

ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ



**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ**

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΡΟΔΟΥ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΠΑΠΙΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ

ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΑ: ΜΑΝΙΑ ΔΕΣΠΟΙΝΑ

©
2010

Υπεύθυνη Δήλωση: Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνω ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του Τ.Ε.Ι. Κρήτης.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η πτυχιακή που ακολουθεί εξετάζει τις επιπτώσεις του τουρισμού όσον αφορά την οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον στο νησί της Ρόδου. Σε πρώτη φάση μελετήθηκε η τουριστική ανάπτυξη της περιοχής μέσω δευτερογενών πηγών. Γίνεται ιστορική αναδρομή για την εξέλιξη του τουρισμού και στο τέλος διαπιστώνεται η σημερινή σημαντικότητά της τουριστικής ανάπτυξης σε παγκόσμιο επίπεδο. Επίσης μέσω των δευτερογενών πηγών όπως η διεθνής βιβλιογραφία, αναφέρονται γενικές πληροφορίες και θεωρίες αναφορικά με τις αναπτυξιακές προσεγγίσεις, τα μοντέλα τουριστικής ανάπτυξης (κύκλου ζωής, μορφολογικά, αλλογενή).

Στη συνέχεια γίνεται πάντα μέσα από την εθνική και διεθνή βιβλιογραφία, μια ιστορική αναδρομή για την εξέλιξη του τουρισμού στην Ελλάδα και τη Ρόδο, για τη σημαντικότητά του για τη χώρα (εθνική οικονομία, απασχόληση, βιοτικό επίπεδο, υποδομές, επενδύσεις κλπ) και για την τουριστική ανάπτυξη σε εθνικό επίπεδο σήμερα.

Σε δεύτερη φάση πραγματοποιήθηκε πρωτογενής έρευνα στους ντόπιους κατοίκους με τη μορφή ερωτηματολογίων. Η έρευνα θα είναι πιθανοτική, ποσοτική, πεδίου, με τυπική απόκλιση 5% και εμπιστευτικότητα δείγματος 95% μέσω συντηρητικής υπόθεσης 50 / 50%.

Τέλος, επήλθε σύγκριση των πρωτογενών και δευτερογενών στοιχείων, ανάλυση τουριστικών διαστάσεων παραπλήσιων προορισμών και παρουσίαση επιπέδου μέσω της χρήσης τουριστικών μοντέλων (Doxey, 1975, 1976 και Butler, 1980) με στόχο την παραγωγή προτάσεων για ορθολογικότερη τουριστική ανάπτυξη του υποκείμενου προορισμού.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	iv
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	1
Τουρισμός και Τουριστική Ανάπτυξη	1
1.1 Εισαγωγή.....	2
1.2 Εννοιολογικοί Προσδιορισμοί και Έννοιες του Τουρισμού	2
1.3 Ιστορική εξέλιξη του τουρισμού.....	4
1.4 Οι Σύγχρονες Εξελίξεις στον Τουρισμό.....	8
1.4.1 Κράτος Πρόνοιας.....	8
1.4.2 Οικονομικοί, Πολιτικοί και Δημογραφικοί Παράγοντες.....	9
1.4.3 Εξέλιξη Μέσων Μεταφοράς.....	10
1.5 Τουρισμός και Ανάπτυξη.....	12
1.6 Βιώσιμη Ανάπτυξη.....	12
1.7 Μοντέλα Τουριστικής Ανάπτυξης.....	15
1.7.1 Μορφολογικά Μοντέλα	16
1.7.2 Χωροταξικά Μοντέλα Ταξιδιών και Τουρισμού.....	18
1.7.3 Μοντέλα Προέλευσης – Προορισμού.....	20
1.7.4 Μοντέλα Τουριστικής Βιομηχανίας Πυρήνα – Περιφέρειας	21
1.7.5 Δυναμικά Μοντέλα	22
1.7.6 Οικονομικά Μοντέλα.....	22
1.7.7 Ψυχολογικά και Κοινωνικά Μοντέλα.....	23
1.7.8 Μοντέλα Κύκλου Ζωής	24
1.8 Συμπεράσματα	30
2 ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	31
Η Τουριστική Ανάπτυξη στην Ελλάδα και τη Ρόδο.....	31
2.1 Εισαγωγή.....	32
2.2 Ιστορική Αναδρομή για την Ελλάδα.....	32
2.3 Τουριστική Ανάπτυξη στην Ελλάδα.....	37
2.4 Ιστορική Αναδρομή για το Νησί της Ρόδου.....	45
2.5 Τουριστική Ανάπτυξη στη Ρόδο	46

2.5.1	Ξενοδοχειακή Υποδομή στη Ρόδο.....	47
2.5.2	Τουριστική Κίνηση στη Ρόδο.....	48
2.6	Επιπτώσεις του Τουρισμού στη Ρόδο.....	50
2.6.1	Επιπτώσεις του Μαζικού Οργανωμένου Τουρισμού στη Ρόδο.....	50
2.6.2	Οικονομικές Επιπτώσεις του Τουρισμού στη Ρόδο.....	52
2.6.3	Επιπτώσεις από τους Tour Operators στη Ρόδο.....	53
2.6.4	Εξάρτηση της Τοπικής Οικονομίας από τον Τουρισμό.....	54
2.7	Συμπεράσματα.....	56
3	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.....	57
	Μεθοδολογία Έρευνας.....	57
3.1	Εισαγωγή.....	58
3.2	Έννοια της Έρευνας.....	59
3.3	Ποιοτική ή Ποσοτική Ανάλυση.....	60
3.4	Καθορισμός Ερευνητικού Σκοπού.....	62
3.5	Καθορισμός Ερευνητικών Στόχων.....	63
3.6	Καθορισμός Ερευνητικών Ερωτημάτων.....	64
3.7	Δευτερογενείς Πηγές.....	64
3.8	Σχεδιασμός Ερωτηματολογίου.....	65
3.9	Δειγματοληψία.....	66
3.10	Ανάλυση Στοιχείων της Έρευνας.....	67
3.11	Εμπιστευτικότητα.....	67
3.12	Περιορισμοί της Έρευνας.....	68
4	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....	69
	Αποτελέσματα Έρευνας.....	69
4.1	Εισαγωγή.....	70
4.2	Δημογραφικά Στοιχεία.....	70
4.3	Οικονομικές επιπτώσεις του Τουρισμού.....	71
4.4	Κοινωνία.....	75
4.5	Περιβάλλον.....	80
4.6	Ικανοποίηση Τουριστών.....	85
4.7	Τουριστικές Ανάγκες.....	87
4.8	Λόγοι Επιλογής Ταξιδιού στη Ρόδο.....	90

4.9	Μελλοντική Πορεία Τουρισμού στη Ρόδο.....	92
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	96
5	96
Συμπεράσματα – Προτάσεις	96
5.1	Εισαγωγή.....	97
5.2	Συμπεράσματα	97
5.2.1	Οικονομία	97
5.2.2	Κοινωνία	98
5.2.3	Περιβάλλον	99
5.2.4	Επίπεδο Ανάπτυξης της Ρόδου	100
5.3	Προτάσεις.....	101
5.3.1	Πολιτιστικός Τουρισμός.....	102
5.3.2	Αθλητικός Τουρισμός.....	103
5.3.3	Αειφορικός Τουρισμός.....	105
5.4	Προτάσεις για Περαιτέρω Έρευνα.....	106
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	108
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α	113

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 4.2: Δημογραφικά Χαρακτηριστικά Ερωτηθέντων.....	70
Πίνακας 4.3: Αντιλήψεις τουριστικών επιπτώσεων στην οικονομία	72
Πίνακας 4.4: Αντιλήψεις τουριστικών επιπτώσεων στην κοινωνία	76
Πίνακας 4.5: Αντιλήψεις τουριστικών επιπτώσεων στο περιβάλλον	81
Πίνακας 4.6: Ικανοποίηση Τουριστών	86
Πίνακας 4.7: Τουριστικές Ανάγκες	87
Πίνακας 4.8: Λόγοι Επιλογής Ταξιδιού στη Ρόδο.....	90
Πίνακας 4.9: Μελλοντική Πορεία Τουρισμού στη Ρόδο.....	93

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Τουρισμός και Τουριστική Ανάπτυξη

1.1 Εισαγωγή

Οι παραγόμενες από τον τουρισμό οικονομικές εισροές αποτελούν σημαντικό παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης και οικονομικών σχέσεων για πολλές χώρες. Οι αφίξεις τουριστών διεθνώς υπερβαίνουν το μισό δισεκατομμύριο και ο τουριστικός τομέας βιώνει ταχύτατη εξέλιξη. Ο τουρισμός αποτελεί αδιαμφισβήτητα μια από τις μεγαλύτερες δραστηριότητες παγκοσμίως. Πρόκειται για έναν ιδιόμορφο και ταχύτατα αναπτυσσόμενο τομέα. Το γεγονός ότι από τα πρώτα στάδια ανάπτυξης δόθηκε ιδιαίτερη έμφαση στην οικονομική σπουδαιότητα του τουρισμού, σε συνδυασμό με τις κοινωνικές και πολιτιστικές αλλαγές που πραγματοποιούνται στις σύγχρονες κοινωνίες καθιστούν πολύπλοκη την εννοιολογική οριοθέτηση του τουρισμού (Τσάρτας, 1996). Ο επιστημονικός προβληματισμός επικεντρώνεται τόσο στις προσπάθειες καθορισμού της έννοιας του τουρισμού, όπως τι είναι τουρισμός και τι περιλαμβάνει, καθώς και στις επιμέρους παραμέτρους, όπως καθορισμός των ορίων έκτασης του τουρισμού.

Η ανάπτυξη του τουρισμού ήταν ραγδαία σε παγκόσμιο επίπεδο. Η οικονομική σπουδαιότητα του τουρισμού, μέσα από τη δυνατότητα να εξασφαλίζει κρατικά έσοδα και να δημιουργεί θέσεις απασχόλησης τον ανάγει σε σημαντικό οικονομικό, κοινωνικό και πολιτικό παράγοντα ανάπτυξης, τόσο για τις αναπτυγμένες όσο και για τις αναπτυσσόμενες χώρες. Οι οικονομικές ωφέλειες του τουρισμού, είναι το αποτέλεσμα μιας αναπτυξιακής διαδικασίας που στηρίζεται κατά κύριο λόγο στο φυσικό και πολιτιστικό κεφάλαιο της τουριστικής περιοχής του κάθε τουριστικού προορισμού. (Robinson & Boniface, 1999). Στα πλαίσια λοιπόν αυτής της αναπτυξιακής διαδικασίας και της σπουδαιότητάς της, κύριο αντικείμενο της μελέτης που θα αναπτυχθεί στα επόμενα κεφάλαια θα αποτελέσουν οι εννοιολογικοί προσδιορισμοί του τουρισμού, η ιστορική εξέλιξή του, οι σύγχρονες εξελίξεις, η βιώσιμη ανάπτυξη και τα μοντέλα τουριστικής ανάπτυξης.

1.2 Εννοιολογικοί Προσδιορισμοί και Έννοιες του Τουρισμού

Η ευρύτερη έννοια του τουρισμού αναφέρεται σε σύνθετη μορφολογικά και με πολλές όψεις δραστηριότητα, γιατί ερευνώνται και παρέχονται διαφορετικές υπηρεσίες σε διαφορετικά στάδια από τον τόπο προέλευσης έως τον τόπο προορισμού. Επιπλέον, σε κάθε χώρα ή

περιφέρεια είναι πιθανόν να υπάρχουν αρκετοί τόποι προέλευσης και προορισμοί, που οι περισσότεροι λειτουργούν και ως τόποι γέννησης (προέλευση) και ως τόποι υποδοχής (προορισμός) (Pearce, 1989).

Τα όρια της δραστηριότητας του τουρισμού δεν μπορούν πάντα να καθορίζονται με σαφήνεια. Οι διευκολύνσεις που κατασκευάζονται ειδικά για τουρισμό ποικίλλουν από αξιοθέατα, όπως η Ντίσνεϊλαντ, μέχρι ξενοδοχεία - θέρετρα και δρόμους πρόσβασης για πίστες του σκι. Άλλες έχουν τροποποιηθεί από την αρχική τους λειτουργία για μερική τουριστική χρήση: αγροικίες έχουν γίνει εξοχικά και παλιοί πορθμοί και υδάτινες οδοί έχουν επισκευαστεί για βαρκάδες αναψυχής. Πράγματι, οι αγροτικές περιοχές, στις οποίες ο τουρισμός συχνά είναι περισσότερο διασκορπισμένος και η οργάνωση λιγότερο τυπική, μπορούν να αποτελούν και αυτές σημαντικούς τουριστικούς προορισμούς (Getz, 1992).

Οι Lickorish και Jenkins (2004:10) ορίζουν τον τουρισμό ως: «Το φαινόμενο εμφανίζεται όταν πραγματοποιούνται προσωρινές επισκέψεις (ή διανυκτερεύσεις) εκτός της μόνιμης κατοικίας, για οποιοδήποτε λόγο εκτός από τη διεκπεραίωση αμειβόμενων εργασιών στον τόπο επίσκεψης». Επιπλέον ο Kaspar (1994) αναφέρει τον τουρισμό ως το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων που προκύπτουν μέσω ταξιδιού και παραμονής ατόμων σε κάποιο συγκεκριμένο τόπο παραμονής. Αυτός ο τόπος δεν είναι ούτε κύριος, ούτε μόνιμος, ούτε εργασία.

Ο τουρισμός πλέον αποτελεί ένα σύνολο δραστηριοτήτων που σχετίζονται με πολλούς κλάδους της οικονομίας. Είναι ένας εξαιρετικά πολύπλευρος τομέας που απαιτεί την συμβολή οικονομικών, κοινωνικών, πολιτισμικών και περιβαλλοντικών δεδομένων. Οι Lickorish και Jenkins (2004) αναφέρουν ωστόσο ότι ο χαρακτηρισμός του ως «βιομηχανία» δεν είναι απόλυτα ορθός, αφού δεν γίνεται παραγωγή κάποιου συγκεκριμένου προϊόντος, και η απόδοση του δεν είναι (απτά) μετρήσιμη, σε αντίθεση με άλλους κλάδους της βιομηχανίας όπως τη γεωργία (τόνους σιτηρών) ή την ποτοποιία (λίτρα κρασιού). Επιπλέον, δεν υπάρχει κάποια συγκεκριμένη μορφή της «βιομηχανίας» του τουρισμού που να είναι κοινή σε ολόκληρο τον πλανήτη. Για παράδειγμα πολλοί τουρίστες προσελκύουν έναν προορισμό για την γαστρονομία ή και τις αγορές ενώ σε κάποιον άλλο προσελκύονται από τα αρχαιολογικά μνημεία και τον πολιτισμό. Επίσης και τα δομικά στοιχεία του τουρισμού διαφοροποιούνται

από χώρα σε χώρα όπως τα καταλύματα και τα μέσα μεταφοράς. Λόγω των παραπάνω προβλημάτων, πολλοί συγγραφείς κάνουν λόγο για τουριστικό τομέα αντί για τουριστική βιομηχανία. Παρόλα αυτά πολλές φορές χρησιμοποιούνται και οι δύο όροι.

Για να ολοκληρωθεί η έννοια του τουρισμού θα πρέπει να ληφθούν υπόψη οι διάφορες ομάδες που αποτελούν και αλληλοεπηρεάζουν την τουριστική βιομηχανία. Ο Ηγουμενάκης (1999) αναφέρει τέσσερις διαφορετικές ομάδες, οι οποίες είναι οι εξής:

- Ο τουρίστας: ανάλογα με τις ανάγκες που έχει και το είδος των εμπειριών που θέλει να αποκομίσει, θα επιλέξει τον τουριστικό προορισμό καθώς και τις δραστηριότητες που θα απολαύσει.
- Η τουριστική επιχείρηση: έχει ως στόχο το κέρδος μέσω του τουρισμού και έτσι φροντίζει για τον εφοδιασμό αγαθών και υπηρεσιών που αναζητούν οι τουρίστες.
- Ο τουριστικός προορισμός: Αντιμετωπίζει τον τουρισμό από πολλές πλευρές όπως για παράδειγμα σαν πολιτιστικό παράγοντα, ως ευκαιρία για νέες θέσεις εργασίας, ως πηγή εσόδων και σίγουρα ως παράγοντα ευημερίας και ανάπτυξης. Βέβαια εκτός από τα θετικά αποτελέσματα που αποκομίζει η βιομηχανία του τουρισμού, υπάρχουν και οι αρνητικές επιδράσεις τόσο στο περιβάλλον όσο και στην κοινωνία γενικότερα.
- Η διοίκηση του τουριστικού προορισμού: είναι οργανισμοί, τοπικοί και εθνικοί φορείς οι οποίοι αντιμετωπίζουν τον τουρισμό ως πηγή εσόδων καθώς και ανάπτυξης της περιοχής στην οποία έχουν δικαιοδοσία. Σαφώς δεν παραβλέπουν τις αρνητικές επιδράσεις που μπορεί να έχει ο τουρισμός είτε είναι άμεσες ή έμμεσες.

1.3 Ιστορική εξέλιξη του τουρισμού

Ξεκινώντας την περιγραφή της εξέλιξης του τουρισμού μέσα στην ιστορία θεωρείται σκόπιμο να αναφερθεί κανείς στα αρχαία χρόνια και τη μορφή που είχε την εποχή εκείνη ο τουρισμός. Συγκεκριμένα, την περίοδο εκείνη παρατηρείται κίνηση προς τις άλλες χώρες οι λόγοι της οποίας περιορίζονταν στο εμπόριο και γενικότερα στο επάγγελμα. Τα ταξίδια που πραγματοποιούνταν τότε είχαν ως κύριο στόχο την επαφή με άλλους λαούς και τη γνωριμία και μεταφορά των προϊόντων που παρήγαγαν. Ευνοϊκή προς την εξέλιξη αυτή θεωρείται η ανάπτυξη νέων μεταφορικών μέσων, όπως είναι οι άμαξες, αλλά και η εφεύρεση του χρήματος η οποία κατέστησε δυνατή και ευκολότερη την αγοραπωλησία προϊόντων και

αποδείχτηκε θετική για την περαιτέρω ανάπτυξη του εμπορίου και συνεπακόλουθα των ταξιδιών. Διαπιστώνει, λοιπόν κανείς ότι τα τελευταία δεν είχαν τη μορφή αναψυχής, με εξαίρεση αυτά που πραγματοποιούνταν για την παρακολούθηση ή συμμετοχή στους Ολυμπιακούς αγώνες, αλλά υποκινούνταν από επαγγελματικά κίνητρα (Doswell, 2002).

Ο Μεσαίωνας αναδεικνύεται σε μία περίοδο της ιστορίας η οποία αποτελεί τροχοπέδη για την ανάπτυξη και εξέλιξη πολλών τομέων της εποχής εκείνης από τους οποίους δεν θα μπορούσαν φυσικά να λείψουν τα ταξίδια. Ο τουρισμός περιορίζεται στον πανεπιστημιακό ο οποίος εμφανίζεται ιδιαίτερα αναπτυγμένος γύρω από τα πανεπιστημιακά κέντρα της Ευρώπης, όπως το Παρίσι και η Οξφόρδη, αλλά και στον τουρισμό των μεγάλων θρησκευτικών γεγονότων και εορτών (Βαρβαρέσος, 2000).

Την εποχή του Μεσαίωνα ακολούθησε η Αναγέννηση η οποία έδωσε νέα ώθηση στην υπόθεση τουρισμός, δημιουργώντας νέα πρότυπα και θέτοντας τις βάσεις για τη διαμόρφωσή του όπως έχει σήμερα. Τα ταξίδια πλέον γίνονται για λόγους εκπολιτισμού, έχουν εκπαιδευτικό χαρακτήρα και πραγματοποιούνται κυρίως από νεαρούς Άγγλους ευγενείς. Είναι η εποχή που εμφανίζεται η λεγόμενη Μεγάλη Περιήγηση ή Grand Tour σύμφωνα με την οποία οι νεαροί Άγγλοι πραγματοποιούσαν ταξίδια μεγάλης διάρκειας στην Ευρώπη προκειμένου να έρθουν σε επαφή και να γνωρίσουν τον πολιτισμό των χωρών που επισκέπτονταν. Η ανάπτυξη των ταξιδιών αυτών ήταν τόσο μεγάλη που «υποχρέωσε» πολλούς να προσφέρουν οργανωμένα ταξίδια, αλλά και πολλούς ξενοδόχους να αναβαθμίσουν τις υπηρεσίες τους και να δημιουργηθούν νέες μονάδες εστίασης και διαμονής (Βαρβαρέσος, 2000).

Τέλος, δεν θα πρέπει να αμελήσει κανείς τη συμβολή των περιηγητών την περίοδο από τον 14^ο έως και τον 17^ο αιώνα οι οποίοι πραγματοποιούσαν ταξίδια κυρίως στην Ελλάδα και τη Μέση Ανατολή. Οι περιηγητές κατέγραφαν τις εντυπώσεις από τα ταξίδια που πραγματοποιούσαν, δημιουργώντας με αυτόν τον τρόπο μία σημαντική βάση δεδομένων, προάγγελο των μετέπειτα ταξιδιωτικών οδηγιών (Τσάρτας, 1999).

Ο 19ος αιώνας είναι καθοριστικός για πολλούς τομείς της ανθρωπότητας, αλλά και για τον τουρισμό. Την περίοδο αυτή συνέβησαν σημαντικότερες εξελίξεις τόσο στον τομέα της

τεχνολογίας όσο και στην κοινωνία γενικότερα. Συγκεκριμένα, θα πρέπει να σταθεί κανείς ιδιαίτερα στην ανάπτυξη των μέσων μεταφοράς τα οποία πήραν νέα μορφή. Πρώτο παράδειγμα είναι ο σιδηρόδρομος ο οποίος διαρκώς επεκτείνεται στην Ευρώπη και στις ΗΠΑ, καθιστώντας με αυτό τον τρόπο ευκολότερη και πιο φτηνή τη μεταφορά των ανθρώπων. Στα μέσα του 19ου αιώνα κάνουν την εμφάνισή τους τα ατμόπλοια τα οποία συνδέουν τις δύο ηπείρους, Ευρώπη και Αμερική, μεταφέροντας ανθρώπους και εμπορεύματα (Τσάρτας, 1999).

Κυριότερος εκπρόσωπος και πρωτοπόρος στον τομέα του τουρισμού ήταν ο Τόμας Κουκ ο οποίος θεωρείται ο πρώτος τουριστικός πράκτορας. Το 1841, ο Κουκ είναι εκείνος ο οποίος έκανε πράξη το πρώτο οργανωμένο ταξίδι στο οποίο συμμετέχουν 570 άτομα με τιμή συμμετοχής 1 σελίνι. Το 1845, δημιουργεί στο Λέισεστερ το γραφείο ταξιδιών του με την επωνυμία “Thomas Cook & Son” του οποίου η επιτυχία ήταν τέτοια έτσι ώστε το 1851 να μεταφέρει 165.000 ταξιδιώτες στην Μεγάλη Έκθεση του Λονδίνου και να ιδρύσει υποκαταστήματα σε 68 χώρες του κόσμου (Τσάρτας, 2000).

Οι παραπάνω εξελίξεις, λοιπόν τόσο στον τομέα των μεταφορών, όσο και στον τρόπο οργάνωσης του τουρισμού δημιουργούν τις κατάλληλες συνθήκες προκειμένου να αναπτυχθούν τα παραθαλάσσια θέρετρα. Η ζήτηση για τουρισμό αναψυχής αυξήθηκε σημαντικά από άτομα που στην πλειοψηφία τους άνηκαν στην ανώτερη κοινωνική τάξη. Είναι η εποχή που το ταξίδι αποκτά την πρώτη μορφή μαζικοποίησης του και προσδίδει στους ταξιδιώτες γόητρο. Βέβαια, κανείς δεν θα πρέπει να αμελήσει την πλευρά της τουριστικής προσφοράς η οποία έπρεπε να είναι τέτοια ώστε να ικανοποιηθεί η εκάστοτε ζήτηση. Δημιουργήθηκαν, λοιπόν στα δημοφιλή τουριστικά θέρετρα νέα ξενοδοχεία τα οποία συνεχώς εμπλούτιζαν τις υπηρεσίες που διέθεταν στους πλούσιους ενοίκους τους (Τσάρτας, 2000).

Σύμφωνα, λοιπόν, με τα παραπάνω διαπιστώνει κανείς ότι οι εξελίξεις του 19ου αιώνα αποτελούν τη βάση πάνω στην οποία θα στηριχτεί ο τουρισμός προκειμένου να πάρει τη μορφή που έχει σήμερα και να μετατραπεί σε βιομηχανία. Ο 20ος αιώνας και τα γεγονότα που συνέβησαν σε αυτόν θα αποτελέσει το σημείο-σταθμό για ολόκληρη την ανθρωπότητα και θα συμβάλλει στην οριστική καθιέρωση του τουρισμού. Ιδιαίτερος στον χώρο των

μέσων μεταφοράς διακρίνει κανείς την τελειοποίηση του αυτοκινήτου και τη μαζική παραγωγή του. Παράλληλα τελειοποιούνται τα θαλάσσια μέσα και τα τρένα, καθιστώντας έτσι το ταξίδι μία εύκολη υπόθεση για άλλους. Δεν θα μπορούσε, φυσικά να αμελήσει κανείς την εφεύρεση του αεροπλάνου το οποίο κάνει την εμφάνιση του αρχικά ως μέσο μεταφοράς εμπορευμάτων και κατόπιν επιβατών (Γσάρτας, 2000).

Όσον αφορά τις ανώτερες κοινωνικές ομάδες που είχαν διαμορφωθεί τον προηγούμενο αιώνα μπορεί να πει κανείς ότι ο Α Παγκόσμιος Πόλεμος (1914-1918), αλλά και η οικονομική κρίση του 1929 είναι η αφορμή προκειμένου να ανατρέψουν τους αριστοκράτες και τους μονάρχες και κατ' επέκταση τον αριστοκρατικό τουρισμό, ο οποίος αποτελούσε την κυρίαρχη μορφή τον 19ο αιώνα. Οι εξελίξεις αυτές είχαν ως αποτέλεσμα την ανασυγκρότηση της μεσαίας τάξης η οποία διαρκώς διευρύνεται και αποκτάει πολλά προνόμια (Auty, 1995).

Η Βιομηχανική Επανάσταση που προηγήθηκε είχε ως αποτέλεσμα εκτός από τη βελτίωση της παραγωγής και την καθιέρωση νέων, καλύτερων συνθηκών εργασίας. Συγκεκριμένα, πολλές Ευρωπαϊκές κυρίως χώρες, όπως η Ιταλία το 1925, η Γαλλία το 1936 και η Αυστρία το 1910, καθιέρωσαν μέσω της θέσπισης νομοθετικών διαταγμάτων την «άδεια μετ' αποδοχών» για τους εργαζόμενους, με αποτέλεσμα να έχουν περισσότερο χρόνο (Βαρβαρέσος, 2000). Παράλληλα, θα μπορούσε κανείς να ισχυριστεί ότι η άδεια μετ' αποδοχών, η οποία «υποχρεώνει» κατά κάποιο τρόπο τους εργαζομένους να κάνουν διακοπές, ανοίγει την πόρτα στα παραθαλάσσια θέρετρα να αναπτυχθούν τουριστικά, αφού η πλειοψηφία των ταξιδιωτών επιλέγει το καλοκαίρι για να πραγματοποιήσει τις διακοπές.

Η ζήτηση που δημιουργήθηκε για τα τουριστικά προϊόντα έπρεπε να ικανοποιηθεί με τη δημιουργία και προσφορά της αντίστοιχης τουριστικής υποδομής. Έτσι, δημιουργούνται μεγάλες αλυσίδες ξενοδοχείων και εστιατορίων και φορείς τουρισμού προκειμένου να οργανώσουν το πολύπλοκο τουριστικό φαινόμενο που διαρκώς εντείνεται (Wight, 1998).

Κλείνοντας, θα πρέπει να τονίσει κανείς τη σημαντικότητα των εξελίξεων που συνέβησαν μέχρι τα μέσα του 20ου αιώνα και οι οποίες είναι κυρίως κοινωνικές και τεχνολογικές. Οι εξελίξεις, λοιπόν, αυτές έδωσαν τη δυνατότητα σε όλο και περισσότερα άτομα να ταξιδέψουν μετατρέποντας πλέον τον τουρισμό σε μία βιομηχανία, η οποία όμως βρίσκεται

ακόμα στο πρώτο στάδιο. Η μεταπολεμική περίοδος είναι εκείνη που ουσιαστικά και τελικά δημιούργησε τον τουρισμό. Στο επόμενο μέρος, λοιπόν, που είναι αφιερωμένο σε αυτή την εποχή θα εξεταστούν εκτενέστερα οι παραπάνω εξελίξεις.

1.4 Οι Σύγχρονες Εξελίξεις στον Τουρισμό

Μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου δημιουργήθηκαν οι κατάλληλες συνθήκες προκειμένου να αναπτυχθούν πολλοί τομείς της σύγχρονης ζωής, είτε αυτοί έχουν να κάνουν με την οικονομία, είτε με την κοινωνία. Ένας από αυτούς τους τομείς είναι και ο Τουρισμός, ο οποίος επωφελήθηκε σημαντικά από τις σύγχρονες εξελίξεις στην κοινωνία και την τεχνολογία. Συγκεκριμένα μπορεί κανείς να διακρίνει τους παρακάτω παράγοντες οι οποίοι φαίνεται ότι επηρέασαν το τουριστικό φαινόμενο και του προσέδωσαν τη σημερινή μορφή (Ηγουμενάκης, 1999).

1.4.1 Κράτος Πρόνοιας

Πολλά ανεπτυγμένα κράτη με την πάροδο του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, υιοθέτησαν μία νοοτροπία τέτοια ώστε οι περισσότεροι πολίτες να έχουν περισσότερο ελεύθερο χρόνο και βελτιωμένη ποιότητα ζωής (Χρήστου, 1999). Το πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα των ενεργειών που έκαναν τα περισσότερα κράτη ήταν η καθιέρωση της «άδειας μετ' αποδοχών» σύμφωνα με την οποία κάθε εργαζόμενος στον ιδιωτικό ή δημόσιο τομέα έχει τη δυνατότητα να πάρει τέσσερις ή πέντε εβδομάδες άδεια το χρόνο, προκειμένου να ξεκουραστεί και την οποία θα την πληρώνεται κανονικά σαν να δουλεύει. Σχετικό είναι και το επίδομα αδειας που δίνεται σε κάθε εργαζόμενο πριν πάρει την άδεια του και το οποίο συνήθως ισούται με το ένα δεύτερο του μισθού του (Χρήστου, 1999).

Η σημασία της άδειας μετ' αποδοχών είναι διττή. Από τη μία πλευρά το άτομο αποκτάει ένα επιπλέον εισόδημα το οποίο δίδεται προκειμένου να καλυφθεί ολόκληρο ή ένα μέρος των διακοπών. Από την άλλη ο πολίτης έχει στην διάθεση του περισσότερο ελεύθερο χρόνο. Το σημαντικό γεγονός σε αυτή την εξέλιξη είναι ότι τα περισσότερα κράτη αναγνωρίζουν την αναγκαιότητα του τουρισμού στη ζωή των ανθρώπων και διαθέτουν για αυτή την ανάγκη μεγάλα κονδύλια. Παράλληλα, δίνουν στον εργαζόμενο το δικαίωμα, αλλά και την «υποχρέωση» να ξεκουραστεί και να ξεφύγει από την καθημερινότητα (Χρήστου, 1999).

Τέλος, δεν θα πρέπει να ξεχνάει κανείς, ότι σήμερα, περισσότερο από ποτέ, τα άτομα επιλέγουν τις μέρες του καλοκαιριού προκειμένου να ξεκουραστούν από την εργασία τους. Το γεγονός αυτό αποτελεί έναν επιπλέον προσδιοριστικό παράγοντα του τουρισμού ο οποίος αναπτύσσεται κυρίως σε παραθαλάσσια θέρετρα και συνεχώς μαζικοποιείται (Ηγουμενάκης, 1999).

Η σημασία που δίδεται από τον κράτος στο φαινόμενο τουρισμός είναι κατανοητή και από την καθιέρωση του λεγόμενου κοινωνικού τουρισμού. Σύμφωνα με αυτόν υπάρχουν προγράμματα που απευθύνονται συνήθως σε εργαζόμενους που δεν έχουν μεγάλη οικονομική ευχέρεια και τα οποία δίνουν τη δυνατότητα στα άτομα αυτά να ταξιδέψουν χωρίς κόστος ή πληρώνοντας κάποιο μικρό αντίτιμο. Τα προγράμματα κοινωνικού τουρισμού αναδεικνύουν την έννοια του τουρισμού και πόσο σημαντική είναι για όλους τους ανθρώπους, σε οποιαδήποτε κοινωνική βαθμίδα κι αν ανήκουν. Εδώ, λοιπόν εντοπίζεται η ειδοποιός διαφορά σε σχέση με τον τουρισμό των προηγούμενων αιώνων ο οποίος ήταν υπόθεση λίγων και όχι όλων όπως σήμερα (Middleton, 2005).

Όσον αφορά το Κράτος Πρόνοιας μία εξίσου σημαντική καινοτομία είναι η μείωση στην ηλικία συνταξιοδότησης, αλλά και η δυνατότητα πρόωρης σύνταξης. Γενικότερα, οι συνταξιούχοι αποτελούν μία ξεχωριστή κατηγορία ταξιδιωτών οι οποίοι διαθέτουν χρόνο και πολλές φορές και χρήματα προκειμένου να πραγματοποιήσουν ταξίδια. Η μείωση, λοιπόν, στα όρια συνταξιοδότησης, αποτελεί μία ακόμα αιτία η οποία οδηγεί τον τουρισμό σε ανάπτυξη (Middleton, 2005).

1.4.2 Οικονομικοί, Πολιτικοί και Δημογραφικοί Παράγοντες

Τα χρόνια μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο χαρακτηρίζονται από οικονομική και πολιτική σταθερότητα, κυρίως στις αναπτυγμένες χώρες οι οποίες αποτελούν τις κυριότερες χώρες αποστολής τουριστών. Ο τουρισμός, γενικότερα, είναι πολύ ευάλωτος σε οποιαδήποτε αρνητική οικονομική ή πολιτική εξέλιξη οπότε το παραπάνω γεγονός συμβάλλει στην ομαλή διεξαγωγή του (Ηγουμενάκης, 1999).

Παράλληλα, θα πρέπει να επισημανθεί η άνοδος του οικογενειακού εισοδήματος η οποία συντελέστηκε αφενός εξαιτίας των οικονομικών συγκυριών, αλλά και της εισόδου των γυναικών στην εργασία. Έτσι, οι περισσότερες οικογένειες έχουν τουλάχιστον δύο πηγές εισοδήματος, στις οποίες εάν συνυπολογίσει κανείς και τα επιδόματα που δίδονται στους εργαζομένους γίνεται κατανοητή η μεγαλύτερη δυνατότητα πραγματοποίησης ταξιδιών από τα άτομα (Ηγουμενάκης, 1999).

Τέλος, όσον αφορά τους δημογραφικούς παράγοντες διακρίνονται δύο παραμέτροι: Ο πρώτος έχει να κάνει με την αύξηση του μέσου όρου ζωής η οποία σε συνδυασμό με τη μείωση της ηλικίας συνταξιοδότησης δημιουργεί μία νέα ομάδα τουριστών με συγκεκριμένες ανάγκες και ο δεύτερος αφορά τους νέους οι οποίοι έχουν πλέον αρκετό ελεύθερο χρόνο και εύκολη πρόσβαση στις πληροφορίες προκειμένου να πραγματοποιήσουν τις επιλογές που επιθυμούν. Και για τις δύο παραπάνω ομάδες καταναλωτών έχουν δημιουργηθεί συγκεκριμένα προϊόντα ικανά να ικανοποιήσουν τις ειδικές ανάγκες που έχουν (Doswell, 2002).

1.4.3 Εξέλιξη Μέσων Μεταφοράς

Όπως προαναφέρθηκε, η ανάπτυξη των μέσων μαζικής μεταφοράς αποτελεί ένα γεγονός το οποίο αναμφισβήτητα καθορίζει τη μορφή του σύγχρονου τουρισμού. Ήδη από τους προηγούμενους αιώνες και από τις αρχές του 20ου έγινε κατανοητό πως τόσο η εξέλιξη των τραίνων, όσο και η εφεύρεση των αυτοκινήτων θα βοηθούσαν πολύ στην πραγματοποίηση των ταξιδιών (Τσάρτας, 2000).

Μεταπολεμικά, λοιπόν διακρίνει κανείς τη μαζική παραγωγή του αυτοκινήτου το οποίο προσφέρει στους ταξιδιώτες που το επιλέγουν ασφάλεια και ανεξαρτησία. Πολλοί είναι εκείνοι που επιλέγουν κοντινούς προορισμούς με το δικό τους μέσο, έχοντας με αυτό τον τρόπο ευχέρεια κινήσεων και εξοικονομώντας αρκετά χρήματα.

Η σημαντικότερη, όμως, εξέλιξη στον τομέα της μεταφοράς είναι το αεροπλάνο το οποίο όπως είπαμε χρησιμοποιήθηκε αρχικά για τη μεταφορά των εμπορευμάτων. Με το μέσο αυτό οι ταξιδιώτες μπορούν να επισκεφτούν οποιαδήποτε χώρα του κόσμου θελήσουν στον λιγότερο δυνατό χρόνο και με αρκετή ασφάλεια. Το γεγονός αυτό, αποτέλεσε την αιτία

προκειμένου να γίνουν γνωστά και άλλα μέρη, πλην των παραδοσιακών χωρών υποδοχής, όπως είναι η Ασία, ο Ειρηνικός και η Αφρική. Κατόρθωσαν, λοιπόν, οι αεροπορικές μεταφορές να εξαλείψουν το μεγαλύτερο μειονέκτημα που μπορεί να έχει μία χώρα για να αναπτυχθεί τουριστικά και το οποίο δεν είναι άλλο από την απόσταση από τις χώρες προορισμού των τουριστών (Τσάρτας, 2000).

Ιδιαίτερη βαρύτητα, όσον αφορά, στην μορφοποίηση του τουριστικού φαινομένου έχει η ανάπτυξη των ναυλωμένων πτήσεων οι οποίες ήρθαν να καλύψουν τις αδυναμίες των προγραμματισμένων πτήσεων. Οι αδυναμίες αυτές έχουν να κάνουν με τον σχετικά υψηλό ναύλο, την αδυναμία κάλυψης της ζήτησης αλλά και το γεγονός ότι πραγματοποιούνται συγκεκριμένη ημέρα και ώρα. Μέσω των ναυλωμένων πτήσεων, λοιπόν επιτεύχθηκε χαμηλότερος ναύλος, σύνδεση της χώρας αποστολής με πολύ περισσότερες πόλεις της χώρας υποδοχής και κάλυψη της διαρκώς αυξανόμενης ζήτησης (Τσάρτας, 2000). Οι ναυλωμένες πτήσεις σε συνάρτηση με άλλους παράγοντες που θα εξεταστούν αργότερα αποτέλεσαν τον κυριότερο λόγο μαζικοποίησης του τουρισμού, αφού οι εταιρείες που τις πραγματοποιούν είναι κυρίως θυγατρικές μεγάλων Tour Operator ή γνωστών αεροπορικών εταιρειών και απευθύνονται κυρίως σε άτομα που επιλέγουν κάποιο πακέτο διακοπών (Doswell, 2002).

Κλείνοντας, θα πρέπει να αναφερθεί κανείς και στις νέες μορφές που πήραν τόσο τα ταξίδια με πλοίο, όσο και αυτά με τραίνο. Συγκεκριμένα, σήμερα περισσότερο από ποτέ οι άνθρωποι έχουν διαφορετικούς λόγους ταξιδιών και διαφορετικές ανάγκες να ικανοποιήσουν. Προκειμένου, λοιπόν οι φορείς της τουριστικής προσφοράς να αντεπεξέλθουν στη συνεχώς μεταβαλλόμενη και αυξανόμενη ζήτηση δημιούργησαν νέες μορφές ταξιδιών όπως είναι οι κρουαζιέρες και επανέφεραν το ταξίδι με τραίνο όπως είναι το Orient Express. Και οι δύο αυτοί τρόποι ταξιδιού ανταποκρίνονται σε συνήθως μικρές αγορές στόχους, οι οποίες θέλουν να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες ανάγκες και διαθέτουν χρήματα προκειμένου να το κάνουν. Ένα ακόμα στοιχείο που προκύπτει από την παραπάνω ανάλυση είναι η διαφοροποίηση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος ανάλογα με το μέσο που πραγματοποιείται το ταξίδι (Τσάρτας, 2000).

1.5 Τουρισμός και Ανάπτυξη

Στην μελέτη του για την τουριστική ανάπτυξη ο Gartner (1996) αναφέρει ότι η έννοια της ανάπτυξης είναι περισσότερο ασαφής από την έννοια του τουρισμού. Η ανάπτυξη μπορεί να γίνει αντιληπτή ως μια διαδικασία φυσικής αλλαγής. Ο Krapf (1961) συμπεραίνει ότι ο τουρισμός έχει «ειδική λειτουργία» στις αναπτυσσόμενες χώρες, μια λειτουργία την οποία καθορίζει με σειρά «Οικονομικών προστακτικών». Οφείλει δηλαδή να στοχεύει:

- Στην εκμετάλλευση των ίδιων των φυσικών πλουτοπαραγωγικών πηγών της χώρας.
- Στον διεθνή ανταγωνισμό, λόγω των ευνοϊκών όρων του εμπορίου.
- Στην ικανότητα να προσφέρονται στο εσωτερικό όσα αγαθά και υπηρεσίες απαιτούνται.
- Στο βελτιωμένο ισοζύγιο πληρωμών.
- Στην κοινωνική χρησιμότητα των επενδύσεων στον τουρισμό, δηλαδή δημιουργία θέσεων εργασίας και πολλαπλασιαστική επίδραση.
- Στην ισορροπημένη ανάπτυξη.

