεξεργασία.

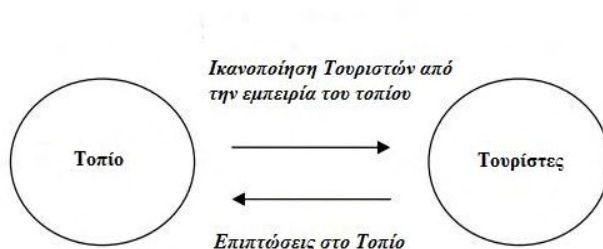


### 2.3 ΦΥΣΙΚΟ ΤΟΠΙΟ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Το τοπίο είναι ένας ενδογενής πόρος που συνδυάζει ιστορικά, αγροτικά-πολιτιστικά και φυσικά στοιχεία τα οποία επηρεάζουν τις προσδοκίες των επισκεπτών και την αναζήτησή τους για νέα μέρη και εμπειρίες (Aranzabal κ.ά., 2009). Πέρα από τα οφέλη που αφορούν την υγεία και ευεξία του ανθρώπου, το τοπίο μπορεί να συμβάλλει και σε οικονομικές δραστηριότητες, όπως ο τουρισμός. Πιο συγκεκριμένα, η εκμετάλλευση του τοπιακού κάλλους μίας περιοχής μπορεί να οδηγήσει σε οικονομικές επενδύσεις για αυτό και το τοπίο της αποτελεί μέσο τουριστικής προβολής του εν λόγω προορισμού (Δοξιάδης και Λιβέρη, 2013).

Τα φυσικά και αγροτικά τοπία συχνά θεωρούνται ‘γνήσια’ από τους επισκέπτες που αναζητούν ολοένα και περισσότερο την ‘αυθεντικότητα’ που σχετίζεται με τον πολιτισμό και τη φύση (Carneiro κ.ά., 2015). Η αξία ενός τοπίου έγκειται στο γεγονός ότι αποτελεί σημαντικό κομμάτι της ταυτότητας μιας περιοχής, καθώς σε συνδυασμό με στοιχεία, όπως ήθη και έθιμα, πολιτισμός κ.ά. διαμορφώνουν την ταυτότητά της και προσδιορίζουν την μοναδικότητά της (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001). Η δυνατότητα του ανθρώπου να βλέπει φυσικές ή ανθρωπογενείς σκηνές που έχουν ενδιαφέρον είναι ένα σημαντικό κομμάτι της τουριστικής εμπειρίας και ίσως το κυριότερο κίνητρο για πολλούς επισκέπτες (Healy, 1994). Τα χαρακτηριστικά ενός τοπίου μπορεί να είναι καθοριστικά στην επιλογή ενός τουριστικού προορισμού (Macagno κ.ά., όπως αναφέρεται στο Mikulec και Antouskova, 2011).

Σχήμα 2.2: Μοντέλο Αλληλεπίδρασης Τοπίου και Τουρισμού



Πηγή: Garrod κ.ά., όπως επεξεργάστηκε από το Mikulec και Antouskova, 2011 και ίδια επεξεργασία.

Τα φυσικά τοπία είναι στοιχεία διαφόρων ειδών αναψυχής και τουρισμού. Ο τουρισμός που βασίζεται στη φύση χαρακτηρίζεται από την ανάγκη του ανθρώπου να έρθει σε επαφή με μέρη που προσφέρουν ουσιαστικές, εναλλακτικές, αυθόρμητες και σπάνιες εμπειρίες (Curtin, 2013). Αυτά τα στοιχεία αναζητούν και οι τουρίστες ευεξίας από τον προορισμό που επισκέπτονται. Ο τουρισμός ευεξίας δεν είναι μονοδιάστατος, παθητικός ή απλός, αλλά περιέχει πολλαπλές ιδέες του τοπίου (Costa κ.ά., 2015). Τα περισσότερα από τα πιο επιτυχημένα κέντρα τουρισμού υγείας και ευεξίας βρίσκονται σε περιοχές με αξιόλογο φυσικό τοπίο, όπως π.χ. οι Αυστριακές και Ελβετικές Άλπεις (Σωτηριάδης, 2007).

## 2.4 ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΦΥΣΙΚΟ ΤΟΠΙΟ

### 2.4.1 ΓΕΝΙΚΑ

Το Ελληνικό τοπίο είναι ένα αποτέλεσμα της ιστορίας και της κουλτούρας του ελληνικού λαού. Είναι ένα τοπίο με πολλές εναλλαγές που έχει εμπνεύσει πολλούς ποιητές και λογοτέχνες. Το τοπίο της Ελλάδας διακρίνεται όχι μόνο για την ομορφιά του, αλλά και για την ποικιλομορφία και την πολυπλοκότητά του με δύο κυρίαρχα στοιχεία. Το ένα είναι η θάλασσα με βραχώδη ακρωτήρια, χερσονήσους και νησιά, το δεύτερο είναι τα βουνά, καθώς στα τρία τέταρτα της χώρας το ανάγλυφο του εδάφους είναι ορεινό, βουνά περικλείουν κοιλάδες, και μικρές λεκάνες (Hatzoroulou, 2008). Λόγω της ποικιλίας του ελληνικού χώρου όσον αφορά, το ανάγλυφο, το κλίμα, τη βλάστηση κλπ είναι λογικό να υπάρχουν πολλά και διαφορετικά τοπία.

Ο κάθε άνθρωπος, Έλληνας ή ξένος, βιώνει διαφορετικά τον ελληνικό χώρο για αυτό και είναι δύσκολο να γίνει περιγραφή ενός τυπικού ελληνικού τοπίου, καθώς άλλοι συνδέουν την Ελλάδα με το αιγαιοπελαγίτικο τοπίο της και άλλοι με το ορεινό. Στη βιβλιογραφία υπάρχει μία κατηγοριοποίηση των ελληνικών τοπίων (Γεράκης, 2009):

- Νησιωτικά Τοπία: μικρά νησιά
- Παράκτια Τοπία: ηπειρωτικές περιοχές και παράκτιες περιοχές μεγάλων νησιών
  - Παράκτιες περιοχές χωρίς υγρότοπους: παράκτιοι μη αμμώδεις σχηματισμοί
  - Παράκτιες περιοχές με υγρότοπους: με αμμώδεις ακτές
- Πεδιάδες
  - Μεγάλες Πεδιάδες: κυριαρχούν εντατικές αρδευόμενες καλλιέργειες (Θεσσαλία, Κεντρική Μακεδονία, πεδιάδα Ξάνθης-Κομοτηνής)
  - Μικρές Πεδιάδες και οροπέδια: συχνά συναντώνται και λίμνες, ξερικές καλλιέργειες κλπ (Αρκαδία, Ιωάννινα, Γρεβενά, Φλώρινα)
  - Κοιλάδες Ποταμών: Αλιάκμονα, Αχελώου κλπ
- Ορεινά και ημιορεινά τοπία
  - Ημιορεινή ζώνη: θαμνώνες και δρυοδάση
  - Ορεινή ζώνη: κυριαρχεί η δασοπονία
  - Ημιορεινές και ορεινές περιοχές μεγάλων νησιών: το τοπίο αυτό έχει αλλάξει λόγω των καταστροφών που έχουν υποστεί τα νησιά (Κεφαλλονιά, Κρήτη, Σάμος)

Οι υγρότοποι στην Ελλάδα εκτός του ότι φιλοξενούν μεγάλο αριθμό πτηνών και άλλων ειδών, αποτελούν και ένα αναπόσπαστο κομμάτι του ελληνικού τοπίου. Υπάρχουν πάνω από 400 υγρότοποι στη Ελλάδα και οι έντεκα από αυτούς προστατεύονται από τη Σύμβαση Ραμσάρ (Ελληνική Ένωση Προστασίας Θαλάσσιου Περιβάλλοντος, 2011). Πολλά τοπία της Ελλάδας αποτελούν προστατευόμενες περιοχές με ξεχωριστή κατηγορία ‘Τοπία Ιδιαίτερου Φυσικού Κάλλους’ και είναι περισσότερα από 400 (<http://biodiversity.gr/>, Πρόσβαση 14/7/2016).

Η ποικιλία των τοπίων της Ελλάδας οφείλονται στον τρόπο που το ανθρωπογενές περιβάλλον εισχωρεί στο φυσικό δημιουργώντας έτσι έναν πόλο έλξης για επισκέπτες με διάφορα ενδιαφέροντα, όμως αυτή η ανθρώπινη παρέμβαση απειλεί το φυσικό, και όχι μόνο, τοπίο της χώρας, καθώς πολλά από αυτά έχουν ήδη αλλοιωθεί (Σαπουνάκης, 2014). Η υποβάθμιση ή και η καταστροφή του τοπίου είναι αποτέλεσμα ταχύτατων αλλαγών που δεν επιτρέπουν στο οικοσύστημα να προσαρμοστεί αντίστοιχα (Μπεριάτος, 2010).

#### 2.4.2 ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Το τοπίο αναγνωρίστηκε νομικά ως ένα απαραίτητο στοιχείο του ανθρώπινου περιβάλλοντος, της ταυτότητας, της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς της χώρας ύστερα από την κύρωση της Ευρωπαϊκής Σύμβασης για το τοπίο από το Ελληνικό Κοινοβούλιο το 2010. Στόχος της Σύμβασης είναι η προστασία, σχεδιασμός και διαχείριση των τοπίων και αντικείμενό της η διατήρηση της ποιότητας ζωής και της ευημερίας των Ευρωπαίων βάσει αξιών που σχετίζονται με το πολιτιστικό και φυσικό τοπίο. Μέτρα που προτείνονται από την Σύμβαση είναι η αύξηση της ευαισθητοποίησης της κοινωνίας, των αρχών και των ιδιωτικών οργανισμών, αλλά και η κατάρτιση και εκπαίδευση στον τομέα που αφορά την εκτίμηση και διαχείριση του τοπίου (ΦΕΚ 30/Α'/25.02.2010).

Με την Σύμβαση αυτή το κράτος οφείλει να ασκήσει πολιτικές τοπίου, παρ' όλα αυτά στην Ελλάδα δεν υπάρχει ένα ειδικό νομοθετικό πλαίσιο για αυτό. Μέχρι να θεσπιστεί ένα ανάλογο θεσμικό πλαίσιο, το τοπίο προστατεύεται από την υφιστάμενη νομοθεσία περιβαλλοντικής πολιτικής, προστασίας της πολιτιστικής κληρονομιάς και πολεοδομικού και χωροταξικού σχεδιασμού (Κουρούδη, 2011). Στην Ελλάδα δεν έχουν γίνει αρκετές δράσεις στο πεδίο του τοπίου και η ύπαρξη αντίστοιχης διδασκαλίας είναι περιορισμένη, όμως υπάρχουν άτομα, όπως επιστήμονες ή Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις που με προσωπική πρωτοβουλία έχουν καταφέρει αρκετά (Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, 2010). Τα Θεσμικά Εργαλεία που υπάρχουν στην Ελλάδα και αφορούν το τοπίο εμφανίζουν προβλήματα στην εφαρμογή τους και είναι τα εξής (ΦΕΚ 60/Α'/31.03.2011, ΦΕΚ 207/Α'/07.10.1999):

- Διάταξη του άρθρου 18 του Νόμου πλαισίου για το περιβάλλον (Ν3937/2011) που αναφέρεται άμεσα στο τοπίο, και προβλέπεται η δυνατότητα καθορισμού/χαρακτηρισμού ειδικής ζώνης/περιοχής για την προστασία του τοπίου και πιο συγκεκριμένα τα 'Τοπία Ιδιαίτερου Φυσικού Κάλλους' (ΤΙΦΚ).
- Νόμος για τον «Χωροταξικό Σχεδιασμό και την Αειφόρο Ανάπτυξη» (Ν2742/99), άρθρο 8, όπου δίνεται η δυνατότητα να λαμβάνεται υπόψη το τοπίο στο Περιφερειακό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. Η ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΟΥ ΠΗΛΙΟΥ

### 3.1 ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΑ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Περιοχή μελέτη της εργασίας αποτελεί το Πήλιο που ανήκει στη Περιφέρεια Θεσσαλίας και στην Περιφερειακή Ενότητα Μαγνησίας. Το Πήλιο είναι το βασικό βουνό της Μαγνησίας το οποίο κλείνει απότομα προς τη θάλασσα με αποτέλεσμα σε μερικά σημεία να σχηματίζονται παραλιακές ζώνες όπου υπάρχουν κάποιοι οικισμοί (<http://diocles.civil.duth.gr/>, Πρόσβαση 18/7/2016). Σύμφωνα με το Πρόγραμμα Καλλικράτη που ψηφίστηκε το 2010 το Πήλιο περιλαμβάνει πλέον ένα μέρος του Δήμου Βόλου (έδρα ο Βόλος), τον Δήμο Ζαγοράς-Μουρεσίου (έδρα η Ζαγορά) και τον Δήμο Νοτίου Πηλίου (έδρα η Αργαλαστή) [ΦΕΚ 87/Α'/07.07.2010].

Χάρτης 3.1 Η περιοχή του Πηλίου



Πηγή: <http://www.pelionweb.gr/>, Πρόσβαση 18/07/2016.

Στις παρυφές του Πηλίου είναι χτισμένη η πόλη του Βόλου, ενώ το Πήλιο επεκτείνεται στη θάλασσα δημιουργώντας την χερσόνησο της Μαγνησίας και στο εσωτερικό της υπάρχει ο Παγασητικός Κόλπος ([www.ioer.de/](http://www.ioer.de/), Πρόσβαση 18/07/2016). Το υψόμετρο

του Πηλίου αγγίζει τα 1.624 μέτρα με υψηλότερη κορυφή τον Πουριανό Σταυρό, ενώ τα όριά του είναι στα νότια το Πλατανόρεμα και βόρεια το Καπόρεμα. Το μήκος του Πηλίου φτάνει τα 44 χλμ. ενώ το πλάτος του κυμαίνεται από 10 έως 25 χλμ. (<http://www.ionis-tours.gr/>, Πρόσβαση 18/07/2016).

### 3.2 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΚΑΙ ΠΛΗΘΥΣΜΙΑΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Η περιοχή του Πηλίου, όπως αναφέρθηκε παραπάνω περιλαμβάνει εξ' ολοκλήρου του Δήμους Ζαγοράς-Μουρεσίου και Νοτίου Πηλίου και ένα μέρος του Δήμου Βόλου. Σύμφωνα με την τελευταία απογραφή της Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας (ΕΛ.ΣΤΑΤ.) το 2011 ο Δήμος Βόλου έχει πληθυσμό 144.449, ο Δήμος Ζαγοράς-Μουρεσίου και Νοτίου Πηλίου έχουν πληθυσμό 5.809 και 10.216 αντίστοιχα (<http://www.statistics.gr/>, Πρόσβαση 18/07/2016). Αθροίζοντας τον πληθυσμό των οικισμών του Δήμου Βόλου που περιλαμβάνει το Πήλιο (14.800), καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι η περιοχή του Πηλίου έχει πληθυσμό περίπου 30.000 κατοίκους.

Πίνακας 3.1 Πληθυσμός Δήμου Βόλου 2001-2011

Δήμος Βόλου 2001	ΔΗΜΟΣ ΒΟΛΟΥ	85.001
	ΔΗΜΟΣ ΑΓΡΙΑΣ	5.835
	ΔΗΜΟΣ ΑΙΣΩΝΙΑΣ	3.059
	ΔΗΜΟΣ ΑΡΤΕΜΙΔΑΣ	4.397
	ΔΗΜΟΣ ΙΩΛΚΟΥ	2.081
	ΔΗΜΟΣ ΝΕΑΣ ΑΓΧΙΑΛΟΥ	6.877
	ΔΗΜΟΣ ΝΕΑΣ ΙΩΝΙΑΣ	32.979
	ΔΗΜΟΣ ΠΟΡΤΑΡΙΑΣ	2.033
	ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ ΜΑΚΡΙΝΙΤΣΗΣ	661
	Σύνολο	142.923
Δήμος Βόλου 2011	Σύνολο	144.449

Πηγή: <http://www.statistics.gr/>, Πρόσβαση 18/07/2016

Πίνακας 3.2 Πληθυσμός Δήμου Ζαγοράς-Μουρεσίου 2001-2011

Δήμος Ζαγοράς-Μουρεσίου 2001	ΔΗΜΟΣ ΖΑΓΟΡΑΣ	3.759
	ΔΗΜΟΣ ΜΟΥΡΕΣΙΟΥ	2.690
	Σύνολο	6.449
Δήμος Ζαγοράς-Μουρεσίου 2011	Σύνολο	5.809

Πηγή: <http://www.statistics.gr/>, Πρόσβαση 18/07/2016

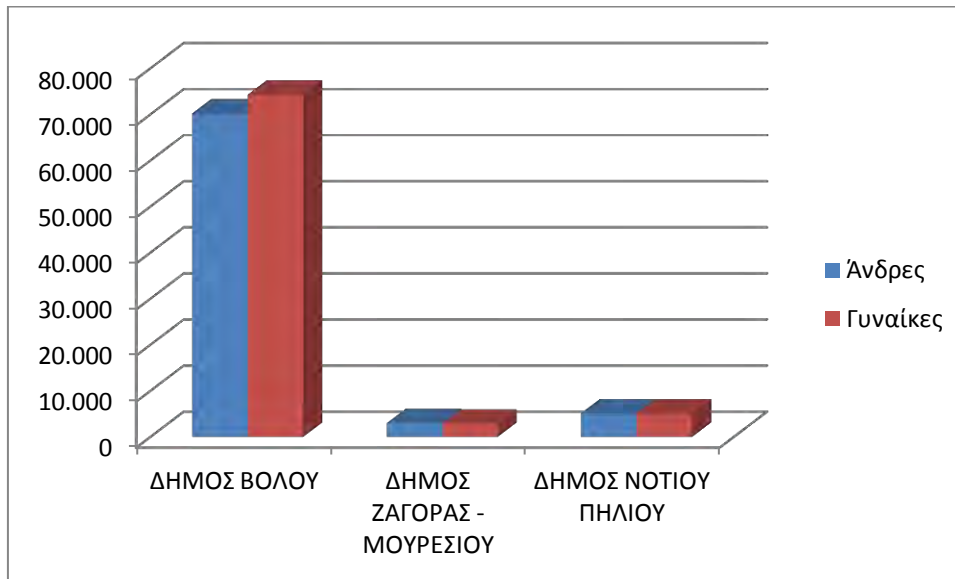
Πίνακας 3.3 Πληθυσμός Δήμου Νοτίου Πηλίου 2001-2011

Δήμος Νοτίου Πηλίου 2001	ΔΗΜΟΣ ΑΦΕΤΩΝ	1.754
	ΔΗΜΟΣ ΑΡΓΑΛΑΣΤΗΣ	1.998
	ΔΗΜΟΣ ΜΗΛΕΩΝ	3.100
	ΔΗΜΟΣ ΣΗΠΙΑΔΟΣ	2.180
	ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ ΤΡΙΚΕΡΙΟΥ	1.713
	Σύνολο	10.745
Δήμος Νοτίου Πηλίου 2011	Σύνολο	10.216

Πηγή: <http://www.statistics.gr/>, Πρόσβαση 18/07/2016

Ο πληθυσμός των Δήμων, όπως φαίνεται στους παραπάνω πίνακες έχει υποστεί κάποιες μεταβολές. Πιο συγκεκριμένα, ο πληθυσμός του Δήμου Βόλου αυξήθηκε μέσα σε δέκα χρόνια με ρυθμό μεταβολή 0,1%, ενώ στο Δήμο Ζαγοράς-Μουρεσίου υπήρχε μείωση της τάξεως του 1% και στο Δήμο Νοτίου Πηλίου μείωση με ρυθμό μεταβολής 0,5%. Τα παραπάνω μπορεί να οφείλονται στη μετακίνηση των ατόμων από τους μικρούς οικισμούς στα μεγαλύτερα αστικά κέντρα για λόγους εύρεσης εργασίας κ.ά.

Γράφημα 3.1: Κατανομή πληθυσμού ανά φύλο (2011)



Πηγή: <http://www.statistics.gr/>, Πρόσβαση 18/07/2016.

Παρατηρώντας το γράφημα για την κατανομή του πληθυσμού ανά φύλο στο Δήμο Βόλου οι γυναίκες καταλαμβάνουν μεγαλύτερο ποσοστό από τους άνδρες, στους Δήμους Ζαγοράς – Μουρεσίου και Νοτίου Πηλίου τα δύο φύλα κινούνται στο ίδιο επίπεδα με τους άνδρες να υπερέχουν ελάχιστα.

### 3.3 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

#### 3.3.1 ΓΕΝΙΚΑ

Σε επίπεδο Περιφέρειας το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) στη Θεσσαλία ανέρχεται στα 9.284 εκ. ευρώ το 2013 σύμφωνα με τα οικονομικά στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ. Το παραπάνω αποτελεί μείωση του ΑΕΠ, καθώς το 2012 ανερχόταν στα 9.517 εκ. ευρώ. Ανάλογες μεταβολές παρατηρούνται και σε επίπεδο Περιφερειακής Ενότητας. Στη Μαγνησία το 2012 το ΑΕΠ ήταν 2.778 εκ., ενώ το 2013 ήταν 2.747 εκ. ευρώ. Πιο συγκεκριμένα, και όπως παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα και διαγράμματα τα στοιχεία από το έτος 2000-2013 παρατηρείται ότι το ΑΕΠ σε επίπεδο Περιφέρειας και Περιφερειακής Ενότητας έχει αυξητική τάση από το 2000 έως το 2008 ενώ μέχρι το 2013 μειώνεται ετησίως (<http://www.statistics.gr/>, Πρόσβαση 18/07/2016).

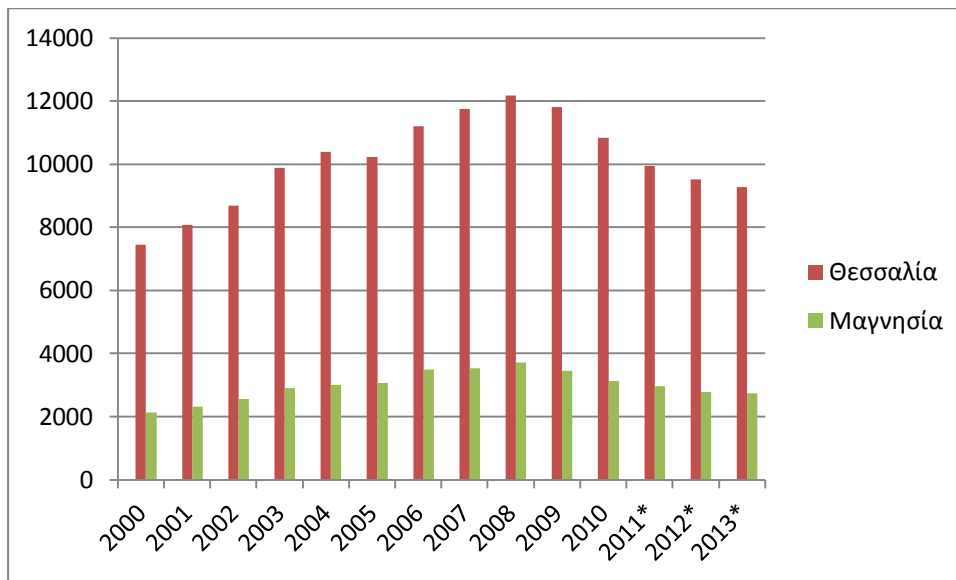


Πίνακας 3.4: ΑΕΠ ανά Περιφέρεια και Περιφερειακή Ενότητα 2000-2013.

Έτη	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011*	2012*	2013*
Περιφέρειες και νομοί														
Θεσσαλία	7.458	8.083	8.681	9.883	10.397	10.230	11.214	11.752	12.186	11.814	10.835	9.953	9.517	9.284
Μαγνησία	2.125	2.323	2.559	2.899	3.015	3.065	3.485	3.523	3.722	3.451	3.122	2.975	2.778	2.747

Πηγή: <http://www.statistics.gr/>, Πρόσβαση 18/07/2016.

Γράφημα 3.2: ΑΕΠ ανά Περιφέρεια και Περιφερειακή Ενότητα 2000-2013



Πηγή: <http://www.statistics.gr/>, Πρόσβαση 18/07/2016.

### 3.3.2 ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΙ ΤΟΜΕΙΣ ΚΑΙ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ. του 2013, το μεγαλύτερο ποσοστό των απασχολουμένων της Περιφέρειας Θεσσαλίας απασχολείται στο τομέα του χονδρικού και λιανικού εμπορίου (25,85%), το αμέσως επόμενο μεγαλύτερο ποσοστό απασχολείται στον αγροτικό-γεωργικό τομέα (23,81%) και τρίτο στον δημόσιο τομέα (23,53%) [<http://www.statistics.gr/>, Πρόσβαση 18/07/2016].

Ο πρωτογενής τομέας αποτελεί έναν από τους πιο σημαντικούς παραγωγικούς τομείς της Περιφερειακής Ενότητας Μαγνησίας, καθώς η Μαγνησία περιλαμβάνει μία ποικιλία παραγωγικών δραστηριοτήτων φυτικής, αλλά και ζωικής παραγωγής. Ο λόγος που υπάρχει αυτή η έντονη δραστηριότητα στον πρωτογενή τομέα είναι η γεωμορφολογία και το ανάγλυφο της περιοχής. Υπάρχουν πεδινές και ημιορεινές/ορεινές περιοχές, όπως το Πήλιο στο οποίο παράγονται πολλά προϊόντα (Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Μαγνησίας, 2005). Το μεγαλύτερο ποσοστό των απασχολούμενων στον πρωτογενή τομέα είναι εποχικοί εργάτες, ενώ ένα μικρό ποσοστό απασχολείται μόνιμα στις εκμεταλλεύσεις.

Ο τουρισμός είναι επίσης μία σημαντική οικονομική δραστηριότητα της περιοχής. Ο εσωτερικός τουρισμός αποτελεί το μεγαλύτερο ποσοστό της τουριστικής κίνησης της Περιφέρειας Θεσσαλίας και κυμαίνεται μεταξύ 60%-65%. Η Μαγνησία συγκεντρώνει το μεγαλύτερο μερίδιο της συνολικής τουριστικής δραστηριότητας της Θεσσαλίας, όπως επίσης έχει τη μεγαλύτερη ζήτηση, σε σχέση με την υπόλοιπη Θεσσαλία, από ξένους τουρίστες, καθώς πραγματοποιείται το 75% των συνολικών διανυκτερεύσεων των ξένων (Ινστιτούτο Έρευνας και Τεχνολογίας Θεσσαλίας, 2013).

### 3.4 ΦΥΣΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η περιοχή του Πηλίου παρουσιάζει μεγάλη ποικιλομορφία όσον αφορά το ανάγλυφο, το υψόμετρο, τη βλάστηση κ.ά. Ανάλογα με την περιοχή το κλίμα μπορεί να είναι υγρό που χαρακτηρίζεται από θερμά και μεγάλης διάρκειας καλοκαίρια, ήπιους χειμώνες και υγρές όλες τις εποχές, μπορεί να είναι χερσαίο μεσογειακό που χαρακτηρίζεται από πολύ θερμά καλοκαίρια και ήπιους χειμώνες. Το κλίμα, καθώς αυξάνεται το υψόμετρο μεταβαίνει από το μέσο-μεσογειακό κλίμα προς το υπομεσογειακό (Φωτιάδης, 2005).

Παρακάτω παρουσιάζονται τα στοιχεία κλιματολογίας για τη Ζαγορά, έτσι ώστε να υπάρχει παράδειγμα μίας ορεινής περιοχής του Πηλίου. Στη Ζαγορά παρατηρείται ότι η μεγαλύτερη μέση θερμοκρασία είναι 22,06 °C τον μήνα Αύγουστο και η μικρότερη 4,98 °C τον μήνα Φεβρουάριο. Όσον αφορά τη βροχόπτωση, τον Νοέμβριο παρατηρείται η μεγαλύτερη τιμή, ενώ η μικρότερη τον μήνα Ιούλιο (<http://meteovolos.gr/>, Πρόσβαση 19/07/2016).

