

Τ.Ε.Ι. ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΜΟΝΑΔΩΝ ΤΟΠΙΚΗΣ  
ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

**ΘΕΜΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ:** « *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού: επιπτώσεις και δυνατότητες εξέλιξης στο Νομό Χαλκιδικής* »



της σπουδάστριάς: Ακριβού Δήμητρα

Καθηγητής: κ. Γ. Κόνδης

ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2006

## ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Από τότε που αρχίζουμε να θυμόμαστε τον εαυτό μας σαν παιδιά αρχίζουν και τα σχολεία. Πρώτα το νηπιαγωγείο, δημοτικό, γυμνάσιο και έπειτα το λύκειο. Στο λύκειο όλοι μας προσπαθούμε να πετύχουμε ώστε να περάσουμε σε μια σχολή της αρεσκείας προσβλέποντας σε ένα καλύτερο μέλλον.

Για το δικό μου καλύτερο μέλλον θέλω να ευχαριστήσω τους γονείς μου για τους κόπους και τις προσπάθειες που έκαναν ώστε να σποδάσω στο ΤΕΙ Καλαμάτας. Επίσης θα ήθελα να ευχαρίστησω τον αρραβωνιαστικό μου για όλα αυτά τα χρόνια υπομονής.

Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω τον κ. Κόνδη για την βοήθεια και την καλή συνεργασία που είχαμε κατά την διάρκεια των τελευταίων εξαμήνων της σχολής και κατά τη διάρκεια διεκπαιρέαιωσης της πτυχιακής μου εργασίας.

## **ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ**

**Α.Ε.:** Ανώνυμη Εταιρεία

**Α.Ν.:** Αναπτυξιακός Νόμος

**Δ.Ε.Θ.:** Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης

**Ε.Ε.:** Ευρωπαϊκή Ένωση

**Ε.Ο.Τ.:** Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού

**Ε.Σ.Υ.Δ.:** Εθνικό Συμβούλιο Διαπίστευσης

**Η.Π.Α.:** Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής

**κ.α.:** και άλλα

**κ.λ.π.:** και τα λοιπα

**Κ.Π.Σ.:** Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης

**Ν.:** Νόμος

**Ν.Π.Δ.Δ.:** Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου

**π.χ.:** παραδείγματος χάριν

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η ποιοτική υποβάθμιση του Ελληνικού Τουρισμού έχει αναγνωρισθεί σαν το υπ' αριθμών ένα πρόβλημα του κλάδου τα τελευταία χρόνια. Παράλληλα, ο ολοένα αυξανόμενος διεθνής ανταγωνισμός, ακόμα και από πολύ μακρινές χώρες, ιδιαίτερα στο κόστος των προσφερόμενων υπηρεσιών, ωθεί τον Ευρωπαϊκό και κατ' επέκταση τον Ελληνικό Τουρισμό προς την μοναδική διέξοδο που λέγεται ανταγωνισμός στο επίπεδο της ποιότητας.

Προκύπτει επιτακτική ανάγκη της ποιοτικής αναβάθμισης του Ελληνικού Τουρισμού μέσα από ένα συγκεκριμένο πλάνο και πλαίσιο μέτρων που να στηρίζεται σε μία ανάλογη έρευνα της αγοράς και των απαιτήσεών της.

Μια από τις αιχμές αυτής της ολοκληρωμένης και πολυτομεακής στρατηγικής είναι ο «**τουρισμός της υπαίθρου**» και οι **εναλλακτικές μορφές τουρισμού** που μπορούν να αποτελέσουν όχι μόνο μια αξιόλογη συμπληρωματική πηγή εισοδήματος για τον αγροτικό κυρίως πληθυσμό, αλλά και ένα σημαντικό μηχανισμό μιας νέας ισορροπίας και δυναμικής σχέσης αστικών κέντρων , ακτών, παραλιών και ενδοχώρας .

Μια δυναμική σχέση που επιτρέπει την επέκταση της οικονομικής και κοινωνικής τουριστικής δραστηριότητας στον **χώρο** και στον **χρόνο**. Σαν εναλλακτικές μορφές τουρισμού αναφέρονται συνήθως αυτές που αξιοποιούν σαν πόλους τουριστικής έλξης εγγενή **φυσικά, γεωμορφολογία, κοινωνικά και πολιτισμικά** χαρακτηριστικά ενός προορισμού με ανάγκες ηπίων περιβαντολογικά συνήθως παρεμβάσεων.

Η Χαλκιδική πέρα από τις εκτεταμένες ακτές της έχοντας να επιδείξει εντυπωσιακούς ορεινούς όγκους, απίστευτη ποικιλότητα σπάνιας χλωρίδας και πανίδας, εντυπωσιακό πολιτισμικό απόθεμα ηθών και εθίμων , παράδοσης και παραδοσιακών επαγγελμάτων και τεχνών, εντυπωσιακά μοναστήρια, απίστευτο διατροφικό πλούτο και ποικιλία , παραγωγή αναντικατάστατων αγροτικών ποιοτικών προϊόντων και απaráμιλλη κουλτούρα φιλοξενίας, διαθέτει τελικά αστείρευτους και περιζήτητους τουριστικούς πόρους και δυναμική για να αναπτύξει αυτό που ονομάζουμε εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Μορφές όπως :

- ✓ Ο Αγροτουρισμός

- ✓ Ο Οικοτουρισμός
- ✓ Ο Διατροφικός Τουρισμός
- ✓ Ο Προσκυνημάτων Τουρισμός
- ✓ Ο Ορεινός η/και Ορειβατικός Τουρισμός
- ✓ Ο Τουρισμός Περιπέτειας
- ✓ Ο Πολιτισμικός Τουρισμός

συνθέτουν την αυθεντικότητα της αξέχαστης εμπειρίας προς την οποία πλέον στρέφεται ο σύγχρονος άνθρωπος και οι σημερινές τουριστικές αγορές.

Εάν αυτά συνδυαστούν , με κάποιες σημαντικότερες παρεμβάσεις και επενδύσεις, τότε οι διάφορες εναλλακτικές μορφές τουρισμού ανά περιοχή συνθέτουν ένα πολυσύνθετο μείγμα τουριστικού προϊόντος εξαιρετικής ποιότητας και ανταγωνιστικότητας.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b>	<b>σελ.10</b>
 <b><u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ</u></b>	
1.1. Εισαγωγή	σελ.12
1.2. Τουρισμός: μία αγορά υψηλής αξίας	σελ.12
1.3. Η οικονομική βαρύτητα του τουρισμού	σελ.13
1.4 Τουρισμός και κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη	σελ. 14
1.5. Η τουριστική ζήτηση	σελ.15
 <b><u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</u></b>	
2.1. Εισαγωγή	σελ.17
2.2 Προσφορά	σελ.17
2.3 Ζήτηση από τους tour operators	σελ.18
2.4 Μελλοντικές προοπτικές	σελ.19
2.5 Φορείς του τουρισμού στην Ελλάδα	σελ.20
 <b><u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</u></b>	
3.1 Εισαγωγή	σελ.22
3.2 Αγροτουρισμός	σελ.23
3.2.1 Εισαγωγή	σελ.23
3.2.2 Πλεονεκτήματα Αγροτουρισμού	σελ.25
3.2.3 Είδη Αγροτουριστικών καταλυμάτων	σελ.26
3.2.4 Το παρελθόν, το παρόν και το μέλλον του Αγροτουρισμού	σελ.26
3.2.5 Προφίλ των αγροτουριστών	σελ.27
3.2.6 Οι δυσμενείς επιπτώσεις του αγροτουρισμού	σελ.27
3.3 Συνεδριακός τουρισμός	σελ.28
3.4 Επιχειρηματικός τουρισμός	σελ.29
3.5 Μεμονωμένοι τουρίστες	σελ.29
3.6 Κρουαζιέρες	σελ.30
3.7 Yachting	σελ.30
3.8 Golf	σελ.30
3.9 Rafting, trekking, kayaking	σελ.30
3.10 Θρησκευτικός τουρισμός	σελ.31

3.11 Πολιτιστικός τουρισμός	σελ.32
3.12 Εσωτερικός τουρισμός	σελ.32
3.13 Ιαματικός τουρισμός	σελ.33
3.14 Οικοτουρισμός	σελ.33
3.15 Γεωτουρισμός	σελ.34
3.16 Αθλητικός τουρισμός	σελ.34
3.17 Ο εναλλακτικός τουρισμός ως παράγοντας τοπικής ανάπτυξης	σελ.35

#### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ**

4.1 Υπηρεσίες	σελ.37
4.2 Τιμή	σελ.37
4.3 Υποδομή	σελ.38
4.4 Εικόνα	σελ.38

#### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΧΑΛΚΙΔΙΚΗ**

5.1 Γεωγραφική θέση	σελ.30
5.2 Γενικές πληροφορίες: Κασσάνδρα	σελ.41
5.3 Γενικές πληροφορίες: Σιθωνία	σελ.42
5.4 Γενικές πληροφορίες: Άγιο Όρος	σελ.42
5.5 Τοπική οικονομία	σελ.44
5.6 Δείκτες ευημερίας	σελ.46
5.7 Παραδοσιακά προϊόντα Χαλκιδικής	σελ.48
5.8 Ιστορικά στοιχεία	σελ.52
5.9 Σπήλαιο Πετραλώνων	σελ.53

#### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΟΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗ**

6.1 Θρησκευτικός τουρισμός	σελ.55
6.2 Αθλητικός τουρισμός	σελ.55
6.3 Θαλάσσια αθλήματα	σελ.56
6.4 Golf	σελ.57
6.5 Τουρισμός Περιπέτειας	σελ.58
6.5.1 Ποδήλατο βουνού	σελ.58



6.5.2 Ιππασία	σελ.58
6.5.3 Περιπατικές Διαδρομές	σελ.58
6.6 Συνεδριακός τουρισμός	σελ.58
6.7 Αγροτουρισμός	σελ.59
6.8 Κοινωνικός τουρισμός	σελ.59

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΣΤΗ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗ**

7.1 Εισαγωγή	σελ.60
7.2 Yachting	σελ.61
7.3 Υποβρύχια κατάδυση	σελ.61
7.4 Τουρισμός golf	σελ.62
7.5 Τουρισμός ειδικών δραστηριοτήτων	σελ.62
7.6 Εκπαιδευτικός και πολιτιστικός τουρισμός	σελ.63
7.7 Θρησκευτικός τουρισμός	σελ.64
7.8 Η συμβολή του εναλλακτικού τουρισμού στην επίτευξη της τοπικής ανάπτυξης στον Νομό Χαλκιδικής	σελ.65

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ**

8.1 Αποτελέσματα ερωτηματολογίου	σελ.67
8.2 Γενικά Συμπεράσματα	σελ.73

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ**

9.1 Εκπαίδευση ανθρώπινου δυναμικού	σελ.75
9.2 Τουρισμός μέσω tour operators	σελ.76
9.3 Συνεδριακός τουρισμός	σελ.76
9.4 Yachting	σελ.77
9.5 Τουρισμός δραστηριοτήτων	σελ.77
9.6 Εκπαιδευτικός και πολιτιστικός τουρισμός	σελ.78
9.7 Θρησκευτικός τουρισμός	σελ.78

<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</b>	σελ.80
---------------------	--------



**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

**σελ.83**

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ**

**σελ.84**

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σκοπός της μελέτης είναι η καταγραφή των δυνατοτήτων που παρουσιάζει ο νομός Χαλκιδικής όσον αφορά την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Πριν καθοριστούν τα βήματα που ακολουθήθηκαν για την μελέτη της ποιοτικής αναβάθμισης του τουρισμού στο συγκεκριμένο νομό, παρατίθενται οι παραδοχές βάση των οποίων προσδιορίζεται ο όρος "Ποιοτική Αναβάθμιση":

Η ποιοτική αναβάθμιση του Ελληνικού Τουρισμού αποβλέπει:

- στην αύξηση των τουριστικών εσόδων,
- στη διατήρηση και προστασία του φυσικού περιβάλλοντος,
- στην αποφυγή επέκτασης κοινωνικών προβλημάτων,
- στη διάσωση και προώθηση του εθνικού πλούτου,
- στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου,
- στην ικανοποίηση των πελατών / τουριστών,
- στη διασφάλιση τουριστικών αναπτυσσόμενων περιοχών και
- στην άμβλυνση του μαζικού "φθηνού" τουρισμού.

Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για την μελέτη της ποιοτικής αναβάθμισης του τουρισμού στο νομό της Χαλκιδικής, περιλάμβανε :

- ανασκόπηση της πορείας του Ελληνικού τουρισμού και των κυριότερων μεγεθών του
- προσδιορισμό των δυνατών και αδύνατων σημείων του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος,
- προσδιορισμό των παραγόντων που δρουν ανασταλτικά στην ποιοτική αναβάθμιση του Ελληνικού Τουρισμού,
- εξέταση των ευκαιριών και των κινδύνων για τον Ελληνικό Τουρισμό,
- καθιέρωση νέων μορφών τουρισμού με δυνατότητες ανάπτυξης,
- προσδιορισμό των ενεργειών και των μέσων που απαιτούνται για την αναβάθμιση του Ελληνικού Τουρισμού.

Κατά τη διάρκεια της έρευνας αγοράς, η μελέτη επικεντρώθηκε στα ακόλουθα :

- Ανάλυση Δημοσιευμένων Στοιχείων
- Ανάλυση Αδημοσίευτης Βιβλιογραφίας που εκπονήθηκε από οργανισμούς του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα
- Επιτόπια έρευνα μέσω ενός ανοιχτού ερωτηματολογίου

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 : Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ**

### **1.1. Εισαγωγή**

Ο τουρισμός αποτελεί μία από τις σημαντικότερες βιομηχανίες που έχει να επιδείξει σήμερα η Ελλάδα. Όπως συμβαίνει άλλωστε και στις υπόλοιπες οικονομίες των χωρών της Μεσογείου, ο τουρισμός αντιστοιχεί σε ένα σημαντικό ποσοστό του ακαθάριστου εθνικού προϊόντος απασχολώντας σε μόνιμη ή εποχική βάση έναν πολύ μεγάλο αριθμό εργαζομένων.

Οι υφιστάμενες πολιτικοοικονομικές συνθήκες έχουν μεταβάλει σημαντικά το ρυθμό ζωής των πολιτών, οι οποίοι στην πλειονότητά τους έχουν, ως τουρίστες, πολύ διαφορετικές συνήθειες σε σύγκριση με την περασμένη δεκαετία. Από την άλλη μεριά, η ανάπτυξη και η διάδοση του Internet έδωσε στα χέρια τους ένα πολύτιμο εργαλείο με το οποίο μπορούν να ενημερωθούν, να συγκρίνουν και να επιλέξουν τις καλύτερες τουριστικές προτάσεις που ικανοποιούν τις απαιτήσεις τους και την οικονομική τους κατάσταση.<sup>1</sup>

### **1.2. Τουρισμός: μία αγορά υψηλής αξίας**

Στον αναπτυγμένο κόσμο οι άνθρωποι ταξιδεύουν αρκετά συχνά για διάφορους λόγους. Για διακοπές ή για επαγγελματικό σκοπό, για να επισκεφθούν φίλους ή να γνωρίσουν νέους τόπους, οι άνθρωποι πάντα έχουν κάποιο λόγο για να ταξιδεύουν.

Όπως είναι εύκολα κατανοητό, λόγω των πολλών και ετερογενών απαιτήσεων, ο τουρισμός αποτελεί μια βιομηχανία με πολλές ιδιαιτερότητες, αφού σίγουρα καμία λύση δεν μπορεί να καλύψει όλες τις ανάγκες. Από την άλλη μεριά, πρόκειται για μία βιομηχανία υπηρεσιών στην οποία ο ανθρώπινος παράγοντας παίζει πρωταγωνιστικό ρόλο στην πελατειακή εμπειρία και ικανοποίηση.

---

<sup>1</sup> Τσάρτας Π., « Κριτική αποτίμηση των παραμέτρων συγκρότησης των χαρακτηριστικών της μεταπολεμικής ανάπτυξης», στο Τσάρτας Π.:(επιμ.), Τουριστική Ανάπτυξη Πολυεπιστημονικές προσεγγίσεις, Εκδόσεις Εξάντας, Αθήνα 2000, σελ.189-209.

Η Ελλάδα έχει σήμερα το υψηλότερο ρυθμό ανάπτυξης των τελευταίων 20 ετών (4,1% το 2002), που αναμένεται να διατηρηθεί υψηλός για αρκετό καιρό.<sup>2</sup>

Η τουριστική βιομηχανία αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες του κόσμου, με την Ευρώπη να κατέχει πρωταγωνιστικό ρόλο. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, το 2005 υπήρχαν σε παγκόσμια κλίμακα περισσότερες από 760 εκατ. αφίξεις τουριστών από διεθνείς προορισμούς, με την πλειοψηφία τους να μετακινείται κατά τη διάρκεια της καλοκαιρινής περιόδου του βορείου ημισφαιρίου. Εξ αυτών τα 414 εκατ. ή σχεδόν το 55% του συνόλου είχαν ως προορισμό την Ευρώπη (σε όλες τις χώρες, συμπεριλαμβανομένων των 25 της ΕΕ) συμπεριλαμβανομένων των τουριστών που ταξίδευαν μεταξύ ευρωπαϊκών χωρών ή προέρχονταν από περιοχές εκτός Ευρώπης. Χαρακτηριστικό είναι ότι το 80% των διανυκτερεύσεων στην Ευρώπη αφορούσαν σε ψυχαγωγικούς σκοπούς και το 20% σε επαγγελματικά ταξίδια.

Παρά το γεγονός ότι το 2005 ο απόλυτος αριθμός των αφίξεων τουριστών στην Ευρώπη αυξήθηκε κατά 4% σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, το συνολικό ευρωπαϊκό μερίδιο στην παγκόσμια αγορά μειώθηκε σχεδόν κατά τρεις ποσοστιαίες μονάδες.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Eurostat, κατά τη διάρκεια του 2004 καταμετρήθηκαν 2,09 δισ. διανυκτερεύσεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Εξ αυτών το 59% αφορούσε σε τουρισμό εντός των κρατών μελών της ΕΕ από πολίτες της ίδιας χώρας, ενώ από τις υπόλοιπες διανυκτερεύσεις το 75% αφορούσε ενδοκοινοτικό τουρισμό.

### **1.3. Η οικονομική βαρύτητα του τουρισμού**

Η βιομηχανία του τουρισμού έχει ιδιαίτερα μεγάλη επίδραση στην ευρωπαϊκή οικονομία. Εκτιμάται ότι η βασική επιχειρηματική δραστηριοποίηση στον τουριστικό τομέα (ξενοδοχεία και ταξιδιωτικά πρακτορεία) αντιστοιχεί στο 5-6% του μικτού εγχώριου προϊόντος στην ΕΕ. Αν στις πρώτες συνυπολογιστούν και οι επιχειρήσεις που απολαμβάνουν έμμεσα οφέλη από τον τουρισμό (όπως εστιατόρια, μεταφορές κ.ά.), το συνολικό ποσοστό ανέρχεται στο 10-12%.

---

<sup>2</sup> Ρούπας Β.Χρ., « Αρχές Τουρισμού», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1996, σελ.37

Η οικονομική βαρύτητα του τουρισμού αντανακλά και στον τομέα της απασχόλησης. Συγκεκριμένα, στην Ευρώπη υπολογίζεται ότι υπάρχουν 2 εκατ. επιχειρήσεις, το 99% εκ των οποίων έχει λιγότερους από 50 εργαζομένους. Στον ξενοδοχειακό και στο χώρο της εστίασης ιδίως, το 92,4% είναι μικρές επιχειρήσεις με λιγότερους από 9 εργαζομένους. Αξιοσημείωτο είναι, όμως, ότι ενώ τα 4/5 των εταιριών του χώρου είναι μικρές επιχειρήσεις, το 0,1% των επιχειρήσεων που διαθέτουν περισσότερους από 250 εργαζομένους, παράγουν το 1/4 της προστιθέμενης αξίας.<sup>3</sup>

Σε ορισμένες ευρωπαϊκές περιοχές, όπως στη Μεσόγειο (συμπεριλαμβανομένης, φυσικά, και της Ελλάδας), ο τουρισμός αποτελεί τη μεγαλύτερη βιομηχανία και το μεγαλύτερο εργοδότη. Οι συγκεκριμένες περιοχές είναι βεβαίως οι πλέον ευάλωτες από μία πληθώρα εξωτερικών παραγόντων οι οποίοι μπορούν ακόμη και να καταστρέψουν μία τουριστική σεζόν, προκαλώντας βαρύ πλήγμα στην τοπική οικονομία. Και παρά το γεγονός ότι στην τουριστική βιομηχανία απασχολούνται αρκετοί εποχιακοί εργαζόμενοι που προέρχονται από άλλες περιοχές ή χώρες, το μεγαλύτερο πλήγμα θα δεχτεί ο τοπικός πληθυσμός.

Αν εξαιρεθούν πάντως οι απρόβλεπτοι εξωτερικοί παράγοντες, υπάρχουν και κάποιες παράμετροι οι οποίες μπορούν να ελεγχθούν και επηρεάζουν τη μακροπρόθεσμη κερδοφορία του τουριστικού κλάδου.

Επειδή η τουριστική βιομηχανία είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστική, οι τουρίστες έχουν απεριόριστη ελευθερία να επιλέξουν τη μορφή των διακοπών που επιθυμούν και ως εκ τούτου, αν ένας προορισμός δεν ανταποκρίνεται στη ζήτηση, θα αποτελέσει γρήγορα τα αγοραστικά μερίδιά του. Οι αλλαγές στη ζήτηση μπορούν να έχουν ανυπολόγιστες συνέπειες στην οικονομία κάποιας περιοχής και ως εκ τούτου αποτελεί γεγονός ζωτικής σημασίας για τις περιοχές και τις χώρες που "ζουν" από τη συγκεκριμένη βιομηχανία, να ανανεώνουν συνεχώς τις υπηρεσίες τις οποίες προσφέρουν.<sup>4</sup>

#### **1.4. Τουρισμός και κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη**

---

<sup>3</sup> Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος

<sup>4</sup> Βαρβαρέσος Σ., Τουριστική Ανάπτυξη και Διοικητική Αποκέντρωση, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα 1999, σελ.52-64



Στις περιοχές που ενεργοποιούνται τουριστικές δραστηριότητες παρατηρείται μια γενικότερη ανάπτυξη σε όλα τα επίπεδα της τοπικής ζωής. Καθώς ο τουρισμός αποτελεί τομέα με κοινωνικό χαρακτήρα και μπορεί να εμφανιστεί σε διάφορες μορφές όπως ο τουρισμός υγείας, τουρισμός τρίτης ηλικίας, πολιτιστικός τουρισμός και μια σειρά άλλων διαφορετικών μορφών που επηρεάζουν το κοινωνικό, πολιτιστικό και οικονομικό γίνεσθαι κάθε περιοχής.

Ένα από τα χαρακτηριστικά του τουρισμού είναι ότι μετατοπίζει τις ωφέλειες του και προς άλλους τομείς της οικονομίας.<sup>5</sup> Αυτό γίνεται αντιληπτό από το γεγονός ότι η αύξηση του βιοτικού επιπέδου μια περιοχής προκαλεί με τη σειρά της ανάπτυξη της υποδομής, που σημαίνει ότι ο τοπικός πληθυσμός επιθυμεί βελτίωση των παρερχομένων υπηρεσιών, αντιλαμβάνεται την ανάπτυξη με έναν διαφορετικό τρόπο από πριν και είναι περισσότερο ανοιχτός σε νέες ιδέες. Η ανταλλαγή δε απόψεων και κουλτούρας με τους επισκέπτες διευρύνει περαιτέρω τους εκπαιδευτικούς και κοινωνικούς ορίζοντες διαμορφώνοντας μια ακόμη βάση για πολιτιστική ανάπτυξη.

Η οικονομική ανάπτυξη δεν είναι θέμα αποκλειστικά ποσοτικό αλλά και ποιοτικό. Η πρόοδος στον οικονομικό τομέα είναι επιθυμητή και αποτελεί απαραίτητο στο ανταγωνιστικό περιβάλλον μιας σύγχρονης οικονομίας, πλην όμως παρατηρείται και η αυξανόμενη απαίτηση για ποιότητα ζωής και διαφύλαξη των δικαιωμάτων των μελλοντικών γενεών. Γίνεται λοιπόν φανερή η ανάγκη για ένα ολοκληρωμένο σχέδιο ανάπτυξης από τους αρμόδιους φορείς που θα ελέγχουν και θα εποπτεύουν την τουριστική δραστηριότητα.

### **1.5. Η τουριστική ζήτηση**

Ο τουρισμός ήταν ανέκαθεν μία βιομηχανία η οποία καθοδηγείται από τη ζήτηση. Η ζήτηση δε, έχει αλλάξει άρδην τις τελευταίες δεκαετίες. Ενώ παλαιότερα οι άνθρωποι έκαναν τις διακοπές τους μόνο μία περίοδο του έτους (ως επί το πλείστον το καλοκαίρι) και μάλιστα σε συνεχόμενο διάστημα, τώρα όλο και περισσότεροι άνθρωποι "σπάνε" τις διακοπές τους σε μικρά χρονικά διαστήματα.