1.6 Βιώσιμη Ανάπτυξη

Με την εκτίμηση ότι μόνο ένα ήπιο πρότυπο ανάπτυξης με ισόρροπα χαρακτηριστικά στον σχεδιασμό και τη διαχείριση θα ήταν βιώσιμο και ανταγωνιστικό η σημερινή τουριστική πολιτική επικεντρώνεται στην προώθηση της βιώσιμης ανάπτυξης. Με τον σχεδιασμό και προγραμματισμό, δηλαδή, προωθούνται μέτρα και πολιτικές για να κατευθύνουν προς την βιωσιμότητα περιοχές που στο παρελθόν υιοθέτησαν το πρότυπο του μαζικού τουρισμού, αλλά και άλλες που δεν έχουν ακόμα αναπτυχθεί, τουλάχιστον τουριστικά. Οι σημαντικότερες παράμετροι της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης είναι (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001):

Καθοριστικός στόχος και επιδίωξη του σχεδιασμού στις τουριστικές περιοχές αποτελεί η ισορροπία, δηλαδή η ιδιαίτερη σημασία που έχει η ισόρροπη ένταξη του τουρισμού στα ήδη υπάρχοντα δεδομένα μιας περιοχής. Ακριβώς αντίθετα με ότι έχει ήδη επιτευχθεί, με την έως τώρα πολιτική που ακολουθήθηκε στις περιοχές με το μοντέλο οργανωμένου μαζικού τουρισμού όπου η προστασία του περιβάλλοντος και ιδιαίτερα των φυσικών και πολιτιστικών πόρων έχουν συνειδητά αγνοηθεί (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001).

Τα μέτρα που εκλαμβάνονται για το σχεδιασμό της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, συγκροτούν ένα σταθερό πρότυπο ανάπτυξης το οποίο χαρακτηρίζεται από την προσπάθεια διεύρυνσης της παραγωγικής βάσης σε τοπικό επίπεδο μέσα από τη συνεργασία όλων των παραγωγικών κλάδων της περιοχής με τον τουρισμό. Επιχειρείται ακόμα η βελτιστοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού καθώς και προβολή του τοπικού τουριστικού προϊόντος στις τουριστικές αγορές (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001).

Για την προώθηση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, απαιτείται η θέσπιση θεσμικού πλαισίου μέσα στο οποίο θα αναδεικνύεται η συμμετοχή στο σχεδιασμό όλων των τοπικών επαγγελματιών, θεσμικών και κοινωνικών φορέων που συνδέονται με την τουριστική ανάπτυξη (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001).

Στην βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, το φυσικό και δομημένο περιβάλλον αποτελούν τις βάσεις πάνω στις οποίες σχεδιάζεται η πολιτική διαχείρισης του τοπικού τουριστικού προϊόντος. Η ιδιαίτερη σημασία του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος στα πλαίσια της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης καταδεικνύεται από τις ειδικές πολιτικές που υιοθετούνται προκειμένου αυτά να αναπτυχθούν, να προστατευθούν και να προβληθούν μέσα από κοινωνικές και περιβαλλοντικές ισορροπίες, πρακτικές και μέτρα (Stabler, 1997).

Στις ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, εμπεριέχονται εκείνα τα ειδικά χαρακτηριστικά τα οποία τις καθιστούν ξεχωριστή βάση για την προώθηση βιώσιμου προτύπου τουριστικής ανάπτυξης. Πολλές δηλαδή εναλλακτικές μορφές τουρισμού εντάσσονται ήπια στην τοπική παραγωγική και κοινωνική δομή, δεν απαιτούν μεγάλες υποδομές, στοχεύουν στην προστασία του περιβάλλοντος και προωθούν τη ζήτηση κοινωνικά υπεύθυνου τουρισμού (Λογοθέτης, 2004).

Στον «Ευρωπαϊκό Χάρτη για το Βιώσιμο Τουρισμό σε Προστατευόμενες Περιοχές», ως βιώσιμος τουρισμός, που δεν αφορά αποκλειστικά και μόνο το φυσικό περιβάλλον αλλά και το ανθρωπογενές και πολιτισμικό περιβάλλον, ορίζεται «κάθε τουριστική δραστηριότητα ανάπτυξης ή διαχείρισης που εξασφαλίζει, μακροπρόθεσμα, την προστασία και την διατήρηση των φυσικών, πολιτιστικών και κοινωνικών πόρων και συμβάλλει, με θετικό και

δίκαιο τρόπο, στην οικονομική ανάπτυξη και ευμάρεια των ατόμων που ζουν, εργάζονται ή επισκέπτονται τις προστατευόμενες περιοχές» (Λογοθέτης, 2004).

Ο βιώσιμος τουρισμός δηλαδή αποτελεί μια μορφή «παράλληλης τουριστικής βιομηχανίας» η οποία στοχεύει στην τουριστική ανάπτυξη προσέχοντας όμως ταυτόχρονα ώστε οι επιπτώσεις της ανάπτυξης αυτής να είναι όσο το δυνατόν πιο ανώδυνες για το περιβάλλον και τα ευαίσθητα οικοσυστήματα. Πρόκειται ουσιαστικά για μια νέα θεώρηση του τουριστικού φαινομένου, στην οποία ενσωματώνονται όλες οι σύγχρονες οικολογικές και περιβαλλοντικές ευαισθησίες και ανησυχίες. Με την ανάπτυξη και εφαρμογή του βιώσιμου τουρισμού επιτυγχάνεται τόσο η οικονομική ανάπτυξη και η περιβαλλοντική βιωσιμότητα των τοπικών κοινωνιών σε συνδυασμό με την αναζωογόνηση της υπαίθρου, ελέγχονται οι τουριστικές επιδράσεις στην πολιτιστική κληρονομιά και παραδόσεις, βελτιώνονται οι συνθήκες διαβίωσης με την λήψη ειδικών στρατηγικών για ικανοποίηση των αναγκών του παρόντος και ταυτόχρονη εξασφάλιση καλύτερων συνθηκών στο μέλλον (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001).

Με την «Ατζέντα 21 για την ταξιδιωτική και τουριστική βιομηχανία- προς μια περιβαλλοντικά βιώσιμη ανάπτυξη», ένα κείμενο που απευθυνόταν σε όλους τους εμπλεκόμενους στην τουριστική βιομηχανία,(κυβερνήσεις, εθνικούς οργανισμούς τουρισμού, ταξιδιωτικές και τουριστικές Εταιρείες, ταξιδιωτικό κοινό) και συνέταξαν από κοινού τρεις διεθνείς οργανισμοί ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού και το Συμβούλιο της Γης, το 1996, εξειδικεύθηκαν οι αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης στον τουριστικό τομέα (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001; Λογοθέτης, 2004).

Η ταξιδιωτική τουριστική βιομηχανία στα πλαίσια της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης οφείλει να ακολουθήσει τις παρακάτω αρχές (Λογοθέτης, 2004):

1. Η ταξιδιωτική και τουριστική βιομηχανία πρέπει να βοηθήσει τους ανθρώπους ώστε να ακολουθήσουν μια υγιή και παραγωγική ζωή σε αρμονία με τη φύση.
2. Η ταξιδιωτική και τουριστική βιομηχανία πρέπει να συνεισφέρει στη διατήρηση, προστασία και αποκατάσταση των φυσικών οικοσυστημάτων.

3. Η ταξιδιωτική και τουριστική βιομηχανία πρέπει να βασίζεται σε βιώσιμα παραγωγικά καταναλωτικά πρότυπα.
4. Τα ταξίδια και ο τουρισμός, η ειρήνη, η ανάπτυξη και περιβαλλοντική προστασία δεν εξαρτώνται από πουθενά.
5. Ο προστατευτισμός στις εμπορικές ταξιδιωτικές και τουριστικές υπηρεσίες πρέπει να περιοριστεί.
6. Η περιβαλλοντική προστασία πρέπει να συνιστά ένα ολοκληρωμένο τμήμα των σχεδίων τουριστικής ανάπτυξης.
7. Τα ζητήματα τουριστικής ανάπτυξης πρέπει να αντιμετωπίζονται με τη συμμετοχή των ενδιαφερομένων πολιτών στις αποφάσεις σχεδιασμού, προσαρμοσμένες στα τοπικά δεδομένα.
8. Τα κράτη οφείλουν να ενημερώνουν τα άλλα για τις φυσικές καταστροφές που μπορούν να επηρεάσουν τους τουρίστες και τις τουριστικές περιοχές.
9. Τα ταξίδια και ο τουρισμός μπορούν να χρησιμοποιήσουν τις δυνατότητες που διαθέτουν για να δημιουργήσουν τη μεγαλύτερη έκταση απασχόληση για τις γυναίκες και τον ντόπιο πληθυσμό.
10. Η τουριστική ανάπτυξη πρέπει να αναγνωρίσει και να υποστηρίξει την ταυτότητα, τον πολιτισμό και τα ενδιαφέροντα του ντόπιου πληθυσμού.
11. Οι διεθνείς νόμοι, για την προστασία του περιβάλλοντος, πρέπει να είναι σεβαστοί από την ταξιδιωτική και τουριστική βιομηχανία.»

Ανακεφαλαιώνοντας, οι μορφές τουρισμού που αναπτύσσονται με σεβασμό προς το περιβάλλον, ενσωματώνουν περιβαλλοντικό προβληματισμό, σέβονται τις κοινωνικές, οικονομικές και πολιτισμικές ιδιαιτερότητες και δομές, και συμβάλλουν στην ισόρροπη ανάπτυξη όλων των οικονομικών δραστηριοτήτων ουσιαστικά εξειδικεύουν το τουριστικό φαινόμενο σε αυτό που σήμερα ονομάζεται βιώσιμος τουρισμός.

1.7 Μοντέλα Τουριστικής Ανάπτυξης

Τα βασικά πλαίσια μέσα στα οποία εξετάζεται ο τουρισμός έχουν κατασκευασθεί από γεωγράφους, επειδή κυρίως ήταν για αυτούς το φυσικό τους περιβάλλον κατά την πρώιμη περίοδο, όταν ο τουρισμός είχε και χωροταξικό χαρακτήρα. Διερευνώντας το πεδίο των υπαρχόντων μοντέλων είναι δυνατόν να εξετασθεί και ο ρόλος που διαδραματίζει η

τουριστική βιομηχανία μεταξύ του καταναλωτή στον τόπο της προέλευσής του ή της περιοχής δημιουργίας του τουρισμού και του προϊόντος στην περιοχή του προορισμού. Από αυτό απορρέει και η ερμηνεία της φύσης και της ανάπτυξης της έννοιας των ομάδων ευκαιρίας. Με αυτόν τον όρο στον τουρισμό περιγράφεται η ανάλυση της επιλογής διακοπών των τουριστών και το ταξιδιωτικό μάρκετινγκ. Πολλοί ερευνητές, όπως ο Woodside (1977), Woodside και Sherell (1977) και οι Um και Crompton (1987) έχουν αναφερθεί σε αυτό και βοήθησαν στη μοντελοποίηση της διαδικασίας επιλογής ενός τουριστικού προορισμού. Από τις θεωρίες στις οποίες βασίζεται ο όρος, οι καταναλωτές λαμβάνουν υπόψη και αντιλαμβάνονται τις εφικτές ομάδες ευκαιριών για διακοπές, ενώ οι προμηθευτές προσφέρουν διακοπές διαφορετικού είδους. Οι ομάδες ευκαιριών παρουσιάζουν αλληλουχία με τους τουρίστες, τη βιομηχανία τουρισμού και τους προορισμούς.

Εξαιτίας της αποσπασματικής έρευνας που έγινε εκ μέρους των επιστημόνων, γιατί εργάστηκαν ανεξάρτητα ο ένας από τον άλλο, δεν υπήρξε πλαίσιο αρχών, στο οποίο να βασιστούν, αλλά ούτε και έδωσαν την απαραίτητη προσοχή στις μελέτες των άλλων. Η συνέπεια όλων αυτών είναι να μην υπάρχει συναίνεση για το ποια κατεύθυνση θα έπρεπε να πάρει η έρευνα για την ανάπτυξη ενοποιημένης γενικής θεωρητικής δομής. Έτσι, υπάρχουν πολλά μοντέλα που ερμηνεύουν την τουριστική διεργασία από την κατεύθυνση που το καθένα την μελετά (Stabler, 1997).

1.7.1 Μορφολογικά Μοντέλα

Οι γεωγράφοι, όπως ο Miossec (1976) καθορίζουν το χωροταξικό πλαίσιο μέσα στο οποίο αναλύονται οι γεωγραφικές εκφάνσεις της προσφοράς και της ζήτησης καθώς και της λειτουργίας των τουριστικών περιοχών, όπως αυτή προκύπτει από τη χρήση φυσικών, τεχνητών και ανθρώπινων πόρων και την οργάνωσή τους στα πλαίσια των εθνικών, περιφερειακών και τοπικών ορίων. Πιο πρόσφατα μέσα από την ανάλυση του πρότυπου μεταξύ ανθρώπινης συμπεριφοράς και εμπειρίας τα μοντέλα αυτά συμβάλλουν στην κατανόηση του τρόπου με τον οποίο οι αποφάσεις σχετικά με τις διακοπές συνδέονται με την ψυχολογική και κοινωνική κατάσταση των καταναλωτών τουριστικών προϊόντων, καθώς και του τρόπου απόκτησης και επεξεργασίας των πληροφοριών που έχουν σχέση με τις εικόνες των περιοχών προορισμού. Το υπόδειγμα που χρησιμοποιεί ο Miossec (1976) εξετάζει την τουριστική ανάπτυξη σε σχέση με τις υλικές αλλαγές. Αιτία αυτών των αλλαγών είναι η

ανάπτυξη τουριστικών εγκαταστάσεων (όπως τα παραθεριστικά κέντρα) για την εξυπηρέτηση των αναγκών των τουριστών.

Στα μορφολογικά μοντέλα ανήκουν και τα μοντέλα προέλευσης – προορισμού που αποτελούν κατά την εξέτασή τους μια διαφορετική κατηγορία που στην πραγματικότητα έχει αναπτυχθεί έξω από το αναλυτικό πλαίσιο του ταξιδιωτικού χώρου. Οι τουριστικές περιοχές εξετάζονται συγχρόνως ως τόποι προέλευσης και προορισμού μαζί με τις δομές των μεταφορών και διαδρομών που είναι αμφίδρομες καθώς εκτελούν ταυτόχρονα και τις λειτουργίες της υποδοχής και της δημιουργίας τουριστών. Οι περιοχές μπορούν να ταξινομηθούν ανάλογα με το ρόλο που παίζουν κατά τη λειτουργία τους στον εγχώριο και τον διεθνή τουρισμό με τη δυνατότητά τους να ελκύουν και να δημιουργούν τουρίστες. Οι μητροπολιτικές περιοχές έχουν σημαντικό προβάδισμα σε αυτό ακολουθούμενες από τις περιφερειακές αστικές και τις αγροτικές περιοχές. Σε διεθνές επίπεδο οι βιομηχανικές χώρες κυριαρχούν τόσο στη δημιουργία όσο και στην προσέλκυση τουριστών. Αντίθετα, οι μη βιομηχανικές χώρες μειονεκτούν και περιορίζονται στην προσέλκυση τουριστών, αν διαθέτουν ιδιαίτερα περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά Stabler (1997).

Έτσι οι τοποθεσίες μπορούν να ταξινομηθούν σε εκείνες στις οποίες υπάρχει καθαρή εισροή και σε εκείνες με καθαρή εκροή τουρισμού, ανάλογα με τα δεδομένα που εισάγονται καθώς και τις δημιουργούμενες από τα οικονομικά πολλαπλασιαστικά μοντέλα υποδιαίρεσεις. Αλλά και ο Pearce (1981) όπως φαίνεται σε αυτή την έρευνα έχει ενσωματώσει τις εισροές και εκροές σε ένα μοντέλο που περιλαμβάνει προέλευση και προορισμό καθιστώντας το έτσι ευρύτερα εφαρμόσιμο.

Οι επενδυτές είναι αυτοί που πρώτοι ενημερώνουν τους τουρίστες για τον προορισμό. Ο προορισμός αναπτύσσεται συνθέτοντας σκόπιμα μια εικόνα που δεν είναι ανεξάρτητη και από τις διαφημιστικές προσπάθειες των επενδυτών. Εφόσον οι τουρίστες μάθουν για τον προορισμό, η αλλαγή στην εικόνα της περιοχής έχει επιτευχθεί. Νέες τουριστικές εγκαταστάσεις δημιουργούνται μαζί με τους τουρίστες προωθούν την περιοχή στο μέτρο που επιτρέπει η ανάπτυξή των Sinclair και Stabler (1991).

Από το σημείο της μεγάλης ανάπτυξης και μετά παρατηρείται συνήθως κάποια έλλειψη ελέγχου, που οδηγεί σε έντονες περιβαλλοντικές και κοινωνικοπολιτικές επιπτώσεις σ' όλη την περιοχή. Στο μοντέλο του Miossec (1976, 1977), όπως το περιέγραψε ο Pearce (1989), απεικονίζεται η δομική εξέλιξη των τουριστικών περιοχών στο χώρο και στο χρόνο εξακολουθεί να είναι το σαφέστερο και πληρέστερο σχετικά με τη διαδικασία της τουριστικής ανάπτυξης. Αξίζει να σημειωθεί ότι ο Miossec προβάλλει ιδιαίτερα τις αλλαγές στην παροχή διευκολύνσεων (δίκτυα θέρετρων και μεταφορών) και στη συμπεριφορά και στη στάση του ντόπιου πληθυσμού προς τους επισκέπτες της περιοχής.

Για τη διατήρηση της χωροταξικής διάστασης τα μορφολογικά μοντέλα συχνά συμπεριλαμβάνουν και την κατηγοριοποίηση των τουριστών με βάση τα πρότυπα που έχουν ως προς την επιλογή του προορισμού, τη στέγαση, το ταξίδι και τη συμπεριφορά τους. Αυτά τα μοντέλα έχουν επιπτώσεις και ως προς τις ομάδες ευκαιριών, στις οποίες δίνεται έμφαση των σχέσεων καταναλωτή, βιομηχανίας και προϊόντος και είναι εκείνα, επίσης που ασχολούνται με τη σχέση προέλευσης – προορισμού, τη δομή του τουρισμού καθώς και την επιρροή της ζήτησης και της προσφοράς. Ακολουθώντας την περιληπτική αξιολόγηση που αναπτύσσει ο Pearce (1987) μπορούν να αναγνωριστούν τέσσερις κατηγορίες μοντέλων:

- Ταξιδιού και τουριστικού χώρου.
- Προέλευσης – προορισμού.
- Τουριστικής βιομηχανίας πυρήνα – περιφέρειας.
- Δυναμικών.

1.7.2 Χωροταξικά Μοντέλα Ταξιδιών και Τουρισμού

Σε αυτά δίνεται έμφαση στην ιδέα ότι η γνώση των προορισμών έχει σχέση με την απόστασή τους από τις περιοχές δημιουργίας τουρισμού. Ανάλυση της σχέσης αυτής γίνεται μέσω της ισοδυναμίας της με τις συναρτήσεις φθίνουσας απόστασης του τουριστικού ταξιδιού (Campbell 1967). Άλλες μελέτες της ίδιας φύσης που μελετά ο ίδιος ερευνητής, αναλύουν ότι ο όγκος και το πρότυπο των διεθνών ταξιδιών παράγουν πιο εξεζητημένα χωροταξικά μοντέλα από την άποψη των φυσικών, τεχνητών και οργανωτικών πόρων (π.χ. Yokeno, 1968; Miossec).

Συγκεκριμένα, στην Ελλάδα το οικιστικό δίκτυο που υφίσταται είναι αποτέλεσμα φαινομένων που σχετίζονται τόσο με τη διαχρονική παρουσία αρχαίων οικιστικών συγκεντρώσεων όσο και με την εμφάνιση νέων οικισμών, ιδιαίτερα κατά τη διάρκεια της μεταπελευθερωτικής περιόδου. Η δημιουργία και εξέλιξη των τελευταίων προέκυψε είτε από εξαρχής συγκεντρώσεις ανθρώπινου δυναμικού είτε μετά από μεταφορά υφιστάμενων οικισμών. Οι διαδικασίες με βάση τις οποίες συντελέστηκαν τα φαινόμενα αυτά σπάνια ήταν ένα προϊόν ενός συνολικού προγραμματισμού του οποίου οι συγκυρίες επέτρεψαν την υλοποίηση. Συνήθως προέκυπτε ως αποτέλεσμα μεμονωμένων αποφάσεων από μέρους της κρατικής εξουσίας, που αφορούσαν τόσο τα αστικά κέντρα όσο και την περιφέρεια της χώρας (Ανδριώτης, 2005).

Οι εξελίξεις που αφορούν τη δομή του οικιστικού δικτύου στον ελληνικό χώρο πραγματοποιήθηκαν χωρίς προηγούμενο σχεδιασμό, με αφορμή αιφνίδια γεγονότα ή με την ευκαιριακή αξιοποίηση ιδιαίτερων γεωγραφικών και φυσικών χαρακτηριστικών. Η δυναμική που αναπτύχθηκε ως απόρροια σημαντικών ιστορικών εξελίξεων, βίαιων φυσικών φαινομένων και τάσεων αξιοποίησης παραγωγικών και γεωγραφικών χαρακτηριστικών ήταν αυτή που παρήγαγε τελικά το πλέγμα των οικισμών στο σύνολό τους και ιδιαίτερα αυτών του αγροτικού χώρου, οικισμών με κλιμακούμενο βαθμό ανάπτυξης. Στην πραγματικότητα ιεράρχηση των οικισμών προέκυψε από τον κυρίαρχο χαρακτήρα τους όπως αυτός διαμορφώθηκε μέσα από τις γεωμορφολογικές, ιστορικές και οικονομικές ιδιαιτερότητες των τόπων (Ανδριώτης, 2005).

Σε μία πρώτη καταγραφή των παραγόντων που επηρέασαν την εξέλιξη των οικισμών στον ελλαδικό χώρο μετά το 1928, αναφέρονται καταστάσεις όπως (Σπυροπούλου, 2004):

1. Η ύπαρξη προϋφιστάμενων πυρήνων που διατηρήθηκαν, προσαρμοσμένοι στις κοινωνικοοικονομικές συνθήκες, στο πέρασμα του χρόνου.
2. Η δημιουργία εξαρχής οικιστικών συγκεντρώσεων, η δημιουργία νέων δηλαδή οικισμών, η οποία συντελείται όταν οι συνθήκες κρίνονται κατάλληλες ή αναγκαίες γι' αυτό.

Οι προϋποθέσεις για τη δημιουργία νέου οικισμού δημιουργούνται όταν: Διαπιστώνεται ανάγκη εγκατάστασης προσφυγικών πληθυσμών ή αποικιστών, κυρίως λόγω οικονομικών διαφοροποιήσεων, λόγω εθνικών ή φυλετικών συγκρούσεων, λόγω οικονομικής ή πνευματικής άνθησης μιας περιοχής, η οποία έλκει άτομα ή ομάδες από άλλες περιοχές οι οποίες μειονεκτούν στους παραπάνω τομείς (Σπυροπούλου, 2004).

Επίσης, όταν εξασφαλίζονται οι δυνατότητες για επιβίωση, όπως αυτές συνοψίζονται στη διασφάλιση προϋποθέσεων που αφορούν στην αξιοποίηση γαιών, στους παρεχόμενους πόρους και ιδιαίτερα στην ευχέρεια εξασφάλισης εργασίας. 5. Ένας υφιστάμενος οικισμός περιέρχεται σε ερήμωση ή εξαφάνιση, οπότε προκύπτει ανάγκη μετεγκατάστασης των κατοίκων. Οι λόγοι δε που προκαλούν την ερήμωση μπορεί να είναι εθνικοί, π.χ. οι αλλαγές ορίων των κρατών προκαλούν μετακινήσεις εθνολογικού χαρακτήρα, μεταναστευτικά ρεύματα, μπορεί να είναι οικονομικοί που προκαλούνται από στέρηση πόρων ή λόγω απαξίωσης μιας οικιστικής θέσης, με συνέπεια τη δημιουργία μίας άλλης, αμυντικοί λόγοι, που αφορούν οικισμούς εκτεθειμένους σε επιθέσεις με συνέπεια ή την πλήρη ερήμωση ή την μετακίνηση σε ασφαλέστερη θέση, π.χ. χωριά στη Χίο, στη Χαλκιδική κ.ά., και τέλος άλλος λόγος μπορεί να είναι βίαια γεγονότα όπως είναι οι σεισμοί, οι κατολισθήσεις, οι πλημμύρες και γενικά φυσικές καταστροφές που προκαλούν έως και την πλήρη εξαφάνιση ενός οικισμού (Σπυροπούλου, 2004).

Για τους λόγους αυτούς παρατηρεί κανείς σε όλη την Ελλάδα την ερήμωση κάποιων οικισμών και τη δημιουργία νέων, πολλοί εκ των οποίων αποτελούν τουριστικούς προορισμούς και την προσπάθεια αναστήλωσης και των παλαιότερων οικισμών για λόγους βιωσιμότητας, εφόσον αυτό είναι εφικτό στα πλαίσια ορίων της χώρας (Ανδριώτης, 2005).

1.7.3 Μοντέλα Προέλευσης – Προορισμού

Τα μοντέλα προέλευσης – προορισμού αποτελούν κατά την εξέτασή τους μια διαφορετική κατηγορία που στην πραγματικότητα έχει αναπτυχθεί έξω από το αναλυτικό πλαίσιο του ταξιδιωτικού χώρου. Οι τουριστικές περιοχές εξετάζονται συγχρόνως ως τόποι προέλευσης και προορισμού μαζί με τις δομές των μεταφορών και διαδρομών που είναι αμφίδρομες καθώς εκτελούν ταυτόχρονα και τις λειτουργίες της υποδοχής και της δημιουργίας τουριστών. Οι περιοχές μπορούν να ταξινομηθούν ανάλογα με το ρόλο που παίζουν κατά τη

λειτουργία τους στον εγχώριο και τον διεθνή τουρισμό με τη δυνατότητά τους να ελκύουν και να δημιουργούν τουρίστες. Οι μητροπολιτικές περιοχές έχουν σημαντικό προβάδισμα σε αυτό ακολουθούμενες από τις περιφερειακές αστικές και τις αγροτικές περιοχές. Σε διεθνές επίπεδο οι βιομηχανικές χώρες κυριαρχούν τόσο στη δημιουργία όσο και στην προσέλκυση τουριστών. Αντίθετα, οι μη βιομηχανικές χώρες μειονεκτούν και περιορίζονται στην προσέλκυση τουριστών, αν διαθέτουν ιδιαίτερα περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά (Stabler, 1997).

Έτσι οι τοποθεσίες μπορούν να ταξινομηθούν σε εκείνες στις οποίες υπάρχει καθαρή εισροή και σε εκείνες με καθαρή εκροή τουρισμού, ανάλογα με τα δεδομένα που εισάγονται καθώς και τις δημιουργούμενες από τα οικονομικά πολλαπλασιαστικά μοντέλα υποδιαίρεσεις. Οι μελέτες των Thurot (1980) και Lundgrein (1982) όπως αναφέρει στην έρευνά του ο Stabler (1997), έχουν βοηθήσει σημαντικά να μοντελοποιηθεί αυτή η πλευρά του τουρισμού. Αλλά και ο Pearce (1981) όπως φαίνεται σε αυτή την έρευνα έχει ενσωματώσει τις εισροές και εκροές σε ένα μοντέλο που περιλαμβάνει προέλευση και προορισμό καθιστώντας το έτσι ευρύτερα εφαρμόσιμο.

1.7.4 Μοντέλα Τουριστικής Βιομηχανίας Πυρήνα – Περιφέρειας

Αυτά τα μοντέλα αναφέρονται κυρίως στα διεθνή ταξίδια προς τις χώρες του τρίτου κόσμου. Μέσω του μοντέλου πυρήνα και περιφέρειας δημιουργούνται οι προϋποθέσεις να ελέγχουν οι πολυεθνικές εταιρίες με έδρα τις βιομηχανικές χώρες στην τουριστική βιομηχανία της περιφέρειας (Britton, 1980).

Το μοντέλο ανάπτυξης πυρήνα – περιφέρειας εισήγαγε την έννοια της συγκέντρωσης στη βιομηχανία του τουρισμού σε εθνικό επίπεδο σε ό,τι αφορά τη χώρα δημιουργίας του τουρισμού όσο και τη χώρα προορισμού καθώς επίσης και την εισαγωγή της στην αγορά μέσω των περιφερειακών αλλά και των τοπικών αγορών. Αυτή η προσέγγιση εμπεριέχει τα στοιχεία, στα οποία βασίζεται η τουριστική βιομηχανία και η οποία στην πραγματικότητα είναι ένα πλαίσιο προέλευσης – προορισμού (Hills & Lundgren, 1977).

1.7.5 Δυναμικά Μοντέλα

Δυναμικά είναι τα μοντέλα που αλλάζουν χαρακτηριστικά με την πάροδο του χρόνου τόσο ως προς τους προορισμούς όσο και ως προς τις προτιμήσεις των επισκεπτών και προωθούνται μέσω αυτών. Στην προώθηση των δυναμικών μοντέλων συμβάλλει αποφασιστικά η αλλαγή των προτύπων των διακοπών και των τρόπων συμπεριφοράς.

Οι Thurot (1973) και Plog (1973) ανέπτυξαν στις εργασίες τους, απόψεις δυναμικών μοντέλων που κρίθηκαν ιδιαίτερα σημαντικές λόγω της μακρόχρονης πείρας που αποκτήθηκε από τη στιγμή της διατύπωσής τους μέχρι σήμερα.

1.7.6 Οικονομικά Μοντέλα

Στα οικονομικά μοντέλα η έρευνα του τουρισμού έχει περιοριστεί στις «επιδράσεις του τουρισμού» (παρά το γεγονός ότι είναι δυνατόν να εφαρμοστεί μεγάλος αριθμός εννοιών της οικονομικής επιστήμης) στις οποίες μπορούν να υπαχθούν τα στοιχεία που δημιουργούν απασχόληση και εισόδημα (όπως οι πολλαπλασιαστές τουρισμού), ο ρόλος του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη και ο τουρισμός ως μορφή διεθνούς εμπορίου που συμβάλλει ιδιαίτερα στο ισοζύγιο των πληρωμών με τη δημιουργία εσόδων από συνάλλαγμα, καθώς επίσης το κοινωνικό κόστος και όφελος του τουρισμού και ιδιαίτερα επιδράσεις του στο περιβάλλον. Όπως προκύπτει, το ενδιαφέρον των επιστημόνων να μελετήσουν τη διάρθρωση της τουριστικής βιομηχανίας και ιδιαίτερα την ανταγωνιστική της θέση προέρχεται κυρίως από τη δημιουργία εισοδήματος και απασχόλησης από τον τουρισμό Sinclair (1990).

Πρόσφατα παρουσιάστηκαν και εμπειριστατωμένες μελέτες που αφορούν τόσο τη συγκέντρωση των επιχειρήσεων του τουρισμού όσο και την ενσωμάτωσή τους σε αγορά ιδιαίτερα ανταγωνιστική στο σύνολό της. Η συμβολή της οικονομικής επιστήμης είναι ασφαλώς, σημαντική σε ό,τι αφορά το εισόδημα, την τιμή και τα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά, όπως αυτά εκφράζονται από την απασχόληση, την εκπαίδευση, την ιδιοκτησία αυτοκινήτου, τις διακοπές με αποδοχές, γιατί αποτελούν καθοριστικούς παράγοντες για την ανάπτυξη των ελαστικότητων ζήτησης. Οι πιο πρόσφατες εργασίες εξετάζουν τα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος βασιζόμενες σε μοντέλα τιμολόγησης που έχουν αναπτύξει σε εργασίες τους οι Sinclair (1990) κ.ά. και τα οποία βρίσκονται υπό έκδοση.

1.7.7 Ψυχολογικά και Κοινωνικά Μοντέλα

Είναι μοντέλα που ερευνούν σε μεγάλο βαθμό τη βάση της δημιουργημένης από την τουριστική ζήτηση ψυχολογίας. Έμφαση δίνεται στο θεμελιώδες κίνητρο που παρακινεί τους ανθρώπους να κάνουν διακοπές. Η ερμηνεία που δόθηκε από τον Gray (1970) είναι ότι ορισμένες από τις ανάγκες και επιθυμίες δεν μπορούν να εκπληρωθούν στην περιοχή της μόνιμης κατοικίας των ανθρώπων. Ο Crompton (1979) υποστήριξε ότι οι διακοπές προσφέρουν ένα διάλειμμα από την καθημερινή ρουτίνα καθώς και την ευκαιρία για την επίτευξη συγκεκριμένων στόχων, όπως είναι η κοινωνική επίδραση ή η εξερεύνηση.

Από τους άλλους συγγραφείς οι περισσότεροι αντιλαμβάνονται τις διακοπές μόνο ως εκπλήρωση των αναγκών για ξεκούραση, χαλάρωση και διασκέδαση. Κατά συνέπεια υπάρχουν παράγοντες που ωθούν τους τουρίστες μακριά από τις περιοχές δημιουργίας τουρισμού και τους έλκουν προς τις περιοχές προορισμού. Τα κίνητρα, βέβαια, δημιουργούν τους μηχανισμούς για την επιλογή και του τύπου των διακοπών και του προορισμού και συνιστούν την αντανάκλαση της ψυχοσύνθεσης των τουριστών, των εικόνων που έχουν καθώς και των περιορισμών που επιδρούν πάνω τους (Sinclair & Stabler, 1991).

Σε κάποιες περιπτώσεις, όπως αναφέρει ο Pearce (1989) ο τουρισμός έχει αναπτυχθεί σε σχετικά κενές περιοχές, όπως η μεσογειακή ακτή του Μαρόκο (Beriane, 1978) και σε άλλες οι υπεύθυνοι για τον σχεδιασμό της ανάπτυξης έχουν αναζητήσει μη κατοικημένες περιοχές για την κατασκευή από το μηδέν θερέτρων για σκι (Pearce, 1978). Ο τουρισμός, πάντως, αναπτύσσεται συνήθως μέσα σε υπάρχουσα κοινωνική - οικονομική δομή, όπου ήδη απαντώνται κάποιες μορφές αστικής ιεραρχίας και κάποια δίκτυα μεταφορών (Sinclair & Stabler, 1991).

Ο Thurot (1973) κατά τη σχεδίαση του δικού του μοντέλου εξετάζει την πρώιμη ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού στην Καραϊβική μέσω των κοινωνικών-οικονομικών συνθηκών και από την άποψη της διαδοχής των τάξεων. Το μοντέλο σκιαγραφεί μια διαδικασία βασισμένη στην ανάλυση της εξέλιξης των αεροπορικών δρομολογίων και στην οποία οι διαφορετικοί προορισμοί περνούν μέσα από τρεις διαδοχικές φάσεις:

Φάση 1: Ανακάλυψη από πλούσιους τουρίστες κάποιας περιοχής και κατασκευή ενός ξενοδοχείου διεθνούς κατηγορίας.

Φάση 2: Ανάπτυξη ξενοδοχείων «ανώτερης μεσαίας τάξης» και επέκταση της τουριστικής κίνησης.

Φάση 3: Απώλεια της αρχικής αξίας λόγω της εμφάνισης νέων προορισμών και άφιξη της «μεσαίας τάξης» και του μαζικού τουρισμού.

1.7.8 Μοντέλα Κύκλου Ζωής

Σε μια ιστορία ανάλυσης τουριστικών μοντέλων κύκλου ζωής που έχει αρχίσει πριν από περίπου επτά δεκαετίες, ο Gilbert (1939) θεωρούσε ότι τα στάδια τουριστικής εξέλιξης ενός προορισμού ήταν τρία. Η Ανακάλυψη (Exploration), η Ανάπτυξη (Development) και η Παρακμή (Decline). 16 χρόνια αργότερα, ο Defert (1954) εισήγαγε την πιθανότητα ένα τουριστικό θέρετρο να αποφύγει το στάδιο της παρακμής που περιέγραψε ο Gilbert (1939) και να εισέλθει σε ένα στάδιο αναζωογόνησης του τουριστικού του προϊόντος.

Ο Christaller (1964) εξέτασε την τουριστική εξέλιξη ως αναπτυξιακό κύκλο όπου κάποιοι καλλιτέχνες (π.χ.: ζωγράφοι, συγγραφείς) ανακαλύπτουν ένα προορισμό που στη συνέχεια γίνεται διάσημος και αρχίζει να ελκύει μαζικούς τουρίστες. Ο Plog (1973) προσπάθησε να εξηγήσει την άνοδο και την πτώση ενός τουριστικού προορισμού ανάλογα με τις προσωπικότητες των διαφορετικών τύπων επισκεπτών. Βάση του Plog (1973) αυτοί οι τύποι τουριστών είναι οι Αλλοκεντρικοί (Allocentrics), οι Μεσοκεντρικοί (Mid-centrics) και οι Ψυχοκεντρικοί (Psychocentrics).

Το μοντέλο του Doxey αποτελεί μέρος των Μοντέλων του Κύκλου Ζωής και επικεντρώνεται στις κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού σε μία τουριστική περιοχή, στους ντόπιους αλλά και στο περιβάλλον. Σύμφωνα με τον Doxey πέντε είναι τα στάδια που καθορίζουν τη στάση των ντόπιων απέναντι στους τουρίστες και έχουν ως εξής (Fennel, 2001):

Σχεδιάγραμμα 1.7.8.α: Προκαλούμενα Επίπεδα Ενοχλήσεων από Συναντήσεις Τουριστών – Ντόπιων



Πηγή: Doxey, (1976)

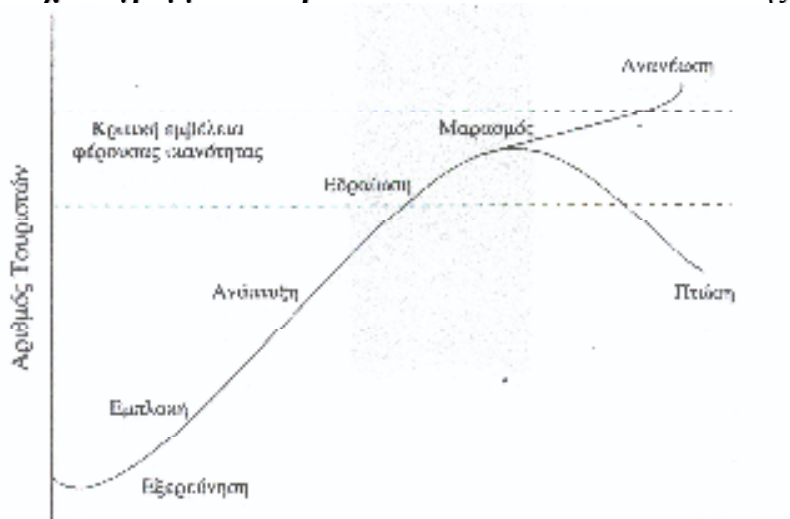
1. **Ευφορία:** Είναι το πρώτο στάδιο κατά το οποίο οι ντόπιοι δέχονται τους τουρίστες με ενθουσιασμό και με ελάχιστο έλεγχο ή προγραμματισμό σε τοπικό επίπεδο.
2. **Απάθεια:** Τον ενθουσιασμό τον ακολουθεί η απάθεια αφού οι ντόπιοι πια θεωρούν τους τουρίστες δεδομένους και η σχέση μετατρέπεται σε καθαρά εμπορική με στόχο το κέρδος ενώ η απουσία ελέγχου του πρώτου σταδίου δίνει τη θέση της στο σχεδιασμό μάρκετινγκ.
3. **Ενόχληση:** Καθώς ο όγκος των τουριστών μεγαλώνει, μεγαλώνει αντίστοιχα και η ανάγκη για περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη και υποδομή αφού ο μεγάλος πληθυσμιακός όγκος ενοχλεί τους ντόπιους οι οποίοι και στο βωμό του κέρδους προτιμούν την αύξηση της υποδομής παρά την οποιαδήποτε άλλη μορφή προστασίας ή ελέγχου της περιοχής τους.
4. **Ανταγωνισμός:** Οι ντόπιοι βρίσκονται πια αντιμέτωποι με τους τουρίστες και τους θεωρούν βασική αιτία όλων των προβλημάτων τους. Τους βλέπουν ανταγωνιστικά αλλά παρόλα αυτά στην προσπάθεια να αντεπεξέλθουν στην οποιαδήποτε πιθανότητα δημιουργίας αρνητικής φήμης για την περιοχή τους συνεχίζουν την εμπορική και διαφημιστική δραστηριότητα τους.

5. **Τελικό Στάδιο:** Σε αυτό το στάδιο η αίγλη της περιοχής έχει χαθεί, αυτό που έδενε τους τουρίστες με τους ντόπιους και τη περιοχή ανήκει πια στο παρελθόν και ο τουρισμός μετακινείται προς άλλες περιοχές και προορισμούς.