Πίνακας 3.6: Κλιματολογικά στοιχεία Ζαγοράς

<i>Μήνας</i>	<i>Μέση μηνιαία θερμοκρασία</i>	<i>Μέση μηνιαία βροχόπτωση</i>
<i>I</i>	5,56	147,93
<i>Φ</i>	4,98	165,23
<i>M</i>	7,53	177,3
<i>A</i>	12,7	112,74
<i>M</i>	16,6	64,73
<i>I</i>	20,72	39,63
<i>I</i>	22,58	31,36
<i>A</i>	22,06	54,65
<i>Σ</i>	18,61	54,96
<i>O</i>	14,32	202,6
<i>N</i>	9,46	277,4
<i>A</i>	6,3	188,76
<b>Σύνολο</b>		<b>1.517,19</b>

Πηγή: <http://meteovolos.gr/>, Πρόσβαση 19/07/2016.

Το Πήλιο διαθέτει ένα ποικιλόμορφο οικοσύστημα που περιλαμβάνει παράκτιες, πεδινές και ορεινές ζώνες. Είναι μία κατάφυτη περιοχή με εύφορο έδαφος και φιλοξενεί πολλά είδη χλωρίδας και πανίδας. Στα ορεινά του Πηλίου υπάρχουν χαραδρώσεις και φαράγγια που σε πολλά σημεία γκρεμίζονται προς τη θάλασσα. Έχει πυκνή βλάστηση που συνδυάζεται από φυλλοβόλα και παραποτάμια δάση και θαμνώνες αειφυλλων πλατύφυλλων. Όλο το Πήλιο διατρέχεται από ρέματα με παρόχθια δάση (<http://www.pezoporia.gr/>, Πρόσβαση 19/07/2016).

Στο Πήλιο υπάρχουν, επίσης καλλιεργούμενες εκτάσεις και εκτάσεις με λιόδενδρα κυρίως στο κεντρικό και νότιο Πήλιο από την πλευρά του Παγασητικού. Σε μεγαλύτερο υψόμετρο υπάρχουν μεγάλες εκτάσεις με ελαιώνες με αποτέλεσμα οι ντόπιοι να παράγουν λάδι, ενώ σε χαμηλότερο υψόμετρο υπάρχουν καλλιέργειες με οπωροφόρα δέντρα. Στη περιοχή υπάρχουν πολλά πλατάνια, ενώ σε κάποιους οικισμούς, όπως τα Λεχώνια υπάρχουν πολλές ποικιλίες λουλουδιών (ορτανσίες, γαρδένιες) [<http://www.discoverpelio.com/>, Πρόσβαση 19/07/2016].

Η παραλίες του Πηλίου βρίσκονται είτε από την μεριά του Αιγαίου, είτε στη μεριά του Παγασητικού. Κάποιες είναι αμμώδεις και περιβάλλονται από πυκνή βλάστηση και κάποιες παραλίες είναι άγριες και με βότσαλα. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι παραλίες του Πηλίου (<http://www.pelionweb.gr/>, Πρόσβαση 19/07/2016).

Πίνακας 3.7: Παραλίες Πηλίου

<i>Αγίο Πέλαγος</i>	<i>Παγασητικός</i>
Καμάρι	Κάτω Λεχώνια
Οβρυός	Κάτω Γατζέα
Ελίτσα	Συκιά
Άγιοι Σαράντα	Πλατανίδια
Χορευτό	Καλά Νερά
Πλάκα	Κορόπη
Άγιος Ιωάννης	Άφησος
Παπά Νερό	Λεφόκαστρο
Φακίστρα	Πάου
Μυλοπόταμος	Τρίκερι
Λημιώνας	
Λαμπινού	
Καλαμάκι	
Πανταζή Άμμος	
Ποτόκι	
Ποτιστικά	
Μελανή	
Πάλτση	

Μουρτιάς	
Κατηγιώργης	
Λύρη	
Καστρί	
Πλατανιάς	
Μικρό	

Πηγή: <http://www.pelionweb.gr/>, Πρόσβαση 19/07/2016

Λόγω του ιδιαίτερου φυσικού περιβάλλοντος και των ειδών πανίδας και χλωρίδας που φιλοξενεί έχει ενταχθεί στον Δίκτυο NATURA 2000 με το όνομα ‘Όρος Πήλιο’ και κωδικό GR1430008 στη κατηγορία ‘Ζώνες Ειδικές Προστασίας’ και με το όνομα ‘Όρος Πήλιο και Παράκτια Ζώνη’ και κωδικό GR1430001 στη κατηγορία ‘Ειδική Ζώνη Διατήρησης’ (<http://www.ypeka.gr/>, Πρόσβαση 19/07/2016).

### 3.5 ΑΝΘΡΩΠΟΓΕΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

#### 3.5.1 ΠΗΛΙΟΡΕΙΤΙΚΗ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ

Τα αρχοντικά του Πηλίου που σώζονται μέχρι και σήμερα χρονολογούνται στο τέλος του 18<sup>ου</sup> αιώνα και πρόκειται για τριώροφες και τετραώροφες λιθόκτιστες κατασκευές με τετράγωνη κάτοψη (<http://www.archaiologia.gr/>, Πρόσβαση 19/07/2016). Η περιοχή του Πηλίου χαρακτηρίζεται από αυτή την αρχιτεκτονική μέχρι σήμερα. Τα κτίσματα είναι κυρίως πυργόσπιτα, τριώροφα με λιτή γεωμετρία και ελάχιστα ανοίγματα (Οικονόμου και Οικονόμου, 2010).

Πέρα από τα αρχοντικά, ένα ακόμη χαρακτηριστικό της πηλιορείτικης αρχιτεκτονικής είναι οι κρήνες που υπάρχουν διάσπαρτες στους οικισμούς του Πηλίου. Χωρίζονται σε δύο είδη, τις απλές και τις σκεπαστές από τις οποίες η δεύτερη, όπως γίνεται κατανοητό αποτελείται από μία πιο πολύπλοκη κατασκευή (<http://www.discoverpelio.com/>,

Πρόσβαση 19/07/2016). Σημαντικό στοιχείο της ιδιαίτερης αρχιτεκτονικής του Πηλίου αποτελούν τα γεφύρια. Σύμφωνα με καταγραφή του Χαράτση (1993) υπάρχουν 49 πέτρινα τοξωτά γεφύρια εκ των οποίων 3 είναι πέτρινες υδατογέφυρες, ενώ υπάρχουν 7 πεζογέφυρες και 8 σιδηροδρομικές για τις ανάγκες της λειτουργίας της σιδηροδρομικής γραμμής του Πηλίου (Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων και Κέντρο Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης Μακρινίτσας, 2007).

Η αρχιτεκτονική αυτή οδήγησε στον χαρακτηρισμό των οικισμών του Πηλίου ως ‘Παραδοσιακοί οικισμοί’ σύμφωνα με νομοθετικό πλαίσιο με σκοπό τη προστασία και διατήρηση του παραδοσιακού τους χαρακτήρα. Στον παρακάτω πίνακα φαίνονται οι οικισμοί και τα αντίστοιχα ΦΕΚ:

Πίνακας 3.8: Παραδοσιακοί οικισμοί Πηλίου

ΦΕΚ 594/Δ'/78	ΦΕΚ 374/Δ'/80 και 383/Δ'/97		
Άγιος Γεώργιος	Άγιος	Καλαμάκι	Μηλιές,
Άγιος Λαυρέντιος	Βλάσιος	(Πρόπαν),	Μούρεσι,
Άλλη Μεριά	Άγιος	Κάλαμος,	Νεοχώρι
Άφησος	Ιωάννης	Κατηγιώργης,	Νταμούχαρι,
Βυζίτσα	Άγιος	Κατηχώρι,	Ξουρίτσι,
Δρακειά	Δημήτριος	Κάτω	Ξυνόβρυση,
Ζαγορά	Αγία	Γατζέα,	Παναγιά
Κισσός	Κυριακή	Κάτω	Τρικεριού,
Μακρινίτσα	Άλλη Μεριά	Λεχώνια,	Πινακάτες
Μηλέαι	Αγριά	Κεραμίδι,	Πλατανιάς,
Νεοχώρι	Ανακασιά	Κερασιά,	Πλατανίδια
Νταμούχαρη	Άνω Γατζέα	Κισσός,	Πορταριά,
Πινακάτες	Άνω	Κορωπί,	Πουρί,
Πορταριά	Λεχώνια	Λαμπινού,	Προμύρι,
Πουρί	Αργαλαστή	Λαύκος,	Σταγιάτες,
Τρίκερι	Αφέται,	Λεφόκαστρο,	Συκή,
Τσαγκαράδα	Άφησος,	Λύρη,	Τρίκερι,
Χορευτό	Βένετο,	Μακρυνίτσα,	Τσαγκαράδα,
	Βυζίτσα,	Μακρυρράχη,	Χορευτό,
	Γλαφυραί	Μετόχι,	Χόρτο
	(Κάπουρνα),	Μηλίνα,	
	Δράκεια,		

	Ζαγορά, Καλά Νερά,		
--	-----------------------	--	--

Πηγή: <http://listedmonuments.culture.gr/>, Πρόσβαση 19/07/2016 και ίδια επεξεργασία

### 3.5.2 ΥΠΟΔΟΜΕΣ

Οι υποδομές μεταφορών στο Πήλιο δεν είναι αρκετά ικανοποιητικές. Υπάρχει το Εθνικό Οδικό Δίκτυο-Κυκλώματα Πηλίου, με συνολικό μήκος 321 χλμ. και κατατάσσεται σε Πρωτεύον, Δευτερεύον και Τριτεύον Εθνικό Οδικό Δίκτυο. Το δίκτυο διέρχεται από οικισμούς αυξάνοντας την επικινδυνότητα, κάποιοι δρόμοι είναι μη αποπερατωμένοι και οι προσβάσεις σε κάποιες ακτές είναι κακές. Στη περιοχή λειτουργεί η σιδηροδρομική γραμμή Κάτω Λεχώνια- Μηλιές, όπου βρίσκεται και ο σταθμός, που εξυπηρετεί το παραδοσιακό ‘τρενάκι του Πηλίου’. Επίσης, σε κάποιες παράκτιες περιοχές υπάρχουν μικρά λιμανάκια, ενώ στα Χάνια υπάρχει χιονοδρομικό κέντρο (Εταιρεία Ανάπτυξης Πηλίου, 2014).

Όσον αφορά τις πολιτιστικές υποδομές του Πηλίου υπάρχουν αξιόλογα μουσεία και αρχοντικά που μπορεί κάποιος να επισκεφτεί. Τα πιο σημαντικά είναι τα εξής (<http://www.visit-pilio.gr/>, Πρόσβαση 19/07/2016):

- Μουσείο λαϊκής τέχνης και ιστορίας Πηλίου: Αρχοντικό Τοπάζη στη Μακρυνίτσα.
- Λαϊκό Μουσείο: στο Χόρτο
- Λαογραφικό Μουσείο: στον Άγιο Δημήτριο
- Ιστορική βιβλιοθήκη και σχολή Μηλέων
- Βιβλιοθήκη Ζαγοράς
- Μουσείο Ελιάς και Λαδιού: στην Άνω Γατζέα

Υπάρχουν, επίσης διάφορα μνημεία, το κρυφό Σχολείο στη Τσαγκαράδα, η Νανοπούλειος Σχολή στην Αγία Παρασκευή, το ανοιχτό θέατρο Ξουριχτίου και πολλές εκκλησίες και μοναστήρια (<http://www.pelionweb.gr/>, Πρόσβαση 19/07/2016).

### 3.6 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Το Πήλιο είναι ένας ελκυστικός τουριστικός προορισμός τόσο το χειμώνα, όσο και το καλοκαίρι και αυτό οφείλεται στο ότι συνδυάζει τους δύο βασικούς τουριστικούς πόλους, την θάλασσα και το βουνό. Είναι μία ώριμη περιοχή, υψηλής αναγνωρισιμότητας και τουριστικής ελκυστικότητας για τουρίστες κυρίως από το εξωτερικό, καθώς η φήμη του είναι διεθνής (Πολύζος και Σαράτσης, 2013).

Οι εναλλαγές του τοπίου και του περιβάλλοντος της περιοχής δίνει την δυνατότητα ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού (<http://www.pelionweb.gr/>, Πρόσβαση 19/07/2016):

**Θρησκευτικός Τουρισμός:** Ο πολιτιστικός και θρησκευτικός πλούτος της περιοχής είναι μεγάλος και πολύτιμος. Περιλαμβάνει μεγάλο αριθμό εκκλησιών και Μοναστηρίων εκ των οποίων οι πιο σημαντικές εκκλησίες είναι η Αγία Μαρίνα στον Κισσό, η εκκλησία του Αγίου Βλάσιου, το Μοναστήρι Παμμεγίστων Ταξιαρχών στον Άγιο Γεώργιο κ.ά. Η ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού αποδίδει αρκετά οφέλη στη περιοχή του Πηλίου, καθώς πέρα από την ανάδειξη του θρησκευτικού και πολιτιστικού του αποθέματος, αυξάνεται και η επισκεψιμότητα σε μη τουριστικές περιόδους.

**Οικοτουρισμός:** Όπως αναλύθηκε προηγουμένως το Πήλιο διαθέτει ένα ποικιλόμορφο φυσικό περιβάλλον, έχει πλούσια ορνιθοπανίδα και βλάστηση έχοντας δυνατότητες ανάπτυξης του φυσιολατρικού τουρισμού. Αρκετοί επισκέπτες πηγαίνουν στο Πήλιο με σκοπό να ασχοληθούν με δραστηριότητες, όπως παρατήρηση πουλιών και ζώων, συλλογή άγριων φρούτων, καρπών και βοτάνων.

Ένας επισκέπτης του Πηλίου μπορεί να ασχοληθεί με τα χειμερινά σπορ, καθώς στα Χάνια υπάρχει Χιονοδρομικό Κέντρο, με πεζοπορία, θαλάσσια σπορ και ποδήλατο βουνού. Τα μονοπάτια που υπάρχουν στην περιοχή είναι τα εξής (<http://www.magnesia.gr/gis>, Πρόσβαση 19/07/2016):

- Άφησος-Αφέτες
- Ζαγορά-Χορευτό
- Καλά Νερά- Μηλιές
- Κισσός-Μούρεσι-Άγιος Ιωάννης
- Μηλιές-Βυζίτσα
- Μηλιές-Τσαγκαράδα
- Μούρεσι-Νταμούχαρη



- Χάνια-Κισσός
- Χάνια-Τσαγκαράδα
- Χόρτο-Λεφόκαστρο

Χάρτης 3.2: Μονοπάτια Πηλίου



Πηγή: <http://www.magnesia.gr/gis>, Πρόσβαση 19/07/2016, ίδια επεξεργασία.

### 3.7 ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

Το Πήλιο, γνωστό και ως το βουνό των Κενταύρων, διαθέτει μία πλούσια ιστορία και πολιτισμό. Στους οικισμούς του Πηλίου διοργανώνονται κάθε χρόνο διάφορα ειδικά γεγονότα, όπως πανηγύρια, φεστιβάλ, συνέδρια κ.α. Για παράδειγμα, τον Ιούλιο του 2016 πραγματοποιήθηκε για πρώτη χρονιά ένα τριήμερο σεμινάριο αυτογνωσίας στις Πινακάτες Πηλίου, περιλαμβάνοντας διαλογισμό, γιόγκα, ενημέρωση για τη διατροφή και άλλες δραστηριότητες (<http://www.psychological-opinions.gr/>, Πρόσβαση 20/07/2016). Επίσης στον Άγιο Λαυρέντιο κάθε χρόνο διοργανώνεται ένα φεστιβάλ που αφορά τις τέχνες, το Μουσικό Χωριό (<http://www.music-village.gr/>, Πρόσβαση 20/07/2016).

Στη περιοχή του Πηλίου δραστηριοποιούνται πολλοί πολιτιστικοί, αγροτικοί και αθλητικοί σύλλογοι. Στη Περιφερειακή Ενότητα Μαγνησίας δραστηριοποιούνται 120 σύλλογοι και στο Πήλιο επτά συνεταιρισμοί (<http://www.grparadosi.com/>, Πρόσβαση 20/07/2016).

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ**

Η καταγραφή και ανάλυση των καταλυμάτων που διαθέτει η ευρύτερη περιοχή του Πηλίου πραγματοποιήθηκε τον μήνα Αύγουστο του έτους 2016 με σκοπό να καταμετρηθεί το ξενοδοχειακό δυναμικό της περιοχής, αλλά και των ξενοδοχείων που παρέχουν ήδη υπηρεσίες ευεξίας. Επίσης, έγινε καταγραφή των συλλόγων ορειβασίας και πεζοπορίας και αθλητικών συλλόγων που δραστηριοποιούνται στη περιοχή του Πηλίου, καθώς πραγματοποιούν δραστηριότητες που μπορούν να συμπεριληφθούν σε πακέτα ευεξίας, αναπτύσσοντας έτσι τις υπηρεσίες που θα παρέχει του Πήλιο στους ενδιαφερόμενους επισκέπτες. Πιο συγκεκριμένα, έγινε έρευνα σύμφωνα με την οποία προέκυψαν τα καταλύματα του Πηλίου που είναι μέλη της Ένωσης Ξενοδόχων της Περιφερειακής Ενότητας Μαγνησίας. Τα καταλύματα αυτά κατηγοριοποιήθηκαν ως εξής σύμφωνα με τις οδηγίες του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου της Ελλάδας, αλλά και των υπηρεσιών ευεξίας που προσφέρουν:

- Ξενοδοχεία:
  - \*\*\*\*\*(5 αστερών)
  - \*\*\*\* (4 αστερών)
  - \*\*\* (3 αστερών)
  - \*\* (2 αστερών)
  - \* (1 αστεριού)
  
- Παραδοσιακά Καταλύματα:
  - LUX
  - A
  - B

Χρησιμοποιώντας στοιχεία της Ένωσης Ξενοδόχων Μαγνησίας, δηλαδή μία λίστα των εγγεγραμμένων μελών της ένωσης, και στοιχεία από επιτόπια και διαδικτυακή έρευνα έγινε ποσοτική ανάλυση των καταλυμάτων, καθώς και ανάλυση των υπηρεσιών ευεξίας εφόσον αυτές υφίστανται. Η καταγραφή των συλλόγων ορειβασίας και πεζοπορίας του Πηλίου έγινε μέσω αναζήτησης στο διαδίκτυο, αλλά και με προσωπική επικοινωνία. Στη συνέχεια, τα στοιχεία αποτυπώθηκαν σε χάρτες οι οποίοι παρουσιάζονται στο παρακάτω κεφάλαιο. Τέλος, καταγράφηκαν τα καταφύγια της περιοχής του Πηλίου που

εξυπηρετούν τους ορειβατικούς συλλόγους και όχι μόνο, διαθέτοντας έναν μικρό αριθμό κλινών. Η διαδικασία της έρευνας περιελάμβανε και την σύνταξη ενός ερωτηματολογίου το οποίο μοιράστηκε σε άτομα που έχουν επισκεφτεί το Πήλιο ή παραθέριζαν σε αυτό κατά τη διάρκεια της έρευνας. Στα παρακάτω Τμήματα του κεφαλαίου παρουσιάζονται τα βήματα της διαδικασίας, περιλαμβάνοντας την επιλογή του δείγματος, την σύνταξη του ερωτηματολογίου και τον τρόπο ανάλυσης των δεδομένων.

#### 4.1 ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

Στο πλαίσιο της εργασίας διεξήχθη έρευνα με σκοπό την κατανόηση του βαθμού που οι επισκέπτες του Πηλίου θα επιθυμούσαν να απολαμβάνουν υπηρεσίες ευεξίας και κατά πόσο το ιδιαίτερο φυσικό τοπίο της περιοχής αποτελεί για αυτούς κίνητρο να επισκεφτούν αυτόν τον προορισμό για τουρισμό ευεξίας. Για την παραπάνω διαδικασία, κρίθηκε απαραίτητη η σύνταξη ενός ειδικά διαμορφωμένου ερωτηματολογίου, η σύσταση του οποίου βασίστηκε στη βιβλιογραφία, αλλά και στους στόχους που θέτει η παρούσα εργασία.

Πραγματοποιήθηκε επιτόπια έρευνα στην ευρύτερη περιοχή του Πηλίου και πιο συγκεκριμένα στους οικισμούς Χορευτό και Άγιος Ιωάννης, με τη μέθοδο τυχαίας διανομής ερωτηματολογίων τα οποία οι ερωτώμενοι συμπλήρωσαν ανώνυμα, αλλά και μέσω ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων. Πιο συγκεκριμένα δημιουργήθηκε μία διαδικτυακή πλατφόρμα που περιελάμβανε τις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου και τις αντίστοιχες απαντήσεις που είχαν μορφή κλίμακας και πολλαπλής επιλογής. Σκοπός της μεθόδου αυτής ήταν η μείωση του κόστους, καθώς και χρόνου πραγματοποίησης της έρευνας. Ο σχεδιασμός των ερωτηματολογίων πραγματοποιήθηκε τον μήνα Ιούλιο του έτους 2016. Στη συνέχεια μοιράστηκαν και συμπληρώθηκαν 119 ερωτηματολόγια. Τα άτομα που συμμετείχαν στην έρευνα και συμπλήρωσαν τα ερωτηματολόγια ήταν άτομα που κατά τη χρονική διάρκεια της έρευνας βρίσκονταν στο Πήλιο για διακοπές, αλλά και άτομα που έχουν επισκεφτεί το Πήλιο γενικά, η προσέγγιση των οποίων έγινε μέσα από οικογενειακές και κοινωνικές συναναστροφές. Τα ποσοστά των αντρών και γυναικών που συμμετείχαν στην έρευνα είναι τυχαία και η έρευνα περιλαμβάνει ηλικιακές ομάδες από 18 ετών και άνω. Τέλος, η έρευνα πραγματοποιήθηκε το πρώτο δεκαπενθήμερο του Αυγούστου του έτους 2016 και πραγματοποιήθηκε με επιτυχία. Παρ' όλα αυτά, η έρευνα αφορά Έλληνες τουρίστες που επισκέφθηκαν του Πηλίου, καθώς παρουσιάστηκε

δυσκολία στη συλλογή του επιθυμητού αριθμού δείγματος από τους αλλοδαπούς τουρίστες του Πηλίου. Μία τέτοιου είδους έρευνα απαιτούσε περισσότερο χρόνο και μεγαλύτερο κόστος πράγμα που δεν ήταν εφικτό στα πλαίσια της εργασίας.

#### 4.2 ΔΟΜΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Η συλλογή των στοιχείων έγινε με τη βοήθεια ερωτηματολογίου το οποίο περιελάμβανε δεκατέσσερις (14) ερωτήσεις κλειστού τύπου και μία (1) ερώτηση ανοιχτού τύπου. Από τις δεκαπέντε (15) ερωτήσεις του ερωτηματολογίου, οι πέντε (5) αφορούσαν το προφίλ των ερωτώμενων και οι υπόλοιπες δέκα (10) ερωτήσεις αφορούσαν το ειδικό μέρος της έρευνας. Πιο συγκεκριμένα, το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει ερωτήσεις για την οικογενειακή κατάσταση, την απασχόληση, την περιοχή προέλευσης και προσωπικές απόψεις για τον τουρισμό ευεξίας και τις υπηρεσίες του.

Οι ερωτήσεις δημογραφικού περιεχομένου που κλήθηκαν να απαντήσουν οι επισκέπτες του Πηλίου αφορούσαν το φύλο, την ηλικία και την οικογενειακή κατάσταση. Στη συνέχεια ερωτήθηκαν για την περιοχή προέλευσης, όπου υπήρχαν συγκεκριμένες απαντήσεις όπως Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Θεσσαλία και πιο γενικές όπως Βόρεια και Υπόλοιπη Ελλάδα έτσι ώστε να γίνει πιο εύκολη η επεξεργασία των δεδομένων. Σκοπός του ερωτηματολογίου είναι να κατανοηθεί αν οι επισκέπτες ενδιαφέρονται για τον τουρισμό ευεξίας και αν το τοπίο είναι κίνητρο για να επισκεφτούν έναν προορισμό για τον συγκεκριμένο λόγο. Για τον παραπάνω λόγο στο ερωτηματολόγιο υπήρχαν ερωτήσεις που αφορούσαν τον λόγο που επισκέφτηκαν το Πήλιο, το κατά πόσο θα επιθυμούσαν να υπάρχουν πακέτα ευεξίας και με πιο κίνητρο θα επισκέπτονταν έναν προορισμό για τουρισμό ευεξίας. Οι έννοιες που χρησιμοποιήθηκαν στο ερωτηματολόγιο, όπως υπηρεσίες και πακέτα ευεξίας, μπορούσαν να γίνουν κατανοητές από τις αντίστοιχες απαντήσεις που έπρεπε να επιλέξουν οι ερωτώμενοι. Τέλος, οι ερωτώμενοι είχαν τη δυνατότητα να εκφράσουν τις σκέψεις τους επί του θέματος μέσω τις ανοιχτής ερώτησης στο τέλος του ερωτηματολογίου.

### 4.3 ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

Με την ολοκλήρωση της συλλογή των 119 ερωτηματολογίων, ακολούθησε η επεξεργασία των μεταβλητών που διερευνήθηκαν. Η επεξεργασία των στοιχείων έγινε με το πρόγραμμα SPSS 19.0. Αναλυτικότερα, έγινε εισαγωγή των δεδομένων στο λογισμικό που προαναφέρθηκε και με την κατάλληλη επεξεργασία υπολογίστηκαν τα ποσοστά των απαντήσεων που δόθηκαν και δημιουργήθηκαν τα αντίστοιχα διαγράμματα που τα απεικονίζουν. Για την ανάλυση των στοιχείων πραγματοποιήθηκε η παρουσίαση των δεδομένων που προέκυψαν από την έρευνα, η ανάλυση των αποτελεσμάτων της επιτόπιας έρευνας και ο στατιστικός έλεγχος συσχέτισης και ανεξαρτησίας των μεταβλητών. Με τη βοήθεια των προγραμμάτων Microsoft Excel και SPSS 19.0, πραγματοποιήθηκαν κατανομές των συχνοτήτων για τις μεταβλητές που μελετήθηκαν. Στη συνέχεια, σχολιάστηκαν τα διαγράμματα των συχνοτήτων αυτών στο κεφάλαιο της παρουσίασης των αποτελεσμάτων των ερωτηματολογίων. Το τελικό βήμα ήταν η πραγματοποίηση συσχετίσεων μεταξύ των μεταβλητών που ερευνήθηκαν με τον έλεγχο ανεξαρτησίας  $X^2$  η οποία διαδικασία παρουσιάζεται αναλυτικότερα στο επόμενο τμήμα.

### 4.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΛΕΓΧΟΥ ΑΝΕΞΑΡΤΗΣΙΑΣ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ

#### 4.4.1 ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ

Η μέθοδος  $X^2$  ή έλεγχος ανεξαρτησίας μεταβλητών, χρησιμοποιείται γενικά για να εκτιμήσουμε αν δύο ή περισσότερες μεταβλητές οι οποίες αποτελούνται από δεδομένα συχνοτήτων διαφέρουν σημαντικά μεταξύ τους. Όμως μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για να ελέγξει αν ένα μοναδικό δείγμα διαφέρει σημαντικά από ένα γνωστό πληθυσμό. Στη παρούσα φάση χρησιμοποιείται η μέθοδος της απλής συσχέτισης διότι συγκρίνονται οι μεταβλητές ανά δύο μεταξύ τους. Πιο συγκεκριμένα, λόγω του ότι οι συγκεκριμένες μεταβλητές είναι επί το πλείστον «ποιοτικές» μεταβλητές όπως π.χ. ‘Σε ποιο βαθμό θα σας ενδιέφερε να συνδυάσετε τις διακοπές σας γενικά με πακέτα ευεξίας;’, ‘Σε ποιο βαθμό θα λέγατε ότι οι διακοπές στο Πήλιο σας προσέφεραν σωματική και ψυχική ευεξία;’ κ.α. είναι δύσκολο να μετρηθούν τα ποιοτικά χαρακτηριστικά. Η κατάλληλη στατιστική διαδικασία για την εκτίμηση και τον έλεγχο της συσχέτισης ή της ανεξαρτησίας δύο ποιοτικών μεταβλητών είναι ο Έλεγχος Ανεξαρτησίας  $X^2$ . Η μέθοδος

αυτή χρησιμοποιήθηκε για να διαπιστωθεί αν υπάρχει εξάρτηση μεταξύ δύο μεταβλητών  $X$  και  $Y$ .