Ο τρόπος της ζωής των ανθρώπων αλλάζει και, όπως είναι λογικό, μεταβάλλεται και ο τρόπος που κάνουν διακοπές. Για τους περισσότερους είναι πλέον

---

<sup>5</sup> Κυριακίδης Μ., Εισήγηση: « Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία», Συνέδριο Economist, Αθήνα 1998.



ευκολότερο να αλλάζουν τους προορισμούς τους και οι παραδοσιακές διακοπές με ήλιο και θάλασσα ανταγωνίζονται με διακοπές που εστιάζουν στην επαφή με τη φύση, τον πολιτισμό ή τη φυσική δραστηριότητα.

Ο βασικός περιορισμός του καταναλωτή είναι ότι κάθε χρονική περίοδο ή στιγμή, που ζητάει αγαθά, έχει ορισμένους αντικειμενικούς περιορισμούς, ορισμένες επιθυμίες και αντιμετωπίζει ορισμένα δεδομένα της αγοράς. Σύμφωνα με το νόμο της ζήτησης, όταν η τιμή ενός αγαθού μειώνεται έχουμε αύξηση της ζητούμενης ποσότητας και αντίστροφα μείωση αυτής όταν η τιμή αυξάνεται. Προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης είναι:<sup>6</sup>

- Η ένταση της προτίμησης.
- Η ύπαρξη υποκατάστατων προϊόντων.
- Το χρηματικό ποσό που δαπανά ο καταναλωτής σε σχέση με το εισόδημά του.

Εξαιτίας αυτών των παραγόντων η προσέλκυση των τουριστών γίνεται μία ολοένα και πιο δύσκολη διαδικασία για τις εταιρίες που εντάσσονται στην τουριστική βιομηχανία.

---

<sup>6</sup> Βασιλειάδης Α., Χ., « Η διοικητική και το μάρκετινγκ των τουριστικών προορισμών, Μια βιώσιμη στρατηγικά προσέγγιση των δραστηριοτήτων marketing-management» Αθήνα, 2003, σελ. 117-132

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

### **2.1. Εισαγωγή**

Η Ελλάδα ανέκαθεν υπήρξε γνωστή ως καλοκαιρινός τουριστικός προορισμός στη Μεσόγειο. Εν τούτοις όλες οι προσπάθειες του ιδιωτικού αλλά και δημόσιου τομέα κατευθύνθηκαν προς την προώθηση αυτής της εικόνας (image) ως μοναδικό μοντέλο ανάπτυξης του Ελληνικού τουρισμού.

Σύμφωνα με στοιχεία του ΕΟΤ, οι εισπράξεις τουριστικού συναλλάγματος κατά τη διάρκεια του 2004 ανήλθαν στα 5,9 δισ. δολάρια ΗΠΑ ενώ κατά τη διάρκεια του 2005 οι εισπράξεις τουριστικού συναλλάγματος μειώθηκαν στα 5,8 δισεκατομμύρια δολάρια. Η αύξηση των αφίξεων σε συνδυασμό με τη μείωση του τουριστικού συναλλάγματος είναι απόδειξη της μείωσης της κατά κεφαλή τουριστικής δαπάνης των ταξιδιωτών στην Ελλάδα.

Τα κύρια χαρακτηριστικά του Ελληνικού Τουρισμού μπορούν να συνοψιστούν ως εξής <sup>7</sup>:

- ✓ Εξάρτηση από το διεθνή τουρισμό ο οποίος αντιπροσωπεύει το 77% περίπου των συνολικών διανυκτερεύσεων (2004).
- ✓ Εποχικότητα. Περισσότερο από το 60% των αφίξεων πραγματοποιείται μεταξύ των μηνών Ιουνίου και Σεπτεμβρίου.
- ✓ Μη ισόρροπη κατανομή της τουριστικής ανάπτυξης. Συγκεκριμένα, οι τέσσερις κυριότεροι προορισμοί, Αθήνα, Ρόδος, Κρήτη και Κέρκυρα απορροφούν περίπου το 65% των συνολικών διανυκτερεύσεων.
- ✓ Έλλειψη κατάλληλης υποδομής στους περισσότερους τουριστικούς προορισμούς καθώς επίσης και ανεπάρκεια ειδικευμένου προσωπικού.

### **2.2 Προσφορά**

Η κατηγοριοποίηση των ξενοδοχείων γίνεται βάσει προδιαγραφών του ΕΟΤ που αφορούν τις κτιριακές εγκαταστάσεις και τον εξοπλισμό των μονάδων χωρίς όμως να υπάρχει αναφορά στην ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών.

---

<sup>7</sup> Βαρβαρέσος Σ., Τουρισμός, Έννοιες, Μεγέθη, Δομές, Β' έκδοση, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα 2000, σελ 75-92

Στην Ελλάδα, το 2004, καταγράφηκαν περίπου 7.600 τουριστικά καταλύματα με συνολικό αριθμό δωματίων 269.810 (συμπεριλαμβανομένων και των ενοικιαζόμενων δωματίων / διαμερισμάτων), σημειώνοντας μία αύξηση της τάξεως 1.5% και 1.7% αντιστοίχως σε σύγκριση με το 2003<sup>8</sup>.

**Τα τουριστικά καταλύματα πολυτελείας**, τα οποία προσφέρουν υψηλής ποιότητας υπηρεσίες, πολλές ανέσεις και εγκαταστάσεις υποστήριξης, **αντιπροσωπεύουν μόνο το 0.7%** της ξενοδοχειακής δυναμικότητας.

Ο Αναπτυξιακός Νόμος 1262/92 είχε αρνητική επίδραση στον Ελληνικό τουρισμό κατά την δεκαετία του 1980, καθώς παρατηρήθηκε μία σημαντική υποβάθμιση στην ποιότητα των παρερχομένων υπηρεσιών και τουριστικών εγκαταστάσεων. Ο λόγος ήταν ότι προώθησε τη δημιουργία πολλών μικρών τουριστικών καταλυμάτων σε τουριστικούς προορισμούς μειώνοντας το εύρος και την ποιότητα των παρερχομένων υπηρεσιών και εγκαταστάσεων.

### **2.3 Ζήτηση από τους tour operators**

Το καλοκαίρι είναι η πιο δημοφιλής περίοδος του χρόνου για τους αλλοδαπούς τουρίστες που επισκέπτονται την Ελλάδα. Η ζήτηση από tour operators<sup>9</sup> αντιπροσωπεύει περίπου το 65% της συνολικής ξενοδοχειακής ζήτησης στους κυριότερους Ελληνικούς τουριστικούς προορισμούς (Αθήνα, Κρήτη, Ρόδος, κλπ.) και συγκεντρώνεται μεταξύ των μηνών Ιουνίου και Σεπτεμβρίου<sup>10</sup>.

Το 2003, περίπου το 58% της συνολικής κίνησης τουριστών προήλθε μέσω πτήσεων charter, πράγμα το οποίο αποτελεί καθαρή ένδειξη της εξάρτησης του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος από τη ζήτηση που προέρχεται από τους tour operators.

Σύμφωνα με την έρευνά μας, η κατανομή ηλικιών αυτού του τμήματος της αγοράς κυμαίνεται μεταξύ των 20 έως άνω των 40 ετών. Επιπροσθέτως, ο τυπικός τουρίστας αναψυχής στην Ελλάδα ανήκει στη μεσαία και χαμηλή οικονομικό-κοινωνική τάξη.

---

<sup>8</sup> Βλέπε Παραπομπή 2

<sup>9</sup> Tour operators: χειριστές γύρου

<sup>10</sup> Σωτηριάδης Μ., Τουριστική Πολιτική, ΤΕΙ Κρήτης, Ηράκλειο Κρήτης, σελ.56-67

## 2.4. Μελλοντικές προοπτικές

Η τουριστική αγορά γνώρισε δραματικές αλλαγές τα προηγούμενα χρόνια. Οι μεταβολές στην αγοραστική ζήτηση ήταν άμεση συνέπεια του τρομοκρατικού κτυπήματος της 11ης Σεπτεμβρίου και άλλων πρόσφατων πολιτικοοικονομικών συμβάντων που επηρέασαν τον τουρισμό. Όπως δείχνουν όλες οι ενδείξεις, η αγορά θα εξακολουθήσει και μελλοντικά να παρουσιάζει μια ρευστότητα.

Η ευρωπαϊκή επιτροπή τουρισμού καταγράφει ακολούθως τις νέες τάσεις:

- Ενώ υπάρχουν ζητήματα ασφάλειας που συνεχίζουν να απασχολούν ορισμένες αγορές, είναι εμφανές ότι οι άνθρωποι συνηθίζουν να ζουν σε έναν ανασφαλή κόσμο. Επίσης, η τουριστική αγορά εμφανίζει ταχύτερους ρυθμούς ανάκαμψης μετά από σύμβαντα που ανακόπτουν περιστασιακά τον τουρισμό.
- Οι άνθρωποι θα συνεχίζουν να κάνουν πιο συχνά, αλλά μικρότερης διάρκειας ταξίδια, όμως και η ζήτηση για μακροχρόνια ταξίδια βρίσκεται σε τροχιά ανόδου.
- Η αύξηση της ζήτησης για τις χαμηλού κόστους αεροπορικές εταιρίες ήταν πρωτοφανής και αναμένεται να συνεχιστεί, καθώς οι άνθρωποι συνεχίζουν να ψάχνουν για χαμηλές τιμές.
- Οι τουρίστες πολλές φορές δεν επιλέγουν απλώς ένα συγκεκριμένο προορισμό, αλλά αναζητούν μία τουριστική εμπειρία. Αυτό σημαίνει ότι οι οργανισμοί διαχείρισης προορισμού θα πρέπει να είναι πιο δημιουργικοί στις προωθητικές τους ενέργειες.
- Η ζήτηση για αυθεντικές εμπειρίες, όπως για επαφή με την τοπική κουλτούρα και τη φύση, θα συνεχίσει να αυξάνεται ιδίως μεταξύ των ομάδων μεγαλύτερης ηλικίας.
- Οι καταναλωτές είναι λιγότερο πιστοί στους προμηθευτές τους και είναι αυξανόμενα απρόβλεπτοι στη συμπεριφορά τους, όπως, για παράδειγμα, στο συνδυασμό των τουριστικών προϊόντων.

- Αν και οι σημαντικότεροι τουριστικοί όμιλοι θεωρούν ότι το τουριστικό πακέτο απέχει πολύ από την εξαφάνισή του - ακόμη και αν η ζήτηση για προσωποποιημένες λύσεις είναι αυξημένη - αυτοί που θα κυριαρχήσουν στο μέλλον θα είναι οι προορισμοί και οι προμηθευτές που αναπτύσσουν φιλικά προς το χρήστη web sites, τα οποία παρέχουν τη δυνατότητα άμεσου booking και δυναμικά πακέτα.

## 2.5 Φορείς του τουρισμού στην Ελλάδα

Μερικοί από τους κυριότερους φορείς του τουρισμού στην Ελλάδα είναι:

- Η **Γενική Γραμματεία Τουρισμού** του Υπουργείου Ανάπτυξης που είναι αρμόδια για την παρακολούθηση του Νομοθετικού Έργου στον τουρισμό και των προγραμμάτων Κ.Π.Σ.. Καθώς επίσης και η απορρόφηση αρμοδιοτήτων από τον Ε.Ο.Τ. όπως ο έλεγχος σήματος αδειοδότησης τουριστικών επιχειρήσεων.
- Ο **Ε.Ο.Τ.** αποτελεί Ν.Π.Δ.Δ. υπό την εποπτεία του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης. Ιδρύθηκε το 1950 με τον Α.Ν. 1565/50 που καθιερώθηκε με τον Ν. 1624/51 και έκτοτε αποτελεί τον βασικό κρατικό φορέα του τουριστικού τομέα. Σύμφωνα με τον Ν. 3270/04 (ΦΕΚ187/Α/11.10.2004) ο Ε.Ο.Τ. διαρθρώνεται σε Κεντρική Υπηρεσία, με έδρα την Αθήνα και σε Περιφερειακές Υπηρεσίες Τουρισμού από τις 1.1.2005.
- Ο **Οργανισμός Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης (Ο.Τ.Ε.Κ.)** αποτελεί το δημόσιο φορέα υλοποίησης των μέτρων και των πολιτικών για την τουριστική εκπαίδευση, με το δίκτυο των σχολών του που λειτουργούν σε ολόκληρη την χώρα. Σκοπός είναι να καλυφθεί το ευρύτερο φάσμα σε τομείς Εκπαίδευσης και Κατάρτισης στα τουριστικά επαγγέλματα ώστε οι Σχολές Τουριστικής Εκπαίδευσης να ανταποκρίνονται κατά τον καλύτερο δυνατό τρόπο στις σύγχρονες ανάγκες και τις απαιτήσεις της αγοράς.
- Το **Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος** λειτουργεί από το 1935 έως Ν.Π.Δ.Δ. και είναι νομοθετημένος σύμβουλος της πολιτείας σε θέματα τουρισμού. Έχει εκ του νόμου ως μέλη όλα τα ξενοδοχειακά καταλύματα της χώρας. Οι

αρμοδιότητες του είναι η μελέτη, υπόδειξη και εφαρμογή κάθε μέτρου που συντέλεσε στην ανάπτυξη της ξενοδοχειακής βιομηχανίας της χώρας, καθώς επίσης και η έκδοση του ετήσιου οδηγού των Ελληνικών Ξενοδοχείων και η συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις.

- Η **Αγροτουριστική Α.Ε.** καθιέρωσε για πρώτη φορά στην Ελλάδα το Ειδικό Σήμα Ποιότητας Αγροτουρισμού για τις επιχειρήσεις, που ασχολούνται με τον τουρισμό της υπαίθρου, σε όλες του τις μορφές και υπηρεσίες. Η απόκτηση του Σήματος Ποιότητας αποτελεί επιλέξιμη δαπάνη, χρηματοδοτούμενη από το κοινοτικό πρόγραμμα "LEADER PLUS". Η Αγροτουριστική Α.Ε. διαπιστώθηκε από το Ε.Σ.Υ.Δ.. (Εθνικό Συμβούλιο Διαπίστευσης) ως ο μόνος αρμόδιος και αξιόπιστος φορέας για την αξιολόγηση επιχειρήσεων εναλλακτικού τουρισμού.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

### 3.1 Εισαγωγή

Η ανάγκη των ανθρώπων, που κυρίως στα αστικά κέντρα, να βρεθούν κοντά στο φυσικό περιβάλλον και να συμμετάσχουν σε μια σειρά από κοινωνικές, αθλητικές και πολιτιστικές δραστηριότητες ήρθε πολύ γρήγορα να αντικαταστήσει τον πλέον κορεσμένο κλασικό τουρισμό των πλήρως οργανωμένων διακοπών από τουριστικά πρακτορεία και ξενοδοχεία. Ο κάθε τόπος αναπτύσσει τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που ταιριάζουν στους δικούς του φυσικούς και ανθρωπογενείς πόρους. Φυσικά χωρίς να επεμβαίνουν στο περιβάλλον αλλά να διατηρούν και να προάγουν την πολιτισμική ταυτότητα, την ιστορία και την ισορροπία κάθε περιοχής.

Η Ελλάδα συνδυάζει ένα πολυσύνθετο περιβάλλον με αμέτρητα νησιά, ακτές πολλών χιλιομέτρων και ένα σημαντικό σύνολο υψοπεδίων συνεπώς αποτελεί έναν από του κατεξοχήν τόπους δραστηριοποίησης του εναλλακτικού τουρισμού.

Τα είδη του εναλλακτικού τουρισμού που αναφέρονται παρακάτω δεν είναι δυνατόν να καλύψουν το σύνολο των νέων μορφών τουρισμού καθώς νέα είδη περισσότερο εξειδικευμένων εκδοχών της σύγχρονης τουριστικής δραστηριότητας αναδύονται μέσα από τις μεταβαλλόμενες ανάγκες των ανθρώπων.

Τα κυριότερα κριτήρια διάκρισης των μορφών του τουρισμού είναι:<sup>11</sup>

- Ο χώρος που αναπτύσσονται οι τουριστικές δραστηριότητες.
- Το είδος του τουρισμού και οι αντίστοιχες υποδομές που απαιτούνται για την ανάπτυξη του.
- Τα ειδικά κίνητρα (οικονομικά, πολιτικά, ψυχολογικά) τα οποία οδηγούν τον τουρίστα στην επιλογή κάποιου ταξιδιού.
- Η εθνικότητα, τα κοινωνικά και επαγγελματικά χαρακτηριστικά των τουριστών.
- Η εποχικότητα των τουριστικών ταξιδιών.
- Η μορφή οργάνωσης του τουρισμού που παρέχεται.
- Ο τρόπος μεταφοράς.

---

<sup>11</sup> Διαδίκτυο:<http://www.in.gr>



## **3.2. Αγροτουρισμός**

### **3.2.1 Εισαγωγή**

Το Υπουργείο Γεωργίας προωθεί την ανάπτυξη του αγροτουρισμού στις ορεινές, μειονεκτικές περιοχές που έχουν τη βασική υποδοχή και τις δυνατότητες τουριστικής ανάπτυξης, εφαρμόζοντας σχετικό πρόγραμμα σύμφωνα με το οποίο δίνονται οικονομικές ενισχύσεις σε γεωργούς για την πραγματοποίηση αγροτουριστικών, αγροβιοτεχνικών δραστηριοτήτων στη γεωργική τους εκμετάλλευση.

Μέσα από το πρόγραμμα αγροτουρισμού καταβάλλεται προσπάθεια για την οργάνωση και λειτουργία μιας σειράς δραστηριοτήτων στην Κοινότητα ή στην περιοχή. Οι δραστηριότητες αυτές παρέχουν στον επισκέπτη άνετη διαμονή, αναψυχή, ξεκούραση, δυνατότητες για άθληση, για χόμπι κ.α. και είναι:

- ✓ ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια ή διαμερίσματα
- ✓ εστιατόρια οικογενειακής μορφής με τοπική παραδοσιακή κουζίνα
- ✓ χώροι για άθληση
- ✓ χώροι αναψυχής σε περιοχές με φυσικές ομορφιές
- ✓ πολιτιστικές εκδηλώσεις
- ✓ εργαστήρια παραγωγής ειδών λαϊκής τέχνης με χαρακτηριστικά της τοπικής παράδοσης ή ειδών διατροφής που αξιοποιούν τα ντόπια προϊόντα.

Οι αγρότες και αγρότισσες που πραγματοποιούν αγροτουριστικές δραστηριότητες παρακολουθούν υποχρεωτικά εκπαιδεύσεις επαγγελματικής κατάρτισης σε τομείς ανάλογους με την απασχόλησή τους, ώστε να αποκτήσουν επαγγελματική ικανότητα για να παρέχουν στους τουρίστες καλές υπηρεσίες και προϊόντα ποιότητας.<sup>12</sup>

### **3.2.2 Πλεονεκτήματα αγροτουρισμού**

Τα πλεονεκτήματα που προσφέρει ο αγροτουρισμός στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων των αγροτικών περιοχών, συνοψίζονται στα εξής:

---

<sup>12</sup> Διαδίκτυο :<http://www.agrotour.gr>

- Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και κατά συνέπεια συγκράτηση του πληθυσμού στην ύπαιθρο. Το πλεονέκτημα αυτό αποκτά ιδιαίτερη σημασία στις περιοχές που αντιμετωπίζουν σημαντική πληθυσμιακή μείωση και δημογραφική γήρανση. Η δημιουργία των θέσεων αυτών εργασίας είναι καθοριστική για τις ευαίσθητες, από άποψη εργασίας, κοινωνικές ομάδες των νέων και των γυναικών.
- Η δημιουργία υποδομών ήπιας κλίμακας, οι οποίες εναρμονίζονται με το φυσικό περιβάλλον και συμβάλλουν στην άνοδο του βιοτικού επιπέδου των μόνιμων κατοίκων.
- Η προώθηση των γεωργικών παραδοσιακών προϊόντων στην αγορά και η αύξηση των εσόδων των ατόμων που ασχολούνται με το γεωργικό τομέα
- Ο αγροτουρισμός αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα της δυνατότητας συνδυασμού της περιφερειακής ανάπτυξης και της προστασίας και ανάδειξης του φυσικού περιβάλλοντος. Είναι μια τουριστική δραστηριότητα που δεν δρα ανταγωνιστικά προς τους φυσικούς πόρους. Αντίθετα, συμβάλλει στην ευαισθητοποίηση τόσο των μόνιμων κατοίκων όσο και των επισκεπτών στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς.
- Ο αγροτουρισμός, ως δραστηριότητα, αναπτύσσεται όλες τις εποχές του χρόνου, αμβλύνοντας έτσι το πρόβλημα της τουριστικής εποχικότητας, που ως γνωστόν, αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα του ελληνικού τουρισμού.

***Αγροτουρισμός για την ύπαιθρο είναι:***

- ✓ Ένας τρόπος ανάπτυξης της υπαίθρου δια μέσω μίας ήπιας μορφής τουρισμού.
- ✓ Μια επιτυχημένη Ευρωπαϊκή πολιτική ανάπτυξης της υπαίθρου, με παράδοση, πλέον των 40 χρόνων στα σημαντικά προβλήματα ερήμωσης της υπαίθρου, της αστυφιλίας και της αγροτικής παραγωγής<sup>13</sup>.
- ✓ Μια ευκαιρία να αντιμετωπίσει και η Ελλάδα, με τον ίδιο τρόπο, τα προβλήματα της ελληνικής υπαίθρου.

<sup>13</sup> Φωτόπουλος Χ., Αγροπεριβαλλοντική Πολιτική για μια βιώσιμη ανάπτυξη της υπαίθρου, Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα 2000, σελ 25-39

✓ Η εμπλοκή των αγροτών και μόνο, στην παροχή αυτής της ήπιας μορφής τουρισμού, με αποτέλεσμα τα εισοδήματα να επιστρέφουν στην τοπική κοινότητα.

✓ Η διατήρηση των εθίμων, της λαογραφίας, της χειροτεχνίας, των παραδοσιακών τεχνών και εργασιών και των ασχολιών που τείνουν να εκλείψουν.

✓ Η ανάδειξη της διαφορετικότητας και μοναδικότητας του κάθε τόπου.

#### ***Αγροτουρισμός για την αγροτική οικογένεια είναι:***

✓ Ένας ουσιαστικός τρόπος να συμπληρώνει η οικογένεια της υπαίθρου, το ήδη χαμηλό εισόδημά της.

✓ Ένας τρόπος να βρουν απασχόληση οι νέοι, οι αγρότισσες, οι κάτοικοι της υπαίθρου, των οικονομικά ασθενέστερων ορεινών και μειονεκτικών περιοχών.

✓ Η υποδοχή του επισκέπτη σε ένα φιλικό και ζεστό περιβάλλον.

✓ Η επιδίωξη να γνωρίσει ο επισκέπτης τον τόπο μας, να τον νοιώσει οικείο και να θέλει να ξαναέρθει

#### ***Αγροτουρισμός για τον ταξιδιώτη είναι:***

✓ Η φιλοξενία σε ένα περιβάλλον λιτό με τοπικό χαρακτήρα, με όλες τις απαραίτητες ανέσεις αλλά χωρίς πολυτελείς εξάρσεις.

✓ Η επαφή του επισκέπτη με την αγροτική ζωή, τις καλλιέργειες, τις αγροτικές εργασίες, με την φύση, τη χλωρίδα και την πανίδα.

✓ Η γνωριμία του επισκέπτη με τα ήθη και τα έθιμα μιας περιοχής που αναβιώνουν με αυθεντικό τρόπο.

✓ Η ενεργή συμμετοχή του τουρίστα σε ένα σύνολο δραστηριοτήτων :

1. αγροτικές δραστηριότητες (π.χ περισυλλογή μανιταριών, ελιάς, τρύγος ),
2. οικοτουρισμός (παρατήρηση πουλιών, πανίδας, χλωρίδας, επισκέψεις υδροβιότοπων, ),
3. αθλήματα περιπέτειας (π.χ ράφτινγκ, πεζοπορία, αλεξίπτωτο πλαγιάς ),

4. πολιτιστικών περιηγήσεων (π.χ επισκέψεις σε μοναστήρια, εκκλησίες, γεφύρια, μουσεία λαογραφία, μελισσοκομίας, ελιάς, κ.α, παραδοσιακούς οικισμούς, αρχαιολογικούς χώρους).

5. μαθήματα (π.χ μαθήματα αργαλειού, ελληνικών χορών, γαστρονομίας ελληνική, κρητική, ηπειρώτικη κουζίνα, γευσιγνωσία, οινοποιεία, βιολογικά, τοπικά προϊόντα, παραγωγή μελιού )

✓ Η γαστρονομία ως βασικό συστατικό του ποιοτικού αγροτουρισμού, η χρήση παραδοσιακών συνταγών με τοπικά και βιολογικά προϊόντα.

✓ Η γνωριμία του επισκέπτη με την τοπική κοινότητα με τρόπο άμεσο, φιλικό και οικείο.