Το μοντέλο - μελέτη του Doxey συνοπτικά αναφέρεται στη διαδρομή των σχέσεων μεταξύ ντόπιων και τουριστών και το πώς αυτές διαμορφώνονται και αλλάζουν επίπεδα στην πορεία του χρόνου αλλά και τον κύκλο ζωής ενός τόπου προορισμού έτσι όπως επηρεάζεται και επηρεάζει τις παραπάνω σχέσεις. Θα έλεγε κανείς ωστόσο ότι είναι μια μελέτη που μπορεί να βοηθήσει στη διαμόρφωση μιας στρατηγικής τουριστικής ανάπτυξης κάθε περιοχής-τουριστικού προορισμού ώστε να αποφευχθεί τόσο η βίαιη πολλές φορές εισβολή στη φύση, στο περιβάλλον και στην ταυτότητα ενός τόπου όσο και στο να χαλιναγωγηθεί η συμπεριφορά και οι αντιδράσεις του ντόπιου πληθυσμού με σκοπό να αποπροσανατολιστεί από το μοναδικό στόχο του κέρδους και να ανοιχτεί προς νέους ορίζοντες (Fennel, 2001).

Ο Butler (1980) βασιζόμενος σε προηγούμενες μελέτες και σ' ότι αφορά την έννοια του κύκλου ζωής ενός προϊόντος και παρουσίασε ένα γενικευμένο μοντέλο υποθετικής εξέλιξης μιας τουριστικής περιοχής. Το μοντέλο του Butler δείχνει ότι η εξέλιξη των τουριστικών αφίξεων σ' ένα τουριστικό προορισμό, ακολουθεί μία εξέλιξη έξι σταδίων.

Σχεδιάγραμμα 1.7.8.β: Υποθετικό Μοντέλο Κύκλου Ζωής



Πηγή: Butler (1980)

Τα στάδια αυτά είναι:

- **Εξερεύνηση (Exploration):** Στο στάδιο αυτό πραγματοποιείται η παρθενική παρουσία μικρού αριθμού μεμονωμένων επισκεπτών σε ένα προορισμό, με προσωπική τους πρωτοβουλία, χωρίς δηλαδή τη μεσολάβηση τρίτων. Η διαμονή αυτών γίνεται σε κτίρια ή σε κατοικίες των ντόπιων κατοίκων, η διατροφή αλλά και οι διάφορες υπηρεσίες χορηγούνται επίσης με μέριμνα των ντόπιων, τους συμπεριφέρονται σχεδόν ως φιλοξενούμενους. Ο αριθμός των τουριστών είναι περιορισμένος λόγω δυσχέρειας στον τρόπο πρόσβασης αλλά και υποδομής, και ο τύπος των τουριστών έχει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, όπως παραδείγματος χάριν δεν είναι συνήθως οικογένειες με μικρά παιδιά λόγω ελλείψεως ως προαναφέρθηκε υπηρεσιών και δει ιατροφαρμακευτικών υπηρεσιών. Θα έλεγε κανείς, πως ο τύπος των τουριστών στο στάδιο αυτό χαρακτηρίζεται από τις έννοιες της περιφοράς, της εξερεύνησης και της αυτονομίας.
- **Εμπλοκή (Involvement):** Στο στάδιο της εμπλοκής, ως πρώτο χαρακτηριστικό παρατηρεί κανείς τις συχνότερες αλλά και περισσότερες αφίξεις των τουριστών, η τοπική κοινωνία ήδη αρχίζει να αναγνωρίζει τον τουρισμό ως μέσο ανάπτυξης, οπότε και γίνεται η προσαρμογή από τους ίδιους τους κατοίκους ή τους ντόπιους επιχειρηματίες, ως επίσης γίνεται από πλευράς τους και η έναρξη μιας πιο οργανωμένης προσφοράς, σε χώρους διαμονής, εστίασης, ψυχαγωγίας, αλλά και υπηρεσιών. Η προβολή του τόπου είναι ένα θέμα που επίσης απασχολεί σ' αυτό το στάδιο. Παράλληλα, ασκούνται πιέσεις προς τις τοπικές αρχές για την από μέρους τους αρωγή, σε θέματα που άπτονται των αρμοδιοτήτων τους, όπως η ευκολότερη πρόσβαση των τουριστών, οι παροχές υπηρεσιών, έργα υποδομής κ.λ.π. Άλλο χαρακτηριστικό του σταδίου αυτού είναι η εποχικότητα στις αφίξεις των τουριστών.
- **Ανάπτυξη (Development):** Στο στάδιο της ανάπτυξης, μετά από εντατική προβολή του τόπου προορισμού, οι αφίξεις των τουριστών είναι τακτικές, ενώ στις υψηλές περιόδους οι τουρίστες είναι υπεράριθμοι σε σχέση με τους ντόπιους κατοίκους. Η υποδομή και οι υπηρεσίες έχουν ήδη οργανωμένα αναπτυχθεί, η επικοινωνία θεωρείται πως είναι σε υψηλό επίπεδο αλλά συγχρόνως γίνεται απρόσωπη, οι αλλαγές γενικότερα είναι ιδιαίτερα αισθητές σε όλους του τομείς, ωστόσο η συμμετοχή και ο έλεγχος της ανάπτυξης από τους ντόπιους κατοίκους μειώνεται πολύ γρήγορα και χάνουν τον έλεγχο της τουριστικής πια βιομηχανίας, η οποία ελέγχεται από μη ντόπιους επενδυτές.

- **Εδραίωση (Consolidation):** Στο οποίο στάδιο, ενώ ο συνολικός αριθμός των οργανωμένων πια τουριστών είναι στα ύψη και υπερβαίνει των κατοίκων του τουριστικού προορισμού, ο ρυθμός αύξησης των τουριστών αρχίζει να μειώνεται. Η υποδομή και οι υπηρεσίες βρίσκονται στα υψηλότερα και σε σταθερά επίπεδα, παρ' ότι αρχίζουν ήδη και οι φθορές σε μερικά από τα κτίρια, που θεωρούνται πια υποδιαίστερα. Ο τόπος έχει αναχθεί αμιγώς σε τουριστική επιχειρηματική περιοχή, και οι ντόπιοι, που το μεγαλύτερο ποσοστό εξ' αυτών, αν όχι όλο, ασχολείται με τον τουρισμό, επικεντρώνουν το ενδιαφέρον τους, στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και στο μερίδιο της τουριστικής αγοράς (Agarwal 1992). Παρ' όλ' αυτά, η ντόπια κοινωνία αρχίζει να συνειδητοποιεί, πως ο τουρισμός τους αποστασιοποιεί από το ίδιο τους το κοινωνικό, πολιτιστικό, φυσικό περιβάλλον, και ότι τελικά τους επιφέρει περισσότερα αρνητικά αποτελέσματα από τα θετικά και έτσι αρχίζουν σιγά- σιγά, να εκδηλώνονται εχθρικά συναισθήματα προς τους εισερχόμενους τουρίστες.
- **Μαρασμός (Stagnation):** Είναι το στάδιο στο οποίο ο τουριστικός προορισμός δέχεται το μέγιστο ποσοστό αφίξεων, γεγονός που έχει σαν αποτέλεσμα την απαρχή του κορεσμού. Η περιοχή έχει μετά από την προϋφιστάμενη προβολή, μια συγκεκριμένη εικόνα, ωστόσο παύει να είναι της μόδας. Οι επιχειρήσεις και τα κτίρια αλλάζουν συχνά ιδιοκτήτες, ενώ οι φθορές σ' αυτά είναι ήδη αισθητές. Η αξία τους συνεπώς συνεχώς μειώνεται, γεγονός όμως που αυξάνει τις ντόπιες ιδιοκτησιακές επενδύσεις. Η «φθορά» λοιπόν, ο μαρασμός, του τουριστικού προορισμού γίνεται εμφανής, και στη συνέχεια κλείνει ο κύκλος ζωής του, με το επόμενο στάδιο του μεταμαρασμού, που μπορεί να είναι ή η πτώση ή η ανανέωσή του.
- **Παρακμή:** Είναι το στάδιο κατά το οποίο η τουριστική αγορά συνεχίζει την πτωτική της τάση, την συρρίκνωσή της, και η περιοχή δεν μπορεί πια να ανταγωνιστεί άλλους τουριστικούς προορισμούς. Φυσικά και οι αφίξεις είναι περιορισμένες, τα κτίρια είναι πλέον φθαρμένα και είτε εγκαταλείπονται είτε ανακαινίζονται για εναλλακτικές ή ιδιωτικές πιθανά χρήσεις, εφόσον οι επενδύσεις και ο έλεγχος της περιοχής έρχεται πάλι στα χέρια των ντόπιων. Από την άλλη όμως, ο τουριστικός προορισμός μπορεί αντί να περιέλθει στο στάδιο της πτώσης, να προβεί στο στάδιο της ανανέωσης (Rejuvenation), καθιστώντας και πάλι τον προορισμό ανταγωνίσιμο, μέσω επενδύσεων για την ανάπτυξη τεχνητών ατραξιόν και την εκμετάλλευση πρώην αναξιοποίητων τουριστικών πηγών ή πόρων. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η EuroDisney που βοήθησε την πόλη του Παρισιού να ξεπεράσει

προβλήματα που είχαν παρουσιαστεί στην τουριστική της βιομηχανία από τη μείωση των τουριστικών αφίξεων, ή η περίπτωση της Atlantic City των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής. Ο Stansfield (1978) εξετάζοντας την περίπτωση της Atlantic City, προσπάθησε να εξηγήσει ότι οι τουριστικές περιοχές επηρεάζονται από τα διάφορα επιτεύγματα της τεχνολογίας, αποδίδοντας της δημοτικότητά της στις αρχές του προηγούμενου αιώνα, στη σιδηροδρομική σύνδεση της πόλης με τα μεγάλα αστικά κέντρα. Όμως, με την εξάπλωση του οδικού και αεροπορικού δικτύου, η πόλη έπεσε σε μαρασμό και έπειτα σε πτώση, μέχρι που η ίδρυση των καζίνων βοήθησε στην αναζωογόνηση της τουριστικής βιομηχανίας της.

Ο Butler λοιπόν υποστήριξε πως ο κύκλος ζωής των περισσότερων τουριστικών προορισμών εξελίσσεται σε αυτό το πρότυπο που προαναπτύχθηκε, και πολλές μελέτες προτείνουν πως μπορεί να εφαρμοστεί σε πολλούς προορισμούς. Άλλοι πάλι ερευνητές, όπως ο Getz (1992), ο Douglas (1997), θεωρούν πως το μοντέλο του Butler, δε μπορεί να εξηγήσει την εξέλιξη, τον κύκλο ζωής, πολλών τουριστικών προορισμών και προτείνουν τροποποιήσεις ή εναλλακτικά μοντέλα, που κατά τη γνώμη τους ταιριάζουν καλύτερα στην αναπτυξιακή διαδικασία των συγκεκριμένων προορισμών.

Ωστόσο, ο Butler (1993) συμπλήρωσε το εξελικτικό του μοντέλο με ένα νέο, όπου παρουσίασε συνοπτικά μερικά από τα χαρακτηριστικά των σταδίων του κύκλου ζωής μιας τουριστικής περιοχής. Συγκεκριμένα, βασιζόμενος σε παλαιότερες μελέτες των Cohen (1972) και Plog (1973) δημιούργησε ένα νέο μοντέλο που συμπεριλαμβάνει τα είδη των τουριστών που αναμένεται να επισκεφτούν τον προορισμό στο κάθε στάδιο του κύκλου ζωής και διάφορες άλλες μεταβλητές, όπως τους αριθμούς των τουριστών, την υποδομή την επικοινωνία μεταξύ της ντόπιας κοινωνίας και των τουριστών, την έκταση των αλλαγών που υλοποιούνται στον προορισμό, καθώς και τα είδη του ελέγχου των ντόπιων των ντόπιων πλουτοπαραγωγικών πόρων.

1.8 Συμπεράσματα

Ο τουρισμός πλέον αποτελεί ένα σύνολο δραστηριοτήτων που σχετίζονται με πολλούς κλάδους της οικονομίας. Είναι ένας εξαιρετικά πολύπλευρος τομέας που απαιτεί την συμβολή οικονομικών, κοινωνικών, πολιτισμικών και περιβαλλοντικών δεδομένων. Ειδικότερα, μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου δημιουργήθηκαν οι κατάλληλες συνθήκες, όπως η εξέλιξη των μέσων μεταφοράς, προκειμένου να αναπτυχθούν πολλοί τομείς της σύγχρονης ζωής, είτε αυτοί έχουν να κάνουν με την οικονομία, είτε με την κοινωνία. Σήμερα, με την εκτίμηση ότι μόνο ένα ήπιο πρότυπο ανάπτυξης με ισόρροπα χαρακτηριστικά στον σχεδιασμό και τη διαχείριση θα ήταν βιώσιμο και ανταγωνιστικό η σημερινή τουριστική πολιτική επικεντρώνεται στην προώθηση της βιώσιμης ανάπτυξης.

Ο τουρισμός αναπτυσσόμενος χρειάστηκε να τυποποιήσει τις φάσεις και τα είδη ανάπτυξής του. Η τυποποίηση αυτή έγινε μέσα από τα μοντέλα ανάπτυξης που αντικατοπτρίζουν και την μελέτη κάποιων περιοχών εφαρμογής τους. Τα μοντέλα αυτά έχουν σαν βάση μια εφαρμογή γεωγραφική, οικονομική, περιβαλλοντική, ψυχολογική, κοινωνιολογική, αναπτυξιακή, κ.λ.π., καθώς και κάποιους από τους συνδυασμούς αυτών.

Ο Butler, (1980) μέσα από το μοντέλο του κύκλου ζωής και ο Miossec, (1976) με γεωγραφικά – χωροταξικά μοντέλα, ο Thurot, (1973) και ο Plog, (1973) με τα δυναμικά ψυχογραφικά μοντέλα τους, καθώς και ο Crompton, (1979) απετέλεσαν τους κύριους εκφραστές των μοντέλων που θα εξετάζουν την συμπεριφορά των καταναλωτών σε σχέση με τους προορισμούς.

Οι Smith, (1992) και Gunn, (1972, 1965, 1993) μέσα από τα διαρθρωτικά μοντέλα που δημιούργησαν, ερμήνευσαν και περιέγραψαν με την χωροταξία την λειτουργία των περιοχών προορισμού. Ένα δίκτυο από δείκτες κόμβους, μονοπάτια, πύλες, περιφέρειες και διαδρόμους κυκλοφορίας διέπει την λειτουργία των προορισμών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Η Τουριστική Ανάπτυξη στην Ελλάδα και τη Ρόδο

2.1 Εισαγωγή

Ο τουρισμός, σήμερα, αποτελεί για την Ελλάδα έναν τομέα στον οποίο διαφαίνονται μεγάλες ευκαιρίες οικονομικής ανάπτυξης, λόγω των πολλών φυσικών πόρων που διαθέτει η χώρα μας, στους οποίους κυρίαρχο ρόλο έχουν τα νησιά και το κλίμα της χώρας μας. Πράγματι, οι Ευρωπαϊκοί προορισμοί ήλιου και θάλασσας που αναδείχθηκαν από την δεκαετία του 60', αντιμετωπίζουν στις μέρες μας έντονο ανταγωνισμό τόσο από νέους προορισμούς όσο και από τις σύγχρονες απαιτήσεις των τουριστών-επισκεπτών. Είναι γεγονός ότι αυτοί οι προορισμοί που θα μπορούσαν να θεωρηθούν σαν η δεύτερη γενιά περιοχών μαζικού τουρισμού, διέρχονται μια περίοδο στασιμότητας ή και ύφεσης (Knowles & Curtis, 1999).

Οι τουριστικοί προορισμοί αποτελούν ιδανικές περιοχές διακοπών όπου ο σύγχρονος άνθρωπος αναζητεί την φυγή από την καθημερινότητα, την χαλάρωση και την απόκτηση εμπειριών. Οι διαρκώς διογκούμενες ανάγκες του τουριστικού προϊόντος όμως έχουν μετατρέψει πολλές από αυτές τις περιοχές σε τεράστια αστικοποιημένα κέντρα συγκέντρωσης χιλιάδων τουριστών. Η δημιουργία τέτοιων οικιστικών πυρήνων χωρίς σωστό- λειτουργικό σχεδιασμό και προγραμματισμό, δεν απαξιώνει μόνο το τοπίο και κατακερματίζει δασικά και παραλιακά οικοσυστήματα, αλλά σε ορισμένες περιπτώσεις τα εξαφανίζει, όταν η τουριστική ανάπτυξη στερείται μακρόπνοου οράματος και δεν στηρίζεται σε ορθολογικό στρατηγικό σχεδιασμό.

Η καταγεγραμμένη και αυξανόμενη λοιπόν τάση για φυγή έχει οδηγήσει σήμερα στην δημιουργία τουριστικών προορισμών γύρω από το όνομα των οποίων έχει πλασθεί ο μύθος του επίγειου παράδεισου. Ένας τέτοιος προορισμός είναι και το νησί της Ρόδου. Το παρόν κεφάλαιο εξετάζει την τουριστική ανάπτυξη στην Ελλάδα και στη συνέχεια στη Ρόδο.

2.2 Ιστορική Αναδρομή για την Ελλάδα

Από τα αρχαία χρόνια το ταξίδι συνδέεται άμεσα με την αέναη προσπάθεια του ανθρώπου να κατακτήσει νέους τόπους, εμπειρίες και ιδέες. Είτε μέσα από τις προελάσεις του Μ. Αλεξάνδρου, είτε μέσα από την εντυπωσιακή για την εποχή διάνοιξη της Απίας οδού από τους Ρωμαίους, το ταξίδι γίνεται αναπόσπαστο κομμάτι μιας τάξης πολιτών, οι οποίοι έχουν αρκετό ελεύθερο χρόνο και είναι απαλλαγμένοι από καταναγκαστική εργασία (Τσάρτας, 1996).

Μέχρι τον 19ο αιώνα τα ταξίδια είχαν τη μορφή αναζητήσεων για εμπορικούς, επιστημονικούς και μορφωτικούς λόγους. Αυτός ο αιώνας μπορεί να χαρακτηριστεί ο αιώνας κλειδί για τη δυναμική ανάπτυξη του τουρισμού και τη διαμόρφωση εκείνων των συνθηκών που θα οδηγήσουν στη μελλοντική μαζικοποίηση (Τσάρτας, 1996). Ο 20ος αιώνας θέτει στην ανθρωπότητα ερωτήματα οικολογικού ενδιαφέροντος με άμεσο αντίκτυπο σε όλους τους κλάδους της οικονομίας. Ο τουρισμός δεν έμεινε ανεπηρέαστος από αυτές τις εξελίξεις, γεγονός που εκδηλώθηκε με δύο κυρίως τάσεις. Από τη μια με την προτίμηση των τουριστών σε ιδιαίτερες μορφές τουριστικής δραστηριότητας και από την άλλη με την ευαισθητοποίησή τους σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος (Βελισσαρίου, 2000). Ο αριθμός των επισκεπτών διογκώθηκε στη περίοδο μεταξύ των ετών 1840 και 1890, ενώ άρχισε να οργανώνεται η προσφορά υπηρεσιών, που δεν περιορίζονταν σε καταλύματα, αλλά περιελάμβαναν: διερμηνείς, εστιατόρια, εμπορικά καταστήματα, μεταφορικά μέσα (άμαξες, άλογα, καΐκια, σιδηρόδρομοι, ατμόπλοια), χώρους ψυχαγωγίας, μουσεία κ.α. Οι μεμονωμένοι, εύποροι και μορφωμένοι ταξιδιώτες, αρχικά αριστοκράτες και ύστερα αστοί, κυρίως Βρετανοί, αντικαταστάθηκαν σταδιακά από ομάδες που άρχισαν να επισκέπτονται πιο οργανωμένα την Ελλάδα, καθώς οι νέες τεχνολογίες στην Ευρώπη και η συνακόλουθη άνοδος των εισοδημάτων έκαναν τα ταξίδια πιο εύκολα και επιθυμητά. Σταδιακά η κίνηση έγινε υπερατλαντική (Βελισσαρίου, 2000).

Ανάμεσα στις καινοτομίες και τους νέους θεσμούς ξεχώρισαν οι εκδότες, οι οποίοι κυκλοφόρησαν τους πρώτους συστηματικούς οδηγούς ταξιδιών, με πληροφορίες πρακτικού χαρακτήρα και οδηγίες και περιγραφές γεωγραφικού, ιστορικού, εθνογραφικού και καλλιτεχνικού περιεχομένου, για τα αξιοθέατα του κάθε προορισμού (Βελισσαρίου, 2000).

Αν και η φιλοξενία αποτελεί ίσως έναν από τους παλαιότερους θεσμούς του ανθρώπινου βίου στη νεώτερη εποχή, οι Έλληνες και αρκετοί ξένοι επιχειρηματίες αντιμετώπισαν αρχικά το καινούργιο αυτό φαινόμενο με δισταγμό. Ξενοδοχεία ή καταλύματα άνοιγαν στο κέντρο της Αθήνας ή σε περιοχές όπου παραδοσιακά αποβιβάζονταν ξένοι επισκέπτες, π.χ. στην Κέρκυρα, στο Ναύπλιο, συνήθως εκεί όπου υπήρχε παλιότερη σχετική εμπειρία. Οι επιχειρηματίες ήταν συνήθως οι ίδιοι πολυταξιδεμένοι, συχνά Έλληνες της διασποράς, οι οποίοι επένδυναν στον τουρισμό προσωρινά και πάντως βραχυπρόθεσμα, εν αναμονή καλύτερων ευκαιριών σε άλλους τομείς, π.χ. στις τράπεζες, στο χρηματιστήριο, ή ακόμη και

στην πολιτική. Από την αρχή διακρίθηκαν σε αυτήν την μορφή επιχειρηματικότητας αρκετές γυναίκες, αναπτύσσοντας έναν ιδιαίτερο επαγγελματισμό (Βελισσαρίου, 2000).

Στο πλαίσιο αυτών των εξελίξεων, το κύριο συμπέρασμα είναι ότι, τόσο η επιχειρηματικότητα, όσο και η ζήτηση στον τομέα του τουρισμού, δείχνουν μια συνεχή ανοδική πορεία. Η πορεία αυτή διαγράφεται σε σημαντικές ιστορικές περιόδους, όπως αυτήν της βιομηχανικής επανάστασης και του διαστήματος ενδιάμεσα και μετά από τους δυο παγκόσμιους πολέμους, ενώ διατηρεί μια ανοδική τάση μέχρι και τις μέρες μας (Βαρβαρέσος, 2000).

Όσον αφορά στο ελληνικό τουριστικό προϊόν, μπορεί κανείς εύκολα να παρατηρήσει ότι η ανοδική πορεία της ζήτησης του υπήρξε εξαιρετικά ταχεία. Ήδη, μεταξύ των ετών 1950 και 1960, υπερδεκαπλασιάζονται τα μεγέθη των τουριστικών αφίξεων και του εισερχόμενου συναλλάγματος, μεγέθη που αντικατοπτρίζουν το μέγεθος της διεθνούς τουριστικής ζήτησης. Τα σημερινά νούμερα του ελληνικού τουρισμού βρίσκονται σε πολύ ανώτερα επίπεδα, σχεδόν χίλιες φορές πιο πάνω, σε σύγκριση με αυτά των αφίξεων και του τουριστικού συναλλάγματος του έτους 1950 (Βαρβαρέσος, 2000).

Επομένως, από τα προαναφερθέντα, γίνεται φανερό ότι ο ελληνικός τουρισμός μεταπολεμικά διέγραψε μια πολύ ταχεία ανοδική πορεία, ταχύτερη και από αυτή της διεθνούς τουριστικής κίνησης, σηματοδοτώντας με αυτόν τον τρόπο την απαρχή μιας εξαιρετικής επιτάχυνσης της διεθνούς ζήτησης για ταξίδια τουρισμού προς την Ελλάδα.

Άλλωστε, σύμφωνα και με έρευνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η Ελλάδα υπήρξε κατά τα προηγούμενη δεκαετία (1990 - 2000) ένας από τους πρώτους προορισμούς διακοπών στις προτιμήσεις των κατοίκων της ευρωπαϊκής ηπείρου. Αυτή η διαπίστωση βρίσκεται σε πλήρη αρμονία με τις μέχρι σήμερα διεθνείς προγνωστικές μελέτες, που αφορούν στις παγκόσμιες τουριστικές μετακινήσεις, ιδιαίτερα δε, αν λάβει κανείς υπόψη και το μέγεθος του εσωτερικού τουρισμού στην Ελλάδα (Βαρβαρέσος, 2000). Σε ποιο όμως πρότυπο ανάπτυξης στηρίχθηκε ο ελληνικός τουρισμός ώστε να φθάσει στα σημερινά του επίπεδα;

Το ελληνικό τουριστικό προϊόν, σύντομα ταυτίστηκε με το πρότυπο του μαζικού παραθεριστικού τουρισμού, το οποίο κυριαρχεί στον παγκόσμιο τουρισμό μετά το 1970 και

ευθύνεται για την ανάπτυξη πολλών περιοχών και κρατών διεθνώς. Ο μαζικός τουρισμός ουσιαστικά αξιοποιεί τον συμβατικό τουριστικό πόρο, δηλαδή το κλίμα, τις παράκτιες περιοχές, το μνημειακό πλούτο κ.λπ., ενώ ταυτόχρονα η ζήτηση του τουριστικού προϊόντος είναι συγκεντρωμένη στο χρόνο (εποχικότητα της ζήτησης) και στο χώρο (π.χ. παραθαλάσσια τουριστικά θέρετρα) (Βαρβαρέσος, 2000).

Καθοριστικός σε αυτήν την διαδικασία υπήρξε ο ρόλος των Tour Operators και όλης της παράπλευρης σε αυτούς «βιομηχανίας», καθώς βοήθησαν στην ραγδαία αυτή εξέλιξη του παγκόσμιου τουριστικού φαινομένου, χωρίς βέβαια να εξαιρεθεί από την όλη διαδικασία και η χώρα μας. Η πολιτική που ακολούθησαν βασίστηκε στην παροχή φτηνών διακοπών σε παραθεριστικές τοποθεσίες και επιτεύχθηκε με την οργάνωση και προσφορά των οικονομικών «τουριστικών πακέτων». Η αντίστοιχη ζήτηση για τέτοιου είδους διακοπές ήταν και είναι αρκετά αυξημένη και προέρχεται κυρίως από τις ανεπτυγμένες χώρες της Ευρώπης. Η ζήτηση αυτή λοιπόν καθόρισε το πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης που ακολουθήθηκε από την ελληνική περιφέρεια, σε αυτό του οργανωμένου μαζικού τουρισμού διακοπών (Νικητιάδης, 2007).

Μια άλλη αιτία που συνέβαλε στην καθιέρωση αυτού του προτύπου είναι το γεγονός ότι, ιδιαίτερα τα νησιά μας, χαρακτηρίζονται από μια εποχικότητα της ζήτησης. Είναι κατεξοχήν παραθεριστικοί προορισμοί, που διαθέτουν πλούσιους περιβαλλοντικούς και πολιτιστικούς πόρους, ενώ φημίζονται και προτιμούνται από τους επισκέπτες για τον λαμπερό ήλιο και τις καθαρές παραλίες κατά τους θερινούς μήνες. Αντίθετα, κατά την διάρκεια του χειμώνα πλήττονται από δυσμενή καιρικά φαινόμενα, με αποτέλεσμα να μην υπάρχει ίχνος χειμερινού τουρισμού (Νικητιάδης, 2007). Αυτή η εποχικότητα της ζήτησης έδωσε μεγαλύτερη ευχέρεια στους Tour Operators να διαμορφώσουν την προσφορά των «τουριστικών πακέτων», στο πνεύμα του μαζικού τουρισμού και να επηρεάσουν τις επιλογές των τουριστών. Με λίγα λόγια, αυτό που κάνουν είναι να προσφέρουν μεταφορά και διαμονή, σε ένα ήδη ανεπτυγμένο νησί, για μια ή δυο εβδομάδες του καλοκαιριού, σε μια προσιτή τιμή. Έτσι όμως, η πολιτική των Tour Operators περιορίζει, με την σειρά της, την τουριστική ζήτηση στο να παραμείνει εποχική και στείρα για την ισόρροπη ανάπτυξη των ελληνικών νησιών (Βαρβαρέσος, 2000).

Χαρακτηριστικό γνώρισμα του προτύπου του μαζικού τουρισμού είναι ότι έδωσε μια σοβαρή ώθηση στην πραγματοποίηση κρατικών και ιδιωτικών επενδύσεων, με σκοπό την εξασφάλιση και την οργάνωση των κατάλληλων υποδομών και υπηρεσιών. Πολλές υπηρεσίες εγκαθιδρύθηκαν και αναπτύχθηκαν στην ελληνική περιφέρεια, ιδιαίτερα κατά την τελευταία 30ετία, για να υποστηρίξουν το πρότυπο ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού (Βαρβαρέσος, 2000):

1. Η δημόσια επένδυση κατευθύνθηκε περισσότερο προς τον τομέα των συγκοινωνιών και την βελτίωση του. Για παράδειγμα, κατασκευάστηκαν νέοι διεθνείς αερολιμένες ή επεκτάθηκαν οι ήδη υπάρχοντες, κατασκευάστηκαν λιμάνια, βελτιώθηκε το οδικό δίκτυο κ.λπ..

2. Η ιδιωτική επένδυση στράφηκε στις υπηρεσίες εστίασης, π.χ. δημιουργήθηκαν οργανωμένες ξενοδοχειακές μονάδες μεγάλης χωρητικότητας που προσφέρουν εντός των «τειχών» τους ότι χρειαστεί ένας τουρίστας, βελτιώθηκαν οι χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες κ.λπ.

Ωστόσο, η καθοριστική παρουσία αυτού του προτύπου στην παραγωγική δομή ενός προορισμού οδήγησε στην εξάρτηση ορισμένων κλάδων παραγωγής προϊόντων και υπηρεσιών με τον τουρισμό. Διάφορες επαγγελματικές δραστηριότητες, όπως η αλιεία, η γεωργία, η μεταποίηση κ.λπ., βρέθηκαν να είναι άρρηκτα συνδεδεμένες με την τουριστική κατανάλωση. Χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι οι βιοτεχνίες παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων, τα οποία ως επί το πλείστον προορίζονται γι αυτήν την μορφή κατανάλωσης. Ακόμη και οι κλάδοι των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και των υπηρεσιών μεταφορών παρουσιάζουν αυξημένο φόρτο εργασιών κατά τους θερινούς μήνες. Κάτι τέτοιο σημαίνει ότι οποιεσδήποτε διακυμάνσεις στην ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού θα επιδράσουν αλυσιδωτά, θετικά είτε αρνητικά, σε μια πλειάδα από οικονομικές δομές, με πιθανές κοινωνικές και περιβαλλοντικές προεκτάσεις (Βαρβαρέσος, 2000).

Σε πολλές περιπτώσεις η αυξημένη τουριστική ζήτηση την οποία προκαλεί ο μαζικός τουρισμός δημιουργεί προοπτικές για αύξηση του εισοδήματος και της απασχόλησης και αναβαθμίζει το επίπεδο της ζωής, μέσω της δημιουργίας υποδομών και υπηρεσιών.

Δυστυχώς όμως, το κυρίαρχο αυτό πρότυπο ανάπτυξης έχει επιφέρει και σημαντικές αλλοιώσεις σε ορισμένους πιο ευαίσθητους προορισμούς, εξαιτίας της τουριστικής ανάπτυξης, όπως αυτή επιδιώχθηκε, χωρίς την προηγούμενη ύπαρξη κάποιων γενικών και ειδικών κατευθυντήριων γραμμών. Γι αυτόν τον λόγο ταυτίζεται στις μέρες μας με αρνητικές επιπτώσεις, όπως την υποβάθμιση του φυσικού και του ανθρωπογενούς περιβάλλοντος, την ενθάρρυνση της παραοικονομίας, την πρόκληση περιφερειακών ανισοτήτων, την απρογραμματίστη χρήση της γης, την αυθαίρετη δόμηση και την αλλοίωση των πολιτιστικών χαρακτηριστικών, ιδίως των τοπικών κοινωνιών (Βαρβαρέσος, 2000).

Συνέπεια των νέων αυτών τάσεων και προτιμήσεων των τουριστών ήταν η απομάκρυνσή τους από τα συνηθισμένα πρότυπα του μαζικού τουρισμού και κυρίως η εμφάνιση νέων μορφών τουριστικής δραστηριότητας. Αυτές οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού βρίσκονται στον αντίποδα του μαζικού τουρισμού που ενισχύει τη μόλυνση του περιβάλλοντος, συντελεί στην υποβάθμιση της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών, ενώ παράλληλα αποσκοπεί στη μεγιστοποίηση κερδών σε βάρος των κατοίκων, της τοπικής οικονομίας και του περιβάλλοντος. Οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούν το νέο πρότυπο τουρισμού και αποτελούν τη σύνθεση μιας τεράστιας ποικιλίας κινήτρων ταξιδιών, τα οποία διαμορφώθηκαν μετά το 1970. Αυτή τη χρονική περίοδο και μέχρι τις αρχές του 1980, αποκτούν ενδιαφέρον οι μελέτες των κοινωνικών επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης στις χώρες υποδοχής καθώς και αυτές που αναφέρονται στο κοινωνικό κόστος της τουριστικής μεγέθυνσης σε αντιδιαστολή με το οικονομικό όφελος (Τσάρτας, 1996).

2.3 Τουριστική Ανάπτυξη στην Ελλάδα

Η Ελλάδα ως χώρα της Μεσογειακής ζώνης διαθέτει φυσική ομορφιά, ήπιες κλιματολογικές συνθήκες, πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, πεντακάθαρες παραλίες, φιλόξενους και αγνούς ανθρώπους, ώστε δίκαια κατέχει ένα κομμάτι της πίτας της παγκόσμιας βιομηχανίας του τουρισμού. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού κατατάσσει τη χώρα μας στην 11η θέση ως προς το τουριστικό συνάλλαγμα και στη 16η ως προς τις αφίξεις και προβλέπει ότι τα επόμενα χρόνια ο τομέας του τουρισμού, θα παρουσιάσει μικρούς ρυθμούς ανάπτυξης κάτι που θα αναστρέψει την πορεία της Ελλάδας προς την κορυφή και την ανάπτυξη (ΣΕΤΕ, 2005).

Είναι κοινή πεποίθηση ότι ο τουρισμός αποτελεί για την Εθνική οικονομία τον δυναμικότερα εξελισσόμενο κλάδο. Η Ελλάδα, όπως καταγράφει ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, βρίσκεται στη 15η θέση κατάταξης ως τουριστικός προορισμός. Τα έτη 2002 και 2003 βρισκόταν στη 13η και το 2004 στη 16η θέση από πλευράς αφίξεων. Στη θέση αυτή, με μικρές διακυμάνσεις προς τα πάνω ή προς τα κάτω, δείχνει να έχει σταθεροποιηθεί τα τελευταία χρόνια, επιδεικνύοντας μεγάλη ανθεκτικότητα στους κλυδωνισμούς του έντονου ανταγωνισμού που αναπτύσσεται διεθνώς. Η σταθερότητα αυτή οφείλεται κυρίως στο γεγονός ότι τα παραδοσιακά συστατικά του ελληνικού τουρισμού (ήλιος, θάλασσα, άνθρωποι), ανεξαρτήτως από τη γήρανση που έχουν αρχίσει να εμφανίζουν, παραμένουν κυρίαρχα κριτήρια των επιλογών των ξένων (Νικητιάδης, 2007).

Για το έτος 2005 το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού προέβλεψε ότι ο τομέας του τουρισμού στην Ελλάδα, αμέσως ή εμμέσως, θα απασχολούσε 750.000 άτομα, συμβάλλοντας έτσι στη συνολική απασχόληση σε ποσοστό 18,2%, ενώ οι εισροές συναλλάγματος θα ισοδυναμούσαν με το 40% περίπου των εξαγωγών μας. Ο ένας δηλαδή στους πέντε εργαζόμενους απασχολείται αμέσως ή εμμέσως με τον τουρισμό. Ταυτοχρόνως, χωρίς να είναι δυνατό να υπολογιστεί επακριβώς, θεωρείται σχεδόν βέβαιο ότι η τουριστική οικονομία της χώρας συμβάλλει σε ποσοστό περίπου 18% στη διαμόρφωση του ΑΕΠ. Μόνο το έτος 2005 οι αφίξεις ξένων στη χώρα μας πλησίασαν τα 13 εκατομμύρια, ενώ οι διανυκτερεύσεις ξεπέρασαν τα 170 εκατομμύρια (Νικητιάδης, 2007).

Ο τουρισμός στην Ελλάδα αναπτύχθηκε αρχικά από το 1950, ως παραθεριστικός, περιηγητικός και πολιτιστικός. Το τουριστικό προϊόν εμπλουτίστηκε σταδιακά κατά τις δεκαετίες του '60 και το '70 με την δημιουργία συμπληρωματικών έργων υποδομής όπως ορεινά καταφύγια, υδροθεραπευτήρια, εγκαταστάσεις ελλιμενισμού και ανεφοδιασμού θαλαμηγών σκαφών, κ.λ.π., προκειμένου να ενισχυθεί η ανάπτυξη ορεινού, θαλάσσιου και θεραπευτικού τουρισμού. Όμως, παρά τις sporadικές απόπειρες εμπλουτισμού του ελληνικού τουριστικού προϊόντος από τον δημόσιο τομέα με την δημιουργία έργων συμπληρωματικής υποδομής, το σημαντικότερο χαρακτηριστικό του ελληνικού τουρισμού υπήρξε η προώθηση του μαζικού τουρισμού, χαμηλής συναλλαγματικής απόδοσης. Το γεγονός αυτό συνδέεται στενά τόσο με το γενικότερο ζήτημα της χαμηλής ποιότητας των

προσφερομένων υπηρεσιών όσο και την υστέρηση σε έργα γενικής και ειδικής υποδομής (EOT, 2001).

Το πρότυπο του μαζικού τουρισμού κυριαρχεί στον παγκόσμιο τουρισμό καθώς και στην Ελλάδα μετά το 1970 και ευθύνεται για την ανάπτυξη πολλών περιοχών και κρατών διεθνώς. Βασικά χαρακτηριστικά του είναι: α) οι εκτεταμένες και οργανωμένες υποδομές και υπηρεσίες που προσφέρει, β) η καθοριστική παρουσία του προτύπου στην παραγωγική δομή της περιοχής, που έχει ως αποτέλεσμα το σύνολο των υπόλοιπων κλάδων να εξαρτώνται σταδιακά από τον τουρισμό, γ) οι συχνά δυσμενείς επιπτώσεις της ανάπτυξης του στην τοπική κοινωνία, την οικονομία και το περιβάλλον (Κοκκώσης & Τσάρτας, 1999:86).

Καθοριστικός σε αυτήν την διαδικασία υπήρξε ο ρόλος των οργανωτών ταξιδιών (Tour Operatos) και όλης της παράπλευρης σε αυτούς «βιομηχανίας», καθώς επιδίωξη τους ήταν το γρήγορο και εύκολο κέρδος και ήταν φυσικό να στραφούν σε συγκεκριμένες περιοχές επιδιώκοντας τη σημαντική μείωση του κόστους και την σημαντική αύξηση της δύναμής τους μέσα από την προώθηση αυτών των περιοχών και την αποστολή σημαντικού αριθμού τουριστών προς αυτές (Σπιλάνης, 2000).

Μια άλλη αιτία που συνέβαλε στην καθιέρωση αυτού του προτύπου είναι η εποχικότητα της ζήτησης με αιχμή (ανάλογα με την τουριστική περίοδο) το καλοκαίρι ή το χειμώνα. Στην Ελλάδα, το πρόβλημα αυτό είναι ιδιαίτερα οξυμμένο καθώς με στοιχεία του ΣΕΤΕ (2003) το διάστημα Ιούλιος – Σεπτέμβριος πραγματοποιείται το 51% περίπου των ετήσιων αφίξεων, ενώ το διάστημα Ιανουάριος – Μάρτιος το ποσοστό αφίξεων ανέρχεται στο 5,8%, Απρίλιο – Ιούνιο στο 30,0% και τον Οκτώβριο – Δεκέμβριο στο 12,6%. Η εποχικότητα οφείλεται σε θεσμικούς λόγους και στην αναπόφευκτη σύνδεση του χρόνου των διακοπών με την περίοδο του καλοκαιριού.

Επίσης ένα άλλο χαρακτηριστικό γνώρισμα του προτύπου μαζικού τουρισμού είναι ότι το «τουριστικό πακέτο» (διαμονή με ημιδιατροφή) των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, που αποτελεί το προσφερόμενο και διαπραγματευόμενο στη διεθνή τουριστική αγορά τουριστικό μας προϊόν, ενώ αντιπροσωπεύει περισσότερο από το 1/3 της δαπάνης του επισκέπτη στον τόπο προορισμού, επωμίζεται όλο το βάρος της διατήρησης του Ελληνικού τουριστικού

προϊόντος σε ανταγωνιστικά επίπεδα. Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι ο Ελληνικός τουρισμός εξαρτάται άμεσα από την τιμολογιακή πολιτική των ξενοδοχείων, από τη δυνατότητα που έχουν οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις να προσφέρουν τιμές αποδεκτές από τη διεθνή τουριστική ζήτηση, όπως εκφράζεται μέσα από τους οργανωτές ταξιδιών (Tour Operator) (Λογοθέτης, 2004).

Τα ανησυχητικά φαινόμενα που προβληματίζουν τους φορείς που ασχολούνται με τον τουρισμό στην Ελλάδα είναι: η μαζικοποίηση του τουρισμού που σε πολλούς προορισμούς ξεπέρασε τα όρια της αντοχής τους, η συρρίκνωση της τουριστικής περιόδου, σε σημείο που γίνεται λόγος για “αυγουστιάτικο τουρισμό”, η συνεχώς μειούμενη από χρόνο σε χρόνο κατά κεφαλή τουριστική δαπάνη, όπως αποδεικνύεται από τις συγκρίσεις σε σταθερές τιμές, ο περιορισμός της απασχόλησης και η μείωση της αποδοτικότητας των τουριστικών επιχειρήσεων. Επίσης η ένταση των περιβαλλοντικών προβλημάτων, που απειλεί με υποβάθμιση πολλούς προορισμούς. (Λογοθέτης, 2004).