Η διαπίστωση κάθε ελέγχου υποθέσεων περιλαμβάνει τη μηδενική ( $H_0$ ) και την εναλλακτική υπόθεση ( $H_1$ ) και έχει την εξής μορφή:

( $H_0$ ): Τα χαρακτηριστικά  $X$  και  $Y$  του δείγματος κατανέμονται ανεξάρτητα στον πληθυσμό, δηλαδή οι μεταβλητές είναι ανεξάρτητες.

( $H_1$ ): Τα χαρακτηριστικά  $X$  και  $Y$  του δείγματος δεν κατανέμονται ανεξάρτητα στον πληθυσμό, δηλαδή οι μεταβλητές είναι εξαρτημένες.

#### 4.4.2 ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ

Η τιμή της στατιστικής  $X^2$  συγκρίνεται με τη πιθανότητα παρατήρησης της τιμής αυτής (P-value) και οδηγεί στα ακόλουθα συμπεράσματα:

Αν P-value  $> 0,10$  τότε γίνεται δεκτή η μηδενική υπόθεση ( $H_0$ ), δηλαδή οι μεταβλητές είναι ανεξάρτητες.

Αν P-value  $< 0,10$  τότε γίνεται δεκτή η εναλλακτική υπόθεση ( $H_1$ ), δηλαδή οι μεταβλητές συσχετίζονται σε επίπεδο σημαντικότητας 10%.

Αν P-value  $< 0,05$  τότε γίνεται δεκτή η εναλλακτική υπόθεση ( $H_1$ ), δηλαδή οι μεταβλητές συσχετίζονται σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Αν P-value  $< 0,01$  γίνεται δεκτή η εναλλακτική υπόθεση ( $H_1$ ), δηλαδή οι μεταβλητές συσχετίζονται σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. (Κολυβά και Μπόρα, 1998)

Επομένως, με τη βοήθεια του προγράμματος SPSS 19.0 έγινε επεξεργασία των μεταβλητών του ερωτηματολογίου ανά δύο και κάθε φορά προέκυπταν δύο πίνακες εκ των οποίων ο ένας ήταν πίνακας διπλής εισόδου και περιελάμβανε τα ποσοστά της μίας μεταβλητής που αντιστοιχούσαν στην άλλη και ο δεύτερος πίνακας περιελάμβανε την πιθανότητα παρατήρησης της τιμής  $X^2$ . Οι παραπάνω υποθέσεις και περιορισμοί, αλλά και ο πίνακας που προέκυπτε κάθε φορά από την συσχέτιση των δύο μεταβλητών οδήγησαν σε συμπεράσματα που παρουσιάζονται στο κεφάλαιο παρουσίασης και σχολιασμού των αποτελεσμάτων της έρευνας με τον έλεγχο ανεξαρτησίας  $X^2$ .

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΥΠΑΡΧΟΝΤΩΝ ΠΑΡΟΧΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΕΥΕΞΙΑΣ

Περιοχή μελέτης της εργασίας, όπως έχει αναφερθεί είναι η ευρύτερη περιοχή του Πηλίου. Μέρος της έρευνας αποτελεί η καταγραφή των πάροχων υπηρεσιών ευεξίας που υπάρχουν στη περιοχής μελέτης. Στο τμήμα αυτό αναλύονται οι βασικοί πάροχοι υπηρεσιών ευεξίας, όπως αυτοί προέκυψαν από την βιβλιογραφία (ξενοδοχεία, θέρετρα και πνευματικά καταφύγια), αλλά και σύλλογοι που σύμφωνα με τις δράσεις που πραγματοποιούν μπορούν να προσφέρουν υπηρεσίες ευεξίας και να συμβάλλουν στην ανάπτυξη του τουρισμού ευεξίας στο Πήλιο.

### 5.1 ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ

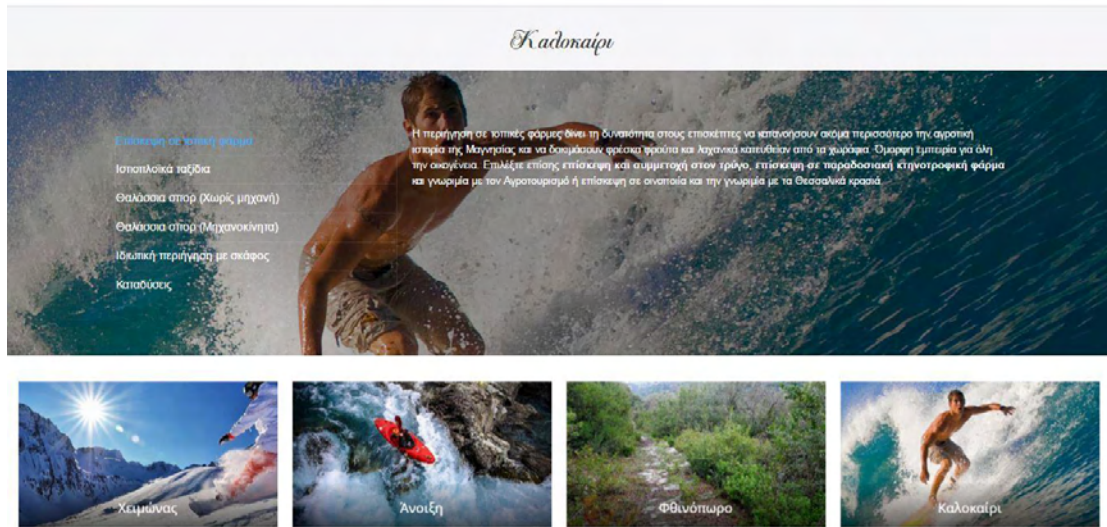
#### 5.1.2 ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

Η περιοχή του Πηλίου περιλαμβάνει πολλούς οικισμούς εκ των οποίων οι περισσότεροι είναι τουριστικοί προορισμοί με αποτέλεσμα να διαθέτουν έναν ικανοποιητικό ξενοδοχειακό δυναμικό. Άλλοι οικισμοί είναι ορεινοί, άλλοι παραθαλάσσιοι με αποτέλεσμα τα καταλύματα να διαθέτουν παροχές και υπηρεσίες ανάλογες με τις επιθυμίες των επισκεπτών. Πιο συγκεκριμένα, ένας τουρίστας που επιλέγει έναν ορεινό προορισμό, είναι πολύ πιθανό να έχει διαφορετικές απαιτήσεις και επιθυμίες από κάποιον που επιλέγει έναν παραθαλάσσιο προορισμό. Ο συνολικός αριθμός καταλυμάτων στο Πήλιο είναι 199 και παρακάτω αναλύονται ανάλογα τις υπηρεσίες και την κατηγοριοποίησή τους και απεικονίζονται σε χάρτες, όπου φαίνεται η τοποθεσία τους.

Στη περιοχή του Πηλίου υπάρχουν δύο 5\* ξενοδοχεία. Η υπηρεσίες που προσφέρουν στον πελάτη ποικίλουν. Πέρα από το εστιατόριο, την καφετέρια και την πισίνα, τα ξενοδοχεία διαθέτουν σπα, χαμάμ, τζακούζι, σάουνα, γυμναστήριο και επιτραπέζιο τένις. Στις ηλεκτρονικές ιστοσελίδες τους προτείνουν τις διαδρομές - μονοπάτια του Πηλίου για πεζοπορία, ενώ ανάλογα με την εποχή προτείνονται δραστηριότητες, όπως σκι, ιπασία, κανό-καγιάκ, θαλάσσια σπορ. Οι παραπάνω υπηρεσίες και οι υποδομές των ξενοδοχείων μπορούν να συμβάλλουν στη δημιουργία ολοκληρωμένων πακέτων ευεξίας και στην ανάπτυξη του συγκεκριμένου είδους τουρισμού. Το ένα ξενοδοχείο βρίσκεται στη Τσαγκαράδα και το δεύτερο στην Αγριά, όπως απεικονίζονται στον παρακάτω χάρτη.

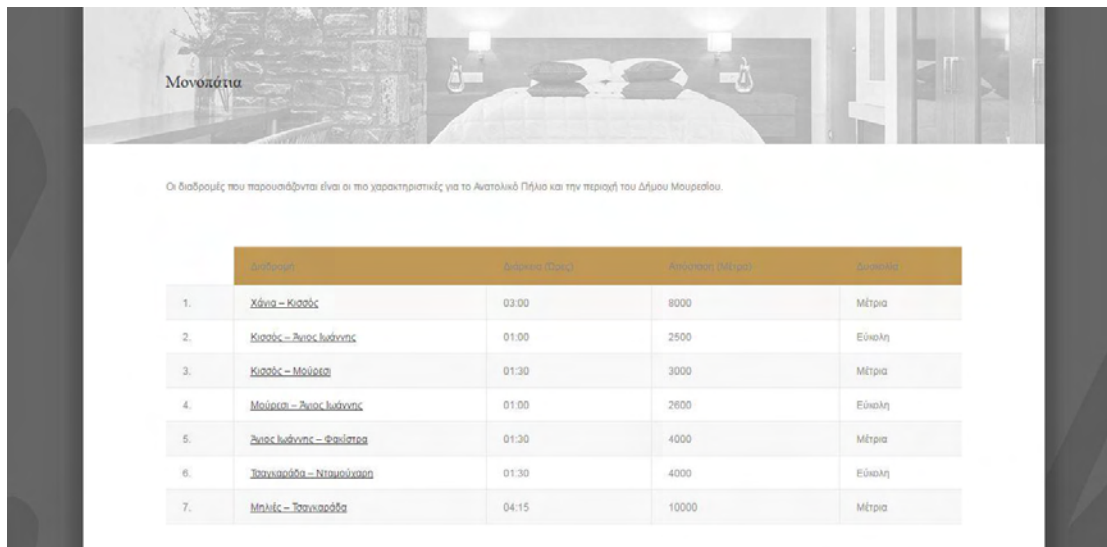


Εικόνα 5.1: Προτεινόμενες δραστηριότητες από 5\* ξενοδοχείο



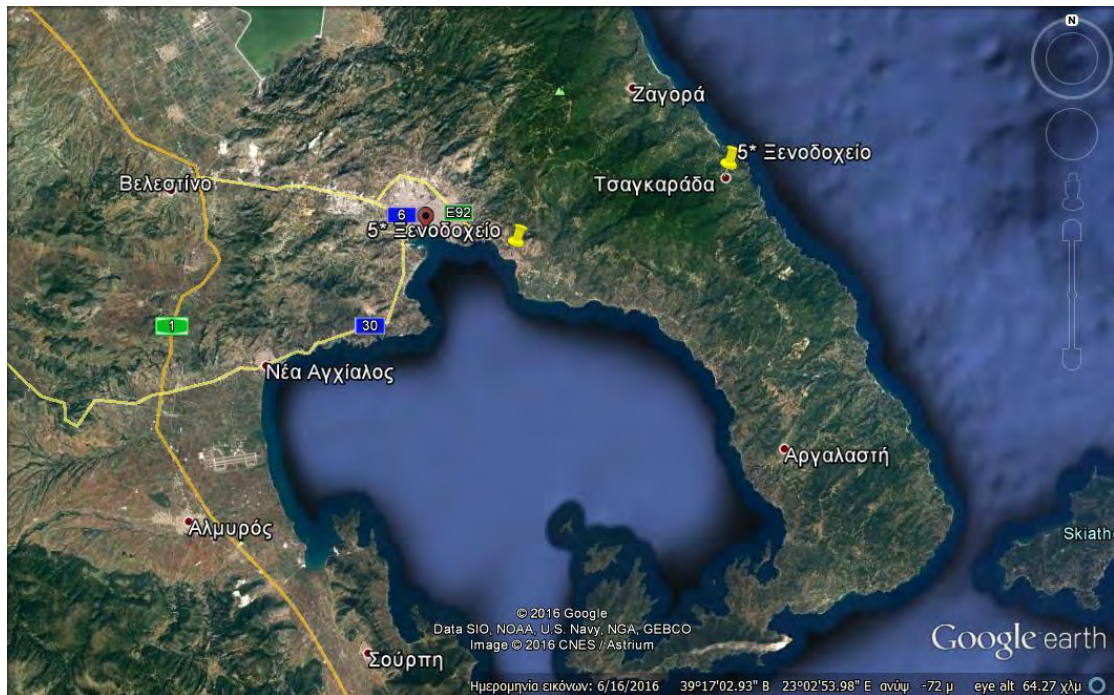
Πηγή: <http://valishotel.gr/>, Πρόσβαση 10/08/2016.

Εικόνα 5.2: Προτεινόμενες διαδρομές για πεζοπορία από 5\* ξενοδοχείο



Πηγή: <http://12hotel.gr/>, Πρόσβαση 10/08/2016.

Χάρτης 5.1: 5\* Ξενοδοχεία Πηλίου



Πηγή: Google Earth, ίδια επεξεργασία.

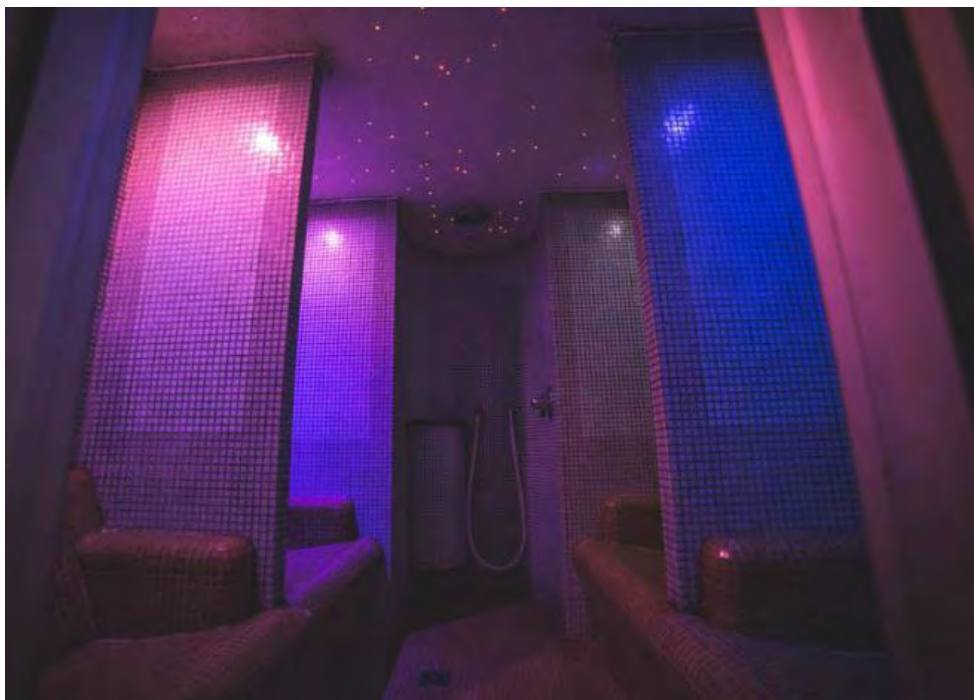
Στην ευρύτερη περιοχή του Πηλίου υπάρχουν πέντε 4\* ξενοδοχεία. Οι παροχές των ξενοδοχείων αυτών δεν διαφέρουν ιδιαίτερα από αυτές των 5\* ξενοδοχείων. Διαθέτουν πισίνα, εστιατόριο, σπα, χαμάμ, σάουνα, τζακούζι, γυμναστήριο, αίθουσες μασάζ, υδροθεραπεία. Πέρα από τις υπηρεσίες κάποια ξενοδοχεία προτείνουν/οργανώνουν δραστηριότητες, όπως πεζοπορία, ποδηλασία, ιστιοπλοΐα, σκι κ.ά. Τα ξενοδοχεία διαθέτουν υπηρεσίες και δραστηριότητες που προσφέρουν χαλάρωση και ηρεμία στον επισκέπτη διατηρώντας την ψυχική και σωματική του υγεία. Πολλές από αυτές τις δραστηριότητες συνδυάζονται με την επαφή του ατόμου με το ιδιαίτερο φυσικό τοπίο του Πηλίου. Τα ξενοδοχεία αυτά βρίσκονται στην Πορταριά και τον Μηλοπόταμο, όπως αυτά απεικονίζονται στο χάρτη.

Εικόνα 5.3: Υδροθεραπεία σε 4\* ξενοδοχείο



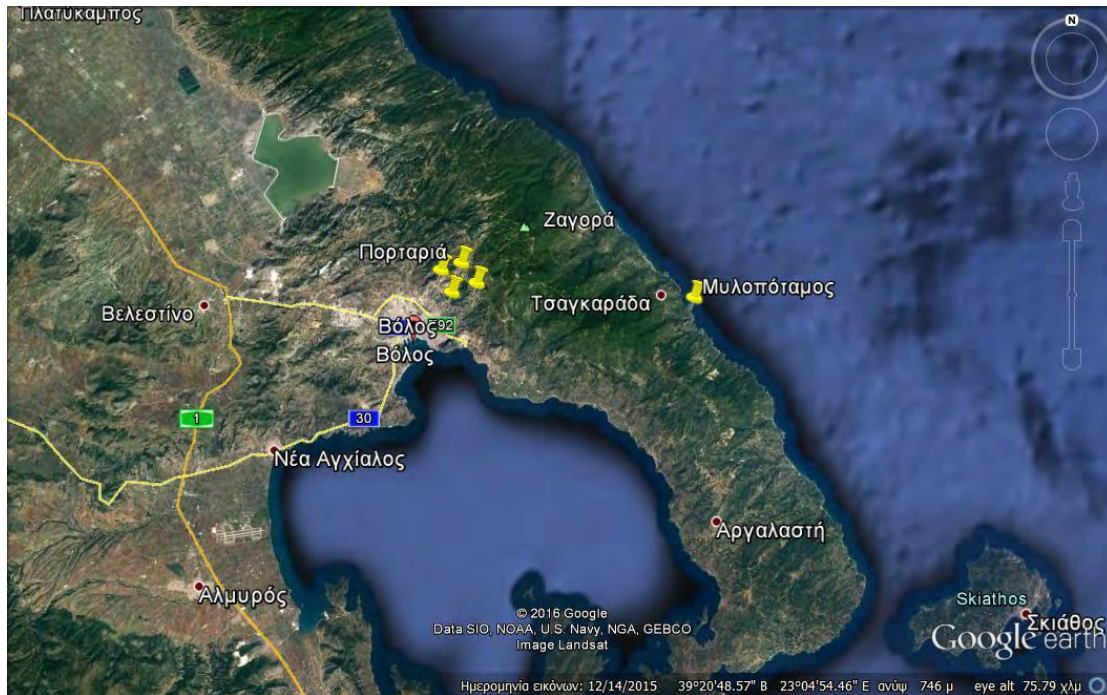
Πηγή: <http://www.portariahotel.gr/index.php/el/>, Πρόσβαση 10/08/2016

Εικόνα 5.4: Ατμόλουτρα σε 4\* ξενοδοχείο



Πηγή: <http://www.portariahotel.gr/index.php/el/>, Πρόσβαση 10/08/2016

Χάρτης 5.2: 4\* ξενοδοχεία στο Πήλιο



Πηγή: Google Earth, ίδια επεξεργασία.

Στη κατηγορία 3\* ξενοδοχεία, καταγράφηκαν στην ευρύτερη περιοχή Πηλίου 19 καταλύματα. Υπάρχει ένα στην Άφυσσο, ένα στον Άγιο Δημήτριο, τρία στον Άγιο Ιωάννη, ένα στον Άγιο Λαυρέντιο, ένα στο Μούρεσι, δύο στα Χάνια, ένα στη Ζαγορά, τέσσερα στη Ζαγορά, ένα στο Κατηχώρι, ένα στη Βυζίτσα, δύο στη Τσαγκαράδα και ένα στο Καλαμάκι. Τα περισσότερα ξενοδοχεία προφέρουν δραστηριότητες που φέρνουν τον επισκέπτη σε επαφή με την φύση, δελεάζοντας τον υποψήφιο πελάτη με τις πλούσιες περιγραφές του τοπίου μέσω των ηλεκτρονικών ιστοσελίδων τους. Πέρα από την πεζοπορία προτείνονται δραστηριότητες, όπως ορεινή ποδηλασία, τοξοβολία, ιπασία, καταδύσεις, εξερεύνηση στη φύση, κατάβαση φαραγγιών και αναρρίχηση. Τα ξενοδοχεία διαθέτουν πισίνα, εστιατόριο, αίθουσες πρωινού σερβίροντας φαγητά μεσογειακής διατροφής και αίθουσες πολλαπλών χρήσεων.

Εικόνα 5.5: Ορεινή ποδηλασία στο Πήλιο



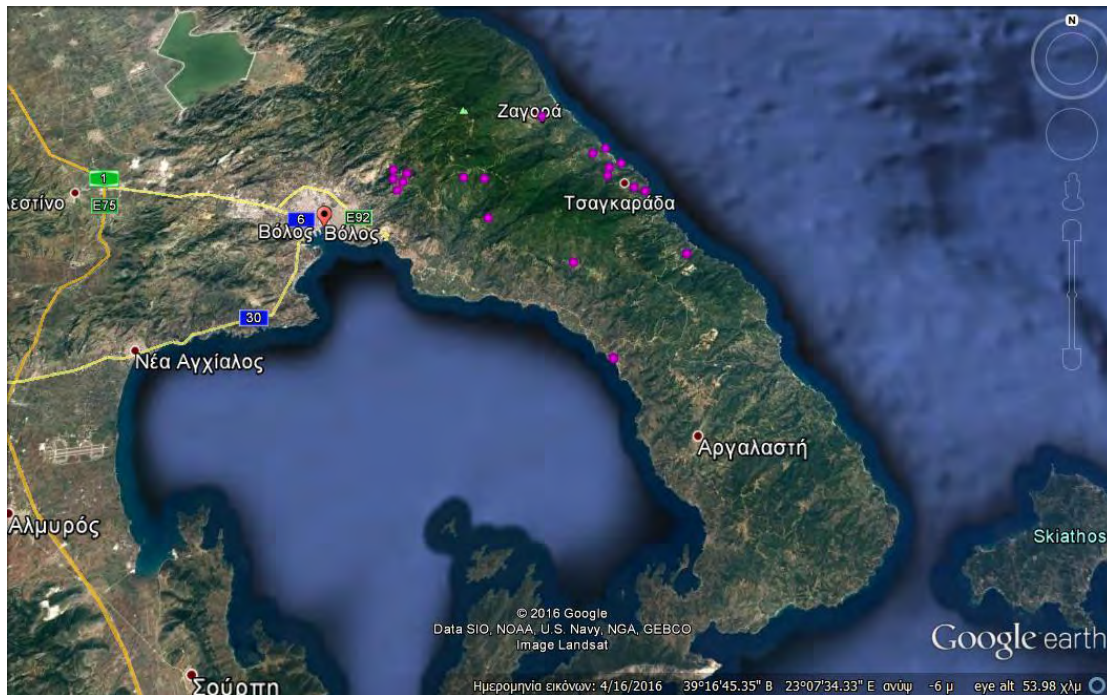
Πηγή: <http://www.terra-hotel-pelion.com/el/>, Πρόσβαση 10/08/2016

Εικόνα 5.6: Ιππασία στο Πήλιο



Πηγή: <http://www.terra-hotel-pelion.com/el/>, Πρόσβαση 10/08/2016

Χάρτης 5.3: 3\* ξενοδοχεία στο Πήλιο



Πηγή: Google Earth, ίδια επεξεργασία.

Στο Πήλιο, σύμφωνα με την καταγραφή, υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός 2\* ξενοδοχείων σε σχέση με αυτά των υπόλοιπων κατηγοριών που φτάνει στα 82 ξενοδοχεία. Αν και χαμηλότερης κατηγορίας, πολλά από τα 2\* ξενοδοχεία προσφέρουν στον επισκέπτη ξεχωριστές δραστηριότητες, όπως μαθήματα κεντήματος (μία δραστηριότητα που διώχνει το στρες και το άγχος), πεζοπορία και πικ-νικ συνδυάζοντάς τα με μουσική και δραστηριότητες που έχουν ήδη αναφερθεί, όπως ιπασία και ποδηλασία. Οι παροχές του ξενοδοχείου σε αυτή τη κατηγορία περιορίζονται στις βασικές, ενώ κάποια από αυτά διαθέτουν πισίνα. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται αναλυτικά ο αριθμός των ξενοδοχείων ανά περιοχή.

Πίνακας 5.1: Αριθμός 2\* ξενοδοχείων ανά οικισμό

Περιοχή	Αριθμός
Μακρινίτσα	3
Πορταριά	6
Άλλη Μεριά	1
Αγριά	1
Χάνια	2
Πλατανίδια	1
Καλά Νερά	13
Κάτω Γατζέα	2
Κορόπη	2
Άφυσσος	8
Κάλαμος	1
Χόρτο	2
Μηλίνα	1
Νησί Τρίκερι	1
Μικρό	1
Πλατανιάς	4
Καστρί	1
Πάλτση	1
Ξινόβρυση	1
Μηλιές	3
Τσαγκαράδα	6
Νταμούχαρη	2
Άγιος Ιωάννης	11
Κισσός	1
Χορευτό	7

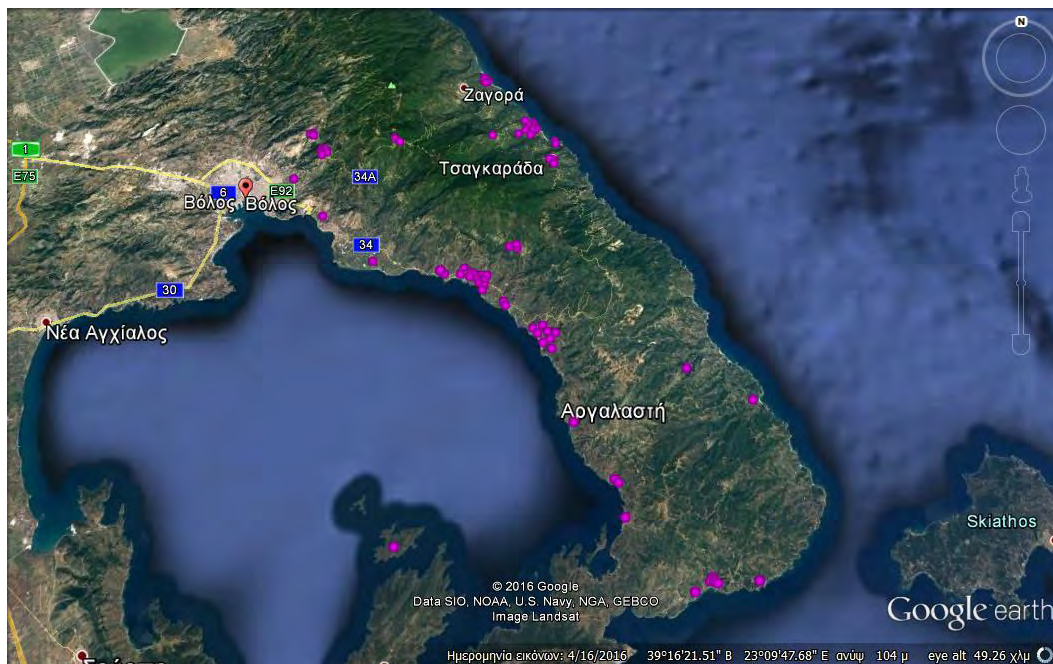
Πηγή: Ένωση Ξενοδόχων Μαγνησίας, Ιδία Επεξεργασία.

Εικόνα 5.7: Πεζοπορία και πικ-νικ (eat and walk) στην Πορταριά



Πηγή: <http://www.hotel-kritsa.gr/>, Πρόσβαση 10/08/2016

Χάρτης 5.4: 2\* ξενοδοχεία στο Πήλιο



Πηγή: Google Earth, ίδια επεξεργασία.



