



**ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

Διπλωματική Εργασία

**ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΣΤΗ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗ.
ΤΟ ΠΑΡΟΝ ΚΑΙ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ**

του

ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΚΟΥΦΟΥ

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΘΕΟΛΟΓΟΣ ΠΑΝΤΕΛΙΔΗΣ,
ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΗΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ**

Υποβλήθηκε ως απαιτούμενο για την απόκτηση του μεταπτυχιακού
διπλώματος στη Διοίκηση Επιχειρήσεων

ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2022

Στη σύζυγο μου Λαμπρινή,
για την υπομονή και την υποστήριξη.

Στο νέο μέλος της οικογένειας μας,
που έρχεται σύντομα στη ζωή.

Ευχαριστίες

Ολοκληρώνοντας την παρούσα διπλωματική εργασία, θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους τους καθηγητές για τις πολύτιμες γνώσεις και την καθοδήγηση, που μου μετέδωσαν καθ' όλη την διάρκεια των σπουδών μου στο μεταπτυχιακό πρόγραμμα. Ιδιαίτερα, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή της παρούσας εργασίας, κ. Παντελίδη Θεολόγο, για την καθοδήγηση και την πολύτιμη συμβολή του σε κάθε φάση της συγγραφής της διπλωματικής μου εργασίας, για την υποστήριξη που πάντα πρόθυμα μου παρείχε, καθώς και για την άριστη και εποικοδομητική συνεργασία μας.

Τέλος, ένα μεγάλο «ευχαριστώ» οφείλω στα αγαπημένα μου πρόσωπα για την υπομονή και την πίστη τους στις δυνατότητές μου και ιδιαίτερα στην οικογένειά μου, που στέκεται συνοδοιπόρος μου σε κάθε μου επιλογή, βοηθώντας με να εκπληρώσω τα όνειρα και τις φιλοδοξίες μου.

Περίληψη

Ο τουρισμός αποτελεί ένα σύγχρονο φαινόμενο με κοινωνικές, πολιτικές, πολιτισμικές και οικονομικές διαστάσεις, το οποίο εδώ και αρκετές δεκαετίες αναπτύσσεται, εξελίσσεται και μεταλλάσσεται, παρουσιάζοντας ταυτόχρονα έντονη δυναμική σε αρκετές περιοχές του κόσμου.

Η Ελλάδα αποτελεί πόλο έλξης για εκατομμύρια τουριστών κάθε χρόνο, λόγω των πολλών νησιών που διαθέτει, του κλίματος που επικρατεί, των ακτών, των αρχαιολογικών χώρων και του φυσικού τοπίου. Η οικονομική συμβολή και σημασία του τουρισμού για την Ελλάδα είναι προφανής και ξεκάθαρη, εδώ και αρκετές δεκαετίες. Η Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής, διαθέτοντας τη μεγαλύτερη ακτογραμμή από όλους τους χερσαίους νομούς της Ελλάδας, αξιοθέατα υψηλής πολιτισμικής και ιστορικής αξίας, πληθώρα δραστηριοτήτων που μπορεί να προσφέρει στους επισκέπτες, τουριστικά καταλύματα διαφόρων ειδών, αλλά και ιδιαίτερα τοπικά προϊόντα και οινοποιεία, αποτελεί ένα από τους σημαντικότερους προορισμούς της ηπειρωτικής Ελλάδας, ενώ ιδίως κατά τη θερινή περίοδο, αποτελεί τον κατ' εξοχήν προορισμό της Βόρειας Ελλάδας.

Το κυριότερο τουριστικό προϊόν της Χαλκιδικής είναι το «Ήλιος και Θάλασσα», το οποίο είναι εδραιωμένο και ιδιαίτερα ανεπτυγμένο, ενώ ακολουθούν ο ναυτικός τουρισμός, με το προϊόν «Yachting - Σκάφη Αναψυχής», ο πολιτιστικός και θρησκευτικός τουρισμός και ο επιχειρηματικός τουρισμός. Τα ως άνω κύρια τουριστικά προϊόντα συμπληρώνονται με προϊόντα, όπως ο γαστρονομικός τουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο τουρισμός δραστηριοτήτων (Sports & Activities) και ο τουρισμός ευεξίας. Επομένως, ο τουρισμός διαδραματίζει βασικό ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη της Χαλκιδικής, καθώς συμβάλει και στην ανάπτυξη και άλλων κλάδων που σχετίζονται με τον τουρισμό, προσφέροντας νέες θέσεις εργασίας και γενικότερα οικονομική ανάπτυξη στην περιοχή.

Ωστόσο, από την ανάλυση της υπάρχουσας κατάστασης του τουρισμού στην περιοχή, προκύπτει ότι θα πρέπει να εφαρμοστούν κατάλληλες πολιτικές, στρατηγικές και σχέδια δράσης, προκειμένου, να εξασφαλιστεί στο μέλλον μια βιώσιμη και αιεφόρος ανάπτυξη του κλάδου στην περιοχή, διατηρώντας ταυτόχρονα αναλλοίωτο τον χαρακτήρα και την «αυθεντικότητα» της.

Λέξεις κλειδιά: Τουρισμός, Χαλκιδική, Ξενοδοχεία, Θάλασσα, Στρατηγική, Δράσεις

Abstract

Tourism is a modern phenomenon with social, political, cultural and economic dimensions, which for several decades has been developing, evolving and mutating, while showing strong dynamics in several parts of the world.

Greece is a famous attractive destination for millions of tourists every year, due to the many islands it has, the prevailing climate, the beaches, the archeological sites and the natural landscape. The economic contribution and importance of tourism for Greece is obvious and clear, for several decades now. The Peripheral Unit Halkidiki, having the largest coastline of all the land prefectures of Greece, attractions of high cultural and historical value and offering a variety of activities, accommodation facilities of several kinds, wineries and several local products, is one of most important destinations of Greece, especially during the summer, it is the most famous destination of northern Greece.

The main tourist product of Halkidiki is "Sun and Sea" which is well established and highly developed, followed by maritime tourism, cultural and religious tourism and business tourism. The above main tourist products are supplemented with products, such as gastronomy tourism, ecotourism, adventure tourism (Sports & Activities) and wellness tourism. Therefore, tourism plays a key role in the economic development of Halkidiki, as it contributes to the development of other sectors related to tourism, offering new jobs and economic development in general at the region.

However, the analysis of the current situation of tourism in the region, shows that appropriate policies, strategies and action plans should be implemented in order to ensure a sustainable development of the industry in the region, while maintaining its special character and authenticity.

Keywords: Tourism, Halkdiki, Hotels, Sun and Sea, Strategic, Actions

Πίνακας περιεχομένων

Ευχαριστίες.....	iii
Περίληψη.....	iv
Abstract.....	v
Κατάλογος Πινάκων.....	viii
Κατάλογος Διαγραμμάτων.....	xi
Κατάλογος Εικόνων.....	xiv
Εισαγωγή.....	1
Κεφάλαιο 1. Θεωρητική προσέγγιση εννοιών.....	4
1.1 Η έννοια του τουρισμού.....	4
1.2 Τα είδη του τουρισμού.....	5
1.3 Η έννοια του τουριστικού προϊόντος.....	9
1.4 Η έννοια της τουριστικής προσφοράς.....	10
1.5 Η τουριστική ζήτηση.....	13
1.6 Η έννοια της αλυσίδας αξίας του τουρισμού.....	14
1.7 Η έννοια της τουριστικής καινοτομίας.....	15
1.8 Η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης.....	16
Κεφάλαιο 2. Ο τουρισμός στην Ελλάδα.....	18
2.1 Στοιχεία για τον ελληνικό τουρισμό.....	18
2.2 Το επίπεδο ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουρισμού.....	26
2.3 Ελληνικός τουρισμός και παγκόσμιες κρίσεις.....	32
Κεφάλαιο 3. Περιγραφή της περιοχής μελέτης.....	37
3.1 Βασικά χαρακτηριστικά της Χαλκιδικής.....	37
3.2 Υποδομές.....	40
3.3 Αξιοθέατα.....	43
3.4 Δραστηριότητες.....	44
3.5 Γαστρονομία και οίνος.....	47

3.6	Τουριστικά καταλύματα	49
Κεφάλαιο 4. Τουριστικά μεγέθη της περιοχής μελέτης		60
4.1	Αεροπορικές αφίξεις	60
4.2	Οδικές αφίξεις.....	63
4.3	Ακτοπλοϊκή κίνηση - κρουαζιέρα.....	64
4.4	Επισκέψεις σε μουσεία - αρχαιολογικούς χώρους.....	68
4.5	Βασικά μεγέθη εισερχόμενου τουρισμού	69
4.6	Βασικοί δείκτες εισερχόμενου τουρισμού	77
4.7	Βασικά μεγέθη τουριστικών καταλυμάτων	82
Κεφάλαιο 5. Αξιολόγηση - Προτάσεις.....		88
5.1	Αξιολόγηση της παρούσας κατάστασης.....	88
5.2	Ανάλυση SWOT	95
5.3	Προτάσεις βελτίωσης.....	99
Συμπεράσματα.....		109
Βιβλιογραφικές αναφορές		112

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1: Φυσικά και πολιτισμικά χαρακτηριστικά της Ελλάδας.....	18
Πίνακας 2: Βασικά μεγέθη των πέντε σημαντικότερων αγορών της Ελλάδας για το έτος 2019.....	26
Πίνακας 3: Δείκτες απόδοσης των πέντε σημαντικότερων αγορών της Ελλάδος για το έτος 2019.....	26
Πίνακας 4: Η Ανταγωνιστικότητα της Ελλάδος σε σχέση με της υπόλοιπες χώρες της Μεσογείου, βάσει του δείκτη TPCI, για τα έτη 2015, 2017 και 2019.....	28
Πίνακας 5: Βασικά μεγέθη του εισερχόμενου τουρισμού κατά την περίοδο των ετών 2019-2020.....	34
Πίνακας 6: Βασικά μεγέθη του εγχώριου τουρισμού κατά την περίοδο των ετών 2019-2020.....	34
Πίνακας 7: Απογραφή 2011, μόνιμος πληθυσμός κατά φύλο, ομάδες ηλικιών και τόπο γέννησης για την Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής.....	39
Πίνακας 8: Αρχαιολογικοί χώροι της Χαλκιδικής.....	43
Πίνακας 9: Μουσεία της Χαλκιδικής.....	44
Πίνακας 10: «Γαλάζιες σημαίες» της Χαλκιδικής.....	45
Πίνακας 11: Διαδρομές πεζοπορίας και αναβάσεων στην Χαλκιδική.....	47
Πίνακας 12: Εξέλιξη του ξενοδοχειακού δυναμικού (ξενοδοχειακές μονάδες) της Χαλκιδικής κατά την περίοδο των ετών 2010-2020, ανά κατηγορία αστεριών.....	50
Πίνακας 13: Εξέλιξη του ξενοδοχειακού δυναμικού (αριθμός δωματίων) της Χαλκιδικής κατά την περίοδο των ετών 2010-2020, ανά κατηγορία αστεριών.....	51
Πίνακας 14: Εξέλιξη του ξενοδοχειακού δυναμικού (αριθμός κλινών) της Χαλκιδικής κατά την περίοδο των ετών 2010-2020, ανά κατηγορία αστεριών.....	53
Πίνακας 15: Εξέλιξη του δυναμικού ενοικιαζόμενων δωματίων (μονάδες) της Χαλκιδικής κατά την περίοδο των ετών 2017-2019, ανά κατηγορία κλειδιών.....	55
Πίνακας 16: Εξέλιξη του δυναμικού ενοικιαζόμενων δωματίων (αριθμός δωματίων) της Χαλκιδικής κατά την περίοδο των ετών 2017-2019, ανά κατηγορία κλειδιών.....	55
Πίνακας 17: Εξέλιξη του δυναμικού ενοικιαζόμενων δωματίων (αριθμός κλινών) της Χαλκιδικής κατά την περίοδο των ετών 2017-2019, ανά κατηγορία κλειδιών.....	55

Πίνακας 18: Αριθμός κατοικιών που διατίθενται προς βραχυχρόνια μίσθωση στη Χαλκιδική, ανά Δήμο, κατά το έτος 2022.....	59
Πίνακας 19: Αριθμός διεθνών αεροπορικών αφίξεων στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας (αεροδρόμιο «Μακεδονία») κατά την περίοδο των ετών 2014-2020 (σε χιλ.).	61
Πίνακας 20: Αριθμός αεροπορικών αφίξεων εσωτερικού στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας (αεροδρόμιο «Μακεδονία») κατά την περίοδο των ετών 2014-2020 (σε χιλ.).	62
Πίνακας 21: Αριθμός οδικών αφίξεων στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, ανά μεθοριακό σταθμό, κατά την περίοδο των ετών 2014-2020 (σε χιλ.).....	63
Πίνακας 22: Αριθμός διακινηθέντων εσωτερικού στους λιμένες της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας, ανά Περιφερειακή Ενότητα, κατά την περίοδο των ετών 2014-2020 (σε χιλ.).	65
Πίνακας 23: Αριθμός κρουαζιερόπλοιων που αγκυροβόλησαν στο λιμάνι της Θεσσαλονίκης (Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας), κατά την περίοδο των ετών 2014-2020.....	67
Πίνακας 24: Αριθμός επισκεπτών μουσείων και αρχαιολογικών χώρων στην Περιφερειακή Ενότητα Χαλκιδικής, κατά την περίοδο των ετών 2014-2020.....	68
Πίνακας 25: Αριθμός επισκέψεων, ανά χώρα προέλευσης, στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας κατά την περίοδο των ετών 2016-2020 (σε χιλ.).....	70
Πίνακας 26: Αριθμός διανυκτερεύσεων, ανά χώρα προέλευσης, στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας κατά την περίοδο των ετών 2016-2020 (σε χιλ.).	72
Πίνακας 27: Εισπράξεις, ανά χώρα προέλευσης, στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας κατά την περίοδο των ετών 2016-2020 (σε εκατ. €).....	75
Πίνακας 28: Μέση δαπάνη ανά επίσκεψη και ανά χώρα προέλευσης στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά την περίοδο των ετών 2016-2020.	78
Πίνακας 29: Μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση και ανά χώρα προέλευσης στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά την περίοδο των ετών 2016-2020.....	79
Πίνακας 30: Μέση διάρκεια παραμονής ανά επίσκεψη και ανά χώρα προέλευσης στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά την περίοδο των ετών 2016-2020.....	81

Πίνακας 31: Αριθμός αφίξεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής, κατά την περίοδο των ετών 2018-2020.	83
Πίνακας 32: Αριθμός διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής, κατά την περίοδο των ετών 2018- 2020.	85
Πίνακας 33: Πληρότητα ξενοδοχειακών καταλυμάτων στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής, κατά την περίοδο των ετών 2018-2020.	87
Πίνακας 34: Ανάλυση SWOT για τον κλάδο του τουρισμού στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής.	96

Κατάλογος Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1: Συνολικός αριθμός αφίξεων και διανυκτερεύσεων τουριστών στην Ελλάδα, κατά τα έτη 2009-2020.....	19
Διάγραμμα 2: Ποσοστό συμμετοχής του τουρισμού στο Α.Ε.Π. της Ελλάδας.	20
Διάγραμμα 3: Ποσοστό συμμετοχής του τουρισμού στην συνολική απασχόληση στην Ελλάδα.....	20
Διάγραμμα 4: Έσοδα από τον εισερχόμενο τουρισμό στην Ελλάδα.....	21
Διάγραμμα 5: Κατανομή αφίξεων μη κατοίκων στην Ελλάδα, ανά τρίμηνο, κατά τα έτη 2014-2020.....	22
Διάγραμμα 6: Κατανομή διανυκτερεύσεων μη κατοίκων στην Ελλάδα, ανά τρίμηνο, κατά τα έτη 2014-2020.....	23
Διάγραμμα 7: Σωρευτική κατανομή αφίξεων μη κατοίκων στην Ελλάδα, ανά λόγο ταξιδιού, κατά τα έτη 2014-2020.	23
Διάγραμμα 8: Σωρευτική κατανομή διανυκτερεύσεων μη κατοίκων στην Ελλάδα, ανά λόγο ταξιδιού, κατά τα έτη 2014-2020.....	24
Διάγραμμα 9: Ποσοστό προέλευσης ανα χώρα των μη κατοίκων στην Ελλάδα, βάσει των διανυκτερεύσεων για το έτος 2019.....	24
Διάγραμμα 10: Μεριδίδια της Ελλάδας στην παγκόσμια και ευρωπαϊκή αγορά του τουρισμού, για την χρονική περίοδο 2009-2017.....	29
Διάγραμμα 11: Εξέλιξη του ξενοδοχειακού δυναμικού (ξενοδοχειακές μονάδες) της Χαλκιδικής κατά την περίοδο των ετών 2010-2020, ανά κατηγορία αστεριών.....	51
Διάγραμμα 12: Εξέλιξη του ξενοδοχειακού δυναμικού (αριθμός δωματίων) της Χαλκιδικής κατά την περίοδο των ετών 2010-2020, ανά κατηγορία αστεριών.....	52
Διάγραμμα 13: Εξέλιξη του ξενοδοχειακού δυναμικού (αριθμός κλινών) της Χαλκιδικής κατά την περίοδο των ετών 2010-2020, ανά κατηγορία αστεριών.....	53
Διάγραμμα 14: Κατανομή των ξενοδοχειακών μονάδων, δωματίων και κλινών ανά κατηγορία αστεριών στη Χαλκιδική, για το έτος 2020.....	54
Διάγραμμα 15: Κατανομή των μονάδων ενοικιαζόμενων δωματίων, δωματίων και κλινών ανά κατηγορία κλειδιών στη Χαλκιδική, για το έτος 2019.....	56
Διάγραμμα 16: Εξέλιξη του δυναμικού των κάμπινγκ της Χαλκιδικής κατά την περίοδο των ετών 2010-2020.....	58

Διάγραμμα 17: Κατανομή των εγκαταστάσεων κάμπινγκ, οικίσκων και θέσεων ανά κατηγορία αστεριών στη Χαλκιδική, για το έτος 2020.	58
Διάγραμμα 18: Αριθμός διεθνών αεροπορικών αφίξεων στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας (αεροδρόμιο «Μακεδονία») κατά την περίοδο των ετών 2014-2020, σε σύγκριση με το σύνολο της ελληνικής επικράτειας (σε χιλ.).	61
Διάγραμμα 19: Αριθμός αεροπορικών αφίξεων εσωτερικού στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας (αεροδρόμιο «Μακεδονία») κατά την περίοδο των ετών 2014-2020, σε σύγκριση με το σύνολο της ελληνικής επικράτειας (σε χιλ.).	62
Διάγραμμα 20: Αριθμός οδικών αφίξεων στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά την περίοδο των ετών 2014-2020, σε σύγκριση με το σύνολο της ελληνικής επικράτειας (σε χιλ.).	64
Διάγραμμα 21: Αριθμός διακινηθέντων εσωτερικού στους λιμένες της Περιφέρειας Ενότητας Χαλκιδικής, κατά την περίοδο των ετών 2014-2020, σε σύγκριση με το σύνολο της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας (σε χιλ.).	66
Διάγραμμα 22: Αριθμός κρουαζιερόπλοιων που αγκυροβόλησαν στο λιμάνι της Θεσσαλονίκης (Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας), κατά την περίοδο των ετών 2014-2020, σε σύγκριση με το σύνολο της χώρας.	67
Διάγραμμα 23: Αριθμός επισκέψεων στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά την περίοδο των ετών 2016-2020, σε σύγκριση με το σύνολο της ελληνικής επικράτειας (σε χιλ.).	70
Διάγραμμα 24: Εξέλιξη του αριθμού επισκέψεων, ανά χώρα προέλευσης, στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά την περίοδο των ετών 2016-2020 (σε χιλ.).	71
Διάγραμμα 25: Ποσοστιαία κατανομή των επισκέψεων, ανά χώρα προέλευσης, στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά την περίοδο των ετών 2016-2020.	71
Διάγραμμα 26: Αριθμός διανυκτερεύσεων στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά την περίοδο των ετών 2016-2020, σε σύγκριση με το σύνολο της ελληνικής επικράτειας (σε χιλ.).	73
Διάγραμμα 27: Εξέλιξη του αριθμού διανυκτερεύσεων, ανά χώρα προέλευσης, στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά την περίοδο των ετών 2016-2020 (σε χιλ.).	73

Διάγραμμα 28: Ποσοστιαία κατανομή των διανυκτερεύσεων, ανά χώρα προέλευσης, στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά την περίοδο των ετών 2016-2020.....	74
Διάγραμμα 29: Εισπράξεις στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά την περίοδο των ετών 2016-2020, σε σύγκριση με το σύνολο της ελληνικής επικράτειας (σε εκατ. €).	75
Διάγραμμα 30: Εξέλιξη των εισπράξεων, ανά χώρα προέλευσης, στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά την περίοδο των ετών 2016-2020 (σε εκατ. €).	76
Διάγραμμα 31: Ποσοστιαία κατανομή των εισπράξεων ανά χώρα προέλευσης, στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά την περίοδο των ετών 2016-2020.	76
Διάγραμμα 32: Μέση δαπάνη ανά επίσκεψη και ανά χώρα προέλευσης στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά τα έτη 2019 και 2020.	78
Διάγραμμα 33: Μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση και ανά χώρα προέλευσης στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά τα έτη 2019 και 2020.	80
Διάγραμμα 34: Μέση διάρκεια παραμονής ανά επίσκεψη και ανά χώρα προέλευσης στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά τα έτη 2019 και 2020.	82
Διάγραμμα 35: Αριθμός αφίξεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής, κατά την περίοδο των ετών 2018-2020.	83
Διάγραμμα 36: Ποσοστιαία κατανομή των αφίξεων των ξενοδοχειακών καταλυμάτων (αλλοδαποί, ημεδαποί), στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής, κατά την περίοδο των ετών 2018-2020.	84
Διάγραμμα 37: Διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχειακά καταλύματα στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής, κατά την περίοδο των ετών 2018-2020.	85
Διάγραμμα 38: Ποσοστιαία κατανομή των διανυκτερεύσεων των ξενοδοχειακών καταλυμάτων (αλλοδαποί, ημεδαποί), στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής, κατά την περίοδο των ετών 2018-2020.	86
Διάγραμμα 39: Πληρότητα ξενοδοχειακών καταλυμάτων στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής, κατά την περίοδο των ετών 2018-2020.	87

Κατάλογος Εικόνων

Εικόνα 1: Η παγκόσμια αλυσίδα αξίας του τουρισμού.....	15
Εικόνα 2: Εθνικότητα των επισκεπτών ανά περιφέρεια της Ελλάδος (τρεις πρώτες θέσεις) για το έτος 2019.....	25
Εικόνα 3: Κύριοι πυλώνες σύνθεσης του δείκτη TTCI, περί αξιολόγησης της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού των χωρών, από το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (WEF).	27
Εικόνα 4: Απόδοση της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού της Ελλάδας μεταξύ 140 χωρών, βάσει του δείκτη TTCI.....	28
Εικόνα 5: Πίνακας κατάταξης της Ελλάδος, έναντι των ανταγωνιστών της Νότιας Ευρώπης, σύμφωνα με το δείκτη ανταγωνιστικότητας TRAVELSAT.....	31
Εικόνα 6: Γεωγραφική θέση της Χαλκιδικής.....	38
Εικόνα 7: Διαδρομή του Κρασιού της Χαλκιδικής.....	49
Εικόνα 8: Πλήθος και χωροθέτηση του συνόλου των ξενοδοχειακών μονάδων, όλων των κατηγοριών, στη Χαλκιδική.	50
Εικόνα 9: Πλήθος και χωροθέτηση εγκαταστάσεων κάμπινγκ, όλων των κατηγοριών, στη Χαλκιδική.....	57

Εισαγωγή

Η παρούσα διπλωματική εργασία με τίτλο «Ανάλυση τουριστικού κλάδου στην Χαλκιδική. Το παρόν και το μέλλον», εκπονήθηκε στο πλαίσιο ολοκλήρωσης του Διατμηματικού Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας.

Η περιοχή της Χαλκιδικής αποτελεί αναμφισβήτητα έναν από τους κύριους πόλους έλξης τουριστών στη Βόρεια Ελλάδα και κατ' επέκταση στα Βαλκάνια, με τον τομέα του τουρισμού να αποτελεί έναν από τους βασικούς πυλώνες της οικονομίας της περιοχής. Το ενδιαφέρον της Χαλκιδικής ως τουριστικού προορισμού, έγκειται στο γεγονός ότι η περιοχή αυτή διαθέτει τα χαρακτηριστικά εκείνα για την ανάπτυξη ποικίλων μορφών τουρισμού. Παρόλο, που η περιοχή διαθέτει τα χαρακτηριστικά εκείνα που θα τη βοηθήσουν να εξελιχθεί περαιτέρω στον τουριστικό τομέα και να αναβαθμίσει το ήδη υπάρχον τουριστικό προϊόν της, καθώς και να αναπτύξει νέες μορφές τουρισμού, εδώ και μερικές δεκαετίες, παραμένει προσκολλημένη σε ξεπερασμένα πρότυπα του παρελθόντος, εστιάζοντας αποκλειστικά στο μοντέλο «ήλιος και θάλασσα» με εμφανείς αδυναμίες και ελλείψεις. Οι αδυναμίες και οι ελλείψεις όπως, η εποχικότητα του τουρισμού στην περιοχή, η έλλειψη επαρκούς προβολής σε συνδυασμό με την απουσία «branding» εντός και εκτός Ελλάδος, οι ανεπαρκείς υποδομές, η μη αξιοποίηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού και οι ασυντόνιστες και μεμονωμένες δράσεις προώθησης και ανάπτυξης της περιοχής, έχουν οδηγήσει στην απαξίωση του άλλοτε εξαιρετικού τουριστικού προϊόντος, προτιμητέου σχεδόν από το σύνολο των ευρωπαϊκών χωρών.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η ανάλυση του τουριστικού κλάδου και των αντίστοιχων τουριστικών προϊόντων της Χαλκιδικής, ο εντοπισμός των δυνατών σημείων και ευκαιριών, αλλά και των αδυναμιών και των απειλών του κλάδου στην περιοχή, καθώς και η αναζήτηση και εύρεση των δυνατοτήτων εξέλιξης τους, υπό το πρίσμα μίας βιώσιμης και αειφόρου ανάπτυξης.

Στόχοι της παρούσας εργασίας αποτελούν, α) η ανάλυση της προσφοράς και της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος της περιοχής (επισκεψιμότητα, αριθμός, είδος και πληρότητα καταλυμάτων, αριθμός διανυκτερεύσεων, προφίλ και ικανοποίηση τουριστών, κατά κεφαλήν δαπάνη των τουριστών, ανταγωνιστικότητα), β) η εύρεση των αδυναμιών, ελλείψεων και απειλών για το τουριστικό προϊόν της περιοχής, καθώς και των δυνατών σημείων, των προοπτικών και των πιθανών ευκαιριών για την εξέλιξη του κλάδου και γ) η εξεύρεση κατάλληλων πολιτικών, δράσεων και στρατηγικών και ο συνδυασμός αυτών

που θα συμβάλλουν στην αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος και στην εξέλιξη της «εμπειρίας» των επισκεπτών σε όλα τα στάδια του ταξιδιού, με απώτερο σκοπό να αναπτυχθεί με βιώσιμο τρόπο περαιτέρω ο τουρισμός στην περιοχή.

Σχετικά με την μεθοδολογία που χρησιμοποιείται θα πρέπει να αναφερθεί ότι η εργασία είναι βιβλιογραφική και γίνεται μελέτη των δεδομένων, των στατιστικών στοιχείων και των ερευνών που έχουν πραγματοποιηθεί μέχρι τώρα. Ακόμη, χρησιμοποιούνται μελέτες από πηγές όπως είναι το Ινστιτούτο Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (INSETE), η Τράπεζα της Ελλάδος, ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, ο Οργανισμός έρευνας και ανάλυσης «διαΝΕΟσις», το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, η Ελληνική Στατιστική Αρχή, καθώς και κλαδικές μελέτες της ICAP. Έπειτα, γίνεται ανάλυση αυτών των στοιχείων και δεδομένων, προκειμένου να αξιοποιηθούν περαιτέρω για το σκοπό και τους στόχους της παρούσας εργασίας.

Όσον αφορά τη διάρθρωση της εργασίας αποτελείται από πέντε κεφάλαια. Ειδικότερα, στο **Κεφάλαιο 1**, παρατίθενται, εν συντομία, κάποιες σημαντικές έννοιες και βασικοί ορισμοί που αφορούν τον τουρισμό, προκειμένου να γίνουν κατανοητές έννοιες που θα χρησιμοποιηθούν στη συνέχεια.

Εν συνεχεία, στο **Κεφάλαιο 2** παρουσιάζονται στοιχεία και βασικά μεγέθη του ελληνικού τουριστικού κλάδου, αναλύεται το επίπεδο ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουρισμού και τέλος γίνεται μία σύντομη αναφορά στην επίδραση σημαντικών παγκόσμιων και εγχώριων γεγονότων και κρίσεων, που επηρέασαν τον ελληνικό τουρισμό κατά τα τελευταία 15 έτη.

Στο **Κεφάλαιο 3** ακολουθεί μία συνοπτική περιγραφή της περιοχής μελέτης, της Περιφερειακής Ενότητας της Χαλκιδικής, όπου παρουσιάζονται τα βασικά χαρακτηριστικά της γεωμορφολογίας, του πληθυσμού, της οικονομίας, της κοινωνίας, οι υφιστάμενες υποδομές, τα αξιοθέατα και οι δραστηριότητες της περιοχής, καθώς και αναλύεται το δυναμικό των καταλυμάτων της περιοχής.

Εν συνεχεία, στο **Κεφάλαιο 4** γίνεται παρουσίαση των βασικών τουριστικών μεγεθών της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας, καθώς και της περιοχής μελέτης, ανάλογα με τη διαθεσιμότητα των στοιχείων. Γίνεται αναφορά στις αφίξεις αεροπορικές και οδικές, στην επισκεψιμότητα των μουσείων και των αρχαιολογικών χώρων, στα βασικά μεγέθη και δείκτες του εισερχόμενου τουρισμού, καθώς και σε βασικά μεγέθη των ξενοδοχειακών καταλυμάτων.

Τέλος, στο **Κεφάλαιο 5** επιχειρείται η αξιολόγηση της παρούσας κατάστασης του τουρισμού στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής, μελετώντας και εξετάζοντας τα χαρακτηριστικά των κύριων και δευτερευόντων τουριστικών προϊόντων της περιοχής, τη διενέργεια ανάλυσης SWOT, όπου παρουσιάζονται τα δυνατά σημεία (Strengths), οι αδυναμίες (Weaknesses), οι ευκαιρίες (Opportunities) και οι Απειλές (Threats) του τουριστικού κλάδου της περιοχής μελέτης και παρουσιάζονται προτάσεις στρατηγικών και δράσεων, οι οποίες δύναται να συμβάλλουν στην βελτίωση της υπάρχουσας κατάστασης και στην περαιτέρω ενίσχυση της ανάπτυξης και βιωσιμότητας του τουριστικού προϊόντος της Χαλκιδικής.

Κεφάλαιο 1. Θεωρητική προσέγγιση εννοιών

Στο παρόν κεφάλαιο παρατίθενται, εν συντομία, κάποιες σημαντικές έννοιες και βασικοί ορισμοί που αφορούν τον τουρισμό, προκειμένου να γίνουν κατανοητές έννοιες που θα χρησιμοποιηθούν στη συνέχεια, κατά την ανάλυση του κλάδου και της υπό εξέταση περιοχής.

1.1 Η έννοια του τουρισμού

Ο όρος «τουρισμός» αποτελεί αναμφίβολα ένα σύγχρονο φαινόμενο με κοινωνικές, πολιτικές, πολιτισμικές και οικονομικές διαστάσεις, το οποίο εδώ και αρκετές δεκαετίες αναπτύσσεται, εξελίσσεται και μεταλλάσσεται, παρουσιάζοντας ταυτόχρονα έντονη δυναμική σε αρκετές περιοχές του κόσμου. Λόγω του ιδιαίτερου, δυναμικού και άυλου χαρακτήρα του τουρισμού, η αποτύπωση της έννοιάς του είναι δύσκολη. Κατά καιρούς διάφοροι οικονομολόγοι και αναλυτές έχουν διατυπώσει διάφορους ορισμούς για τον τουρισμό. Οι ορισμοί αυτοί στην κεντρική τους ιδέα παρουσιάζουν σύγκλιση, ωστόσο υπάρχουν και κάποιες μικρές διαφοροποιήσεις, ανάλογα με τις πτυχές που προσεγγίζει και αναλύει ο τουρισμός. Κοινό τόπο όλων αυτών των εννοιών συνιστά η άποψη ότι ο τουρισμός εμπεριέχει όλα τα ταξίδια, τα οποία έχουν διάρκεια μεγαλύτερη των 24 ωρών και γίνονται για λόγους ψυχαγωγίας, εργασίας, σπουδών ή υγείας. (Βαρβαρέσος, 2008). Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, ορίζει τον τουρισμό ως εξής: *«Ο τουρισμός είναι το κοινωνικό, πολιτισμικό και οικονομικό φαινόμενο, το οποίο συνεπάγεται τη μετακίνηση των ατόμων σε χώρες ή μέρη, εκτός του συνηθισμένου τους περιβάλλοντος για προσωπικούς ή επιχειρηματικούς/επαγγελματικούς σκοπούς. Αυτά τα άτομα ονομάζονται επισκέπτες (οι οποίοι δύναται να είναι είτε τουρίστες, είτε εκδρομείς, κάτοικοι ή μη) και ο τουρισμός έχει να κάνει με τις δραστηριότητές τους, μερικές από τις οποίες περιλαμβάνουν τουριστικές δαπάνες.»* (Glossary of tourism terms | UNWTO, 2022).

Ένας ακόμα ορισμός, οποίος κατά την άποψη του γράφοντος, αποδίδει πλέον ορθά την έννοια του τουρισμού είναι ο εξής: *«Ο τουρισμός είναι ένα πολυπρισματικό οικονομικό φαινόμενο, το οποίο συμβαίνει όταν τα άτομα αλλάζουν φυσικό περιβάλλον και ρυθμούς ζωής που τους ικανοποιούν ψυχοσωματικές ανάγκες και πνευματικές περιέργειες, μέσα από συνειδητή και αποκλειστικά για το σκοπό αυτό πρόσκαιρη μετακίνηση σε ξένο γεωγραφικό χώρο και παραμονή τους σε αυτόν για χρονικό διάστημα μέχρι ένα έτος, όπου αναπτύσσονται συγκεκριμένες δραστηριότητες π.χ. αναψυχής, διακοπών, επαγγελματικές.»*

(Λαγός, 2005). Αναλύοντας τον ως άνω ορισμό εξάγεται το συμπέρασμα ότι τα άτομα που συμμετέχουν στον τουρισμό έχουν την ανάγκη για εναλλαγή παραστάσεων, χαλάρωση, ξεκούραση, διασκέδαση, επαφή με τη φύση, γνωριμία άλλων πολιτισμών, γνωριμία με νέα άτομα.

1.2 Τα είδη του τουρισμού

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, τα είδη του τουρισμού αναλύονται ως εξής (World Tourism Organization (UNWTO), 2019):

- Πολιτιστικός Τουρισμός

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι ένα είδος τουριστικής δραστηριότητας στην οποία το βασικό κίνητρο του επισκέπτη είναι να μάθει, να ανακαλύψει, να βιώσει και να «καταναλώσει» τα υλικά και άυλα πολιτιστικά αξιοθέατα/προϊόντα σε έναν τουριστικό προορισμό.

Αυτά τα αξιοθέατα/προϊόντα σχετίζονται με ένα σύνολο διακριτικών υλικών, πνευματικών και συναισθηματικών χαρακτηριστικών μιας κοινωνίας που περιλαμβάνει τέχνες και αρχιτεκτονική, ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά, μαγειρική κληρονομιά, λογοτεχνία, μουσική, διάφορες δημιουργίες και τους ζωντανούς πολιτισμούς με τον τρόπο ζωής, τις αξίες, τα ήθη και έθιμα, τις πεποιθήσεις και τις παραδόσεις τους.

- Οικοτουρισμός

Ο οικοτουρισμός είναι ένας τύπος τουριστικής δραστηριότητας με βάση τη φύση, όπου το βασικό κίνητρο του επισκέπτη είναι να παρατηρήσει, να μάθει, να ανακαλύψει, να βιώσει και να εκτιμήσει τη βιολογική και πολιτιστική ποικιλότητα με υπεύθυνη στάση για την προστασία της ακεραιότητας του οικοσυστήματος και την ενίσχυση της ευημερίας της τοπικής κοινωνίας.

Ο οικοτουρισμός αυξάνει την ευαισθητοποίηση για τη διατήρηση της βιοποικιλότητας, του φυσικού περιβάλλοντος και των πολιτιστικών αγαθών τόσο μεταξύ των γηγενών όσο και των επισκεπτών και απαιτεί ειδικές διαδικασίες διαχείρισης για την ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων στο οικοσύστημα.

- Αγροτικός τουρισμός

Ο αγροτικός τουρισμός ή αγροτουρισμός είναι ένα είδος τουριστικής δραστηριότητας κατά την οποία η εμπειρία του επισκέπτη σχετίζεται με ένα ευρύ φάσμα προϊόντων που συνδέονται γενικά με δραστηριότητες που βασίζονται στη φύση, τη γεωργία, τον αγροτικό τρόπο ζωής/πολιτισμό, το ψάρεμα και την περιήγηση στα αξιοθέατα.

Οι δραστηριότητες αγροτικού τουρισμού πραγματοποιούνται σε μη αστικές (αγροτικές) περιοχές, με χαρακτηριστικά όπως χαμηλή πυκνότητα πληθυσμού, ιδιαίτερο τοπίο και χρήσεις γης που κυριαρχούνται από τη γεωργία και τη δασοκομία και διακατέχονται, κυρίως, από παραδοσιακή κοινωνική δομή και τρόπο ζωής.

- Τουρισμός περιπέτειας

Ο τουρισμός περιπέτειας είναι ένα είδος τουρισμού που λαμβάνει χώρα συνήθως σε προορισμούς με συγκεκριμένα γεωγραφικά χαρακτηριστικά και τοπίο, ενώ τείνει να συνδέεται με φυσική δραστηριότητα, πολιτιστική ανταλλαγή, αλληλεπίδραση και ενασχόληση με τη φύση. Αυτή η εμπειρία μπορεί να περιλαμβάνει κάποιου είδους πραγματικό ή αντιληπτό κίνδυνο και μπορεί να απαιτεί σημαντική σωματική ή/και πνευματική προσπάθεια.

Ο τουρισμός περιπέτειας περιλαμβάνει γενικά υπαίθριες δραστηριότητες όπως ορειβασία, πεζοπορία, bungee jumping, αναρρίχηση, ράφτινγκ, κανό, καγιάκ, ορεινή ποδηλασία, πεζοπορία, καταδύσεις.

- Τουρισμός υγείας

Ο τουρισμός υγείας καλύπτει εκείνα τα είδη τουρισμού που έχουν ως πρωταρχικό κίνητρο τη συμβολή στη σωματική, ψυχική ή/και πνευματική υγεία μέσω ιατρικών δραστηριοτήτων και δραστηριοτήτων ευεξίας που αυξάνουν την ικανότητα των ατόμων να ικανοποιούν τις δικές τους ανάγκες και να λειτουργούν καλύτερα ως άτομα.

Ο όρος τουρισμός υγείας αποτελεί έναν γενικό όρο, ο οποίος υποδιαιρείται στον τουρισμό ευεξίας και στον ιατρικό τουρισμό.

Με τον όρο τουρισμός ευεξίας εννοείται ένα είδος τουριστικής δραστηριότητας, που στοχεύει να βελτιώσει και να εξισορροπήσει όλους τους κύριους τομείς της ανθρώπινης ζωής, συμπεριλαμβανομένων των σωματικών, ψυχικών, συναισθηματικών, επαγγελματικών, διανοητικών και πνευματικών. Το κύριο κίνητρο για τον τουρίστα ευεξίας είναι να συμμετάσχει σε προληπτικές

δραστηριότητες που βελτιώνουν τον τρόπο ζωής, όπως η φυσική κατάσταση, η υγιεινή διατροφή, η χαλάρωση, η περιποίηση και οι θεραπείες.

Ο ιατρικός τουρισμός είναι ένα είδος τουριστικής δραστηριότητας που περιλαμβάνει τη λήψη από τον επισκέπτη ιατρικών υπηρεσιών και θεραπειών, οι οποίες μπορεί να είναι επεμβατικές ή μη. Ο ιατρικός τουρισμός μπορεί να περιλαμβάνει διάγνωση, θεραπεία, πρόληψη και αποκατάσταση.

- Επιχειρηματικός τουρισμός

Ο επιχειρηματικός τουρισμός είναι ένα είδος τουριστικής δραστηριότητας κατά την οποία οι επισκέπτες ταξιδεύουν για συγκεκριμένο επαγγελματικό ή/και επιχειρηματικό σκοπό σε προορισμό εκτός του χώρου εργασίας και της κατοικίας τους, με σκοπό να παρακολουθήσουν μια συνάντηση, μια επιχειρηματική δραστηριότητα ή μια εκδήλωση. Τα βασικά στοιχεία του επιχειρηματικού τουρισμού είναι οι συναντήσεις, επαγγελματικά/επιχειρηματικά κίνητρα, τα συνέδρια και οι εκθέσεις. Ο επιχειρηματικός τουρισμός μπορεί να συνδυαστεί με οποιοδήποτε άλλο είδος τουρισμού κατά το ίδιο ταξίδι.

- Γαστρονομικός τουρισμός

Ο γαστρονομικός τουρισμός είναι ένα είδος τουριστικής δραστηριότητας που χαρακτηρίζεται από την εμπειρία του επισκέπτη, η οποία συνδέεται με τρόφιμα και συναφή προϊόντα και δραστηριότητες, καθώς ταξιδεύει. Ο τουρισμός γαστρονομίας εκτός των αυθεντικών, παραδοσιακών ή/και καινοτόμων γαστρονομικών εμπειριών, είναι δυνατόν να περιλαμβάνει και επιπλέον σχετικές δραστηριότητες, όπως επίσκεψη σε τοπικούς παραγωγούς, συμμετοχή σε φεστιβάλ φαγητού και παρακολούθηση μαθημάτων μαγειρικής.

Σημαντική υποκατηγορία του γαστρονομικού τουρισμού αποτελεί ο οινοτουρισμός, ο οποίος έχει ως σκοπό την επίσκεψη σε αμπελώνες, οινοποιεία, δοκιμή, κατανάλωση ή/και αγορά κρασιού, κοντά ή ακόμα και στον τόπο παραγωγής του.

- Παράκτιος τουρισμός

Ο παράκτιος τουρισμός αναφέρεται σε χερσαίες τουριστικές δραστηριότητες όπως το κολύμπι, το σέρφινγκ, η ηλιοθεραπεία και άλλες παράκτιες δραστηριότητες αναψυχής και αθλητικών δραστηριοτήτων, οι οποίες λαμβάνουν χώρα στην όχθη μιας θάλασσας, λίμνης ή ποταμού. Η εγγύτητα στην ακτή αποτελεί επίσης προϋπόθεση για υπηρεσίες και εγκαταστάσεις που υποστηρίζουν τον παράκτιο τουρισμό. Ο παράκτιος τουρισμός κατηγοριοποιείται περαιτέρω σε θαλάσσιο τουρισμό και εσωτερικό υδάτινο τουρισμό.

Ο θαλάσσιος τουρισμός αναφέρεται σε θαλάσσιες δραστηριότητες όπως κρουαζιέρα, γιοτ, βαρκάδα και θαλάσσια αθλήματα και περιλαμβάνει τις αντίστοιχες χερσαίες υπηρεσίες και υποδομές.

Ο εσωτερικός υδάτινος τουρισμός αναφέρεται σε τουριστικές δραστηριότητες όπως κρουαζιέρα, γιοτ, βαρκάδα και αθλήματα που λαμβάνουν χώρα σε υδάτινα περιβάλλοντα που βρίσκονται εντός χερσαίων ορίων όπως λίμνες, ποτάμια, παραποτάμους, υπόγεια ύδατα, πηγές, νερά σπηλαίων και άλλους υγρότοπους της ενδοχώρας.

- Αστικός τουρισμός

Ο αστικός τουρισμός είναι ένα είδος τουριστικής δραστηριότητας που λαμβάνει χώρα σε έναν αστικό χώρο με τα εγγενή του χαρακτηριστικά, του οποίου η οικονομία δεν βασίζεται στη γεωργία, αλλά στη διοίκηση, μεταποίηση, εμπόριο, υπηρεσίες ή/και αποτελεί κύριο διαμετακομιστικό κόμβο. Οι αστικοί προορισμοί προσφέρουν ένα ευρύ και ετερογενές φάσμα πολιτιστικών, αρχιτεκτονικών, τεχνολογικών, κοινωνικών και φυσικών εμπειριών, καθώς και διάφορα προϊόντα που αφορούν είτε δραστηριότητες αναψυχής είτε επιχειρηματικές δραστηριότητες.

- Ορεινός τουρισμός

Ο ορεινός τουρισμός είναι ένα είδος τουριστικής δραστηριότητας που λαμβάνει χώρα σε έναν καθορισμένο και περιορισμένο γεωγραφικό χώρο όπως λόφους ή βουνά με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και χαρακτηριστικά που είναι εγγενή σε ένα συγκεκριμένο τοπίο, τοπογραφία, κλίμα, βιοποικιλότητα (χλωρίδα και πανίδα) και τοπική κοινωνία. Ο ορεινός τουρισμός περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα υπαίθριων ψυχαγωγικών και αθλητικών δραστηριοτήτων.

- Εκπαιδευτικός τουρισμός

Ο εκπαιδευτικός τουρισμός καλύπτει εκείνα τα είδη τουρισμού που έχουν ως πρωταρχικό κίνητρο τη δέσμευση και την εμπειρία του τουρίστα στη μάθηση, την αυτοβελτίωση, την πνευματική ανάπτυξη και την ανάπτυξη δεξιοτήτων. Ο εκπαιδευτικός τουρισμός αντιπροσωπεύει ένα ευρύ φάσμα προϊόντων και υπηρεσιών που σχετίζονται, μεταξύ άλλων, με ακαδημαϊκές σπουδές, διακοπές βελτίωσης δεξιοτήτων, σχολικές εκδρομές, αθλητική εκπαίδευση, μαθήματα εξέλιξης σταδιοδρομίας και μαθήματα γλώσσας.

- Εκπαιδευτικός τουρισμός

Ο εκπαιδευτικός τουρισμός καλύπτει εκείνα τα είδη τουρισμού που έχουν ως πρωταρχικό κίνητρο τη δέσμευση και την εμπειρία του τουρίστα στη μάθηση, την

αυτοβελτίωση, την πνευματική ανάπτυξη και την ανάπτυξη δεξιοτήτων. Ο εκπαιδευτικός τουρισμός αντιπροσωπεύει ένα ευρύ φάσμα προϊόντων και υπηρεσιών που σχετίζονται, μεταξύ άλλων, με ακαδημαϊκές σπουδές, διακοπές βελτίωσης δεξιοτήτων, σχολικές εκδρομές, αθλητική εκπαίδευση, μαθήματα εξέλιξης σταδιοδρομίας και μαθήματα γλώσσας.

- Αθλητικός τουρισμός

Ο αθλητικός τουρισμός είναι ένα είδος τουριστικής δραστηριότητας που αναφέρεται στην ταξιδιωτική εμπειρία του τουρίστα που είτε παρατηρεί ως θεατής είτε συμμετέχει ενεργά σε ένα αθλητικό γεγονός που γενικά περιλαμβάνει εμπορικές και μη δραστηριότητες ανταγωνιστικής φύσης.

1.3 Η έννοια του τουριστικού προϊόντος

Με τον όρο «τουριστικό προϊόν» αποτυπώνεται ένα πολυσύνθετο και με πολλές διαστάσεις αγαθό, καθώς πρόκειται για ένα συνδυασμό από επιμέρους υπηρεσίες και αγαθά, που προσφέρονται από διαφορετικές επιχειρήσεις. Πρόκειται για ένα προϊόν, το οποίο δεν δύναται ούτε να αποθηκευτεί, αλλά και ούτε να μεταφερθεί, καθώς τα κύρια συστατικά του είναι άυλα στοιχεία, τα οποία ο καταναλωτής (τουρίστας) δεν είναι δυνατόν να τα δει κατά την διαδικασία της αγοράς τους, ενώ ταυτόχρονα για την κατανάλωση του απαραίτητη προϋπόθεση είναι η μετακίνηση του στον αντίστοιχο τόπο, όπου προσφέρεται (Καραχοντζίτης κ.ά., 2000).

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, ορίζει το τουριστικό προϊόν ως εξής: *«Το τουριστικό προϊόν είναι ένας συνδυασμός απτών και άυλων στοιχείων, όπως φυσικοί, πολιτιστικοί και ανθρωπογενείς πόροι, αξιοθέατα, εγκαταστάσεις, υπηρεσίες και δραστηριότητες, γύρω από ένα συγκεκριμένο κέντρο ενδιαφέροντος, το οποίο αντιπροσωπεύει τον πυρήνα του μείγματος μάρκετινγκ προορισμού και δημιουργεί μία συνολική εμπειρία - επισκέπτη, συμπεριλαμβανομένων συναισθηματικών πτυχών για τους πιθανούς πελάτες. Ένα τουριστικό προϊόν τιμολογείται, πωλείται μέσω καναλιών διανομής και έχει κύκλο ζωής.»* (Glossary of tourism terms | UNWTO, 2022).

Λαμβάνοντας υπόψη τους ως άνω ορισμούς, συμπεραίνεται ότι η κατανάλωση του τουριστικού προϊόντος και η ικανοποίηση που αποκομίζει ο τουρίστας - επισκέπτης από αυτή είναι υποκειμενική, καθώς εξαρτάται από τις προτιμήσεις του, την προσωπικότητά του, τις εμπειρίες του αλλά και τα βιώματα κατά την διάρκεια της επίσκεψης του σε ένα συγκεκριμένο τουριστικό προορισμό (Καραχοντζίτης κ.ά., 2000).

Επιπλέον, πρόκειται για ένα προϊόν του οποίου η πρόσφορα εξαρτάται και περιορίζεται από πολλούς παράγοντες διαφορετικούς μεταξύ τους, οι οποίοι αλληλοσυνδέονται άμεσα αλλά και έμμεσα, όπως για παράδειγμα είναι υποδομές για την προσέγγιση ενός τουριστικού προορισμού, το πλήθος και το είδος των συγκοινωνιών που μπορεί να χρησιμοποιήσει ο επισκέπτης, το είδος των καταλυμάτων αλλά και η προσφορά των κλινών μιας συγκεκριμένης τουριστικής περιοχής, μήκος της ακτογραμμής κ.λ.π.. Από την άλλη πλευρά η ζήτηση των τουριστικών υπηρεσιών εξαρτάται από παράγοντες όπως το εισόδημα των επισκεπτών, η τιμολογιακή πολιτική που ακολουθεί μια περιοχή, η πολιτική ηρεμία στην χώρα υποδοχής κ.λ.π. (Καραχοντζίτης κ.ά., 2000).

Επομένως, πρόκειται για ένα προϊόν με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, πολυσύνθετο, ευάλωτο και ευμετάβλητο για το οποίο ο υποψήφιος καταναλωτής-επισκέπτης θα πρέπει να μεριμνά για την έγκαιρη και έγκυρη πληροφόρηση σχετικά με αυτό, πριν την κατανάλωση του. Σε κάθε περίπτωση, λόγω των ως άνω χαρακτηριστικών του προϊόντος, από τη στιγμή που ο υποψήφιος καταναλωτής-τουρίστας αποφασίζει ότι το τουριστικό προϊόν που επιθυμεί πληροί τα κριτήρια, που ο ίδιος έχει θέσει, θα πρέπει να προβεί σχετικά άμεσα, εντός εύλογου χρονικού διαστήματος, στην κατανάλωση του, καθώς πιθανή μακροχρόνια αναβολή μπορεί να οδηγήσει στην μεταβολή του προϊόντος και εν τέλει σε μειωμένη ικανοποίηση του ιδίου.

1.4 Η έννοια της τουριστικής προσφοράς

Η έννοια της τουριστικής προσφοράς περιλαμβάνει όλα εκείνα τα στοιχεία, που έχει να προσφέρει ο εκάστοτε τουριστικός προορισμός στους υπάρχοντες ή πιθανούς επισκέπτες. Ειδικότερα, στον τουρισμό η προσφορά αντιπροσωπεύει την ποικιλία των φυσικών και τεχνητών (κατασκευασμένων από τους ανθρώπους) θέλγητρων, υπηρεσιών και αγαθών που καλύπτουν τις τουριστικές ανάγκες και συχνά αποτελούν τουριστικά κίνητρα (Λαλούμης, 2016).

Σύμφωνα με τον Λαλούμη (2016), η τουριστική προσφορά χαρακτηρίζεται από τρεις κύριες ιδιότητες :

- Δεν είναι δυνατόν να αποθηκεύεται, διότι πρόκειται για προσφορά υπηρεσιών και πρέπει να καταναλωθεί στο σημείο όπου υπάρχει ή δημιουργείται. Με άλλα λόγια, η αδυναμία μεταφοράς της την καθιστά διαφορετική από άλλες προσφορές αγαθών, με την έννοια ότι ο καταναλωτής πρέπει να κινηθεί ο ίδιος προς ανεύρεση αυτής της προσφοράς.

- Είναι άκαμπτη, με την έννοια ότι η εκμετάλλευσή της για τουριστικούς σκοπούς καθιστά δύσκολη την αλλαγή της χρήσης της.
- Δεν αποτελεί βασική ανάγκη του ανθρώπου, γι' αυτό το λόγο, τίθεται σε ανταγωνισμό με άλλες προσφορές αγαθών και υπηρεσιών. Ο νόμος της αντικατάστασης, λοιπόν, την επηρεάζει έντονα.

Επομένως, η ανάλυση της προσφοράς του τουριστικού προϊόντος επικεντρώνει το ενδιαφέρον της στον τόπο προορισμού. Έχει ως βασικό στόχο να παρουσιάσει μια λεπτομερή εικόνα στον επισκέπτη για τον συγκεκριμένο προορισμό καθ' όλη τη διάρκεια του ταξιδιού. Άρα, η έννοια της προσφοράς ενός τουριστικού προϊόντος περιλαμβάνει το σύνολο των στοιχείων εκείνων, τα οποία άμεσα ή έμμεσα επηρεάζουν τον επισκέπτη ως προς την εικόνα που θα σχηματίσει για το συγκεκριμένο τόπο προορισμού (Προκοπίου & Μαούνη, 2016).

