



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ & ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

**Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΡΟΔΟΥ
ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΕΝΤΑΞΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΗΝ
ΕΥΡΩΖΩΝΗ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Εισηγητής: Νικολέτα Σπανού 294

Επιβλέπων: Νικόλαος Τριχάς

©
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 εργασία αυτή έχει σαν σκοπό να μελετήσει την τουριστική ανάπτυξη στην περιοχή της Ρόδου. Στην αρχή γίνεται μια γενική απεικόνιση της έννοιας και της ιστορικής εξέλιξης του τουρισμού. Πιο συγκεκριμένα διασαφηνίζεται η έννοια της τουριστικής ανάπτυξης, της τουριστικής ζήτησης και της τουριστικής προσφοράς καθώς επίσης συγκρίνεται η παγκόσμια αγορά τουρισμού σε σχέση με την ελληνική.

Στην συνέχεια δίνεται έμφαση στην περιοχή της Ρόδου. Παρουσιάζονται στοιχεία για τα αξιοθέατα της, τις υποδομές και άλλες γενικές ιστορικές και τουριστικές πληροφορίες.

Έπειτα επιδιώκεται να γίνει μια ανάλυση όσον αφορά την τουριστική ανάπτυξη της Ελλάδας και ιδιαίτερα της Ρόδου μετά την ένταξη της χώρας μας στην Ευρωζώνη. Αναλύεται η ένταξη της Ελλάδας στην ΟΝΕ και οι ρυθμοί της χώρας μετά την ένταξη στην Ευρωζώνη για να καταλήξουμε στην επιρροή του ευρώ στον τουρισμό της περιοχής και να εξεταστεί η πορεία του πριν και μετά το ενιαίο νομισματικό σύστημα. Με λίγα λόγια πως εξελίχθηκε ο τουρισμός του νησιού κατά την περίοδο της δραχμής και πως μετά την είσοδο στην Ευρωζώνη και αν αυτή η είσοδος επηρέασε θετικά ή αρνητικά τον συγκεκριμένο κλάδο.

Στην συνέχεια εξετάζεται η ποιότητα των επισκεπτών στην περιοχή του νησιού, ανάλογα με την χώρα προέλευσης τους και τα εισοδήματά τους. Επίσης γίνεται μια σημαντική αναφορά σε συγκεκριμένη περιοχή του νησιού που κατακρίνεται για τα χαμηλής ποιότητας τουριστικά χαρακτηριστικά της.

Τέλος, γίνεται μια προσπάθεια να εντοπιστούν οι επιδράσεις της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης στον τουριστικό τομέα. Πως δηλαδή επηρεάστηκαν οι ξενοδοχειακές μονάδες από την κρίση και ποιες άλλες επιπτώσεις παρατηρήθηκαν.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ	3
ΛΙΣΤΑ	
ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	7
1.1 Έννοια του Τουρισμού και του Τουρίστα	7
1.2 Ιστορική Εμφάνιση και Εξέλιξη της Τουριστικής Επέκτασης	9
1.3 Η Έννοια και τα Στάδια της Τουριστικής Ανάπτυξης	12
1.4 Τουριστική Ζήτηση.....	14
1.5 Τουριστική Προσφορά.....	15
1.6 Μορφές Τουρισμού.....	17
1.6.1 Κλασική μορφή τουρισμού.....	17
1.6.2 Εναλλακτικές μορφές τουρισμού.....	18
1.7 Η Παγκόσμια Αγορά Τουρισμού σε Σχέση με την Ελληνική.....	18
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΗΣ ΡΟΔΟΥ	25
2.1 Γενικά Στοιχεία για την Περιοχή.....	25
2.2 Αξιοθέατα	26
2.3 Πρόσβαση (αεροδρόμιο, λιμάνι κλπ)	32
2.4 Τουριστικοί Πόροι.....	33
2.5 Υποδομές.....	34
2.6 Διαχρονικές Αφίξεις στην Περιοχή.....	35
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΡΟΔΟΥ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΕΝΤΑΞΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΗΝ	
ΕΥΡΩΖΩΝΗ	37
3.1 Ένταξη της Ελλάδας στην Ευρωζώνη και στο Διεθνές Νομισματικό Ταμείο.....	37
3.1.1 Η Ελλάδα πριν και η Ελλάδα μετά το Ευρώ (ειδικά για τη Ρόδο).....	37
3.1.2 Ρυθμοί ανάπτυξης της χώρας μας μετά την ένταξη μας στην Ευρωζώνη.....	39
3.2 Η Επιρροή στο Τουρισμό Λόγω της Εισόδου στην Ευρωζώνη.....	40
3.2.1 Ο τουρισμός της περιοχής με τη δραχμή.....	41
3.2.2 Ο τουρισμός της περιοχής με το Ευρώ	51
3.2.3 Ποιότητα τουριστών.....	54
3.2.4 Αύξηση ή μείωση των τουριστικών – ξενοδοχειακών μονάδων ως αποτέλεσμα του Ευρώ(ειδικά για τη Ρόδο).....	57
3.3 Αλλαγές που επέφερε η οικονομική κρίση στον τουρισμό.....	60
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	63
4.1 Εισαγωγή.....	63
4.2 Ποσοτική Έρευνα.....	63
4.2.1 Δειγματοληπτική Μέθοδος της Ποσοτικής Έρευνας.....	63
4.2.2 Το ερωτηματολόγιο της ποσοτικής έρευνας.....	64
4.2.3 Στατιστική ανάλυση των δεδομένων της ποσοτικής έρευνας.....	65
4.2.4 Περιορισμοί της ποσοτικής έρευνας.....	65
4.3 Περίληψη.....	66
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΠΟΣΟΤΙΚΗΣ	
ΕΡΕΥΝΑΣ	67
5.1 Εισαγωγή.....	67