Κάτω από αυτές τις συνθήκες, οι αρμόδιοι φορείς του τουρισμού προσπαθούν να εξουδετερώσουν τις αδυναμίες του μαζικού τουρισμού με την προώθηση νέων μορφών τουρισμού, που αντέχουν περισσότερο στις μεταβολές της διεθνούς συγκυρίας, που προβάλλουν και αξιοποιούν την κληρονομιά μας, που διευρύνουν την τουριστική περίοδο, που προστατεύουν το περιβάλλον σε μια σχέση αειφόρου ανάπτυξης. Οι νέες αυτές εναλλακτικές μορφές τουρισμού που μπορούν να αναπτυχθούν στην Ελλάδα όπως Φυσιολατρικός Τουρισμός, Ορεινός, Πολιτιστικός, Περιπέτειας, Αγροτουριστικός, Ιαματικός, Υγείας, κ.α συνδέονται στενά με την αναπτυσσόμενη τάση προς τον “Τουρισμό ειδικών ενδιαφερόντων”, που περιλαμβάνει τις κατηγορίες των τουριστών που έχουν ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό, το οποίο λειτουργεί ως κίνητρο κατά τη διάρκεια της παραμονής των τουριστών και δίνει το όνομά του στην ειδική αυτή μορφή τουρισμού (Βελισσάριου, 2000).

Θα πρέπει στο σημείο αυτό να διευκρινιστεί ότι οι μορφές αυτές δεν θα υποκαταστήσουν το σημερινό μαζικό τουρισμό που κυριαρχεί στη χώρα μας αλλά απλώς θα τον πλαισιώνουν, θα τον βελτιώνουν και μακροχρόνια ίσως αντικαταστήσουν ένα τμήμα του. Ακόμα πρέπει να τονιστεί ότι η ανάπτυξη αυτών των ειδικών μορφών τουρισμού θα είναι μία δύσκολη και χρονοβόρα διαδικασία, που απαιτεί προγραμματισμό, μεθοδικότητα και προπάντων

σημαντικές επενδύσεις σε έργα υποδομής. Ο ελληνικός τουρισμός πρέπει δηλαδή να εξελιχθεί σταδιακά και χωρίς κλυδωνισμούς από μαζικό σε επιλεκτικό και πολυμορφικό, προσανατολισμένο στις απαιτήσεις και τα ενδιαφέροντα του καταναλωτή, έτσι ώστε να περιοριστεί η δυνατότητα υποκατάστασης της Ελλάδας από άλλους μεσογειακούς προορισμούς, με την ανάδειξη της μοναδικότητας των πόρων της. Ο τουρισμός στο σύνολό του στη χώρα μας είναι ανάγκη αδήριτη να αποκτήσει τα στοιχεία της μοναδικότητάς του. Πρέπει να αποκτήσει την ιδιαίτερη ταυτότητά του ενσωματώνοντας τις υλικές και άυλες αξίες του χώρου του. Ο ελληνικός τουρισμός με τέτοια στοιχεία θα αναβαθμιστεί ποιοτικά, θα γίνει διακριτός, ελκυστικός, επιζητούμενος και ισχυρός προορισμός (Βελισσάριου, 2000). Ειδικότερα στις μελέτες του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (2006), η Ελλάδα παρουσιάζεται ως μία χώρα με ρυθμούς ανάπτυξης μικρότερους από το μέσο όρο των ανταγωνιστικών μεσογειακών προορισμών. Φαίνεται δηλαδή πως το ελληνικό τουριστικό προϊόν διανύει τη φάση της ωρίμανσης και πρέπει να αναζητηθούν τρόποι εμπλουτισμού και αναβάθμισής του. Οι προβλέψεις αυτές βασίζονται στο ήδη υπάρχον status του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και επιπλέον στις νέες διεθνείς τάσεις που διαμορφώνουν την τουριστική ζήτηση (Βελισσάριου, 2000).

Το καλό χαρτί της Ελλάδας «θάλασσα και ήλιος» δεν αποτελεί πλέον συγκριτικό πλεονέκτημα για τη χώρα μας. Οι τάσεις στρέφονται σε νέες μορφές που απαιτούν ένα τουριστικό προϊόν αναβαθμισμένο, που σέβεται τον άνθρωπο και το περιβάλλον, που εναρμονίζεται με τις αναζητήσεις και τα κίνητρα των σύγχρονων ταξιδευτών. Όλα αυτά τα χρόνια και μέχρι σχεδόν τη δεκαετία του 1990, η Ελλάδα στήριξε την τουριστική της ανάπτυξη στο παραπάνω μοντέλο «ήλιος - θάλασσα», με παντελή έλλειψη μακροχρόνιου τουριστικού σχεδιασμού και στρατηγικής ανάπτυξης. Τα παραπάνω κατέστησαν την Ελλάδα έναν τουριστικό προορισμό που εμφανίζει σημάδια κόπωσης με προβλήματα σε διάφορα επίπεδα όπως είναι: (Βαρβαρέσος, 2000)

- Η επικράτηση του μαζικού και οργανωμένου τουρισμού, χωρίς να δίνεται έμφαση και προβολή σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού, αφού οι μέχρι πρόσφατα τουριστικές πολιτικές και δράσεις αποσκοπούσαν στην αύξηση της ποσότητας των τουριστών και όχι στην ποιότητά τους.

- Η περιβαλλοντική αλλοίωση και η αισθητική υποβάθμιση των αρχαιολογικών χώρων, των καλαίσθητων τοπίων και φυσικών τοποθεσιών.
- Η υπέρμετρη συγκέντρωση της ζήτησης τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών σε μια περιορισμένη χρονικά περίοδο, με σημαντικές επιπτώσεις στην ποιότητα των διακοπών, στην απόδοση των επενδύσεων, στην απασχόληση και στις τοπικές οικονομίες που εξαρτώνται άμεσα από υπερσυγκέντρωση τουριστικών πληθυσμών μερικούς μήνες το χρόνο.
- Η άνιση γεωγραφική κατανομή της τουριστικής δραστηριότητας. Υπάρχει υπέρμετρη τουριστική αναπτυξιακή αναβάθμιση της παράκτιας ζώνης, ενώ οι αγροτικές και ορεινές περιοχές υστερούν ακόμα και σε βασικές υποδομές.
- Η χαμηλή οικονομική αποδοτικότητα των τουριστικών καταλυμάτων και γενικότερα ο χαμηλός δείκτης αποδοτικότητας μεταξύ προσφερόμενων υπηρεσιών - τιμής.
- Η απόσταση της Ελλάδας από τις χώρες προέλευσης των τουριστών, έχουν αυξήσει την εξάρτησή της από τους μεγάλους tour operators και τις αερομεταφορές κυρίως. Έτσι προωθείται ο μαζικός τουρισμός που έρχεται στη χώρα μας με πτήσεις charters σε μειωμένες τιμές.

Επιχειρώντας, να προσδιοριστούν οι κύριοι παράγοντες που παίζουν σήμερα καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση τάσεων στους κόλπους της τουριστικής βιομηχανίας, διεθνώς, και επηρεάζουν τον τουριστικό προορισμό της Ελλάδας, θα μπορούσαν να αναφερθούν τα εξής: Ως κύριους παράγοντες αναφέρονται η είσοδος του ευρώ στη ζωή των Ευρωπαίων και εν δυνάμει τουριστών, η αυξημένη συγκέντρωση των Τουριστικών Οργανισμών που ελέγχουν την τουριστική κίνηση στις αγορές της Βορείου Ευρώπης, αλλά και οι ραγδαίες εξελίξεις στο χώρο της τεχνολογίας (Λογοθέτης, 1997).

Όσο αφορά στην Ελλάδα, προτεραιότητα αποτελεί η ανάδειξη νέων μορφών τουρισμού όπως ο εναλλακτικός τουρισμός, ο αθλητικός τουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο αγροτικός, ο συνεδριακός. Ακόμη, η προώθηση στην Ελλάδα τουριστικών υποδομών ιδιοκατοίκησης για τον Ευρωπαϊκό πολίτη, με ευνοϊκά χρηματοδοτικά προγράμματα, θα αποτελέσει ένα άλλο σημαντικό άξονα της πολιτικής της χώρας μας, που θα δώσει τη δυνατότητα, η τουριστική σχέση των Ευρωπαίων με τη χώρα μας να αποκτήσει πιο μόνιμο και σταθερό χαρακτήρα. Η νέα αυτή πρωτοβουλία αφορά τη διαμόρφωση ιδιωτικών τουριστικών συγκροτημάτων

μόνιμης κατοικίας, που θα αποκτώνται με ευνοϊκό χρηματοδοτικό τρόπο, έτσι ώστε ο Ευρωπαίος πολίτης να έχει τη μόνιμη εστία παραθερισμού του στην Ελλάδα (Λογοθέτης, 1997).

Οι τάσεις της αγοράς δείχνουν ότι η χώρα μας γίνεται όλο και πιο δημοφιλής στην Αγγλική αγορά. Οι Άγγλοι τουρίστες, όμως στρέφονται περισσότερο στα late bookings, γεγονός που επηρεάζει την τιμή, όπως επίσης, και τους μεγάλους tour operators, ενώ επηρεάζεται από τα σύγχρονα μέσα ενημέρωσης και την ύπαρξη των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους. Σχετική έρευνα (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, Τάσεις τουριστικής ζήτησης, 2003) έδειξε ότι το 42% των ερωτηθέντων θα ξαναπήγαιναν στον ίδιο προορισμό, ενώ το 58% όχι. Στην επιλογή τους αυτή η διαθεσιμότητα καταλύματος την τελευταία στιγμή θα επηρέαζε στην μεν πρώτη επιλογή κατά 28% στην δεύτερη κατά 72%. Όσο για την απόφαση των τουριστών να ξαναταξιδέψουν με τον ίδιο tour operator ή όχι το 85% απάντησε ότι θα προτιμούσε τον ίδιο tour operator, ενώ το 15% θα διαλέξει κάποιον καινούργιο. Στην επιλογή αυτή η διαθεσιμότητα καταλύματος την τελευταία στιγμή θα επηρέαζε στην μεν πρώτη επιλογή κατά 64% στη δεύτερη κατά 36%. Στην ερώτηση αν θα άλλαζαν τουριστικό πράκτορα, travel agent, τα ποσοστά είναι αντίστοιχα 89% και 11%, και όσον αφορά στη διαθεσιμότητα καταλύματος την τελευταία στιγμή θα επηρέαζε κατά 78% και κατά 22% αντίστοιχα. Το συμπέρασμα είναι, ότι η εμπιστοσύνη προς τους tour operators μειώνεται με πιο γοργό ρυθμό από αυτή προς τους τουριστικούς πράκτορες (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, 2003).

Αν και οι αφίξεις τουριστών στην Ελλάδα έχουν σημειώσει μακροχρόνια ανοδική πορεία, το μερίδιο της χώρας στον ευρωπαϊκό και διεθνή τουρισμό τείνει να μειωθεί τα τελευταία χρόνια. Η επιδείνωση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουρισμού εξηγείται είτε σε επίπεδο τιμής υπηρεσιών, είτε ολικής ποιότητας, είτε συνδυασμένα, σχέση τιμής/ποιότητας (value for money) (I.T.E.Π, Μελέτη Ανταγωνιστικότητας Ελληνικού Τουρισμού, 2005). Η μελέτη, διαπιστώνει ότι η Ελλάδα απειλείται τουριστικά από τις άλλες μεσογειακές χώρες, τόσο όσες είναι εντός Ε.Ε. (Ιταλία, Πορτογαλία, Ισπανία) όσο και τις εκτός Ε.Ε. (Τουρκία, Ισραήλ, Κροατία, Αίγυπτο, Κύπρο κ.α.), ειδικά τις τελευταίες που προσφέρουν αρκετά παρόμοιο τουριστικό προϊόν με χαμηλότερες τιμές. Εντός ΕΕ η Ελλάδα αντιμετωπίζει το

μεγαλύτερο ανταγωνισμό από την Ισπανία. Μεταξύ των κυριότερων διαπιστώσεων της μελέτης επισημαίνονται (Ι.Τ.Ε.Π, 2005):

- Το μέσο μέγεθος των ελληνικών καταλυμάτων (76 κλίνες) κρίνεται μικρό (στην Ισπανία και την Πορτογαλία π.χ. είναι 130).
- Η χρηματοδοτική διάρθρωση των ελληνικών ξενοδοχείων θεωρείται ανορθολογική (ανεπάρκεια ιδίων κεφαλαίων, μεγάλος τραπεζικός δανεισμός).
- Το επίπεδο του τουριστικού μανάτζμεντ στην Ελλάδα κρίνεται χαμηλό.
- Το ελληνικό τουριστικό προϊόν επιβαρύνεται -έναντι όλων των ανταγωνιστριών χωρών- με το μεγαλύτερο φορολογικό βάρος.
- Από πλευράς κόστους ζωής η Ελλάδα βρίσκεται περίπου στην ίδια θέση με την Πορτογαλία, ενώ και οι δύο υπερέχουν ελαφρά έναντι της Ισπανίας και σημαντικά έναντι της Γαλλίας και της Ιταλίας.
- Τα ελληνικά κέντρα υποδοχής (λιμάνια, σιδηροδρομικοί σταθμοί, αεροδρόμια κ.α.) συνεχίζουν να προσφέρουν χαμηλού επιπέδου υπηρεσίες.
- Η ποιότητα των ελληνικών καταλυμάτων, στις υψηλές κυρίως κατηγορίες, θεωρείται ικανοποιητική.
- Η Ελλάδα υστερεί έναντι Ισπανίας, Πορτογαλίας και Ιταλίας λόγω της μεγαλύτερης γεωγραφικής απόστασης της από τις μεγαλύτερες χώρες προέλευσης τουριστών (Βρετανία, Γερμανία, Γαλλία κλπ). Η χώρα είναι ιδιαίτερα εξαρτημένη από τους tour operators, αφού το 75-80% των τουριστών έρχεται στην Ελλάδα κυρίως με πτήσεις τσάρτερ.

Οι μεσοπρόθεσμοι στόχοι της τουριστικής πολιτικής όπως έχουν οριστεί κατά την τελευταία πενταετία είναι (ΕΟΤ, 2009):

1. Η κατά τάξη μεγέθους αναβάθμιση της ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών σε όλους τους τομείς που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν και η διατήρηση του επιπέδου της ποιότητας αυτής.
2. Η υποστήριξη μιας τιμολογιακής πολιτικής ανταγωνιστικού επιπέδου.
3. Η οργάνωση του τομέα της ενημέρωσης και των πωλήσεων.
4. Η οργάνωση υποδομών επί των οποίων μπορεί να αναπτυχθεί ο εναλλακτικός τουρισμός.

5. Η ενίσχυση του τουριστικού προϊόντος με το πλεονέκτημα του πολιτιστικού μας αποθέματος, οργανωμένου και παρουσιασμένου με σύγχρονους τρόπους επικοινωνίας και νέες ιδέες παρουσίασης.

Με βάση τους βασικούς αυτούς στόχους, οι τομείς δραστηριότητας περιλαμβάνουν (ΕΟΤ, 2009):

- α) Τον εκσυγχρονισμό των τουριστικών υποδομών όλων των μεγεθών και όλων των κλάδων. Των ξενοδοχείων, των ενοικιαζομένων διαμερισμάτων, των κάμπινγκς, των μαρινών, των μεταφορικών μέσων κ.ο.κ. Και η ενθάρρυνση δημιουργίας πρόσθετης προσφοράς υψηλής στάθμης,
- β) Την εκπαίδευση και επιμόρφωση του ανθρώπινου δυναμικού σε ευρεία κλίμακα,
- γ) Την πιστοποίηση της ποιότητας των παρεχομένων κατά τομέα υπηρεσιών, με τη χρήση συστημάτων διασφάλισης ποιότητας, όπως τα συστήματα ISO,
- δ) Την δημιουργία δικτύων ηλεκτρονικής διαχείρισης των δεδομένων και πληροφόρησης,
- ε) Την δημιουργία των αναγκαίων υποδομών που είναι απαραίτητες για την ανάπτυξη κάθε μορφής εναλλακτικού τουρισμού και ενίσχυση της επιχειρηματικής δραστηριότητας, έτσι ώστε να καταστούν εκμεταλλεύσιμοι οι σχετικοί θύλακες στην αγορά,
- στ) Την οργάνωση και την ενίσχυση των μεγάλων ειδικών επενδύσεων,
- ζ) Τον συντονισμό, τέλος, όλων των πολιτικών του κράτους, οι οποίες επηρεάζουν το τουριστικό προϊόν έτσι ώστε να επιτευχθεί αναβάθμιση όλης της αλυσίδας των τουριστικών υπηρεσιών, από τις μεταφορές μέχρι τους αρχαιολογικούς χώρους, τις υπηρεσίες υγείας, την απασχόληση.

2.4 Ιστορική Αναδρομή για το Νησί της Ρόδου

Η Ρόδος έχει μια μακρά ιστορία, η οποία είναι δύσκολο να συρρικνωθεί σε μερικές μόνο γραμμές. Ξεκινά το 408 π.Χ. όταν οι τρεις αρχαίες πόλεις-κράτη του νησιού, η Λίνδος, η Ιαλυσός και η Κάμιρος, ένωσαν τις δυνάμεις τους φτιάχνοντας μια νέα πόλη-κράτος στο βορειότερο άκρο του νησιού, ονομάζοντάς την Ρόδο. Το πολεοδομικό σχέδιο της αρχαίας πόλης της Ρόδου βασίστηκε στις πολεοδομικές και φιλοσοφικές ιδέες του διάσημου πολεοδόμου, Ιππόδαμου από τη Μίλητο. Από τότε η Ρόδος αποτέλεσε και για 2.500 περίπου χρόνια ένα μεγάλο οικονομικό, πολιτιστικό, πνευματικό σταυροδρόμι (Παπαχριστοδούλου, 1948).

Από το 516 έως το 1309 μ.Χ. η Ρόδος υπάγεται στην επαρχία του ανατολικού Ρωμαϊκού Βυζαντινού κράτους. Στις 15 Αυγούστου 1309 πουλήθηκε στο τάγμα των Ιωαννιτών Ιπποτών, οι οποίοι παρέμειναν στο νησί μέχρι και 22 Δεκεμβρίου 1522. Η πολυεθνική σύνθεση του ιπποτικού τάγματος συντελεί στη σύσφιξη των οικονομικών, πολιτιστικών σχέσεων με τη δυτική Ευρώπη. Το λιμάνι της Ρόδου αποτελεί ένα από τα πιο σημαντικά διαμετακομιστικά κέντρα της Μεσογείου. Οι γκραβούρες της εποχής μας μεταφέρουν την εικόνα ταξιδεύοντάς μας μέσα στο χρόνο (Φίνας, 1992)

Το 1522 μ.Χ. οι ιππότες αφήνουν τη Ρόδο στην τύχη της και στα χέρια των Οθωμανών. Τα χρόνια αυτά ήταν δύσκολα με εξαίρεση ίσως τον 17ο και 18ο αιώνα όπου ξαναζωντάνεψε το εμπορικό και ναυτικό δαιμόνιο των Ροδίων. Για μεγάλο χρονικό διάστημα, το νησί υπήρξε συγκοινωνιακή γέφυρα για τις θαλάσσιες μεταφορές μεταξύ Ευρώπης και Ανατολής. Το 1912 γίνεται η κατάληψη της Ρόδου από τους Ιταλούς, οι οποίοι άφησαν το στίγμα τους, χαράσσοντας ακόμα μία πληγή στο μακραίωνα κορμό του νησιού. Στις 8 Μαΐου 1945 μέχρι και 31 Μαρτίου 1947, μεσολάβησε η Αγγλική Διοίκηση, μέχρι τη λύτρωση 7 Μαρτίου 1948, ύστερα από 6,5 περίπου αιώνες, όπου η Ρόδος μαζί με όλα τα Δωδεκάνησα ξανάγιναν Ελληνικά (Παπαϊωάννου, 1999).

2.5 Τουριστική Ανάπτυξη στη Ρόδο

Από τις πρώτες δεκαετίες του εικοστού αιώνα και ιδιαίτερα από το 1930 και μετά, στη Ρόδο και στα υπόλοιπα νησιά της Δωδεκανήσου, υπό καθεστώς ιταλικής κατοχής, αρχίζουν να δημιουργούνται τα πρώτα έργα υποδομής (λιμάνια, αεροδρόμια, δρόμοι) εκτός των ήδη υπαρχόντων στρατιωτικών έργων και εγκαταστάσεων. Επίσης κατασκευάζονται εντυπωσιακά κτίρια για τη στέγαση των κρατικών υπηρεσιών και τη φιλοξενία επισκεπτών, τη στέγαση των Ιταλών εποίκων που εγκαταστάθηκαν στη Ρόδο για να στελεχώσουν τις εισαγωγικές επιχειρήσεις, τις βιομηχανίες, τις τράπεζες και τα πρότυπα αγροκτήματα (C.A.I.R.) που ίδρυσαν, σε μια προσπάθεια να εδραιώσουν και να μονιμοποιήσουν την παρουσία τους στα Δωδεκάνησα. Ιδιαίτερη βαρύτητα έδωσαν στον τουρισμό, ώστε να καταστήσουν τη Ρόδο διεθνές τουριστικό θέρετρο, γι αυτό και κατασκεύασαν πολυτελή ξενοδοχεία («Των Ρόδων», «Θέρμαι», «Έλαφος», «Ελαφίνα» συνολικής δυναμικότητας 600

κλινών), δημιούργησαν το Υδροθεραπευτήριο της Καλλιθέας, το γήπεδο γκολφ στο Κορακόνερο, αναπαλαίωσαν το Παλάτι του Μεγάλου Μαγίστρου και ανέδειξαν την Μεσαιωνική πόλη (Παπαϊωάννου, 1999).

Επίσης κατά την κατοχική Ιταλική περίοδο 1912 – 1945 δόθηκε μέριμνα και στη θαλάσσια τουριστική ανάπτυξη, μέσω κάποιων κρουαζιερόπλοιων που προσέγγιζαν την Πάτμο για την επίσκεψη της Ιεράς Μονής και της Ιστορικής Βιβλιοθήκης, της Κω και της Ρόδου. Ενδεικτικά αναφέρονται κάποια στοιχεία για την τουριστική κίνηση της Δωδεκανήσου την περίοδο 1935-1939, λίγο πριν ξεσπάσει ο Δεύτερος Παγκόσμιος Πόλεμος, ο οποίος στην κυριολεξία ήταν τροχοπέδη στην οποιαδήποτε τουριστική ανάπτυξη της περιοχής. Με την απελευθέρωση και την ενσωμάτωση στη Μητέρα Ελλάδα (επίσημα στις 7 Μαρτίου 1948), έπειτα από ακριβώς 639 χρόνια ξενικής σκληρής κατοχής, το Ελληνικό πλέον κράτος έχει σαν πρωταρχική φροντίδα την ανασυγκρότηση της Δωδεκανήσου (Φίνας, 1991).

Από τα μέσα της δεκαετίας του 1960 αρχίζει η περίοδος της ανάπτυξης, διαφαίνεται πια ότι το μέλλον του νησιού θα στηριχθεί στον τουρισμό. Ακολουθεί στις αρχές της δεκαετίας του 1980 ένας προβληματισμός από την πλευρά της κρατικής πολιτικής, όσον αφορά το πρότυπο της τουριστικής ανάπτυξης, στο πλαίσιο μιας νέας πολιτικής ισόρροπης ανάπτυξης όλων των τομέων της οικονομίας. Η ανάπτυξη αυτή δημιούργησε ευημερία, όμως πλήρωσε ο τόπος και ένα τίμημα που εκδηλώνεται με τις επιδράσεις του τουρισμού στο ευρύτερο περιβάλλον (Λογοθέτης, 2004).

Ο τουρισμός της Ρόδου, με εξαίρεση το 1994 και το 1999 που σημείωσε μία εντυπωσιακή αύξηση, βρίσκεται τα τελευταία χρόνια σε κατάσταση συνεχιζόμενης ύφεσης. Παράγοντες όπως η υπερπροσφορά ξενοδοχειακών κλινών, η συρρίκνωση της τουριστικής περιόδου, οι απαιτήσεις του σύγχρονου τουρίστα, η υποβάθμιση του περιβάλλοντος συντέλεσαν στη δημιουργία μιας τέτοιας δυσοίωνης κατάστασης (Λογοθέτης, 2004).

2.5.1 Ξενοδοχειακή Υποδομή στη Ρόδο

Η μέση διάρκεια παραμονής για την Ρόδο, στα ξενοδοχεία είναι 9.7 ημέρες και η μέση πληρότητα των τουριστικών καταλυμάτων ήταν πολύ υψηλή αγγίζοντας το 76%. Η Ρόδος κατά βάση στηρίζεται στον μαζικό οργανωμένο τουρισμό. Ένα ποσοστό 85,2% του τοπικού

τουρισμού είναι αλλοδαποί μαζικοί τουρίστες που αγοράζουν έτοιμα πακέτα από μεγάλους Tour Operators του εξωτερικού (ΑΝ. ΔΩ. 2005; ΕΟΤ, 2005; Πάχος, 2005).

Η αύξηση του αριθμού κλινών υποδηλώνει την αναπτυξιακή ώθηση, που προκάλεσε η αύξηση της τουριστικής ζήτησης. Η αύξηση όμως αυτή σημείωσε μια κάμψη προς το τέλος της δεκαετίας του '80. Η μείωση αυτή παρατηρείται από το έτος 1985 και είναι περίπου της τάξεως του 10%. Παρόλα αυτά την περίοδο 1990 - 1997 ο αριθμός των κλινών στα ξενοδοχεία αυξήθηκε από 45.059 σε 65.500, δηλαδή σημείωσε αύξηση της τάξεως του 6,5% (Καραμέρης 2001). Η χωρική κατανομή αυτού του δυναμικού είναι σε μεγάλο βαθμό, συγκεντρωμένη στην πόλη της Ρόδου και τις γειτονικές της περιοχές, σε μια παραλιακή ζώνη σε απόσταση 10 -15χλμ. από το κέντρο της πόλης (ΑΝ.ΔΩ., 2005).

Τα ξενοδοχεία βρίσκονται, ως επί το πλείστον, στη βόρεια και ανατολική ακτή του νησιού. Το 2006 η συνολική δυναμικότητα της νήσου Ρόδου υπολογίζεται 80.500 κλίνες, εκ των οποίων 16.500 (19%) σε ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια και περίπου 64.000 (81%) σε ξενοδοχεία διαφόρων κατηγοριών. Από αυτό το δυναμικό, στην πόλη της Ρόδου υπάρχουν περίπου 19.000 κλίνες, ποσοστό 24% επί του συνόλου, ενώ στο βόρειο τρίγωνο (Ρόδος, Καλυθιές, Φαληράκι, Ιαλυσός, Κοσκινού) υπάρχουν περίπου 70.000 κλίνες, ποσοστό 85% επί του συνόλου (ΑΝ.ΔΩ., 2005).

2.5.2 Τουριστική Κίνηση στη Ρόδο

Σχετικά με την τουριστική κίνηση στη Ρόδο τα παρακάτω σημεία δημιουργούν προβληματισμό:

I. Η μαζικοποίηση του τουρισμού, όπου η συντριπτική πλειοψηφία των εκατομμυρίων τουριστών που τα τελευταία χρόνια κατακλύζουν τις ακτές της Μεσογείου ανήκει στον οργανωμένο μαζικό τουρισμό διακοπών. Αν και σημείωσε μέση ετήσια αύξηση 4,6% τη δεκαετία του '80, έναντι 20% της δεκαετίας του '50, εξακολουθεί να αποτελεί την κυρίαρχη μορφή των Μεσογειακών προορισμών, ανάμεσα στους οποίους συγκαταλέγεται και η Ρόδος - Υπερσυγκέντρωση τουριστών και ντόπιων στο βόρειο τρίγωνο του νησιού (Λογοθέτης, 2004).

II. Η ένταση των περιβαλλοντικών προβλημάτων ως αποτέλεσμα της υπερμεγέθυνσης της τουριστικής προσφοράς και των δραστηριοτήτων της μαζικής ζήτησης που απειλεί με υποβάθμιση πολλές περιοχές του νησιού - Διάσπαρτη δόμηση παράλληλα με την ακτή, ιδίως στην πόλη, Φαληράκι, Κολύμπια, Λίνδος. Εξάλλου, όπως είναι γνωστό η δημιουργία μεγάλων ξενοδοχειακών συγκροτημάτων προκαλεί μια υποβάθμιση του περιβάλλοντος εξαιτίας της κακής ενσωμάτωσης των ογκωδών και μοντέρνων κατασκευών στο φυσικό περιβάλλον και σε χώρους παραδοσιακής αρχιτεκτονικής, καθώς επίσης της ρύπανσης που προκαλείται στη θάλασσα από τη ρίψη υγρών αποβλήτων, λόγω της απουσίας εγκαταστάσεων βιολογικού καθαρισμού. Παράδειγμα η ύπαρξη μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων γύρω από το παραδοσιακό χωριό «Λίνδος» που αλλοιώνουν τον φυσικό χώρο και ρυπαίνουν τον εκεί θαλάσσιο χώρο, ρίχνοντας υγρά απόβλητα πίσω από το χωριό (Βαρβαρέσος, 2000).

III. Η συρρίκνωση της τουριστικής περιόδου με όλες τις δυσμενείς συνέπειες στην απασχόληση και στην αποδοτικότητα των τουριστικών επιχειρήσεων (Λογοθέτης, 1997).

Είναι ιδιαίτερα ανησυχητικό το πρόβλημα της εποχικότητας, καθώς τα τελευταία χρόνια το ξενοδοχειακό δυναμικό απασχολεί σε ετήσια βάση μόλις το 50% της παραγωγικής του δυναμικότητας (πηγή: Ένωση Ξενοδόχων Ρόδου). Από μελέτη του Δρος Αναστάσιου Τσίτουρα που εκδόθηκε από το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών & Προβλέψεων (ΙΤΕΠ) με θέμα «Η εποχικότητα του τουρισμού στην Ελλάδα και τις ανταγωνίστριες χώρες», προέκυψε μεταξύ άλλων και το εξής : «Η εποχικότητα των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα σε δωδεκάμηνη βάση έχει αυξηθεί κατά 13,1% στην περίοδο 1975-1996, των δε διανυκτερεύσεων κατά 16,2%. Αν δεν υπάρξει αλλαγή της τουριστικής πολιτικής, τότε η δωδεκάμηνη εποχικότητα θα συνεχίσει να αυξάνεται, έστω και με επιβραδυνόμενο ρυθμό. Σε σύγκριση με τις ανταγωνίστριες χώρες (Ισπανία, Πορτογαλία, Ιταλία, Γαλλία και Τουρκία), η Ελλάδα παρουσιάζει κατά το 1995 υψηλότερη εποχικότητα των αφίξεων και διανυκτερεύσεων από το μέσο όρο των χωρών αυτών» (Τουριστική Αγορά, 1998).

Στη Ρόδο τα τελευταία χρόνια ένα ποσοστό του αλλοδαπού τουρισμού που σταθερά ξεπερνά το 50%, συγκεντρώνεται στο τρίμηνο της τουριστικής αιχμής, δηλαδή Ιούλιο μέχρι και Σεπτέμβριο. Υπάρχει μάλιστα και παράλληλη μείωση του μέσου όρου ημερών διαμονής αφού το 2001 ήταν 8,3 διανυκτερεύσεις για τα ξενοδοχεία της Ρόδου, ενώ το 1991 ήταν 9,7

και το 1981 ήταν 9,9 διανυκτερεύσεις. Αυτή η τάση συνηθίζεται τα τελευταία χρόνια από τους Ευρωπαίους τουρίστες, οι οποίοι λαμβάνουν την άδειά τους όχι όπως παλαιότερα, αλλά με λιγότερες ημέρες περισσότερες φορές το χρόνο. Αυτό είναι πολύ ανησυχητικό διότι θα ενταθεί περισσότερο το πρόβλημα της εποχικότητας και συνεπώς η διάρκεια της τουριστικής σεζόν συνεχώς θα συρρικνώνεται. Είναι χαρακτηριστικό ότι το 1975 πραγματοποιήθηκε κατά το τετράμηνο Ιουνίου – Σεπτεμβρίου το 61,3% όλων των διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχεία της Ρόδου. Το 1984 το ποσοστό αυξήθηκε στο 64,7%, το 1993 στο 68,9%, ενώ συνεχίζει να αυξάνεται το ποσοστό το 2000 στο 71,4% και την επόμενη τριετία να ανέλθει στο 72,6% (Λογοθέτης, 2004).

2.6 Επιπτώσεις του Τουρισμού στη Ρόδο

Στο κεφάλαιο αυτό εξετάζεται τις επιπτώσεις του μαζικού οργανωμένου τουρισμού, τις οικονομικές επιπτώσεις αλλά και τις επιπτώσεις από τους Tour Operators στη Ρόδο. Ακολούθως εξετάζεται η εξάρτηση της τοπικής οικονομίας από τον τουρισμό στη Ρόδο.

2.6.1 Επιπτώσεις του Μαζικού Οργανωμένου Τουρισμού στη Ρόδο

Ο τουρισμός ως δραστηριότητα μεγάλης κλίμακας, έχει τόσο θετικές, όσο και αρνητικές συνέπειες στην οικονομία, στο περιβάλλον, στην κοινωνία και στον πολιτισμό των προορισμών υποδοχής τουριστών, με αποτέλεσμα ο τουρισμός να έχει θεωρηθεί από πολλούς ως μία νέα μορφή «επανάστασης» (Gartner, 2001).

Εξεταζόμενος από τη θετική του σκοπιά ο τουρισμός συμβάλλει σημαντικά στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου του ντόπιου πληθυσμού, στη δημιουργία θέσεων εργασίας, στην εξασφάλιση κεφαλαίων για νέες επενδύσεις, στη βελτίωση και στην αύξηση της υποδομής κλπ., κύριες αιτίες για τις οποίες πολλές κυβερνήσεις τον χρησιμοποιούν ως ένα μέσο οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης (Andriotis, 2001).

Οι αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού στους προορισμούς υποδοχής των τουριστών, κυρίως έχουν σχέση με το μιμητισμό ποικίλων ξενόφερτων προτύπων από τους ντόπιους κατοίκους, με την εμπορευματοποίηση των ανθρωπίνων σχέσεων λόγω του πρόσκαιρου κέρδους, με τη μεταμόρφωση περιοχών ιδιαίτερου φυσικού κάλους σε υπερ-κορεσμένες

αστικές περιοχές, με την περιβαλλοντολογική μόλυνση, με την αλλοίωση του πολιτισμού, κ.λ.π. (Andriotis, 2003).

Αρνητική κριτική ασκείται επίσης στη μαζικοποίηση του τουρισμού και του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος καθώς και στο γεγονός, ότι τα περισσότερα τουριστικά έσοδα διαρρέουν έξω από την τοπική οικονομία, με τουριστικές επιχειρήσεις να αγοράζουν εισαγόμενα προϊόντα, να απασχολούν ξενόφερτο εργατικό δυναμικό (κυρίως σε υψηλόβαθμες θέσεις εργασίας οι οποίες έχουν και υψηλές αμοιβές) και να ανήκουν ή να διοικούνται από μη ντόπιους εργαζόμενους οι οποίοι δεν κατανοούν και δεν σέβονται τις ανάγκες της τοπικής κοινωνίας και εν γένη της περιοχής (Andriotis, 2003).

Πολλά λοιπόν από τα χρήματα που εισέρχονται σ' ένα τουριστικό προορισμό και που κάτω από άλλες συνθήκες θα συνέβαλαν θετικά στην βελτίωση του βιοτικού επιπέδου του ντόπιου πληθυσμού και στην αύξηση του εγχώριου κατά κεφαλή εισοδήματος, διαρρέουν έξω από την τοπική κοινωνία, ενώ ταυτοχρόνως υποβαθμίζουν το επίπεδο διαβίωσης των κατοίκων και αλλοτριώνουν τους κοινωνικούς θεσμούς. Ο διαρκώς διογκούμενος αριθμός τουριστών οδηγεί σε σχετική ανάλογη διόγκωση και τις επιπτώσεις αυτές (Andriotis, 2003).

Η περιοχή της Ρόδου είναι γνωστό τουριστικό θέρετρο από τις αρχές του περασμένου αιώνα. Η τουριστική ανάπτυξη της περιοχής εντάθηκε κατά την μεταπολεμική περίοδο η οποία αποτέλεσε και περίοδο προσπάθειας αναδόμησης όλης της Ελλάδος. Η ανάπτυξη σε απομακρυσμένες νησιωτικές περιοχές στηρίχθηκε στα πλεονεκτήματα της κάθε περιοχής. Η περιοχή της Ρόδου είχε την τύχη να αποτελεί γνωστό τουριστικό θέρετρο της εποχής λόγω του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος της. Στηρίχθηκε λοιπόν και προωθήθηκε από την κεντρική εξουσία της μεταπολεμικής Ελλάδος ένα μοντέλο ανάπτυξης στηριγμένο στον Τουρισμό. Τα μελλοντικά αποτελέσματα του μοντέλου αυτού δεν μπορούσαν να προβλεφθούν εκείνη τη χρονική περίοδο. Το παγκόσμιο τουριστικό προϊόν εξελίχθηκε από τότε στα σημερινά δεδομένα όπου ο μαζικός οργανωμένος τουρισμός κυριαρχεί και κατέχει την μερίδα του λέοντος. Η περιοχή της Ρόδου δεν στηρίχθηκε από την κεντρική διοίκηση της χώρας με αποτέλεσμα μέσω προχειροτήτων και παντελής έλλειψης οργανωμένου σχεδιασμού τουριστικής ανάπτυξης να ακολουθήσει μια άναρχη ανάπτυξη όπου η προχειρότητα και το επιφανειακό κέρδος κυριάρχησαν (Κοκκώσης & Τσάρτας 2001).

Σύμφωνα με στοιχεία που παραθέτουν οι Κοκκώσης και Τσάρτας (2001) το πρότυπο αυτό κυριαρχεί στον παγκόσμιο τουρισμό στην περίοδο μετά το 1970 (περίοδο που αποτέλεσε και το δυναμικότερο κομμάτι της Ροδιακής ανάπτυξης), και συνδέεται άμεσα με την ανάπτυξη πολλών περιοχών, και κρατών, του κόσμου. Βασικά χαρακτηριστικά της ανάπτυξης του είναι: α) οι εκτεταμένες και οργανωμένες υποδομές και υπηρεσίες που προσφέρει, β) η καθοριστική παρουσία του προτύπου στην παραγωγική δομή της περιοχής, που έχει ως αποτέλεσμα σχεδόν το σύνολο των υπόλοιπων κλάδων να εξαρτώνται σταδιακά από τον τουρισμό, γ) οι συχνά δυσμενείς επιπτώσεις της ανάπτυξης του στην τοπική κοινωνία, την οικονομία και το περιβάλλον.

2.6.2 Οικονομικές Επιπτώσεις του Τουρισμού στη Ρόδο

Ο τουρισμός αποτελεί οικονομική δραστηριότητα τεράστιας σημασίας για την Τοπική ή Εθνική οικονομία (ειδικότερα για την περιοχή της Ελλάδος και ακόμα πιο ειδικά για την περιοχή της Ρόδου είναι υψηλότερης σημασίας από οποιαδήποτε άλλο κομμάτι ή τομέα της οικονομίας). Οι οικονομικές επιπτώσεις από την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού διακρίνονται σε θετικές και αρνητικές. Οι θετικές επιπτώσεις βοηθούν στην ώθηση και βελτίωση οικονομικών μεγεθών ενώ οι αρνητικές αφορούν αντίθετα την επιδείνωση ορισμένων άλλων οικονομικών μεγεθών (Λαγός & Λιαργκόβας, 2002).

Δεν πρέπει να ξεχνάμε όμως πως ο τουρισμός επιφέρει και άλλου είδους επιπτώσεις στο ευρύτερο περιβάλλον. Οι επιπτώσεις αυτές σήμερα εντοπίζονται, αναλύονται και αντιμετωπίζονται σε πολύ μεγάλο βαθμό προς όφελος του περιβάλλοντος (οικονομικού, κοινωνικού, φυσικού και ανθρωπογενούς). Η διαδικασία αυτή όμως επιφέρει με την σειρά της οικονομικές επιπτώσεις άλλοτε θετικές και άλλοτε αρνητικές. Για παράδειγμα τα φαινόμενα κοινωνικής παθογένειας (όπως η χρήση ναρκωτικών, αύξηση της εγκληματικότητας) είναι μια σειρά από κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού (Andriotis, 2003).

Στη συνέχεια όμως το κοινωνικό κράτος αναγκάζεται να επενδύσει προς την κατεύθυνση αντιμετώπισης τέτοιων φαινομένων. Το αποτέλεσμα αυτής της ενέργειας δεν είναι μόνο η αντιμετώπιση αυτού καθαυτού του φαινομένου αλλά και η δημιουργία έξτρα κόστους (σε

χρηματικές μονάδες, σε απασχόληση υλικών πόρων και ανθρώπινου υλικού κ.α.) το οποίο και είναι μια επιπλέον οικονομική (αρνητική) επίπτωση. Στον τουρισμό δημιουργούνται πολλοί τύποι οικονομικών διαδικασιών. Ο τουρισμός δεν καταγράφεται συνήθως σαν ξεχωριστός τομέας αλλά συμπεριλαμβάνεται στον τομέα των υπηρεσιών. Επομένως, είναι πιο δύσκολο να μετρηθεί η οικονομική συνεισφορά του τουρισμού (Λαγός & Λιαργκόβας, 2002).