Ειδικότερα, σύμφωνα με τον Λαλούμη (2016) τα βασικά συστατικά της τουριστικής προσφοράς αποτελούνται από ένα σύνολο ανομοιογενών στοιχείων, τα οποία μπορεί να είναι φυσικά ή τεχνητά.

Η φυσική προσφορά περιλαμβάνει τα εξής στοιχεία:

- 1) Το κλίμα που επικρατεί στην περιοχή (ήπιο, ηλιόλουστο, ξηρό, υγρό κ.λ.π.).
- 2) Την ατμόσφαιρα της περιοχής.
- 3) Την ύπαρξη θαλάσσιου και παραλιακού μετώπου στην περιοχή, καθώς και το μήκος της ακτογραμμής.
- 4) Η διαμόρφωση εδάφους και του τοπίου της περιοχής, δηλαδή εάν υπάρχουν πεδιάδες, επιβλητικά βουνά, λίμνες, ποτάμια, παράξενοι σχηματισμοί, πανοραμικές θέες, καταρράκτες, ηφαιστιογενείς ζώνες, σπήλαια, δασικό στοιχείο.
- 5) Η χλωρίδα και η πανίδα της περιοχής, οι οποίες μπορεί να περιλαμβάνουν ασυνήθιστη βλάστηση, πουλιά διαφόρων ειδών, δυνατότητα ψαρέματος, κυνηγετικό και φωτογραφικό σαφάρι, άγρια ζωή, εθνικούς δρυμούς και πάρκα.
- 6) Φυσικά θεραπευτικά μέσα, δηλαδή φυσικές πηγές μεταλλικού νερού, λάσπη με ιαματικές ιδιότητες για λασπόλουτρα, ιαματικές ιδιότητες θερμών λουτρών.

Η τεχνητή προσφορά, αναφέρεται στα στοιχεία εκείνα που έχουν κατασκευαστεί από τον άνθρωπο αποτελείται από πέντε κύριες κατηγορίες, οι οποίες υποδιαιρούνται περαιτέρω.

Επομένως η τεχνητή προσφορά χωρίζεται ως εξής:

- 1) Ιστορική, πολιτιστική και θρησκευτική
 - Ιστορικά μνημεία, αρχαιότητες και απομεινάρια αρχαίων πολιτισμών.

- Πολιτιστικοί χώροι, όπως μουσεία, γκαλερί τέχνης, αναμνηστικά μνημεία, βιβλιοθήκες, εκθέσεις λαϊκής τέχνης, βιομηχανίες χειροποίητων αντικειμένων.
- Παραδοσιακές εκδηλώσεις, πανηγύρια, εκθέσεις, καρναβάλια, θρησκευτικοί χώροι, μοναστήρια, χώροι προσκυνήματος, κατακόμβες.

2) Υποδομή

- Γενική υποδομή μιας περιοχής, η οποία περιλαμβάνει σύστημα ύδρευσης, σύστημα αποχέτευσης, ηλεκτρικό δίκτυο, τηλεπικοινωνίες, διαδίκτυο.
- Υποδομή κάλυψης των σύγχρονων βασικών αναγκών, όπως νοσοκομεία, φαρμακεία, καταστήματα οπτικών, τράπεζες, διοικητικές υπηρεσίες (αστυνομία, δικαστήρια, εφορία), αγορές, κομμωτήρια, σουπερμάρκετ, καπνοπωλεία, κάβες, περίπτερα, βιβλιοπωλεία, γκαράζ, βενζινάδικα.
- Τουριστική υποδομή, που περιλαμβάνει:
 - Τουριστικές μονάδες διαμονής και σίτισης, όπως ξενοδοχεία, μοτέλ, πανσιόν, επιπλωμένα διαμερίσματα, επιπλωμένα δωμάτια με ιδιωτικές ανέσεις, τουριστικά χωριά, κατασκηνωτικοί χώροι, χώροι για τροχόσπιτα, ξενώνες για νέους, καθώς και επισιτιστικές επιχειρήσεις (εστιατόρια, ταβέρνες, σελφ σέρβις).
 - Τουριστικές μονάδες υποδοχής και εξυπηρέτησης τουριστών:
 - Για την οργάνωση του ταξιδιού: τουριστικά πρακτορεία, γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων, πρακτορεία ή παράγοντες που οργανώνουν τοπικές εκδρομές.
 - Για πληροφορίες και εξυπηρέτηση των τουριστών: γραφεία τουριστικών πληροφοριών στα σημεία εισόδου στις πόλεις και στα θέρετρα, τοπικοί ή περιφερειακοί τουριστικοί οργανισμοί, επιτροπές εορτασμού ειδικών γεγονότων.
 - Μονάδες για αναψυχή και αθλητισμό, που παρέχουν εγκαταστάσεις άθλησης και εξοπλισμό, τόσο για τη θάλασσα όσο και για την ξηρά, για τον χειμώνα ή το καλοκαίρι, αλλά και εγκαταστάσεις ψυχαγωγίας, όπως θέατρα, κινηματογράφοι, κέντρα διασκέδασης.

3) Μέσα πρόσβασης και συγκοινωνιακές ευκολίες: Τα μέσα αυτά διαφέρουν κατά περιοχή και μπορεί να είναι αεροδρόμια, λιμάνια, ποτάμια ή πολυεθνικές λίμνες, σιδηροδρομικό δίκτυο, μέσα αερομεταφορών, ειδικά συστήματα μεταφορών στα βουνά.

- 4) Ειδικές κατασκευές: Περιλαμβάνουν εγκαταστάσεις που προσφέρουν υπηρεσίες οι οποίες θεωρούνται σημαντικές, αλλά όχι απολύτως αναγκαίες για τους τουρίστες. Είναι τουριστικές εγκαταστάσεις που καλύπτουν τις ανάγκες ειδικών ομάδων, όπως τα χιονοδρομικά κέντρα, τα κέντρα παραθερισμού γυμνιστών, τα καζίνα, οι συνεδριακοί χώροι, τα υδροθεραπευτήρια.
- 5) Τρόπος ζωής των μόνιμων κατοίκων: Ο τρόπος που οι κάτοικοι ζουν και συμπεριφέρονται, οι γαστρονομικές τους συνήθειες, ο τρόπος που αντιμετωπίζουν τη ζωή, τα έθιμα, οι παραδόσεις και οι συνήθειές τους, αποτελεί ελκυστικό παράγοντα για τους τουρίστες και έχει γίνει ένας από τους κύριους τουριστικούς πόρους. Αυτό ισχύει ιδίως για τις αναπτυσσόμενες χώρες, όπου οι παραδοσιακές τους κοινωνίες είναι γραφικά διαφορετικές από τις κοινωνίες προέλευσης των τουριστών. Άλλος ένας σημαντικός παράγοντας είναι η στάση του πληθυσμού της χώρας προς τους τουρίστες, δηλαδή η φιλοξενία, η φιλικότητα, το αίσθημα ότι θα προσφερθεί βοήθεια σε περίπτωση ανάγκης, η απουσία εκμετάλλευσης κ.λπ.

Επίσης, οι Προκοπίου και Μαούνη (2016) επισημαίνουν πως, οι κύριοι και σημαντικότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την εικόνα που σχηματίζει ο επισκέπτης, είναι οι υπηρεσίες και τα προϊόντα που προσφέρει ο συγκεκριμένος προορισμός και αντλεί ο επισκέπτης, σε συνδυασμό με φυσικό περιβάλλον, με τις υποδομές της περιοχής, το βαθμό εξειδίκευσης του προσωπικού και γενικά ότι σχετίζεται με το τελικό προσφερόμενο προϊόν, καθώς αυτοί οι παράγοντες επηρεάζουν έως ένα μεγάλο βαθμό την ποιότητα του προσφερόμενου προϊόντος και υπηρεσίας.

1.5 Η τουριστική ζήτηση

Τα άυλα στοιχεία του Τουριστικού Προϊόντος καθιστούν δυσκολότερη την προσέγγιση, τη μέτρηση και εμπορευματοποίηση του. Αυτά περιλαμβάνουν τις κάθε είδους υπηρεσίες αλλά και τα διάφορα ιδιαίτερα ψυχολογικά στοιχεία, όπως τη φιλοξενία, την πολυτέλεια, την κοινωνική τάξη, την ατμόσφαιρα, τον εξωτισμό (Βαρβαρέσος, 2008).

Σύμφωνα με τους Προκοπίου και Μαούνη (2016), στον τομέα του τουρισμού ως (αγοραία ή συνολική) ζήτηση θεωρείται η ποσότητα των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών που οι επισκέπτες επιθυμούν και μπορούν να αγοράσουν σε συγκεκριμένες τιμές, σε δεδομένη αγορά και χρονικό διάστημα. Τα άτομα θα πρέπει να λάβουν ορισμένες αποφάσεις σχετικά με το αν θα επιλέξουν να κάνουν διακοπές, την χρονική διάρκεια που θα έχουν οι διακοπές τους, τον τουριστικό προορισμό που θα επιλέξουν. Οι

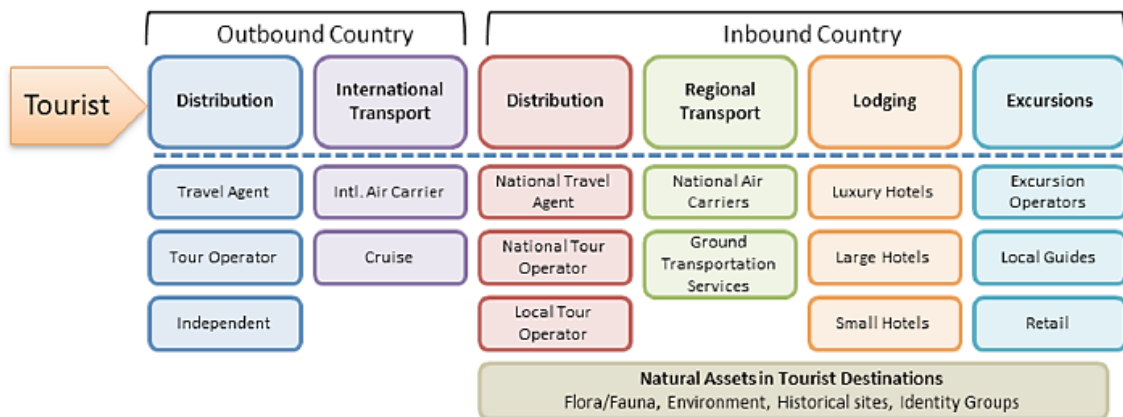
πιο σημαντικοί παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή των ατόμων αναφορικά με τις διακοπές τους είναι: η ασφάλεια και η εμπιστοσύνη που νιώθουν για την χώρα προορισμό που επιλέγουν, το εισόδημα, ο διαθέσιμος χρόνος, η ηλικία, η οικογενειακή κατάσταση, το συνολικό κόστος των διακοπών, οι κλιματικές συνθήκες που επικρατούν στον προορισμό που επιλέγουν (Προκοπίου & Μαούνη, 2016). Οι αυξομειώσεις της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος επηρεάζονται σε μεγάλο βαθμό τόσο από τις μεταβολές που παρουσιάζονται στην τιμή του, όσο και από αυτές που εμφανίζονται στο εισόδημα των επισκεπτών. Η εμφάνιση νέων και ειδικών μορφών τουρισμού έχει οδηγήσει στην τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς, έχοντας ως στόχο την προσέγγιση του επισκέπτη έτσι ώστε να ικανοποιηθούν στο μεγαλύτερο δυνατό βαθμό οι ανάγκες και οι επιθυμίες του. Το τουριστικό προϊόν ακολουθώντας τη γενική τάση της διεθνοποίησης των οικονομιών έχει μεταβληθεί. Έτσι εισήλθαν στην αγορά νέα προϊόντα - υπηρεσίες και νέοι τουριστικοί προορισμοί, που μέχρι πρότινος δεν αποτελούσαν επιλογή ως τουριστικό προϊόν, για το μεγαλύτερο μέρος των τουριστών (Προκοπίου & Μαούνη, 2016). Οι καταναλωτές του τουριστικού προϊόντος είναι ξένοι. Οι κυβερνήσεις λοιπόν των χωρών υποδοχής είναι λιγότερο ευαίσθητες σε διάφορες πολιτικές που έχουν «αντιλαϊκό» χαρακτήρα. Ο τουρίστας δεν γνωρίζει αρχικά την ποιότητα των υπηρεσιών που μελλοντικά θα του προσφερθεί. Επίσης, είναι καλό να αναφέρουμε πως αν η ποιότητα μιας υπηρεσίας είναι χαμηλή, τότε στο γενικό σύνολο των προσφερόμενων υπηρεσιών και προϊόντων, μπορεί να επηρεάσει τη γενική εκτίμηση του τουρίστα για ολόκληρο το τουριστικό πακέτο (Προκοπίου & Μαούνη, 2016).

1.6 Η έννοια της αλυσίδας αξίας του τουρισμού

Η έννοια της αλυσίδας αξίας του τουρισμού περιλαμβάνει την αλληλουχία των πρωταρχικών και υποστηρικτικών εκείνων δραστηριοτήτων, οι οποίες από στρατηγική σκοπιά είναι θεμελιώδεις για την απόδοση του τουριστικού τομέα. (World Tourism Organization (UNWTO), 2019). Οι πρωταρχικές δραστηριότητες αποτελούνται από την χάραξη πολιτικής και τον ολοκληρωμένο σχεδιασμό, την ανάπτυξη, την προώθηση και το μάρκετινγκ, τη διανομή και τις πωλήσεις και τις λειτουργίες και υπηρεσίες του προορισμού, οι οποίες είναι άρρηκτα συνδεδεμένες μεταξύ τους και διαμορφώνουν το τουριστικό προϊόν (World Tourism Organization (UNWTO), 2019). Οι υποστηρικτικές δραστηριότητες περιλαμβάνουν τις υποδομές και τα μεταφορικά μέσα, την ανάπτυξη των ανθρώπινων πόρων, την ανάπτυξη της τεχνολογίας και συναφών συστημάτων και άλλα συμπληρωματικά αγαθά και υπηρεσίες που μπορεί να μην σχετίζονται με βασικές

τουριστικές επιχειρήσεις αλλά έχουν μεγάλο αντίκτυπο στην αξία του τουριστικού προϊόντος και εν γένει του τουρισμού (World Tourism Organization (UNWTO), 2019). Στην Εικόνα 1 παρουσιάζεται η παγκόσμια αλυσίδα αξίας του τουρισμού, η οποία εστιάζει στον διεθνή τουρίστα. Ακολουθώντας το τουριστικό «αποτύπωμα» σε μια αλυσίδα αξίας περιγράφονται λεπτομερώς τα βήματα και οι επιχειρήσεις με τις οποίες αλληλεπιδρά ένας τουρίστας από τη στιγμή της απόφασης για ένα διεθνές ταξίδι μέχρι την ολοκλήρωσή του. Όλες οι δραστηριότητες μαζί, σωρευτικά, αντιπροσωπεύουν τον τουρισμό στο σύνολό του. Στην Εικόνα 1 αποτυπώνεται ένα γενικό και ευρύ σχήμα ταξινόμησης των δραστηριοτήτων, που περιλαμβάνονται στην αλυσίδα αξίας, ενώ πολλές φορές οι τουρίστες μπορούν να επιλέξουν να παρακάμψουν ορισμένες από αυτές (Christian κ.ά., 2011).

Εικόνα 1: Η παγκόσμια αλυσίδα αξίας του τουρισμού.



Πηγή: (Christian κ.ά., 2011)

1.7 Η έννοια της τουριστικής καινοτομίας

Η καινοτομία στον τουρισμό θεωρείται η εισαγωγή μιας νέας ή βελτιωμένης συνιστώσας που σκοπεύει να αποφέρει απτά και άυλα οφέλη στους τουριστικούς φορείς και στην τοπική κοινότητα, να αναβαθμίσει και να βελτιώσει την αξία της τουριστικής εμπειρίας και τις βασικές ικανότητες του τουριστικού τομέα και, ως εκ τούτου, να ενισχύσει την τουριστική ανταγωνιστικότητα και/ ή βιωσιμότητα (World Tourism Organization (UNWTO), 2019). Η καινοτομία στον τουρισμό μπορεί να καλύπτει πιθανούς τομείς, όπως τουριστικούς προορισμούς, τουριστικά προϊόντα, τεχνολογία, διαδικασίες, οργανισμούς και επιχειρηματικά μοντέλα, δεξιότητες, αρχιτεκτονική, υπηρεσίες, εργαλεία ή/και πρακτικές διαχείρισης, μάρκετινγκ, επικοινωνίας, λειτουργίας,

διασφάλισης ποιότητας και τιμολόγησης (World Tourism Organization (UNWTO), 2019).

Επομένως, η καινοτομία στον τουριστικό κλάδο έγκειται στην αναγνώριση των προτιμήσεων και απαιτήσεων των υπαρχόντων και δυνητικών πελατών και στην ενσωμάτωση των προτιμήσεων και απαιτήσεων αυτών στο προσφερόμενο τουριστικό προϊόν (Σαφέτη, 2017).

Σημαντικές προϋποθέσεις για ανάπτυξη καινοτομίας αποτελούν (Σαφέτη, 2017):

- Η ανάγκη για αλλαγή - βελτίωση.
- Η ύπαρξη διαφορετικών και ανταγωνιστικών μεταξύ τους λύσεων/προτάσεων.
- Η διαθεσιμότητα ενός ικανού φορέα αλλαγής.
- Ευελιξία του συστήματος.
- Διαθεσιμότητα των πόρων.
- Εύλογες ανταμοιβές.
- Προκαθορισμένο σύστημα δίκαιης κατανομής των πόρων.

Ενώ, οι παρακάτω τρεις αλληλοϋποστηριζόμενες προϋποθέσεις αποτελούν «το μαγικό τρίγωνο του τουρισμού» (Σαφέτη, 2017):

- Πλούτος νέων ιδεών, που συνδέονται με νέες εντυπώσεις, οι οποίες δημιουργούνται εντός του πλαισίου της τουριστικής δραστηριότητας.
- Αυξημένο κοινωνικό κεφάλαιο, το οποίο δημιουργείται από νέες κοινωνικές σχέσεις, νέες γνωριμίες και φιλικές σχέσεις.
- Η ύπαρξη μιας λογικής ανοιχτής σε νέες ιδέες και πειραματισμούς.

Στο σύγχρονο τουρισμό σημαντικές κινητήριες δυνάμεις μπορούν να χαρακτηριστούν η αισθητική, η τέχνη, η φυγή, η χαλάρωση και η μάθηση.

1.8 Η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης

Η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης του τουρισμού ή του αειφόρου τουρισμού ορίζεται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού ως εξής: *«ο τουρισμός που λαμβάνει πλήρως υπόψη του, τις υφιστάμενες και μελλοντικές οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις του και ανταποκρίνεται στις ανάγκες των επισκεπτών, του κλάδου, του περιβάλλοντος και των κοινοτήτων στους προορισμούς υποδοχής»* (Sustainable development / UNWTO, 2022).

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού οι αρχές και οι πρακτικές, οι οποίες θα πρέπει να εφαρμόζονται στο πλαίσιο του βιώσιμου και αειφόρου τουρισμού είναι

ανεξάρτητες από το είδος και τη μορφή του. Οι αρχές της αειφορίας αναφέρονται στις περιβαλλοντικές, οικονομικές και κοινωνικο-πολιτιστικές πτυχές της τουριστικής ανάπτυξης και θα πρέπει να δημιουργηθεί εκείνη η κατάλληλη ισορροπία μεταξύ αυτών των τριών διαστάσεων, ώστε να διασφαλιστεί η μακροπρόθεσμη βιωσιμότητά του.

Επομένως, είναι σημαντικό στην ανάπτυξη του αειφόρου τουρισμού να εξασφαλίζονται οι εξής αρχές:

- Βέλτιστη χρήση των περιβαλλοντικών πόρων, οι οποίοι αποτελούν βασικό στοιχείο της τουριστικής ανάπτυξης, εξασφαλίζοντας την προστασία βασικών οικολογικών συστημάτων, καθώς και τη διατήρηση της φυσικής κληρονομιάς και της βιοποικιλότητας.
- Σεβασμός ως προς την κοινωνικο-πολιτισμική αυθεντικότητα των τοπικών κοινοτήτων υποδοχής, με ταυτόχρονη εξασφάλιση της διατήρησης της υφιστάμενης πολιτιστικής κληρονομιάς, των ηθών και των εθιμών και των παραδοσιακών αξιών τους.
- Διασφάλιση βιώσιμης οικονομικής δραστηριότητας των επιχειρήσεων, παρέχοντας κοινωνικοοικονομικά οφέλη σε όλους τους ενδιαφερομένους, τα οποία είναι δίκαια κατανεμημένα, συμπεριλαμβανομένης της σταθερής απασχόλησης και ευκαιριών εισοδήματος και των κοινωνικών υπηρεσιών στις κοινότητες υποδοχής και συμβάλλοντας στην καταπολέμηση της φτώχειας.

Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη προϋποθέτει τη συμμετοχή όλων των σχετικών κοινωνικών εταίρων, οι οποίοι είναι άρτια πληροφορημένοι, καθώς και ισχυρή πολιτική ηγεσία, ώστε να εξασφαλίζεται η συναίνεση και η ευρεία συμμετοχή όλων των εμπλεκομένων.

Λαμβάνοντας υπόψη τα ανωτέρω, καθίσταται εμφανές ότι η αειφορία ή βιωσιμότητα στον τουρισμό δεν έχει να κάνει μόνο με το περιβάλλον, όπως έχει επικρατήσει, αλλά αφορά και κοινωνικά ζητήματα όπως ο υπερτουρισμός, η ασφάλεια και η προστασία της δημόσιας υγείας.

Κεφάλαιο 2. Ο τουρισμός στην Ελλάδα

Στο παρόν κεφάλαιο παρατίθενται, εν συντομία, στοιχεία και βασικά μεγέθη του ελληνικού τουριστικού κλάδου, αναλύεται το επίπεδο ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουρισμού και τέλος γίνεται μία σύντομη αναφορά στην επίδραση σημαντικών παγκόσμιων και εγχώριων γεγονότων και κρίσεων, που επηρέασαν τον ελληνικό τουρισμό, περίπου κατά τα τελευταία 15 έτη.

2.1 Στοιχεία για τον ελληνικό τουρισμό

Η Ελλάδα αποτελεί πόλο έλξης για εκατομμύρια τουριστών κάθε χρόνο, λόγω των πολλών νησιών που διαθέτει, του κλίματος που επικρατεί, των παραλιών, των αρχαιολογικών χώρων και του φυσικού τοπίου. Σύμφωνα με τα όσα αναφέρονται στη μελέτη της PricewaterhouseCoopers (PWC, 2019), περί του ελληνικού τουρισμού (Πίνακας 1), το μήκος της ακτογραμμής της Ελλάδας είναι εξαπλάσιο σε σχέση με τον μέσο ευρωπαϊκό όρο, ενώ παράλληλα διαθέτει πενταπλάσιο αριθμό παραλιών με μπλε σημαίες. Αυτά τα χαρακτηριστικά, σε συνδυασμό με τη μεγαλύτερη ηλιοφάνεια ανά ημέρα, αλλά και την πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, καθιστούν την Ελλάδα έναν δημοφιλή τουριστικό προορισμό. Όπως αποτυπώνεται και στο Διάγραμμα 1 ο αριθμός των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων μη Ελλήνων κάτοικων, κατά τη δεκαετία 2009-2019 παρουσιάζει συνεχόμενη αυξητική τάση, με τους επισκέπτες να αυξάνονται διαρκώς.

Πίνακας 1: Φυσικά και πολιτισμικά χαρακτηριστικά της Ελλάδας.

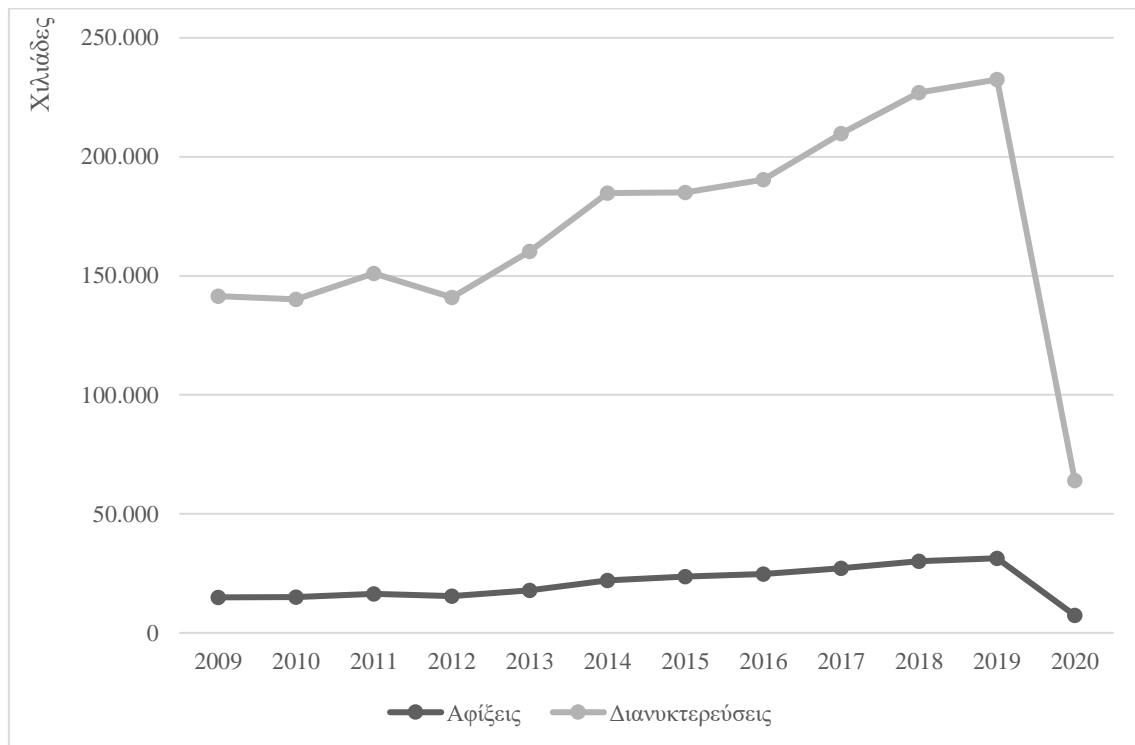
	Ελλάδα	ΕΕ-27 Μέσος όρος
Μήκος ακτογραμμής σε χιλιόμετρα	13.676	2.357
Παραλίες με σήμανση μπλε σημαίας	393	80
Ώρες ηλιοφάνειας (Ημερήσιος μέσος όρος)	7,6	5,5
Αριθμός μνημείων παγκόσμιας κληρονομιάς UNESCO	18	14

Πηγή: (PWC, 2019)

Η οικονομική συμβολή και σημασία του τουρισμού για την Ελλάδα, είτε από μακροοικονομική, είτε από μικροοικονομική σκοπιά είναι προφανής και ξεκάθαρη, εδώ

και αρκετές δεκαετίες. Ο τουρισμός επηρεάζει σε σημαντικό βαθμό κύρια μακροοικονομικά μεγέθη, καθώς και μεγέθη και δείκτες των βασικών κατηγοριών της οικονομίας. Παρατηρώντας τα παρακάτω διαγράμματα (Διάγραμμα 2, Διάγραμμα 3 και Διάγραμμα 4), γίνεται αντιληπτή η σημαντική συμβολή του τουρισμού στη διαμόρφωση του Α.Ε.Π. της χώρας, στην απασχόληση του ανθρώπινου δυναμικού, καθώς και στην εισροή συναλλάγματος. Ειδικότερα, από το Διάγραμμα 2 διαπιστώνεται ότι την περίοδο 2014-2019 η συμμετοχή του τουρισμού στο Α.Ε.Π. ανέρχεται σε ποσοστό άνω του 25%, ενώ από το έτος 2018, το ποσοστό ανέρχεται άνω του 30%, με μέγιστη κορυφή το έτος 2019 σε ποσοστό 33,40%.

Διάγραμμα 1: Συνολικός αριθμός αφίξεων και διανυκτερεύσεων τουριστών στην Ελλάδα, κατά τα έτη 2009-2020.



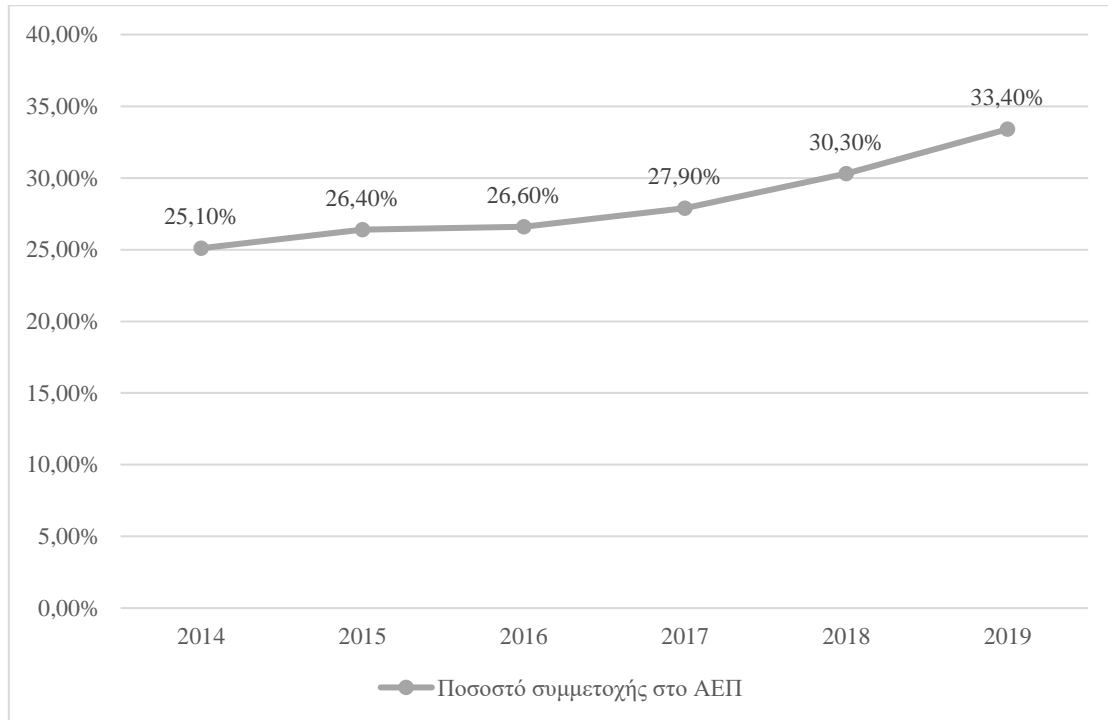
Πηγή: (INSETE, 2022b)

Σε ό,τι αφορά τη συμμετοχή του τουρισμού στη συνολική απασχόληση του ανθρώπινου δυναμικού (

Διάγραμμα 3) διαπιστώνεται ότι την περίοδο 2014-2020 το μέσο ποσοστό κυμαίνεται σταθερά περί του 9%, με τους χειμερινούς μήνες το ποσοστό να βρίσκεται περί του 8% και τους θερινούς μήνες περί του 10%. Τα έσοδα από τον εισερχόμενο τουρισμό έχουν ανοδική πορεία συνεχώς κατά την περίοδο 2009-2019. Η διαμονή, διακίνηση και η κατανάλωση των επισκεπτών υποστηρίζεται πέραν των καταλυμάτων και από ένα κύκλωμα υποκλάδων παραγωγής και διάθεσης τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών

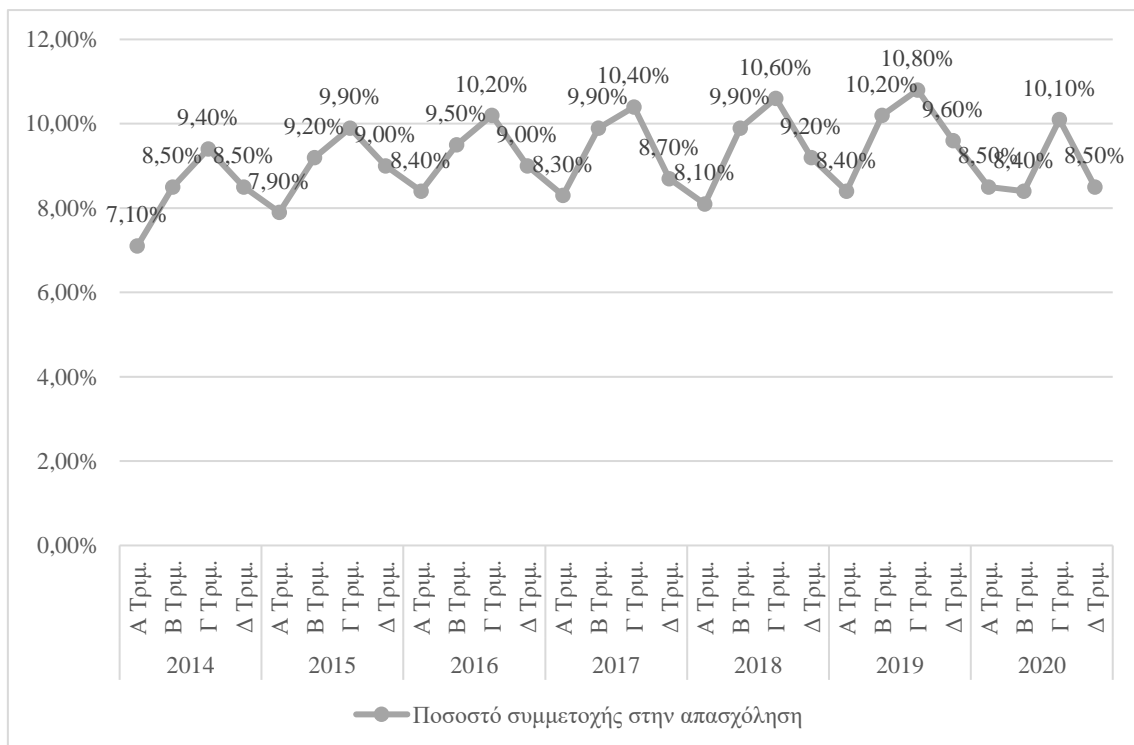
(τουριστικά γραφεία, επιχειρήσεις εστίασης - καφέ- διασκέδασης, γραφεία οδικών μεταφορών, ξεναγοί ενοικιάσεις οχημάτων κτλ.).

Διάγραμμα 2: Ποσοστό συμμετοχής του τουρισμού στο Α.Ε.Π. της Ελλάδας.



Πηγή: (INSETE, 2022b)

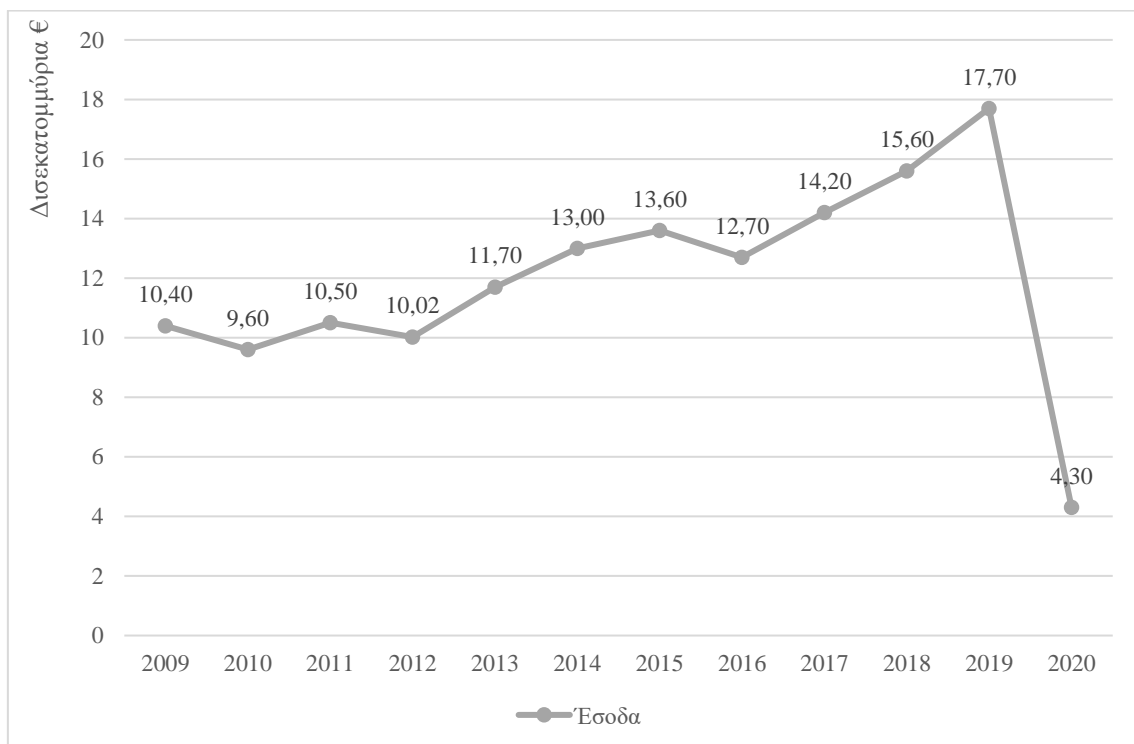
Διάγραμμα 3: Ποσοστό συμμετοχής του τουρισμού στην συνολική απασχόληση στην Ελλάδα.



Πηγή: (INSETE, 2022b)

Πέραν όμως των ανωτέρω επιχειρήσεων, που προσφέρουν το άμεσο τουριστικό προϊόν, υπάρχει ένα άλλο κύκλωμα, υποστηρικτικό στο τουριστικό προϊόν, το οποίο περιλαμβάνει διάφορους κλάδους που δεν είναι αμιγώς τουριστικοί (τράπεζες, οδικές και θαλάσσιες μεταφορές, υπηρεσίες λιμένων, πρατήρια καυσίμων, καταστήματα τροφίμων κτλ.). Επομένως, πίσω από όλους τους προαναφερόμενους κλάδους βρίσκεται το σύνολο σχεδόν των κλάδων της εγχώριας μεταποιητικής παραγωγής καταναλωτικών αγαθών και υπηρεσιών, καθώς και κεφαλαιουχικών αγαθών για τον τουρισμό. Άρα είναι προφανές ότι ο τουρισμός συμβάλλει σε όλο το φάσμα της οικονομίας της Ελλάδας.

Διάγραμμα 4: Έσοδα από τον εισερχόμενο τουρισμό στην Ελλάδα.

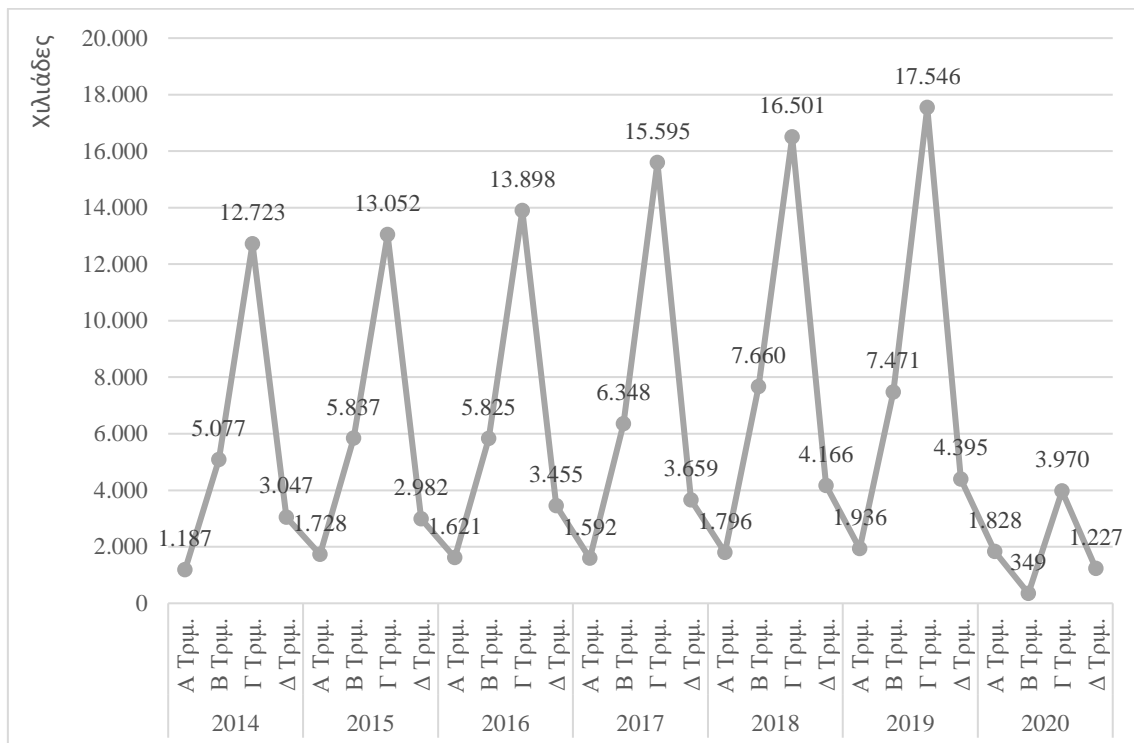


Πηγή: (INSETE, 2022b)

Ο τουρισμός στην Ελλάδα στηρίχθηκε εδώ και πολλές δεκαετίες στο μοντέλο «Ήλιος και Θάλασσα», το οποίο προωθεί ως πρωταρχική την έννοια της ξεκούρασης και χαλάρωσης σε καλοκαιρινό τοπίο, χωρίς περαιτέρω επεκτάσεις που να αφορούν την πολιτιστική ιδιαιτερότητα του τόπου προορισμού και το οποίο εξακολουθεί μέχρι σήμερα να αποτελεί τον κύριο άξονα προώθησης του τουριστικού προϊόντος της. Η επικράτηση του μοντέλου αυτού, είναι αναπόφευκτη λόγω των ιδανικών φυσικών συνθηκών που επικρατούν στην Ελλάδα, δηλαδή του κλίματος, του μεγάλου αριθμού νησιών και ακτών, των διαφόρων εθίμων και εορτών θρησκευτικού περιεχομένου, καθώς και της σύμπτωσης των σχολικών διακοπών με την έλευση των θερινών μηνών και έχουν, κατά συνέπεια, οδηγήσει στην

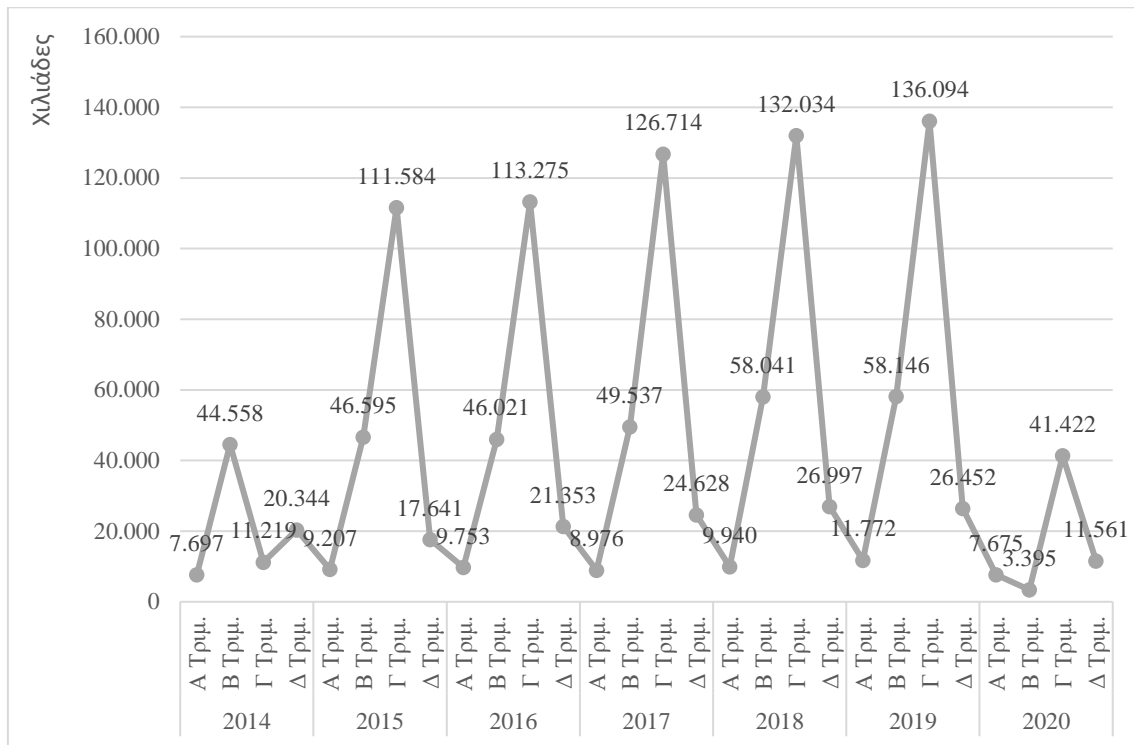
εποχικότητα του τουρισμού στην Ελλάδα. Αυτή η εποχικότητα του τουρισμού αντικατοπτρίζεται με σαφήνεια στα παρακάτω διαγράμματα (Διάγραμμα 5 και Διάγραμμα 6). Από τα ως άνω, προκύπτει ότι κατά τους θερινούς μήνες (Γ τρίμηνο) διαπιστώνεται η μέγιστη κίνηση τουριστών, ενώ ακολουθεί η άνοιξη και κατά τις υπόλοιπες περιόδους η τουριστική κίνηση είναι συγκριτικά ισχνή. Επιπλέον, τα ανωτέρω ενισχύονται και από το γεγονός ότι ο κύριος λόγος ταξιδιού προς την Ελλάδα είναι η αναψυχή, ο οποίος καταλαμβάνει ποσοστό 75,20% των συνολικών αφίξεων, όπως αποτυπώνεται στο Διάγραμμα 7, καθώς και το 79,60% των συνολικών διανυκτερεύσεων, όπως αποτυπώνεται στο Διάγραμμα 8.

Διάγραμμα 5: Κατανομή αφίξεων μη κατοίκων στην Ελλάδα, ανά τρίμηνο, κατά τα έτη 2014-2020.



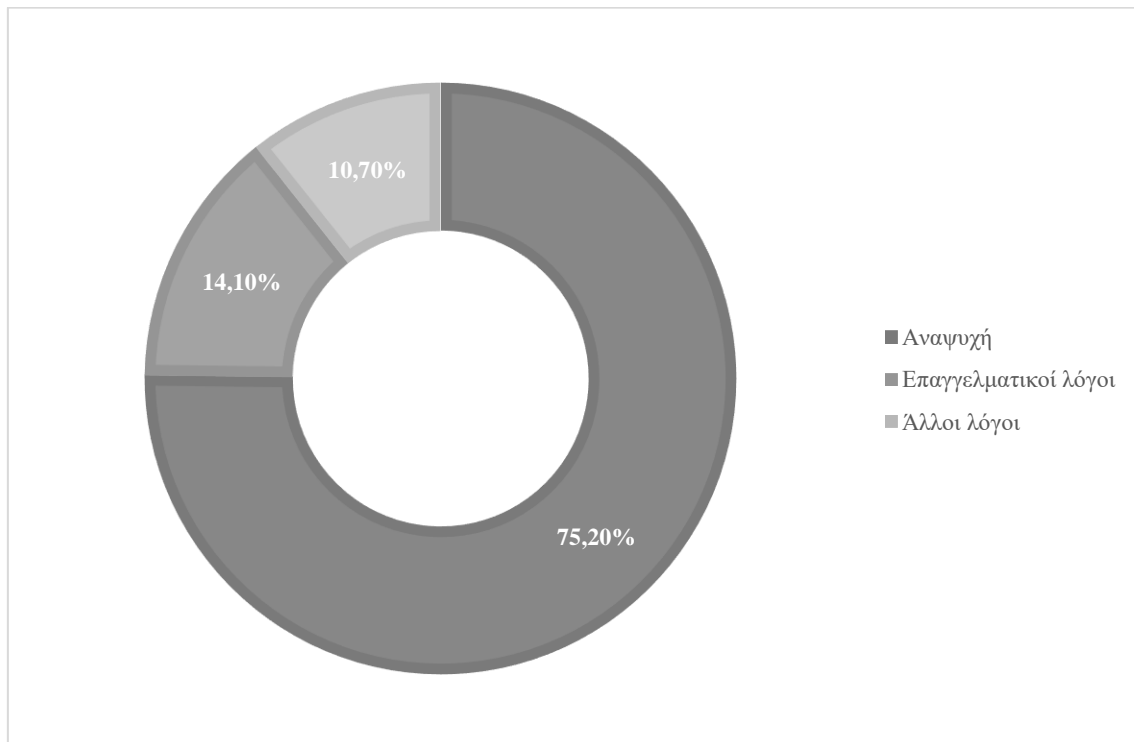
Πηγή: (INSETE, 2022b)

Διάγραμμα 6: Κατανομή διανυκτερεύσεων μη κατοίκων στην Ελλάδα, ανά τρίμηνο, κατά τα έτη 2014-2020.



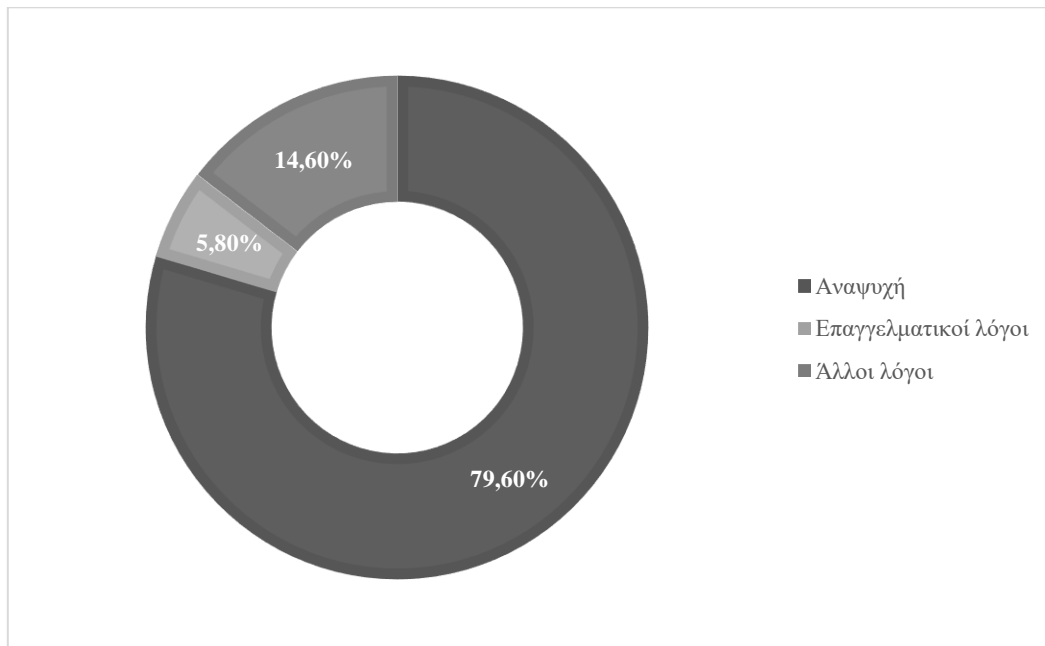
Πηγή: (INSETE, 2022b)

Διάγραμμα 7: Σφραγματική κατανομή αφίξεων μη κατοίκων στην Ελλάδα, ανά λόγο ταξιδιού, κατά τα έτη 2014-2020.



Πηγή: (INSETE, 2022b)

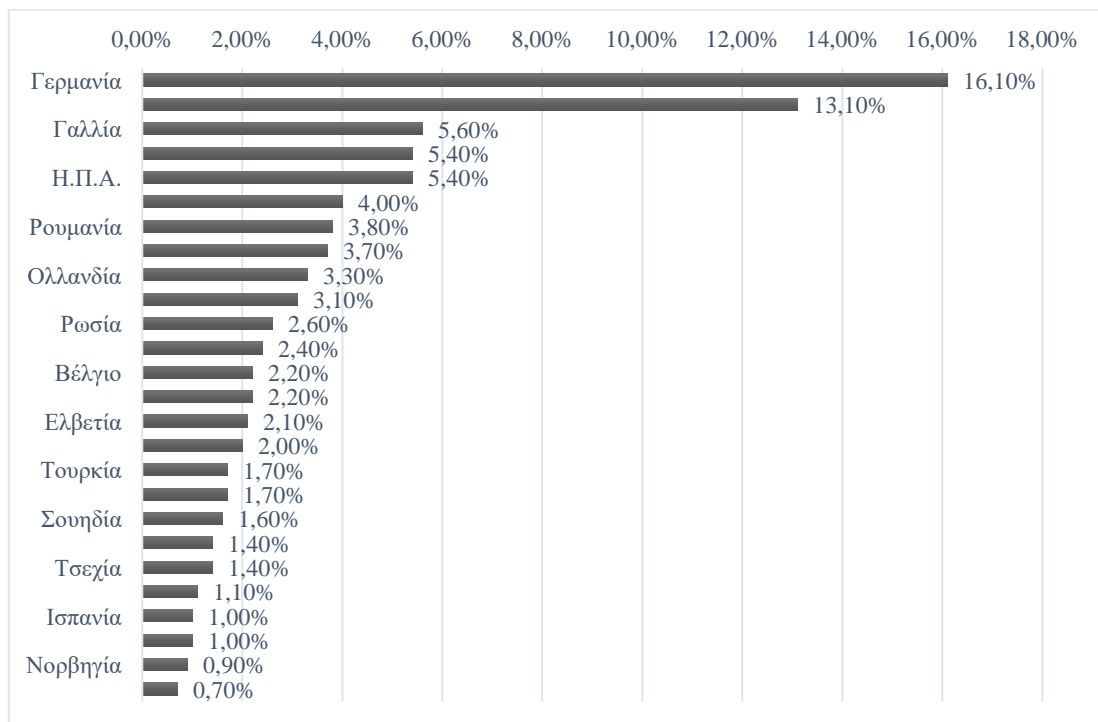
Διάγραμμα 8: Σφραυετική κατανομή διανυκτερεύσεων μη κατοίκων στην Ελλάδα, ανά λόγο ταξιδιού, κατά τα έτη 2014-2020.



Πηγή: (INSETE, 2022b)

Χώρες προέλευσης των επισκεπτών προς την Ελλάδα αποτελούν, κατά κύριο λόγο, η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γαλλία, η Ιταλία, οι Η.Π.Α., η Ρουμανία και η Ρωσία (Διάγραμμα 9).

Διάγραμμα 9: Ποσοστό προέλευσης ανα χώρα των μη κατοίκων στην Ελλάδα, βάσει των διανυκτερεύσεων για το έτος 2019.