### **3.2.3 Είδη αγροτουριστικών καταλυμάτων**

Τα είδη αγροτουριστικών καταλυμάτων είναι τα εξής:

- ✓ Μικρές ξενοδοχειακές μονάδες - ξενώνες
- ✓ Ενοικιαζόμενα δωμάτια στα σπίτια αγροτικών οικογενειών
- ✓ Ανεξάρτητες αγροτικές κατοικίες παραδοσιακής αρχιτεκτονικής (που εναρμονίζονται με το φυσικό περιβάλλον).
- ✓ Κάμπινγκ σε αγροκτήματα, τα οποία δεν είναι διαδεδομένα στην Ελλάδα σε αντίθεση με ορισμένες περιοχές της Ευρώπης.

Όπως είναι φανερό, η απαιτούμενη υποδομή του αγροτουρισμού είναι μικρής κλίμακας, συγκρινόμενη με εκείνη του μαζικού τουρισμού. Ο αγροτουρισμός δεν απαιτεί εξελιγμένη τουριστική υποδομή, τουλάχιστον στα πρώτα στάδια της ανάπτυξής του. Παράλληλα, η προσφορά των αγροτικών προϊόντων είναι άφθονη, καθώς αυτά είναι κατά κύριο λόγο ελεύθερα αγαθά (αέρας, νερό, φύση).

### **3.2.4 Το παρελθόν, το παρόν και το μέλλον του αγροτουρισμού**

Ιστορικά η πρώτη εμφάνιση του τουρισμού υπαίθρου και του αγροτουρισμού τοποθετείται το 19ο αιώνα, όταν ο τότε αστικός πληθυσμός πραγματοποιούσε εκδρομές με τους ατμοκίνητους σιδηρόδρομους. Το είδος αυτό του τουρισμού ίσως

είναι γνωστό σε πολλούς από εμάς από τα μυθιστορήματα της ρομαντικής περιόδου και τις αντίστοιχες ταινίες.

Όμως ο αγροτουρισμός ως συγκροτημένη εναλλακτική μορφή τουρισμού, εμφανίζεται για πρώτη φορά τη δεκαετία του '60 στις Η.Π.Α. (Farm /ranch tourism). Στη χώρα μας, οι πρώτες μορφές αγροτουριστικής δραστηριότητας έλαβαν χώρα το 1984, με την ίδρυση των πρώτων γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών (Πέτρα Λέσβου, Αμπελάκια, Αράχοβα, Μαστιχοχώρια Χίου).

### **3.2.5 Προφίλ των αγροτουριστών**

Τα άτομα που επιλέγουν την εναλλακτική αυτή μορφή του τουρισμού είναι άτομα που αναζητούν στις διακοπές τους τη "φόρμουλα των 3Φ (Φύση - Φιλία - Φιλοξενία)" και απορρίπτουν ή δεν νιώθουν ότι τους εκφράζει εκείνη των 3S (Sun - sea - sand) του μαζικού τουρισμού, όπως αυτή έχει εξελιχθεί στις μέρες μας. Τα άτομα αυτά τις περισσότερες φορές έχουν συγκεκριμένα ενδιαφέροντα (φυσιολάτρες, παρατηρητές πουλιών, γλωρίδας και πανίδας ορειβάτες κ.ά.), και είναι ιδιαίτερα ευαισθητοποιημένα στα περιβαλλοντικά και κοινωνικά προβλήματα.

### **3.2.6 Οι δυσμενείς επιπτώσεις του αγροτουρισμού**

Όταν η ανάπτυξη του αγροτουρισμού δεν είναι συμβατή με τις αρχές της αειφορικής διαχείρισης, έχει δυσμενείς επιπτώσεις στο φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον. Στην περίπτωση αυτή, οι επιπτώσεις αναφέρονται:

- ✓ Στην άναρχη και υπέρμετρη ανάπτυξή του σε βάρος της φέρουσας ικανότητας της περιοχής, που προκαλεί υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος των περιοχών<sup>14</sup>.
- ✓ Στον κίνδυνο ανάπτυξης του τουρισμού στις αγροτικές περιοχές εις βάρος της αγροτικής ζωής. Στην πράξη έχει παρατηρηθεί ότι σε ορισμένες περιπτώσεις εγκαταλείπονται οι αγροτικές εργασίες προς χάριν ενός μεγαλύτερου βραχυχρόνιου τουριστικού κέρδους.

---

<sup>14</sup> Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π., Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα 2001, σελ.78



- ✓ Στην αλλοίωση του πολιτισμικού χαρακτήρα των αγροτικών περιοχών στις περιπτώσεις που ο αγροτουρισμός ακολουθήσει τα γνωστά αναπτυξιακά τουριστικά "πρότυπα" των περασμένων δεκαετιών.

### 3.3 Συνεδριακός τουρισμός

Στις μέρες μας η ανάγκη για επαφή και επικοινωνία μεταξύ ανθρώπων είναι μεγαλύτερη παρά ποτέ. Ο συνεδριακός τουρισμός πραγματοποιείται εξαιτίας ή σε συνδυασμό με συνέδρια που γίνονται ανά τον κόσμο και αποτελεί το μέσο για ανταλλαγή απόψεων, γνώσεων και πρακτικών σε διάφορα πεδία δράσης μεταξύ εταιρειών, επιστημονικών και κλαδικών οργανισμών χρησιμοποιώντας νέες τεχνολογίες επικοινωνίας όπως η ηλεκτρονική πληροφόρηση και η teleconference.<sup>15</sup>

Ο συνεδριακός τουρισμός καθώς και ο τουρισμός επιχειρηματικών κινήτρων αντιπροσωπεύουν μια σημαντική αγορά για όλες τις τουριστικές χώρες σε διεθνές επίπεδο. Η αγορά αυτή θεωρείται η κύρια πηγή ζήτησης καταλυμάτων πολυτελείας, είναι λιγότερο ευαίσθητη στις τιμές, δίνει όμως μεγάλη σημασία στην ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων.<sup>16</sup>

Το 2003, περίπου 182 συνέδρια διοργανώθηκαν στην Ελλάδα, από τα οποία τα 110 ήταν διεθνή. Το 2004, έλαβαν χώρα 210 συνέδρια από τα οποία τα 125 διεθνή, σημειώνοντας μία αύξηση της τάξεως 13.6% στα διεθνή συνέδρια σε σύγκριση με το 2001. Η ζήτηση αυτής της αγοράς είναι σχετικά εποχιακή με αποκορύφωμα τα διαστήματα μεταξύ Φεβρουαρίου - Μαΐου και Σεπτεμβρίου - Νοεμβρίου.

Προς το παρόν στην Ελλάδα η ζήτηση αυτού του είδους τουρισμού είναι σχετικά μικρή λόγω έλλειψης κατάλληλων χώρων που να έχουν την δυνατότητα να φιλοξενήσουν μεγάλα συνέδρια και συσκέψεις. Η έλλειψη επίσης, της κατάλληλης υποδομής, της τηλεπικοινωνίας, και συχνών τακτικών πτήσεων (εσωτερικού) και εξωτερικού από χώρες πηγές της συνεδριακής αγοράς, έχει εμποδίσει την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στους Ελληνικούς προορισμούς.

<sup>15</sup> Αυγερινός Σ., « Ο Συνεδριακός Τουρισμός στην Ελλάδα», περιοδικό (Νέος)Πυρφόρος, τ.1., Αθήνα,1998

<sup>16</sup> Κομίλης Π., Βαγιώνης Ν. : Τουριστικός Σχεδιασμός, Μέθοδοι και Πρακτικές Αξιολόγησης. Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα 1999, σελ.45

### 3.4 Επιχειρηματικός τουρισμός

Η επιχειρηματική αγορά συμπεριλαμβάνει την ζήτηση που προέρχεται από επιχειρηματίες της Ελλάδας και του εξωτερικού. Σύμφωνα με στοιχεία της Έρευνας Ελληνικών Ξενοδοχείων 2002 και 2003, η επιχειρηματική ζήτηση αντιπροσωπεύει το 16.8% και 17.7% αντιστοίχως της συνολικής ξενοδοχειακής ζήτησης. Η ζήτηση προέρχεται από ξένες εταιρείες (κυρίως Ευρωπαϊκές) εδραιωμένες στην Ελλάδα και αντιπροσώπους διεθνών εταιρειών που ταξιδεύουν κατά τη διάρκεια όλου του χρόνου.

### 3.5 Μεμονωμένοι τουρίστες

Ο μεμονωμένος τουρισμός συμπεριλαμβάνει και τη ζήτηση που πηγάζει από FIT (full independent travellers)<sup>17</sup> τουρίστες. Επίσημα στοιχεία σχετικά με αυτή την αγορά δεν υπάρχουν, εν τούτοις, η Έρευνα Ελληνικών Ξενοδοχείων για το 2003 και 2004, έδειξε ότι ζήτηση από μεμονωμένους τουρίστες μειώθηκε από 7.1% στο 3.7% της συνολικής ξενοδοχειακής ζήτησης.

Η κυριότερη πηγή της αγοράς αυτής είναι οι Αμερικανοί υψηλού διαθέσιμου εισοδήματος οι οποίοι επισκέπτονται την Ελλάδα με προγραμματισμένες πτήσεις και μένουν σε ξενοδοχεία πολυτελείας.

Η Ελλάδα, ως προορισμός *Short Break*, δεν έχει πετύχει να προσελκύσει μεγάλο αριθμό τουριστών για τους εξής λόγους:

- Έλλειψη συχνών πτήσεων στην χαμηλή τουριστική περίοδο
- Έλλειψη ψυχαγωγίας κατά τη διάρκεια μέσης και χαμηλής τουριστικής περιόδου.
- Η Ελλάδα θεωρείται από τους λοιπούς Ευρωπαίους ως μακρινός προορισμός σε σύγκριση με άλλους περισσότερο δημοφιλείς Ευρωπαϊκούς προορισμούς για short breaks.

Επιπροσθέτως, υπάρχει ένα χάσμα ανάμεσα στις προσδοκίες και στις ανάγκες των τουριστών όσον αφορά το επίπεδο ποιότητας των υφιστάμενων εγκαταστάσεων και υπηρεσιών.

---

<sup>17</sup> Full independent travelers: πλήρεις ανεξάρτητοι ταξιδιώτες



### **3.6 Κρουαζιέρες**

Αναγνωρίζεται από όλους ότι η Ελλάδα θα μπορούσε να λειτουργήσει ως επίκεντρο για την ανάπτυξη αυτής της δραστηριότητας στην Μεσόγειο, εάν προσαρμοστεί στη ζήτηση των διεθνών τουριστικών προτύπων.

### **3.7 Yachting**

Η κυριότερη πηγή για Ελληνικό yachting είναι το Ηνωμένο Βασίλειο η οποία αντιπροσωπεύει το 25% της συνολικής ζήτησης yachting ενώ ζήτηση από άλλες Ευρωπαϊκές πηγές επικεντρώνεται στα σκάφη άνευ προσωπικού (bareboats).

Κατά τη διάρκεια του 2004, 100.000 πελάτες έκαναν yachting στις Ελληνικές θάλασσες εκ των οποίων περίπου 10.000 προήλθαν από την Αμερικανική αγορά με προτίμηση τα motor boats με προσωπικό και τα «γκρουπάδικα».

### **3.8 Golf**

Η Ελλάδα δεν θεωρείται τόπος προορισμού για δραστηριότητες γκολφ, εξαιτίας της έλλειψης πολλών γηπέδων γκολφ σε ένα τουριστικό προορισμό. Συγκεκριμένα, περίπου 50,000 παιχνίδια (rounds) παίχτηκαν κατά τη διάρκεια του 2003 στα τέσσερα διαθέσιμα γήπεδα γκολφ στην Ελλάδα.

Η μεγαλύτερη ζήτηση προέρχεται από Βρετανούς τουρίστες για διεξαγωγή παιχνιδιών στα γήπεδα της Κέρκυρας, Ρόδου, και Πόρτο Καρράς (75% της συνολικής ζήτησης) οι οποίοι διαμένουν σε τουριστικά καταλύματα κοντά στα γήπεδα γκολφ. Η ζήτηση για το γήπεδο γκολφ στην Αθήνας προέρχεται κυρίως από μόνιμους κατοίκους της περιοχής καθώς επίσης από Αμερικανούς και Ιάπωνες επιχειρηματίες.

### **3.9 Rafting, trekking, kayaking**

Η Ελλάδα κατέχει ένα μικρό κομμάτι της αγοράς ενεργών δραστηριοτήτων αλλά δυστυχώς δεν υπάρχουν επίσημα στοιχεία σχετικά με τον αριθμό των τουριστών που

επισκέπτονται την Ελλάδα με σκοπό τη συμμετοχή τους σε δραστηριότητες όπως rafting, trekking και kayaking.

Από την έρευνά μας υπολογίζεται ότι ένα ποσοστό της τάξεως του 70% περίπου της συνολικής ζήτησης για τουρισμό ενεργών δραστηριοτήτων προέρχεται από Έλληνες υψηλής εισοδηματικής τάξης και ηλικίας από 22 έως 45 ετών.

Οι τουρίστες με ενδιαφέρον για ειδικές αθλητικές δραστηριότητες, προτιμούν περιοχές ανεξερεύνητες φυσικού και οικολογικού ενδιαφέροντος και ομορφιάς<sup>18</sup>. Μέχρι τώρα περιοχές που έχουν προωθηθεί γι' αυτό το είδος δραστηριοτήτων βρίσκονται στο Πήλιο, την Ευρυτανία, τα Γρεβενά, την Καρδίτσα, τις Πρέσπες και την Ήπειρο.

### **3.10 Θρησκευτικός τουρισμός**

Η Ελλάδα έχει ποικιλία χώρων θρησκευτικού ενδιαφέροντος, όμως δεν έχει γίνει καμία προσπάθεια για την προσέλκυση αυτού του είδους τουρισμού.

#### **Ο θρησκευτικός τουρισμός χωρίζεται σε δύο κατηγορίες:**

- ✓ Προσκυνητές τουρίστες, στους οποίους επικρατεί το θρησκευτικό κίνητρο. Το μερίδιο της αγοράς αυτής είναι περιορισμένο και δύσκολα μπορεί να προσδιοριστεί ποσοτικά αφού υπάρχει έλλειψη στατιστικών στοιχείων.
- ✓ Ο τουρισμός θρησκευτικής κληρονομιάς, του οποίου οι τουρίστες ταξιδεύουν ομαδικά με συγκεκριμένη θρησκευτική κλίση εν τούτοις, συνδυάζουν το ταξίδι θρησκευτικού ενδιαφέροντος με άλλες τουριστικές δραστηριότητες όπως επισκέψεις σε χώρους αρχαιολογικού ενδιαφέροντος, αγορές κλπ. Στην Ελλάδα ο τουρισμός θρησκευτικής κληρονομιάς στην πραγματικότητα δεν υφίσταται ποσοτικά. Συνήθως ένα ποσοστό των τουριστών που επισκέπτεται τη χώρα για καλοκαιρινές διακοπές αναψυχής, συνδυάζουν επισκέψεις σε εκκλησίες και μοναστήρια των περιοχών της διαμονής τους.

Βυζαντινά, Μεταβυζαντινά μοναστήρια και εκκλησίες βρίσκονται σε όλες τις γωνίες της ελληνικής υπαίθρου. Τα κτίσματα, οι Αγιογραφίες, τα ιερά κειμήλια και βιβλία, τα σπάνια χειρόγραφα σε συνδυασμό με τις βυζαντινές μελωδίες και λειτουργίες προσελκύουν συνεχώς περισσότερους προσκυνητές. Το Άγιο Όρος είναι ένας ακόμα

---

<sup>18</sup> Ενημερωτικό έντυπο από την εταιρεία υπαίθριων σπορ: «Trekking Hellas»

δημοφιλής προορισμός που διαφυλλάτει αιώνες τώρα πολύτιμους κειμηλιακούς θησαυρούς<sup>19</sup>.

### **3.11 Πολιτιστικός τουρισμός**

Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί μία από τις κυριότερες αγορές καθώς επίσης μία αγορά που σημειώνει σταθερή αύξηση στην Ευρώπη. Η Ελλάδα δεν έχει καταφέρει να προσελκύσει ένα τμήμα της αγοράς αυτής, λόγω της έλλειψης αποτελεσματικής προώθησης προορισμών για συγκεκριμένες πολιτιστικές δραστηριότητες.

Η Ελλάδα απαριθμεί μνημεία 3.000 ετών, παγκόσμιας μοναδικότητας και κληρονομιάς όπως η Ακρόπολη, ο Παρθενώνας, οι Δελφοί, η Δωδώνη, η Επίδαυρος, η Κνωσός και οι Μυκίνες, που αποτελούν θησαυρούς γνώσεις και παιδείας για όλη την ανθρωπότητα. Διαθέτει λοιπόν την πιο βασικά από τις προϋποθέσεις εκείνες για επιτυχή ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού, το έντονο πολιτιστικό στοιχείο.

Προβλήματα που εντοπίζονται στον τομέα του πολιτιστικού τουρισμού είναι η ανεπάρκεια προβολής και διαφήμισης του από τους κρατικούς και τοπικούς φορείς όπως επίσης και η έλλειψη συνεργασίας και συντονισμού μεταξύ τους.

### **3.12 Εσωτερικός τουρισμός**

Ο εσωτερικός τουρισμός αποτελεί μόνο το 25% των συνολικών διανυκτερεύσεων.

Σύμφωνα με έρευνα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, το 2003 περίπου το 4.5% των συνολικών τουριστών στην Ελλάδα (450,000 τουρίστες) επισκέπτονται τη χώρα για να δουν φίλους και συγγενείς. Αυτό το κίνητρο θεωρείται ένα από τα πιο σημαντικά κίνητρα του τουρισμού προς και εντός των Ευρωπαϊκών χωρών όπως την Ελλάδα.

---

<sup>19</sup> Διαδίκτυο: <http://www.mintour.gr>

### 3.13 Ιαματικός τουρισμός

Ο ιαματικός τουρισμός αποτελεί μορφή τουρισμού και έχει ως σκοπό τη χρησιμοποίηση των ιαματικών πηγών για θεραπευτικούς ή προληπτικούς λόγους. Η ύπαρξη σημαντικών ιαματικών πηγών στη χώρα, περί τις 822, σύμφωνα με στοιχεία του ΙΓΜΕ, πολλές από αυτές γνωστές ήδη από την αρχαιότητα, αποτέλεσε τη βάση για την ανάπτυξη μεγάλων λουτροπόλεων στη σύγχρονη Ελλάδα. Στα πλαίσια των νέων κατευθύνσεων τουριστικής πολιτικής για διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος, την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και την προσέλκυση τουριστών υψηλού εισοδήματος, είναι δυνατόν οι λουτροπόλεις αυτές να εξελιχθούν από θεραπευτικά κέντρα των μεγάλων ηλικιών σε κέντρα τουρισμού υγείας για νεότερες ηλικίες που θα λειτουργούν πέρα των καλοκαιρινών μηνών κατά το πρότυπο των μεγάλων κέντρων του εξωτερικού.

### 3.14 Οικοτουρισμός

Ως οικοτουρισμός ορίζεται ο περιβαλλοντικά υπεύθυνος τουρισμός και η επίσκεψη σε φυσικές περιοχές, που αποσκοπεί στην απόλαυση και την εκτίμηση της φύσης ( και των πολιτισμικών στοιχείων του παρόντος και του παρελθόντος ) και ο οποίος προάγει τη διατήρηση της φύσης, έχει χαμηλή επίδραση και παρέχει χρήσιμα ενεργή κοινωνικοοικονομική ανάμιξη του ντόπιου πληθυσμού

Ο οικοτουρισμός είναι μια περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένη μορφή τουρισμού, η οποία προωθεί την κατανόηση και την προστασία της φύσης, συμβάλλοντας ταυτόχρονα στη γνώση και στο σεβασμό της ιστορία ενός τόπου<sup>20</sup>. Η ανάπτυξη του οικοτουρισμού έχει ως στόχους:

- Την ανάδειξη και αξιοποίηση περιοχών ιδιαίτερου φυσικού κάλλους ή περιβαλλοντικής αξίας
- Την προστασία οικολογικά ευαίσθητα περιοχών μέσω της περιβαλλοντικής έρευνας.
- Τη διατήρηση της οικολογικής ισορροπίας και του τοπικού χαρακτήρα της περιοχής.

---

<sup>20</sup> Αγοραστάκης Γ., Περιβάλλον και Τοπική Ανάπτυξη, Ηλεκτρονική Έκδοση, Χανιά 2003.

- Της ενθάρρυνση της περιβαλλοντικής συνείδησης των επισκεπτών μέσω της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης

Οι επισκέπτες των οικολογικά ευαίσθητων περιοχών οφείλουν να τηρούν προσεκτικά τις απαιτήσεις για την προστασία του περιβάλλοντος από τη ρύπανση, την αποφυγή κάθε ενόχλησης των βιοτόπων και διατάραξης της ισορροπίας των οικοσυστημάτων.

### **3.15 Γεωτουρισμός**

Ο Γεωτουρισμός αναπτύσσεται σε μέρη που διαθέτουν σημαντικά γεωλογικά μνημεία και κατ'επέκταση σχετίζεται με τη περιβαλλοντική και πολιτιστική κληρονομιά κάθε περιοχής.

Γεώτοποι είναι τόποι στους οποίους συναντώνται στοιχεία που καταγράφουν την γεωλογική ιστορία της κάθε περιοχής. Για παράδειγμα ηφαίστεια, σπήλαια, φαράγγια, απολιθωματοφόρες θέσεις, μεγάλα γεωλογικά ρήγματα και αρχαία μεταλλεία ή λατομεία.

Στην Ελλάδα το απολιθωμένο δάσος της Λέσβου, το φαράγγι της Σαμαριάς στην Κρήτη, τα Μετέωρα, το ηφαίστειο στη Σαντορίνη, το φαράγγι του Βίκου και οι καταρράκτες της Έδεσσας είναι μόνο μερικά από τα αξιόλογα γεωτουριστικά μνημεία με τα οποία συμμετέχει η χώρα μας στο δίκτυο Ευρωπαϊκών Γεωπάρκων.

Ο σπηλαιολογικός τουρισμός είναι επίσης ένα είδος γεωτουρισμού. Τα σπήλαια διατηρούν πανάρχαια στοιχεία από την ιστορία και την εξέλιξη της ζωής.

Στην Ελλάδα αναδείχθηκε μόλις πρόσφατα όταν άρχισε να αξιοποιείται σε ουσιαστικό βαθμό ο σπηλαιολογικός πλούτος. Η κατάλληλη εκπαίδευση και ενημέρωση των επισκεπτών οδηγεί αφενός μεν στην ασφάλεια των ίδιων κατά την εξερεύνηση αφετέρου δε στην προστασία των σπηλαίων από την ανθρώπινη παρέμβαση. Ενδιαφέρον παρουσιάζουν επίσης και τα ελληνικά θαλάσσια σπήλαια.

### **3.16 Αθλητικός Τουρισμός**

Είναι η μορφή τουρισμού που σχετίζεται με την άσκηση αθλητικών δραστηριοτήτων με σκοπό τη διατήρηση και προαγωγή της σωματικής, πνευματικής και ψυχικής υγείας αλλά λειτουργεί και ως μέσο θεραπευτικής αγωγής. Οι θετικές δράσεις της άθλησης αξιοποιούνται τα τελευταία χρόνια και προβάλλονται ως τουριστικό προϊόν.



Στην Ελλάδα το κλίμα, η γεωμορφολογία και περιβαλλοντικές συνθήκες συνθέτουν σε αρκετές περιοχές τόπους κατάλληλους για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού. Τα σπόρ που περιλαμβάνονται είναι: μπάσκετ, βόλεϊ, τένις, γκολφ, σπορ του βουνού, του αέρα και τα λεγόμενα "σπόρ περιπέτειας όπως ράφτινγκ, ραπέλ, αναρρίχησης, καγιάκ.

### **3.17 Ο Εναλλακτικός Τουρισμός ως παράγοντας τοπικής ανάπτυξης**

Η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, ξεκίνησε μια περίοδο που οι άνθρωποι επιζητούσαν την αλλαγή στάσης απέναντι στην τουριστική δραστηριότητα και την αναζήτηση διαφορετικών παραστάσεων που θα συνδέονταν με το φυσικό περιβάλλον ενώ στο πέρασμα του χρόνου σημειώθηκε η εξής σημαντική παρατήρηση: από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού προκύπτουν οφέλη τόσο για την τοπική οικονομία όσο και την οικονομία γενικότερα.

Σήμερα διαρκώς νέοι άνθρωποι στρέφονται προς τις τουριστικές δραστηριότητες εξασφαλίζοντας ένα διόλου ευκαταφρόνητο εισόδημα και με ιδιωτική πρωτοβουλία επενδύουν σε αυτόν τον τομέα, είτε ανεγείροντας καταλύματα κοντά στη φύση, είτε αναπαλαιώνοντας παραδοσιακούς χώρους ή εργαστήρια. Ακόμα η αναβίωση ξεχασμένων εθίμων και τεχνικών μπορεί να αποτελέσει τμήμα μιας τουριστικής δραστηριότητας που αποφέρει πέρα από οικονομικά οφέλη και μια σειρά από θετικές επιπτώσεις στην τοπική κοινωνία, όπως η προβολή και η ανάδειξη κάθε περιοχής. Κάθε τόπος είναι ξεχωριστός, είναι μοναδικός. Οι κάτοικοι οφείλουν να αναδείξουν ή ακόμα και να ανακαλύψουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του συμβάλλοντας στη γενικότερη πολιτιστική κληρονομιά μιας χώρας.

