

**Τμήμα Πολιτικής Επιστήμης και Διεθνών Σχέσεων -
Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου
Τμήμα Οικονομικών Επιστημών - Δημοκρίτειο
Πανεπιστήμιο Θράκης
Τμήμα Οικονομικών Επιστημών - Αριστοτέλειο
Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης
Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων -
Πανεπιστήμιο Πειραιά**

**Διαπανεπιστημιακό Διατμηματικό Πρόγραμμα
Μεταπτυχιακών Σπουδών**

«Τοπική και Περιφερειακή Ανάπτυξη και Αυτοδιοίκηση»



**Επιχειρησιακό Σχέδιο για την Τουριστική Ανάπτυξη
στο Δήμο Βόλβης**

[ΑΣΗΜΕΝΙΑ ΛΙΑΜΑ]

Κόρινθος , Σεπτέμβριος 2018

**Department of Political Studies and International
Relations - University of Peloponnese
Department of Economics - Democritus University of
Thrace
Department of Economics - Aristotle University of
Thessaloniki
Department of Business Administration - University of
Piraeus**

**Master Program in «Local and Regional Government and
Development»**

« Local and Regional Development and Administration »



**Business Plan for Tourist Development in the
Municipality of Volvi
[Asimena Liama]**

Corinth, September 2018

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Με την ολοκλήρωση της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας, θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους όσους συνέβαλαν στην ολοκλήρωσή της. Αρχικά, ευχαριστώ τον επιβλέποντα καθηγητή κ. Κωνσταντίνο Κατρακυλίδη για την επιλογή του θέματος, την επίβλεψη και την στήριξη που μου παρείχε όλο αυτό το διάστημα εκπόνησης της εργασίας. Επίσης, ευχαριστώ τους διδάσκοντες καθηγητές μου για τις πολύτιμες γνώσεις που μου παρείχαν καθώς και για τις εμπειρίες που αποκόμισα από την διδασκαλία τους. Τέλος, αισθάνομαι την ανάγκη να ευχαριστήσω την οικογένειά μου για την στήριξη και την βοήθεια που μου παρείχε και σε αυτό το βήμα των σπουδών μου.

Επιχειρησιακό Σχέδιο για την Τουριστική Ανάπτυξη στον Δήμο Βόλβης

Σημαντικοί Όροι: *Τουριστική Ανάπτυξη, Δήμος Βόλβης, Πλάνο Προώθησης Τουριστικής Ανάπτυξης, Έλληνες παραθεριστές, Ξένοι παραθεριστές*

Περίληψη

Η παρούσα Διπλωματική Εργασία επιχειρεί να παρουσιάσει το Επιχειρησιακό Σχέδιο για την Τουριστική Ανάπτυξη στον Δήμο Βόλβης. Ειδικότερα, σκοπός της εργασίας είναι να παρουσιάσει την υφιστάμενη κατάσταση που αφορά τον τουρισμό και αποτυπώθηκε, μέσα από έρευνα το 2015 στην περιοχή του Δήμου, καθώς επίσης και να γίνει μια σύγκριση με επανάληψη της ίδιας έρευνας το 2018. Τα συμπεράσματα που προκύπτουν είναι ότι οι βασικές τάσεις της έρευνας είναι ίδιες μεταξύ της τριετίας. Ο Δήμος Βόλβης δέχεται Έλληνες παραθεριστές όπου έχουν εξοχικά στην περιοχή, καθώς και τουρίστες από τα Βαλκάνια, κατά την διάρκεια κυρίως του Ιουλίου και του Αυγούστου, με σχετικά μικρούς χρόνους διαμονής. Σημαντικά προβλήματα που αναδείχθηκαν μέσα από την έρευνα για τον Δήμο Βόλβης ήταν η μικρή διάρκεια της τουριστικής περιόδου, καθώς και η έλλειψη υποδομών που θα μπορούσαν να δημιουργήσουν οικονομίες κλίμακας, όπως επίσης και δυνατότητες ανάπτυξης εναλλακτικών δραστηριοτήτων. Οι προτάσεις που έγιναν επικεντρώνονται στην βελτίωση της προβολής του Δήμου Βόλβης, με την χρήση της ψηφιακής τεχνολογίας, καθώς και η βέλτιστη αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων, έτσι ώστε να αναπτυχθούν ορισμένες υποδομές.

Αναφορικά με την μεθοδολογία που χρησιμοποιείται στο πρώτο σκέλος της εργασίας, γίνεται βιβλιογραφική αναζήτηση σε διεθνείς βάσεις δεδομένων, ενώ αξιοποιούνται τα στοιχεία από τον Δήμο Βόλβης, έτσι ώστε να διαμορφωθεί η κατάλληλη εικόνα της υφιστάμενης κατάστασης. Στο δεύτερο σκέλος γίνεται ποσοτική έρευνα και ανάλυση των αποτελεσμάτων με την χρήση του στατιστικού προγράμματος SPSS.

Business Plan for Tourist Development in the Municipality of Volvi

Keywords: *Tourist Development, Municipality of Volvi, Tourism Promotion Plan, Greek holidaymakers, Foreign holiday makers*

Abstract

This Diploma Thesis attempts to present the Operational Plan for Tourist Development in the Municipality of Volvi. In particular, the purpose of the work is to present the current situation regarding tourism and be impressed through a survey in 2015 in the municipality area, as well as to compare it with a repetition of the same survey in 2018. The conclusions are that the basic research trends are the same between three years. The Municipality of Volvi accepts Greek holidaymakers in the region, as well as tourists from the Balkans, mainly during July and August, with relatively short residence times. Significant problems that emerged through the survey of the Volvi Municipality were the short duration of the tourist season, as well as the lack of infrastructure that could create economies of scale, as well as opportunities for developing alternative activities. The proposals made focus on improving the visibility of the Municipality of Volvi, using digital technology, and optimizing the use of available resources to develop certain infrastructures.

Regarding the methodology used in the first part of the thesis, a literature search is made on international databases, while the data from the Municipality of Volvi is exploited in order to form the appropriate image of the existing situation. In the second part quantitative research and analysis of the results is carried out using the SPSS statistical program.

Περιεχόμενα

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	iii
Περίληψη.....	iv
Abstract	5
Κατάλογος Πινάκων.....	ix
Κατάλογος Διαγραμμάτων	x
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Τουρισμός	2
1.1 Ορισμός τουρισμού	2
1.2 Ορισμός του τουρίστα	3
1.3 Τουριστική ανάπτυξη	3
1.4 Παράγοντες που επιδρούν στην τουριστική ανάπτυξη.....	5
1.5 Επιπτώσεις του τουρισμού στις οικονομίες υποδοχής	8
1.6 Κύκλος ζωής τουριστικού προϊόντος	12
1.7 Κυριότερες μορφές τουρισμού	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ο τουρισμός στο Δήμο Βόλβης.....	21
2.1 Γενικές πληροφορίες για τον Δήμο Βόλβης.....	21
2.2 Τουριστικοί πόροι Δήμου Βόλβης.....	23
2.3 Υφιστάμενη κατάσταση του τουρισμού στο Δήμο Βόλβης όπως αποτυπώθηκε από Έλληνες τουρίστες.....	23
2.4 Υφιστάμενη κατάσταση του τουρισμού στο Δήμο Βόλβης όπως αποτυπώθηκε από τους ξένους τουρίστες	31
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Πλάνο προώθησης τουριστικής ανάπτυξης Δήμου Βόλβης	39
3.1 Γενικά.....	39
3.2 SWOT Analysis	39
3.3 Δράσεις και άξονες προβολές.....	43
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Εμπειρική διερεύνηση.....	45
4.1 Έρευνα που διεξήχθη σε Έλληνες παραθεριστές.....	45
4.1.1 Αποτελέσματα έρευνας	45
4.1.2 Συσχετίσεις.....	63
4.2 Έρευνα σε ξένους παραθεριστές	71
4.2.1 Αποτελέσματα έρευνας	71
4.2.2 Συσχετίσεις.....	94
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	97
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	100

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1: Δραστηριότητες που ενδιαφέρουν τους ερωτώμενους πέρα από την κολύμβηση.....	29
--	----

Κατάλογος Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1: Χρόνια που επισκέπτονται οι ερωτώμενοι την περιοχή της Βόλβης	25
Διάγραμμα 2: Πιο γνωστά θρησκευτικά μνημεία στους Έλληνες παραθεριστές του Δήμου Βόλβης.....	26
Διάγραμμα 3: Τα πιο διάσημα αρχαιολογικά και ιστορικά μνημεία μεταξύ των ερωτηθέντων	27
Διάγραμμα 4: Τα πιο γνωστά περιβαλλοντικά αξιοθέατα.....	28
Διάγραμμα 5: Τα περισσότερα γνωστά τοπικά προϊόντα του Δήμου Βόλβης	30
Διάγραμμα 6: Κριτήρια για την επιλογή της συγκεκριμένης περιοχής ως τόπο διακοπών....	31
Διάγραμμα 7: Γνωστά θρησκευτικά μνημεία του Δήμου Βόλβης από ξένους τουρίστες.....	32
Διάγραμμα 8: Δημοφιλία περιβαλλοντικών αξιοθέατων σε τουρίστες που προέρχονται από το εξωτερικό.....	34
Διάγραμμα 9: Αξιοθέατα/σημεία ενδιαφέροντος κοντά στον Δήμο Βόλβης που γνωρίζουν οι ξένοι επισκέπτες και θα ήθελαν να επισκεφτούν για ολιγόωρη/ημερήσια εκδρομή	35
Διάγραμμα 10: Τοπικά προϊόντα της περιοχής του Δήμου Βόλβης τα οποία γνωρίζουν οι ξένοι παραθεριστές.....	38

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα εργασία αποτελείται από τέσσερα κεφάλαια. Ειδικότερα, στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζονται γενικά στοιχεία για την έννοια του τουρισμού, όπως είναι ο ορισμός του τουρισμού, ο ορισμός του τουρίστα, η έννοια της τουριστικής ανάπτυξης, οι παράγοντες που επιδρούν στην τουριστική ανάπτυξη. Στη συνέχεια, εξετάζονται οι οικονομικές συνέπειες του τουρισμού για τις χώρες υποδοχής, καθώς και τα κυριότερα στάδια τουριστικής ανάπτυξης και τα κυρίαρχα πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης, ενώ γίνεται μια αναφορά στην έννοια του κύκλου ζωής του τουριστικού προϊόντος. Ακολούθως, παρουσιάζονται οι κυριότερες μορφές τουρισμού, όπως είναι ο μαζικός τουρισμός και οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως είναι για παράδειγμα ο πολιτιστικός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός κτλ.

Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζεται η υφιστάμενη κατάσταση του τουρισμού στον Δήμο Βόλβης. Πιο αναλυτικά, γίνεται αναφορά σε μερικές γενικές πληροφορίες που αφορούν τον Δήμο Βόλβης, καθώς και στους τουριστικούς πόρους του Δήμου. Επιπρόσθετα, παρουσιάζεται η υφιστάμενη κατάσταση του τουρισμού στον Δήμο Βόλβης όπως αυτή αποτυπώθηκε από τους Έλληνες τουρίστες, αλλά και από ξένους τουρίστες σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2015.

Το τρίτο κεφάλαιο εστιάζει στο πλάνο προώθησης της τουριστικής ανάπτυξης, όπου γίνεται S.W.O.T. Analysis, έτσι ώστε να διαπιστωθούν τα θετικά και αδύναμα σημεία, αλλά και οι δυνατότητες και ευκαιρίες που υπάρχουν στην περιοχή που εξετάζουμε.

Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται η εμπειρική διερεύνηση, τόσο σε Έλληνες, όσο και σε ξένους παραθεριστές, όπου τα αποτελέσματα που συλλέγονται αναλύονται με την χρήση του SPSS, ενώ επιχειρούνται συσχετίσεις, για να διαπιστωθεί ο βαθμός που ορισμένοι παράγοντες επηρεάζουν τις απαντήσεις των ερωτηθέντων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Τουρισμός

1.1 Ορισμός τουρισμού

Είναι γεγονός ότι για την έννοια του τουρισμού, έχουν γίνει πολλές προσεγγίσεις. Παρόλο που εμφανίστηκε ως έννοια στις αρχές του 19ου αιώνα, ως φαινόμενο ήταν ήδη αναπτυγμένο από την αρχαιότητα (Βαρβαρέσος , 2008). Μία από τις πρώτες προσπάθειες προσδιορισμού του φαινομένου του τουρισμού, έγινε από τους Hunziker και Kraft, οι οποίοι προσδιόρισαν τον τουρισμό ως το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού και τη διαμονή μη μόνιμων κατοίκων σε έναν χώρο (Ηγουμενάκης & Κραβαρίτης , 2004).

Με βάση τον ορισμό που δίνεται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WTO-ΠΟΤ), ο τουρισμός ορίζεται ως το κοινωνικό, πολιτιστικό και οικονομικό φαινόμενο, το οποίο πραγματεύεται την μετακίνηση των ανθρώπων σε κάποιες τοποθεσίες, οι βρίσκονται πέρα από τους τόπους διαμονής τους, έχοντας ως κύριο κίνητρο την απόλαυση (Department of Economic and Social Affairs , 2010).

Σύμφωνα με τους Makintosh & Goeldner (1990), «ο τουρισμός προσδιορίζεται ως ένα κοινωνικό, ψυχολογικό και οικονομικό φαινόμενο, το οποίο προκύπτει από την δράση και την αντίδραση ορισμένων παραγόντων, όπως είναι ο επισκέπτης, η περιοχή που επισκέπτεται, η τουριστική επιχείρηση που τον εξυπηρετεί, όπως επίσης και το κράτος» (Ανδριώτης , 2005).

Οι Μοίρα & Μυλωνόπουλος (2011), επιδιώκουν να προσεγγίσουν τα αίτια για τα οποία μετακινούνται οι τουρίστες από τον τόπο που διαμένουν μόνιμα, σε κάποιον άλλο. Ειδικότερα, ιδιαίτερα σημαντικοί λόγοι μετακίνησης σε μια διαφορετική περιοχή από αυτή της μόνιμης κατοικίας είναι η εργασία και η ανάπτυξη εμπορικών σχέσεων και δραστηριοτήτων. Επιπλέον, άλλα κίνητρα μπορεί να είναι θρησκευτικής φύσεως, ή να σχετίζονται με την επαφή του ατόμου με τα μέλη της οικογένειάς του, όπως επίσης μπορεί να υπάρχουν ιατρικά κίνητρα, όπου κάποιος ταξιδεύει σε μια διαφορετική χώρα ή πόλη, προκειμένου να πραγματοποιήσει προγραμματισμένες εξετάσεις ή κάποια προγραμματισμένη επέμβαση. Επιπρόσθετα, ένα ακόμα βασικό κίνητρο, όπου κάποιος προβαίνει στην πραγματοποίηση ενός ταξιδιού είναι η βραχυπρόθεσμη ξεκούραση (Μυλωνόπουλος & Μοίρα , 2011).

1.2 Ορισμός του τουρίστα

Αναμφίβολα και η έννοια του τουρίστα, όπως συμβαίνει και με τον τουρισμό, προσεγγίζεται με αρκετούς διαφορετικούς τρόπους και δεν μπορεί να δοθεί μόνο μία ερμηνεία. Σε διάφορα χρονικά διαστήματα δόθηκαν ορισμοί για την έννοια του τουρίστα, όπως για παράδειγμα ότι πρόκειται για άτομα τα οποία ταξιδεύουν είτε για λόγους υγείας, είτε για οικογενειακούς λόγους, είτε ότι πρόκειται για άτομα τα οποία πραγματοποιούν επαγγελματικά ταξίδια, καθώς και άτομα που συμμετέχουν σε θαλάσσιες κρουαζιέρες (Τζένος & Σιταράς , 2007). Ο τουρίστας επιδιώκει να αποκτήσει διάφορες ψυχικές εμπειρίες και να ικανοποιήσει, ενώ η φύση των εμπειριών αυτών αναμένεται να καθορίσει σε μεγάλο βαθμό του τουριστικούς προορισμούς που θα επισκεφτεί και τις δραστηριότητες που αναμένεται να απολαύσει (Τσάρτας, 1996).

Σύμφωνα με την Επιτροπή Εμπειρογνομόνων της Κοινωνίας των Εθνών, ως τουρίστας μπορεί να χαρακτηριστεί κάποιο άτομο το οποίο ταξιδεύει για ένα χρονικό διάστημα 24 ωρών ή και μεγαλύτερο, σε μια χώρα που είναι διαφορετική από αυτή που βρίσκεται η μόνιμη του κατοικία του. Ακόμη, σύμφωνα με την Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών που αφορούσε τα Διεθνή Ταξίδια και τον Τουρισμό, μπορούμε να διακρίνουμε τους τουρίστες, όπου πρόκειται για άτομα τα οποία επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτή τουλάχιστον ένα 24ωρο, με τους λόγους της επίσκεψης να είναι κυρίως οι διακοπές, αλλά και επαγγελματικοί λόγοι, είτε λόγοι υγείας, σπουδές, συμμετοχή σε αποστολή κτλ. Από την άλλη, υπάρχουν και οι εκδρομείς, όπου πρόκειται για άτομα τα οποία επισκέπτονται μια χώρα ή μια περιοχή και παραμένουν σε αυτή για χρονικό διάστημα μικρότερο από 24 ώρες. Για παράδειγμα, στην κατηγορία των εκδρομέων εντάσσονται οι επιβάτες των κρουαζιερόπλοιων, οι επισκέπτες που έρχονται σε μια περιοχή και αποχωρούν την ίδια μέρα χωρίς να διανυκτερεύουν κτλ. (Βελισσαρίου , 2015).

1.3 Τουριστική ανάπτυξη

«Ως τουριστική ανάπτυξη μπορεί να οριστεί η ανοδική εξέλιξη του τουρισμού ως κλάδου οικονομικής δραστηριότητας της οικονομίας μιας χώρας, η οποία

επιτυγχάνεται με την βέλτιστη αξιοποίηση και την ορθολογικότερη χρήση όλων των τουριστικών πόρων, με την αύξηση της τουριστικής παραγωγής και την ποιοτική αναβάθμισή της, κυρίως όμως με την απαραίτητη προσαρμογή της στις ανάγκες και επιθυμίες των στοχευόμενων τουριστών, δηλαδή της τουριστικής ζήτησης» (Ηγουμενάκης, 2000).

Η τουριστική ανάπτυξη ως έννοια σχετίζεται άμεσα με τις διαρθρωτικές οικονομικές και θεσμικές αλλαγές που πραγματοποιούνται στην οργάνωση της τουριστικής παραγωγής. Σύμφωνα με τον (Ανδριώτης, 2005), η τουριστική ανάπτυξη συνιστά μια στρατηγική, η οποία χρησιμοποιείται από τις κυβερνήσεις σε παγκόσμιο επίπεδο, προκειμένου να καταφέρουν να πετύχουν βελτίωση του επιπέδου διαβίωσης του πληθυσμού τους, μέσω της αύξησης των εισοδημάτων τους και της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας, καθώς και μέσω της μετάβασης ενός προορισμού από μια κατάσταση φτώχειας και περιθωριοποίησης, σε μια κατάσταση όπου θα κυριαρχεί ισχυρή ανάπτυξη (Βαρβαρέσος & Σωτηριάδης, 2002).

Η τουριστική δραστηριότητα έχει ως απώτερο σκοπό του την αποκόμιση κέρδους για μια χώρα ή μια περιοχή. Με την πάροδο των χρόνων και την εξέλιξη της τεχνολογίας ο τουρισμός είναι μια βιομηχανία κατά την οποία πλέον μπορούν όλοι εύκολα να ενημερωθούν μέσω του διαδικτύου ακόμη και για τις πιο απομακρυσμένες περιοχές. Σχεδόν όλες οι χώρες προσπαθούν να έχουν τουρισμό με διαφορετικούς τρόπους η κάθε μια. Υπάρχουν πολλοί παράγοντες για τους οποίους οι χώρες χρειάζονται την ανάπτυξη τους μέσω του τουρισμού. Πιο συγκεκριμένα κατά την μετακίνηση των τουριστών επωφελούνται δύο οικονομίες, η οικονομία του κράτους προέλευσης του τουρίστα και η οικονομία της χώρας επίσκεψης του τουρίστα. Αναφορικά με την πρώτη οικονομία, αυτή της προέλευσης του τουρίστα, είναι ιδιαίτερα σημαντική για μια χώρα, αφού προκειμένου να πραγματοποιήσει ένα ταξίδι, ο τουρίστας αγοράζει το τουριστικό πακέτο και διάφορα άλλα προϊόντα που σχετίζονται με το ταξίδι. Όσον αφορά την δεύτερη οικονομία, αυτή της επίσκεψης, είναι ακόμη πιο σημαντική αφού ο τουρίστας πραγματοποιεί μια σειρά από καταναλώσεις, όπως διασκέδαση, ψυχαγωγία, διαμονή, σίτιση και αγορά τουριστικών προϊόντων (Ανδριώτης, 2005).

Επιπρόσθετα, ο τουρίστας έχει ιδιαίτερα μεγάλη σημασία για τις οικονομίες, ιδίως των αναπτυσσόμενων περιοχών, καθώς οι χώρες αυτές δεν διαθέτουν επαρκείς

πόρους για την ικανοποίηση των οικονομικών αναγκών που προκύπτουν για τον αυξανόμενο πληθυσμό τους. Από την άλλη, στις αναπτυγμένες χώρες, οι τουρίστες συνεισφέρουν στην ποιότητα ζωής όλων των κατοίκων, ενώ μπορούν και συνδυάζουν τις δυνητικές οικονομικές αξίες με άλλους φυσικούς πόρους (Middleton & Hawkins , 2004).

Όταν υπάρχει τουρισμός στις πόλεις δημιουργούνται ορισμένα σημαντικά πλεονεκτήματα, καθώς ο τουρισμός συμβάλλει σε μεγάλο βαθμό στη δημιουργία νέων επιχειρήσεων, ενώ επιδρά και στη βιωσιμότητα τους. Παράλληλα, μέσω του τουριστικής ανάπτυξης αυξάνεται ο αριθμός των εργαζομένων, με αποτέλεσμα να υπάρχει ενίσχυση της τοπικής και περιφερειακής ανάπτυξης. Ο τουρίστας επιλέγει κάποιο προορισμό, ο οποίος είναι σε θέση να συνδυάσει καλό κλίμα και πλούσιο τοπίο, η μεγάλη πολιτιστική κληρονομιά (Dritsakis , 2004).

Σε παγκόσμιο επίπεδο, η ανάπτυξη του τουρισμού καταγράφει ταχύτατους ρυθμούς τα τελευταία χρόνια και σηματοδοτεί την σημαντική οικονομική δυναμική ενός τομέα, που οι δραστηριότητές του περιλαμβάνουν έναν ιδιαίτερα μεγάλο αριθμό παραγωγικών κλάδων, καθώς και κλάδων παροχής υπηρεσιών. Έτσι ο τουρισμός, είναι αναμφισβήτητα μια από τις σημαντικότερες βιομηχανίες διεθνώς, ενώ συμβάλλει στην ανάπτυξη σε τρία διαφορετικά επίπεδα: στην δημιουργία εισοδημάτων, φορολογικών εσόδων και στην αύξηση των θέσεων απασχόλησης. Επίσης, ενισχύεται η παραγωγική βάση των τουριστικών περιοχών καθώς επηρεάζονται και άλλοι κλάδοι της οικονομίας, όπως είναι η γεωργία, το εμπόριο κτλ. (Κοκκώσης & Τσάρτας , 2001).

1.4 Παράγοντες που επιδρούν στην τουριστική ανάπτυξη

Οι παράγοντες οι οποίοι επιδρούν καθοριστικά στην τουριστική ζήτηση είναι οι ακόλουθοι:

- Οι τάσεις που έχουν παγιωθεί σε διεθνές επίπεδο, με την ζήτηση για οργανωμένο μαζικό τουρισμό να συνιστά βασικό παράγοντα της συγκεκριμένης τάσης, με αποτέλεσμα να υπάρχει ανάπτυξη των πρώτων παραθαλάσσιων και ορεινών θέρετρων καθώς και λουτροπόλεων.

- Τα κίνητρα των τουριστών, μέσω των οποίων δύναται να διαμορφωθούν διαφορετικά πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης.
- Η διαφήμιση που συνιστά καθοριστικό παράγοντα στα πλαίσια του έντονου ανταγωνισμού, καθώς εκφράζει την εικόνα της περιοχής.
- Η πολιτική που εφαρμόζουν οι tour-operators, που αποτελεί άλλωστε, ιδιαίτερα σημαντική παράμετρο για την ανάπτυξη του τουρισμού, καθώς η μετατροπή του ταξιδιού σε ένα καταναλωτικό αγαθό προσβάσιμο σε καθημερινή βάση, έχει ως αποτέλεσμα να ενισχύεται ο ρόλος των επιχειρήσεων.
- Η ύπαρξη ενός δυναμικού προγράμματος μάρκετινγκ για την περιοχή που επιδιώκει να αναπτυχθεί τουριστικά, το οποίο επιδρά στη σύνθεσή της ζήτησης και την πορεία ανάπτυξης της περιοχής ευρύτερα.
- Η γεωγραφική θέση της περιοχής υποδοχής των τουριστών, δηλαδή αν η περιοχή βρίσκεται σε μια παραδοσιακά αναπτυγμένη περιοχή τουρισμού, επηρεάζεται η σύνθεση της ζήτησης θετικά.
- Η ύπαρξη κρατικής μέριμνας και σχεδιασμού καθώς, και η εφαρμογή αντίστοιχων πολιτικών, οι οποίες συμβάλλουν στην τουριστική ανάπτυξη της χώρας υποδοχής των τουριστών.
- Η συγκυρία που επικρατεί στις χώρες υποδοχής τουριστών, όπως για παράδειγμα οι τυχόν επικρατούσες οικονομικές και πολιτικές κρίσεις, που μπορούν να επηρεάσουν τις χώρες αυτές (Κομίλης & Βαγιονής , 1999).

Θα πρέπει να επισημάνουμε ότι το διαδίκτυο έχει ήδη εξελιχτεί σε ισχυρό μέσο ενημέρωσης και διαχείρισης της πληροφορίας προκαλώντας σημαντικές αλλαγές στην τουριστική ζήτηση. Η δυνατότητα αυτή ενσωμάτωσης και αξιοποίησης της τεχνολογίας, παρέχει μια ευελιξία, ένα μεγάλο εύρος επιλογών, καθώς επίσης και δυνατότητα σύγκρισης των τιμών. Έτσι, εναπόκειται στην διακριτική ευχέρεια του τουρίστα η διαμόρφωση του δικού του πακέτου και προγράμματος, λαμβάνοντας υπόψη τις ιδιαίτερες επιθυμίες του, αλλά και τις ανάγκες που επιδιώκει να καλύψει μέσω του τουρισμού. Το σημαντικό πρόσθετο πλεονέκτημα είναι ότι σε πραγματικό χρόνο ο τουρίστας έχει ολοκληρωμένες πληροφορίες που ανανεώνονται συνεχώς για υπηρεσίες και ό,τι αφορά έναν προορισμό (Λαλούμης , 2015).

Επιπρόσθετα, σύμφωνα με τους Κοκκώση et al. (2011), η εφαρμογή στις επιχειρήσεις νέων τεχνολογιών πληροφορικής έχει ως αποτέλεσμα να παρατηρούνται

ιδιαίτερα σημαντικές αλλαγές. Πλέον, όλο και περισσότερο το ηλεκτρονικό επιχειρείν συνιστά βασικό εργαλείο μιας τουριστικής επιχείρησης, παρέχοντας μια σειρά από ευελιξίες και δυνατότητες,

Οι σημαντικότερες παράμετροι που επηρεάζουν και προσδιορίζουν την τουριστική προσφορά είναι οι ακόλουθοι:

- Οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι της τουριστικής περιοχής, οι οποίοι σχετίζονται με μια σειρά παραγόντων, όπως είναι το περιβάλλον, το κλίμα, η χλωρίδα, η πανίδα, οι πολιτιστικές εκδηλώσεις, τα ήθη, τα έθιμα, αλλά και οι παραδόσεις. Αξιοποιώντας τους συγκεκριμένους πολιτιστικούς και φυσικούς πόρους δύναται να αναπτυχθούν οι αντίστοιχες μορφές τουρισμού.
- Οι ανθρωπογενείς πόροι, όπου πρόκειται για πόρους, όπως είναι οι παραδοσιακοί οικισμοί, τα ιστορικά κέντρα των πόλεων, καθώς και τα ιστορικά μνημεία.
- Οι υποδομές και οι υπηρεσίες, οι οποίες σχετίζονται με την εξυπηρέτηση των τουριστών στην περιοχή που επισκέπτονται. Στις υποδομές αυτές εντάσσονται τα καταλύματα, τα ξενοδοχεία, τα ταξιδιωτικά πρακτορεία, τα μεταφορικά μέσα που τους εξυπηρετούν, οι επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής, οι υποδομές υγείας κτλ. (Κοκκώσης & Τσάρτας , 2001).

Θα πρέπει να επισημάνουμε ότι η τεχνική προσφορά αποτελείται από δύο επιμέρους ανομοιογενή στοιχεία. Το πρώτο από αυτά, αφορά τις ειδικές κατασκευές, οι οποίες μπορεί να περιλαμβάνουν εγκαταστάσεις που παρέχουν υπηρεσίες που δεν είναι απαραίτητες για όλους τους τουρίστες, αλλά για ορισμένες κατηγορίες τουριστών. Για παράδειγμα, οι κατασκευές αυτές μπορεί να είναι τα χιονοδρομικά κέντρα, τα κέντρα παραθεριστών γυμνιστών, τα καζίνο, οι συνεδριακοί χώροι, τα υδροθεραπευτήρια κτ.. Το δεύτερο στοιχείο, έχει να κάνει με τον τρόπο ζωής των κατοίκων, με τις γαστρονομικές τους συνήθειες, με τον τρόπο που αντιμετωπίζουν τη ζωή, με τα έθιμα, τις παραδόσεις, και τις συνήθειες τους. Επιπλέον, ένας ακόμη παράγοντας είναι η στάση που διατηρεί ο πληθυσμός του τόπου προορισμού προς τους τουρίστες, όπως είναι η φιλοξενία, η φιλικότητα κτλ. (Λαλούμης , 2015).

Είναι γεγονός, ότι κατά το παρελθόν, δινόταν ιδιαίτερη έμφαση στην προσφορά καλής διαμονής, όμως όσο ο τουρισμός παρουσιάζει αύξηση, οι ταξιδιώτες γίνονται

περισσότερο έμπειροι και απαιτητικοί, με αποτέλεσμα και οι προμηθευτές, όπως είναι οι ξενοδόχοι, τα ταξιδιωτικά πρακτορεία κτλ να επικεντρώνονται στην παροχή καλύτερης ποιότητας διαμονής και υπηρεσιών. Ο τουρισμός στη σύγχρονη του μορφή επιδιώκει να ικανοποιήσει τις σύνθετες ανάγκες και επιθυμίες που εκφράζει ο επισκέπτης μιας περιοχής. Ουσιαστικά, ο επισκέπτης επιδιώκει μέσω της αναζήτησης και κάλυψης αναγκών, όπως είναι η γνώση, η εκπαίδευση και η αναψυχή, να γνωρίσει βιωματικά την περιοχή που επισκέπτεται, έτσι ώστε να αποκομίσει τον μέγιστο αριθμό εμπειριών. Για το λόγο αυτό, ο σύγχρονος τουρίστας έχει ως στόχο εξειδικευμένα τουριστικά προϊόντα, τα οποία διαφοροποιούνται από τα παραδοσιακά τουριστικά προϊόντα (Κοκκώσης , et al., 2011).

1.5 Επιπτώσεις του τουρισμού στις οικονομίες υποδοχής

Οι οικονομικές επιπτώσεις είναι ιδιαίτερα σημαντικές όσο αφορά τις χώρες υποδοχής τουριστών. Στη συνέχεια παρουσιάζονται οι σημαντικότερες θετικές επιπτώσεις:

Ισοζύγιο πληρωμών

Η καθαρή εισροή συναλλάγματος από την ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού αποτελεί την σημαντικότερη οικονομική επίπτωση γιατί το συνάλλαγμα συνιστά συντελεστή παράγωγης με μεγαλύτερη σχετική σπανιότητα. Σύμφωνα με τον (Βαρβαρέσος , 2000), οι τουριστικές εισπράξεις συναλλάγματος, προσδιορίζονται ως οι εισπράξεις οι οποίες έχουν προέλευση την πώληση προϊόντων και υπηρεσιών σε διεθνείς τουρίστες, κατά το διάστημα παραμονής τους στη χώρα υποδοχής. Οι καθαρές συναλλαγματικές εισπράξεις ισοδυναμούν με τις μεικτές τουριστικές εισπράξεις , εάν αφαιρέσουμε τις συναλλαγματικές δαπάνες για την επίτευξή τους. Αυτές αντιπροσωπεύουν και το τμήμα του ΑΕΠ που δημιουργεί ο διεθνής τουρισμός στις χώρες υποδοχής. Οι καθαρές τουριστικές εισπράξεις σχετίζονται από μια σειρά παραγόντων που είναι οι ακόλουθοι:

- Εφόσον η χώρα υποδοχής είναι οικονομικά αναπτυγμένη και είναι σε θέση να παράγει ένα μέρος από τον εξοπλισμό, καθώς επίσης και από τα αγαθά

και τις υπηρεσίες που έχει ανάγκη ο τουριστικός τομέας, τότε οι καθαρές τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις παρουσιάζουν αύξηση.

- Οι τουρίστες που μετακινούνται εντός της χώρας υποδοχής και αποδέχονται να καταναλώσουν τοπικά προϊόντα, συμβάλλουν στην αύξηση των τουριστικών εισπράξεων (Βαρβαρέσος , 2008).

Τουριστικός πολλαπλασιαστής

Σύμφωνα με τον Ηγουμενάκη (1999), οι οικονομικές επιδράσεις του τουρισμού, είναι δύναται να είναι άμεσες και έμμεσες. Οι άμεσες επιδράσεις γίνονται εύκολα κατανοητές, καθώς οι τουρίστες δαπανούν χρήματα, προκειμένου να καλύψουν τις ανάγκες τους ή τις επιθυμίες τους, που προκύπτουν κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους. Από την άλλη, οι έμμεσες επιδράσεις του τουρισμού σε μια οικονομία υποδοχής σχετίζονται με τις επιδράσεις του πολλαπλασιαστή και διαπιστώνονται όταν τα χρήματα που έχουν δαπανήσει οι τουρίστες σε μια περιοχή κυκλοφορούν και επανακυκλοφορούν στην οικονομία του τόπου αυτού. Τα χρήματα αυτά που προκύπτουν από τις τουριστικές δραστηριότητες, διαχέονται στο σύνολο της οικονομίας, είτε αυτή αφορά το τοπικό επίπεδο, είτε το εθνικό επίπεδο. Ουσιαστικά, από τις έμμεσες επιδράσεις του τουρισμού, μπορούμε να διαπιστώσουμε ότι όσες περισσότερες φορές δαπανώνται και επαναδαπανώνται τα χρήματα, τόσο πιο θετικός αντίκτυπος αναμένεται να υπάρξει για την οικονομία (Ηγουμενάκης , 1999).

Απασχόληση

Λαμβάνοντας υπόψη την μελέτη που πραγματοποίησε το IOBE, το 2012, αναφορικά με τις επιπτώσεις του τουρισμού στην οικονομία της Ελλάδας, η επίδραση του τουρισμού στην απασχόληση μπορεί να διακριθεί σε άμεση, έμμεση και σε προκαλούμενη. Η άμεση απασχόληση έχει να κάνει με τους κλάδους όπου η κύρια δραστηριότητα των επιχειρήσεων σχετίζεται με την παροχή προϊόντων και υπηρεσιών, τα οποία προκύπτουν ως απόρροια της τουριστικής ζήτησης. Από την άλλη, η έμμεση απασχόληση, συνδέεται με τις θέσεις εργασίες που δημιουργούνται σε κλάδους της οικονομίας, οι οποίοι αποτελούν προμηθευτές των τουριστικών επιχειρήσεων, τόσο σε αγαθά, όσο και σε υπηρεσίες. Ως προκαλούμενη απασχόληση μπορεί να θεωρηθεί η απασχόληση που συνδέεται με θέσεις εργασίας που προκαλούνται ως αποτέλεσμα της επίδρασης που έχει η κατανάλωση που

πραγματοποιούν οι μόνιμοι κάτοικοι μιας περιοχής υποδοχής, εξαιτίας της αύξησης του διαθέσιμου εισοδήματός τους που παρατηρείται.

Φορολογικά έσοδα για το κράτος

Σύμφωνα με τον Ανδριώτη (2005), κάθε κυβέρνηση αναγκάζεται να επωμιστεί συγκεκριμένο κόστος για την ανάπτυξη της τουριστικής της βιομηχανίας. Συνεπώς, οι κυβερνήσεις, είτε άμεσα, είτε έμμεσα μέσω των διαφόρων φορέων τους, δαπανούν ιδιαίτερα σημαντικά ποσά για την προβολή του τουριστικού τους προϊόντος σε χώρες του εξωτερικού. Θα πρέπει να επισημάνουμε ότι για τις επενδύσεις που πραγματοποιεί ένα κράτος στον τομέα του τουρισμού, επιδιώκει να έχει ένα κέρδος. Αναφορικά με την αύξηση των εσόδων της κυβέρνησης, αυτή σχετίζεται από την ευρύτερη φορολογική πολιτική που ασκεί η ίδια η κυβέρνηση. Λαμβάνοντας υπόψη την μελέτη του IOBE που εκπονήθηκε το 2012, οι φόροι που επιδιώκει να εισπράξει ένα κράτος αφορούν την έμμεση φορολογία, όπως είναι για παράδειγμα ο ΦΠΑ, οι φόροι και οι δασμοί που επιβάλλονται επί των εισαγόμενων προϊόντων, καθώς επίσης και ο Ειδικός Φόρος Κατανάλωσης, οι οποίοι καταβάλλονται από τις επιχειρήσεις του αντίστοιχου κλάδου για την αγορά προϊόντων και υπηρεσιών, που συνιστούν εισροές για την παραγωγική διαδικασία (IOBE , 2010).

Περιφερειακή ανάπτυξη

Ο τουρισμός από τη φύση του συνηθίζει να μεταφέρει την ανάπτυξη μακριά από τα μεγάλα βιομηχανικά κέντρα προς τις υπανάπτυκτες περιοχές. λαμβάνοντας υπόψη ότι ο τουρισμός απαιτεί μικρότερα ποσά για επενδύσεις κεφαλαίου, σε σχέση για παράδειγμα με την βαριά βιομηχανία, δίνεται η δυνατότητα δημιουργίας θέσεων εργασίας για ένα σημαντικό μεγάλο αριθμό ανειδίκευτων ατόμων, οι οποίοι διαμένουν σε περιοχές που παρουσιάζουν μειονεκτήματα και θεωρούνται λιγότερο αναπτυγμένες. Παράλληλα, μέσω της ανάπτυξης του τουρισμού σε τέτοιες περιοχές, δίνεται η δυνατότητα προώθησης της τοπικής παραγωγής, κάτι που συνδέεται με αυξημένη προστιθέμενη αξία (Ανδριώτης , 2005).

Ωστόσο, πέρα από τις θετικές επιπτώσεις του τουρισμού σε μια οικονομία, υπάρχουν και αρνητικές επιπτώσεις, οι οποίες είναι οι ακόλουθες:

Πληθωριστικές πιέσεις

Κατά την διάρκεια μιας περιόδου αιχμής μία εποχική μαζική τουριστική ζήτηση προκαλεί άνοδο των τιμών. Αντί όμως στο τέλος της περιόδου αιχμής να επανέλθουν στο προγενέστερο επίπεδο τους, σταθεροποιούνται σε ένα υψηλότερό ή ισότιμο επίπεδο. Επομένως η ζήτηση των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών η οποία τείνει να γίνει ανελαστική σε σχέση με τις τιμές αποτελεί παράγοντα που τροφοδοτεί τις πληθωριστικές πιέσεις. Επιπλέον η άνοδος της τιμής της γης είναι αιτία πληθωριστικών πιέσεων που οφείλονται κατ κύριο λόγο στην μεγέθυνση του τουριστικού φαινομένου και που οδήγησε και στην εμφάνιση συμπτωμάτων κερδοσκοπίας (Βαρβαρέσος , 2000).

Εποχικότητα του τουρισμού και απασχόληση

Σύμφωνα με τον Ανδριώτη (2005) ο τουρισμός παρουσιάζει μεγάλη εποχικότητα. Η εποχικότητα αυτή έχει ως αποτέλεσμα να δημιουργούνται διακυμάνσεις στην απασχόληση και επομένως το ανθρώπινο δυναμικό αναζητά απασχόληση ή ορισμένες φορές, εφόσον κάτι τέτοιο δεν καταστεί εφικτό αναγκάζονται να παραμείνουν άνεργοι. Επιπλέον πολλές φορές ο τουρισμός οδηγεί σε ελλείψεις προσωπικού εξαιτίας της τάσης συγκέντρωσης της τουριστικής προσφοράς σε συγκεκριμένες περιοχές κάτι που συνεπάγεται την προσέλκυση αλλοδαπού και εισερχόμενου εργατικού δυναμικού που λαμβάνει χαμηλότερους μισθούς σε σύγκριση με το ντόπιο διαθέσιμο εργατικό δυναμικό (Gartner , 2001).

Φορολογία και παραοικονομία

Πολλές φορές οι φόροι αν και αυξάνουν τα εισοδήματα του κράτους και προσφέρουν τη δυνατότητα για περισσότερες επενδύσεις έχουν αρνητικές επιπτώσεις. Θα πρέπει να δίνετε ιδιαίτερη έμφαση στις επιπτώσεις που προκαλούνται από την επιβολή του κάθε φόρου στην τουριστική βιομηχανία. Επιπλέον πολλές φορές λόγω της παραοικονομίας υπάρχει διαρροή εισοδημάτων από φόρους για τις κυβερνήσεις πολλών χωρών. Η παραοικονομία στον τουρισμό λειτουργεί με ένα μεγάλο αριθμό αδήλωτων και χωρίς άδεια λειτουργίας μονάδων και δωματίων που ονομάζονται παραξενοδοχεία. Ουσιαστικά, τα ξενοδοχεία αυτά τα οποία προβαίνουν σε αντίστοιχες συμπεριφορές, συμβάλλουν καθοριστικά στην υποβάθμιση του τουριστικού κλάδου, καθώς και του ίδιου του τουριστικού προϊόντος (Ανδριώτης , 2005).

Περιφερειακές Ανισότητες

Τέλος υπάρχουν απόψεις σύμφωνα με τον Ανδριώτη (2005), που ο τουρισμός μπορεί όχι μόνο να υποκινήσει την περιφερειακή ανάπτυξη αλλά να οδηγήσει και σε περιφερειακές ανισότητες. Τις πιο πολλές φορές, η τουριστική δραστηριότητα αναπτύσσεται σε ελκυστικές περιοχές, οι οποίες αποκομίζουν σημαντικά οφέλη και ορισμένες φορές σε σύντομο χρονικό διάστημα, ενώ υπάρχουν ορισμένες άλλες περιοχές οι οποίες παραμένουν στην απομόνωση και στο οικονομικό περιθώριο. Τέλος, θα πρέπει να επισημάνουμε ότι ορισμένες φορές, ο τουρισμός δεν μπορεί να δημιουργήσει ισχυρές διατομεακές διασυνδέσεις, με αποτέλεσμα να διαπιστώνεται αδυναμία για να πρωτοστατήσει η τουριστική βιομηχανία στην περιφερειακή ανάπτυξη (Ανδριώτης, 2005).