Πηγή: (INSETE, 2022b)

Σε ό,τι αφορά την κατανομή των τουριστών ανά εθνικότητα στις περιφέρειες της Ελλάδας (Εικόνα 2), σύμφωνα με τα στοιχεία για το έτος 2019, παρατηρείται ότι τουρίστες των χωρών της Ευρώπης και των Η.Π.Α. επισκέπτονται τη νότια και νησιωτική Ελλάδα, ενώ τουρίστες προερχόμενοι από βαλκανικές χώρες και τη Ρωσία επισκέπτονται κατά κύριο λόγο τη Βόρεια Ελλάδα.

Στους πίνακες που ακολουθούν (Πίνακας 2 και Πίνακας 3) αποτυπώνονται τα βασικά μεγέθη και δείκτες απόδοσης των πέντε σημαντικότερων αγορών της Ελλάδας, καθώς και της αγοράς της Ρωσίας. Από την ανάλυση των αντίστοιχων στοιχείων του εισερχόμενου τουρισμού (Πίνακας 2) για το έτος 2019 οι έξι αυτές χώρες, αθροιστικά συνεισφέρουν το 40,6% των επισκέψεων (14.869 χιλ.), το 48,1% των διανυκτερεύσεων (111.761 χιλ.) και το 52,3% (9.243 εκατ.) των ταξιδιωτικών εισπράξεων.

Εικόνα 2: Εθνικότητα των επισκεπτών ανά περιφέρεια της Ελλάδος (τρεις πρώτες θέσεις) για το έτος 2019.



Πηγή: (INSETE, 2022b)

Πίνακας 2: Βασικά μεγέθη των πέντε σημαντικότερων αγορών της Ελλάδας για το έτος 2019.

Χώρες	Επισκέψεις (χιλ.)		Διανυκτερεύσεις (χιλ.)		Ταξιδιωτικές Εισπράξεις (εκ.)	
	2019	Συνεισφορά επί του συνόλου	2019	Συνεισφορά επί του συνόλου	2019	Συνεισφορά επί του συνόλου
Γερμανία	4.436	12,11%	37.313	16,05%	2.959	16,74%
Ηνωμένο Βασίλειο	3.809	10,39%	30.349	13,06%	2.564	14,50%
Η.Π.Α.	2.183	5,96%	12.457	5,36%	1.189	6,73%
Γαλλία	1.913	5,22%	12.946	5,57%	1.090	6,17%
Ιταλία	1.856	5,07%	12.609	5,42%	1.009	5,71%
Ρωσία	672	1,83%	6.087	2,62%	433	2,45%
Υποσύνολο	14.869	40,58%	111.761	48,08%	9.244	52,29%
Σύνολο χωρών	36.643		232.464		17.680	

Πηγή: (INSETE, 2022b)

Σχετικά με τους δείκτες απόδοσης (Πίνακας 3), από τις υπό ανάλυση χώρες, την υψηλότερη δαπάνη ανά επίσκεψη καταγράφουν οι επισκέπτες από το Ηνωμένο Βασίλειο (673 €). Την υψηλότερη δαπάνη ανά διανυκτέρευση την καταγράφουν οι επισκέπτες από τις Η.Π.Α. (95 €). Τέλος, η μικρότερη διάρκεια παραμονής ανά Περιφέρεια καταγράφεται από τους επισκέπτες των Η.Π.Α. (5,7) και η μεγαλύτερη από τους Ρώσους επισκέπτες (9,1).

Πίνακας 3: Δείκτες απόδοσης των πέντε σημαντικότερων αγορών της Ελλάδος για το έτος 2019.

Χώρες	Βασικοί Δείκτες Απόδοσης		
	Δαπάνη ανά επίσκεψη	Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση	Μέση Διάρκεια Παραμονής
Γερμανία	667 €	79 €	8,4
Ηνωμένο Βασίλειο	673 €	84 €	8,0
Η.Π.Α.	545 €	95 €	5,7
Γαλλία	570 €	84 €	6,8
Ιταλία	543 €	80 €	6,8
Ρωσία	645 €	71 €	9,1
Σύνολο χωρών	482 €	76 €	6,3

Πηγή: (INSETE, 2022b)

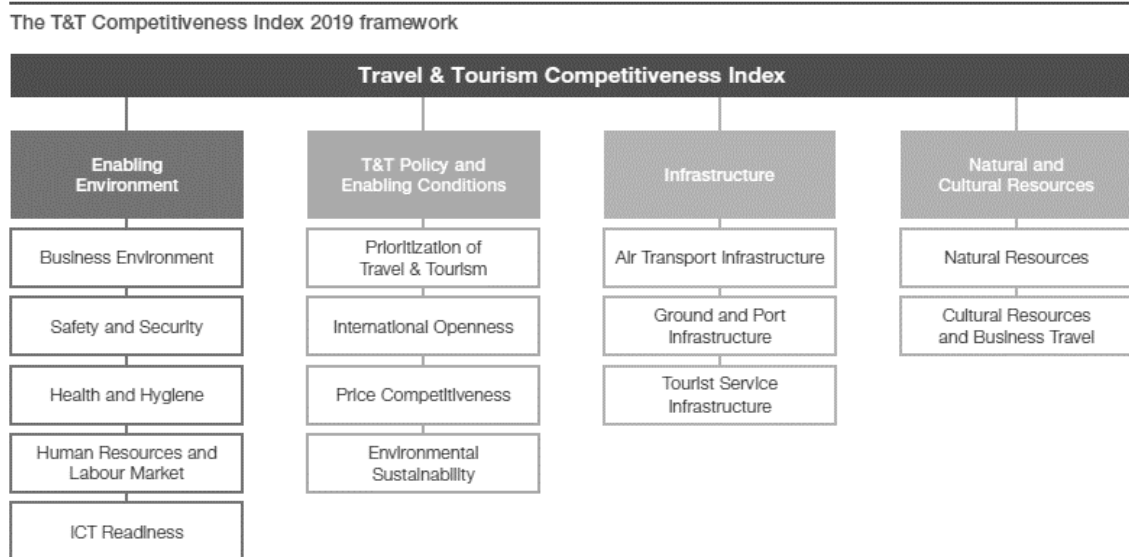
2.2 Το επίπεδο ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουρισμού

Στο προηγούμενο υποκεφάλαιο παρατέθηκαν κάποια βασικά στοιχεία σχετικά με τη συμβολή του τουρισμού στην οικονομία της Ελλάδας και τα οποία συνδέονται με την οικονομική ανάπτυξη του συνόλου της χώρας. Αυτή η κριτική παράθεση στοιχείων

συνεχίζεται και στον παρόν υποκεφάλαιο, υπό το πρίσμα, της περαιτέρω κατανόησης της προφοράς και της αξιολόγησης του τουριστικού προϊόντος της Ελλάδας, στο σύνολο της χώρας με κριτική σκοπία και στην υπό μελέτη περιοχή, της Χαλκιδικής.

Το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ διεξάγει κάθε 2-3 χρόνια μελέτη περί της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού μεταξύ 140 χωρών, χρησιμοποιώντας έναν Δείκτη Ανταγωνιστικότητας Ταξιδιών και Τουρισμού, «Travel & Tourism Competitiveness Index - TTCI», (WEF, 2019). Ο δείκτης αυτός λαμβάνει υπόψη του και αξιολογεί στοιχεία, για κάθε χώρα, όπως το επιχειρηματικό περιβάλλον, τις υποδομές, τις συνθήκες υγείας και υγιεινής και άλλα στοιχεία. Ο δείκτης απαρτίζεται από 14 κύριους πυλώνες όπως απεικονίζονται παρακάτω (Εικόνα 3) και 90 διαφορετικούς και ανεξάρτητους δείκτες, μεταξύ των διαφόρων πυλώνων, μετρώντας παράγοντες και πολιτικές που επιτρέπουν την αειφόρο ανάπτυξη του τομέα των ταξιδιών και του τουρισμού, συμβάλλοντας στην ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα μιας χώρας.

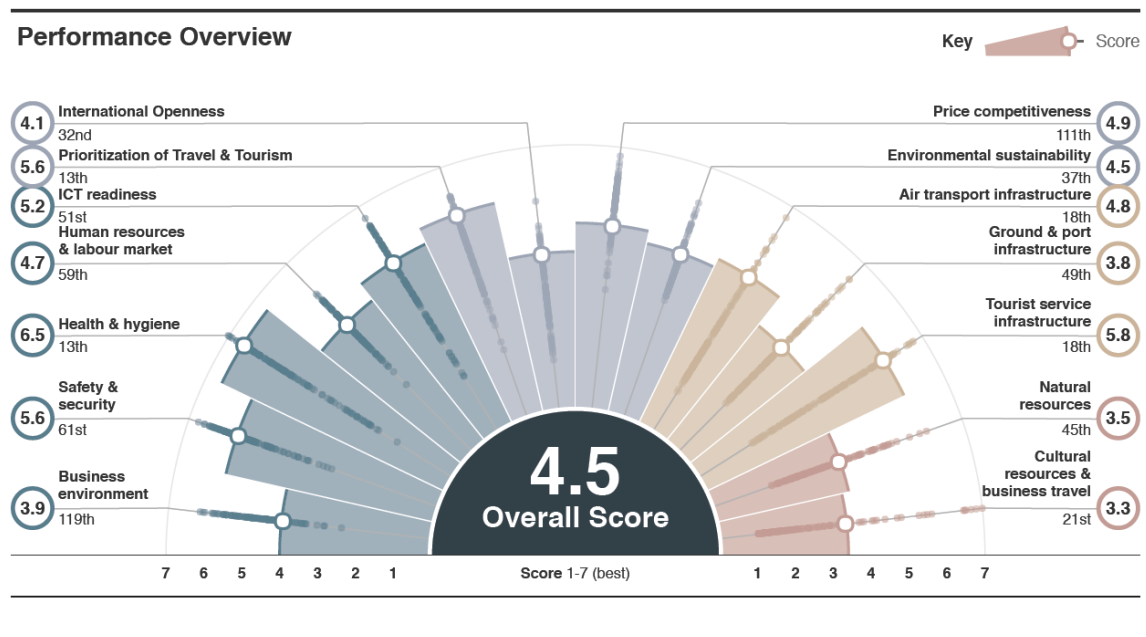
Εικόνα 3: Κύριοι πυλώνες σύνθεσης του δείκτη TTCI, περί αξιολόγησης της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού των χωρών, από το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (WEF).



Πηγή:(WEF, 2019)

Σύμφωνα με την αντίστοιχη μελέτη, που διεξήχθη το 2019 (WEF, 2019), η Ελλάδα κατατάσσεται στην 25η θέση, μεταξύ 140 χωρών, με συνολικό σκορ 4,5, σε μία κλίμακα μεταξύ 1-7, όπου με 1 αξιολογείται το χειρότερο και με 7 το καλύτερο (Εικόνα 4).

Εικόνα 4: Απόδοση της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού της Ελλάδας μεταξύ 140 χωρών, βάσει του δείκτη TTCI.



Πηγή: (WEF, 2019)

Σύμφωνα με τις αντίστοιχες μελέτες για τα έτη 2017 και 2015, η κατάταξη της Ελλάδας ήταν 24^η και 31^η θέση, αντίστοιχα (Πίνακας 4).

Κύριοι και άμεσοι ανταγωνιστές της Ελλάδας στον τομέα του τουρισμού είναι χώρες της Μεσογείου, οι οποίες διαθέτουν το μοναδικό συνδυασμό του ήπιου κλίματος, της πλούσιας ιστορίας και του πολιτισμού, των εξαιρετικών φυσικών πόρων και της εγγύτητας με τις μεγάλες αγορές. Επομένως, χώρες όπως Γαλλία, Ιταλία, Ισπανία, Πορτογαλία, Αίγυπτος, Τουρκία, Κύπρος, Μάλτα, Τυνησία και Κροατία, αποτελούν άμεσους ανταγωνιστές της Ελλάδος ως προς τον τουριστικό κλάδο. Η Ελλάδα σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες της Μεσογείου βρίσκεται στην 5^η θέση, μετά την Ισπανία, τη Γαλλία, την Ιταλία και την Πορτογαλία (Πίνακας 4).

Πίνακας 4: Η Ανταγωνιστικότητα της Ελλάδος σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες της Μεσογείου, βάσει του δείκτη TTCI, για τα έτη 2015, 2017 και 2019.

Χώρα	Κατάταξη με βάση τον δείκτη TTCI		
	2019	2017	2015
Ισπανία	1	1	1
Γαλλία	2	2	2
Ιταλία	8	8	8
Πορτογαλία	12	14	15
Ελλάδα	25	24	31
Κροατία	27	32	33

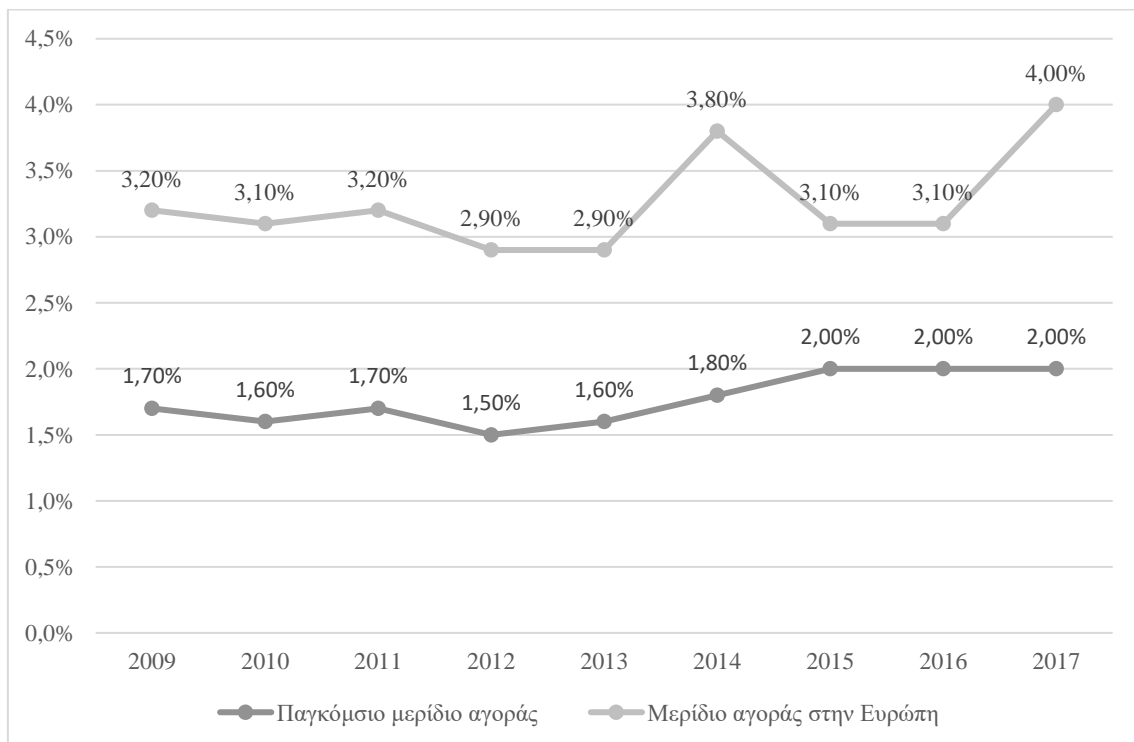
Κύπρος	44	52	36
Μάλτα	35	36	40
Τουρκία	43	44	44
Τυνησία	85	87	79
Αίγυπτος	65	74	83

Πηγή: (WEF, 2019)

Το μερίδιο της αγοράς τουρισμού που κατέχει η Ελλάδα σε παγκόσμιο επίπεδο ανέρχεται μεταξύ 1,5 % - 2,0 % και σε ευρωπαϊκό επίπεδο μεταξύ 3%-4%, για την χρονική περίοδο 2009-2017 (Διάγραμμα 10).

Από έρευνα και μελέτη που διεξήγαγε το Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (INSETE, 2018) σχετικά με την αξιολόγηση της Ελλάδος σε σχέση με τον ανταγωνισμό στη νότια Ευρώπη, βάσει της εμπειρίας των τουριστών, προέκυψαν τα αποτελέσματα που φαίνονται στην Εικόνα 5.

Διάγραμμα 10: Μερίδιο της Ελλάδας στην παγκόσμια και ευρωπαϊκή αγορά του τουρισμού, για την χρονική περίοδο 2009-2017.



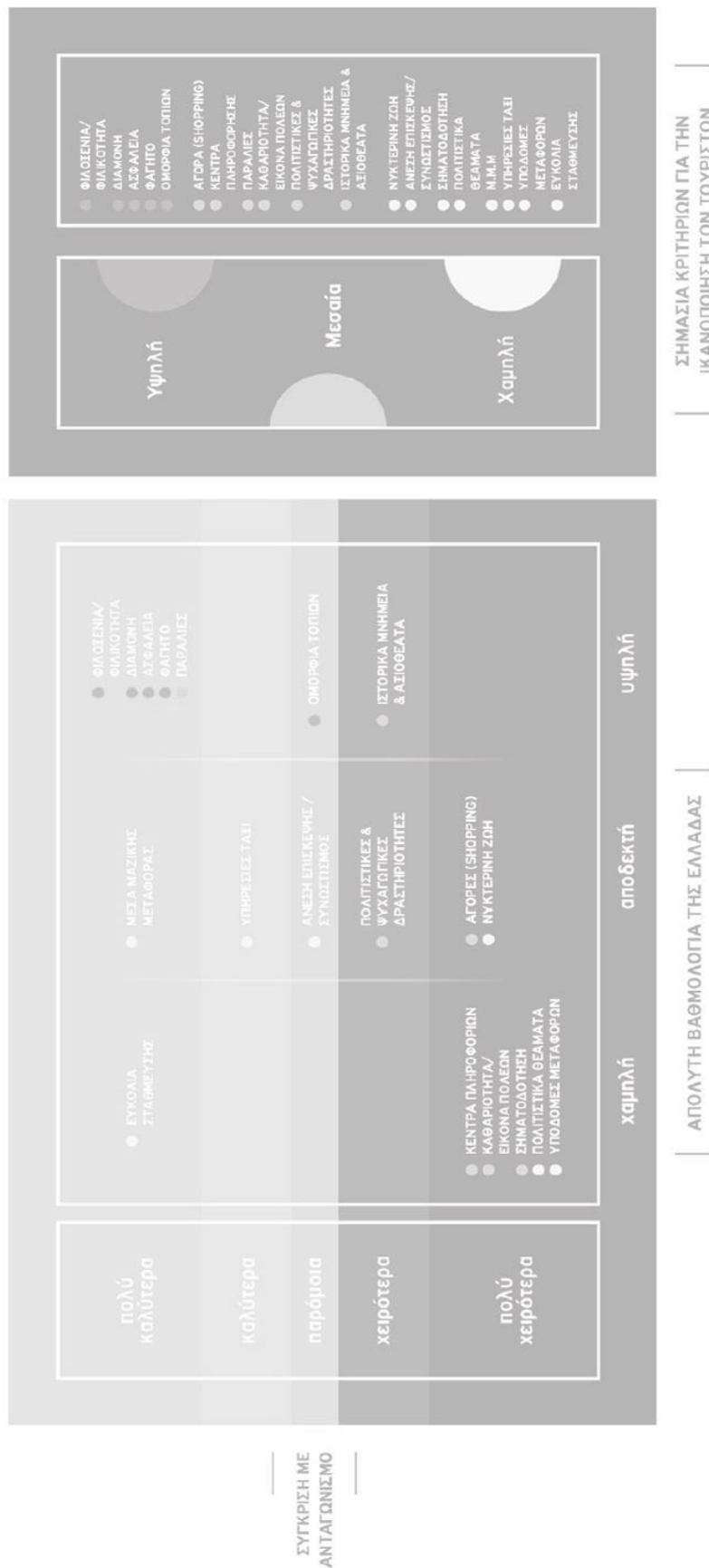
Πηγή: (SETE, 2022)

Από τα αποτελέσματα της έρευνας (INSETE, 2018) προκύπτει ότι στα πλεονεκτήματα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος συγκαταλέγονται στοιχεία όπως, η φιλικότητα των κατοίκων και οι πολύ θετικές επιδόσεις στην εξυπηρέτηση των επισκεπτών από το ανθρώπινο δυναμικό στα καταλύματα, στα καταστήματα εστίασης, στα μουσεία, στις

δημόσιες μεταφορές, αλλά και η αίσθηση ασφάλειας και η καλή σχέση ποιότητας-τιμής, τα οποία αποτελούν και τους βασικούς άξονες παράγοντες που καθιστούν τη χώρα μας εξαιρετικά ανταγωνιστική. Τα υψηλά επίπεδα ικανοποίησης σχετικά με τη διαμονή και την ποιότητα του φαγητού, επίσης, διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της εμπειρίας των επισκεπτών. Εξαιρετική είναι επίσης και η εμπειρία στις παραλίες, με εξαίρεση την καθαριότητα όπου η χώρα μας υστερεί σημαντικά έναντι του ανταγωνισμού. Σε επίπεδο μέσων μαζικής μεταφοράς, η Ελλάδα βρίσκεται σε αποδεκτά επίπεδα, λίγο υψηλότερα από τον ανταγωνισμό και ιδιαίτερα ως προς τις τιμές.

Στον αντίποδα, η Ελλάδα υστερεί σημαντικά έναντι των ανταγωνιστριών χωρών σε ζητήματα που σχετίζονται με την καθαριότητα, την άναρχη πολεοδομία και ευκολία περιήγησης, τις οδικές υποδομές και τη σηματοδότηση στους τουριστικούς προορισμούς. Όσον αφορά στους πολιτιστικούς πόρους, η Ελλάδα βαθμολογείται θετικά στο κλασικό προϊόν (ιστορικά μνημεία, αξιοθέατα, κλπ.), ωστόσο καταγράφεται η αναγκαιότητα για ανάπτυξη μιας ευρύτερης ποικιλομορφίας (σε επίπεδο προϊόντος, όχι πόρων)-π.χ. Βυζαντινός, νεότερος και σύγχρονος ελληνικός πολιτισμός αλλά και αναβάθμιση της παρουσίασης των πολιτιστικών πόρων με περισσότερο ενδιαφέροντες τρόπους για τον επισκέπτη (storytelling), πέρα από τη βασική τεκμηρίωση που προσφέρεται. Αρνητική είναι και η εικόνα για άλλους παράγοντες που είναι εξίσου σημαντικοί για τους τουρίστες με ενδιαφέρον στον πολιτισμό, όπως είναι η κατάσταση και η καθαριότητα εντός και εκτός των αρχαιολογικών χώρων, η εικόνα των πόλεων, αλλά και το φάσμα αγοραστικών επιλογών (shopping), οι επιλογές για ψυχαγωγικές δραστηριότητες κλπ. Αντίστοιχα, η χώρα μειονεκτεί σημαντικά στην παροχή επαρκούς πληροφόρησης τόσο μέσω των κέντρων πληροφόρησης (info-centers) όσο και της ποιότητας των διαθέσιμων εφαρμογών κινητής τηλεφωνίας (mobileapps). Επίσης, οι περιορισμένες επιλογές και η χαμηλή σχέση ποιότητας-τιμής ως προς το shopping καταγράφεται ως παράγοντας που χρήζει βελτίωσης ειδικά στους citybreak προορισμούς (INSETE, 2018).

Εικόνα 5: Πίνακας κατάταξης της Ελλάδος, έναντι των ανταγωνιστών της Νότιας Ευρώπης, σύμφωνα με το δείκτη ανταγωνιστικότητας TRAVELSAT.



Πηγή: (INSETE, 2018)

2.3 Ελληνικός τουρισμός και παγκόσμιες κρίσεις

Στον απόηχο της Παγκόσμιας Οικονομικής Ύφεσης, μεταξύ των ετών 2007-2009, η ελληνική οικονομία δεν ήταν δυνατόν παραμείνει ανεπηρέαστη από τις παγκόσμιες εξελίξεις. Η «ελληνική κρίση» όμως είχε δύο σκέλη, το πρώτο σκέλος, το οποίο εμφανίστηκε στα τέλη του 2009, ήταν η ελληνική κρίση χρέους, με την αδυναμία αποπληρωμής του δημόσιου χρέους, ενώ το δεύτερο σκέλος ήταν η οικονομική ύφεση της ελληνικής οικονομίας, η οποία εμφανίστηκε στα τέλη του 2008, με αυξανόμενη ανεργία, μείωση των πραγματικών εισοδημάτων και γενική πτώση της ζήτησης.

Στα τέλη του 2009 εμφανίστηκε η ελληνική οικονομική κρίση πυροδοτούμενη από την παγκόσμια οικονομική ύφεση, τις δομικές αδυναμίες της ελληνικής οικονομίας και την έλλειψη ευελιξίας δημοσιονομικής πολιτικής ως μέλος της ζώνης του ευρώ, σε συνδυασμό και με την αποκάλυψη περί πλασματικών στατιστικών στοιχείων της προηγούμενης περιόδου για τα βασικά μεγέθη της οικονομίας και δη για το δημόσιο χρέος. Η αδυναμία απόκρισης του δημοσίου στις απαιτήσεις, αλλά και οι αναθεωρήσεις προς το δυσμενέστερο των στατιστικών για το έλλειμμα του προϋπολογισμού και το δημόσιο χρέος, οδήγησε σε απώλεια εμπιστοσύνης στην ελληνική οικονομία με την απότομη άνοδο των spreads και την υποβάθμιση της πιστοληπτικής ικανότητας. Αποτέλεσμα των ανωτέρω ήταν η κυβέρνηση να θεσπίσει 13 εγκυκλίους φορολογικών μεταρρυθμίσεων, περικοπών δαπανών, μεταρρυθμίσεων, αλλά και την εφαρμογή τριών προγραμμάτων διάσωσης, τα λεγόμενα "μνημόνια". Η κρίση χρέους θεωρείται ότι έληξε το 2018 με την ολοκλήρωση του Τρίτου "Μνημονίου" ή τον Σεπτέμβριο του 2019 με την πλήρη άρση των κεφαλαιακών ελέγχων που είχαν επιβληθεί. (Wikipedia, 2022).

Ο τουρισμός αποτέλεσε βασικό τομέα της ελληνικής οικονομίας στον οποίο στηρίχθηκε η ελληνική οικονομία προκειμένου να ανακάμψει. Από το 2013 έως το 2019 ο τουρισμός στην Ελλάδα διένυσε τη «χρυσή» περίοδό του, στηρίζοντας την οικονομία και την κοινωνία στα δύσκολα χρόνια, ενώ πολλοί αναλυτές προσπαθούσαν να αναλύσουν και να προβλέψουν τους παράγοντες που θα μπορούσαν να ανακόψουν την ανοδική πορεία του, πέρα από ένα ή δύο χρόνια αναμενόμενης διόρθωσης. Η απάντηση ήρθε αιφνιδιαστικά και ήταν η εμφάνιση της πανδημίας του κορωνοϊού SARS-Covid 19.

Το πρώτο κρούσμα του νέου κορωνοϊού είχε εντοπιστεί το Δεκέμβριο του 2019 στη Γουχάν της ηπειρωτικής Κίνας και ακολούθησε η εξάπλωση του σε όλο τον κόσμο με άγνωστες τότε τις όποιες συνέπειες του. Το ξέσπασμα της πανδημίας οδήγησε σε εκατομμύρια επιβεβαιωμένα κρούσματα και θανάτους σε όλο τον κόσμο και επηρέασε ανθρώπους, κοινότητες, εταιρείες και οργανισμούς παγκοσμίως. Οι κυβερνήσεις των

χώρων σε συνεργασία με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας προχώρησαν άμεσα στη λήψη μιας σειράς έκτακτων μέτρων και απαγορεύσεων σε παγκόσμιο επίπεδο, συμπεριλαμβανομένων και ταξιδιωτικών περιορισμών, προκειμένου να προστατευτεί η δημοσία υγεία. Αποτέλεσμα όλων των ανωτέρω ήταν να πληγούν πολλοί τομείς της οικονομίας, με τον κλάδο του τουρισμού να δέχεται ένα από τα πιο ισχυρά πλήγματα, με συνέπειες τόσο στην προσφορά όσο και στη ζήτηση. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO), ο παγκόσμιος τουρισμός την περίοδο 2019-2020 κατέγραψε μείωση διεθνών αφίξεων κατά 74% το οποίο μεταφράζεται σε απώλειες περίπου 1,08 δισ. διεθνών αφίξεων, λόγω της άνευ προηγουμένου μείωσης της ζήτησης και των εκτεταμένων ταξιδιωτικών περιορισμών. Η κατάρρευση του παγκόσμιου τουρισμού, μεταφράζεται σε απώλειες \$ 1,3 τρισ. σε έσοδα από εξαγωγές, 11 φορές περισσότερα από τις απώλειες που καταγράφηκαν κατά την διάρκεια της χρηματοπιστωτικής κρίσης το 2009, ενώ παράλληλα η πανδημία έθεσε σε κίνδυνο 100 με 120 εκατ. άμεσες θέσεις εργασίας στον τουριστικό κλάδο, τις περισσότερες εκ των οποίων σε μικρές και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις (INSETE, 2021b).

Σε αυτό το δυσμενές τουριστικό περιβάλλον, ο ελληνικός τουρισμός δεν θα μπορούσε να μείνει αλώβητος. Το 2019, περισσότεροι από 30 εκατομμύρια τουρίστες έφτασαν στην Ελλάδα, οδηγώντας σε 18,2 δισεκατομμύρια ευρώ από διεθνείς τουριστικές εισπράξεις. Οι προβλέψεις για το 2020 έμοιαζαν ακόμη πιο θετικές μέχρι την εμφάνιση της πανδημίας στη χώρα, όπου η ελληνική τουριστική αγορά κατέρρευσε μαζί με όλες τις άλλες τουριστικές αγορές στην Ευρώπη και τον κόσμο. Οι κραδασμοί δοκίμασαν τις αντοχές όλων των κρίκων του τουριστικού προϊόντος, αλλά και των τοπικών κοινωνιών. Επιχειρηματίες, κράτος και τοπικές κοινωνίες διαχειρίστηκαν την ακραία κρίση με περισσότερο και λιγότερο επιτυχημένους τρόπους.

Συγκεκριμένα, ο ελληνικός εισερχόμενος τουρισμός την περίοδο μεταξύ των ετών 2019-2020, κατέγραψε μείωση αφίξεων κατά 76,50% (από 31.348 χιλ. το 2019 σε 7.374 χιλ. το 2020) και μείωση εισπράξεων κατά 75,60% (από 17.680 εκατ. € το 2019 σε 4.310 εκατ. € το 2020). Η μείωση των βασικών μεγεθών του εισερχόμενου τουρισμού αποτυπώνεται στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 5).

Σχετικά με τον εγχώριο τουρισμό την περίοδο μεταξύ των ετών 2019-2020, η μείωση που καταγράφηκε ήταν μικρότερη σε σχέση με τον εισερχόμενο τουρισμό. Ειδικότερα, η εγχώρια τουριστική δαπάνη για ταξίδια με τουλάχιστον μία διανυκτέρευση μειώθηκε κατά 11,90% (από 1.599 εκατ. το 2019 σε 1.409 εκατ. το 2020), ενώ τα ταξίδια μειώθηκαν κατά 12,30% (από 4,9 εκατ. ταξίδια το 2019 σε 4,3 εκατ. ταξίδια το 2020)

(INSETE, 2021b). Η μείωση των βασικών μεγεθών του εγχώριου τουρισμού αποτυπώνεται στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 6).

Πίνακας 5: Βασικά μεγέθη του εισερχόμενου τουρισμού κατά την περίοδο των ετών 2019-2020.

	2019	2020	% Μεταβολή
Έσοδα (εκ. €)	17.680	4.310	-75,6%
Διανυκτερεύσεις (χιλ.)	232.464	64.053	-72,4%
Αφίξεις (χιλ.)	31.348	7.374	-76,5%
Μέση διάρκεια παραμονής	7,40	8,70	17,6%
Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη	564	584	3,5%
Δαπάνη/Διανυκτέρευση	76	67	-11,8%

Πηγή: (INSETE, 2021b)

Παρ' όλη την σημαντική μείωση που σημείωσαν τα τουριστικά μεγέθη της Ελλάδας, η απασχόληση στις δραστηριότητες υπηρεσιών παροχής καταλύματος και εστίασης υποχώρησε σημαντικά λιγότερο σε ποσοστό κατά 10,0%, (από 381,9 χιλ. το 2019 σε 343,6 χιλ. το 2020) ως επακόλουθο πρωτοβουλιών και μέτρων που ελήφθησαν από το κράτος για την στήριξη της απασχόλησης και των επιχειρήσεων (INSETE, 2021b).

Πίνακας 6: Βασικά μεγέθη του εγχώριου τουρισμού κατά την περίοδο των ετών 2019-2020.

	2019	2020	% Μεταβολή
Ταξίδια (χιλ.)	4.942	4.332	-12,3%
Δαπάνη (εκ. €)	1.599	1.409	-11,9%
Διανυκτερεύσεις (χιλ.)	53.651	52.729	-1,7%
Μέση διάρκεια παραμονής	10,90	12,20	11,9%
Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη	324	325	0,3%
Δαπάνη/Διανυκτέρευση	30	27	-10,0%

Πηγή: (INSETE, 2021b)

Κατά το έτος 2021, αν και δεν ήταν ακόμα διαθέσιμα τα επίσημα στοιχεία κατά τη συγγραφή της παρούσας εργασίας, κατά κοινή ομολογία όλων των εμπλεκόμενων φορέων του τουρισμού τα βασικά μεγέθη του τουρισμού βελτιώθηκαν αρκετά, σε σχέση με το έτος 2020, καθώς ο εμβολιασμός του πληθυσμού κατά του ιού της πανδημίας συνέβαλλε στην χαλάρωση των περιοριστικών μέτρων για τις μετακινήσεις. Η χαλάρωση των μέτρων σε συνδυασμό με την έντονη επιθυμία των ατόμων για ταξίδια, είτε για σκοπούς χαλάρωσης και διακοπών είτε για επαγγελματικούς λόγους, μετά τους

συνεχόμενους περιορισμούς-εγκλεισμούς, οδήγησε στην αύξηση των ταξιδιών και της τουριστικής κίνησης.

Από το φθινόπωρο του έτους 2021, με τη συνέχιση των εμβολιασμών επετεύχθη σημαντικό τοίχος ανοσίας έναντι του κορωνοϊού SARS-Covid 19 και τα περιοριστικά μέτρα των κυβερνήσεων μειώθηκαν αρκετά με αποτέλεσμα τη βελτίωση των συνθηκών για τουριστικές δραστηριότητες ολοένα και περισσότερο. Η πορεία για τον τουρισμό ήταν ανοδική και οι προβλέψεις για το έτος 2022 ήταν αρκετά αισιόδοξες, ενώ προβλεπόταν τα μεγέθη να επανέρχονταν στα επίπεδα προ της πανδημίας. Το αισιόδοξο και ελπιδοφόρο αυτό κλίμα, διακόπηκε ξαφνικά μετά την εισβολή της Ρωσίας στην Ουκρανία, στις 24 Φεβρουαρίου 2022, ύστερα από εντολή του Πρόεδρου της Ρωσικής Ομοσπονδίας, Βλαντίμιρ Πούτιν, αποτελώντας την κορύφωση της συνεχιζόμενης εδώ και χρόνια διαμάχης μεταξύ των δύο χωρών.

Ο πόλεμος στην Ουκρανία, αν και πρωτίστως πρόκειται για μια ανθρωπιστική καταστροφή, έχει ανατρέψει τις όποιες ελπίδες για ανάκαμψη του τουρισμού στην Ευρώπη και κατ' επέκταση και στην Ελλάδα από το καλοκαίρι του έτους 2022. Επιπλέον, ο πόλεμος επέφερε άνοδο των τιμών της ενέργειας και του πετρελαίου, με αποτέλεσμα την άνοδο των τιμών σε βασικά καταναλωτικά αγαθά και προϊόντα, γεγονός που πιθανώς να ανατρέψει ακόμα περισσότερο την όποια ανάκαμψη του τουρισμού. Αξίζει να σημειωθεί ότι, ο εναρμονισμένος δείκτης τιμών καταναλωτή για το μήνα Ιούνιο του έτους 2022 αυξήθηκε κατά 12,00 % σε σύγκριση με τον Ιούνιο του έτους 2021, για την Ελλάδα, ενώ η αντίστοιχη μεταβολή στην ευρωζώνη ανέρχεται σε 8,60% (Eurostat, 2022).

Σύμφωνα με ειδικούς αναλυτές και εκτιμήσεις (Καθημερινή, 2022), ο πόλεμος μεταξύ Ρωσίας και Ουκρανίας αναμένεται να επηρεάσει τον τουριστικό τομέα μέσω τριών καναλιών. Πρώτον, μέσω της απουσίας των Ρώσων τουριστών. Ο αντίκτυπος αυτός, ωστόσο, εκτιμάται να είναι περιορισμένος – δεδομένου του χαμηλού μεριδίου αγοράς των Ρώσων τουριστών στις αφίξεις της Ελλάδας. Οι Ρώσοι τουρίστες επισκέπτονταν, παραδοσιακά, κυρίως την Βόρεια Ελλάδα. Όμως, μετά την κρίση της Κριμαίας το έτος 2014, οι τουριστικές εισροές από τη Ρωσία μειώθηκαν σταδιακά, κυρίως λόγω της υποτίμησης του ρουβλίου έναντι του ευρώ. Παράλληλα, το μερίδιο αγοράς των ρωσικών αφίξεων στην Τουρκία αυξήθηκε κατακόρυφα, ιδιαίτερα μετά το 2017, συνέπεια της υποτίμησης της τουρκικής λίρας, αντανakλώντας, εν μέρει, μια επίδραση υποκατάστασης. Ουσιαστικά, οι Ρώσοι τουρίστες τα τελευταία χρόνια προτιμούσαν τη φθηνότερη Τουρκία, λόγω διολίσθησης της λίρας, από την ακριβότερη Ελλάδα, λόγω ενίσχυσης του ευρώ. Το έτος 2019, οι Ρώσοι τουρίστες αντιπροσώπευαν το 1,90% των συνολικών αφίξεων τουριστών στην Ελλάδα, ενώ το αντίστοιχο μερίδιο για την

Ουκρανία ήταν ακόμη μικρότερο. Το μερίδιο των αφίξεων από τη Ρωσία μειώθηκε στο 0,30% το 2020, εξαιτίας των περιοριστικών μέτρων, σημειώνοντας οριακή άνοδο στο 0,80% το 2021 (Καθημερινή, 2022). Δεύτερον, μέσω της αναμενόμενης μείωσης της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών στις χώρες προέλευσης (Ηνωμένο Βασίλειο, Γερμανία, Ιταλία, Γαλλία, Ρουμανία, ΗΠΑ κ.λπ.) λόγω των αυξανόμενων τιμών της ενέργειας. Το γεγονός αυτό αναμένεται να οδηγήσει σε πιθανή επιβράδυνση των τουριστικών αφίξεων, δεδομένης της θετικής τους συσχέτισης με το κατά κεφαλήν ΑΕΠ και κατά συνέπεια, των ταξιδιωτικών εισπράξεων. Τρίτον, μέσω του υψηλότερου κόστους λειτουργίας, εξαιτίας των απότομων αυξήσεων στις τιμές της ενέργειας, που μειώνουν τα περιθώρια κέρδους των επιχειρήσεων του τουριστικού κλάδου (Καθημερινή, 2022).

Σε ό,τι αφορά τον τουριστικό κλάδο στην Ελλάδα, σαφώς και ο κλάδος θα επηρεαστεί αρνητικά από τις παγκόσμιες εξελίξεις αλλά δεν είναι δυνατόν να προβλέψουμε τον τρόπο και το μέγεθος αυτής της επιρροής, κατά το χρόνο συγγραφής της παρούσας εργασίας, παρά μόνο θα πρέπει να αναμένουμε τις εξελίξεις και τις συνέπειες αυτών.

Κεφάλαιο 3. Περιγραφή της περιοχής μελέτης

Στο παρόν κεφάλαιο ακολουθεί μία συνοπτική περιγραφή της περιοχής μελέτης, της Περιφερειακής Ενότητας της Χαλκιδικής, όπου παρουσιάζονται τα βασικά χαρακτηριστικά της γεωμορφολογίας, του πληθυσμού, της οικονομίας, της κοινωνίας. Επιπλέον, περιγράφονται οι υποδομές, τα αξιοθέατα και οι δραστηριότητες της περιοχής, καθώς επίσης αναλύεται το δυναμικό των καταλυμάτων της περιοχής.

3.1 Βασικά χαρακτηριστικά της Χαλκιδικής

Η Χαλκιδική ανήκει στο γεωγραφικό διαμέρισμα της Μακεδονίας. Πιο συγκεκριμένα, βρίσκεται νότια της Θεσσαλονίκης και είναι μια μεγάλη χερσόνησος που βρίσκεται ανάμεσα σε δύο κόλπους του Θερμαϊκού και του Στρυμονικού και εκτείνεται στο Αιγαίο Πέλαγος, με τρεις μικρότερες επιμήκεις χερσονήσους, τα λεγόμενα «πόδια της Χαλκιδικής», που είναι η Κασσάνδρα, η Σιθωνία και η χερσόνησος του Άθω. Λόγω των τριών αυτών χερσονήσων διαθέτει και τη μεγαλύτερη ακτογραμμή από όλους τους χερσαίους νομούς της Ελλάδας, η οποία ανέρχεται περί τα 550 χλμ..

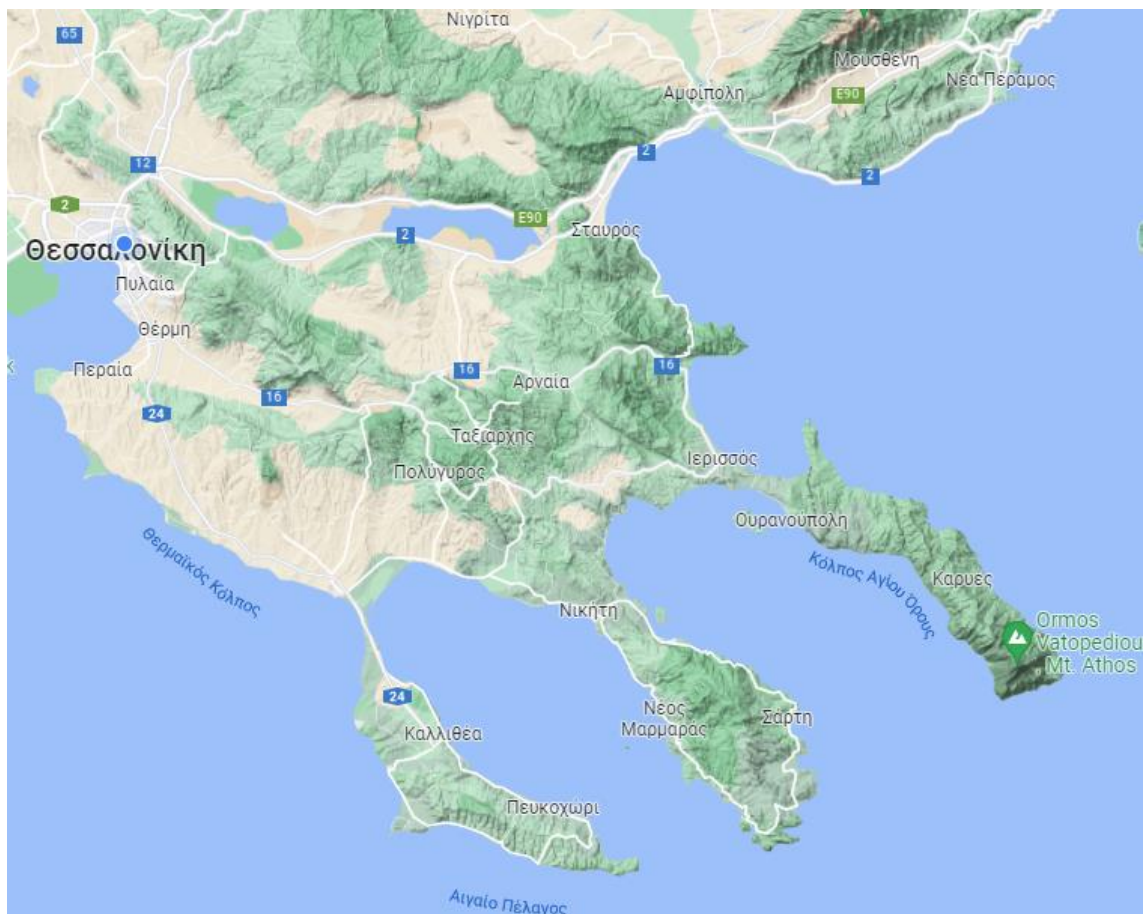
Τα εδάφη της είναι πεδινά, ημιορεινά αλλά και ορεινά, ενώ τα βουνά της είναι ο Χολομώντας με ύψος 1165 μ., το Στρατωνικό όρος με ύψος 823, ο Ίταμος με ύψος 753 μ. και το όρος Άθως με ύψος 2033 μ. Η Χαλκιδική έχει έκταση 2.886 τετρ. χλμ. και αποτελεί μία περιοχή με σπάνιο φυσικό περιβάλλον, καθώς διαθέτει αφενός μοναδικές παραλίες και αφετέρου υπέροχα καταπράσινα δάση (visit-halkidiki.gr, 2022).

Το κλίμα στη Χαλκιδική είναι γενικά ήπιο με λίγες βροχές, ενώ φημίζεται για την ηλιοφάνεια και τα ζεστά καλοκαίρια. Είναι προικισμένη με σχεδόν 250 μέρες ηλιοφάνειας ετησίως. Οι χαμηλότερες θερμοκρασίες παρατηρούνται από το Δεκέμβριο μέχρι το Φεβρουάριο με τη θερμοκρασία να κυμαίνεται μεταξύ 2°C και 10°C, ενώ οι υψηλότερες θερμοκρασίες παρατηρούνται το καλοκαίρι με τη θερμοκρασία να κυμαίνεται μεταξύ 23°C και 36°C (visit-halkidiki.gr, 2022).

Πρωτεύουσα του νομού Χαλκιδικής είναι ο Πολύγυρος, ενώ με την εφαρμογή του νόμου Καλλικράτη έχουν συσταθεί πέντε (5) Δήμοι στο νομό Χαλκιδικής και αυτοί είναι ο Δήμος Πολυγύρου, ο Δήμος Νέας Προποντίδας, ο Δήμος Κασσάνδρας, ο Δήμος Σιθωνίας και ο Δήμος Αριστοτέλη. Παράλληλα στο «τρίτο πόδι» της Χαλκιδικής βρίσκεται το Άγιον Όρος, το οποίο λειτουργεί αυτόνομα.

Η Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής, έχει πληθυσμό 107.719 κατοίκους (ELSTAT-Απογραφή, 2011). Σύμφωνα με τα στοιχεία της τελευταίας δημοσιευμένης απογραφής (ELSTAT-Απογραφή, 2011), και τα στοιχεία τα οποία απεικονίζονται στον ακόλουθο πίνακα (Πίνακας 7), παρατηρείται πως το δημογραφικό πρόβλημα της Ελλάδας, κάνει την εμφάνισή του και στην περιοχή της Χαλκιδικής, αν και τα ποσοστά γεννήσεων δεν είναι τόσο χαμηλά σε σχέση με την υπόλοιπη Ελλάδα. Επιπλέον, διαπιστώνεται πως ο πληθυσμός μεταξύ των παραγωγικών ηλικιών βρίσκεται σε ικανοποιητικά επίπεδα, και αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι η προσφορά για εργασία βρίσκεται σε υψηλά επίπεδα, ενώ μεταξύ των απογραφών του 2001 και του 2011, ο πληθυσμός της Περιφερειακής Ενότητας Χαλκιδικής έχει αυξηθεί κατά 1,1%.

Εικόνα 6: Γεωγραφική θέση της Χαλκιδικής.



Πηγή: Google Maps

Ο τουρισμός είναι ένας από τους σημαντικότερους κλάδους της οικονομίας της Χαλκιδικής, ο οποίος συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής. Ο ρόλος του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής είναι πολυδιάστατος, καθώς συμβάλλει στην ταυτόχρονη ανάπτυξη και άλλων κλάδων που σχετίζονται με τον τουρισμό, προσφέροντας νέες θέσεις

εργασίας και γενικότερα οικονομική ανάπτυξη στην περιοχή. Επιπλέον, η Χαλκιδική αποτελεί μία περιοχή, στην οποία ο πληθυσμός της απασχολείται σε μεγάλο ποσοστό και με τον αγροτικό τομέα. Σημαντικό μέρος του πληθυσμού ασχολείται με την καλλιέργεια της ελιάς, είτε ως αποκλειστική, είτε ως συμπληρωματική εργασία. Ένας ακόμη σημαντικός κλάδος με τον οποίο απασχολείται μεγάλο τμήμα του πληθυσμού στη Χαλκιδική, είναι η μελισσοκομία. Χαρακτηριστικό παράδειγμα, είναι ο μελισσοκομικός συνεταιρισμός «Σίθων», ο οποίος βρίσκεται στη Νικήτη, και αποτελεί το μεγαλύτερο μελισσοκομικό συνεταιρισμό στην Ελλάδα. Ένας ακόμη κλάδος στον οποίο απασχολείται ένα μεγάλο τμήμα του πληθυσμού, κυρίως στην βορειοανατολική Χαλκιδική, είναι αυτός της εξόρυξης μεταλλευμάτων. Ωστόσο, πρέπει να σημειωθεί πως η ανάπτυξη του συγκεκριμένου κλάδου, έχει δημιουργήσει πολλές αντιδράσεις στην περιοχή, καθώς η ανάπτυξη της δραστηριότητας αυτής μπορεί να επιφέρει αρνητικές επιπτώσεις προς το περιβάλλον και ενδεχομένως την δημόσια υγεία, σε περίπτωση που δεν τηρηθούν οι περιβαλλοντικές δικλίδες ασφαλείας.

Πίνακας 7: Απογραφή 2011, μόνιμος πληθυσμός κατά φύλο, ομάδες ηλικιών και τόπο γέννησης για την Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής.

Γεωγραφικό επίπεδο	Γεωγραφικός Κωδικός	Τόπος μόνιμης διαμονής / Φύλο και ομάδες ηλικιών	Σύνολο	Τόπος γέννησης		
				Στην Περιφερειακή Ενότητα της μόνιμης διαμονής	Σε άλλη Περιφερειακή Ενότητα	Χώρα εξωτερικού
4	11213	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ ΚΑΙ ΑΓΙΟ ΟΡΟΣ (ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΤΟ)	107.719	69.431	20.738	17.550
4	11213	0-9	11.224	9.799	855	570
4	11213	10-19	10.738	7.867	1.153	1.718
4	11213	20-29	11.464	6.511	1.752	3.201
4	11213	30-39	16.085	8.245	3.132	4.708
4	11213	40-49	15.698	8.732	3.199	3.767
4	11213	50-59	13.433	7.859	3.629	1.945
4	11213	60-69	12.812	8.303	3.663	846
4	11213	70+	16.265	12.115	3.355	795
4	11213	Άρρενες	54.742	35.741	10.146	8.855
4	11213	0-9	5.749	5.021	452	276
4	11213	10-19	5.556	4.020	635	901
4	11213	20-29	5.849	3.464	841	1.544
4	11213	30-39	8.462	4.457	1.571	2.434
4	11213	40-49	8.323	4.791	1.569	1.963
4	11213	50-59	6.792	4.220	1.567	1.005
4	11213	60-69	6.334	4.211	1.742	381
4	11213	70+	7.677	5.557	1.769	351

4	11213	Θήλεις	52.977	33.690	10.592	8.695
4	11213	0-9	5.475	4.778	403	294
4	11213	10-19	5.182	3.847	518	817
4	11213	20-29	5.615	3.047	911	1.657
4	11213	30-39	7.623	3.788	1.561	2.274
4	11213	40-49	7.375	3.941	1.630	1.804
4	11213	50-59	6.641	3.639	2.062	940
4	11213	60-69	6.478	4.092	1.921	465
4	11213	70+	8.588	6.558	1.586	444

Πηγή: (ELSTAT-Απογραφή, 2011)

3.2 Υποδομές

Στην περιοχή της Χαλκιδικής, κατά τη θερινή περίοδο ως επί το πλείστον, η μεγάλη συγκέντρωση πληθυσμού προκαλεί μεγάλη ζήτηση για την εξυπηρέτηση του από βασικές υποδομές κοινής ωφέλειας. Οι μέχρι στιγμής κατασκευασθείσες υποδομές δεν ανταποκρίνονται πλήρως, με αποτέλεσμα σε περιοχές, όπως της Σιθωνίας και της Κασσάνδρας, να παρατηρούνται ελλείψεις και αδυναμίες.

Τα προβλήματα που ανακύπτουν είναι διάφορα και ποικίλα, όπως αδυναμία κάλυψης των αναγκών της αυξημένης ζήτησης νερού, της αυξημένης ποσότητας απορριμμάτων, της αδυναμίας κάλυψης με αποχετευτικό σύστημα πολλών περιοχών, των συγκοινωνιών, καθώς και των υγειονομικών υπηρεσιών.

Σχετικά με την υδροδότηση, παρατηρείται αδυναμία πλήρους κάλυψης των περιοχών με καθαρό πόσιμο νερό και σε πολλές περιπτώσεις στις περιόδους με υψηλή ζήτηση, αδυναμία υδροδότησης σε συγκεκριμένες ώρες και ημέρες. Το συγκεκριμένο πρόβλημα οφείλεται τόσο στις κλιματικές αλλαγές των τελευταίων ετών, όσο και στο ότι κατά την θερινή περίοδο ο πληθυσμός των συγκεκριμένων περιοχών υπερδιπλασιάζεται, με αποτέλεσμα να υπάρχει αδυναμία κάλυψης της ζήτησης. Παρόμοιο πρόβλημα με το νερό παρατηρείται και στο αποχετευτικό σύστημα, κυρίως στις περιοχές με αυξημένη τουριστική κίνηση κατά την διάρκεια της θερινής περιόδου. Λόγω του ότι, στις συγκεκριμένες περιοχές αυξάνεται σε υπέρμετρα η τουριστική κίνηση, σε συνδυασμό με τα απαρχαιωμένα αποχετευτικά συστήματα των περιοχών, παρατηρούνται αδυναμίες κατά την διάρκεια του καλοκαιριού. Σε πολλές περιπτώσεις οι εγκαταστάσεις επεξεργασίας λυμάτων, με την όποια παλαιότητα έχουν, αδυνατούν να ανταποκριθούν στο αυξημένο φορτίο. Ωστόσο, τα τελευταία έτη, οι εκάστοτε Δήμοι, εκμεταλλευόμενοι χρηματοδοτήσεις από την Ευρωπαϊκή Ένωση, καθώς και με ιδίους πόρους προσπαθούν να αντιμετωπίσουν το πρόβλημα των εγκαταστάσεων με την κατασκευή νέων ή

αναβάθμιση των υφιστάμενων, όπως εγκαταστάσεις επεξεργασίας νερού, εγκαταστάσεις επεξεργασίας λυμάτων, αντικαταστάσεις ή κατασκευή νέων δικτύων νερού ή αποχετεύσεων, κατασκευή ή επέκταση χώρων υγειονομικής ταφής απορριμμάτων.