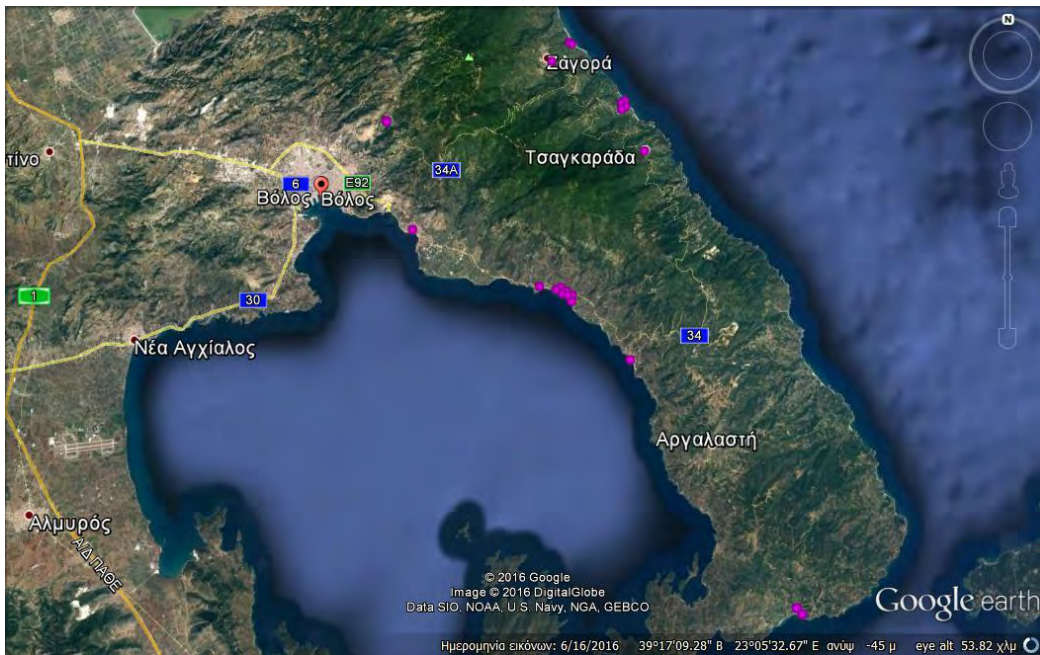
Τα ξενοδοχεία 1\* που διαθέτει το Πήλιο ανέρχονται στα 22. Τα ξενοδοχεία αυτά παρέχουν τις βασικές υπηρεσίες που έχει ανάγκη ένας τουρίστας πολλά από αυτά όμως διαθέτουν δικιά τους οργανωμένη παραλία, όπως και αρκετά ξενοδοχεία των υπόλοιπων κατηγοριών. Υπάρχουν δύο ξενοδοχεία στον Πλατανιά, ένα στην Άφυσσο, επτά στα Καλά Νερά, ένα στη Κάτω Γατζέα, ένα στην Αγριά, ένα στη Μακρινίτσα.

Πίνακας 5.2: Αριθμός ξενοδοχείων 1\* ανά οικισμό

Περιοχή	Αριθμός
Πλατανιάς	2
Άφυσσος	1
Καλά Νερά	7
Κάτω Γατζέα	1
Αγριά	1
Μακρινίτσα	1
Ζαγορά	1
Χορευτό	2
Άγιος Ιωάννης	4
Τσαγκαράδα	1

Πηγή: Ένωση Ξενοδόχων Μαγνησίας, Ιδία Επεξεργασία.

Χάρτης 5.5: 1\* ξενοδοχεία στο Πήλιο



Πηγή: Google Earth, ίδια επεξεργασία.

### 5.1.2 ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ

Τα παραδοσιακά καταλύματα κατηγοριοποιούνται σε LUX, A και B. Στη κατηγορία LUX, σύμφωνα με την καταγραφή ανήκουν τέσσερα καταλύματα δύο εκ των οποίων βρίσκονται στην Βυζίτσα, ένα στον Άγιο Γεώργιο Νηλείας και ένα στην Πορταριά. Στη κατηγορία A ανήκουν 51 καταλύματα, ενώ στη κατηγορία B ανήκουν 12. Παρουσιάζονται αναλυτικά στους παρακάτω πίνακες. Οι δραστηριότητες και παροχές των περισσότερων καταλυμάτων δεν διαφέρουν ιδιαίτερα από αυτές των ξενοδοχείων που ήδη αναφέρθηκαν για αυτό και στην παρούσα φάση δεν θα αναφερθούν.

Πίνακας 5.3: Αριθμός καταλυμάτων κατηγορίας Α ανά οικισμό

Περιοχή	Αριθμός
Αργαλαστή	1
Λαύκος	3
Μούρεςσι	3
Κισσός	2
Άγιος Λαυρέντιος	2
Πινακάτες	2
Άγιος Γεώργιος Νηλείας	2
Άνω Λεχώνια	1
Ζαγορά	6
Πουρί	1
Μακρινίτσα	8
Κουκουράβα	1
Αγία Κυριακή	1
Πορταριά	5
Άνω Βόλος	1
Βυζίτσα	5
Μηλιές	1
Τσαγκαράδα	5
Ξουριχτί	1

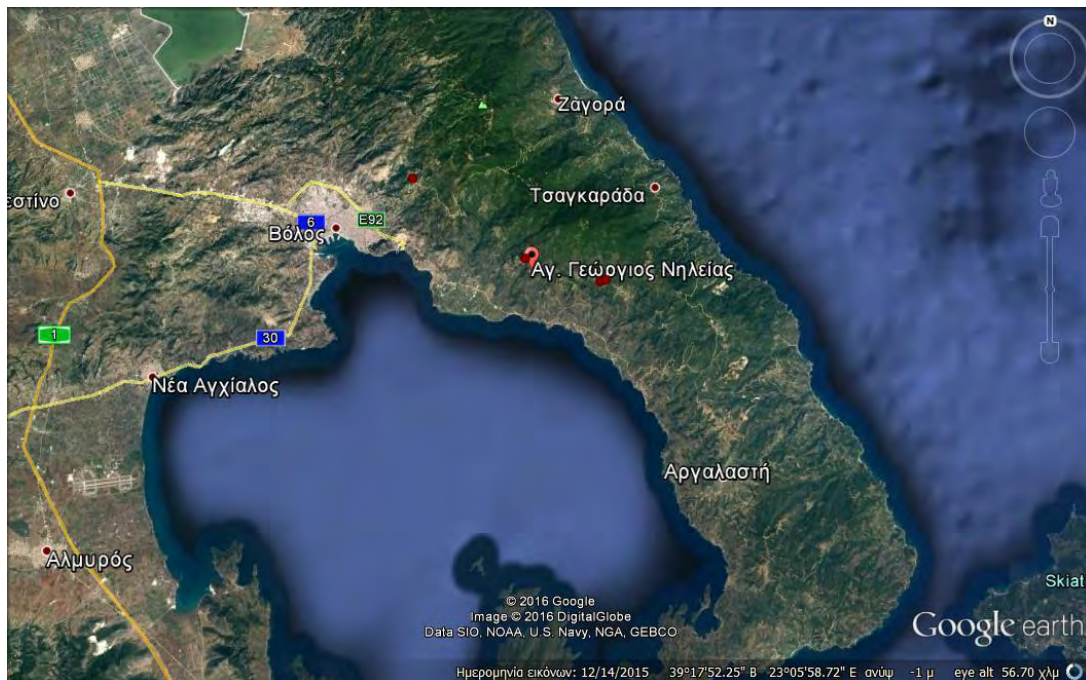
Πηγή: Ένωση Ξενοδόχων Μαγνησίας, Ιδία Επεξεργασία.

Πίνακας 5.4: Αριθμός καταλυμάτων κατηγορίας Β ανά οικισμό

Περιοχή	Αριθμός
Νεοχώρι	1
Μούρεσι	1
Πινακάτες	1
Άγιος Γεώργιος Νηλείας	1
Μακρινίτσα	4
Μηλίνα	1
Πορταριά	1
Μηλιές	1
Βυζίτσα	1

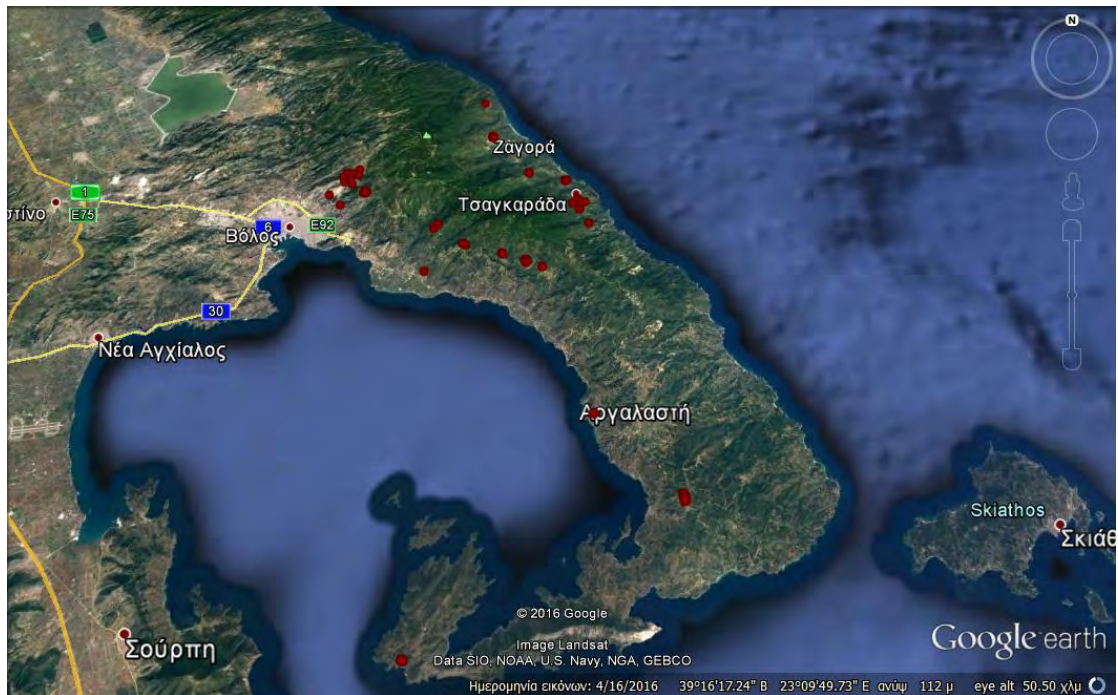
Πηγή: Ένωση Ξενοδόχων Μαγνησίας, Ιδία Επεξεργασία.

Χάρτης 5.7: Παραδοσιακά καταλύματα κατηγορίας LUX στο Πήλιο



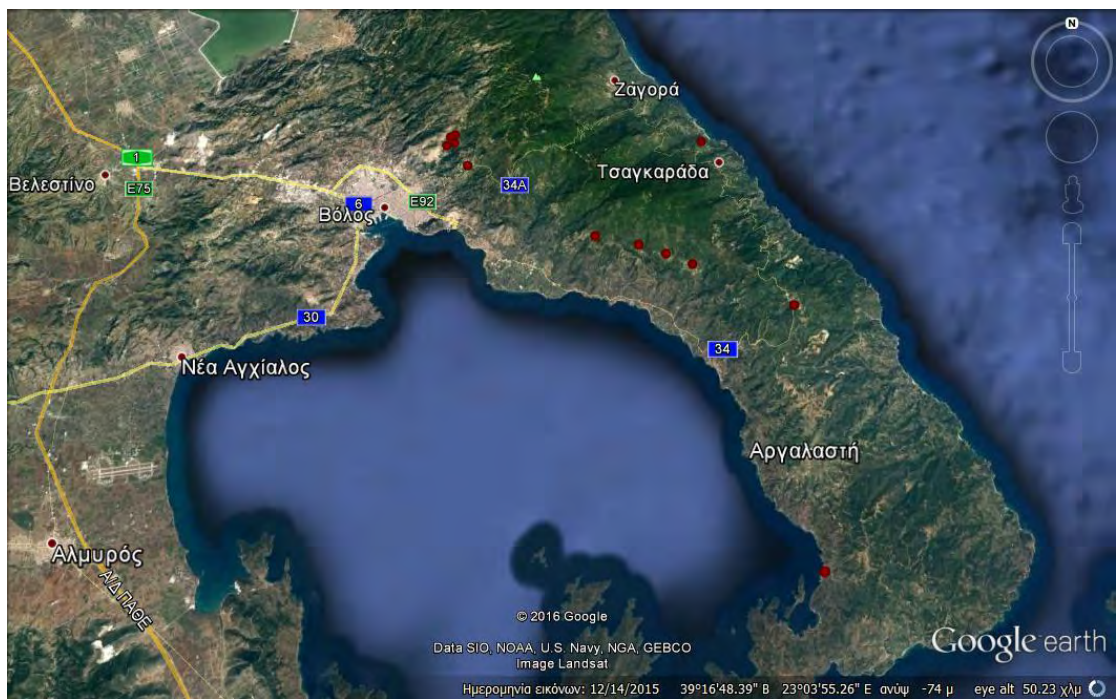
Πηγή: Google Earth, ίδια επεξεργασία.

Χάρτης 5.8: Παραδοσιακά καταλύματα κατηγορίας Α στο Πήλιο



Πηγή: Google Earth, ίδια επεξεργασία.

Χάρτης 5.9: Παραδοσιακά καταλύματα κατηγορίας Β στο Πήλιο



Πηγή: Google Earth, ίδια επεξεργασία.

## 5.2 ΣΥΛΛΟΓΟΙ ΟΡΕΙΒΑΣΙΑ ΚΑΙ ΠΕΖΟΠΟΡΙΑΣ

Το Πήλιο διαθέτει ένα αξιόλογο δίκτυο μονοπατιών για πεζοπορία τα οποία διασχίζουν τα πλούσια δάση της περιοχής. Η πεζοπορία στη φύση μπορεί να αποτελέσει μία δραστηριότητα ευεξίας, καθώς προσφέρει χαλάρωση στο άτομο και διατηρεί τη σωματική του υγεία. Υπάρχουν κάποιοι σύλλογοι στο Βόλο και στο Πήλιο που αναλαμβάνουν την οργάνωση εκδρομών για πεζοπορία στο Πήλιο, όπως επίσης ασχολούνται με την καθαριότητα των δασών, αλλά και την ανάδειξη του ιδιαίτερου φυσικού τοπίου του. Σύμφωνα με διαδικτυακή έρευνα και προσωπική επικοινωνία καταγράφηκαν οι εξής:

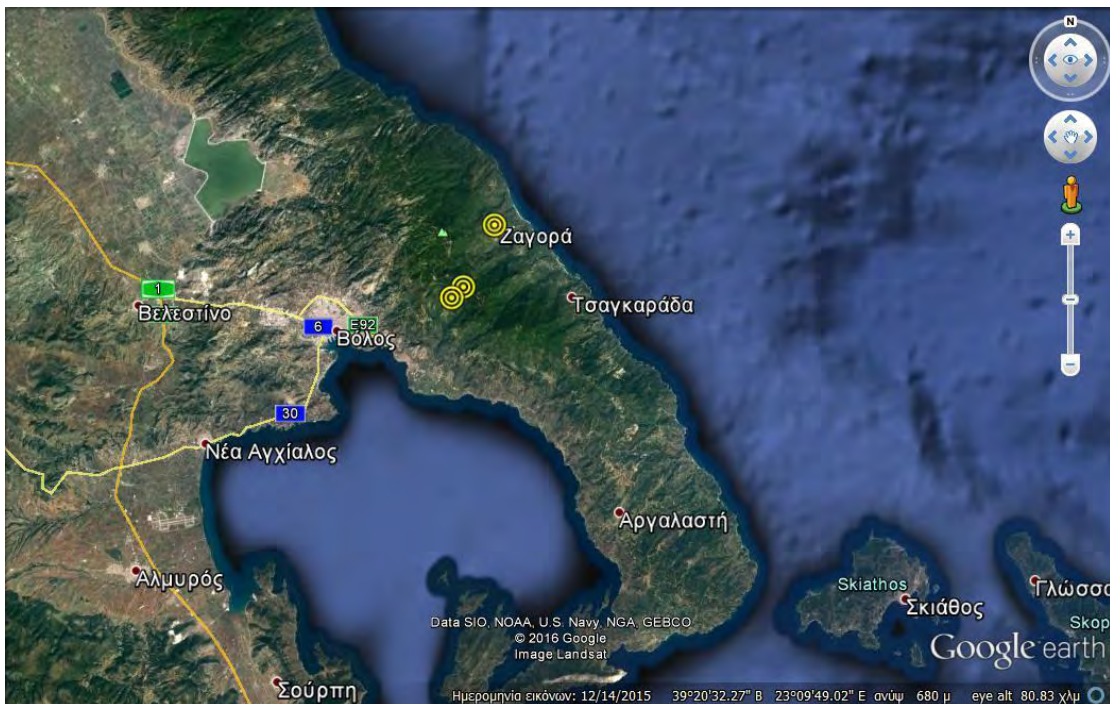
- Ο φυσιολατρικός σύλλογος ‘Παν’ είναι ένας από αυτούς τους συλλόγους στον Βόλο. Ο σύλλογος ιδρύθηκε το 1931 και οργανώνει εκδρομές στο Πήλιο, αλλά και στον υπόλοιπο ελλαδικό χώρο. Τα προγράμματά του περιλαμβάνουν απλές πεζοπορικές διαδρομές, καθώς και αναβάσεις.
- Ο Ελληνικός Ορειβατικός Σύλλογος Βόλου (ΕΟΣ) ιδρύθηκε το 1930 με πρώτη ανάβαση από την Πορταριά στο Πλιασίδι (<http://www.eosvolos.gr/>, Πρόσβαση 11/08/2016). Ο σύλλογος διαθέτει ειδικούς στη χιονοδρομία και την αναρρίχηση που αναλαμβάνουν την προπόνηση των ενδιαφερόμενων.
- Οι Φίλοι των καλντεριμιών του Νοτίου Πηλίου είναι ένας σύλλογος που όχι μόνο οργανώνει εκδρομές, αλλά συμμετέχει στη διαχείριση, διατήρηση και ανάδειξη των πεζοπορικών διαδρομών του Νοτίου Πηλίου. Ο Σύλλογος λειτουργεί από το 2007.

### 5.3 ΚΑΤΑΦΥΓΙΑ

Στη περιοχή του Πηλίου υπάρχουν τρία καταφύγια που εξυπηρετούν του συλλόγους πεζοπορίας και ορειβασίας. Σύμφωνα με τους υπάρχοντες συλλόγους δύο καταφύγια βρίσκονται στα Χάνια, καθώς εκεί βρίσκεται και το χιονοδρομικό κέντρο του Πηλίου και ένα στη Ζαγορά. Πιο συγκεκριμένα:

- Ορειβατικό καταφύγιο στα Χάνια, σε υψόμετρο 1250 μ. και 40 κλίνες. Το καταφύγιο αυτό χρησιμοποιείται από το σύλλογο 'Παν'.
- Ορειβατικό καταφύγιο στα Χάνια – Πηλεύς, σε υψόμετρο 1200 μ. και 33 κλίνες. Χρησιμοποιείται από τον ΕΟΣ Βόλου.
- Ορειβατικό Καταφύγιο στη Ζαγορά, σε υψόμετρο 480 μ. και 16 κλίνες. Χρησιμοποιείται επίσης από τον ΕΟΣ Βόλου.

Χάρτης 5.10: Ορειβατικά Καταφύγια Πηλίου



Πηγή: Google Earth, ίδια επεξεργασία.

#### 5.4 SWOT ΑΝΑΛΥΣΗ

Το Πήλιο βρίσκεται πολύ κοντά στη πόλη του Βόλου, όπου υπάρχουν κεντρικές λειτουργίες, Μέσα Μαζικής Μεταφοράς, αλλά και το αεροδρόμιο στην Αγχίαλο τα οποία μπορούν να εξυπηρετήσουν τους τουρίστες της περιοχής. Η περιοχή χαρακτηρίζεται για το ιδιαίτερο φυσικό περιβάλλον του το οποίο ελκύει ετησίως ένα μεγάλο αριθμό επισκεπτών. Η φύση του Πηλίου είναι ποικιλόμορφη συνθέτοντας ένα ιδιαίτερο τοπίο που αποτελείται από κατάφυτα δάση και από διάφορους τύπους παραλιών. Τα στοιχεία αυτά μπορούν να αποτελέσουν κίνητρα για έναν τουρίστα ευεξίας να επισκεφτούν την περιοχή. Στην ευρύτερη περιοχή του Πηλίου υπάρχουν διαδρομές για πεζοπορία και ποδηλασία δίνοντας έτσι τη δυνατότητα να αναπτυχθούν δραστηριότητες ευεξίας. Στα Χάνια, όπως ήδη αναφέρθηκε λειτουργεί χιονοδρομικό κέντρο, ενώ σε άλλες περιοχές ο επισκέπτης μπορεί να ασχοληθεί με τα θαλάσσια σπορ, δραστηριότητες που αποτελούν τάση στον παγκόσμιο τουρισμό ευεξίας. Σημαντικό στοιχείο είναι ότι υπάρχει ένα ικανοποιητικό ξενοδοχειακό δυναμικό, καθώς τα ξενοδοχεία αποτελούν έναν από τους κύριους πάροχους υπηρεσιών ευεξίας. Τέλος, η ύπαρξη αθλητικών συλλόγων, συνεταιρισμών, η παραγωγή τοπικών προϊόντων και η προθυμία των κατοίκων να συμβάλλουν στην ανάπτυξη της περιοχής τους μπορούν να οδηγήσουν στην ανάπτυξη δραστηριοτήτων που θα δώσουν τη δυνατότητα στο Πήλιο να αποτελέσει προορισμός για τουρισμό ευεξίας.

Δεδομένου ότι η φύση του Πηλίου αποτελεί ένα από τα δυνατά του σημεία για την προσέλκυση τουριστών ευεξίας, η ύπαρξη ατόμων που είναι φυσιολάτρες μπορεί να αποτελέσει μία ευκαιρία για την ανάπτυξη αυτού του είδους τουρισμού. Επίσης, ο τουρισμός ευεξίας βασίζεται σε άτομα που θέλουν να ξεφύγουν από το στρες της καθημερινότητας, καθώς αυτό που τους προσφέρει είναι χαλάρωση, επομένως η ανάγκη αυτή του ανθρώπου είναι μία επιπλέον ευκαιρία για την περιοχή του Πηλίου και τον τουρισμό ευεξίας. Οι άνθρωποι που ενδιαφέρονται για την υγιεινή ζωή, δίνοντας σημασία στη διατροφή και την άθληση, διατηρώντας έτσι τη σωματική και ψυχική τους υγεία, πολύ πιθανό να ενδιαφέρονται για ένα είδος τουρισμού, όπως ο τουρισμός ευεξίας, που περιλαμβάνει τα παραπάνω. Παρ' όλα αυτά για την ανάπτυξη του τουρισμού ευεξίας είναι αναγκαία η ύπαρξη προσωπικού που να γνωρίζει τεχνικές ευεξίας προκειμένου οι πάροχοι να προσφέρουν τις αντίστοιχες υπηρεσίες. Τέλος, ευκαιρία θα αποτελέσει η ενημέρωση του κοινού όσον αφορά την έννοια της ευεξίας και των υπηρεσιών της, καθώς και τα οφέλη της στον άνθρωπο.



Στην Ελλάδα η έννοια ευεξία δεν είναι αρκετά γνωστή και κατανοητή κάτι που αποτελεί ένα σημαντικό μειονέκτημα για τον τουρισμό ευεξίας και την ανάπτυξή του στο Πήλιο. Ο τουρισμός ευεξίας δεν αποτελεί μία διαδεδομένη μορφή τουρισμού στη χώρα και για αυτό το λόγο υπάρχουν ελάχιστοι πάροχοι υπηρεσιών ευεξίας, ιδιαίτερα στη περιοχή μελέτης. Επίσης, παρατηρήθηκε έλλειψη των κατάλληλων υποδομών, αλλά και εξοπλισμού. Στα περισσότερα ξενοδοχεία δεν υπάρχει εξειδικευμένο προσωπικό, ενώ όπου παρέχονται υπηρεσίες ευεξίας κοστίζουν αρκετά.

Η συνεχής ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού ή ακόμα και η εκδήλωση ενδιαφέροντος από τους τουρίστες για άλλες μορφές τουρισμού αποτελούν απειλές για την ανάπτυξη του τουρισμού ευεξίας. Επιπλέον, είναι γνωστό ότι εν καιρώ οικονομικής κρίσης ο τουρίστας αναζητά οικονομικές λύσεις για τις διακοπές του, επομένως τα ακριβά πακέτα ευεξίας αποτελούν επίσης κίνδυνο για το μέλλον αυτής της μορφής τουρισμού. Η απουσία ενδιαφέροντος του κοινού για τις υπηρεσίες ευεξίας και για ότι αυτές περιλαμβάνουν δεν αποτελεί ενθαρρυντικό στοιχείο. Τέλος, η μη συνεργασία των ξενοδοχείων με τους συλλόγους της περιοχής, αλλά και οποιονδήποτε φορέα μπορεί να συμβάλει στην ανάπτυξη του τουρισμού ευεξίας, αποτελεί μία επιπρόσθετη απειλή.