1.6 Κύκλος ζωής τουριστικού προϊόντος

Προκειμένου να μπορούν να ακολουθηθούν τα υποδείγματα τουριστικής ανάπτυξης, θα πρέπει το τουριστικό προϊόν να αναπτύσσεται στο πέρασμα του χρόνου και να διέρχεται από επτά διαφορετικά στάδια. Ουσιαστικά, μέσω της αναγνώρισης των επτά αυτών σταδίων του κύκλου ζωής, επιδιώκεται να ερμηνευθεί διεξοδικά η εξέλιξη της ανάπτυξης, αλλά και των αλλαγών που προκύπτουν στα διάφορα δεδομένα που αφορούν τον τουρισμό, όπως είναι για παράδειγμα ο αριθμός των τουριστών, ο τύπος των τουριστών, οι διαθέσιμες υποδομές, καθώς και οι επενδύσεις (Αυγερινού-Κολωνία, et al., 2000).

Σύμφωνα με τον Butler (1997), τα στάδια του κύκλου ζωής του τουριστικού προϊόντος είναι τα ακόλουθα:

- Η ανακάλυψη
- Η εμπλοκή
- Η ανάπτυξη
- Η σταθεροποίηση ή ωρίμανση
- Η κόπωση ή κορεσμός
- Η παρακμή
- Η ανανέωση (Getz, 1992).

Ιδιαίτερη μνεία θα πρέπει να κάνουμε στα χαρακτηριστικά που παρουσιάζει το καθένα από τα στάδια του κύκλου ζωής του τουριστικού προϊόντος. Ειδικότερα, κατά το στάδιο της ανακάλυψης, ένας ιδιαίτερα μικρός αριθμός τουριστών που αναζητά κάτι διαφορετικό επισκέπτεται ένα προορισμό στον οποίο οι τουριστικές υποδομές είναι υποτυπώδεις. Ακολούθως, στο στάδιο της εμπλοκής, ξεκινούν οι επενδύσεις από κατοίκους της περιοχής, ενώ παράλληλα, ο αριθμός των επισκεπτών αρχίζει να αυξάνεται. Στο στάδιο της ανάπτυξης, τον προορισμό αυτόν τον επισκέπτεται πολύ μεγάλο πλήθος τουρισμού, ενώ γίνεται προβολή και διαφήμιση του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος. Θα πρέπει να σημειώσουμε ότι στο στάδιο αυτό, πέρα από τους ντόπιους επενδυτές, υπάρχουν και ξένοι επενδυτές. Κατά το επόμενο στάδιο, της σταθεροποίησης, διαπιστώνεται μείωση του ρυθμού αύξησης της τουριστικής κίνησης, ενώ η προβολή του προορισμού αποσκοπεί κυρίως στην χρονική διάχυση του τουρισμού. Κατά το στάδιο του κορεσμού, ο προορισμός παύει να είναι δημοφιλής, καθώς ο αριθμός των επισκεπτών φθάνει σε ένα οριακό σημείο, ενώ κάτι ανάλογο ισχύει και για την φέρουσα ικανότητα της περιοχής, ενώ χαρακτηριστικό του σταδίου αυτού είναι η μείωση των πληροτήτων. Ύστερα από το στάδιο του κορεσμού, διαπιστώνονται δύο προοπτικές, με την πρώτη να αφορά την παρακμή του προορισμού, όπου μειώνεται και ο αριθμός των επισκεπτών και απομακρύνονται οι ξένοι επενδυτές. Η δεύτερη προτεραιότητα σχετίζεται με την ανανέωση του προορισμού που μπορεί να γίνει μέσω της ανάδειξης και προβολής νέων θέλγητρων (Morrison & Mill , 1998).

1.7 Κυριότερες μορφές τουρισμού

Ο γενικός τουρισμός, ή εναλλακτικά όπως είναι γνωστός τουρισμός διακοπών αναψυχής, συνιστά μια δραστηριότητα του ελεύθερου χρόνου του ατόμου και σχετίζεται με την ανάγκη ή επιθυμία του ατόμου για ανάπαυση ή αναψυχή. Είναι γεγονός ότι η μορφή τουρισμού αυτή είναι η πλέον σημαντική τόσο από άποψη μεγέθους, όσο και από άποψη αναγκών σε πόρους και υπηρεσίες, οι οποίες είναι αναγκαίες προκειμένου να υπάρξει η καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση των τουριστών (Μυλωνόπουλος & Μοίρα , 2011). Θα πρέπει να επισημάνουμε ότι ο γενικός τουρισμός, ως προς τη μορφή του διακρίνεται σε τρεις επιμέρους κατηγορίες που είναι οι εξής:

- Ο τουρισμός περιήγησης, στον οποίο ο τουρίστας παρουσιάζει μια γεωγραφική κινητικότητα με αποτέλεσμα να μετακινείται τον περισσότερο χρόνο των διακοπών του από χώρα σε χώρα, ή και από περιοχή σε περιοχή εντός της χώρας που έχει επισκεφτεί.
- Ο τουρισμός διαμονής, με τον τουρίστα να παραμένει στην ίδια περιοχή ή στον τόπο της χώρας του τουριστικού προορισμού που έχει ήδη επισκεφτεί καθ' όλη τη διάρκεια των διακοπών του.
- Ο τουρισμός που χαρακτηρίζεται ως μικτού χαρακτήρα και περιλαμβάνει τόσο τουρισμό περιήγησης, όσο και τουρισμό διαμονής (Ηγουμενάκης & Κραβαρίτης, 2004).

Ως ειδικές μπορούν να θεωρηθούν οι μορφές τουρισμού που χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη ενός ειδικού και κυρίαρχου κινήτρου στη ζήτηση αλλά και από την ανάπτυξη μιας αντίστοιχης ειδικής υποδομής στις τουριστικές περιοχές που αποσκοπεί στην εξυπηρέτηση των τουριστών κάθε ειδικής μορφής (Κοκκώσης & Τσάρτας, 1999). Σύμφωνα με τον (Βελισσαρίου, 2000), οι ειδικές μορφές τουρισμού δεν μπορούν να θεωρηθούν ως μαζικές, καθώς απευθύνονται σε ορισμένες κατηγορίες τουριστών, ενώ η ονομασία της κάθε μίας σχετίζεται άμεσα με το ιδιαίτερο κίνητρο που την χαρακτηρίζει.

«Ως εναλλακτικές μορφές τουρισμού μπορούν να οριστούν αυτές που χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη ενός ισχυρού ειδικού κινήτρου, το οποίο σχετίζεται με ορισμένες δραστηριότητες που αφορούν το περιβάλλον, τη φύση, καθώς και την γνωριμία των τουριστών με τις τοπικές παραδόσεις, τον πολιτισμό, καθώς επίσης και τον αθλητισμό». Θα πρέπει να τονίσουμε ότι πολλοί από τους τουρίστες που αναπτύσσουν εναλλακτικό τουρισμό, δεν επιλέγουν οργανωμένες επιλογές μετακίνησης και διαμονής, αλλά επιλέγουν οι ίδιοι τον τρόπο με τον οποίο θα πραγματοποιήσουν το ταξίδι τους (Κοκκώσης & Τσάρτας, 1999).

Οι σημαντικότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού είναι οι ακόλουθες:

Πολιτιστικός τουρισμός

Σύμφωνα με τους McIntosh και Goeldner, ο πολιτιστικός τουρισμός αφορά κάθε ταξίδι που διεξάγεται με στόχο να έρθουν σε επαφή οι τουρίστες με τον πολιτισμό,

την ιστορία, την κουλτούρα και την πολιτιστική κληρονομιά της περιοχής που επισκέπτονται. Ο πολιτιστικός τουρίστας κατά την διάρκεια του ταξιδιού του μπορεί να επισκεφτεί αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία, περιοχές που χαρακτηρίζονται από ιδιαίτερη αρχιτεκτονική, περιοχές που θεωρούνται ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, πολιτιστικές εκδηλώσεις όπως είναι τα φεστιβάλ, οι διάφορες μουσικές εκδηλώσεις, τα τοπικά έθιμα, οι παραδοσιακοί χοροί κτλ. (Πασχαλίδης & Καμπούρη-Ιωαννίδου , 2002). Με βάση τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ο πολιτιστικός τουρισμός σχετίζεται με τουριστικά ταξίδια τα οποία έχουν ως κίνητρα διάφορες εμπειρίες και δραστηριότητες που σχετίζονται με τον πολιτισμό (Τσάρτας, 1996).

Τα κυριότερα πολιτιστικά στοιχεία, τα οποία παράλληλα αποτελούν και τουριστικούς πόρους είναι: Τα διάφορα αρχαιολογικά μνημεία και μουσεία, η μουσική και ο χορός, οι καλλιτεχνικές εκδηλώσεις στις οποίες περιλαμβάνεται το θέατρο, ο κινηματογράφος, η μουσική και ο χορός, η μελέτη του προφορικού και γραπτού λόγου μιας περιοχής που επισκέπτεται ο τουρίστας, οι γκαλερί και οι διάφοροι άλλοι χώροι τέχνης, οι εκπαιδευτικές και επιστημονικές εκδηλώσεις όπως είναι τα σεμινάρια, οι επιστημονικές ανταλλαγές, τα ερευνητικά προγράμματα που υλοποιούνται από διάφορους φορείς όπως για παράδειγμα είναι τα Πανεπιστήμια. Επίσης, στα πολιτιστικά στοιχεία αυτά μπορεί να περιλαμβάνονται οι θρησκευτικές εκδηλώσεις, οι επισκέψεις σε μνημεία θρησκευτικού χαρακτήρα, καθώς και οι επισκέψεις σε μονές και ναούς (Richards , 2007). Ακόμη, στην κατηγορία των πολιτιστικών στοιχείων εντάσσονται τα έθιμα και οι παραδόσεις, το δομημένο περιβάλλον που περιλαμβάνει στοιχεία αρχιτεκτονικής, παραδοσιακούς οικισμούς, ιστορικά κέντρα κτλ. αλλά και σύνολα φυσικού περιβάλλοντος ή περισσότερα σύνθετα σύνολα, τα οποία περιλαμβάνουν τόσο το φυσικό, όσο και το δομημένο περιβάλλον και μπορεί για παράδειγμα να είναι τοπία (Κοκκώσης , et al., 2011).

Ιδιαίτερη μνεία θα πρέπει να κάνουμε στις σύγχρονες τάσεις που επικρατούν στον πολιτιστικό τουρισμό, όπου κυρίως οι νέοι έχουν την τάση να επισκέπτονται περιοχές όπου παρατηρούν και ουσιαστικά συμμετέχουν στην ζωή των δημιουργικών ατόμων της πόλης, εν αντιθέσει με τις προγενέστερες τάσεις όπου επικεντρώνονταν στα ιστορικά κέντρα και στις δραστηριότητες που αυτά προσέφεραν. Όμως, παρά τις τάσεις αυτές, τα κίνητρα και των νέων σε ηλικία τουριστών δεν παρουσιάζουν σημαντικές διαφορές σε σχέση με τους μεγαλύτερους σε ηλικία, γεγονός που δίνει την δυνατότητα σε έναν προορισμό να συνδυάσει πολλές επιλογές στο τουριστικό

προϊόν που προσφέρει, αξιοποιώντας όλους τους πιθανούς τουριστικούς πόρους που διαθέτει (Loupa , et al., 2008).

Θρησκευτικός τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός ορίζεται ως μια μορφή τουρισμού, όπου οι συμμετέχοντες μετακινούνται από μια περιοχή προς κάποια άλλη για θρησκευτικούς λόγους. Θα πρέπει να επισημάνουμε ότι ορισμένες φορές, το κίνητρο για την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού δεν είναι μόνο οι θρησκευτικοί λόγοι, αλλά συνδυάζονται και με άλλους παράγοντες. Σύμφωνα με την άποψη ορισμένων ερευνητών και ειδικών τουρισμού, ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί μια υποκατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού (Μοίρα, 2009). Στην ελληνική πραγματικότητα, ο θρησκευτικός τουρισμός προέρχεται κυρίως από το εσωτερικό της χώρας, ενώ οι επισκέπτες που έρχονται από το εξωτερικό προέρχονται κυρίως από ορθόδοξες χώρες της Ανατολικής Ευρώπης, όπως είναι για παράδειγμα η Ρωσία (Watson & Korachevsky , 1994).

Αναφορικά με τα κίνητρα που ωθούν τους θρησκευτικούς τουρίστες στην πραγματοποίηση των ταξιδιών τους, μπορούμε να πούμε ότι εντάσσονται σε τρεις διαφορετικές κατηγορίες που είναι οι ακόλουθες:

- Το θρησκευτικό συναίσθημα που ωθεί τους τουρίστες να μεταβούν στους τόπους όπου πραγματοποιούνται οι θρησκευτικές εκδηλώσεις.
- Η ημερολογιακή σύμπτωση των θρησκευτικών εορτών με τις αργίες.
- Η ελκυστικότητα που παρουσιάζουν τα θρησκευτικά μνημεία, καθώς και η συνολική τους αξία ως τόποι λατρείας και ως πολιτικοί πόροι (Andriotis , 2009).

Στους θρησκευτικούς πόρους οι οποίοι αποτελούν πόλο έλξης για τους τουρίστες περιλαμβάνονται θρησκευτικά ενεργά κτίσματα, θρησκευτικά κτίρια τα οποία πλέον θεωρούνται ανενεργά, τα θρησκευτικά μνημεία τα οποία αποτελούν τμήμα του φυσικού τοπίου, οι χώροι όπου μπορεί να πραγματοποιηθεί θρησκευτική έρευνα, όπως συμβαίνει για παράδειγμα στο Άγιο Όρος ή στα Ιεροσόλυμα, τα θρησκευτικά μουσεία, οι εκθεσιακοί χώροι όπου περιέχουν θρησκευτικά εκθέματα, οι περιοχές δράσεις θρησκευτικών προσώπων (όπως για παράδειγμα είναι το Βήμα του

Αποστόλου Παύλου στην Ημαθία), οι εκδηλώσεις που έχουν θρησκευτικές αναφορές, τα συνέδρια που έχουν θρησκευτική θεματολογία, καθώς επίσης και οι θρησκευτικές διαδρομές, όπου συνδέουν διάφορα θρησκευτικά μνημεία, είτε οδηγούν τον τουρίστα σε θρησκευτικά γεγονότα (Μαντάς, 2017).

Θαλάσσιος τουρισμός

Ως θαλάσσιος τουρισμός μπορεί να οριστεί κάθε είδους αθλητική, πολιτιστική και με ειδικό ενδιαφέρον δραστηριότητα η οποία πραγματοποιείται εξαιτίας των κινήτρων που δημιουργούν η παραλία, οι θάλασσες και οι ακτές (Διακομιχάλης , 2009). Εναλλακτικά, ο θαλάσσιος τουρισμός μπορεί να οριστεί ως μια θαλάσσια δραστηριότητα που επιλέγεται από τα άτομα στον ελεύθερό τους χρόνο και περιλαμβάνει την έννοια του ταξιδιού που πραγματοποιείται είτε εντός είτε στην επιφάνεια του νερού (Diakomichalis , 2007). Από την άλλη, ο παράκτιος τουρισμός αναφέρεται στον τουρισμό παραλίας και στις δραστηριότητες αναψυχής που μπορούν να αναπτυχθούν σε μια περιοχή, όπως είναι για παράδειγμα η κολύμβηση, αλλά και άλλες δραστηριότητες όπως είναι οι παράκτιοι περίπατοι (Μυλωνόπουλος & Μοίρα , 2005).

Ο θαλάσσιος τουρισμός περιλαμβάνει τουρισμό κρουαζιέρας που γίνεται από διεθνή κρουαζιερόπλοια, από τοπικά, παραλιακά, ποτάμια κρουαζιερόπλοια, ενώ είναι πολύ σύνηθες να διοργανώνονται και ημερήσιες κρουαζιέρες. Αναφορικά με την θαλάσσια αναψυχή, μπορεί να περιλαμβάνει την περιήγηση με yachts, με ιστιοπλοϊκά σκάφη, καθώς και θαλάσσια σπορ κτλ. Ιδιαίτερη μνεία θα πρέπει να κάνουμε στον τουρισμό κρουαζιέρας, ο οποίος μεταξύ των ετών 1990 και 2015 έχει παρουσιάσει αύξηση με ετήσιο ρυθμό που φθάνει το 7,5% περίπου, ενώ η παγκόσμια ζήτηση μεταξύ των ετών 1998-2008 έχει αυξηθεί κατά 110%. Σχετικά με την κρουαζιέρα στην Ελλάδα, χώρα μας κατατάσσεται στην τρίτη θέση στην Ευρώπη, σε όρους διερχόμενων επιβατών, ενώ βρίσκεται στην έβδομη θέση σε Ευρωπαϊκό επίπεδο και πάλι σε όρους επιβατών επιβίβασης. Το σημαντικότερο λιμάνι επιβίβασης είναι το λιμάνι του Πειραιά, ενώ ακολουθούν το λιμάνι του Ηρακλείου, της Ρόδου, της Κέρκυρας κτλ. (Λεκάκου , et al., 2015)

Εκπαιδευτικός τουρισμός

Ο εκπαιδευτικός ή εναλλακτικά μαθησιακός τουρισμός συνιστά μια νέα μορφή σχετικά τουρισμού με υψηλή δυναμική και ελάχιστα οργανωμένη στην ελληνική πραγματικότητα. Το είδος αυτό του τουρισμού έχει αποδέκτες είτε γηγενείς, είτε αλλοδαπές ομάδες, ενήλικων ή ανηλίκων και μπορεί να είναι φοιτητές, μαθητές, ή ορισμένες ομάδες ειδικού ενδιαφέροντος σε κάποια εκπαιδευτικά προγράμματα, ενώ μπορεί να είναι ορισμένες φορές και άτομα τρίτης ηλικίας τα οποία επιθυμούν να πραγματοποιήσουν μια εκπαιδευτική επίσκεψη σε έναν προορισμό (Ritchie , 2003).

Θα πρέπει να επισημάνουμε ότι ο εκπαιδευτικός τουρισμός παρουσιάζει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, όπως είναι το γεγονός ότι πραγματοποιείται σε περιόδους που συνήθως δεν υπάρχει τουριστική κίνηση, ενώ ορισμένες φορές λόγω κάποιας ιδιαιτερότητας είτε της ίδιας της ομάδας, είτε του εκπαιδευτικού αντικειμένου, τότε η επίσκεψη γίνεται κατά τους θερινούς μήνες. Επιπλέον, τα ειδικού ενδιαφέροντος προγράμματα που παρέχονται στους επισκέπτες ακολουθούν σύγχρονες παιδαγωγικές μεθόδους, όπως είναι για παράδειγμα οι άτυπες μορφές μάθησης. Ουσιαστικά, τα ταξίδια αυτά αποσκοπούν στην ενεργή συμμετοχή του επισκέπτη στα εκπαιδευτικά προγράμματα, έτσι ώστε να γίνει συνδυασμός της μάθησης με ψυχαγωγία, κοινωνικοποίηση, ανακάλυψη, καθώς και την απόκτηση νέων ερμηνειών και εμπειριών (Κοκκώσης , et al., 2011).

Ιδιαίτερα σημαντικό είναι το γεγονός ότι ο εκπαιδευτικός μαθητικός τουρισμός συμβάλλει στην ανάπτυξης μιας συνεργατικότητας με άλλους κλάδους των τεχνών και της εκπαίδευσης, ενώ ενισχύει την διασύνδεση της μουσειακής πολιτικής με την εκπαιδευτική πολιτική. Ουσιαστικά, μέσω του μαθησιακού/εκπαιδευτικού τουρισμού μπορούν να ενισχυθούν τόσο ο τομέας της εκπαίδευσης, του πολιτισμού και τουρισμού (Γαβριήλ , et al., 2016).

Επαγγελματικός-Συνεδριακός τουρισμός

Ως επαγγελματικός τουρισμός, μπορεί να νοηθεί ο τουρισμός που συνδυάζει την μετακίνηση των ατόμων από τον τόπο μόνιμης κατοικίας τους, σε μια άλλη περιοχή, έχοντας ως σκοπό την συμμετοχή τους σε συνέδρια, είτε την προώθηση κάποιων συγκεκριμένων προϊόντων με την ταυτόχρονη αναψυχή (Τζένος & Σιταράς , 2007). Θα πρέπει να τονίσουμε ότι ο επαγγελματικός τουρισμός μπορεί να λάβει διάφορες μορφές, όπως είναι τα συνέδρια, οι διασκέψεις, οι συνελεύσεις, οι διαλέξεις, οι

ημερίδες, τα forum, τα σεμινάρια, τα συμπόσια, τα εργαστήρια, οι εταιρικές συσκέψεις κτλ. (Roger , 2013).

Προκειμένου να μπορέσει να αναπτυχθεί ο επαγγελματικός και συνεδριακός τουρισμός σε μια χώρα υποδοχής, θα πρέπει να υπάρχουν ή να διαμορφωθούν οι κατάλληλες υποδομές, όπως είναι για παράδειγμα τα σύγχρονα και εξοπλισμένα τεχνολογικά συνεδριακά κέντρα, οι κατάλληλοι χώροι διοργάνωσης επαγγελματικών εκθέσεων, αλλά και οι υποδομές που θα παρέχουν συνοδευτικές υπηρεσίες στους τουρίστες αυτού του είδους, όπως είναι τα καταστήματα εστίασης, τα ξενοδοχεία, οι κατάλληλες συγκοινωνίες για να μπορούν να μεταβαίνουν στις περιοχές ενδιαφέροντος κτλ. (Κραβαρίτης & Παπαγεωργίου , 2007).

Αγροτουρισμός

Ο αγροτουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού όπου περιλαμβάνει δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής, οι οποίες λαμβάνουν χώρα σε αγροτικές περιοχές και γενικότερα μπορούμε να πούμε ότι εντάσσονται στον τρόπο διαβίωσης των αγροτικών περιοχών (Καραγιάννης & Έξαρχος, 2006). Για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού σε κάποια περιοχή καθίσταται αναγκαία η ύπαρξη ή δημιουργία της κατάλληλης υποδομής, η οποία θα υποστηρίζει τις δραστηριότητες αυτές, ενώ αναγκαία προϋπόθεση είναι και η ανάδειξη και αξιοποίηση των φυσικών πόρων της περιοχής (Ανδριώτης, 2001).

Τα τελευταία χρόνια έχουν αναπτυχθεί διάφορες μορφές αγροτουρισμού, τόσο εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο, όπως είναι για παράδειγμα τα αγροκτήματα διακοπών, τα αγροτουριστικά χωριά, η ανάδειξη και αξιοποίηση παραδοσιακών οικισμών, τα αγροκτήματα αγροτουρισμού, οι επισκέψιμες φάρμες κτλ. (Βελισσαρίου , 2016). Ο αγροτουρίστας έχει τη δυνατότητα να γνωρίσει την τοπική κοινωνία, τις ιδιαιτερότητές της, τον πολιτισμό της, τις αγροτικές ασχολίες, να έρθει σε επαφή με την φύση και γενικότερα να βιώσει την κουλτούρα της περιοχής αυτής. Θα πρέπει να επισημάνουμε ότι ο αγροτουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που μπορεί να συνδυαστεί και με άλλες μορφές τουρισμού δημιουργώντας πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα, όπως είναι για παράδειγμα ο πολιτιστικός τουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο γαστρονομικός τουρισμός κτλ. (Δόλογλου , 2017).

Οικοτουρισμός

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WTO), ο οικοτουρισμός μπορεί να οριστεί ως «η μορφή τουρισμού, οι οποίοι ασκείται σε φυσικές περιοχές, οι οποίες δεν έχουν υποστεί κάποιου είδους αλλοίωση, έχοντας ως στόχο τον θαυμασμό των περιοχών αυτών, καθώς επίσης και την απόκτηση εμπειριών και γνώσεων που σχετίζονται με τις εν λόγω περιοχές». Οι τουρίστες σε αυτή τη μορφή του τουρισμού, έχουν τη δυνατότητα να έρχονται σε επαφή με τις τοπικές κοινωνίες και με τη φύση σε ένα πλαίσιο μεγαλύτερης αλληλεπίδρασης (Βαγιάννη , et al., 2003).

Ο οικοτουρισμός διέπεται από ορισμένες αρχές που είναι οι ακόλουθες:

- Η ελαχιστοποίηση των περιβαλλοντικών, ψυχολογικών καθώς και των κοινωνικών επιπτώσεων που δημιουργούνται από το φαινόμενο του τουρισμού.
- Η διάδοση και περαιτέρω ενίσχυση της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης.
- Η ενίσχυση της τοπικής οικονομίας.
- Η προσφορά βιωματικών εμπειριών στους τουρίστες, οι οποίοι μέσω της δράσης του συμβάλλουν στην βελτίωση των κοινωνικών και περιβαλλοντικών συνθηκών που επικρατούν στην χώρα υποδοχής (Δόλογλου , 2017).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ο τουρισμός στο Δήμο Βόλβης

2.1 Γενικές πληροφορίες για τον Δήμο Βόλβης

Ο Δήμος Βόλβης ανήκει στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας και δημιουργήθηκε σύμφωνα με τον Ν. 3852/2010 (Πρόγραμμα Καλλικράτης), κατόπιν συνένωσης των Δήμων Αγίου Γεωργίου, Απολλωνίας, Αρεθούσας, Εγνατίας, Μαδύτου και Ρεντίνας. Έδρα του Δήμου Βόλβης είναι ο Σταυρός, ενώ καταλαμβάνει έκταση στα ανατολικά της Περιφερειακής Ενότητας Θεσσαλονίκης. Θα πρέπει να επισημάνουμε ότι ο Δήμος Βόλβης είναι ο δεύτερος σε έκταση Δήμος της Π.Ε. Θεσσαλονίκη, με την συνολική του έκταση να φθάνει τα 782 τετραγωνικά χιλιόμετρα.

Ο Δήμος Βόλβης συνορεύει βορειοανατολικά με την Περιφερειακή Ενότητα Σερρών, βορειοδυτικά με τον Δήμο Λαγκαδά, νοτιοανατολικά με τον Δήμο Αριστοτέλη και νοτιοδυτικά με τον Δήμο Πολυγύρου που ανήκουν στην Περιφερειακή Ενότητα Χαλκιδικής. Ο Δήμος έχει λάβει το όνομά του από την ομώνυμη λίμνη Βόλβη, η οποία είναι η δεύτερη μεγαλύτερη λίμνη σε έκταση στην Ελλάδα, φθάνοντας τα 68 τετραγωνικά χιλιόμετρα (Δήμος Βόλβης, 2011).

Ο Δήμος Βόλβης αποτελείται από τις ακόλουθες Δημοτικές Ενότητες:

- Δημοτική Ενότητα Αγίου Γεωργίου, όπου περιέχει την Δημοτική Κοινότητα Ασπροβάλας και την Δημοτική Ενότητα Βρασμών.
- Δημοτική Ενότητα Απολλωνίας, στην οποία εντάσσονται η Δημοτική Κοινότητα Νέας Απολλωνίας, καθώς και οι Τοπικές Κοινότητες Μελισσουργού, Νικομηδινού, Περιστερώνας και Τοπική Κοινότητα Στίβου.
- Δημοτική Ενότητα Αρεθούσας, που περιλαμβάνει την Τοπική Κοινότητα Αρεθούσης, την Τοπική Κοινότητα Μαυρούδα, την Τοπική Κοινότητα Σκεπαστού, την Τοπική Κοινότητα Στεφανινών, καθώς και την Τοπική Κοινότητα Φιλαδελφείου.
- Δημοτική Ενότητα Εγνατίας, στην οποία περιέχονται η Τοπική Κοινότητα Ευαγγελισμού, η Τοπική Κοινότητα Νυμφόπετρας, η Τοπική Κοινότητα Προφήτου, καθώς και η Τοπική Κοινότητα Σχολαρίου.

- Δημοτική Ενότητα Μαδύτου, που περιλαμβάνει την Τοπική Κοινότητα Απολλωνίας, την Τοπική Κοινότητα Μοδίου και την Τοπική Κοινότητα Ν. Μαδύτου.
- Δημοτική Ενότητα Ρεντίνας, που αποτελείται από την Δημοτική Ενότητα Σταυρού, την Τοπική Κοινότητα Άνω Σταυρού και την Τοπική Κοινότητα Βόλβης (Δήμος Βόλβης , 2018).

Ο πληθυσμός του Δήμου Βόλβης, λαμβάνοντας υπόψη τα στοιχεία της απογραφής του 2011, ανέρχεται σε 23.370 κατοίκους, αντιστοιχώντας περίπου στο 2,20% του συνολικού πληθυσμού της Περιφερειακής Ενότητας Θεσσαλονίκη, ενώ φαίνεται να παρουσιάζει κάποια μείωση της τάξεως των 3.000 κατοίκων σε σχέση με την απογραφή πληθυσμού του 2001 (Δήμος Βόλβης , 2011).

Φυσικό περιβάλλον στο Δήμο Βόλβης

Ο Δήμος Βόλβης διαθέτει πλούσιο φυσικό περιβάλλον, το οποίο περιέχει σημαντικό αριθμό διαφορετικών οικοσυστημάτων, όπως είναι για παράδειγμα τα παράκτια οικοσυστήματα, τα χερσαία οικοσυστήματα, τα αγροτικά οικοσυστήματα, τα δασικά και οι υγρότοποι. Ο σημαντικότερος υδροβιότοπος της περιοχής είναι η ομώνυμη λίμνη Βόλβη, η οποία αποτελεί υπόλειμμα της παλαιάς Μυγδονίας λίμνης, όπως συμβαίνει και με την γειτονική Κορώνεια. Θα πρέπει να σημειώσουμε ότι η απόσταση που χωρίζει τις δύο λίμνες είναι μικρότερη από 12 χιλιόμετρα. Στην λίμνη Βόλβη διοχετεύονται οι μεγαλύτερες ποσότητες νερού που αποστραγγίζονται από την λεκάνη της Μυγδονίας. Επιπλέον, θα πρέπει να επισημάνουμε ότι η λίμνη Βόλβη τροφοδοτείται από θερμομεταλλικές πηγές, οι οποίες βρίσκονται στο νοτιοδυτικό και ανατολικό άκρη της, με τις σημαντικότερες θερμομεταλλικές πηγές να βρίσκονται στα Λουτρά της Νέας Απολλωνίας. Η λίμνη Βόλβη εκβάλλει στην θάλασσα μέσω του Ρύχιου ποταμού.

Στον Δήμο Βόλβης, διαπιστώνουμε την ύπαρξη παράκτιων και αλοφυτικών οικοτόπων, παράκτιες και ενδοχωρικές θίνες, οικοτόπους γλυκών υδάτων, φυσικούς και ημιφυσικούς σχηματισμούς λειμώνων, δηλαδή λιβαδιών, καθώς επίσης και την ύπαρξη δασών-θαμνώνων. Αναφορικά με τα δάση της περιοχής τα οποία βρίσκονται υπό καθεστώς διαχείρισης, αυτά είναι τα ακόλουθα: Το δάσος Στεφανινών-Ασπροβάλας-Αρεθούσας, το Δάσος Απολλωνίας, το Δάσος Μαυρούδας-Σκεπαστού,

το Δάσος Βρασνών-Άνω Σταυρού, το Δάσος Στεφανινών (δημοτικό), το ιδιωτικό δάσος Νέας Μαδύτου και τέλος το ιδιωτικό δάσος Μοδίου (Δήμος Βόλβης , 2011).

2.2 Τουριστικοί πόροι Δήμου Βόλβης

Ο μεγάλος πλούτος τουριστικών πόρων που διαθέτει ο Δήμος Βόλβης, συνιστούν ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για την περιοχή, καθώς διαμορφώνεται μια ισχυρή και πολιτιστική ταυτότητα που δύναται να αξιοποιηθεί τουριστικά. Οι σημαντικότεροι τουριστικοί πόροι που μπορούν να αξιοποιηθούν σε επίπεδο Δήμου Βόλβης είναι οι ακόλουθοι:

- Το Κάστρο της Ρεντίνας-Μακεδονικά Τέμπη
- Ο υδροβιότοπος της Λίμνης Βόλβης
- Το δάσος Απολλωνίας
- Οι ορεινοί όγκοι που υπάρχουν εντός του Δήμου Βόλβης.
- Τα Ιαματικά Λουτρά Νέας Απολλωνίας, όπως έχει αναφερθεί και προηγουμένως.
- Η αρχαία Αρέθουσα.
- Ο Μεταβυζαντινός ναός της Αγίας Μαρίνας Μοδίου
- Η Ρωμαϊκή Εγνατία Οδός
- Το Βήμα του Αποστόλου Παύλου
- Ο Στρυμωνικός Κόλπος, που περιλαμβάνει την περιοχή της Ασπροβάλας, των Βρασνών και του Σταυρού.
- Η πλούσια ορθόδοξη παράδοση και ιστορία που υπάρχει στην περιοχή.
- Το μεγάλο εύρος των πολιτιστικών εκδηλώσεων που πραγματοποιούνται καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.
- Ο Βυζαντινός Πύργος των Βρασνών, καθώς και άλλοι αρχαιολογικοί χώροι (Δήμος Βόλβης , 2011).

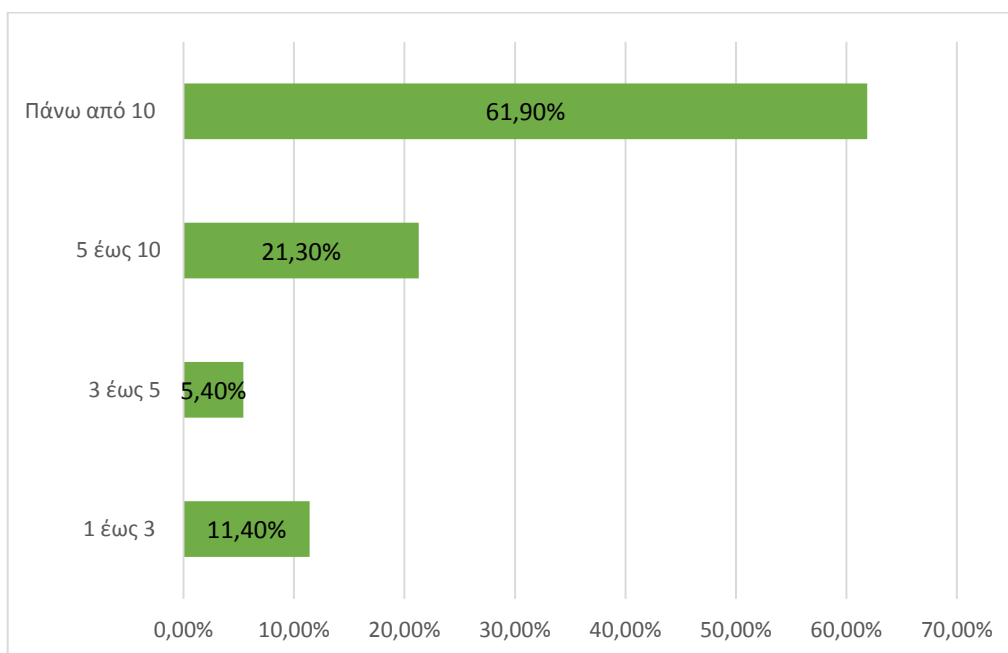
2.3 Υφιστάμενη κατάσταση του τουρισμού στο Δήμο Βόλβης όπως αποτυπώθηκε από Έλληνες τουρίστες

Στην έρευνα που πραγματοποιήθηκε για τον τουρισμό στο Δήμο Βόλβης το 2015 και παρουσιάστηκε σε όλους τους εμπλεκόμενους φορείς τον Μάρτιο του 2016 σε ειδική ημερίδα που διοργανώθηκε για τον σκοπό αυτό. Στην έρευνα συμμετείχαν 1.232 ερωτηθέντες, από τους οποίους 606 ήταν Έλληνες και οι υπόλοιποι 626 ήταν ξένοι παραθεριστές. Από την έρευνα προέκυψαν πολύτιμα συμπεράσματα σχετικά με την επικρατούσα κατάσταση στον τομέα του τουρισμού στον Δήμο Βόλβης.

Η έρευνα που αφορούσε του Έλληνες έγινε μεταξύ 10 και 20 Ιουλίου 2015 και αφορούσε μόνιμους ουσιαστικά παραθεριστές της περιοχής, λαμβάνοντας υπόψη ότι ένα ποσοστό της τάξεως του 83%, επισκέπτονταν την περιοχή της Βόλβης για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο των πέντε ετών (tothepoint-Research Consulting Communication , 2015).

Ειδικότερα, στο διάγραμμα 1, που ακολουθεί αποτυπώνεται ο χρόνος που κάνουν διακοπές οι ερωτώμενοι στην περιοχή του Δήμου Βόλβης. Από το εν λόγω διάγραμμα διαπιστώνουμε ότι, μόλις το 11,4% των επισκεπτών επισκέπτονται την περιοχή της Βόλβης για χρονικό διάστημα 1 έως 3 ετών. Επιπλέον, από την ίδια έρευνα προέκυψε ότι ένα ποσοστό περίπου 65% των παραθεριστών διαμένει σε ιδιόκτητη κατοικία, το 25% περίπου νοικιάζει κατοικία σε ετήσια βάση, ενώ ένα ποσοστό που προσεγγίζει το 10% των επισκεπτών φιλοξενείται σε σπίτι συγγενή ή φίλου.

Διάγραμμα 1: Χρόνια που επισκέπτονται οι ερωτώμενοι την περιοχή της Βόλβης¹



Οι συμμετέχοντες στην έρευνα κλήθηκαν να απαντήσουν στο σημαντικότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν στην περιοχή, όπου στην πρώτη θέση με μεγάλη διαφορά βρέθηκε το πρόβλημα της άσχημης οδικής υποδομής, ενώ ακολουθήσε το πρόβλημα της καθαριότητας και της ύδρευσης με σχεδόν εφάμιλλα ποσοστά. Άλλα προβλήματα που αναφέρθηκαν ήταν το ελλιπές ενδιαφέρον από την πλευρά της δημοτικής αρχής, η έλλειψη κέντρου υγείας, οι ακριβές τιμές που επικρατούν στην περιοχή, η έλλειψη χώρων στάθμευσης, οι διαθέσιμοι ελεύθεροι χώροι και χώροι πρασίνου. Τέλος, ως ήσσονος σημασίας προβλήματα, με βάση τα όσα απάντησαν οι ερωτώμενοι φαίνεται να είναι η πολυκοσμία, η έλλειψη καταστημάτων από που μπορούν να προμηθευτούν είδη πρώτης ανάγκης, καθώς και η χαμηλής ποιότητας εξυπηρέτηση από τους επαγγελματίες του τουρισμού. Ιδιαίτερη αναφορά αξίζει να κάνουμε στα προβλήματα αυτά όπως αποτυπώθηκαν στην περιοχές της Ασπροβάτας, του Σταυρού και των Βρασών. Ειδικότερα, στην περιοχή της Ασπροβάτας το σημαντικότερο πρόβλημα φαίνεται να είναι η έλλειψη ενδιαφέροντος από την δημοτική αρχή για την ανάπτυξη της περιοχής, ενώ σε υψηλά ποσοστά βρίσκονται και η ύδρευση, η καθαριότητα και το επίπεδο των οδικών

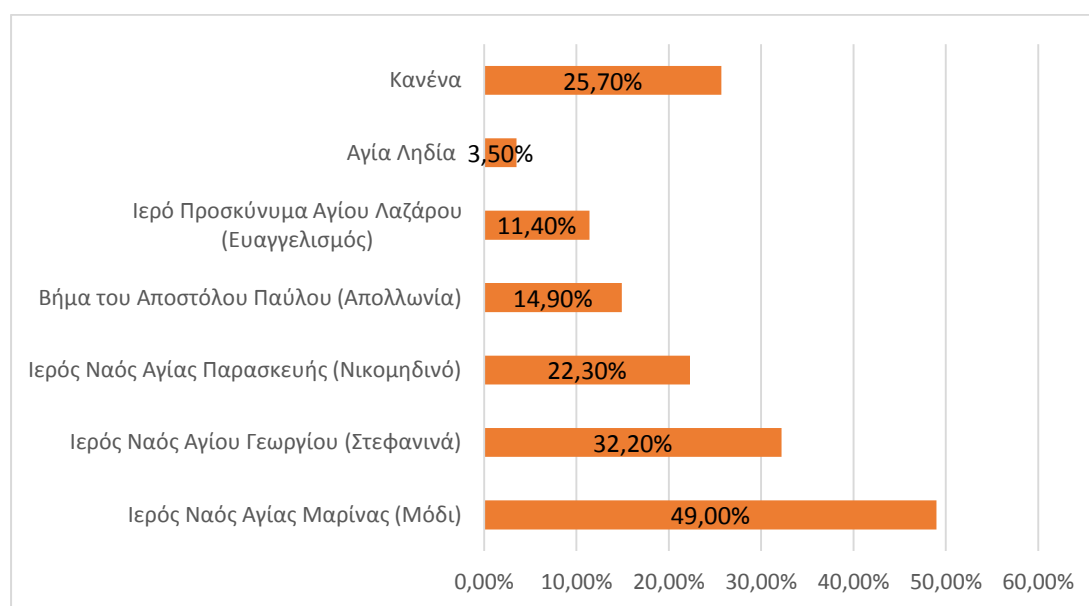
¹ tothepoint-Research Consulting Communication , 2015. Έρευνα σε μόνιμους Έλληνες παραθεριστές του Δήμου Βόλβης. tothepoint-Research Consulting Communication επιμ. Θεσσαλονίκη : tothepoint .

υποδομών. Στην περιοχή του Σταυρού ως τα σημαντικότερα προβλήματα καταγράφονται η έλλειψη οδικής υποδομής και η ύδρευση, ενώ στην περιοχή των Βρασών, στις πρώτες θέσεις βρίσκονται η καθαριότητα και οι κακοί δρόμοι.

Στην ερώτηση αν επιθυμούν να υπάρχουν ξένοι τουρίστες στην περιοχή του Δήμου Βόλβης, το 95% σχεδόν των ερωτηθέντων απαντά ότι είναι θετικό για την περιοχή να υπάρχουν ξένοι τουρίστες, ενώ σχεδόν το 85% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι οι υπηρεσίες και τα καταστήματα της περιοχής θα πρέπει να κάνουν τις κατάλληλες προσαρμογές, έτσι ώστε να είναι σε θέση να εξυπηρετήσουν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τους ξένους τουρίστες.

Στο διάγραμμα που ακολουθεί παρουσιάζονται τα θρησκευτικά μνημεία του Δήμου Βόλβης, τα οποία γνώριζαν οι ερωτώμενοι. Όπως μπορούμε να διαπιστώσουμε το πλέον γνωστό είναι ο Ιερός Ναός της Αγίας Μαρίνας στο Μόδι, ενώ ακολουθεί ο Ιερός Ναός Αγίου Γεωργίου στα Στεφανινά. Αντιθέτως, στις τελευταίες θέσεις βρίσκονται ο Ιερό Προσκύνημα Αγίου Λαζάρου στον Ευαγγελισμό, καθώς και η Αγία Ληδία. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι ένας στους τέσσερις από τους ερωτηθέντες δεν γνώριζε κανένα από τα θρησκευτικά μνημεία που αναφέρθηκαν.