Αναφορικά με το δίκτυο ηλεκτροδότησης, όλοι οι οικισμοί της Χαλκιδικής καλύπτονται από το δίκτυο του ΔΕΔΔΗΕ και τους υποσταθμούς του. Σε περιόδους αυξημένης ζήτησης, όπως η θερινή περίοδος, το δίκτυο σε πολλές περιπτώσεις αγγίζει τα όρια του. Ωστόσο, αρκετές προσπάθειες βελτίωσης του δικτύου έχουν γίνει τα τελευταία χρόνια, οι οποίες έχουν συνεισφέρει προς το καλύτερο. Σε ό,τι αφορά το δίκτυο τηλεπικοινωνιών, οι τηλεπικοινωνίες εξασφαλίζονται από ένα ευρύτατα ανεπτυγμένο δίκτυο του Ο.Τ.Ε., με κάλυψη όλων περιοχών της Χαλκιδικής, και ως προς τις επικοινωνίες, αλλά και ως προς το διαδίκτυο, με ικανοποιητικές ταχύτητες. Παρόμοια εικόνα παρουσιάζει και η εξυπηρέτηση των δικτύων κινητής τηλεφωνίας.

Σχετικά με τις υγειονομικές υπηρεσίες, η Χαλκιδική διαθέτει ένα Γενικό Νοσοκομείο, το οποίο βρίσκεται στην πρωτεύουσα του Νομού, Πολύγυρο. Επιπλέον, διαθέτει και ορισμένα Κέντρα Υγείας στις περιοχές των Νέων Μουδανιών, της Καλλικράτειας, της Κασσανδρείας, του Αγίου Νικολάου Σιθωνίας και του Παλαιοχωρίου. Επίσης, το σύστημα υγείας το συμπληρώνει, η ύπαρξη περιφερειακών ιατρείων σε διάφορα χωριά καθώς και ιδιωτικά διαγνωστικά κέντρα - ιατρεία. Κατά την διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας, λόγω των διαφορών πολιτικών περικοπών των εκάστοτε κυβερνήσεων στον τομέα της υγείας, στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής οξύνθηκε το ήδη υπάρχον πρόβλημα της υγειονομικής περίθαλψης, με αποτέλεσμα πολλά περιφερειακά ιατρεία να κλείσουν, τα ήδη υπό-στελεχωμένα κέντρα υγείας να δεχθούν μεγαλύτερο πλήγμα και το Γενικό Νοσοκομείο Χαλκιδικής να προσπαθεί να καλύψει τις ανάγκες του Νομού. Το συγκεκριμένο πρόβλημα γίνεται πιο έντονο κυρίως τη θερινή περίοδο, καθώς αυξάνεται συνεχώς ο αριθμός των κατοίκων και των επισκεπτών, με αποτέλεσμα τα περιστατικά που προκύπτουν να μην μπορούν να καλυφθούν από το υπάρχον σύστημα υγείας του Νομού.

Σχετικά με τις μεταφορικές υποδομές, η Χαλκιδική διαθέτει μεγάλο οδικό δίκτυο, αλλά σε πολλά σημεία του έχει αρκετές κακοτεχνίες και αδυναμίες. Ο βασικός και μοναδικός τρόπος μεταφοράς εντός του Νομού είναι οδικός, και κυρίως με ιδιότητα μεταφορικά μέσα, με τον υπάρχοντα οδικό άξονα να καλύπτει όλη την έκταση. Κατά την διάρκεια των θερινών μηνών το οδικό δίκτυο, κυρίως στις τουριστικές περιοχές της Κασσάνδρας και της Σιθωνίας, λόγω της μαζικής εισροής τουριστών, τόσο από το εσωτερικό όσο και από το εξωτερικό, δέχεται μεγάλες πιέσεις, με αποτέλεσμα να κρίνεται ανεπαρκές, δημιουργώντας αρκετά προβλήματα σχετικά με τον χρόνο και με την ασφάλεια

προσέλευσης των κατοίκων και των επισκεπτών στον προορισμό που επιθυμούν να φτάσουν. Ωστόσο προσφάτως έγιναν αρκετές προσπάθειες βελτίωσης του οδικού δικτύου, κυρίως στον οδικό άξονα της Κασσάνδρας και της Σιθωνίας, με χαρακτηριστικό παράδειγμα την ολοκλήρωση και παράδοση προς κυκλοφορία, μεγάλου οδικού τμήματος του οδικού άξονα Μουδανίων – Κασσάνδρας, καθώς και του οδικού άξονα Θεσσαλονίκης - Πολυγύρου.

Έκτος από τα ιδιόκτητα μεταφορικά μέσα, οι επισκέπτες μπορούν να περιηγηθούν στην Χαλκιδική με την χρήση του ΚΤΕΛ Χαλκιδικής. Τα τοπικά λεωφορεία του ΚΤΕΛ, εκτελούν μεταφορές τόσο εντός του Νομού, όσο από και προς Θεσσαλονίκη με τα δρομολόγια να διαχωρίζονται σε δύο κατηγορίες, καλύπτοντας το βόρειο και το νότιο τμήμα της Χαλκιδικής. Επίσης, κατά την περίοδο του καλοκαιριού, πολλοί επισκέπτες επιλέγουν την ενοικίαση αυτοκινήτων, μηχανών και ποδηλάτων από διάφορες εταιρείες ενοικίασης μέσω μεταφοράς. Τέλος, καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, πλήθος επαγγελματιών οδηγών ταξί προσφέρουν τις υπηρεσίες τους για την ασφαλή μετακίνηση των πολιτών εντός και εκτός της Περιφερειακής Ενότητας Χαλκιδικής.

Η Χαλκιδική συνδέεται αεροπορικώς μέσω του Διεθνούς Αερολιμένα Θεσσαλονίκης «Μακεδονία», όπου καταφθάνουν οι επισκέπτες της και στη συνέχεια οδικώς προσεγγίζουν την περιοχή που επιθυμούν.

Οι λιμένες που διαθέτει η Χαλκιδική είναι το λιμάνι της Ουρανούπολης, από όπου πραγματοποιούνται δρομολόγια από και προς το Άγιο Όρος και τα κοντινά νησάκια Δρένια. Το λιμάνι της Ιερισσού, από όπου πραγματοποιούνται δρομολόγια προς το ανατολικό τμήμα της χερσονήσου του Αγίου Όρους (Αθω) ενώ παράλληλα στο λιμάνι δένουν εκδρομικά σκάφη, μικρά και μεγάλα αλιευτικά. Το λιμάνι της Δάφνης Αγίου Όρους, το οποίο αποτελεί το μεγαλύτερο λιμάνι του Αγίου Όρους και εξυπηρετεί την ακτοπλοϊκή κίνηση με την Ουρανούπολη, Το λιμάνι του Νέου Μαρμαρά, το οποίο προσφέρει την δυνατότητα για ελλιμενισμό ιδιωτικών και επαγγελματικών σκαφών αναψυχής. Το λιμάνι των Νέων Μουδανίων, το οποίο λειτουργεί ως βοηθητικό σε αυτό της Θεσσαλονίκης και πολλά φορτηγά πλοία δένουν σε αυτό. Επίσης, στα Νέα Μουδανιά λειτουργεί και η μεγαλύτερη ιχθυόσκαλα της Βόρειας Ελλάδας.

Επίσης, στην Χαλκιδική υπάρχουν αρκετά δημοτικά φυσικά και μη λιμάνια - μαρίνες μικτών χρήσεων, οι οποίες έχουν ως στόχο να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των μόνιμων κατοίκων και των επισκεπτών της, οι οποίοι επιθυμούν να αγκυροβολήσουν το σκάφος τους για ένα μικρό ή μεγάλο χρονικό διάστημα.

Οι μαρίνες – λιμάνια αυτές παρουσιάζονται συνήθως ως αλιευτικά καταφύγια, ως λιμάνια σκαφών αναψυχής και ως τμήματα εμπορικών λιμανιών. Ορισμένα από τα

μεγαλύτερα δημοτικά λιμάνια είναι α) της Νικήτης, όπου αγκυροβολούν κυρίως σκάφη αναψυχής με δυνατότητα παραμονής μεγάλης διάρκειας, β) του Όρμου Παναγιάς στο οποίο προσορμίζονται τα τουριστικά σκάφη, γ) του Πόρτο Κουφό το οποίο αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα και ομορφότερα φυσικά λιμάνια της Ελλάδος, δ) της Ιερισσού, ε) της Ουρανούπολης κ.α. Εκτός από τα δημόσια λιμάνια – μαρίνες, στην περιοχή της Χαλκιδικής αρκετά πολυτελή ξενοδοχεία διαθέτουν ιδιωτικά λιμάνια σκαφών αναψυχής – μαρίνες, οι οποίες παρέχουν υπηρεσίες υψηλής ποιότητας, σχεδιασμένες αποκλειστικά για να ικανοποιηθούν οι ανάγκες αρκετών πελατών, οι οποίοι διαθέτουν μεγάλα σκάφη και ιστιοπλοϊκά ανοικτής θαλάσσης. Χαρακτηριστικό παράδειγμα, αποτελούν οι μαρίνες στα ξενοδοχεία στο Σάνη, στο Πόρτο Καρράς και στο Miraggio.

3.3 Αξιοθέατα

Στην Χαλκιδική υπάρχουν διάφορες περιοχές οι οποίες διαθέτουν ορισμένα αξιοθέατα υψηλής πολιτισμικής και ιστορικής αξίας. Τα συγκεκριμένα αξιοθέατα αποτελούν πόλο έλξης χιλιάδων επισκεπτών κάθε χρόνο, οι οποίοι θέλουν να γνωρίσουν την ιστορία, τον πολιτισμό και την κουλτούρα της περιοχής. Ορισμένοι αρχαιολογικοί χώροι της Χαλκιδικής αποτυπώνονται παρακάτω (Πίνακας 8).

Πίνακας 8: Αρχαιολογικοί χώροι της Χαλκιδικής.

Άγιος Αθανάσιος Συκιάς	Μεσαιωνικός Πύργος Νέας Φώκαιας
Άκανθος – Οικοδόμημα	Ναός Άμμωνα Δία
Άκανθος Μνημειακός Ναός	Ναός Απόλλωνα Ήλιου
Αρχαϊκό Ιερό Πόλης Σταγείρων	Παλαιό Σχολείο στην Κασσάνδρεια
Βασιλική Σωφρονίου	Πύργος της Κρούνας (Ιερισσός)
Βυζαντινός Πύργος Γαλάτιστας	Σιδηροκαύσια – Στάγειρα
Διατείχισμα Κασσάνδρειας	Σπήλαιο Πετραλώνων/Νεκρόπολη
Θολωτός Τάφος Στύλου	Στοά πόλης Σταγείρων
Ιερό Ποσειδίου	Τείχος Πόλης Σταγείρων
Κάστρο Τορώνης	

Πηγή: (INSETE, 2021a)

Επίσης, στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής ανήκει η χερσόνησος του Άθω ή Άγιο Όρος, το οποίο είναι χαρακτηρισμένο από το 1988 ως Μνημείο Παγκόσμιας Πολιτιστικής κληρονομιάς της UNESCO. Στον Άθω βρίσκονται 20 μοναστήρια, 15 σκήτες και περίπου 700 καλύβια και κελιά ή ερημητήρια, τα οποία κατοικούν περίπου δύο χιλιάδες μοναχοί (visit-halkidiki.gr, 2022).

Στο ανωτέρω πολιτιστικό απόθεμα θα πρέπει να προστεθεί το πλήθος μουσείων στα οποία εκτίθενται αρχαιολογικά ευρήματα της ευρύτερης περιοχής και ο λαογραφικός πλούτος της. Ορισμένα μουσεία της περιοχής αποτυπώνονται παρακάτω (Πίνακας 9).

Πίνακας 9: Μουσεία της Χαλκιδικής.

Ανθρωπολογικό Μουσείο Πετραλώνων	Εκκλησιαστικό Μουσείο Ταξιάρχη
Αρχαιολογικό Μουσείο Ολύνθου	Λαογραφική Συλλογή Βάβδου
Αρχαιολογικό Μουσείο Πολυγύρου	Λαογραφικό Μουσείο Ακτή Ελιάς
Δασικό Μουσείο Πανεπιστημιακού Δάσους Ταξιάρχη	Λαογραφικό Μουσείο Αφύτου
Ιστορικό και Λαογραφικό Μουσείο Αρναίας	Λαογραφικό Μουσείο Κρήνης
Λαογραφικό Μουσείο Αφύτου	Λαογραφικό Μουσείο Νέας Τενέδου
Λαογραφικό Μουσείο Βιθυνίας	Λαογραφικό Μουσείο Νέας Τρίγλιας
Λαογραφικό Μουσείο Πολυγύρου	Λαογραφικό Μουσείο Παρθενώνα
Μουσείο Πύργου Ουρανούπολης	Λαογραφικό Μουσείο Πετροκέρασων
Έκθεση Λαογραφίας (οικία Δ.Τσιότρα)	Μουσείο Αλιευτικών Σκαφών και Εργαλείων

Πηγή: (INSETE, 2021a)

Σε όλα τα ανωτέρω έρχονται να προστεθούν και οι δύο παραδοσιακοί οικισμοί του Παλαιοκάστρου και του Παρθενώνα. Οι παραδοσιακοί οικισμοί, είναι οικισμοί με ιδιαίτερη ιστορική, πολεοδομική, αρχιτεκτονική, λαογραφική, κοινωνική και αισθητική φυσιογνωμία διατηρώντας αναλλοίωτη την εικόνα που είχαν στον παρελθόν, καθώς και τον τοπικό τους χαρακτήρα.

3.4 Δραστηριότητες

Οι δραστηριότητες που προσφέρονται στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής είναι ποικίλες, καθώς, σε αυτή την κατεύθυνση βοηθά το ποικιλόμορφο έδαφος, το κλίμα της περιοχής και το πλήθος των παραλιών σε συνδυασμό με το μέγεθος της ακτογραμμής. Σύμφωνα με το πρόγραμμα «Γαλάζιες σημαίες», η Ελλάδα κατέχει την 2η θέση παγκοσμίως ανάμεσα σε 53 χώρες, για το έτος 2022, ενώ πρώτος νομός στην Ελλάδα σε αριθμό συνολικών βραβεύσεων αναδείχθηκε ο νομός Χαλκιδικής, με 96 σημαίες (Πίνακας 10).

Πίνακας 10: «Γαλάζιες σημαίες» της Χαλκιδικής.

Δήμος Αριστοτέλη		
Αγ. Παύλος/ Alexandros Palace Hotel	Καμπούδι 1/ Ακτή Ουρανούπολη	Ουρανούπολη 2/ Eagles Palace
Αλυκές	Καμπούδι 2/Θεοξένια	Ουρανούπολη 3/Aristoteles
Ιερισσός/ Δημοτική 1	Καμπούδι 3/Άκραθως	Πόρτο Άγιο/Agionissi Resort
Ιερισσός/ Δημοτική 2	Νέα Ρόδα 2	Mount Athos Ιερισσού
Ιερισσός/ Δημοτική 3	Ολυμπιάδα	
Κάμπος	Ουρανούπολη 1/ Xenia Ouranoupolis	
Δήμος Σιθωνίας		
Αρμενιστής	Λιβροχίο 1	Πόρτο Καρράς 1/Κόχη
Ελαιών	Μακριά Λαγκάδα/ Porfi Beach	Πόρτο Καρράς 2/ Σιθωνία Μελίτων
Ελιά 2/Anthemus	Μαρμαράς	Σαλονικιού
Καλογριάς	Νικήτη 2	Σάρτι 1
Κουτλουμουσίου	Παράδεισος	Συκιά
Λαγομάνδρα/ Lagomandra Beach Hotel	Πλατανίτσι	Τορώνη
Δήμος Πολυγύρου		
Γερακινή/Ikos Olivia	Σαργκάνι/Blue Dolphin	
Δήμος Κασσάνδρας		
Sani Dunes	Λουτρά Αγίας Παρασκευής	Ποσειδί Κέντρο
Άθυτος/Afitis Hotel	Μένδη Καλάνδρα	Ποσειδί/Cocus
Άθυτος/Βάρκες	Μόλα Καλύβα	Ποσειδί-Αιγαιοπελαγήτικα
Ελάνη	Παλιούρι Κάνιστρο	Σάνη 2/Sani Beach
Καλλιθέα/Άμμων Ζευς	Πευκοχώρι/Yalla-Flegra	Σάνη 3/Sani Club
Καλλιθέα-Δημοτικό Αναψυκτήριο	Πευκοχώρι/Fyki Beach	Σάνη Αστερίας
Κάνιστρο/Miraggio	Πολύχρονο 3	Σίβηρη Κέντρο
Κοινοτική Πλαζ Νέας Σκιώνης	Πολύχρονο/Azur Hotel	Φούρκα
Κρυσπηγή 2/Alexander The Great Beach Hotel	Πολύχρονο-Cocones Beach	Χανιώτη 1
Κρυσπηγή 4/ Kassandra Palace	Ποσειδί/ Possidi Holidays Resort	Χανιώτη 3/ Grecotel Margo Bay & Club Turquoise
Κρυσπηγή Δημοτικό Αναψυκτήριο	Ποσειδί/Pohonda	

Δήμος Νέας Προποντίδας		
Βεργιά	Νέα Καλλικράτεια	Πόρτες/Portes Lithos
Γεωπονικά-Μυκονιάτικα	Νέα Μουδανιά	Σωζόπολη Κέντρο
Διονυσίου	Νέα Πλάγια	Σωζόπολη/Ναυτίλος
Ελαιώνας/ikos Oceania	Νέα Ποτίδαια Προποντίδας	Τρίγλια
Μουριές	Νέα Ποτίδαια/Portes Beach	Φλογητά
Νέα Ηράκλεια	Νέα Ποτίδαια-Ανατολικά Διώρυγας Τορωναίου	
Νέα Ηράκλεια-Σαχάρα	Πορταριά	

Πηγή: (Γαλάζια Σημαία, 2022)

Πέραν όμως των παραλιών, η περιοχή διαθέτει και ιαματικές πηγές. Στην περιοχή της μελέτης συναντώνται το νερό Κανίστρου της Κασσάνδρας Χαλκιδικής και το νερό της πηγής Αγίας Παρασκευής της Κασσάνδρας Χαλκιδικής. Πρόκειται για νερό με θεραπευτικές ιδιότητες, το οποίο οι επισκέπτες της περιοχής μπορούν να το απολαύσουν στις αντίστοιχες εγκαταστάσεις ιαματικών λουτρών (INSETE, 2021a).

Ενδιαφέροντες προορισμοί στην περιοχή της Χαλκιδικής αποτελούν και οι καταδυτικοί προορισμοί. Στην περιοχή υπάρχουν οι εξής καταδυτικοί προορισμοί (INSETE, 2021a):

- Ναυάγιο ΜΥΤΙΛΗΝΗ στον όρμο Κύψας της Κασσάνδρας
- Ατμοκίνητο ιστιοφόρο M/S ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ, το οποίο βυθίστηκε την 24η Μαΐου 1960, στις ακτές της Χαλκιδικής, κοντά στο Ποσειδί.
- Τουρκικό ναυάγιο στο Καλαμίτσι Χαλκιδικής, το οποίο βυθίστηκε στις αρχές του 20ου αιώνα.
- Το νησάκι Κέλυφος, το οποίο βρίσκεται μεταξύ της χερσονήσου της Κασσάνδρας και της χερσονήσου της Σιθωνίας στη μέση του κόλπου του Τορωναίου κόλπου.
- Το Πόρτο Βαλίτσα, το οποίο βρίσκεται στον όρμο του Παλιουρίου.
- Ο όρμος Κουρσάρου, ο οποίος βρίσκεται ανατολικά του όρμου Παλιουρίου.
- Η περιοχή Λουτρά Αγίας Παρασκευής.
- Περιοχή Νέας Ποτίδαιας.

Πέραν όμως του υγρού στοιχείου, στην περιοχή ιδιαίτερες εμπειρίες στους επισκέπτες δύναται να προσφέρουν και τα ορεινά και ημιορεινά μέρη της περιοχής, με την περιοχή να διαθέτει 35 διαδρομές για πεζοπορία και αναβάσεις.

Πίνακας 11: Διαδρομές πεζοπορίας και αναβάσεων στην Χαλκιδική.

Σάνη-Καταφύγιο Πουλιών-Σάνη	Από τα Νέα στα Αρχαία Στάγαιρα (Αριστοτελικός περίπατος), Ολυμπιάδα-Αρχαία Στάγαιρα	Μ. Ιβήρων-Μ. Φιλοθέου-Μ. Σίμωνος Πέτρα
Σάνη-Κάμπινγκ του Σάνη-Σίβηρη	Αρναία-Κάστρο Νεώσι	Μ. Παντοκράτορος-Καρυές-Μ. Γρηγορίου
Ποσειδι-Πεύκα-Ποσειδι, Πολύχρονο-Χελώνες-Πολύχρονο	Φούρκα-Αγία Παρασκευή	Αγ. Άννα-Άθωνας
Κρυοπηγή-Κασσανδρινό-Κρυοπηγή	Μονή Μεγίστης Λαύρας-Άθωνας/ Σκήτη Αγ. Άννας-Άθωνας, Μονή Εσφιγμένου-Μ. Ξενοφώντος	Μ. Διονυσίου-Αντιάθωνας
Χανιώτη-Πυροφυλάκιο-Χανιώτη	Μονή Ξενοφώντος-Σκήτη Αγίας Άννας	Μ. Κωσταμονίτου-Βογοροδίτσα-Μ. Παντοκράτορος-Μ. Ιβήρων, Μ. Χεροποτάμου-Καρυές-Μ. Ιβήρων
Αρναία-Καταρράκτες Βαρβάρας	Μ. Ζωγράφου-Μ. Βατοπεδίου-Μ. Παντοκράτορος	Βράσταμα-Ταξιάρχης
Πύργος Ουρανούπολης-Μοναστήρι Ζυγός	Ι.Μ. Βατοπεδίου-Καρυές	Παλαιοχώρα-Χολομώντας
Παραλία Κομίτσα-Ουρανούπολη	Μ. Βατοπεδίου-Σκήτη Αγ. Δημητρίου	Ταξιάρχης-Αρναία
Λιμάνι Τρυπητής-Πύργος Ουρανούπολης	Μ. Δοχειαρίου-Μ. Βατοπεδίου	Βράσταμα-Αγ. Ευθύμιος
Νέα Ρόδα-Λιμάνι Τρυπητής	Μ. Μεγ. Λαύρας-Αγ. Νείλος-Αγ. Άννα	

Πηγή: (INSETE, 2021a)

3.5 Γαστρονομία και οίνος

Η μακεδονική κουζίνα έχει τη δική της σύνθετη ταυτότητα, συνδεδεμένη με την πολιτιστική κληρονομιά της περιοχής. Συνδυάζει αυθεντικές γεύσεις και εξαιρετικής ποιότητας παραδοσιακές πρώτες ύλες. Ζωντανεύει συνταγές, που γεννήθηκαν από την γαστρονομική παράδοση Πόντιων, Βλάχων, Σαρακατσαναίων, Μικρασιατών και ντόπιων κατοίκων, με τη σημαντική επιρροή της Εβραϊκής και της Αρμενικής κοινότητας του τόπου. Επίσης, η Μακεδονική κουζίνα φέρει σήμα πιστοποίησης των τοπικών προϊόντων και συνταγών της, ώστε να ενισχύσει την προώθηση της τοπικής κουζίνας και να προσελκύσει περισσότερους επισκέπτες. Το σήμα «Μακεδονική Κουζίνα» αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία της Περιφέρειας και απονέμεται σε συνδυασμό με την άδεια χρήσης του, σε όσες επιχειρήσεις εφαρμόζουν το πρωτόκολλο και περνούν με επιτυχία τις διαδικασίες αξιολόγησης. Τα εδέσματα που φέρουν το σήμα προετοιμάζονται με

πρώτες ύλες που περιλαμβάνονται στο Καλάθι Αγροτικών Προϊόντων της Περιφέρειας και η προετοιμασία γίνεται βάσει των παραδοσιακών τρόπων και συνταγών (INSETE, 2021a).

Στην περιοχή της Χαλκιδικής διατίθενται προϊόντα με ένδειξη «Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης» (Π.Ο.Π.) Με τον όρο «Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης» (Π.Ο.Π.) νοείται η ονομασία που ταυτοποιεί ένα προϊόν με τα εξής χαρακτηριστικά: α) κατάγεται από συγκεκριμένο τόπο, περιοχή ή, σε εξαιρετικές περιπτώσεις, χώρα, β) η ποιότητα ή τα χαρακτηριστικά του οφείλονται κυρίως ή αποκλειστικά στο ιδιαίτερο γεωγραφικό περιβάλλον που συμπεριλαμβάνει τους εγγενείς φυσικούς και ανθρώπινους παράγοντες· και γ) όλα τα στάδια της παραγωγής του εκτελούνται εντός της οριοθετημένης γεωγραφικής περιοχής. Επομένως, τα προϊόντα με την ένδειξη Π.Ο.Π., που συναντώνται στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής είναι το Αγουρέλαιο Χαλκιδικής, οι Πράσινες Ελιές Χαλκιδικής, το ελαιόλαδο Γαλανό Μεταγγιτσίου Χαλκιδικής, ο Μπάτζος Χαλκιδικής, η Φέτα Χαλκιδικής, το Κασέρι Χαλκιδικής και το Μανούρι Χαλκιδικής (Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, 2022).

Επίσης, στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής λειτουργούν εστιατόρια που έχουν συγκεντρώσει διακρίσεις στον εθνικό θεσμό των Χρυσών Σκούφων που παρέχουν στον επισκέπτη υψηλού επιπέδου γαστρονομικές εμπειρίες, βασισμένες στην παραδοσιακή, αλλά και μοντέρνα ελληνική κουζίνα και υψηλού επιπέδου υπηρεσίες εστίασης σε ένα καλαίσθητο περιβάλλον.

Από την περιοχή και με το ιδιαίτερο κλίμα και υπέδαφος που διαθέτει δεν θα μπορούσαν να λείψουν οι αμπελώνες και αντίστοιχα τα οινοποιεία. Οι εξαιρετικές κλιματολογικές συνθήκες επιτρέπουν την ανάπτυξη ποικιλιών όπως, Ασύρτικο, Αθήρι, Μαλαγουζιά και Ροδίτης. Οι αμπελώνες της Χαλκιδικής αναπτύσσονται στη Δυτική Ακτή (Νέα Προποντίδα, Άγιος Παύλος), στη Σιθωνία, στην Ορεινή Χαλκιδική (Αρναία και Μαραθούσα) αλλά και στο Άγιο Όρος (visit-halkidiki.gr, 2022). Οι επισκέπτες της περιοχής μπορούν να ακολουθήσουν τη «Διαδρομή του Κρασιού της Χαλκιδικής», η οποία ξεκινάει από τον Άγιο Παύλο στη χερσόνησο της Χαλκιδικής με το οινοποιείο της εταιρείας Τσάνταλη, συνεχίζει στο Κτήμα Πόρτο Καρράς στη Σιθωνία, ακολουθεί η ορεινή Χαλκιδική (Αρναία) όπου βρίσκεται το Κτήμα Κλαούντια Παπαγιάννη, έπειτα συνεχίζει στη Μαραθούσα Χαλκιδικής με το Κτήμα Λειβαδιώτη, για να καταλήξει στο Άγιο Όρος, στον αμπελώνα της Τσάνταλη στο Μετόχι Χρωμίτσας και το οινοποιείο Μυλοπόταμος στο Ιερό Κελί Αγίου Ευσταθίου στον Μυλοπόταμο. Στην περιοχή

παράγονται οι οίνοι Π.Ο.Π. Πλαγιές Μελιτόνα στη Σιθωνία, Π.Γ.Ε. Χαλκιδικής, Π.Γ.Ε. Σιθωνίας και Π.Γ.Ε. Αγίου Όρους (Ένωση Οινοποιών Βορείου Ελλάδος, 2022).

Εικόνα 7: Διαδρομή του Κρασιού της Χαλκιδικής.



Πηγή: (INSETE, 2021a)

3.6 Τουριστικά καταλύματα

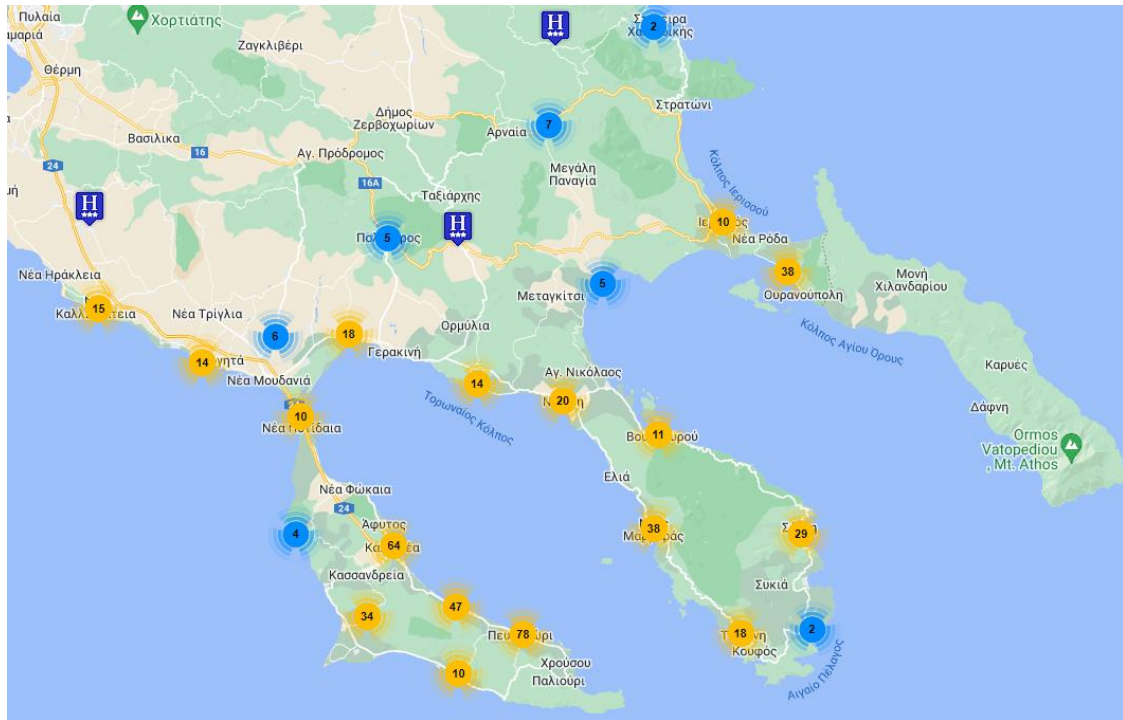
Η περιοχή της Χαλκιδικής διαθέτει πληθώρα τουριστικών καταλυμάτων, διαφόρων ειδών, όπως ξενοδοχειακά καταλύματα, ενοικιαζόμενα δωμάτια, επιπλωμένες κατοικίες και επαύλεις, κάμπινγκ, καθώς και αρκετές δευτερεύουσες - παραθεριστικές κατοικίες, κυρίως των μόνιμων κατοίκων της Θεσσαλονίκης, λόγω της εγγύτητας με αυτήν.

Σχετικά με τα ξενοδοχειακά καταλύματα κατά το έτος 2020, η δυναμικότητα τους στη Χαλκιδική ανέρχονταν σε 513 ξενοδοχειακές μονάδες (Πίνακας 12), εκ των οποίων 38, κατηγορίας 5 αστέρων, 62, 4 αστέρων, 98, κατηγορίας 3 αστέρων, 147, 2 αστέρων και 168, 1 αστεριού. Ο μεγαλύτερος όγκος ξενοδοχειακών μονάδων βρίσκεται στην χερσόνησο της Κασσάνδρας, ακολουθεί η χερσόνησος της Σιθωνίας και έπονται οι υπόλοιπες περιοχές.

Όπως προκύπτει από τον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 12), το ξενοδοχειακό δυναμικό της Χαλκιδικής παρέμεινε σταθερό κατά την χρονική περίοδο 2010-2020, περί τις 510 ξενοδοχειακές μονάδες. Ωστόσο, παρατηρώντας το αντίστοιχο διάγραμμα (Διάγραμμα 11) προκύπτει μία μειωτική τάση των ξενοδοχείων κατηγορίας 1 και 2 αστεριών (από 373 μονάδες το έτος 2010 σε 315 μονάδες το έτος 2020, δηλαδή μείωση κατά 58

μονάδες), ενώ αντιθέτως συμπεραίνεται αυξητική τάση των ξενοδοχείων κατηγορίας 4 και 5 αστεριών (από 63 μονάδες το έτος 2010 σε 100 μονάδες το έτος 2020, δηλαδή αύξηση κατά 37 ξενοδοχειακές μονάδες).

Εικόνα 8: Πλήθος και χωροθέτηση του συνόλου των ξενοδοχειακών μονάδων, όλων των κατηγοριών, στη Χαλκιδική.



Πηγή: (ΞΕΕ, 2022)

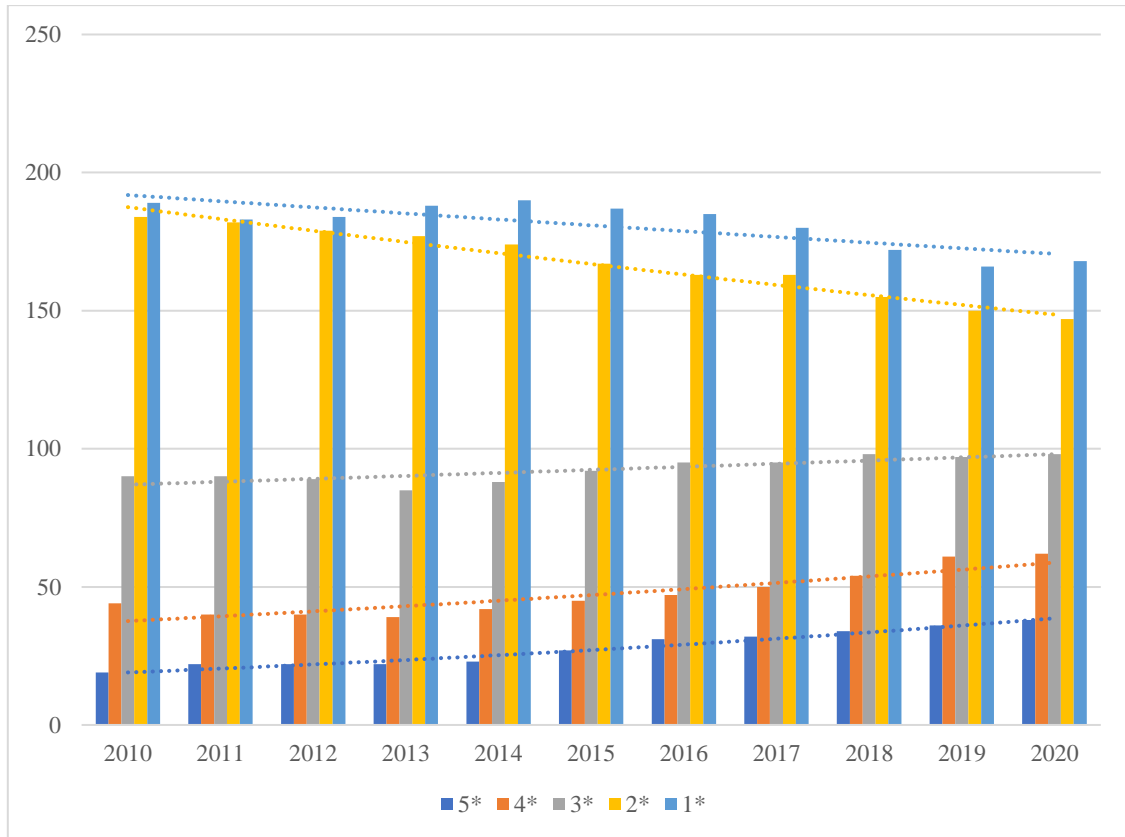
Πίνακας 12: Εξέλιξη του ξενοδοχειακού δυναμικού (ξενοδοχειακές μονάδες) της Χαλκιδικής κατά την περίοδο των ετών 2010-2020, ανά κατηγορία αστεριών.

Έτος/κατηγορία ξενοδοχειακών μονάδων	5*	4*	3*	2*	1*	Σύνολο
2010	19	44	90	184	189	526
2011	22	40	90	182	183	517
2012	22	40	89	179	184	514
2013	22	39	85	177	188	511
2014	23	42	88	174	190	517
2015	27	45	92	167	187	518
2016	31	47	95	163	185	521
2017	32	50	95	163	180	520
2018	34	54	98	155	172	513
2019	36	61	97	150	166	510
2020	38	62	98	147	168	513

Πηγή: (INSETE, 2021a)

Οι ως άνω μεταβολές στις κατηγορίες των ξενοδοχειακών μονάδων καταδεικνύουν την προσπάθεια αναβάθμισης αυτών και των παρεχόμενων υπηρεσιών τους, εντός της περιφερειακής ενότητας, κατά την εξεταζόμενη δεκαετία.

Διάγραμμα 11: Εξέλιξη του ξενοδοχειακού δυναμικού (ξενοδοχειακές μονάδες) της Χαλκιδικής κατά την περίοδο των ετών 2010-2020, ανά κατηγορία αστεριών.



Πηγή: (INSETE, 2021a)

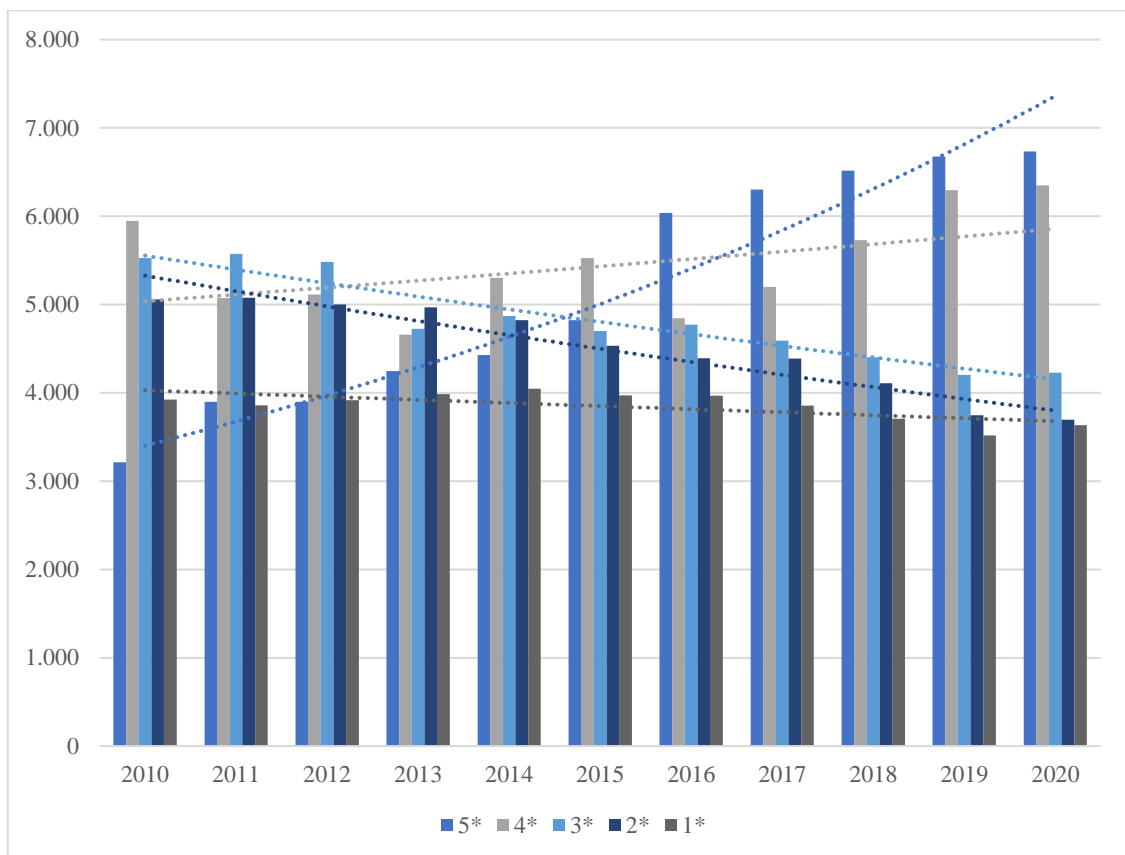
Πίνακας 13: Εξέλιξη του ξενοδοχειακού δυναμικού (αριθμός δωματίων) της Χαλκιδικής κατά την περίοδο των ετών 2010-2020, ανά κατηγορία αστεριών.

Έτος/κατηγορία ξενοδοχειακών μονάδων	5*	4*	3*	2*	1*	Σύνολο
2010	3.213	5.946	5.525	5.058	3.925	23.667
2011	3.899	5.073	5.573	5.077	3.857	23.479
2012	3.899	5.113	5.483	5.002	3.915	23.412
2013	4.247	4.658	4.726	4.967	3.985	22.583
2014	4.427	5.302	4.871	4.823	4.047	23.470
2015	4.823	5.527	4.701	4.533	3.972	23.556
2016	6.037	4.844	4.773	4.393	3.968	24.015
2017	6.300	5.201	4.591	4.388	3.855	24.335
2018	6.515	5.730	4.401	4.107	3.707	24.460
2019	6.675	6.294	4.204	3.745	3.518	24.436
2020	6.734	6.349	4.229	3.694	3.634	24.640

Πηγή: (INSETE, 2021a)

Αντίστοιχα συμπεράσματα εξάγονται και από την εξέλιξη του ξενοδοχειακού δυναμικού με βάση τον αριθμό των δωματίων (Πίνακας 13 και Διάγραμμα 12). Παρατηρώντας το αντίστοιχο διάγραμμα (Διάγραμμα 12) προκύπτει μία μειωτική τάση των αριθμών των δωματίων των ξενοδοχείων κατηγορίας 1 και 2 αστεριών (από 8.983 δωμάτια το έτος 2010 σε 7.328 δωμάτια το έτος 2020, δηλαδή μείωση κατά 1.655 δωμάτια), ενώ αντιθέτως συμπεραίνεται αυξητική τάση των αριθμών των δωματίων των ξενοδοχείων κατηγορίας 4 και 5 αστεριών (από 9.159 δωμάτια το έτος 2010 σε 13.083 δωμάτια το έτος 2020, δηλαδή αύξηση κατά 3.924 δωμάτια).

Διάγραμμα 12: Εξέλιξη του ξενοδοχειακού δυναμικού (αριθμός δωματίων) της Χαλκιδικής κατά την περίοδο των ετών 2010-2020, ανά κατηγορία αστεριών.



Πηγή: (INSETE, 2021a)

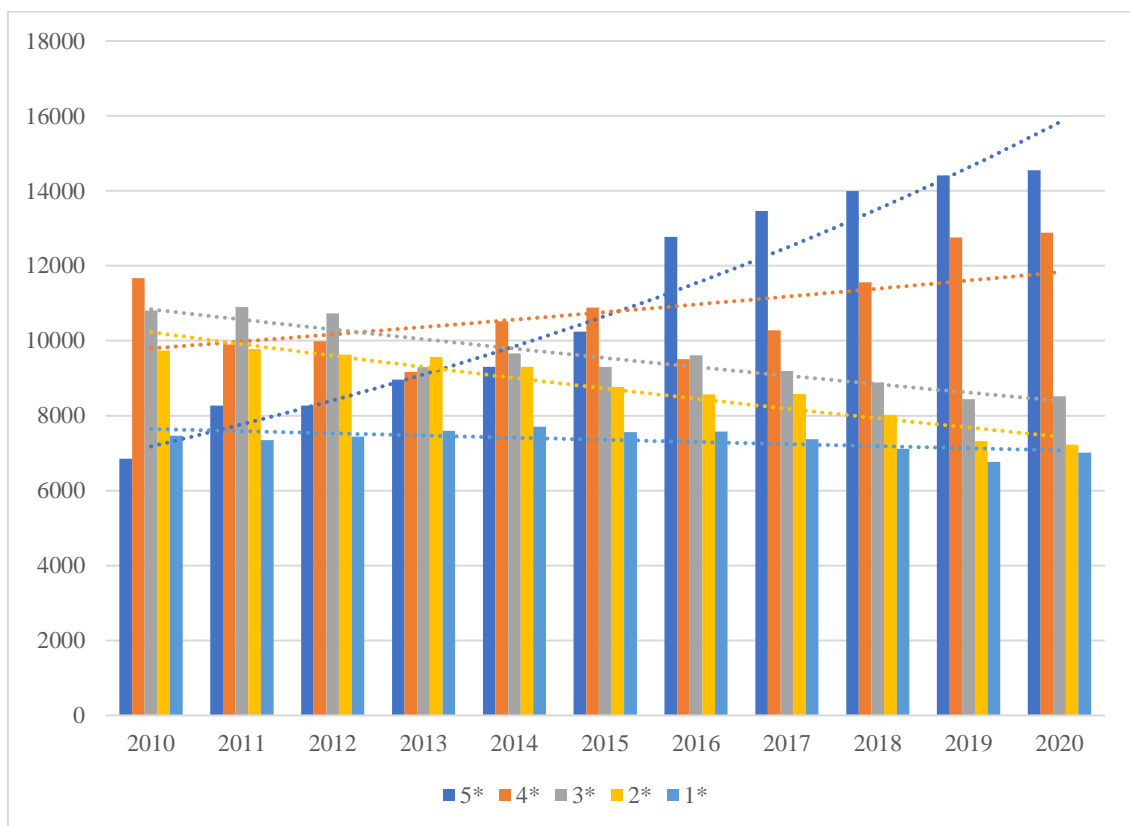
Αντίστοιχες είναι και οι μεταβολές του αριθμού των κλινών των ξενοδοχειακών μονάδων (Πίνακας 14). Επιπροσθέτως, παρατηρώντας το αντίστοιχο διάγραμμα (Διάγραμμα 13) προκύπτει μία μειωτική τάση των αριθμών των κλινών των ξενοδοχείων κατηγορίας 1 και 2 αστεριών (από 17.202 κλίνες το έτος 2010 σε 14.240 κλίνες το έτος 2020, δηλαδή μείωση κατά 2.962 κλίνες), ενώ αντιθέτως συμπεραίνεται αυξητική τάση των αριθμών των κλινών των ξενοδοχείων κατηγορίας 4 και 5 αστεριών (από 18.518 κλίνες το έτος 2010 σε 27.433 κλίνες το έτος 2020, δηλαδή αύξηση κατά 8.915 κλίνες).

Πίνακας 14: Εξέλιξη του ξενοδοχειακού δυναμικού (αριθμός κλινών) της Χαλκιδικής κατά τη περίοδο των ετών 2010-2020, ανά κατηγορία αστεριών.

Έτος/κατηγορία ξενοδοχειακών μονάδων	5*	4*	3*	2*	1*	Σύνολο
2010	6852	11666	10806	9736	7466	46526
2011	8.268	9.900	10.900	9.781	7.344	46.193
2012	8.268	9.987	10.727	9.627	7.442	46.051
2013	8.959	9.163	9.297	9.567	7.593	44.579
2014	9.304	10.520	9.659	9.303	7.709	46.495
2015	10.241	10.886	9.306	8.769	7.561	46.763
2016	12.772	9.510	9.610	8.568	7.579	48.039
2017	13.468	10.273	9.195	8.576	7.375	48.887
2018	13.995	11.558	8.888	8.018	7.117	49.576
2019	14408	12754	8444	7319	6766	49691
2020	14.552	12.881	8.515	7.229	7.011	50.188

Πηγή: (INSETE, 2021a)

Διάγραμμα 13: Εξέλιξη του ξενοδοχειακού δυναμικού (αριθμός κλινών) της Χαλκιδικής κατά τη περίοδο των ετών 2010-2020, ανά κατηγορία αστεριών.

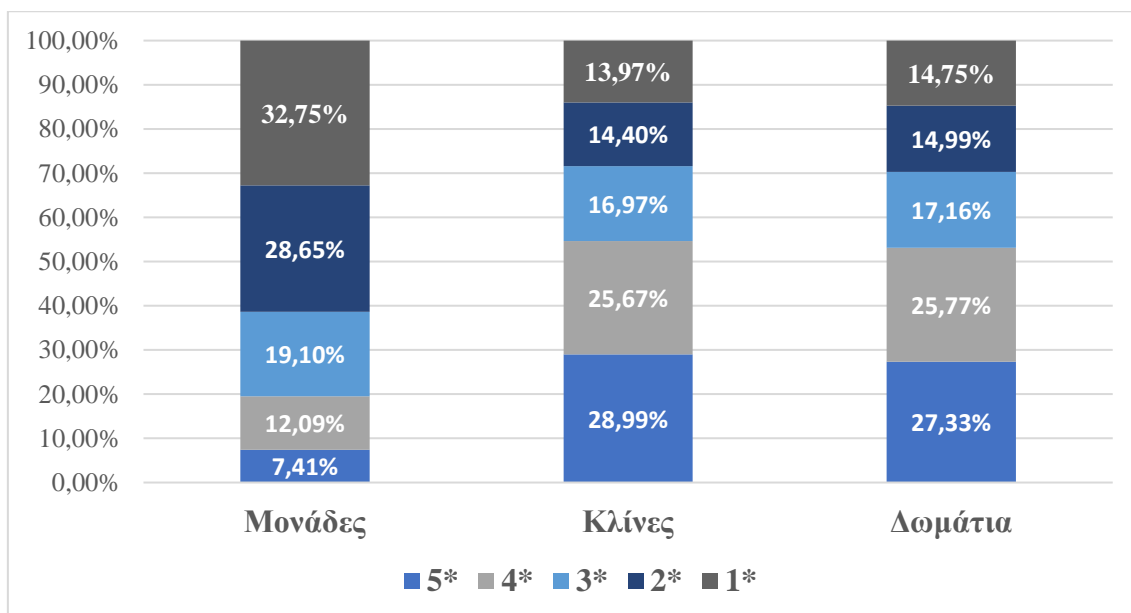


Πηγή: (INSETE, 2021a)

Επομένως, η κατάσταση του ξενοδοχειακού δυναμικού κατά το έτος 2020, έτος για το οποίο διατίθενται τα πιο πρόσφατα στοιχεία, διαμορφώνεται ως εξής (Διάγραμμα 14):

- τα ξενοδοχεία 5 αστέρων αντιπροσωπεύουν μόλις το 7% των ξενοδοχειακών μονάδων της Χαλκιδικής, εντούτοις κατέχουν το 27% του αριθμού δωματίων και το 29% του αριθμού των κλινών.
- τα ξενοδοχεία 4 αστέρων αντιπροσωπεύουν το 12% των ξενοδοχειακών μονάδων της Χαλκιδικής, κατέχουν το 26% του αριθμού δωματίων και το 26% του αριθμού των κλινών.
- τα ξενοδοχεία 3 αστέρων αντιπροσωπεύουν το 19% των ξενοδοχειακών μονάδων της Χαλκιδικής, κατέχουν το 17% του αριθμού δωματίων και το 17% του αριθμού των κλινών.
- τα ξενοδοχεία 2 αστέρων αντιπροσωπεύουν το 29% των ξενοδοχειακών μονάδων της Χαλκιδικής, κατέχουν το 15% του αριθμού δωματίων και το 14% του αριθμού των κλινών.
- τα ξενοδοχεία 1 αστέρων αντιπροσωπεύουν το 33% των ξενοδοχειακών μονάδων της Χαλκιδικής, κατέχουν το 15% του αριθμού δωματίων και το 14% του αριθμού των κλινών.

Διάγραμμα 14: Κατανομή των ξενοδοχειακών μονάδων, δωματίων και κλινών ανά κατηγορία αστεριών στη Χαλκιδική, για το έτος 2020.



Πηγή: (INSETE, 2021a)

Σχετικά με τα ενοικιαζόμενα δωμάτια, κατά το έτος 2020, η δυναμικότητα τους στη Χαλκιδική ανέρχονταν σε 2.312 μονάδες ενοικιαζόμενων δωματίων (

Πίνακας 15), εκ των οποίων 61 μονάδες κατηγορίας 4 κλειδιών, 615 μονάδες κατηγορίας 3 κλειδιών, 1.080 μονάδες κατηγορίας 2 κλειδιών και 556 μονάδες κατηγορίας 1

κλειδιών. Όπως προκύπτει, το δυναμικό ενοικιαζόμενων δωματίων της Χαλκιδικής παρέμεινε σταθερό κατά την χρονική περίοδο 2017-2019, περί τις 2.300 μονάδες. Σημειώνεται ότι, λόγω μη δημοσίευσης νέων στοιχείων από τη βάση του Μητρώου Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΜΗΤΕ), τα στοιχεία που παρατίθενται αναφορικά με τα ενοικιαζόμενα δωμάτια είναι τα τελευταία διαθέσιμα.

Πίνακας 15: Εξέλιξη του δυναμικού ενοικιαζόμενων δωματίων (μονάδες) της Χαλκιδικής κατά την περίοδο των ετών 2017-2019, ανά κατηγορία κλειδιών.

Έτος/κατηγορία μονάδων ενοικιαζόμενων δωματίων	4K	3K	2K	1K	Σύνολο
2017	61	616	1.077	526	2.280
2018	61	615	1.081	556	2.313
2019	61	615	1.080	556	2.312

Πηγή: (INSETE, 2021a)

Αντίστοιχη εικόνα σταθερότητας παρουσιάζει η εξέλιξη του δυναμικού ενοικιαζόμενων δωματίων με βάση τον αριθμό των δωματίων και τον αριθμό των κλινών (Πίνακας 16 και Πίνακας 17).

Πίνακας 16: Εξέλιξη του δυναμικού ενοικιαζόμενων δωματίων (αριθμός δωματίων) της Χαλκιδικής κατά την περίοδο των ετών 2017-2019, ανά κατηγορία κλειδιών.

Έτος/κατηγορία μονάδων ενοικιαζόμενων δωματίων	4K	3K	2K	1K	Σύνολο
2017	516	4.318	7.032	2.954	14.820
2018	516	4.320	7.070	3.200	15.106
2019	516	4.320	7.066	3.206	15.108

Πηγή: (INSETE, 2021a)

Πίνακας 17: Εξέλιξη του δυναμικού ενοικιαζόμενων δωματίων (αριθμός κλινών) της Χαλκιδικής κατά την περίοδο των ετών 2017-2019, ανά κατηγορία κλειδιών.