Ειδικά όταν στη Ελλάδα δεν υπάρχει ικανοποιητικό σύστημα καταγραφής των οικονομικών αποτελεσμάτων του τουρισμού. Στην ελληνική επικράτεια σήμερα δεν υπάρχει κανένα σύστημα παρακολούθησης αποτελεσμάτων από τον τουρισμό όπως συμβαίνει σε άλλες περιπτώσεις με εργαλεία (Πάχος 2005):

- Δείκτες, όπου τρανό παράδειγμα προς αυτή την κατεύθυνση αποτελεί η προσπάθεια της Μάλτας και του κρατικού οργανισμού SI-MO (Sustainable Indicators – Malta's Observatory)
- Δορυφόρους Λογαριασμούς του τουρισμού, με παράδειγμα την επιτυχημένη προσπάθεια της Αυστρίας

Επομένως αντλώντας πληροφορίες από ποικίλες πηγές οι τουριστικοί οικονομολόγοι προσπαθούν να κάνουν επαρκείς υπολογισμούς για να υποδείξουν (αν και στις περισσότερες περιπτώσεις πρόκειται για εικασίες λόγω των δυσχερειών που αντιμετωπίζονται) μια πιο γενική εικόνα του οικονομικού αντίκτυπου / οικονομικών επιπτώσεων του τουρισμού (Πάχος 2005).

2.6.3 Επιπτώσεις από τους Tour Operators στη Ρόδο

Ο τουρισμός της Ρόδου αναπτύχθηκε με ραγδαίους ρυθμούς τη δεκαετία του 1990 φθάνοντας από 8,1 εκατ. διανυκτερεύσεις το 1990 σε 10,8 εκατ. το 1999. Αυτό συνέβη όχι γιατί το πέτυχαν οι τουριστικοί φορείς με τις ενέργειές τους, αλλά επειδή αυτή ήταν η επιλογή των Tour Operators. Όταν άλλαξε η πολιτική των Tour Operators, κανείς φορέας της Ελλάδας ή της Ρόδου δεν μπόρεσε να ανακόψει την πτωτική πορεία της τουριστικής κίνησης,

αφού δεν έγιναν εγκαίρως οι κατάλληλες ενέργειες. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα να μειωθούν οι διανυκτερεύσεις σε 8,6 εκατ. το 2003 (ΕΟΤ 2003).

Η εποχικότητα έχει προκαλέσει μια σειρά από σοβαρές αρνητικές παρενέργειες σ' όλο το φάσμα του τουριστικού κυκλώματος. Οι επιπτώσεις από τη συσσώρευση της τουριστικής κίνησης στους μήνες της αιχμής είναι εμφανείς στο περιβάλλον, στις τουριστικές επιχειρήσεις, στις ενδιάμεσες επιχειρήσεις καθώς και στους ίδιους τους επισκέπτες (ΕΟΤ 2003).

Σύμφωνα με τον Λογοθέτη (2002) κατά την τελευταία πενταετία ένα ποσοστό του αλλοδαπού τουρισμού που σταθερά ξεπερνά το 50% συγκεντρώνεται στο τρίμηνο, της τουριστικής αιχμής (Ιούλιος – Σεπτέμβριος). Σε παραδοσιακούς τουριστικούς προορισμούς όπως η Κρήτη, η Κέρκυρα και η Ρόδος, το ποσοστό αυτό είναι ακόμα μεγαλύτερο και συνοδεύεται μάλιστα με μια παράλληλη μείωση του μέσου όρου ημερών διαμονής (Λογοθέτης, 2002). Συγκεκριμένα στην περίπτωση της Ρόδου με βάση τα στοιχεία των αφίξεων του οργανωμένου τουρισμού της περιόδου 1998-2001, οι μήνες της τουριστικής αιχμής συγκεντρώνουν μέσο ετήσιο ποσοστό 55,6% με αυξητικές τάσεις αφού το 2001 συγκέντρωσε το 56,50%, ενώ οι υπόλοιποι μήνες (Απρίλιος, Μάιος, Ιούνιος και Οκτώβριος) συγκεντρώνουν το 43,8%, από το οποίο ο Απρίλιος συμμετέχει με ποσοστό κάτω του 5% (Λογοθέτης, 2002).

2.6.4 Εξάρτηση της Τοπικής Οικονομίας από τον Τουρισμό

Ο τουρισμός αποτελεί την κυριότερη πηγή εισοδήματος για τον ντόπιο πληθυσμό της Ρόδου. Η κατανομή του ΑΕΠ της περιοχής της Ρόδου αν και στηρίζεται σε παλαιά στοιχεία μπορεί να δώσει μια εικόνα για την υφιστάμενη κατάσταση. Σύμφωνα λοιπόν με στοιχεία της Αναπτυξιακής Δωδεκανήσου (Αν. Δω) από παλαιότερες μελέτες που έχουν εκπονηθεί ο τουρισμός παράγει το 34% του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος του νησιού και απασχολεί, συμπεριλαμβανομένων των μεταφορών, περί τα 16.700 άτομα (ποσοστό 42% της συνολικής απασχόλησης) (Πάχος, 2005).

Η ανάλυση που γίνεται από πολλούς τοπικούς αναλυτές (αξίζει να σημειωθεί πως κάτι τέτοιο δεν στηρίζεται επιστημονικά) ο τουριστικός τομέας καταλήγει να συμβάλει στο Ακαθάριστο

Εγχώριο Προϊόν περίπου το 48% και αν σε αυτό προστεθεί και η κατανάλωση από τους τουρίστες για αγορές λιανικού εμπορίου το παραπάνω ποσοστό ανέρχεται σε 53-65%. Αν ληφθεί υπόψη ότι μεγάλο μέρος αυτού του εισοδήματος διοχετεύεται εκ νέου σε τοπικές συναλλαγές, εξάγεται το συμπέρασμα ότι η συνεισφορά του τουρισμού στο Α.Ε.Π. της Ρόδου είναι περίπου 80-85% (Πάχος, 2005).

Σε σύγκριση με το σύνολο της χώρας η συμμετοχή του πρωτογενή και του δευτερογενή τομέα στο Α.Ε.Π. της Δωδεκανήσου είναι σαφώς μικρότερη σε ποσοστό. Και οι δύο τομείς μαζί καλύπτουν το 25% του Α.Ε.Π. στη Δωδεκάνησο ενώ για το σύνολο της χώρας το αντίστοιχο ποσοστό είναι της τάξεως του 45%. Αντίθετη είναι η εικόνα σε σχέση με το τριτογενή τομέα όπου το ποσοστό συμμετοχής στο Α.Ε.Π. Δωδεκανήσου είναι 75% σαφώς μεγαλύτερο του αντίστοιχου ποσοστού σε εθνικό επίπεδο το οποίο θα είναι της τάξεως του 55% (Πάχος, 2005).

Οι εισοδηματικές διαφοροποιήσεις ανάμεσα στα επιμέρους νησιά της Δωδεκανήσου ακολουθούν περίπου τις πληθυσμιακές εξελίξεις που έχουν την τελευταία δεκαετία³. Οι κάτοικοι της Ρόδου απασχολούνται κατά κύριο λόγο στον τουριστικό τομέα ενώ πολλοί είναι εκείνοι που κατά τη χειμερινή περίοδο αναζητούν και σε άλλους κλάδους επιπλέον εισόδημα. Επίσης πολλοί από τους κλάδους που αναφέρονται πιο κάτω λειτουργούν από την κατανάλωση που δημιουργεί ο τουρισμός (ΕΣΥΕ 2003 & Πάχος 2005).

Οι ιδιωτικές και δημόσιες επενδύσεις παρουσιάζουν υψηλά δεδομένα στη περιοχή της Ρόδου. Οι υψηλές απαιτήσεις των τουριστών και ο αυξανόμενος ανταγωνισμός έχουν δώσει πνοή στις επενδύσεις μιας και η σύγχρονη οικονομία και οι διεθνείς και εθνικοί ανταγωνιστές προορισμοί εποφθαλμιούν το μερίδιο αγοράς που κατέχει η Ρόδος οπότε ο εμπλουτισμός και η άνοδος της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών είναι μονόδρομος. Η επιλογή αυτή όμως προϋποθέτει επενδύσεις τόσο από τον Ιδιωτικό όσο και από τον Δημόσιο τομέα (ΕΣΥΕ 2003).

2.7 Συμπεράσματα

Η Ελλάδα ως τόπος τουριστικού προορισμού διαθέτει, τα ακόλουθα χαρακτηριστικά τα οποία μπορούν να συμβάλλουν στην ανάδειξη της ως κέντρου τουρισμού υγείας: Αξιόλογους ιαματικούς πόρους, σταθερό και ήπιο κλίμα, ελκυστικό φυσικό περιβάλλον και πλούσια πολιτισμική και ιστορική παράδοση. Ωστόσο έχει σημαντικά θέματα να αντιμετωπίσει, ώστε να επωφεληθεί από αυτά τα στοιχεία αποτελεσματικά.

Η νήσος Ρόδος έχει μια μακρά και λαμπρή ιστορία, η οποία ξεκινά το 408 π.Χ. πριν 2400 χρόνια, όταν οι τρεις αρχαίες πόλεις-κράτη του νησιού- η Λίνδος, η Κάμιρος και η Ιαλυσός- ενώθηκαν και συγκέντρωσαν την εξουσία τους σε ένα νέο οικισμό, σε μια νέα-πόλη κράτος που κτίστηκε στο βορειότερο άκρο του νησιού. Η νέα πόλη σχεδιάστηκε από τον μεγάλο πολεοδόμο, τον Ιππόδαμο το Μιλήσιο και αποτέλεσε ένα μεγάλο αυτόνομο κράτος το οποίο αποτέλεσε σημαντικό οικονομικό, πνευματικό και πολιτιστικό κέντρο της Μεσογείου.

Είναι ευρέως γνωστό πως η Ρόδος μέχρι περίπου και τα μέσα της δεκαετίας του 1960 ήταν ένας ζηλευτός τουριστικός προορισμός. Η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά της Ρόδου αποτελούσε σημαντικό θέλγητρο μιας και το νησί της Ρόδου. Σήμερα όπως έχει αναλυθεί και πιο πάνω τα δεδομένα έχουν διαφοροποιηθεί, και η Ρόδος έπαψε να προβάλλει την πολιτισμική της κληρονομιά αλλά μέσα από τα κανάλια προώθησης των μεγάλων Tour Operators προωθείται ως ιδανικός προορισμός για τους τουρίστες της κατηγορίας των 3S (Sea-Sun-Sand), σε αυτό βέβαια έχουν σιωπηρά συμφωνήσει -και επομένως είναι συνυπεύθυνοι- και οι ξενοδόχοι της περιοχής αλλά και οι τοπική κεντρική εξουσία. Οι πιο πρόσφατες όμως θερινές τουριστικές περιόδους έχουν αφυπνίσει μεγάλο κομμάτι του τοπικού πληθυσμού ο οποίος βλέπει το εισόδημα του να συρρικνώνεται και την αγοραστική του δύναμη να μικραίνει και ως εκ τούτου αντιδρά.

Το βασικότερο πρόβλημά της έγκειται στην εποχικότητα. Η εποχικότητα έχει προκαλέσει μια σειρά από σοβαρές αρνητικές παρενέργειες σε όλο το φάσμα του τουριστικού κυκλώματος. Οι επιπτώσεις από τη συσσώρευση της τουριστικής κίνησης στους μήνες της αιχμής είναι εμφανείς στο περιβάλλον, στις τουριστικές επιχειρήσεις, στις ενδιάμεσες επιχειρήσεις καθώς και στους ίδιους τους επισκέπτες. Στη σύγχρονη καμπάνια προώθησης της Ρόδου καλό θα ήταν ο επαναπροσδιορισμός της εικόνας της Ρόδου ως ένας προορισμός που δεν έχει να προσφέρει μονάχα ήλιο, θάλασσα και παραλίες αλλά και πολλά ακόμα στοιχεία σε πολλαπλά επίπεδα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Μεθοδολογία Έρευνας

3.1 Εισαγωγή

Κάθε έρευνα έχοντας ως απώτερο σκοπό τη διερεύνηση κάποιων καταστάσεων και την μετέπειτα διεξαγωγή συμπερασμάτων αλλά και τη δυνατότητας παρουσίασης προτάσεων ή και λύσεων σε δυνητικά προβλήματα τα οποία μπορούν να προκύψουν κατά τη διεξαγωγή της έχει την ανάγκη να τοποθετηθεί σε ένα συγκεκριμένο μεθοδολογικό πλαίσιο το οποίο και θα θέτει τα πλαίσια και τα όρια της ανάπτυξης της αλλά και θα διασφαλίζει την εγκυρότητα των αποτελεσμάτων της (Pizam, 1994). Επομένως, κάθε έρευνα απαιτεί μια “μεθοδολογία” προκειμένου να αναλύσει τα αποτελέσματα. Αυτή αποτελείται από τρόπους και μεθόδους παραγωγής και ανάλυσης δεδομένων έτσι ώστε οι διάφορες θεωρίες να δοκιμαστούν και να γίνουν αποδεκτές είτε να απορριφθούν. Επομένως η μεθοδολογία η οποία χαρακτηρίζεται ως πρωταρχική, σχετίζεται τόσο με την λεπτομερή έρευνα μέσω της οποίας συλλέγονται τα δεδομένα καθώς και με τις πιο γενικές φιλοσοφικές απόψεις. Ο τρόπος που σκέφτεται κανείς σχετικά με την ανάπτυξη των γνώσεων, επηρεάζει σημαντικά τον τρόπο με τον οποίο διεξάγει την έρευνα (Bryman & Bell, 2007).

Δεδομένου ότι μία έρευνα μπορεί να επηρεαστεί από πολλούς παράγοντες οι οποίοι και θα επηρεάσουν τον παραπέρα σχεδιασμό της είναι αναγκαίο να προαναφερθεί κανείς σε όλους αυτούς έτσι ώστε να προστατεύσει και την διεξαγωγή της αλλά και εξέλιξή την έρευνα και τη διερεύνηση τέλος των αποτελεσμάτων της. Σε αυτό λοιπόν το κεφάλαιο θα παρουσιαστούν τόσο ο τρόπος διεξαγωγής της έρευνας αλλά και τα εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν για τη διεξαγωγή της αλλά και τα στάδια της από την θεωρητική προσέγγισή της μέχρι και την ανάλυση και επεξεργασία των στοιχείων που προέκυψαν.

Η διατριβή έχει εκπονηθεί σύμφωνα με το θετικιστικό πρότυπο έρευνας (positivist research paradigm) σύμφωνα με τον οποίο η κοινωνική πραγματικότητα είναι αντικειμενική και μπορεί να εξεταστεί και να περιγραφεί από έναν ερευνητή με επιστημονικό και αντικειμενικό τρόπο (Bryman & Bell, 2007). Συγκεκριμένα πραγματοποιήθηκε η ποσοτική μέθοδος χρησιμοποιώντας ερωτηματολόγια σε στελέχη ξενοδοχειακών μονάδων στην Ρόδο. Η μεθοδολογία αυτή υπαγορεύει τη διατύπωση υποθέσεων οι οποίες περιγράφουν σχέσεις αιτίου-αιτιατού μεταξύ μεταβλητών, με τη μορφή ενός μοντέλου, και κατόπιν τον εμπειρικό τους έλεγχο με στατιστικές τεχνικές. Στις επόμενες παραγράφους περιγράφονται τα βήματα που ακολούθησε η εκπόνηση της διατριβής.

3.2 Έννοια της Έρευνας

Έρευνα καλείται η συστηματική διαδικασία κριτικής διερεύνησης συγκεκριμένων υποθέσεων αναφορικά με ενδεχόμενες σχέσεις μεταξύ φαινομένων. Η επιστημονική έρευνα χαρακτηρίζεται από τα παρακάτω γνωρίσματα (Bryman & Bell, 2007):

- Συστηματική μελέτη φαινομένων.
- Ανακάλυψη νέας γνώσης.
- Εφαρμογή ειδικών οργάνων συλλογής δεδομένων.
- Αντικειμενική ανάλυση.
- Ανακάλυψη γενικών αρχών και διατύπωση θεωριών

Υπάρχουν οι παρακάτω τύποι έρευνας (Bryman & Bell, 2007):

- **Διερευνητική έρευνα:** Αναλαμβάνεται η έρευνα αυτή, όταν δεν υπάρχει προηγούμενη πληροφόρηση για μια περιοχή προβλημάτων. Στόχος της είναι να καταλάβει ο ερευνητής τι συμβαίνει και πιθανώς να προσφέρει γνώσεις για μια λεπτομερή διερεύνηση στο μέλλον.
- **Περιγραφική έρευνα:** Αναλαμβάνεται για να επιβεβαιώσει και να περιγράψει τα χαρακτηριστικά των μεταβλητών ενός προβλήματος.
- **Επεξηγηματική ή αναλυτική έρευνα:** Ακολουθεί τους περιγραφικούς τύπους της ερευνητικής δραστηριότητας και επιτρέπει την διερεύνηση και την πιθανή εξήγηση των σχέσεων μεταξύ των μεταβλητών.
- **Έρευνα πρόβλεψης:** Αυτός ο τύπος της έρευνας μας εξηγεί το τι συμβαίνει σε κάποια κατάσταση, σκοπεύει να γενικεύσει την ανάλυση καθιστώντας δυνατή την πρόβλεψη ορισμένων φαινομένων βάσει υποθετικών, γενικών σχέσεων, βασίζοντας όμως στην κατανόηση των αιτιών.
- **Έρευνα αξιολόγησης:** Η έρευνα αυτή εκτιμά τα αποτελέσματα μιας ειδικής στρατηγικής, προγράμματος, πολιτικής δηλαδή, εάν και κατά πόσον έχουν επιτευχθεί ο σκοπός και οι στόχοι που σχετίζονται με ορισμένες ενέργειες.

Η παρούσα έρευνα αναφέρεται στον τύπο της επεξηγηματικής ή αναλυτικής έρευνας, αφού ο ερευνητής αναζητά την τεκμηρίωση των μεταβλητών της τουριστικής ανάπτυξης στη Ρόδο

και την εξήγηση των σχέσεων μεταξύ τους. Ήδη υπάρχουν δευτερογενή στοιχεία όπου ο ερευνητής βασίζεται και πραγματοποιεί την πρωτογενή έρευνα για να διερευνήσει ακόμα περισσότερο το θέμα.

3.3 Ποιοτική ή Ποσοτική Ανάλυση

Υπάρχουν δύο είδη ανάλυσης, η ποσοτική και η ποιοτική. Σχετικά με την ποσοτική, κανένα εργαλείο δεν χρησιμοποιείται τόσο συχνά στην έρευνα όσο το ερωτηματολόγιο με κύριες λειτουργίες την περιγραφή και τη μέτρηση. Έτσι υπάρχουν διάφοροι τύποι ερωτηματολογίου όπως το ταχυδρομικό, το ομαδικής συμπλήρωσης και το ατομικό. Οι έρευνες με ερωτηματολόγια γίνονται συνήθως με δύο τρόπους. Στον ένα ο ερωτηθείς συμπληρώνει ένα κατάλληλα διαμορφωμένο ερωτηματολόγιο μόνος του χωρίς τη συμμετοχή κάποιου ερευνητή, ενώ στο δεύτερο η συμπλήρωση γίνεται υπό μορφή συνέντευξης. Κατά τη διάρκεια της συνέντευξης υπάρχει η ενεργητική συμμετοχή του ατόμου και η άποψή του για ένα θέμα μπορεί να είναι ισχυρή ή πενιχρή ανάλογα με το πώς βλέπει μία κατάσταση. Μπορεί επίσης να γίνει ένας συνδυασμός και των δύο. Αυτό είναι πιο επικοινωνιακό γιατί δίνεται στον ερωτώμενο η ευκαιρία, έχοντας από πριν το ερωτηματολόγιο να σκεφτεί τις ερωτήσεις και κατόπιν να απαντήσει. Ταυτόχρονα θέτοντας ο συνεντευκτής κάποιες επιπλέον διευκρινιστικές ερωτήσεις κατά τη διάρκεια της συνέντευξης επικεντρώνεται περισσότερο σε κάτι που έχει παρατηρήσει και για το οποίο πιστεύει ότι μπορεί να αποσπάσει περισσότερες πληροφορίες (Goeldner, 2002).

Οι ερωτήσεις που αποτυπώνονται στα ερωτηματολόγια μπορούν να διαμορφωθούν με πολλούς τρόπους, τόσο λεκτικά όσο και με εικόνες. Γενικά διακρίνονται σε δύο ειδών ερωτήσεις, σε κλειστές και ανοικτές. Στις κλειστές ερωτήσεις, ο ερωτώμενος επιλέγει μια από τις προτεινόμενες απαντήσεις. Στις ανοικτές ερωτήσεις μπορούν να δοθούν απαντήσεις που θα διατυπωθούν μέσα σε ορισμένες σειρές. Ο μόνος περιορισμός δηλαδή που τίθεται αναφέρεται στο μέγεθος των απαντήσεων. Τέτοιου είδους ερωτήσεις είναι συνήθως: 1) έκφραση γνώμης 2) λεκτικός συνειρμός 3) συμπλήρωση προτάσεων (Brymann & Bell, 2007).

Επιπλέον, υπάρχει η ποιοτική πρωτογενής έρευνα. Η ποιοτική έρευνα αναλύει το Γιατί και το Πώς, δηλαδή το βάθος. Τα αποτελέσματα των ποιοτικών ερευνών δεν παρουσιάζονται

με νούμερα όπως των ποσοτικών. Τρεις είναι οι βασικές και οι πιο διαδεδομένες τεχνικές που χρησιμοποιούνται στην ποιοτική έρευνα. Οι συνεντεύξεις βάθους, οι συζητήσεις σε ομάδες και οι τεχνικές προβολής. Η επιλογή της τεχνικής εξαρτάται από τους στόχους του ερευνητή και το είδος των πληροφοριών που πρέπει να συγκεντρωθούν (Τσακλάγκανος, 2001). Η συνέντευξη αποτελεί μια μορφή επικοινωνίας με τον εξεταζόμενο. Η προσωπική- ζωντανή επικοινωνία εξασφαλίζει στη συνέντευξη σαφή πλεονεκτήματα έναντι της αποστολής ερωτηματολογίου.

Το πλεονέκτημα της συνέντευξης είναι ότι επιτρέπει την εξέταση του ερευνητικού προβλήματος σε μεγαλύτερο βάθος. Και αυτό συμβαίνει γιατί οι άνθρωποι είναι περισσότερο πρόθυμοι να μιλούν παρά να γράφουν. Ο εξεταζόμενος ευκολότερα δέχεται να συζητήσει και να εκφράσει τις απόψεις του προφορικά παρά να διαβάσει τις ερωτήσεις και να απαντήσει σε κάποιον άγνωστο. Στη συνέντευξη από τη στιγμή που ο ερευνητής θα κατορθώσει να δημιουργήσει μια άνετη και φιλική σχέση με τον εξεταζόμενο είναι πολύ πιθανό να εξασφαλιστούν ακόμα και προσωπικές εμπειρίες ή πληροφορίες. Ένα άλλο βασικό πλεονέκτημα είναι ότι ο ερευνητής μπορεί ευκολότερα να εξηγήσει στον εξεταζόμενο το σκοπό της έρευνας και να διεγείρει το ενδιαφέρον του για συνεργασία. Επίσης η άμεση και προσωπική επικοινωνία ερευνητή-εξεταζόμενου επιτρέπει μεγαλύτερη ευελιξία στον τρόπο δόμησης και παρουσίασης των ερωτήσεων. Στην απρόσωπη έντυπη επικοινωνία του ερωτηματολογίου ο εξεταστής είναι αναγκασμένος να έχει προκαθορίσει σαφώς βήμα προς βήμα όλη τη διαδικασία. Στη συνέντευξη, από την άλλη, επειδή πρόκειται για ζωντανή επικοινωνία είναι δυνατό ο εξεταστής να έχει μεγαλύτερη ελευθερία χειρισμών αν η φύση των συλλεγόμενων πληροφοριών το επιβάλει (Brymann & Bell, 2007).

Η συνέντευξη σε σχέση με το ερωτηματολόγιο θεωρείται εγκυρότερο ερευνητικό μέσο όμως δεν είναι απαλλαγμένη σαφών μειονεκτημάτων. Η άμεση αλληλεπίδραση εξεταστή και εξεταζόμενου κάνει την διαδικασία της συνέντευξης πιο ευάλωτη στην υποκειμενικότητα και στη μεροληψία τόσο του εξεταστή όσο και του εξεταζόμενου με αποτέλεσμα να μειώνεται η αξιοπιστία και η εγκυρότητα των συλλεγόμενων πληροφοριών. Η συνέντευξη όπως και κάθε άλλη διαπροσωπική αλληλεπίδραση καθορίζεται και από ασυνείδητους ψυχοδυναμικούς παράγοντες, όπως προσωπικές ανάγκες, προκαταλήψεις κλπ, με αποτέλεσμα και τα δύο

εμπλεκόμενα μέρη να ερμηνεύσουν την συνδιαλεκτική με το δικό τους τρόπο (Brymann & Bell, 2007).

Από την πλευρά του εξεταστή, πιθανές πηγές υποκειμενικότητας και μεροληψίας, θα μπορεί να αφορούν προσωπικές στάσεις και απόψεις του αναφορικά με το θέμα της έρευνας. Από την πλευρά του εξεταζόμενου, πιθανές πηγές αρνητικών επιδράσεων μπορεί να είναι η επιθυμία του να κρύψει προσωπικά στοιχεία καθώς και η επιθυμία του να ευχαριστήσει ή να ανταγωνιστεί τον συνεντευκτή του. Για να ελαχιστοποιηθούν οι παρεμβολές αυτές της παρουσίας του εξεταστή απαιτείται η λήψη προληπτικών μέτρων, όπως για παράδειγμα ο εξεταστής να μην καθοδηγεί τον εξεταζόμενο σε απαντήσεις που έχει ο ίδιος σκεφτεί (Τσακλάγκανος, 2001).

Ο ερευνητής επέλεξε για την παρούσα έρευνα τη χρήση της ποσοτικής έρευνας με δομημένο ερωτηματολόγιο προκειμένου να αποκομίσει τις απαντήσεις μεγάλου αριθμού ερωτώμενων και να αποτυπώσει όσο καλύτερα γίνεται την πραγματικότητα.

3.4 Καθορισμός Ερευνητικού Σκοπού

Η κάθε έρευνα αρχίζει με μία σαφώς προσδιορισμένη θεματική. Ο Pizam (1994) αναφέρει ότι η συγκεκριμένη θεματική ενδέχεται να προταθεί μέσω δύο τύπων ενδιαφέροντος: Τον πρακτικό και τον επιστημονικό ή θεωρητικό. Σε σχέση με την πρακτική διάσταση, ο Pizam (1994) αναγνώρισε τους παρακάτω τύπους:

- Την παροχή πληροφοριών για τη λήψη αποφάσεων λόγω της ανάγκης για μερικές νέες ή διευρυμένες εγκαταστάσεις ή υπηρεσίες (π.χ. μελέτη επιπτώσεων για την κατασκευή ενός Θεματικού πάρκου).
- Την παροχή πληροφοριών αναφορικά με τις πιθανές συνέπειες διαφόρων παραγόντων δράσης για λήψη αποφάσεων μεταξύ εναλλακτικών (π.χ. οι υπεύθυνοι σχεδιασμού και πολιτικής να θέλουν να αντλήσουν δεδομένα σχετικά με το ενδεχόμενο της εστίασης στους τουρίστες εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού και εάν μια τέτοια κίνηση θα ήταν οικονομικά επικερδής).
- Την πρόβλεψη κάποιων μελλοντικών γεγονότων με στόχο το σχεδιασμό σχετικών δράσεων (π.χ. διερεύνηση των μελλοντικών τάσεων της τουριστικής ζήτησης).

Οι προτεινόμενες θεματικές για επιστημονικό ή θεωρητικό ενδιαφέρον προκύπτουν (Pizam 1994):

- Από το ενδιαφέρον κάποιου κοινωνικού προβλήματος (π.χ. πολιτισμική αλλαγή, ανισομερής τουριστική ανάπτυξη κ.α.).
- Από το ενδιαφέρον κάποιας γενικής θεματικής ή τάσης συμπεριφοράς (π.χ. καταναλωτικές τάσεις).
- Από κάποια θεωρία (π.χ. κοινωνική θεωρία)

Ο Bailey (1987) προσθέτει ένα ακόμα κύριο ενδιαφέρον για την επιλογή του προβλήματος. Τις αξίες του ερευνητή. Στην παρούσα διπλωματική εργασία η επιλογή του ερευνητικού θέματος έγινε με βάση πρακτικού και επιστημονικού ενδιαφέροντος. Από πρακτική σκοπιά, η εργασία αυτή μέσα από την πρωτογενή έρευνα στη περιοχή της Ρόδου επιθυμεί να παρουσιάσει την τουριστική ανάπτυξη και τη βιωσιμότητα της Ρόδου. Συγκεκριμένα ο ερευνητής εξέτασε τις οικονομικές, κοινωνικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στη Ρόδο βάσει των απόψεων των κατοίκων της Ρόδου. Επίσης ζητήθηκε η άποψη τους σχετικά με την πραγματοποίηση βελτιώσεων σε αυτούς τους τομείς: κοινωνία, οικονομία και περιβάλλον.

3.5 Καθορισμός Ερευνητικών Στόχων

Οι ερευνητικοί στόχοι της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι οι ακόλουθοι:

- Διερεύνηση της τουριστικής ανάπτυξης στην Ελλάδα και τη Ρόδο βάσει δευτερογενών πηγών.
- Διερεύνηση των οικονομικών επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης στη Ρόδο και των αντίστοιχων προτάσεων για βελτίωση βάσει των απόψεων των κατοίκων της Ρόδου.
- Διερεύνηση των κοινωνικών επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης στη Ρόδο και των αντίστοιχων προτάσεων για βελτίωση βάσει των απόψεων των κατοίκων της Ρόδου.
- Διερεύνηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης στη Ρόδο και των αντίστοιχων προτάσεων για βελτίωση βάσει των απόψεων των κατοίκων της Ρόδου.

3.6 Καθορισμός Ερευνητικών Ερωτημάτων

Για τη διερεύνηση των αντιλήψεων και τάσεων που επικρατούν στην τουριστική ανάπτυξη της Ρόδου αναπτύχθηκαν τα ακόλουθα βασικά ερωτήματα:

- Ποία είναι τα χαρακτηριστικά των τουριστών που επισκέπτονται την Ρόδο;
- Η επαναλαμβανόμενη πελατεία αποτελεί την καλύτερη διαφήμιση για ένα προϊόν. Ισχύει το ίδιο για το τουριστικό προϊόν της Ρόδου;
- Σε τι βαθμό (ποσοστό επί του συνόλου) ο τουριστικός προορισμός, Ρόδος προσελκύει επαναλαμβανόμενη πελατεία;
- Βάσει των απαντήσεων των ερωτούμενων σχετικά με τα κίνητρα τους για την επίσκεψη στην περιοχή αλλά και τα γενικότερα χαρακτηριστικά της περιοχής, η Ρόδος είναι σε θέση να δημιουργήσει ένα δυναμικό και διαρκώς διογκούμενο κοινό επαναλαμβανόμενης πελατείας;

3.7 Δευτερογενείς Πηγές

Στη δευτερογενή έρευνα οι ερευνητές προκειμένου να εμπλουτίσουν τη γνώση τους ως προς το διερευνώμενο θέμα συχνά προσφεύγουν εκτός από τις πρωτογενείς πηγές και σε δευτερογενείς για την άντληση δεδομένων. Οι δευτερογενείς πηγές αναζητούνται σε έγγραφα, αριθμητικά δεδομένα, καταγραφές, βιβλία, ηλεκτρονικά δεδομένα και άλλες διαθέσιμες πηγές. Βέβαια η απόκτηση πληροφοριών από δευτερογενείς πηγές δεν σημαίνει ότι μπορεί να ολοκληρωθεί η έρευνα για ένα θέμα έστω κι αν στις μέρες μας έχοντας στην διάθεσή του ο ερευνητής τον ηλεκτρονικό υπολογιστή είναι σε θέση να προσεγγίσει ταχύτατα μέσω των δικτύων ηλεκτρονικής διασύνδεσης πλούτο πληροφοριών σε τράπεζες δεδομένων. Η χρησιμοποίηση δεδομένων από δευτερογενείς πηγές δεν μπορεί να αποτελέσει όλη την ερευνητική δραστηριότητα παρά το γεγονός ότι ως υλικό είναι ετοιμοπαράδοτο, γεγονός που απαλλάσσει τον ερευνητή από σημαντικές δαπάνες (Bryman & Bell, 2007) . Στην παρούσα έρευνα χρησιμοποιήθηκαν δευτερογενείς πηγές, όπως επιστημονικά βιβλία, ελληνικά και ξενόγλωσσα περιοδικά και το διαδίκτυο.

3.8 Σχεδιασμός Ερωτηματολογίου

Για το σχεδιασμό του ερωτηματολογίου υπήρχε η δυνατότητα επιλογής μεταξύ κλειστών και ανοικτών ερωτήσεων. Στις κλειστές ερωτήσεις, ο ερωτώμενος έχει να επιλέξει μεταξύ προκαθορισμένων απαντήσεων, ενώ αντίθετα στις ανοικτές του δίνεται η δυνατότητα να απαντήσει χρησιμοποιώντας δικά του λόγια. Στη συγκεκριμένη εργασία κρίθηκε σκόπιμο να χρησιμοποιηθούν μόνο κλειστές ερωτήσεις και όχι ανοικτές, διότι η χρήση τους θα καθιστούσε την επεξεργασία των αποτελεσμάτων αρκετά δύσκολη. Μέσω των κλειστών ερωτήσεων δύναται να συγκεντρωθούν συγκεκριμένες πληροφορίες που αφορούν στην έρευνα, οι δε ερωτώμενοι δεν χρειάζεται να κοπιάσουν ιδιαίτερα για να το συμπληρώσουν, καθόσον δεν έχουν, παρά να επιλέξουν μεταξύ προκαθορισμένων απαντήσεων. Εξάλλου μέσω των κλειστών ερωτήσεων είναι δυνατή η συλλογή απαντήσεων που μπορούν να καταταγούν σε κατηγορίες και να αναλυθούν οδηγώντας σε ποσοτικά αποτελέσματα. Τα είδη κλειστών ερωτήσεων που χρησιμοποιήθηκαν είναι είτε διπλής επιλογής, όπου ο ερωτώμενος έχει να επιλέξει ως απάντηση μεταξύ ΝΑΙ και ΟΧΙ είτε πολλαπλής επιλογής, όπου ο ερωτώμενος μπορεί να επιλέξει την απάντηση του μεταξύ τριών ή και περισσότερων επιλογών. Επίσης χρησιμοποιήθηκε και η ακόλουθη 5βάθμια κλίμακα Likert, όπου ο ερωτώμενος καλείται να δηλώσει το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας του με την δοθείσα πρόταση.

ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ	ΔΙΑΦΩΝΩ	ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ	ΣΥΜΦΩΝΩ	ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ
1	2	3	4	5

Επίσης, στο ερωτηματολόγιο δόθηκε ιδιαίτερη βαρύτητα στα παρακάτω:

- 1) Αποφυγή της χρήσης λέξεων που οδηγούν την ερώτηση προς μια ορισμένη κατεύθυνση ώστε να δίνεται μόνη της η απάντηση.
- 2) Αποφυγή ερωτήσεων που οδηγούν στις λεγόμενες «κοινωνικοποιημένες» απαντήσεις. Όλοι με τις απαντήσεις τους θα ήθελαν αυτό που θα πούνε να μην είναι έξω από ότι γενικώς ισχύει, δηλαδή να δώσουν μια απάντηση που θα είναι γενικότερα αποδεκτή. Θα πρέπει λοιπόν η ερώτηση καθώς και οι εναλλακτικές επιλογές που υπάρχουν να διατυπώνονται κατά τέτοιο τρόπο που να μην διευκολύνεται η εκδήλωση της τάσης να δίνονται κοινωνικοποιημένες «στρογγυλοποιημένες» απαντήσεις (να μην περιμένει ο συνεντευκτής να συμφωνεί ο ερωτηθείς).

3.9 Δειγματοληψία

Αντικειμενικός σκοπός της δειγματοληψίας είναι η εκτίμηση των χαρακτηριστικών ιδιοτήτων ενός πληθυσμού, με τη βοήθεια ενός δείγματος. Μετά την επιλογή του σχεδίου έρευνας ο ερευνητής καλείται να επιλέξει τους ερωτώμενους, από τους οποίους θα αντλήσει τα στοιχεία, δηλαδή τα άτομα τα οποία θα αποτελούσαν το δείγμα (Πετράκης 2006).

Η διαδικασία αυτή της δειγματοληψίας αποτελείται από έξι στάδια. Το πρώτο από αυτά προβλέπει τον ορισμό του «πληθυσμού», στο δεύτερο προσδιορίζεται το λεγόμενο «πλαίσιο δείγματος», ενώ στο τρίτο καθορίζεται η μονάδα δειγματοληψίας. Στη συνέχεια ακολουθεί η επιλογή της μεθόδου δειγματοληψίας και ο καθορισμός του μεγέθους δείγματος. Το τελευταίο στάδιο αφορά στη διαδικασία δειγματοληψίας, δηλαδή τη συλλογή των στοιχείων από το δείγμα (Bryman & Bell, 2007).

Ξεκινώντας την περιγραφή του κάθε σταδίου ο πληθυσμός αποτελείται από όλα τα άτομα τα οποία μπορούν να συμπεριληφθούν στην έρευνα. Ορίζεται από τέσσερις παραμέτρους: α) το στοιχείο, β) τη μονάδα δειγματοληψίας, γ) την έκταση και δ) το χρόνο (Bryman & Bell, 2007). Έτσι, στη συγκεκριμένη έρευνα ο πληθυσμός ορίζεται ως εξής: Στοιχείο – Μονάδα δειγματοληψία: Όλοι οι κάτοικοι στη Ρόδο. Έκταση: Επιλεγμένοι κάτοικοι στη Ρόδο και Χρόνος: Ιανουάριος 2010

Το δεύτερο στάδιο που περιλαμβάνει τον προσδιορισμό του πλαισίου δείγματος, απαιτείται μόνο όταν χρησιμοποιείται στην έρευνα δείγμα πιθανότητας. Έτσι, στην παρούσα έρευνα που ο ερευνητής χρησιμοποίησε δείγμα μη πιθανοτικό δε χρειάστηκε να κάνει κάτι τέτοιο. Η μονάδα δειγματοληψίας που καθόρισε ήταν οι ντόπιο κάτοικοι στη Ρόδο. Το επόμενο στάδιο της διαδικασίας δειγματοληψίας αποτελεί ο καθορισμός του μεγέθους δείγματος. Το μέγεθος του δείγματος ορίστηκε να είναι 400 άτομα από τον τοπικό πληθυσμό, βάσει του πληθυσμού της Ρόδου, που είναι 54,000 (<http://el.wikipedia.org>) και μέσω του τύπου (Aaker & Day, 1990) για τουλάχιστον 95% εμπιστοσύνη:

$$N = \frac{(t - table)^2 (resp.hypothesis)}{S^2}$$

$$N = 1,96 * 1,96 * 0,5 * 0,5 / (0,5 * 0,5) = 384,16$$

Το τελικό δείγμα της έρευνας αποτελείται από 397 άτομα και επομένως η συχνότητα των απαντήσεων είναι 99,25% από τα 400 άτομα.

3.10 Ανάλυση Στοιχείων της Έρευνας

Για την ανάλυση των στοιχείων χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πρόγραμμα S.P.S.S 16.0. Όλα τα στοιχεία της έρευνας κωδικοποιήθηκαν και καταχωρήθηκαν σε ένα αρχείο δεδομένων έτσι ώστε να μπορέσουν στατιστικά να αναλυθούν και να επεξεργαστούν. Η διαδικασία της ανάλυσης ξεκίνησε με τον καθορισμό των μεταβλητών και την καταχώρηση όλων των πληροφοριών που αφορούσαν την κάθε μεταβλητή. Στη συνέχεια παρουσιάζονται οι συχνότητες, τα ποσοστά, οι μέσοι όροι και η τυπική απόκλιση για όλες τις μεταβλητές.

3.11 Εμπιστευτικότητα

Σύμφωνα με τους Bryman και Bell (2000) η συλλογή πληροφοριών για τη διεξαγωγή της έρευνας μέσω ερωτηματολογίων σημαίνει αυτόματα ότι οι γνώμες και οι απόψεις των ερωτώμενων δίνονται βάσει της αρχής της εμπιστευτικότητας. Αυτό είναι και το στοιχείο εκείνο που θα παίζει σημαντικό ρόλο στο κατά πόσο οι απαντήσεις και οι αντιδράσεις των ερωτώμενων θα αντανakλούν στην αλήθεια και κατ' επέκταση θα αποτελέσουν σημαντικά και ρεαλιστικά στοιχεία για την περαιτέρω έρευνα. Λαμβάνοντας υπόψη μας τα ανωτέρω ο ερευνητής ακολούθησε και έκανε σαφείς στους ερωτώμενους τους παρακάτω κανόνες:

- Απόλυτη εχεμύθεια σε ό,τι αφορά τα προσωπικά τους στοιχεία/ δεδομένα
- Χρήση των στοιχείων/ πληροφοριών όπου θα είναι σαφές ότι προέρχονται από τα ερωτηματολόγια
- Δυνατότητα ανάλυσης του θέματος με τον συνδυασμό χρήσης πηγών και των ανώνυμων δεδομένων επίσης.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι τίθεται και ένα θέμα «ηθικής» σε ότι αφορά στη διεξαγωγή μιας έρευνας και στη χρήση στοιχείων συλλεγμένων από ερωτηματολόγια η καλύτερη επιλογή είναι τελικά να αποφύγει ο ερευνητής να πει ψέματα σχετικά με τον τρόπο διεξαγωγής της έρευνάς του και τις προθέσεις του. Σε διαφορετική περίπτωση αυτό θα μπορούσε να θεωρηθεί εκμετάλλευση της εμπιστοσύνης και της καλής θέλησης των ερωτώμενων που ανταποκρίθηκαν στην έρευνά του.