Η Τοπική Αυτοδιοίκηση παίζει σημαντικό ρόλο στην απόφαση της επιλογής των τουριστικών επενδύσεων που θα εφαρμοστούν σε μια περιοχή, κατευθύνοντας την πολιτική της προς συγκεκριμένες μορφές τουρισμού που θεωρεί ότι έχουν τις προδιαγραφές για αξιόλογη ανάπτυξη, ζητώντας πολλές φορές και τη συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα.

Έχει παρατηρηθεί ότι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού συνεχώς εξελίσσονται και πολλαπλασιάζοντας, εκφράζοντας τις αναρίθμητες ανάγκες και προτιμήσεις των τουριστών. Η αντιμετώπιση των νέων εξελίξεων από τους κατοίκους μιας τοπικής

κοινωνίας πρέπει να είναι συλλογική. Η συνεργασία και η τοπική αλληλεγγύη μεταξύ των φορέων που σχετίζονται με τον τουρισμό και της Τοπικής Αυτοδιοίκησης είναι αναγκαία και πρέπει να βασίζεται στην ειλικρίνεια και την ισοτιμία.

Η Τοπική Αυτοδιοίκηση οφείλει να ενημερώνει τον απλό πολίτη και τους επιχειρηματίες για τις αποφάσεις που παίρνει στους τομείς του τουρισμού και της ανάπτυξης, μέσα από διεξαγωγή σεμιναρίων και ημερίδων πληροφόρησης και βέβαια την ενδυνάμωση των πληροφοριακών δικτύων.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ

### **4.1 Υπηρεσίες**

Ένας σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει τον τρόπο με τον οποίο γίνεται αντιληπτό ένα τουριστικό προϊόν είναι τα πρότυπα των υπηρεσιών των τουριστικών εγκαταστάσεων.

Με εξαίρεση τα ελάχιστα σε αριθμό πολυτελή ξενοδοχεία, τα πρότυπα των υπηρεσιών στις τουριστικές εγκαταστάσεις θεωρούνται από τους ξένους τουρίστες σχετικά χαμηλού επιπέδου. Συγκεκριμένα, τα παράπονα που εξέφρασαν τουρίστες διαφόρων εθνικοτήτων που επισκέφθηκαν την Ελλάδα συνοψίζονται ως εξής:

- Παρατηρείται μία έλλειψη συνέπειας στην ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών και προϊόντων σε τουριστικές εγκαταστάσεις της ίδιας κατηγορίας, ιδιαίτερα στους κύριους τουριστικούς προορισμούς.
- Οι μικρές οικογενειακές τουριστικές επιχειρήσεις δεν έχουν πάντα τη δυνατότητα να ικανοποιήσουν τις ανάγκες και προσδοκίες των πελατών τους.
- Το Ελληνικό προσωπικό που ασχολείται άμεσα ή έμμεσα με τον τουρισμό χαρακτηρίζεται από έλλειψη επαγγελματισμού και εξειδικευμένης εκπαίδευσης.
- Οι ντόπιοι κάτοικοι χαρακτηρίζονται από έλλειψη φιλοξενίας προς τους τουρίστες, ιδιαίτερα κατά τη διάρκεια της υψηλής τουριστικής περιόδου σε κύριους τουριστικούς προορισμούς.

### **4.2 Τιμή**

Η Ελλάδα γενικά θεωρείται ένας φθηνός τουριστικός προορισμός. Όμως, συνεντεύξεις με μεγάλους διεθνείς Tour Operators και τα μέχρι τώρα αποτελέσματα για το 2005 έδειξαν ότι η Ελλάδα σταδιακά μετατρέπεται σε σχετικά ακριβό προορισμό σε σύγκριση με άλλους ανταγωνιστικούς προορισμούς όπως Τουρκία, Κύπρος και Ισπανία, συγκρίνοντας την προσφερόμενη τιμή πακέτου με την ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών.

Στο παρελθόν, η Ελλάδα στήριξε τις δραστηριότητες marketing στην τιμή μόνο, παραβλέποντας τους άλλους τρεις παράγοντες του marketing mix (Προϊόν, Διανομή και Προώθηση) τα οποία συνεισφέρουν στην ικανοποίηση του πελάτη και συνεπώς σε ένα μεγαλύτερο μερίδιο της διεθνούς τουριστικής αγοράς. Η παράβλεψη των υπολοίπων παραγόντων marketing αποδυνάμωσε τη διαπραγματευτική δύναμη των Ελλήνων επιχειρηματιών προωθώντας την αύξηση του μεριδίου αγοράς τουρισμού των ανταγωνιστικών προορισμών.

Από την άλλη πλευρά, η υπερπροσφορά τουριστικών καταλυμάτων χαμηλής κατηγορίας στα κύρια τουριστικά θέρετρα δημιούργησε μία "ανθυγιεινή" εξάρτηση του Έλληνα επιχειρηματία από την τιμή πακέτου των διεθνών tour operator. Αυτό το φαινόμενο είχε ως αποτέλεσμα την υποβάθμιση της ποιότητας και του επιπέδου των τουριστικών υπηρεσιών στην Ελλάδα.

Επιπροσθέτως, σε ένα συνεχώς αυξανόμενο ανταγωνιστικό περιβάλλον, τον σημαντικότερο παράγοντα αποτελεί η συμφέρουσα σχέση τιμής με προσφερόμενες υπηρεσίες και προϊόντα.

### **4.3 Υποδομή**

Η τεχνική υποδομή συνεισφέρει στη γενική εικόνα (image) μιας τουριστικής χώρας, καθώς επίσης διευκολύνει τη μετακίνηση των τουριστών εντός της χώρας. Σύμφωνα με έρευνα αγοράς, οι τουρίστες που επισκέπτονται την Ελλάδα μένουν ανικανοποίητοι από την υπάρχουσα υποδομή.

Επίσης, έχουν γίνει παράπονα σχετικά με το οδικό δίκτυο της Ελλάδας και ιδιαίτερα στους τουριστικά ανεπτυγμένους προορισμούς.

### **4.4 Εικόνα**

Η εικόνα της Ελλάδας στους τουρίστες του εξωτερικού απαρτίζεται από θετικά και αρνητικά σημεία (μειονεκτήματα και πλεονεκτήματα) τα οποία παρουσιάζονται παρακάτω, κατά σειρά σπουδαιότητας:

### Πλεονεκτήματα

Κλασσική Εικόνα

Ποικιλία φυσικής ομορφιάς

Προορισμός "ήλιου και θάλασσας"

Ποικιλία αρχαιολογικών χώρων

Σχετικά "φθηνός" προορισμός

Παρθένες τοποθεσίες

Σχετικά ασφαλής χώρα

### Μειονεκτήματα

Ελλειψη υποδομής σε αεροδρόμια - λιμάνια

Ελλειψη γενικότερης υποδομής

Overbooking κατά τη διάρκεια της υψηλής τουριστικής περιόδου

Ελλειψη καθαριότητας σε ξενοδοχειακούς χώρους

Ελλειψη καθαριότητας περιβάλλοντα χώρου

Ελλειψη επαγγελματισμού

Οι Έλληνες θεωρούνται αφιλόξενοι

Ελλειψη συμφέρουσας σχέσης τιμής με προσφερόμενες υπηρεσίες

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΧΑΛΚΙΔΙΚΗ

### 5.1 Γεωγραφική θέση

Η Χαλκιδική, η σχηματικά ιδιόρρυθμη αυτή χερσόνησος, βρίσκεται περίπου στη μέση της Μακεδονίας. Γεωγραφικά χωρίζεται από την υπόλοιπη Μακεδονία με τη νοητή γραμμή: ακρωτήριο Καραμπουρνού – όρος Χορτιάτης – υψώματα νότια των στενών της Ρεντίνας. Η χερσόνησος αυτή καταλήγει σε τρεις μικρότερες: την Κασσάνδρα, την Σιθωνία και το Άγιο Όρος.

Η γεωμορφολογία της Χαλκιδικής είναι πολύ χαρακτηριστική: πρόκειται για ένα κεκλιμένο επίπεδο το οποίο υψώνεται από τη Δύση προς την Ανατολή. Έτσι έχουμε στην Καλαμαριά (δυτικές ακτές) και στην Κασσάνδρα τις περισσότερες και σπουδαιότερες πεδινές εκτάσεις, στη μέση τους ορεινούς όγκους του Χορτιάτη (υψ. 1201 μ. ), του Χολομώντα (υψ. 1165 μ. ), και του Ίταμου (υψ. 811 μ. ) και στο ανατολικό άκρο τον καταπληκτικό κώνο του Άθω (υψ. 2033 μ. ). Οι τρεις χερσόνησοι, που εισχωρούν βαθιά στο Αιγαίο, κάνουν τη Χαλκιδική να έχει το μεγαλύτερο μήκος ακτών από όλους τους χερσαίους νομούς της Ελλάδας. Σε περισσότερα από 500 χιλιόμετρα υπολογίζονται οι ακτές της, στις οποίες συναντούμε κάθε μορφή ακρογιαλιάς: από τις ατέλειωτες σε μήκος αμμουδιές της Νικήτης, της Τορώνης, της Ιερισσού, ως τις απροσδόκητες εναλλαγές βράχου, πέυκου, της Σιθωνίας, από τα γραφικά λιμανάκια της Βουρβουρούς ως τα συγκλονιστικά βράχια των ακρωτηρίων της Κασσάνδρας, της Σιθωνίας και του Άθω ( Παράρτημα 1<sup>ο</sup> ).

Ποτάμια η Χαλκιδική δεν έχει μεγάλα. Είναι αυτός ένας λόγος που οι θάλασσές της είναι από τις διαυγέστερες της Ελλάδας. Το μεγαλύτερο μέρος της χερσονήσου το καταλαμβάνει ο νομός Χαλκιδικής. Το βορειοδυτικό τμήμα της ανήκει στο νομό Θεσσαλονίκης, ενώ η χερσόνησος του Αγίου Όρους αποτελεί ξεχωριστή διοικητική περιφέρεια. Ο νομός Χαλκιδικής έχει έκταση 2.886 τετραγωνικά χιλιόμετρα και πληθυσμό 107.432 κατοίκους σύμφωνα με την τελευταία απογραφή του 2001, ο οποίος κατανέμεται σε 14 δήμους. Πρωτεύουσα του νομού είναι ο Πολύγυρος με πληθυσμό περίπου 6.000 κατοίκους.

## 5.2 Γενικές Πληροφορίες : Κασσάνδρα

### Χάρτης περιοχής



Η Κασσάνδρα είναι η δυτικότερη χερσόνησος της τριάινας της Χαλκιδικής. Είναι ένα από τα πιο φημισμένα μέρη στην Χαλκιδική με ιδιαίτερη τουριστική ανάπτυξη, έχοντας να επιδείξει πολλά όσον αφορά τον πολιτιστικό και τον τουριστικό τομέα.

Η ανάπτυξη του τουρισμού έχει προωθήσει τη δημιουργία καλά οργανωμένων τουριστικών εγκαταστάσεων, πολυτελών ξενοδοχείων και πολλών κέντρων διασκέδασης που παρέχουν ένα κατάλληλο περιβάλλον για διακοπές σε ταξιδιώτες του σαββατοκύριακου από την Ελλάδα αλλά και τουρίστες από όλο τον κόσμο που συγκεντρώνονται για να θαυμάσουν την ελληνική ομορφιά της φύσης.







Την τρίτη χερσόνησο της Χαλκιδικής, τη χερσόνησο του Άθωνα, κατέχει σήμερα ολόκληρη η Αγιορείτικη πολιτεία. Είναι ο μοναδικός χώρος στην Ελλάδα, που είναι ολόκληρος αφιερωμένος στην προσευχή και τη λατρεία του Θεού. Γι' αυτό και ονομάζεται Άγιο Όρος.

Το Άγιο Όρος έχει μήκος περίπου 50 χιλιόμετρα, πλάτος από 8 μέχρι 12 χιλιόμετρα και η έκταση του καλύπτει 350 περίπου τετραγωνικά χιλιόμετρα. Τα σύνορα της μοναστικής πολιτείας ορίζονται, στο χερσαίο χώρο, με μια νοητή γραμμή που αρχίζει από την δυτική ακτή από την τοποθεσία "Φραγκόκαστρο" και φτάνει ως το ακρωτήριο "Αράρης", στην απέναντι άκρη. Το βουνό Άθωνας που δεσπόζει σ' αυτή, είναι ένας τεράστιος κώνος με ύψος 2.033 μέτρα.

### **Πολιτική κατάσταση**

Το Άγιο Όρος αποτελεί αυτοδιοίκητο τμήμα του Ελληνικού κράτους, που υπάγεται πολιτικά στο Υπουργείο Εξωτερικών και θρησκευτικά στην Δικαιοδοσία του Οικουμενικού Πατριαρχείου της Κωνσταντινούπολης. Έχει εδαφικά διαιρεθεί σε είκοσι αυτοδιοίκητες περιοχές. Κάθε περιοχή αποτελείται από μία κυρίαρχη μονή και διάφορους άλλους μοναστικούς οικισμούς γύρω από αυτήν (σκήτες, κελιά, καλύβες, καθίσματα, ησυχαστήρια). Όλες οι μονές είναι Κοινόβιες, δηλαδή κοινή λειτουργία, προσευχή, στέγη, σίτιση και εργασία μεταξύ των μοναχών. Υπεύθυνος της κάθε μονής είναι ο Ηγούμενος που εκλέγεται από τους μοναχούς της μονής ισόβια. Οι Ηγούμενοι κάθε μονής αποτελούν την Ιερά Σύναξη και ασκούν την νομοθετική εξουσία. Παράλληλα κάθε χρόνο εκλέγεται από την μονή και ο αντιπρόσωπος της στην Ιερά Κοινότητα, η οποία ασκεί την διοικητική εξουσία, ενώ την εκτελεστική εξουσία ασκεί η Ιερά Επιστασία που αποτελείται από 4 μέλη επιλεγμένα από τις 5 πρώτες ιεραρχικά μονές ( Παράρτημα 2<sup>ο</sup> ).

## 5.5 Τοπική οικονομία

Ο Νομός Χαλκιδικής είναι ευρύτατα γνωστός για την μεγάλη τουριστική ανάπτυξη που έχει πετύχει τα τελευταία χρόνια με τη δημιουργία μεγάλων πολυτελών ξενοδοχειακών μονάδων, ικανών να φιλοξενήσουν υψηλής ποιότητας τουριστικούς επισκέπτες. Επίσης μεγάλη ανάπτυξη σημειώνει και η δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων σε επίπεδο ενοικιαζόμενων δωματίων και μικρών ξενοδοχειακών μονάδων, που είναι ικανές να ικανοποιήσουν τις απαιτήσεις όλων των κατηγοριών των επισκεπτών.

Ένας δεύτερος τομέας στον οποίο στηρίζεται η τοπική οικονομία είναι ο πρωτογενής τομέας που αφορά την εκμετάλλευση μεταλλευτικών επιχειρήσεων που ακμάζουν τόσο στο βόρειο τμήμα της Χαλκιδικής όσο και στο νότιο. Ένας τρίτος τομέας ανάπτυξης είναι η πρόοδος που συντελείτε τα τελευταία χρόνια στη δημιουργία μεταποιητικών μονάδων εκμετάλλευσης αγροτικών προϊόντων, όπως είναι η ελιά με τη διαχρονική αξία των προϊόντων της, το μέλι, το κρασί, τα τυροκομικά

Φυσικά θα πρέπει να δοθεί μεγαλύτερη βαρύτητα στην περαιτέρω προώθηση του τουριστικού προϊόντος με μια ανάλογη ανάπτυξη του ορεινού όγκου σε συνδυασμό με τις νέες μορφές εναλλακτικού πλέον Τουρισμού, του συνεδριακού, του ορειβατικού, του περιηγητικού, του θρησκευτικού, του επιχειρηματικού, του αγροτουρισμού και άλλων μορφών, που μπορούν να πετύχουν στο νομό ώστε να περάσει η ανάπτυξη σε όλη την περιοχή της Χαλκιδικής.<sup>21</sup>

Γεγονός αναμφισβήτητο είναι η κατασκευή των νέων οδικών αξόνων που διευκολύνουν κατ'αρχάς τους επισκέπτες τόσο σε καθημερινή βάση όσο και στην έξοδο των χιλιάδων επισκεπτών κατά την διάρκεια αιχμής (Σαββατοκύριακα-Γιορτές).

Ίσως το σπουδαιότερο πρόβλημα που θα αντιμετωπίσει ο νομός τόσο στο επίπεδο των γεωργικών καλλιεργειών όσο και στην υδροδότηση των τουριστικών περιοχών που οι ανάγκες έχουν κάθετα πολλαπλασιαστή είναι η δημιουργία κατασκευής φραγμάτων αρχικά του Ολύνθιου ποταμού και μετά του Χαβρία, που

---

<sup>21</sup> Διαδίκτυο:<http://www.anetha.gr/kye/index.html>

μπορούν να καλύψουν τις ανάγκες της Νότιας και Δυτικής Χαλκιδικής, τόσο της Χερσονήσου Σιθωνίας όσο και της Κασσάνδρας αλλά και των γεωργικών περιοχών της Κεντρικής Χαλκιδικής και της περιοχής Καλαμαριάς. Αν όμως δεν μπορεί να πραγματοποιηθεί αυτό, θα πρέπει να εξευρεθεί λύση στην εξοικονόμηση των υπαρχουσών ποσοτήτων νερού με ανάπτυξη προγραμμάτων ειδικά κατά την χρήση στον γεωργικό τομέα.

Η δημιουργία μαρίνων κρίνεται απαραίτητη, για την προσέλευση τουριστών υψηλού επιπέδου με κατάλληλη υποδομή δημιουργίας πλωτών λιμανιών στις κυριότερες τουριστικές περιοχές για την προσέγγιση πλέον όλων των σκαφών, είτε αναψυχής είτε επιβατικών. Σύνδεση του λιμανιού των Ν.Μουδανιών με ακτοπλοϊκή γραμμή με τα νησιά των Σποράδων, καθώς και του λιμανιού της Ιερισσού με τα νησιά του Βόρειου Αιγαίου και τις περιοχές Ανατολικής Ελλάδος.

Επίσης η κατασκευή γκολφ, ειδικών ποδηλατοδρόμων, κατασκευή αυτοκινητόδρομου, ναυταθλητικών εγκαταστάσεων για την υποβοήθηση αγώνων σε πανελλήνιο και παγκόσμιο επίπεδο.

Η Χαλκιδική ακόμα θα μπορούσε να αναδείξει, σπάνιους υδροβιότοπους για την χειμερινή περίοδο και να ενισχύσει την προσπάθεια για επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Στον τομέα της ιδιωτικής επένδυσης με την μεταποίηση των προϊόντων πρωτογενούς τομέα υπάρχει μια σημαντική ανάπτυξη τόσο στην δημιουργία νέων μονάδων όσο και στον εκσυγχρονισμό και εκβιομηχάνιση των παλαιών επιχειρήσεων. Επίσης πρέπει να επικεντρωθεί το ενδιαφέρον για την αξιοποίηση και διευκόλυνση μονάδων μεταποίησης οικογενειακής μορφής με την απαραίτητη δημιουργία προϋποθέσεων προώθησης των αγροτικών προϊόντων που κατέχουν υψηλόβαθμη θέση ποιότητας λόγω εδάφους και κλιματολογικών συνθηκών. Πρέπει να ενθαρρυνθεί μέσα από προγράμματα ανάπτυξης των Υπουργείων ή της Περιφέρειας, η προσπάθεια μηχανολογικού εξοπλισμού των επιχειρήσεων όσον αφορά την τυποποίηση των παραγόμενων προϊόντων.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Διαδίκτυο:<http://www.epichal.gr>

Τέλος η προβολή μέσω του INTERNET και της Ηλεκτρονικής Αγοράς θα πρέπει να απασχολήσει όλες τις επιχειρήσεις του νομού.

## 5.6 Δείκτες ευημερίας

Με πρωτεύουσα τον Πολύγυρο, ο Νομός Χαλκιδικής συγκεντρώνει ποσοστό 0,9% του πληθυσμού της χώρας, με την φυσική μείωση του πληθυσμού το 2002 να αντιστρέφεται σε αύξηση το 2003 (υπεροχή γεννήσεων/1.000 κατοίκους: 0,2), έχει δε υψηλότερη του μέσου όρου αναλογία μαθητών Δημοτικού ανά 1.000 κατοίκους (64 έναντι μέσου Ελλάδας 59). Παράγει το 1% του ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος της χώρας, αναλογία σχεδόν σταθερή από το 1995, από το οποίο τα 2/3 προέρχονται από τις υπηρεσίες (13,6% από υπηρεσίες ξενοδοχείων και εστιατορίων, ποσοστό αυξανόμενο). Στη μεταποίηση αναλογεί 3,4% του προϊόντος του νομού το 2002 από 4,3% το 1997 και εκεί παράγεται 0,3 % της συνολικής μεταποιητικής παραγωγής της χώρας (0,4% το 1997). Η συμμετοχή των ορυχείων-λατομείων υποχωρεί, 4,8% το 1997 και 3,8% το 2002. Οι επενδύσεις των βιομηχανικών επιχειρήσεων του νομού μετά από υποχώρηση το 2000, αυξήθηκαν το 2001, σύμφωνα με την Ετήσιας Βιομηχανικής Έρευνας της ΕΣΥΕ. Με κατά κεφαλή προϊόν 13,9 χιλ. ευρώ κατατάσσεται 11ος με βάση το κριτήριο αυτό με 108% του μέσου όρου Ελλάδας το 2002 (84% του μέσου όρου της ΕΕ-25). Στους κατοίκους τους αναλογούν μόνο 15 αυτοκίνητα ανά 100 κατοίκους (μέσος όρος χώρας 35 το 2003). Το 2004 οι πωλήσεις καινούργιων αυτοκινήτων αυξήθηκαν 8% στις 1,3 χιλ. Η αναλογία των 1,6 ατυχημάτων ανά 1.000 κατοίκους είναι υψηλότερη του μέσου χώρας και το 2003, τα τροχαία ατυχήματα όμως μειώνονται, 14% το 2004. Ο νομός έχει υψηλό, και αυξανόμενο, δείκτη οικοδομικής δραστηριότητας με 5 νέες κατοικίες ανά 100 κατοίκους το 2003 (1ος στη χώρα). Με δηλωθέν εισόδημα 10,2 χιλ. ευρώ ανά φορολογούμενο το 2004 (άνοδος 4%, 77% του μέσου όρου της Ελλάδας), οι φορολογούμενοι του πλήρωσαν κατά μέσο όρο για φόρο εισοδήματος 452 ευρώ, έναντι μέσου όρου χώρας 1.077. Σε αυτόν αναλογεί 0,8% των φορολογουμένων (άνοδος 5% το 2004), 0,6% του δηλωθέντος εισοδήματος της χώρας (+9%) και 0,3% του φόρου εισοδήματος φυσικών προσώπων (-7%).

## Δείκτες Ευημερίας

		Νομός Χαλκιδικής		Μέσος όρος χώρας	Κατάταξη σε σχέση με τους 52 νομούς
ΑΕΠ κατά κεφαλή	2002	13,9	χιλ.ευρώ	12,9	11
Κατά κεφαλή αποταμιευτικές καταθέσεις	2002	5,06	χιλ.ευρώ.	8,32	41
Δηλ. εισόδημα ανά φορολογούμενο	2003	9,76	χιλ.ευρώ	12,5	38
Φόρος εισοδ. ανά φορολογούμενο	2003	0,5	χιλ.ευρώ	1,08	43
Φυσική αύξηση πληθυσμού/ 1000 κατοίκους	2002	-0,2		- 0,01	17
Μαθητές δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης/ 1000 κατοίκους	2002	57		66	42
Μαθητές δημοτικού/ 1000 κατοίκους	2002	63		59	15

### Συμμετοχή στα συνολικά μεγέθη της χώρας

ΑΕΠ	2002	1,0	%		25
Φορολογούμενοι	2003	0,8	%		34
Δηλωθέν στην εφορία εισόδημα	2003	0,6	%		35
Φόρος εισοδήματος φ.π.	2003	0,4	%		37
Αποταμιευτικές καταθέσεις	2003	0,6	%		36

Πηγή: Εθνική Στατιστική Υπηρεσία, Ετήσια Βιομηχανική Έρευνα



## 5.7 Παραδοσιακά προϊόντα Χαλκιδικής

### Ελιά

Η Χαλκιδική, χάρη στο κλίμα και τη μορφολογία του εδάφους, παράγει λάδι και ελιές που ξεχωρίζουν για την ιδιαίτερη γεύση και ποιότητά τους. Τα ελαιόδεντρα της Χαλκιδικής καλλιεργούνται χωρίς χημικές παρεμβάσεις. Πλούσιες σε φαινολογικά και οργανοληπτικά χαρακτηριστικά (ουσίες απαραίτητες για τη λειτουργία του ανθρώπινου οργανισμού), οι ελιές της Χαλκιδικής μεταποιούνται με γνώμονα την ικανοποίηση του καταναλωτή. Η υψηλή θρεπτική αξία και η μοναδική γεύση της ελιάς και του ελαιόλαδου της Χαλκιδικής τα έχουν καθιερώσει ως ένα αναπόσπαστο συστατικό της μεσογειακής διατροφής. Περιοχές παραγωγής: Όρος Μελίτων, Χερσόνησος Παλλήνης, Υπόρεια Χολομώντα, Κάμποι Πολυγύρου, Ορμύλιας, Ολύνθου και Μουδανιών.