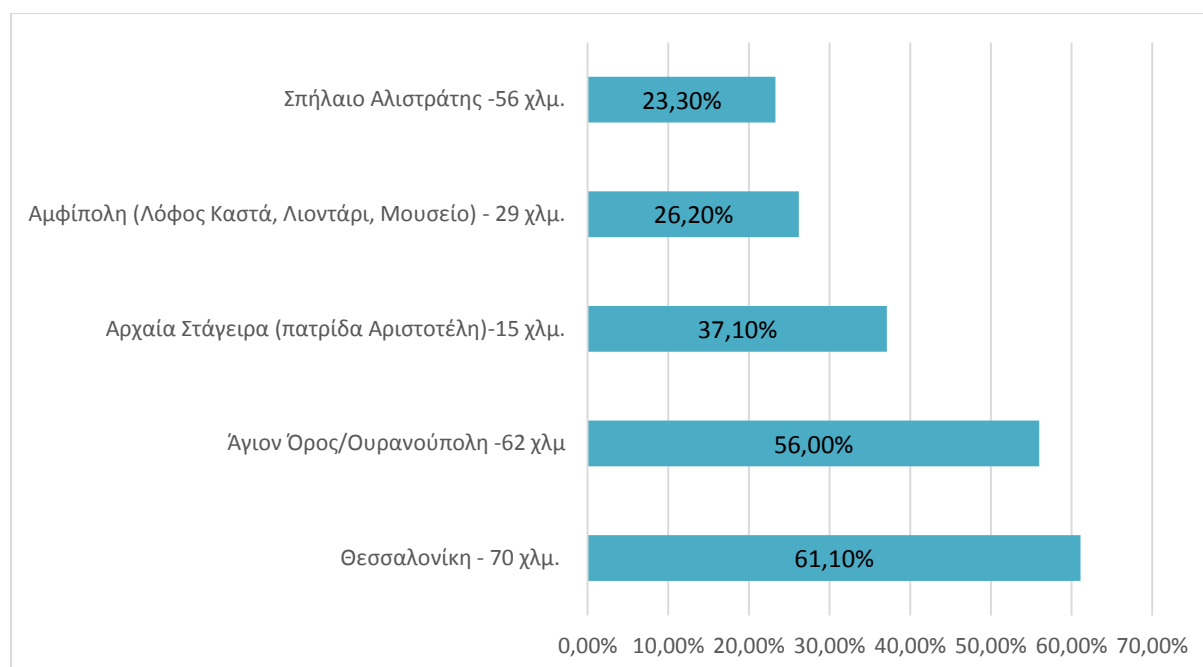
Διάγραμμα 2: Πιο γνωστά θρησκευτικά μνημεία στους Έλληνες παραθεριστές του Δήμου Βόλβης.²



² tothepoint-Research Consulting Communication , 2015. Έρευνα σε μόνιμους Έλληνες παραθεριστές του Δήμου Βόλβης. tothepoint-Research Consulting Communication επιμ. Θεσσαλονίκη : tothepoint .

Στη συνέχεια, παρουσιάζονται τα πιο γνωστά αρχαιολογικά και ιστορικά μνημεία της περιοχής του Δήμου Βόλβης. Όπως προκύπτει από το διάγραμμα που ακολουθεί, το πιο γνωστό σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων είναι το Κάστρο της Ρεντίνας που βρίσκεται στην ομώνυμη περιοχή, με το ποσοστό των ερωτηθέντων που δίνει τη συγκεκριμένη απάντηση να φθάνει το 53%, ενώ στην δεύτερη θέση έρχεται το Φρούριο των Βρασνών που βρίσκεται στα Βρασνά με ποσοστό που φθάνει περίπου το 28%. Αντιθέτως, στην τελευταία θέση βρίσκεται το μεταβυζαντινό-οθωμανικό λουτρό, στην περιοχή της Απολλωνίας με μόλις 12,5% περίπου, ενώ ένα πολύ μεγάλο ποσοστό των ερωτηθέντων που φθάνει το 36% δεν γνωρίζει κανένα από τα αρχαιολογικά και ιστορικά μνημεία της περιοχής.

Διάγραμμα 3: Τα πιο διάσημα αρχαιολογικά και ιστορικά μνημεία μεταξύ των ερωτηθέντων³

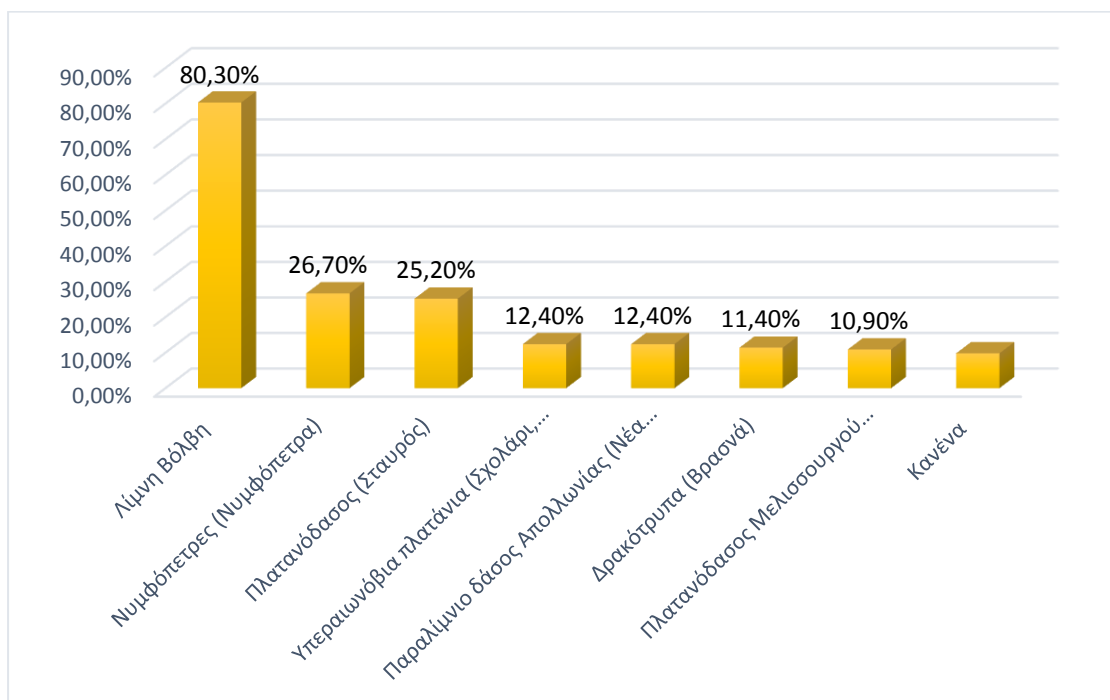


Όσον αφορά τα περιβαλλοντικά αξιοθέατα, το πιο γνωστό για τους συμμετέχοντες στην έρευνα είναι η λίμνη Βόλβη, με το ποσοστό αναγνωρισιμότητας να φθάνει το 80%, ενώ ακολουθούν με σχεδόν παρόμοια ποσοστά οι Νυμφόπετρες που βρίσκονται στην περιοχή της Νυμφόπετρας και το Πλατανάδοσος Σταυρού, που βρίσκεται στον Σταυρό. Άλλα γνωστά περιβαλλοντικά αξιοθέατα που φαίνεται να γνωρίζουν οι ερωτώμενοι σε χαμηλά μεν ποσοστά είναι τα υπεραιωνόβια πλατάνια στο Σχολάρι

³ tothepoint-Research Consulting Communication , 2015. Έρευνα σε μόνιμους Έλληνες παραθεριστές του Δήμου Βόλβης. tothepoint-Research Consulting Communication επιμ. Θεσσαλονίκη : tothepoint .

και στην Απολλωνία, το παραλίμνιο δάσος Απολλωνίας που βρίσκεται στη Νέα Μάδυτο, η Δρακότρυπα που βρίσκεται στα Βρασνά, το Πλατανόδασος Μελισσουργού που βρίσκεται στον Μελισσουργό, ενώ το ποσοστό των ερωτηθέντων που δεν γνωρίζει κανένα από αυτά φθάνει το 10%.

Διάγραμμα 4: Τα πιο γνωστά περιβαλλοντικά αξιοθέατα⁴



Από την έρευνα που έχουν ήδη αναφέρει, προέκυψαν ενδιαφέροντα στοιχεία τόσο για τον αριθμό των διανυκτερεύσεων στην περιοχή του Δήμου Βόλβης, όσο και για τις δραστηριότητες για τις οποίες επιδεικνύουν ενδιαφέρον οι επισκέπτες πέρα από της κολύμβησης. Ειδικότερα, περίπου οι μισοί από τους συμμετέχοντες, δηλώσαν ότι διαμένουν στην περιοχή για περισσότερες από 25 ημέρες, γεγονός που δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα και στην αναφορά των προβλημάτων που αναφέρθηκαν προηγουμένως, λαμβάνοντας υπόψη ότι οι συμμετέχοντες στην έρευνα γνωρίζουν καλά την περιοχή. Από την άλλη ένα ποσοστό περίπου 30% των συμμετεχόντων πραγματοποιεί έως και 15 διανυκτερεύσεις (tothepoint-Research Consulting Communication , 2015).

⁴ tothepoint-Research Consulting Communication , 2015. Έρευνα σε μόνιμους Έλληνες παραθεριστές του Δήμου Βόλβης. tothepoint-Research Consulting Communication επιμ. Θεσσαλονίκη : tothepoint .

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται οι σημαντικότερες δραστηριότητες που φαίνεται να ενδιαφέρουν τους ερωτώμενους πέρα από τη κολύμβηση.

Πίνακας 1: Δραστηριότητες που ενδιαφέρουν τους ερωτώμενους πέρα από την κολύμβηση⁵

Δραστηριότητα	Ποσοστό
Περίπατος/ποδηλασία σε ορεινές και παράχθιες περιοχές	38,6%
Κανό/surfing στη λίμνη Βόλβη	21,8%
Επίσκεψη σε παραδοσιακούς οικισμούς Βρασνά-Άνω Σταυρός	12,4%
Λουτροθεραπεία στα ιαματικά Λουτρά (Apolonia Spa)	10,4%
Ιππασία στις όχθες της λίμνης Βόλβη	8,4%
Ορνιθοπαρατήρηση στη Λίμνη Βόλβη	5,0%
Ψάρεμα	3,5%
Τίποτα	30,7%

Όπως διαπιστώνουμε από τον πίνακα 1, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων ενδιαφέρεται για περίπατο ή ποδηλασία σε ορεινές αλλά και παράχθιες περιοχές, ενώ ένα υψηλό ποσοστό ενδιαφέρεται για κανό/surfing στην λίμνη Βόλβη. Αντίθετα, πολύ μικρά ποσοστά ενδιαφέροντος υπάρχουν για το ψάρεμα και την ορνιθοπαρατήρηση στη λίμνη Βόλβη. Θα πρέπει να επισημάνουμε ότι ένα ποσοστό της τάξεως του 30% δεν εκφράζει ενδιαφέρον για καμία από τις δραστηριότητες που αναφέρονται.

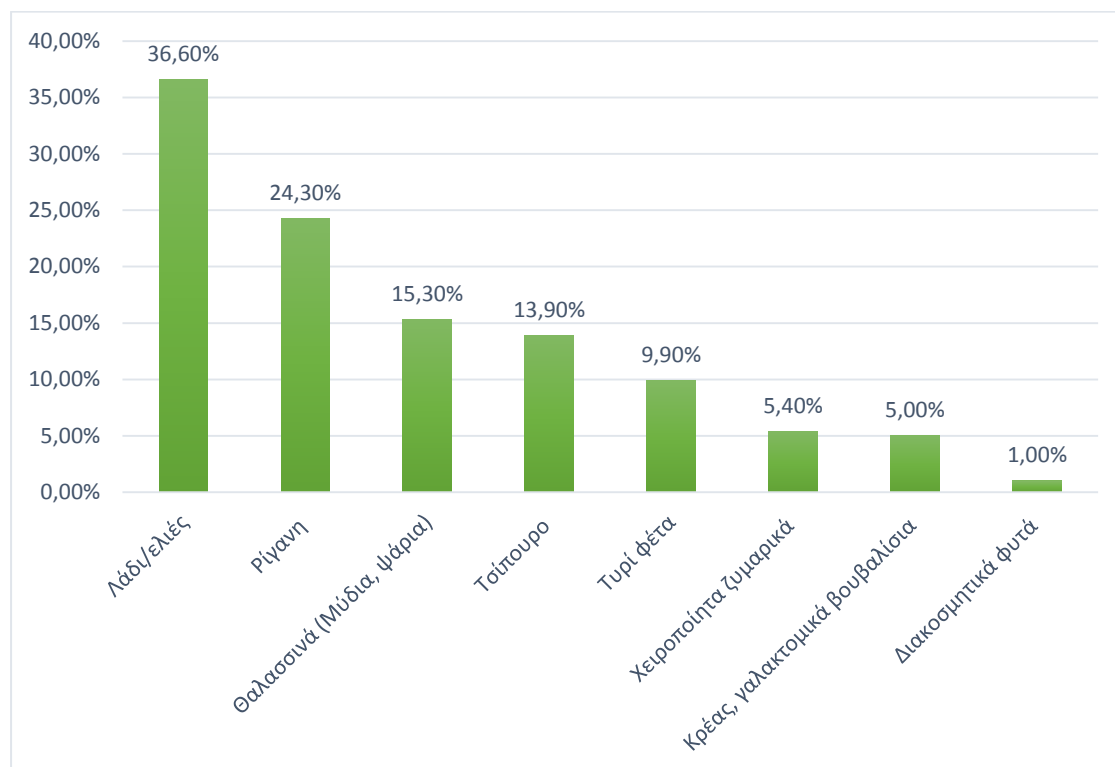
Σχετικά με τις επιμέρους περιοχές του Δήμου Βόλβης, οι επισκέπτες που συμμετείχαν στην έρευνα τις αξιολογούν θετικά, με τα ποσοστά να διαφέρουν, καθώς τις θετικότερες αξιολογήσεις λαμβάνουν οι περιοχές της Ασπροβάλτας και του Σταυρού, καθώς σχεδόν το 60% των ερωτώμενων αξιολογεί θετικά ή πολύ θετικά την συγκεκριμένη περιοχή. Από την άλλη, η περιοχή με τις περισσότερες αρνητικές αξιολογήσεις είναι η περιοχή των Βρασνών (tothepoint-Research Consulting Communication, 2015).

Στο διάγραμμα που ακολουθεί παρουσιάζονται τα πιο γνωστά προϊόντα της περιοχής του Δήμου Βόλβης, με βάση τις απαντήσεις που έδωσαν οι ερωτώμενοι. Στην πρώτη θέση με ποσοστό που ξεπερνά το 35% βρίσκονται οι ελιές και το λάδι,

⁵ tothepoint-Research Consulting Communication, 2015. Έρευνα σε μόνιμους Έλληνες παραθεριστές του Δήμου Βόλβης. tothepoint-Research Consulting Communication επιμ. Θεσσαλονίκη : tothepoint .

ενώ ακολουθεί η ρίγανη με ποσοστό περίπου 25%. Αντιθέτως, χαμηλά ποσοστά δημοφιλίας φαίνεται να έχουν τα χειροποίητα ζυμαρικά που παράγονται στην περιοχή του Δήμου Βόλβης, καθώς και το κρέας και τα γαλακτομικά, αλλά και τα διακοσμητικά φυτά.

Διάγραμμα 5: Τα περισσότερα γνωστά τοπικά προϊόντα του Δήμου Βόλβης⁶



Ολοκληρώνοντας την παρουσίαση και ανάλυση των δεδομένων που αφορούν τις απόψεις των Ελλήνων επισκεπτών του Δήμου Βόλβης θα πρέπει να αναφέρουμε ότι το 55% περίπου των ερωτηθέντων ήταν άνδρες, ενώ το 50% περίπου, ήταν ηλικίας 35-54. Επίσης, ένα ποσοστό που ξεπερνά το 20% ανήκει στο δυναμικό κομμάτι του πληθυσμού ηλικίας 18-24 ετών, ενώ ένα ποσοστό της τάξεως του 10% είναι άνω των 65%. Ακόμη, το 65% είναι παντρεμένοι, ενώ το 65% περίπου των παντρεμένων έχει παιδιά και τρεις στους τέσσερις από αυτούς έχουν επισκεφτεί την περιοχή με παιδιά (tothepoint-Research Consulting Communication , 2015).

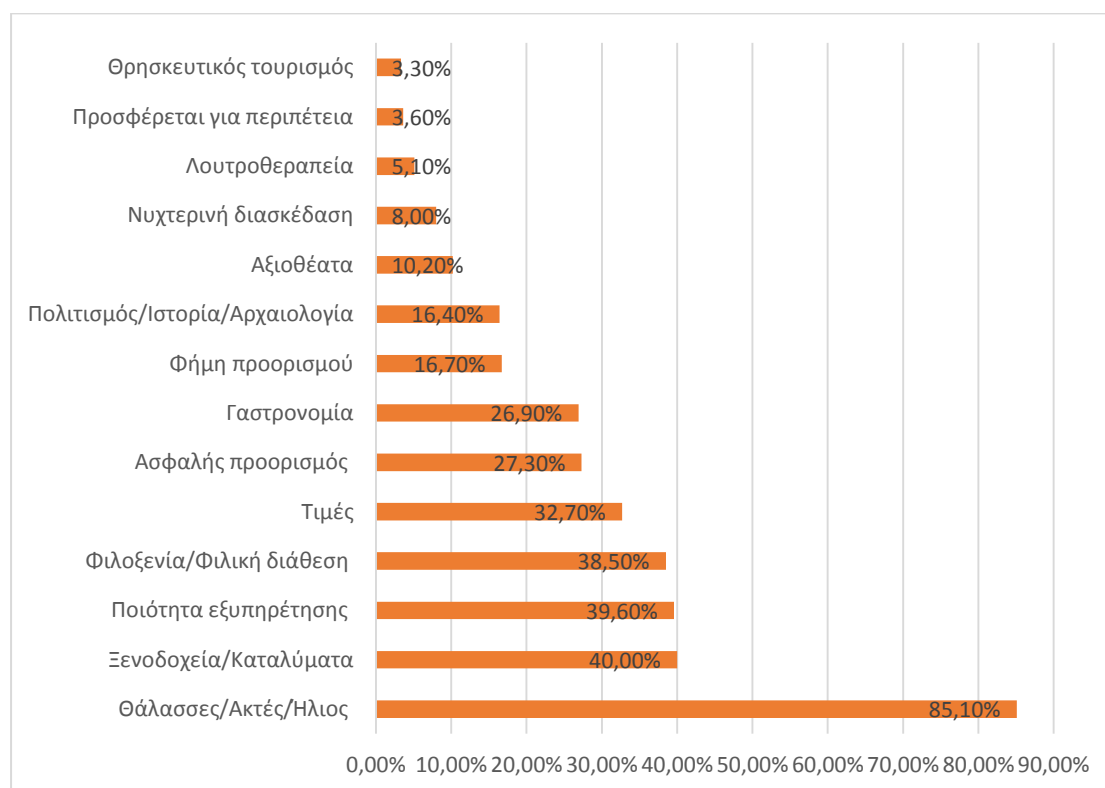
⁶ tothepoint-Research Consulting Communication , 2015. Έρευνα σε μόνιμους Έλληνες παραθεριστές του Δήμου Βόλβης. tothepoint-Research Consulting Communication επιμ. Θεσσαλονίκη : tothepoint .

2.4 Υφιστάμενη κατάσταση του τουρισμού στο Δήμο Βόλβης όπως αποτυπώθηκε από τους ξένους τουρίστες

Στην ενότητα αυτή, θα παρουσιαστούν τα κυριότερα σημεία που προέκυψαν από την έρευνα που διενεργήθηκε στον Δήμο Βόλβης από αρχές Ιουλίου έως και μέσα Σεπτεμβρίου το 2015 και απευθύνονταν σε ξένους τουρίστες επισκέπτες της περιοχής.

Στο διάγραμμα που ακολουθεί παρουσιάζονται τα σημαντικότερα κριτήρια για την επιλογή της συγκεκριμένης περιοχής ως τόπο διακοπών. Στην πρώτη θέση με μεγάλη διαφορά βρίσκεται το τρίπτυχο θάλασσες/ακτές/ήλιος, ενώ ακολουθούν σχεδόν με ίδια ποσοστά τα ξενοδοχεία και καταλύματα που υπάρχουν στην περιοχή, η ποιότητα εξυπηρέτησης καθώς και η φιλοξενία και η φιλική διάθεση που επικρατούν. Στον αντίποδα, σχεδόν με ίδια ποσοστά βρίσκονται η λουτροθεραπεία, η δυνατότητα για περιπέτεια που υπάρχει στην περιοχή, καθώς και ο θρησκευτικός τουρισμός.

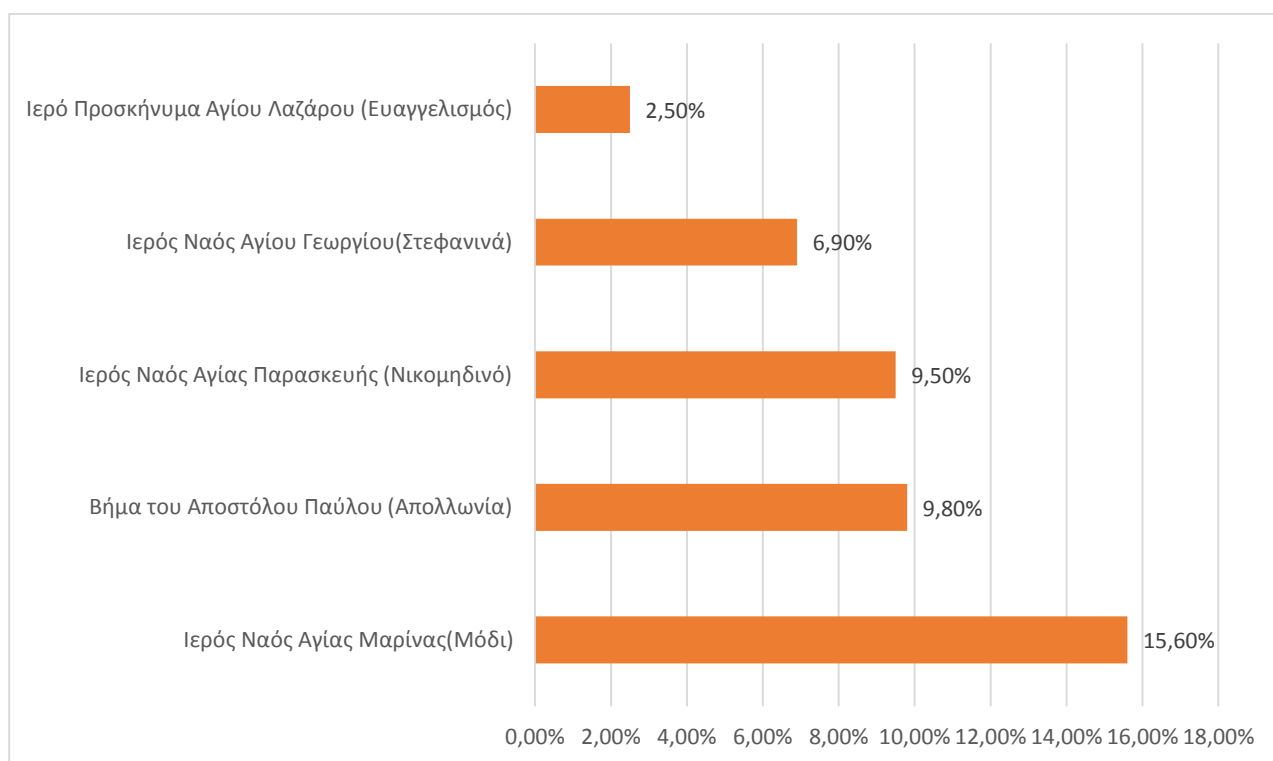
Διάγραμμα 6: Κριτήρια για την επιλογή της συγκεκριμένης περιοχής ως τόπο διακοπών⁷



⁷ tothepoint - Research Consulting Communication , 2015. Έρευνα για τον Τουρισμό στο Δήμο Βόλβης - Ξένοι παραθεριστές. Θεσσαλονίκη: tothepoint - Research Consulting Communication .

Αναφορικά με τα θρησκευτικά μνημεία, το μεγαλύτερο ποσοστό των ξένων τουριστών γνωρίζουν τον Ιερό Ναό Αγίας Μαρίνας στο Μόδι, με το ποσοστό αυτό να φθάνει το 15%. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι 32% όσων επισκεπτών προέρχονται από τη Γερμανία γνωρίζουν το συγκεκριμένο ναό. Επίσης, υψηλή αναγνωρισιμότητα φαίνεται να έχει το Βήμα του Αποστόλου Παύλου, που βρίσκεται στην περιοχή της Απολλωνίας. Αντίθετα, πολύ χαμηλό ποσοστό αναγνωρισιμότητας παρουσιάζεται στον Ιερό Προσκύνημα του Αγίου Λαζάρου στην περιοχή του Ευαγγελισμού.

Διάγραμμα 7: Γνωστά θρησκευτικά μνημεία του Δήμου Βόλβης από ξένους τουρίστες⁸



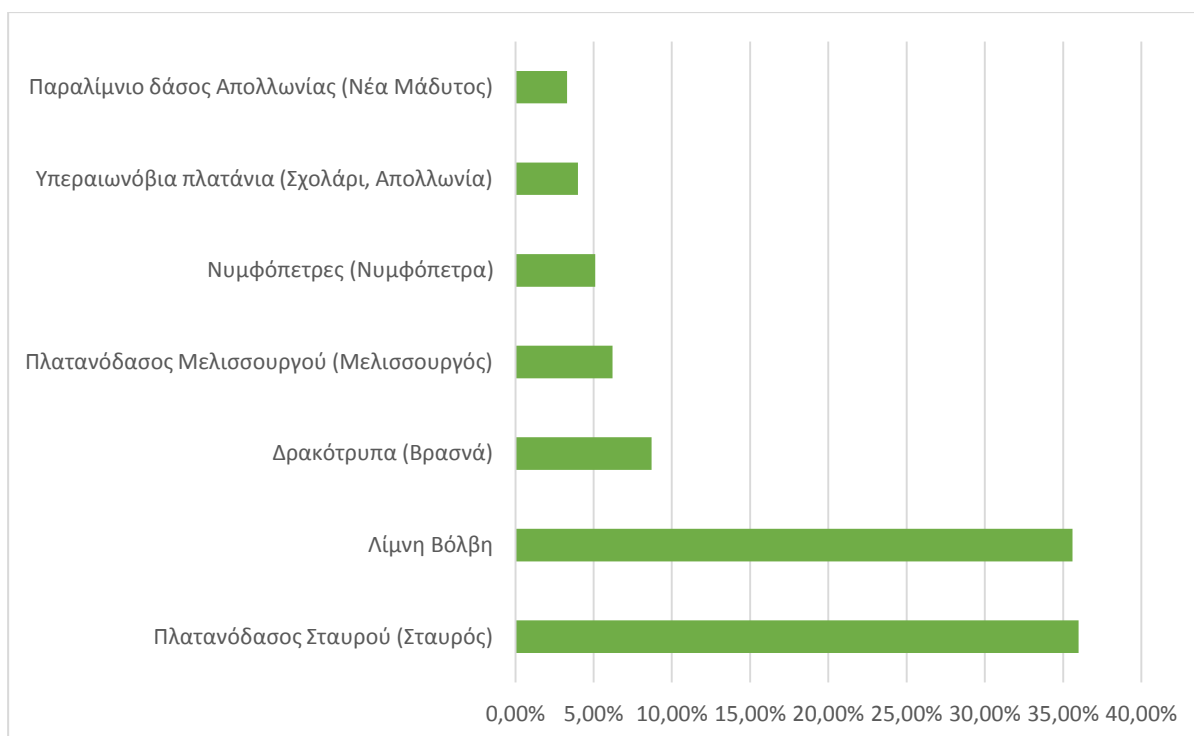
Σχετικά με τα ιστορικά και αρχαιολογικά μνημεία της περιοχής του Δήμου Βόλβης, το μεγαλύτερο ποσοστό δημοφιλίας αφορά το Κάστρο της Ρεντίνας, με ποσοστό που φθάνει το 16,0%, ενώ με μικρή διαφορά ακολουθεί το Φρούριον των Βρασνών στην ομώνυμη περιοχή. Θα πρέπει να επισημάνουμε ότι ένας στους πέντε όσων τουριστών προέρχονται από τη Σερβία γνωρίζουν το Κάστρο της Ρεντίνας.

⁸ tothepoint - Research Consulting Communication , 2015. Έρευνα για τον Τουρισμό στο Δήμο Βόλβης - Ξένοι παραθεριστές. Θεσσαλονίκη: tothepoint - Research Consulting Communication .

Επίσης, με μικρή σχετικά διαφορά ακολουθεί η Ελληνιστική Αγροικία στην Ασπροβάλτα. Τέλος, το μικρότερο ποσοστό δημοφιλίας συγκεντρώνει το Μεταβυζαντινό-οθωμανικό λουτρό (Απολλωνία), με ποσοστό 6,2%. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι το 12,3% όσων έχουν έρθει από τη Σερβία, γνωρίζουν το λουτρό Απολλωνίας (tothepoint - Research Consulting Communication , 2015).

Η έρευνα έδειξε ότι τα περιβαλλοντικά αξιοθέατα του Δήμου Βόλβης είναι αρκετά γνωστά στους ξένους επισκέπτες της περιοχής. Ειδικότερα, από το διάγραμμα που ακολουθεί διαπιστώνουμε ότι τα πρώτα σε δημοφιλία περιβαλλοντικά αξιοθέατα του Δήμου Βόλβης είναι το Πλατανόδασος στην περιοχή του Σταυρού καθώς και η Λίμνη Βόλβη, με παρόμοια ποσοστά, περίπου στο 35%. Ένα ποσοστό της τάξεως του 85% των επισκεπτών της περιοχής που προέρχονται από το Βέλγιο γνωρίζει τη Λίμνη Βόλβη. Τα υπόλοιπα αξιοθέατα απέχουν με μεγάλη διαφορά από τα δύο πρώτα και είναι η Δρακότρυπα στην περιοχή των Βρασνών, το Πλατανόδασος Μελισσουργού στην ομώνυμη περιοχή του Μελισσουργού, οι Νυμφόπετρες στην περιοχή της Νυμφόπετρας, τα Υπεραιωνόβια πλατάνια στην περιοχή του Σχολαρίου και της Απολλωνίας και μάλιστα το περιβαλλοντικό αυτό αξιοθέατο γνώριζε ένα ποσοστό περίπου 16,5% όσων επισκεπτών προέρχονται από τα Σκόπια. Στην τελευταία θέση ως προς τη δημοφιλία βρίσκεται το Παραλίμνιο δάσος της Απολλωνίας στην περιοχή της Νέας Μαδύτου, με ποσοστό μόλις 3,3%.

Διάγραμμα 8: Δημοφιλία περιβαλλοντικών αξιοθεάτων σε τουρίστες που προέρχονται από το εξωτερικό⁹

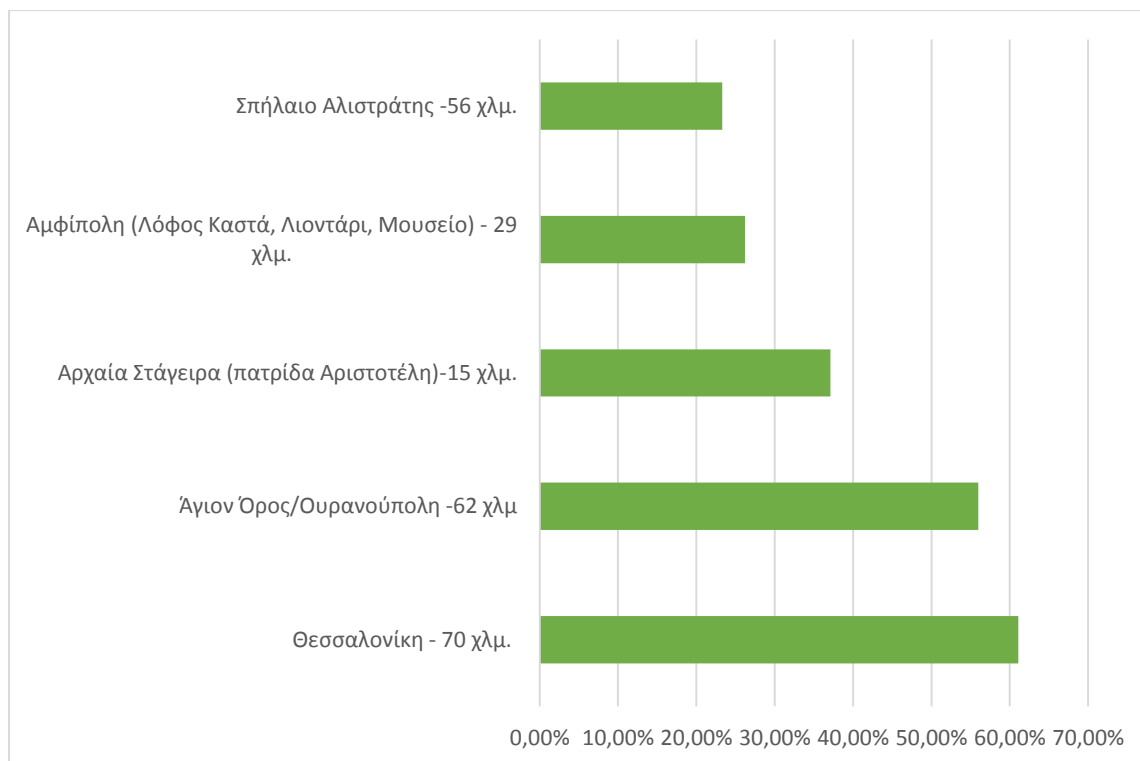


Όμως πέρα από τα αξιοθέατα που υπάρχουν στον Δήμο Βόλβης, οι τουρίστες που προέρχονται από χώρες του εξωτερικού ενδιαφέρονται για σημεία και αξιοθέατα τα οποία δεν βρίσκονται στον Δήμο Βόλβης, αλλά σε κοντινή απόσταση, τα οποία τα γνωρίζουν και τα θα τα επισκέπτονταν είτε για λίγες ώρες, είτε για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα. Στο διάγραμμα 8 παρουσιάζονται τα σημεία ενδιαφέροντος αυτά. Όπως διαπιστώνουμε στην πρώτη θέση με ποσοστό που ξεπερνά ακόμα και το 60% βρίσκεται η Θεσσαλονίκη, η οποία απέχει 70 χιλιόμετρα, με το 69% των όσων έρχονται από τη Βουλγαρία να έχει εκφράσει την επιθυμία να επισκεφτεί την Θεσσαλονίκη. Στην δεύτερη θέση με μικρή διαφορά βρίσκεται το Άγιον Όρος και η περιοχή της Ουρανούπολης για τις γυναίκες, αξιοσημείωτο είναι δε, ότι το 60% περίπου όσων έχουν έρθει από την Ρουμανία, επιθυμούν να πραγματοποιήσουν μια επίσκεψη στο Άγιο Όρος. Επιπλέον, υψηλά ποσοστά δημοφιλίας παρουσιάζουν τα Αρχαία Στάγειρα, που αποτελεί την πατρίδα του Αριστοτέλη και βρίσκονται σε απόσταση 15 χιλιομέτρων, καθώς και η Αμφίπολη (Λόφος Καστά, Λιοντάρι, Μουσείο), που βρίσκονται σε απόσταση 29 χιλιομέτρων, με 2 στους 3 Γάλλους

⁹ tothepoint - Research Consulting Communication , 2015. Έρευνα για τον Τουρισμό στο Δήμο Βόλβης - Ξένοι παραθεριστές. Θεσσαλονίκη: tothepoint - Research Consulting Communication .

τουρίστες που επισκέπτονται την περιοχή να επιθυμούν μια επίσκεψη στην περιοχή της Αμφίπολης. Τελευταίο σε δημοφιλία βρίσκεται το Σπήλαιο της Αλιστράτης που απέχει 56 χιλιόμετρα.

Διάγραμμα 9: Αξιοθέατα/σημεία ενδιαφέροντος κοντά στον Δήμο Βόλβης που γνωρίζουν οι ξένοι επισκέπτες και θα ήθελαν να επισκεφτούν για ολιγόωρη/ημερήσια εκδρομή¹⁰



Σχετικά με την προέλευση των τουριστών που επισκέπτονται την περιοχή του Δήμου Βόλβης, στη πρώτη θέση με μεγάλη διαφορά βρίσκεται η Βουλγαρία, ξεπερνώντας το 32%, ενώ ακολουθούν με σχεδόν παρόμοια ποσοστά η Σερβία και η Ρουμανία. Σχετικά μεγάλο ποσοστό έχει η Γερμανία που κυμαίνεται περίπου στο 10%, ενώ χαμηλά ποσοστά παρουσιάζουν οι χώρες προέλευσης Τουρκία, ΗΠΑ και Βοσνία.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει και ο τρόπος με τον οποίο προσέγγισαν την περιοχή οι τουρίστες από τη χώρα τους. Έτσι, διαπιστώνουμε ότι τρεις στους τέσσερις ήρθαν οδικώς με δικό τους όχημα από την χώρα τους, ενώ το ποσοστό αυτό ξεπερνά το 90% για τους τουρίστες που προέρχονται από τη Βουλγαρία. Ένα ποσοστό της τάξεως του

¹⁰ tothepoint - Research Consulting Communication , 2015. Έρευνα για τον Τουρισμό στο Δήμο Βόλβης - Ξένοι παραθεριστές. Θεσσαλονίκη: tothepoint - Research Consulting Communication .

10% των επισκεπτών ήρθε με λεωφορείο τουριστικής εταιρείας, ενώ ένα ποσοστό περίπου 10% ήρθε αεροπορικώς στην Θεσσαλονίκη μεμονωμένα. Τέλος, πολύ μικρά ποσοστά συγκεντρώνει η άφιξη αεροπορικώς στην Θεσσαλονίκη μέσω τουριστικής εταιρείας και ακόμη μικρότερο ποσοστό των τουριστών έχει έρθει με τρένο στην Θεσσαλονίκη (tothepoint - Research Consulting Communication , 2015).

Επιπροσθέτως, μια ακόμη χρήσιμη παράμετρος που εξετάστηκε στην έρευνα που αναλύουμε είναι ο αριθμός των διανυκτερεύσεων τις οποίες έκαναν ή θα κάνουν οι επισκέπτες από το εξωτερικό στην Ελλάδα αλλά και στην περιοχή όπου διεξήχθη η έρευνα. Ένα ποσοστό της τάξεως του 40% έμεινε ή θα παραμείνει στην Ελλάδα για χρονικό διάστημα 7-10 διανυκτερεύσεων, ενώ αντίστοιχο είναι και το ποσοστό αυτών που θα παραμείνουν στην περιοχή μελέτης για το ίδιο χρονικό διάστημα. Επίσης, ένα ποσοστό της τάξεως του 23% θα πραγματοποιήσει στην Ελλάδα 4-6 διανυκτερεύσεις και αντίστοιχο είναι το ποσοστό για την περιοχή μελέτης. Θα πρέπει να επισημάνουμε ότι ένα ποσοστό της τάξεως του 20% αναμένεται να πραγματοποιήσει 1-3 διανυκτερεύσεις στην περιοχή του Δήμου Βόλβης, ενώ αντίστοιχα το ποσοστό που αφορά τις διανυκτερεύσεις στην Ελλάδα, βρίσκεται στο 13%. Το γεγονός αυτό σημαίνει ότι ένας αριθμός τουριστών επισκέπτεται την περιοχή της Βόλβης σε συνδυασμό με άλλες γειτνιάζουσες περιοχές. Ακόμη, να σημειώσουμε ότι οι επισκέπτες από την Βουλγαρία επισκέπτονται την περιοχή για 1-3 νύχτες κυρίως, ενώ όσοι επισκέπτες έρχονται από την Γερμανία επισκέπτονται την περιοχή για χρονικό διάστημα άνω των 10 διανυκτερεύσεων (tothepoint - Research Consulting Communication , 2015).

Αναφορικά με τις δραστηριότητες που ενδιαφέρουν τους τουρίστες πέρα από την κολύμβηση, στην πρώτη θέση βρίσκεται η επίσκεψη παραδοσιακών οικισμών, όπως είναι τα Βρασνά-Άνω Σταυρός και ακολουθεί η ποδηλασία και ο περίπατος σε ορεινές αλλά και σε παράχθιες περιοχές. Άλλες δραστηριότητες που φαίνεται να ενδιαφέρουν τους ξένους τουρίστες είναι η λουτροθεραπεία στα ιαματικά λουτρά, το κανό στη λίμνη Βόλβη, όπως επίσης και η ιππασία τις όχθες της λίμνης Βόλβη, ενώ στην τελευταία θέση των προτιμήσεών τους είναι η ορνιθοπαρατήρηση στη λίμνη Βόλβη.

Προκειμένου να μπορεί να διαμορφωθεί η κατάλληλη στρατηγική προσέγγισης των ξένων τουριστών, η έρευνα επιχείρησε να αποτυπώσει τον τρόπο με τον οποίο

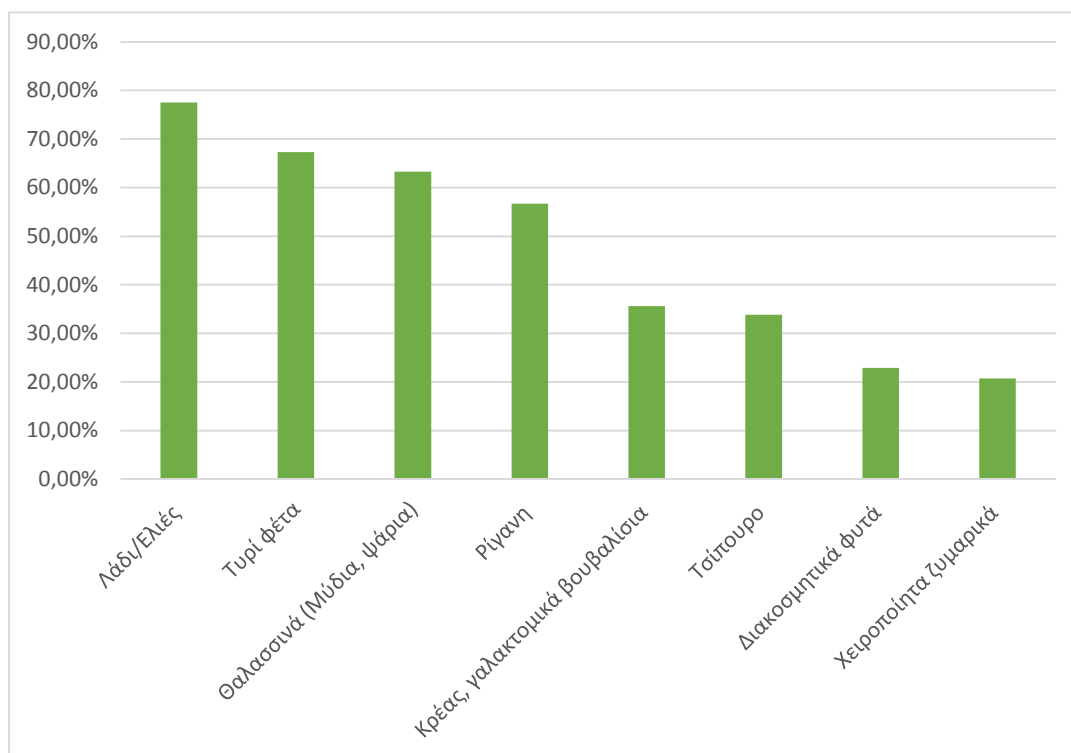
έμαθαν και άκουσαν την περιοχή οι ξένοι τουρίστες. Ειδικότερα, σχεδόν ένας στους δύο ξένους παραθεριστές έχει γνωρίσει την περιοχή μέσα από το διαδίκτυο, ενώ ένα ποσοστό περίπου 40% έχει ακούσει για την περιοχή από γνωστούς και φίλους. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι ένας στους πέντε από αυτούς που ρωτήθηκαν είχε ξαναεπισκεφτεί την περιοχή, όπως επίσης και το γεγονός ότι το 7% των ερωτηθέντων που προέρχεται από την Σερβία απάντησε ότι γνωρίζει την περιοχή λόγω της ιστορίας της. Από την άλλη, μόλις το 1,5% των ερωτηθέντων γνωρίζει την περιοχή από την τηλεοπτικής της ή ραδιοφωνική της προβολή και ακόμη μικρότερο ποσοστό είναι αυτό που απάντησε ότι έμαθε για την περιοχή από κάποιο έντυπο μέσο. Ενδιαφέρον έχει να επισημάνουμε ότι όσοι έρχονται για πρώτη φορά, σε ποσοστό 70% γνωρίζουμε την περιοχή από το διαδίκτυο.