3.12 Περιορισμοί της Έρευνας

Ο βασικός περιορισμός της συγκεκριμένης έρευνας σχετίζεται με το βαθμό γενίκευσης των συμπερασμάτων, που προκύπτει κυρίως από το δείγμα της έρευνας. Σχετικά με το μέγεθος, η διεξαγωγή της έρευνας πραγματοποιήθηκε σε 397 κατοίκους της Ρόδου, ένας αριθμός ικανοποιητικός για να εξάγει ο ερευνητής κάποια συμπεράσματα, όχι όμως ικανός για τη γενίκευση των συμπερασμάτων για όλες τις περιοχές της χώρας. Ως εκ τούτου δεν προτείνεται να γίνουν γενικεύσεις και ο καθένας που θελήσει να χρησιμοποιήσει τα συμπεράσματα καλείται να τα αξιολογήσει κριτικά. Το δείγμα ανταποκρίνεται μόνο στη συγκεκριμένη έρευνα και τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Αποτελέσματα Έρευνας

4.1 Εισαγωγή

Η παρούσα ενότητα περιλαμβάνει τα αποτελέσματα της πρωτογενούς έρευνας. Για τα αποτελέσματα της πρωτογενούς έρευνας είχε προγραμματιστεί να ερωτηθούν 400 άτομα και τελικά ανταποκρίθηκαν 397 άτομα του τοπικού πληθυσμού στη Ρόδο. Στην πρώτη ενότητα παρουσιάζονται τα δημογραφικά στοιχεία και στη συνέχεια παρουσιάζονται αναλυτικά τα αποτελέσματα όλων των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου. Ως ανεξάρτητες μεταβλητές αποτελούν τα δημογραφικά στοιχεία, το φύλο, η ηλικία και η εκπαίδευση των ερωτηθέντων. Όλες οι υπόλοιπες μεταβλητές είναι εξαρτημένες.

4.2 Δημογραφικά Στοιχεία

Η παρούσα ενότητα εξετάζει τα δημογραφικά στοιχεία του δείγματος. Στον πίνακα 4.2 παρουσιάζεται το φύλο, η ηλικία και η εκπαίδευση των ερωτώμενων.

Πίνακας 4.2: Δημογραφικά Χαρακτηριστικά Ερωτηθέντων

	N	%
Φύλο		
Άνδρας	216	54,8
Γυναίκα	178	45,2
Ηλικία		
18-35	235	59,6
36-50	112	28,4
50+	47	11,9
Εκπαίδευση		
Πρωτοβάθμια	36	9,1
Δευτεροβάθμια	178	45,2
Τριτοβάθμια	180	45,7
Σύνολο	394	100

Σχετικά με τα δημογραφικά στοιχεία απάντησε το 99,2% των ερωτηθέντων. Το 54,8% είναι άνδρες και το 45,2% γυναίκες. Σχετικά με την ηλικία, οι περισσότεροι (το 59,6%) είναι ηλικίας 18-35 ετών, ακολουθεί το 28,4% ηλικίας 36-50 ετών και τέλος το 11,9% είναι άνω των 50 ετών. Σχετικά με την εκπαίδευση οι περισσότεροι είναι δευτεροβάθμιας (45,2%) ή

τριτοβάθμιας (45,7%) εκπαίδευσης, ενώ το 9,1% δήλωσαν απόφοιτοι πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης.

4.3 Οικονομικές επιπτώσεις του Τουρισμού

Για την οικονομία τέθηκαν 8 προτάσεις αναφορικά με τις οικονομικές επιπτώσεις και τη βελτίωση αυτών του τουρισμού στη Ρόδο και ζητήθηκε να δηλώσουν το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας τους. Στον πίνακα 4.3 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα.

Πίνακας 4.3: Αντιλήψεις τουριστικών επιπτώσεων στην οικονομία

	Αύξηση δυνατοτήτων επένδυσης	Βελτίωση ποιότητας ζωής	Αυξημένες τιμές των αγαθών	Αυξημένες ευκαιρίες απασχόλησης	Αυξημένες ευκαιρίες απασχόλησης εποχιακά	Αντιμετώπιση της εποχικότητας	Εκπαίδευση των εργαζομένων στις τουριστικές επιχειρήσεις	Αύξηση της τουριστικής ζήτησης
ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ	1,8122	2,3223	2,2234	2,0812	1,9442	2,7208	2,1142	2,3528
ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ	,96780	1,06298	1,10325	1,05979	1,07572	1,24309	1,13901	1,06286
ΦΥΛΟ								
Ανδρας	1,7917	2,2454	2,2315	2,0278	1,9583	2,6620	2,0278	2,2269
Γυναίκα	1,8371	2,4157	2,2135	2,1461	1,9270	2,7921	2,2191	2,5056
T Ratio	-,463	-1,586	,161	-1,103	,288	-1,034	-1,663	-2,610
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	,644	,113	,872	,271	,774	,302	,097	,009
ΗΛΙΚΙΑ								
18-35	1,7489	2,2766	2,2851	2,0340	1,9404	2,7106	2,0936	2,2723
36-50	1,8750	2,4196	2,0714	2,1339	1,9554	2,7232	2,1875	2,5089
50+	1,9787	2,3191	2,2766	2,1915	1,9362	2,7660	2,0426	2,3830
F Ratio	1,437	,686	1,488	,625,	,009	,039	,362	1,909
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	,239	,504	227	,536	,991	,962	,696	,150
Εκπαίδευση								
Πρωτοβάθμια	2,2500	2,7778	2,2500	2,4444	2,3056	2,6944	2,3611	2,5556
Δευτεροβάθμια	1,8427	2,2809	2,1573	2,0393	1,8820	2,7978	1,9888	2,3315
Τριτοβάθμια	1,6944	2,2722	2,2833	2,0500	1,9333	2,6500	2,1889	2,3333
F Ratio	5,214	3,689	,594	2,348	2,354	,640	2,328	,720
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	,006	,026	552	,097	,096	,528	,099	,487

Με την πρώτη πρόταση «Ο τουρισμός αυξάνει τις δυνατότητες επενδύσεων και η τοπική οικονομία ενισχύεται», η συντριπτική πλειοψηφία (80,4%) συμφώνησε, ενώ μόλις το 6,5% διαφώνησε. Αυτό συμβαίνει για το λόγο ότι πολλές περιοχές στο νησί της Ρόδου αναπτύχθηκαν οικονομικά αποκλειστικά εξαιτίας της τουριστικής κίνησης, όπως είναι το πολύ γνωστό Φαληράκι, η Ιξιά αλλά και η Λίνδος. Το ποσοστό που απάντησε αρνητικά ενδεχομένως επηρεάστηκε από τις διάφορες αρνητικές επιπτώσεις που είχε η ραγδαία ανάπτυξη των περιοχών αυτών καθώς επίσης και τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης τα τελευταία δύο χρόνια στον τουριστικό κλάδο.

Με τη δεύτερη πρόταση «Η ποιότητα ζωής των ντόπιων έχει βελτιωθεί λόγω του τουρισμού», η πλειοψηφία (56,4%) συμφώνησε, ενώ το 10,8% διαφώνησε. Είναι λογικό να απαντήσουν τα περισσότερα άτομα θετικά διότι έχει βελτιωθεί η ποιότητα ζωής κυρίως οικονομικά, γιατί υπήρξαν επενδύσεις αλλά ακόμη και όσον αφορά την κουλτούρα, γιατί οι ντόπιοι ήρθαν σε επαφή με τουρίστες από όλο τον πλανήτη και γνώρισαν μέσα από συζητήσεις τα ήθη, έθιμα αλλά και τον τρόπο ζωής αυτών των ανθρώπων. Επιπλέον αρκετοί ντόπιοι πέρασαν και στον μιμητισμό είτε στον τρόπο ένδυσης, είτε στα διαφορετικά ακούσματα μουσικής και όχι μόνο. Στο Μοντέλο Κύκλου Ζωής, ο Doxey θέλοντας να μετρήσει τα επίπεδα ενόχλησης των ντόπιων από τους τουρίστες, αναγνώρισε τα στάδια της Ενόχλησης (Irritation): οι ντόπιοι δεν αντέχουν άλλο τον πληθυσμιακό όγκο των τουριστών, αλλά και το στάδιο του Ανταγωνισμού (Antagonism): σε αυτό το στάδιο οι ντόπιοι θεωρούν πως η αιτία όλων των προβλημάτων είναι οι τουρίστες και φέρονται άκρως ανταγωνιστικά στους επισκέπτες, ενώ τους τουρίστες τους θεωρούν είδος προς εκμετάλλευση. Το ποσοστό των ατόμων που απάντησε αρνητικά ενδεχομένως να είναι επηρεασμένο από αιτίες που αναφέρει το μοντέλο του Doxey. Ακόμη μπορεί και να συνάδουν αιτίες που αφορούν την οικονομική κατάσταση την οποία έχει επιφέρει η κρίση παρόλα αυτά το συγκεκριμένο γεγονός είναι πρόσφατο και σίγουρα δεν αντιπροσωπεύει όλη την χρονική διάρκεια στην οποία η Ρόδος αναπτύχθηκε λόγω του τουρισμού.

Με την τρίτη πρόταση «Οι τιμές των αγαθών έχουν αυξηθεί λόγω του τουρισμού», η πλειοψηφία (65,7%) συμφώνησε, ενώ το 13,1% διαφώνησε. Αναμφισβήτητα οι τιμές των αγαθών και των υπηρεσιών έχουν αυξηθεί με την πάροδο του χρόνου και σίγουρα οι τιμές του 2010 δεν είναι ίδιες με τις τιμές του 1990. Αυτό όμως είναι φυσικό με τις διαφορές

ανατιμήσεις καθώς επίσης και με την αλλαγή της δραχμής σε ευρώ αλλά και με το συνάλλαγμα που έρχεται στη χώρα μας. Απλά αυτό που παρατηρείται στις τουριστικές περιοχές είναι μία αύξηση των τιμών κατά την διάρκεια της τουριστικής σεζόν, διότι οι τουριστικές επιχειρήσεις δουλεύουν εποχιακά επομένως τα έσοδα τους πρέπει να καλύψουν ανάγκες για όλη την διάρκεια του έτους, που όμως επηρεάζει και την τοπική κοινωνία. Παρόλα αυτά δεν είναι απόλυτο ότι οι τιμές των αγαθών έχουν αυξηθεί αποκλειστικά λόγω του τουρισμού.

Με την τέταρτη πρόταση «Οι ευκαιρίες απασχόλησης έχουν αυξηθεί λόγω τουρισμού», η πλειοψηφία (70%) συμφώνησε, ενώ το 11,1% διαφώνησε. Αυτό ισχύει αφού η Ρόδος αποτελεί έναν από τους πιο γνωστούς τουριστικούς προορισμούς στην Ευρώπη και όλο τον κόσμο και σαν νησί αντλεί τα έσοδα της καθαρά από τον τουρισμό. Οι επενδύσεις που γίνονται αφορούν συνήθως τουριστικές επιχειρήσεις (μεγάλα ξενοδοχειακά συγκροτήματα κ.α) επομένως υπάρχει και μεγάλη προσφορά εργασίας η οποία συνεχώς αυξάνεται με την δημιουργία θέσεων εργασίας σε νέες τουριστικές επιχειρήσεις. Όμως όσο μεγάλη είναι η προσφορά εργασίας τόσο μεγάλα είναι και τα επίπεδα ανεργίας καθώς τα άτομα αυτά απασχολούνται εποχιακά κατά την διάρκεια της σεζόν αλλά όταν αυτή τελειώνει τα άτομα αυτά μένουν άνεργα.

Με την πέμπτη πρόταση «Οι ευκαιρίες απασχόλησης έχουν αυξηθεί λόγω τουρισμού κυρίως εποχιακά», η πλειοψηφία (77,8%) συμφώνησε, ενώ το 10,5% διαφώνησε. Σε αυτό το κομμάτι γίνεται η παραπάνω πρόταση πιο σαφής αφού οι ερωτηθέντες συμφωνούν ότι οι ευκαιρίες απασχόλησης έχουν αυξηθεί αλλά αυτό συμβαίνει κυρίως εποχιακά και όχι καθόλη την διάρκεια του χρόνου. Ένα μικρό ποσοστό διαφωνεί και ίσως αναφέρονται σε θέσεις εργασίας που προέκυψαν από τον τουρισμό παρόλα αυτά δεν χαρακτηρίστηκαν εποχιακές.

Με την έκτη πρόταση «Αντιμετώπιση της εποχικότητας», οι περισσότεροι (43,8%) συμφώνησαν, ενώ το 24,1% διαφώνησε. Στο συγκεκριμένο σημείο παρατηρήθηκε από το σύνολο των ατόμων ότι δεν μπορούσαν να καταλάβουν ακριβώς την έννοια της εποχικότητας. Στην εισήγηση του στην ημερίδα της ΣΤΕ με θέμα «στόχοι, πολιτικές και μέσα προώθησης του τουρισμού στην Ελλάδα» (Ρόδος 20 Απριλίου 2002) ο κ. Λογοθέτης αναφέρει το φαινόμενο της εποχικότητας στην περίπτωση του Μεσογειακού τουρισμού στον

οποίο ανήκει και η Ελλάδα, που προσφέρει το πρότυπο των «θερινών διακοπών», βασισμένων στον ήλιο, τη θάλασσα και τις παραλίες (sun, sea, sand) και μπορεί να προσδιοριστεί εννοιολογικά ως «οι χρονικές αποκλίσεις που παρουσιάζει ένας τουριστικός προορισμός από τα χρονικά συμβατικά όρια της τουριστικής περιόδου» η οποία αρχίζει την 1η Απριλίου και τελειώνει την 31η Οκτωβρίου (214 ημέρες). Η εποχικότητα στη Ρόδο δεν έχει αντιμετωπιστεί διότι όπως και η υπόλοιπη Ελλάδα, έτσι και η Ρόδος προσφέρει διακοπές τους θερινούς μήνες και ελάχιστοι την επισκέπτονται κατά τη διάρκεια του χειμώνα.

Με την έβδομη πρόταση «Εκπαίδευση των εργαζομένων στις τουριστικές επιχειρήσεις», οι περισσότεροι (68%) συμφώνησαν, ενώ το 13,6% διαφώνησε. Φαίνεται ότι υπήρξε παρερμηνεία στην πρόταση αφού μελετώνται οι επιπτώσεις και όχι το τι θα ήταν καλό να γίνει. Επομένως η πλειοψηφία των ατόμων απάντησε θετικά θεωρώντας ότι θα ήταν καλό να γίνεται εκπαίδευση των εργαζομένων μέσα στις τουριστικές επιχειρήσεις που από όλες τις απόψεις είναι και σωστό και η μειοψηφία απάντησε λαμβάνοντας υπόψη την πρόταση ως επίπτωση και αναγνωρίζει ότι λίγες είναι οι επιχειρήσεις που παρέχουν εκπαίδευση των εργαζομένων και οι υπόλοιπες απλά δεν το κάνουν καθόλου.

4.4 Κοινωνία

Για την κοινωνία τέθηκαν εννέα προτάσεις αναφορικά με τις κοινωνικές επιπτώσεις και τη βελτίωση αυτών του τουρισμού στη Ρόδο και ζητήθηκε να δηλώσουν το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας τους.

Πίνακας 4.4: Αντιλήψεις τουριστικών επιπτώσεων στην κοινωνία

	Ανάπτυξη ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων	Μείωση κοινωνικών ανιστοτήτων μεταξύ των κατοίκων	Εμπορευματοποίηση των παραδόσεων της Ρόδου	Μίμηση των καταναλωτικών προτύπων των τουριστών από τους ντόπιους	Πληθυσμιακή ερήμωση της υπαίθρου	Ενίσχυση των παραδόσεων της Ρόδου	Αποδοχή των αλλοδαπών εργαζομένων από την τοπική κοινωνία	Ανάπτυξη ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων και εκτός της τουριστικής περιόδου	Ενίσχυση της συμμετοχής των γυναικών στην τουριστική απασχόληση σε διεθυντικές θέσεις
ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ	2,4569	3,0025	2,2538	2,3832	2,9315	2,6954	3,0508	2,6041	2,2995
ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ	1,10258	1,09707	,99185	1,02031	1,13822	1,20374	1,23867	1,18969	1,12191
ΦΥΛΟ									
Ανδρας	2,4028	2,9259	2,1991	2,3565	3,0278	2,6667	3,0972	2,4815	2,3519
Γυναίκα	2,5225	3,0955	2,3202	2,4157	2,8146	2,7303	2,9944	2,7528	2,2360
T Ratio	-1,073	1,530	-1,207	-,573	1,856	-,522	,820	-2,265	1,021
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	,284	,127	,228	,567	,064	,602	,413	,024	,308
ΗΛΙΚΙΑ									
18-35	2,4128	3,1064	2,2638	2,4255	3,0596	2,5532	3,0383	2,4723	2,2851
36-50	2,5893	2,8393	2,1875	2,2411	2,7321	2,8482	3,1607	2,8661	2,2679
50+	2,3617	2,8723	2,3617	2,5106	2,7660	3,0426	2,8511	2,6383	2,4468
F Ratio	1,172	2,646	,539	1,661	3,755	4,579	1,064	4,245	,468
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	,311	,072	,584	,191	,024	,011	,346	,015	,627
Εκπαίδευση									
Πρωτοβάθμια	2,4722	2,9444	2,3889	2,5000	2,6667	2,8333	2,8889	2,8611	2,6389
Δευτεροβάθμια	2,5225	2,9382	2,2022	2,3820	2,9101	2,5562	3,2697	2,5506	2,1798
Τριτοβάθμια	2,3889	3,0778	2,2778	2,3611	3,0056	2,8056	2,8667	2,6056	2,3500
F Ratio	,660	,779	,626	,277	1,390	2,194	5,183	1,021	2,870
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	,518	,460	,535	,758	,250	,113	,006	,361	,058

Με την πρώτη πρόταση «Οι ψυχαγωγικές δραστηριότητες έχουν αυξηθεί λόγω του τουρισμού», η πλειοψηφία (56,2%) συμφώνησε, ενώ το 17,1% διαφώνησε. Η τουριστική ανάπτυξη είχε ως αποτέλεσμα και την δημιουργία νέων ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων και ασφαλώς υποδομών. Μερικές από αυτές είναι τα διάφορα θαλάσσια σπορ, τα θεματικά πάρκα (Waterpark, Φαληράκι), οι πίστες Go karts, τα διάφορα κέντρα ψυχαγωγίας όπως είναι το Bowling κ.α. Επομένως λόγω του τουρισμού αυξήθηκαν τουλάχιστον σε αρκετές περιοχές οι ψυχαγωγικές δραστηριότητες παρόλα αυτά εξαιτίας της εποχικότητας οι περισσότερες από αυτές είναι διαθέσιμες στον κόσμο μόνο του καλοκαιρινούς μήνες. Αυτός ίσως είναι και ο λόγος που η μειοψηφία απάντησε αρνητικά διότι ναι μεν έχουν αυξηθεί αλλά δεν είναι διαθέσιμες καθόλη τη διάρκεια του έτους έτσι ώστε να μπορούν να συμμετάσχουν και οι ντόπιοι κάτοικοι.

Με τη δεύτερη πρόταση «Οι κοινωνικές ανισότητες των κατοίκων έχουν μειωθεί λόγω του τουρισμού», οι απόψεις διίστανται, αφού το 31,2% συμφώνησε και το 31,1% διαφώνησε. Επίσης, το 37,8% δεν διαφώνησε ούτε συμφώνησε. Η συγκεκριμένη πρόταση δίχασε τις απόψεις των ερωτηθέντων αφού δεν θεωρούσαν ότι υπήρχαν καν κοινωνικές ανισότητες στον χώρο τους. Ως μοναδικό κριτήριο ανισότητας θεώρησαν την οικονομική κατάσταση του καθενός. Η πλειοψηφία των ατόμων παρέμεινε ουδέτερη στην πρόταση ενώ όμοια ποσοστά ατόμων συμφώνησαν και διαφώνησαν. Ορισμένοι θεωρούν ότι λόγω του τουρισμού κάποιοι απέκτησαν μεγαλύτερο εισόδημα και στη συνέχεια προχώρησαν σε επενδύσεις κλπ, ενώ τα άτομα που δεν ασχολήθηκαν με τον τουρισμό δεν είχαν τις ίδιες οικονομικές απολαβές επομένως η κοινωνική ανισότητα αυξήθηκε. Το ίδιο ποσοστό ατόμων πιστεύουν οι ανισότητες έχουν μειωθεί αφού οι περισσότεροι ασχολούνται με τον τουρισμό και αυτό τους φέρνει σε ένα ίδιο επίπεδο.

Με την τρίτη πρόταση «Οι παραδόσεις της Ρόδου έχουν εμπορευματοποιηθεί λόγω τουρισμού», η πλειοψηφία (63,7%) συμφώνησε, ενώ το 10,9% διαφώνησε. Στις παραδόσεις του νησιού περιλαμβάνονται οι διάφορες ελληνικές βραδιές που πραγματοποιούνται από παλιά, καλοκαιρινές θρησκευτικές εορτές (πανηγύρια – 15 Αυγούστος, έκθεση χειροτεχνίας Κρεμαστής), διάφορες εορτές κλπ. Η πλειοψηφία απάντησε θετικά διότι πριν αναπτυχθεί ο τουρισμός στο νησί όλες οι εορτές και εκδηλώσεις που αφορούσαν την παράδοση, γίνονταν κυρίως για τους ντόπιους και κρατούσαν έναν πιο παραδοσιακό χαρακτήρα. Παρόλα αυτά με

την πάροδο του χρόνου και την συνεχώς αυξητική πορεία του τουρισμού, κάποιες από τις παραδόσεις είχαν την τάση και εμπορευματοποιήθηκαν στον βωμό του χρήματος. Βέβαια υπάρχει και το ποσοστό των ατόμων τα οποία δεν θεωρούν ότι η πρόταση ισχύει αφού δεν είναι κάτι το απόλυτο καθώς είτε δεν έχουν εμπορευματοποιηθεί εξ' ολοκλήρου είτε δεν είναι αιτία ο τουρισμός.

Με την τέταρτη πρόταση «Οι ντόπιοι μιμούνται τα καταναλωτικά πρότυπα των τουριστών», η πλειοψηφία (58,2%) συμφώνησε, ενώ το 13,8% διαφώνησε. Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω ο μιμητισμός είναι ένα φαινόμενο που συμβαίνει στη Ρόδο και σε μερικές περιοχές είναι πιο έντονο και σε άλλες όχι. Ο μιμητισμός περιλαμβάνει στοιχεία όπως είναι ο τρόπος ντυσίματος, τα μουσικά ακούσματα, το φαγητό, τα σπορ, τα τατουάζ και ίσως και η ίδια γλώσσα επικοινωνίας. Παράδειγμα μπορεί να αναφερθεί η τουριστική περιοχή του Φαληρακίου στην οποία τα παρελθόντα έτη επισκέπτονταν πολλοί Βρετανοί τουρίστες. Για τον λόγο πολλές επιχειρήσεις προσαρμόστηκαν στις συνήθειες των Βρετανών έτσι ώστε να προσελκύσουν πελατεία. Με την πάροδο του χρόνου όμως οι ντόπιοι δοκίμασαν Βρετανικές γεύσεις, υιοθέτησαν τον τρόπο ντυσίματος και διασκέδασαν με τα μουσικά ακούσματα των Βρετανών. Σε άλλες περιοχές του νησιού όμως το φαινόμενο του μιμητισμού έκανε την εμφάνιση του παρόλα αυτά δεν ήταν τόσο έντονο, όπως είναι για παράδειγμα η Λίνδος κλπ.

Με την πέμπτη πρόταση «Ο τουρισμός οδήγησε σε πληθυσμιακή ερήμωση της υπαίθρου», η πλειοψηφία (36,5%) συμφώνησε, ενώ το 33% διαφώνησε. Τα μεγαλύτερα ποσοστά των ερωτηθέντων είτε απλά συμφώνησαν είτε διαφώνησαν. Το ποσοστό που συμφώνησε θεωρεί ότι λόγω του τουρισμού τα άτομα που διέμεναν σε χωριά αναζήτησαν εργασία σε τουριστικές περιοχές είτε ακόμη και στο κέντρο, την πόλη της Ρόδου, όπου και τελικά εγκαταστάθηκαν μόνιμα. Τα άτομα που διαφωνούν, είτε πιστεύουν ότι η ύπαιθρος δηλαδή τα χωριά του νησιού δεν έχουν ερημωθεί, είτε αν έχει μειωθεί ο αριθμός των κατοίκων αυτό δεν οφείλεται στον τουρισμό.

Με την έκτη πρόταση «Ενίσχυση των παραδόσεων της Ρόδου», η πλειοψηφία (47,1%) συμφώνησε, ενώ το 25,7% διαφώνησε. Η πρόταση αυτή συνδέεται με την παραπάνω στην οποία αναφέρθηκε η εμπορευματοποίηση των παραδόσεων. Η πλειοψηφία λοιπόν συμφώνησε, αφού ακόμη και εξαιτίας της εμπορευματοποίησης οι παραδόσεις αυξήθηκαν.

Τα άτομα που διαφώνησαν θεώρησαν ότι οι παραδόσεις δεν έχουν ενισχυθεί στο σύνολο τους ούτε καν λόγο του τουρισμού.

Με την έβδομη πρόταση «Αποδοχή των αλλοδαπών εργαζομένων από την τοπική κοινωνία», οι απόψεις διχάζονται, αφού το 34,5% συμφώνησε και το 33,5% διαφώνησε. Οικονομικοί μετανάστες έχουν έρθει στη Ρόδο ήδη από το 1990 και ολοένα αυξάνονται. Αλβανία, Βουλγαρία, Πακιστάν, Αφρική είναι μερικοί τόποι προέλευσης αυτών των ανθρώπων. Με την ανάπτυξη του τουρισμού και την μεγάλη προσφορά εργασίας σε καλές συνθήκες, οι άνθρωποι αυτοί απορροφήθηκαν και από τουριστικές επιχειρήσεις. Η έρευνα έδειξε ότι οι γνώμες διχάζονται όσον αφορά την αποδοχή τους από την τοπική κοινωνία. Αυτό οφείλεται σε κοινωνικά αίτια όπως ο ρατσισμός εν μέρει και από την άλλη οι ντόπιοι κάτοικοι νιώθουν απειλή από τους αλλοδαπούς, οι οποίοι δέχονται να δουλέψουν με μικρότερο μεροκάματο άρα προτιμώνται από τους εργοδότες και συνεπώς οι ντόπιοι κάτοικοι δεν μπορούν να απασχοληθούν. Βέβαια αυτό δεν είναι απόλυτο αν ληφθεί υπόψη ότι οι περισσότεροι αλλοδαποί αναλαμβάνουν εργασίες τις οποίες αρκετοί ντόπιοι δεν θα έκαναν λόγο διάφορων ταμπού.

Με την όγδοη πρόταση «Ανάπτυξη ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων και εκτός της τουριστικής περιόδου», η πλειοψηφία (50,6%) συμφώνησε, ενώ το 23,2% διαφώνησε. Παραπάνω αναφέρθηκε ότι οι ψυχαγωγικές δραστηριότητες αναπτύχθηκαν εξαιτίας του τουρισμού που σε μεγάλο βαθμό είναι κάτι που ισχύει. Όμως κατά τους χειμερινούς μήνες ελάχιστες από αυτές τις δραστηριότητες μπορούν να αξιοποιηθούν οι μόνιμοι κάτοικοι αφού είτε δεν το επιτρέπουν οι καιρικές συνθήκες είτε απλά δεν προσφέρονται και για τους χειμερινούς μήνες. Παρόλα αυτά μεμονωμένες κινήσεις για ανάπτυξη δραστηριοτήτων γίνονται από τοπικούς συλλόγους αλλά είναι περιορισμένες λόγω έλλειψης χρηματικών πόρων και κινήτρων. Επομένως το ποσοστό των ατόμων που απάντησε θετικά προφανώς έχει λάβει υπόψη τις μεμονωμένες αυτές κινήσεις. Όμως αυτό που πραγματικά ισχύει είναι ότι η ανάπτυξη ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων εκτός τουριστικής περιόδου είναι ελλιπής και αποτελεί σημαντικό θέμα προς επίλυση από την τοπική κοινωνία.

Με την ένατη πρόταση «Στην ενίσχυση της συμμετοχής των γυναικών στην τουριστική απασχόληση σε διευθυντικές θέσεις», η πλειοψηφία (60,7%) συμφώνησε, ενώ το 13,3%

διαφώνησε. Οι γυναίκες της τοπικής κοινωνίας από τον καιρό που ο τουρισμός ξεκίνησε να αναπτύσσεται στο νησί απασχολήθηκαν σε διάφορες θέσεις σε τουριστικές επιχειρήσεις όπως τον χώρο των εστιάσεων σε μεγάλα ξενοδοχεία, στο τμήμα του καθαρισμού ως καμαριέρες, ως υπάλληλοι υποδοχής και εξυπηρέτησης. Με την πάροδο του χρόνου όμως και την συμμετοχή των γυναικών στην ανώτατη εκπαίδευση και τις ανώτερες θέσεις εργασίας, οι γυναίκες πλέον διεκδικούν διευθυντικές θέσεις και η κοινωνία φαίνεται να το υποστηρίζει όπως έδειξε και η έρευνα. Είναι κάτι που δεν αφορά αποκλειστικά και μόνο την εξέλιξη της θέσης της γυναίκας στην εργασία αλλά και το γεγονός ότι χρειάζονται άτομα ικανά και δυναμικά ανεξάρτητα το φύλο που θα πάρουν σωστές αποφάσεις και θα κάνουν τις σωστές κινήσεις ειδικά τώρα που ο τουρισμός περνάει μεγάλη κρίση. Επομένως το φύλο δεν έχει και τόσο μεγάλη σημασία και η συμμετοχή των γυναικών σε τέτοιες υπεύθυνες θέσεις υποστηρίζεται από την πλειοψηφία.

4.5 Περιβάλλον

Για την κοινωνία τέθηκαν 10 προτάσεις αναφορικά με τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις και τη βελτίωση αυτών του τουρισμού στη Ρόδο και ζητήθηκε να δηλώσουν το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας τους. Στον πίνακα 4.5 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα.

Πίνακας 4.5: Αντιλήψεις τουριστικών επιπτώσεων στο περιβάλλον

Περιβάλλον	Βελτίωση του οδικού δικτύου	Καταστροφή του περιβάλλοντος από άναρχη κατασκευή τουριστικών υποδομών	Έλλειψη χωροταξικού σχεδίου ανάπτυξης λόγω αδιαφορίας της πολιτείας	Αύξηση του κυκλοφοριακού, του θορύβου και της μόλυνσης λόγω τουρισμού	Ο τουρισμός αποτελεί έναν παράγοντα ανακαίνισης των ιστορικών κτηρίων	Ανάδειξη του δάσους των πεταλούδων με παράλληλη δραστική μείωση των επισκεπτών	Ενίσχυση της περιβαλλοντικής προστασίας από την πολιτεία	Βελτίωση του οδικού δικτύου στην ηπειρωτική Ρόδο	Χάραξη των κύριων οδικών αρτηριών εκτός των τουριστικών κέντρων	Ισομερή κατανομή του τουριστικού ρεύματος σε όλο το νησί με αποτέλεσμα την προστασία των φυσικών πόρων
ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ	3,0585	2,3053	2,1298	2,2621	2,3130	2,7405	2,4148	2,4478	2,5649	2,4402
ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ	1,35305	1,11502	1,07663	1,13165	1,17206	1,17318	1,24067	1,20921	1,21491	1,21097
ΦΥΛΟ										
Ανδρας	3,1389	2,2963	2,1065	2,2731	2,3194	2,7315	2,3657	2,3843	2,5139	2,3426
Γυναίκα	2,9605	2,3164	2,1582	2,2486	2,3051	2,7514	2,4746	2,5254	2,6271	2,5593
T Ratio	1,302	-,177	-,473	,214	,121	-,167	-,865	-1,152	-,919	-1,770
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	,194	,859	,636	,831	,904	,867	,388	,250	,359	,078
ΗΛΙΚΙΑ										
18-35	3,1745	2,2894	2,1447	2,2298	2,1872	2,7234	2,2766	2,3830	2,4723	2,3702
36-50	3,0000	2,2321	1,9643	2,2321	2,3750	2,6161	2,5536	2,5357	2,5804	2,4911
50+	2,6087	2,5652	2,4565	2,5000	2,8043	3,1304	2,7826	2,5652	3,0000	2,6739
F Ratio	3,555	1,519	3,508	1,152	5,684	3,232	4,249	,850	3,691	1,350
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	,029	,220	,031	,317	,004	,041	,015	,428	,026	,260
Εκπαίδευση										
Πρωτοβάθμια	2,7714	2,5143	2,4000	2,6571	2,4000	2,9143	2,6857	2,6857	2,8000	2,5714
Δευτεροβάθμια	3,1011	2,3764	2,1461	2,1348	2,3146	2,7303	2,3933	2,4101	2,5730	2,4270
Τριτοβάθμια	3,0722	2,1944	2,0611	2,3111	2,2944	2,7167	2,3833	2,4389	2,5111	2,4278
F Ratio	,885	1,875	1,493	3,470	,119	,427	,919	,768	,835	,225
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	,414	,155	,226	,032	,888	,653	,400	,465	,435	,799

Με την πρώτη πρόταση «Το οδικό δίκτυο στη Ρόδο έχει βελτιωθεί λόγω τουρισμού» οι απόψεις διχάζονται, αφού 39,1% συμφώνησε, ενώ το 37,9% διαφώνησε. Αυτό συμβαίνει διότι ο κεντρικός άξονας οδικού δικτύου που συνδέει την πόλη της Ρόδου με την άκρη του νησιού, το Πρασονήσι είναι υπό κατασκευή τα τελευταία 4 χρόνια και δεν έχει ολοκληρωθεί ακόμα. Αυτό είχε και έχει ως αποτέλεσμα κυκλοφοριακή συμφόρηση ειδικά τους θερινούς μήνες όπου τα αυτοκίνητα αυξάνονται λόγω του τουρισμού και εν συνεχεία αυτό αποτελεί δυσφήμιση στους τουρίστες για το νησί. Πέρα όμως από αυτό έχει δημιουργήσει προβλήματα και στους κατοίκους των χωριών που βρίσκονται στην οδό Ρόδου- Λίνδου. Βέβαια το θετικό είναι ότι γίνονται κάποια έργα και μελέτες για ανακατασκευή του οδικού δικτύου που σημαίνει ότι οι τοπικοί φορείς ενδιαφέρονται παρόλα αυτά καθυστερούν αρκετά. Οπότε ο κόσμος συμφωνεί ότι γίνονται έργα για το οδικό δίκτυο αλλά η καθυστέρηση τους έχει απογοητεύσει τον κόσμο.

Με τη δεύτερη πρόταση «Ο τουρισμός έχει οδηγήσει στην άναρχη κατασκευή τουριστικών υποδομών με αποτέλεσμα την καταστροφή του περιβάλλοντος», η πλειοψηφία (62,1%) συμφώνησε, ενώ το 15,6% διαφώνησε. Με την πάροδο των χρόνων και την προσέλευση περισσότερων τουριστών στο νησί έγινε επιτακτική η ανάγκη για αναβάθμιση και δημιουργία νέων κλινών αλλά και των υπόλοιπων τουριστικών επιχειρήσεων. Αυτό είχε και έχει ως αποτέλεσμα την συνεχής καταστροφή του περιβάλλοντος, την εκμετάλλευση γης και φυσικών πόρων και ενώ ως νησί προσφέρει αρκετό πράσινο, φυσική ομορφιά, όμορφες παραλίες κλπ, σε λίγο καιρό θα υπάρχουν μόνο μεγάλες ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις και ο φυσικός πλούτος αν δεν καταστραφεί τελείως τουλάχιστον θα αλλοιωθεί σε μεγάλο βαθμό.

Με την τρίτη πρόταση «Η έλλειψη χωροταξικού σχεδίου ανάπτυξης της Ρόδου οφείλεται κατά κύριο λόγο στην αδιαφορία της πολιτείας», η πλειοψηφία (66,9%) συμφώνησε, ενώ το 12,1% διαφώνησε. Από τα αποτελέσματα της έρευνας παρατηρείται ότι ο κόσμος καταρρίπτει ευθύνες στην πολιτεία για την αδιαφορία που δείχνει σε σοβαρά ζητήματα που αφορούν το νησί όπως είναι κ η έλλειψη χωροταξικού σχεδίου ανάπτυξης. Θεωρούν ότι η πολιτεία δεν έχει φροντίσει γι' αυτό το σημαντικό θέμα που απασχολεί την κοινωνία και δίνει βάση σε διάφορα άλλα ζήτημα που ίσως και να μην έχουν προτεραιότητα. Το μικρό ποσοστό που διαφωνεί ενδεχομένως να θεωρεί πως για το πρόβλημα δεν ευθύνεται η αδιαφορία της πολιτείας αλλά διάφοροι άλλοι παράγοντες που μπορεί να συντρέχουν.

Με την τέταρτη πρόταση «Ο τουρισμός συμβάλλει στην αύξηση του κυκλοφοριακού, του θορύβου και της μόλυνσης», η πλειοψηφία (65,2%) συμφώνησε, ενώ το 15,2% διαφώνησε. Αναμφισβήτητα αυτό είναι κάτι που ισχύει αφού και παραπάνω αναφέρθηκε ότι τους καλοκαιρινούς μήνες της τουριστικής περιόδου τα αυτοκίνητα αυξάνονται, η κυκλοφοριακή συμφόρηση είναι καθημερινό φαινόμενο. Επιπλέον η ηχορύπανση γίνεται πιο έντονη και ειδικά στην Παλιά Πόλη, πόλο έλξης όλων των τουριστών, που τις περισσότερες ώρες της ημέρας κατακλύζεται από τουρίστες αλλά και κατά την διάρκεια της νύχτας όπου τα διάφορα νυχτερινά κέντρα διασκέδασης ανεβάζουν την ένταση της μουσικής και σαφώς αυτό συμβάλλει σαφώς στην αύξηση του θορύβου. Επιπλέον ο περισσότερος κόσμος επιφέρει και περισσότερη μόλυνση, δηλαδή σκουπίδια. Μόλυνση του περιβάλλοντος με απορρίμματα, μόλυνση του φυσικού κάλους από την υπερπληθώρα των ανθρώπων που το καταπατούν, μόλυνση των υδάτων- παραλίας κλπ. Συμπερασματικά οι ντόπιοι αναγνωρίζουν ότι ο τουρισμός συμβάλλει στην γενικότερη μόλυνση του περιβάλλοντος.

Με την πέμπτη πρόταση «Ο τουρισμός αποτελεί έναν παράγοντα ανακαίνισης των ιστορικών κτηρίων και προστασίας των φυσικών πόρων», η πλειοψηφία (62,8%) συμφώνησε, ενώ το 14,6% διαφώνησε. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων απάντησε θετικά διότι θεωρούν ότι όντως ο τουρισμός είναι ένας από τους παράγοντες για τους οποίους τα ιστορικά κτήρια ανακαινίζονται και το φυσικό περιβάλλον προστατεύεται. Η συχνή επίσκεψη μεγάλου αριθμού τουριστών τόσο σε ιστορικά μνημεία τόσο και στο φυσικό περιβάλλον μπορεί και έχει ως αποτέλεσμα την φθορά τους, γι' αυτό το λόγο κρίνεται αναγκαία η ανακαίνιση και η προστασία αυτών. Παρόλα αυτά το ποσοστό που διαφωνεί, θεωρεί ότι όσο επιτακτική και αν είναι η ανάγκη δεν γίνεται τίποτα ώστε να διορθωθεί η κατάσταση και οι ανακαινίσεις δεν συμβαίνουν συχνά, πόσο μάλλον η προστασία του περιβάλλοντος.

Με την έκτη πρόταση «Ανάδειξη του δάσους των πεταλούδων με παράλληλη δραστική μείωση των επισκεπτών», η πλειοψηφία (45,1%) συμφώνησε, ενώ το 25% διαφώνησε. Η Κοιλιάδα των Πεταλούδων αποτελεί ένα πολύ ευαίσθητο οικοσύστημα και η συρροή περισσότερων ανθρώπων από όσο μπορεί να αντέξει, μπορεί να βλάψει αυτό το οικοσύστημα. Η πρόταση για την ανάδειξη του δάσους των πεταλούδων αλλά κάτω από δραστική μείωση των επισκεπτών είναι κάτι που φέρνει σύμφωνους τους περισσότερους

ερωτώμενους. Βέβαια αυτό δεν συμβαίνει γιατί το δάσος των Πεταλούδων αποτελεί ένα από τα πιο διάσημα αξιοθέατα του νησιού οπότε δεν υπάρχει μείωση των επισκεπτών και επειδή οι επισκέπτες ενισχύουν οικονομικά το δάσος, σαφώς μια μείωση αυτών θα είχε ως αποτέλεσμα και την μείωση των εσόδων κάτι που θα είχε ενδεχομένως αρνητικές συνέπειες.