### Ούζο

Το ούζο παράγεται παραδοσιακά και αποκλειστικά στην Ελλάδα, ανήκει δε στη γενική κατηγορία των ανίς, δηλαδή των αλκοολούχων ποτών με άρωμα άνισου (ανηθόλης). Είναι το προϊόν της απόσταξης στέμφυλων και άλλων σακχαρούχων πρώτων υλών, που έχουν αρωματιστεί με σπόρους άνισου και ίσως μάραθου, μαστίχα Χίου και άλλους αρωματικούς σπόρους, φυτά ή καρπούς. Το ούζο, για την απόσταξη του οποίου χρησιμοποιείται ειδικό αποστακτικό μηχάνημα (άμβυκας), δεν μπορεί να υποστεί παλαίωση και πίνετε σκέτο ή με προσθήκη νερού - το "γαλάκτωμα" που δημιουργείται σε αυτήν την περίπτωση σχετίζεται με την περιεκτικότητα του ούζου σε ανηθόλη, τον αλκοολικό τίτλο του, την ποσότητα νερού και τη θερμοκρασία.

Το τσίπουρο, από την άλλη πλευρά, είναι, κατά κανόνα, το καθαρό προϊόν της απόσταξης στέμφυλων χωρίς αρωματισμό. Η ποικιλία και οι συνθήκες ζύμωσης των σταφυλιών, ο τρόπος της απόσταξης, η αναλογία των συστατικών αποτελούν παράγοντες καθοριστικούς κατά τη διαδικασία παρασκευής. Το τσίπουρο είναι άχρωμο και έχει υψηλό αλκοολικό βαθμό, γι' αυτό πίνετε συχνά αραιωμένο και σχεδόν πάντα συνοδεία μεζέδων, που κατά παράδοση ακολουθούν την εξής σειρά:



ελαφρές σαλάτες, ξινά (τουρσιά), διάφορα παστά (ρέγκα, αντσούγιες), ψάρια, καραβίδες, γαρίδες, σαγανάκια κλπ.

Πολλοί είναι οι κάτοικοι της Χαλκιδικής που παράγουν δικό τους τσίπουρο είτε για πώληση αλλά το πιο σύνηθες είναι να χρησιμοποιείται για οικεία χρήση.

### **Τυροκομικά**

Οι εδαφοκλιματολογικές συνθήκες, η βλάστηση της Χαλκιδικής και η ισχυρή κτηνοτροφική παράδοση έχουν ως αποτέλεσμα την παραγωγή κτηνοτροφικών παραγόντων υψηλών προδιαγραφών. Το κατσικίσιο παραδοσιακό τυρί Χαλκιδικής, παράγεται από αμιγές κατσικίσιο γάλα και έχει αυξημένη περιεκτικότητα σε πρωτεΐνη. Ο ορεινός όγκος του Χολομώντα όπου βρίσκονται οι περισσότερες κτηνοτροφικές μονάδες έχει ιδιάζοντα εδαφοκλιματολογικά στοιχεία και ειδική βλάστηση που συμβάλλουν θετικά στην ευνοϊκή σύνθεση του κατσικίσιου γάλακτος για την παραγωγή τυριού. Η υψηλή ποιότητα και η μεγάλη περιεκτικότητα σε οργανοληπτικά χαρακτηριστικά το καθιστούν απαραίτητο για σωστή και υγιεινή διατροφή.

Περιοχές παραγωγής: Κεντρική και Βόρεια Χαλκιδική.

### **Μέλι**

Η Χαλκιδική είναι η "μάνα της μελισσοκομίας". Με 6.500 μελισσοκόμους (32% του συνόλου της χώρας) και 1.910 τόνους παραγωγής εξαιρετικής ποιότητας μελιού ετησίως, δίκαια χαρακτηρίζεται ως το κέντρο μελισσοκομίας στην Ελλάδα. Ο Αριστοτέλης πριν από 2.300 χρόνια εκθείασε το μέλι και τις ωφέλειές του στον άνθρωπο με το επιχείρημα ότι το μέλι παρατείνει τη ζωή. Σήμερα οι μελισσοκόμοι της Χαλκιδικής συνεχίζοντας την παράδοση αξιοποιούν με τον αγνότερο τρόπο την πλούσια χλωρίδα της Κασσάνδρας, της Σιθωνίας και της Βόρειας Χαλκιδικής, παράγοντας μεγάλες ποσότητες μελιού. Οι μεγάλες ποσότητες ιχνοστοιχείων στο πευκόμελο το καθιστούν μέλι υψηλής θρεπτικής αξίας.

Περιοχές παραγωγής: Νικήτη, Κασσάνδρα και Αρναία.

## Μαρμελάδες

Στη Χαλκιδική καλλιεργείται, χωρίς τη χρήση λιπασμάτων, μεγάλη ποικιλία φρούτων εξαιρετικής ποιότητας. Τα υπέροχα σε γεύση φρούτα αποτελούν την πρώτη ύλη για τις γνωστές μαρμελάδες και τα γλυκά κουταλιού που οι γυναίκες της Χαλκιδικής παρασκευάζουν με μοναδική τέχνη. Η υψηλή ποιότητά τους, η ξεχωριστή γεύση τους και ο σεβασμός των παρασκευαστριών στην παράδοση τα έχει καθιερώσει στην ελληνική και ξένη αγορά. Οι παραδοσιακές μαρμελάδες και τα γλυκά της Χαλκιδικής, μετατρέπουν το πρωινό σε μοναδική γευστική απόλαυση για μικρούς και μεγάλους.

## Υφαντά

Γυναίκες υφάντριες του νομού Χαλκιδικής κατασκευάζουν στον πανάρχαιο ξύλινο αργαλειό τα παραδοσιακά υφαντά. Τα χειροποίητα αυτά έργα λαϊκής τέχνης δουλεύονται με μεράκι και ευαισθησία και πληρούν άριστες προδιαγραφές αντοχής, σταθερής φόρμας και ανεξίτηλων χρωμάτων. Η ποιότητα, η ποικιλία των σχεδίων και των χρωμάτων καθιστούν τα υφαντά της Χαλκιδικής μοναδικά ενώ ταυτόχρονα συμβάλουν ουσιαστικά στη διατήρηση της παράδοσης αλλά και στην οικονομία του τόπου. Η όμορφη, ζεστή ατμόσφαιρα που δημιουργεί η παρουσία τους στο χώρο αντικατοπτρίζει την καλόκαρδη και φιλική διάθεση των κατοίκων της περιοχής από αρχαιοτάτων χρόνων μέχρι σήμερα.

Περιοχή παράδοσης: Αρναία.

## Ζωγραφική σε ξύλο

Η Χαλκιδική με τις έντονες εναλλαγές χρωμάτων, το καταπράσινο περιβάλλον, το όμορφο μπλε της θάλασσας και τον καταγάλανο ουρανό, αποτελεί καθοριστική πηγή έμπνευσης για τους ζωγράφους που ζουν και εργάζονται στον ευλογημένο αυτό τόπο. Το έργο των ζωγράφων της Χαλκιδικής, παρουσιάζει εικόνες και φαινόμενα της καθημερινότητας και συχνά αποτυπώνει το "Περιβόλι της Παναγίας", το θαυμαστό Άγιο Όρος. Τα έντονα παραδοσιακά στοιχεία των καλλιτεχνημάτων αυτών έχουν στόχο να απεικονίσουν τον αγώνα για μια

δημιουργική ζωή, αποπνέουν όμως αισιοδοξία και εμπνέουν αγάπη για τη φύση και το μεγαλείο της ζωής.

### **Δασικά προϊόντα**

Τα δάση του νομού Χαλκιδικής, εκτός από σημαντική πηγή ζωής για τους κατοίκους και τους επισκέπτες, αποτελούν πηγή πρώτης ύλης για τις μεταποιητικές επιχειρήσεις ξύλου. Δρυς, οξιά, καστανιά, αείφυλλα και πεύκη συνθέτουν την εικόνα δασών της Χαλκιδικής. Το ξύλο αυτό κατεργάζεται στις μεταποιητικές μονάδες ξύλου και τα παραγόμενα προϊόντα, ξύλινες κατασκευές, έπιπλα, κουφώματα, δάπεδα, σκεπές, κιόσκια, οικοδομική ξυλεία, ξυλεία για πλοία κ.α.. Η καύσιμη ύλη κατασκευάζεται ακόμη με τον παραδοσιακό τρόπο του καμινιού και τη διαδικασία παρακολουθούν με ενδιαφέρον ντόπιοι και ξένοι.

### **Αγγειοπλαστική**

Ασύγκριτη σε πρωτότυπη δημιουργικότητα και πληρότητα καλλιτεχνική είναι η αγγειοπλαστική τέχνη στη Χαλκιδική. Τα αγγεία που κατασκευάζονται είναι κομψά, μοναδικά στο είδος τους και με λογής διακοσμήσεις όπου απεικονίζονται λουλούδια, ψάρια, όστρακα, γεωμετρικά σχήματα, μυθολογικές παραστάσεις κ.α. Ο χρωματισμός τους είναι ζωηρός, εξαιρετικά ανθεκτικός και μερικές φορές καλύπτεται από σμάλτο. Η γραμμή τους είναι ανάλαφρη και κομψή. Η ποικιλία των σχημάτων τους και η ποιότητά τους είναι αξιοθαύμαστη. Οι Χαλκιδικιώτες καλλιτέχνες δουλεύουν συνήθως χωρίς οργανωμένες εγκαταστάσεις αλλά με ξεχωριστή δεξιοτεχνία χρησιμοποιούν την παραδοσιακή μέθοδο του τροχού ή το καλούπι.

### **Αρτοσκευάσματα**

Στους παραδοσιακούς αλλά και σύγχρονους φούρνους της Χαλκιδικής, ζυμώνονται και ψήνονται μοναδικά προϊόντα άρτου. Το σκληρό σιτάρι που καλλιεργείται σε μεγάλες εκτάσεις στη Χαλκιδική και είναι πλούσιο σε πρωτεΐνες, αμινοξέα, βιταμίνες και λιπαρά οξέα, χρησιμοποιείται ως πρώτη ύλη και οι παραδοσιακές συνταγές που μεταφέρονται από γενιά σε γενιά το μετατρέπουν σε αρτοσκευάσματα. Η υψηλή θρεπτική αξία των πρώτων υλών και ο σεβασμός στην

παράδοση έχουν κάνει τα αρτοσκευάσματα της Χαλκιδικής πασίγνωστα και ανάρπαστα στους επισκέπτες της.

### **Κρασιά**

Ακολουθώντας τους παραδοσιακούς τρόπους παρασκευής και χρησιμοποιώντας τις εκλεκτότερες ελληνικές ποικιλίες οιναμπέλου (Λημνιό, Ροδίτη, Αθήρη, Ασύρτικο), σε συνδυασμό με τις ιδανικές κλιματολογικές συνθήκες (ξηροθερμικό κλίμα) της Χαλκιδικής οι οινοπαραγωγοί έχουν καταφέρει να παράγουν μερικά από τα καλύτερα κρασιά.. Οι βιομηχανικές μονάδες του νομού χρονο με το χρόνο αναδεικνύονται παγκοσμίως για τα νέα προϊόντα που παράγουν χρησιμοποιώντας για την παραγωγή κρασιών όχι μόνο τις πιο εκλεκτές ελληνικές ποικιλίες αλλά και ξένες, κυρίως γαλλικές.

### **5.8 Ιστορικά στοιχεία**

Η Ελληνική μυθολογία αναφέρεται συχνά στη Χαλκιδική: στην Κασσάνδρα βρίσκεται θαμμένος ο γίγαντας του σεισμού, Εγκέλαδος. Ο Άθως πάλι σχηματίστηκε από το βράχο που έριξε εναντίον των θεών ο ομώνυμος Γίγαντας, μα και η Σιθωνία οφείλει το όνομά της στο Σίθωνα, το γιο του Ποσειδώνα.

Η επιστημονική έρευνα έχει καταδείξει ότι η γεωμορφολογία της παλαιοντολογικής Χαλκιδικής ήταν πολύ διαφορετική από τη σημερινή. Διαφορετική σίγουρα ήταν και η χλωρίδα και η πανίδα της. Τα απολιθωμένα λείψανα ελεφαντοειδών και άλλων εξαφανισμένων ειδών που βρέθηκαν στη Νικήτη και έχουν εντοπιστεί στα Βραστά, στην Τρίγλια κ.α. αποτελούν μάρτυρες μιας άλλης εποχής, που μάλλον δεν είδε ποτέ ανθρώπινο γένος. Επίσης τα ευρήματα στο Σπήλαιο των Πετραλώνων απέδειξαν ότι η παρουσία του ανθρώπου εδώ ξεπερνά τις 700.000 χρόνια, ενώ το κρανίο του αρχανθρώπου υπολογίζεται πως έχει ηλικία 200.000 ετών περίπου. Εγκαταστάσεις οργανωμένης κοινωνίας έχουμε στη Χαλκιδική από το 4.000 π.Χ. και οι παλαιότεροι κάτοικοί της ήταν Θράκες και Πελασγοί.

Τον 8ο αι. π.Χ. πλήθος κατοίκων καταφθάνει στην περιοχή, προερχόμενο κυρίως από την Χαλκίδα (εξού Χαλκιδική) και την Ερέτρια. Το 5ο αιώνα. π.χ. οι σημαντικότερες πόλεις της είναι: Αίνεια, Γίγωνος, Λίπαξος, Ποτίδαια, Σάνη, Μένδη.

Σκιώνη, Αιγαί, Νεάπολις, Άφυτις, Όλυνθος, Σερμύλη, Γαληψός, Τορώνη, Σάρτη, Σίγγος, Πύλωρος, Δίον, Κλεωναί, Ολόφυξος, Άκανθος, Στάγιρα, Απολλωνία, Αρναία, Ανθεμούς. Πολλές από αυτές αποτελούν συνέχεια προϊστορικών οικισμών, που υπήρχαν στην ίδια θέση. Στο τέλος του 5ου αι. π.Χ. οι 32 σπουδαιότερες πόλεις ιδρύουν υπό την ηγεσία της Ολύνθου, το "κοινόν των Χαλκιδέων", το οποίο θα διαλυθεί το 379 π.Χ. από τους Σπαρτιάτες. Το 348 π.Χ. ο Φίλιππος ενσωματώνει την περιοχή στο Μακεδονικό Βασίλειο. Στα Ελληνιστικά χρόνια ιδρύονται τρεις μεγάλες πόλεις: Κασσανδρεία (315), Ουρανούπολις (315) και Αντιγόνεια (στη μέση της Καλαμαριάς το 280 π.Χ.). Το 168 π.Χ. περνά στα χέρια των Ρωμαίων και παρακμάζει καθώς οι πόλεις της περιήλθαν υπό τον έλεγχο Ρωμαίων εμπόρων κυρίως.<sup>23</sup>

### 5.9 Σπήλαιο Πετραλώνων

Δίπλα στο χωριό Πετράλωνα σε απόσταση 800 μέτρων και σε υψόμετρο 250 μέτρα στους πρόποδες του βουνού Κατσικά βρίσκεται το ομώνυμο σπήλαιο. Ανακαλύφθηκε το 1959 από κατοίκους του χωριού που έψαχναν για νερό. Ονομάστηκε "Κόκκινες πέτρες" από την terra rosa (κόκκινη γη) που χρωματίζει τους σταλακτιτικούς και σταλαγμιτικούς σχηματισμούς του. Στη σπηλιά, το 1960, βρέθηκε κρανίο ανθρώπου ηλικίας 25-35 ετών, αρκετά ηλικιωμένου για τα δεδομένα εκείνης της εποχής, μιας και ο μέσος όρος ζωής ήταν τα 18-20 χρόνια. Ανήκει σε τύπο αρχανθρώπου (δηλαδή όρθιου ανθρώπου) μεταβατικής μορφής από τον Homo erectus προς τον Homo sapiens neandertalensis. Το κρανίο βρέθηκε στο 11ο στρώμα του σπηλαίου που σχηματίστηκε σε μια πολύ ψυχρή περίοδο, την επονομαζόμενη Κρήνεια περίοδο. Ήταν καλυμμένο με σταλαγμίτη και το σημείο όπου εντοπίστηκε, που ονομάστηκε "Μαυσωλείο", είναι το στεγνότερο μέρος της σπηλιάς και λίγο πιο ζεστό. Στο χώρο του "Μαυσωλείου" βρέθηκαν διασκορπισμένες οστέινες βελόνες που πρέπει να τις χρησιμοποιούσε ο αρχάνθρωπος για να στηρίζει τα δέρματα γύρω από το σώμα του και ίχνη φωτιάς την οποία άναβε για να ζεσταθεί και να ψήνει την τροφή του. Ακόμη βρέθηκαν πολλά λίθινα και οστέινα εργαλεία, τα οποία έφτιαχνε για να κυνηγά τα θηράματά του.. Εκτός από τη μεγάλη σπουδαιότητα που έχει το σπήλαιο από παλαιοντολογική άποψη, οι χώροι του παρουσιάζουν ενδιαφέρον και από πλευράς σταλαγματικού διάκοσμου. Τους θαλάμους του στολίζουν σταλαγμίτες και σταλακτίτες με διάφορους

<sup>23</sup> Διαδίκτυο:<http://www.halkidiki.gov.gr>



χρωματισμούς και σε ποικίλα μεγέθη. Στη "Μεγάλη σάλα" και το "Θάλαμο των ελάτων" συναντάμε σταλαγμίτες ογκώδεις, ενώ στο "Διάδρομο των νάνων σταλαγμιτών" βλέπουμε μικρούς ακανθωτούς σταλαγμίτες, μεγέθους λίγων μόνο εκατοστών, που γι' αυτό το λόγο ονομάστηκαν "νάνοι". Στο "Θάλαμο των ριζών" λεπτές ρίζες πριναριών που έχουν εισχωρήσει από το έδαφος μέσα στη σπηλιά σχηματίζουν ένα δίκτυ που καλύπτει τους σταλακτίτες. Ακόμη εντυπωσιάζει η "χρυσή βροχή", δηλαδή πολύ λεπτοί σταλακτίτες που θυμίζουν τις σταγόνες της βροχής.

Το σπήλαιο έχει μέση θερμοκρασία όλο το χρόνο 16 βαθμούς C. Είναι επισκέψιμο και η τουριστική διαδρομή που έχει διαμορφωθεί φθάνει τα 2 χιλιόμετρα. Σε αίθουσές του έχουν τοποθετηθεί προπλάσματα αρχανθρώπων.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΟΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗ

### **6.1 Θρησκευτικός Τουρισμός**

Τα μοναστήρια και οι εκκλησίες δεν αποτελούν τουριστική υποδομή αλλά τόπο συγκέντρωσης και λατρείας. Ωστόσο είναι γεγονός ότι συμβάλουν σημαντικέ στην προσέλκυση πολλών επισκεπτών.

Ασύγκριτα μνημεία της θρησκευτικής ιστορίας της περιοχής υπάρχουν διάσπαρτα σε όλο το νομό. Σε κάθε χωριό, μικρότερο ή μεγαλύτερο, υπάρχουν πλήθος εκκλησίες, ξωκλήσια και μονές, ζωντανοί μάρτυρες της συνεχούς θρησκευτικής ζωής του τόπου. Οι εικόνες και τα ξυλόγλυπτα τέμπλα τους, καθώς και οι τοιχογραφίες στα παλιότερα κτίσματα, αποτελούν μοναδικά έργα μοναδικής τέχνης.

### **6.2 Αθλητικός Τουρισμός**

Η Χαλκιδική προσελκύει πολλές αθλητικές ομάδες και συλλόγους για άθληση κοντά στο φυσικό και υγιεινό περιβάλλον της. Με αφορμή τους ολυμπιακούς αγώνες του 2004 στην Ελλάδα, οι αθλητικές εγκαταστάσεις στη Χαλκιδική έχουν αναβαθμιστεί, για να μπορούν να φιλοξενήσουν την προετοιμασία ομάδων

Κάθε χρόνο οργανώνονται στην περιοχή πλήθος αθλητικές εκδηλώσεις εθνικού και διεθνούς χαρακτήρα. Οι σημαντικότερες είναι:

- **Τα Σιθώνεια:** Οργανώνονται κάθε χρόνο από το Δήμο Σιθωνίας, τον Αύγουστο, και διαρκούν μία ημέρα. Πρόκειται για διεθνείς αγώνες σφυροβολίας.
- **Ο κολυμβητικός διάπλους του Τορωναίου:** Οργανώνεται κάθε χρόνο από τους Δήμους Σιθωνίας και Κασσάνδρας. Πρόκειται για διεθνείς κολυμβητικούς αγώνες, την τελευταία Κυριακή του Ιουλίου. Η εκκίνηση γίνεται το πρωί από την Καλλιθέα και ο τερματισμός στη Νικητή (24 χλμ.).

- **Πανελλαδικοί αγώνες ποδηλασίας:** Οργανώνονται κάθε χρόνο από το Δήμο Σιθωνίας στην αρχή του καλοκαιριού (Ιούνιο) στον Άγιο Νικόλαο . Διαρκούν δύο ημέρες και περιλαμβάνουν αγώνες αντοχής και circuit , ανδρών και γυναικών.

- **Πανελλήνιο διασυλλογικό πρωτάθλημα tae kwon do (Σταμάτης Κάσσης):** Διοργανώνεται κάθε χρόνο το Νοέμβριο από το Δήμο Πολυγύρου, την πανελλήνια Ομοσπονδία tae kwon do και τον Τοπικό Σύλλογο . Διαρκεί δύο ημέρες. Συμμετέχουν περισσότεροι από 700 αθλητές από όλη την Ελλάδα και σύλλογοι από την Ορεστιάδα μέχρι και την Κρήτη.

- **ΡΑΛΛΥ Δ.Ε.Θ.** Πρόκειται για αγώνα ταχύτητας ανωμάλου δρόμου. Διοργανώνεται κάθε χρόνο, εδώ και 37 χρόνια, τον Σεπτέμβριο, στα πλαίσια της Διεθνούς Έκθεσης Θεσσαλονίκης από τον Αυτοκινητιστικό Όμιλο Θεσσαλονίκης. Διαρκεί δύο ημέρες. Το μεγαλύτερο τμήμα της διαδρομής περνάει από την ορεινή Χαλκιδική, και φτάνει μέχρι την Ολυμπιάδα .

- **ΡΑΛΛΥ ΑΝΤΙΚΑ:** Πρόκειται για αγώνα ταχύτητας παλιών αυτοκινήτων (αντίκες). Διοργανώνεται κάθε χρόνο τον Ιούνιο, τα τελευταία 8 χρόνια, από τη Λέσχη Κλασικού Αυτοκινήτου Μακεδονίας και διαρκεί ένα Σαββατοκύριακο. Η διαδρομή είναι διαφορετική κάθε φορά, η εκκίνηση γίνεται από τον Λευκό Πύργο στη Θεσσαλονίκη.

- **Αγώνας δρόμου νίκης 17 Μαΐου:** Διοργανώνεται κάθε χρόνο στις 17 Μαΐου από τον Δήμο Πολυγύρου. Συμμετέχουν επαγγελματίες αθλητές αλλά και απλοί πολίτες. Πρόκειται για αγώνα συμμετοχής και αντοχής ανωμάλου δρόμου. Ο αγώνας διοργανώνεται προς τιμήν των αγωνιστών της Επανάστασης της Χαλκιδικής, ακολουθεί τη διαδρομή που ακολούθησαν τότε οι αγωνιστές.

- **Πανελλαδικοί αγώνες ιστιοπλοΐας:** Διοργανώνονται κάθε χρόνο τον Ιούλιο από τον Ναυτικό Όμιλο Νέων Μουδανιών.

### **6.3 Θαλάσσια αθλήματα**

Η θερμοκρασία του νερού είναι περίπου 16οC το χειμώνα και 26οC το καλοκαίρι σε βάθος 20 μέτρων. Η ορατότητα μέσα στο νερό είναι μεγαλύτερη από 20

μέτρα. Ο βυθός διαθέτει πλούσια και πολυποίκιλη χλωρίδα και πανίδα: κοράλλια, σφουγγάρια, καβούρια, χταπόδια, υπόκαμπους, διάφορα ψάρια, σπηλιές, ναυάγια κ.α.

Καταδυτικά κέντρα στην Κασσάνδρα ( Καλλιθέα , Σάνη , Χανιώτη , Πευκοχώρι) και τη Σιθωνία (Αρμενιστής , Καλαμίτσι , Πλατανίτσι , Πόρτο Καρράς).

#### **6.4 Golf**

Το golf του Πόρτο Καρράς σχεδιάστηκε τη δεκαετία του '60 με πρωτοποριακά, για την εποχή του δεδομένα.