Πίνακας 5.5: Ανάλυση SWOT για το Πήλιο ως προορισμός τουρισμού ευεξίας

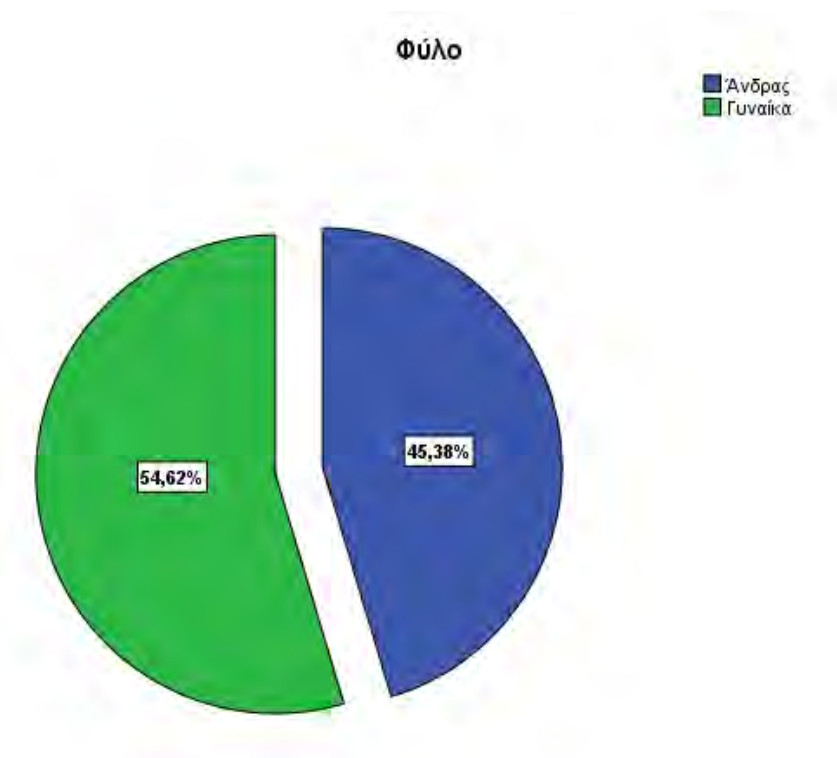
Δυνατά Σημεία	Ευκαιρίες
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Κοντά σε Αστικό Κέντρο</li> <li>• Αεροδρόμιο (Αγχιάλος)</li> <li>• Ιδιαίτερο Φυσικό Τοπίο</li> <li>• Δάση</li> <li>• Παραλίες</li> <li>• Διαδρομές Πεζοπορίας/Ποδηλασίας</li> <li>• Χιονοδρομικό Κέντρο</li> <li>• Θαλάσσια Σπορ</li> <li>• Ικανοποιητικό ξενοδοχειακό δυναμικό</li> <li>• Αθλητικοί/Πολιτιστικοί Σύλλογοι</li> <li>• Συνεταιρισμοί</li> <li>• Τοπικά Προϊόντα</li> <li>• Ενεργοί κάτοικοι</li> <li>• Δραστηριότητες ευεξίας</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Η ύπαρξη ατόμων που είναι φυσιολάτρες</li> <li>• Η ανάγκη του ατόμου για χαλάρωση και φυγή από την καθημερινότητα</li> <li>• Οι άνθρωποι που ενδιαφέρονται για την υγιεινή ζωή και την άθληση</li> <li>• Άτομα που επιλέγουν τακτικά το Πήλιο ως προορισμό</li> <li>• Η στροφή προς τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού</li> <li>• Η πρόσληψη προσωπικού που γνωρίζει τεχνικές ευεξίας</li> <li>• Η ενημέρωση του κοινού για την ευεξία και τα οφέλη της</li> </ul>
Αδυναμίες	Κίνδυνοι
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Έλλειψη γνώσης της έννοιας ‘ευεξίας’</li> <li>• Μη διαδεδομένη και ανεπτυγμένη μορφή τουρισμού</li> <li>• Έλλειψη παροχών που να προσφέρουν αποκλειστικά υπηρεσίες ευεξίας</li> <li>• Μικρός αριθμός απαραίτητων υποδομών</li> <li>• Έλλειψη εξοπλισμού</li> <li>• Μη εξειδικευμένο προσωπικό</li> <li>• Κακή κατάσταση οδικού δικτύου</li> <li>• Μεγάλο κόστος των υπηρεσιών ευεξίας των ξενοδοχείων</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Η συνεχής ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού</li> <li>• Το ενδιαφέρον του κοινού για άλλες μορφές τουρισμού</li> <li>• Η υποβάθμιση του περιβάλλοντος</li> <li>• Μη οικονομικά πακέτα ευεξίας</li> <li>• Η έλλειψη ενδιαφέροντος του κοινού για την ευεξία</li> <li>• Μη συνεργασία των ξενοδοχείων και των συλλόγων</li> </ul>

Πηγή: ίδια επεξεργασία

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ****6.1 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ**

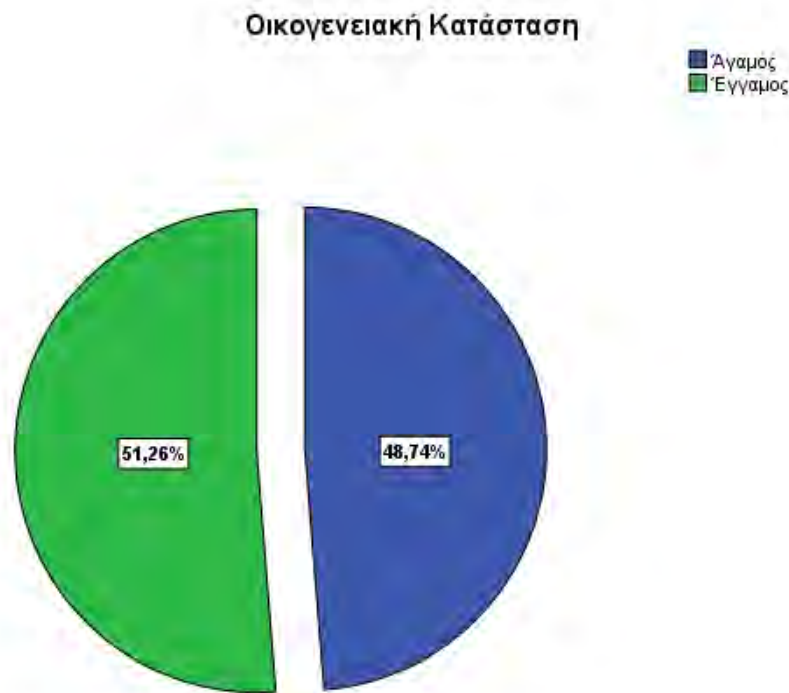
Στο κεφάλαιο αυτό γίνεται παρουσίαση των αποτελεσμάτων που προέκυψαν από τις απαντήσεις που έδωσαν τα άτομα που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο. Το δείγμα της έρευνας είχε μέγεθος 119 άτομα, που ζουν στην Ελλάδα και επισκέφτηκαν το Πήλιο για τις διακοπές τους την περίοδο που διεξήχθη η έρευνα. Πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά το φύλο των ατόμων που αποτελούν το δείγμα της έρευνας το 54,62% ήταν γυναίκες και το 45,38% ήταν άντρες. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στο παρακάτω γράφημα.

Γράφημα 6.1: Φύλο



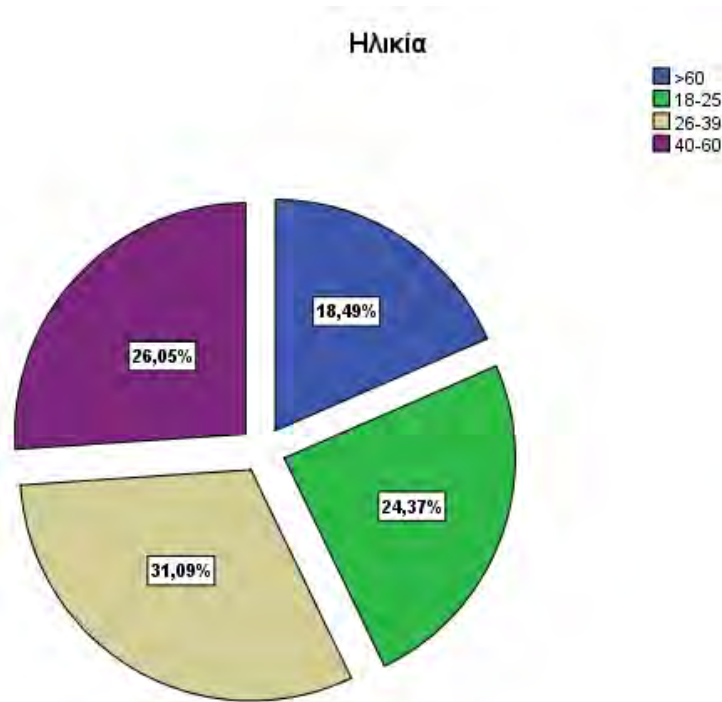
Η δεύτερη ερώτηση του ερωτηματολογίου που αφορούσε το προφίλ των ερωτώμενων ήταν η οικογενειακή κατάσταση. Το 51,26% του δείγματος δήλωσε έγγαμος, ενώ το 48,74% άγαμος, παρατηρείται λοιπόν ότι δεν υπάρχει μεγάλη διαφορά μεταξύ των έγγαμων και των άγαμων ερωτώμενων.

Γράφημα 6.2: Οικογενειακή Κατάσταση



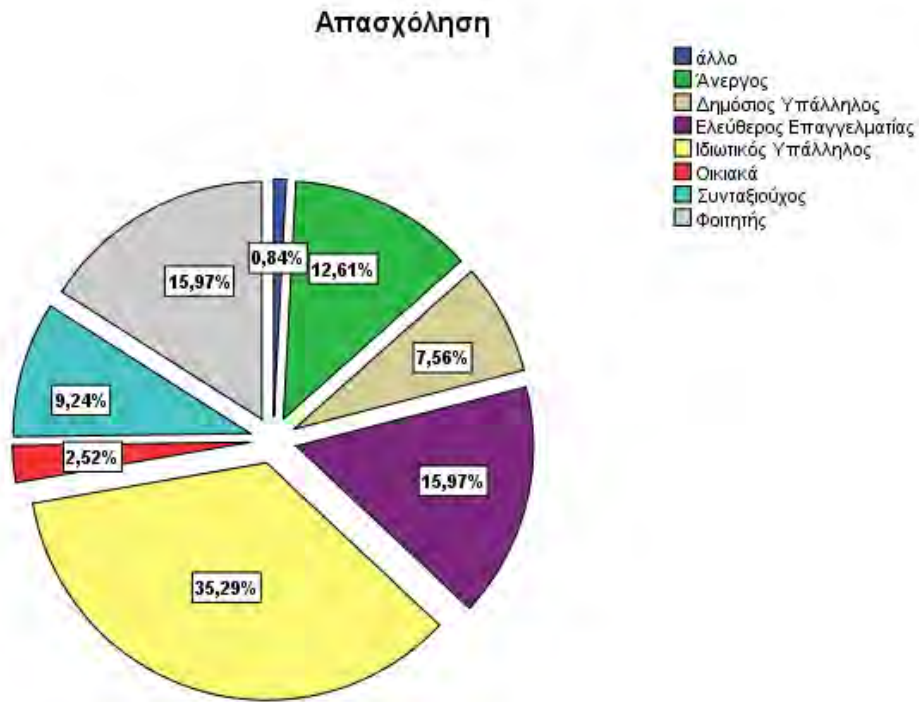
Προκείμενου να κατανοηθεί το προφίλ των ερωτώμενων πολύ σημαντικό στοιχείο είναι η ηλικία τους. Στη προκειμένη περίπτωση η ηλικιακή ομάδα με το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος είναι αυτή που κυμαίνεται από 26-39 έτη με ποσοστό 31,09%. Αμέσως μεγαλύτερο ποσοστό καταλαμβάνουν οι ηλικίες από 40-60 με ποσοστό 26,05%, έπειτα οι 18-25 με ποσοστό 24,37% και τέλος οι άνω των 60 με ποσοστό 18,49%. Το παρακάτω γράφημα μας δείχνει ότι το δείγμα της έρευνας αντιπροσωπεύει έναν ώριμο πληθυσμό, καθώς τα μεγαλύτερα ποσοστά του δείγματος είναι ηλικίες από 26-60.

Γράφημα 6.3: Ηλικία



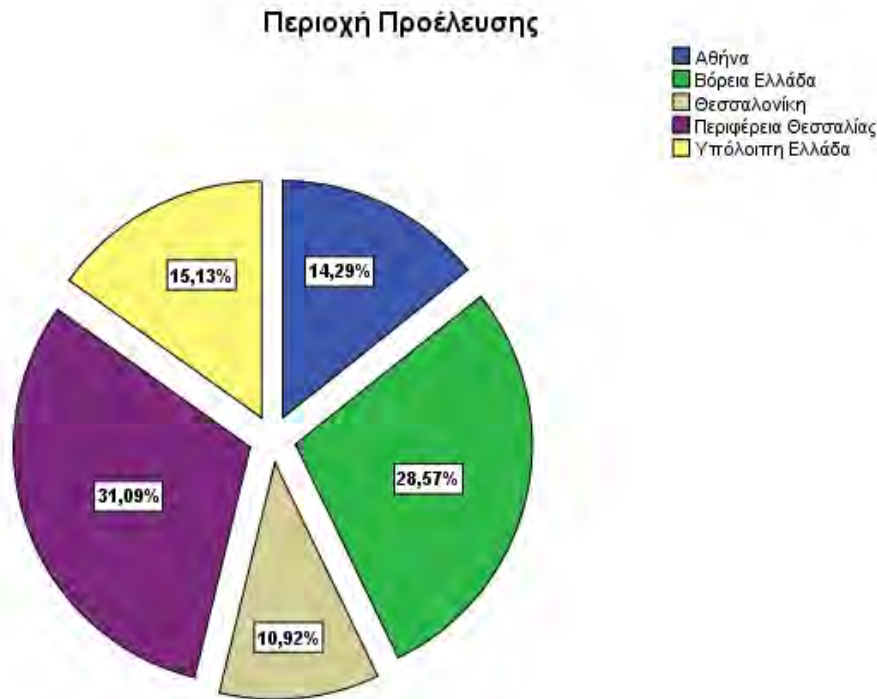
Στο πλαίσιο της έρευνας τα άτομα του δείγματος ερωτήθηκαν για την απασχόλησή τους. Το μεγαλύτερο ποσοστό της τάξεως το 35,29% είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι. Ακολουθούν οι ελεύθεροι επαγγελματίες και οι φοιτητές με το ίδιο ποσοστό της τάξεως του 15,97%. Το 12,61% το δείγματος δήλωσαν άνεργοι, ενώ το 9,24% είναι συνταξιούχοι. Το 7,56% των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα είναι δημόσιοι υπάλληλοι και ένα μικρό ποσοστό του 2,52% ασχολούνται με τα οικιακά. Τέλος, υπήρχε και μία απάντηση, το 0,84% του δείγματος που απάντησε 'άλλο'.

Γράφημα 6.4: Απασχόληση



Η επόμενη ερώτηση που απαντήθηκε από τα άτομα του δείγματος είναι η περιοχή προέλευσής τους. Το 31,09% του δείγματος, όπως ήταν αναμενόμενο, διαμένουν στη Περιφέρεια Θεσσαλίας. Παρ' όλα αυτά, ένα εξίσου σημαντικό ποσοστό της τάξεως του 28,57% είναι από την Βόρεια Ελλάδα. Στη συνέχεια, το 15,13% του δείγματος απάντησε 'υπόλοιπη Ελλάδα', ενώ υπήρχε το ποσοστό του 14,29% που είναι από την Αθήνα και 10,92% από την Θεσσαλονίκη

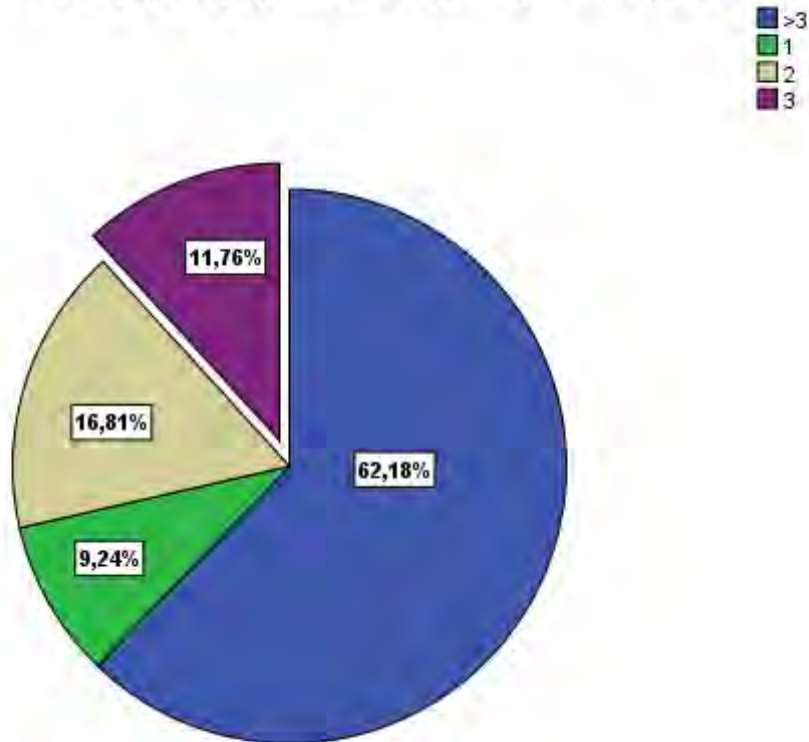
Γράφημα 6.5: Περιοχή Προέλευσης



Οι συμμετέχοντες στην έρευνα κλήθηκαν να απαντήσουν το πόσες φορές έχουν επισκεφτεί το Πήλιο. Ένα μεγάλο ποσοστό άνω το 50% που φτάνει το 62,18% του δείγματος έχει επισκεφτεί την περιοχή του Πηλίου πάνω από τρεις φορές. Αυτό σημαίνει ότι το Πήλιο είναι ένας προορισμός που αποτελείται από σταθερούς επισκέπτες, αλλά και λόγω της κοντινής απόστασης, για όσους διαμένουν στη Περιφέρεια Θεσσαλίας, το επισκέπτονται συχνά. Το 16,81% έχει επισκεφτεί το Πήλιο δύο φορές, το 11,76% τρεις φορές, ενώ ένα μικρό ποσοστό του 9,24% επισκέφτηκε το Πήλιο για πρώτη φορά.

Γράφημα 6.6: Πόσες φορές έχουν επισκεφτεί το Πήλιο τα άτομα του δείγματος

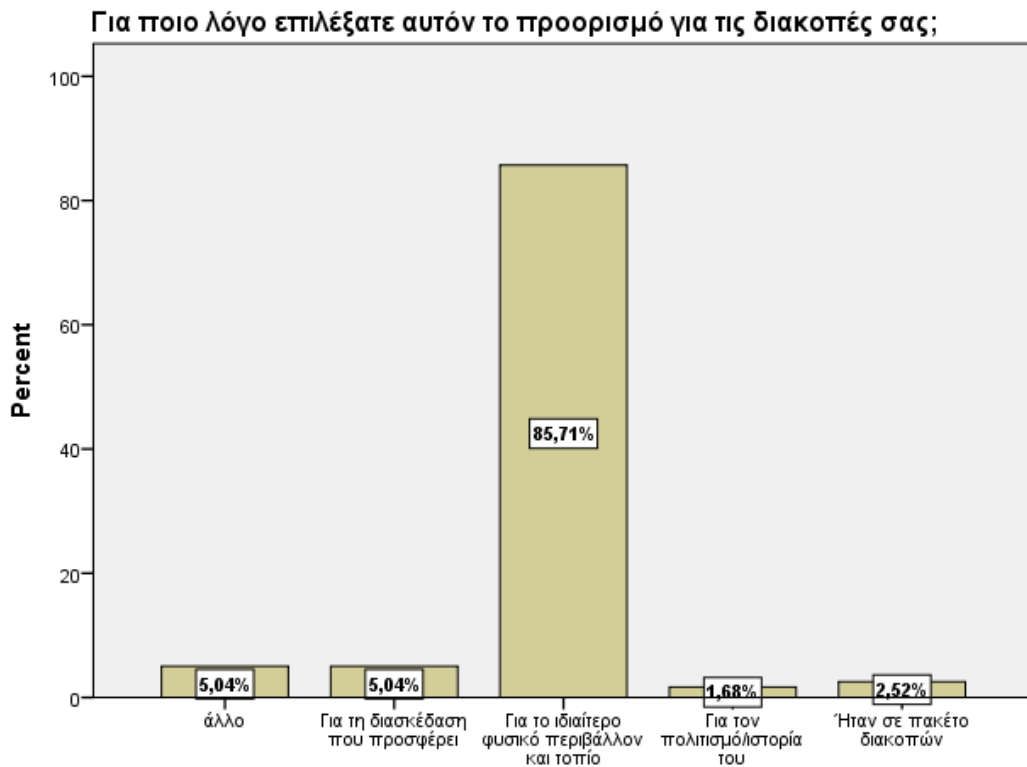
## Πόσες φορές έχετε επισκεφτεί την Περιοχή του Πηλίου



Στα πλαίσια της έρευνας που διεξήχθη τα άτομα του δείγματος ερωτήθηκαν για ποιο λόγο επέλεξαν το Πήλιο ως προορισμό για τις διακοπές τους. Το 85,71% του δείγματος επέλεξε το Πήλιο για το ιδιαίτερο φυσικό περιβάλλον και τοπίο. Τα άτομα που απάντησαν 'για την διασκέδαση που προσφέρει' και 'άλλο' είχαν το ίδιο ποσοστό του 5,04%. Έπειτα το 2,52% απάντησε ότι ήταν σε πακέτο διακοπών, ενώ το 1,68% επισκέφτηκε την περιοχή για τον πολιτισμό και την ιστορία του.

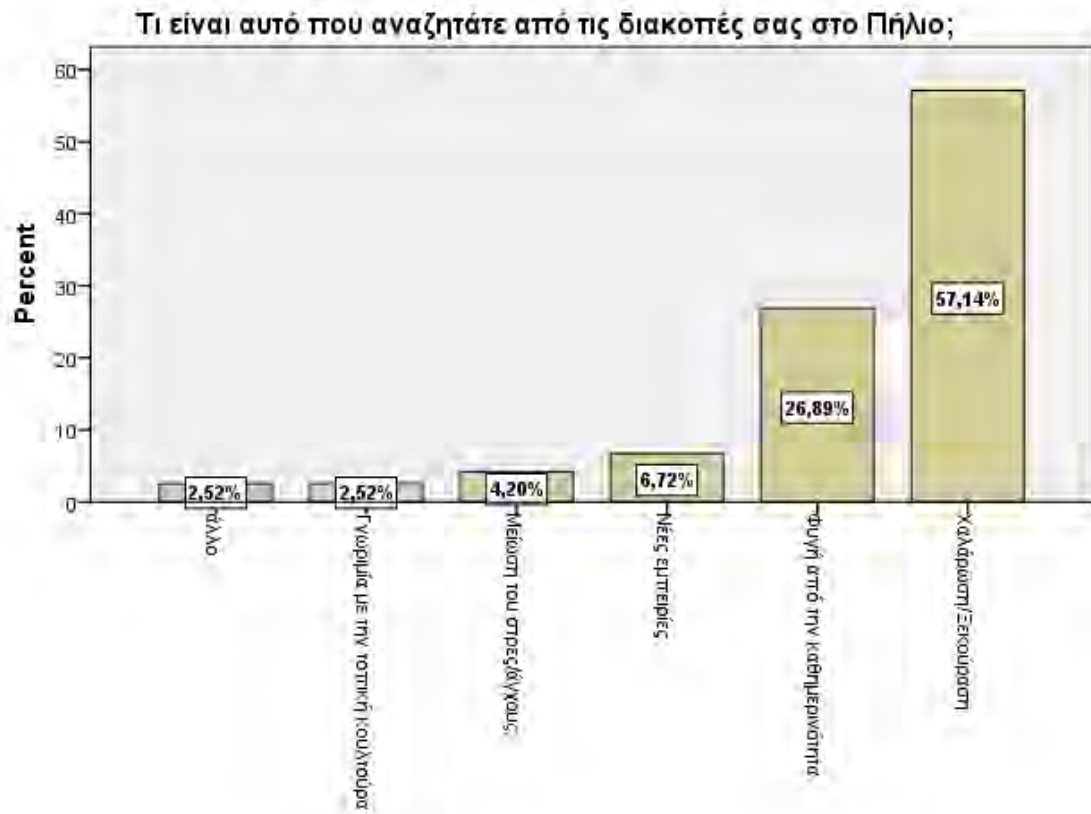


Γράφημα 6.7: Για ποιο λόγο το δείγμα επέλεξε το Πήλιο για τις διακοπές του



Με σκοπό να κατανοηθούν οι επιθυμίες των τουριστών τους έγινε η ερώτηση ‘τι είναι αυτό που αναζητάτε από τις διακοπές σας στο Πήλιο;’. Το 57,14% του δείγματος απάντησε χαλάρωση/ξεκούραση. Το 26,89% αναζητά από τις διακοπές του τη φυγή από την καθημερινότητα, ενώ το 6,72% επιθυμεί να αποκτήσει νέες εμπειρίες. Το 4,20% του δείγματος έχει ανάγκη τη μείωση του στρες και του άγχους μέσω των διακοπών του και το 2,52% επιθυμούσε να έρθει σε επαφή και να γνωρίσει την τοπική κουλτούρα. Τέλος, το 2,52% του δείγματος απάντησε ‘άλλο’ δίνοντας πρόσθετη απάντηση ‘όλα τα παραπάνω’.

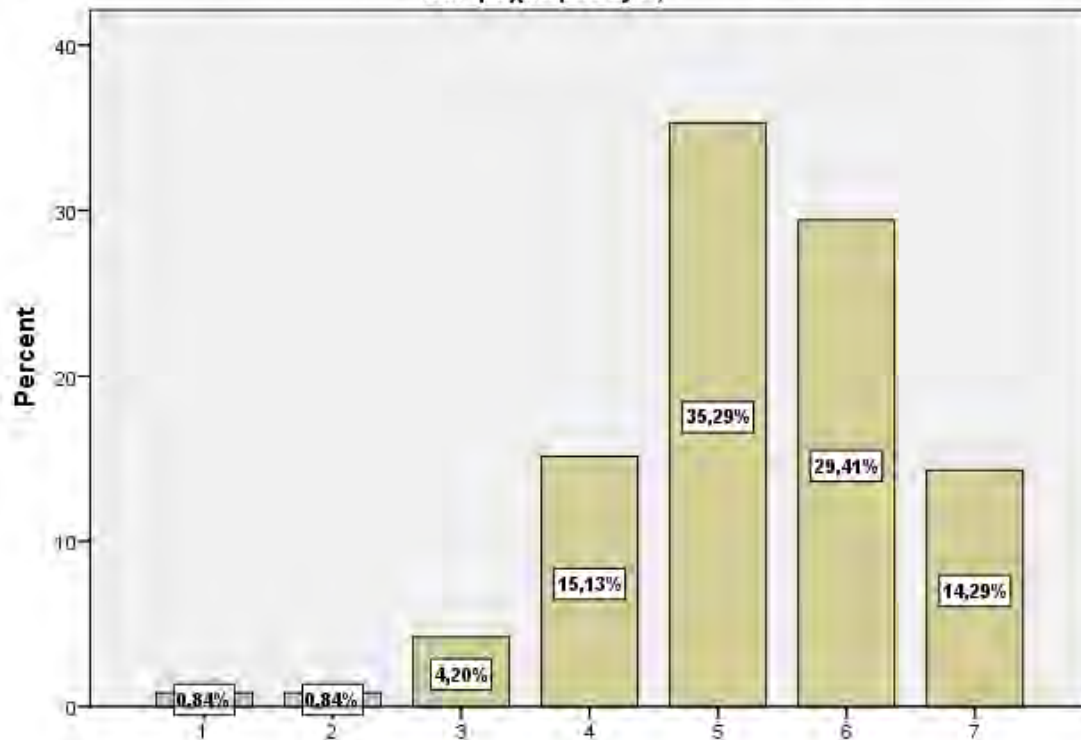
Γράφημα 6.8: Τι αναζητά το δείγμα από τις διακοπές του στο Πήλιο



Στη πορεία της έρευνας έγιναν κάποιες ερωτήσεις που αφορούσαν το κεντρικό θέμα της εργασίας, την ευεξία. Τα άτομα του δείγματος ερωτήθηκαν κατά πόσο οι διακοπές τους στο Πήλιο τους προσέφεραν σωματική και ψυχική ευεξία. Τα άτομα έπρεπε να επιλέξουν από μία κλίμακα που κυμαινόταν από το 1 (καθόλου) έως το 7 (εξαιρετικά). Το 35,29% απάντησε πολύ, το 29,41% πάρα πολύ, το 15,13% αρκετά και το 14,29% εξαιρετικά. Σε μικρότερα ποσοστά τα άτομα απάντησαν λίγο με ποσοστό 4,20%, πολύ λίγο με ποσοστό 0,89% και το ίδιο ποσοστό απάντησε καθόλου.

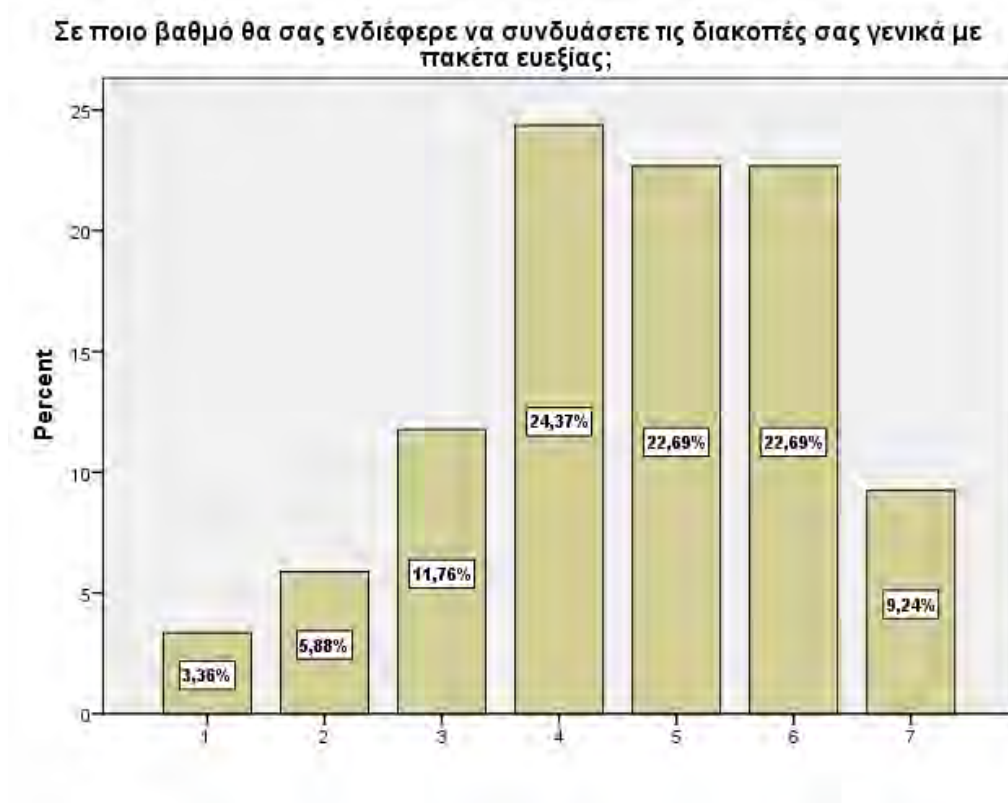
Γράφημα 6.9: Κατά πόσο οι διακοπές στο Πήλιο προσέφεραν στο δείγμα σωματική και ψυχική ευεξία

Σε ποιο βαθμό θα λέγατε ότι οι διακοπές στο Πήλιο σας προσέφεραν σωματική και ψυχική ευεξία;



Στην ερώτηση 'κατά πόσο θα σας ενδιέφερε να συνδυάσετε τις διακοπές σας με πακέτα ευεξίας' το 24,37% του δείγματος απάντησε αρκετά. Τα άτομα που απάντησαν πολύ και πάρα πολύ ανήκουν στο ποσοστό 22,69% έκαστος, ενώ το 11,76% απάντησε λίγο. Μόνο το 9,24% του δείγματος απάντησε εξαιρετικά, καθώς υπήρχαν και μικρότερα ποσοστά που απάντησαν πολύ λίγο (5,88%) και καθόλου (3,36%).