Επιπλέον, από την ίδια έρευνα προέκυψε ότι οι μισοί περίπου από τους ερωτηθέντες γνώριζαν την περιοχή για τις παραλίες που διαθέτει, καθώς και για την φυσική της ομορφιά, ενώ αρκετά μικρότερο είναι το ποσοστό των όσων γνώριζαν την περιοχή εξαιτίας του πολιτιστικού και θρησκευτικού πλούτου που διαθέτει. Ακόμη, οι αξιολογήσεις των επισκεπτών για τις περιοχές, όπως είναι η Ασπροβάλατα, τα Βρασνά, ο Σταυρός και τα Λουτρά Απολλωνίας είναι θετικές σε ποσοστά που ξεπερνούν το 75%, ενώ για την περιοχή της Ασπροβάλατας ειδικά, οι θετικές αξιολογήσεις φτάνουν το 91%.

Ως προς τα τοπικά προϊόντα, τέσσερις στους πέντε από τους ξένους παραθεριστές γνωρίζουν το λάδι και τις ελιές, ιδίως αυτοί που είναι από τη Ρουμανία σε ποσοστό 90%, ενώ μεγάλο ποσοστό που φθάνει το 70% γνωρίζει την φέτα ως τοπικό παραδοσιακό προϊόν. Από την άλλη, σε χαμηλά ποσοστά κυμαίνονται τα διακοσμητικά φυτά και τα χειροποίητα ζυμαρικά όπου τα γνωρίζουν ένας στους πέντε. Επίσης, ένα ποσοστό περίπου 85% των ερωτηθέντων σκοπεύει να αγοράσει τα συγκεκριμένα προϊόντα και ιδιαίτερα ελιές/λάδι, γαλακτομικά προϊόντα, ρίγανη κτλ. (tothepoint - Research Consulting Communication , 2015).

Στο διάγραμμα που ακολουθεί παρουσιάζονται οι απαντήσεις των ερωτηθέντων αναφορικά με τα τοπικά προϊόντα της περιοχής της Ασπροβάλατας τα οποία γνωρίζουν.

Διάγραμμα 10: Τοπικά προϊόντα της περιοχής του Δήμου Βόλβης τα οποία γνωρίζουν οι ξένοι παραθεριστές¹¹



Αναφορικά με τους ξένους επισκέπτες στην περιοχή του Δήμου Βόλβης, η πλειοψηφία (περίπου ένας στους τρεις προέρχονται από τη Βουλγαρία), ενώ ακολουθούν με υψηλά ποσοστά της τάξεως του 20% η Σερβία και η Ρουμανία, ενώ ένα 10% των ξένων επισκεπτών έρχεται από τη Γερμανία. Άλλες χώρες προέλευσης των επισκεπτών είναι η Γαλλία, το Βέλγιο, η FYROM, η Σουηδία, η Τσεχία, η Πολωνία, η Ολλανδία, η Ουγγαρία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Αυστρία, η Ρωσία, η Τουρκία, οι ΗΠΑ και η Βοσνία, ωστόσο τα ποσοστά των επισκεπτών κυμαίνονται σε χαμηλά επίπεδα. Οι ίδιες τάσεις φαίνεται να επικρατούν και στους επιμέρους προορισμούς τους Δήμου Βόλβης, ειδικότερα, στην Ασπροβάλτα, η πλειοψηφία των επισκεπτών προέρχεται από την Βουλγαρία και τη Σερβία, ενώ ακολουθούν η Γερμανία και η Ρουμανία, ενώ στα Βρασνά, οι περισσότεροι επισκέπτες προέρχονται από την Βουλγαρία και την Σερβία, ενώ ακολουθούν οι επισκέπτες από τη Γερμανία και την Ρουμανία. Τέλος, ίδια τάση επικρατεί και στον Σταυρό, όπου μετά την Βουλγαρία, στα ίδια ποσοστά της τάξεως του 20% κυμαίνονται οι επισκέπτες από την Σερβία και την Ρουμανία (tothepoint - Research Consulting Communication , 2015).

¹¹ tothepoint - Research Consulting Communication , 2015. Έρευνα για τον Τουρισμό στο Δήμο Βόλβης - Ξένοι παραθεριστές. Θεσσαλονίκη: tothepoint - Research Consulting Communication .

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Πλάνο προώθησης τουριστικής ανάπτυξης Δήμου Βόλβης

3.1 Γενικά

Προκειμένου να διαμορφωθεί ένα αποτελεσματικό πλάνο προώθησης του τουρισμού στον Δήμο Βόλβης απαιτεί να ληφθούν υπόψη οι έρευνες που αναλύθηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο, καθώς επίσης και να αξιοποιηθούν όλα τα πιθανά δεδομένα που αφορούν την περιοχή και έχουν αντληθεί από τους ίδιους τους επαγγελματίες του τουρισμού. Έτσι, θα καταστεί δυνατό να παρουσιαστούν όλα τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της περιοχής, να εντοπιστούν οι αδυναμίες που αφορούν για παράδειγμα τις υποδομές, ενώ θα γίνει πιο σαφές και ο τρόπος προώθησης του τουριστικού προϊόντος της περιοχής στην κατάλληλη αγορά.

3.2 SWOT Analysis

Λαμβάνοντας υπόψη τις έρευνες που εξετάστηκαν προηγουμένως, αλλά και τις πληροφορίες που παρατέθηκαν για την περιοχή του Δήμου Βόλβης, η ενότητα αυτή περιλαμβάνει την SWOT Analysis, ώστε να διαπιστωθούν τα δυνατά και αδύνατα σημεία του Δήμου Βόλβης, αλλά και οι ευκαιρίες και οι απειλές που διαφαίνονται.

Δυνατά Σημεία (Strengths)

- Φυσική ομορφιά. Όπως διαπιστώθηκε ένα από τα μεγαλύτερα πλεονεκτήματα της περιοχής του Δήμου Βόλβης είναι η φυσική ομορφιά που επικρατεί, με τις παραλίες της Ασπροβάλτας και του Σταυρού να είναι αναγνωρισμένες σε πολύ μεγάλο ποσοστό των ξένων τουριστών, ενώ και για τους Έλληνες παραθεριστές αποτελεί βασικό λόγο επιλογής της περιοχής για να παραθερίσουν. Επιπροσθέτως, ιδιαίτερα γνωστά σημεία φυσικής ομορφιάς είναι η λίμνη Βόλβη, τα ορεινά μονοπάτια, καθώς και το Πλατανόδασος του Σταυρού. Επίσης, ως στοιχεία φυσικής ομορφιάς μπορούν να θεωρηθούν τα υπεραιωνόβια πλατάνια στο Σχολάρι και στην

Απολλωνία καθώς και άλλες περιοχές με φυσικό κάλλος που είναι γνωστές ως «Μακεδονικά Τέμπη».

- Πολιτιστικά και θρησκευτικά αξιοθέατα. Όπως βλέπουμε από την έρευνα που έγινε το 2015, τα πολιτιστικά και θρησκευτικά αξιοθέατα παρόλο που δεν ήταν γνωστά από μεγάλο μέρος των τουριστών, τόσο των Ελλήνων όσο και των ξένων, φαίνεται να έχουν απήχηση. Το γεγονός αυτό σημαίνει ότι υπάρχει δυνατότητα προσέλκυσης τουριστών που ενδιαφέρονται για πολιτιστικό και θρησκευτικό τουρισμό.
- Θετική άποψη για τις περιοχές του Δήμου Βόλβης. Όπως διαπιστώθηκε από την έρευνα του 2015, οι ξένοι παραθεριστές φαίνεται να έχουν θετική εικόνα για τις περιοχές του Δήμου Βόλβης, γεγονός που δημιουργεί θετικές εντυπώσεις.
- Υφιστάμενη τουριστική δυναμικότητα. Η περιοχή του Δήμου Βόλβης έχει αναπτύξει σημαντική τουριστική δυναμική, γεγονός που συμβάλλει στην βελτίωση των λειτουργιών που σχετίζονται με τον τουρισμό και στην βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών.
- Η γεωγραφική θέση. Ο Δήμος Βόλβης βρίσκεται σχετικά κοντά στην περιοχή της Θεσσαλονίκης, αλλά και κοντά στην Καβάλα, όπου υπάρχουν και τα δύο πλησιέστερα αεροδρόμια. Επίσης, οι τουριστικοί προορισμοί του Δήμου Βόλβης βρίσκονται κοντά στην Εγνατία Οδό, η οποία συνδέει τις περιοχές του Δήμου τόσο με την Βουλγαρία, όσο και με την FYROM, μέσω των συλλεκτήριων οδών.

Αδύναμα Σημεία (Weaknesses)

- Η περιορισμένη τουριστική προβολή. Παρόλο που ο Δήμος Βόλβης προβάλλεται ως τουριστικός προορισμός αναδεικνύοντας τις παραλίες, η τουριστική προβολή γίνεται ουσιαστικά μονοδιάστατα καθώς δεν αναδεικνύονται άλλοι πιθανοί τουριστικοί πόροι. Το γεγονός αυτό διαπιστώνεται και από τον χαμηλό βαθμό αναγνωρισιμότητας των άλλων τουριστικών πόρων, όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως.
- Έλλειψη συντονισμού. Στον Δήμο Βόλβης διαπιστώνεται έλλειψη συντονισμού όσον αφορά την προβολή των τουριστικών δυνατοτήτων της

περιοχής, με αποτέλεσμα να μην υπάρχει η καλύτερη δυνατή αξιοποίηση της προβολής αυτής, ενώ συνάμα διαπιστώνεται και σπατάλη πόρων.

- Περιορισμένες δραστηριότητες. Όπως διαπιστώθηκε και από την έρευνα που έγινε το 2015, οι τουρίστες δεν έχουν πολλές δυνατότητες για την ανάπτυξη αντίστοιχων δραστηριοτήτων, πέρα από το κολύμπι, είτε αυτές που υπάρχουν δεν είναι ευρέως γνωστές. Η περιορισμένες δυνατότητες για δραστηριότητες, όπως είναι για παράδειγμα οι περιηγήσεις στο βουνό, η ποδηλασία κτλ. ωθεί τους τουρίστες να θέλουν να συνδυάσουν την επίσκεψή τους στις περιοχές του Δήμου Βόλβης με κάποιον άλλο προορισμό.
- Η έλλειψη υποδομών. Όπως διαπιστώθηκε στην περιοχή οι κατάλληλες υποδομές που θα μπορούσαν να δημιουργήσουν οικονομίες κλίμακας, όπως για παράδειγμα είναι μια μαρίνα, ή μεγάλη πολυτελή ξενοδοχεία, ενώ όπως διαπιστώθηκε από τις απαντήσεις των ξένων τουριστών, πρόβλημα υπάρχει και με το οδικό δίκτυο, καθώς και με την καθαριότητα και την ύδρευση. Επίσης, δεν υπάρχουν οι κατάλληλες υποδομές που θα μπορούσαν να συμβάλλουν στην ανάπτυξη νέων δραστηριοτήτων, διαφοροποιώντας το τουριστικό προϊόν της περιοχής.
- Η μικρή μέση διάρκεια παραμονής. Λαμβάνοντας υπόψη ότι η πλειοψηφία των τουριστών που είναι Βούλγαροι, παραμένουν στην περιοχή από μία έως τρεις διανυκτερεύσεις, διαπιστώνουμε ότι στην περιοχή δεν υπάρχει μεγάλη διάρκεια παραμονής, γεγονός που σχετίζεται δυσχεραίνει την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, καθώς ο Δήμος Βόλβης συνδέεται στο μυαλό των τουριστών με ένα θερινό προορισμό όπου θα παραμείνουν για μικρό χρονικό διάστημα.

Ευκαιρίες

Παρά τα αδύναμα σημεία που αναφέρθηκαν προηγουμένως, η περιοχή του Δήμου Βόλβης έρχεται αντιμέτωπη με ορισμένες ευκαιρίες-προκλήσεις, που δύναται να τις αξιοποιήσει στο εγγύς μέλλον. Ειδικότερα:

- Ευρωπαϊκά και εθνικά χρηματοδοτικά κονδύλια.. Παρά το δυσμενές οικονομικό περιβάλλον, ο Δήμος Βόλβης, έχει τη δυνατότητα να αξιοποιήσει υφιστάμενα κονδύλια από διάφορα Ευρωπαϊκά και χρηματοδοτικά προγράμματα. Τα κονδύλια αυτά μπορούν να αφορούν

έργα που σχετίζονται άμεσα με τον τουρισμό, είτε να αφορούν τις δυνατότητες συνέργειας του τουρισμού με άλλους κλάδους της οικονομίας, όπως είναι για παράδειγμα η αγροτική παραγωγή. Τέτοια προγράμματα μπορεί να είναι τα προγράμματα εδαφικής συνεργασίας Ελλάδα-Βουλγαρία, τα οποία εκτός των άλλων μπορούν να συμβάλλουν και στην διαφήμιση της περιοχής. Επίσης, μπορεί να αξιοποιηθεί το πρόγραμμα Leader για την χρηματοδότηση εναλλακτικών δραστηριοτήτων στον τουρισμό. Επιπλέον, μπορεί το τουριστικό προϊόν της περιοχής να ισχυροποιηθεί αξιοποιώντας τις δράσεις που περιέχονται στην Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης.

- Ύπαρξη χώρων που θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν. Στην περιοχή του Δήμου Βόλβης υπάρχει ένα πλήθος κτιρίων και υποδομών που παραμένουν ανενεργά, είτε αξιοποιούνται κατά ένα μέρος μόνο, όπως είναι για παράδειγμα το Λιμάνι του Σταυρού, το κλειστό Γυμναστήριο Βρασνών κτλ. Στους χώρους αυτούς, μπορούν να διοργανωθούν ποικίλες εκδηλώσεις που θα προσελκύσουν το ενδιαφέρον του τουρίστα και μπορούν να αποτελέσουν και αιτία για επίσκεψη κάποιου στην περιοχή, έστω και για αρχή από την Ελλάδα.
- Δυνατότητα ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Το φυσικό κάλλος, η ύπαρξη της λίμνης, καθώς και η φυσιογνωμία της περιοχής, δημιουργούν τις προϋποθέσεις ανάπτυξης αγροτουριστικών δραστηριοτήτων, αλλά και δραστηριοτήτων που υπάγονται στην κατηγορία του οικοτουρισμού. Παράλληλα, με τις μορφές αυτές τουρισμού και τις αντίστοιχες δραστηριότητες, ο τουρίστας μπορεί να έρθει σε επαφή με τα τοπικά προϊόντα αγροδιατροφής, να δει πως παράγονται, ακόμα και να τα διαδώσει στην χώρα του. Στο γεγονός αυτό συμβάλλει και η διάρθρωση της προσφοράς των καταλυμάτων, όπου πρόκειται κυρίως για μικρά ξενοδοχεία και μικρές μονάδες ενοικιαζόμενων δωματίων.

Απειλές

- Πολιτικό και Οικονομικό περιβάλλον. Το οικονομικό περιβάλλον στην Ελλάδα, ύστερα από δέκα σχεδόν χρόνια κρίσης εξακολουθεί να είναι δυσμενές, τόσο για τους Έλληνες τουρίστες, οι οποίοι δεν έχουν την οικονομική δυνατότητα που είχαν παλαιότερα για την πραγματοποίηση των διακοπών τους. Από την άλλη, οι επιχειρήσεις και ο Δήμος δυσκολεύονται να πραγματοποιήσουν επενδύσεις σε νέες τουριστικές υποδομές, τόσο λόγω της έλλειψης κονδυλίων, όσο και εξαιτίας της ευρύτερης αβεβαιότητας που επικρατεί.
- Ανταγωνισμός. Ο Δήμος Βόλβης βρίσκεται κοντά σε ανταγωνιστικούς τουριστικούς προορισμούς, που ενδεχομένως να είναι ευρέως γνωστοί, ενώ διαθέτουν ορισμένες από αυτές και καλύτερες υποδομές σε σχέση με τον Δήμο Βόλβης. Οι περιοχές αυτές είναι η Καβάλα, η Χαλκιδική αλλά και οι ακτές της Πιερίας, όπου προσφέρουν ουσιαστικά τουριστικό προϊόν με παρόμοια χαρακτηριστικά.
- Η κατανομή τους τουριστικής ζήτησης. Ο κύριος όγκος τουριστών επισκέπτεται την περιοχή του Δήμου Βόλβης από τα μέσα Ιουλίου και μετά έως τέλη Αυγούστου, γεγονός που δημιουργεί προβλήματα που άπτονται της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών προς τους τουρίστες.

3.3 Δράσεις και άξονες προβολές

Προκειμένου να γίνει προβολή της φυσικής ομορφιάς της περιοχής, θα πρέπει να αναδειχθεί με τα κατάλληλα μέσα η δυνατότητα αποκόμισης εμπειριών από τους τουρίστες που επισκέπτονται τις περιοχές φυσικής ομορφιάς. Παράλληλα, θα πρέπει τα αξιοθέατα της περιοχής να είναι εύκολα προσβάσιμα και να υπάρχουν όσο το δυνατόν περισσότερες πληροφορίες για αυτά σε ηλεκτρονική μορφή, έτσι ώστε να έχουν άμεση πρόσβαση οι επισκέπτες και οι υποψήφιοι επισκέπτες. Η ίδια δυνατότητα θα πρέπει να υπάρχει και για τα θρησκευτικά και πολιτιστικά μνημεία, ενώ θα πρέπει παράλληλα οι τοπικοί φορείς να φροντίσουν να είναι καθαρά και όπου υπάρχει σχετικό προσωπικό να διαθέτει τις κατάλληλες γνώσεις, έτσι ώστε να διατηρείται σε υψηλά επίπεδα και η ικανοποίηση των επισκεπτών.

Λαμβάνοντας υπόψη την θετική φήμη που υπάρχει για την περιοχή δίνεται η δυνατότητα δημιουργίας ενός ισχυρού brand name, λαμβάνοντας υπόψη ότι ο Δήμος Βόλβης διαθέτει και ειδικό τουριστικό σήμα. Παράλληλα, στηριζόμενοι στην θετική εικόνα, ο Δήμος Βόλβης σε συνεργασία με τους τοπικούς φορείς που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού, έχουν τη δυνατότητα να αναδείξουν τα στοιχεία που συνθέτουν την θετική αυτή εικόνα, όπως είναι για παράδειγμα η ποιότητα εξυπηρέτησης, η φιλοξενία που προσφέρουν οι κάτοικοι της περιοχής στους τουρίστες, οι ανταγωνιστικές τιμές, καθώς επίσης και η γαστρονομία της περιοχής.

Για να μπορέσει ξεπεράσει τις αδυναμίες στην προβολή του τουριστικού προϊόντος, ο Δήμος Βόλβης θα πρέπει να προβεί σε μια ολοκληρωμένη πολιτική ψηφιακού μάρκετινγκ, η οποία θα αναδεικνύει το σύνολο των δραστηριοτήτων που μπορεί να πραγματοποιήσει ο τουρίστας στα όρια της περιοχής του Δήμου Βόλβης, είτε αυτός είναι Έλληνας είτε ξένος, ενώ θα πρέπει να παρουσιαστεί και η προοπτική επίσκεψης της περιοχής σε περιόδους όπου δεν θεωρούνται αιχμής, έτσι ώστε να επιτευχθεί όσο το δυνατόν μεγαλύτερη επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Πέρα από την διαδικτυακή προβολή που αποτελεί ιδιαίτερα σημαντικό τρόπο προσέλκυσης των τουριστών, μία αρκετά επιτυχημένη μέθοδος είναι η διοργάνωση διαδραστικών event στις αγορές στόχους, όπου μπορούν να παρουσιαστούν οι τουριστικές δυνατότητες τους Δήμου, σε συνδυασμό με άλλες δυνατότητες, όπως είναι για παράδειγμα τα τοπικά προϊόντα. Ακόμη, μια δυνατότητα προβολής δίνεται μέσω της ενίσχυσης της παρουσίας του Δήμου σε τουριστικές εκθέσεις και αντίστοιχα γεγονότα, έτσι ώστε να προσελκύσουν περισσότερο τους tour operators και τους επαγγελματίες του τουρισμού.

Μια ακόμη πρόταση για την αποτελεσματικότερη προβολή της περιοχής η δημιουργία πλατφόρμας, για παράδειγμα με το όνομα visit Volvi, η οποία θα περιλαμβάνει όλες τις αναγκαίες για τον τουρίστα πληροφορίες όπως τα καταλύματα, τις δυνατότητες πρόσβασης στην περιοχή, τις δραστηριότητες, τις επιλογές γαστρονομίας, πληροφορίες για την ιστορία της περιοχής και για τις πιθανές εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται σε αυτή. Η πλατφόρμα αυτή θα πρέπει να λειτουργεί και σε κινητές συσκευές, όπως τηλέφωνα και tablet, ενώ θα πρέπει επίσης να επικαιροποιείται, ανά τακτά χρονικά διαστήματα, έτσι ώστε να μπορεί να παρουσιάζει την πραγματική εικόνα στον τουρίστα (tothepoint, 2017)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Εμπειρική διερεύνηση

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο παρουσιάζεται η εμπειρική διερεύνηση που πραγματοποιήθηκε με την χρήση ποσοτικής έρευνας που έγινε πρόσωπο με πρόσωπο με τη χρήση tablet στην περιοχή του Δήμου Βόλβης το καλοκαίρι του 2018. Στο πρώτο σκέλος εξετάζεται η έρευνα που αφορούσε τους Έλληνες παραθεριστές, ενώ στο δεύτερο αναλύεται η έρευνα που αφορούσε τους ξένους παραθεριστές.

4.1 Έρευνα που διεξήχθη σε Έλληνες παραθεριστές

Τύπος Έρευνας	Ποσοτική έρευνα πρόσωπο με πρόσωπο με τη χρήση tablet
Περιοχή έρευνας	Δήμος Βόλβης
Μέθοδος δειγματοληψίας	Στρωματοποιημένη τυχαία δειγματοληψία
Μέγεθος δείγματος	620 άτομα, άνδρες και γυναίκες άνω των 18, μόνιμοι παραθεριστές του Δήμου Βόλβης
Χρονική διάρκεια δειγματοληψίας	15-25 Ιουλίου 2018
Μέγιστο στατιστικό σφάλμα	3,8%

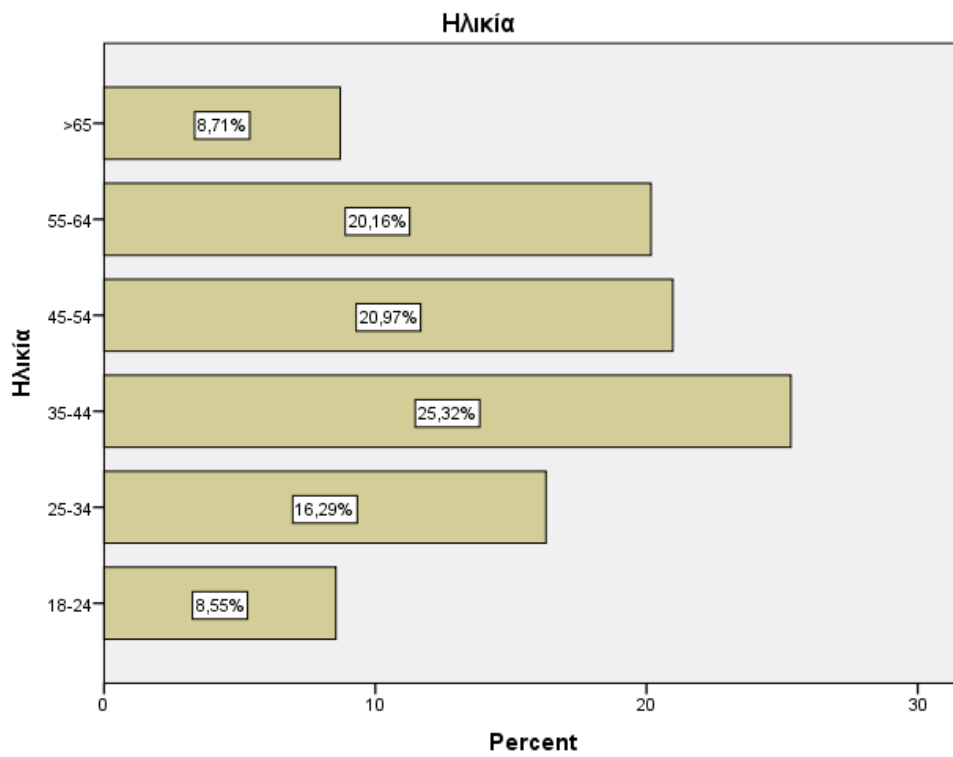
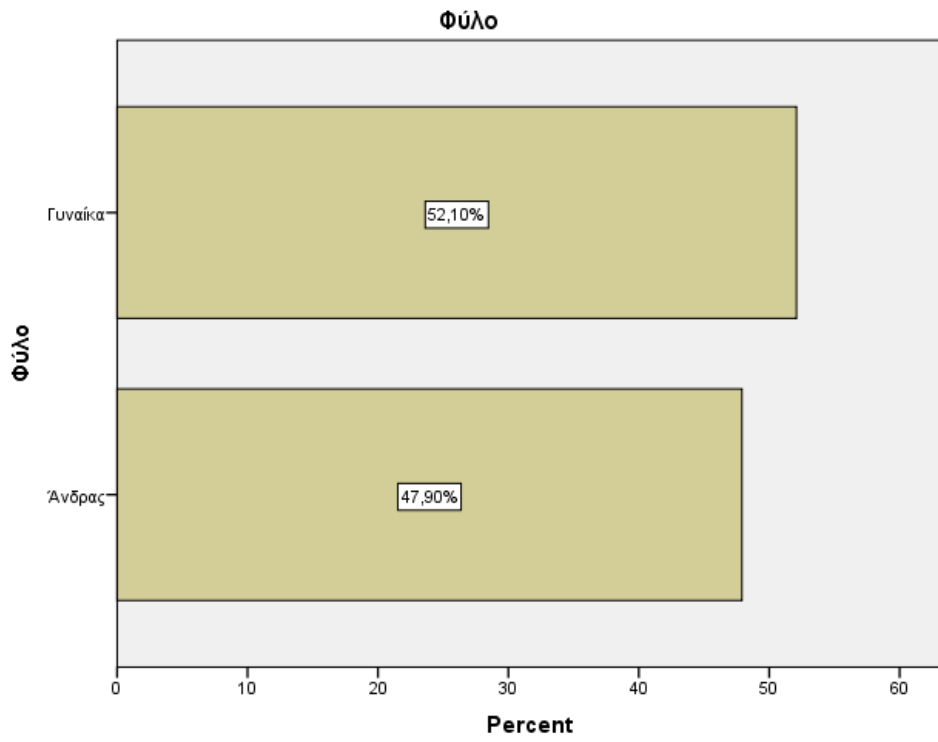
4.1.1 Αποτελέσματα έρευνας

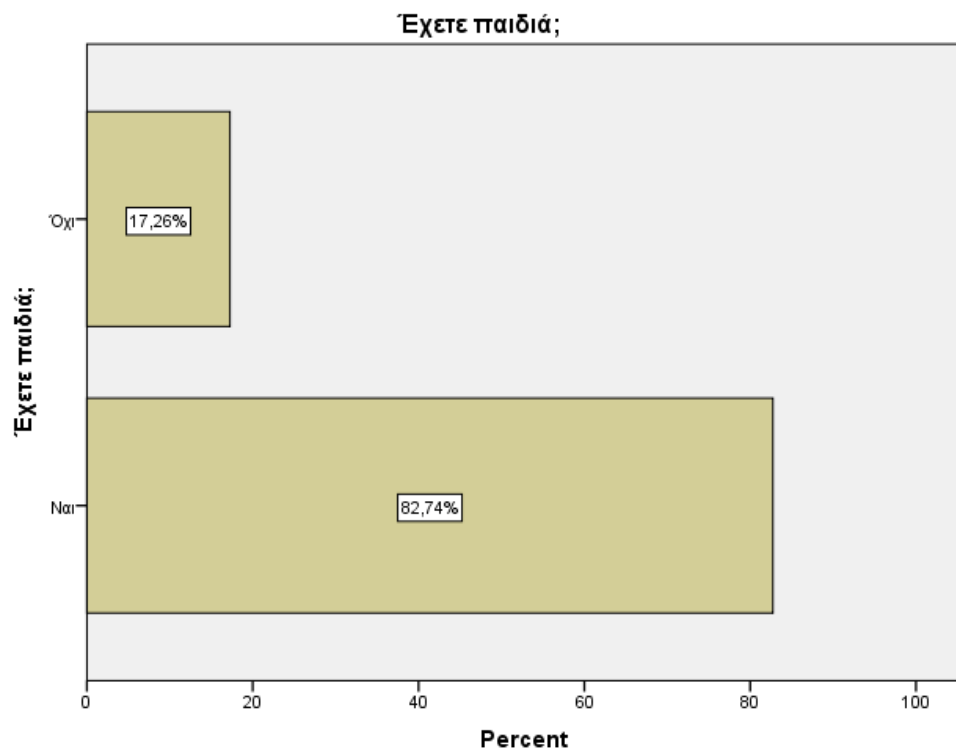
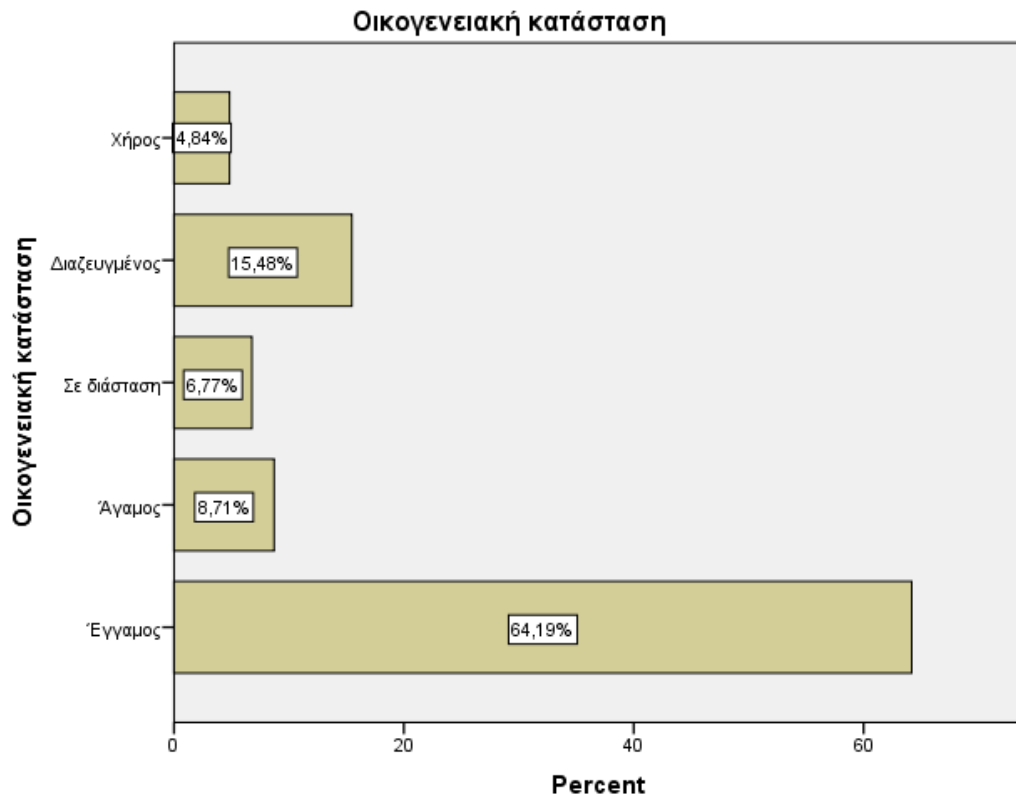
Κοινωνικο - δημογραφικά στοιχεία

Μεταβλητή		Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Φύλο	Άνδρας	297	47,9%
	Γυναίκα	323	52,1%
Ηλικία	18-24	53	8,5%
	25-34	101	16,3%
	35-44	157	25,3%
	45-54	130	21,0%
	55-64	125	20,2%
	>65	54	8,7%
Οικογενειακή κατάσταση	Έγγαμος/η	398	64,2%
	Άγαμος/η	54	8,7%
	Σε διάσταση	42	6,8%

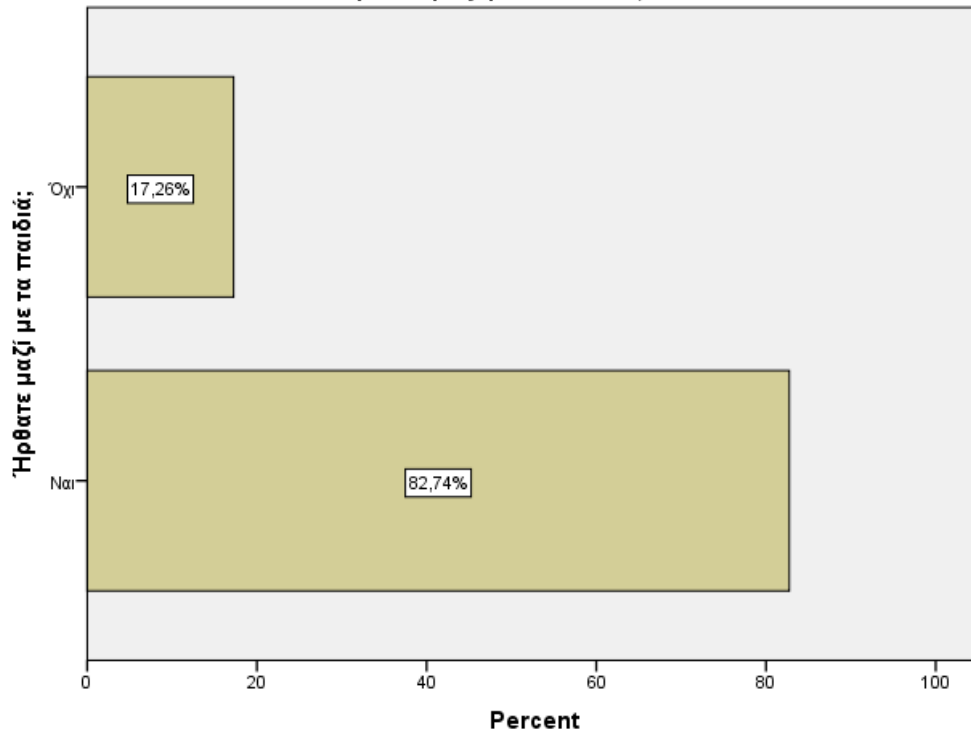
	Διαζευγμένος/η	96	15,5%
	Χήρος/α	30	4,8%
Παιδιά	Ναι	513	82,7%
	Όχι	107	17,3%
Ήρθατε μαζί με τα παιδιά	Ναι	513	82,7%
	Όχι	107	17,3%
Περιοχή εξοχικού	Ασπροβάλτα	188	30,3%
	Σταυρός	230	37,1%
	Βρασνά	202	32,6%
Επίπεδο εκπαίδευσης	Απόφοιτος Γυμνασίου	11	1,8%
	Απόφοιτος Λυκείου	134	21,6%
	Πτυχίο Πανεπιστημιακού Ιδρύματος	463	74,7%
	Μεταπτυχιακός τίτλος	12	1,9%
	Θέση στην απασχόληση	Εργοδότης/ Αυτοαπασχολούμενος	9
	Μισθωτός στον ιδιωτικό τομέα	332	53,5%
	Άνεργος	63	10,2%
	Συνταξιούχος	18	2,9%
	Μισθωτός στον δημόσιο τομέα	145	23,4%
	Σπουδαστής/φοιτητής	53	8,5%
Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα νοικοκυριού	Έως 10.000€	36	5,8%
	Έως 20.000€	25	4,0%
	Έως 30.000€	63	10,2%
	Έως 40.000€	489	78,9%
	Έως 50.000€	7	1,1%

Από την έρευνα των κοινωνικο- δημογραφικών στοιχείων του δείγματος Ελλήνων τουριστών στο Δήμο Βόλβης παρατηρήθηκε πως το 47,9% ήταν άνδρες και το 52,1% γυναίκες. Οι περισσότεροι παραθεριστές ήταν ηλικίας 35 έως 64 ετών (66,5%). Το 64,2% ήταν έγγαμοι με το 82,7% να έχουν παιδιά, τα όποια είχαν μαζί τους στις διακοπές. Οι περιοχές των εξοχικών των τουριστών είναι η Ασπροβάλτα, ο Σταυρός και τα Βρασνά Δήμου Βόλβης. Όσον αφορά το επίπεδο εκπαίδευσης των παραθεριστών, το 74,7% είναι απόφοιτοι πανεπιστημιακού ιδρύματος και το 21,6% είναι απόφοιτοι Λυκείου. Το 53,5% είναι εργαζόμενοι μισθωτοί στον ιδιωτικό τομέα ενώ το 23,4% είναι εργαζόμενοι μισθωτοί στον δημόσιο τομέα. Τέλος, το 78,9% έχουν ετήσιο οικογενειακό εισόδημα έως 40.000€.