Υπήρξε για πολλά χρόνια ένα από τα κορυφαία γήπεδα της Ευρώπης, που φιλοξένησε διάσημους αθλητές και σπουδαίες προσωπικότητες.

Σήμερα, τα γήπεδα ξανασχεδιάστηκαν από την αρχή. Πρώτα έγιναν επεμβάσεις στον περιβάλλοντα χώρο. Οι λίμνες επανασχεδιάστηκαν και εξελίχθηκαν σε μικρούς βιότοπους, με ψάρια, χελώνες, βατράχους και διάφορα είδη πουλιών.

Το έδαφος εμπλουτίστηκε με 1.300 τόνους εισαγόμενου ορυκτού ηφαιστειογενούς ζεολίθου, που ελκύει το νερό και τα θρεπτικά συστατικά του εδάφους προς την επιφάνεια, ώστε να συντηρείται άριστα ο χλοοτάπητας. Σχεδιάστηκε ένα υπερσύγχρονο σύστημα ποτίσματος, με κύρια υποδομή το αντλητικό συγκρότημα, που καθοδηγείται από ηλεκτρονικό υπολογιστή. Το νέο θαύμα της βιοτεχνολογίας, το γρασίδι Paspalum , ποικιλία Salam , επιλέχθηκε και δημιούργησε ένα βαθυπράσινο χαλί, με βαθύ πέλος κι εκπληκτική αντοχή.

Τεχνικά, είναι ένα κλασικό γήπεδο 18 οπών με 4 τρύπες των 3 pars (3,6,15,17), 11 τρύπες των 4 pars (1,4,5,7,8,10,11,12,13,14,18) και 3 τρύπες των 5 pars (2,9,16). Η διαδρομή έχει συνολικό μήκος 5,5 χιλιόμετρα και απλώνεται σε συνολική έκταση 540 στρεμμάτων.<sup>24</sup>

Λειτουργεί όλο το χρόνο, χάρη στο μικροκλίμα της περιοχής, διαθέτει χώρους driving range , putting green και chipping green , ενώ ένα πλήρως ενημερωμένο Pro Shop είναι στη διάθεση των παικτών.

---

<sup>24</sup> Διαδίκτυο:<http://www.anetha.gr>

## **6.5 Τουρισμός Περιπέτειας**

### **6.5.1 Ποδήλατο βουνού**

Η ενδοχώρα της Χαλκιδικής και οι ορεινοί όγκοι έχουν ξηρό και θερμό κλίμα και προσφέρονται για ποδηλατικές διαδρομές, αφού τα βουνά δεν είναι κακοτράχαλα..

### **6.5.2 Ιππασία**

Στα περισσότερα χωριά της Χαλκιδικής υπάρχουν φάρμες που οργανώνουν βόλτες στη φύση με άλογα, με συνοδεία οδηγού, τόσο για αρχάριους, όσο και για προχωρημένους.

### **6.5.3 Περιπατικές Διαδρομές**

Το 1999, με επιχορήγηση από το Ε.Τ.Π.Α. (Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης) της Ε.Ε., και με τη συνεπικουρία του Ε.Ο.Τ., η Ένωση Ξενοδοχείων Χαλκιδικής δημιούργησε είκοσι διαδρομές για πεζοπορία σε όλη τη Χαλκιδική, σε μία προσπάθεια να μπορέσουν οι επισκέπτες της περιοχής μας να απολαύσουν σε όλο της το μεγαλείο την πλούσια χλωρίδα και πανίδα του τόπου μας.

Οι διαδρομές ποικίλουν σε μήκος και βαθμό δυσκολίας, για να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των επισκεπτών κάθε ηλικίας και φυσικής κατάστασης ( Παράρτημα 4<sup>ο</sup>).

## **6.6 Συνεδριακός τουρισμός**

Οι κύριοι προορισμοί για συνέδρια θεωρούνται οι ΗΠΑ, Γαλλία, Μεγάλη Βρετανία και Γερμανία. Γενικά, τα κυριότερα κριτήρια που θα επηρεάζουν την επιλογή του προορισμού είναι η υποδομή και η εικόνα (image) της πόλης ή της περιφέρειας, καθώς επίσης και η προσφερόμενη τιμή.

Η Χαλκιδική θεωρείται ένας ελκυστικός προορισμός για την διοργάνωση διεθνών συνεδρίων αλλά μέχρι στιγμής δεν μπόρεσε να εκμεταλλευτεί αποτελεσματικά τις προοπτικές ανάπτυξης. Αναλυτικότερα, η έλλειψη συχνών εσωτερικών και απ' ευθείας πτήσεων κατά τη διάρκεια της μέσης και χαμηλής τουριστικής περιόδου, η μη χρήση διαθέσιμου υλικού όσον αφορά τη διοργάνωση μελλοντικών διεθνών συνεδρίων, το οποίο διατίθεται από το Διεθνή Σύνδεσμο Συνεδρίων, είναι χαρακτηριστικά παραδείγματα έλλειψης προγραμματισμού και συνεργασίας μεταξύ διαφόρων φορέων όπως η Ολυμπιακή Αεροπορία, ο ΕΟΤ κ.λ.π. για την περαιτέρω διείσδυση του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος στη διεθνή συνεδριακή αγορά.

### **6.7 Αγροτουρισμός**

Στο Νομό Χαλκιδικής τα τελευταία χρόνια γίνονται έντονες προσπάθειες να αναπτυχθεί σε ικανοποιητικό βάθος ο Αγροτουρισμός. Αξιόλογοι είναι οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί της περιοχής, με την παραγωγή παραδοσιακών εδεσμάτων. Οι γυναίκες που συγκροτούν τους συνεταιρισμούς αφιερώνουν ένα μεγάλο μέρος τους χρόνου τους από την οικογένεια τους ώστε να μπορέσουν να ανταπεξέλθουν στις ανάγκες της ενασχόλησης τους.

Εξαιρετικής ποιότητας και υψηλής αισθητικής είναι και τα παραδοσιακά είδη λαϊκής τέχνης όπως χειροποίητα κιμιλια, τα αγγειοπλάστικά σκεύη και οι ξυλόγλυπτες κατασκευές που δημιουργεί η φαντασία και το μεράκι των ντόπιων τενιτών και πωλούντζι σε καταστήματα παραδοσιακών προϊόντων και στα περίπτερα των γυναικείων συνεταιρισμών.

### **6.8. Κοινωνικός τουρισμός**

Κατά τη διάρκεια όλου του έτους κατακλύζουν την Χαλκιδική γκρούπ επισκεπτών, όλων των ηλικιών, για να απολάυσουν την ηρεμία της φύσης κάνοντας παράλληλα οικονομικές διακοπές.

Τα αγροτουριστικά καταλύματα αλλά και απλά ενοικιαζόμενα δωμάτια του Ε.Ο.Τ. πάντα προσεγμένα στους κανόνες του περιβάλλοντος είναι έτοιμα να δεχτούν επισκέπτες από όλη τη χώρα και όχι μόνο.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΣΤΗ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗ.

### 7.1 Εισαγωγή

Έχοντας υπόψη τις μελλοντικές τάσεις μεταβολής της ζήτησης από "παθητικές" διακοπές σε παραδοσιακούς προορισμούς για θάλασσα-ήλιο-άμμο σε διακοπές με συγκεκριμένες δραστηριότητες, θα πρέπει να ληφθούν τα απαραίτητα μέτρα έτσι ώστε η Χαλκιδική να μπορεί να ανταπεξέλθει στις μελλοντικές ανάγκες και απαιτήσεις των πελατών της.

Η **ξενάγηση** σε χώρους αρχαιολογικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος θα μπορούσε να προωθηθεί ως μια επιπρόσθετη δραστηριότητα παράλληλα με τις παραδοσιακές καλοκαιρινές διακοπές αφού βεβαίως έχει προηγηθεί βελτίωση των υφιστάμενων αρχαιολογικών χώρων και αποτελεσματική συντήρηση των ευρημάτων. Εν τούτοις, οι απεργίες του προσωπικού των αρχαιολογικών χώρων σε συνδυασμό με την έλλειψη έγκαιρης πληροφόρησης όσον αφορά ώρες και ημέρες λειτουργίας κλπ. αποτελούν κύρια προβλήματα τα οποία πρέπει να αντιμετωπιστούν και να λυθούν και τα οποία επηρεάζουν αρνητικά τη γενικότερη εικόνα της Ελλάδος σαν τουριστικού προορισμού.

Τα τοπικά ήθη και έθιμα θα παίξουν κυρίαρχο ρόλο στην προσέλκυση πελατών εφόσον τα τουριστικά πακέτα θα είναι οργανωμένα έτσι ώστε οι καλοκαιρινές διακοπές να συνδυάζουν και τη γνωριμία με τον Ελληνικό πολιτισμό και κουλτούρα. Παράλληλα, θα πρέπει να παρέχεται εκ των προτέρων εκτεταμένη πληροφόρηση για τις πολιτιστικές δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα σε τουριστικούς προορισμούς, πράγμα το οποίο θα εξυπηρετούσε τους tour operators στην διοργάνωση και αποτελεσματική προώθηση των τουριστικών πακέτων τους.

Επίσης, λόγω της αύξησης της ζήτησης για λιγότερο ανεπτυγμένους τουριστικούς προορισμούς για το βίωμα του "**τοπικού χρώματος**", είναι απαραίτητη η προσεκτική περιφερειακή οργάνωση και ανάπτυξη έτσι ώστε να αποφευχθούν παρόμοια δυσμενή αποτελέσματα με αυτά που έχουν παρουσιαστεί σε κορεσμένες τουριστικές περιοχές με την ανεξέλεγκτη ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων.



Ακόμη, οι υπηρεσίες και οι εγκαταστάσεις, προορισμένες για συγκεκριμένα μερίδια αγοράς όπως οικογένειες, νέοι & φοιτητές καθώς επίσης και ηλικιωμένους είναι σχεδόν ανύπαρκτες και θα πρέπει να αναπτυχθούν.

Επίσης ένα σημαντικό κομμάτι της αγοράς θα μπορούσε να εμπλουτισθεί με κάποιες ειδικές μορφές τουρισμού που αναπτύσσονται παρακάτω.

## **7.2 Yachting**

Τα πρότυπα της μελλοντικής ζήτησης του yachting στην Χαλκιδική θα είναι άμεσα συνδεδεμένα με τη βελτίωση της υφιστάμενης προσφοράς, όσον αφορά την υποδομή των παρεχόμενων εγκαταστάσεων και υπηρεσιών. Επιπροσθέτως, ο εκσυγχρονισμός του Θεσμικού Πλαισίου σχετικά με το yachting ο οποίος αναμένεται να πραγματοποιηθεί σύντομα, θα αποτελέσει παράγοντα υποστήριξης για την αύξηση της ανταγωνιστικότητας του Ελληνικού yachting στην Ευρωπαϊκή αγορά.

Οι Ευρωπαίοι τουρίστες θα συνεχίσουν να αποτελούν την κυριότερη πηγή ζήτησης για το Ελληνικό yachting.

Η ζήτηση για bareboats και για σκάφη με προσωπικό για περιηγήσεις νησιών θα συνεχίσει να προέρχεται κυρίως από την Αμερικάνικη αγορά, χωρίς όμως σημαντικές μεταβολές.

Αξιοσημείωτο είναι ότι η ποιοτική βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών και εγκαταστάσεων υποστήριξης καθώς και η ανάπτυξη μιας επιθετικής στρατηγικής marketing η οποία θα αποβλέπει στην προσέλκυση σημαντικού αριθμού Ευρωπαίων πλοιοκτητών να προσαράζουν τα πλοία τους σε Ελληνικές μαρίνες θα αποφέρει σημαντικά οφέλη για το yachting αλλά και για την εθνική οικονομία γενικότερα.

## **7.3 Υποβρύχια κατάδυση**

Γενικά, η ζήτηση για υποβρύχια κατάδυση η οποία στην Ελλάδα προέρχεται κυρίως από την Αμερικάνικη αγορά κατά τη διάρκεια της χαμηλής τουριστικής περιόδου, μπορεί να αναπτυχθεί υπό τον όρο ότι θα αρθούν κάποια περιοριστικά μέτρα από την αρχαιολογική υπηρεσία και θα προωθηθούν ειδικά σχεδιασμένα πακέτα, τα οποία θα έχουν την υποβρύχια κατάδυση ως κύρια δραστηριότητα αναψυχής.

## **7.4 Τουρισμος golf**

Γενικά, οι παίχτες του γκολφ όταν επισκέπτονται έναν τουριστικό προορισμό ( Porto Carras) με σκοπό το γκολφ κάνουν την επιλογή τους βάση της ποικιλίας και της ποιότητας των διαθέσιμων γηπέδων καθώς και άλλων υπηρεσιών υποστήριξης στην περιοχή αυτή. Για να μπορέσει η Χαλκιδική να αναπτυχθεί ως κύριος προορισμός γκολφ, είναι απαραίτητη η δημιουργία γηπέδων γκολφ σε κοντινή απόσταση μεταξύ τους.

Τα γήπεδα αυτά πρέπει να δημιουργηθούν σε συνδυασμό με άλλες αθλητικές εγκαταστάσεις και υψηλής ποιότητας τουριστικά καταλύματα.

## **7.5 Τουρισμός ειδικών δραστηριοτήτων**

Η έρευνα αγοράς στην Χαλκιδική έδειξε ότι υπάρχει μια σημαντική τάση για την ανάπτυξη "ενεργών" διακοπών με συγκεκριμένες δραστηριότητες όπως trekking, kayaking, ποδηλασία βουνού, παρατήρηση πουλιών κλπ. Οι τουρίστες για διακοπές δραστηριοτήτων είναι κυρίως μέσης και υψηλής κοινωνικής τάξης, μεταξύ 22-45 ετών ενώ οι τουρίστες οι οποίοι αναζητούν πιο ήπιες μορφές τουρισμού προέρχονται από υψηλές εισοδηματικές τάξεις και περιλαμβάνουν και οικογένειες με παιδιά.

Οι τουρίστες ειδικών μορφών τουρισμού δίνουν μεγάλη έμφαση στην ποικιλία του φυσικού πλούτου μιας περιοχής και προτιμούν προορισμούς οι οποίοι δεν έχουν δεχτεί μεγάλη τουριστική ανάπτυξη. Η Χαλκιδική λόγω των ελκυστικών φυσικών πόρων και ήπιου κλίματος προσφέρει πρόσφορο έδαφος για την ανάπτυξη ποιοτικών μορφών τουρισμού δραστηριοτήτων για τον οποίο η ζήτηση προέρχεται κυρίως από Ολλανδία, Γερμανία, Ελβετία, Γαλλία και Αυστρία αφού προηγουμένως συστηθούν ειδικά προγράμματα και προωθηθούν αποτελεσματικά στο εξωτερικό.

## 7.6 Εκπαιδευτικός και πολιτιστικός τουρισμός

Ο εκπαιδευτικός και πολιτιστικός τουρισμός παρουσιάζονται μαζί λόγω του ότι οι πολιτιστικές και εκπαιδευτικές εκδηλώσεις αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι στη διοργάνωση τουριστικών προγραμμάτων / πακέτων.

Ο εκπαιδευτικός και πολιτιστικός τουρισμός παρουσιάζεται και αναλύεται στη βάση τριών αξόνων:

- ✓ εκπαιδευτικά προγράμματα φοιτητών ξένων πανεπιστημίων και κολλεγίων,
- ✓ προγράμματα εκπαιδευτικού και πολιτιστικού περιεχομένου για εκδρομές σχολείων από το εξωτερικό,
- ✓ προγράμματα εκπαίδευσης και γνωριμίας Ελληνικής πολιτιστικής κληρονομιάς.

Ο εκπαιδευτικός και πολιτιστικός τουρισμός θεωρείται μία από τις σημαντικότερες αναπτυσσόμενες τουριστικές αγορές, εν τούτοις είναι δύσκολο να καθοριστεί ποσοτικά λόγω του ότι πολύ συχνά συμπίπτει με άλλου είδους τουρισμού, όπως τα short breaks, τα ταξίδια κινήτρων ή απλά ένα τμήμα διακοπών αναψυχής.

Η Χαλκιδική δεν έχει αναπτύξει κατάλληλα ούτε έχει προωθήσει πακέτα με εκτεταμένες εκπαιδευτικές και πολιτιστικές δραστηριότητες ώστε να ικανοποιήσει τις προσδοκίες και ανάγκες της αγοράς αυτής.

Ο εκπαιδευτικός τουρισμός είναι ιδιαίτερα δημοφιλής σε Ευρωπαϊκά σχολεία κυρίως από Αυστρία και Γαλλία. Η ανάπτυξη και προώθηση ειδικών δραστηριοτήτων και θεμάτων εκπαιδευτικού ενδιαφέροντος θα μπορούσαν να επηρεάσουν σημαντικά τον όλο και αυξανόμενο αριθμό των επισκεπτών. Η ερευνά αγοράς έδειξε ότι υπάρχει σημαντική ζήτηση από την Ιταλία, Γαλλία, Αυστρία και Γερμανία για ανάπτυξη των παρακάτω πολιτιστικών δραστηριοτήτων:

- Ελληνική μαγειρική
- τοπική τέχνη και εργόχειρα
- συμμετοχή σε θεατρικές παραστάσεις
- επιστημονική έρευνα σε αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία

Επίσης, σημαντική ζήτηση για εκπαιδευτικό τουρισμό στην Ελλάδα προέρχεται από φοιτητές Αμερικάνικων πανεπιστημίων / κολλεγίων οι οποίοι θέλουν να επισκεφτούν την χώρα για επί τόπου μαθήματα Ελληνικής φιλοσοφίας, ιστορίας, αρχαιολογίας, λογοτεχνίας, γλώσσας και αρχιτεκτονικής και οι βαθμοί (credits) των οποίων θα χρησιμοποιηθούν για την ολοκλήρωση των σπουδών τους στα πανεπιστήμιά τους (Παράρτημα 3<sup>ο</sup>).

Αξιοσημείωτο είναι ότι ενώ η αγορά της νεολαίας έχει περιορισμένες οικονομικές δυνατότητες, παρόλα αυτά θεωρείται ως μια, από τις σημαντικότερες για την Ελλάδα πηγή ζήτησης στο μέλλον. Η αποτελεσματική ανάπτυξη και προώθηση του εκπαιδευτικού τουρισμού έχει τα παρακάτω θετικά στοιχεία:

- Παράταση της τουριστικής περιόδου,
- θετική εικόνα (image) της Ελλάδας στο εξωτερικό, και
- παράλληλα λειτουργεί ως εργαλείο διατήρησης-προώθησης του Ελληνικού πολιτισμού και κουλτούρας.

### **7.7 Θρησκευτικός τουρισμός**

Ο θρησκευτικός τουρισμός έχει αναγνωριστεί ως ένα σημαντικό μερίδιο της τουριστικής αγοράς με μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης για την Ελλάδα. (Ο ετήσιος αριθμός 12 εκατομμυρίων ανθρώπων που επισκέπτονται τη Notre Dame στο Παρίσι και ένα ετήσιο σύνολο 4 εκατομμυρίων διανυκτερεύσεων στη Λούρη, είναι μία σαφής απόδειξη της δυναμικής αυτής της αγοράς.)

Ιστορικά η Χαλκιδική με την ύπαρξη του Αγίου Όρους και σημαντικό αριθμό χριστιανικών εκκλησιών, με τους ελκυστικούς φυσικούς πόρους της παρέχει πρόσφορο έδαφος για την προσέλκυση θρησκευτικών τουριστών. Συγκεκριμένα, η ζήτηση για θρησκευτικό τουρισμό προέρχεται από:

- τη Ρωσία της οποίας το Πατριαρχείο έχει πρόσφατα προβεί σε σημαντικές ενέργειες για την προώθηση του τουρισμού από τη Ρωσία προς την Ελλάδα,

- τις ΗΠΑ, όπου έχουν σημειωθεί υψηλά επίπεδα ζήτησης για θρησκευτικό τουρισμό στην Ελλάδα και η οποία προς το παρόν διοχετεύεται σε άλλους Ευρωπαϊκούς θρησκευτικούς προορισμούς συμπεριλαμβανομένων της Τουρκίας, του Ισραήλ και της Αιγύπτου
- και την Ευρωπαϊκή Ένωση όπου, βέβαια, τα επίπεδα ζήτησης κυμαίνονται σε χαμηλότερα επίπεδα.

### **7.8. Η συμβολή του εναλλακτικού τουρισμού στην επίτευξη της τοπικής ανάπτυξης του Ν Χαλκιδικής**

Αρχικά για να είναι επιτυχής και ολοκληρωμένη η προσπάθεια σύνδεσης του Εναλλακτικού Τουρισμού με την τοπική ανάπτυξη κρίνεται απαραίτητη η ανάλυση των επιμέρους στοιχείων τους καθώς και ο συνδυασμός αυτών, που θα οδηγήσουν στην διεξαγωγή των τελικών συμπερασμάτων.

Οι επισκέπτες της Χαλκιδικής, επιθυμούν να συναντήσουν αυθεντικούς ανθρώπους να ανταλλάξουν εμπειρίες, να συναναστραφούν με πλήθος διαφορετικών ανθρώπων που δεν θα είχαν την ευκαιρία να συναντήσουν στον τόπο διαμονής τους ή σε κάποιο μεγάλο ξενοδοχειακό συγκρότημα. Οι κάτοικοι από την πλευρά τους, με την ζεστή και φιλόξενη διάθεση που τους διακρίνει, προσφέρουν άνετη διαμονή και αξέχαστη εμπειρία στους επισκέπτες.

Ο όρος «ανάπτυξη», δεν είναι εύκολο να αποδοθεί καθώς είναι ένα σύμπλεγμα από ανθρώπινες δραστηριότητες, κοινωνικούς, οικονομικούς, πολιτικούς και τεχνολογικούς παραμέτρους που άλλοτε κινούν διαδικασίες που φέρνουν θετικά αποτελέσματα και άλλοτε αρνητικά σε ένα συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον. Η τοπική ανάπτυξη συνδέεται με τα εξής στοιχεία: έναν συγκεκριμένο γεωγραφικό τόπο, την τοπική κοινωνία και την αντίστοιχη τοπική αυτοδιοίκηση. Στο περιβάλλον της τοπικής κοινωνίας, οι σχέσεις των ανθρώπων συσφίγγουν, αναπτύσσονται συναισθήματα αλληλεγγύης και συνοχής και προωθείται η συνεργασία των τοπικών φορέων, συλλόγων και γενικότερα του τοπικού πληθυσμού στη λήψη αποφάσεων που αφορούν ζητήματα της περιοχής. Η Τοπική Αυτοδιοίκηση από την πλευρά της είναι υπεύθυνη για την παροχή βασικών υπηρεσιών στον κάτοικο και στον επισκέπτη, για μεγάλες και μικρές υποδομές, για τη ρύθμιση και αστυνόμευση πολλών τομέων στην λειτουργία των τουριστικών υπηρεσιών αλλά και να διατηρεί το περιβάλλον ελκυστικό.

Οι υπεύθυνοι για την τουριστική ανάπτυξη του Νομού γνωρίζουν πολύ καλά ότι η Χαλκιδική διαθέτει ένα ακαταμάχητο τουριστικό προφίλ και προϊόν που αξίζει καλύτερης αξιοποίησης και ανάδειξης, και που μόνο με την στήριξη της κρατικής εξουσίας μπορούν να υλοποιηθούν τα αντίστοιχα έργα. Η Χαλκιδική διαθέτει όλα εκείνα τα στοιχεία που ολοκληρώνουν την εικόνα της. Ο ορθολογικός σχεδιασμός, η αφομοίωση πολιτικών βιώσιμης ανάπτυξης, η τοπική συνεργασία, η ευαισθητοποίηση όλων σχετικά με τον φυσικό και πολιτιστικό πλούτο είναι οι σημαντικότερες κατευθύνσεις που ακολουθούνται τα τελευταία χρόνια για την επίτευξη της τοπικής ανάπτυξης και στην διατήρηση του συγκριτικού πλεονεκτήματος έναντι άλλων τουριστικών προορισμών.



## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ**

Για την σωστή διεκπαιρέωση της εργασίας έγινε επιτόπια έρευνα στο Νομό Χαλκιδικής μέσω ενός ερωτηματολογίου στον τομέα των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Το μέσο συλλογής εκείνων των πληροφοριών που θα αποτελούσε τη βάση για τη διεξαγωγή συμπερασμάτων υπήρξε ένα ερωτηματολόγιο ανοιχτού τύπου αποτελούμενο από επτά ερωτήσεις. Το σύνολο των ερωτηθέντων είναι εκατό άτομα, το ηλικιακό φάσμα κυμαίνεται από 20 έως 60 ετών και των δύο φύλων.