Με την έβδομη πρόταση «Ενίσχυση της περιβαλλοντικής προστασίας από την πολιτεία», η πλειοψηφία (58,5%) συμφώνησε, ενώ το 21,7% διαφώνησε. Η πρόταση αυτή υποδηλώνει το τι θα ήθελε η κοινωνία της Ρόδου και όχι το τι συμβαίνει ήδη. Επομένως τα άτομα που απάντησαν θετικά, υποστηρίζουν την ενίσχυση της περιβαλλοντικής προστασίας από την πολιτεία και τα άτομα που απάντησαν αρνητικά ενώ υποστηρίζουν την πρόταση θεωρούν ότι δεν γίνονται συντονισμένες δράσεις οι οποίες αποσκοπούν στην προστασία του περιβάλλοντος.

Με την όγδοη πρόταση «Βελτίωση του οδικού δικτύου στην ηπειρωτική Ρόδο», η πλειοψηφία (57,5%) συμφώνησε, ενώ το 19,2% διαφώνησε. Το μεγαλύτερο ποσοστό υποστηρίζει την πρόταση ενδεχομένως επειδή θα ήθελαν να γίνει μια αισθητή βελτίωση στο οδικό δίκτυο της ηπειρωτικής Ρόδου, βέβαια οι ερωτώμενοι ίσως να μην γνωρίζουν τις οποιεσδήποτε αλλαγές που μπορεί να έχουν γίνει στο οδικό δίκτυο όμως με την έρευνα παρατηρείται ότι ο κόσμος αναζητά λύσεις κ διευκολύνσεις στην καθημερινή του ζωή και εκτός των κύριων οδικών δικτύων του νησιού.

Με την ένατη πρόταση «Χάραξη των κύριων οδικών αρτηριών εκτός των τουριστικών κέντρων», η πλειοψηφία (52,7%) συμφώνησε, ενώ το 21,3% διαφώνησε. Λόγω των αρκετών τουριστικών κέντρων που έχουν δημιουργηθεί στο νησί όπως είναι το κέντρο της Ρόδου, το Φαληράκι, η Λίνδος, η Ιξιά κ.λ.π. το οδικό δίκτυο χαράχθηκε σύμφωνα με τα κέντρα αυτά και τις ανάγκες που προέκυπταν με την έλευση των τουριστών. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτώμενων συμφώνησε με την πρόταση διότι ευελπιστούν στο να χαραχθούν αρτηρίες και εκτός των τουριστικών κέντρων έτσι ώστε να ευεργετηθούν και οι ντόπιοι κάτοικοι χωριών που ενδεχομένως το οδικό τους δίκτυο θέλει αναβάθμιση και έχει παραμεληθεί από τους τοπικούς φορείς γιατί έχουν δώσει βάση στο οδικό δίκτυο που περνάει από τα τουριστικά κέντρα. Το ποσοστό που διαφώνησε είχε λάβει υπόψη ότι η πολιτεία δεν έχει κάνει πολλά

έργα και για το οδικό δίκτυο εκτός των τουριστικών κέντρων και έτσι εκφράζει την δυσαρέσκεια του.

Με τη δέκατη πρόταση «Προστασία των φυσικών πόρων με ισομερή κατανομή του τουριστικού ρεύματος σε όλη την περιφέρεια της Ρόδου», η πλειοψηφία (56,7%) συμφώνησε, ενώ το 20% διαφώνησε. Το τουριστικό ρεύμα που έρχεται στη Ρόδο δεν κατανέμεται σε όλη την περιφέρεια παρά συγκεντρώνεται στα επιμέρους τουριστικά, ήδη καθιερωμένα κέντρα. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την ρύπανση του περιβάλλοντος κυρίως στα τουριστικά κέντρα και σε επιμέρους περιοχές παρά στις υπόλοιπες περιοχές που δεν υπάρχει τόσο τουριστική κίνηση. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων σκέπτονται θετικά την πρόταση να υπάρξει ισομερής κατανομή του τουριστικού κινήματος και παράλληλα προστασία των φυσικών πόρων. Έτσι θα αναπτυχθούν και οι άλλες περιοχές ταυτόχρονα δεν θα επιβαρύνονται τόσο από θέμα ρύπανσης και οι ήδη ανεπτυγμένες περιοχές. Το ποσοστό που διαφωνεί, προφανώς υποστηρίζει την προστασία των φυσικών πόρων παρόλα αυτά ίσως δεν προτείνει την ισομερή κατανομή τω τουριστών σε όλο το νησί για το λόγο ότι ίσως πρέπει να διαφυλαχθούν κάποιες περιοχές και να παραμείνουν φυσικές.

4.6 Ικανοποίηση Τουριστών

Τα άτομα του τοπικού πληθυσμού στη Ρόδο ερωτήθηκαν αν πιστεύουν ότι οι τουρίστες είναι ικανοποιημένοι από την παραμονή τους στη Ρόδο.

Οι περισσότεροι (60,4%) πιστεύουν ότι είναι ικανοποιημένοι δηλώνοντας «πολύ ικανοποιημένοι» (10,7%) ή «αρκετά ικανοποιημένοι» (49,7%). Μεγάλο ποσοστό επίσης (26,6%) δήλωσε «ουδέτεροι», ενώ το 12,9% δήλωσε ότι οι τουρίστες δεν είναι ικανοποιημένοι.

Από τα αποτελέσματα της έρευνας στο συγκεκριμένο σημείο παρατηρείται ότι ο ντόπιος πληθυσμός θεωρεί ότι οι τουρίστες είναι πολύ έως αρκετά ικανοποιημένοι με το νησί και τις υπηρεσίες που προσφέρονται κατά την διάρκεια της παραμονής τους.

Αυτό ενδεχομένως να οφείλεται στο γεγονός ότι οι ντόπιοι έχουν την αντίληψη ότι η Ρόδος παρέχει υψηλού επιπέδου υπηρεσίες αλλά και μοναδική φυσική ομορφιά και πολιτισμική

κουλτούρα. Ο συνδυασμός των υπηρεσιών, του περιβάλλοντος, των πολιτιστικών και πολιτισμικών στοιχείων κ.α αποτελεί εξασφαλισμένη επιτυχία όσον αφορά την ικανοποίηση των επισκεπτών της Ρόδου.

Μικρότερα ποσοστά της έρευνας δείχνουν ότι ένα μέρος των ντόπιων κατοίκων θεωρούν πως οι τουρίστες είναι λίγο έως και καθόλου ευχαριστημένοι κατά την παραμονή τους στο νησί. Σαφώς δεν ισχύει κάτι τέτοιο αφού έρευνες δείχνουν κατά καιρούς ότι οι τουρίστες που επισκέπτονται τη Ρόδο είναι αρκετά ευχαριστημένοι και την επιλέγουν περισσότερο από μια φορά ως τουριστικό προορισμό. Παρόλα αυτά οι ντόπιοι ίσως αναφέρονται σε μεμονωμένα περιστατικά όπου οι τουρίστες δεν βρήκαν ποιοτικές υπηρεσίες είτε στην εξυπηρέτηση, είτε στο φαγητό κλπ. Όσον αφορά το περιβάλλον και τον πολιτισμό που προσφέρει το νησί δεν τίθεται θέμα κάποιου προβλήματος παρά μόνο ίσως το ενδεχόμενο της μόλυνσης του περιβάλλοντος με σκουπίδια αλλά και αυτό το φαινόμενο αντιμετωπίζεται δραστικά συνεχώς.

Πίνακας 4.6: Ικανοποίηση Τουριστών

	Ικανοποίηση Τουριστών
ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ	2,4402
ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ	0,9036
ΦΥΛΟ	
Άνδρας	2,3814
Γυναίκα	2,5112
T Ratio	1,204
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	,152
ΗΛΙΚΙΑ	
18-35	2,3333
36-50	2,5714
50+	2,6596
F Ratio	4,01
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	,022
Εκπαίδευση	
Πρωτοβάθμια	2,7778
Δευτεροβάθμια	2,4294
Τριτοβάθμια	2,3833
F Ratio	,93
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	,395

4.7 Τουριστικές Ανάγκες

Για τις τουριστικές ανάγκες τέθηκαν 5 προτάσεις αναφορικά με την ικανοποίηση των τουριστών στη Ρόδο και ζητήθηκε να δηλώσουν το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας τους. Στον πίνακα 4.7 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα.

Πίνακας 4.7: Τουριστικές Ανάγκες

Τουριστικές Ανάγκες	Οι τουρίστες στη Ρόδο είναι ευχαριστημένοι με τις τιμές	Οι τουρίστες στη Ρόδο είναι ευχαριστημένοι με τη συμπεριφορά του προσωπικού	Οι τουρίστες στη Ρόδο είναι ευχαριστημένοι με την καθαριότητα	Οι τουρίστες στη Ρόδο είναι ευχαριστημένοι με τις παρεχόμενες υπηρεσίες	Οι τουρίστες στη Ρόδο είναι ευχαριστημένοι με το φαγητό
ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ	3,0611	2,6997	2,9135	2,9313	2,3435
ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ	1,13898	1,00327	1,11924	1,04631	1,11647
ΦΥΛΟ					
Άνδρας	3,0372	2,7023	2,8837	2,8884	2,3163
Γυναίκα	3,0899	2,6966	2,9494	2,9831	2,3764
T Ratio	-,456	,056	-,579	-,894	-,531
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	,649	,955	,563	,372	,596
ΗΛΙΚΙΑ					
18-35	3,0769	2,6111	2,9274	2,8590	2,2607
36-50	3,0268	2,7143	2,9375	3,0625	2,5179
50+	3,0638	3,1064	2,7872	2,9787	2,3404
F Ratio	,073	4,880	,342	1,492	2,020
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	,929	,008	,711	,226	,134
Εκπαίδευση					
Πρωτοβάθμια	2,8889	2,9722	3,0278	3,1389	2,6111
Δευτεροβάθμια	3,0282	2,6667	2,9322	2,9718	2,3051
Τριτοβάθμια	3,1278	2,6778	2,8722	2,8500	2,3278
F Ratio	,793	1,471	,334	1,387	1,158
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	,453	,231	,717	,251	,315

Με την πρώτη πρόταση «Οι τουρίστες στη Ρόδο είναι ευχαριστημένοι με τις τιμές», η πλειοψηφία (36,6%) διαφώνησε, ενώ το 33% συμφώνησε. Τα ποσοστά δεν απέχουν και πάρα πολύ μεταξύ τους, γεγονός που αποδεικνύει ότι η τοπική κοινωνία χωρίζεται σε δύο στρατόπεδα εκ των οποίων το ένα θεωρεί ότι γενικότερα οι τιμές των αγαθών και υπηρεσιών είναι προσιτές στους τουρίστες και το άλλο ότι οι τουρίστες δεν είναι ευχαριστημένοι με τις τιμές. Καθώς ο τουρισμός αναπτυσσόταν στη Ρόδο και οι τουριστικές επιχειρήσεις γίνονταν ολοένα και πιο επικερδής, οι επιχειρηματίες στόχευσαν στην απόκτηση γρήγορου και εύκολου χρήματος. Αύξησαν τις τιμές προφασίζόμενοι ότι η Ρόδος είναι ένας αρκετά γνωστός τουριστικός προορισμός και έτσι κατέληξαν οι τιμές να είναι κάπως πιο πάνω από το κανονικό. Τα τελευταία όμως χρόνια και λόγω της κρίσης οι τιμές έχουν μειωθεί αρκετά έτσι ώστε να προσελκύσουν περισσότερους τουρίστες. Συμπερασματικά παρατηρείται μια ανεκτική στάση των τουριστών απέναντι στις τιμές των αγαθών και υπηρεσιών παρόλη την συμφωνία ή διαφωνία των ντόπιων κατοίκων.

Με τη δεύτερη πρόταση «Οι τουρίστες στη Ρόδο είναι ευχαριστημένοι με τη συμπεριφορά του προσωπικού», η πλειοψηφία (45,9%) συμφώνησε, ενώ το 19,3% διαφώνησε. Αυτό που χαρακτηρίζει τον λαό της Ρόδου είναι το πόσο φιλόξενοι και φιλικοί άνθρωποι είναι. Έτσι και στον χώρο της εξυπηρέτησης τόσο στις ξενοδοχειακές μονάδες, όσο και στις υπόλοιπες τουριστικές επιχειρήσεις οι ντόπιοι εργαζόμενοι είναι χαρούμενοι να εξυπηρετήσουν όσο μπορούν. Τα έσοδα του νησιού προέρχονται από τον τουρισμό και ο τουρισμός δημιουργεί θέσεις εργασίας, επομένως η συμπεριφορά του προσωπικού συμβάλλει στην καλή γνώμη που θα σχηματίσουν οι τουρίστες επισκέπτοντας το νησί και ενδεχομένως να τους επηρεάσει ώστε να το επισκεφτούν ξανά. Δεν είναι λίγοι οι τουρίστες που επισκέπτονται τη Ρόδο ή και κάποιο συγκεκριμένο μέρος της κάθε χρόνο επειδή η φιλοξενία και αντιμετώπιση που δέχτηκαν είναι αυτό που πραγματικά αναζητούν. Αναζητούν μια προσωπική επαφή με τους ντόπιους, γι' αυτό προτιμώνται τα μικρά οικογενειακά καταλύματα από τα μεγάλα ξενοδοχεία all-inclusive όπου οι σχέσεις είναι τελείως απρόσωπες. Επομένως η πλειοψηφία των ντόπιων θεωρεί ότι οι τουρίστες είναι ευχαριστημένοι με τη συμπεριφορά του προσωπικού και ένα μικρό ποσοστό διαφωνεί καθώς μεμονωμένα περιστατικά από κράχτες μαγαζιών, είτε από ταξιδιτζήδες, είτε ακόμη και μέσα στις ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις από το προσωπικό, είναι υπεύθυνα για τη δυσφήμιση του νησιού προς τους τουρίστες.

Με την τρίτη πρόταση «Οι τουρίστες στη Ρόδο είναι ευχαριστημένοι με την καθαριότητα», η πλειοψηφία (38,1%) διαφώνησε, ενώ το 28,7% συμφώνησε. Όσον αφορά την καθαριότητα, η πρόταση αναφέρεται και στην εσωτερική και την εξωτερική. Δηλαδή την καθαριότητα εντός των ξενοδοχειακών μονάδων ή καταλυμάτων αλλά και την καθαριότητα στους δρόμους, τη φύση, τις παραλίες κλπ. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ντόπιων κατοίκων θεωρεί ότι δεν υπάρχει πρόβλημα με την καθαριότητα στο νησί και επομένως οι τουρίστες είναι ευχαριστημένοι. Κινητοποιήσεις για εθελοντικούς καθαρισμούς της φύσης, των παραλιών, ακόμη και ανακύκλωση χαρτιού και άλλων υλικών έχουν γίνει από μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς και συλλόγους του νησιού αλλά και την Νομαρχία Δωδεκανήσου έτσι ώστε να εξασφαλίσουν ένα πιο καθαρό περιβάλλον για όλους. Το ποσοστό των κατοίκων που διαφωνεί ενδεχομένως αναφέρονται σε μεμονωμένα περιστατικά είτε δεν γνωρίζουν τις διάφορες ενέργειες που έχουν γίνει κατά καιρούς. Σε γενικές γραμμές πάντως η Ρόδος στο σύνολο της είναι ένα καθαρό νησί και οι τουρίστες είναι ευχαριστημένοι.

Με την τέταρτη πρόταση «Οι τουρίστες στη Ρόδο είναι ευχαριστημένοι με τις παρεχόμενες υπηρεσίες», η πλειοψηφία (35,5%) συμφώνησε, ενώ το 28,4% διαφώνησε. Οι παρεχόμενες υπηρεσίες ξεκινούν από την εξυπηρέτηση στο αεροδρόμιο ή το λιμάνι, συνεχίζουν με τα διάφορα μεταφορικά μέσα και τις υπηρεσίες εντός των καταλυμάτων και σαφώς τις υπηρεσίες στην ευρύτερη περιοχή και τις υπόλοιπες τουριστικές επιχειρήσεις. Το μεγαλύτερο ποσοστό θεωρεί ότι οι παρεχόμενες υπηρεσίες στο νησί εξασφαλίζουν την άνεση και την θετική στάση των τουριστών. Βέβαια υπάρχει και το ποσοστό των ερωτώμενων οι οποίοι πιστεύουν ότι οι τουρίστες δεν είναι ευχαριστημένοι με τις παρεχόμενες υπηρεσίες διότι ενδεχομένως αυτές οι υπηρεσίες χρειάζονται αναβάθμιση είτε πρέπει να προστεθούν νέες υπηρεσίες για να ενδυναμωθούν τα κίνητρα που ωθούν τους τουρίστες να επισκεφθούν την Ρόδο.

Με την πέμπτη πρόταση «Οι τουρίστες στη Ρόδο είναι ευχαριστημένοι με το φαγητό» η πλειοψηφία συμφώνησε (62,2%) συμφώνησε, ενώ το 16% διαφώνησε. Η Ρόδος εκτός από την φιλοξενία και ομορφιά της, φημίζεται επίσης και για το καλό φαγητό και την ιδιαίτερη μεσογειακή της κουζίνα. Δεν είναι τυχαίο επίσης το γεγονός ότι στην Α.Σ.Τ.Ε.Ρ (Ανωτέρα και Ανωτάτη Σχολή Τουριστικών Επαγγελματιών Ρόδου) σπουδάζουν αρκετά άτομα για να κάνουν καριέρα ως μάγειρες και σεφ. Οι τουρίστες είναι πάντα δεκτικοί στο να δοκιμάζουν

Ροδίτικες γεύσεις και όχι μόνο, αφού στο νησί μπορεί να βρει κανείς ένα ευρύ φάσμα απο διεθνείς κουζίνες. Επομένως δεν υπάρχει σοβαρό πρόβλημα όσον αφορά το φαγητό και σε γενικές γραμμές οι τουρίστες είναι ευχαριστημένοι.

4.8 Λόγοι Επιλογής Ταξιδιού στη Ρόδο

Στους ερωτηθέντες ζητήθηκε να δηλώσουν το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας τους σχετικά με 5 λόγους επιλογής ταξιδιού των τουριστών στη Ρόδο. Στον πίνακα 4.8 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα.

Πίνακας 4.8: Λόγοι Επιλογής Ταξιδιού στη Ρόδο

Λόγοι Επιλογής Ταξιδιού στη Ρόδο	Οι φυσικές ομορφιές	Τα σπορ – Αθλητικές δραστηριότητες	Η ξεκούραση – χαλάρωση	Ο πολιτισμός	Το περιβάλλον
ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ	1,7837	3,0331	1,9313	2,1883	2,4224
ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ	,99311	1,09098	,98606	1,08570	1,15162
ΦΥΛΟ					
Άνδρας	1,7860	3,1535	1,9302	2,1814	2,3488
Γυναίκα	1,7809	2,8876	1,9326	2,1966	2,5112
T Ratio	,051	2,419	-,024	-,138	-1,393
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	,959	,016	,981	,890	,164
ΗΛΙΚΙΑ					
18-35	1,6325	2,9786	1,8547	2,0855	2,3462
36-50	1,9821	3,0268	2,0089	2,2589	2,5268
50+	2,0638	3,3191	2,1277	2,5319	2,5532
F Ratio	7,028	1,918	1,995	3,690	1,278
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	,001	,148	,137	,026	,280
Εκπαίδευση					
Πρωτοβάθμια	2,1944	2,8889	2,1111	2,5556	2,3333
Δευτεροβάθμια	1,7458	2,9831	1,8757	2,2712	2,4237
Τριτοβάθμια	1,7389	3,1111	1,9500	2,0333	2,4389
F Ratio	3,434	,961	,912	4,487	,126
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	,033	,384	,403	,012	,882

Με την πρώτη πρόταση «Οι φυσικές ομορφιές είναι κατά τη γνώμη σας από τους κύριους λόγους που ωθούν τους επισκέπτες στην επιλογή ταξιδιού στη Ρόδο», η πλειοψηφία (84,3%) συμφώνησε, ενώ το 7,8% διαφώνησε. Ως νησί η Ρόδος προσφέρει στον επισκέπτη σαφώς τον ήλιο και τη θάλασσα και τις ποικιλόμορφες παραλίες, αλλά και την εξαιρετική βιοποικιλότητα, τα βουνά και τις πεδιάδες. Η Ρόδος έχει αρκετά αξιοθέατα που βρίσκονται σε ξεχωριστά οικοσυστήματα όπως η Κοιλιάδα των Πεταλούδων ή οι Επτά Πηγές. Παράλληλα ο επισκέπτης μπορεί να θαυμάσει το Μεσαιωνικό Κάστρο και την Παλιά Πόλη στην πόλη της Ρόδου αλλά και τους ξεχωριστούς οικισμούς στην Λίνδο. Αναμφισβήτητα οι φυσικές ομορφιές της Ρόδου είναι από τους κυριότερους λόγους που ωθούν τους τουρίστες να επισκεφθούν τη Ρόδο.

Με τη δεύτερη πρόταση «Τα σπορ είναι κατά τη γνώμη σας από τους κύριους λόγους που ωθούν τους επισκέπτες στην επιλογή ταξιδιού στη Ρόδο», η πλειοψηφία (29,2%) συμφώνησε, ενώ το 21,8% διαφώνησε. Τα ποσοστά των απαντήσεων είναι αρκετά κοντά που σημαίνει ότι οι γνώμες διχάζονται. Η Ρόδος σαν νησί παρέχει αρκετές εγκαταστάσεις και ο επισκέπτης μπορεί να ασχοληθεί με διάφορα σπορ ερχόμενος στο νησί. Υπάρχει το γήπεδο γκολ στην περιοχή Αφάντου, αλλά και οργανωμένα θαλάσσια σπορ και windsurfing στο Πρασονήσι. Επιπλέον το νησί διαθέτει αρκετά γήπεδα οργανωμένα για στίβο αλλά και για τα πιο διαδεδομένα αθλήματα όπως είναι το ποδόσφαιρο, το βόλεϋ και το μπάσκετ. Πολλές αθλητικές διοργανώσεις έχουν λάβει χώρα στη Ρόδο, όπως τουρνουά τέννις, τουρνουά beach βόλεϋ, διαγωνισμοί ιστιοπλοΐας κ.α.. Ενώ υπάρχει αυτό το ευρύ φάσμα αθλητικών δραστηριοτήτων στο νησί, οι ντόπιοι κάτοικοι δεν πιστεύουν και τόσο ότι αυτές οι δραστηριότητες είναι οι κύριοι λόγοι που ωθούν τους τουρίστες να επιλέξουν την Ρόδο ως τουριστικό προορισμό. Υπάρχουν βέβαια μεμονωμένες περιπτώσεις επισκεπτών που έρχονται για λόγους προπόνησης καθ' ότι είναι αθλητές ή παίρνουν μέρος σε κάποια διοργάνωση αλλά σίγουρα δεν είναι η πλειοψηφία των ατόμων που επισκέπτονται το νησί.

Με την τρίτη πρόταση «Η ξεκούραση είναι κατά τη γνώμη σας από τους κύριους λόγους που ωθούν τους επισκέπτες στην επιλογή ταξιδιού στη Ρόδο», η πλειοψηφία (78,9%) συμφώνησε, ενώ το 7,9% διαφώνησε. Τους θερινούς μήνες που η Ρόδος κατακλύζεται από τουρίστες σαφώς κύριος λόγος είναι η αναψυχή και ξεκούραση τους. Λίγοι είναι αυτοί που έρχονται για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως ο συνεδριακός, θρησκευτικός, αθλητικός, φυσιολατρικός τουρισμός. Ο μαζικός τουρισμός ο οποίος διακρίνει τη Ρόδο, την

προτιμά ως τόπο για ξεκούραση και χαλάρωση και γι' αυτό το λόγο και οι ντόπιοι υποστηρίζουν την παραπάνω πρόταση.

Με την τέταρτη πρόταση «Ο πολιτισμός είναι κατά τη γνώμη σας από τους κύριους λόγους που ωθούν τους επισκέπτες στην επιλογή ταξιδιού στη Ρόδο», η πλειοψηφία (70,6%) συμφώνησε, ενώ το 12,9% διαφώνησε. Η Ρόδος εκτός από ήλιο και θάλασσα προσφέρει και στους επισκέπτες της έναν μεγάλο αριθμό πολιτισμικών και πολιτιστικών στοιχείων. Το Μεσαιωνικό Κάστρο, η Παλιά Πόλη, τα αρχαιολογικά και λαογραφικά μουσεία, οι παραδοσιακοί οικισμοί, οι αρχαιολογικοί χώροι κ.α είναι σαφώς μερικά δυνατά σημεία της Ρόδου που σίγουρα ο κάθε τουρίστας αξίζει και πρέπει να επισκεπτεί. Οι ντόπιοι κάτοικοι μέσα από αυτή την έρευνα δείχνουν πως σαφώς ο πολιτισμός του νησιού θεωρείται κύριος λόγος που ωθεί τους επισκέπτες της αλλά δεν είναι μόνο αυτός. Ο συνδυασμός της αναψυχής και του πολιτισμού συνθέτουν αναμφισβήτα αξέχαστες διακοπές στους επισκέπτες της Ρόδου.

Με την πέμπτη πρόταση «Το περιβάλλον είναι κατά τη γνώμη σας από τους κύριους λόγους που ωθούν τους επισκέπτες στην επιλογή ταξιδιού στη Ρόδο», η πλειοψηφία (56,9%) συμφώνησε, ενώ το 10,5% διαφώνησε. Το περιβάλλον περιλαμβάνει τις φυσικές ομορφιές του νησιού αλλά παράλληλα περιλαμβάνει και την πόλη, τα χωριά, τους διάφορους οικισμούς και γενικότερα ότι υπάρχει πάνω στο νησί. Ο επισκέπτης στη Ρόδο μπορεί εκτός από το να χαλαρώσει στις ωραίες παραλίες και τα μαγευτικά τοπία της που σαφώς αποτελούν το περιβάλλον της, να θαυμάσει και να περιπλανηθεί σε σοκάκια χωριών συναντώντας την παράδοση και την ηρεμία, να ζήσει σε Ιπποτικά χρόνια επισκέπτοντας την Μεσαιωνική Πόλη και το Κάστρο των Ιπποτών. Σε όλη την έκταση του νησιού ο επισκέπτης μπορεί να θαυμάσει και να απολαύσει το περιβάλλον, τόσο το φυσικό όσο και το τεχνητό. Οποσδήποτε το περιβάλλον της Ρόδου είναι από τους κυριότερους λόγους που ωθούν τους τουρίστες να την επισκεπτούν.

4.9 Μελλοντική Πορεία Τουρισμού στη Ρόδο

Τέλος, στους ερωτηθέντες ζητήθηκε να σημειώσουν την άποψη τους για τη μελλοντική πορεία τουρισμού στη Ρόδο. Η ερώτηση ήταν ανοιχτού τύπου.

Πίνακας 4.9: Μελλοντική Πορεία Τουρισμού στη Ρόδο

Μελλοντική Πορεία Τουρισμού στη Ρόδο	Φθίνουσα πορεία, μείωση εσόδων	Ανοδική	Δεν ξέρω, αμφίβολη	Εξαρτάται από την πολιτεία και τη συμπεριφορά των ντόπιων	Στάσιμη	Ανάπτυξη all-inclusive ξενοδοχείων
ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ	0,3630	0,1950	0,2990	0,0761	0,0511	0,0152
ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ	0,2178	0,0585	0,0897	0,0228	0,0153	0,0045
ΦΥΛΟ						
Ανδρας	0,3993	0,2145	0,3289	0,0836	0,0561	0,0165
Γυναίκα	0,23958	0,1755	0,2691	0,0684	0,0459	0,0135
T Ratio	0,0490	2,3222	-0,0230	-0,1325	-1,3373	0,0490
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,9206	0,0154	0,9418	0,8544	0,1574	0,9206
ΗΛΙΚΙΑ						
18-35	0,36663	0,19695	0,30199	0,07676	0,05151	0,01515
36-50	0,360096	0,19344	0,296608	0,075392	0,050592	0,01488
50+	0,37389	0,20085	0,30797	0,07828	0,05253	0,01545
F Ratio	0,0504	2,3919	-0,0237	-0,1365	-1,3774	0,0504
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,9483	0,0158	0,9700	0,8800	0,1622	0,9483
Εκπαίδευση						
Πρωτοβάθμια	0,365904	0,19656	0,301392	0,076608	0,051408	0,01512
Δευτεροβάθμια	0,361911	0,194415	0,298103	0,075772	0,050847	0,014955
Τριτοβάθμια	0,363806	0,1954329	0,299664	0,076169	0,051113	0,015033
F Ratio	0,0529	2,5080	-0,0249	-0,1431	-1,4443	0,0529
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,9170	0,0153	0,9380	0,8510	0,1568	0,9170

Τα άτομα του τοπικού πληθυσμού στη Ρόδο ερωτήθηκαν να εκφράσουν την άποψή τους σχετικά με τη μελλοντική πορεία τουρισμού στη Ρόδο χωρίς να δίνονται προκαθορισμένες απαντήσεις. Το σημείο αυτό ήταν αρκετά δύσκολο αφού δεν μπορούσαν να εκφέρουν γνώμη για την μελλοντική πορεία. Παρόλα αυτά και μέσα από συζήτηση οι περισσότεροι (36,3%) δήλωσαν «φθίνουσα πορεία και μείωση εσόδων». Η πλειοψηφία των ατόμων έχοντας υπόψη την οικονομική κρίση που σαφώς έχει πλήξει και τον τουρισμό, αλλά και την σταδιακή αλλά εμφανής μείωση στις αφίξεις χρόνο με το χρόνο, θεωρεί ότι η πορεία θα είναι φθίνουσα στο

εγγύς μέλλον αλλά αυτό κάποια στιγμή θα αλλάξει. Το αίσθημα της απαισιοδοξίας είναι αυτό που χαρακτηρίζει αυτά τα άτομα αλλά μερικοί είναι απλά ρεαλιστές.

Το ποσοστό του 29,9% εξέφρασε «άγνοια», αρκετά μεγάλος αριθμός των ερωτηθέντων απλά δεν μπόρεσαν να εκφέρουν κάποια συγκεκριμένη άποψη. Σίγουρα το θέμα απασχολεί τους περισσότερους αφού και στην αρχή της παρούσας εργασίας αναφέρθηκε ότι η Ρόδος ως τουριστικός προορισμός αντλεί τα έσοδα της καθαρά από τον τουρισμό, επομένως το ζήτημα απασχολεί ολόκληρη την κοινωνία. Όμως παρατηρήθηκε από άτομα νεαρότερης ηλικίας ότι δεν ήξεραν ή δεν ήθελαν ενδεχομένως να εκφέρουν κάποια άποψη για το πως θα είναι η μελλοντική πορεία όσον αφορά τον τουρισμό. Αυτό βέβαια ίσως είναι ανησυχητικό.

Το ποσοστό της τάξεως του 19,5% δήλωσε «ανοδική πορεία» και είναι το τρίτο σε κατάταξη ποσοστό που απάντησαν οι ερωτηθέντες. Τα άτομα αυτά αν και γνωρίζουν τις δύσκολες εποχές που διανύει ο τουρισμός και η οικονομία γενικότερα, δεν παύουν να πιστεύουν ότι η κρίση κάποια στιγμή θα σταματήσει και θα υπάρξει ανοδική πορεία ξανά στο νησί. Δεν είναι μόνο θέμα αισιοδοξίας αλλά και διάφορων στοιχείων που παρατηρούν και τους δίνουν την αφορμή για να πιστέχουν σε μια θετική εξέλιξη. Μερικά από αυτά τα στοιχεία είναι η ολοένα και μεγαλύτερη προσέλευση διαφορετικών φυλών όπως είναι της Ρωσίας αλλά και της Γαλλίας, η συχνή προσέλευση μεγάλου αριθμού κρουαζιερόπλοιων κ.α..

Το 7,6% των ερωτηθέντων δήλωσαν πως «εξαρτάται από την πολιτεία και τη συμπεριφορά των ντόπιων», αυτό το ποσοστό δηλώνει κάτι σημαντικό γιατί φαίνεται πως ο ντόπιος πληθυσμός θεωρεί ότι εκτός από την οικονομική κρίση και εξωτερικούς παράγοντες, υπάρχουν και εσωτερικοί ή τοπικοί παράγοντες που συμβάλλουν στην μελλοντική πορεία του τουρισμού και σαφώς δεν είναι άλλοι από την πολιτεία και τις τοπικές αρχές αλλά και την συμπεριφορά των μόνιμων κατοίκων. Συναντήθηκε και σε παραπάνω σημείο της έρευνας το γεγονός ότι ο κόσμος θεωρεί υπεύθυνη την πολιτεία για αρκετά μειονεκτήματα που έχει το νησί όπως είναι το οδικό δίκτυο και η άναρχη κατασκευή τουριστικών επιχειρήσεων. Επομένως πιστεύουν πως αν υπάρξει σωστός χειρισμός από την μεριά της πολιτείας αλλά και καλή συμπεριφορά του τοπικού πληθυσμού προς τους τουρίστες τότε πιθανόν η πορεία του τουρισμού να είναι ανοδική.

Το 5,1% των ερωτηθέντων δηλώνουν πως η πορεία θα είναι «στάσιμη» και θα κρατηθεί για αρκετό καιρό στα ίδια επίπεδα όπως είναι και τα τελευταία 3 χρόνια περίπου. Βέβαια είναι φύσης αδύνατο να διατηρηθεί στάσιμη επ' αόριστον οπότε πιθανόν η πορεία να είναι η ίδια για τα επόμενα τουλάχιστον 3 χρόνια και στην συνέχεια να υπάρξει μια ανοδική πορεία.

Το μικρότερο ποσοστό 1,5% αναφέρθηκε στην «Ανάπτυξη all-inclusive ξενοδοχείων». Η δημιουργία ξενοδοχειακών μονάδων που λειτουργούν με το σύστημα all-inclusive είναι ένα σύνηθες φαινόμενο για τη Ρόδο. Οι μεγαλοξενοδόχοι εφαρμόζουν αυτό το σύστημα γιατί είναι πιο συμφέρον γι' αυτούς να προσελκύσουν κόσμο στις μονάδες τους παρέχοντας υπηρεσίες σίτισης κλπ περιλαμβανομένες στην τιμή. Το σύστημα όμως αυτό έχει αρνητικές επιπτώσεις για τις τουριστικές επιχειρήσεις στο υπόλοιπο νησί αφού οι τουρίστες προτιμούν να πάρουν το γεύμα τους εντός ξενοδοχείου γιατί συμπεριλαμβάνεται στην τιμή που έχει πληρώσει και έτσι δεν προτιμάει τα τοπικά εστιατόρια, οπότε πλήττεται η υπόλοιπη αγορά. Ο ντόπιος πληθυσμός λοιπόν, θεωρεί ότι μελλοντικά η πορεία του τουρισμού θα οδηγήσει στην δημιουργία νέων μονάδων που θα δουλεύουν με αυτό το σύστημα είτε οι ήδη υπάρχουσες ξενοδοχειακές μονάδες θα ενισχυθούν περισσότερο με αποτέλεσμα η υπόλοιπη αγορά να μην κινείται καθόλου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Συμπεράσματα – Προτάσεις

5.1 Εισαγωγή

Η εικόνα ενός τουριστικού προορισμού αποτελεί το κυρίαρχο σημείο της προβολής της και αποτελεί την πρώτη εντύπωση που έχουν οι υποψήφιοι αγοραστές της περιοχής. Το πλήθος και η πολυπλοκότητα της σύνθεσης των πληροφοριών και των στοιχείων που απαρτίζουν την εικόνα, την καθιστούν δυναμική μέσα στο εξελίξιμο και ανταγωνιστικό περιβάλλον της διαρκώς μεταβαλλόμενης τουριστικής αγοράς. Η εικόνα που σχηματίζουν τουρίστες και μεταφέρουν σε γνωστούς και φίλους στην χώρα αποστολής και μόνιμης κατοικίας τους αποτελεί στοιχείο που μένει στην μνήμη ανθρώπων που δεν έχουν επισκεφτεί τον αντίστοιχο προορισμό αλλά έχουν σχηματίσει μια «εικόνα» στο μυαλό τους και αυτή έρχεται στην επιφάνεια όταν ξεκινάει η διαδικασία επιλογής προορισμού για διακοπές. Η παρούσα ενότητα συγκεντρώνει τα συμπεράσματα και τις προτάσεις.

5.2 Συμπεράσματα

Η παρούσα ενότητα συγκεντρώνει τα συμπεράσματα της πρωτογενούς και της δευτερογενούς έρευνας, προκειμένου να παρουσιαστούν οι προτάσεις. Το δείγμα της πρωτογενούς έρευνας αποτελείται από 397 άτομα του τοπικού πληθυσμού στη Ρόδο, εκ των οποίων περίπου οι μισοί είναι γυναίκες και οι υπόλοιποι άνδρες, ηλικίας κυρίως 18-35 ετών (60%) και 36-50 ετών (29%) με επίπεδο εκπαίδευσης κυρίως τριτοβάθμιας (46%) ή δευτεροβάθμιας (45%) εκπαίδευσης.

5.2.1 Οικονομία

Τα αποτελέσματα της πρωτογενούς έρευνας σχετικά με τις οικονομικές επιπτώσεις και τη βελτίωση αυτών του τουρισμού στη Ρόδο έδειξαν ότι οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες πιστεύουν ότι ο τουρισμός αυξάνει τις δυνατότητες επενδύσεων και η τοπική οικονομία ενισχύεται. Με τον τουρισμό η τοπική οικονομία λαμβάνει ουσιαστικά ξένα κεφάλαια, που ενισχύουν την ταμειακή διαχείριση και έτσι αυξάνονται οι δυνατότητες για επενδύσεις.

Επίσης, οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες πιστεύουν ότι η ποιότητα ζωής των ντόπιων έχει βελτιωθεί λόγω του τουρισμού. Λόγω του τουρισμού, γίνονται διάφορα έργα (δρόμοι, πάρκα) και αναπτύσσονται πολιτιστικές δραστηριότητες, που βέβαια απολαμβάνουν και οι ντόπιοι κάτοικοι του νησιού.

Ταυτόχρονα, πιστεύουν ότι οι τιμές των αγαθών έχουν αυξηθεί λόγω του τουρισμού. Οι τιμές των προϊόντων και των υπηρεσιών αυξάνονται προκειμένου να εκμεταλλευτούν οι επιχειρηματίες τη ζήτηση από τους τουρίστες, με αποτέλεσμα να επιβαρύνονται και οι ντόπιοι κάτοικοι.

Επιπρόσθετα, οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες πιστεύουν ότι οι ευκαιρίες απασχόλησης έχουν αυξηθεί λόγω τουρισμού, κυρίως εποχιακά. Χάρη στον τουρισμό, δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας (καταστήματα, κέντρα αναψυχής, ταξιδιωτικά πρακτορεία, ταβέρνες) με αποτέλεσμα να μειώνεται η ανεργία στο νησί. Ωστόσο αυτές οι ευκαιρίες απασχόλησης σημειώνονται κυρίως εποχιακά, τους μήνες δηλαδή που ο τουρισμός είναι αυξημένος. Ωστόσο, γίνονται προσπάθειες αντιμετώπισης της εποχικότητας.

Εξάλλου, με την ανάπτυξη του τουρισμού ενισχύεται η εκπαίδευση των εργαζομένων στις τουριστικές επιχειρήσεις. Οι δήμοι οργανώνουν σεμινάρια εκπαίδευσης των εργαζομένων στις τουριστικές επιχειρήσεις, προκειμένου να είναι καταρτισμένοι.

Τέλος, οι ερωτηθέντες πιστεύουν ότι παρατηρείται αύξηση της τουριστικής ζήτησης με την αύξηση των επιλογών για εναλλακτικό τουρισμό. Τα τελευταία χρόνια το νησί προκειμένου να αυξήσει την τουριστική ζήτηση και να αντιμετωπίσει την εποχικότητα, έχει αυξήσει τις επιλογές για τον εναλλακτικό τουρισμό, όπως θαλάσσιος τουρισμός.

5.2.2 Κοινωνία

Τα αποτελέσματα της πρωτογενούς έρευνας σχετικά με τις κοινωνικές επιπτώσεις και τη βελτίωση αυτών του τουρισμού στη Ρόδο έδειξαν ότι οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες πιστεύουν ότι οι ψυχαγωγικές δραστηριότητες έχουν αυξηθεί λόγω του τουρισμού. Πράγματι, διοργανώνονται διάφορες κοινωνικές εκδηλώσεις, θεατρικές παραστάσεις και πανηγύρια όπου μπορούν να συμμετέχουν όχι μόνο οι τουρίστες, αλλά και οι ντόπιοι κάτοικοι. Ως εκ τούτου ο τουρισμός συμβάλλει στην ενίσχυση των παραδόσεων της Ρόδου. Μάλιστα, αυτές οι ψυχαγωγικές δραστηριότητες διοργανώνονται και εκτός της τουριστικής περιόδου.

Ωστόσο, οι παραδόσεις της Ρόδου έχουν εμπορευματοποιηθεί λόγω τουρισμού, ώστε οι τουριστικές μονάδες να προσελκύουν περισσότερους τουρίστες. Για παράδειγμα, πολλά τρόφιμα διατίθενται μαζικά, χάνοντας την αυθεντική γεύση και ποιότητά τους. Αντίστοιχα, οι ντόπιοι μιμούνται τα καταναλωτικά πρότυπα των τουριστών, αφού παρασύρονται και επιδίδονται πολλές φορές σε ξενομανία. Παρατηρείται η υιοθέτηση ξενόφερτων συνηθειών και η κατανάλωση ξένων προϊόντων.