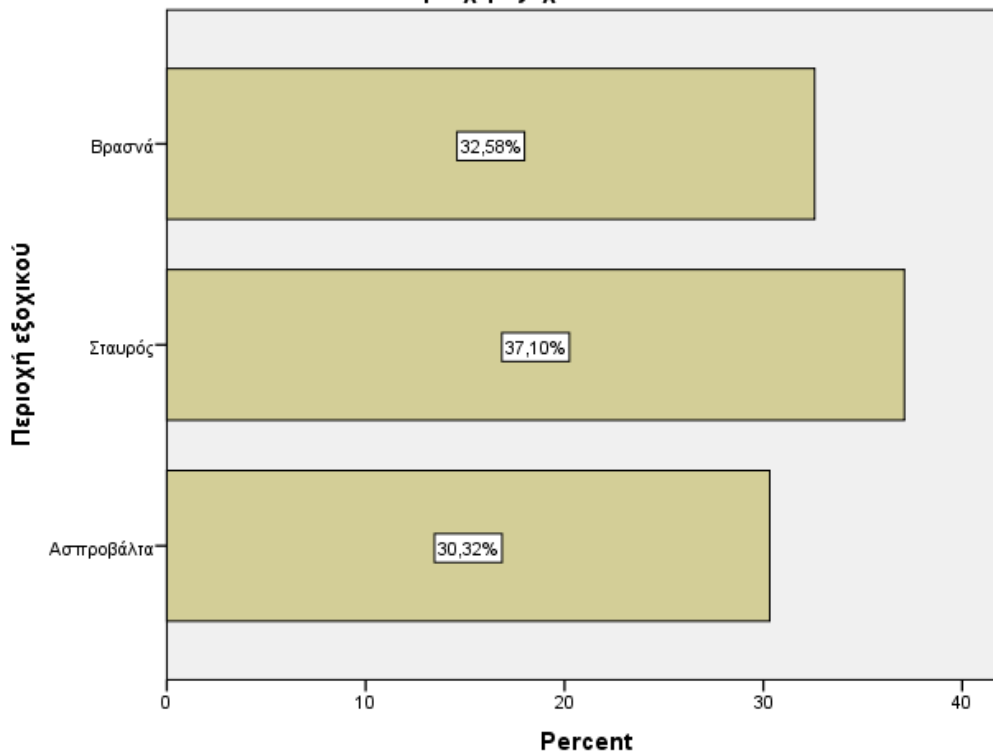


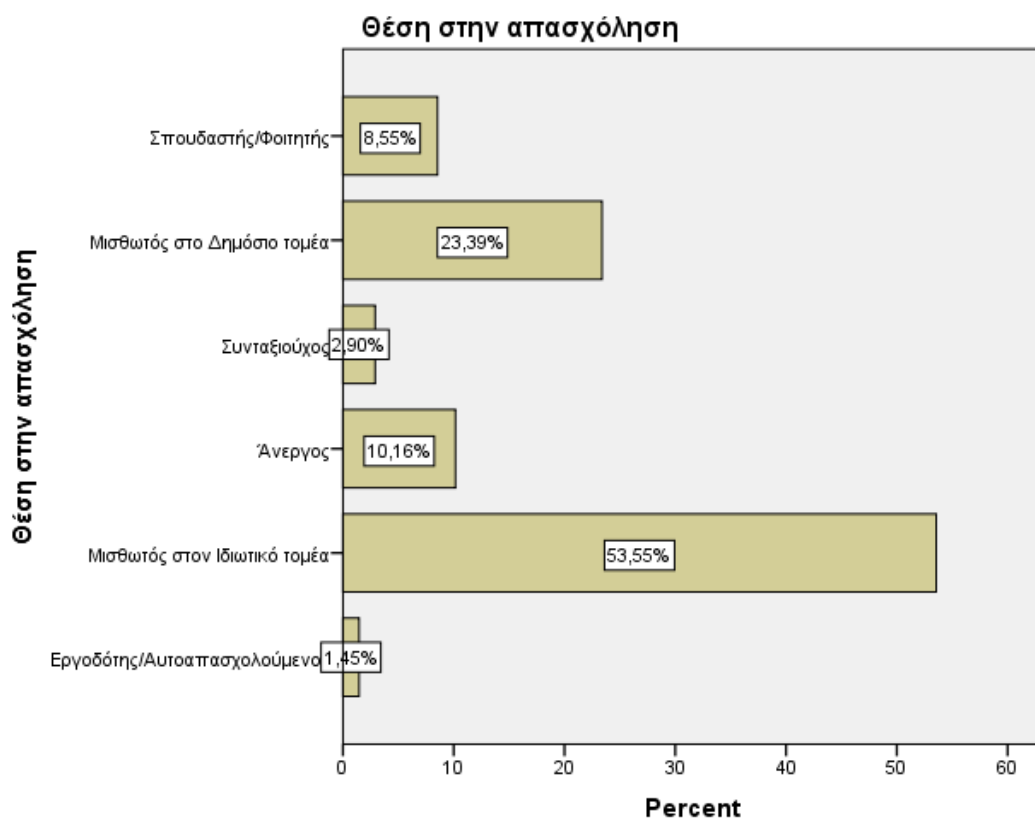
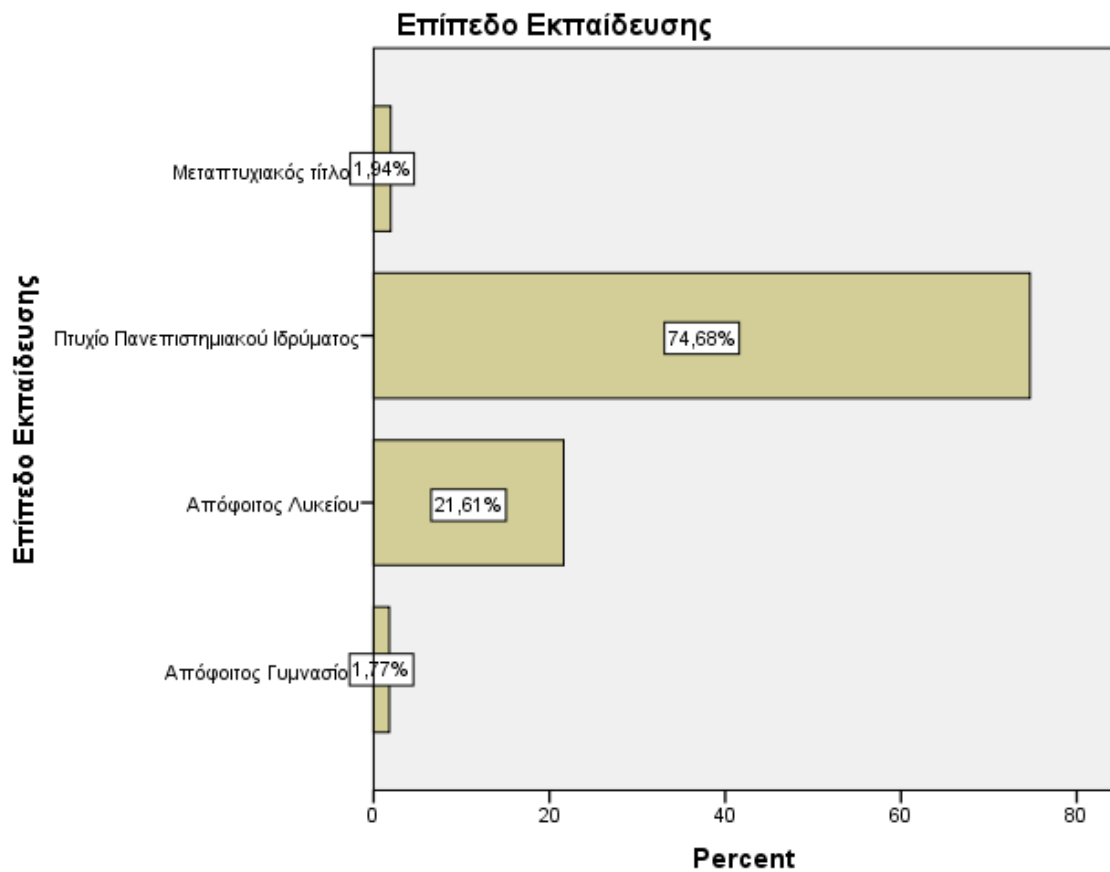


Ήρθατε μαζί με τα παιδιά;

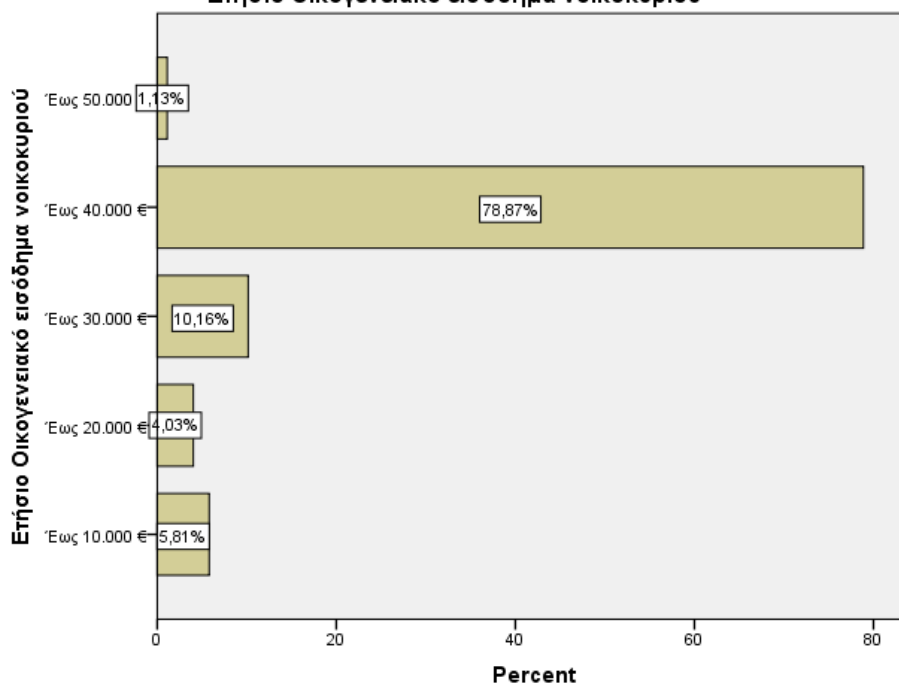


Περιοχή εξοχικού

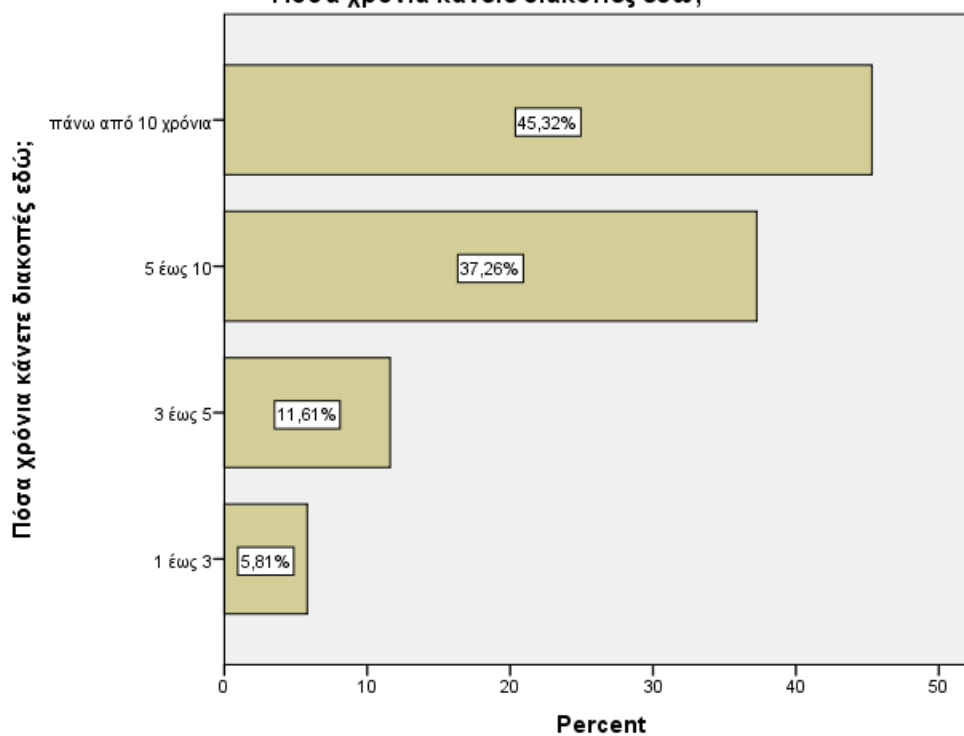




Ετήσιο Οικογενειακό εισόδημα νοικοκυριού



Πόσα χρόνια κάνετε διακοπές εδώ;



Μεταβλητή		Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Πόσα χρόνια κάνετε διακοπές εδώ	1 έως 3	36	5,8%
	3 έως 5	72	11,6%
	5 έως 10	231	37,3%
	Πάνω από 10 χρόνια	281	45,3%
Το σπίτι που κατοικείτε είναι	Ιδιόκτητο	416	67,1%
	Ενοικιαζόμενο κάθε χρόνο	176	28,4%
	Συγγενή/φίλου	28	4,5%
Ποιο είναι το σημαντικότερο πρόβλημα της περιοχής	Κακοί δρόμοι	188	30,3%
	Καθαριότητα	91	14,7%
	Υδρευση	47	7,6%
	Ελλιπές ενδιαφέρον από δημοτική αρχή	70	11,3%
	Έλλειψη κέντρου υγείας	22	3,5%
	Ακριβές τιμές	22	3,5%
	Έλλειψη παρκινγκ	60	9,7%
	Πράσινο/πάρκα/ελεύθεροι χώροι	55	8,9%
	Ηχορύπανση από μαγαζιά	23	3,7%
	Πολυκοσμία	14	2,3%
	Έλλειψη καταστημάτων ειδών πρώτης ανάγκης	14	2,3%
	Κακή εξυπηρέτηση από τους επαγγελματίες του τουρισμού	14	2,3%

Πρόβλημα ανά περιοχή κατοικίας	Ασπροβάλτα	Σταυρός	Βρασνά
Κακοί δρόμοι	34,6%	33,0%	23,3%
Καθαριότητα	22,3%	0,4%	23,8%
Υδρευση	3,2%	17,8%	0,0%
Ελλιπές ενδιαφέρον από δημοτική αρχή	16,0%	3,9%	15,3%
Έλλειψη κέντρου υγείας	4,8%	4,3%	1,5%
Ακριβές τιμές	3,7%	5,2%	1,5%
Έλλειψη παρκινγκ	9,0%	10,4%	9,4%
Πράσινο/πάρκα/ελεύθεροι χώροι	4,3%	12,6%	8,9%
Ηχορύπανση από μαγαζιά	1,6%	4,3%	5,0%
Πολυκοσμία	0,5%	2,6%	3,5%
Έλλειψη καταστημάτων ειδών πρώτης ανάγκης	0,0%	2,6%	4,0%
Κακή εξυπηρέτηση από τους επαγγελματίες του τουρισμού	0,0%	2,6%	4,0%

Δε θέλω ξένους τουρίστες γενικά	Συμφωνώ	14	2,3%
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	17	2,7%
	Διαφωνώ	589	95,0%
Δε θέλω ξένους τουρίστες από τα Βαλκάνια	Συμφωνώ	14	2,3%
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	17	2,7%
	Διαφωνώ	589	95,0%
Είναι καλό για τη περιοχή οι ξένοι τουρίστες	Συμφωνώ	579	93,4%
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	14	2,3%
	Διαφωνώ	27	4,4%
Οι υπηρεσίες και τα καταστήματα της περιοχής πρέπει να προσαρμοστούν για την καλύτερη εξυπηρέτηση των ξένων τουριστών	Συμφωνώ	506	81,6%
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	87	14,0%
	Διαφωνώ	27	4,4%
Ποια θρησκευτικά μνημεία της περιοχής γνωρίζετε	Ιερός Ναός Αγίας Μαρίνας	205	33,1%
	Ιερός Ναός Αγίου Γεωργίου	174	28,1%
	Ιερός Ναός Αγίας Παρασκευής	241	38,9%
Ποια αρχαιολογικά μνημεία της περιοχής γνωρίζετε	Κάστρο Ρεντίνας	205	33,1%
	Φρούριο των Βρασών	174	28,1%
	Ελληνιστική αγροικία	241	38,9%
Ποια περιβαλλοντικά αξιοθέατα γνωρίζετε	Λίμνη Βόλβη	205	33,1%
	Νυμφόπετρες	174	28,1%
		241	38,9%
	Πλατανόδασος Σταυρού		
Πόσες διανυκτερεύσεις θα κάνατε στο συγκεκριμένο μέρος συνολικά	8 με 15	81	13,1%
	16 με 25	191	30,8%
	Πάνω από 25	348	56,1%
Δραστηριότητες εκτός κολύμβησης	Περίπατος/ ποδηλασία σε ορεινές περιοχές	385	62,1%
	Λουτροθεραπεία σε ιαματικά λουτρά	38	6,1%
	Ιππασία στις όχθες	128	20,6%

	της λίμνης Βόλβη		
	Ορνιθοπαρατήρηση στη λίμνη Βόλβη	69	11,1%
Πώς θα αξιολογούσατε συνολικά το μέρος που έχετε επισκεφθεί/το εξοχικό σας	Πολύ θετικά	170	27,4%
	Θετικά	343	55,3%
	Ούτε θετικά ούτε αρνητικά	107	17,3%
Ποια τοπικά προϊόντα της περιοχής γνωρίζετε;	Λάδι/ελιές	247	39,8%
	Ρίγανη	102	16,5%
	Θαλασσινά	118	19,0%
	Τσίπουρο	53	8,5%
	Τυρί φέτα	38	6,1%
	Χειροποίητα ζυμαρικά	26	4,2%
	Κρέας, γαλακτοκομικά, βουβαλίσια	14	2,3%
	Διακοσμητικά φυτά	22	3,5%

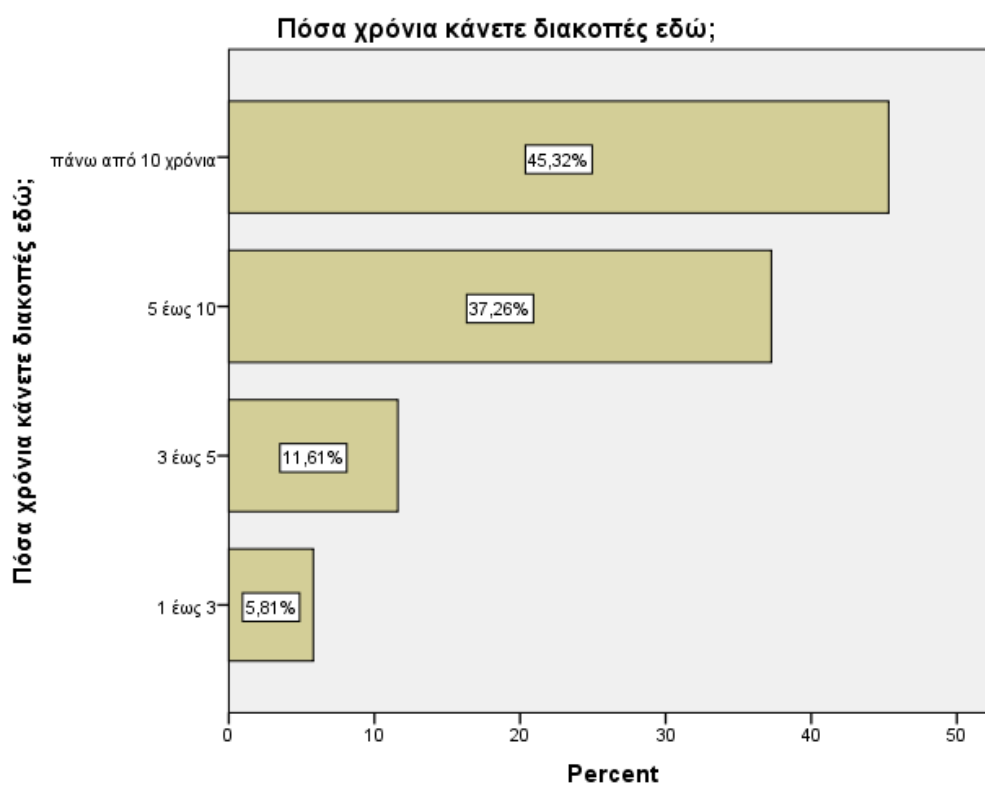
Οι Έλληνες παραθεριστές του Δήμου Βόλβης κάνουν διακοπές στο συγκεκριμένο μέρος πάνω από 5 χρόνια, σε ποσοστό 82,6% και το σπίτι στο οποίο μένουν είναι ιδιόκτητο (67,1%) ή ενοικιαζόμενο κάθε χρόνο (28,4%). Οι τουρίστες θεωρούν ως το σημαντικότερο πρόβλημα του τόπου (30,3%) τους δρόμους, τη καθαριότητα (14,7%), το ελλειπές ενδιαφέρον από τη δημοτική αρχή (11,3%) την έλλειψη παρκινγκ (9,7%) και την έλλειψη πρασίνου (8,9%).

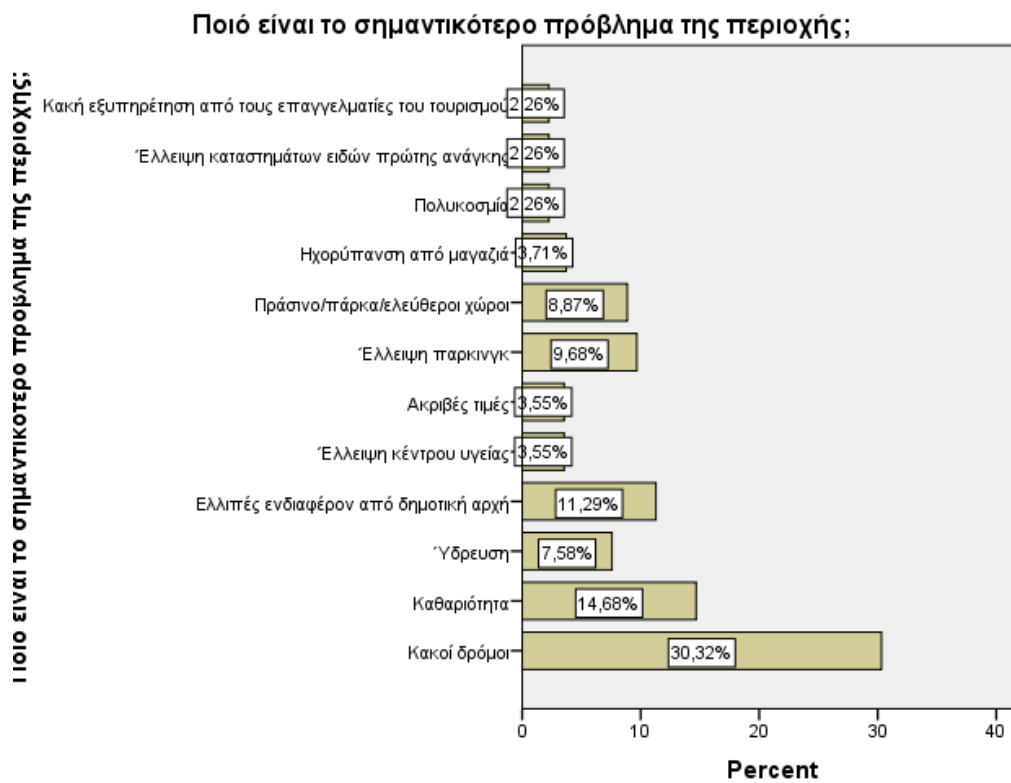
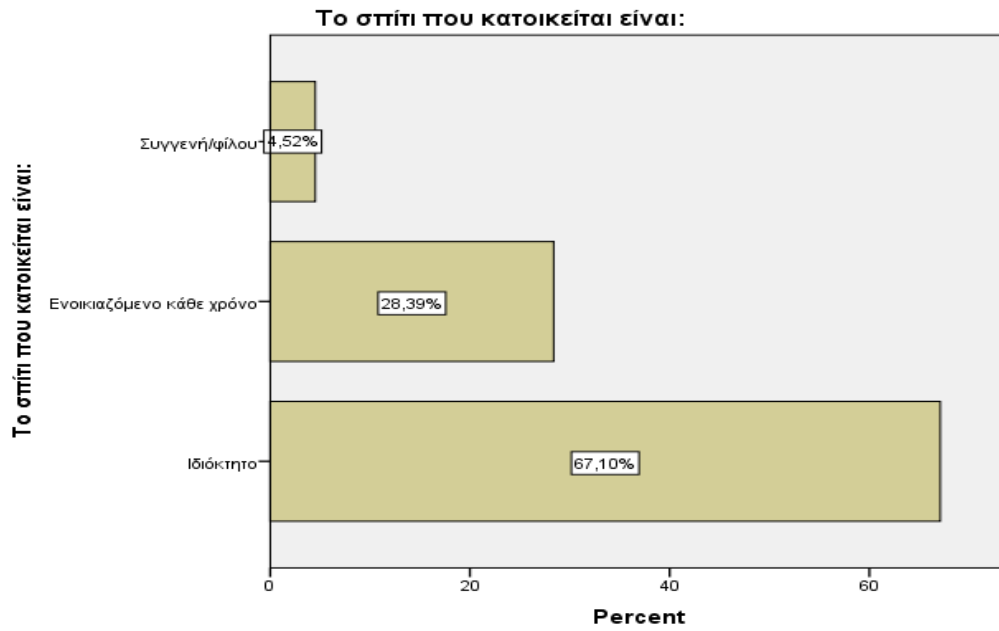
Όσον αφορά τους ξένους τουρίστες στη περιοχή, οι Έλληνες παραθεριστές απάντησαν πως επιθυμούν τον ξένο τουρισμό τόσο από άλλες χώρες όσο και από τα Βαλκάνια (95%). Έτσι, θεωρούν πως οι ξένοι τουρίστες είναι καλό για τη περιοχή (93,4%). Το 81,6% θεωρεί πως οι υπηρεσίες και τα καταστήματα της περιοχής πρέπει να προσαρμοστούν για την καλύτερη εξυπηρέτηση των ξένων τουριστών.

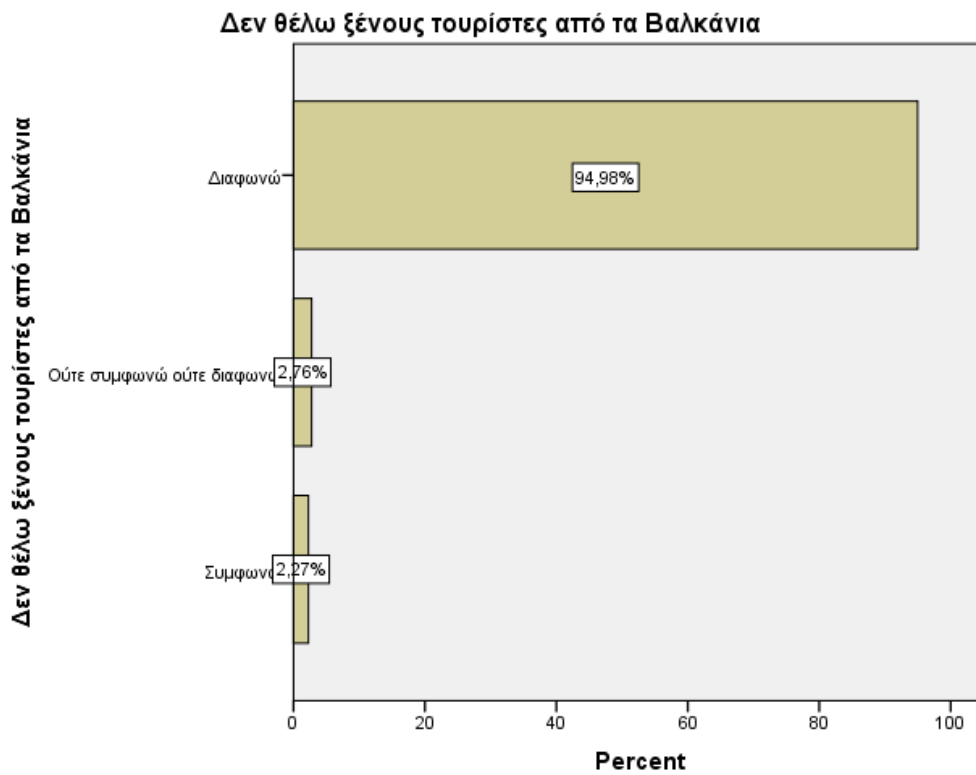
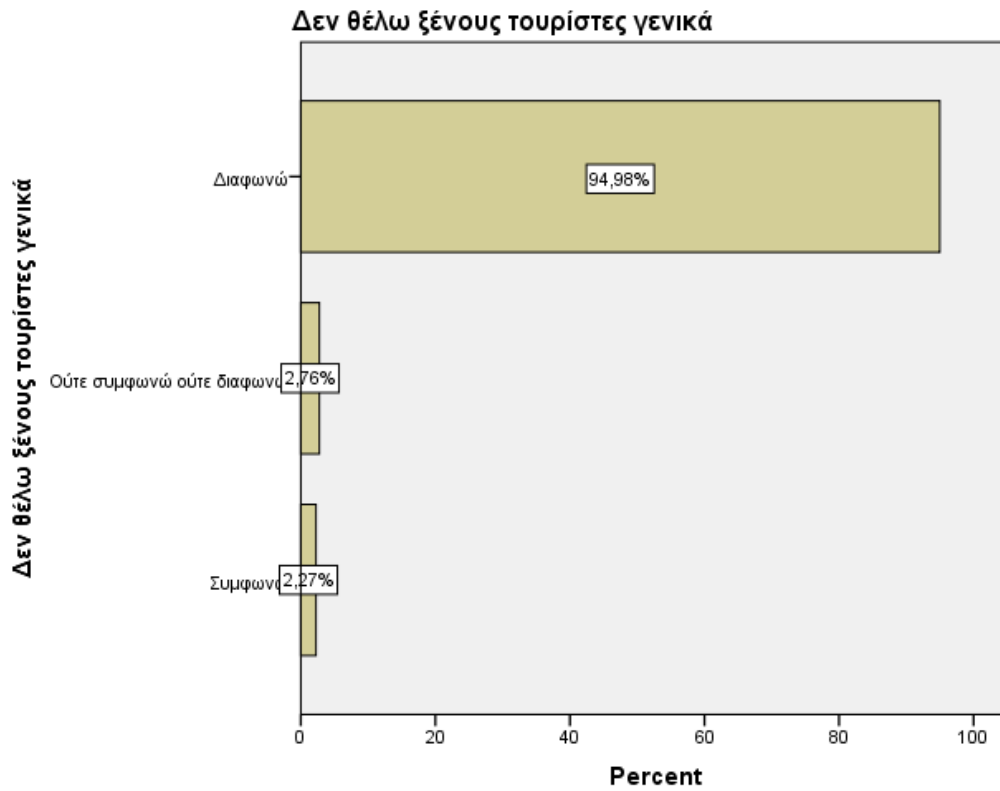
Αναφορικά με τα θρησκευτικά μνημεία της περιοχής, γνωρίζουν τον Ιερό Ναό Αγίας Μαρίνας, τον Ιερό Ναό Αγίου Γεωργίου και τον Ιερό Ναό Αγίας Παρασκευής. Από τα αρχαιολογικά μνημεία της περιοχής γνωρίζουν το Κάστρο Ρεντίνας, το Φρούριο των Βρασνών και την Ελληνιστική αγροικία και από τα περιβαλλοντικά αξιοθέατα, τη Λίμνη Βόλβη, τις Νυμφόπετρες και το Πλατανόδασος Σταυρού. Όσον αφορά τις διανυκτερεύσεις, το 56,1% παραμένει για πάνω από 25 ημέρες στη περιοχή, το 30,8% από 16 έως 25 ημέρες και το 13,1% από 8 έως 15 ημέρες.

Από τις διαθέσιμες δραστηριότητες, το 62,1% των τουριστών προτιμούν την ποδηλασία και τον περίπατο στις ορεινές και παρόχθιες περιοχές του Δήμου Βόλβης και το 20% προτιμά την ιππασία στη λίμνη. Το 55,3% αξιολογεί θετικά τη περιοχή για τις διακοπές του και το 27,4% πολύ θετικά.

Όσον αφορά τα τοπικά προϊόντα, οι τουρίστες προτιμούν το λάδι και τις ελιές (39,8%), τα θαλασσινά (19%), τη ρίγανη (16,5%), τη φέτα (6,1%) και το τσίπουρο (8,5%).

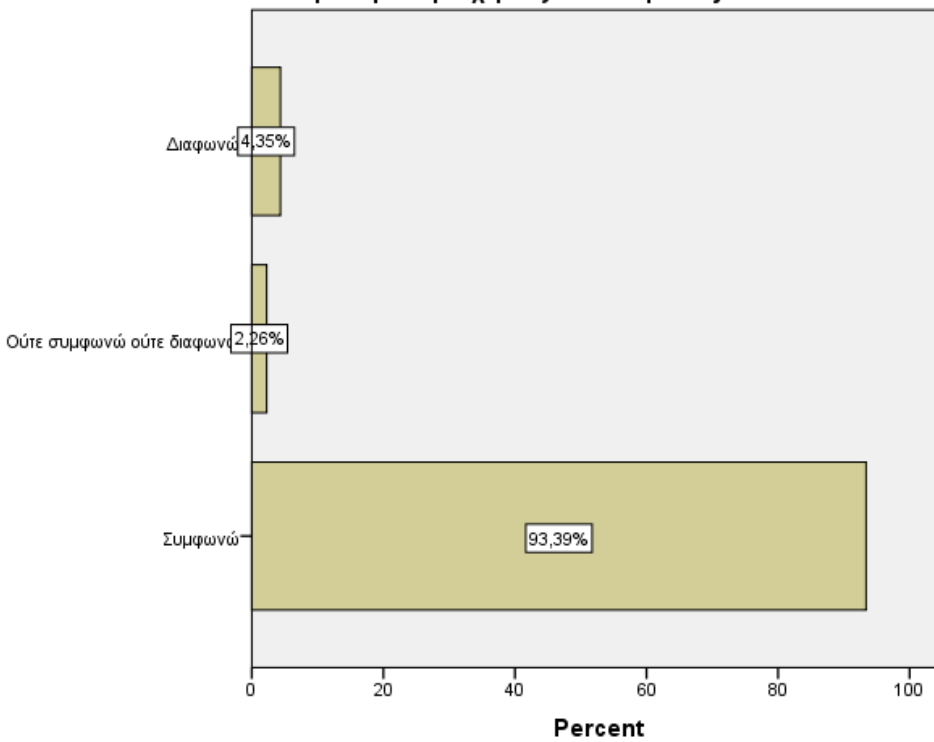






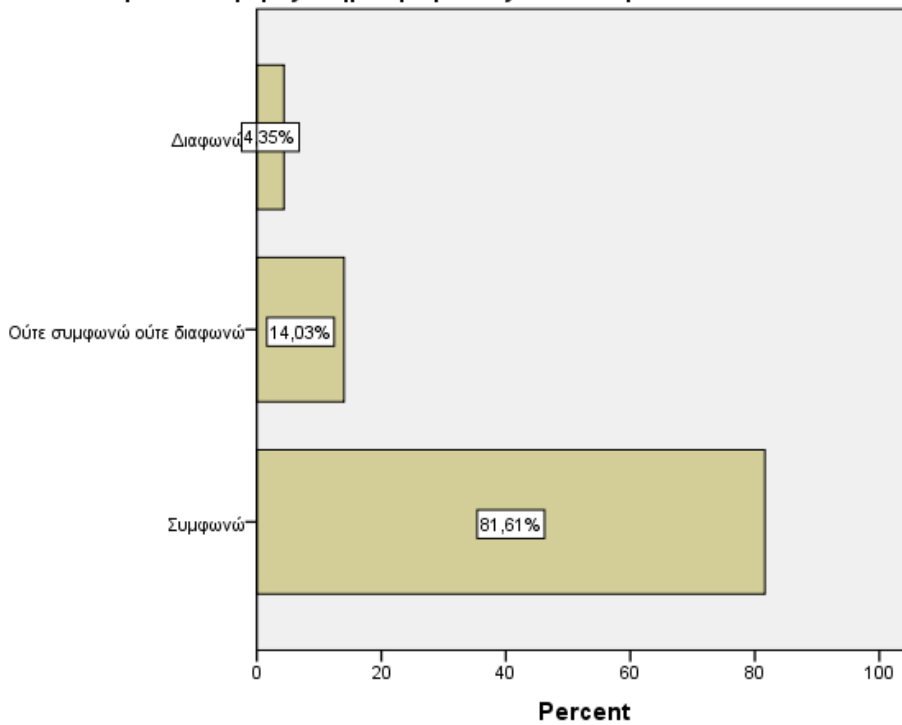
Είναι καλό για την περιοχή οι ξένοι τουρίστες

Είναι καλό για την περιοχή οι ξένοι τουρίστες



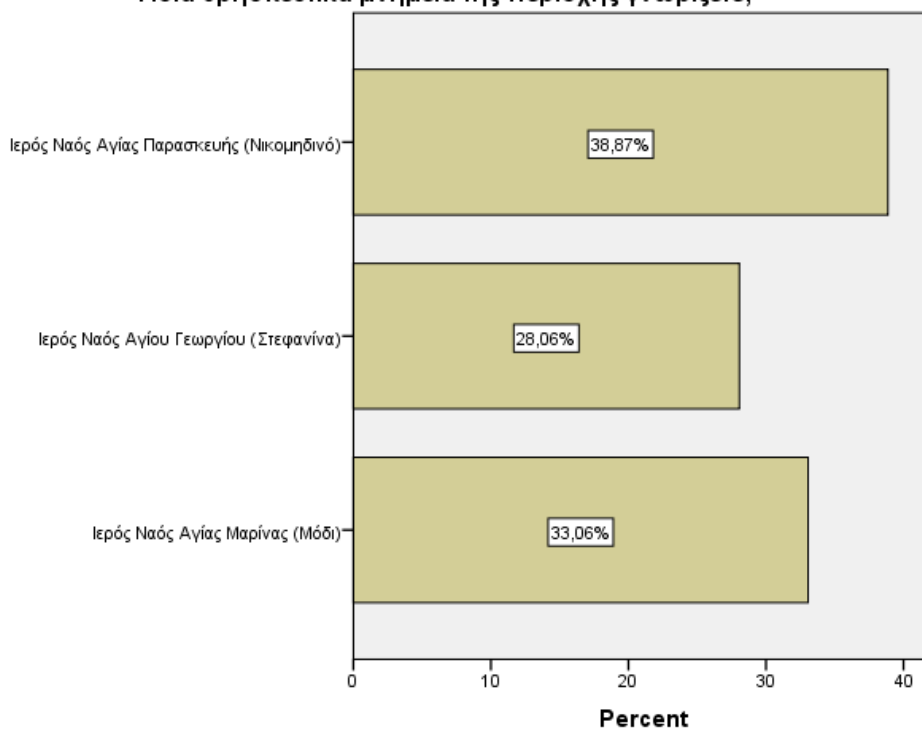
Οι υπηρεσίες και τα καταστήματα της περιοχής πρέπει να προσαρμοστούν για την καλύτερη εξυπηρέτηση των ξένων τουριστών

Οι υπηρεσίες και τα καταστήματα της περιοχής πρέπει να προσαρμοστούν για την καλύτερη εξυπηρέτηση των ξένων τουριστών



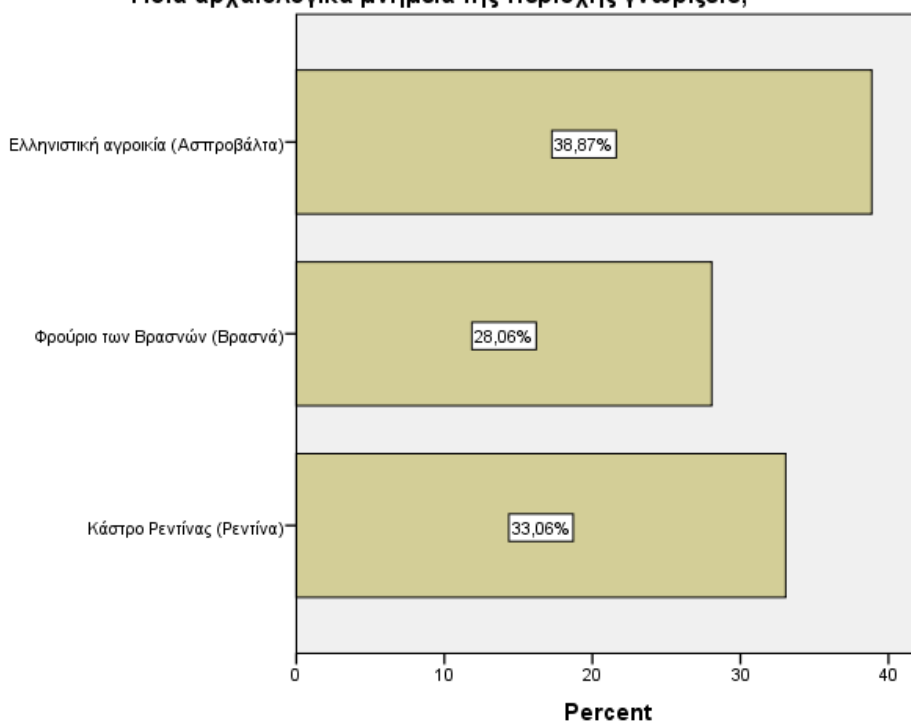
Ποια θρησκευτικά μνημεία της περιοχής γνωρίζετε;

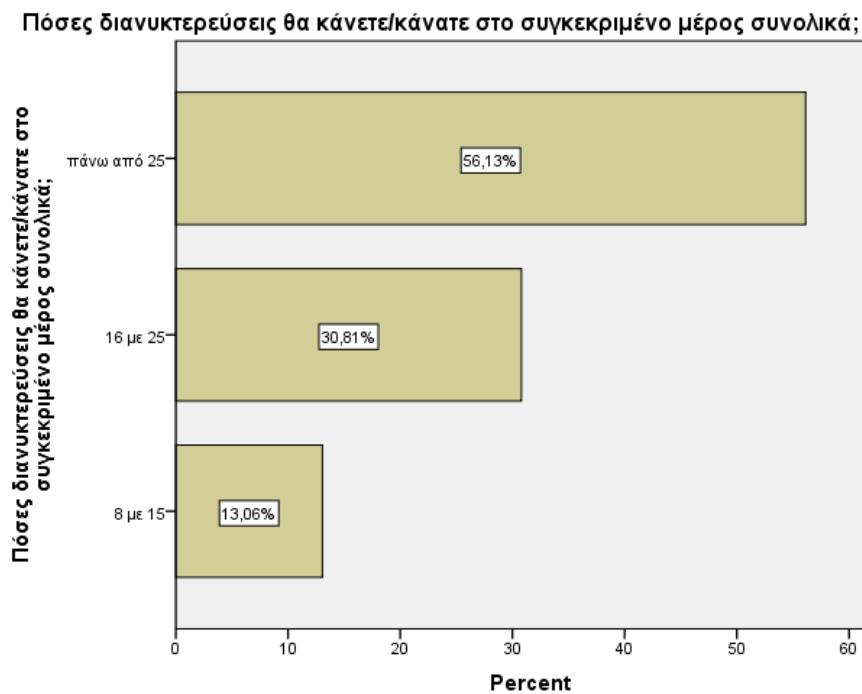
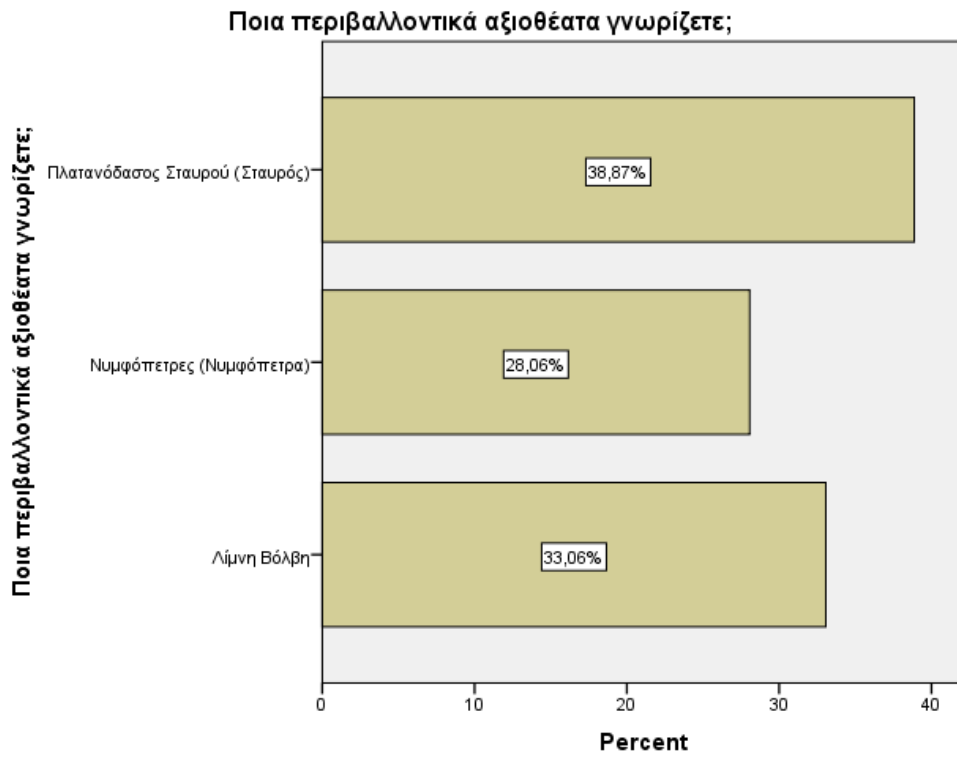
Ποια θρησκευτικά μνημεία της περιοχής γνωρίζετε;



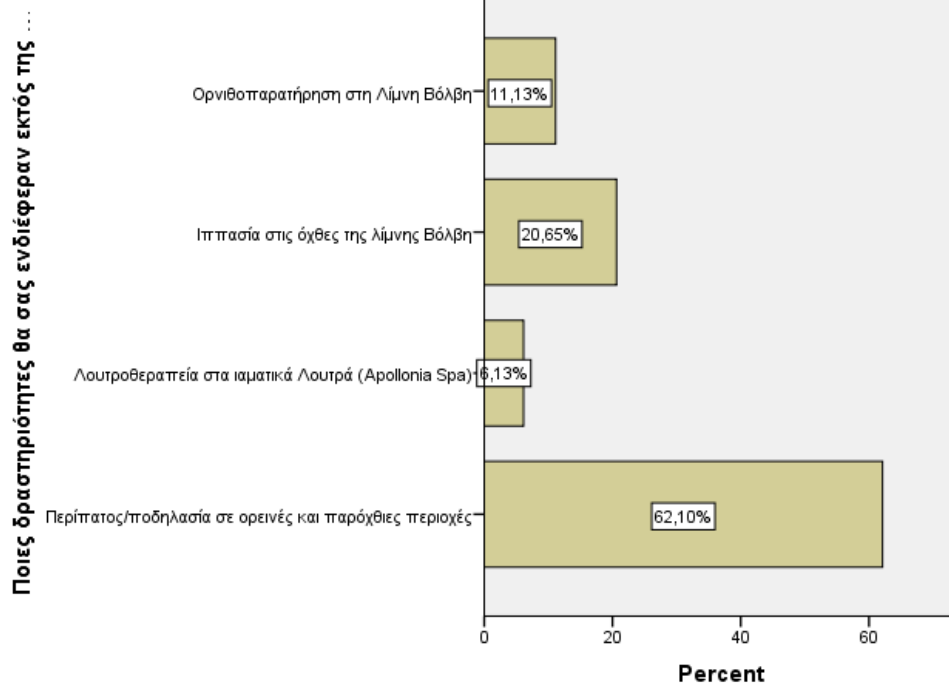
Ποια αρχαιολογικά μνημεία της περιοχής γνωρίζετε;

Ποια αρχαιολογικά μνημεία της περιοχής γνωρίζετε;