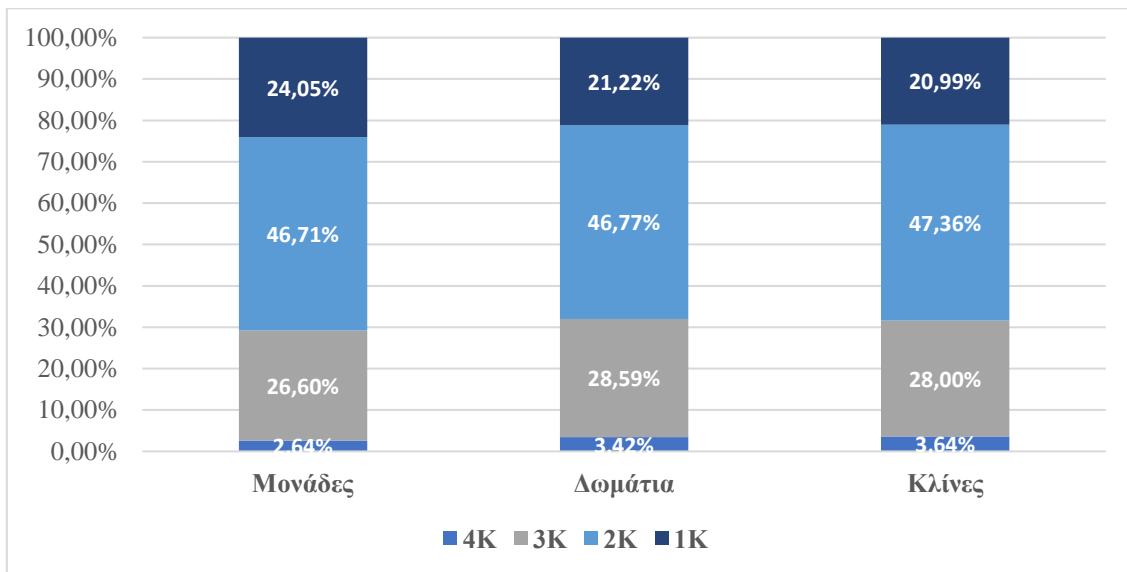
Έτος/κατηγορία μονάδων ενοικιαζόμενων δωματίων	4K	3K	2K	1K	Σύνολο
2017	516	4.318	7.032	2.954	14.820
2018	516	4.320	7.070	3.200	15.106
2019	516	4.320	7.066	3.206	15.108

Πηγή: (INSETE, 2021a)

Επομένως, η κατάσταση του δυναμικού ενοικιαζόμενων δωματίων κατά το έτος 2019, έτος για το οποίο διατίθενται τα πιο πρόσφατα στοιχεία, διαμορφώνεται ως εξής (Διάγραμμα 15):

- οι μονάδες ενοικιαζόμενων δωματίων 4 κλειδιών αντιπροσωπεύουν μόλις το 2% του δυναμικού της Χαλκιδικής, κατέχουν το 3% του αριθμού δωματίων και το 4% του αριθμού των κλινών.
- οι μονάδες ενοικιαζόμενων δωματίων 3 κλειδιών αντιπροσωπεύουν το 27% του δυναμικού της Χαλκιδικής, κατέχουν το 29% του αριθμού δωματίων και το 28% του αριθμού των κλινών.
- οι μονάδες ενοικιαζόμενων δωματίων 2 κλειδιών αντιπροσωπεύουν το 47% του δυναμικού της Χαλκιδικής, κατέχουν το 47% του αριθμού δωματίων και το 47% του αριθμού των κλινών.
- οι μονάδες ενοικιαζόμενων δωματίων 1 κλειδιών αντιπροσωπεύουν το 24% του δυναμικού της Χαλκιδικής, κατέχουν το 21% του αριθμού δωματίων και το 21% του αριθμού των κλινών.

Διάγραμμα 15: Κατανομή των μονάδων ενοικιαζόμενων δωματίων, δωματίων και κλινών ανά κατηγορία κλειδιών στη Χαλκιδική, για το έτος 2019.

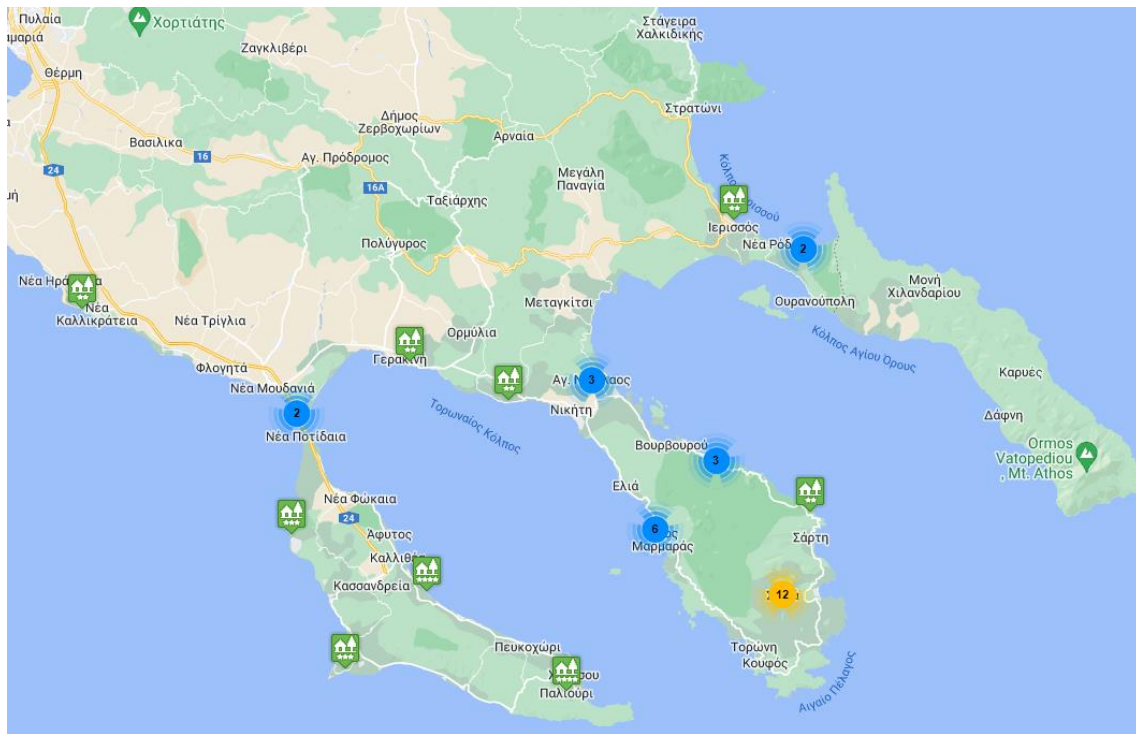


Πηγή: (INSETE, 2021a)

Σχετικά με το δυναμικό των τουριστικών επιπλωμένων κατοικιών και επαύλεων της περιφερειακής ενότητας της Χαλκιδικής, τα διαθέσιμα στοιχεία αφορούν αποκλειστικά το έτος 2018 και ανέρχονται σε 308 μονάδες, με τον αντίστοιχο αριθμό δωματίων να ανέρχεται σε 394 και των κλινών σε 2.340 (INSETE, 2021a).

Σε ό,τι αφορά το δυναμικό των κάμπινγκ στη Χαλκιδική, κατά το έτος 2020, η δυναμικότητα τους ανέρχονταν σε 39 εγκαταστάσεις (Πίνακας 15), εκ των οποίων 8 μονάδες κατηγορίας 4 αστέρων, 8 μονάδες κατηγορίας 3 αστέρων, 21 μονάδες κατηγορίας 2 αστέρων και 2 μονάδες κατηγορίας 1 κλειδιών (INSETE, 2021a).

Εικόνα 9: Πλήθος και χωροθέτηση εγκαταστάσεων κάμπινγκ, όλων των κατηγοριών, στη Χαλκιδική.

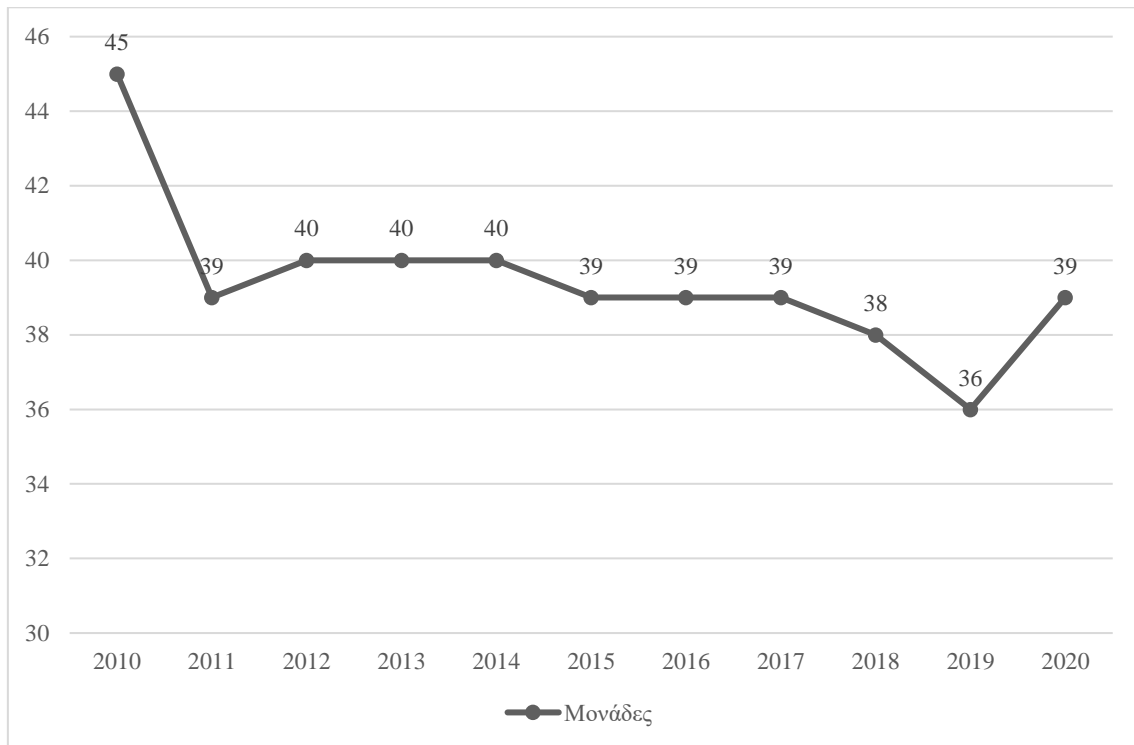


Πηγή: (ΞΕΕ, 2022)

Όπως προκύπτει από το παρακάτω διάγραμμα (Διάγραμμα 16), το δυναμικό των κάμπινγκ της Χαλκιδικής παρέμεινε σταθερό κατά την χρονική περίοδο 2011-2020, περί τις 39 εγκαταστάσεις, κατόπιν μείωσης κατά 6 μονάδες μεταξύ των ετών 2010 και 2011. Επομένως, η κατάσταση του δυναμικού των κάμπινγκ κατά το έτος 2020, έτος για το οποίο διατίθενται τα πιο πρόσφατα στοιχεία, διαμορφώνεται ως εξής (Διάγραμμα 17):

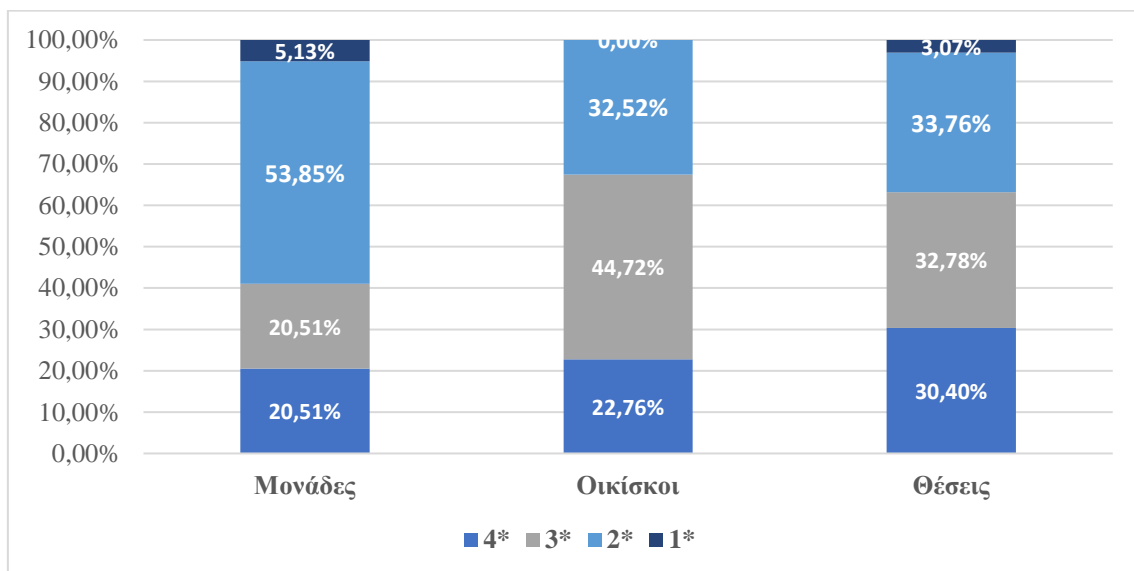
- οι εγκαταστάσεις 4 αστεριών αντιπροσωπεύουν το 20% του δυναμικού της Χαλκιδικής, κατέχουν το 23% του αριθμού οικίσκων και το 30% του αριθμού των θέσεων.
- οι εγκαταστάσεις 3 αστεριών αντιπροσωπεύουν το 20% του δυναμικού της Χαλκιδικής, κατέχουν το 45% του αριθμού οικίσκων και το 33% του αριθμού των θέσεων.
- οι εγκαταστάσεις 2 αστεριών αντιπροσωπεύουν το 54% του δυναμικού της Χαλκιδικής, κατέχουν το 35% του αριθμού οικίσκων και το 34% του αριθμού των θέσεων.
- οι εγκαταστάσεις 1 αστεριών αντιπροσωπεύουν μόλις το 5% του δυναμικού της Χαλκιδικής, κατέχουν το 3% του αριθμού των θέσεων, ενώ δε διαθέτουν οικίσκους.

Διάγραμμα 16: Εξέλιξη του δυναμικού των κάμπινγκ της Χαλκιδικής κατά την περίοδο των ετών 2010-2020.



Πηγή: (ΞΕΕ, 2022)

Διάγραμμα 17: Κατανομή των εγκαταστάσεων κάμπινγκ, οικίσκων και θέσεων ανά κατηγορία αστεριών στη Χαλκιδική, για το έτος 2020.



Πηγή: (INSETE, 2021a)

Τα τελευταία χρόνια σε παγκόσμιο επίπεδο έχει αναπτυχθεί η βραχυχρόνια μίσθωση, μέσω αντίστοιχων ιστοσελίδων του διαδικτύου (Airbnb, flyway, booking, κ.λ.π.) προκειμένου οι ιδιοκτήτες ακινήτων να μπορούν να διαμοιράζονται τις ιδιοκτησίες τους. Ο διαμοιρασμός κατοικίας αποφέρει πληθώρα πλεονεκτημάτων στην τοπική οικονομία,

την αγορά τουρισμού και τις τοπικές κοινότητες. Ο διαμοιρασμός κατοικίας, βρήκε μεγάλη απήχηση και στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής. Σύμφωνα με τον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 18) το σύνολο των κατοικιών που διατίθενται σε επισκέπτες της περιοχής ανέρχεται σε 4.215 ιδιοκτησίες.

Πίνακας 18: Αριθμός κατοικιών που διατίθενται προς βραχυχρόνια μίσθωση στη Χαλκιδική, ανά Δήμο, κατά το έτος 2022.

	Δήμος Κασσάνδρας	Δήμος Σιθωνίας	Δήμος Προποντίδας	Δήμος Αριστοτέλη	Δήμος Πολυγύρου	Σύνολο
Αριθμός Κατοικιών	1.905	1.104	673	252	281	4.215

Πηγή: (AirDNA, 2022)

Κεφάλαιο 4. Τουριστικά μεγέθη της περιοχής μελέτης

Στο παρόν κεφάλαιο γίνεται παρουσίαση των βασικών τουριστικών μεγεθών της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας, καθώς και της περιοχής μελέτης, ανάλογα με τη διαθεσιμότητα των στοιχείων. Γίνεται αναφορά στις αφίξεις αεροπορικές και οδικές, στην επισκεψιμότητα των μουσείων και των αρχαιολογικών χώρων, στα βασικά μεγέθη και δείκτες του εισερχόμενου τουρισμού, καθώς και σε βασικά μεγέθη των ξενοδοχειακών καταλυμάτων.

4.1 Αεροπορικές αφίξεις

Η Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής δεν διαθέτει αεροδρόμιο, αλλά εξυπηρετείται μέσω του αεροδρομίου «Μακεδονία», που βρίσκεται στη Θεσσαλονίκη.

Αναφορικά με τις διεθνείς αεροπορικές αφίξεις, από τα στοιχεία που παρατίθενται παρακάτω (Πίνακας 19 και Διάγραμμα 18), προκύπτει ότι η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας αντιπροσωπεύει, κατά την εξεταζόμενη χρονική περίοδο μεταξύ των ετών 2014-2020, το 11% των διεθνών αεροπορικών αφίξεων της χώρας. Επίσης, κατά την ίδια χρονική περίοδο, το αεροδρόμιο «Μακεδονία» σημείωσε αύξηση των διεθνών αφίξεων κατά 50% (από 1,6 εκατ. το έτος 2014 σε 2,3 εκατ. το έτος 2019), ενώ τη χρονική περίοδο 2019-2020 σημείωσε μείωση κατά 70% (από 2,3 εκατ. το έτος 2019 σε 709 χιλ. το έτος 2020), γεγονός που εξηγείται, λόγω της έξαρσης της πανδημίας του κορωνοϊού και των περιοριστικών μέτρων στις μετακινήσεις, που επιβλήθηκαν.

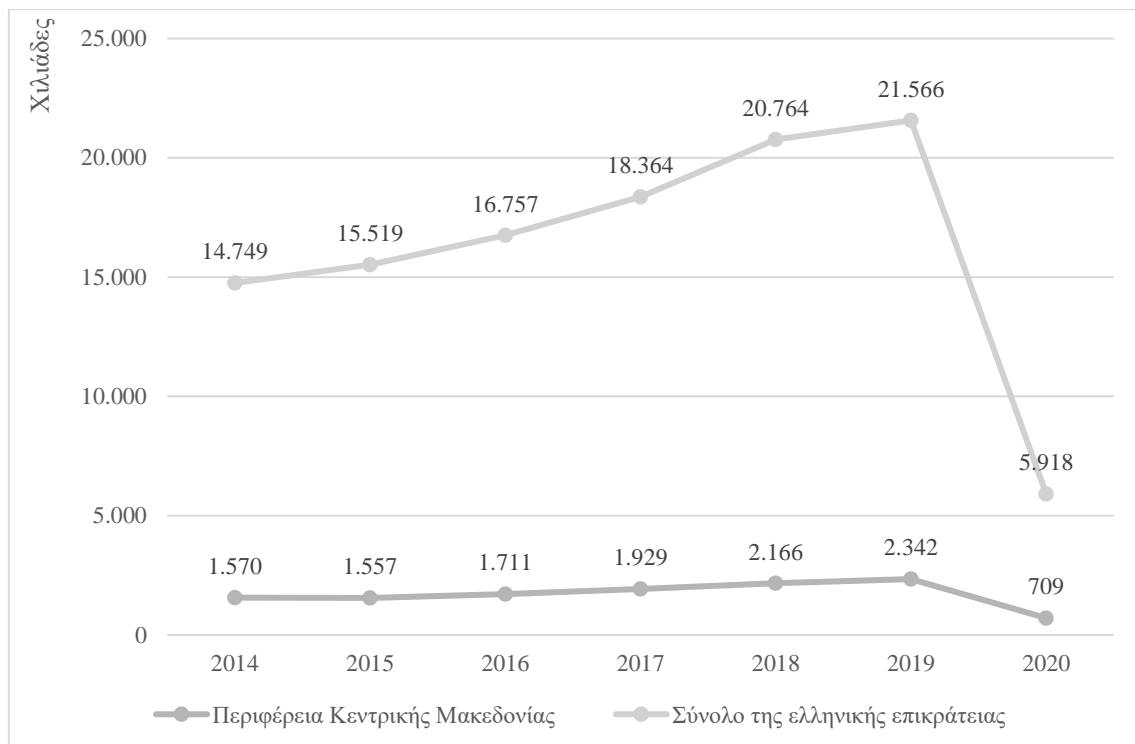
Αναφορικά με τις αεροπορικές αφίξεις εσωτερικού, από τα στοιχεία που παρατίθενται παρακάτω (Πίνακας 20 και Διάγραμμα 19), προκύπτει ότι η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας αντιπροσωπεύει, κατά την εξεταζόμενη χρονική περίοδο μεταξύ των ετών 2014-2020, το 14% των αεροπορικών αφίξεων εσωτερικού της χώρας. Επίσης, κατά την ίδια χρονική περίοδο, το αεροδρόμιο «Μακεδονία» σημείωσε αύξηση των αφίξεων εσωτερικού κατά 20% (από 888 χιλ. το έτος 2014 σε 1,1 εκατ. το έτος 2019), ενώ τη χρονική περίοδο 2019-2020 σημείωσε μείωση κατά 60% (από 1,1 εκατ. το έτος 2019 σε 425 χιλ. το έτος 2020), γεγονός που εξηγείται, όπως και ανωτέρω.

Πίνακας 19: Αριθμός διεθνών αεροπορικών αφίξεων στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας (αεροδρόμιο «Μακεδονία») κατά την περίοδο των ετών 2014-2020 (σε χιλ.).

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας	1.570	1.557	1.711	1.929	2.166	2.342	709
Σύνολο της ελληνικής επικράτειας	14.749	15.519	16.757	18.364	20.764	21.566	5.918
Ποσοστό Κεντρικής Μακεδονίας επί του συνόλου	10,64%	10,03%	10,21%	10,50%	10,43%	10,86%	11,98%
Ποσοστιαία μεταβολή σε σχέση με το προηγούμενο έτος (Κεντρική Μακεδονία)		-0,83%	9,88%	12,76%	12,28%	8,13%	-69,72%
Ποσοστιαία μεταβολή έτους σε σχέση με το έτος 2014 (Κεντρική Μακεδονία)		-0,83%	8,97%	22,87%	37,96%	49,17%	-54,83%

Πηγή: (INSETE, 2021a)

Διάγραμμα 18: Αριθμός διεθνών αεροπορικών αφίξεων στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας (αεροδρόμιο «Μακεδονία») κατά την περίοδο των ετών 2014-2020, σε σύγκριση με το σύνολο της ελληνικής επικράτειας (σε χιλ.).



Πηγή: (INSETE, 2021a)

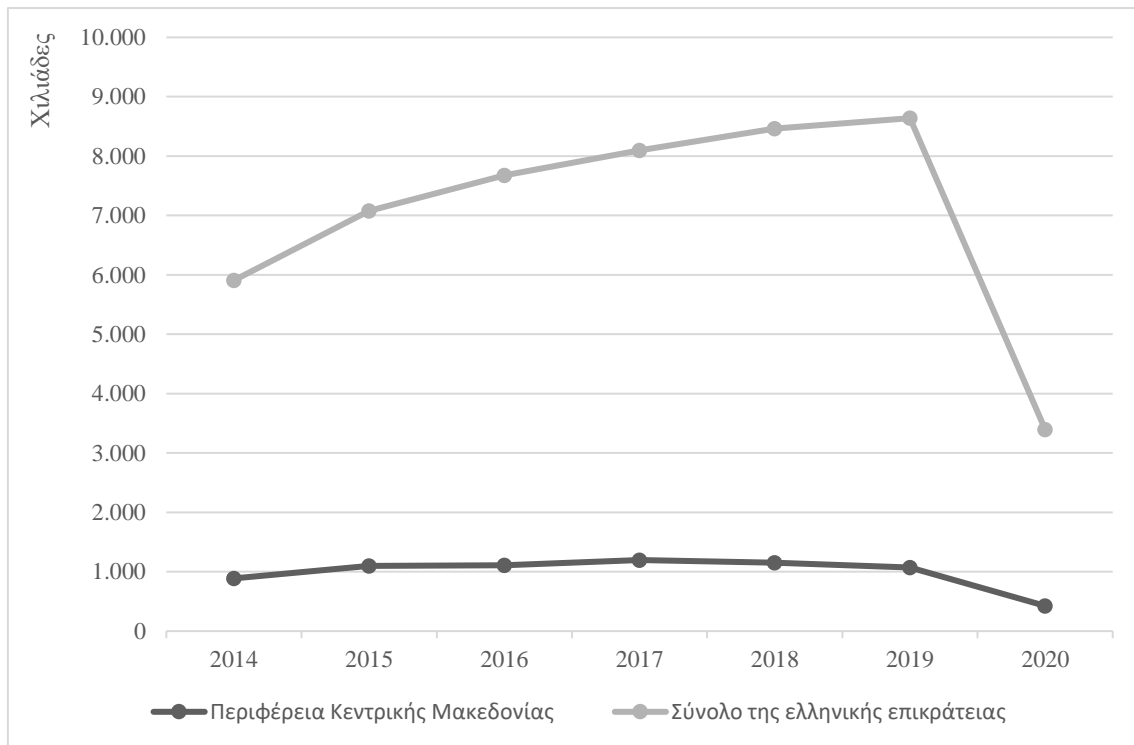
Συμπερασματικά, οι αεροπορικές αφίξεις στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονία, κατά την εξεταζόμενη χρονική περίοδο, εκτός τους έτους 2020, είχαν αρκετά υψηλή αυξητική τάση, με ολοένα και περισσότερους επισκέπτες να καταφθάνουν στην Περιφέρεια.

Πίνακας 20: Αριθμός αεροπορικών αφίξεων εσωτερικού στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας (αεροδρόμιο «Μακεδονία») κατά την περίοδο των ετών 2014-2020 (σε χιλ.).

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας	888	1.098	1.110	1.197	1.153	1.071	425
Σύνολο της ελληνικής επικράτειας	5.909	7.075	7.677	8.094	8.462	8.639	3.398
Ποσοστό Κεντρικής Μακεδονίας επί του συνόλου	15,04%	15,52%	14,45%	14,79%	13,62%	12,40%	12,52%
Ποσοστιαία μεταβολή σε σχέση με το προηγούμενο έτος (Κεντρική Μακεδονία)		23,55%	1,09%	7,88%	-3,70%	-7,11%	-60,29%
Ποσοστιαία μεταβολή έτους σε σχέση με το έτος 2014 (Κεντρική Μακεδονία)		23,55%	24,89%	34,74%	29,75%	20,53%	-52,14%

Πηγή: (INSETE, 2021a)

Διάγραμμα 19: Αριθμός αεροπορικών αφίξεων εσωτερικού στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας (αεροδρόμιο «Μακεδονία») κατά την περίοδο των ετών 2014-2020, σε σύγκριση με το σύνολο της ελληνικής επικράτειας (σε χιλ.).



Πηγή: (INSETE, 2021a)

4.2 Οδικές αφίξεις

Στην ενότητα αυτή παρατίθενται στοιχεία για την εισερχόμενη διεθνή οδική κίνηση, μόνο η είσοδος, που καταγράφεται από τους κατά τόπους μεθοριακούς σταθμούς των συνόρων. Αξίζει να τονισθεί ότι η κίνηση αυτή διαχέεται σε όλη την επικράτεια και δεν αφορά αποκλειστικά και μόνο στην Περιφέρεια εισόδου. Επίσης, επειδή πρόκειται για στοιχεία που προκύπτουν από στατικά της έρευνας των συνόρων, δεν προκύπτει ότι ο σκοπός εισόδου είναι αποκλειστικά ο τουρισμός. Οι μεθοριακοί σταθμοί εντοπίζονται στις Βόρειες Περιφέρειες της Ελλάδας και καταγράφουν την είσοδο και την έξοδο από και προς τις γειτνιάζουσες με την Ελλάδα χώρες (Αλβανία, Βόρεια Μακεδονία, Βουλγαρία και Τουρκία). Ωστόσο, οι εισερχόμενες οδικές αφίξεις και η εξέλιξη τους δεν παύουν να αποτελούν ένα αξιόλογο στοιχείο, κατά την ανάλυση του τουριστικού κλάδου.

Πίνακας 21: Αριθμός οδικών αφίξεων στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, ανά μεθοριακό σταθμό, κατά την περίοδο των ετών 2014-2020 (σε χιλ.).

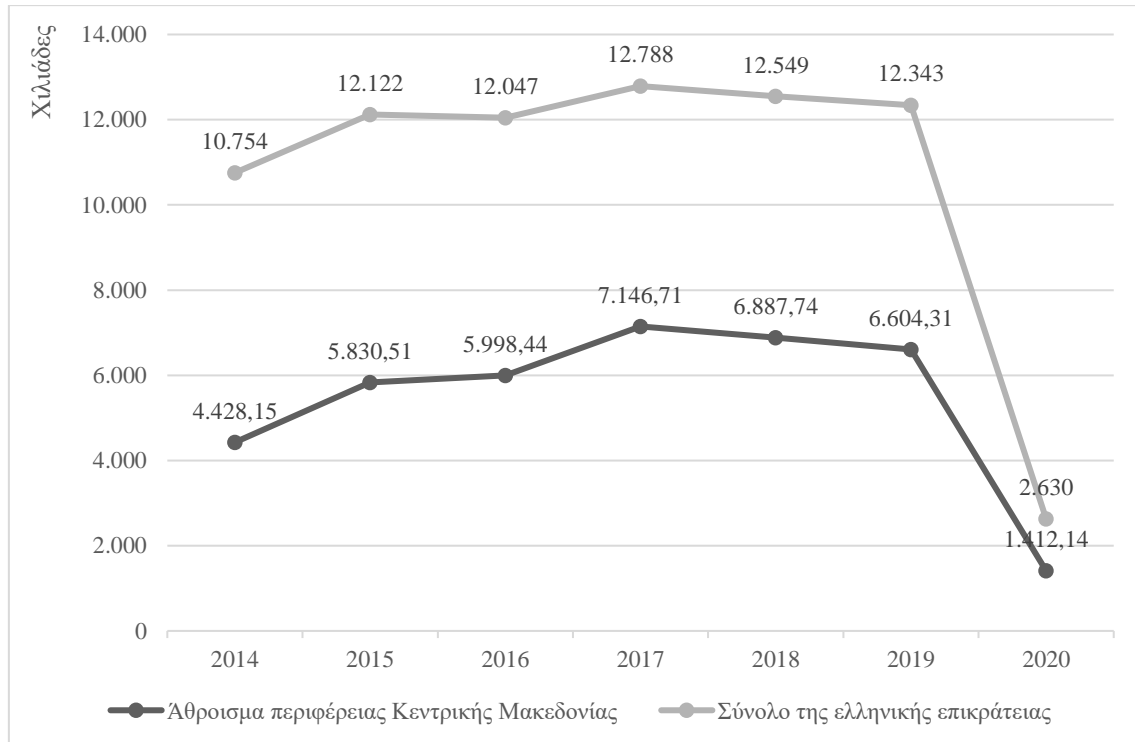
Μεθοριακός σταθμός/ Έτος	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Προμαχώνας	1.681	1.610	1.587	2.714	3.485	3.757	991
Εύζωνοι	2.594	4.053	3.981	3.848	3.023	2.438	364
Δοϊράνη	153	167	431	585	380	410	57
Άθροισμα περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας	4.428	5.831	5.998	7.147	6.888	6.604	1.412
Σύνολο της ελληνικής επικράτειας	10.754	12.122	12.047	12.788	12.549	12.343	2.630
Ποσοστό Κεντρικής Μακεδονίας επί του συνόλου	41,18%	48,10%	49,79%	55,89%	54,89%	53,51%	53,69%
Ποσοστιαία μεταβολή σε σχέση με το προηγούμενο έτος (Κεντρική Μακεδονία)		31,67%	2,88%	19,14%	-3,62%	-4,12%	-78,62%
Ποσοστιαία μεταβολή έτους σε σχέση με το έτος 2014 (Κεντρική Μακεδονία)		31,67%	35,46%	61,39%	55,54%	49,14%	-68,11%

Πηγή: (INSETE, 2021a)

Από τα στοιχεία που παρατίθενται (Πίνακας 21 και Διάγραμμα 20), προκύπτει ότι η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας αντιπροσωπεύει, κατά την εξεταζόμενη χρονική περίοδο μεταξύ των ετών 2014-2020, το 50% των οδικών αφίξεων της χώρας. Επίσης, κατά την ίδια χρονική περίοδο, οι οδικές αφίξεις στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας σημείωσαν αύξηση κατά 50% (από 4,4 εκατ. το έτος 2014 σε 6,6 εκατ. το έτος 2019), ενώ τη χρονική περίοδο 2019-2020 σημείωσαν μείωση κατά 80% (από 6,6 εκατ. το έτος

2019 σε 2,6 εκ. το έτος 2020), γεγονός που εξηγείται, λόγω της έξαρσης της πανδημίας του κορωνοϊού και των περιοριστικών μέτρων στις μετακινήσεις, που επιβλήθηκαν από τις εκάστοτε κυβερνήσεις.

Διάγραμμα 20: Αριθμός οδικών αφίξεων στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά την περίοδο των ετών 2014-2020, σε σύγκριση με το σύνολο της ελληνικής επικράτειας (σε χιλ.).



Πηγή: (INSETE, 2021a)

Αναφορικά με την ποσοστιαία κατανομή των οδικών αφίξεων, για το έτος 2020, παρατηρείται ότι το υψηλότερο ποσοστό διέρχεται από τον μεθοριακό σταθμό του Προμαχώνα (70%) και ακολούθως από τους σταθμούς των Ευζώνων (26%) και της Δοϊράνης (4%). Ενδιαφέρον αποτελεί ότι το 74% των οδικών αφίξεων της Περιφέρειας εισήλθε στην Ελλάδα από την Ενότητα Κιλκίς (Εύζωνοι, Δοϊράνη), ενώ το υπόλοιπο 26% από την Ενότητα Σερρών (Προμαχώνας) (INSETE, 2021a).

4.3 Ακτοπλοϊκή κίνηση - κρουαζιέρα

Στην παρούσα ενότητα παρατίθενται στοιχεία που αφορούν την ακτοπλοϊκή κίνηση και την κρουαζιέρα στους λιμένες της περιοχής μελέτης. Σχετικά με τους διακινηθέντες επιβάτες εσωτερικού (επιβίβαση και αποβίβαση με επιβατηγά και οχηματαγωγά πλοία) από τα στοιχεία που παρατίθενται παρακάτω (Πίνακας 22 και Διάγραμμα 21), προκύπτει

ότι η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας αντιπροσωπεύει, κατά την εξεταζόμενη χρονική περίοδο μεταξύ των ετών 2014-2020, το 1% της ακτοπλοϊκής κίνησης της χώρας. Επίσης, κατά την ίδια χρονική περίοδο, ο αριθμός διακινηθέντων εσωτερικού στην περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονία παραμένει σταθερός (περί τις 900 χιλ.) με μικρές αυξομειώσεις. Επιπλέον, παρατηρείται ότι το σύνολο των διακινηθέντων επιβατών καταγράφεται στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής.

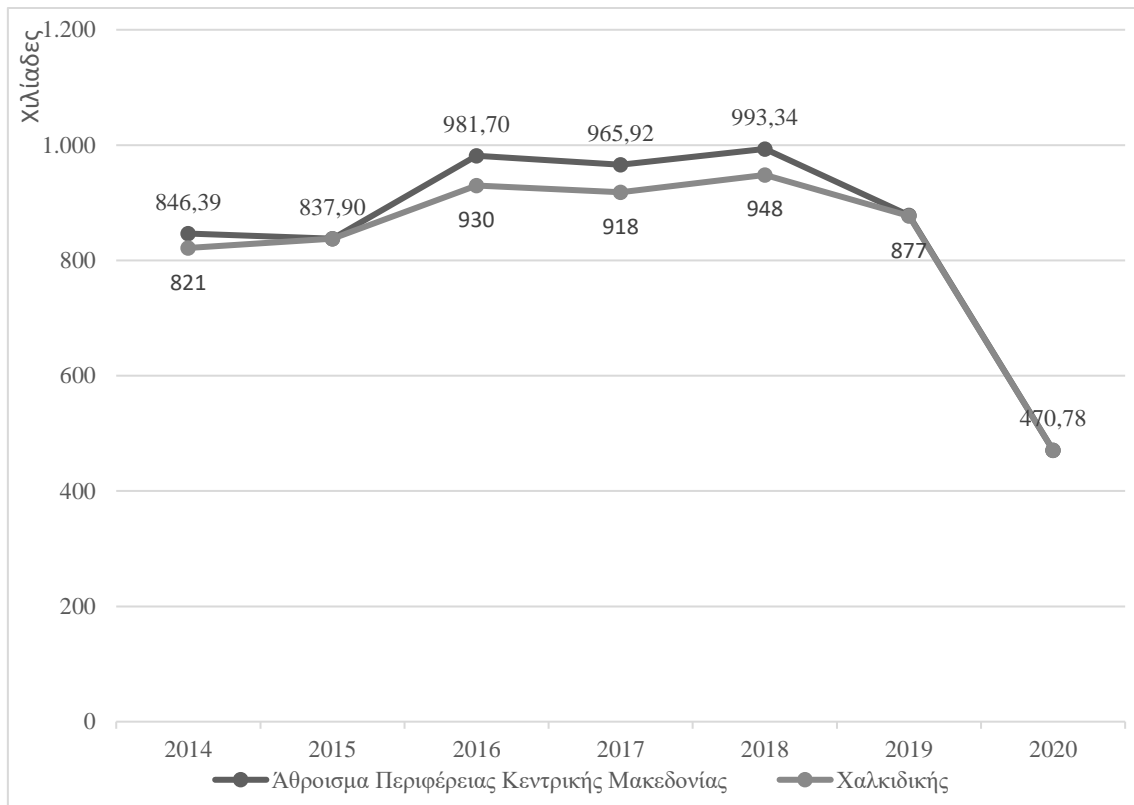
Πίνακας 22: Αριθμός διακινηθέντων εσωτερικού στους λιμένες της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας, ανά Περιφερειακή Ενότητα, κατά την περίοδο των ετών 2014-2020 (σε χιλ.).

Περιφερειακή Ενότητα / Έτος	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Χαλκιδικής	821	838	930	918	948	877	471
Θεσσαλονίκης	25	0	52	48	45	1	0
Άθροισμα Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας	846	838	982	966	993	878	471
Σύνολο της ελληνικής επικράτειας	66.263	65.230	63.372	67.884	70.191	71.487	40.166
Ποσοστό Κεντρικής Μακεδονίας επί του συνόλου	1,28%	1,28%	1,55%	1,42%	1,42%	1,23%	1,17%
Ποσοστιαία μεταβολή σε σχέση με το προηγούμενο έτος (Κεντρική Μακεδονία)		-1,00%	17,16%	-1,61%	2,84%	-11,58%	-46,40%
Ποσοστιαία μεταβολή έτους σε σχέση με το έτος 2014 (Κεντρική Μακεδονία)		-1,00%	15,99%	14,12%	17,36%	3,78%	-44,38%

Πηγή: (INSETE, 2021a)

Σχετικά με την ακτοπλοϊκή κίνηση εξωτερικού, την αντίστοιχη χρονική περίοδο, η Περιφέρεια της Κεντρικής Μακεδονίας δεν παρουσιάζει κάποια κίνηση, καθώς στους λιμένες της δεν υπάρχει η αντίστοιχη κίνηση επιβατηγών και οχηματαγωγών πλοίων, προερχόμενων από το εξωτερικό. Η όποια κίνηση παρατηρείται, πέραν της κρουαζιέρας, αφορά κυρίως εμπορικούς σκοπούς.

Διάγραμμα 21: Αριθμός διακινηθέντων εσωτερικού στους λιμένες της Περιφέρειας Ενότητας Χαλκιδικής, κατά την περίοδο των ετών 2014-2020, σε σύγκριση με το σύνολο της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας (σε χιλ.).



Πηγή: (INSETE, 2021a)

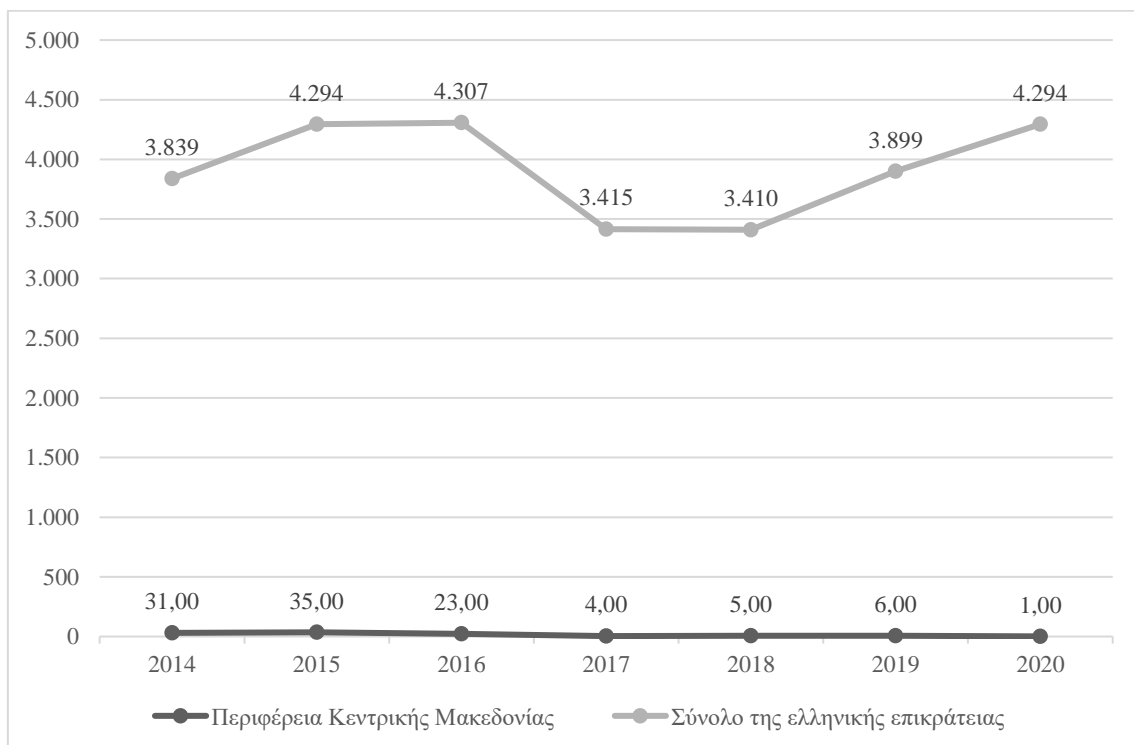
Αναφορικά με την κίνηση των κρουαζιερόπλοιων, σημειώνεται ότι στην περιοχή της μελέτης δεν καταφθάνουν κρουαζιερόπλοια, ούτε υπάρχουν οι κατάλληλες υποδομές σε κάποιο λιμάνι για να συμβεί κάτι τέτοιο. Στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας τα κρουαζιερόπλοια αγκυροβολούν μόνο στο λιμάνι της Θεσσαλονίκης. Από τα στοιχεία που παρατίθενται παρακάτω (Πίνακας 23 και Διάγραμμα 22), προκύπτει ότι η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας αντιπροσωπεύει, κατά την εξεταζόμενη χρονική περίοδο μεταξύ των ετών 2014-2020, μόλις το 1% της κίνησης σε όλη τη χώρα. Επίσης, κατά την ίδια χρονική περίοδο, το λιμάνι της Θεσσαλονίκης σημείωσε σημαντική μείωση των αφίξεων κρουαζιερόπλοιων κατά 80% (από 31 το έτος 2014 σε 6 το έτος 2019).

Πίνακας 23: Αριθμός κρουαζιερόπλοιων που αγκυροβόλησαν στο λιμάνι της Θεσσαλονίκης (Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας), κατά την περίοδο των ετών 2014-2020.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας (Λιμάνι Θεσσαλονίκης)	31	35	23	4	5	6	1
Σύνολο της ελληνικής επικράτειας	3.839	4.294	4.307	3.415	3.410	3.899	4.294
Ποσοστό Κεντρικής Μακεδονίας επί του συνόλου	0,81%	0,82%	0,53%	0,12%	0,15%	0,15%	0,02%
Ποσοστιαία μεταβολή σε σχέση με το προηγούμενο έτος (Κεντρική Μακεδονία)		12,90%	-34,29%	-82,61%	25,00%	20,00%	-83,33%
Ποσοστιαία μεταβολή έτους σε σχέση με το έτος 2014 (Κεντρική Μακεδονία)		12,90%	-25,81%	-87,10%	-83,87%	-80,65%	-96,77%

Πηγή: (INSETE, 2021a)

Διάγραμμα 22: Αριθμός κρουαζιερόπλοιων που αγκυροβόλησαν στο λιμάνι της Θεσσαλονίκης (Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας), κατά την περίοδο των ετών 2014-2020, σε σύγκριση με το σύνολο της χώρας.



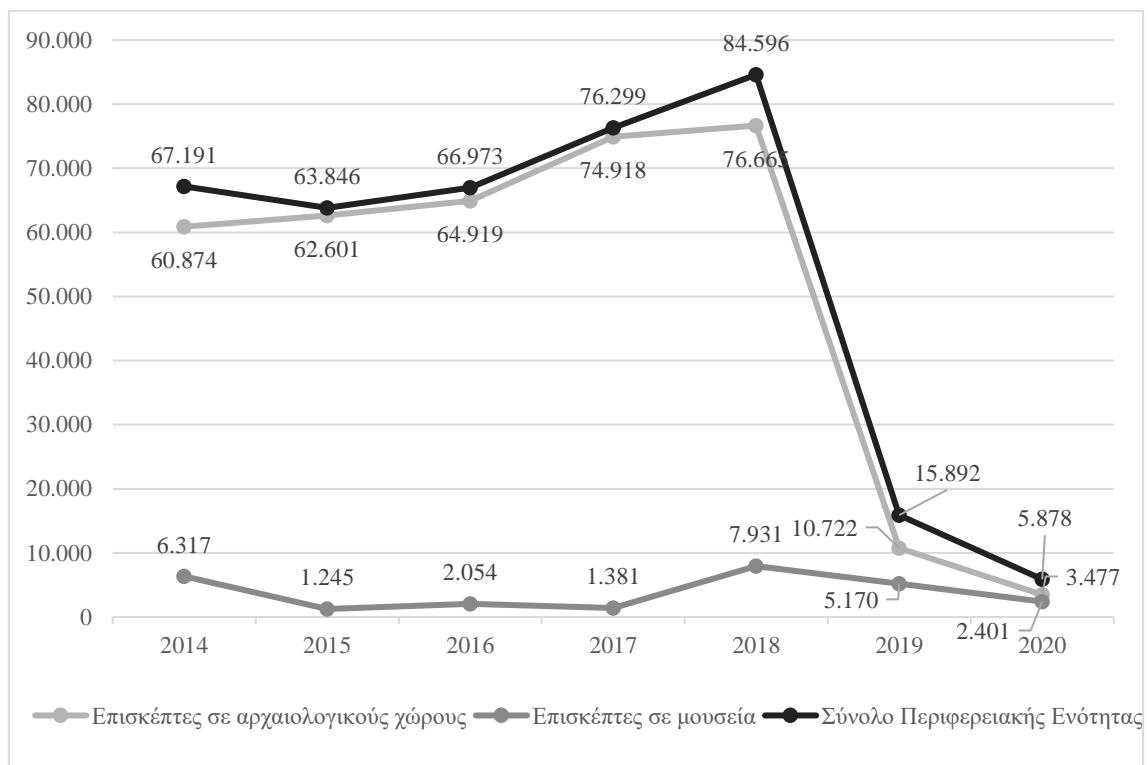
Πηγή: (INSETE, 2021a)

4.4 Επισκέψεις σε μουσεία - αρχαιολογικούς χώρους

Στην ενότητα αυτή παρατίθενται στοιχεία, σχετικά με τις πραγματοποιηθείσες επισκέψεις σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής. Σε ό,τι αφορά την Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά την εξεταζόμενη χρονική περίοδο μεταξύ των ετών 2014-2020, σημείωσε αύξηση στην επισκεψιμότητα των μουσείων της κατά 27% και αύξηση στον αριθμό των επισκέψεων σε αρχαιολογικούς χώρους της κατά 14%.

Ειδικότερα, σε ό,τι αφορά την Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής (Πίνακας 24), την ίδια χρονική περίοδο, οι επισκέπτες αυξήθηκαν κατά 25% (από 67 χιλ. το έτος 2014 σε 85 χιλ. το έτος 2018), ενώ το έτος 2019 σημείωσαν απότομη μείωση κατά 75% και ανήλθαν σε 15 χιλ.

Πίνακας 24: Αριθμός επισκεπτών μουσείων και αρχαιολογικών χώρων στην Περιφερειακή Ενότητα Χαλκιδικής, κατά την περίοδο των ετών 2014-2020.



Πηγή: (INSETE, 2021a)

4.5 Βασικά μεγέθη εισερχόμενου τουρισμού

Στην παρούσα ενότητα θα παρουσιαστούν τα βασικά μεγέθη του εισερχόμενου τουρισμού για την Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας και κατ' επέκταση για την περιοχή μελέτης. Παρατίθενται στοιχεία, όπως οι επισκέψεις, οι εισπράξεις και οι διανυκτερεύσεις για την Περιφέρεια της Κεντρικής Μακεδονίας. Τα στοιχεία αυτά έχουν προέλθει από αντίστοιχη έρευνα συνόρων της τράπεζας της Ελλάδος και κατόπιν επεξεργασίας από το INSETE. Με τον όρο, επισκέψεις, στην έρευνα ορίζονται οι επισκέψεις που κάνει ένας τουρίστας στις επιμέρους Περιφέρειες της χώρας. Για παράδειγμα ένας τουρίστας που ταξιδεύει στην Ελλάδα και επισκέπτεται δύο Περιφέρειες (π.χ. Αττικής και Νοτίου Αιγαίου) στην έρευνα συνόρων καταγράφεται ως μια άφιξη και δύο επισκέψεις (INSETE, 2021a). Η εν λόγω έρευνα άρχισε να πραγματοποιείται από το έτος 2016 και έπειτα και για το λόγο αυτό τα στοιχεία που παρουσιάζονται παρακάτω αφορούν την χρονική περίοδο 2016-2020.

Αναφορικά με τις επισκέψεις, από τα στοιχεία που παρατίθενται παρακάτω (Πίνακας 25 και Διάγραμμα 23), προκύπτει ότι η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας αντιπροσωπεύει, κατά την εξεταζόμενη χρονική περίοδο μεταξύ των ετών 2016-2020, το 20% των επισκέψεων τουριστών σε όλη τη χώρα. Επίσης, κατά την ίδια χρονική περίοδο, οι επισκέψεις στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας σημείωσαν αύξηση κατά 6% (από 6,3 χιλ. το έτος 2016 σε 6,8 χιλ. το έτος 2019), ενώ τη χρονική περίοδο 2019-2020 σημείωσαν μείωση κατά 80% (από 6,8 χιλ. το έτος 2019 σε 1,3 χιλ. το έτος 2020), γεγονός που εξηγείται, λόγω της έξαρσης της πανδημίας του κορωνοϊού και των περιοριστικών μέτρων στις μετακινήσεις, που επιβλήθηκαν από τις εκάστοτε κυβερνήσεις.

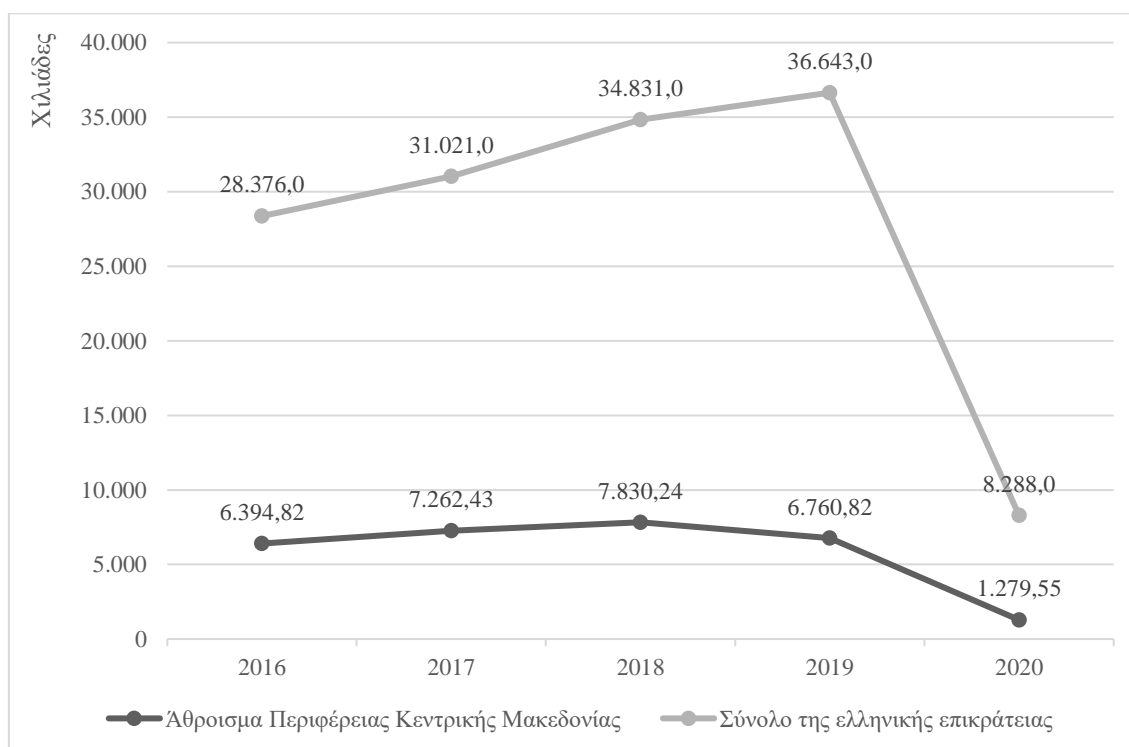
Επίσης, σχετικά με την ποσοστιαία κατανομή των επισκεπτών, ανά χώρα προέλευσης, παρατηρείται από τα παρακάτω στοιχεία (Πίνακας 25, Διάγραμμα 24 και Διάγραμμα 25) ότι, για το έτος 2020, οι επισκέπτες από την Γερμανία κατέχουν το υψηλότερο μερίδιο με ποσοστό 19% (9% το 2016), ακολουθούν οι επισκέπτες από την Βόρεια Μακεδονία με ποσοστό 16% (26% το 2016), από την Βουλγαρία με ποσοστό 16% (23% το 2016), από το Ηνωμένο Βασίλειο με ποσοστό 8% (3% το 2016), από την Ρουμανία με ποσοστό 5% (8% το 2016), από την Σερβία με ποσοστό 4% (9% το 2016), από την Κύπρο με ποσοστό 3% (αμετάβλητο σε σχέση με το 2016) και από τις λοιπές χώρες με ποσοστό 28% (17% το 2016).