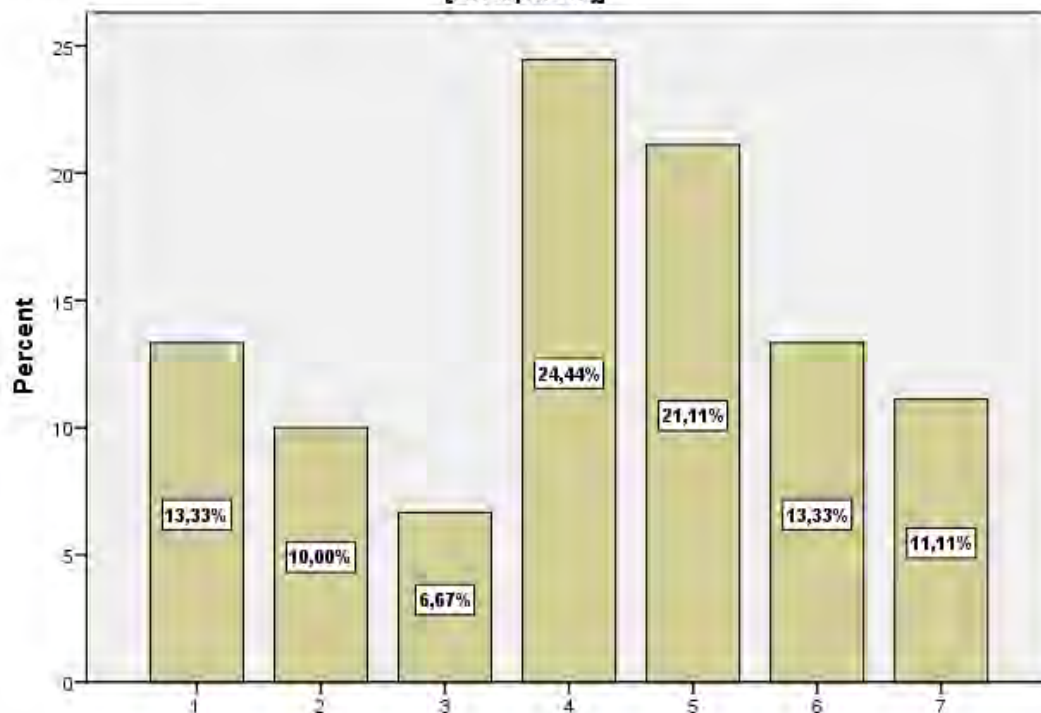
Γράφημα 6.10: Κατά πόσο θα ενδιέφερε το δείγμα να συνδυάσει τις διακοπές του με πακέτα ευεξίας



Τα άτομα που στην προηγούμενη ερώτηση απάντησε 4 και άνω κλήθηκαν να προσδιορίσουν το κατά πόσο θα επιθυμούσαν τα πακέτα ευεξίας να περιλαμβάνουν σπα/μασάζ, πεζοπορία στη φύση, γυμναστική, γιόγκα/διαλογισμό και υγιεινά γεύματα. Από τις απαντήσεις που δόθηκαν η πιο επιθυμητή δραστηριότητα είναι η πεζοπορία στη φύση, καθώς το 23,91% του δείγματος απάντησε ότι το επιθυμεί εξαιρετικά πολύ, ενώ η πιο αδιάφορη υπηρεσία ήταν η γιόγκα/διαλογισμό με το 38,64% του δείγματος να μην το ενδιαφέρει καθόλου. Παρακάτω παρουσιάζονται αναλυτικά τα γραφήματα με τις απαντήσεις που δόθηκαν για κάθε δραστηριότητα/υπηρεσία.

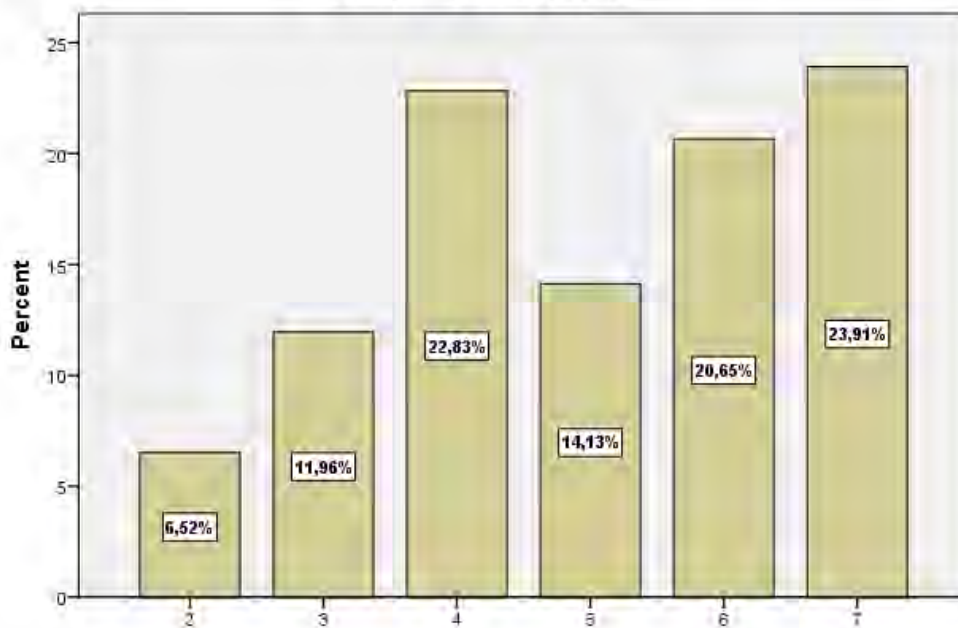
Γράφημα 6.11: Σπα/Μασάζ

Αν σας ενδιαφέρουν τα πακέτα ευεξίας, τι θα προτιμούσατε να περιλαμβάνουν;  
[Σπα/μασάζ]



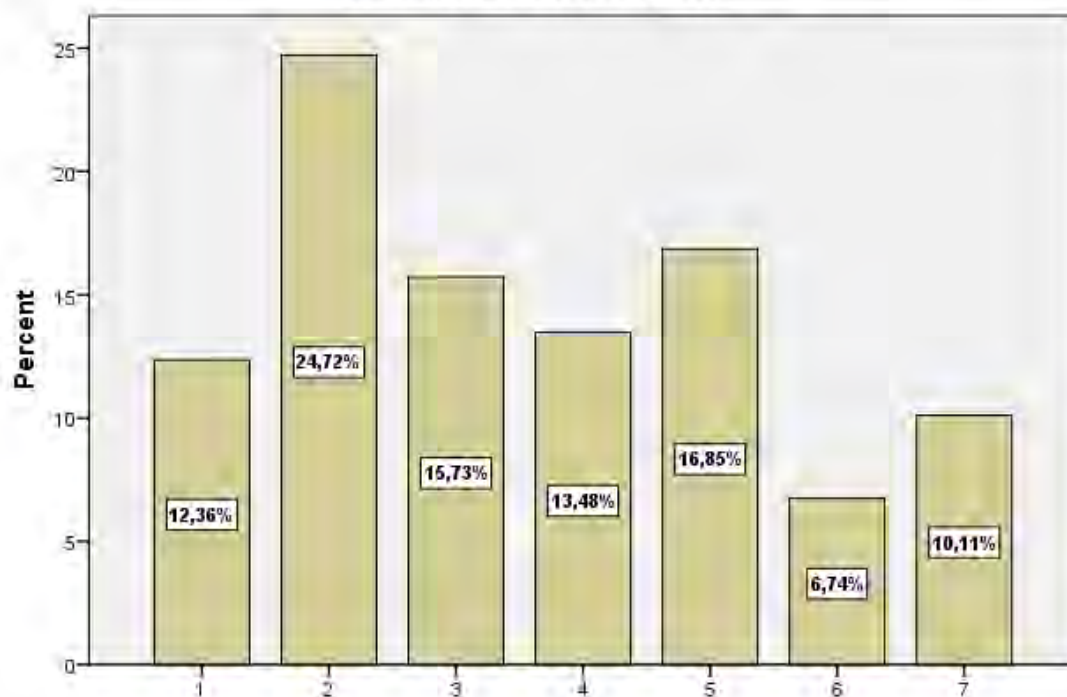
Γράφημα 6.12: Πεζοπορία στη φύση

Αν σας ενδιαφέρουν τα πακέτα ευεξίας, τι θα προτιμούσατε να περιλαμβάνουν;  
[Πεζοπορία στη φύση]



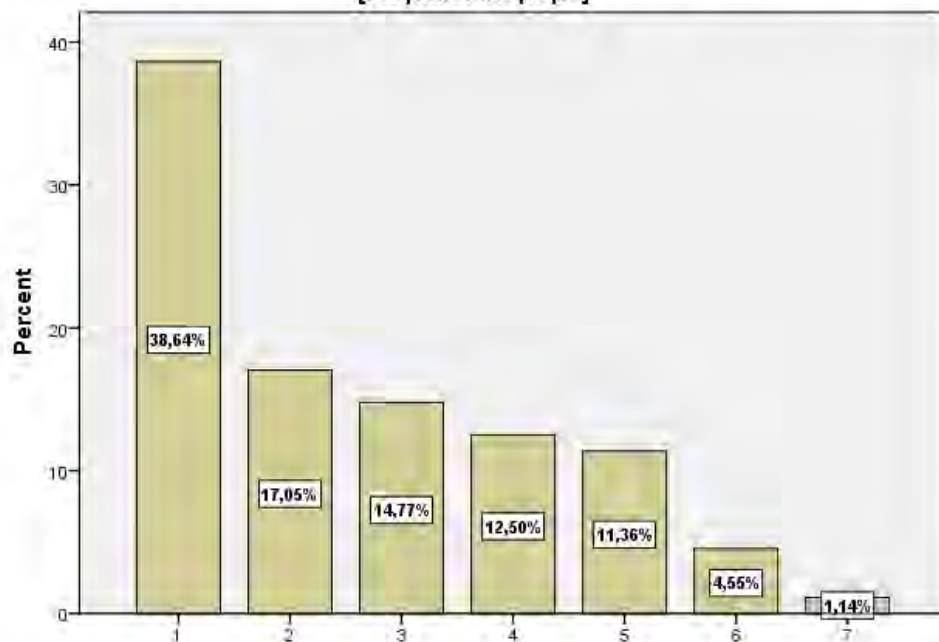
Γράφημα 6.13: Προγράμματα Γυμναστικής

Αν σας ενδιαφέρουν τα πακέτα ευεξίας, τι θα προτιμούσατε να περιλαμβάνουν; [Προγράμματα γυμναστικής]



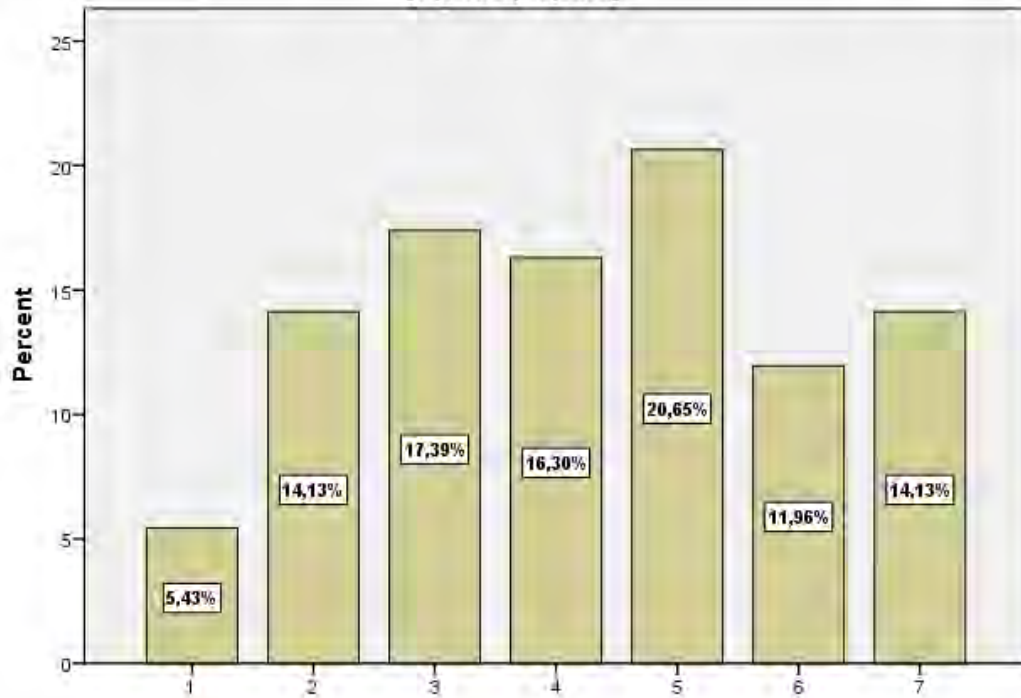
Γράφημα 6.14: Γιόγκα/Διαλογισμός

Αν σας ενδιαφέρουν τα πακέτα ευεξίας, τι θα προτιμούσατε να περιλαμβάνουν; [Γιόγκα/διαλογισμό]



Γράφημα 6.15: Υγιεινά γεύματα

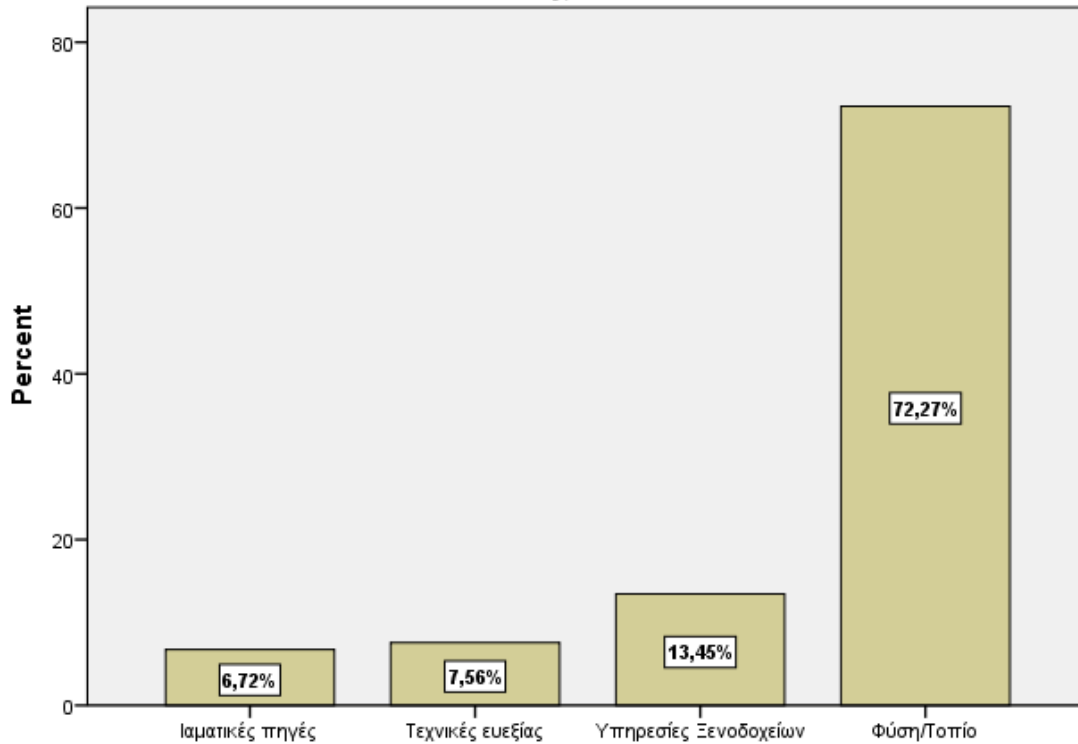
Αν σας ενδιαφέρουν τα πακέτα ευεξίας, τι θα προτιμούσατε να περιλαμβάνουν;  
[Υγιεινά γεύματα]



Οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να απαντήσουν με ποιο κίνητρο θα επέλεγαν τον προορισμό τους σε περίπτωση που είχαν σαν σκοπό την ευεξία. Ένα μεγάλο ποσοστό της τάξεως του 72,27% απάντησαν φύση/τοπίο. Το 13,45% επέλεξαν τις υπηρεσίες των ξενοδοχείων, το 7,56% απάντησε 'τεχνικές ευεξίας', ενώ το 6,72% του δείγματος ενδιαφέρεται για τις ιαματικές πηγές.

Γράφημα 6.16: Το κίνητρο του δείγματος για να επιλέξουν έναν προορισμό τουρισμού ευεξίας

**Εάν είχατε σαν σκοπό την ευεξία, με ποιο κίνητρο θα επιλέγατε τον προορισμό σας;**



Μία ακόμη ερώτηση του ερωτηματολογίου ήταν το κατά πόσο θα προτιμούσε το δείγμα να υπάρχουν στο Πήλιο πακέτα ευεξίας. Το 26,05% απάντησε πολύ, το 21,85% αρκετά, το 20,17% πάρα πολύ, ενώ το 11,76% λίγο. Υπήρχε και ένα ποσοστό του 10,92% που απάντησε εξαιρετικά πολύ, ενώ από την άλλη πλευρά το 5,04% απάντησε καθόλου και το 4,20% πολύ λίγο.



Γράφημα 6.17: Κατά πόσο το δείγμα θα επιθυμούσε να υπάρχουν πακέτα ευεξίας στο Πήλιο



Τελευταία ερώτηση αποτελούσε το κατά πόσο τα άτομα θεωρούν το Πήλιο κατάλληλο προορισμό για τουρισμό ευεξίας. Το 27,73% απάντησε πολύ, το 23,53% απάντησε εξαιρετικά πολύ, το 21,85% απάντησε πάρα πολύ και το 15,97% απάντησε αρκετά. Σε μικρότερα ποσοστά το 7,56% απάντησε λίγο, το 1,68% πολύ λίγο και επίσης το 1,68% απάντησε καθόλου.

Γράφημα 6.18: Κατά πόσο θεωρεί το δείγμα ότι το Πήλιο είναι κατάλληλος προορισμός για τουρισμό ευεξίας.



6.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΑΠΟ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ ΑΝΕΞΑΡΤΗΣΙΑΣ Χ<sup>2</sup>

Στο κεφάλαιο αυτό γίνεται έλεγχος ανεξαρτησίας με τη βοήθεια του υπολογιστικού μοντέλου Χ<sup>2</sup>. Στη περίπτωση αυτή δημιουργούνται πίνακες διπλής εισόδου που εξετάζουν τις μεταβλητές ανά δύο. Οι πίνακες αυτοί υπάρχουν στο παράρτημα πιο αναλυτικά. Στη προκειμένη περίπτωση εξετάζονται οι μεταβλητές που έχουν αφορούν τις απόψεις του δείγματος για την ευεξία και τις διακοπές τους στο Πήλιο και κατά πόσο αυτές οι μεταβλητές εξαρτώνται από το προφίλ του ερωτώμενου.

Στον παρακάτω πίνακα φαίνεται ότι το φύλο δε έχει καμία επιρροή στο λόγο επίσκεψης του Πηλίου, καθώς όπως αναλύθηκε και στο κεφάλαιο της Μεθοδολογίας το p-value είναι μεγαλύτερο από 0,10, επομένως οι μεταβλητές είναι ανεξάρτητες. Το ίδιο ισχύει και με την μεταβλητή 'περιοχή προέλευσης'. Η ηλικία έχει σημαντική επιρροή στη μεταβλητή, διότι η p-value είναι μικρότερη από 0,05, επομένως έχουμε ένα επίπεδο σημαντικότητας 5%. Η οικογενειακή κατάσταση έχει μία καλή επιρροή στη μεταβλητή και αυτό επειδή το p-value είναι μικρότερο από 0,10 με επίπεδο σημαντικότητας 10%. Τέλος, η επιρροή της απασχόλησης στη μεταβλητή χαρακτηρίζεται σημαντική δεδομένου ότι το επίπεδο σημαντικότητας της συσχέτισης των δύο μεταβλητών είναι 1%.

Πίνακας 6.1: Συσχέτιση μεταβλητών προφίλ με το λόγο επίσκεψης του Πηλίου

	p-value	df	Επιρροή
Φύλο	0,880	1	Καμία
Ηλικία	0,04	3	Σημαντική
Οικογενειακή Κατάσταση	0,052	1	Καλή
Απασχόληση	0,008	1	Εξαιρετική
Περιοχή Προέλευσης	0,315	1	Καμία

Στη συγκεκριμένη περίπτωση παρατηρείται ότι η μόνη συσχέτιση, όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα είναι μεταξύ της απασχόλησης και του τι αναζητάνε οι τουρίστες από τις διακοπές τους στο Πήλιο. Με p-value μικρότερο από 0,05 η επιρροή είναι σημαντική σε επίπεδο 5%.

Πίνακας 6.2: Συσχέτιση μεταβλητών προφίλ με το τι αναζητάνε από τις διακοπές τους στο Πήλιο

	p-value	df	Επιρροή
Φύλο	0,502	2	Καμία
Ηλικία	0,211	2	Καμία
Οικογενειακή Κατάσταση	0,168	2	Καμία
Απασχόληση	0,025	2	Σημαντική
Περιοχή Προέλευσης	0,615	4	Καμία

Συσχέτιση μεταξύ των μεταβλητών του προφίλ των ερωτώμενων και των κινήτρων επιλογής προορισμού για τουρισμό ευεξίας δεν υπάρχει, καθώς όπως φαίνεται στον πίνακα 6.3 όλες οι τιμές p-value είναι μεγαλύτερες από 0,10.

Πίνακας 6.3: Συσχέτιση μεταβλητών προφίλ με τα κίνητρα επιλογής προορισμού για τουρισμό ευεξίας

	p-value	df	Επιρροή
Φύλο	0,417	1	Καμία
Ηλικία	0,343	1	Καμία
Οικογενειακή Κατάσταση	0,657	1	Καμία
Απασχόληση	0,509	1	Καμία
Περιοχή Προέλευσης	0,304	2	Καμία

Εξαιρετική είναι η επιρροή που έχει η απασχόληση στο ενδιαφέρον για πακέτα ευεξίας στο Πήλιο με επίπεδο σημαντικότητα 1%, ενώ υπάρχει συσχέτιση και με την μεταβλητή ‘ηλικία’ με επίπεδο σημαντικότητας 10%.

Πίνακας 6.4: Συσχέτιση μεταβλητών προφίλ με το ενδιαφέρον για πακέτα ευεξίας στο Πήλιο

	p-value	df	Επιρροή
Φύλο	0,648	6	Καμία
Ηλικία	0,093	6	Καλή
Οικογενειακή Κατάσταση	0,696	6	Καμία
Απασχόληση	0,020	6	Σημαντική
Περιοχή Προέλευσης	0,241	6	Καμία

Η μόνη συσχέτιση που υπάρχει στον παρακάτω πίνακα είναι μεταξύ απασχόλησης και επιθυμίας για πακέτα ευεξίας στο Πήλιο. Το επίπεδο σημαντικότητας είναι 10%, ασκώντας μία σχετικά καλή επιρροή στη μεταβλητή.

Πίνακας 6.5: Συσχέτιση μεταβλητών προφίλ με την επιθυμία για πακέτα ευεξίας στο Πήλιο

	p-value	df	Επιρροή
Φύλο	0,617	6	Καμία
Ηλικία	0,473	6	Καμία
Οικογενειακή Κατάσταση	0,511	6	Καμία
Απασχόληση	0,079	6	Καλή
Περιοχή Προέλευσης	0,558	6	Καμία

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ**

### 7.1 ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΟΡΑΜΑ

Όραμα της εργασίας αυτής είναι η μελλοντική ανάπτυξη του τουρισμού ευεξίας στην περιοχή του Πήλιο προσελκύνοντας τουρίστες που ενδιαφέρονται να συνδυάσουν τις διακοπές τους με υπηρεσίες ευεξίας. Σε αυτό το σημείο της εργασίας παρουσιάζονται προτάσεις με σκοπό την ενίσχυση της οικονομικής δραστηριότητας του τουρισμού του Πηλίου μέσω της ανάπτυξης μίας νέας μορφής τουρισμού και του σχεδιασμού δραστηριοτήτων και υποδομών ευεξίας. Ειδικότεροι στόχοι των προτάσεων είναι οι εξής:

- Ανάπτυξη μίας νέας εναλλακτικής μορφής τουρισμού.
- Ανάπτυξη δραστηριοτήτων που φέρνουν τον τουρίστα σε επαφή με τη φύση.
- Ικανοποίηση ατόμων που επιθυμούν να συνδυάσουν τις διακοπές τους με τον υγιεινό τρόπο ζωής.
- Δημιουργία παροχών που θα προσφέρουν στους επισκέπτες χαλάρωση, μείωση του στρες και φυγή από την ρουτίνα της καθημερινότητας.
- Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας.
- Βελτίωση των υπηρεσιών των ξενοδοχείων και δημιουργία πακέτων ευεξίας.
- Δημιουργία νέων υποδομών που θα υποστηρίζουν τις δραστηριότητες ευεξίας.
- Διατήρηση τις ψυχικής και σωματικής υγείας των τουριστών.

### 7.2 ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΕΥΕΞΙΑΣ

Η ανάπτυξη του τουρισμού ευεξίας στο Πήλιο προϋποθέτει την ύπαρξη των απαραίτητων υπηρεσιών και δραστηριοτήτων. Σύμφωνα με την βιβλιογραφία οι δραστηριότητες του τουρισμού ευεξίας έχουν σκοπό την ψυχική και σωματική υγεία του τουρίστα, ενώ ένα βασικό κίνητρο για την επιλογή του προορισμού είναι η φύση/τοπίο της περιοχής, όπως προέκυψε από την έρευνα. Οι δραστηριότητες αυτές μπορεί να είναι είτε πνευματικές, όπως για παράδειγμα διαλογισμός, είτε σωματικές, όπως η πεζοπορία και όλες αυτές θα συνδυάζονται με το αξιολόγο φυσικό περιβάλλον και τοπίο του Πηλίου.

Οι βασικοί πάροχοι υπηρεσιών ευεξίας είναι τα ξενοδοχεία, επομένως προτείνεται η διαμόρφωση των υπηρεσιών που προσφέρουν προκειμένου να αναπτυχθεί ο τουρισμός ευεξίας. Πέρα από τις ήδη υπάρχουσες παροχές που διαθέτουν κάποια ξενοδοχεία, όπως στα, μασάζ προτείνεται να προστεθούν παλιές τεχνικές ευεξίας. Μία τέτοια τεχνική είναι η Αγιουρβέντα, όπως αναλύθηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο. Επομένως, είναι αναγκαίο να υπάρξει ένα εξειδικευμένο προσωπικό που να γνωρίζει τη τεχνική, αλλά και κατάλληλα διαμορφωμένοι χώροι. Άλλες υπηρεσίες και τεχνικές μπορεί να είναι η θαλασσοθεραπεία ή η φυτοθεραπεία, δεδομένου την ποικιλία βοτάνων και φυτών που υπάρχουν στο Πήλιο. Κάθε ξενοδοχείο λοιπόν μπορεί να σχεδιάσει τα δικά του πακέτα ευεξίας προσφέροντας κάποιες από τις πολυάριθμες τεχνικές που υπάρχουν. Πιο συγκεκριμένα προτείνεται να εφαρμοστούν τα παραπάνω στα 5\* και 4\* ξενοδοχεία του Πηλίου στην Πορταριά, Τσαγκαράδα, Μυλοπόταμο και Αγριά, καθώς διαθέτουν τους πόρους και τις υποδομές.