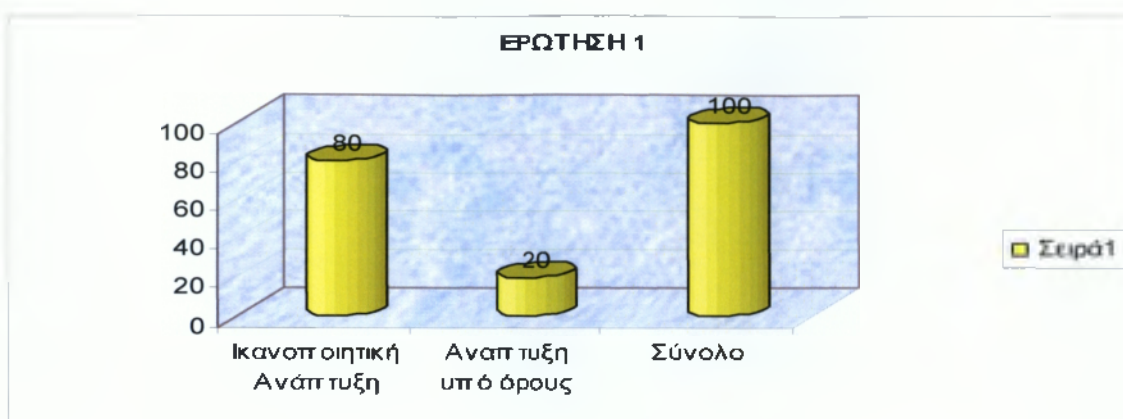
Οι ερωτηθέντες ανήκουν στους κλάδους:

1. Εκπρόσωποι Ο.Τ.Α.
2. Ξενοδόχοι-Ξενοδοχοϋπάλληλοι
3. Ιδιοκτήτες τουριστικών γραφείων
4. Τοπικός επιχειρηματικός πληθυσμός
5. Μόνιμοι κάτοικοι
6. Επισκέπτες

### **8.1 Αποτελέσματα ερωτηματολογίου**

1. Στην ερώτηση σχετικά με την εξέλιξη του εναλλακτικού τουρισμού στην Χαλκιδική από τους 100 ερωτηθέντες οι 80 απάντησαν πως η ανάπτυξη είναι ικανοποιητική, χωρίς όμως να στηρίζουν με επιχειρήματα την άποψη τους. Ενώ οι άλλοι 20 απάντησαν πως η ανάπτυξη του Εναλλακτικού τουρισμού θα γίνει υπό κάποιους όρους, όπως για παράδειγμα αν δοθούν περισσότερα κίνητρα για επενδύσεις στο Νομό.

<b>Απαντήσεις</b>	<b>Ερωτηθέντες</b>	<b>Ποσοστό</b>
<b>Ικανοποιητική Ανάπτυξη</b>	80	80%
<b>Ανάπτυξη υπό όρους</b>	20	20%
<b>Σύνολο</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>



2. Στην ερώτηση σχετικά με την προώθηση του τουριστικού προϊόντος, από τους 100 ερωτηθέντες οι 65 απάντησαν ότι το τουριστικό προϊόν και γενικότερα το τουριστικό προφίλ του Νομού προωθούνται επαρκώς κυρίως μέσω των πολιτιστικών δρώμενων που διαδραματίζονται καθ'όλη τη διάρκεια του έτους. Ενώ οι υπόλοιποι 35 θεωρούν ότι δεν υπάρχει συγκριμένη και ενιαία πολιτική προβολής του Νομού και απαιτείται ριζική αλλαγή της στάσης αυτής από την κεντρική διοίκηση.

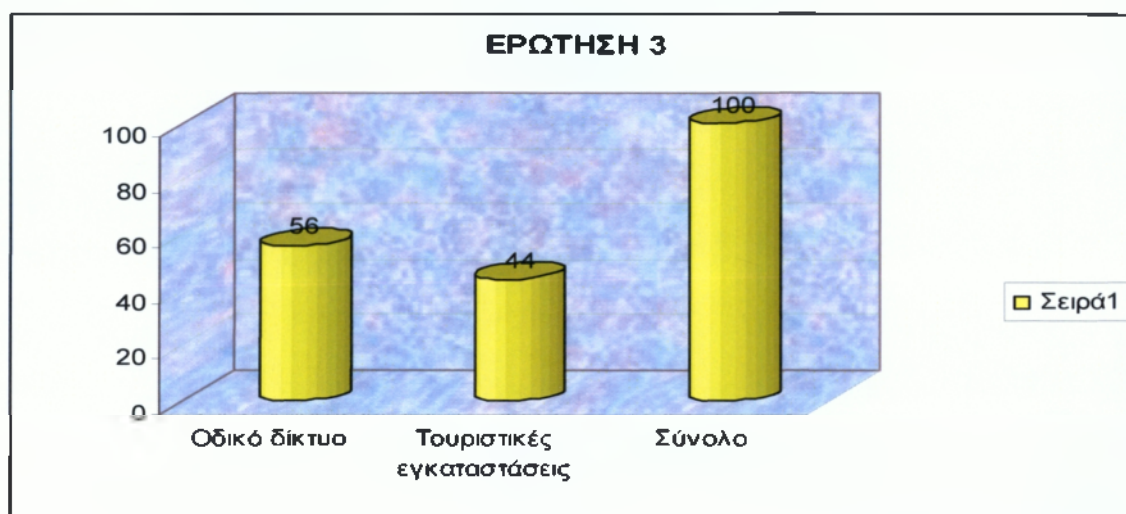
Απαντήσεις	Ερωτηθέντες	Ποσοστό
Ικανοποιητική προβολή	65	65%
Ανεπαρκής	35	35%
Σύνολο	100	100%



3. Στην ερώτηση σχετικά με τις ελλείψεις στην τουριστική υποδομή, από τους 100 ερωτηθέντες οι 56 απάντησαν ως μεγαλύτερης σημασίας είναι η κατασκευή του οδικού δικτύου και οι υπόλοιποι 44 θεωρούν πως σημαντικότερες είναι οι τουριστικές

εγκαταστάσεις κυρίως σε περιοχές της Βόρειας Χαλκιδικής για να μπορέσει να γίνει σε εκείνες τις περιοχές σωστή ανάπτυξη του Αγροτουρισμού.

Απαντήσεις	Ερωτηθέντες	Ποσοστό
Οδικό δίκτυο	56	56%
Τουριστικές εγκαταστάσεις	44	44%
<b>Σύνολο</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>



4. Στην ερώτηση σχετικά με την σύνδεση του Εναλλακτικού Τουρισμού με την τοπική ανάπτυξη και οι 100 ερωτηθέντες απάντησαν θετικά. Συγκεκριμένα η τοπική ανάπτυξη και η ανάπτυξη της υπαίθρου επιτυγχάνεται μέσα από τη χρήση τοπικών πόρων και τη κινητοποίηση του τοπικού ανθρώπινου δυναμικού.

Απαντήσεις	Ερωτηθέντες	Ποσοστό
<b>Ναι</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Όχι</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Σύνολο</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

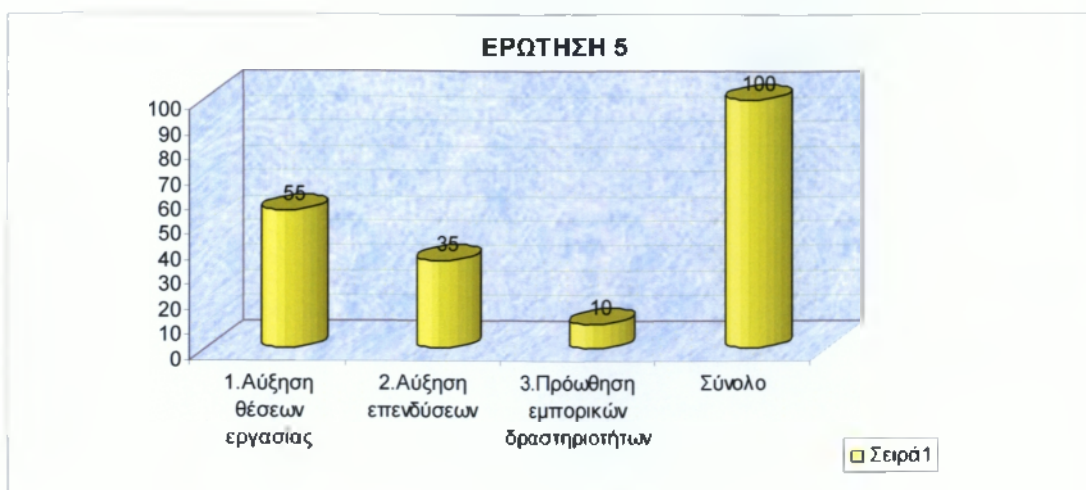


5. Σχετικά με τις επιπτώσεις που προκαλεί η διάχυση του τουριστικού προϊόντος στο Νομο, σε σύνολο 100 ερωτηθέντων, οι απαντήσεις που δόθηκαν είναι οι εξής:

Αρνητικές επιπτώσεις	Ερωτηθέντες	Ποσοστό
1.Μόλυνση περιβάλλοντος	50	50%
2.Εφήμερο κέρδος	32	32%
3.Αλλοίωση του τρόπου ζωής	18	18%
<b>Σύνολο</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

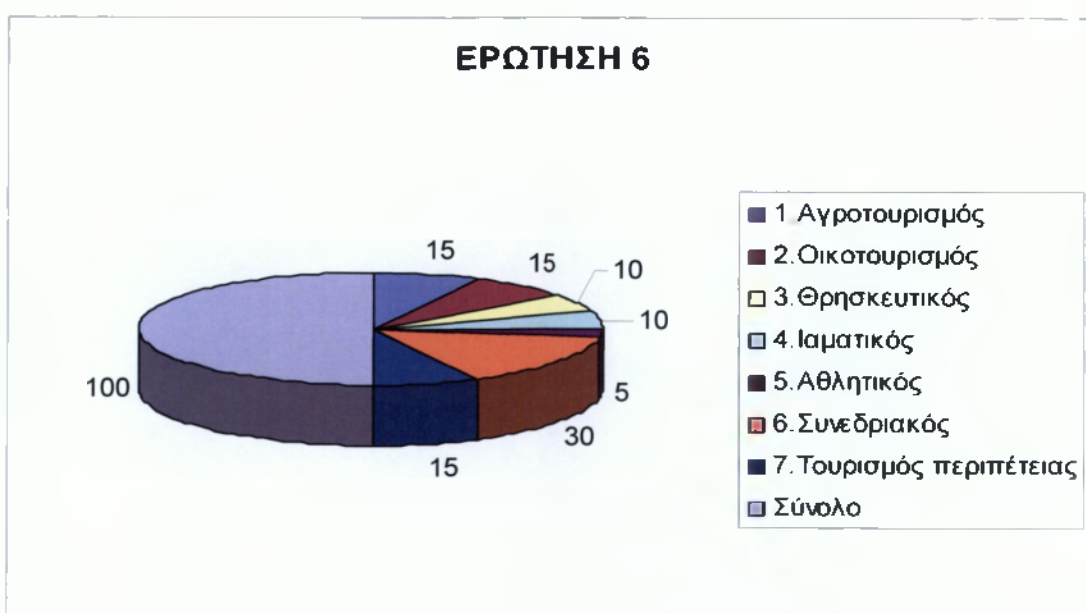


Θετικές επιπτώσεις	Ερωτηθέντες	Ποσοστό
1.Αύξηση θέσεων εργασίας	55	55%
2.Αύξηση επενδύσεων	35	35%
3.Πρόωθηση εμπορικών δραστηριοτήτων	10	10%
<b>Σύνολο</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>



6. Στην ερώτηση σχετικά με το ποιες μορφές Εναλλακτικού Τουρισμού έχουν προοπτικές αξιόλογης ανάπτυξης στην Χαλκιδική και ποιες λιγότερο από τους 100 ερωτηθέντες οι απαντήσεις που δόθηκαν είναι οι εξής:

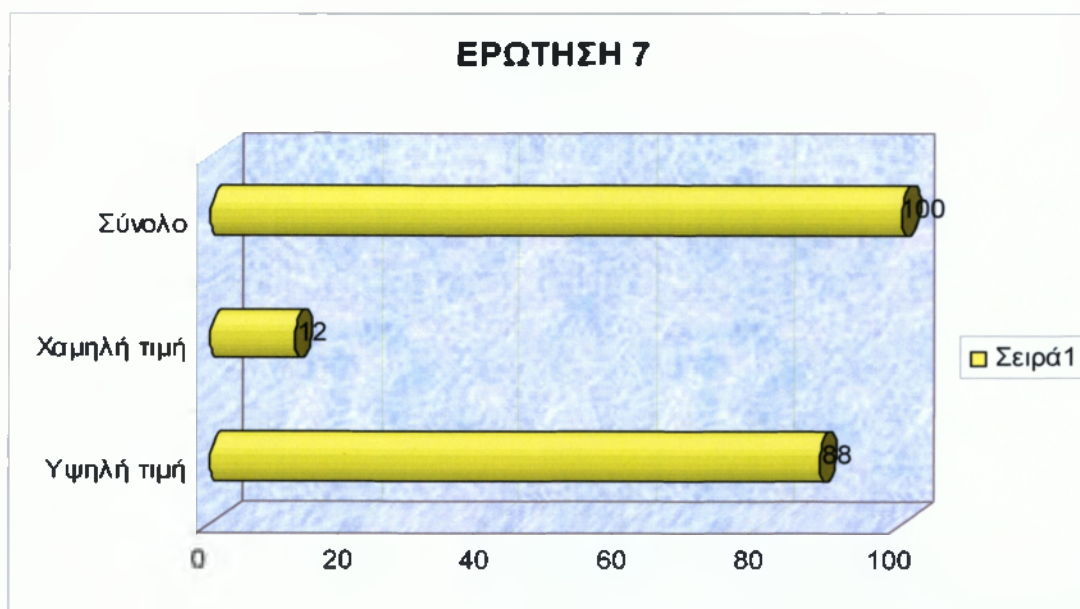
Απαντήσεις	Ερωτηθέντες	Ποσοστό
1.Αγροτουρισμός	15	15%
2.Οικοτουρισμός	15	15%
3.Θρησκευτικός	10	10%
4.Ιαματικός	10	10%
5.Αθλητικός	5	5%
6.Συνεδριακός	30	30%
7.Τουρισμός περιπέτειας	15	15%
Σύνολο	100	100%





7. Στην ερώτηση σχετικά με την τιμή του τουριστικού προϊόντος, από τους 100 ερωτηθέντες οι 12 απάντησαν ότι η τιμή του είναι χαμηλή, σε σταθερά επίπεδα όσον αφορά την κοστολόγηση του ύπνου και του φαγητού αλλά και άλλων οικονομικών δραστηριοτήτων όποτε είναι ελκυστική προς τους επισκέπτες και ανεκτή από τους μόνιμους κατοίκους και οι 88 απάντησαν ότι η τιμή του τουριστικού προϊόντος έχει αυξηθεί απότομα, τηντελευταία πενταετία, λόγω της αύξησης τουβτουριστικού ρεύματος και της μη τουριστικής ανάπτυξης κάτι που σημαίνει ότι επιβαρύνονται οι μόνιμοι κάτοικοι, πολλοί από τους οποίους δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν στο αυξημένο κόστος ζωής.

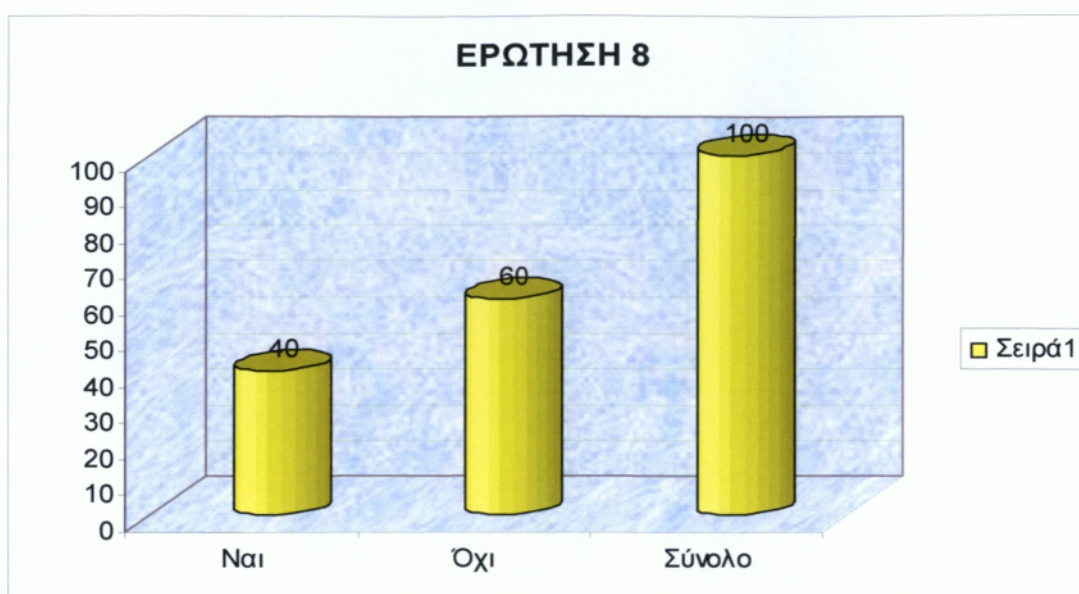
Απαντήσεις	Ερωτηθέντες	Ποσοστό
Υψηλή τιμή	88	88%
Χαμηλή τιμή	12	12%
<b>Σύνολο</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>



8. Στην ερώτηση σχετικά με το αν οι κρατικοί φορείς λειτουργούν σωστά για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος στην Χαλκιδική από τους 100 οι 40 απάντησαν θετικά και οι 60 αρνητικά.

Απαντήσεις	Ερωτηθέντες	Ποσοστό
Ναι	40	40%
Όχι	60	60%
<b>Σύνολο</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>





## 8.2 Γενικά Συμπεράσματα

Η εμφάνιση του Εναλλακτικού Τουρισμού στην Χαλκιδική στηρίχθηκε κατ'αρχήν, σε μια σειρά από παράγοντες που τον κατέστησαν απλώς μια συμπληρωματική μορφή τουρισμού αλλά και σε μια ξεχωριστή και αυτόνομη μορφή τουριστικής δράσης.

Ο τουρισμός στο Νομό Χαλκιδικής απαιτεί σχεδιασμό. Είναι κρίσιμο και σημαντικό να υπάρχει ένα συνολικότερο σχέδιο που θα περιλαμβάνει την ελεγχόμενη ανάπτυξη των τουριστικών δραστηριοτήτων και την προστασία της φύσης και το οποίο θα συντάσσεται με την συμμετοχή των τοπικών κοινωνιών. Στον παρόντα χρόνο και έχοντας πάνω από μια δεκαετία ενεργούς δράσης στον τουρισμό, ο Νομός, μέσω των εμπλεκόμενων φορέων πρέπει να κωδικοποιήσει την προηγούμενη εμπειρία του και να χαράξει στρατηγική κινήσεις και ενασχόλησεις με τον τουρισμό που αποτελούν βασικό παράγοντα αποτυχίας μιας τέτοιας προσπάθειας.

Το τουριστικό προϊόν στο σύνολο του είναι απολύτως ελκυστικό και διαφοροποιημένο σε σχέση με αυτό άλλων περιοχών, ωστόσο προωθείται αποσπασματικά και με βάση την προσωπική πρωτοβουλία του κάθε ιδιώτη επιχειρηματία ή κάποιου φορέα κρατικής εξουσίας.

Η ανάπτυξη του Εναλλακτικού Τουρισμού κρίνεται θετική με φιλόδοξες προοπτικές εξέλιξης, τόσο σε τοπικό επίπεδο όσο και σε εθνικό επίπεδο. Στη βάση αυτή

και για να συνεχιστεί η προσπάθεια ο Νομός Χαλκιδικής θα πρέπει να ενισχύσει το υφιστάμενο πλέγμα υπηρεσιών και υποδομών τουρισμού και να δώσει έμφαση στην αξιοποίηση και εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού στον κλάδο αυτό, προκειμένου να εδραιωθεί μια ανταγωνιστική τουριστική δύναμη.

Αξίζει να σημειωθεί ότι οι κάτοικοι του Νομού στέκονται θετικά απέναντι στο ζήτημα της τοπικής ανάπτυξης, συνειδητοποιούν ότι το περιβάλλον αποτελεί σημαντικό φυσικό πόρο, όμως συνήθως δεν διατίθενται να υποστούν οικονομικές επιβαρύνσεις για την προστασία και βελτίωση του. Η περιβαλλοντική παιδεία και οι οικολογικές ευαισθησίες δεν εντοπίζονται ιδιαίτερα αναπτυγμένες, γεγονός που συντείνει στην καθυστέρηση της.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ**

### **9.1 Εκπαίδευση ανθρώπινου δυναμικού**

Ο χώρος της εκπαίδευσης και ιδιαίτερα στο τομέα του τουρισμού αποτελεί ένα νευραλγικό παράγοντα ποιοτικής αναβάθμισης και δε θα μπορούσε να εξαντληθεί στα πλαίσια αυτής της έρευνας. Για αυτό το λόγο οι προτάσεις επικεντρώνονται περισσότερο σε βραχυπρόθεσμα μέτρα ενημέρωσης των τουριστικών φορέων για την σημασία της συμμετοχής τους στη προσπάθεια αναβάθμισης του Ελληνικού Τουρισμού. Συγκεκριμένα προτείνεται:

- Να δημιουργηθεί ένας Κώδικας Συμπεριφοράς προσωπικού που έρχεται σε άμεση επαφή με τουρίστες/πελάτες. Αυτοί οι Κώδικες θα μπορούν να αναπτυχθούν σε συνάρτηση και με τη συμβολή Συνδέσμων ταξιτζήδων, εστιατόρων, αντιπροσώπων ενοικιάσεως αυτοκινήτων, κλπ..
- Στα πλαίσια μιας γενικότερης "εκπαίδευσης" - αλλαγής νοοτροπίας των επιχειρηματιών, προσωπικού και τοπικού πληθυσμού, η Τοπική Αυτοδιοίκηση σε συνεργασία με τουριστικούς φορείς θα πρέπει να προβεί στη δημιουργία τοπικής καμπάνιας για την προστασία των περιοχών από κάθε μορφής ρύπανση (καθαριότητα ξενοδοχείων, και άλλων χώρων εστίασης και διασκέδασης, κοινόχρηστων χώρων, δρόμων, ακτών, ηχορύπανσης ).
- Σε μακροπρόθεσμο επίπεδο θα πρέπει να επιβληθούν κριτήρια γνώσης μιας ξένης γλώσσας σε προσωπικό που απασχολείται σε τομείς έμμεσα συνδεδεμένους με την εξυπηρέτηση πελατών/τουριστών.
- Καθώς ο ανταγωνισμός μεγαλώνει, η τιμή πακέτου ως εργαλείο προσέλκυσης τουριστών χάνει τη διαπραγματευτική της ικανότητα όταν δεν λαμβάνεται υπόψη η σχέση συμφέρουσας τιμής και παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών και προϊόντων. Έχοντας υπόψη τις μελλοντικές τάσεις μεταβολής της ζήτησης από "παθητικές" διακοπές σε παραδοσιακούς προορισμούς για θάλασσα-ήλιο-άμμο σε διακοπές με συγκεκριμένες δραστηριότητες, θα πρέπει να ληφθούν τα απαραίτητα μέτρα έτσι ώστε η Χαλκιδική να μπορεί να ανταπεξέλθει στις μελλοντικές ανάγκες και απαιτήσεις των πελατών της.

Ένα από τα μέτρα αυτά είναι πλήρη γνώση τουριστικού marketing από τους ξενοδόχους επιχειρηματίες, καλύπτοντας θέματα όπως έρευνα και ανάλυση αγοράς,

τμηματοποίηση, ανάλυση προϊόντος, εφαρμογή εργαλείων διαφήμισης και προώθησης, προσδιορισμό κατάλληλου marketing mix κλπ.

## **9.2 Τουρισμός μέσω tour operators**

Οι ξενοδόχοι σε συνεργασία με τοπικούς φορείς και άλλους επιχειρηματίες θα πρέπει να προβούν στη δημιουργία προϊόντων τα οποία θα προωθούν δραστηριότητες και προϊόντα συγκεκριμένων τοποθεσιών ακολουθώντας μια πιο ενεργητική και "επιθετική" πολιτική marketing από αυτή που έχει ακολουθηθεί μέχρι σήμερα.

Ο Έλληνας τουριστικός επιχειρηματίας με την αποτελεσματική χρησιμοποίηση μεθόδων marketing (έρευνα αγοράς, τμηματοποίηση της αγοράς, δημιουργία θεμάτων/προϊόντων βασισμένων στο φυσικό πλούτο, ιστορία ) θα είναι σε θέση να προσελκύσει το πελατολόγιο που ο ίδιος επιθυμεί μέσα από μία πολυφωνία tour operators.

## **9.3 Συνεδριακός τουρισμός**

Η προσέλκυση συνεδριακού τουρισμού στο άμεσο μέλλον, απαιτεί τη συνεργασία Δήμων, ξενοδόχων, εθνικού αερομεταφορέα και φορέων του τουριστικού κλάδου.