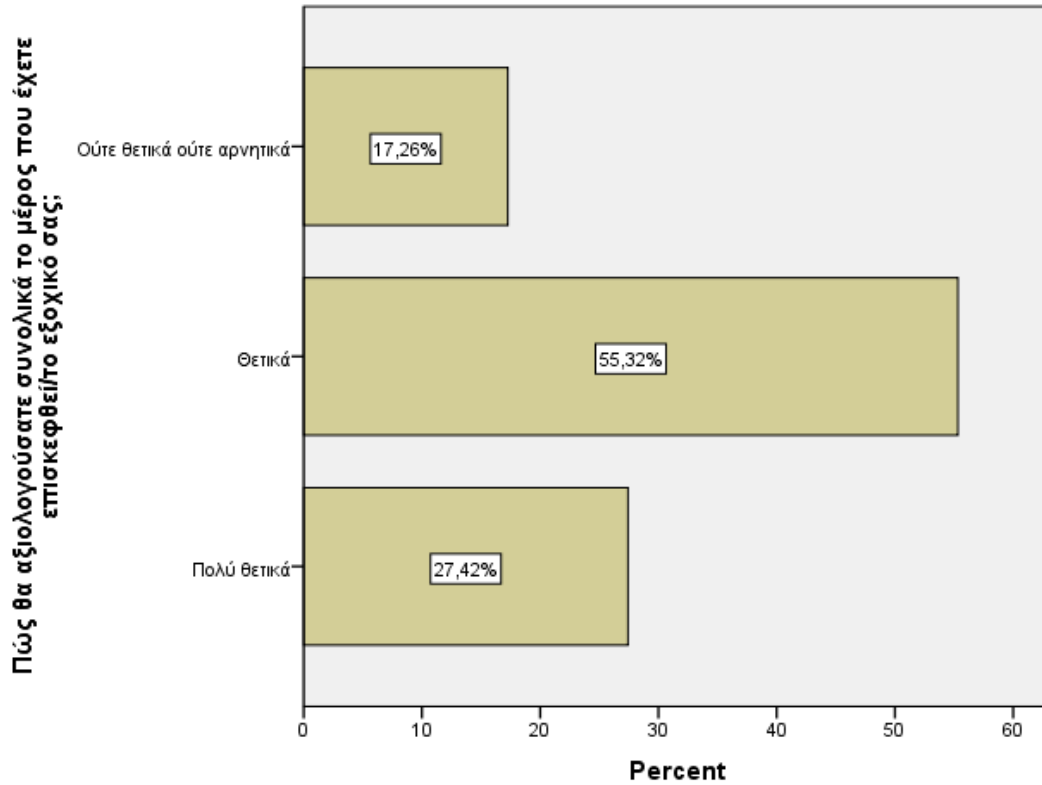




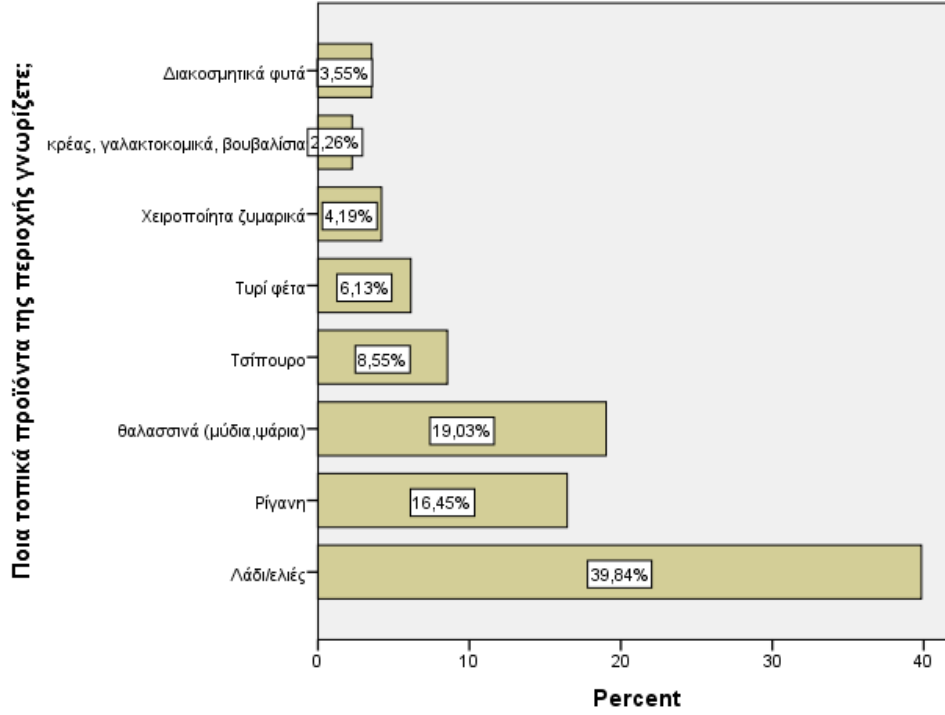
Ποιες δραστηριότητες θα σας ενδιέφεραν εκτός της κολύμβησης;



Πώς θα αξιολογούσατε συνολικά το μέρος που έχετε επισκεφθείτο εξοχικό σας;



Ποια τοπικά προϊόντα της περιοχής γνωρίζετε;



4.1.2 Συσχετίσεις

Ερευνητικά ερωτήματα

1. Επηρεάζουν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τα έτη που οι Έλληνες παραθεριστές που επιλέγουν τον Δήμο Βόλβης ως προορισμό;
2. Επηρεάζουν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά την άποψη που έχουν οι Έλληνες παραθεριστές που επιλέγουν τον Δήμο Βόλβης ως προορισμό σχετικά με τα προβλήματα του τόπου;
3. Επηρεάζουν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά την άποψη που έχουν οι Έλληνες παραθεριστές που επιλέγουν τον Δήμο Βόλβης ως προορισμό σχετικά με τους ξένους τουρίστες ;
4. Επηρεάζουν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά την άποψη που έχουν οι Έλληνες παραθεριστές που επιλέγουν τον Δήμο Βόλβης ως προορισμό σχετικά με τους ξένους τουρίστες από τα Βαλκάνια ;
5. Επηρεάζουν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά την άποψη που έχουν οι Έλληνες παραθεριστές που επιλέγουν τον Δήμο Βόλβης ως προορισμό σχετικά με το καλό που κάνουν οι ξένοι τουρίστες στον τόπο ;
6. Επηρεάζουν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τις δραστηριότητες που κάνουν οι Έλληνες παραθεριστές που επιλέγουν τον Δήμο Βόλβης ως προορισμό ;
7. Επηρεάζουν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τη συνολική αξιολόγηση του τόπου που κάνουν οι Έλληνες παραθεριστές που επιλέγουν τον Δήμο Βόλβης ως προορισμό ;

8. Επηρεάζουν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος την γνώση των θρησκευτικών και αρχαιολογικών μνημείων της περιοχής καθώς και των περιβαλλοντικών αξιοθέατων ;

Συσχέτιση δημογραφικών χαρακτηριστικών με τα έτη που κάνουν διακοπές στον Δήμο Βόλβης

Μεταβλητή	Chi-square	Sig
Φύλο	70,510	0,000
Ηλικία	470,194	0,000
Οικογενειακή κατάσταση	134,216	0,000
Έχετε παιδιά	12,177	0,007
Ήρθατε μαζί με τα παιδιά	12,177	0,007
Περιοχή εξοχικού	154,219	0,000
Επίπεδο εκπαίδευσης	16,100	0,065
Θέση στην απασχόληση	74,061	0,000
Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα νοικοκυριού	151,120	0,000

*a = 0,005

Από τον παραπάνω πίνακα παρατηρείται πως τα έτη που οι Έλληνες παραθεριστές επιλέγουν τον Δήμο Βόλβης για τις διακοπές τους δεν σχετίζονται με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τους, δηλαδή το φύλο, η ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκουν, η οικογενειακή τους κατάσταση, η ύπαρξη παιδιών, το να είναι και τα παιδιά μαζί με τους γονείς στις διακοπές, η περιοχή του εξοχικού, η θέση στην απασχόληση και το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα νοικοκυριού δεν επηρεάζουν τα έτη που κάνουν διακοπές στον Δήμο Βόλβης ($p\text{-value} < 0,005$) παρά μόνο το επίπεδο εκπαίδευσης επηρεάζει ($p\text{-value} > 0,005$).

Συσχέτιση δημογραφικών χαρακτηριστικών με τα κυριότερα προβλήματα στον Δήμο Βόλβης

Μεταβλητή	Chi-square	Sig
Φύλο	61,133	0,000

Ηλικία	887,079	0,000
Οικογενειακή κατάσταση	664,497	0,000
Έχετε παιδιά	20,680	0,037
Ήρθατε μαζί με τα παιδιά	20,680	0,037
Περιοχή εξοχικού	162,717	0,000
Επίπεδο εκπαίδευσης	117,385	0,000
Θέση στην απασχόληση	320,112	0,000
Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα νοικοκυριού	124,275	0,000

*a = 0,005

Από τον παραπάνω πίνακα παρατηρείται πως η άποψη των τουριστών για τα προβλήματα του Δήμου Βόλβης δεν σχετίζεται με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τους, δηλαδή το φύλο, η ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκουν, η οικογενειακή τους κατάσταση, η ύπαρξη παιδιών, το να είναι και τα παιδιά μαζί με τους γονείς στις διακοπές, η περιοχή του εξοχικού, το επίπεδο εκπαίδευσης, η θέση στην απασχόληση και το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα νοικοκυριού δεν επηρεάζουν την άποψή τους ($p\text{-value} < 0,005$).

Συσχέτιση δημογραφικών χαρακτηριστικών με την άποψη των Ελλήνων τουριστών για το να θέλουν τους ξένους τουρίστες γενικά

Μεταβλητή	Chi-square	Sig
Φύλο	2,015	0,365
Ηλικία	35,313	0,000
Οικογενειακή κατάσταση	13,528	0,095
Έχετε παιδιά	4,908	0,086
Ήρθατε μαζί με τα παιδιά	4,908	0,086
Περιοχή εξοχικού	37,473	0,000
Επίπεδο εκπαίδευσης	11,065	0,086
Θέση στην απασχόληση	60,899	0,000
Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα νοικοκυριού	279,582	0,000

εισόδημα νοικοκυριού

*a = 0,005

Από τον παραπάνω πίνακα παρατηρείται πως η άποψη των τουριστών για τους ξένους τουρίστες δεν σχετίζεται με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τους, δηλαδή, η ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκουν, η περιοχή του εξοχικού, η θέση στην απασχόληση και το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα νοικοκυριού δεν επηρεάζουν την άποψή τους ($p\text{-value} < 0,005$) ενώ το φύλο, η οικογενειακή κατάσταση, η ύπαρξη παιδιών και το ότι κάνουν διακοπές μαζί τους καθώς και το επίπεδο εκπαίδευσης επηρεάζουν αυτήν τους την άποψη ($p\text{-value} > 0,005$).

Συσχέτιση δημογραφικών χαρακτηριστικών με την άποψη των Ελλήνων τουριστών για το να θέλουν τους ξένους τουρίστες από τα Βαλκάνια

Μεταβλητή	Chi-square	Sig
Φύλο	2,015	0,365
Ηλικία	35,313	0,000
Οικογενειακή κατάσταση	13,528	0,095
Έχετε παιδιά	4,908	0,086
Ήρθατε μαζί με τα παιδιά	4,908	0,086
Περιοχή εξοχικού	37,473	0,000
Επίπεδο εκπαίδευσης	11,065	0,086
Θέση στην απασχόληση	60,899	0,000
Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα νοικοκυριού	279,582	0,000

*a = 0,005

Από τον παραπάνω πίνακα παρατηρείται πως η άποψη των τουριστών για τους ξένους τουρίστες από τα Βαλκάνια δεν σχετίζεται με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τους, δηλαδή, η ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκουν, η περιοχή του εξοχικού, η θέση στην απασχόληση και το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα νοικοκυριού δεν επηρεάζουν την άποψή τους ($p\text{-value} < 0,005$) ενώ το φύλο, η οικογενειακή κατάσταση, η ύπαρξη παιδιών και το ότι κάνουν διακοπές μαζί τους

καθώς και το επίπεδο εκπαίδευσης επηρεάζουν αυτήν τους την άποψη (p-value > 0,005).

Συσχέτιση δημογραφικών χαρακτηριστικών με την άποψη των Ελλήνων τουριστών
ότι οι ξένοι τουρίστες είναι καλό για τον τόπο

Μεταβλητή	Chi-square	Sig
Φύλο	7,754	0,021
Ηλικία	61,294	0,000
Οικογενειακή κατάσταση	14,583	0,068
Έχετε παιδιά	60,388	0,000
Ηρθατε μαζί με τα παιδιά	60,388	0,000
Περιοχή εξοχικού	8,731	0,068
Επίπεδο εκπαίδευσης	14,887	0,013
Θέση στην απασχόληση	134,902	0,000
Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα νοικοκυριού	208,429	0,000

*a = 0,005

Από τον παραπάνω πίνακα παρατηρείται πως η άποψη των τουριστών το καλό που κάνουν οι ξένοι τουρίστες στον τόπο δεν σχετίζεται με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τους, δηλαδή το φύλο, η ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκουν, η ύπαρξη παιδιών, το να είναι και τα παιδιά μαζί με τους γονείς στις διακοπές, το επίπεδο εκπαίδευσης, η θέση στην απασχόληση και το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα νοικοκυριού δεν επηρεάζουν την άποψή τους (p-value < 0,005) ενώ η οικογενειακή κατάσταση και η περιοχή του εξοχικού επηρεάζουν την άποψή τους (p-value > 0,005).

Συσχέτιση δημογραφικών χαρακτηριστικών με τις δραστηριότητες που κάνουν οι Έλληνες παραθεριστές

Μεταβλητή	Chi-square	Sig
Φύλο	35,154	0,000
Ηλικία	111,744	0,000
Οικογενειακή κατάσταση	100,207	0,000
Έχετε παιδιά	7,289	0,063

Ήρθατε μαζί με τα παιδιά	7,289	0,063
Περιοχή εξοχικού	511,713	0,000
Επίπεδο εκπαίδευσης	38,785	0,065
Θέση στην απασχόληση	65,810	0,000
Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα νοικοκυριού	114,165	0,000

*a = 0,005

Από τον παραπάνω πίνακα παρατηρείται πως οι δραστηριότητες που οι Έλληνες παραθεριστές κάνουν σχετίζονται με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τους, δηλαδή το φύλο, η ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκουν, η οικογενειακή τους κατάσταση, η περιοχή του εξοχικού, η θέση στην απασχόληση και το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα νοικοκυριού δεν επηρεάζουν τα έτη που κάνουν διακοπές στον Δήμο Βόλβης (p -value < 0,005) παρά μόνο το επίπεδο εκπαίδευσης, η ύπαρξη παιδιών και το να είναι και τα παιδιά μαζί με τους γονείς στις διακοπές, επηρεάζει τις δραστηριότητες που επιλέγουν (p -value > 0,005).

Συσχέτιση δημογραφικών χαρακτηριστικών με τη συνολική αξιολόγηση του τόπου

Μεταβλητή	Chi-square	Sig
Φύλο	3,671	0,160
Ηλικία	84,307	0,000
Οικογενειακή κατάσταση	29,290	0,000
Έχετε παιδιά	1,465	0,481
Ήρθατε μαζί με τα παιδιά	1,465	0,481
Περιοχή εξοχικού	488,002	0,000
Επίπεδο εκπαίδευσης	6,336	0,387
Θέση στην απασχόληση	27,277	0,000
Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα νοικοκυριού	56,513	0,000

*a = 0,005

Από τον παραπάνω πίνακα παρατηρείται πως η συνολική αξιολόγηση για τον τόπο δεν επηρεάζεται από ηλικία των παραθεριστών, την οικογενειακή τους κατάσταση, την περιοχή του εξοχικού, αλλά επηρεάζεται από το φύλο, την ύπαρξη

παιδιών, το ότι τα παίρνουν μαζί στις διακοπές και το επίπεδο εκπαίδευσής τους (p -value < 0,005).

Συσχέτιση δημογραφικών χαρακτηριστικών με τη γνώση των θρησκευτικών μνημείων του τόπου

Μεταβλητή	Chi-square	Sig
Φύλο	3,708	0,157
Ηλικία	15,597	0,112
Οικογενειακή κατάσταση	12,373	0,135
Έχετε παιδιά	2,762	0,251
Ηρθατε μαζί με τα παιδιά	2,762	0,251
Περιοχή εξοχικού	6,223	0,183
Επίπεδο εκπαίδευσης	23,731	0,001
Θέση στην απασχόληση	55,628	0,000
Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα νοικοκυριού	44,205	0,000

*a = 0,005

Από τον παραπάνω πίνακα παρατηρείται πως το φύλο, η ηλικία, η οικογενειακή κατάσταση, η ύπαρξη παιδιών, το ότι τα παιδιά κάνουν διακοπές με τους γονείς κι η περιοχή του εξοχικού επηρεάζουν τη γνώση των θρησκευτικών μνημείων της περιοχής (p -value < 0,005) ενώ το επίπεδο εκπαίδευσης, η θέση στην απασχόληση και το ετήσιο εισόδημα δεν την επηρεάζουν (p -value > 0,005).

Συσχέτιση δημογραφικών χαρακτηριστικών με τη γνώση των αρχαιολογικών μνημείων του τόπου

Μεταβλητή	Chi-square	Sig
Φύλο	3,708	0,157
Ηλικία	15,597	0,112
Οικογενειακή κατάσταση	12,373	0,135
Έχετε παιδιά	2,762	0,251
Ηρθατε μαζί με τα παιδιά	2,762	0,251
Περιοχή εξοχικού	6,223	0,183

Επίπεδο εκπαίδευσης	23,731	0,001
Θέση στην απασχόληση	55,628	0,000
Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα νοικοκυριού	44,205	0,000

*a = 0,005

Από τον παραπάνω πίνακα παρατηρείται πως το φύλο, η ηλικία, η οικογενειακή κατάσταση, η ύπαρξη παιδιών, το ότι τα παιδιά κάνουν διακοπές με τους γονείς κι η περιοχή του εξοχικού επηρεάζουν τη γνώση των αρχαιολογικών μνημείων της περιοχής (p-value < 0,005) ενώ το επίπεδο εκπαίδευσης, η θέση στην απασχόληση και το ετήσιο εισόδημα δεν την επηρεάζουν (p-value > 0,005).

Συσχέτιση δημογραφικών χαρακτηριστικών με τη γνώση των περιβαλλοντικών αξιοθέατων του τόπου

Μεταβλητή	Chi-square	Sig
Φύλο	3,708	0,157
Ηλικία	15,597	0,112
Οικογενειακή κατάσταση	12,373	0,135
Έχετε παιδιά	2,762	0,251
Ήρθατε μαζί με τα παιδιά	2,762	0,251
Περιοχή εξοχικού	6,223	0,183
Επίπεδο εκπαίδευσης	23,731	0,001
Θέση στην απασχόληση	55,628	0,000
Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα νοικοκυριού	44,205	0,000

*a = 0,005

Από τον παραπάνω πίνακα παρατηρείται πως το φύλο, η ηλικία, η οικογενειακή κατάσταση, η ύπαρξη παιδιών, το ότι τα παιδιά κάνουν διακοπές με τους γονείς κι η περιοχή του εξοχικού επηρεάζουν τη γνώση των περιβαλλοντικών αξιοθέατων της περιοχής (p-value < 0,005) ενώ το επίπεδο εκπαίδευσης, η θέση στην απασχόληση και το ετήσιο εισόδημα δεν την επηρεάζουν (p-value > 0,005).

4.2 Έρευνα σε ξένους παραθεριστές

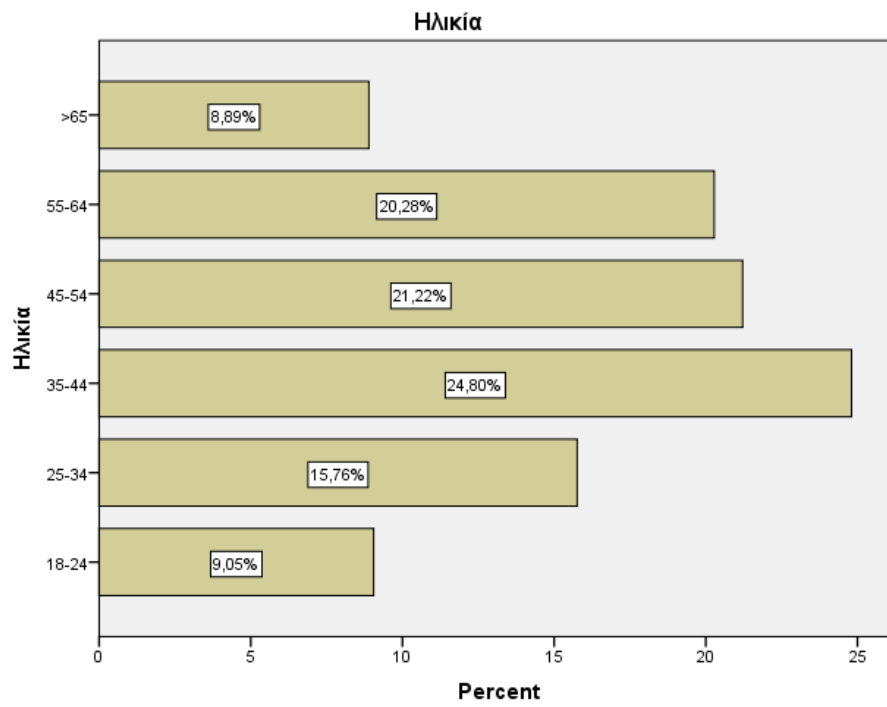
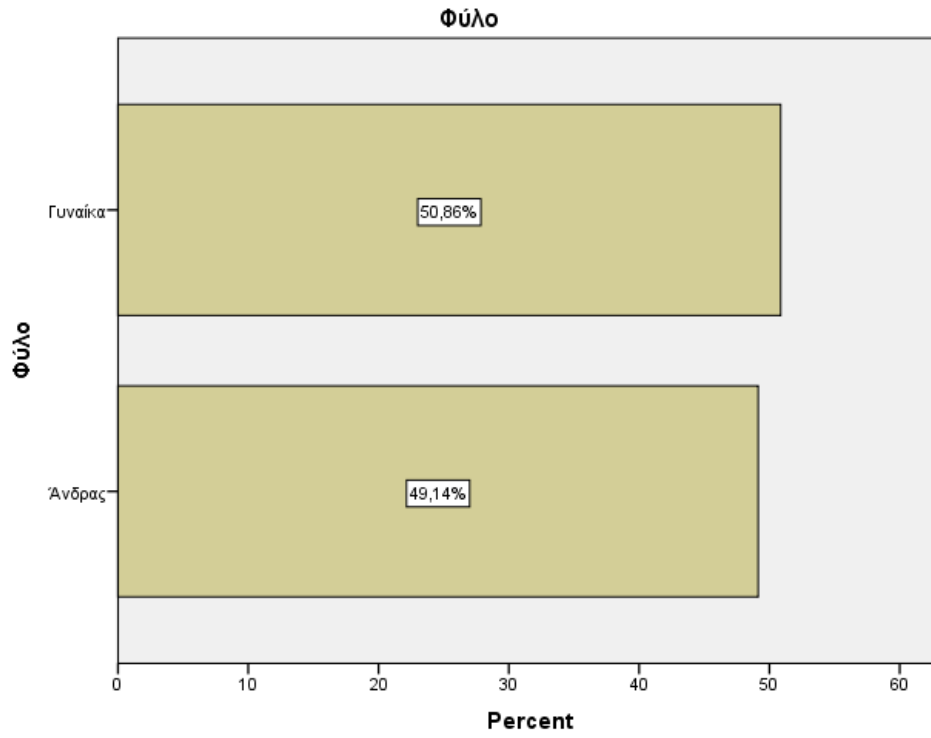
Τύπος Έρευνας	Ποσοτική έρευνα πρόσωπο με πρόσωπο με τη χρήση tablet
Περιοχή έρευνας	Δήμος Βόλβης
Μέθοδος δειγματοληψίας	Στρωματοποιημένη τυχαία δειγματοληψία
Μέγεθος δείγματος	641 άτομα, άνδρες και γυναίκες άνω των 18, ξένοι παραθεριστές
Χρονική διάρκεια δειγματοληψίας	15 Ιουλίου-31 Αυγούστου 2018
Μέγιστο στατιστικό σφάλμα	3,8%

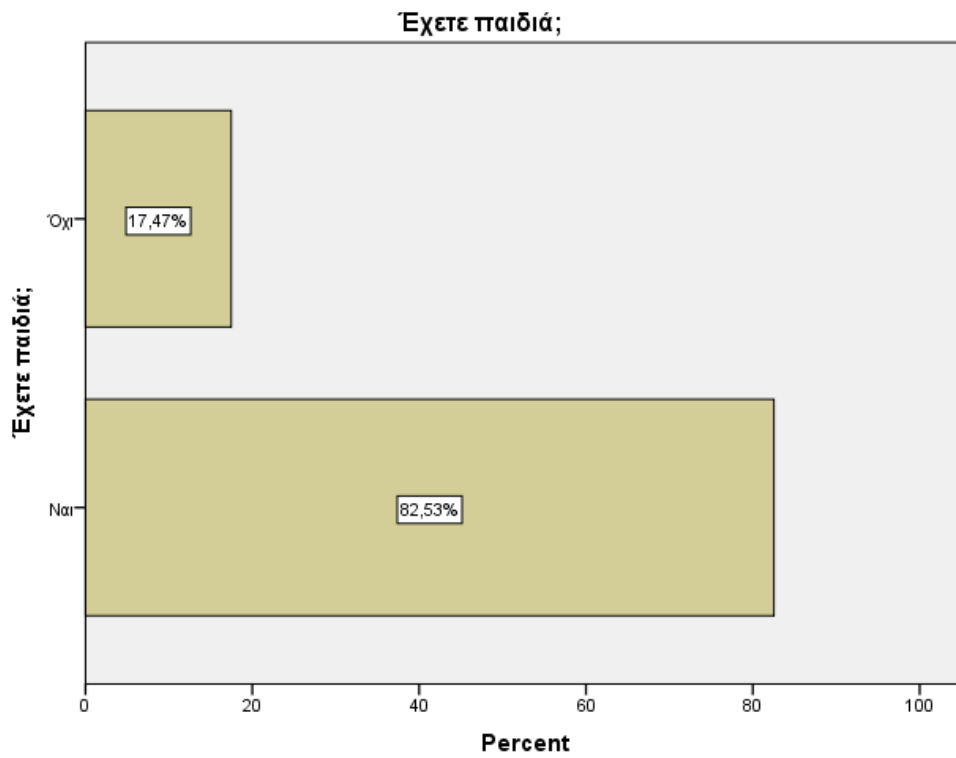
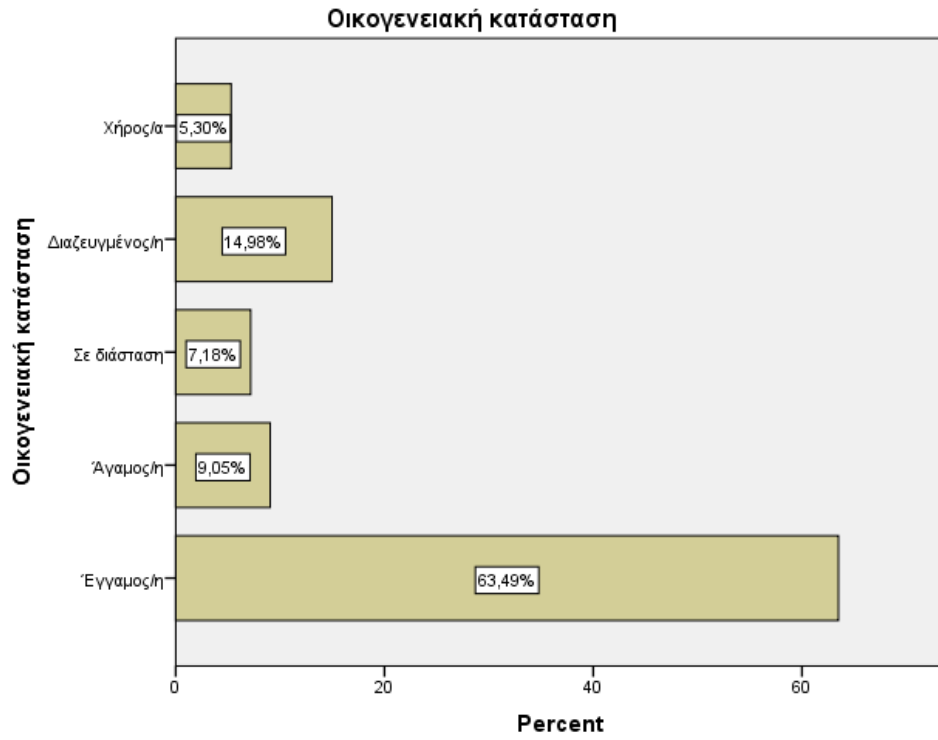
4.2.1 Αποτελέσματα έρευνας

Μεταβλητή		Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Φύλο	Άνδρας	315	49,1%
	Γυναίκα	326	50,9%
Ηλικία	18-24	58	9,0%
	25-34	101	15,8%
	35-44	159	24,8%
	45-54	136	21,2%
	55-64	130	20,3%
	>65	57	8,9%
Οικογενειακή κατάσταση	Έγγαμος/η	407	63,5%
	Άγαμος/η	58	9,0%
	Σε διάσταση	46	7,2%
	Διαζευγμένος/η	96	15,0%
	Χήρος/α	34	5,3%
Παιδιά	Ναι	529	82,5%
	Όχι	112	17,5%
Ήρθατε μαζί με τα παιδιά	Ναι	529	82,5%
	Όχι	112	17,5%
Χώρα προέλευσης	Βουλγαρία	327	51,0%
	Σερβία	109	17,0%
	Ρουμανία	91	14,2%
	Γερμανία	114	17,8%
Περιοχή εξοχικού	Ασπροβάλτα	195	30,4%
	Σταυρός	237	37,0%
	Βρασνά	209	32,6%
Επίπεδο εκπαίδευσης	Απόφοιτος	5	0,8%
	Γυμνασίου		

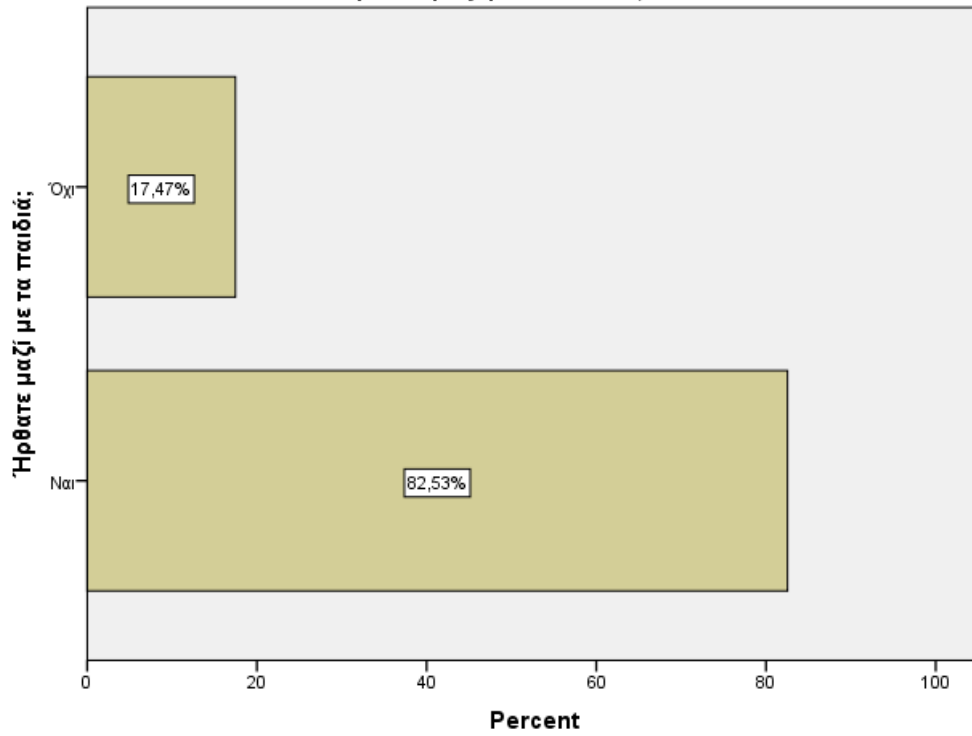
	Απόφοιτος Λυκείου	169	26,4%
	Πτυχίο	261	40,7%
	Πανεπιστημιακού Ιδρύματος		
	Μεταπτυχιακός τίτλος	191	29,8%
	Διδακτορικός τίτλος	15	2,3%
Θέση στην απασχόληση	Εργοδότης/ Αυτοαπασχολούμενος	221	34,5%
	Μισθωτός στον ιδιωτικό τομέα	289	45,1%
	Συνταξιούχος	15	2,3%
	Μισθωτός στον δημόσιο τομέα	116	18,1%
Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα νοικοκυριού	Έως 10.000€	138	21,5%
	Έως 20.000€	163	25,4%
	Έως 30.000€	37	5,8%
	Έως 40.000€	124	19,3%
	Έως 50.000€	179	27,9%

Από την ανάλυση των δημογραφικών στοιχείων του δείγματος προκύπτει πως το 50,9% των ξένων παραθεριστών είναι γυναίκες και το 49,1% άνδρες. Η επικρατούσα ηλικιακή ομάδα είναι σύμφωνα με το 24,8% η 35-44 ετών, το 63,5% είναι έγγαμοι και το 82,5% έχει παιδιά, τα οποία έχουν πάρει και μαζί στις διακοπές τους στον Δήμο Βόλβης. Το 51% των τουριστών προέρχεται από τη Βουλγαρία, το 17% από τη Σερβία, το 14,2% από τη Ρουμανία και το 17,8% από τη Γερμανία, ενώ από αυτούς το 37% μένει στον Σταυρό, το 32,6% στα Βρασνά και το 30,4% στην Ασπροβάλτα. Όσον αφορά το επίπεδο εκπαίδευσης των παραθεριστών σύμφωνα με το 40,7% είναι πτυχιούχοι πανεπιστημιακού ιδρύματος και το 29,8% είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού διπλώματος ενώ σημαντικό ποσοστό (26,4%) είναι απόφοιτοι Λυκείου. Στη συνέχεια, το 45,1% είναι μισθωτοί στον ιδιωτικό τομέα ενώ το 34,5% είναι αυτοαπασχολούμενοι. Μόνο το 18,1% εργάζεται στον δημόσιο τομέα. Τέλος, το 27,9% των ξένων παραθεριστών στον Δήμο Βόλβης έχει ετήσιο εισόδημα έως 50.000€, το 25,4% έως 20.000€, το 21,5% έως 10.000€ και το 19,3% έως 40.000€.

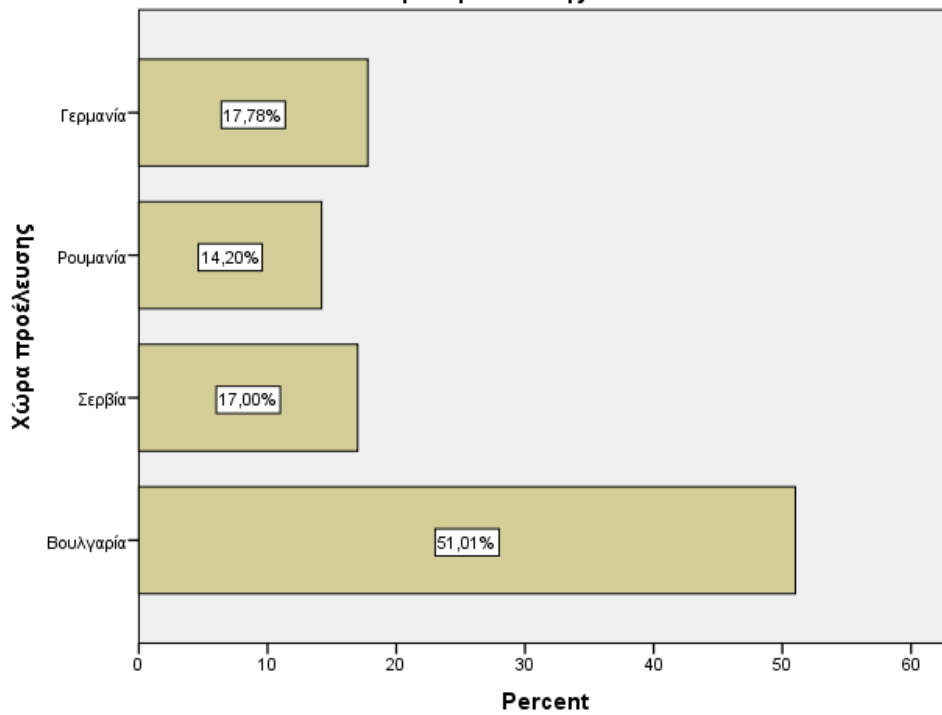


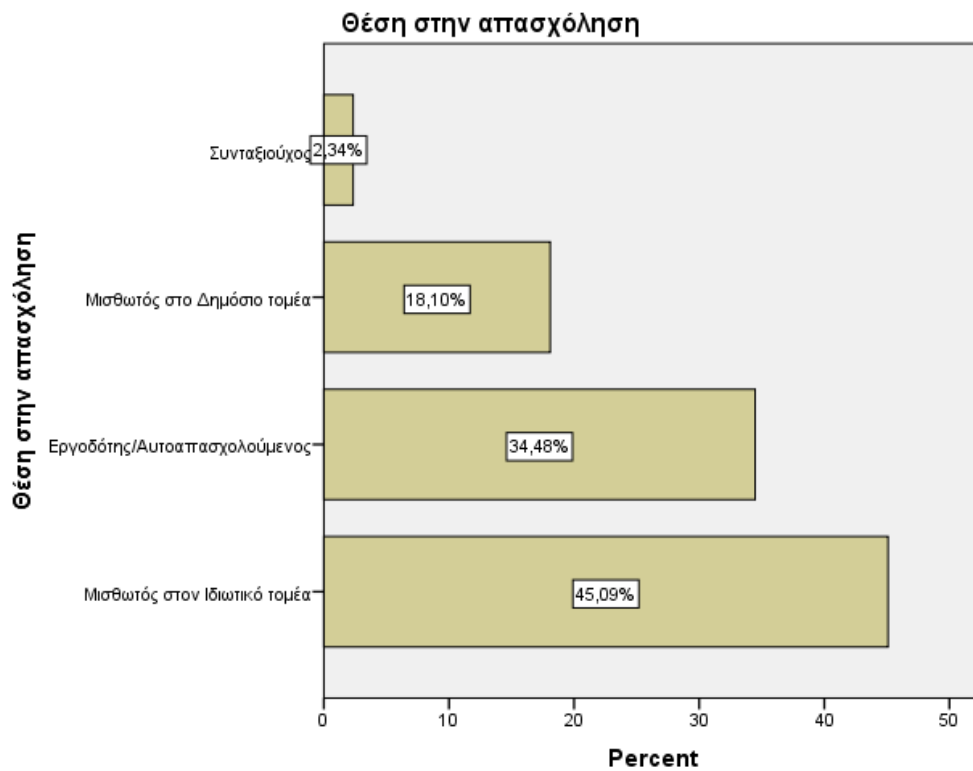
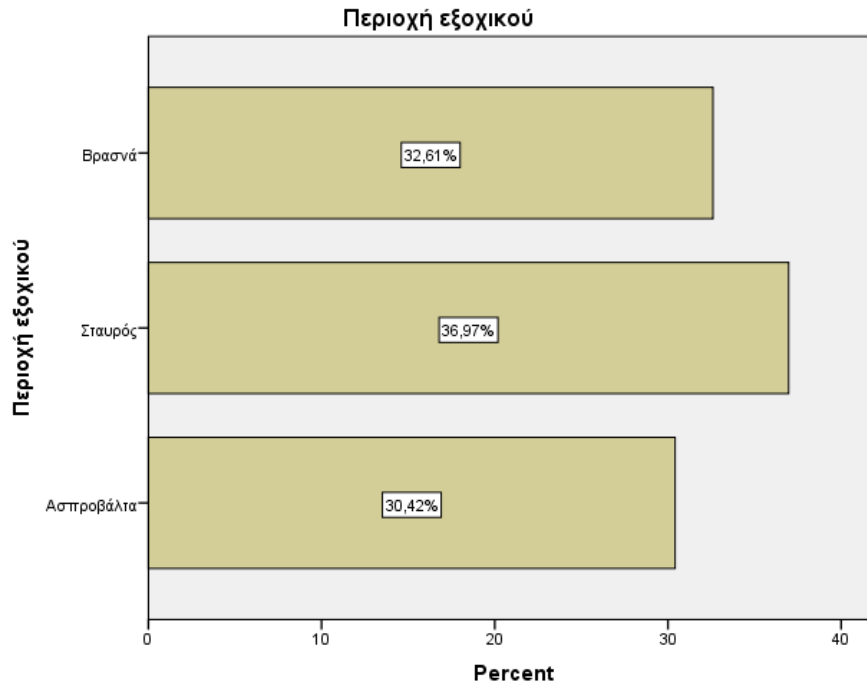


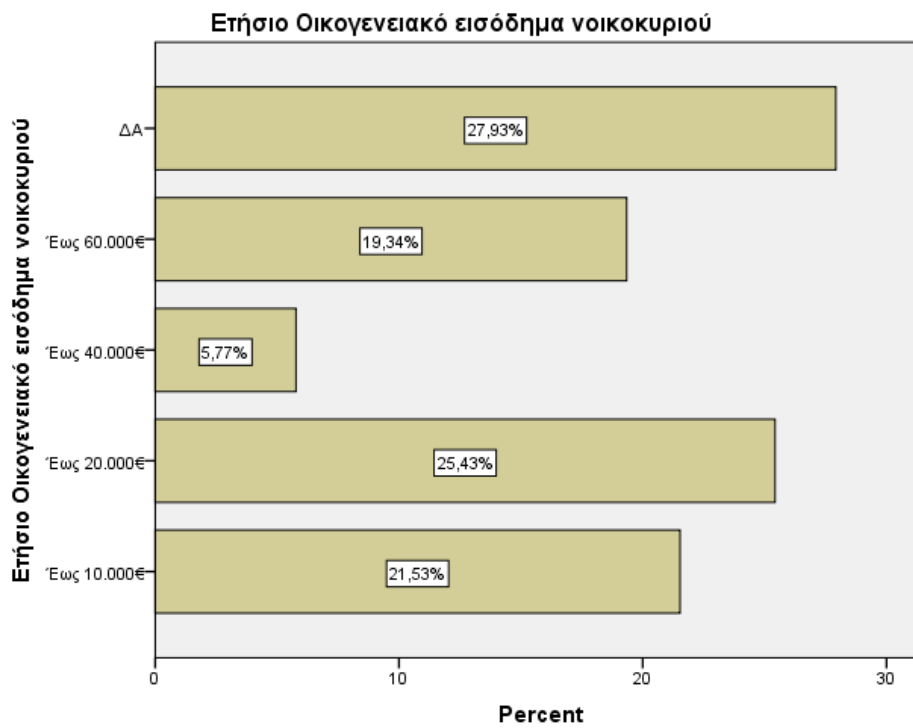
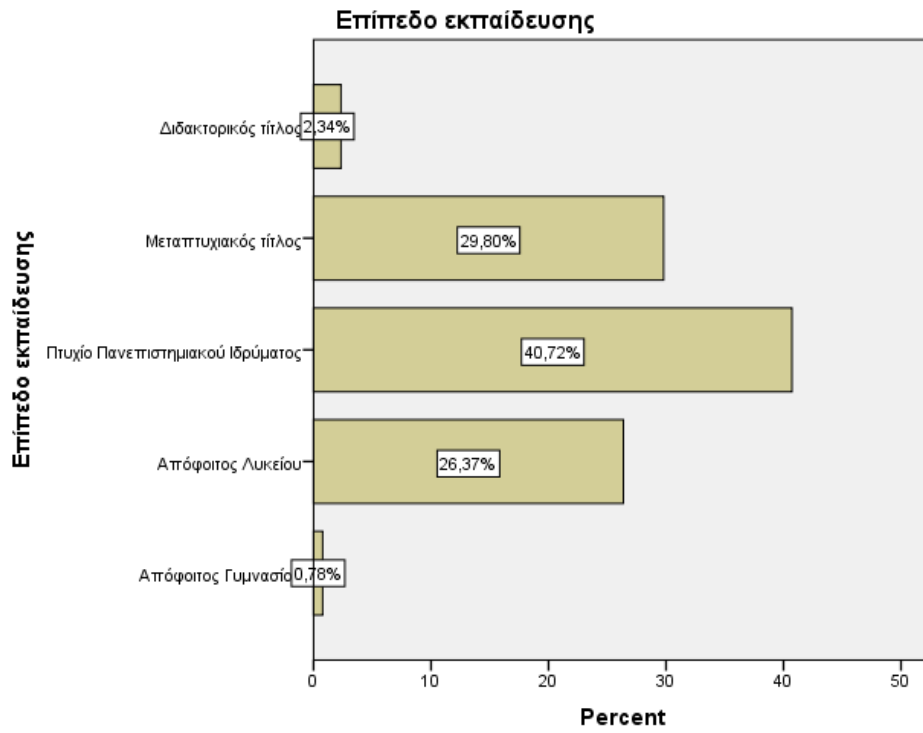
Ήρθατε μαζί με τα παιδιά;