Πίνακας 25: Αριθμός επισκέψεων, ανά χώρα προέλευσης, στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας κατά την περίοδο των ετών 2016-2020 (σε χιλ.).

Χώρα Προέλευσης/Έτος	2016	2017	2018	2019	2020
Γερμανία	574,1	785,6	904,7	624,2	249,1
Ην. Βασίλειο	160,7	151,2	304,6	343,9	98,1
Κύπρος	206,6	116,9	202,0	196,8	44,6
Ρουμανία	520,5	538,8	766,6	623,0	66,7
Βόρεια Μακεδονία	1.651,8	1.514,1	1.149,0	874,3	208,6
Βουλγαρία	1.454,0	1.700,2	1.914,0	1.330,6	205,4
Σερβία	604,7	887,0	766,6	712,4	45,3
Ρωσία	134,8	99,4	91,2	106,6	
Λοιπές	1.087,8	1.469,1	1.731,5	1.949,0	361,8
Άθροισμα Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας	6.394,8	7.262,4	7.830,2	6.760,8	1.279,6
Σύνολο της ελληνικής επικράτειας	28.376,0	31.021,0	34.831,0	36.643,0	8.288,0
Ποσοστό Κεντρικής Μακεδονίας επί του συνόλου	22,54%	23,41%	22,48%	18,45%	15,44%
Ποσοστιαία μεταβολή σε σχέση με το προηγούμενο έτος (Κεντρική Μακεδονία)		13,57%	7,82%	-13,66%	-81,07%
Ποσοστιαία μεταβολή έτους σε σχέση με το έτος 2016 (Κεντρική Μακεδονία)		13,57%	22,45%	5,72%	-79,99%

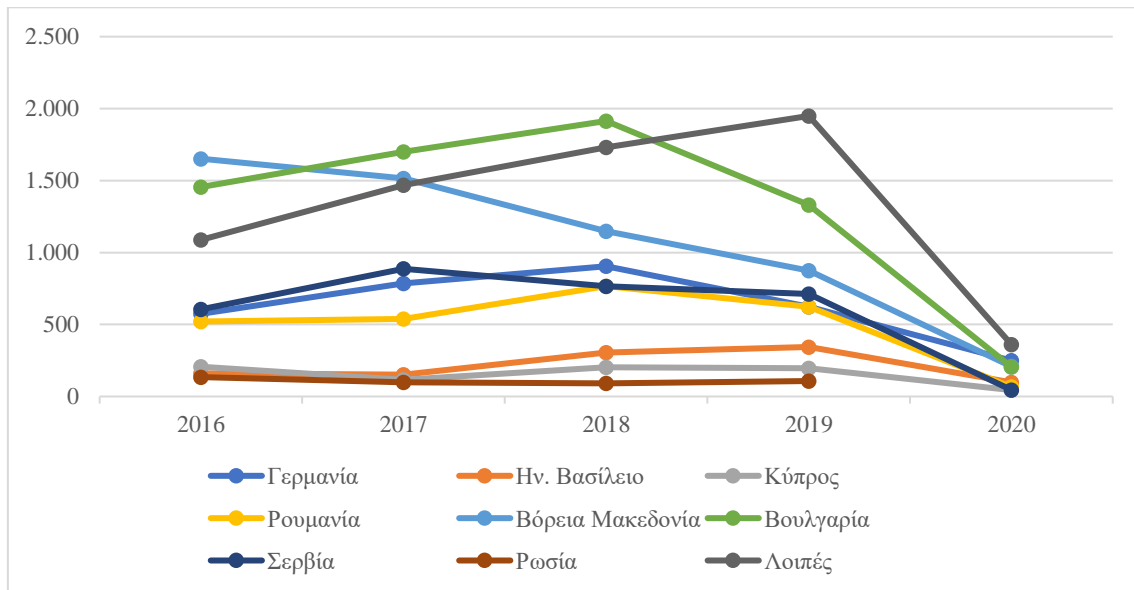
Πηγή: (INSETE, 2021a)

Διάγραμμα 23: Αριθμός επισκέψεων στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά την περίοδο των ετών 2016-2020, σε σύγκριση με το σύνολο της ελληνικής επικράτειας (σε χιλ.).



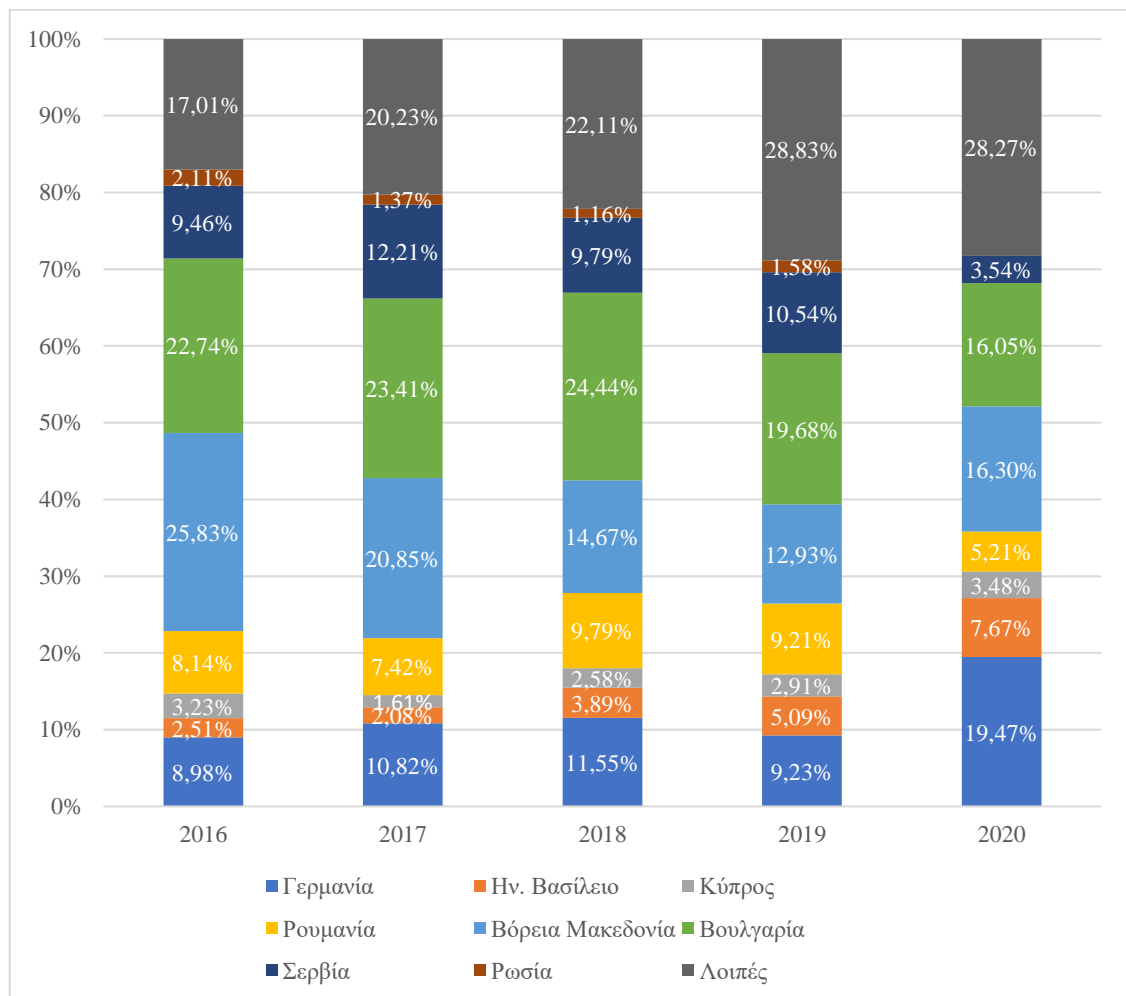
Πηγή: (INSETE, 2021a)

Διάγραμμα 24: Εξέλιξη του αριθμού επισκέψεων, ανά χώρα προέλευσης, στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά την περίοδο των ετών 2016-2020 (σε χιλ.).



Πηγή: (INSETE, 2021a)

Διάγραμμα 25: Ποσοστιαία κατανομή των επισκέψεων, ανά χώρα προέλευσης, στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά την περίοδο των ετών 2016-2020.



Πηγή: (INSETE, 2021a)

Σχετικά με τις διανυκτερεύσεις, από τα παρακάτω στοιχεία (Πίνακας 26 και Διάγραμμα 26), προκύπτει ότι η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας αντιπροσωπεύει, κατά την εξεταζόμενη χρονική περίοδο μεταξύ των ετών 2016-2020, το 19% των διανυκτερεύσεων τουριστών σε όλη τη χώρα. Επίσης, κατά την ίδια χρονική περίοδο, οι διανυκτερεύσεις στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας σημείωσαν αύξηση κατά 12% (από 36,3 χιλ. το έτος 2016 σε 40,8 χιλ. το έτος 2019), ενώ τη χρονική περίοδο 2019-2020 σημείωσαν μείωση κατά 78% (από 40,8 χιλ. το έτος 2019 σε 9,2 χιλ. το έτος 2020).

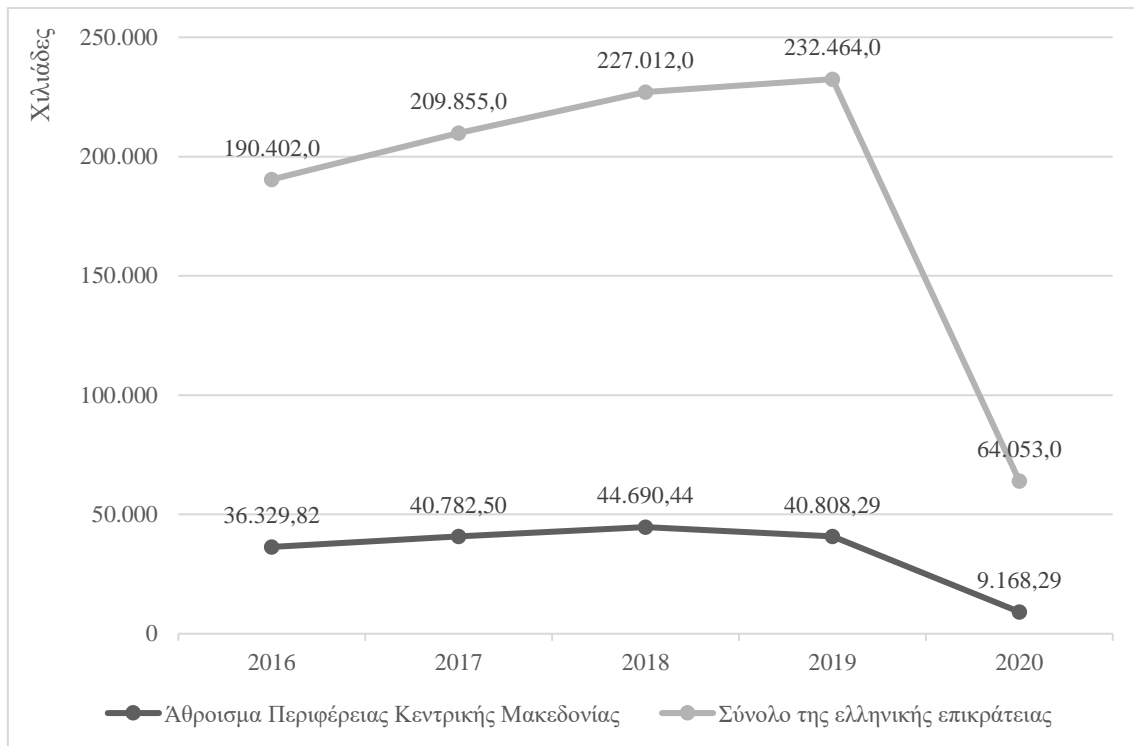
Επίσης, σχετικά με την ποσοστιαία κατανομή των επισκεπτών, ανά χώρα προέλευσης, παρατηρείται από τα παρακάτω στοιχεία (Πίνακας 26, Διάγραμμα 27 και Διάγραμμα 28) ότι, για το έτος 2020, οι επισκέπτες από την Γερμανία κατέχουν το υψηλότερο μερίδιο με ποσοστό 42% (22% το 2016), ακολουθούν οι επισκέπτες από το Ηνωμένο Βασίλειο με ποσοστό 11% (4% το 2016), από την Κύπρο με ποσοστό 5% (6% το 2016), από την Ρουμανία με ποσοστό 4% (10% το 2016), από την Βουλγαρία με ποσοστό 4% (11% το 2016), από την Βόρεια Μακεδονία με ποσοστό 3% (12% το 2016), από την Σερβία με ποσοστό 3% (12% το 2016) και από τις λοιπές χώρες με ποσοστό 27% (19% το 2016).

Πίνακας 26: Αριθμός διανυκτερεύσεων, ανά χώρα προέλευσης, στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας κατά την περίοδο των ετών 2016-2020 (σε χιλ.).

Χώρα Προέλευσης/Έτος	2016	2017	2018	2019	2020
Γερμανία	8.034,8	9.688,7	10.014,9	5.910,4	3.861,0
Ην. Βασίλειο	1.478,2	1.167,6	2.703,7	2.904,6	1.031,8
Κύπρος	2.202,9	1.190,6	1.867,7	1.323,3	479,1
Ρουμανία	3.489,4	3.082,3	4.514,0	4.477,4	395,1
Βόρεια Μακεδονία	4.349,3	3.931,2	3.069,5	2.264,3	285,4
Βουλγαρία	4.021,3	4.208,7	4.555,3	4.553,0	390,2
Σερβία	4.397,2	7.429,9	5.997,2	5.651,7	272,4
Ρωσία	1.342,4	852,5	1.117,3	1.229,2	
Λοιπές	7.014,3	9.231,0	10.850,8	12.494,4	2.453,4
Άθροισμα Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας	36.329,8	40.782,5	44.690,4	40.808,3	9.168,3
Σύνολο της ελληνικής επικράτειας	190.402,0	209.855,0	227.012,0	232.464,0	64.053,0
Ποσοστό Κεντρικής Μακεδονίας επί του συνόλου	19,08%	19,43%	19,69%	17,55%	14,31%
Ποσοστιαία μεταβολή σε σχέση με το προηγούμενο έτος (Κεντρική Μακεδονία)		12,26%	9,58%	-8,69%	-77,53%
Ποσοστιαία μεταβολή έτους σε σχέση με το έτος 2016 (Κεντρική Μακεδονία)		12,26%	23,01%	12,33%	-74,76%

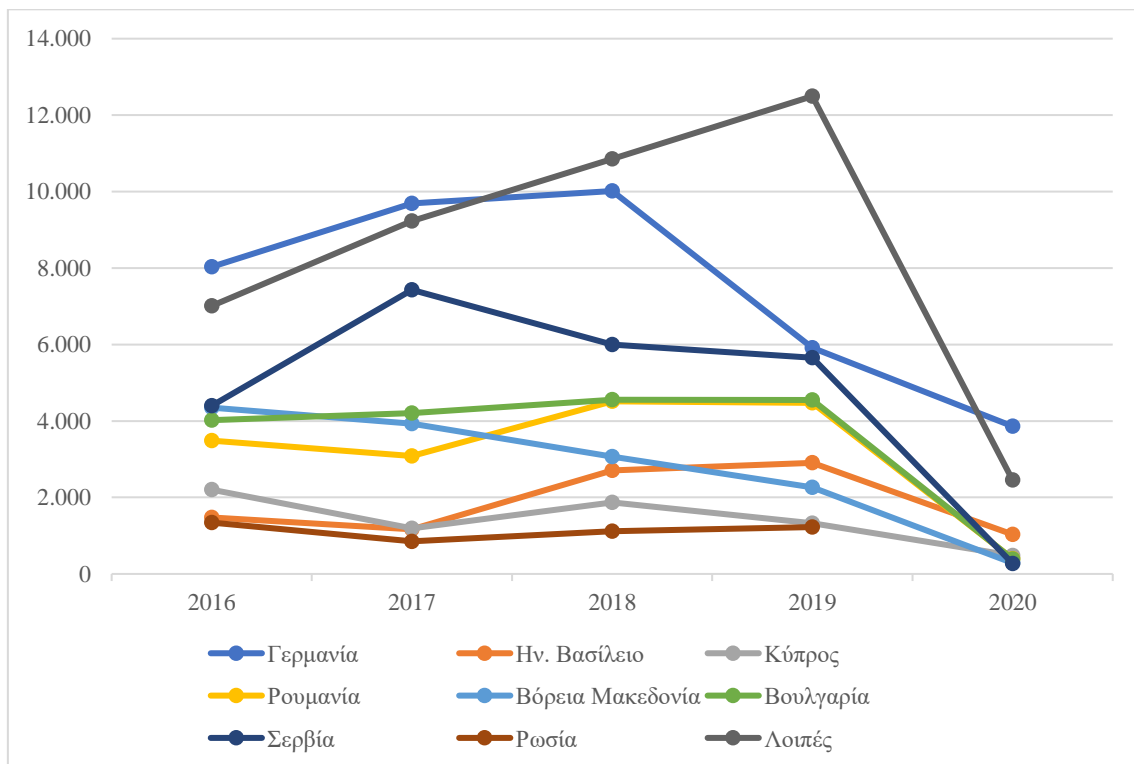
Πηγή: (INSETE, 2021a)

Διάγραμμα 26: Αριθμός διανυκτερεύσεων στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά την περίοδο των ετών 2016-2020, σε σύγκριση με το σύνολο της ελληνικής επικράτειας (σε χιλ.).



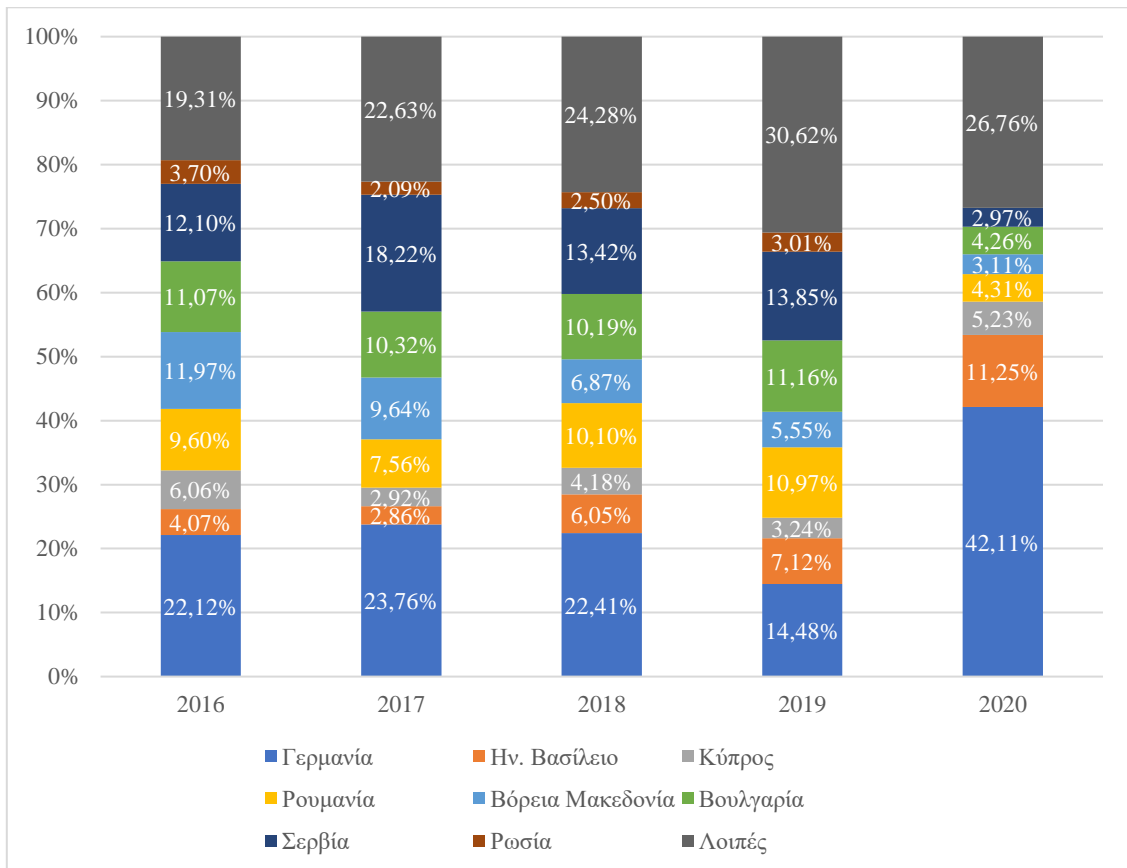
Πηγή: (INSETE, 2021a)

Διάγραμμα 27: Εξέλιξη του αριθμού διανυκτερεύσεων, ανά χώρα προέλευσης, στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά την περίοδο των ετών 2016-2020 (σε χιλ.).



Πηγή: (INSETE, 2021a)

Διάγραμμα 28: Ποσοστιαία κατανομή των διανυκτερεύσεων, ανά χώρα προέλευσης, στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά την περίοδο των ετών 2016-2020.



Πηγή: (INSETE, 2021a)

Σχετικά με τις εισπράξεις, από τα παρακάτω στοιχεία (Πίνακας 27 και Διάγραμμα 29), προκύπτει ότι η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας αντιπροσωπεύει, κατά την εξεταζόμενη χρονική περίοδο μεταξύ των ετών 2016-2020, το 13% των εισπράξεων σε όλη τη χώρα. Επίσης, κατά την ίδια χρονική περίοδο, οι εισπράξεις στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας σημείωσαν αύξηση κατά 33% (από 1.688,1 εκατ. € το έτος 2016 σε 2.249,8 εκατ. € το έτος 2019), ενώ τη χρονική περίοδο 2019-2020 σημείωσαν μείωση κατά 82% (από 2.249,8 εκατ. € το έτος 2019 σε 412,3 εκατ. € το έτος 2020).

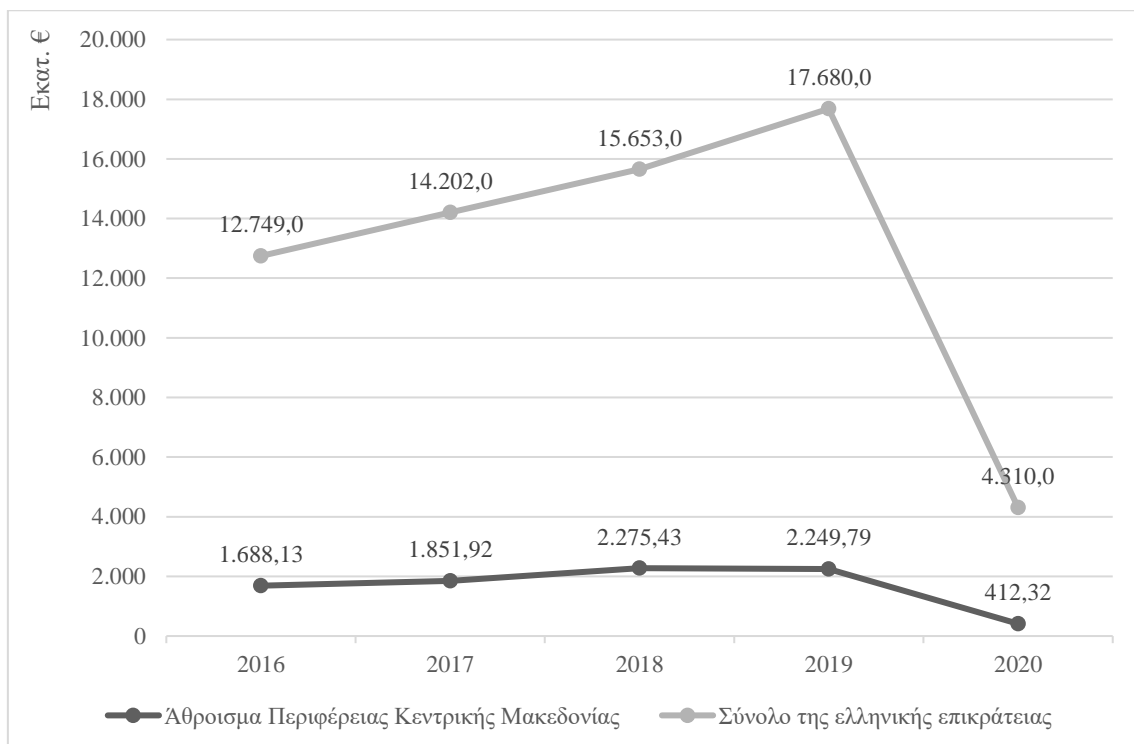
Επίσης, σχετικά με την ποσοστιαία κατανομή των εισπράξεων, ανά χώρα προέλευσης, παρατηρείται από τα παρακάτω στοιχεία (Πίνακας 27, Διάγραμμα 30 και Διάγραμμα 31) ότι, για το έτος 2020, οι επισκέπτες από την Γερμανία κατέχουν το υψηλότερο μερίδιο με ποσοστό 35% (19% το 2016), ακολουθούν από το Ηνωμένο Βασίλειο με ποσοστό 14% (5% το 2016), από την Κύπρο με ποσοστό 5% (αμετάβλητο σε σχέση με το 2016), από την Ρουμανία με ποσοστό 5% (10% το 2016), από την Βόρεια Μακεδονία με ποσοστό 4% (10% το 2016), από την Βουλγαρία με ποσοστό 4% (9% το 2016), από την Σερβία με ποσοστό 3% (12% το 2016) και από τις λοιπές χώρες με ποσοστό 30% (24% το 2016).

Πίνακας 27: Εισπράξεις, ανά χώρα προέλευσης, στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας κατά την περίοδο των ετών 2016-2020 (σε εκατ. €).

Χώρα Προέλευσης/Έτος	2016	2017	2018	2019	2020
Γερμανία	314,8	442,5	522,8	361,4	144,7
Ην. Βασίλειο	90,5	87,0	182,7	225,8	59,0
Κύπρος	89,1	52,8	105,4	109,6	19,8
Ρουμανία	175,4	139,4	210,9	234,7	19,2
Βόρεια Μακεδονία	172,7	160,4	148,3	110,7	16,8
Βουλγαρία	155,3	143,8	161,4	152,8	14,6
Σερβία	196,0	280,2	248,6	222,4	13,5
Ρωσία	93,1	71,5	58,1	84,1	
Λοιπές	401,2	474,3	637,2	748,3	124,8
Άθροισμα Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας	1.688,1	1.851,9	2.275,4	2.249,8	412,3
Σύνολο της ελληνικής επικράτειας	12.749,0	14.202,0	15.653,0	17.680,0	4.310,0
Ποσοστό Κεντρικής Μακεδονίας επί του συνόλου	13,24%	13,04%	14,54%	12,73%	9,57%
Ποσοστιαία μεταβολή σε σχέση με το προηγούμενο έτος (Κεντρική Μακεδονία)		9,70%	22,87%	-1,13%	-81,67%
Ποσοστιαία μεταβολή έτους σε σχέση με το έτος 2016 (Κεντρική Μακεδονία)		9,70%	34,79%	33,27%	-75,58%

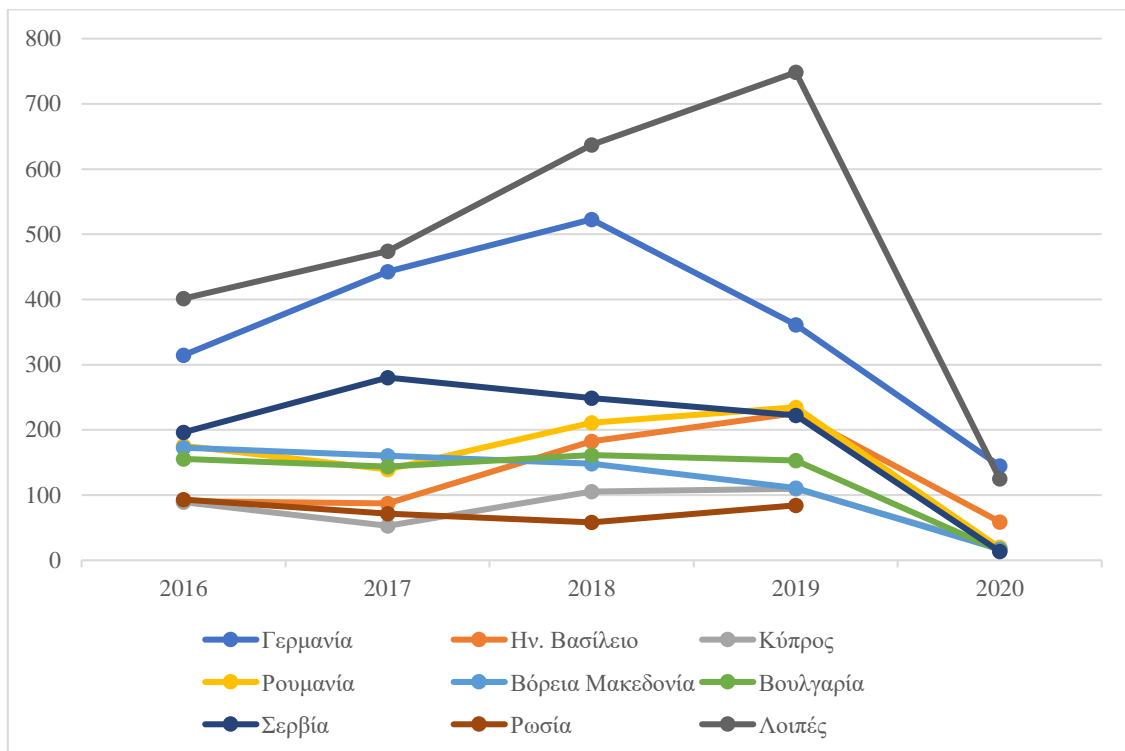
Πηγή: (INSETE, 2021a)

Διάγραμμα 29: Εισπράξεις στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά την περίοδο των ετών 2016-2020, σε σύγκριση με το σύνολο της ελληνικής επικράτειας (σε εκατ. €).



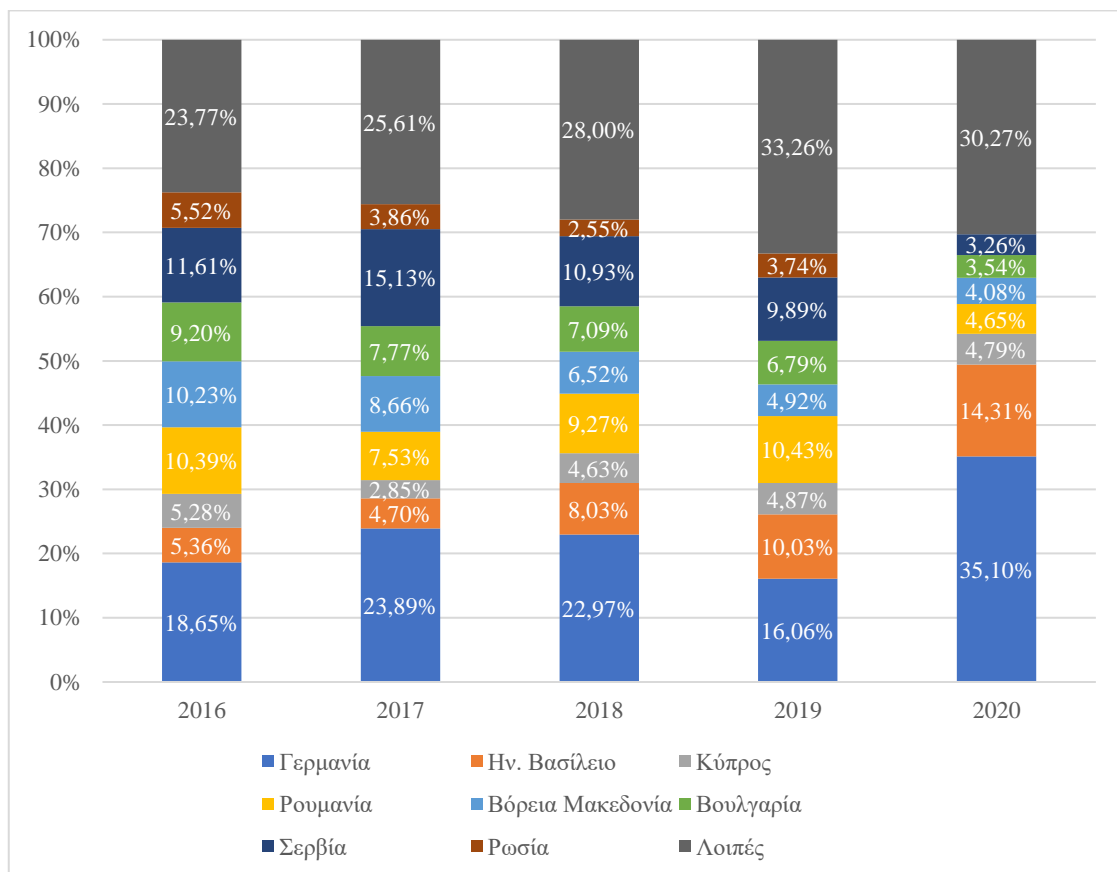
Πηγή: (INSETE, 2021a)

Διάγραμμα 30: Εξέλιξη των εισπράξεων, ανά χώρα προέλευσης, στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά την περίοδο των ετών 2016-2020 (σε εκατ. €).



Πηγή: (INSETE, 2021a)

Διάγραμμα 31: Ποσοστιαία κατανομή των εισπράξεων ανά χώρα προέλευσης, στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά την περίοδο των ετών 2016-2020.



Πηγή: (INSETE, 2021a)

4.6 Βασικοί δείκτες εισερχόμενου τουρισμού

Στην παρούσα ενότητα θα παρουσιαστούν βασικοί δείκτες του εισερχόμενου τουρισμού για την Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας και κατ' επέκταση για την περιοχή μελέτης. Παρατίθενται στοιχεία, όπως η μέση δαπάνη ανά επίσκεψη, η μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση, η μέση διάρκεια παραμονής για την Περιφέρεια της Κεντρικής Μακεδονίας.

Αναφορικά με τη μέση δαπάνη ανά επίσκεψη, από τα στοιχεία που παρατίθενται παρακάτω (Πίνακας 28 και Διάγραμμα 32), προκύπτει ότι η μέση δαπάνη ανά επίσκεψη στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας κατέγραψε αύξηση την περίοδο 2016-2019 κατά 26% (από 264 € το 2016 σε 333 € το 2019). Η αύξηση αυτή οφείλεται στην αύξηση που καταγράφηκε στην μέση δαπάνη ανά επίσκεψη σε όλες τις αγορές της Περιφέρειας, με εξαίρεση την αγορά της Σερβίας (από 324 € το 2016 σε 312 € το 2019). Κατά την περίοδο των ετών 2019-2020, η μέση δαπάνη ανά επίσκεψη της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας σημείωσε μείωση κατά 3% (από 333 € το 2019 σε 322 € το 2020). Η μείωση αυτή είναι απόρροια της μείωσης που σημείωσαν όλες οι αγορές, με εξαίρεση την αγορά της Γερμανίας (από 579 € το 2019 σε 581 € το 2020).

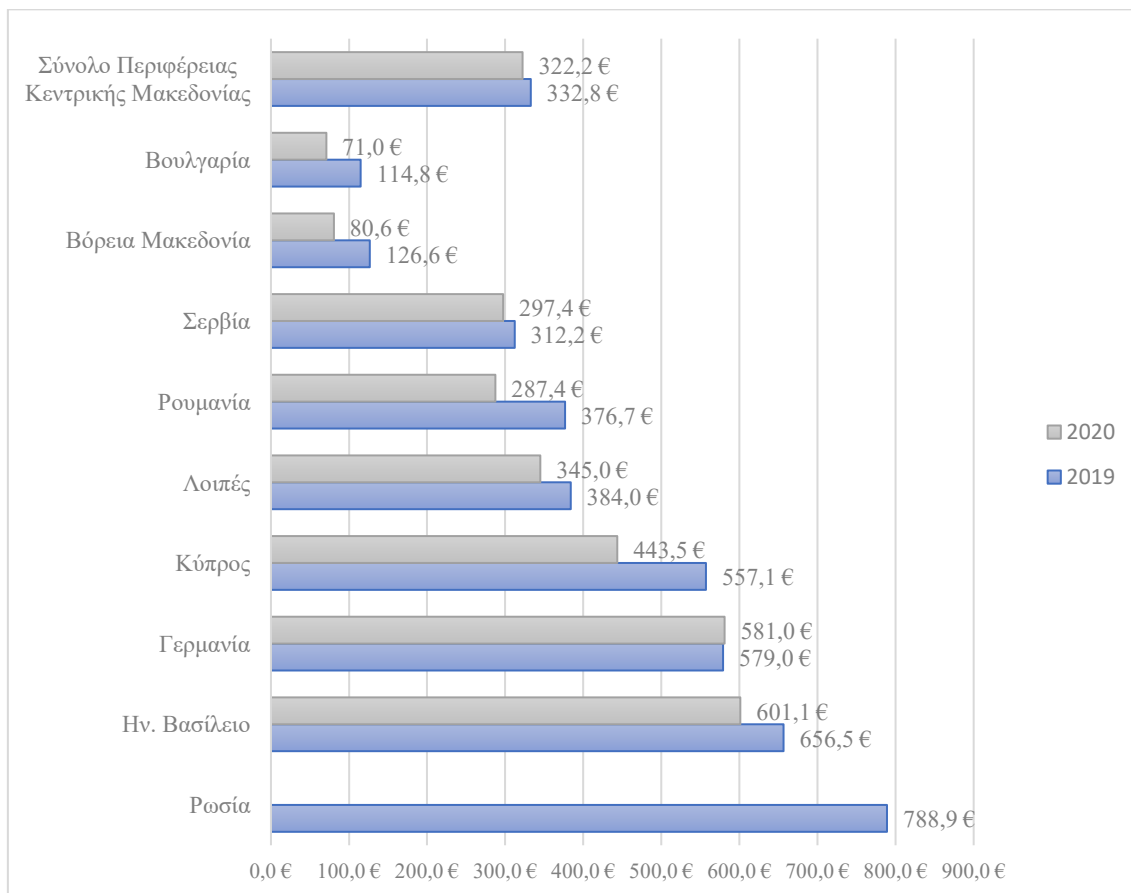
Η εικόνα στη μέση δαπάνη ανά επίσκεψη για τις επιμέρους αγορές σε σύγκριση με το σύνολο της Περιφέρειας ήταν μικτή. Οι αγορές του Ηνωμένου Βασιλείου (563 € το 2016, 656 € το 2019 και 601 € το 2020), της Γερμανίας (548 € το 2016, 579 € το 2019 και 601 € το 2020), της Κύπρου (431 € το 2016, 557 € το 2019 και 444 € το 2020) και των λοιπών χωρών (369 € το 2016, 384 € το 2019 και 345 € το 2020) κατέγραψαν την υψηλότερη μέση δαπάνη ανά επίσκεψη και για τα 3 έτη. Αντίθετα οι αγορές της Βόρειας Μακεδονίας (105 € το 2016, 127 € το 2019 και 81 € το 2020) και της Βουλγαρίας (107 € το 2016, 115 € το 2019 και 71 € το 2020) κατέγραψαν τη χαμηλότερη μέση δαπάνη ανά επίσκεψη και για τα 3 έτη σε σύγκριση με το μέσο όρο της Περιφέρειας.

Πίνακας 28: Μέση δαπάνη ανά επίσκεψη και ανά χώρα προέλευσης στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά την περίοδο των ετών 2016-2020.

Χώρα Προέλευσης/Έτος	2016	2017	2018	2019	2020
Ρωσία	691,1 €	719,2 €	637,4 €	788,9 €	-
Ην. Βασίλειο	563,3 €	575,7 €	599,7 €	656,5 €	601,1 €
Γερμανία	548,3 €	563,3 €	577,8 €	579,0 €	581,0 €
Κύπρος	431,3 €	451,4 €	521,9 €	557,1 €	443,5 €
Λοιπές	368,9 €	322,8 €	368,0 €	384,0 €	345,0 €
Ρουμανία	337,1 €	258,7 €	275,1 €	376,7 €	287,4 €
Σερβία	324,2 €	315,9 €	324,3 €	312,2 €	297,4 €
Βόρεια Μακεδονία	104,5 €	105,9 €	129,1 €	126,6 €	80,6 €
Βουλγαρία	106,8 €	84,6 €	84,3 €	114,8 €	71,0 €
Σύνολο Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας	264,0 €	255,0 €	290,6 €	332,8 €	322,2 €
Ποσοστιαία μεταβολή σε σχέση με το προηγούμενο έτος (Κεντρική Μακεδονία)		-3,40%	13,96%	14,51%	-3,17%
Ποσοστιαία μεταβολή έτους σε σχέση με το έτος 2016 (Κεντρική Μακεδονία)		-3,40%	10,08%	26,06%	22,07%

Πηγή:(INSETE, 2021a)

Διάγραμμα 32: Μέση δαπάνη ανά επίσκεψη και ανά χώρα προέλευσης στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά τα έτη 2019 και 2020.



Πηγή:(INSETE, 2021a)

Αναφορικά με τη μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση, από τα στοιχεία που παρατίθενται παρακάτω (Πίνακας 29 και Διάγραμμα 33), προκύπτει ότι η μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας κατέγραψε αύξηση την περίοδο 2016-2019 κατά 19% (από 46 € το 2016 σε 55 € το 2019). Η αύξηση αυτή οφείλεται στην αύξηση που καταγράφηκε στην μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση σε όλες τις αγορές της Περιφέρειας, με εξαίρεση την αγορά της Σερβίας (από 45 € το 2016 σε 39 € το 2019), της Βουλγαρίας (από 39 € το 2016 σε 34 € το 2019) και της Ρωσίας (από 69 € το 2016 σε 68 € το 2019). Κατά την περίοδο των ετών 2019-2020, η μέση δαπάνη ανά επίσκεψη της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας σημείωσε μείωση κατά 18% (από 55 € το 2019 σε 45 € το 2020). Η μείωση αυτή είναι απόρροια της μείωσης που σημείωσαν όλες οι αγορές, με εξαίρεση την αγορά της Βόρειας Μακεδονίας (από 49 € το 2019 σε 59 € το 2020), την αγορά της Σερβίας (από 39 € το 2019 σε 49 € το 2020) και της Βουλγαρίας (από 34 € το 2019 σε 37 € το 2020).

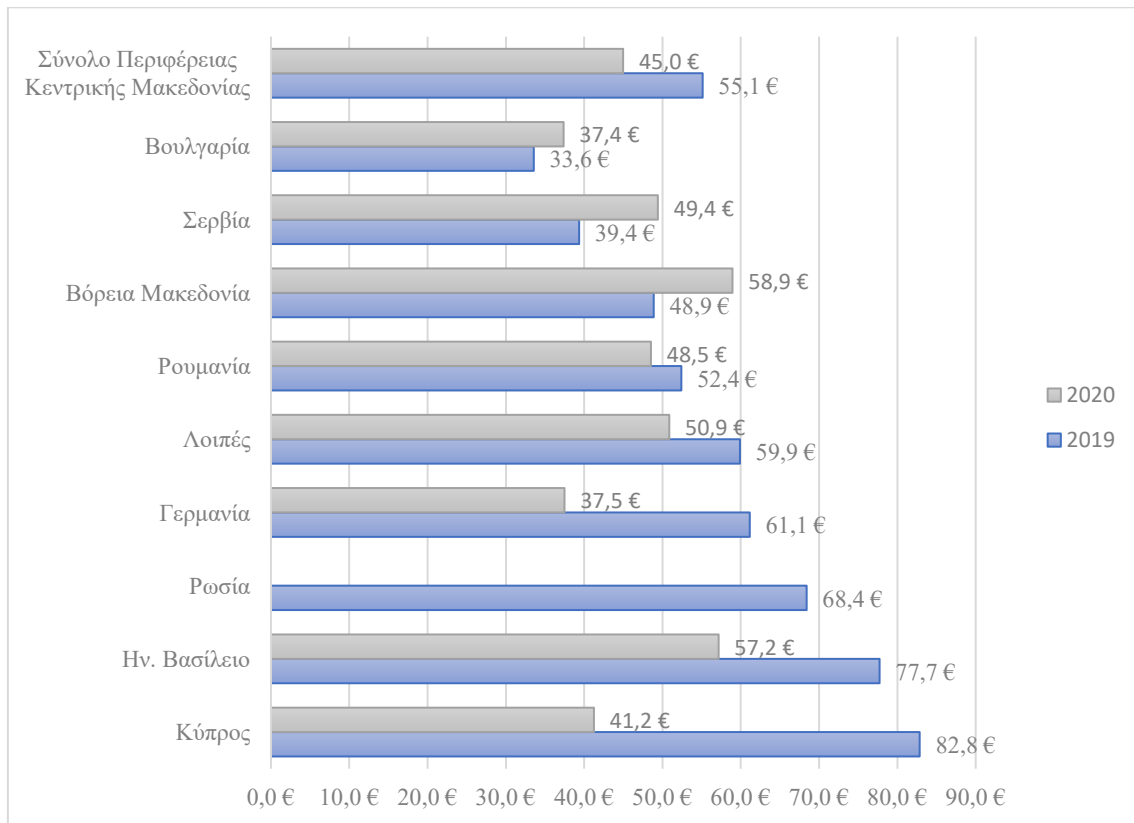
Σημειώνεται ότι στοιχεία για την αγορά της Ρωσίας για το έτος 2020 δεν δημοσιεύθηκαν λόγω χαμηλής αντιπροσωπευτικότητας. Επίσης, θα πρέπει να σημειωθεί ότι η μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας υπολείπεται κατά μέσο όρο σε ποσοστό 30% της συνολικής μέσης δαπάνης ανά διανυκτέρευση, η οποία καταγράφηκε στο σύνολο της χώρας κατά την αντίστοιχη χρονική περίοδο.

Πίνακας 29: Μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση και ανά χώρα προέλευσης στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά την περίοδο των ετών 2016-2020.

Χώρα Προέλευσης/Έτος	2016	2017	2018	2019	2020
Κύπρος	40,4 €	44,3 €	56,5 €	82,8 €	41,2 €
Ην. Βασίλειο	61,3 €	74,6 €	67,6 €	77,7 €	57,2 €
Ρωσία	69,4 €	83,9 €	52,0 €	68,4 €	
Γερμανία	39,2 €	45,7 €	52,2 €	61,1 €	37,5 €
Λοιπές	57,2 €	51,4 €	58,7 €	59,9 €	50,9 €
Ρουμανία	50,3 €	45,2 €	46,7 €	52,4 €	48,5 €
Βόρεια Μακεδονία	39,7 €	40,8 €	48,3 €	48,9 €	58,9 €
Σερβία	44,6 €	37,7 €	41,5 €	39,4 €	49,4 €
Κύπρος	38,6 €	34,2 €	35,4 €	33,6 €	37,4 €
Σύνολο Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας	46,5 €	45,4 €	50,9 €	55,1 €	45,0 €
Ποσοστιαία μεταβολή σε σχέση με το προηγούμενο έτος (Κεντρική Μακεδονία)		-2,27%	12,12%	8,28%	-18,43%
Ποσοστιαία μεταβολή έτους σε σχέση με το έτος 2016 (Κεντρική Μακεδονία)		-2,27%	9,57%	18,65%	-3,22%

Πηγή: (INSETE, 2021a)

Διάγραμμα 33: Μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση και ανά χώρα προέλευσης στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά τα έτη 2019 και 2020.



Πηγή: (INSETE, 2021a)

Αναφορικά με τη μέση διάρκεια παραμονής ανά επίσκεψη, από τα στοιχεία που παρατίθενται παρακάτω (Πίνακας 30 και Διάγραμμα 34), προκύπτει ότι η μέση διάρκεια παραμονής ανά επίσκεψη στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας κατέγραψε αύξηση τη χρονική περίοδο των ετών 2016-2019 κατά 6% (από 5,7 διανυκτερεύσεις το 2016 σε 6,0 διανυκτερεύσεις το 2019). Επιμέρους, η εικόνα είναι μικτή, με τις αγορές της Γερμανίας (από 14,0 διανυκτερεύσεις το 2016 σε 9,5 διανυκτερεύσεις το 2019), της Κύπρου (από 10,7 διανυκτερεύσεις το 2016 σε 6,7 διανυκτερεύσεις το 2019), του Ηνωμένου Βασιλείου (από 9,2 διανυκτερεύσεις το 2016 σε 8,4 διανυκτερεύσεις το 2019), της Βόρειας Μακεδονίας (από 2,6 διανυκτερεύσεις το 2016 σε 2,6 διανυκτερεύσεις το 2019) και των λοιπών χωρών (από 6,4 διανυκτερεύσεις το 2016 σε 6,4 διανυκτερεύσεις το 2019) να καταγράφουν μείωση, ενώ αντίθετα οι αγορές της Σερβίας (από 7,3 διανυκτερεύσεις το 2016 σε 7,9 διανυκτερεύσεις το 2019), της Ρουμανίας (από 6,7 διανυκτερεύσεις το 2016 σε 7,2 διανυκτερεύσεις το 2019), της Βουλγαρίας (από 2,8 διανυκτερεύσεις το 2016 σε 3,4 διανυκτερεύσεις το 2019) και της Ρωσίας (από 10,0 διανυκτερεύσεις το 2016 σε 11,5 διανυκτερεύσεις το 2019) να καταγράφουν αύξηση.

Τη χρονική περίοδο των ετών 2019-2020, η μέση διάρκεια παραμονής της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας σημείωσε αύξηση κατά +19% (από 6,0 διανυκτερεύσεις το 2019 σε 7,2 διανυκτερεύσεις το 2020).

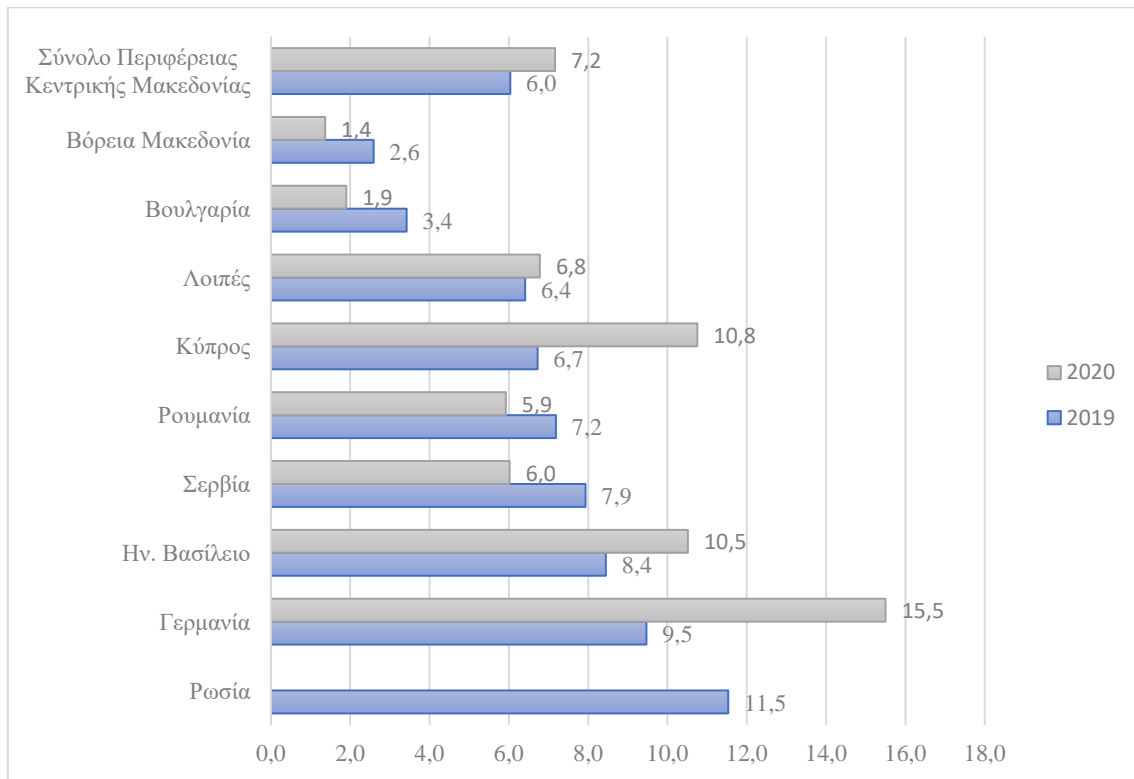
Η εικόνα στη μέση διάρκεια παραμονής στις επιμέρους αγορές σε σύγκριση με το σύνολο της Περιφέρειας ήταν μικτή, με τις αγορές της Γερμανίας, της Κύπρου και του Ηνωμένου Βασιλείου να καταγράφουν υψηλότερη μέση διάρκεια παραμονής και για τα τρία έτη σε σύγκριση με το μέσο όρο της Περιφέρειας, της Σερβίας, της Ρουμανίας, της Ρωσίας και των λοιπών χωρών μόνο τα έτη 2016 και 2019 ενώ αντίθετα οι επισκέπτες από τη Βόρεια Μακεδονία και τη Βουλγαρία κατέγραψαν χαμηλότερη μέση διάρκεια παραμονής και για τα τρία έτη σε σύγκριση με το μέσο όρο της Περιφέρειας.

Πίνακας 30: Μέση διάρκεια παραμονής ανά επίσκεψη και ανά χώρα προέλευσης στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά την περίοδο των ετών 2016-2020.

Χώρα Προέλευσης/Έτος	2016	2017	2018	2019	2020
Ρωσία	10,0	8,6	12,3	11,5	
Γερμανία	14,0	12,3	11,1	9,5	15,5
Ην. Βασίλειο	9,2	7,7	8,9	8,4	10,5
Σερβία	7,3	8,4	7,8	7,9	6,0
Ρουμανία	6,7	5,7	5,9	7,2	5,9
Κύπρος	10,7	10,2	9,2	6,7	10,8
Λοιπές	6,4	6,3	6,3	6,4	6,8
Βουλγαρία	2,8	2,5	2,4	3,4	1,9
Βόρεια Μακεδονία	2,6	2,6	2,7	2,6	1,4
Σύνολο Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας	5,7	5,6	5,7	6,0	7,2
Ποσοστιαία μεταβολή σε σχέση με το προηγούμενο έτος (Κεντρική Μακεδονία)		-1,15%	1,64%	5,76%	18,71%
Ποσοστιαία μεταβολή έτους σε σχέση με το έτος 2016 (Κεντρική Μακεδονία)		-1,15%	0,46%	6,25%	26,12%

Πηγή: (INSETE, 2021a)

Διάγραμμα 34: Μέση διάρκεια παραμονής ανά επίσκεψη και ανά χώρα προέλευσης στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, κατά τα έτη 2019 και 2020.