Τα κύρια βήματα περιλαμβάνουν:

- Εκμετάλλευση υλικού που διατίθεται από το Διεθνή Σύνδεσμο Συνεδρίων για τον προσδιορισμό και προσέλκυση ξένων συνεδρίων σε συγκεκριμένους προορισμούς οι οποίοι σύμφωνα με τις προδιαγραφές, παρεχόμενων υπηρεσιών και χώρων να εξυπηρετούν συγκεκριμένες ανάγκες και αγορές της συνεδριακής ζήτησης.
- Δημιουργία αποτελεσματικής διαφημιστικής καμπάνιας που να προσδίδει τα θετικά χαρακτηριστικά του image της Χαλκιδικής. Οι διαφημιστικές δραστηριότητες θα πρέπει να γίνουν σε συνεργασία με τη Νομαρχία Χαλκιδικής, τον ΕΟΤ, ξενοδόχους και τον εθνικό αερομεταφορέα της χώρας.
- Λόγω της συγκέντρωσης υψηλού επιπέδου ξενοδοχείων με εκτεταμένες συνεδριακές εγκαταστάσεις σε ορισμένες περιοχές της Χαλκιδικής, θα πρέπει να

υποστηριχθούν και να προωθηθούν για την προσέλκυση και διοργάνωση ανάλογης εμβέλειας συνεδρίων.

- Για τη διευκόλυνση των προσπαθειών ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στη Χαλκιδική θα πρέπει να πολλαπλασιαστούν οι απ' ευθείας πτήσεις από το εξωτερικό και να πυκνώσουν τα εσωτερικά δρομολόγια πτήσεων της Ολυμπιακής Αεροπορίας ιδιαίτερα κατά τη διάρκεια της μέσης και χαμηλής τουριστικής περιόδου.

#### **9.4 Yachting**

Ανακαίνιση των υφιστάμενων μαρίνων και προσφορά ποιοτικών εγκαταστάσεων και υπηρεσιών σε ανταγωνιστικές τιμές.

Ανάπτυξη νέων μαρίνων διεθνούς επιπέδου σε προηγουμένως προσδιορισμένες περιοχές.

Αποφυγή όμβριων στις κλειστές θάλασσες των μαρίνων.

#### **9.5 Τουρισμός δραστηριοτήτων**

Σαν αποτέλεσμα του σημαντικού ενδιαφέροντος για αυτού του είδους τη δραστηριότητα που προέκυψε από την έρευνα αγοράς, προτείνονται τα εξής:

- ✓ Καταγραφή και προσδιορισμός τοποθεσιών και ποταμών κατάλληλα για την ανάπτυξη kayaking και trekking.
- ✓ Δημιουργία / καταγραφή / προσδιορισμός μονοπατιών για ορειβασία, mountain biking.
- ✓ Καταγραφή χλωρίδας και πανίδας για τη δημιουργία περιοχών παρακολούθησης / μελέτης πουλιών και γενικότερης χλωρίδας και πανίδας.
- ✓ Εμπειριστατωμένη έρευνα αγοράς για τον προσδιορισμό των αναγκών και των προσδοκιών των πελατών της αγοράς αυτής και τμηματοποίησή της.

Η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση θα μπορούσε να αποτελέσει το συντονιστή αυτής της προσπάθειας και να προβεί σε συνεργασία με εξειδικευμένους tour operators, αντιπροσώπους μεταφορικών μέσων, Ορειβατικούς Συνδέσμους, τοπικούς φορείς, καθώς



και με πανεπιστήμια για τη δημιουργία νέων προϊόντων τα οποία θα εξυπηρετούν την αγορά αυτή.

### **9.6 Εκπαιδευτικός και πολιτιστικός τουρισμός**

Λόγω της σημαντικής παρούσας και μελλοντικής ζήτησης και αντίστοιχα της έλλειψης ανάλογου προσφοράς, παρουσιάζεται παρακάτω μια σειρά βημάτων για την προσέλκυση της:

Θα πρέπει να γίνει μια συντονισμένη προσπάθεια Ελληνικών και ξένων πανεπιστημίων για την επί τόπου διδασκαλία ξένων φοιτητών σε θέματα αρχαιολογίας, αρχιτεκτονικής, ιστορίας, γλώσσας κλπ. και συνεργασία τοπικών τουριστικών φορέων με ξένους tour operators για τη δημιουργία πακέτων για την ικανοποίηση αναγκών αυτής της αγοράς

Ένας τουριστικός φορέας όπως ο ΣΕΤΕ, σε συνεργασία με ξένες πρεσβείες, τοπικούς φορείς, tour operators, και Τοπική Αυτοδιοίκηση θα πρέπει να προσελκύσει ξένους μαθητές και σπουδαστές για επισκέψεις ψυχαγωγικού και συνάμα εκπαιδευτικού/πολιτιστικού ενδιαφέροντος.

Συντονισμένη προσπάθεια θα μπορούσε να γίνει με συνεργασία ξενοδόχων, tour operators, με φορείς διάδοσης λαϊκής παράδοσης της Χαλκιδικής για τη δημιουργία πακέτων προσέλκυσης των ανά τον κόσμο φιλελλήνων σχετικών με την Ελληνική γλώσσα, ανέβασμα αρχαίων θεατρικών έργων, μαθημάτων Ελληνικής κουζίνας, οινολογίας, κλπ..

### **9.7 Θρησκευτικός τουρισμός**

Λόγω της σημαντικής ζήτησης που προέρχεται από τη μια μεριά από τη Ρωσία και κατά δεύτερο λόγο από τις Η.Π.Α., προτείνονται οι παρακάτω προτάσεις:

- ✓ Καταγραφή εκκλησιών, μοναστηριών και άλλων τόπων θρησκευτικού ενδιαφέροντος.
- ✓ Κατηγοριοποίηση των θρησκευτικών τόπων ανάλογα με το είδος της θρησκείας.
- ✓ Προσδιορισμό των αναγκών και των προσδοκιών της θρησκευτικής αγοράς και τμηματοποίησή της.



- ✓ Δημιουργία θεματικών προϊόντων θρησκευτικού, πολιτιστικού και εκπαιδευτικού ενδιαφέροντος.

Οι παραπάνω δραστηριότητες θα μπορούσαν να εκπονηθούν από μέλη τοπικών φορέων, ιστορικούς, αντιπροσώπους της Ιεράς Συνόδου, αντιπροσώπους του Πατριαρχείου Ρωσίας, την Αρχιεπισκοπή Βορείου και Νοτίου Αμερικής, το Κέντρο Βυζαντινών Σπουδών, αντιπροσώπους θεολογικών σχολών κλπ.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

- 1. Αγοραστάκης, Γ.:** (2003), Περιβάλλον και Τοπική Ανάπτυξη, Ηλεκτρονική έκδοση, Χανιά.
- 2. Αυγερινός Σ.:** (1998), Ο Συνεδριακός Τουρισμός στην Ελλάδα», περιοδικό (Νέος) Πυροφόρος, τ.1., Αθήνα.
- 3. Βαρβαρέσος, Σ.:** (1999), Τουριστική Ανάπτυξη και Διοικητική Αποκέντρωση, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα
- 4. Βαρβαρέσος, Σ.:** (2000), Τουρισμός, Έννοιες, Μεγέθη, Δομές, Β' έκδοση, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα.
- 5. Βασιλειάδης Α., Χ.:** (2003), Η διοικητική και το μάρκετινγκ των τουριστικών προορισμών», Μια βιώσιμη στρατηγικά προσέγγιση των δραστηριοτήτων marketing-management, Αθήνα.
- 6. Ενημερωτικό έντυπο** από την εταιρεία υπαιθρίων σπορ: Trekking Hellas.
- 7. Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π.:** (2001), Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.
- 8. Κομίλης, Π., Βαγιωνής, Ν.:** (1999), Τουριστικός Σχεδιασμός: Μέθοδοι και πρακτικές αξιολόγησης, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα
- 9. Κυριακίδης Μ., Εισήγηση:** ( 1998), Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία», Συνέδριο Economist, Αθήνα.
- 10. Οδηγός Γ'Κ.Π.Σ.** (2000-2006): Οργανισμός Αγροτικής Ανάπτυξης Στερεάς Ελλάδας.
- 11. Ρούπας Β. Χρ.:** (1996), Αρχές Τουρισμού, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

12. Σωτηριάδης, Μ.: (1994), Τουριστική Πολιτική, Τ.Ε.Ι. Κρήτης, Ηράκλειο Κρήτης, σσ. 167-190.

13. Τσάρτας, Π.: (2000), «Κριτική αποτίμηση των παραμέτρων συγκρότησης των χαρακτηριστικών της μεταπολεμικής τουριστικής ανάπτυξης» στο Τσάρτας, Π.: (επιμ.), Τουριστική Ανάπτυξη: Πολυεπιστημονικές προσεγγίσεις, Εκδόσεις Εξάντας, Αθήνα, σσ. 189-209.

14. Φωτόπουλος Χ. (2000) Αγροπεριβαλλοντική Πολιτική για μια βιώσιμη ανάπτυξη της υπαίθρου, Εκδόσεις Σταμούλης 2000.

### ΠΗΓΕΣ

1. Εθνική Στατιστική Υπηρεσία

### ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ

1. <http://www.halkidiki.gov.gr>

Νομαρχιακή Επιχείρηση Αξιοποίησης & Διαχείρισης πόρων Χαλκιδικής,

2. <http://www.anetha.gr>

Η ΑΝ.ΕΤ.ΧΑ. Α.Ε. ιδρύθηκε για την προώθηση και υλοποίηση της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας LEADER στην Κεντρική και Βόρειο Χαλκιδική.

3. <http://www.anetha.gr/kye/index.html>

Κ.Υ.Ε. Η λειτουργία του αποσκοπεί στη σημαντική μείωση του χρόνου σύστασης των επιχειρήσεων και του χρόνου έκδοσης αδειών, στη

διευκόλυνση του πολίτη-επιχειρηματία στις συναλλαγές του με τη δημόσια διοίκηση, καθώς και στην προσέλκυση νέων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών

**4.<http://www.epichal.gr/>**

Επιμελητήριο Χαλκιδικής

**5.<http://www.epichal.gr>**

Τοπική Ένωση Δήμων και Κοινοτήτων Ν. Χαλκιδικής

**6.<http://www.in.gr>**

**7.<http://www.mintour.gr>**

**8. <http://www.agrotour.gr>**

## **ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

**ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΠΕΔΙΟ:** Υπάρχουσα κατάσταση του Νομού Χαλκιδικής στον τομέα των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και διάγνωση της συμβολής τους στην τοπική ανάπτυξη

**ΠΕΡΙΟΧΗ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ:** Νομός Χαλκιδικής

### **ΟΜΑΔΕΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ**

Το σύνολο των ερωτηθέντων είναι εκατό άτομα, το ηλικιακό φάσμα κυμαίνεται από 20 έως 60 ετών και των δύο φύλων.

Οι ερωτηθέντες ανήκουν στους κλάδους:

7. Εκπρόσωποι Ο.Τ.Α.
8. Ξενοδόχοι-Ξενοδοχοϋπάλληλοι
9. Ιδιοκτήτες τουριστικών γραφείων
10. Τοπικός επιχειρηματικός πληθυσμός
11. Μόνιμοι κάτοικοι
12. Επισκέπτες

---

### **ΕΠΙΤΗΣΕΙΣ:**

ως βλέπετε την εξέλιξη του εναλλακτικού τουρισμού στην Χαλκιδική και κατά πόσο υπάρχουν προοπτικές αξιόλογης τουριστικής ανάπτυξης;

Πιστεύετε ότι προωθείται επαρκώς το τουριστικό προϊόν και γενικότερα το τουριστικό προφίλ του Νομού;

Ποιες ελλείψεις παρατηρείτε από πλευράς υποδομών στο πλαίσιο της τουριστικής ανάπτυξης;

Πιστεύετε ότι η στροφή προς τον εναλλακτικό τουρισμό προωθεί την τοπική ανάπτυξη;

Ποιες είναι κατά τη γνώμη σας οι επιπτώσεις από την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού;

Ποιες μορφές εναλλακτικού τουρισμού έχουν προοπτικές αξιόλογης ανάπτυξης στην Χαλκιδική και ποιες λιγότερο;

Ποιο είναι το μήκος του τουριστικού προϊόντος σε τι επίπεδα κυμαίνεται;

Πιστεύετε ότι οι κρατικοί φορείς ενεργούν σωστά για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος στην Χαλκιδική;















---

## **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ**






## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1<sup>Ο</sup>

### Παραλίες με Γαλάζιες Σημαίες στη Χαλκιδική 2006

<i>Παραλία</i>	<i>Δήμος</i>	<i>Σημαίες 2006</i>
Γεωπονικά Μυκονιάτικα	Καλικράτειας	
Κυανή	Καλικράτειας	
Σανη 2	Κασσάνδρας	
Σανη 3	Κασσάνδρας	
Κρυοπηγή 2	Κασσάνδρας	
Κρυοπηγή 4 (κον. πλαζ)	Κασσάνδρας	
Ν. Σκιώνη Κοιν. Πλαζ	Παλλήνης	
Αγ. Παρασκευή	Παλλήνης	
Πευκοχώρι	Παλλήνης	
Χανιώτη 1	Παλλήνης	
Χανιώτη 3	Παλλήνης	
Πολύχρονο 1	Παλλήνης	
Πολύχρονο 2	Παλλήνης	
Χρυσώ ( Παλιούρι )	Παλλήνης	
Ψακούδια	Ορμύλιας	
Μεταμόρφωση	Ορμύλιας	
Νικήτη 2 (κοινοτική)	Σιθωνίας	

πλαζ)		
Λαγομάνδρα	Σιθωνίας	
Μακριά Λαγγάδα	Σιθωνίας	
Ακτή Ελιάς	Σιθωνίας	
Πορτο Καρράς 1	Σιθωνίας	
Πορτο Καρράς 2	Σιθωνίας	
Μαρμαράς Β	Σιθωνίας	
Μαρμαράς C	Σιθωνίας	
Λιβρόχιο 1	Σιθωνίας	
Ακτή Ελαιών	Σιθωνίας	
Παραλία Συκιάς	Τορώνης	
Παραλία Τορώνης	Τορώνης	
Σάρτη 1	Τορώνης	
Κάμπος	Παναγίας	
Ακτή Καμπούδη	Σταγ. Ακάνθου	
Ουρανούπολη 1	Σταγ. Ακάνθου	
Ουρανούπολη 2	Σταγ. Ακάνθου	
Νέα Ρόδα	Σταγ. Ακάνθου	
Αγ. Παύλος	Σταγ. Ακάνθου	

Ιερισσός/Δημοτική πλαζ 1	Σταγ. Ακάνθου	
Ιερισσός/Δημοτική πλαζ 2	Σταγ. Ακάνθου	
Πόρτο Αγιο	Σταγ. Ακάνθου	

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2<sup>ο</sup>

Σήμερα στο Άγιο Όρος υπάρχουν 20 μεγάλες μονές και 10 σκήτες. Οι 20 μονές, με τη σειρά ιεραρχίας, είναι:

- 1) Μεγίστη Λαύρα
- 2) Βατοπεδίου
- 3) Ιβήρων
- 4) Χελανδαρίου
- 5) Διονυσίου
- 6) Κουτλουμουσίου
- 7) Παντοκράτορας
- 8) Ξηροποτάμου
- 9) Ζωγράφου (βουλγαρική)
- 10) Δοχειαρίου
- 11) Καρακάλου
- 12) Φιλόθεου
- 13) Σίμωνος Πέτρα
- 14) Αγίου Παύλου
- 15) Σταυρονικήτα
- 16) Ξενοφώντος
- 17) Γρηγορίου
- 18) Εσφιγμένου
- 19) Αγίου Παντελεήμονος (ρωσική)
- 20) Κωνστανονίτου

Οι 10 σκήτες είναι:

- 1) Αγίας Άννας
- 2) Αγίας Τριάδας
- 3) Θεοτόκου
- 4) Αγίου Δημητρίου (Λάκκου)
- 5) Αγίου Δημητρίου (Βατοπεδίου)
- 6) Τιμίου Προδρόμου (Λαυρεωτική)
- 7) Τιμίου Προδρόμου (Ιβήρων)

**8) Αγίου Ανδρέου**

**9) Αγίου Παντελεήμονος**

**10) Κοιμήσεως της Θεοτόκου**



## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3<sup>ο</sup>

### **Αρχαιολογικό Μουσείο Πολυγύρου**

Πολύγυρος Πάρκο Ηρώου

63100

23710-22148

### **Μουσείο Πετραλώνων**

Πετράλωνα Βουνό Κατσικά

63200

23730-71671

### **Λαογραφικό Μουσείο Βιθυνία**

Ν. Μουδανιά Περιοχή Αλμύρας, Οικία Τούρκου Χατζή Οσμάν

63200

23730-2136

### **Μουσείο Οστράκων- Ναυτικό Μουσείο**

Ν. Μουδανιά Περιοχή Τζιτζιφιές

63200

23730-21368

### **Λαογραφικό Μουσείο Πολυγύρου**

Πολύγυρος Οικία Καραγκάνη

63100

23710- 22619(Δήμος)

### **Λαογραφικό Μουσείο Αρναίας**

Αρναία

63074

0372-22323

### **Λαογραφικό Μουσείο Αφύτου**

Άφυτος

63077

23740-91239(Τοπ. Συμβ.)

### **Λαογραφικό Μουσείο Ν. Τρίγλιας**

Ν. Τρίγλια

63200

23730-51205

**Λαογραφικό Μουσείο Ακτή Ελιάς**

Νικήτη Ξενοδοχείο ATHENA PALLAS

63088

23750-81410

**Αρχαιολογική Συλλογή Λαμπρόπουλου**

Πολύγυρος

63100

23710-22208

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4<sup>ο</sup>

### ΠΕΡΙΠΑΤΗΤΙΚΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ

#### **ΚΑΣΣΑΝΔΡΑ**

##### **1<sup>η</sup> ΔΙΑΔΡΟΜΗ**

Ξεκινά από τον πύργο Σταυρονικήτα στην περιοχή Σάνη, περνά μέσα από το υπέροχο δάσος και του υγροτόπους της περιοχής Ν.Φώκαιας και καταλήγει πάλι στον πύργο (2 ½ ώρες, υψόμετρο μέχρι 22 μ)

##### **2<sup>η</sup> ΔΙΑΔΡΟΜΗ**

Αυτή η διαδρομή ξεκινά πάλι από την περιοχή Σάνη και συγκεκριμένα από το Porto Sani Village και καταλήγει στη Σίβηρη. Το τοπίο είναι υπέροχο δασοσκεπές και υπάρχουν αρκετά σημεία από όπου η θέα είναι καταπληκτική. (προγραμματισμένη επιστροφή, 20 km, υψόμετρο μέχρι 60 μ.)

##### **3<sup>η</sup> ΔΙΑΔΡΟΜΗ**

Ξεκινά από την παραλία του Ποσειδίου και περνά από τον δασικό δρόμο προς Καλλάνδρα, και καταλήγει πάλι στην παραλία, η διαδρομή είναι εύκολη αλλά πολύ όμορφη. (2 ώρες, υψόμετρο 80μ)

##### **4<sup>η</sup> ΔΙΑΔΡΟΜΗ**

Αρχίζει από το Πολύχρονο και ανεβαίνει στο δάσος που βρίσκεται δυτικά του φτάνει στη λιμνούλα με τις νεροχελώνες και καταλήγει πάλι στο Πολύχρονο.

##### **5<sup>η</sup> ΔΙΑΔΡΟΜΗ**

Από την Κρυοπηγή κατευθύνεται προς το μικρό και γραφικό χωριό του Κασσανδρινού μέσα από ένα όμορφο δάσος. ( μακρινή διαδρομή, υψόμετρο 200μ)

##### **6<sup>η</sup> ΔΙΑΔΡΟΜΗ**

Από το χωριό Χανιώτη κατευθύνεται προς το εσωτερικό της χερσονήσου και φθάνει σε σημείο από το οποίο μπορείς να θαυμάσει τη Ν.Σκιώνη και ένα πανέμορφο τοπίο. Το τέλος της διαδρομής είναι και πάλι η Χανιώτη. (υψόμετρο 300μ)

## **ΣΙΘΩΝΙΑ**

### **7<sup>η</sup> ΔΙΑΔΡΟΜΗ**

Στη Σιθωνία και η διαδρομή ξεκινά από την ακτή Ελιάς και το ξενοδοχείο Αθηνά Palace με κατεύθυνση το ύψωμα του Αγίου Παύλου και λίγο ψηλότερα στο ύψωμα Πέτρος, καταπληκτική θέα, επιστροφή στην ακτή Ελιάς. (υψόμετρο 298μ)

### **8<sup>η</sup> ΔΙΑΔΡΟΜΗ**

Από Νικήτη για τον Άγιο Νικόλαο σε μια διαδρομή με πολλά δένδρα, περνώντας από το γραφικό εκκλησάκι του Προφήτη Ηλία, επιστροφή και πάλι στη Νικήτη (υψόμετρο 214μ)

### **9<sup>η</sup> ΔΙΑΔΡΟΜΗ**

Η διαδρομή ξεκινά από το Νέο Μαρμαρά, συνεχίζει στο παλιό παραδοσιακό οικισμό Παρθενώνα και καταλήγει Βόρεια του Ν.Μαρμαρά στην ταβέρνα Δροσιά, καταπληκτικό φυσικό τοπίο. ( 4 ώρες, υψόμετρο 360μ)

### **10<sup>η</sup> ΔΙΑΔΡΟΜΗ**

Από το Porto Carras για τα αμπέλια της περιοχής περπατώντας κατά μήκος της ακτής σε πανέμορφες ακρογιαλιές και κολπίσκους. Στο ύψωμα απολαμβάνει κανείς μια υπέροχη θέα του Τοροναίου Κόλπου. (υψόμετρο 160μ.)

### **11<sup>η</sup> ΔΙΑΔΡΟΜΗ**

Η αρχή της διαδρομής βρίσκεται στο Πόρτο Κουφό για να καταλήξει στο Κάπρο στο νοτιότερο σημείο της χερσονήσου, απ'όπου όταν ο καιρός είναι καλός φαίνονται οι Σποράδες. (υψόμετρο 273μ.)

### **12<sup>η</sup> ΔΙΑΔΡΟΜΗ**

Ξεκινά από τη Συκιά για να ολοκληρωθεί, μετά από ένα κύκλο στους γύρω λόφους, περνώντας μέσα από βοσκοτόπια, και πάλι στη Συκιά.

(4 ώρες, υψόμετρο 345μ.)

## **ΑΘΩΣ**

### **13<sup>η</sup> ΔΙΑΔΡΟΜΗ**

Περιήγηση στο νησάκι της Αμμουλιανής, από το λιμάνι της Τρυπητής με Ferryboat φθάνουμε στο νησί και περνώντας από τις Αλυκές φθάνουμε στο περίπτερο για λίγη ξεκούραση για να καταλήξουμε και πάλι στο λιμανάκι για την επιστροφή (2 ώρες, υψόμετρο 80μ)

### **14<sup>η</sup> ΔΙΑΔΡΟΜΗ**

Αυτή η εύκολη σχετικά διαδρομή ξεκινά από την Ουρανούπολη και περνά μέσα από ελαιώνες και αμπέλια για να καταλήξει και πάλι στην Ουρανούπολη (2 ώρες, υψόμετρο 100μ.)

### **15<sup>η</sup> ΔΙΑΔΡΟΜΗ**

Ανάμεσα στην Ουρανούπολη και την Τρυπητή υπάρχουν 3 ξενοδοχεία η διαδρομή λοιπόν περνά από αυτά προσφέροντας μια υπέροχη θέα στο κόλπο του Αγίου Όρους.(υψόμετρο 189μ.

## **ΧΟΛΟΜΩΝΤΑΣ**

### **16<sup>η</sup> ΔΙΑΔΡΟΜΗ**

Η διαδρομή ξεκινά από τον Πολύγυρο για να συνεχιστεί στους λόφους γύρω από αυτόν μέσα σε ένα υπέροχο φυσικό τοπίο με καταπληκτική θέα. (2 ½ ώρες, υψόμετρο 942μ.)

### **17<sup>η</sup> ΔΙΑΔΡΟΜΗ**

Από το ορεινό χωριό του Ταξιάρχη ξεκινάμε την περιήγηση ανάμεσα σε έλατα, καστανιές και οξιές για να φθάσουμε στο χωριό Βράσταμα. Η διαδρομή είναι φανταστική όλες τις εποχές του χρόνου.(υψόμετρο 600μ).

#### 18<sup>η</sup> ΔΙΑΔΡΟΜΗ

Είναι μια από τις δυσκολότερες διαδρομές και ξεκινά το χωριό Βράσταμα, περνά από το φυσικό σπήλαιο του Αγίου Ευθυμίου, παλαιότερα ήταν ερημητήριο μοναχών, αλλά τώρα είναι εκκλησιάκι, για να καταλήξει και πάλι στο χωριό Βράσταμα (υψόμετρο 540μ)

#### 19<sup>η</sup> ΔΙΑΔΡΟΜΗ

Από την Παλαιόχωρα ξεκινά αυτή η διαδρομή για μια περιήγηση μέσα στον καταπράσινο Χολομώντα και καταλήγει 4 χλμ πριν τον Ταξιάρχη. (υψόμετρο 960μ)

#### 20<sup>η</sup> ΔΙΑΔΡΟΜΗ

Η τελευταία διαδρομή ξεκινά από την Ολυμπιάδα και μας οδηγεί στα αρχαία Στάγειρα την πατρίδα του Αριστοτέλη και εδώ το τοπίο είναι υπέροχο μέσα από κατάφυτα μονοπάτια.