Χώρα προέλευσης

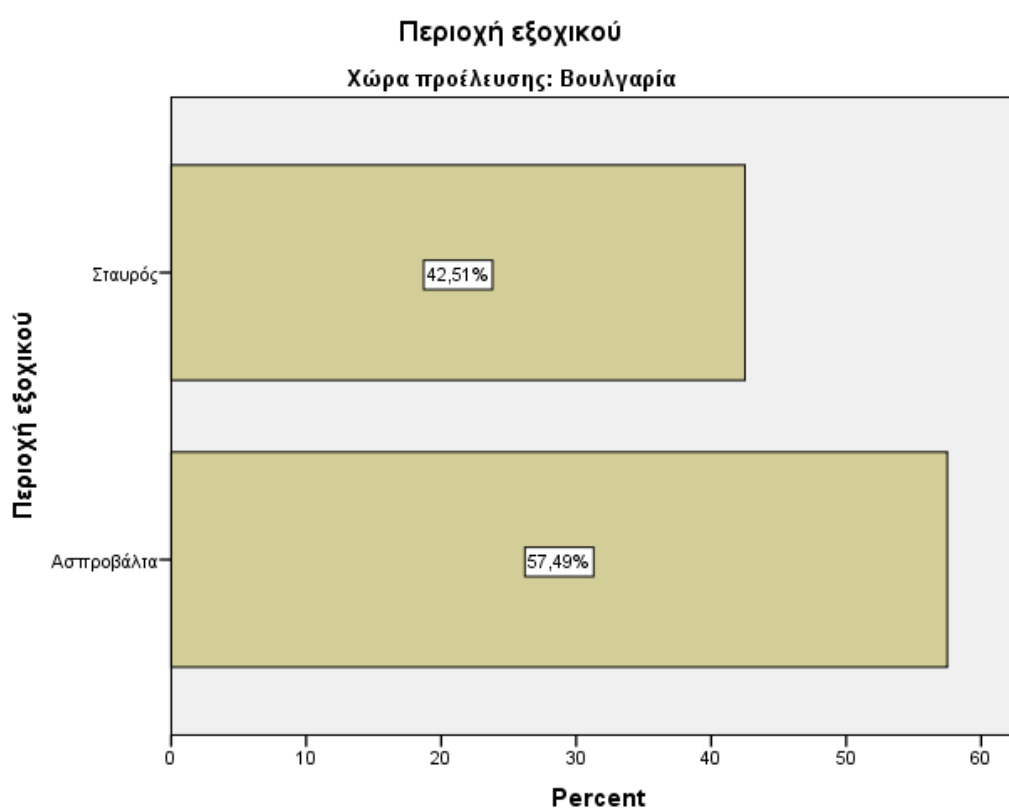


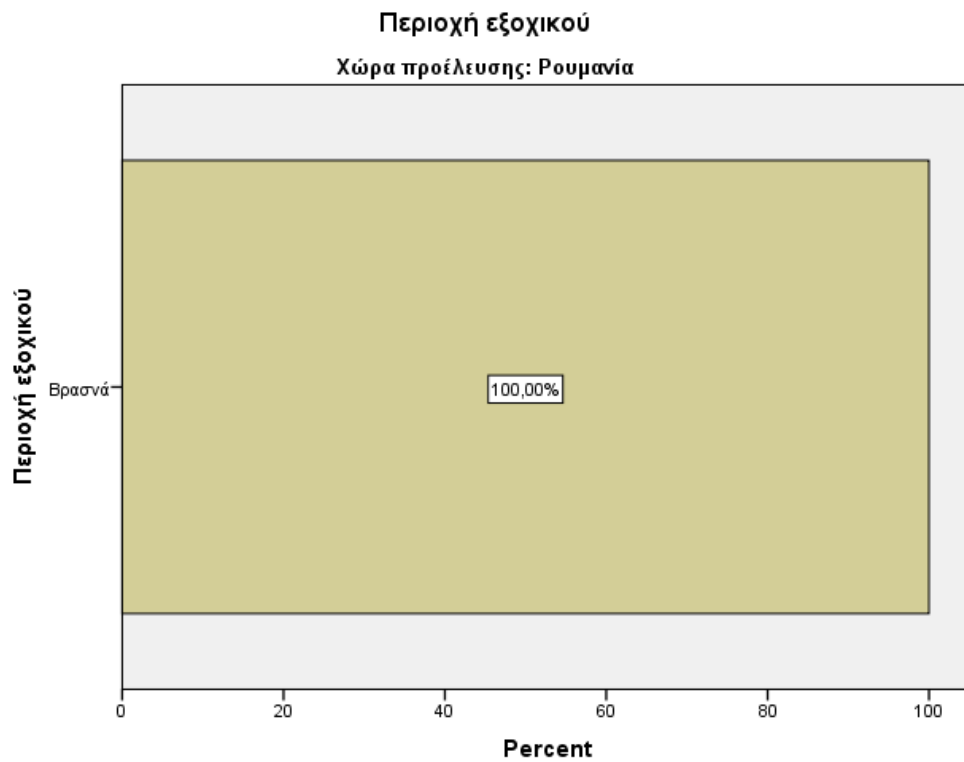
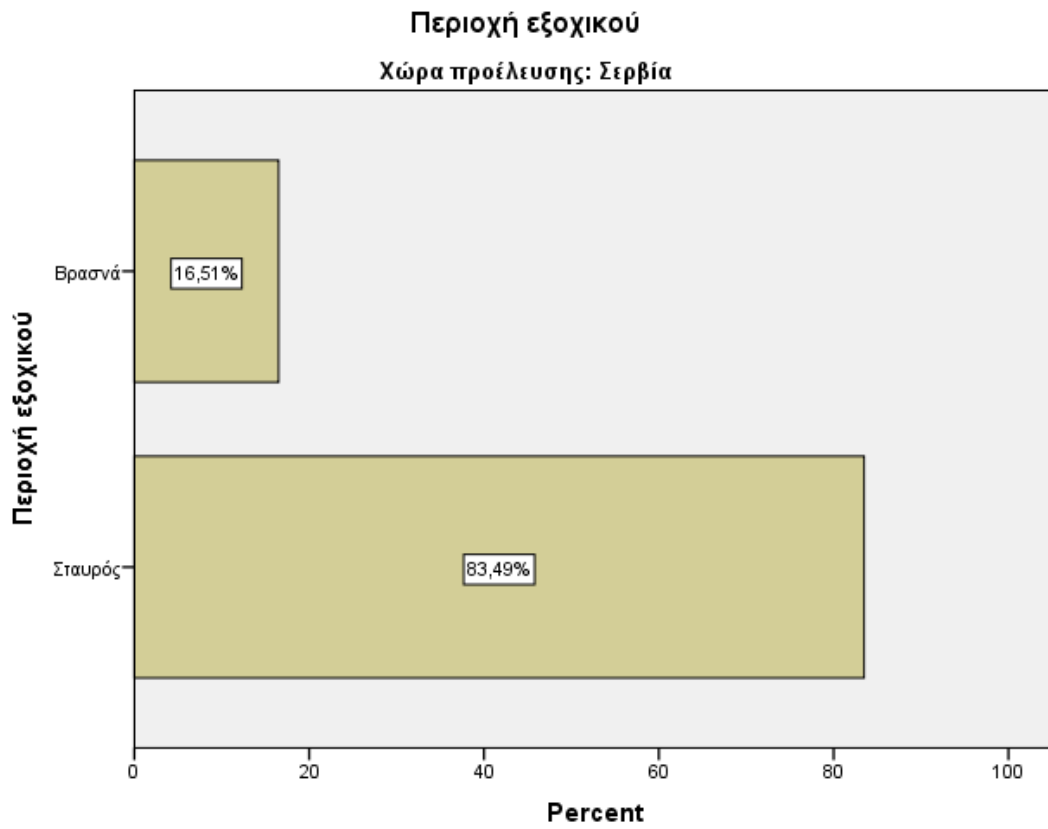


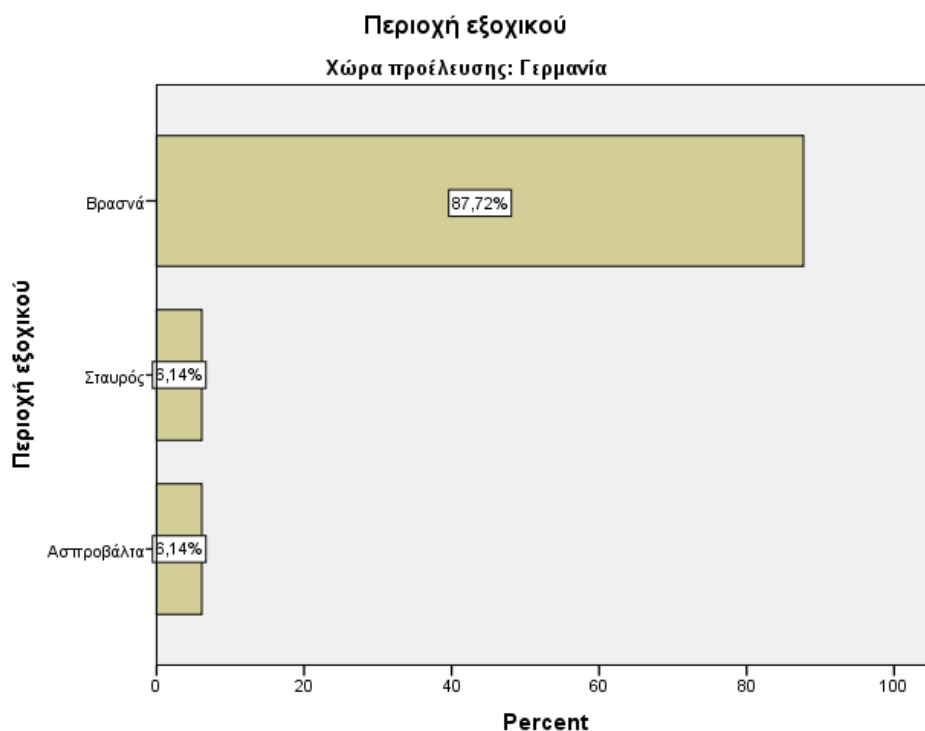


Ανά χώρα προέλευσης

Χώρα προέλευσης	Περιοχή εξοχικού	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Βουλγαρία	Ασπροβάλτα	188	57,5%
	Σταυρός	139	42,5%
Σερβία	Σταυρός	91	83,5%
	Βρασνά	18	16,5%
Ρουμανία	Βρασνά	91	100,0%
Γερμανία	Ασπροβάλτα	7	6,1%
	Σταυρός	7	6,1%
	Βρασνά	100	87,7%







Μεταβλητή		Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Με ποιο/α κριτήρια επιλέξατε το συγκεκριμένο προορισμό διακοπών;	Θάλασσες/Ηλιος/ακτές	460	71,8%
	Ξενοδοχεία/Καταλύματα	55	8,6%
	Ποιότητα εξυπηρέτησης	14	2,2%
	Φιλοξενία/φιλική διάθεση	62	9,7%
	Τιμές	4	0,6%
	Ασφαλής Προορισμός	14	2,2%
	Γαστρονομία	32	5,0%
Ποια θρησκευτικά μνημεία της περιοχής γνωρίζετε;	Ιερός Ναός Αγίας Μαρίνας	195	30,4%
	Ιερός Ναός Αγίου Γεωργίου	24	3,7%
	Ιερός Ναός Αγίας Παρασκευής	218	34,0%
	Βήμα του Αποστόλου Παύλου (Απολλωνία)	174	27,1%
	Ιερό Προσκύνημα Αγίου Λαζάρου	30	4,7%
Ποια αρχαιολογικά	Κάστρο Ρεντίνας	200	31,2%

μνημεία της περιοχής γνωρίζετε;	Φρούριο των Βρασών	174	27,1%
	Ελληνιστική αγροικία	213	33,2%
	Μεταβυζαντινό-οθωμανικό λουτρό (Απολλωνία)	54	8,4%
Ποια περιβαλλοντικά αξιοθέατα γνωρίζετε;	Λίμνη Βόλβη	116	18,1%
	Νυμφόπετρες	174	28,1%
		24	3,7%
	Πλατανόδασος Σταυρού		
	Δρακότρυπα (Βρασνά)	187	29,2%
	Πλατανόδασος Μελισσουργού	100	15,6%
	Υπεραιωνόβια πλατάνια	5	0,8%
	Παραλίμνιο δάσος Απολλωνίας	42	6,6%
	Ποια ενδιαφέροντα σημεία/αξιοθέατα που βρίσκονται κοντά στο δήμο Βόλβης γνωρίζετε και θα πηγαίνατε ολιγόωρη/ημερήσια εκδρομή;	Θεσσαλονίκη - 70 χλμ	158
Άγιον Όρος/ Ουρανούπολη – 62 χλμ		87	13,6%
Αρχαία Στάγειρα (πατρίδα Αριστοτέλη) - 15 χλμ		229	35,7%
Αμφίπολη – 29 χλμ		122	19,0%
Σπήλαιο Αλιστράτης- 56 χλμ		45	7,0%
Με ποιο από τα παρακάτω μεταφορικά μέσα φτάσατε εδώ από τη χώρα σας;		Οδικώς με δικό μου/ενοικιαζόμενο όχημα/μοτοσυκλέτα	448
	Οδικώς με πούλμαν τουριστικής εταιρίας	58	9,0%
	Αεροπορικώς Θεσσαλονίκη μεμονωμένα	37	5,8%
	Αεροπορικώς Θεσσαλονίκη μέσω τουριστικής εταιρίας	48	7,5%
	Τρένο Θεσσαλονίκη	49	7,8%
	Πόσες διανυκτερεύσεις θα κάνατε στο συγκεκριμένο μέρος συνολικά	1-3	75
4-6		192	30,0%
7-10		284	44,3%
Πάνω από 10		90	14,0%
Πόσες διανυκτερεύσεις θα κάνατε στο συγκεκριμένο μέρος συνολικά	1-3	157	24,5%
	4-6	189	29,5%
	7-10	206	32,1%
	Πάνω από 10	89	13,95%
Από πού ακούσατε/μάθατε/είδατε για τη συγκεκριμένη περιοχή;	Από το Internet	297	46,3%
	Από φίλους/γνωστούς	117	18,3%
	Από προηγούμενη επίσκεψη	115	17,9%
	Τουριστικά πρακτορεία	25	3,9%

	Από ιστορικές γνώσεις/ γνώσεις πολιτισμού	87	13,6%
Τι γνωρίζετε για την συγκεκριμένη περιοχή πριν την επισκεφθείτε;	Σταυρός-παραλία	198	30,9%
	Ασπροβάλτα - παραλία	110	17,2%
	Είναι μεγάλης φυσικής ομορφιάς	86	13,4%
	Έχει θρησκευτικό ενδιαφέρον (Άγιο Όρος, εκκλησίες, σημείο διδασκαλίας από Απ. Παύλο)	110	17,2%
	Λίμνη Βόλβης	34	5,3%
	Έχει αρχαιολογικούς τόπους	50	7,8%
	Έχει βυζαντινά μνημεία	53	8,3%
Πόσες φορές έχετε επισκεφθεί το κάθε μέρος από τα παρακάτω; Ασπροβάλτα	1 φορά	414	64,6%
	2-3 φορές	150	23,4%
	4-6 φορές	40	6,2%
	Περισσότερες από 7 φορές	37	5,8%
Πόσες φορές έχετε επισκεφθεί το κάθε μέρος από τα παρακάτω; Σταυρός	1 φορά	418	65,2%
	2-3 φορές	177	27,6%
	4-6 φορές	32	5,0%
	Περισσότερες από 7 φορές	14	2,2%
Πόσες φορές έχετε επισκεφθεί το κάθε μέρος από τα παρακάτω; Βρασνά	1 φορά	458	71,5%
	2-3 φορές	141	22,0%
	4-6 φορές	28	4,4%
	Περισσότερες από 7 φορές	14	2,2%
Πόσες φορές έχετε επισκεφθεί το κάθε μέρος από τα παρακάτω; Λουτρά Απολλωνίας	1 φορά	423	66,0%
	2-3 φορές	141	22,0%
	4-6 φορές	28	4,4%
	Περισσότερες από 7 φορές	49	7,6%
Και πώς θα αξιολογούσατε συνολικά το μέρος που έχετε επισκεφθεί;	Θετικά	530	82,7%
	Ούτε θετικά ούτε αρνητικά	46	7,2%
	Αρνητικά	65	10,1%
Ποια τοπικά προϊόντα της περιοχής γνωρίζετε;	Λάδι/ελιές	202	31,5%
	Τυρί φέτα	118	18,4%

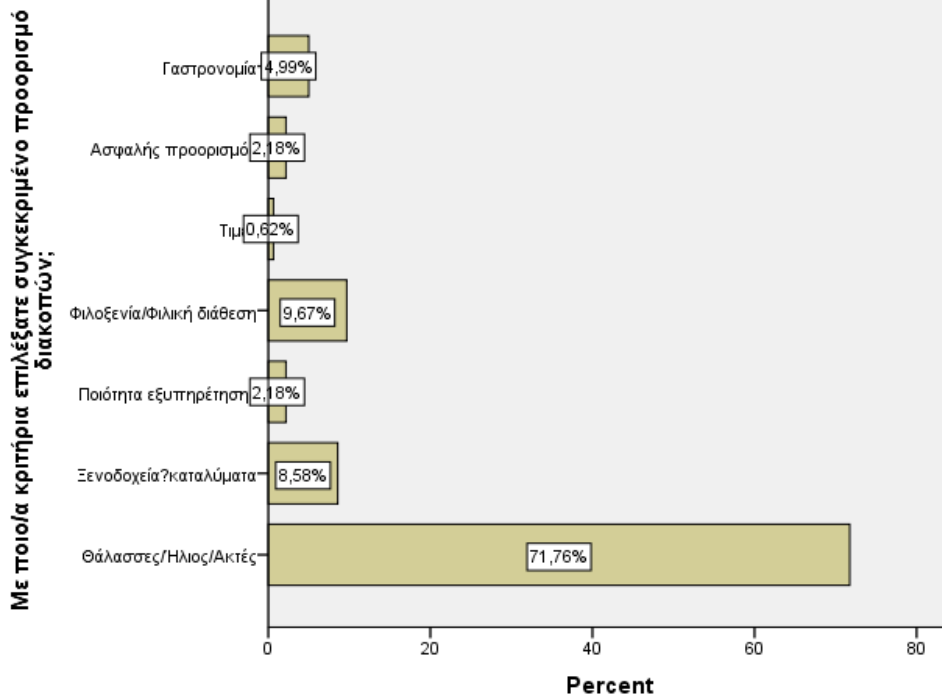
	Θαλασσινά	84	13,1%
	Ρίγανη	77	12,0%
	Κρέας, γαλακτοκομικά, βουβαλίσια	47	7,3%
	Τσίπουρο	42	6,6%
	Διακοσμητικά φυτά	35	5,5%
	Χειροποίητα ζυμαρικά	36	5,6%
Έχετε σκοπό να αγοράσετε προϊόντα της περιοχής;	Ναι	585	91,3%
	Όχι	46	7,2%
	ΔΓ/ΔΑ	10	1,6%
Τι τοπικά προϊόντα ακριβώς;	Λάδι/ελιές	449	70,0%
	Γαλακτοκομικά προϊόντα	134	20,9%
	Ρίγανη	17	2,7%
	Διακοσμητικά φυτά	17	2,7%
	Τσίπουρο	14	2,2%
	Χειροποίητα ζυμαρικά	10	1,6%

Το 71,8% των ξένων παραθεριστών στον Δήμο Βόλβης επέλεξε τον συγκεκριμένο προορισμό για διακοπές με κριτήριο τις θάλασσες, τον ήλιο και τις ακτές. Το 34% των συμμετεχόντων στην έρευνα γνωρίζει τον Ιερό Ναό Αγίας Παρασκευής και το 30,4% τον Ιερό Ναό Αγίας Μαρίας ενώ το 27,1% το Βήμα του Αποστόλου Παύλου. Όσον αφορά τα αρχαιολογικά μνημεία της περιοχής, το 33,2% γνωρίζει την Ελληνιστική αγροικία, το 31,2% το Κάστρο Ρεντίνας και το 27,1% το Φρούριο των Βρασνών. Όσον αφορά τα περιβαλλοντικά αξιοθέατα το 29,2% των τουριστών γνωρίζει τη Δρακότρυπα και το 28,1% τις Νυμφόπετρες. Σε ερώτηση για τα κοντινά αξιοθέατα που θα επέλεγαν οι τουρίστες, το 35,7% θα επέλεγε να πάει εκδρομή στα Αρχαία Στάγειρα, το 24,6% στη Θεσσαλονίκη, το 19% στην Αμφίπολη και το 13,6% στο Άγιον Όρος. Το 69,9% των τουριστών εισήλθαν στη χώρα οδικώς με ΙΧ, το 9% οδικώς με πούλμαν, το 7,5% αεροπορικώς μέσω τουριστικής εταιρίας και το 5,8% αεροπορικώς μεμονωμένα. Στη συνέχεια, παρατηρήθηκε πως το 44,3% των τουριστών θα έκανε 7 με 10 διανυκτερεύσεις συνολικά στον Δήμο Βόλβης ενώ τη συγκεκριμένη φορά το 32,1% διέμεινε έως 7 ημέρες. Το 46,3% έμαθε για τη συγκεκριμένη περιοχή μέσω Διαδικτύου, το 18,3% μέσω φίλων και γνωστών, το 17,9% από προηγούμενη επίσκεψη και το 13,6% από ιστορικές γνώσεις.

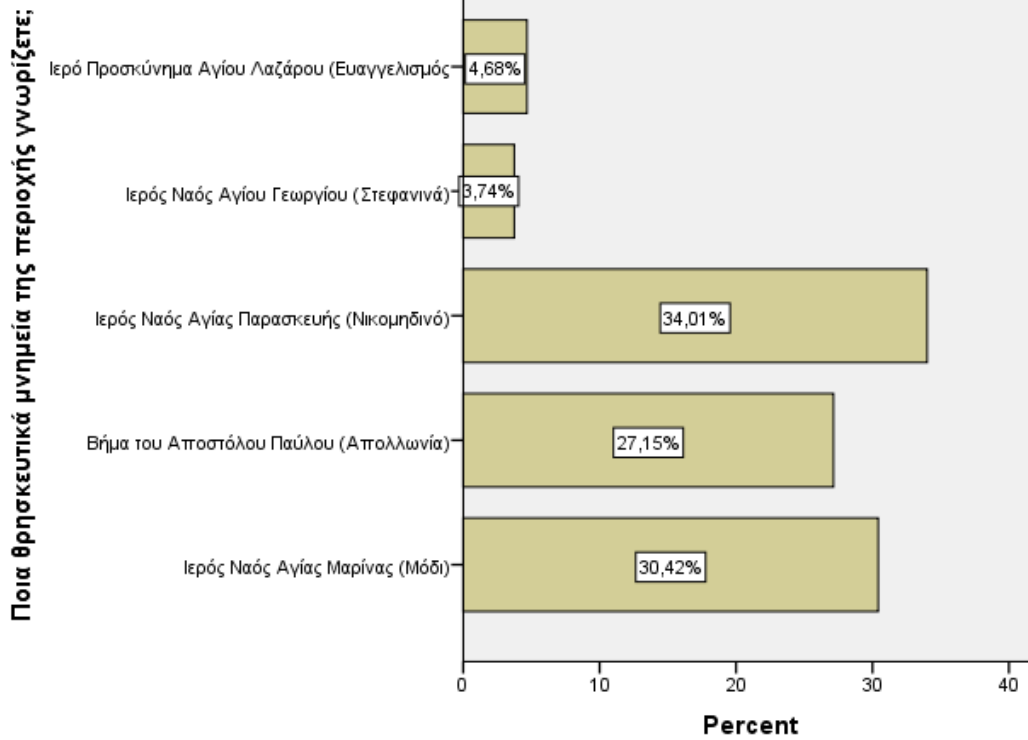
Το 30,9% των ξένων παραθεριστών γνώριζε την παραλία Σταυρού, το 17,2% την παραλία της Ασπροβάλας και το 17,2% το ότι η περιοχή έχει μεγάλο θρησκευτικό ενδιαφέρον. Το 64,6% έχει επισκεφθεί 1 φορά την Ασπροβάλα, το 65,2% 1 φορά τον Σταυρό, το 71,5% 1 φορά τα Βρασνά και το 66% 1 φορά τα Λουτρά της Απολλωνίας. Όσον αφορά τη συνολική αξιολόγηση του μέρους, το 82,7% το αξιολόγησε θετικά.

Τέλος, η περιοχή έχει πολλά τοπικά προϊόντα για τα οποία ρωτήθηκαν οι ξένοι τουρίστες. Το 31,% γνωρίζει τις ελιές και το λάδι της περιοχής, το 18,4% τη φέτα, το 13,1% τα θαλασσινά, το 12% τη ρίγανη και το 7,3% το κρέας, το 6,6% το τσίπουρο και τέλος, το 5,5% τα διακοσμητικά φυτά και το 5,6% τα χειροποίητα ζυμαρικά. Το 91,3% των τουριστών είναι θετικοί στο να αγοράσουν τοπικά προϊόντα με το 70% να θέλει να αγοράσει λάδι και ελιές, το 20,9% γαλακτοκομικά προϊόντα, το 2,7% ρίγανη και διακοσμητικά φυτά, το 2,2% τσίπουρο και το 1,6% διακοσμητικά ζυμαρικά.

Με ποιο/α κριτήρια επιλέξατε συγκεκριμένο προορισμό διακοπών;

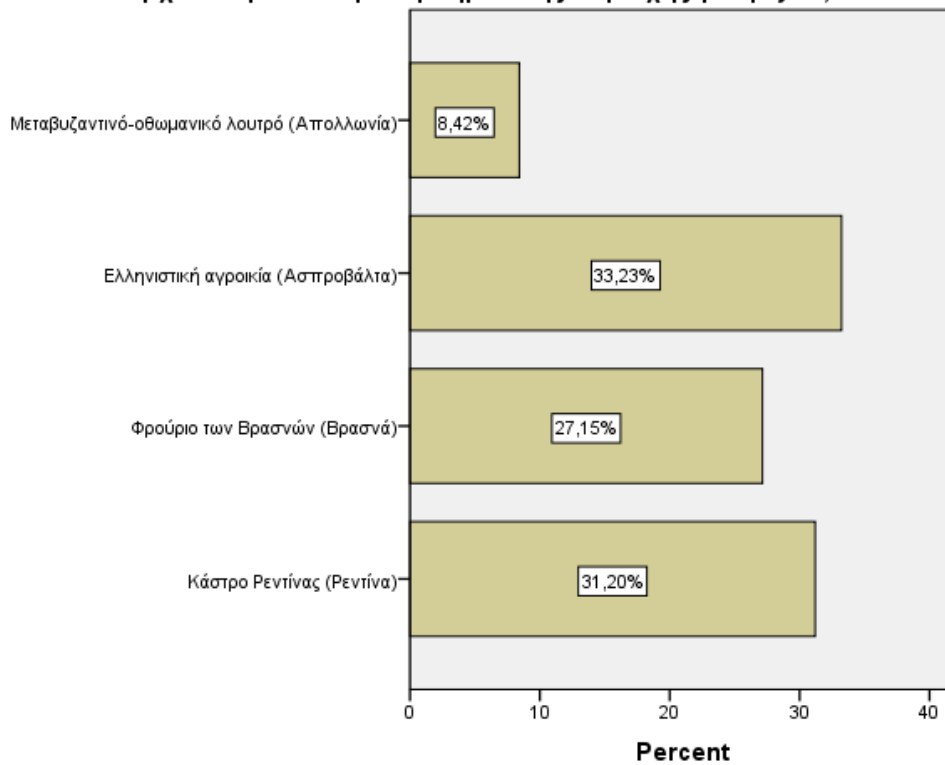


Ποια θρησκευτικά μνημεία της περιοχής γνωρίζετε;



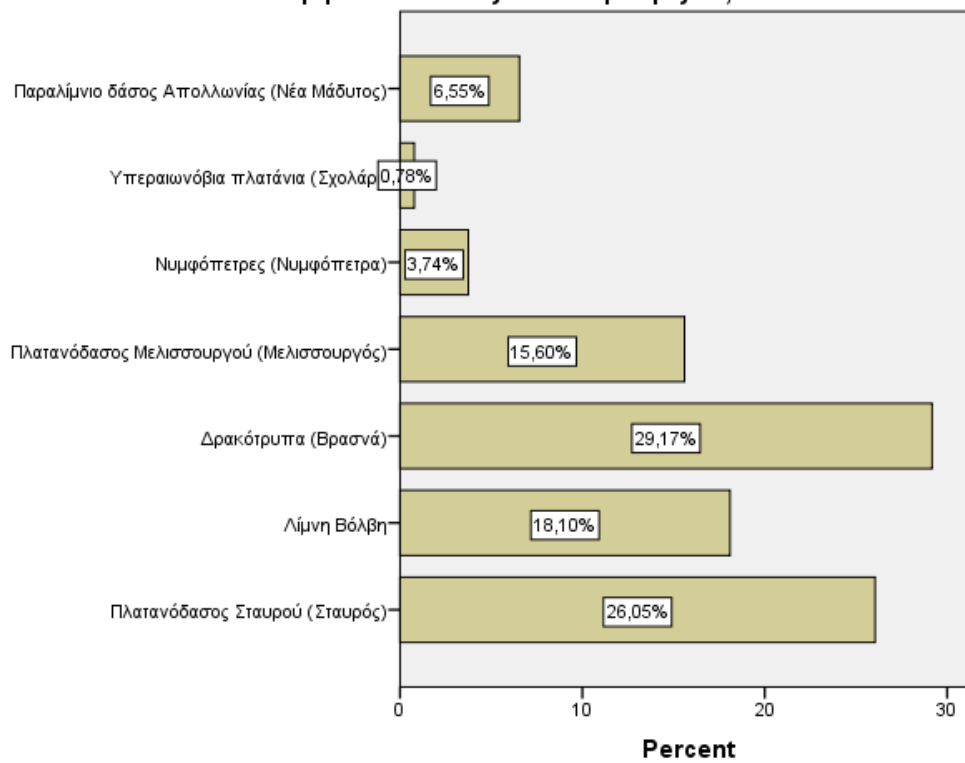
Ποια αρχαιολογικά/ιστορικά μνημεία της περιοχής γνωρίζετε;

Ποια αρχαιολογικά/ιστορικά μνημεία της περιοχής γνωρίζετε;

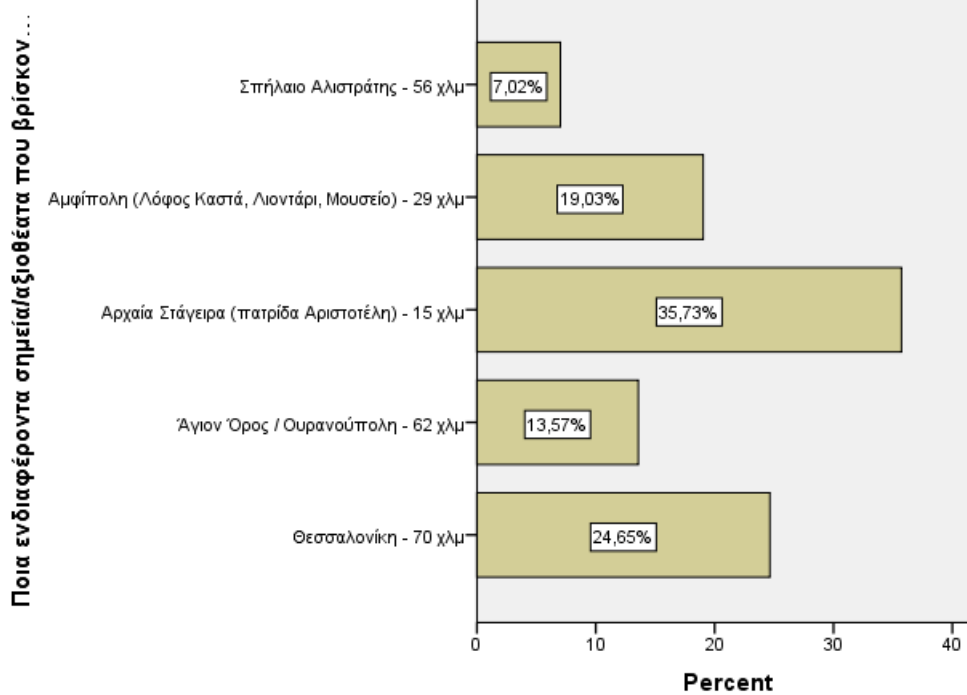


Ποια περιβαλλοντικά αξιοθέατα γνωρίζετε;

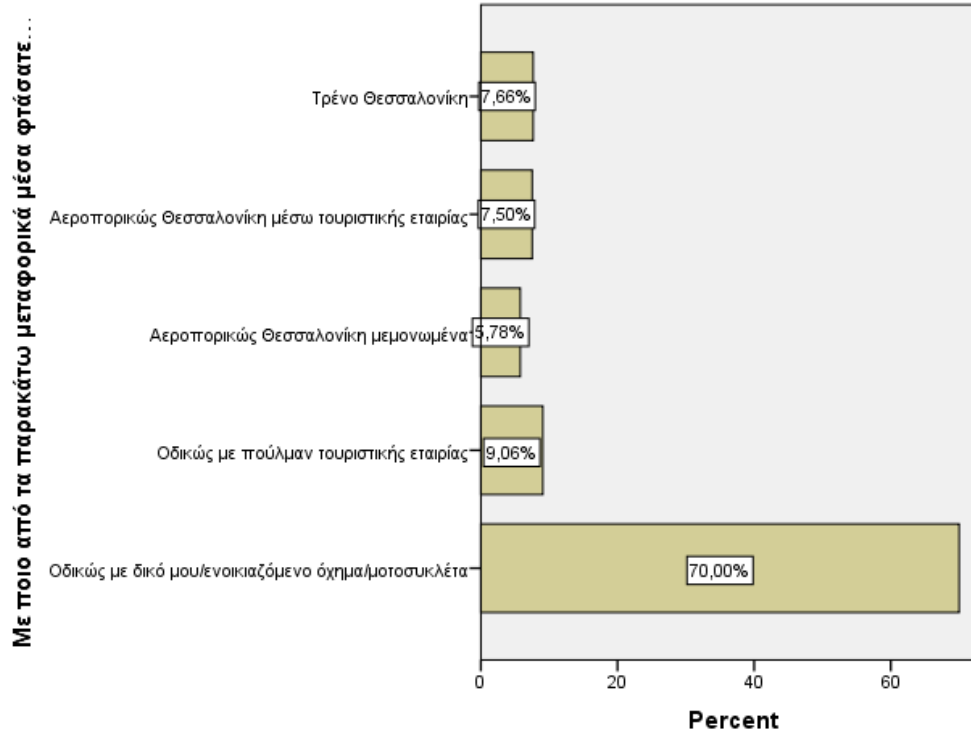
Ποια περιβαλλοντικά αξιοθέατα γνωρίζετε;



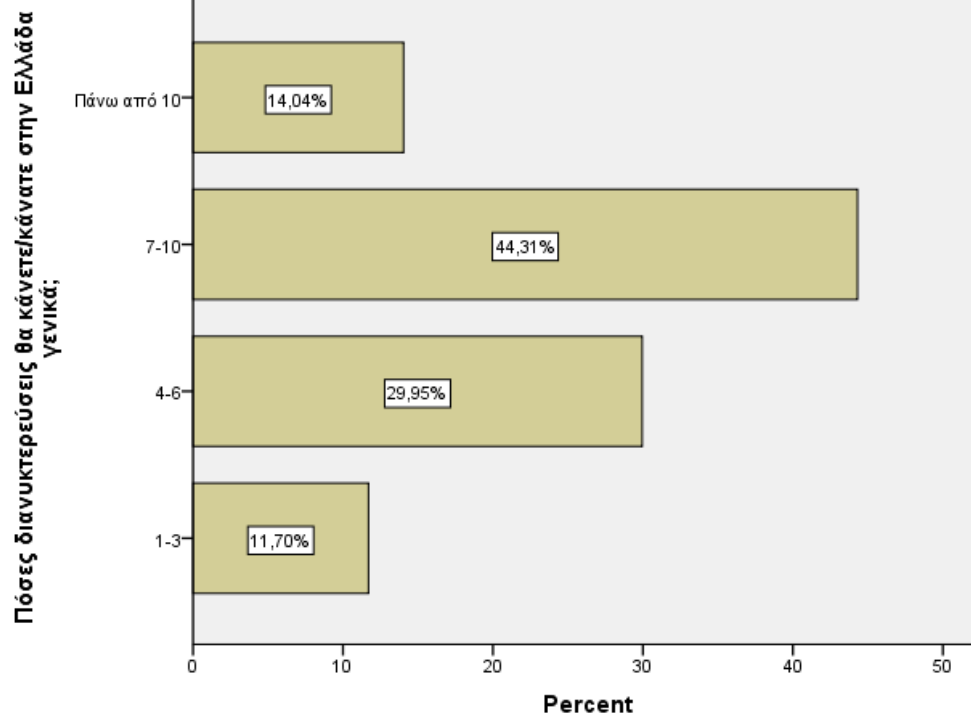
Ποια ενδιαφέροντα σημεία/αξιοθέατα που βρίσκονται κοντά στο δήμο Βόλβης γνωρίζετε και θα πηγαίνατε ολιγόωρη/ημερήσια εκδρομή;



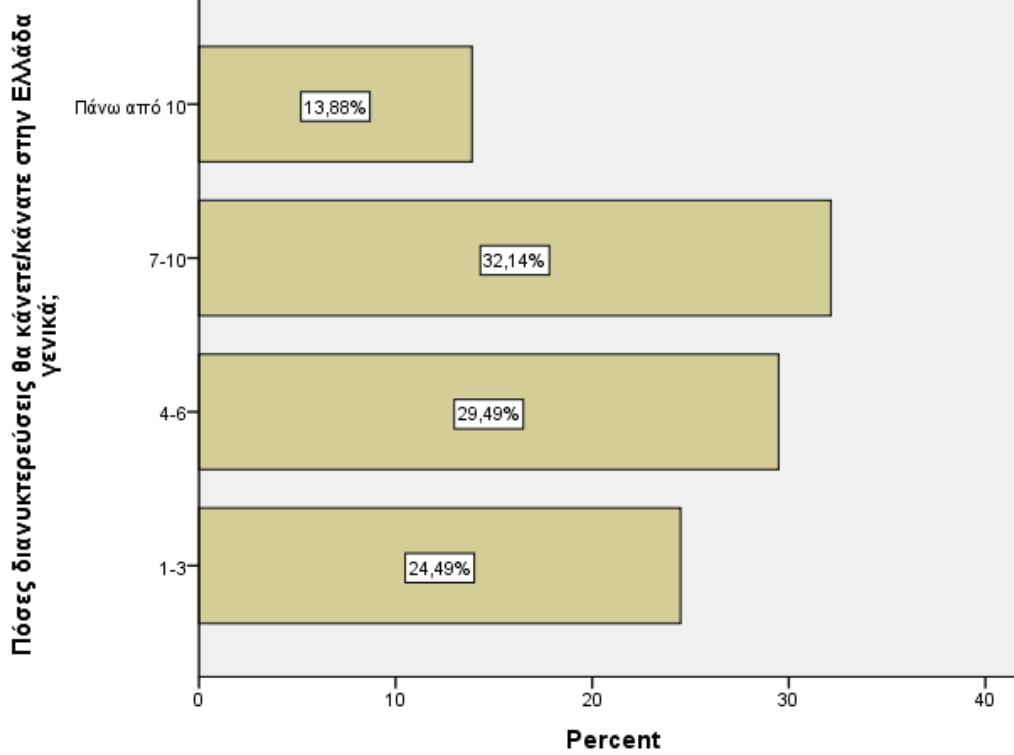
Με ποιο από τα παρακάτω μεταφορικά μέσα φτάσατε εδώ από τη χώρα σας;



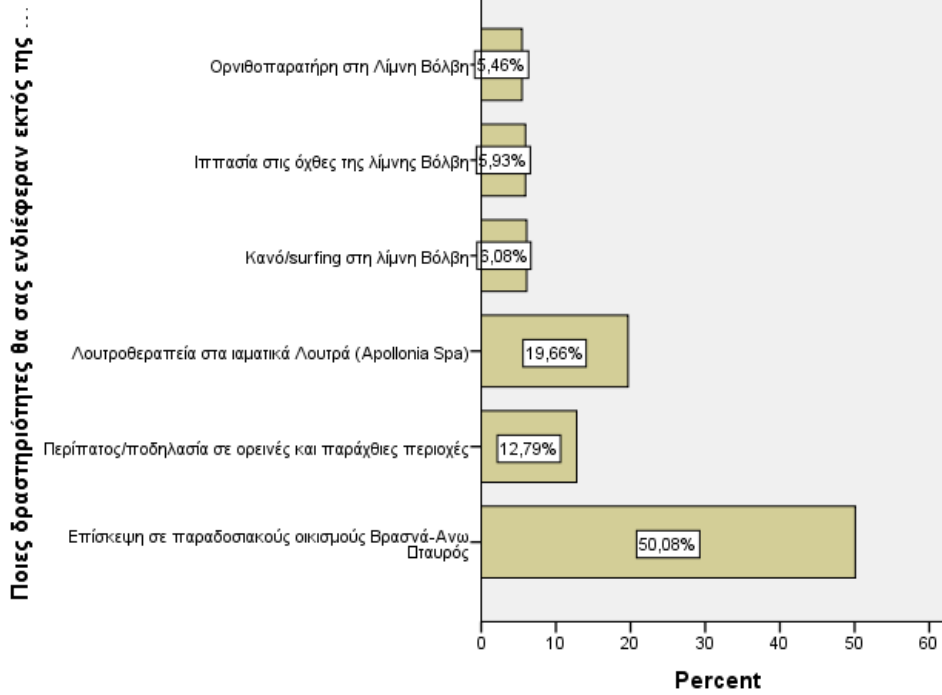
Πόσες διανυκτερεύσεις θα κάνετε/κάνατε στην Ελλάδα γενικά;