Πηγή: (INSETE, 2021a)

4.7 Βασικά μεγέθη τουριστικών καταλυμάτων

Στην παρούσα ενότητα θα παρουσιαστούν βασικά στατιστικά στοιχεία των ξενοδοχειακών καταλυμάτων της περιοχής μελέτης, όπως, οι αφίξεις, οι διανυκτερεύσεις και η πληρότητα σε ξενοδοχειακά καταλύματα. Η χρονική περίοδος αναφοράς των στοιχείων είναι μεταξύ των ετών 2018-2020, καθώς μέχρι το 2018 τα στοιχεία δεν αντιπροσώπευαν το σύνολο των διαθέσιμων κλινών. Από το έτος 2018 και έπειτα λόγω αλλαγής της μεθοδολογίας της αντίστοιχης έρευνας τα στοιχεία προκύπτουν από το σύνολο των διαθέσιμων κλινών (INSETE, 2021a).

Αναφορικά με τις αφίξεις σε ξενοδοχειακά καταλύματα (αλλοδαπών και ημεδαπών) από τα στοιχεία που παρατίθενται παρακάτω (Πίνακας 31 και Διάγραμμα 35), προκύπτει ότι ο αριθμός αφίξεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής, κατά την περίοδο 2018-2019 παρέμεινε σταθερός, περί τις 900 χιλιάδες και αντιπροσωπεύει ποσοστό περίπου 35% των αφίξεων σε καταλύματα στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας.

Πίνακας 31: Αριθμός αφίξεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής, κατά την περίοδο των ετών 2018-2020.

Αφίξεις/Έτος	2018	2019	2020
Αφίξεις αλλοδαπών	893	897	166
Αφίξεις ημεδαπών	186	181	100
Άθροισμα αφίξεων Π.Ε. Χαλκιδικής	1.079	1.078	266
Σύνολο αφίξεων Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας	3.078	3.092	964
Ποσοστό Π.Ε. Χαλκιδικής επί του συνόλου της Κεντρικής Μακεδονίας	35,05%	34,85%	27,62%
Ποσοστιαία μεταβολή σε σχέση με το προηγούμενο έτος (Π.Ε. Χαλκιδικής)		-0,13%	-75,29%
Ποσοστιαία μεταβολή έτους σε σχέση με το έτος 2018 (Π.Ε. Χαλκιδικής)		-0,13%	-75,32%

Πηγή:(INSETE, 2021a)

Κατά την περίοδο των ετών 2019-2020, ο αριθμός αφίξεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής σημείωσε μείωση κατά 75% (από 897 χιλ. το 2019 σε 266 χιλ. το 2020).

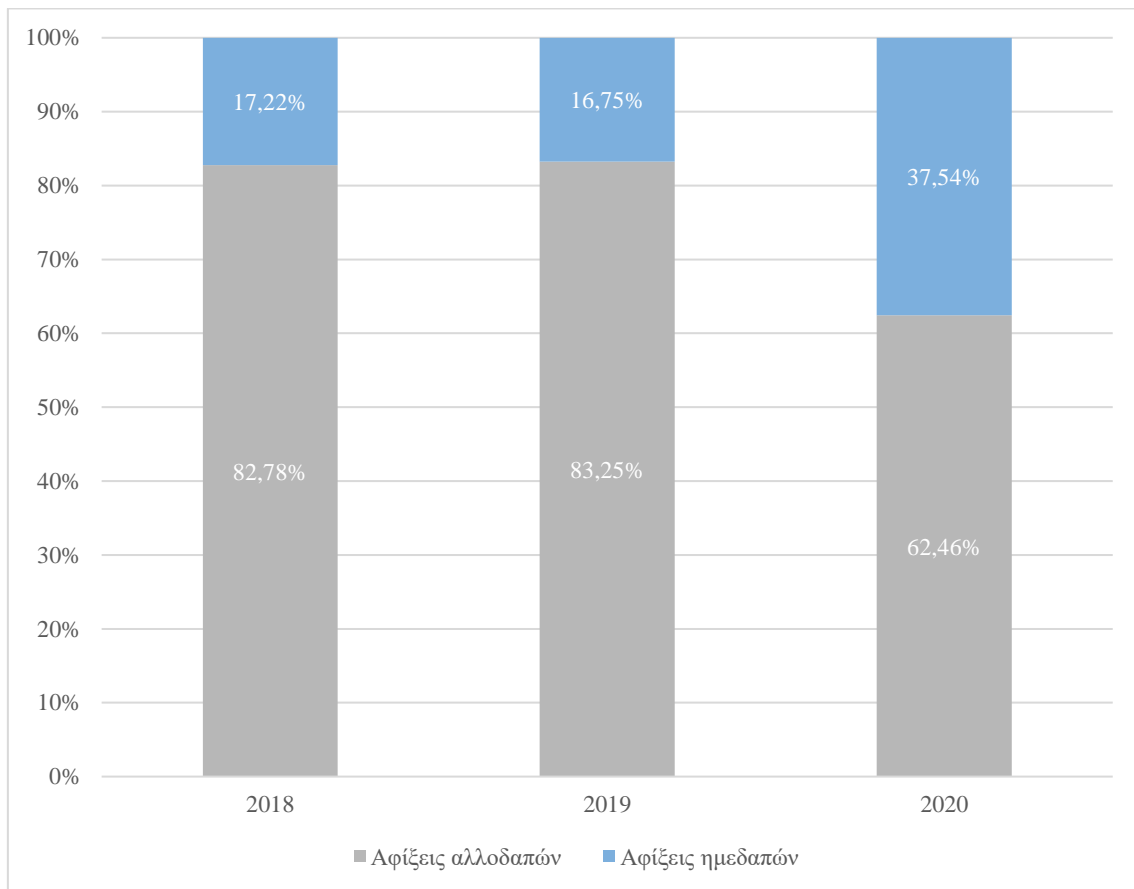
Διάγραμμα 35: Αριθμός αφίξεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής, κατά την περίοδο των ετών 2018-2020.



Πηγή:(INSETE, 2021a)

Σχετικά με την ποσοστιαία κατανομή των αφίξεων στα ξενοδοχειακά καταλύματα της περιοχής, μεταξύ των αλλοδαπών επισκεπτών και των ημεδαπών (Διάγραμμα 36), παρατηρείται ότι, κατά την περίοδο 2018-2019, οι αφίξεις των αλλοδαπών αντιπροσώπευαν ποσοστό περίπου 83% και των ημεδαπών ανέρχονταν σε ποσοστό 17%, ενώ κατά το έτος 2020 οι αφίξεις των αλλοδαπών ανέρχονταν σε ποσοστό 62% και των ημεδαπών σε ποσοστό 38%.

Διάγραμμα 36: Ποσοστιαία κατανομή των αφίξεων των ξενοδοχειακών καταλυμάτων (αλλοδαποί, ημεδαποί), στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής, κατά την περίοδο των ετών 2018-2020.



Πηγή: (INSETE, 2021a)

Σχετικά με τον αριθμό διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα (αλλοδαπών και ημεδαπών) από τα στοιχεία που παρατίθενται παρακάτω (Πίνακας 32 και Διάγραμμα 37), προκύπτει ότι ο αριθμός διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής, κατά την περίοδο 2018-2019 παρέμεινε σταθερός, περί τις 5.600 χιλιάδες και αντιπροσωπεύει ποσοστό περίπου 52% των διανυκτερεύσεων σε καταλύματα στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας.

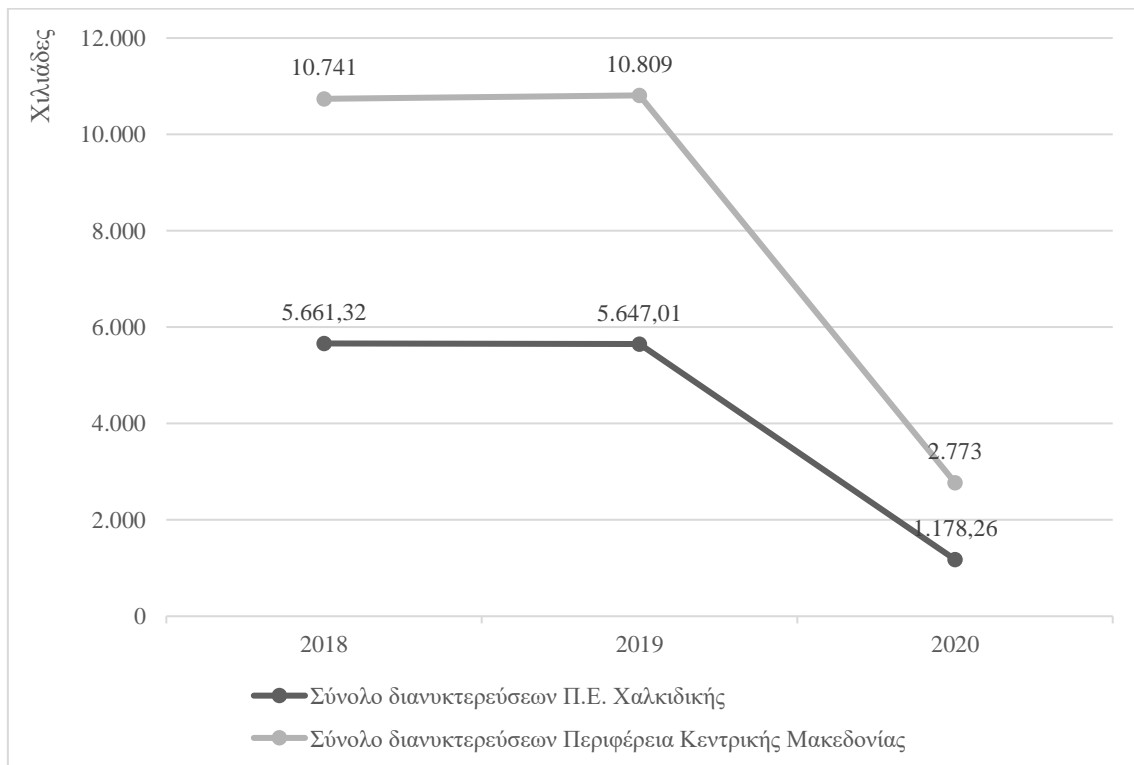
Πίνακας 32: Αριθμός διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής, κατά την περίοδο των ετών 2018-2020.

Διανυκτερεύσεις/Έτος	2018	2019	2020
Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	5.052	5.048	851
Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	609	599	327
Σύνολο διανυκτερεύσεων Π.Ε. Χαλκιδικής	5.661	5.647	1.178
Σύνολο διανυκτερεύσεων Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας	10.741	10.809	2.773
Ποσοστό Π.Ε. Χαλκιδικής επί του συνόλου της Κεντρικής Μακεδονίας	52,71%	52,24%	42,49%
Ποσοστιαία μεταβολή σε σχέση με το προηγούμενο έτος (Π.Ε. Χαλκιδικής)		-0,25%	-79,13%
Ποσοστιαία μεταβολή έτους σε σχέση με το έτος 2018 (Π.Ε. Χαλκιδικής)		-0,25%	-79,19%

Πηγή: (INSETE, 2021a)

Κατά την περίοδο των ετών 2019-2020, ο αριθμός διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής σημείωσε μείωση κατά 79% (από 5.600 χιλ. το 2019 σε 2.773 χιλ. το 2020).

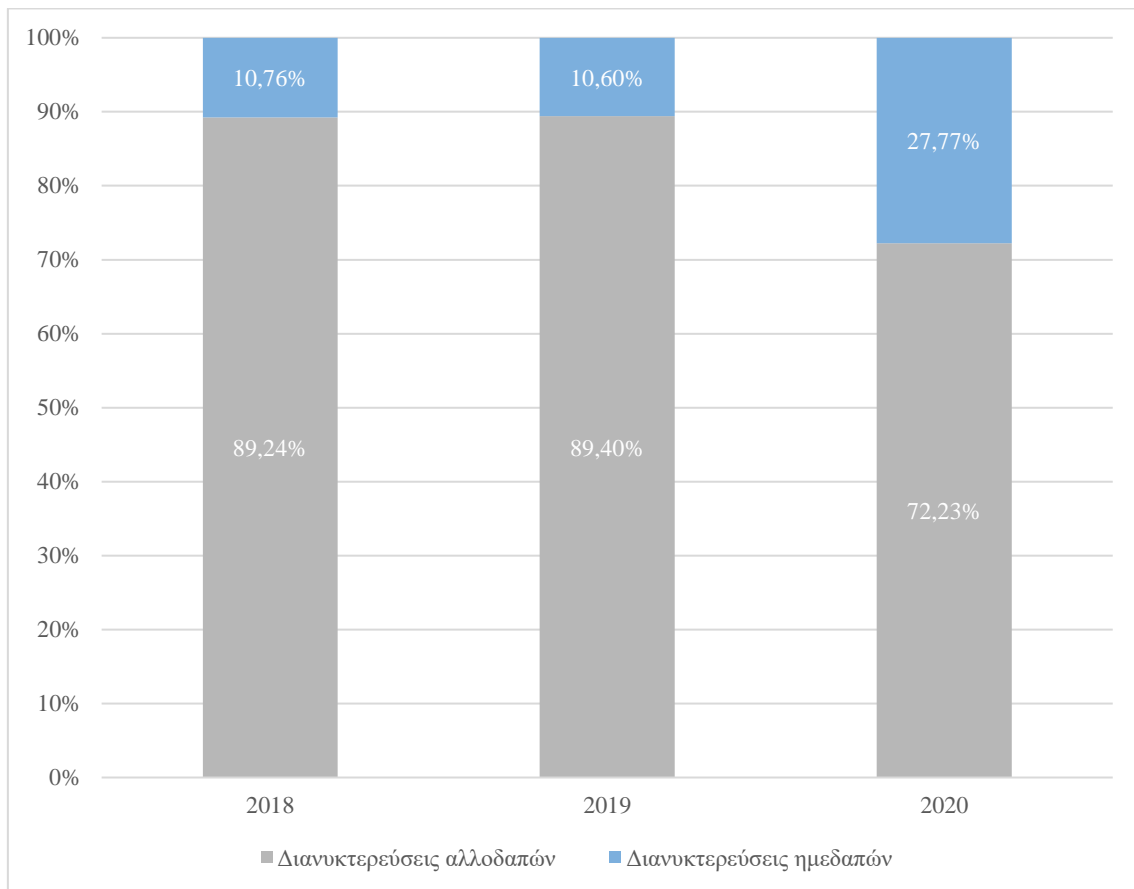
Διάγραμμα 37: Διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχειακά καταλύματα στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής, κατά την περίοδο των ετών 2018-2020.



Πηγή: (INSETE, 2021a)

Σχετικά με την ποσοστιαία κατανομή των διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχειακά καταλύματα της περιοχής, μεταξύ των αλλοδαπών επισκεπτών και των ημεδαπών (Διάγραμμα 38), παρατηρείται ότι, κατά την περίοδο 2018-2019, οι διανυκτερεύσεις των αλλοδαπών αντιπροσώπευαν ποσοστό περίπου 90% και των ημεδαπών ανέρχονταν σε ποσοστό 10%, ενώ κατά το έτος 2020 οι αφίξεις των αλλοδαπών ανέρχονταν σε ποσοστό 72% και των ημεδαπών σε ποσοστό 28%.

Διάγραμμα 38: Ποσοστιαία κατανομή των διανυκτερεύσεων των ξενοδοχειακών καταλυμάτων (αλλοδαποί, ημεδαποί), στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής, κατά την περίοδο των ετών 2018-2020.



Πηγή: (INSETE, 2021a)

Σε ό,τι αφορά την πληρότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων από τα στοιχεία που παρατίθενται παρακάτω (Πίνακας 33 και Διάγραμμα 39), προκύπτει ότι η πληρότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής, κατά την περίοδο 2018-2019 παρέμεινε σταθερή σε ποσοστό 50%, ενώ κατά την περίοδο των ετών 2019-2020, η πληρότητα σημείωσε μείωση κατά 45% (από 48,90% το 2019 σε 27,10% το 2020). Αξίζει να σημειωθεί ότι η εν λόγω πληρότητα αναφέρεται σε ετήσια βάση και όχι μόνο στη τουριστική περίοδο. Επομένως, καθίσταται σαφές ότι η πληρότητα των

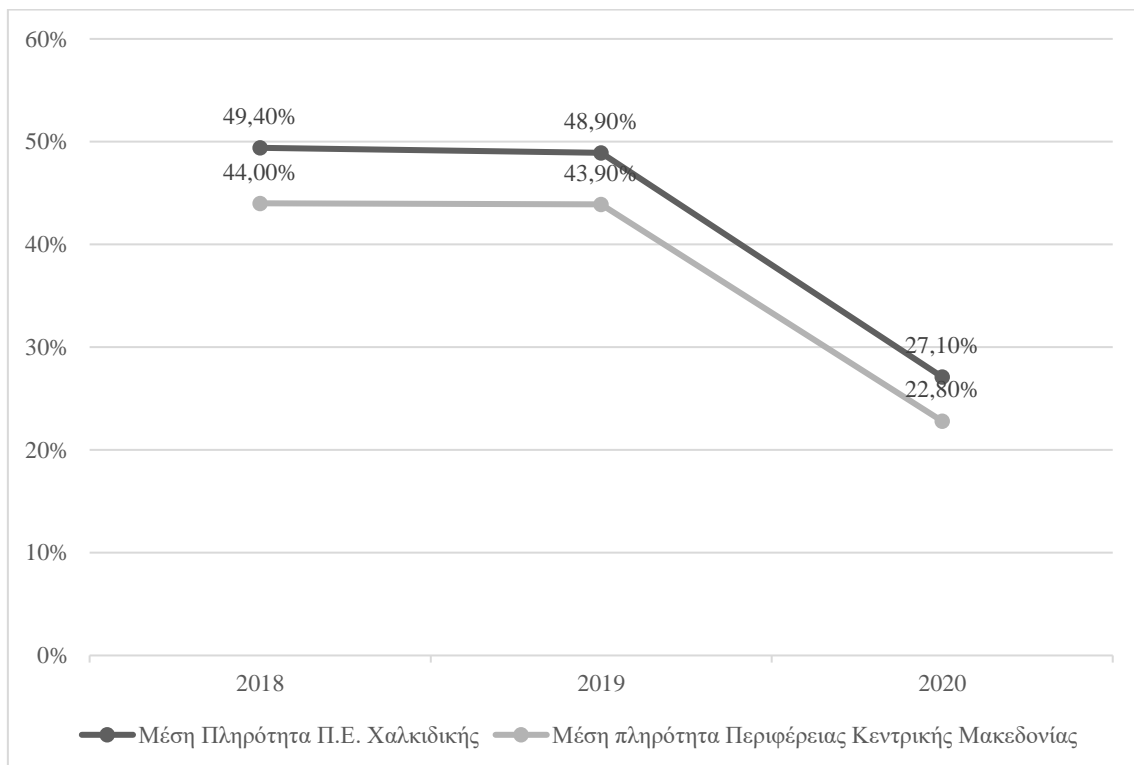
ξενοδοχειακών καταλυμάτων είναι μεγαλύτερη τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο, αγγίζοντας ποσοστό 90% - 100%.

Πίνακας 33: Πληρότητα ξενοδοχειακών καταλυμάτων στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής, κατά την περίοδο των ετών 2018-2020.

Πληρότητα/Έτος	2018	2019	2020
Πληρότητα Π.Ε. Χαλκιδικής	49,40%	48,90%	27,10%
Πληρότητα Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας	44,00%	43,90%	22,80%
Ποσοστιαία μεταβολή σε σχέση με το προηγούμενο έτος (Π.Ε. Χαλκιδικής)		-1,01%	-44,58%
Ποσοστιαία μεταβολή έτους σε σχέση με το έτος 2018 (Π.Ε. Χαλκιδικής)		-1,01%	-45,14%

Πηγή: (INSETE, 2021a)

Διάγραμμα 39: Πληρότητα ξενοδοχειακών καταλυμάτων στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής, κατά την περίοδο των ετών 2018-2020.



Πηγή: (INSETE, 2021a)

Κεφάλαιο 5. Αξιολόγηση - Προτάσεις

Στο παρόν κεφάλαιο επιχειρείται η αξιολόγηση της παρούσας κατάστασης του τουρισμού στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής, διενεργώντας μία σύντομη ανασκόπηση των όσων αναφέρθηκαν στα προηγούμενα κεφάλαια και εξετάζοντας τα χαρακτηριστικά των κύριων και δευτερευόντων τουριστικών προϊόντων της περιοχής. Στη συνέχεια ακολουθεί ανάλυση SWOT, όπου παρουσιάζονται τα δυνατά σημεία (Strengths), οι αδυναμίες (Weaknesses), οι ευκαιρίες (Opportunities) και οι Απειλές (Threats) του τουριστικού κλάδου της περιοχής μελέτης. Τέλος, παρουσιάζονται προτάσεις στρατηγικών και δράσεων, οι οποίες δύναται να συμβάλλουν στην βελτίωση της υπάρχουσας κατάστασης και στην περαιτέρω ενίσχυση της ανάπτυξης και βιωσιμότητας του τουριστικού προϊόντος της Χαλκιδικής.

5.1 Αξιολόγηση της παρούσας κατάστασης

Ανακεφαλαιώνοντας τα όσα αναλύθηκαν ανωτέρω, ο τουριστικός προορισμός «Χαλκιδική», ανήκει στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας και περιλαμβάνει την Περιφερειακή Ενότητα Χαλκιδικής, με πρωτεύουσα τον Πολύγυρο. Γεωγραφικά η χερσόνησος της Χαλκιδικής αποτελείται από τρεις μικρότερες επιμήκεις χερσονήσους, οι οποίες είναι η Κασσάνδρα, η Σιθωνία και η χερσόνησος του Άθω, η οποία είναι διοικητικά ανεξάρτητη. Η Χαλκιδική διαθέτει τη μεγαλύτερη ακτογραμμή από όλους τους χερσαίους νομούς της Ελλάδας, η οποία ανέρχεται περί τα 550 χλμ., ενώ τα εδάφη της είναι πεδινά, ημιορεινά αλλά και ορεινά. Ο συνδυασμός του ήπιου κλίματος, που διαθέτει, λίγες βροχές με μεγάλη ηλιοφάνεια και τα ζεστά καλοκαίρια, σε συνδυασμό με τη μεγάλη ακτογραμμή και του πόρους που διαθέτει, την καθιστά σημαντικό προορισμό της ηπειρωτικής Ελλάδας με δυναμική ανάδειξης και εξέλιξης περαιτέρω.

Η τουριστική περίοδος στην περιοχή ξεκινά, περί τα μέσα Μαΐου και εκτείνεται ως τα μέσα του Οκτωβρίου. Η Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής, αποτελεί τον κύριο τουριστικό πόλο έλξης της Βόρειας Ελλάδας, μετά τη Θεσσαλονίκη, ενώ κατά τη θερινή περίοδο, αποτελεί το κατ' εξοχήν προορισμό της Βόρειας Ελλάδας. Οι κύριες αγορές της είναι χώρες της Ευρώπης και των Βαλκανίων, όπως η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Κύπρος, η Ρουμανία, η Βουλγαρία, η Σερβία, η Βόρεια Μακεδονία και η Ρωσία, οι οποίες συγκεντρώνουν, περίπου, ποσοστό 80% του εισερχομένου τουρισμού.

Η προσφορά τουριστικών προϊόντων στον προορισμό «Χαλκιδική» είναι ικανοποιητική, αλλά ωστόσο υπάρχουν αρκετά περιθώρια βελτίωσης στις υποδομές, καθώς και στα

κύρια και δευτερεύοντα/συμπληρωματικά τουριστικά προϊόντα. Ακολουθεί ανάλυση και αξιολόγηση των κύριων και υποστηρικτικών τουριστικών προϊόντων της Χαλκιδικής προκειμένου να εντοπισθούν τα ισχυρά σημεία και πλεονεκτήματα του κάθε είδους τουριστικού προϊόντος, καθώς και να εντοπιστούν αδυναμίες και σημεία, που χρήζουν προσοχής και περαιτέρω βελτίωσης / ανάπτυξης.

«Ηλιος και Θάλασσα»

Το κύριο τουριστικό προϊόν της Χαλκιδικής είναι το προϊόν «Ηλιος και Θάλασσα», το οποίο είναι εδραιωμένο και ιδιαίτερα ανεπτυγμένο, εδώ και δεκαετίες. Στην ανάδειξη αυτού του προϊόντος συνέβαλαν οι εξής παράγοντες:

- Το ηλιόλουστο και θερμό κλίμα της περιοχής με, περίπου, 250 ημέρες ηλιοφάνειας ανά έτος.
- Η εκτεταμένη ακτογραμμή και το πλήθος παραλιών με ιδιαίτερη ποικιλομορφία όπως, κολπίσκοι, βραχώδεις ή/και αμμώδεις παραλίες, και εν γένει τοπίο και χρώματα που θυμίζουν εξωτικούς προορισμούς. Ορισμένες παραλίες είναι προσβάσιμες από το οδικό δίκτυο και τα μέσα μαζικής μεταφοράς, ενώ άλλες για την προσέγγιση τους απαιτούν αποκλειστικά αυτοκίνητο ή και σκάφος. Αρκετές από τις παραλίες είναι οργανωμένες, ενώ άλλες είναι πιο ήσυχες και σχεδόν ερημικές. Επιπλέον, η Χαλκιδική διαθέτει το μεγαλύτερο αριθμό παραλιών βραβευμένων με γαλάζια σημαία στην Ελλάδα.
- Η εύκολη οδική προσβασιμότητα από τις γειτονικές χώρες των Βαλκανίων.
- Η σχετικά εύκολη και σε κοντινή απόσταση πρόσβαση από το Αεροδρόμιο της Θεσσαλονίκης «Μακεδονία», περί την 1 - 1,5 ώρα στις κυριότερες περιοχές των χερσονήσων.
- Τα πολυτελή παραθαλάσσια resort, με σύγχρονες υποδομές και υψηλού επίπεδου υπηρεσίες, διεθνή φήμη και αναγνωρισιμότητα, τα οποία έχουν αναπτυχθεί εδώ και δεκαετίες. Πέραν αυτών, όμως, υπάρχει ανεπτυγμένο δυναμικό τουριστικών καταλυμάτων με μεγάλη ποικιλία επιλογών διαμονής που περιλαμβάνει ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια και βίλες.

Το προϊόν «Ηλιος και Θάλασσα», αποτελεί το κύριο προϊόν της Χαλκιδικής, προσφέροντας χαλάρωση, ηλιοθεραπεία, κολύμπι, θαλάσσια αθλήματα, τοπίο και φύση. Η Χαλκιδική με το προϊόν αυτό, απευθύνεται σε οικογένειες, ζευγάρια και ηλικιωμένους, προσελκύοντας τουρίστες κυρίως από χώρες όπως, τη Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, την Κύπρο και τα Βαλκάνια.

Ωστόσο, πρόκειται για ένα μοντέλο τουρισμού, το οποίο βασίζεται σε μεγάλο ποσοστό στον μαζικό τουρισμό, χωρίς να δημιουργεί μεγάλη προστιθέμενη αξία και να χαρακτηρίζεται από έντονη εποχικότητα. Το γεγονός αυτό σε συνδυασμό με ελλείψεις και προβλήματα σε βασικές υποδομές, όπως η χαμηλή ποιότητα του οδικού δικτύου, αδυναμίες στην ενδοπεριφερειακή συνδεσιμότητα, ζητήματα υδροδότησης και αποχέτευσης, όπως και διαχείρισης αστικών απορριμμάτων, προκαλούν υποβάθμιση του προϊόντος και σίγουρα υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης και αναβάθμισης αυτού.

Ναυτικός τουρισμός (Yachting - Σκάφη Αναψυχής)

Μετά το προϊόν «Ηλιος και Θάλασσα», ακολουθεί ο ναυτικός τουρισμός, με το προϊόν «Yachting -Σκάφη Αναψυχής», να έχει αναπτυχθεί αρκετά. Στην ανάπτυξη αυτού του προϊόντος συνέβαλαν οι εξής παράγοντες:

- Οι άριστες καιρικές συνθήκες, που επικρατούν στην περιοχή, σε συνδυασμό με το ότι δεν πρόκειται για «ανοιχτή» θάλασσα, αλλά για «κλειστή» μεταξύ των χερσονήσων.
- Η μεγάλη ακτογραμμή, που διαθέτει η περιοχή με πληθώρα ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, παραλιών και φυσικών και απάνεμων κολπίσκων.
- Η γεωγραφική θέση της περιοχής με άμεση εγγύτητα στις Σποράδες, την Καβάλα, καθώς και τη νήσο Λήμνο.
- Οι τρεις υπάρχουσες μαρίνες με Γαλάζια Σημαία (Μαρίνα Miraggio, Porto Carras Μαρίνα, Sani Μαρίνα), οι οποίες είναι ενσωματωμένες σε υπερπολυτελή παραθαλάσσια resort με υψηλού επιπέδου υποδομές, υπηρεσίες, συστήματα ασφάλειας, εφαρμογή πρακτικών βιωσιμότητας και υπηρεσίες τροφοδοσίας.
- Η βελτίωση και αναβάθμιση των αντίστοιχων υποδομών, δημοσίου χαρακτήρα, τα τελευταία έτη (λιμάνι Νικήτης, Όρμου Παναγίας, Ουρανούπολης).

Το προϊόν «Yachting -Σκάφη Αναψυχής» αποτελεί το δεύτερο βασικό προϊόν της περιοχής προσελκύοντας τουρίστες υψηλών εισοδημάτων, οι οποίοι μπορούν να υποστηρίξουν την ναυσιπλοΐα σκαφών αναψυχής.

Πολιτιστικός και Θρησκευτικός τουρισμός

Στη συνέχεια των δύο ανωτέρω τουριστικών προϊόντων ακολουθεί ο πολιτιστικός και θρησκευτικός τουρισμός. Στην ανάπτυξη αυτού του προϊόντος μπορούν να συμβάλλουν οι εξής παράγοντες:

- Η ύπαρξη αρχαιολογικών χώρων, όπως ο αρχαιολογικός χώρος των αρχαίων Σταγείρων, της γενέτειρας του Αριστοτέλη του αρχαίου Έλληνα φιλόσοφου, ο αρχαιολογικός χώρος αρχαίας Ολύνθου, το σπήλαιο των Πετραλώνων, καθώς και πύργοι, αγροτικά/ λαογραφικά μνημεία, μοναστήρια και μουσεία.
- Πολιτιστικά δρώμενα όπως, λαογραφικές εκδηλώσεις, πανηγύρια και πολιτιστικά φεστιβάλ, όπως το Φεστιβάλ Κασσάνδρας και το Φεστιβάλ Σάνη, τα οποία διαδραματίζονται κατά τη θερινή περίοδο.
- Το Άγιο Όρος, το οποίο αποτελεί την μεγαλύτερη και σπουδαιότερη μοναστική πολιτεία του Ορθόδοξου Χριστιανισμού και πρόκειται για μνημείο παγκόσμιας κληρονομιάς της UNESCO.

Το προϊόν «πολιτιστικός και θρησκευτικός τουρισμός» αποτελεί ένα από τα κύρια τουριστικά προϊόντα. Ωστόσο, παρόλη την πληθώρα και τον πλούτο μνημείων και αρχαιολογικών χώρων, τα οποία είναι ιδιαίτερης σημασίας, η τουριστική αξιοποίηση και απήχησή τους είναι περιορισμένη, σημειώνοντας χαμηλή επισκεψιμότητα σε σχέση με τη συνολική επισκεψιμότητα της περιφερειακής ενότητας. Το ως άνω γεγονός καταδεικνύει ότι υπάρχει περιθώριο ανάπτυξης περαιτέρω του προϊόντος, με την αξιοποίηση της διεθνούς φήμης και αναγνωρισιμότητας του Αριστοτέλη και του Αγίου Όρους, για την εν γένει προβολή και προώθηση του προορισμού.

Επιχειρηματικός τουρισμός («MICE»)

Τελευταίο κύριο τουριστικό προϊόν της Χαλκιδικής αποτελεί ο επιχειρηματικός τουρισμός. Στην ανάπτυξη αυτού του προϊόντος μπορούν να συμβάλλουν θετικά οι εξής παράγοντες:

- Πρόκειται για αρκετά ασφαλή προορισμό σε ιδιαίτερα πλεονεκτική γεωγραφική θέση, εύκολα προσβάσιμο από την Ευρώπη και τα Βαλκάνια, είτε οδικώς, είτε αεροπορικώς, μέσω του αεροδρομίου «Μακεδονία» της Θεσσαλονίκης, το οποίο βρίσκεται κοντά και διαθέτει ικανοποιητική αεροπορική συνδεσιμότητα με σημαντικές ευρωπαϊκές και διεθνείς αγορές.
- Το ηλιόλουστο και θερμό κλίμα, ο ιστορικός και πολιτιστικός πλούτος, το τοπίο, η γαστρονομία, η ζωντανή ατμόσφαιρα και οι ποικίλες επιλογές διασκέδασης και δραστηριοτήτων αναψυχής.
- Οι υποδομές για διοργάνωση μικρών συνεδρίων και εκδηλώσεων εντός του υφιστάμενου ξενοδοχειακού δυναμικού (κυρίως εντός των μεγάλων πολυτελών resorts) σε όλη την έκταση της Περιφερειακής Ενότητας.

Ο επιχειρηματικός τουρισμός αποτελεί ένα από τα βασικά προϊόντα της περιοχής έχοντας τη δυνατότητα να προσελκύσει επισκέπτες που συνδυάζουν εργασία και αναψυχή (bleisure), καθώς και επισκέπτες που απολαμβάνουν ταξίδια κινήτρων (bonus) από την εργασία τους. Ωστόσο, η σχετικά περιορισμένη τουριστική σεζόν, η εποχική λειτουργία των περισσότερων επιχειρήσεων εστίασης και αναψυχής, η υψηλή δημοφιλία της Χαλκιδικής ως προορισμός αναψυχής κατά τους καλοκαιρινούς μήνες αποτελούν τροχοπέδη στην ανάπτυξη αυτού του είδους τουρισμού.

Τα ως άνω τουριστικά προϊόντα, αποτελούν τα κύρια προϊόντα της περιοχής μελέτης, τα οποία συμπληρώνονται με προϊόντα όπως ο γαστρονομικός τουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο τουρισμός δραστηριοτήτων (Sports& Activities) και ο τουρισμός ευεξίας.

Γαστρονομικός τουρισμός

Ένα από τα βασικά συμπληρωματικά προϊόντα είναι αυτό του γαστρονομικού τουρισμού, το οποίο αναπτύσσεται αργά και σταδιακά τις τελευταίες δύο δεκαετίες. Στην ανάπτυξη του εν λόγω τουριστικού προϊόντος έχουν συμβάλει:

- Διακεκριμένα εστιατόρια, τα οποία έχουν συγκεντρώσει διακρίσεις στον εθνικό θεσμό των Χρυσών Σκούφων και παρέχουν στον επισκέπτη υψηλού επιπέδου γαστρονομικές εμπειρίες, βασισμένες στην παραδοσιακή, αλλά και μοντέρνα ελληνική κουζίνα, παρέχοντας ταυτόχρονα υψηλού επιπέδου υπηρεσίες εστίασης σε ένα καλαίσθητο περιβάλλον.
- Η υπό ανάπτυξη πρωτοβουλία του σήματος Μακεδονικής Κουζίνας της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας με σκοπό την διασύνδεση του αγροδιατροφικού τομέα και του τουρισμού, την ανάδειξη της παραδοσιακής γαστρονομίας, την προώθηση του γαστρονομικού τουρισμού και την πιστοποίηση επιχειρήσεων εστίασης, που σερβίρουν εδέσματα με πρώτες ύλες από το καλάθι αγροτικών προϊόντων της Περιφέρειας προετοιμασμένα με παραδοσιακές συνταγές.
- Το πλήθος των τοπικών εστιατορίων, ταβερνών και μεζεδοπωλείων, τα οποία προσπαθούν συνεχώς να αναβαθμίζουν το προσφερόμενο προϊόν τους.
- Τα προϊόντα Π.Ο.Π. και Π.Γ.Ε., τα παραδοσιακά παντοπωλεία και καταστήματα τροφίμων / ποτών.
- Ορισμένα επισκέψιμα αγροκτήματα, αγροτουριστικοί ξενώνες και καταλύματα.

- Οι αμπελώνες και οίνοι (Π.Ο.Π. και Π.Γ.Ε.) και οι αντίστοιχοι πόροι και δραστηριότητες οινοτουρισμού.

Ο γαστρονομικός τουρισμός που αναπτύσσεται στην περιοχή απευθύνεται στο σύνολο των επισκεπτών σε μία προσπάθεια αναβάθμισης και εξέλιξης της εμπειρίας του επισκέπτη στην περιοχή.

Οικοτουρισμός

Ο οικοτουρισμός αποτελεί ένα υπό ανάπτυξη υποστηρικτικό προϊόν, στη βελτίωση του οποίου δύναται να συμβάλλουν:

- Τα πυκνά δάση πεύκων, βελανιδιών και καστανιών, οι ορεινοί όγκοι, όπως ο Χολομώντας, ο Ίταμος και το Όρος Άθως, τα ορεινά λιβάδια και τα εντυπωσιακά τοπία φυσικού κάλους, τα οποία συνδυάζουν το βουνό και τη θάλασσα.
- Οι θεσμοθετημένες περιοχές προστασίας στον προορισμό, με δώδεκα περιοχές Natura 2000, κατάλληλες για την ανάπτυξη εναλλακτικών δραστηριοτήτων ήπιας έντασης και παρατήρησης της φύσης, που μπορούν να συνθέσουν έναν προορισμό με πλούσιο οικολογικό ενδιαφέρον.

Ο οικοτουρισμός, βρίσκεται σε αρχικό στάδιο και απαιτεί συντονισμένη προσπάθεια και μία σειρά πρωτοβουλιών για τον καθαρισμό και τη σήμανση ολοκληρωμένου δικτύου πεζοπορικών μονοπατιών/διαδρομών στην Περιφερειακή Ενότητα, με κατάλληλη σηματοδότηση, που θα αξιοποιεί με σεβασμό το φυσικό περιβάλλον και τους πολιτιστικούς πόρους και θα δημιουργήσει ένα προϊόν θεματικού τουρισμού με συμβολή στον εμπλουτισμό των κύριων τουριστικών προϊόντων και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Τουρισμός δραστηριοτήτων (Sports & Activities)

Ο τουρισμός δραστηριοτήτων αποτελεί ένα δευτερεύον υποστηρικτικό προϊόν, το οποίο υποστηρίζεται από:

- Το μοναδικό γήπεδο γκολφ της Βόρειας Ελλάδας εντός του πολυτελούς resort Porto Carras στη Σιθωνία.
- Την εκτεταμένη ακτογραμμή κατάλληλη για υπαίθριες δραστηριότητες ενεργού αναψυχής στη θάλασσα με σχετικές επιχειρήσεις και ιδανικός προορισμός για καταδυτικές εξορμήσεις (νησάκι Κέλυφος, Πόρτο Βαλίτσα, ναυάγια κτλ.).
- Την πληθώρα διαδρομών ιδανικών για πεζοπορία, συνδυάζοντας ποικίλα τοπία.

Ο τουρισμός δραστηριοτήτων δεν είναι ιδιαίτερα αναπτυγμένος και χρήζει ανάπτυξης και βελτίωσης. Η περιοχή παρέχει τη δυνατότητα δημιουργίας δικτύου διαδρομών πεζοπορίας με κατάλληλες σημάνσεις, καθώς και δικτύου γηπέδων γκολφ εντός ή πλησίον των πολυτελών resort της Χαλκιδικής με σκοπό την αξιοποίηση του ηλιόλουστου και θερμού κλίματος κατά τους περισσότερους μήνες του χρόνου και του μοναδικού φυσικού τοπίου, που συνδυάζει βουνό και θάλασσα. Απώτερος σκοπός των ως άνω αποτελεί η προσέλκυση περισσότερων επισκεπτών, η διοργάνωση αντίστοιχων εκδηλώσεων, η διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος και η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Τουρισμός ευεξίας

Ο τουρισμός ευεξίας αποτελεί και αυτός ένα συμπληρωματικό προϊόν, το οποίο υποστηρίζεται από την ύπαρξη δύο Ιαματικών Φυσικών Πόρων στη χερσόνησο της Κασσάνδρας:

- Το υδροθεραπευτήριο των Λουτρών Αγ. Παρασκευής, με υποδομές όπως εσωτερική / εξωτερική πισίνα με θαλασσινό ιαματικό νερό, σάουνα, χαμάμ κ.α. και υπηρεσίες όπως θεραπείες μασάζ. Ωστόσο, χρήζει αναβάθμισης των εγκαταστάσεων, βελτίωση της οδικής συνδεσιμότητας και της προσφοράς καταλυμάτων στον τοπικό οικισμό.
- Το Myrthia Thermal Spa, ένα κέντρο ευεξίας με υπερσύγχρονες υποδομές (πισίνες, spa, χαμάμ, σάουνα, χώρο άσκησης), το οποίο παρέχει υψηλού επιπέδου εμπειρίες ευεξίας και τροφοδοτείται από το θαλασσινό νερό και την γεωθερμική πηγή του Νερού του Κανίστρου που αναβλύζει εντός του Miraggio Resort.

Ο τουρισμός ευεξίας χρήζει βελτίωσης και αναβάθμισης με κατάλληλες υποδομές και εξειδικευμένο προσωπικό, ενώ σε ορισμένες ξενοδοχειακές μονάδες θα μπορούσε να συμπεριληφθεί και η παροχή υπηρεσιών spa, θαλασσοθεραπείας, υδροθεραπείας και άλλων θεραπειών αναζωογόνησης και περιποίησης, συνδυασμένες με μενού φαγητού και ποτών, σε αρμονία με τη θεματική ενότητα της ευεξίας, γεγονός που θα μπορούσε να οδηγήσει στη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος, καθώς και στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

5.2 Ανάλυση SWOT

Στην παρούσα ενότητα επιχειρείται να διενεργηθεί μία ανάλυση SWOT, όπου θα παρουσιασθούν τα δυνατά σημεία (Strengths), οι αδυναμίες (Weaknesses), οι ευκαιρίες (Opportunities) και οι Απειλές (Threats) του τουριστικού κλάδου της Περιφερειακής Ενότητας της Χαλκιδικής, λαμβάνοντας υπόψη τα όσα έχουν αναλυθεί και εξεταστεί στα προηγούμενα κεφάλαια.

Η εν λόγω ανάλυση, θα βοηθήσει στον εντοπισμό των ισχυρών σημείων και ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων της περιοχής μελέτης, τα οποία μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για την αναγνώριση κατάλληλων στρατηγικών επιλογών με στόχο την περαιτέρω ενίσχυση και εκμετάλλευση τους. Από την άλλη πλευρά, θα αναδείξει ορισμένες αδυναμίες και προβλήματα, τα οποία είναι κρίσιμο να αντιμετωπιστούν, με απώτερο σκοπό τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και την εκμετάλλευση των ευκαιριών που έχουν αναγνωρισθεί. Επίσης, στο πλαίσιο της ανάλυσης πρόκειται να εντοπιστούν ορισμένα χαρακτηριστικά, εξελίξεις και συνθήκες του εξωτερικού περιβάλλοντος, που μπορούν να συμβάλουν στη μελλοντική ανάπτυξη της, σε τομείς που δύναται να αποτελέσουν ευκαιρίες για την περιοχή της Χαλκιδικής, καθώς και να εντοπιστούν ενδεχόμενες αρνητικές εξελίξεις, χαρακτηριστικά και συνθήκες του εξωτερικού περιβάλλοντος, που μπορούν, υπό προϋποθέσεις, να έχουν αρνητικό αντίκτυπο στην μελλοντική τουριστική ανάπτυξη της Περιφέρειας Ενότητας.

Πίνακας 34: Ανάλυση SWOT για τον κλάδο του τουρισμού στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής.

<u>Δυνατά Σημεία (Strengths)</u>	<u>Αδυναμίες (Weaknesses)</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Πλεονεκτική γεωγραφική θέση, με εγγύτητα στην πόλη τις Θεσσαλονίκης και στις σημαντικότερες πύλες εισόδου της χώρας για τα Βαλκάνια και την Ευρώπη. • Εύκολη και άμεση οδική πρόσβαση από τις αγορές των Βαλκανίων και της Ευρώπης. • Εγγύτητα στο Διεθνή αερολιμένα «Μακεδονία», προσφέροντας τακτική αεροπορική συνδεσιμότητα με εγχώριους και διεθνείς προορισμούς. • Εγγύτητα στη Θεσσαλονίκη, που αποτελεί το μεγάλο αστικό κέντρο της Περιφέρειας, την οικονομική και βιομηχανική πρωτεύουσα του Βορειοελλαδικού χώρου και ίσως την σημαντικότερη πόλη των Βαλκανίων, κατέχοντας στρατηγική γεωγραφική θέση που την καθιστά πολιτιστικό επίκεντρο και πύλη εισόδου για τα Βαλκάνια. • Το ήπιο κλίμα με λίγες βροχές, με μεγάλη ηλιοφάνεια και ζεστά καλοκαίρια. • Επαρκείς ενεργειακές και τηλεπικοινωνιακές υποδομές. • Ισχυρό προφίλ της Περιφερειακής Ενότητας σε κύριες και λοιπές τουριστικές υποδομές. • Σχετικά ικανοποιητική επάρκεια εξειδικευμένου προσωπικού σε επαγγέλματα του κλάδου τουρισμού και φιλοξενίας. • Η μεγαλύτερη ακτογραμμή από όλους τους χερσαίους νομούς της Ελλάδας, η οποία είναι ιδιαίτερου φυσικού κάλους, ενώ συγκεντρώνει τον υψηλότερο αριθμό γαλάζιων σημαίων στη χώρα. • Αξιόλογους αρχαιολογικούς χώρους, σπήλαια, μουσεία και θρησκευτικούς πόρους και το Άγιο Όρος, (μνημείο παγκόσμιας κληρονομιάς UNESCO), οι οποίοι μπορούν να αποτελέσουν βάση για την ανάπτυξη του Πολιτιστικού και Θρησκευτικού Τουρισμού και την προσέλκυση συγκεκριμένων αγορών εισερχόμενου τουρισμού (π.χ. Ισραήλ, Βαλκανικές χώρες, Ρωσία). • Πολιτιστικές εκδηλώσεις κατά τους θερινούς μήνες, οι οποίες βασίζονται στα ήθη, τα έθιμα και τις παραδόσεις της περιοχής. • Ιδιαίτεροι φυσικοί και περιβαλλοντικοί πόροι, οι οποίοι μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για την ανάπτυξη θεματικών μορφών τουρισμού. • Συνεδριακές υποδομές για την ανάπτυξη επιχειρηματικού τουρισμού. • Γαστρονομική παράδοση με προϊόντα Π.Ο.Π. και Π.Γ.Ε., οινοποιεία, καθώς και βραβευμένα εστιατόρια. • Ύπαρξη δύο αναγνωρισμένων ιαματικών φυσικών πόρων. • Η περιοχή διαθέτει τις υποδομές ώστε να υποδεχθεί οικογενειακές διακοπές και διακοπές διαγενεακού προφίλ. • Μεγάλη συγκέντρωση κάμπινγκ. • Μεγάλη συγκέντρωση υπερπολυτελών τουριστικών θέρετρων 5* αστέρων, με διεθνή φήμη και αναγνωριστικότητα, διαθέτοντας ταυτόχρονα παραλίες με γαλάζια σημαία, γεγονός που ευνοεί την ανάπτυξη του μοντέλου τουρισμού «Ηλιος και Θάλασσα» με υψηλή προστιθέμενη αξία. 	<ul style="list-style-type: none"> • Χαμηλή ποιότητα οδικού δικτύου, η οποία πολλές φορές συντείνει στη δημιουργία κυκλοφοριακής συμφόρησης. • Αδυναμίες στην ενδοπεριφερειακή διασυνδεσιμότητα, με προβληματική σύνδεση της Χαλκιδικής, τόσο μεταξύ των τριών χερσονήσων της, όσο και με τη Θεσσαλονίκη. • Ο αερολιμένας της Θεσσαλονίκης διαθέτει ανεπαρκή σύνδεση με την Χαλκιδική, αλλά και με κρίσιμους κόμβους του τοπικού συστήματος μεταφορών όπως το ΚΤΕΛ, το οποίο αποτελεί το μοναδικό μέσο μαζικής μεταφοράς προς την περιοχή. • Έλλειψη σιδηροδρομικής σύνδεσης του αεροδρομίου «Μακεδονία» της Θεσσαλονίκης και σχετικών υποδομών στην Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής. • Προβλήματα και αδυναμίες στη διαχείριση αστικών απορριμμάτων, ιδιαίτερα κατά τη θερινή περίοδο. • Μοντέλο τουρισμού το οποίο βασίζεται κατά κύριο λόγο στον μαζικό τουρισμό «Ηλιος & Θάλασσα» με χαμηλή προστιθέμενη αξία και έντονη εποχικότητα. • Ζητήματα χωροταξικού και πολεοδομικού σχεδιασμού και έλλειψη σύνδεσης σημαντικών πολιτιστικών πόρων της Περιφερειακής Ενότητας, ακόμη και με τη μορφή πολιτιστικών διαδρομών. • Κορεσμός και αδυναμία των υποδομών σε ορισμένες περιπτώσεις (π.χ. οδικό δίκτυο, ύδρευση) να ανταποκριθούν επαρκώς στις αυξημένες ανάγκες, λόγω της υπερσυγκέντρωσης της τουριστικής κίνησης, με αποτέλεσμα την υποβάθμιση της εμπειρίας των επισκεπτών και των κατοίκων. • Η περιοχή της Χαλκιδικής συγκεντρώνει πάνω από το 50% των διανυκτερεύσεων στην Περιφέρεια, αλλά η δυναμική της σε ξενοδοχεία είναι σημαντικά μικρότερη, αναδεικνύοντας την ανάγκη για αύξηση και αναβάθμιση του ξενοδοχειακού δυναμικού. • Μεγάλη εξάρτηση από τις αγορές Βαλκανικών χωρών, όπως Βουλγαρία, Βόρεια Μακεδονία, Σερβία και Ρουμανία και δυσκολία διείσδυσης στις ώριμες αγορές της Δυτικής Ευρώπης με εξαίρεση τη Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο και την Κύπρο. • Έλλειψη τουριστικής ταυτότητας και brand name. Ανάγκη περαιτέρω ανάπτυξης και ενδυνάμωσης φορέα/φορέων για την διαχείριση και προβολή του τουριστικού προϊόντος. Ελλιπής αξιοποίηση και προβολή του πολιτιστικού κεφαλαίου.

<u>Ευκαιρίες (Opportunities)</u>	<u>Απειλές (Threats)</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Η αναβάθμιση, ο εκσυγχρονισμός και η επέκταση του αεροδρομίου της Θεσσαλονίκης, η οποία αναμένεται να ενισχύσει σημαντικά τις αναπτυξιακές προοπτικές των επιμέρους προορισμών. • Οι προοπτικές ανάπτυξης του λιμένα Θεσσαλονίκης, καθώς και η σύνδεση του με οδικά δίκτυα, με απώτερο σκοπό την αύξηση της εμπορικής δραστηριότητας και της τουριστικής κίνησης. • Η κατασκευή ειδικών χώρων διημέρευσης (camper stops) σε διάφορες περιοχές της Περιφερειακής Ενότητας, γεγονός που αναμένεται να συμβάλει στην αύξηση της ελκυστικότητας της στον οδικό τουρισμό. • Η ανάπτυξη υποδομών υδροπλάνων, τα οποία δύναται να προσφέρουν μία αξιόπιστη εναλλακτική λύση στην προβληματική και χρονοβόρο διασύνδεση της Χαλκιδικής. • Η βελτίωση σε δίκτυα ενέργειας, υδροδότησης και λυμάτων, τα οποία αναβαθμίζουν την εικόνα και την ποιότητα κάθε τουριστικού προορισμού. • Η ανάπτυξη σύγχρονων Μονάδων Επεξεργασίας Αποβλήτων στην Περιφερειακή Ενότητα, που ενισχύουν τις δυνατότητες διαχείρισης απορριμμάτων/στερεών αποβλήτων και έχουν σημαντικό θετικό αντίκτυπο στην εικόνα της. • Η εκπαίδευση και εξειδίκευση του ανθρώπινου δυναμικού σχετικά με την παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας και τις ανάγκες εξειδικευμένων τουριστικών προϊόντων. • Η σταθερή και δυναμική ανάπτυξη σημαντικών υφιστάμενων αγορών, με σημαντικά περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης στις αγορές της Δυτικής Ευρώπης και των ΗΠΑ, καθώς και η προσέλκυση αναδυόμενων αγορών (π.χ. Ισραήλ, Κίνα) για το τουριστικό προϊόν της Περιφερειακής Ενότητας. • Τα τελευταία έτη παρατηρείται έντονο ενδιαφέρον για αγορά παραθεριστικών κατοικιών στην Χαλκιδική από αγορές των Βαλκανίων, τη Γερμανία, την Αγγλία και την Πολωνία, γεγονός που εκτιμάται ότι μπορεί να συνεισφέρει στην ενίσχυση της τουριστικής κίνησης και στην επέκταση της τουριστικής περιόδου. • Η περιοχή μελέτης διαθέτει βασικές υποδομές και φυσικό πλούτο ώστε να ανταπεξέλθει στην αυξανόμενη διεθνή ζήτηση για «εναλλακτικά» και αυθεντικά τουριστικά προϊόντα και εμπειρίες που δεν εντάσσονται μέσα στα πλαίσια του παραδοσιακού μαζικού τουρισμού «Ηλιος & Θάλασσα» και παρέχουν τη δυνατότητα αξιοποίησης των φυσικών πόρων και της τοπικής κουλτούρας και παράδοσης του προορισμού για τη δημιουργία εξειδικευμένων τουριστικών προϊόντων. • Ο εμπλουτισμός του βασικού προϊόντος της Χαλκιδικής «Ηλιος & Θάλασσα» μέσω της στοχευμένης ανάπτυξης, προώθησης και προβολής σύνθετων τουριστικών προϊόντων γύρω από τον πολιτιστικό και θρησκευτικό τουρισμό, τον γαστρονομικό τουρισμό, τον οικοτουρισμό και τον τουρισμό υπαίθριων δραστηριοτήτων αναψυχής και ήπιας άθλησης. • Η προοπτική η Χαλκιδική και η Θεσσαλονίκη να λειτουργήσουν συμπληρωματικά ώστε να προσφέρουν ένα ολοκληρωμένο τουριστικό προϊόν που θα περιλαμβάνει τη βιοματική εμπειρία της αστικής περιήγησης με το εμπλουτισμένο τουριστικό προϊόν της Χαλκιδικής, ενδεχομένως και μέσω ημερήσιων εκδρομών. • Το Άγιο Όρος αποτελεί θρησκευτικό προορισμό υψηλής προστιθέμενης αξίας, ο οποίος υπό την προϋπόθεση υλοποίησης παρεμβάσεων ενίσχυσης και αναβάθμισης γειτονικών λιμένων (Ιερισσού και Ουρανούπολης) και αγκυροβολιών θα μπορούσε να συμβάλει σημαντικά στην αύξηση της κρουαζιέρας μέχρι 100 ατόμων και του ναυτικού τουρισμού. 	<ul style="list-style-type: none"> • Αυξανόμενος ανταγωνισμός από αντίστοιχους προορισμούς χωρών στη Μεσόγειο όπως π.χ. Κροατία, Ισπανία, Τουρκία, Ιταλία που έχουν εστιάσει στην προσφορά υψηλού επιπέδου υπηρεσιών και εμπειριών. • Ισχυρός ανταγωνισμός σε εγχώριο επίπεδο από τους εδραιωμένους νησιωτικούς-παραθαλάσσιους προορισμούς (Κυκλάδες, Δωδεκάνησα, Κρήτη, Ιόνια Νησιά και Πελοπόννησος). • Υποβάθμιση των φυσικών και περιβαλλοντικών πόρων της περιοχής, λόγω των ελλείψεων σε υποδομές και του υφιστάμενου μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης, που βασίζεται κατά κύριο λόγο στον μαζικό τουρισμό χαμηλής ποιότητας και προστιθέμενης αξίας. • Καθυστέρηση στην ολοκλήρωση ή στην εκκίνηση επενδύσεων σε βασικές και λοιπές τουριστικές υποδομές, λόγω γραφειοκρατικών κολλημάτων και λοιπών εξωγενών παραγόντων. • Περιορισμός του εισερχόμενου τουρισμού, από τις κύριες αγορές της Χαλκιδικής, λόγω του πολέμου μεταξύ Ρωσίας και Ουκρανίας, ο οποίος έχει προκαλέσει ενεργειακή κρίση στην Ευρώπη και πληθωριστικές τάσεις. • Περιορισμός της εσωτερικής τουριστικής ζήτησης, λόγω της υγειονομικής και οικονομικής κρίσης στα προηγούμενα έτη, καθώς και του πολέμου μεταξύ Ρωσίας και Ουκρανίας, ο οποίος έχει προκαλέσει ενεργειακή κρίση στην Ευρώπη και πληθωριστικές τάσεις. • Διαρθρωτικά προβλήματα του Ελληνικού τραπεζικού συστήματος, έλλειψη ρευστότητας και χρηματοδότησης των εγχώριων τουριστικών επιχειρήσεων, που αναμένεται να ενταθούν λόγω της οικονομικής κρίσης που έχει επιφέρει η πανδημία. • Υφιστάμενο πλαίσιο διαχείρισης και αξιοποίησης των ευρωπαϊκών πόρων, το οποίο χαρακτηρίζεται από υπερβολική γραφειοκρατία επιφέροντας μεγάλες καθυστερήσεις, σε συνδυασμό με το δαιδαλώδες και πολυεπίπεδο νομοθετικό πλαίσιο για την διενέργεια δημόσιων διαγωνισμών και την υλοποίηση έργων (Ν. 4412/2016), που αυξάνουν τον κίνδυνο για μη απορρόφηση σημαντικών πόρων από την Ευρωπαϊκή Ένωση. • Η κλιματική αλλαγή απαιτεί νέες στρατηγικές με σκοπό τη βιώσιμη διαχείριση των φυσικών πόρων στις ήδη επιβαρυνμένες τουριστικές περιοχές αλλά και την αλλαγή στρατηγικής του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος (καταλύματα με πιστοποιήσεις βιώσιμης και πράσινης λειτουργίας), δημιουργώντας νέες και άγνωστες προκλήσεις σε τουριστικούς προορισμούς και επιχειρήσεις. Επιπλέον, η αύξηση της θερμοκρασίας και η εντατικοποίηση ακραίων καιρικών φαινομένων οδηγεί σε επαναξιολόγηση της τουριστικής περιόδου. • Η λειτουργία του Κράτους στον τομέα του τουρισμού σε κεντρικό και τοπικό επίπεδο, η οποία ακόμη διέπεται από επικάλυψη αρμοδιοτήτων, ελλιπή και μη εξειδικευμένη στελέχωση των αρχών της τοπικής αυτοδιοίκησης σε σχέση με τις ανάγκες του τουρισμού.