Η ευεξία μπορεί να είναι και πνευματική επομένως, πέρα από την σωματική χαλάρωση πρέπει να δοθεί σημασία και στην ψυχική. Προτείνεται η δημιουργία προγραμμάτων διαλογισμού και γιόγκα από κατάλληλα εκπαιδευμένους ειδικούς. Πιο συγκεκριμένα, η δραστηριότητα αυτή θα ήταν καλό να πραγματοποιείται στη φύση και να συνδυαστεί με την άσκηση. Επομένως, προτείνεται η συνεργασία των ξενοδοχείων με τους συλλόγους πεζοπορίας, οι οποίοι θα διοργανώνουν εκδρομές στις υπάρχουσες διαδρομές του Πηλίου, κάνοντας στάσεις για χαλάρωση και διαλογισμό. Τα παραπάνω μπορούν να πραγματοποιηθούν από ξενοδοχεία που βρίσκονται σε οικισμό από όπου ξεκινάνε οι διαδρομές, όπως οι Μηλιές, Ζαγορά, Χάνια, Χορευτό, Κισσός, Άγιος Ιωάννης, Μούρεσι, Κισσός.

Κάποια από τα ξενοδοχεία του Πηλίου διαθέτουν γυμναστήρια, πισίνες, αίθουσες πολλαπλών χρήσεων. Αυτοί οι χώροι μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την πραγματοποίηση προγραμμάτων γυμναστικής, όπως αερόβια ή υδρόβια άσκηση. Τα ξενοδοχεία επίσης, μπορούν να προσφέρουν στους επισκέπτες χάρτες με πιθανές διαδρομές για τζόκινγκ ή και για ορεινό τρέξιμο. Προκειμένου οι υπηρεσίες αυτές να είναι ολοκληρωμένες, μέσα στις παροχές των ξενοδοχείων θα μπορούσαν να προστεθούν gadgets που να μετράνε τους σφυγμούς, τα χιλιόμετρα κ.ά. Αυτό αποτελεί τάση σε ξενοδοχεία του εξωτερικού που προσφέρουν υπηρεσίες ευεξίας, όπως για παράδειγμα το Hotel del Coronado στο San Diego (<http://travel.usnews.com/>, Πρόσβαση 17/08/2016).

Μία ακόμη τάση στο εξωτερικό είναι τα υγιεινά γεύματα. Τα ξενοδοχεία μπορούν να διαθέτουν μενού με υγιεινά πιάτα για τα άτομα που επιθυμούν να ακολουθήσουν έναν υγιεινό διαιτολόγιο και στις διακοπές τους. Διαιτολόγοι/διατροφολόγοι μπορούν να επιμελούνται τα μενού και να συμβουλεύουν τους πελάτες για τη διατροφή τους και την υγεία τους. Επίσης, τα ξενοδοχεία μπορούν να συνεργαστούν με τους συνεταιρισμούς και τους αγρότες του Πηλίου και ακόμα οι πελάτες να συλλέγουν οι ίδιοι τα τρόφιμα από τη γη και να συνδυάζουν τα γεύματά τους με το φυσικό περιβάλλον κάνοντας πικ-νικ.

Μερικά από τα ξενοδοχεία που βρίσκονται σε παραθαλάσσιους οικισμούς του Πηλίου, διαθέτουν δική τους οργανωμένη παραλία. Σύμφωνα με την βιβλιογραφία που έχει αναλυθεί στο πρώτο κεφάλαιο στη Ταϊλάνδη είναι παράδοση διάφοροι ειδικοί για μασάζ να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους σε λουόμενους στις ακτές τις χώρας. Το φαινόμενο αυτό υπάρχει και στην Ελλάδα. Η παράδοση αυτή θα μπορούσε να ενταχθεί στα πακέτα ευεξίας των ξενοδοχείων, προσλαμβάνοντας Ταϊλανδέζους ή μη, ειδικούς για να προσφέρουν υπηρεσίες μασάζ στην παραλία στα άτομα που το επιθυμούν. Ξενοδοχεία που μπορούν να το υλοποιήσουν βρίσκονται στα παράλια του Πηλίου, όπως Χορευτό, Άγιος Ιωάννης, Πλατανιά, Νταμούχαρη, Καλά Νερά, Χόρτο, Μηλίνα.

Οι περιπετειώδεις δραστηριότητες μπορούν επίσης να ενταχθούν σε πακέτα ευεξίας στο Πήλιο. Ένα παράδειγμα αποτελεί η ορειβασία, όπου στη συνέχεια τα άτομα μπορούν να αιωρούνται, με τον κατάλληλο εξοπλισμό, από το βουνό και να απολαμβάνουν τη θέα. Έτσι η χαλάρωση διαδέχεται την αδρεναλίνη, προσφέροντας στους συμμετέχοντες πνευματική ηρεμία, αλλά και περιπέτεια. Οι δραστηριότητες αυτές μπορούν να πραγματοποιηθούν με τη βοήθεια του Συλλόγου Ορειβασίας που δραστηριοποιείται στο Πήλιο. Οι παραπάνω δραστηριότητα μπορεί να πραγματοποιηθεί στα Χάνια, Τσαγκαράδα και στις Μηλιές.



Εικόνα 6.1: Συνδυασμός αδρεναλίνης και χαλάρωσης



Πηγή: <http://www.huffingtonpost.com/>, Πρόσβαση 17/08/2016.

Ένας εναλλακτικός τρόπος ανάπτυξης δραστηριοτήτων ευεξίας είναι το φεστιβάλ ευεξίας. Προτείνεται η διοργάνωση ενός κατασκηνωτικού φεστιβάλ στο Πήλιο, όπου θα υπάρχουν μουσικά δρώμενα και θα περιλαμβάνει δραστηριότητες ευεξίας, όπως γιόγκα, από επαγγελματίες σε ειδικά διαμορφωμένο χώρο με σκοπό την ενεργοποίηση του σώματος και την διεύρυνση του μυαλού. Ένα παράδειγμα τέτοιου φεστιβάλ είναι το ‘Lightning in a Bottle’ στη Καλιφόρνια. Περιοχές που μπορεί να πραγματοποιηθεί το φεστιβάλ αυτό είναι ο Πλατανιάς σε ήδη οργανωμένο κάμπινγκ ή ακόμα και στο Χορευτό, όπου άτομα κάνουν συχνά ελεύθερο κάμπινγκ. Τέλος, θα μπορούσαν να διοργανωθούν μικρές κρουαζιέρες στον Παγασητικό και στο Αιγαίο από ναυτιλιακές εταιρείες. Στις κρουαζιέρες αυτές ο πελάτης θα μπορεί να συμμετέχει σε δραστηριότητες χαλάρωσης, προγράμματα γυμναστικής και σπα/μασάζ. Η κρουαζιέρα μπορεί να ξεκινάει από την Αγριά και να περνάει από όλους τους παραθαλάσσιους οικισμούς στον Παγασητικό και το Αιγαίο.

Εικόνα 6.2: Δραστηριότητες ευεξίας στο φεστιβάλ



Πηγή: <http://lightninginabottle.org/>, Πρόσβαση 17/08/2016.

### 7.3 ΤΡΟΠΟΙ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

Ο τουρισμός ευεξίας είναι μία μορφή τουρισμού, όχι και τόσο διαδεδομένη. Αρχικά, προκειμένου ο τουρισμός ευεξίας να αναπτυχθεί πρέπει το κοινό να μάθει περί τίνος πρόκειται. Προτεινόμενες δράσεις για την ενημέρωση του κοινού είναι οι εξής:

- Προβολή και ενημέρωση μέσω ενημερωτικών και τουριστικών εκπομπών στην τηλεόραση.
- Άρθρα σε περιοδικά που αφορούν τον τουρισμό ή σε ανάλογα ένθετα.
- Ενημερωτικά φυλλάδια σε σημεία πληροφοριών και τουριστικά γραφεία.
- Διοργάνωση εκδηλώσεων όπου κόσμος θα ενημερώνεται για την ευεξία και θα μπορεί να δοκιμάσει κάποιες από τις αντίστοιχες υπηρεσίες.

Πέρα από την γενική ενημέρωση του κοινού, ο κόσμος πρέπει να ενημερωθεί για τα υπάρχοντα πακέτα ευεξίας, τις δραστηριότητες, τα φεστιβάλ και τις κρουαζιέρες. Τα ξενοδοχεία μπορούν να προβάλλουν τα πακέτα ευεξίας και τις υπόλοιπες δραστηριότητες μέσω των ηλεκτρονικών ιστοσελίδων, κάνοντας οικονομικές προσφορές για να προσελκύσουν τους τουρίστες. Επίσης, η συνεργασία των ξενοδοχείων με τουριστικά γραφεία είναι επιθυμητή. Με τον τρόπο αυτό ο κόσμος μπορεί να ενημερώνεται από διαφημιστικά φυλλάδια και αφίσες για τις προσφορές και τα πακέτα. Ένας τρόπος προβολής των υπηρεσιών ευεξίας των ξενοδοχείων του Πηλίου είναι μέσω των γυμναστηρίων. Τα ξενοδοχεία θα μπορούσαν να συνεργαστούν με κάποια γυμναστήρια στα οποία οι πελάτες, που είναι πιθανό να ενδιαφέρονται για αυτό το είδος τουρισμού, μπορούν να ενημερώνονται.

Το φεστιβάλ ευεξίας μπορεί να προβληθεί με διάφορους τρόπους. Αρχικά πρέπει να δημιουργηθεί μία ιστοσελίδα με το καλλιτεχνικό πρόγραμμα και την αναλυτική περιγραφή των δραστηριοτήτων ευεξίας. Μπορεί επίσης, να προβληθεί μέσω της τηλεόρασης, του ραδιοφώνου και αφισών. Τέλος, στο χώρο του φεστιβάλ μπορούν να υπάρχει κατάστημα με ενθύμια που θα έχουν το λογότυπο του φεστιβάλ, όπως για παράδειγμα μπλούζες, κούπες, τσάντες. Όσον αφορά τις κρουαζιέρες το κοινό μπορεί να ενημερώνεται μέσω των ιστοσελίδων των ναυτιλιακών εταιρειών και από τα ξενοδοχεία.

#### 7.4 ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

Στην Ελλάδα πολλά ξενοδοχεία έχουν κατασκευαστεί, επεκταθεί και εκσυγχρονιστεί με τη βοήθεια διαφόρων αναπτυξιακών νόμων. Οι ενισχύσεις από τον αναπτυξιακό νόμο αφορούν επιχορηγήσεις, επιδοτήσεις επιτοκίων και φορολογικές απαλλαγές και διαφοροποιούνται ανάλογα με τον κλάδο οικονομικής δραστηριότητας, την τοποθεσία και το μέγεθός της. Πέρα από τους αναπτυξιακούς νόμους, πιθανή πηγή χρηματοδότησης μπορεί να είναι τα κοινοτικά προγράμματα ενίσχυσης του τουρισμού, της εκπαίδευσης προσωπικού κ.ά. Αρκετά προγράμματα μέσω του ΕΣΠΑ αφορούν την επιδότηση τουριστικών καταλυμάτων, κυρίως για μικρά ξενοδοχεία. Άλλοι τρόποι χρηματοδότησης είναι ο δανεισμός μέσω τραπεζής, η επένδυση ενός ιδιώτη και η παρέμβαση του κράτους μέσω κρατικών επιχορηγήσεων. Λόγω της οικονομικής κρίσης που διανύει η χώρα είναι αρκετά δύσκολο να πραγματοποιηθούν οι τελευταίοι τρόποι χρηματοδότησης που αναφέρθηκαν. Οι οικονομική κατάσταση του κράτους δεν επιτρέπει την παρέμβασή του και την προσφορά βοήθειας, όπως επίσης και οι τράπεζες πλέον δεν προχωράνε στον δανεισμό των επιχειρήσεων εύκολα.

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Τα συμπεράσματα της παρούσας μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας αναπτύσσονται σε τρία διαφορετικά επίπεδα. Το πρώτο επίπεδο αναφέρεται στα αποτελέσματα της έρευνας που διεξήχθη. Αφορά, κυρίως, τις απαντήσεις που δόθηκαν στα ερωτηματολόγια που συμπληρώθηκαν από τουρίστες του Πηλίου και τα στοιχεία για υπάρχουσες υπηρεσίες και υποδομές ευεξίας που προέκυψαν από την καταγραφή. Το δεύτερο επίπεδο αναφέρεται στη σημαντικότητα των αποτελεσμάτων αυτών και στο κατά πόσο αποδεικνύουν την εγκυρότητα του θεωρητικού υπόβαθρου της εργασίας. Το τρίτο και τελευταίο επίπεδο των συμπερασμάτων αφορά τη χρησιμότητα και τις επιπτώσεις των αποτελεσμάτων αυτών σε μελλοντικές έρευνες.

Στα πλαίσια της έρευνας που πραγματοποιήθηκε καταγράφηκαν οι πάροχοι υπηρεσιών ευεξίας και οι υπάρχουσες υποδομές και δραστηριότητες. Το ξενοδοχειακό δυναμικό του Πηλίου είναι ικανοποιητικό και υπάρχουν καταλύματα που παρέχουν υπηρεσίες ευεξίας. Πέρα από τα ξενοδοχεία και τα παραδοσιακά καταλύματα στο Πήλιο, καταγράφηκαν και τρία καταφύγια, όπως επίσης, στη περιοχή δραστηριοποιούνται κάποιοι σύλλογοι πεζοπορία και ορειβασίας. Υπάρχουν δραστηριότητες που μπορούν να προσφέρουν στον επισκέπτη ψυχική και σωματική ευημερία, αλλά δεν είναι αρκετά ανεπτυγμένες. Για να αναπτυχθεί ο τουρισμός ευεξίας πρέπει οι τουρίστες να είναι ενημερωμένοι για αυτή τη μορφή τουρισμού, να υπάρχει εκπαιδευμένο προσωπικό και οι κατάλληλες υπηρεσίες και δραστηριότητες.

Η έρευνα μέσω ερωτηματολογίων που υλοποιήθηκε στα πλαίσια της εργασίας οδήγησε σε μερικά σημαντικά συμπεράσματα. Οι περισσότεροι τουρίστες του Πηλίου επέλεξαν την περιοχή αυτή για τις διακοπές τους λόγω του ιδιαίτερου φυσικού τοπίου που διαθέτει προσδοκώντας να τους προσφέρει χαλάρωση και ξεκούραση. Δεδομένου ότι οι περισσότεροι ταξιδιώτες επιθυμούν να χαλαρώσουν και να ξεφύγουν από την καθημερινότητα, ήταν φυσικό να ενδιαφέρονται αρκετά για πακέτα ευεξίας. Παρ' όλα αυτά η έρευνα έδειξε ότι από τις υπηρεσίες που μπορεί να περιλαμβάνει ένα πακέτο ευεξίας, η πλειοψηφία των επισκεπτών του Πηλίου προτίμησε την πεζοπορία στη φύση. Έτσι ήταν σχετικά αναμενόμενο τα άτομα του δείγματος να έχουν ως κίνητρο, για να επισκεφτούν έναν προορισμό για τουρισμό ευεξίας, τη φύση και το τοπίο.

Οι επισκέπτες του Πηλίου θεωρούν ότι το Πήλιο είναι κατάλληλο για να αναπτύξει τον τουρισμό ευεξίας και αυτή τους η άποψη λογικά βασίζεται στο φυσικό περιβάλλον, στην

ποικιλομορφία, στο ανάγλυφο και τα μοναδικά τοπία της περιοχής. Τα αποτελέσματα αυτά λοιπόν, έχουν μεγάλη σημασία για το θεωρητικό υπόβαθρο. Στο θεωρητικό κομμάτι της εργασίας πέρα από την προσέγγιση βασικών εννοιών, όπως 'ευεξία', 'τουρισμός ευεξίας' και 'τοπίο', αναλύονται και τα οφέλη, οι υπηρεσίες του τουρισμού ευεξίας, οι προτιμήσεις των τουριστών ευεξίας και η σχέση αυτής της μορφής του τουρισμού με το φυσικό τοπίο. Σκοπός του τουρισμού ευεξίας είναι να παρέχει στους τουρίστες υπηρεσίες που θα τους προσφέρει ψυχική και σωματική ευημερία. Οι υπηρεσίες αυτές στοχεύουν στη χαλάρωση του ατόμου, στη διατήρηση της σωματικής υγείας του, στην αναζωογόνηση κ.ά.

Κεντρική ιδέα της εργασίας και του θεωρητικού υποβάθρου της είναι η σχέση του φυσικού τοπίου με τον τουρισμό ευεξίας, αλλά και ότι μπορεί να αποτελέσει κίνητρο για έναν τουρίστα ευεξίας να επισκεφτεί έναν προορισμό. Όλες αυτές οι θεωρίες έρχονται σε συμφωνία με τα αποτελέσματα της έρευνας που αναφέρθηκαν παραπάνω. Το φυσικό τοπίο πέρα από μέσο τουριστικής προβολής μίας περιοχής προσφέρει και ανεκτίμητα οφέλη στην υγεία και την ψυχολογία των ανθρώπων. Η επαφή με τη φύση προσφέρει στον άνθρωπο χαλάρωση, κίνητρο για άθληση και περισυλλογή. Οι τουρίστες του δείγματος στην έρευνα που πραγματοποιήθηκε φαίνεται να αναγνωρίζουν τα οφέλη αυτά, καθώς οι απαντήσεις τους έδειχναν ότι υπάρχει ενδιαφέρον για δραστηριότητες ευεξίας εφόσον αυτές συνδυάζονται με την φύση.

Ο τουρισμός ευεξίας στην Ελλάδα δεν είναι αρκετά ανεπτυγμένος, όπως επίσης δεν υπάρχουν σημαντικές έρευνες για τη συγκεκριμένη μορφή τουρισμού. Οι υπάρχουσες έρευνες που κάνουν αναφορά στο τουρισμό ευεξίας, κυρίως εξετάζουν τον τουρισμό υγείας και πιο συγκεκριμένα τον ιαματικό τουρισμό δεδομένου του μεγάλου αριθμού ιαματικών πηγών που διαθέτει η χώρα. Η συγκεκριμένη έρευνα παρ' όλα αυτά, εξετάζει εξ' ολοκλήρου τον τουρισμό ευεξίας, διαχωρίζοντάς τον από τον τουρισμό υγείας ο οποίος αποτελεί μία ευρύτερη μορφή τουρισμού.

Η παρούσα έρευνα μπορεί να υποβοηθήσει μελλοντικές έρευνες που θα έχουν ως κεντρικό θέμα τον τουρισμό ευεξίας, καθώς υπάρχουν πλέον στοιχεία για τις προτιμήσεις και τις επιθυμίες των Ελλήνων τουριστών. Η ευεξία αποτελεί προτεραιότητα στο ταξίδι αναψυχής ενός Έλληνα, ο οποίος θα επιλέξει τον προορισμό του σύμφωνα με το φυσικό τοπίο και περιβάλλον της περιοχής. Επομένως, αυτό αποτελεί ένα στοιχείο για τις

επόμενες μελέτες, δηλαδή ότι η φύση και το τοπίο αποτελεί, όντως κίνητρο (και μάλιστα το πιο σημαντικό) για να επισκεφτεί ο τουρίστας ευεξίας έναν τόπο.

Ένα θέμα που δεν έχει διευθετηθεί στην έρευνα της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι οι προτιμήσεις των αλλοδαπών τουριστών όσον αφορά τον τουρισμό ευεξίας. Επομένως, αυτό αποτελεί ένα ανοιχτό ζήτημα που μπορεί να εξετασθεί από τις επόμενες έρευνες. Το Πήλιο είναι μία περιοχή που την επισκέπτονται από διάφορα μέρη του πλανήτη. Μία υπόθεση που μπορεί να γίνει στη προκειμένη περίπτωση είναι ότι αυτοί που ίσως να έδειχναν το μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τα πακέτα ευεξίας να ήταν επισκέπτες που προέρχονται από την Αμερική και τη Δυτική Ευρώπη.

Η παραπάνω υπόθεση βασίζεται στο γεγονός ότι είναι άτομα που έχουν αρχικά την οικονομική δυνατότητα και δεύτερον σύμφωνα με στοιχεία είναι οι τουρίστες που πραγματοποιούν τα περισσότερα ταξίδια για τουρισμό ευεξίας. Τέλος, όσον αφορά το κατά πόσο το τοπίο αποτελεί κίνητρο για να επισκεφτούν το Πήλιο για τουρισμό ευεξίας πολύ πιθανό τα αποτελέσματα να μην διέφεραν πολύ από αυτά των Ελλήνων, καθώς η Ελλάδα είναι γνωστό ότι ελκύει τουρίστες κυρίως για τη φυσική ομορφιά της και για τα ιδιαίτερα τοπία της.

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

## Ερωτηματολόγιο

**Προσέλκυση Τουριστών Ευεξίας στην Ελλάδα με κίνητρο το τοπίο: Η Περίπτωση του Πηλίου**

\* Απαιτείται

**1. Φύλο \***

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Άνδρας  
 Γυναίκα

**2. Οικογενειακή Κατάσταση \***

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Έγγαμος  
 Άγαμος

**3. Ηλικία \***

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- 18-25  
 26-39  
 40-60  
 >60

**4. Απασχόληση \***

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Ιδιωτικός Υπάλληλος  
 Δημόσιος Υπάλληλος  
 Ελεύθερος Επαγγελματίας  
 Αγρότης  
 Φοιτητής  
 Οικιακά  
 Συνταξιούχος  
 Άνεργος  
 Άλλα: .....

**5. Περιοχή Προέλευσης \***

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Περιφέρεια Θεσσαλίας  
 Αθήνα  
 Θεσσαλονίκη  
 Βόρεια Ελλάδα  
 Υπόλοιπη Ελλάδα

## 6. Πόσες φορές έχετε επισκεφτεί την Περιοχή του Πηλίου; \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Πρώτη φορά
- 2
- 3
- >3

## 7. Για ποιο λόγο επιλέξατε αυτόν το προορισμό για τις διακοπές σας; \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Για το ιδιαίτερο φυσικό περιβάλλον και τοπίο
- Για τη διασκέδαση που προσφέρει
- Για τον πολιτισμό/ιστορία του
- Ήταν σε πακέτο διακοπών
- Άλλο: \_\_\_\_\_

## 8. Τι είναι αυτό που αναζητάτε από τις διακοπές σας στο Πήλιο; \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Χαλάρωση/Ξεκούραση
- Φυγή από την καθημερινότητα
- Μείωση του στρες/άγχους
- Νέες εμπειρίες
- Γνωριμία με την τοπική κουλτούρα
- Άλλο: \_\_\_\_\_

## 9. Σε ποιο βαθμό θα λέγατε ότι οι διακοπές στο Πήλιο σας προσφέρουν σωματική και ψυχική ευεξία; \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1      2      3      4      5      6      7

Καθόλου        Εξαιρετικά Πολύ

## 10. Σε ποιο βαθμό θα σας ενδιέφερε να συνδυάσετε τις διακοπές σας γενικά με πακέτα ευεξίας; \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1      2      3      4      5      6      7

Καθόλου        Εξαιρετικά Πολύ



Πίνακες ελέγχου ανεξαρτησίας  $\chi^2$ 

Πίνακας 1: Συσχέτιση φύλου με το λόγο επίσκεψης του Πηλίου

			Για ποιο λόγο επιλέξατε αυτόν το προορισμό για τις διακοπές σας;		Total
			άλλο	Για το ιδιαίτερο φυσικό περιβάλλον και τοπίο	
Φύλο	Ανδρας	Count	8	46	54
		% within Φύλο	14,8%	85,2%	100,0%
	Γυναίκα	Count	9	56	65
		% within Φύλο	13,8%	86,2%	100,0%
Total		Count	17	102	119
		% within Φύλο	14,3%	85,7%	100,0%

	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	1	,880

Πίνακας 2: Συσχέτιση ηλικίας με το λόγο επίσκεψης του Πηλίου

			Για ποιο λόγο επιλέξατε αυτόν το προορισμό για τις διακοπές σας;		Total
			άλλο	Για το ιδιαίτερο φυσικό περιβάλλον και τοπίο	
Ηλικία	>40	Count	5	48	53
		% within Ηλικία	9,4%	90,6%	100,0%
	18-39	Count	12	54	66
		% within Ηλικία	18,2%	81,8%	100,0%
Total		Count	17	102	119
		% within Ηλικία	14,3%	85,7%	100,0%

	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	1	,175

Πίνακας 3: Συσχέτιση Οικογενειακής κατάστασης με το λόγο επίσκεψης του Πηλίου

			Για ποιο λόγο επιλέξατε αυτόν το προορισμό για τις διακοπές σας;		Total
			άλλο	Για το ιδιαίτερο φυσικό περιβάλλον και τοπίο	
Οικογενειακή Κατάσταση	Άγαμος	Count	12	46	58
		% within Οικογενειακή Κατάσταση	20,7%	79,3%	100,0%
	Έγγαμος	Count	5	56	61
		% within Οικογενειακή Κατάσταση	8,2%	91,8%	100,0%
Total		Count	17	102	119
		% within Οικογενειακή Κατάσταση	14,3%	85,7%	100,0%

	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	1	,052

Πίνακας 4: Συσχέτιση Απασχόλησης με το λόγο επίσκεψης του Πηλίου

			Για ποιο λόγο επιλέξατε αυτόν το προορισμό για τις διακοπές σας;		Total
			άλλο	Για το ιδιαίτερο φυσικό περιβάλλον και τοπίο	
Απασχόληση	1	Count	5	65	70
		% within Απασχόληση	7,1%	92,9%	100,0%
	2	Count	12	37	49
		% within Απασχόληση	24,5%	75,5%	100,0%
Total		Count	17	102	119
		% within Απασχόληση	14,3%	85,7%	100,0%

	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	1	,008

Πίνακας 5: Συσχέτιση Περιοχής Προέλευσης με το λόγο επίσκεψης του Πηλίου

			Για ποιο λόγο επιλέξατε αυτόν το προορισμό για τις διακοπές σας;		Total
			άλλο	Για το πιο φυσικό τοπίο και τοπίο	
Περιοχή Προέλευσης	Βόρεια Ελλάδα	Count	4	43	47
		% within Περιοχή Προέλευσης	8,5%	91,5%	100,0%
	Περιφέρεια Θεσσαλίας	Count	6	31	37
		% within Περιοχή Προέλευσης	16,2%	83,8%	100,0%
	Υπόλοιπη Ελλάδα	Count	7	28	35
		% within Περιοχή Προέλευσης	20,0%	80,0%	100,0%
Total		Count	17	102	119
		% within Περιοχή Προέλευσης	14,3%	85,7%	100,0%

	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	2	,313

Πίνακας 6: Συσχέτιση Φύλου με το τι αναζητάνε οι τουρίστες από τις διακοπές τους στο Πήλιο

			Τι είναι αυτό που αναζητάτε από τις διακοπές σας στο Πήλιο;			Total
			άλλο	Φυγή από την καθημερινότητα	Χαλάρωση/Ξεκούραση	
Φύλο	Άνδρας	Count	7	17	30	54
		% within Φύλο	13,0%	31,5%	55,6%	100,0%
	Γυναίκα	Count	12	15	38	65
		% within Φύλο	18,5%	23,1%	58,5%	100,0%
Total		Count	19	32	68	119
		% within Φύλο	16,0%	26,9%	57,1%	100,0%

	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	2	,502

Πίνακας 7: Συσχέτιση Ηλικία με το τι αναζητάνε οι τουρίστες από τις διακοπές τους στο Πήλιο