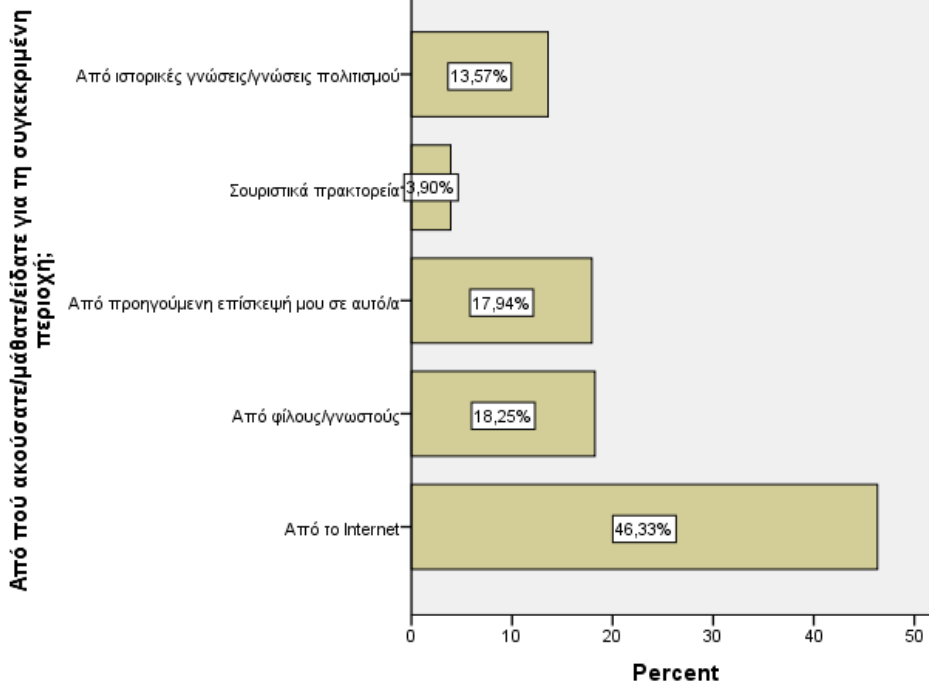
Πόσες διανυκτερεύσεις θα κάνετε/κάνατε στην Ελλάδα γενικά;



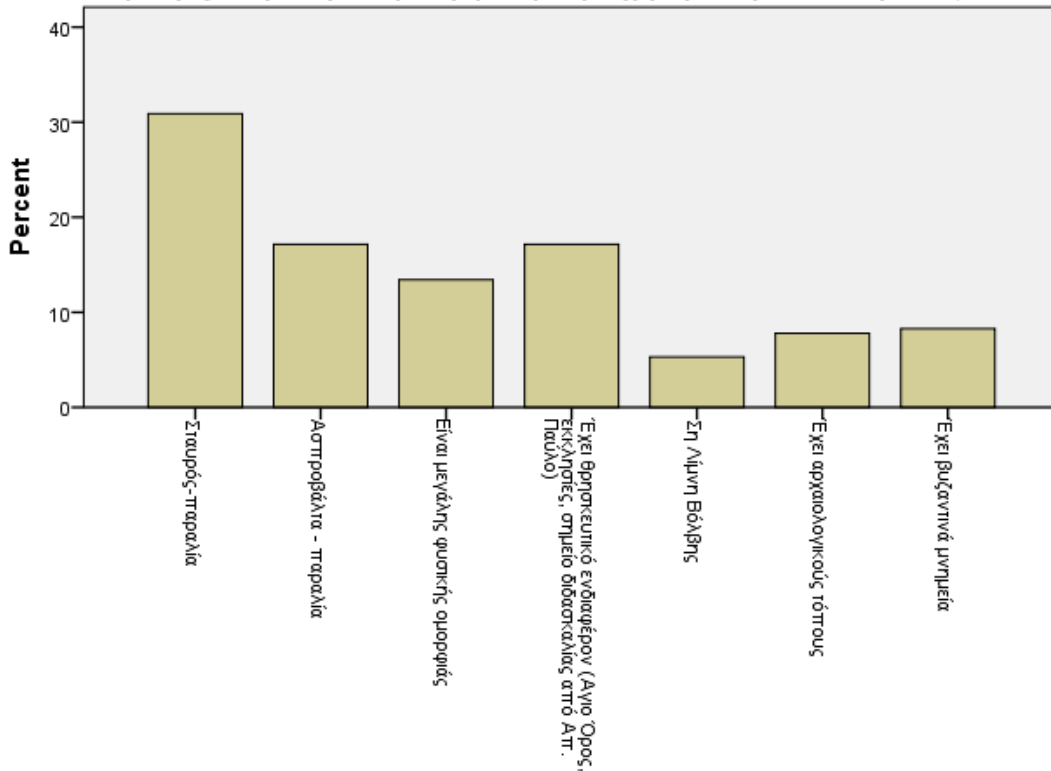
Ποιες δραστηριότητες θα σας ενδιέφεραν εκτός της κολύμβησης;



Από πού ακούσατε/μάθατε/είδατε για τη συγκεκριμένη περιοχή;

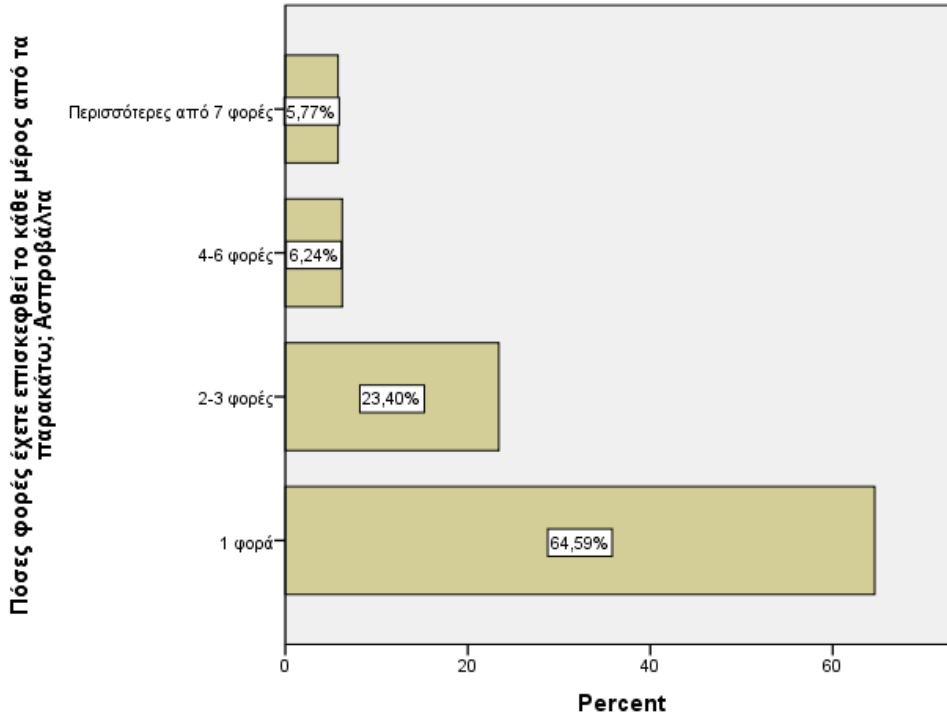


Τι γνωρίζετε για την συγκεκριμένη περιοχή πριν την επισκεφθείτε;

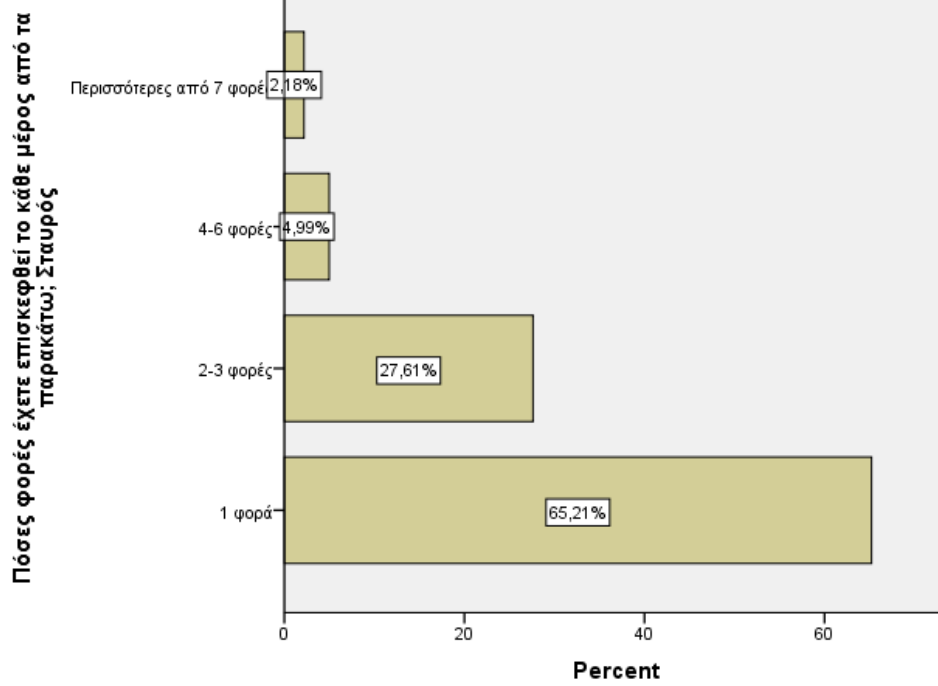


Τι γνωρίζετε για την συγκεκριμένη περιοχή πριν την επισκεφθείτε;

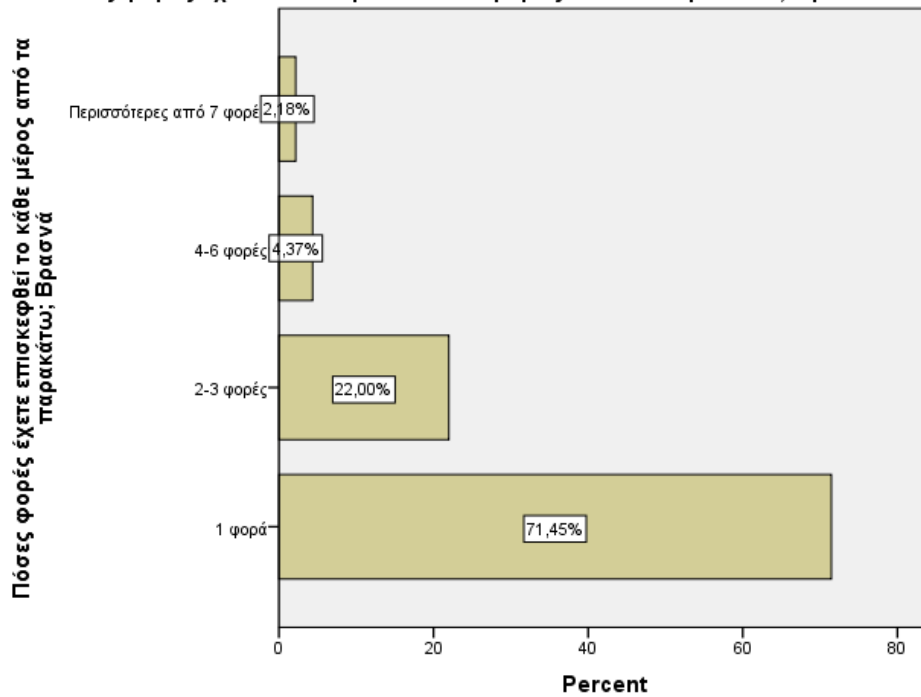
Πόσες φορές έχετε επισκεφθεί το κάθε μέρος από τα παρακάτω; Ασπροβάλια



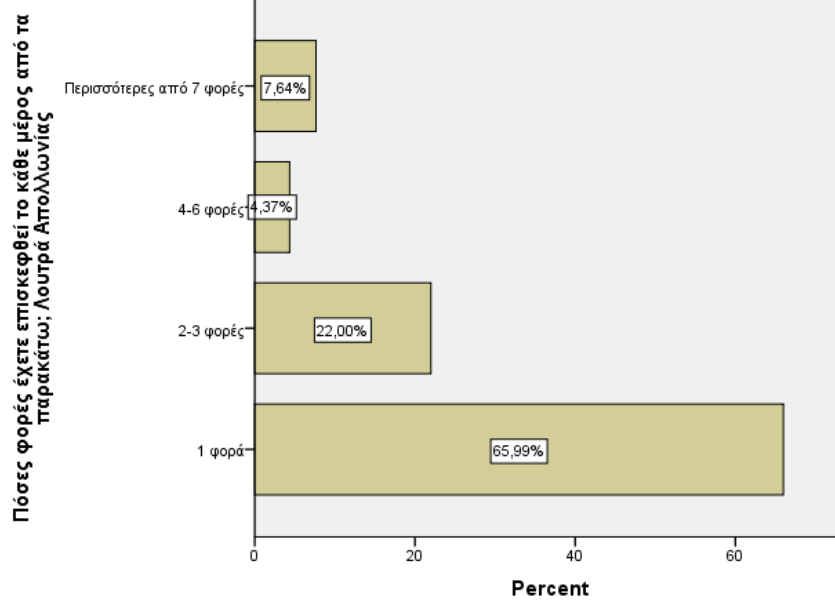
Πόσες φορές έχετε επισκεφθεί το κάθε μέρος από τα παρακάτω; Σταυρός



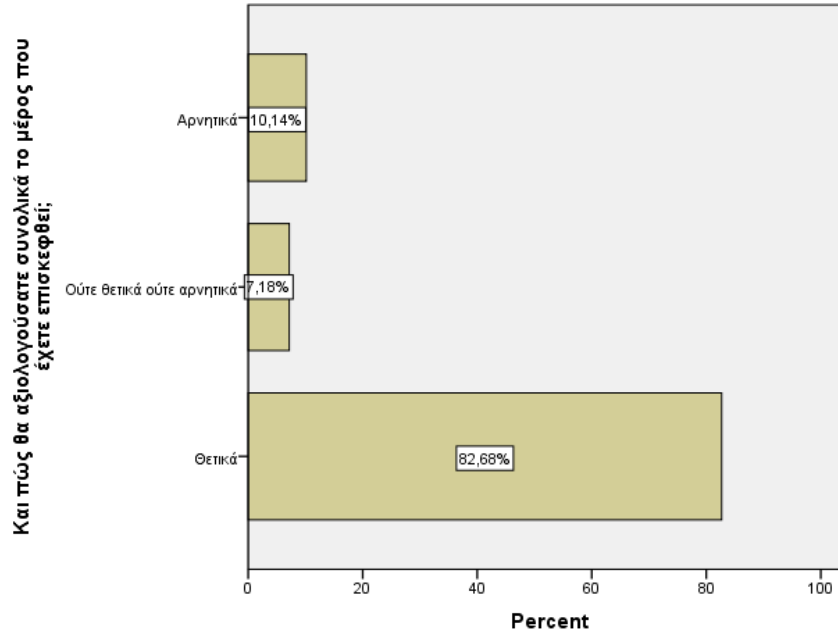
Πόσες φορές έχετε επισκεφθεί το κάθε μέρος από τα παρακάτω; Βρασιά



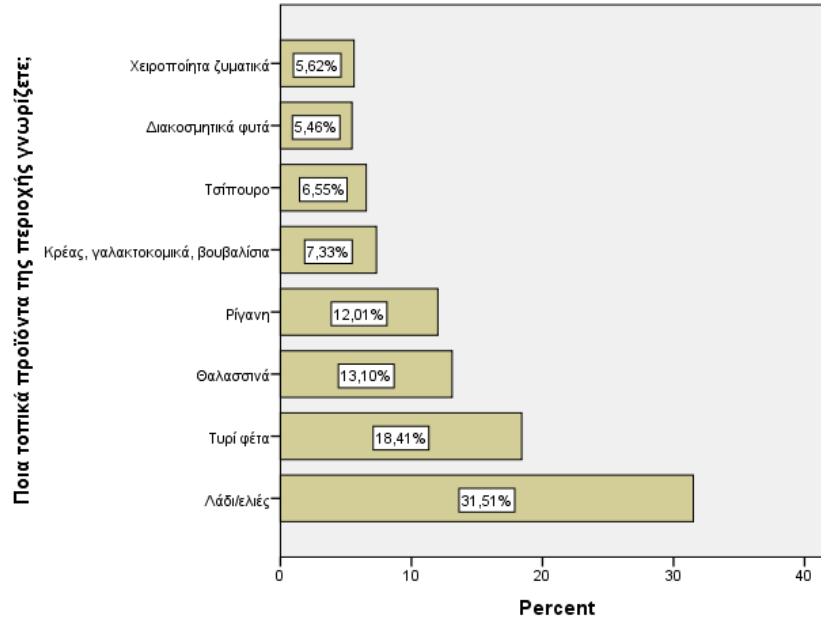
Πόσες φορές έχετε επισκεφθεί το κάθε μέρος από τα παρακάτω; Λουτρά Απολλωνίας



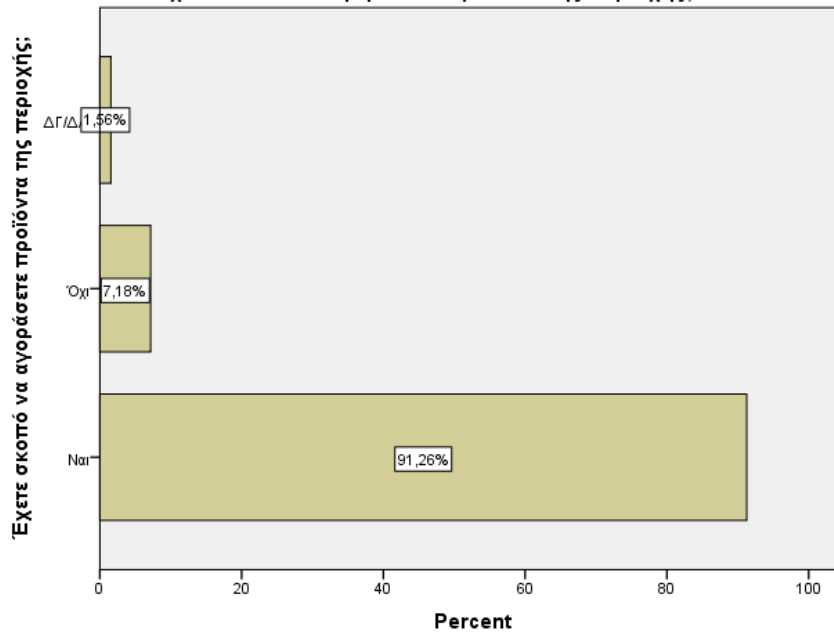
Και πώς θα αξιολογούσατε συνολικά το μέρος που έχετε επισκεφθεί;

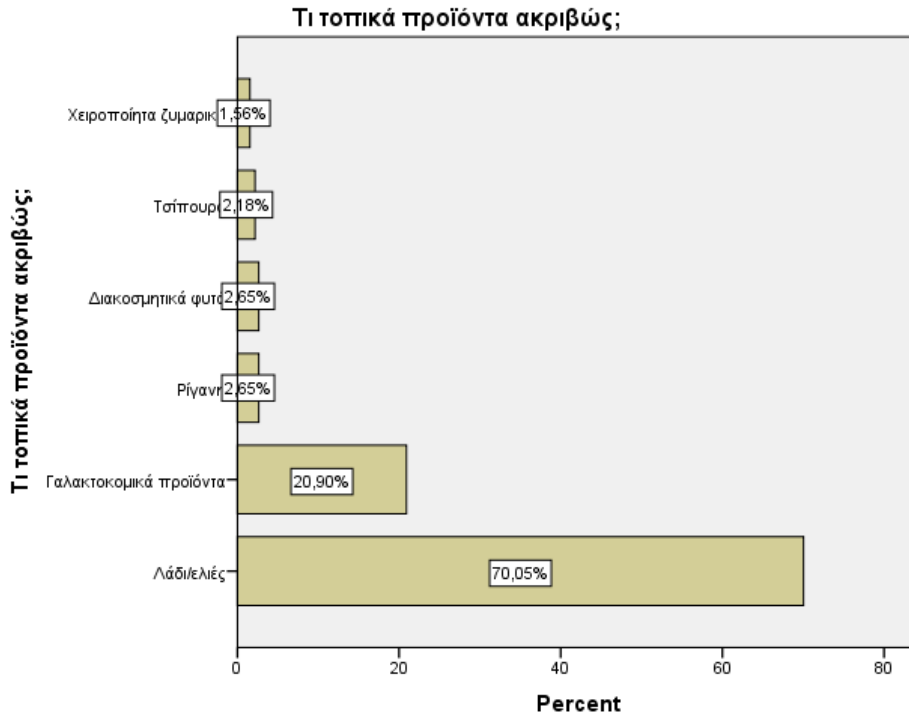


Ποια τοπικά προϊόντα της περιοχής γνωρίζετε;



Έχετε σκοπό να αγοράσετε προϊόντα της περιοχής;





4.2.2 Συσχετίσεις

Ερευνητικά Ερωτήματα

1. Επηρεάζει η χώρα προέλευσης των τουριστών την άποψη τους για τη συνολική αξιολόγηση του τόπου;
2. Επηρεάζει η χώρα προέλευσης των τουριστών την γνώση τους για τα θρησκευτικά και αρχαιολογικά μνημεία και περιβαλλοντικά αξιοθέατα του τόπου;
3. Επηρεάζει η χώρα προέλευσης των τουριστών τις συνολικές διανυκτερεύσεις τους στον τόπο;
4. Επηρεάζει η χώρα προέλευσης των τουριστών τη γνώση τους για τα τοπικά προϊόντα;
5. Επηρεάζει η χώρα προέλευσης των τουριστών τις εκ των προτέρων γνώσεις τους για τον τόπο ;

Συσχέτιση της χώρας προέλευσης των τουριστών με τη συνολική αξιολόγηση του τόπου

Μεταβλητή	Chi-square	Sig
Συνολική Αξιολόγηση	620,599	0,000

* $\alpha=0,005$

Ο παραπάνω πίνακας δείχνει ότι η χώρα προέλευσης των τουριστών δεν επηρεάζει την άποψή τους για τη συνολική αξιολόγηση του τόπου. Δηλαδή, η θετική εικόνα που δημιουργήσαν οι τουρίστες για τον τόπο δεν εξαρτάται από τη χώρα προέλευσής τους ($p\text{-value} < 0,005$).

Συσχέτιση της χώρας προέλευσης των τουριστών με τη γνώση των θρησκευτικών, αρχαιολογικών και περιβαλλοντικών αξιοθέατων του τόπου

Μεταβλητή	Chi-square	Sig
Θρησκευτικά Μνημεία	164,161	0,000
Αρχαιολογικά μνημεία	289,976	0,000
Περιβαλλοντικά αξιοθέατα	864,165	0,000

* $\alpha=0,005$

Ο παραπάνω πίνακας δείχνει ότι η χώρα προέλευσης των τουριστών δεν επηρεάζει την γνώση τους για τα θρησκευτικά μνημεία, τα αρχαιολογικά μνημεία και τα περιβαλλοντικά αξιοθέατα του τόπου ($p\text{-value} < 0,005$).

Συσχέτιση της χώρας προέλευσης των τουριστών με τις συνολικές διανυκτερεύσεις στον τόπο

Μεταβλητή	Chi-square	Sig
Συνολικές Διανυκτερεύσεις	436,912	0,000

* $\alpha=0,005$

Ο παραπάνω πίνακας δείχνει ότι η χώρα προέλευσης των τουριστών δεν επηρεάζει τις διανυκτερεύσεις τους συνολικά στον Δήμο Βόλβης ($p\text{-value} < 0,005$).

Συσχέτιση της χώρας προέλευσης των τουριστών με τη γνώση τους για τα τοπικά προϊόντα

Μεταβλητή	Chi-square	Sig
Τοπικά προϊόντα	198,548	0,000

* $\alpha=0,005$

Ο παραπάνω πίνακας δείχνει ότι η χώρα προέλευσης των τουριστών δεν επηρεάζει τη γνώση τους για τα προϊόντα του τόπου κι ότι όλοι τα γνωρίζουν ανεξάρτητα από πού κατάγονται ($p\text{-value}<0,005$).

Συσχέτιση της χώρας προέλευσης των τουριστών με τη γνώση τους για τον τόπο πριν τον επισκεφθούν

Μεταβλητή	Chi-square	Sig
Γνώση για τη περιοχή	1417,905	0,000

* $\alpha=0,005$

Ο παραπάνω πίνακας δείχνει ότι η χώρα προέλευσης των τουριστών δεν επηρεάζει τη γνώση τους για τον τόπο πριν τον επισκεφθούν ($p\text{-value}<0,005$).

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Συνοψίζοντας διαπιστώνουμε ότι ο Δήμος Βόλβης έχει αναπτύξει σε σημαντικό βαθμό την τουριστική δραστηριότητα, ιδίως κατά την διάρκεια των θερινών μηνών, με τους τουρίστες να επισκέπτονται κατά κύριο λόγο την περιοχή για να ξεκουραστούν και να απολαύσουν την θάλασσα. Από την έρευνα που είχε πραγματοποιηθεί σε Έλληνες και ξένους παραθεριστές το 2015, διαπιστώθηκε ότι οι Έλληνες παραθεριστές επισκέπτονται την περιοχή για μεγάλο χρονικό διάστημα, κυρίως φιλοξενούμενοι στις κατοικίες τους, είτε σε κατοικίες φίλων. Από την άλλη, οι ξένοι παραθεριστές επισκέπτονται κυρίως την περιοχή για χρονικό διάστημα που δεν υπερβαίνει τις έξι διανυκτερεύσεις, ενώ οι Βούλγαροι που βρίσκονται στην πρώτη θέση ως προς τον αριθμό τουριστών, παραμένουν στον Δήμο Βόλβης για χρονικό διάστημα που δεν ξεπερνά τις τρεις ημέρες. Επίσης, άλλες χώρες από τις οποίες προέρχονται οι περισσότεροι τουρίστες είναι η Ρουμανία, η Σερβία και ακολουθεί η Γερμανία.

Όπως διαπιστώθηκε από τις ίδιες έρευνες, η πλειοψηφία των τουριστών γνωρίζει την περιοχή από το διαδίκτυο, ενώ σημαντικά μεγάλα ποσοστά αυτών έχουν ξαναεπισκεφτεί την περιοχή, είτε τους έχει προταθεί από φίλους και γνωστούς. Αναφορικά με τα φυσικά, πολιτιστικά και θρησκευτικά αξιοθέατα, δεν φαίνεται να είναι τόσο γνωστά στους ξένους τουρίστες, ωστόσο αυτό δεν σημαίνει ότι δεν τους κεντρίζουν το ενδιαφέρον. Επίσης, οι ξένοι παραθεριστές, αναφέρουν ότι πέρα από την θάλασσα επισκέπτονται παραδοσιακούς οικισμούς, καθώς επίσης κάνουν περίπατο και ποδηλασία σε παράχθιες ή ορεινές περιοχές. Σχετικά με τα τοπικά προϊόντα της περιοχής, τα πλέον γνωστά στους τουρίστες είναι οι ελιές και το λάδι, καθώς και το τυρί φέτα. Στα σημαντικότερα προβλήματα που αναδεικνύουν οι ξένοι παραθεριστές είναι η καθαριότητα, η ύδρευση και οι άσχημες οδικές υποδομές που υπάρχουν.

Από την εμπειρική έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2018 στους Έλληνες παραθεριστές, προέκυψε ότι αυτοί επισκέπτονται κυρίως την Ασπροβάλτα, τον Σταυρό και τα Βρασνά, όπως άλλωστε είχε προκύψει και από την έρευνα του 2015. Η συντριπτική πλειοψηφία επισκέπτεται την περιοχή για πάνω από πέντε χρόνια, ενώ το 70% περίπου έχει ιδιόκτητη εξοχική κατοικία. Οι Έλληνες παραθεριστές αναδεικνύουν ως σημαντικότερο πρόβλημα της περιοχής τις άσχημες οδικές

υποδομές, ενώ φαίνεται να συμφωνούν με ποσοστό περίπου 80% με την άποψη ότι οι υπηρεσίες και τα καταστήματα της περιοχής θα πρέπει να προσαρμοστούν στις σύγχρονες ανάγκες, έτσι ώστε να μπορούν να εξυπηρετούν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τους ξένους τουρίστες. Τα ιστορικά και θρησκευτικά μνημεία της περιοχής φαίνεται να μην ευρύτερη γνωστά στους Έλληνες παραθεριστές, ενώ αναφορικά με τις δραστηριότητες πέρα της κολύμβησης φαίνεται να προτιμούν τον περίπατο και την ποδηλασία. Χαμηλή επίσης είναι η δημοφιλία των τοπικών παραγόμενων προϊόντων, με τους περισσότερες από τους Έλληνες ερωτηθέντες να γνωρίζουν τις ελιές και το λάδι της περιοχής, ενώ οι θετικές γνώμες για την περιοχή ξεπερνούν το 50%.

Όσον αφορά τις συσχετίσεις που έγιναν, διαπιστώθηκε ότι οι Έλληνες παραθεριστές επιλέγουν τον Δήμο Βόλβης ανεξάρτητα από τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά, ενώ στην επιλογή τους αυτή δεν επιδρά και το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα. Επιπροσθέτως, η άποψη των τουριστών για τα προβλήματα του Δήμου Βόλβης δεν επηρεάζονται από τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, αλλά ούτε και από το επίπεδο εκπαίδευσης, την θέση στην απασχόληση καθώς και το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα. Ακόμη, οι δραστηριότητες που πραγματοποιούν οι τουρίστες σχετίζεται με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τους, ενώ το επίπεδο εκπαίδευσης και το αν έχουν παιδιά και τα έχουν μαζί τους φαίνεται να επηρεάζει τις δραστηριότητες που πραγματοποιούν.

Όσον αφορά την έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2018 στους ξένους παραθεριστές, διαπιστώθηκε ότι οι Βούλγαροι επιλέγουν κατά μεγάλο ποσοστό την Ασπροβάλτα και τον Σταυρό, ενώ οι Σέρβοι κυρίως τον Σταυρό και με πολύ μικρότερο ποσοστό τα Βρασνά. Οι Ρουμάνοι επιλέγουν την περιοχή των Βρασνών, όπως και οι Γερμανοί κατά πολύ μεγάλο ποσοστό. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ξένων παραθεριστών, περίπου επτά στους δέκα, επιλέγουν τον συγκεκριμένο προορισμό διακοπών με βάση το κριτήριο της θάλασσας και των ακτών, ενώ δεύτερο κριτήριο με τεράστια διαφορά είναι η φιλοξενία και η φιλική διάθεση που υπάρχει. Επιπλέον, από την έρευνα διαπιστώνεται ότι τα περιβαλλοντικά, θρησκευτικά και πολιτιστικά αξιοθέατα βρίσκονται σε χαμηλά επίπεδα δημοφιλίας, ενώ αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι μεγάλο ποσοστό γνωρίζει τα Αρχαία Στάγειρα, την Δρακότρυπα, καθώς και την ελληνιστική αγροικία, κάτι που έρχεται σε αντίφαση με τα

αποτελέσματα της προηγούμενης έρευνας. Στην εμπειρική διερεύνηση που πραγματοποιήθηκε το 2018, όπως και το 2015, η πλειοψηφία των τουριστών έχει μάθει για την περιοχή από το διαδίκτυο, ενώ σκέφτεται να παραμείνει στην περιοχή πραγματοποιώντας έως και έξι διανυκτερεύσεις. Η πλειοψηφία των τουριστών, σχεδόν με ίδια ποσοστά με την προηγούμενη έρευνα, αξιολογεί την περιοχή θετικά, ενώ 9 στους 10 σκοπεύει να αγοράσει τοπικά προϊόντα της περιοχής, με τις ελιές και το λάδι να βρίσκονται στην πρώτη θέση.

Αναφορικά με τις συσχετίσεις, διαπιστώνεται ότι η χώρα προέλευσης δεν επιδρά στην άποψή τους για την συνολική αξιολόγηση του τόπου, ενώ η χώρα προέλευσης δεν φαίνεται να επηρεάζει και τις γνώσεις που έχουν για τα θρησκευτικά, τα περιβαλλοντικά και τα ιστορικά αξιοθέατα. Επιπροσθέτως, η χώρα προέλευσης δεν επηρεάζει τις γνώσεις τους για τα προϊόντα του τόπου που επισκέπτονται, καθώς όλοι τα γνωρίζουν ανεξάρτητα από το που κατάγονται.

Λαμβάνοντας υπόψη τις έρευνες και την SWOT analysis, το πλάνο προβολής του Δήμου Βόλβης θα πρέπει να εστιάσει στην βέλτιστη χρήση της τεχνολογίας για την προσέλκυση τουριστών, μέσω της δημιουργίας πλατφόρμας και αντίστοιχης εφαρμογής. Επίσης, έμφαση θα πρέπει να δοθεί στην ανάδειξη των φυσικών, περιβαλλοντικών και πολιτιστικών αξιοθέατων, καθώς και στις δυνατότητες που υπάρχουν για δραστηριότητες της περιοχής, ενώ μπορεί ο Δήμος να συμμετάσχει σε διάφορα διεθνή γεγονότα, όπως είναι για παράδειγμα οι τουριστικές εκθέσεις όπου θα προβάλλεται το τουριστικό προϊόν της περιοχής.

Ακόμη, ο Δήμος θα πρέπει να αξιοποιήσει στο έπακρο Ευρωπαϊκούς και Εθνικούς πόρους, μέσα από τις κατάλληλες συνέργειες, έτσι ώστε να δημιουργήσει έργα υποδομής, που παράλληλα θα προβάλλουν τον προορισμό στις αγορές στόχους. Ταυτόχρονα, θα πρέπει να διοργανωθούν ορισμένα «μεγάλα» γεγονότα, όπως για παράδειγμα κάποια φεστιβάλ, έτσι ώστε να μπορούν να προσελκύσουν τους τουρίστες και να τους «αναγκάσουν» να παραμείνουν στην περιοχή για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Andriotis , K., 2009. Sacred Site Experience. A Phenomenological Study.. *Annals of Tourism Research*, pp. 64-84.

Department of Economic and Social Affairs , 2010. *International Recommendation for Tourisms Statistics*. New York: United Nations Publications.

Diakomichalis , M., 2007. Greek Marine Tourism: Evolution, Structures and Prospects. *Transportation Economics* , pp. 419-455.

Dritsakis , N., 2004. Cointegration analysis of German and British tourism demand for Greece. *Tourism Management* , pp. 111-119.

Gartner , W. C., 2001. *Τουριστική Ανάπτυξη: Αρχές, Διδικασίες και Πολιτικές*. Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.

Getz , D., 1992. Tourism Planning and Destination Life Cycle.. *Annals of Tourism Research*, pp. 752-770.

Loupa , P., Sdrolias , L., Krikeli , O. & Goula , P., 2008. Characteristics and Preferences of the Greek Youth Travel Market: The Case of Larissa. *1st International Conference on Tourism and Hospitality Management* , pp. 325-339.

Middleton , V. & Hawkins , R., 2004. *Τουριστικό μάρκετινγκ για βιώσιμη ανάπτυξη*. Αθήνα : Εκδόσεις Κριτική .

Morrison , A. M. & Mill , R. C., 1998. *The Tourism System: As Introduction Text*. New York : Kendall - Hunt Company .

Richards , G., 2007. *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives*. s.l.:Psychology Press.

Ritchie , B., 2003. *Aspects of tourism: "Managing Educational Tourism"*. Great Britain : Channel View Publications.

Roger , T., 2013. *Conferences and conventions. A global industry*. London : Butterworth Heinenman .

tothepoint - Research Consulting Communication , 2015. *Έρευνα για τον Τουρισμό στο Δήμο Βόλβης - Ξένοι παραθεριστές*. Θεσσαλονίκη: tothepoint - Research Consulting Communication .

tothepoint, 2017. *Business Concept-Υπηρεσίες Υποστήριξης Δήμου Βόλβης για την Τουριστική Ανάπτυξη*. Σταυρός : Δήμος Βόλβης.

tothepoint-Research Consulting Communication , 2015. *Έρευνα σε μόνιμους Έλληνες παραθεριστές του Δήμου Βόλβης*. tothepoint-Research Consulting Communication επιμ. Θεσσαλονίκη : tothepoint .

Watson , G. L. & Kopachevsky , J. P., 1994. *Interpretations of tourims as a commodity. Sociology of Tourism..* London: Routledge.

- Ανδριώτης , Κ., 2005. *Τουριστική Ανάπτυξη και Σχεδιασμός*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλης.
- Ανδριώτης, Κ., 2001. *Αειφορία και εναλλακτικός τουρισμός*. Αθήνα : Εκδόσεις Σταμούλη.
- Αυγερινού-Κολωνία , Σ. και συν., 2000. *Τουριστική Ανάπτυξη, Πολυεπισημονικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Έξαντας .
- Βαγιάννη , Ε., Ιωσηφίδης, Θ. & Πετανίδου , Θ., 2003. *Η χρήση της ανάλυσης SWOT στο χωρικό και αναπτυξιακό σχεδιασμό: Η περίπτωση του οικοτουριστικού σχεδιασμού στο Πολιχνίτο Λέσβου*. Μυτιλήνη : s.n.
- Βαρβαρέσος , Σ., 2000. *Τουρισμός: Οικονομικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός .
- Βαρβαρέσος , Σ., 2008. *Τουρισμός-Οικονομικές προσεγγίσεις*. Αθήνα : Εκδόσεις Προπομπός .
- Βαρβαρέσος , Σ. & Σωτηριάδης , Μ., 2002. Σχεδιασμός Ανάπτυξης Αγροτουριστικών Δραστηριοτήτων στα πλαίσια της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας LEADER PLUS. *Αρχείο Οικονομικής Ιστορίας* , pp. 191-213.
- Βελισσαρίου , Ε., 2000. *Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού*. Πάτρα: ΕΑΠ.
- Βελισσαρίου , Ε., 2015. *Η έννοια και η ανάπτυξη του τουρισμού*. Λάρισα: ΑΤΕΙ Θεσσαλίας .
- Βελισσαρίου , Ε., 2016. *Αγροτουρισμός*. Λάρισα: ΤΕΙ Θεσσαλίας-Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων-Εισαγωγή στη Θεωρία του Τουρισμού .
- Γαβριήλ , Ε., Σκανδάλη , Μ. & Τεμπονέρα , Ε., 2016. *Ειδικές μορφές τουρισμού: Οι περιπτώσεις του εκπαιδευτικού, πολιτιστικού και θρησκευτικού τουρισμού*. Αθήνα: Ευρωπαϊκό Κέντρο Αριστείας Jean Monnet-Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών .
- Δήμος Βόλβης , 2011. *Στρατηγικός Σχεδιασμός Δήμου Βόλβης*. Σταυρός : Δήμος Βόλβης .
- Δήμος Βόλβης , 2018. *Δήμος Βόλβης-Δημοτικές Ενότητες*. [Ηλεκτρονικό] Available at: <http://www.dimosvolvis.gr/dimos/dimotikes-enotites.html> [Πρόσβαση 1 Αύγουστος 2018].
- Διακομιχάλης , Μ. Ν., 2009. *Ο Θαλάσσιος Τουρισμός και οι Οικονομικές Επιδράσεις του*. Αθήνα : Εκδόσεις Σταμούλη .
- Δόλογλου , Ν., 2017. *Αγροτουρισμός/Τουρισμός στην Ύπαιθρο, με έμφαση στις εναλλακτικές δομές φιλοξενίας με διάσπαρτα δωμάτια/κατοικίες εντός χωριού..* Αθήνα: Ευρωπαϊκό Κέντρο Αριστείας Jean Monnet-Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- Δόλογλου , Ν., 2017. *Αγροτουρισμός-Οικοτουρισμός*. Αθήνα: Ευρωπαϊκό Κέντρο Αριστείας Jean Monnet-Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

- Ηγουμενάκης , Ν., 1999. *Τουριστική Οικονομία*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
- Ηγουμενάκης , Ν., 2000. *Τουρισμός & Ανάπτυξη*. Αθήνα : Εκδόσεις Interbooks.
- Ηγουμενάκης , Ν. Γ. & Κραβαρίτης , Κ. Κ., 2004. *Τουρισμός-Βασικές Έννοιες*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks .
- ΙΟΒΕ , 2010. *Επίδραση του Τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία*. Αθήνα : ΙΟΒΕ.
- Καραγιάννης, Σ. & Έξαρχος, Γ., 2006. *Τουρισμός: Τουριστική Οικονομία, Ανάπτυξη, Πολιτική*. Ηράκλειο : Κέντρο Τεχνολογικής Έρευνας Κρήτης .
- Κοκκώσης , Χ. & Τσάρτας , Π., 2001. *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*. Αθήνα : Εκδόσεις Κριτική .
- Κοκκώσης , Χ., Τσάρτας , Π. & Γκρίμπα , Ε., 2011. *Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*. Αθήνα : Εκδόσεις Κριτική .
- Κοκκώσης , Χ. & Τσάρτας , Π., 1999. *Τουριστικός Τομέας*. Πάτρα: ΕΑΠ .
- Κομίλης , Π. & Βαγιονής , Ν., 1999. *Τουριστικός Σχεδιασμός: Μέθοδοι και Πρακτικές Αξιολόγησης*. Αθήνα : Εκδόσεις Προπομπός .
- Κραβαρίτης , Κ. Ν. & Παπαγεωργίου , Α. Ν., 2007. *Επαγγελματικός Τουρισμός Εκθέσεων-Κινήτρων-Επιχειρηματικών Ταξιδιών, Οργάνωση Συνεδρίων*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
- Λαλούμης , Δ., 2015. *Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων*. Αθήνα: Εκδόσεις Κάλλιππος .
- Λεκάκου , Μ., Στεφανιδάκη , Ε. & Σπυλιάνης , Γ., 2015. *Σχέδιο δράσης για τον θαλάσσιο και αθλητικό τουρισμό στις Κυκλάδες*. Χίος : Πανεπιστήμιο Αιγαίου-Εργαστήριο Τοπικής και Νησιωτικής Ανάπτυξης-Εργαστήριο Τουριστικών Ερευνών και Μελετών .
- Μαντάς, Ν., 2017. *Θρησκευτικός Τουρισμός*. Αθήνα : Ευρωπαϊκό Κέντρο Αριστείας - Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών .
- Μοίρα, Π., 2009. *Θρησκευτικός Τουρισμός*. Αθήνα : Εκδόσεις Interbooks .
- Μυλωνόπουλος , Δ. & Μοίρα , Π., 2005. *Θαλάσσιος Τουρισμός*. Αθήνα : Εκδόσεις Interbooks .
- Μυλωνόπουλος , Δ. & Μοίρα , Π., 2011. *Ευρωπαϊκή Ένωση και τουρισμός*. Αθήνα : Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη .
- Πασχαλίδης , Γ. & Καμπούρη-Ιωαννίδου , Α., 2002. *Οι Διαστάσεις των Πολιτιστικών Φαινομένων: Εισαγωγή στον Πολιτισμό*. Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο .
- Τζένος , Χ. & Σιταράς , Θ., 2007. *Εισαγωγή στη Θεωρία του Τουρισμού*. Αθήνα : Εκδόσεις Interbooks .
- Τσάρτας, Π., 1996. *"Τουρίστες, ταξίδια, τόποι:κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό"*. Αθήνα: Εκδόσεις Εξάντας.