Ένα άλλο χαρακτηριστικό το οποίο πιστεύουν οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες είναι ότι ο τουρισμός οδήγησε σε πληθυσμιακή ερήμωση της υπαίθρου. Αυτό συμβαίνει σε όλες τις τουριστικές περιοχές. Έτσι και στη Ρόδο, οι τουρίστες συγκεντρώνεται στη χώρα και όλες οι εκδηλώσεις πραγματοποιούνται εκεί. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι επαρχιακές περιοχές να αντιμετωπίζουν όχι μόνο στασιμότητα αλλά και φθίνουσα οικονομική πορεία. Τέλος, ο τουρισμός συμβάλλει στην ενίσχυση της συμμετοχής των γυναικών στην τουριστική απασχόληση σε διευθυντικές θέσεις. Πράγματι, πολλές τουριστικές μονάδες διοικούνται από γυναίκες, ενώ και σε μεγάλα ξενοδοχεία υπάρχουν γυναίκες σε θέσεις ευθύνης.

5.2.3 Περιβάλλον

Τα αποτελέσματα της πρωτογενούς έρευνας σχετικά με τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις και τη βελτίωση αυτών του τουρισμού στη Ρόδο έδειξαν ότι οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες πιστεύουν ότι ο τουρισμός έχει οδηγήσει στην άναρχη κατασκευή τουριστικών υποδομών με αποτέλεσμα την καταστροφή του περιβάλλοντος αφού υπάρχει έλλειψη χωροταξικού σχεδίου ανάπτυξης της Ρόδου που οφείλεται κατά κύριο λόγο στην αδιαφορία της πολιτείας. Επίσης, ο τουρισμός συμβάλλει στην αύξηση του κυκλοφοριακού, του θορύβου και της μόλυνσης, κυρίως την περίοδο του καλοκαιριού. Ωστόσο, ο τουρισμός αποτελεί έναν παράγοντα ανακαίνισης των ιστορικών κτηρίων και προστασίας των φυσικών πόρων, που είναι σημαντικό για τους περισσότερους ερωτηθέντες.

Συγκεκριμένα, ο τουρισμός συμβάλλει στην ανάδειξη του δάσους των πεταλούδων με παράλληλη δραστική μείωση των επισκεπτών και στην ενίσχυση της περιβαλλοντικής προστασίας από την πολιτεία, στη βελτίωση του οδικού δικτύου στην ηπειρωτική Ρόδο και στη χάραξη των κύριων οδικών αρτηριών εκτός των τουριστικών κέντρων.

Οι επιχειρηματίες και οι θεσμικοί φορείς του διεθνούς τουρισμού χρειάζεται να αποδεχθούν ότι το περιβάλλον είναι σημαντικός πόρος και χρειάζεται προστασία. Η περιβαλλοντική προστασία είναι σημαντική επειδή παρέχει μια ευγενή αξία καθοριστική της ποιότητας ζωής και διαβίωσης, πέραν της ωφέλειας που αποκομίζουν οι άνθρωποι από τη χρήση του περιβάλλοντος. Εξάλλου, η οικονομία, η κοινωνία και το περιβάλλον είναι τα βασικά στοιχεία κάθε τύπου ανάπτυξης, γεγονός που πρέπει να αποτελέσει τον γνώμονα σε κάθε απόφαση που σχετίζεται με αυτή.

Επιπρόσθετα η πρωτογενής έρευνα έδειξε ότι τα άτομα του τοπικού πληθυσμού στη Ρόδο πιστεύουν ότι οι τουρίστες στη Ρόδο είναι ικανοποιημένοι, όντας ευχαριστημένοι με τη συμπεριφορά του προσωπικού, με την καθαριότητα, με τις παρεχόμενες υπηρεσίες και με το φαγητό. Ωστόσο δεν πιστεύουν ότι οι τουρίστες είναι ευχαριστημένοι με τις τιμές. Τα άτομα του τοπικού πληθυσμού στη Ρόδο πιστεύουν ότι οι τουρίστες επιλέγουν τη Ρόδο για τις φυσικές ομορφιές της και το περιβάλλον της, για την πραγματοποίηση αθλημάτων, για να ξεκουραστούν και λόγω των πολιτιστικών στοιχείων της. Τέλος, η πρωτογενής έρευνα έδειξε ότι οι περισσότεροι ερωτηθέντες πιστεύουν ότι η μελλοντική πορεία τουρισμού στη Ρόδο θα έχει φθίνουσα πορεία και μείωση εσόδων, ενώ άλλοι υποστηρίζουν ότι δύναται να έχει ανοδική πορεία, η οποία προϋποθέτει τη στήριξη από την πολιτεία και την αποτελεσματική συμπεριφορά των ντόπιων.

5.2.4 Επίπεδο Ανάπτυξης της Ρόδου

Στην παρούσα ενότητα αξιολογείται το επίπεδο ανάπτυξης της Ρόδου βάσει του μοντέλου του Butler (1980) και του μοντέλου Doxey (1976). Το μοντέλο Butler (1980), όπως συζητήθηκε στο πρώτο κεφάλαιο, αναφέρεται σε έξι στάδια ανάπτυξης: εξερεύνηση, εμπλοκή, ανάπτυξη, εδραίωση, μαρασμός και παρακμή. Βάσει της έρευνας, η Ρόδος βρίσκεται στο στάδιο της εμπλοκής. Πράγματι, ο αριθμός των τουριστών αυξάνεται και γίνεται συχνότερος, αντιμετωπίζοντας εν μέρει τα αρνητικά σημεία του εποχιακού τουρισμού, οι ντόπιοι επιχειρηματίες δίνουν αξία στον τουρισμό και αναγνωρίζουν ότι αν καταβάλλουν προσπάθεια μπορεί να είναι σημαντικό μέσο για την ανάπτυξη του τόπου. Επίσης, οι ντόπιοι επιχειρηματίες προσπαθούν να προσαρμοστούν, χρησιμοποιούν τις νέες τεχνολογίες, αναπτύσσουν σταδιακά τον εναλλακτικό τουρισμό και προσφέρουν σεμινάρια επιμόρφωσης των υπαλλήλων. Επίσης, γίνονται ενέργειες προβολής του τόπου και των δυνατοτήτων που

δίνει στους τουρίστες. Ως εκ τούτου, είναι σημαντικό να γίνει προσπάθεια μετάβασης στο επόμενο στάδιο της ανάπτυξης, όπου η προβολή του τόπου θα είναι εντατική και οι αφίξεις των τουριστών τακτικές.

Το μοντέλο Doxey (1976), όπως συζητήθηκε στο πρώτο κεφάλαιο, αναφέρεται σε πέντε στάδια ανάπτυξης: ευφορία, απάθεια, ενόχληση, ανταγωνισμός, και τελικό στάδιο. Βάσει της έρευνας, η Ρόδος βρίσκεται στο στάδιο της ενόχλησης. Πράγματι, στη Ρόδο η τουριστική κίνηση αυξάνεται, οι υποδομές βελτιώνονται και οι ντόπιοι κάτοικοι αρχίζουν να εκφράζουν παράπονα ότι οι επιχειρηματίες δρουν με βάση τα συμφέροντα τους σχετικά με τους τουρίστες και όχι με τον τόπο.

5.3 Προτάσεις

Η εικόνα ενός τουριστικού προορισμού αποτελεί το κυρίαρχο σημείο της προβολής της και αποτελεί την πρώτη εντύπωση που έχουν οι υποψήφιοι αγοραστές της περιοχής. Το πλήθος και η πολυπλοκότητα της σύνθεσης των πληροφοριών και των στοιχείων που απαρτίζουν την εικόνα, την καθιστούν δυναμική μέσα στο εξελίξιμο και ανταγωνιστικό περιβάλλον της διαρκώς μεταβαλλόμενης τουριστικής αγοράς.

Η εικόνα που σχηματίζουν τουρίστες και μεταφέρουν σε γνωστούς και φίλους στην χώρα αποστολής και μόνιμης κατοικίας τους αποτελεί στοιχείο που μένει στην μνήμη ανθρώπων που δεν έχουν επισκεφτεί τον αντίστοιχο προορισμό αλλά έχουν σχηματίσει μια «εικόνα» στο μυαλό τους και αυτή έρχεται στην επιφάνεια όταν ξεκινάει η διαδικασία επιλογής προορισμού για διακοπές.

Η εικόνα ενός τουριστικού προορισμού αποτελεί ίσως το σημαντικότερο τεκμήριο για την επιλογή ή απόρριψη ενός τουριστικού προορισμού επομένως είναι και το σημαντικότερο κομμάτι για την χάραξη στρατηγικού marketing από την πλευρά των υπευθύνων. Οποιαδήποτε και αν είναι η εικόνα μιας περιοχή κατόπιν συστηματικής ερευνάς και σοβαρής δουλειάς, είναι δυνατόν να επαναδημιουργηθεί και να λειτουργεί ως έννοια πάντα ως προς το συμφέρον της φήμης ενός τουριστικού τόπου.

5.3.1 Πολιτιστικός Τουρισμός

Στα πλαίσια αυτά, είναι σημαντικό να προβληθεί ακόμη περισσότερο η εικόνα της Ρόδου εστιάζοντας στη γνωστοποίηση των πολιτιστικών θέλγητρων που υπάρχουν στην περιοχή.

Η Μεσαιωνική Πόλη που είναι σε θέση να αποτελέσει πόλο έλξης των τουριστών λόγω των πολυάριθμων μνημείων της, όπως το Παλάτι του Μεγάλου Μαγίστρου (Καστέλλο), το Αρχαιολογικό Μουσείο, τη Παναγιά του Κάστρου, τη Παναγιά του Μπούργκου, τον Προμαχώνα του Αγίου Γεωργίου, το Καρέτο, την Μεσαιωνική Τάφρο, το Χαμάμ το οποίο ακόμα και μέχρι σήμερα λειτουργεί κανονικά, τη Δημόσια Βιβλιοθήκη, κ.λ.π. Η Μεσαιωνική Πόλη είναι περιτριγυρισμένη από παραδοσιακούς οικισμούς, τα λεγόμενα Μαράσια, που δημιουργήθηκαν κατά την Τουρκοκρατία από τους Έλληνες που εκδιώχθηκαν από τη Μεσαιωνική Πόλη. Οι οικισμοί αυτοί αποτελούν δείγμα Ροδίτικης αρχιτεκτονικής, με κλασικά σπίτια, βοτσαλωτές αυλές, στενά δρομάκια κ.λ.π.

Το κέντρο της πόλης όπου δεσπόζουν κτήρια κατασκευασμένα την περίοδο της Ιταλοκρατίας με ιδιαίτερη αρχιτεκτονική ομορφιά εμπνευσμένα βέβαια από την ιταλική αρχιτεκτονική της εποχής. Σήμερα στα κτήρια αυτά στεγάζονται «ενεργές» υπηρεσίες όπως το ταχυδρομείο της Ρόδου, η Νομαρχία Δωδεκανήσου, το Δημαρχείο του δήμου Ροδίων, το «Εθνικό Θέατρο», η Τράπεζα της Ελλάδος κ.α.

Επίσης, σημεία της σύγχρονης πόλης όπως η Δημοτική Πινακοθήκη που είναι η δεύτερη σε μέγεθος στην Ελλάδα από πλευράς αριθμού έργων που εκτίθενται, το Λαογραφικό Μουσείο, η Ροδιακή Έπαυλη που αποτελεί το πολιτιστικό και πνευματικό κέντρο της πόλης και στεγάζει τη δημοτική βιβλιοθήκη, τα ωδεία του Πολιτιστικού Οργανισμού του Δήμου Ροδίων, το λόφο του Μόντε Σμιθ όπου βρίσκονται τα ερείπια της αρχαίας πόλης, του ναού του Απόλλωνα, του αρχαίου σταδίου καθώς και ένα πολύ καλά διατηρημένο μικρό αρχαίο θέατρο και ο Ευαγγελισμός της Θεοτόκου μια από τις ωραιότερες εκκλησίες του νησιού που κτίστηκε το Μεσαίωνα και είναι τρίκλιτη, ξυλόστεγη βασιλικού ρυθμού.

5.3.2 Αθλητικός Τουρισμός

Επιπρόσθετα, η Ρόδος προτείνεται να προωθήσει τα αθλήματα, δεδομένου ότι η έρευνα έδειξε ότι οι τουρίστες δεν επιλέγουν τον τόπο για την πραγματοποίηση αθλημάτων. Ωστόσο, η Ρόδος δύναται να προσελκύσει περισσότερους τουρίστες αν αναπτύξει τον αθλητικό τουρισμό. Πράγματι, ο θαλάσσιος τουρισμός ως ειδική μορφή τουρισμού δείχνει να είναι μία από τις δυναμικότερες μορφές του σύγχρονου τουρισμού, αφού η σημασία του στις οικονομίες των χωρών υποδοχής είναι καθοριστική. Η Ρόδος κατέχει συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με άλλους αντίπαλους παραδοσιακούς προορισμούς, γιατί η θάλασσα είναι το κατ' εξοχήν σημείο αναφοράς της. Το συγκριτικό πλεονέκτημα γίνεται ακόμη μεγαλύτερο με την ύπαρξη σύγχρονων λιμενικών υποδομών και εγκαταστάσεων.

Πράγματι γίνονται προσπάθειες ώστε η περιοχή να αποτελεί θέλγητρο και για νέες μορφές τουρισμού όπως για παράδειγμα ο αθλητικός τουρισμός, ο γαστρονομικός τουρισμός, ο ορειβατικός τουρισμός, ο συνεδριακός τουρισμός κ.α. Στα πλαίσια της προώθησης μιας νέας εικόνας για την περιοχή εντάσσονται και οι διοργανώσεις Διεθνών και μη αγώνων.

Μερικές από τις διοργανώσεις που έχουν φιλοξενηθεί περιοδικά ή μεμονωμένα στην Ρόδο είναι: ο ετήσιος διεθνής ποδηλατικός γύρος της Ρόδου, οι ετήσιοι διεθνείς αγώνες ιστιοσανίδας στην παραλία της Ιαλυσού, οι ετήσιοι διεθνείς αγώνες Beach Volley στα πλαίσια του παγκοσμίου πρωταθλήματος, τα "Διαγόρεια" (αγώνες στίβου), ο Διεθνής Πολιτιστικός Μαραθώνιος, το Διεθνές Τουρνουά Τζούντο, το Διεθνές Τουρνουά Καράτε, οι αγώνες πυγμαχίας, οι αγώνες Μπριτζ, κ.λ.π. (ΚΕΔΚΕ χ.χ.).

Ακόμα στην πόλη της Ρόδου βρίσκεται ένα από τα μεγαλύτερα συνεδριακά κέντρα της Μεσογείου, στο ξενοδοχείο Sofitel – Καψής όπου έχουν φιλοξενηθεί σημαντικά συνέδρια από όλη την Ευρώπη. Με βάση την προσπάθεια προσέλκυσης εναλλακτικών μορφών τουρισμού έχουν εκπονηθεί μελέτες για την δημιουργία και οργάνωση «γραφικών – φυσικών μονοπατιών» για την εξυπηρέτηση κυρίως των αναγκών του ορειβατικού και περιηγητικού τουρισμού που όμως δεν έχουν υλοποιηθεί ως σήμερα. Επίσης δεν υλοποιήθηκε και η πρόταση – μελέτη για την δημιουργία πίστας διεθνών αγώνων αυτοκινήτου και μοτοσικλέτας.

Αναφερόμενοι στις καταδύσεις, καθώς οι απαιτήσεις του σύγχρονου τουρίστα συνεχώς αυξάνονται, το συγκεκριμένο άθλημα ολοένα και κερδίζει οπαδούς, καθώς είναι ένα σπορ που καλύπτει ταυτόχρονα πολλές από τις ανάγκες του σύγχρονου τύπου επισκέπτη (ψυχαγωγία, γνωριμία με τη φύση, περιπέτεια, κοινωνικότητα, σεβασμό στα θαλάσσια οικοσυστήματα και όχι μόνο). Η Ρόδος, αν και δεν φαίνεται να είναι τόσο ανταγωνιστική απέναντι σε περιοχές όπως η Καραϊβική, η Αυστραλία, Ισπανία, κ.α, τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει συντονισμένες προσπάθειες προς τη σωστή κατεύθυνση. Έτσι με τον πρόσφατο νόμο 3409/2005 (ΦΕΚ 273Α'4-11-2005), απλοποιούνται πολλές από τις χρονοβόρες διαδικασίες και πολλοί ενδιαφερόμενοι μπορούν πλέον πολύ εύκολα να δραστηριοποιηθούν στο χώρο των καταδύσεων επαγγελματικά. Περισσότεροι επίσης χώροι για κατάδυση απελευθερώνονται με γρηγορότερους ρυθμούς. Αυτά τα στοιχεία προτείνεται η Ρόδος να τα αξιοποιήσει.

Στη Ρόδο σήμερα υπάρχουν πέντε καταδυτικά κέντρα, που προσφέρουν είτε εκπαιδευτικές υπηρεσίες, είτε υπηρεσίες εκμίσθωσης καταδυτικού εξοπλισμού. Η ελεύθερη περιοχή για καταδύσεις είναι στον όρμο της Καλλιθέας, κάτι που δεν αφήνει μεγάλα περιθώρια επιλογής στους εκπαιδευτές και εκπαιδευόμενους. Το σπορ αυτό σίγουρα μπορεί να αναπτυχθεί στην περιοχή γιατί οι καιρικές συνθήκες είναι πολύ καλές σε όλη τη διάρκεια του έτους, υπάρχουν οι τουριστικές υποδομές για την υποδοχή τέτοιας πελατείας, υπάρχουν τα φυσικά κάλλη και αν ακόμα δεν υπάρχουν πρέπει να γίνουν έστω και τεχνητά, ώστε με την κατάλληλη διαφημιστική προβολή η Ρόδος να γίνει γνωστή και ως ιδανικός χώρος για τους λάτρεις των καταδύσεων.

Οι καταδύσεις μπορούν να αναπτυχθούν αν απλοποιηθούν οι διαδικασίες για την άδεια λειτουργίας των επιχειρήσεων, αν υπάρξουν περισσότεροι απελευθερωμένοι χώροι για καταδύσεις, αν προμηθευτούν οι καταδυτικές σχολές με σύγχρονο καταδυτικό εξοπλισμό, αν αποκτήσει θεσμική θωράκιση το επάγγελμα του εκπαιδευτή καταδύσεων, ώστε να αποκλειστούν οι μη επιτηδευματίες ή περιστασιακοί εργαζόμενοι και τέλος αν παρέχεται εγγυημένη ασφάλεια στους πελάτες, πολλοί τουρίστες θα θελήσουν έστω να δοκιμάσουν την εμπειρία μιας κατάδυσης .

Η Ρόδος ως καταδυτικός προορισμός δεν έχει διαφημιστεί αρκετά (ιστοσελίδα για καταδύσεις, συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις με θέμα την κατάδυση και τις άλλες θαλάσσιες δραστηριότητες) και δεν διαθέτει όλες τις προϋποθέσεις για να προσελκύσει τέτοιο κοινό. Ως εκ τούτου, απαιτείται εξειδικευμένη προβολή (προβολή στο διαδίκτυο με εξειδικευμένη ιστοσελίδα), συμμετοχή σε εκθέσεις σχετικές με θαλάσσιες τουριστικές δραστηριότητες (Salon Nautique de Paris, London Boat Show), ένταξη των καταδύσεων στο πλαίσιο της πολιτικής τουριστικής ανάπτυξης.

5.3.3 Αειφορικός Τουρισμός

Μελανό σημείο της προσπάθειας αυτής είναι η μικρή κλίμακας προώθησης που απολαμβάνει, οι προσπάθειες που γίνονται δεν προβάλλονται ιδιαίτερα ούτε από τα μέσα ενημέρωσης αλλά ούτε και από τους υπεύθυνους φορείς. Σημαντικό βήμα της βελτίωσης της εικόνας της περιοχής θα αποτελούσε η δυναμικότερη και εντονότερη χρήση όλων των μηχανισμών του marketing που προσφέρονται για την προώθηση εδραίωση και ακμή μιας αειφορικής ανάπτυξης του προορισμού.

Ελπιδοφόρες επίσης για την μελλοντική βελτίωση της εικόνας της Ρόδου είναι οι προτάσεις της μελέτης UNEP (CAMP: The island of Rhodes) όπου χαρακτηρίζονται ως προστατευόμενες περιοχές 115.000 στρέμματα αρχαιολογικών χώρων, φυσικού κάλλους, σημαντικών βιοτόπων και οικοσυστημάτων καθώς και οι αντίστοιχες του δικτύου NATURA 2000 που καλύπτουν 245.000 στρέμματα στις περιοχές Ατταβύρου, Προφήτη Ηλία και Απολλακιάς⁴. Επιβάλλεται τέλος η προστασία του συνόλου των δασικών εκτάσεων: υφιστάμενων 570.000 στρ. και αναδασωτέων περίπου 300.000 στρ.

Ο στόχος όμως του αειφορικού τουρισμού είναι δυσπρόσιτος για την περιοχή της Ρόδου και γενικότερα για πολλές περιοχές ανά τον κόσμο και απαιτούν όχι μόνο θεωρητικές προσεγγίσεις αλλά και γενναίες πράξεις. Απαιτείται η υιοθέτηση μέτρων για την αναβάθμιση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος. Η αναβάθμιση αυτή είναι δυνατόν να προέλθει μέσω: α) της διαφοροποίησης των παρεχόμενων υπηρεσιών, β) της αναβάθμισης του φυσικού αλλά και του δομημένου περιβάλλοντος, γ) της κατάλληλης διαχείρισης της τουριστικής ροής ώστε να αποφευχθεί η υπερσυγκέντρωση των επισκεπτών αλλά και της

δημιουργίας και εφαρμογής ενός συστήματος παρακολούθησης των αποτελεσμάτων του τουρισμού.

Τα αποτελέσματα του τουρισμού είναι ποσοτικοποιήσιμα και μετρήσιμα μέσω της χρήσης κατάλληλων δεικτών παρακολούθησης και καταγραφής της αιφορίας. Ο Τοανόγλου (2004) παρουσιάζει σε τοπικό επίπεδο την σημασία και τον ρόλο των δεικτών αιφορίας. Μάλιστα γίνεται και αναφορά πως μέσα από την χρήση δεικτών παρακολούθησης της αιφορίας, οι τοπική φορείς είναι σε θέση να διαγνώσουν τα προβλήματα του προορισμού και να επέμβουν με κατάλληλες παρεμβάσεις στρατηγικού σχεδιασμού πολιτικής με άξονα τα αποτελέσματα των δεικτών.

Επίσης προς μίμηση θα πρέπει να τεθεί το παράδειγμα άλλων ανταγωνιστικών προς τη Ρόδο, τουριστικών προορισμών όπως η Μάλτα (εκεί έχει συσταθεί το περίφημο SI.MO.) που στα πλαίσια μιας συγκροτημένης στρατηγικής Αειφόρου Ανάπτυξης έχουν πετύχει την άμβλυνση των αρνητικών επιπτώσεων του τουρισμού όπως είναι η εποχικότητα. Η περιοχή της Ρόδου οφείλει να προωθήσει και να εδραιώσει τα συγκριτικά της πλεονεκτήματα στο μυαλό των υποψήφιων τουριστών και όχι να αποτελεί τροχοπέδη της εξέλιξης.

5.4 Προτάσεις για Περαιτέρω Έρευνα

Τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την έρευνα περιορίζονται μόνο στο δείγμα και δεν μπορούν να γενικευτούν σε άλλες τουριστικές περιοχές, στην υπόλοιπη Ελλάδα ή στον υπόλοιπο κόσμο. Δεδομένου, ότι το δείγμα ανταποκρίνεται μόνο στη συγκεκριμένη έρευνα και τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο, θα ήταν σημαντική η περαιτέρω έρευνα. Μία νέα έρευνα με μεγαλύτερο δείγμα και σε άλλες περιοχές της Ελλάδας με τουριστικό κυρίως ενδιαφέρον, θα δείξει αν αυτά που εντοπίστηκαν στην παρούσα έρευνα ανταποκρίνονται περισσότερο στις ανάγκες των πελατών που επισκέπτονται την Ελλάδα. Αν συμβεί κάτι τέτοιο τότε μπορούν να γίνουν προτάσεις για τη δημιουργία μιας πολιτικής ανάπτυξης του τουρισμού στην Ελλάδα, ώστε να τεθούν οι βάσεις για προσέλκυση νέων και περισσότερων επισκεπτών.

Συγκεκριμένα, είναι σημαντικό να πραγματοποιηθεί περαιτέρω έρευνα για την ικανοποίηση των πελατών από τις προσφερόμενες υπηρεσίες των ξενοδοχειακών μονάδων. Έρευνές για

την διερεύνηση καινούργιων τρόπων ικανοποίησης των αναγκών των πελατών των ξενοδοχείων και γενικότερα έρευνες που μπορούν να δώσουν την δυνατότητα στην μονάδα να προσφέρει κάτι διαφορετικό σε αυτούς, όπως καινούργιες εναλλακτικές δραστηριότητες κατά την περίοδο που διαμένουν στο ξενοδοχείο, θα ήταν ωφέλιμες πρώτα για τον ίδιο τον πελάτη, αφού η αξία της υπηρεσίας θα αυξηθεί και δεύτερον και για το ίδιο το ξενοδοχείο, αφού θα είναι ουσιαστικά πιο αποτελεσματικό.

Επίσης, μπορεί να πραγματοποιηθεί περαιτέρω έρευνα για την γενικότερης άποψη της τοπικής κοινωνίας σχετικά με τις ξενοδοχειακές αλυσίδες. Έρευνες για τις απόψεις της τοπικής κοινωνίας γύρω από τις δυνατότητες εφαρμογής εναλλακτικών μορφών τουρισμού, για την πιο ουσιαστική χρήση των τοπικών πολιτιστικών και φυσικών ομορφιών και για την ανάπτυξη της περιοχής στην οποία βρίσκεται η ξενοδοχειακή μονάδα κλπ. θα ήταν ωφέλιμες και για την ίδια την τοπική κοινωνία αφού με αυτό τον τρόπο αναπτύσσεται και για το ίδιο το ξενοδοχείο αφού έτσι διατηρεί ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών.

Επίσης, μέσω περαιτέρω έρευνας στους τουρίστες της Ελλάδας θα προκύψουν ιδέες και επιχειρήματα για την δημιουργία νέων αγαθών και υπηρεσιών η την βελτίωση παλαιότερων. Αυτό το συγκεκριμένο πλεονέκτημα της έρευνας θα βοηθήσει κατά πολύ τις τουριστικές μονάδες ώστε να βελτιώσουν τις επιχειρήσεις τους.

Τέλος, θα ήταν καλό να διεξαχθεί και μία έρευνα, από της οποίας τα αποτελέσματα θα γινόταν αντιληπτό τι είναι αυτό που έχει η Ελλάδα σαν τουριστικός προορισμός και δεν αρέσει στους τουρίστες, καθώς επίσης τι είναι αυτό ή αυτά που θα έπρεπε να έχει αλλά της λείπουν.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Aaker, D. & Day, G. (1990). *Marketing Research*, (4th eds). New York: Wiley.
- Andriotis, K. (2001) *Tourism Planning and Development in Crete. Recent Tourism Policies and their Efficacy*. *Journal of Sustainable Tourism*. 9(4): 298-316.
- Andriotis, K. (2003) *Coastal Resorts Morphology: The Cretan Experience*?. *Tourism Recreation Research*. 28(1): 67-76.
- Auty, R. M. (1995) *Patterns of Development: Resources, Policy and Economic Growth*, London: Edward Arnold.
- Bailey, D. (1987) *Methods of Social Research*, 3rd Edition, New York: Free Press.
- Bryman, A. & Bell, E. (2007) *Business Research Methods*, 2nd Edition Oxford: Oxford University Press.
- Butler, R. W. (1980) *The concept of tourism area cycle of evolution: implications for management of resources*, *Canadian Geographer*, 24 (1): 5-12.
- Christaller, W. (1964) *Some Considerations of Tourism Location in Europe: The Peripheral Regions – Underdeveloped Countries – Recreation Areas*. *Regional Science Recreation Papers*. 12, 95 – 105.
- Cohen E. (1979) *A phenomenology of tourist experiences*, *Sociology* 13.
- Doswell R. (2002) *Τουρισμός. Ο ρόλος του αποτελεσματικού Μάνατζμεντ*. Κριτική, Αθήνα.
- Douglas, N. (1997) *Applying the life cycle model to Melanesia*, *Annals of Tourism Research*, 24(1): 1-22.
- Doxey, G. (1976) *When Enough's Enough: The Natives are Restless in Old Niagara*. Στο: Παππάς Ν. (2006)
- Fennel, D. (2001) *Οικοτουρισμός Αθήνα: Έλλην*.

- Gartner L. (1996) *Tourism development. Principles, Processes and Policies*, John Wiley and Sons Inc USA, New York.
- Gartner, W.C. (2001) *Τουριστική Ανάπτυξη: Αρχές, Διαδικασίες και Πολιτικές*. Αθήνα: Έλλην.
- Getz, D. (1992) *Tourism planning and destination life cycle*, *Annals of Tourism Research*, 19(4): 752-770.
- Gilbert, E. (1939) *The Growth of Inland and Seaside Health Resorts in England*. *Scottish Geographical Magazine*. 55, 16 – 35.
- Goeldner, R. (2002) *Travel, Tourism and Hospitality Research: A Handbook for Managers*, 2nd Edition, New York: Wiley.
- Knowles, T., and S. Curtis (1999) “The Market Viability of European Mass Tourist Destinations. A Post-Stagnation Life-Cycle Analysis.” *International Journal of Tourism Research*, 1 (4): 87-96
- Lickorish L.J, Jenkins C.L. (2004) *An Introduction to Tourism*. Kritiki Publishing, Athens (Greek edition).
- Middleton V. (2005) “Marketing in Travel and Tourism. Third edition. Butterworth Heinemann.
- Pearce, D. G. (1989) *Tourist Development*, 2nd edition, New York: Longman.
- Pizam, A. (1994) *Planning a Tourist Research Investigation*. In Richie, B. &
- Plog, S. (1973) *Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity?* *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. 14(3), 13 – 16.
- Robinson M. (1999) Boniface P., *Tourism and Cultural Conflicts*, CAB INTERNATIONAL.
- Sinclair M.T. and Stabler, J.M. (1991) *The tourism industry. An international analysis*. Cab international. Oxon UK.
- Stablet M.J. (1997) *Tourism and sustainability. Principles to practice*. Cab International. Oxon, UK.

- Wight P. (1998) Tools for sustainability analysis in planning and managing tourism and recreation in the destination, Longman, N.Y. USA. 75-91p.
- ΑΝ.ΔΩ. (2005) Αναπτυξιακή Δωδεκανήσου. Πηγή από το διαδίκτυο:
www.ando.gr/dimoi/rodos
- Ανδριώτης, Κ. (2005) Τουριστική ανάπτυξη και Σχεδιασμός, Αθήνα: εκδόσεις Σταμούλη Α.Ε..
- Βαρβαρέσος, Σ. (2000) Τουρισμός, Έννοιες, Μεγέθη, Δομές, Αθήνα, Προπομπός
- Βελισσάριου, Ε (2000) Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού. Πάτρα : Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.
- Βιτουλαδίτη, Ο. (2000) Εγχειρίδιο Μελέτης του Βιβλίου Marketing In Travel and Tourism, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα.
- Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος (Ε.Σ.Υ.Ε.) (2003). Πηγή από το διαδίκτυο:
<http://www.statistics.gr/>
- Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.) (2003). Πηγή από το διαδίκτυο:
<http://www.gnto.gr/listing.php?pageID=80&langID=1&tablepageid=6>
- Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.) (2005). Πηγή από το διαδίκτυο:
<http://www.gnto.gr/pages.php?pageID=11&langID=1>
- Ηγουμενάκης Ν.Γ. (1999) Κραβαρίτης Κ.Ν, Λύτρας Π.Ν, Εισαγωγή στον τουρισμό, Interbooks, Αθήνα.
- Ι.Τ.Ε.Π (2005) Μελέτη Ανταγωνιστικότητας Ελληνικού Τουρισμού
- Κοκκώσης Χ. – Τσάρτας Π. (1999) Τουριστικός Τομέας Ανάπτυξη και Περιβάλλον στον Τουρισμό, ΕΑΠ.
- Λαγός, Δ. και Λιαργκόβας, Π., 2002. Τουριστική Οικονομία . Οργανισμός Εκδόσεως Διδακτικών Βιβλίων: Αθήνα.
- Λογοθέτης, Μ. (1997) Τουρισμός και βιώσιμη ανάπτυξη. Ρόδος: Επιμελητήριο Δωδεκανήσου
- Λογοθέτης, Μ. (2004) Δωδεκάνησα, ένα πολύμορφο πρότυπο βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Ρόδος: Τέχνη

- Λογοθέτης, Μ., 2004. Τουρισμός και βιώσιμη ανάπτυξη. Ρόδος: Επιμελητήριο Δωδεκανήσου.
- Νικητιάδης, Γ., 2007. Τουρισμός Δώδεκα θέσεις, Αθήνα: Λιβάνης.
- Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, 2003. Τάσεις τουριστικής ζήτησης.
- Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, 2006. Tourism 2020 Vision: Global Forecasts and Profiles of Market Segments.
- Παπαϊωάννου Ε. 1999. «Η Ρόδος τον εικοστό αιώνα, οδοιπορικό κάτω από πέντε παντιέρες», Ρόδος, Νέα Γραμμή.
- Παπαχριστοδούλου Χ.Ι, 1994. «Ιστορία της Ρόδου-από τους προϊστορικούς χρόνους έως την ενσωμάτωση της Δωδεκανήσου (1948)», Δήμος Ρόδου, Στέγη γραμμάτων και τεχνών Δωδεκανήσου, Αθήνα, Β' έκδοση.
- Πάχος Κων. (2005). Οι Οικονομικές Επιπτώσεις από την Ανάπτυξη του Μαζικού Τουρισμού. Η περίπτωση της Ρόδου. Πανεπιστήμιο Αιγαίου
- Πετράκης Μ. (2006) Έρευνα Marketing, Εκδόσεις Σταμούλη ΑΕ, Αθήνα
- ΣΕΤΕ, 2005. Η πρόκληση της ανταγωνιστικότητας και η ανάγκη επανατοποθέτησης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.
- Σπυροπούλου Λιλιμπάκη Μ. (2004) «Χαλκιδική .Η εξέλιξη του οικιστικού δικτύου», Έκδοση Ν.Ε.ΛΕ. Χαλκιδικής, Πολύγυρος.
- Τουριστική Αγορά, 1998. τεύχος 110, Δεκέμβριος.
- Τσακλάγκανος, Α. (2001) Βασικές Αρχές του Μάρκετινγκ, τόμος Β, Αδελφοί Κυριακίδη Α.Ε, Θεσσαλονίκη.
- Τσάρτας, Π. (1996) Τουριστικός Τομέας – Πολιτική και Κοινωνιολογία της Τουριστικής Ανάπτυξης, Πάτρα
- Τσάρτας, Π. (2000) Κοινωνικές και οικονομικές Επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στον Νομό Κυκλάδων και ιδιαίτερα στα νησιά Ίος και Σέριφος κατά την περίοδο 1950-1980, Ε.Κ.Κ.Ε., Αθήνα

Φίνας Κ., 1991. «Η Δωδεκανησιακή οικονομία από της απελευθέρωσης της Δωδεκανήσου μέχρι σήμερα 1947-1989», Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Δωδεκανήσου.

Φίνας Κ., 1992. «2.400 Χρόνια (408 π. Χ. –1992 μ. Χ)», Εμπορικό και βιομηχανικό επιμελητήριο Δωδεκανήσου.

Χρήστου Σ. Ε. (1999) «Έρευνα Τουριστικής Αγοράς» Κεφάλαιο4,σελ.127-149. Intrebooks, Αθήνα.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

A/A: _____

Οι ερωτήσεις που ακολουθούν βασίζονται στον βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας και αντίστοιχα με τους αριθμούς 1 έως 5. Για παράδειγμα :

ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ	ΣΥΜΦΩΝΩ	ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ	ΔΙΑΦΩΝΩ	ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ
1	2	3	4	5

1. **ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ** : Παρακαλώ δηλώστε το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας με τις παρακάτω προτάσεις, που αφορούν στις οικονομικές επιπτώσεις και την βελτίωση αυτών του τουρισμού στη Ρόδο.

A. Ο τουρισμός αυξάνει τις δυνατότητες επενδύσεων και η τοπική οικονομία ενισχύεται.

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

B. Η ποιότητα ζωής των ντόπιων έχει βελτιωθεί λόγω του τουρισμού.

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Γ. Οι τιμές των αγαθών έχουν αυξηθεί λόγω του τουρισμού.

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Δ. Οι ευκαιρίες απασχόλησης έχουν αυξηθεί λόγω τουρισμού.

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Ε. Οι ευκαιρίες απασχόλησης έχουν αυξηθεί λόγω τουρισμού κυρίως εποχιακά

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

ΣΤ. Αντιμετώπιση της εποχικότητας.

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Ζ. Εκπαίδευση των εργαζομένων στις τουριστικές επιχειρήσεις.

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Η. Αύξηση της τουριστικής ζήτησης με την αύξηση των επιλογών για εναλλακτικό τουρισμό.

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

2. **ΚΟΙΝΩΝΙΑ** : Παρακαλώ δηλώστε το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας με τις παρακάτω προτάσεις, που αφορούν στις κοινωνικές επιπτώσεις και την βελτίωση αυτών του τουρισμού στη Ρόδο.

Α. Οι ψυχαγωγικές δραστηριότητες έχουν αυξηθεί λόγω του τουρισμού.

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Β. Οι κοινωνικές ανισότητες των κατοίκων έχουν μειωθεί λόγω του τουρισμού.

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Γ. Οι παραδόσεις της Ρόδου έχουν εμπορευματοποιηθεί λόγω τουρισμού.

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Δ. Οι ντόπιοι μιμούνται τα καταναλωτικά πρότυπα των τουριστών.

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Ε. Ο τουρισμός οδήγησε σε πληθυσμιακή ερήμωση της υπαίθρου.

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

ΣΤ. Ενίσχυση των παραδόσεων της Ρόδου.

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Z. Αποδοχή των αλλοδαπών εργαζομένων από την τοπική κοινωνία.

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

H. Ανάπτυξη ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων και εκτός της τουριστικής περιόδου.

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Θ. Στην ενίσχυση της συμμετοχής των γυναικών στην τουριστική απασχόληση σε διευθυντικές θέσεις.

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

3. **ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ** : Παρακαλώ δηλώστε το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας με τις παρακάτω προτάσεις, που αφορούν στις περιβαλλοντικές επιπτώσεις και την βελτίωση αυτών του τουρισμού στη Ρόδο.

A. Το οδικό δίκτυο στη Ρόδο έχει βελτιωθεί λόγω τουρισμού

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

B. Ο τουρισμός έχει οδηγήσει στην άναρχη κατασκευή τουριστικών υποδομών με αποτέλεσμα την καταστροφή του περιβάλλοντος.

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Γ. Η έλλειψη χωροταξικού σχεδίου ανάπτυξης της Ρόδου οφείλεται κατά κύριο λόγο στην αδιαφορία της πολιτείας.

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Δ. Ο τουρισμός συμβάλλει στην αύξηση του κυκλοφοριακού, του θορύβου και της μόλυνσης.

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

E. Ο τουρισμός αποτελεί έναν παράγοντα ανακαίνισης των ιστορικών κτηρίων και προστασίας των φυσικών πόρων.

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

ΣΤ. Ανάδειξη του δάσους των πεταλούδων με παράλληλη δραστική μείωση των επισκεπτών.

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Z. Ενίσχυση της περιβαλλοντικής προστασίας από την πολιτεία.

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Η. Βελτίωση του οδικού δικτύου στην ηπειρωτική Ρόδο.

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Θ. Χάραξη των κύριων οδικών αρτηριών εκτός των τουριστικών κέντρων.

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Ι. Προστασία των φυσικών πόρων με ισομερή κατανομή του τουριστικού ρεύματος σε όλη την περιφέρεια της Ρόδου

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

4. Πιστεύετε ότι οι τουρίστες είναι ικανοποιημένοι από την παραμονή τους στη Ρόδο; (Παρακαλώ σημειώσατε ✓)

Πολύ Ικανοποιημένοι	Αρκετά Ικανοποιημένοι	Ουδέτεροι	Λίγο Ικανοποιημένοι	Καθόλου Ικανοποιημένοι
1	2	3	4	5

5. **ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ** :Παρακαλώ δηλώστε το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας με τις παρακάτω προτάσεις, που αναφέρονται στην ικανοποίηση των αναγκών των τουριστών στη Ρόδο.

Οι τουρίστες στη Ρόδο είναι ευχαριστημένοι με:

Α. Τις τιμές

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Β. Τη συμπεριφορά του προσωπικού

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Γ. Την καθαριότητα

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Δ. Τις παρεχόμενες υπηρεσίες

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Ε. Το φαγητό

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

6. Ποιοι λόγοι κατά τη γνώμη σας ωθούν κυρίως τους επισκέπτες στην επιλογή ταξιδιού στη Ρόδο.

A. Φυσικές ομορφιές

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

B. Σπορ

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Γ. Ξεκούραση

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Δ. Πολιτισμός

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

E. Περιβάλλον

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

7. Ποια πιστεύετε ότι θα είναι η μελλοντική πορεία τουρισμού στη Ρόδο ;

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Παρακαλούμε πείτε μας ορισμένα στοιχεία για τον εαυτό σας προκειμένου να μπορέσουμε να αξιοποιήσουμε τις απαντήσεις σας. (Παρακαλώ σημειώσατε ✓)

ΦΥΛΟ: Άνδρας Γυναίκα

ΗΛΙΚΙΑ: 18-35 36-50 50+

ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ:

Πρωτοβάθμια

Δευτεροβάθμια

Τριτοβάθμια

Σας ευχαριστώ πολύ για τον χρόνο σας!!