			Τι είναι αυτό που αναζητάτε από τις διακοπές σας στο Πήλιο;			Total
			άλλο	Φυγή από την καθημερινότητα	Χαλάρωση/Ξεκούραση	
Ηλικία	>40	Count	5	16	32	53
		% within Ηλικία	9,4%	30,2%	60,4%	100,0%
	18-39	Count	14	16	36	66
		% within Ηλικία	21,2%	24,2%	54,5%	100,0%
Total		Count	19	32	68	119
		% within Ηλικία	16,0%	26,9%	57,1%	100,0%

	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	2	,211

Πίνακας 8: Συσχέτιση Οικογενειακή Κατάσταση με το τι αναζητάνε οι τουρίστες από τις διακοπές τους στο Πήλιο

		Τι είναι αυτό που αναζητάτε από τις διακοπές σας στο Πήλιο;			Total
		άλλο	Φυγή από την καθημερινότητα	Χαλάρωση/Ξεκούραση	
Οικογενειακή Κατάσταση	Άγαμος	13 22,4%	15 25,9%	30 51,7%	58 100,0%
	Έγγαμος	6 9,8%	17 27,9%	38 62,3%	61 100,0%
Total		19 16,0%	32 26,9%	68 57,1%	119 100,0%

	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	2	,168

Πίνακας 9: Συσχέτιση Απασχόληση με το τι αναζητάνε οι τουρίστες από τις διακοπές τους στο Πήλιο

		Τι είναι αυτό που αναζητάτε από τις διακοπές σας στο Πήλιο;			Total
		άλλο	Φυγή από την καθημερινότητα	Χαλάρωση/Ξεκούραση	
Απασχόληση	1	6 8,6%	22 31,4%	42 60,0%	70 100,0%
	2	13 26,5%	10 20,4%	26 53,1%	49 100,0%
Total		19 16,0%	32 26,9%	68 57,1%	119 100,0%

	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	2	,025

Πίνακας 10: Συσχέτιση Φύλου με το τι αποτελεί κίνητρο επιλογής προορισμού τουρισμού ευεξίας

		Εάν είχατε σαν σκοπό την ευεξία, με ποιο κίνητρο θα επιλέγατε τον προορισμό σας;		Total
		άλλο	Φύση/Τοπίο	
Φύλο	Άνδρας	13 24,1%	41 75,9%	54 100,0%
	Γυναίκα	20 30,8%	45 69,2%	65 100,0%
Total		33 27,7%	86 72,3%	119 100,0%

	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	1	,417

Πίνακας 11: Συσχέτιση Ηλικίας με το τι αποτελεί κίνητρο επιλογής προορισμού τουρισμού ευεξίας

		Εάν είχατε σαν σκοπό την ευεξία, με ποιο κίνητρο θα επιλέγατε τον προορισμό σας;		Total
		άλλο	Φύση/Τοπίο	
Ηλικία	>40	17 32,1%	36 67,9%	53 100,0%
	18-39	16 24,2%	50 75,8%	66 100,0%
Total		33 27,7%	86 72,3%	119 100,0%

	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	1	,343

Πίνακας 12: Συσχέτιση Οικογενειακής Κατάστασης με το τι αποτελεί κίνητρο επιλογής προορισμού τουρισμού ευεξίας

		Εάν είχατε σαν σκοπό την ευεξία, με ποιο κίνητρο θα επιλέγατε τον προορισμό σας;		Total
		άλλο	Φύση/Τοπίο	
Οικογενειακή Κατάσταση	Άγαμος	15 25,9%	43 74,1%	58 100,0%
	Έγγαμος	18 29,5%	43 70,5%	61 100,0%
Total		33 27,7%	86 72,3%	119 100,0%

	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	1	,657

Πίνακας 13: Συσχέτιση Απασχόλησης με το τι αποτελεί κίνητρο επιλογής προορισμού τουρισμού ευεξίας

		Εάν είχατε σαν σκοπό την ευεξία, με ποιο κίνητρο θα επιλέγατε τον προορισμό σας;		Total
		άλλο	Φύση/Τοπίο	
Απασχόληση	1	21 30,0%	49 70,0%	70 100,0%
	2	12 24,5%	37 75,5%	49 100,0%
Total		33 27,7%	86 72,3%	119 100,0%

	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	1	,509

Πίνακας 14: Συσχέτιση Περιοχής Προέλευσης με το τι αποτελεί κίνητρο επιλογής προορισμού τουρισμού ευεξίας

		Εάν είχατε σαν σκοπό την ευεξία, με ποιο κίνητρο θα επιλέγατε τον προορισμό σας;		Total
		άλλο	Φύση/Τοπίο	
Περιοχή Προέλευσης	Βόρεια Ελλάδα	16 34,0%	31 66,0%	47 100,0%
	Περιφέρεια Θεσσαλίας	7 18,9%	30 81,1%	37 100,0%
	Υπόλοιπη Ελλάδα	10 28,6%	25 71,4%	35 100,0%
Total		33 27,7%	86 72,3%	119 100,0%

	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	2	,304



## Βιβλιογραφία

## Ελληνόγλωσση

Αγγελίδης, Σ. (2012) *Βιώσιμη Ανάπτυξη Συστήματος Θερμαλισμού- Τουρισμού Υγείας και Ευεξίας Ιαματικών Λουτρών Ελλάδος*. Πτυχιακή εργασία. Λάρισα: ΑΤΕΙ Λάρισας

Γεράκης, Π.Α. (2009) “Τα Ελληνικά Τοπία”. *Αμφίβιον*, **83**(1), pp. 7-10.

Δοξιάδης, Θ. και Λιβέρη Δ. (2013) «Υπαιθρος Χώρος, Τοπίο και Τοπική Ανάπτυξη». Στα Πρακτικά του 11ου Επιστημονικού Συνεδρίου ERSA. Πάτρα: Εκδόσεις Πανεπιστήμιο Πατρών.

Ελληνική Ένωση Προστασίας Θαλάσσιου Πειβάλλοντος (2011) “Ανακαλύπτοντας τους υγρότοπους της Ελλάδας”. Ανακτήθηκε από: <http://helmepajunior.gr/zip/igrotopoi-elladas.pdf>.

Εταιρεία Ανάπτυξης Πηλίου (2014) ‘Μελέτη Επισήμανσης Τοπικών Προϊόντων Ποιότητας’. Ανακτήθηκε από: [http://www.eapilio.gr/files/Meleth\\_Topikwn\\_Proiontwn\\_Poiotitas.pdf](http://www.eapilio.gr/files/Meleth_Topikwn_Proiontwn_Poiotitas.pdf).

Ινστιτούτο Έρευνας και Τεχνολογίας Θεσσαλίας (2013) *Επιχειρησιακό Σχέδιο Τουριστικής Ανάπτυξης Περιφέρειας Θεσσαλίας*. Βόλος: Ινστιτούτο Έρευνας και Τεχνολογίας Θεσσαλίας

Ινστιτούτο Κοινωνικής και Προοληπτικής Ιατρικής (2012) *Ανάπτυξη του Ιατρικού Τουρισμού στην Ελλάδα*. Αθήνα: Ινστιτούτο Κοινωνικής και Προοληπτικής Ιατρικής

Κολυβά-Μαχαίρα, Φ. και Μπόρα-Σέντα, Ε., επιμ. (1995/1998) *Στατιστική: Θεωρία και εφαρμογές*. Θεσσαλονίκη: Ζήτη.

Κουρούδη, Κ. (2011) *Πολιτική Τοπίου: Υφιστάμενο Νομικό Πλαίσιο και Σχεδιασμός*. Μεταπτυχιακή Διατριβή. Θεσσαλονίκη: Πολυτεχνική Σχολή Α.Π.Θ.

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

Μαλάμη, Β. (2014) *Τοπίο ως Πολιτισμικό και Συνθετικό εργαλείο για το Σχεδιασμό του Χώρου*. Διπλωματική Εργασία. Χανία: Πολυτεχνείο Κρήτης

Μιχαηλίδου, Λ και Μπούχλη, Μ. (2015) *Η Αρχιτεκτονική Τοπίου σε Μικρούς Κήπους*. Διπλωματική Εργασία. Δράμα: ΤΕΙ Καβάλας.

Μπεριάτος, Η. (2010) “Το τοπίο και η πολιτική του τοπίου στην Ελλάδα”. Στα Πρακτικά της 1<sup>ης</sup> Συνάντησης Εργασίας στο πλαίσιο του προγράμματος Διαφύλαξη και Διαχείριση του Ελληνικού Τοπίου. Αθήνα: Πανεπιστήμιο Αθηνών και WWF Ελλάδας.

Νικοκάβουρα, Σ. (2008) *Τουρισμός Υγείας στο Νομό Κέρκυρας*. Πτυχιακή Εργασία. Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Καλαμάτας: Καλαμάτα.

Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Μαγνησίας (2005) *Στρατηγικό Σχέδιο Ανάπτυξης Μαγνησίας*. Βόλος: Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Μαγνησίας.

Ντε Μποτόν Α. (2002) *Η Τέχνη του Ταξιδιού*. Εκδόσεις: Πατάκη

Οικονόμου, Κ. και Οικονόμου, Γ. (2010) 'Συγκρότημα κατοικιών στο Πήλιο: Ένας προβληματισμός, μια πρόταση'. Στα Πρακτικά του 6<sup>ου</sup> Διεπιστημονικού Συνεδρίου του ΕΜΠ και ΜΕ.Κ.Δ.Ε. Μέτσοβο: Μετσόβιο Κέντρο Διεπιστημονικής Έρευνας.

Πολύζος, Σ. και Σαράτσης, Γ (2013) 'Η γεωγραφία και τα χαρακτηριστικά του τουρισμού στην Ελλάδα, η θέση και οι προοπτικές της Περιφέρειας Θεσσαλίας'. Στα Πρακτικά του 7<sup>ου</sup> Συνεδρίου ΕΣΔΟ. Λάρισα: ΤΕΙ Λάρισας.

Ρουσώ Ζ. (1989) *Οι Ονειροπολήσεις ενός Μοναχικού Οδοιπόρου*. Εκδόσεις: Σ.Ι. Ζαχαρόπουλος Α.Ε.

Σαπουνάκης, Α. (2014) "Περισσότερο τοπίο στην Ελλάδα: Απειλές και προοπτικές". *Αειχώρος*, 19, pp. 58-79

Σπάθη, Κ. (2000) 'Ο ιαματικός τουρισμός και η ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Ελλάδα Ο ιαματικός τουρισμός και η ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Ελλάδα: Συνοπτική έκθεση'. Αθήνα: Κέντρο προγραμματισμού και οικονομικών ερευνών.

Σωτηριάδης, Μ. (2007) 'Ανάπτυξη κέντρων spa στην Ευρώπη: στην Αυστρία, Γερμανία και Ελβετία'. Στα πρακτικά του 1<sup>ου</sup> Παγκρήτιου Συνέδριου Spa. Ηράκλειο: Alpha Hospitality Consultants

Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων και Κέντρο Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης Μακρινίτσας (2007) *Τα Πέτρινα Τοξωτά Γεφύρια της Ελλάδας*. Μακρινίτσα: Κέντρο Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης Μακρινίτσας.

Φωτιάδης, Γ. (2005) 'Χαρακτηριστικά Στοιχεία της Βλάστησης και της Χλωρίδας του Πηλίου'. Στα Πρακτικά της Επιστημονικής Διημερίδας 'Το Ελληνικό Φασκόμηλο'. Ζαγορά Πηλίου: Πανελλήνιος Φαρμακευτικός Σύλλογος.

Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο (2010) *Το Σύγχρονο Ελληνικό Πολιτισμικό Τοπίο: Θεωρητικό Πλαίσιο, Μεθοδολογία, Συνθετικές Παρατηρήσεις*. Αθήνα: Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Τμήμα Γεωγραφίας.

### Ξενόγλωσση

Aranzabal, I., Schmitz, M., & Pineda, F. (2009). Integrating Landscape Analysis and Planning: A Multi-Scale Approach for Oriented Management of Tourist Recreation. *Environmental Management*, 44(5), 938-951.

Baicker, K., Cutler, D. and Song, Z. (2010) 'Workplace Wellness Programs Can Generate Savings'. *Health Affairs*, 29(2), pp. 1-9.

Berg, A., Vries, D. and Vlek, C. (2006) "Images of Nature, Environmental Values and Landscape Preference: Exploring Their Interrelationships". In Born, R., Groot, W.& L., Rob H.J. (Eds.), *Visions of Nature: A Scientific Exploration of People's Implicit Philosophies Regarding Nature in Germany, the Netherlands, and the United Kingdom* (pp. 43-60). Berlin: LIT Verlag.

- Brantman, G., Hamilton, P. and Gretchen, C. (2012) “The Impacts of Nature Experience on Human Cognitive Function and Mental Health”. *Annals of the New York Academy of Sciences*, **1249**(1), pp. 118-136
- Carneiro, M. J., Lima, J. and Silva, A. L. (2015) “The Relevance of Landscape in the Rural Tourism Experience: Identifying Important Elements of the Rural Landscape”. *Journal of Sustainable Tourism*, **23**(8-9), pp. 1217-1235
- Cocossis, H. (2008) “Tourism/Hotel and Resort Infrastructure”. Retrieved from: [http://video.minpress.gr/wwwminpress/aboutbrandgreece/aboutbrandgreece\\_cocossis.pdf](http://video.minpress.gr/wwwminpress/aboutbrandgreece/aboutbrandgreece_cocossis.pdf)
- Cook, P. (2008) *What is Health and Medical Tourism?*. Humanities Research Program. Queensland University of Technology.
- Costa, C., Quintela, J. and Mendes, J. (2015) “Health and Wellness Tourism: A Strategic
- Curtin, S. (2013). “The Intrinsic Motivations and Psychological Benefits of Eco- and Wildlife Tourism Experiences”. In Ballantyne, R. & J. Packer (eds.) *International Handbook on Ecotourism*. Edward Elgar: Cheltenham – Northampton.
- Dahlan, N. (2015) «[Service Innovation in the Business Models of the Spa Industry in Malaysia](#)». In *Proceedings of Asian Business Research Conference*. Melbourne: Victoria, Australia.
- Dawn, S. K. and Pal, S. (2011) ‘Medical Tourism in India: Issues, Opportunities and Designing Strategies for Growth and Development’. *International Journal of Multidisciplinary Research*, **1**(3), pp.185-202.
- de Groot, R. S. 1992. *Functions of Nature: Evaluation of Nature in Environmental Planning, Management and Decision Making*. Wolters-Noordhoff, Amsterdam, the Netherlands.
- Didascalou, E., Lagos, D., Nastos, P. (2009) ‘Wellness Tourism: Evaluating Destination Attributes for Tourism Planning in a Competitive Segment Market. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, **4**(4), pp. 113-126.
- Egbert, E. (1980) “Concept of Wellness”. *Journal Psychosocial Nursing and Mental Health Services*, **18**(1), pp. 9-12
- Erfurt-Cooper, P., & Cooper, M. (2009). *Health and wellness tourism: Spas and hot springs*. Channel View Publications.
- Erfurt, P. (2011) *An Assessment of the Role of Natural Hot and Mineral Springs in Health, Wellness and Recreational Tourism*. PhD Thesis. JC University, Australia.
- Foster, L. T. and Keller, P. (2008) *The British Columbia Atlas of Wellness*. Canadian Western Geographical Series, vol. 42
- Global Spa & Wellness Summit (2013) ‘The Global Wellness Tourism Economy 2013. Global Spa & Wellness Summit
- Global Wellness Institute (2014) ‘Global Spa and Wellness Economy Monitor’. Global Wellness Institute

Godbey, G. (2009) *Outdoor Recreation, Health and Wellness*. Discussion Paper. Washington: Resources

Gökkyer, E. (2013) «Understanding Landscape Structure Using Landscape Metrics». In Özyavuz, M. (eds.) *Advances in Landscape Architecture*. Rijeka, Croatia: InTech

Hall, M. (2003). Spa and health tourism. *Sport and adventure tourism*, 273-292.

Hatzopoulou, M. (2008) “Landscape” Retrieved from: [http://video.minipress.gr/wwwminipress/aboutgreece/aboutgreece\\_landscape.pdf](http://video.minipress.gr/wwwminipress/aboutgreece/aboutgreece_landscape.pdf)

Hashemi, S. M., Jusoh, S., Mohammadi, S. (2015) ‘Influence Factors of Spa and Wellness Tourism on Revisit Intention: The Mediating Role of International Tourist Motivation and Tourist Satisfaction. *International Journal of Research*, **3**(7), pp. 1-11.

Healy R.G. (1994): “The ‘common Pool’ Problem in Tourism Landscape”. *Annals of Tourism Research*, 21: 596–611.

Horwath HTL (2014) Health and Wellness Market Report Germany. Horwath

International Trade Centre (2014) Medical and Wellness Tourism: Lessons from Asia. Geneva: ITC

Johanson, M. (2004) ‘Health, Wellness Focus within Resort Hotels’. *Hospitality Review*, **22**(1), pp. 24-29.

Jolliffe, L. and J. Cave (2012) Health and Wellness tourism. *Tourism: The Key Concepts*. Robinson, P (Ed.) London: Routledge. pp 93-95.

King, P. (2007) “The concept of well-being and its application in a study of aging in Aotearoa New Zealand” [EWAS Working Paper Series No. 8] . LowerHutt, NZ: Family Center. Retrieved from <http://www.ewas.net.nz/Publications/filesEWAS/Conceptualising%20wellbeing.pdf>

Kiss, K. (2012) “Analysis of Demand for Wellness and medical Tourism in Hungary”, **6**(5), pp. 57-62.

Keniger, L., Gaston, K., Irvine, K. and Fuller, R. (2013) “What are the Benefits of Interacting with Nature?”. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, **10**(1), pp. 913-935.

Koncul, N. (2012) ‘Wellness: A New Mode of Tourism’. *Economic Research*, **25** (2), pp. 525-534.

Konu, H., Tuohino, A. and Komppula, R. (2010) ‘Lake Wellness-a Practical Example of a new Service Development Concept in Tourism Industry’. *Journal of Vacation Marketing*, **16**(2), pp. 125-139.

Lang Research Inc. (2001) Travel Activities & Motivation Survey Interest in Health Spas Profile Report. Lang Research

- Maller, C., Townsend, M., St Leger, L., Wilson, C., Pryor, A., Prosser, L. and Moore, M. (2009) "Healthy Parks, Healthy People: The Health Benefits of Contact with Nature in a Park Context". *George Wright Forum*, **29**(2), pp. 586-594.
- Mc Garigal, K. (2014) *What is a Landscape*. Lecture notes. Amherst, Massachusetts: UMass.
- McGregor, S. (2010) "Well-being, Wellness and Basic Human Needs in Home Economics". *McGregor Monograph Series*. No. 201003.
- Michalkó, G. and Rátz, T. (2010) "Hungarian spa destinations in the tourism-oriented property market". *Hungarian Geographical Bulletin*, **59**(2), pp. 131–146.
- Mikulec, J. and Antouskova, M. (2011) "Landscape and Tourism Potential in the Protected Landscape Areas". *Agricultural Economics*, **57**(6), pp. 272-278.
- Mishra, S. (2014) 'Prospects in Medical Tourism-India'. *Journal of Tourism*, **1**(1), pp. 13-17.
- Mitten, D. (2009) The Healing Power of Nature: The Need for Nature for Human Health, Development, and Well-being. In *Proceedings of International Dialogue Conference Jubilee Celebration*. Levanger, Norway: North Troendelag University College.
- Mueller, H., & Kaufmann, E. L. (2001). Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. *Journal of Vacation Marketing*, **7**(1), 5–17.
- Myers, J. E., Sweeney, T. J., & Witmer, J. M. (2000). The wheel of wellness counseling for wellness: A holistic model for treatment planning. *Journal of Counseling & Development*, **78**, 251-266. Retrieved from <http://aca.metapress.com/link.asp?id=pxpkullf5qnetnax>.
- Myers, J. E., Sweeney, T. J. and Witmer, M. (2005). A Holistic Model of Wellness. <http://www.mindgarden.com/products/wells.htm>. Accessed on 20 April 2016.
- Philippines Statistics Authority (2012) "2009 Survey of Tourism Establishments in the Philippines (STEP) for Health and Wellness : Final Results. Republic of Philippines.
- Planells, M., Galiana, F. and Eetvelde, V. (2014) "A Classification of Landscape Services to Support Local Landscape Planning". *Ecology and Society*. **19**(1): 44
- Preslav, D. (2011) 'Long-Term Forecasting of the Spa and Wellness Subsector of the Bulgarian Tourism Industry'. *Tourism & Management Studies*, **7**(1), pp. 140-148.
- Quintela, A., Correia, A., Antunes, J. (2011) "Service Quality in Health and Wellness Tourism—trends in Portugal". *International Journal of Business, Management and Social Sciences*, **2**(3), pp. 1-8.
- Ringer, G. (2007) "Healthy Spaces, Healing Places: Sharing Experiences of Wellness Tourism In Oregon, USA". *The Journal for Tourist Theory and Practice*. **1**(1), pp. 29-39.
- Roger, S. U. (1986) "Visual Landscapes and Psychological Well-being". *Landscape Research*, **4**(1), pp. 17-23.
- SAC (SAN ANTONIO COLLEGE) (2005). Wellness. <http://www.accd.edu/sac/wellness/wellpage.htm>. Accessed on 25 April 2016

- Sharafuddin, M. A. (2015a) «Types of Tourism in Thailand». *e-Review of Tourism Research*, **12**(3/4), pp. 210-219
- Sharafuddin, M. A. (2015b) «Siddha and Wellness Tourism: Opportunities and Challenges for ‘Brand Tamilnadu’». *International Journal Of Ayurveda Pharmacy*. **6**(3), pp. 387-394.
- Smith, M. and Kelly C. (2006) ‘Wellness Tourism’. *Tourism Recreation Research*, **31**(1), pp. 1-4.
- Spa Finder Wellness (2013) *Top 10 Global Spa & Wellness Trends Forecast*. Trend Report
- Stanford Graduated School of Business (2010) *The Psychology of Happiness*. Stanford Rousseau
- Statistics Canada (2013) *Human Activity and the Environment*. Canada: Statistics Canada.
- Supapol, B. and Barrows, A. (2007) “Canadian Health and Wellness Tourism (Obstacles Impeding International Competitiveness)”. *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*. **12**(3), pp. 2-18.
- Tilley, C. (1994) *A Phenomenology of Landscape: Places, Paths, and Monuments*. 1<sup>st</sup> Edition. Oxford/Providence, USA: Berg
- Townsend, M. and Weerasuriya, R. (2010) *Beyond Blue to Green: The Benefits of Contact with Nature for Mental Health and Well-being*. Melbourne, Australia: Deakin University Australia.
- Weiermair, K. and Steinhäuser, C. (2003) “New Tourism Clusters in the Field of Sports and Health: The Case of Alpine Wellness”. In *proceedings of the 12<sup>th</sup> International Tourism and Leisure Symposium*. Barcelona.
- White, S. (2008) *But What is Well-being: A framework for Analysis in Social and Development Policy and Practice*. Paper for Regeneration and Well-being: Research into Practice. University of Bradford.
- Veenhoven, R. (2006) “How Do We Assess How Happy We Are? Tenets, Implications and Tenability of Three Theories”. In *Proceedings of Conference on ‘New Directions in the Study of Happiness: United States and International Perspectives*. USA: University of Notre Dame.
- Voigt, C. (2008) *Insights into wellness tourists: segmentation by benefits*. Research Paper. Lincoln university, U.K.
- Voigt, C. (2013) *Wellness Tourism: A Critical Overview*. Instructional Notes. Wageningen: Curtin University.

## Θεσμικό Πλαίσιο

**Νόμος 2742/1999** Χωροταξικός Σχεδιασμός, Αειφόρος Ανάπτυξη και άλλες Διατάξεις. ΦΕΚ 207/Α'/07.10.1999.

**Νόμος 3827/2010** Κύρωση της Ευρωπαϊκής Σύμβασης του Τοπίου. ΦΕΚ 30/Α'/25.02.2010

**Νόμος 3852/2010** Νέα Αρχιτεκτονική της Αυτοδιοίκησης και της Αποκεντρωμένης Διοίκησης- Πρόγραμμα Καλλικράτης. ΦΕΚ 87/Α'/07.07.2010

**Νόμος 3937/2011** Διατήρηση της βιοποικιλότητας και άλλες διατάξεις. ΦΕΚ 60/Α'/31.03.2011.

## Ιστότοποι

<http://www.visitgreece.gr/el/leisure/wellness>, Πρόσβαση 29/3/2016

<http://www.wellnesstourismworldwide.com/>, Πρόσβαση 3/4/2016

<http://www.healthandfitnesstravel.com/blog/top-10-wellness-retreats-in-the-world>, Πρόσβαση 3/4/2016

<http://www.aldemar-resorts.gr/GR/destinations/crete/>, Πρόσβαση 3/4/2016

<http://www.kirini.com/>, Πρόσβαση 3/4/2016

<http://www.domesofelounda.com/>, Πρόσβαση 3/4/2016

[http://www.sani-resort.com/el\\_GR/our-hotels/porto-sani-village](http://www.sani-resort.com/el_GR/our-hotels/porto-sani-village), Πρόσβαση 3/4/2016

<http://www.nationalwellness.org/>, Πρόσβαση 3/4/2016

<http://www.who.int/en/>, Πρόσβαση 3/4/2016

<http://www.enterprisegreece.gov.gr/>, Πρόσβαση 23/4/2016

<http://www.writepicturesmedia.com/>, Πρόσβαση 23/4/2016

<http://worldspaawards.com/>, Πρόσβαση 23/4/2016

<http://www.spafinder.com/>, Πρόσβαση 25/04/2016

<http://www.oup.com.au/>, Επίσημη Ιστοσελίδα Πανεπιστημίου Οξφορδης (Πρόσβαση 8/7/2016).

<http://www.iucn.org/content/natural-solutions-protected-areas-are-vital-human-health-and-well-being>, Πρόσβαση 11/7/2016

[http://ag.udel.edu/udbg/sl/humanwellness/Human\\_Benefits.pdf](http://ag.udel.edu/udbg/sl/humanwellness/Human_Benefits.pdf), Πρόσβαση 11/7/2016

<http://biodiversity.gr/>, Πρόσβαση 14/7/2016

<http://diocles.civil.duth.gr/links/home/database/magnisia/pr36ge.pdf>, Πρόσβαση 18/7/2016

[https://www.ioer.de/greenkeys/Greenkeys\\_Tools/casesreport/PDF/Volos/Volos\\_strategy\\_Greek\\_080708.pdf](https://www.ioer.de/greenkeys/Greenkeys_Tools/casesreport/PDF/Volos/Volos_strategy_Greek_080708.pdf), Πρόσβαση 18/07/2016

[http://www.ionistours.gr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=78&Itemid=555](http://www.ionistours.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=78&Itemid=555), Πρόσβαση 18/07/2016

<http://www.statistics.gr/>, Πρόσβαση 18/07/2016

<http://meteovolos.gr/>, Πρόσβαση 19/07/2016 Μετεωρολογικός Σταθμός Ζαγοράς

<http://www.pezoporia.gr/>, Πρόσβαση 19/07/2016

<http://www.ypeka.gr/>, Πρόσβαση 19/07/2016

<http://www.archaiologia.gr/wp-content/uploads/2011/06/34-18.pdf>, Πρόσβαση 19/07/2016

<http://listedmonuments.culture.gr/>, Πρόσβαση 19/07/2016

<http://www.psychological-opinions.gr/>, Πρόσβαση 20/07/2016

<http://www.music-village.gr/>, Πρόσβαση 20/07/2016

<http://www.grparadosi.com/>, Πρόσβαση 20/07/2016

<http://valishotel.gr/>, Πρόσβαση 10/08/2016

<http://12hotel.gr/>, Πρόσβαση 10/08/2016

<http://www.terra-hotel-pelion.com/el/>, Πρόσβαση 10/08/2016

<http://www.portariahotel.gr/index.php/el/>, Πρόσβαση 10/08/2016

<http://www.hotel-kritsa.gr/>, Πρόσβαση 10/08/2016

<http://www.eosvolos.gr/>, Πρόσβαση 11/08/2016

<http://travel.usnews.com/>, Πρόσβαση 17/08/2016

<http://www.huffingtonpost.com/>, Πρόσβαση 17/08/2016

<http://lightninginabottle.org/>, Πρόσβαση 17/08/2016