- Προώθηση και προβολή του πλήθους των επιλογών και του ολοκληρωμένου τουριστικού προϊόντος που μπορεί προσφέρει η περιοχή μελέτης στον επισκέπτη, προβάλλοντας τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, τη ξεχωριστή ταυτότητα και το πλήθος εμπειριών.
- Η συνεχώς αυξανόμενη ζήτηση για τοπικά, παραδοσιακά προϊόντα και αναγνωρισμένα αγροτικά προϊόντα με σήματα πιστοποίησης Π.Γ.Ε. και Π.Ο.Π., σε συνδυασμό με την αυξανόμενη ζήτηση των ταξιδιωτών για υγιεινά, θρεπτικά και τοπικά παρασκευασμένα, μέσω βιώσιμων διαδικασιών, τρόφιμα, η οποία ευνοεί την ανάπτυξη της τοπικής παραγωγής και τη βιωσιμότητα μικρών επιχειρήσεων
- Αξιοποίηση των ευκαιριών που προκύπτουν από τη δυνατότητα εργασίας εξ'αποστάσεως, με τη εμφάνιση των ψηφιακών νομάδων, ενός πληθυσμού ανεξάρτητων εργαζομένων που συνδυάζουν το ταξίδι με την εργασία, συμβάλλοντας στην τοπική τουριστική ανάπτυξη και οικονομία
- Η αύξηση του προσδόκιμου ζωής και η βελτίωση της υγείας των ηλικιωμένων συντελούν στην ανάπτυξη συμπληρωματικών τουριστικών προϊόντων, όπως τουρισμός τρίτης ηλικίας, ιατρικός τουρισμός, τουρισμός ευεξίας, γεγονός που δημιουργεί σημαντικές ευκαιρίες για την επέκταση της τουριστικής περιόδου.
- Η ύπαρξη διαθέσιμων χρηματοδοτικών κρατικών και ευρωπαϊκών εργαλείων και προγραμμάτων (ΕΣΠΑ, Αναπτυξιακό νόμος, ταμείο ανάκαμψης), για ιδιωτικούς φορείς.
- Αξιοποίηση χρηματοδοτικών εργαλείων για έργα αναβάθμισης υποδομών, προκειμένου να λυθούν ζητήματα των βασικών υποδομών της περιοχής και να προαχθεί η προστασία του περιβάλλοντος και η κυκλική οικονομία.

5.3 Προτάσεις βελτίωσης

Κατόπιν της παρουσίασης της περιοχής μελέτης, της παράθεσης στατιστικών στοιχείων του τουριστικού κλάδου και των τουριστικών προϊόντων που προσφέρονται σε αυτή, των αγορών - στόχων της, τη συμβολή του τουρισμού σε αυτή, της ανάλυσης SWOT με τον εντοπισμό των δυνατών σημείων και ευκαιριών, αλλά και των αδυναμιών και των απειλών του κλάδου στην περιοχή, κρίνεται σκόπιμο να παρουσιαστούν προτάσεις, οι οποίες δύναται να συμβάλουν στην βελτίωση της υπάρχουσας κατάστασης και στην περαιτέρω ανάπτυξη και ενίσχυση της βιωσιμότητας του τουριστικού προϊόντος της Χαλκιδικής.

Αποτελεί αναντίρρητο γεγονός ότι ο τουρισμός αναμένεται να επεκταθεί περαιτέρω στη Χαλκιδική. Η περαιτέρω αύξηση των αφίξεων στην περιοχή σίγουρα θα προκαλέσει και αύξηση των οικονομικών αποδόσεων, ωστόσο αναμένεται να δημιουργήσει και περαιτέρω προβλήματα, ιδίως κατά την περίοδο της αιχμής. Προκειμένου, να αναπτυχθεί περαιτέρω ο κλάδος, χωρίς επιπλέον αρνητικές επιπτώσεις, προτείνονται οι ακόλουθες ενέργειες για μια βιώσιμη και αειφόρο ανάπτυξη της περιοχής και του τουριστικού προϊόντος της.

Αρχικά, προτείνεται η βέλτιστη αξιοποίηση των ήδη αναπτυγμένων τουριστικών θέρετρων, υπό την προϋπόθεση ότι τα υπάρχοντα θέρετρα διαθέτουν επιπλέον φέρουσα ικανότητα, χωρίς να υπερβαίνουν τα όρια τους. Το γεγονός αυτό θα συμβάλλει στη μεγιστοποίηση των ωφελειών στα ήδη ανεπτυγμένα θέρετρα, στην αποφυγή του διασκορπισμού και την κατεύθυνση των επισκεπτών σε νέες «παρθένες» περιοχές της Χαλκιδικής, αλλοιώνοντας με τον τρόπο αυτό τον «αυθεντικό» χαρακτήρα της εκάστοτε περιοχής.

Μία ακόμα κρίσιμη παράμετρος για την εύρυθμη ανάπτυξη του τουρισμού της περιοχής είναι αναμφίβολα η ανάγκη για παράταση της τουριστικής περιόδου, με ενίσχυση και του χειμερινού τουρισμού στα ορεινά της περιοχής. Η ως άνω ανάγκη καθίσταται ολοένα και πιο επιτακτική, καθώς στις μέρες μας ο αριθμός των ηλικιωμένων που ταξιδεύουν με σκοπό την αναψυχή και τις διακοπές αυξάνεται συνεχώς. Επομένως, η περιοχή μελέτης, διαθέτοντας τα κατάλληλα χαρακτηριστικά, θα μπορούσε να εκμεταλλευτεί στο έπακρο την εν λόγω δημογραφική αλλαγή των μελλοντικών τουριστών, για την επέκταση της τουριστικής περιόδου.

Επιπλέον, η ζήτηση του επιχειρηματικού τουρισμού ολοένα και αυξάνεται, με αποτέλεσμα να αυξάνονται και οι επισκέπτες που συνδυάζουν εργασία και αναψυχή, γεγονός που δεν θα πρέπει να μείνει ανεκμετάλλευτο, αλλά θα πρέπει να γίνουν εκείνες οι ενέργειες και να καταβληθούν οι αντίστοιχες προσπάθειες, προκειμένου να προσελκυστούν τέτοιου είδους επισκέπτες, κυρίως κατά τη χαμηλή τουριστική περίοδο.

Επιπροσθέτως, απαιτείται μια σειρά δράσεων από τις αρχές, αλλά και τους ιδιώτες, προκειμένου να αυξηθεί η επισκεψιμότητα της περιοχής εκτός υψηλής τουριστικής περιόδου. Οι ενέργειες αυτές σίγουρα θα πρέπει να περιλαμβάνουν οργανωμένες διαφημιστικές εκστρατείες για τις χρονολογικές περιόδους που είναι εκτός αιχμής, χαμηλότερες τιμές για αυτές τις περιόδους και διοργάνωση φεστιβάλ και αθλητικών εκδηλώσεων. Όμως, για την επίτευξη αυτού στόχου, θα πρέπει να υπάρξουν συντονισμένες ενέργειες για επενδύσεις σε υποδομές με στόχο την προστασία του περιβάλλοντος και για υιοθέτηση αιφόρων στρατηγικών και δράσεων για την ελαχιστοποίηση των μελλοντικών τουριστικών προβλημάτων.

Επομένως, η βασική πρόκληση για την βιώσιμη και αιφόρο ανάπτυξη της περιοχής είναι η αναζήτηση και εύρεση των βέλτιστων εκείνων στρατηγικών και δράσεων, που θα αποσκοπούν στο μετασχηματισμό του τουρισμού σε ένα τουριστικό προϊόν με υψηλή προστιθέμενη αξία και δραστηριότητες εντάσεως γνώσης, με στόχο την ανάπτυξη καινοτόμων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, βελτιωμένων οικονομικών αποτελεσμάτων και απασχόλησης. Για το σκοπό αυτό, είναι απαραίτητη η εισαγωγή τεχνολογικών καινοτομιών που θα ενισχύσει την εμπειρία των επισκεπτών, την ελκυστικότητα των προορισμών και την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων.

Οι στρατηγικές και δράσεις, που προτείνονται και αναμένεται να βοηθήσουν στην ανάπτυξη της περιοχής αφορούν τις υποδομές, το συνολικό τουριστικό προϊόν της περιοχής και την εμπειρία του επισκέπτη, την ψηφιακή αναβάθμιση, την προστασία του περιβάλλοντος και την αιφορία, καθώς και την ενίσχυση δεξιοτήτων και επιχειρηματικότητας. Επομένως, οι δράσεις που προτείνονται έχουν ως εξής (INSETE, 2022a) :

Υποδομές

- Επέκταση του αυτοκινητοδρόμου από την Κασσανδρεία προς το Πευκοχώρι και το Παλιούρι.
- Διασύνδεση της εσωτερικής περιφερειακής οδού της Θεσσαλονίκης με τη Θέρμη και την χερσόνησο της Σιθωνίας ή την κατασκευή καινούργιου δρόμου από Νέα Μουδανιά έως Νικήτη Σιθωνίας.
- Προώθηση της υλοποίησης των έργων βελτίωσης, αναβάθμισης και επισκευής της Εθνικής Οδού Θεσσαλονίκης - Ιερισσού στο τμήμα από τα όρια της Περιφερειακής Ενότητας Θεσσαλονίκης μέχρι την Αρναία.
- Σύνδεση της Εγνατίας Οδού με τη Χαλκιδική με τη δημιουργία κάθετου άξονα.

- Βελτίωση και αναβάθμιση των λιμενικών υποδομών στην Ουρανούπολη και στην Αμμουλιανή, έτσι ώστε να συνάδει στις ανάγκες του επιβατικού έργου που διαχειρίζονται κατά την τουριστική περίοδο.
- Βελτίωση και αναβάθμιση των ιατρικών υποδομών και υπηρεσιών σε όλη την Περιφερειακή Ενότητα, με τρόπο που να συνάδει στις ανάγκες των μόνιμων κατοίκων, αλλά και κατά τους μήνες αυξημένης τουριστικής κίνησης.
- Ανάπτυξη υδατοδρομίων σε ξενοδοχειακά συγκροτήματα και resorts, καθώς και σε υδάτινες επιφάνειες στην περιοχή, οι οποίες θα αυξήσουν τη συνδεσιμότητα της περιοχής με έτερους δημοφιλείς προορισμούς της Ελλάδας και θα επιτρέπουν τη μεταφορά επισκεπτών χωρίς να προκαλούν όχληση σε λουόμενους.
- Αναβάθμιση των τοπικών συγκοινωνιακών σταθμών και κέντρων.
- Αύξηση του αριθμού και της συχνότητας των δρομολογίων, καθώς και της χωρητικότητας των λεωφορείων με σκοπό την βελτίωση της ενδοπεριφερειακής συνδεσιμότητας.
- Αναβάθμιση και προώθηση σύγχρονων υπηρεσιών των ΚΤΕΛ μέσω ηλεκτρονικής έκδοσης εισιτηρίων, παροχής διαδικτύου εντός των λεωφορείων και αξιοποίησης της τηλεματικής, προκειμένου να παρακολουθούνται τα δρομολόγια, να υποστηρίζεται καλύτερα ο προγραμματισμός αυτών, καθώς και να αναβαθμιστεί η πληροφόρηση του επιβατικού κοινού.
- Βελτίωση της συνδεσιμότητας μέσω των ΚΤΕΛ τόσο στο εσωτερικό της Περιφερειακής Ενότητας της Χαλκιδικής, όσο και με τη Θεσσαλονίκη και απευθείας με το αεροδρόμιο «Μακεδονία».
- Εξέταση της δυνατότητας σιδηροδρομικής σύνδεσης της περιοχής της Χαλκιδικής με το αεροδρόμιο «Μακεδονία» και την πόλη της Θεσσαλονίκης.
- Βελτίωση τουριστικών υποδομών για εξασφάλιση προσβασιμότητας και πλήρους προσπελασιμότητας από άτομα με αναπηρία και μειωμένη κινητικότητα.
- Βελτίωση των συνθηκών πρόσβασης αστικού περιβάλλοντος (π.χ. Νέα Μουδανιά, Πολύγυρος, Νικήτη, Κασσανδρεία, Ιερισσός) για άτομα με αναπηρία και μειωμένη κινητικότητα με ράμπες, διαδρομές με κατάλληλη πλακόστρωση για άτομα με προβλήματα όρασης, συστήματα σήμανσης, πληροφόρησης και διέλευσης πεζών, απελευθέρωση πεζοδρομίων από κάθε είδους εμπόδια για ανεμπόδιστη αστική κινητικότητα.

- Περιορισμός υπέρμετρης δόμησης σε περιοχές που δεν έχουν πρόσθετη φέρουσα ικανότητα και εξυγίανση υφιστάμενων άναρχων συγκεντρώσεων παραθεριστικής κατοικίας.
- Αντικατάσταση της εκτός σχεδίου των πόλεων και των οικισμών δόμησης, με τη δόμηση κατόπιν χωροταξικού σχεδιασμού με καθορισμό χρήσεων γης.
- Συντήρηση και αναβάθμιση αλιευτικών και τουριστικών καταφύγιων και λιμένων, προκειμένου να εξασφαλίζεται η υψηλών προδιαγραφών παροχή υπηρεσιών.
- Ανάπτυξη και δημιουργία επισκέψιμων χώρων παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων και οινοποιείων.

Τουριστικό Προϊόν

- Εφαρμογή ολοκληρωμένης και δυναμικής στρατηγικής επικοινωνίας, προβολής και προώθησης εστιασμένη στον διακριτό προορισμό «Χαλκιδική» στο πλαίσιο ανάπτυξης Οργανισμού Διαχείρισης Προορισμού (Destination Management Organization), στα προϊόντα προς ανάπτυξη και στις βασικές αγορές στόχους του προορισμού ανά προϊόν, με τη χρήση κατάλληλου συνδυασμού καναλιών προβολής & προώθησης και προωθητικού υλικού και μέσων, με τη χρήση σύγχρονων ψηφιακών εργαλείων για την αναγνώριση και προσέγγιση στοχευμένων τμημάτων των αγορών -στόχων.
- Καμπάνιες και δικτύώσεις σε αγορές - στόχους του εξωτερικού, όπως wine clubs, περιπατητικές δομές, μουσειακά δίκτυα και λοιπές δομές.
- Συνεργασία με τα κεντρικά και κατά τόπους ευρωπαϊκά γραφεία του ΕΟΤ, την Marketing Greece και τις εταιρείες δημοσίων σχέσεων με σκοπό να διασφαλιστεί ότι κατάλληλα διαφοροποιημένα μηνύματα (δελτία τύπου, ιστολόγια, vlogs κ.α.) διανέμονται σε στοχευμένα μέσα ενημέρωσης για τους τουρίστες και τις επιχειρήσεις του ταξιδιωτικού κλάδου σε βασικές αγορές, αλλά και την ενθάρρυνση επισκέψεων εκπροσώπων του τύπου/ bloggers/ ατόμων με επιρροή, τους οποίους θα πρέπει να φιλοξενήσουν οι πράκτορες εισερχόμενου τουρισμού στον προορισμό.
- Συμμετοχή σε κύριες διεθνείς εμπορικές εκθέσεις και εξειδικευμένες θεματικές εκθέσεις σχετικά με εξειδικευμένα τουριστικά προϊόντα, όπως ταξίδια πολυτελείας, γαστρονομία, οικοτουρισμός, στις οποίες θα αποστέλλονται στελέχη του τουριστικού κλάδου που θα έχουν επιλεγεί με αυστηρά κριτήρια.

- Διεύρυνση της τουριστικής περιόδου με εφαρμογή εύρους εργαλείων, όπως η δυναμική τιμολογιακή πολιτική από ιδιωτικές επιχειρήσεις τουρισμού και δημόσιους φορείς που διαχειρίζονται τουριστικά αξιοθέατα, η επέκταση των αεροπορικών συνδέσεων εκτός της περιόδου αιχμής, η λειτουργία περισσότερων επιχειρήσεων καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.
- Υλοποίηση υποστηρικτικών προγραμμάτων διαφήμισης και προβολής για την προώθηση του τουριστικού προορισμού σε συνεργασία με τις αεροπορικές εταιρείες με έρευνα για πιθανές αγορές στόχους και στόχευση σε αεροπορικές εταιρείες που έχουν εισάγει νέους προορισμούς στα δρομολόγια τους.
- Κίνητρα για αναβάθμιση του ξενοδοχειακού δυναμικού και ιδίως των λοιπών καταλυμάτων της περιοχής.
- Προώθηση και στήριξη αναγκαίων υποδομών σε ξενοδοχεία που θα υποβοηθήσουν την επέκταση της τουριστικής περιόδου, όπως εσωτερικές πισίνες και κλειστοί αθλητικοί χώροι άθλησης.
- Κατασκευή ειδικών χώρων διημέρευσης (π.χ. overnight parking stops, camper stops) στο οδικό δίκτυο σε διάφορες περιοχές της Περιφερειακής Ενότητας Χαλκιδικής.
- Αναβάθμιση υποδομών αναμονής και υγιεινής σε χώρους υποδοχής κοινού.
- Παροχή υπηρεσιών απρόσκοπτης μετάβασης των επισκεπτών από το αεροδρόμιο «Μακεδονία» στο κατάλυμα, ιδιαίτερα σε περιπτώσεις ανάγκης χρήσης πρόσθετου τρόπου μεταφοράς στον προορισμό.
- Διεύρυνση ωραρίου λειτουργίας των αρχαιολογικών χώρων και μουσείων τους μήνες εκτός περιόδου αιχμής, από τον μήνα Απρίλιο και μετά, όπου ξεκινάει η περίοδος του πολιτιστικού τουρισμού, εφόσον εξασφαλίζεται η επαρκής ζήτηση.
- Συντήρηση, αναβάθμιση, εκσυγχρονισμός και ανάδειξη αρχαιολογικών χώρων, μουσείων, χώρων πολιτιστικής- θρησκευτικής κληρονομιάς και των υποστηρικτικών τους υποδομών.
- Συνεργασία με τουριστικούς πράκτορες και τουριστικά γραφεία για την ανάπτυξη και προώθηση τουριστικών πακέτων που θα συνδυάζουν την Χαλκιδική με την πόλη της Θεσσαλονίκης, ως συνδυασμό προϊόντων «Ηλιος και Θάλασσα» και «City Break», με συμπληρωματικό προϊόν αυτό της γαστρονομίας.
- Προαγωγή θεματικού τουρισμού όπως πολιτιστικός, προσκυνηματικός, αθλητικός και υπαίθριων δραστηριοτήτων, οικοτουριστικός, γαστρονομικός, καταδυτικός, μέσω της ανάπτυξης αντίστοιχων θεματικών πακέτων, τα οποία θα συνδέονται με

το κύριο τουριστικό προϊόν της περιοχής και θα συνδυάζονται με προσφορές χαμηλότερης τιμολογιακής πολιτικής κατά την χαμηλή τουριστική περίοδο.

- Προώθηση συμμετοχής τοπικών δημόσιων και ιδιωτικών φορέων και εξειδικευμένων επαγγελματιών μέσω συμπράξεων, προκειμένου να προβληθούν, αναπτυχθούν και προωθηθούν ειδικές μορφές του τουρισμού.
- Δημιουργία ολοκληρωμένων, οργανωμένων και υψηλού επιπέδου δικτύου διαδρομών πολιτιστικού, ιστορικού και θρησκευτικού ενδιαφέροντος, που θεματοποιούν την εμπειρία του επισκέπτη.
- Δημιουργία διαδρομών θρησκευτικού και προσκυνηματικού τουρισμού με μείζονα κόμβο το Άγιο Όρος.
- Ανάπτυξη και προώθηση ολοκληρωμένου και υψηλού επιπέδου γαστρονομικών εμπειριών με βιωματικά σεμινάρια για θέματα μαγειρικής, γευσιγνωσίας, οινογνωσίας και διατροφής για επισκέπτες, τα οποία θα οργανώνονται από ξενοδοχειακές μονάδες, εστιατόρια, εξειδικευμένους τουριστικούς πράκτορες ή τοπικούς φορείς.
- Ανάπτυξη και προώθηση διαδρομών γευσιγνωσίας και οινογνωσίας, βάσει παραδοσιακών προϊόντων και εδεσμάτων, οινοπαραγωγής και βραβευμένων εστιατορίων στην περιοχή.

Ψηφιακή αναβάθμιση

- Δημιουργία ενιαίας διαδικτυακής τουριστικής πύλης για τον προορισμό Χαλκιδική και πλήρης διασύνδεσή της με τις τουριστικές πύλες που θα δημιουργηθούν για κάθε κύριο και συμπληρωματικό προϊόν με σκοπό τη γρήγορη και εύκολη ολοκληρωμένη παροχή και αναζήτηση πληροφόρησης στον επισκέπτη για όλες τις προσφερόμενες εμπειρίες, δραστηριότητες, παροχές και τις υπάρχουσες επιχειρήσεις με βάση συγκεκριμένα κριτήρια και εμφάνιση των αποτελεσμάτων σε μορφή λίστας και διαδραστικού χάρτη.
- Ανάπτυξη ενιαίας πλατφόρμας προμηθευτών προϊόντων και υπηρεσιών (Destination Management System) από τους κλάδους αερομεταφορών, εστίασης, καταλυμάτων και λοιπών τουριστικών υπηρεσιών.
- Ανάπτυξη ψηφιακού μάρκετινγκ και ψηφιακής παρουσίας σε πολλά κανάλια επικοινωνίας με τον καταναλωτή.
- Αξιοποίηση ψηφιακών εργαλείων για καλύτερη στόχευση και αποδοτικότητα ενεργειών προώθησης και προβολής.

- Ανάπτυξη εφαρμογών για κινητά και tablets, που θα λειτουργεί ως «τουριστικός οδηγός» με όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για τον επισκέπτη.
- Εφαρμογή ψηφιακού εισιτηρίου και κράτησης θέσεων σε οργανωμένες παραλίες, αξιοθέατα και μουσεία και προμήθεια και εγκατάσταση κατάλληλων μηχανημάτων για τον έλεγχο / επικύρωση των ηλεκτρονικών εισιτηρίων.
- Αναβάθμιση των δικτύων ύδρευσης και αποχέτευσης, ιδιαίτερα μέσω της χρήσης έξυπνων εφαρμογών που συμβάλλουν στη βελτιστοποίηση διαδικασιών και στην εξοικονόμηση πόρων.
- Βελτίωση στον τομέα της καθαριότητας και διαχείρισης απορριμμάτων, και αξιοποίηση των έξυπνων εφαρμογών προς αυτή τη κατεύθυνση (π.χ. εφαρμογές βελτιστοποίηση δρομολογίων συλλογής, υπόγειοι κάδοι με αισθητήρες χωρητικότητας).

Προστασία του περιβάλλοντος και αειφορία

- Υλοποίηση του έργου για την κατασκευή του Φράγματος Χαβρία με σκοπό την επίλυση των προβλημάτων υδροδότησης εντός της Περιφερειακής Ενότητας.
- Διατήρηση, προστασία, προώθηση και ανάπτυξη της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς.
- Υπογειοποίηση των καλωδίων ηλεκτρισμού (ΔΕΗ) και τηλεπικοινωνιών (ΟΤΕ) και επένδυση σε οπτικές ίνες, ιδίως στους τουριστικούς πόλους του προορισμού (π.χ. Νικήτη, Καλλιθέα).
- Δημιουργία τακτικού προγράμματος ελέγχου των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από την αυξανόμενη δυναμική και επισκεψιμότητα της Χαλκιδικής.
- Μέριμνα για την κατά τόπους προώθηση και αξιοποίηση του ναυτικού τουρισμού μέσω της ενοικίασης σκαφών μικρής δυναμικότητας, χωρίς την ανάγκη διπλώματος ταχυπλόου, σύμφωνα με τη φέρουσα ικανότητα του προορισμού.
- Εκτέλεση αντιπλημμυρικών και αντιδιαβρωτικών έργων στα ευάλωτα σημεία του της περιοχής, με ταυτόχρονη οριοθέτηση και προστασία των ρεμάτων.
- Εκτέλεση έργων πυροπροστασίας των δασών και των βουνών της περιοχής, με κατασκευή αντιπυρικών ζωνών και κατάλληλου δικτύου δασοπυρόσβεσης, που θα εκμεταλλεύεται τις κατά τόπους εγκαταστάσεις επεξεργασίας λυμάτων, αλλά και την εγγύτητα με τη θάλασσα.

- Υλοποίηση έργων προστασίας και ανάπλασης ακτών, μεταξύ άλλων και με τεχνητούς υφάλους για τον εμπλουτισμό της θαλάσσιας χλωρίδας και πανίδας και την ενίσχυση του αλιευτικού αποθέματος.
- Αναβάθμιση και κατασκευή νέων εγκαταστάσεων επεξεργασίας λυμάτων, με τριτοβάθμια επεξεργασία των λυμάτων, προκειμένου να αξιοποιείται το νερό της εκροής για το πότισμα των καλλιεργούμενων εκτάσεων και δασοφυλάκηση.

Ενίσχυση δεξιοτήτων και επιχειρηματικότητας

- Στήριξη και προώθηση ανάπτυξης οργανωμένων δικτύων συνεργασίας μεταξύ των τουριστικών επιχειρήσεων σε όλο το εύρος της αλυσίδας αξίας του τουριστικού τομέα.
- Διαμόρφωση κοινού κανονιστικού πλαισίου λειτουργίας για κάθε τύπο και κατηγορία καταλύματος. Διαμόρφωση κοινού πλαισίου υγειονομικών πρωτοκόλλων.
- Σχεδιασμός και υλοποίηση στοχευμένων προγραμμάτων κατάρτισης και απόκτησης επαγγελματικής εμπειρίας στον τουριστικό τομέα και διασύνδεσή τους με την αγορά, μέσω της ενίσχυσης της συνεργασίας των φορέων παροχής τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης με τις τουριστικές επιχειρήσεις.
- Προώθηση πιστοποίησης επαγγελματιών του τουρισμού σε όλο το φάσμα της αλυσίδας αξίας, όπως ξεναγοί, συνοδοί υπαίθριων / θαλάσσιων δραστηριοτήτων, επαγγελματίες της φιλοξενίας και της εστίασης, επαγγελματίες στις ξενοδοχειακές / ακτοπλοϊκές κρατήσεις και άλλες παρεμφερείς ειδικότητες.
- Προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης των εργαζόμενων και των επιχειρηματιών για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.
- Συμβουλευτική υποστήριξη στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις του τομέα του τουρισμού σε θέματα στόχευσης αγορών, διαχείρισης σύγχρονων τεχνολογιών και καινοτομιών, εξωστρέφειας και δικτύωσης προς τις αγορές, ανάπτυξης τοπικών και διεθνών συνεργασιών, χρηματοδότησης, προώθησης και προβολής.
- Πιστοποίηση ποιότητας και καταλληλότητας των οργανωμένων παραλιών, των μουσείων, των εστιατορίων και εν γένει των τουριστικών επιχειρήσεων δημόσιου ή ιδιωτικού χαρακτήρα.

Συνοψίζοντας, η αναβάθμιση και περαιτέρω ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος της Χαλκιδικής απαιτεί βελτίωση των υποδομών, κατάλληλη προώθηση και branding του τουριστικού προϊόντος, κατάλληλη διαχείριση προορισμών, ανάπτυξη ψηφιακών υποδομών και βελτίωση του ανθρώπινου δυναμικού.

Σε ό,τι αφορά τις υποδομές απαιτούνται συντονισμένες προσπάθειες από ιδιωτικούς και δημόσιους φορείς, με κατάλληλες συμπράξεις, ώστε να αποφέρουν θετικά αποτελέσματα. Στο τομέα των μεταφορών, η αναβάθμιση του οδικού δικτύου και η κατασκευή υδατοδρόμων, με ταυτόχρονη αναβάθμιση των υπηρεσιών των μεταφορών θα βοηθούσε στην περαιτέρω διασύνδεση της Χαλκιδικής με χώρες του εξωτερικού, αλλά και εσωτερικά της χώρας. Ειδικότερα, η συντήρηση και η ανάπτυξη του οδικού δικτύου της περιοχής, εξασφαλίζει αυτή τη διασύνδεση με ασφαλές και εύκολο τρόπο, γεγονός που θα αποτελέσει σημαντικό παράγοντα βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος.

Επιπλέον, η αναβάθμιση των υποδομών των αστικών συγκοινωνιών, πέρα από την ποιοτική βελτίωση της καθημερινότητας των ημεδαπών, θα συμβάλει στη βιώσιμη ανάπτυξη της περιοχής και κατ' επέκταση στη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος, με αποτέλεσμα οι περιοχές να γίνουν πιο φιλικές στους επισκέπτες.

Σχετικά με τα λιμάνια και τις μαρίνες της περιοχής μελέτης, η πλειονότητά τους αντιμετωπίζει ελλείψεις και ανεπάρκειες, οι οποίες πρέπει να αντιμετωπιστούν άμεσα, ώστε ιδιωτικά σκάφη να μπορούν να προσεγγίζουν άνετα λιμάνια και μαρίνες, να ελλιμενίζονται και να απολαμβάνουν αναβαθμισμένες υπηρεσίες.

Επίσης, ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στη βελτίωση των υποδομών μουσείων, αρχαιολογικών χώρων και αξιοθέατων και ως προς τις υποδομές των ιδίων (αναβάθμιση κτιρίων, χώρων) αλλά και ως προς την πρόσβαση και διασύνδεση τους μέσω των μέσων μαζικής μεταφοράς.

Ιδιαίτερη μέριμνα θα πρέπει να δοθεί στο χωροταξικό σχεδιασμό στις τουριστικές περιοχές της χώρας, η ολοκλήρωση του οποίου είναι απαραίτητη για τη βιωσιμότητα του τουριστικού προϊόντος σε μακροχρόνια βάση. Ο σχεδιασμός θα πρέπει να δίνει ιδιαίτερο βάρος στην προστασία του φυσικού και πολιτιστικού κεφαλαίου της χώρας, η αξία του οποίου καθορίζει και την αξία του τουριστικού προϊόντος.

Σημαντική επίσης, είναι η ορθή διαχείριση και προώθηση του τουριστικού προϊόντος, οι οποίες θα πρέπει να έχουν συγκεκριμένη στρατηγική, να δρουν στοχευμένα και να παρακολουθούν επισταμένως την εξέλιξη του. Σε αυτή την κατεύθυνση θα βοηθούσε η ίδρυση Οργανισμών Διαχείρισης Προορισμού (DMO - Destination Management Organization) και η ίδρυση κατάλληλων κέντρων πληροφόρησης (info-centers). Με αυτό

τον τρόπο θα προβληθούν κατάλληλα οι τουριστικοί προορισμοί, θα αναδειχθούν κατάλληλα οι λοιπές δραστηριότητες και τοπικά προϊόντα της περιοχής, ενώ παράλληλα μέσω κατάλληλων δεικτών παρακολούθησης της τουριστικής επισκεψιμότητας και της ευχαρίστησης των επισκεπτών θα επιτυγχάνεται η συνεχής βελτίωση του προϊόντος.

Σε κάθε περίπτωση, η συνέργεια μεταξύ των ιδιωτικών και δημόσιων φορέων θα επιφέρει και καινοτομία στην τουριστική προσφορά. Επίσης, η ανάπτυξη συνεργειών μεταξύ του τουριστικού τομέα και του πρωτογενούς τομέα, πέρα από την προώθηση τοπικών προϊόντων θα μπορούσε να αναδείξει και ένα προϊόν βιωματικού τουρισμού, όπου η «εμπειρία» της διαμονής του πελάτη θα διαφοροποιούνταν αρκετά από το συνηθισμένο μοντέλο.

Σε κάθε περίπτωση σημαντικό ρόλο θα έπαιζε και η ψηφιακή εξέλιξη της «εμπειρίας» των επισκεπτών, δημιουργώντας τα κατάλληλα ψηφιακά εργαλεία εκείνα που θα διευκολύνουν τους επισκέπτες από την προετοιμασία του ταξιδιού μέχρι και τελικώς την αποχώρησή τους.

Τέλος, δεν θα μπορούσε να παραλειφθεί και ο σημαντικός ρόλος που διαδραματίζει το ανθρώπινο δυναμικό, το οποίο στελεχώνει είτε τον ιδιωτικό είτε το δημόσιο τομέα και το οποίο θα πρέπει να καταρτίζεται και να ενισχύεται συνεχώς, μέσω κατάλληλων αναβαθμισμένων εκπαιδευτικών προγραμμάτων. Επομένως, θα πρέπει να αναβαθμιστούν και εκσυγχρονιστούν και τα ίδια εκπαιδευτικά προγράμματα και παράλληλα να δοθούν τα κατάλληλα κίνητρα για την παρακολούθησή τους από αυτό. Επίσης, θα πρέπει να αναπτυχθεί και η αλληλεπίδραση των τοπικών φορέων του τουρισμού με αντίστοιχους ευρωπαϊκών χώρων, ώστε μέσω εκδηλώσεων και σεμιναρίων, να προωθηθεί η ανταλλαγή εμπειριών και η χρήση νέων εργαλείων και καλών πρακτικών.

Συμπερασματικά, είναι επιτακτική η ανάγκη για πιο προληπτικό ρόλο της τοπικής και εθνικής κυβέρνησης στην τουριστική πολιτική και σχεδιασμό. Οι τοπικές αρχές μαζί με τον ιδιωτικό τομέα και τον πληθυσμό της περιοχής θα πρέπει να αναπτύξουν ένα ολοκληρωμένο σχέδιο, το οποίο θα αφορά στις πολιτικές και στις στρατηγικές της μελλοντικής τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής, χωρίς όμως να χυθεί η «αυθεντικότητα» και να αλλοιωθεί ο χαρακτήρας της περιοχής.

Συμπεράσματα

Ο τουρισμός αποτελεί ένα σύγχρονο φαινόμενο με κοινωνικές, πολιτικές, πολιτισμικές και οικονομικές διαστάσεις, το οποίο εδώ και αρκετές δεκαετίες αναπτύσσεται, εξελίσσεται και μεταλλάσσεται, παρουσιάζοντας ταυτόχρονα έντονη δυναμική σε αρκετές περιοχές του κόσμου. Για την καλύτερη κατανόηση του όρου «τουρισμός», αλλά και των επιμέρους όρων και εννοιών που αναφέρονται σε αυτόν, στο Κεφάλαιο 1 παρατέθηκαν, εν συντομία, κάποιες σημαντικές έννοιες και βασικοί ορισμοί, προκειμένου στη συνέχεια να καταστεί ευκολότερη η κατανόηση της ανάλυσης του κλάδου στην περιοχή μελέτης. Ο δυναμικός και άυλος χαρακτήρας του τουρισμού, σε συνδυασμό με την ανάγκη του «ανθρώπου» για εναλλαγή παραστάσεων, χαλάρωση, ξεκούραση, διασκέδαση, επαφή με τη φύση, γνωριμία άλλων πολιτισμών, γνωριμία με νέα άτομα, τον καθιστούν έναν από τους σημαντικότερους κλάδους της παγκόσμιας αλλά και της ελληνικής οικονομίας.

Η οικονομική συμβολή και σημασία του τουρισμού για την Ελλάδα, είτε από μακροοικονομική, είτε από μικροοικονομική σκοπιά είναι προφανής και ξεκάθαρη, εδώ και αρκετές δεκαετίες, όπως αναλύεται στο Κεφάλαιο 2. Ειδικότερα, ο συγκεκριμένος κλάδος συμβάλλει κατά 25% περίπου στη διαμόρφωση του Α.Ε.Π. της χώρας, ενώ έμμεσα συμβάλλει σχεδόν σε όλους τους ευρύτερους τομείς της οικονομίας. Η Ελλάδα κατατάσσεται στην 25η θέση, μεταξύ 140 χωρών, σύμφωνα με την αντίστοιχη μελέτη περί της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού (WEF, 2019). Ωστόσο, αν και υπήρξε στυλοβάτης της ανάκαμψης της ελληνικής οικονομίας, κατά την περίοδο της «οικονομικής κρίσης», δεν απεδείχθη το ίδιο σθεναρός κατά την πανδημία του κορονοϊού SARS-Covid 19, όπου δοκιμάστηκαν οι αντοχές όλων των κρίκων του τουριστικού προϊόντος, αλλά και των τοπικών κοινωνιών. Στην προσπάθεια επανόδου συνέβαλε ο εμβολιασμός του πληθυσμού κατά του ιού της πανδημίας, που είχε ως αποτέλεσμα την χαλάρωση των περιοριστικών μέτρων για τις μετακινήσεις, που είχαν επιβληθεί από τις κυβερνήσεις σε όλες τις χώρες. Κατά κοινή ομολογία όλων των εμπλεκόμενων φορέων του τουρισμού τα βασικά μεγέθη του τουρισμού βελτιώθηκαν αρκετά κατά το έτος 2021 (μη διαθέσιμα στοιχεία κατά το χρόνο συγγραφής της παρούσας εργασίας), ενώ οι προβλέψεις για το έτος 2022 υπήρξαν αρκετά αισιόδοξες, με την προσδοκία ότι τα μεγέθη, πιθανώς, να επανέρχονταν στα επίπεδα προ της πανδημίας. Το αισιόδοξο και ελπιδοφόρο αυτό κλίμα, διακόπηκε ξαφνικά μετά την εισβολή της Ρωσίας στην Ουκρανία, στις 24 Φεβρουαρίου 2022, ανατρέποντας τις όποιες ελπίδες για ανάκαμψη του τουρισμού. Ο πόλεμος επέφερε άνοδο των τιμών της ενέργειας και του πετρελαίου,

με αποτέλεσμα την άνοδο των τιμών σε βασικά καταναλωτικά αγαθά και προϊόντα, γεγονός που πρόκειται να ανατρέψει τις όποιες προβλέψεις για πλήρη ανάκαμψη του τουρισμού. Από την όλη κατάσταση δεν είναι δυνατόν να μείνει ανεπηρέαστη και η Ελλάδα, και ίσως ακόμα περισσότερο, η υπό μελέτη περιοχή στην παρούσα εργασία, αυτή της Περιφερειακής Ενότητας της Χαλκιδικής.

Ο τουριστικός προορισμός «Χαλκιδική», ανήκει στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας και αποτελεί το κατ' εξοχήν προορισμό της Βόρειας Ελλάδας, κατά τους θερινούς μήνες. Όπως αναφέρεται και στο Κεφάλαιο 3 η Χαλκιδική διαθέτει τη μεγαλύτερη ακτογραμμή από όλους τους χερσαίους νομούς της Ελλάδας, η οποία ανέρχεται περί τα 550 χλμ., τα εδάφη της είναι πεδινά, ημιορεινά αλλά και ορεινά, ενώ διαθέτει ένα ήπιο κλίμα, με λίγες βροχές και με μεγάλη ηλιοφάνεια και ζεστά καλοκαίρια. Αν και πρόκειται για ιδιαίτερα δημοφιλή προορισμό στην Βόρεια Ελλάδα, με ιδιαίτερη τουριστική κίνηση, παρατηρούνται ελλείψεις και αδυναμίες σε επίπεδο υποδομών, συνδεσιμότητας με την υπόλοιπη χώρα και τις χώρες του εξωτερικού, ανάδειξης των αξιοθέατων υψηλής πολιτισμικής και ιστορικής αξίας που διαθέτει, ανάδειξης και ανάπτυξης των δραστηριοτήτων που μπορεί να προσφέρει στους επισκέπτες. Η Χαλκιδική διαθέτει πληθώρα τουριστικών καταλυμάτων, διαφόρων ειδών, όπως ξενοδοχειακά καταλύματα, ενοικιαζόμενα δωμάτια, επιπλωμένες κατοικίες και επαύλεις, κάμπινγκ, καθώς και αρκετές δευτερεύουσες - παραθεριστικές κατοικίες.

Όπως αναλύεται διεξοδικότερα στο Κεφάλαιο 4, η Χαλκιδική υποδέχεται σε ποσοστό 35%, περίπου, των αφίξεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας, ενώ κύριες αγορές της αποτελούν χώρες της Ευρώπης και των Βαλκανίων, όπως η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Κύπρος, Η Ρουμανία, Η Βουλγαρία, η Σερβία, η Βόρεια Μακεδονία και η Ρωσία, οι οποίες συγκεντρώνουν, περίπου, ποσοστό 80% του εισερχομένου τουρισμού. Η προσφορά τουριστικών προϊόντων στον προορισμό «Χαλκιδική» είναι ικανοποιητική, αλλά ωστόσο υπάρχουν αρκετά περιθώρια βελτίωσης στις υποδομές, καθώς και στα κύρια και δευτερεύοντα/συμπληρωματικά τουριστικά προϊόντα.

Τα κύρια και δευτερεύοντα τουριστικά προϊόντα ανακεφαλαιώνονται, εν συντομία, στο Κεφάλαιο 5. Το κυριότερο τουριστικό προϊόν της Χαλκιδικής είναι το προϊόν «Ήλιος και Θάλασσα», το οποίο είναι εδραιωμένο και ιδιαίτερα ανεπτυγμένο, εδώ και δεκαετίες, ενώ ακολουθεί ο ναυτικός τουρισμός, με το προϊόν «Yachting - Σκάφη Αναψυχής», να έχει αναπτυχθεί αρκετά. Ακολουθεί ο πολιτιστικός και θρησκευτικός τουρισμός, με το Άγιο Όρος να κατέχει σημαντικό ρόλο, μιας και αποτελεί μνημείο παγκόσμιας κληρονομιάς της UNESCO. Τελευταίο κύριο τουριστικό προϊόν της Χαλκιδικής αποτελεί ο

επιχειρηματικός τουρισμός. Τα ως άνω κύρια τουριστικά προϊόντα συμπληρώνονται με προϊόντα, όπως ο γαστρονομικός τουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο τουρισμός δραστηριοτήτων (Sports& Activities) και ο τουρισμός ευεξίας. Κατόπιν της ως άνω ανακεφαλαίωσης, έγινε μια ανάλυση SWOT, όπου παρουσιάστηκαν τα δυνατά σημεία, οι αδυναμίες, οι ευκαιρίες και οι απειλές του τουριστικού κλάδου της Χαλκιδικής, προκειμένου να καταστεί εφικτός ο εντοπισμός των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων της περιοχής, τα οποία μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για την αναγνώριση κατάλληλων στρατηγικών επιλογών με στόχο την περαιτέρω ενίσχυση ανάπτυξη και εκμετάλλευση τους. Από την άλλη πλευρά, αναδείχθηκαν ορισμένες αδυναμίες και προβλήματα, τα οποία είναι κρίσιμο να αντιμετωπιστούν, με απώτερο σκοπό τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και την εκμετάλλευση των ευκαιριών που έχουν αναγνωριστεί.

Στο ίδιο Κεφάλαιο, κατόπιν της «ακτινογράφησης» του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος του κλάδου στην περιοχή μελέτης, προτάθηκαν στρατηγικές και δράσεις, οι οποίες εάν υιοθετηθούν από τις τοπικές αρχές σε συνεργασία με τον ιδιωτικό τομέα και τον πληθυσμό της περιοχής, θα εξασφαλιστεί η βιώσιμη και αιειφόρος μελλοντική ανάπτυξη της περιοχής, αλλά και του τουριστικού προϊόντος της, διατηρώντας ταυτόχρονα αναλλοίωτο τον χαρακτήρα και την «αυθεντικότητα» της περιοχής.

Εν κατακλείδι, παρόλο τη δυσκολία συγκέντρωσης αλλά και της έλλειψης στοιχείων που αφορούν στον τουριστικό κλάδο στην περιοχή της Χαλκιδικής, στην παρούσα εργασία έγινε μια προσπάθεια συγκέντρωσης και ανάλυσης των όσων διαθέσιμων και προσβάσιμων στοιχείων υπήρχαν και αφορούσαν την περιοχή μελέτης, με τις όποιες ελλείψεις και περιορισμούς, που προέκυψαν κατά την έρευνα και συγγραφή αυτής. Ωστόσο, θα ήταν ενδιαφέρον μελλοντικά να ερευνηθεί η ικανοποίηση των επισκεπτών της περιοχής, με τη συμπλήρωση κατάλληλων ερωτηματολογίων και την ανάπτυξη ενός δείκτη που θα αξιολογούσε τις υποδομές, τις συνθήκες υγείας και υγιεινής, τα τουριστικά προϊόντα και τους τουριστικούς πόρους της περιοχής και άλλα πιθανά επιπλέον κριτήρια, ώστε να αξιολογηθεί εν γένει η εμπειρία του επισκέπτη στην εν λόγω περιοχή και να συμπληρωθούν και να βελτιωθούν οι ως άνω προτάσεις στρατηγικών και δράσεων. Επιπλέον, θα άξιζε να εξεταστεί και η δυνατότητα ιεράρχησης των ως άνω δράσεων, μέσω κατάλληλων μοντέλων, προκειμένου να συνταχθεί το αντίστοιχο χρονοδιάγραμμα εφαρμογής αυτών.

Βιβλιογραφικές αναφορές

- Βαρβαρέσος, Σ. (2008). *Οικονομική του Τουρισμού*. Προπομπός.
- Γαλάζια Σημαία. (2022). *Γαλάζια Σημαία 2022—Κατάλογος βραβευμένων ακτών, μαρινών και σκαφών* | ΓΑΛΑΖΙΑ ΣΗΜΑΙΑ. <https://www.blueflag.gr/awards/2022>
- Ένωση Οινοποιών Βορείου Ελλάδος. (2022). Οίνοι ΠΓΕ. *WINEMAKERS OF NORTH GREECE*. <https://winemakersofnorthgreece.gr/oinoi-pge/>
- Ζαχαράτος Γεράσιμος. (2003). *Package tour: Παραγωγή και διάθεση του τουριστικού ταξιδιού* (2ο έκδ.). Προπομπός.
- Καθημερινή. (2022, Μάιος 12). *Ελληνικός τουρισμός: Πώς επηρεάζεται από τον πόλεμο στην Ουκρανία* | Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ. <https://www.kathimerini.gr/economy/561854485/ellinikos-toyrismos-pos-epireazetai-apo-ton-polemo-stin-oykrania/>
- Καραχοντζίτης, Δ., Κομνηνάκης, Μ., & Βελισσαρίου Ευστάθιος. (2000). *Εισαγωγή στο μάνατζμεντ του τουρισμού και των τουριστικών υπηρεσιών*. Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.
- Λαγός, Δ. (2005). *Τουριστική Οικονομική*. Κριτική.
- Λαλούμης, Δ. (2016). *Διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων*. <http://repository.kallipos.gr/handle/11419/5283>
- ΞΕΕ. (2022). *Αναζήτηση με Χάρτη*. <https://www.grhotels.gr/map/>
- Προκοπίου, Δ., & Μασούνη, Μ. (2016, Ιούνιος 27). *Τουριστική ζήτηση και προσφορά* | Η ΡΟΔΙΑΚΗ. <https://www.rodiaiki.gr/article/341071/toyristikh-zhthsh-kai-prosfora>
- Σαφέτη, Δ. (2017, Απρίλιος 8). *Η καινοτομία στον τουρισμό*. *inefan*. <https://inefan.gr/η-καινοτομία-στον-τουρισμό/>

- Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων. (2022). *ΠΟΠ-ΠΓΕ -Εγγυημένα Παραδοσιακά Ιδιότυπα Προϊόντα (ΕΠΙΠ)*.
<http://www.minagric.gr/index.php/el/for-farmer-2/2012-02-02-07-52-07>
- AirDNA. (2022). *Airbnb Data on 673 Vacation Rentals in Nea Propontida / MarketMinder*. AirDNA - Airbnb & Vrbo Data. <https://www.airdna.co/vacation-rental-data/app/gr/default/nea-propontida/overview>
- Albayrak, T., Caber, M., & Aksoy, Ş. (2010). Relationships of the Tangible and Intangible Elements of Tourism Products with Overall Customer Satisfaction. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 1(2), 140–143.
<https://doi.org/10.7763/IJTEF.2010.V1.25>
- Camilleri, M. A. (2018). *Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-49849-2>
- Christian, M., Fernandez-Stark, K., Ahmed, G., & Gereffi, G. (2011). The tourism global value chain. *Center on Globalization, Governance & Competitiveness (CGGC), Duke University*.
- Deraman, F., Ismail, N., Arifin, A. I. M., & Mostafa, M. I. (2017). Green practices in hotel industry: Factors influencing the implementation / Fauziah Deraman...[et al.]. *Undefined*. <https://www.semanticscholar.org/paper/Green-practices-in-hotel-industry%3A-factors-the-%2F-Deraman-Ismail/13b97b89591fb41af1181573d1c0e3aa4fac3f76>
- Dube, K. (2020). Tourism and sustainable development goals in the African context. *International Journal of Economics and Finance Studies*, 12(1), 88–102.
<https://doi.org/10.34109/ijefs.202012106>
- ELSTAT-Απογραφή. (2011). *Στατιστικές—ELSTAT*.
<https://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SAM03/2011>

Eurostat. (2022, Μάιος). *Statistics / Eurostat*.

https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/prc_hicp_manr/default/table?lang=en

Glossary of tourism terms / UNWTO. (2022). <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

INSETE. (2018). *Αξιολόγηση του brand “ Ελλάδα και σύγκριση με τον ανταγωνισμό στη Ν. Ευρώπη βάσει της εμπειρίας των τουριστών*.

INSETE. (2021a). *Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2020. Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας*.

INSETE.

INSETE. (2021b). *Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2020*.

INSETE. (2022a). *Ελληνικός Τουρισμός 2030*. <https://insete.gr/greektourism2030/>

INSETE. (2022b). *Business Intelligence. Insete*. <https://insete.gr/business-intelligence/>

PWC. (2019). *The next day of Greek Tourism*.

<https://www.pwc.com/gr/en/publications/greek-thought-leadership/the-next-day-of-greek-tourism-gr-long-updated.pdf>

SETE. (2022). *ΒΑΣΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ*. SETE.

<https://sete.gr/el/stratigiki-gia-ton-tourismo/vasika-megethi-tou-ellinikoy-tourismoy/>

Sustainable development / UNWTO. (2022). <https://www.unwto.org/sustainable-development>

[visit-halkidiki.gr](https://www.visit-halkidiki.gr). (2022). *Halkidiki | inside your dreams*. <https://www.visit-halkidiki.gr/el/>

WEF, W. E. F. (1994). The tourism product. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 582–595. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)90121-X](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90121-X)

WEF, W. E. F. (2019). *The travel and tourism competitiveness report 2019* [Report].

World Economic Forum.

https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf

Wikipedia. (2022). *Ελληνική οικονομική κρίση δημόσιου χρέους*.

https://el.wikipedia.org/w/index.php?title=%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%BA%CF%81%CE%AF%CF%83%CE%B7_%CE%B4%CE%B7%CE%BC%CF%8C%CF%83%CE%B9%CE%BF%CF%85_%CF%87%CF%81%CE%AD%CE%BF%CF%85%CF%82&oldid=9446183

World Tourism Organization (UNWTO) (Επιμ.). (2019). *UNWTO Tourism Definitions / Définitions du tourisme de l'OMT | Definiciones de turismo de la OMT*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284420858>