5.2 Χωροταξική κατανομή των ερωτηθέντων επιχειρήσεων του δείγματος.....	67
5.3 Αποτελέσματα στατιστικής ανάλυσης της έρευνας βάσει των απαντήσεων του ερωτηματολογίου.....	68
5.4 Αναλυτικά αποτελέσματα της έρευνας ανά είδος επιχείρησης.....	84
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	90
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	92
Α. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ.....	92
Β. ΕΛΛΗΝΙΚΗ.....	92
Γ. ΠΗΓΕΣ ΑΠΟ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ.....	94
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	94

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1.1 Εξέλιξη Ξενοδοχειακού Δυναμικού Ελλάδας.....	20
Πίνακας 1.2 Γεωγραφική Κατανομή Ξενοδοχειακού Δυναμικού Ελλάδας(2004).....	20
Πίνακας 1.3 Αφίξεις και Κλίνες ανά Έτος.....	21
Πίνακας 2 Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών Αεροπορικώς.....	44
Πίνακας 3.1 Αφίξεις με Πτήσεις Τσάρτερ από την Εθνικότητα το 2008.....	45
Πίνακας 3.2 Εκτίμηση με Βάση των Αριθμό των Μονάδων.....	46
Πίνακας 3.3 Αεροπορική Κίνηση στον Κρατικό Αερολιμένα Ρόδου κατά το 2009.....	47
Πίνακας 3.4 Αφίξεις στον Κρατικό Αερολιμένα Ρόδου κατά Χώρα Προέλευσης το 2009...49	
Πίνακας 3.5 Αεροπορική Κίνηση στον Κρατικό Αερολιμένα Ρόδου το 2009.....	50
Πίνακας 3.6 Ημέρα Μέγιστης Κίνησης στον Κρατικό Αερολιμένα Ρόδου το 2009.....	51
Πίνακας 3.7 Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών	54
Πίνακας 5.1 Ταυτότητα Επιχειρήσεων.....	68
Πίνακας 5.4.1 Αποτελέσματα Έρευνας ανά Κατηγορία Επιχείρησης(Μέσοι όροι).....	84

ΛΙΣΤΑ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1 Οι διακυμάνσεις του τουριστικού τομέα.....	13
Διάγραμμα 2 Τιμές και όγκος τουριστικών προϊόντων.....	15
Διάγραμμα 3 Ποσοστιαία Κατανομή των Διανυκτερεύσεων στα Ξενοδοχεία της Ρόδου κατά Μήνα για τα Έτη 1975,1984,1993,200,2003.....	43
Διάγραμμα 4 Εθνικότητα Τουριστών Ρόδου.....	46
Διάγραμμα 5 Τουριστική Κίνηση στο Φαληράκι κατά το Χρονικό Διάστημα 1993-1999....	55
Διάγραμμα 6 Διανυκτερεύσεις των Τουριστών στην Περιοχή του Φαληρακίου κατά το Χρονικό Διάστημα 1993-1999.....	55
Διάγραμμα 7 Εθνικότητες Τουριστών στα Ξενοδοχεία του Φαληρακίου το Έτος 2001.....	56
Σχεδιάγραμμα 5.1 Πρόταση 1 Ερωτηματολογίου.....	69
Σχεδιάγραμμα 5.2 Πρόταση 2 Ερωτηματολογίου.....	70
Σχεδιάγραμμα 5.3 Πρόταση 3 Ερωτηματολογίου.....	71
Σχεδιάγραμμα 5.4 Πρόταση 4 Ερωτηματολογίου.....	72
Σχεδιάγραμμα 5.5 Πρόταση 5 Ερωτηματολογίου.....	73
Σχεδιάγραμμα 5.6 Πρόταση 6 Ερωτηματολογίου.....	74
Σχεδιάγραμμα 5.7 Πρόταση 7 Ερωτηματολογίου.....	75
Σχεδιάγραμμα 5.8 Πρόταση 8 Ερωτηματολογίου.....	76
Σχεδιάγραμμα 5.9 Πρόταση 9 Ερωτηματολογίου.....	77
Σχεδιάγραμμα 5.10 Πρόταση 10 Ερωτηματολογίου.....	78
Σχεδιάγραμμα 5.11 Πρόταση 11 Ερωτηματολογίου.....	79
Σχεδιάγραμμα 5.12 Πρόταση 12 Ερωτηματολογίου.....	80
Σχεδιάγραμμα 5.13 Πρόταση 13 Ερωτηματολογίου.....	81
Σχεδιάγραμμα 5.14 Πρόταση 14 Ερωτηματολογίου.....	82
Σχεδιάγραμμα 5.15 Πρόταση 15 Ερωτηματολογίου.....	83

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον καθηγητή μου κ. Νίκο Τριχά για την εποπτεία και την σωστή καθοδήγησή του όλο το χρονικό διάστημα της πτυχιακής, καθώς και για την υποστήριξη της αρχικής μου ιδέας στο στάδιο επιλογής του θέματος της παρούσας πτυχιακής εργασίας. Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου και περισσότερο την αδελφή μου που με στήριξε σε όλη την διάρκεια των σπουδών καθώς και τις προσωπικές μου φίλες Μιχαλάτου Μαρία και Χουίρη Μαριάνθη.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΕΥΡΩ

Το ενιαίο νόμισμα που φέρει το όνομα "ευρώ" αποτελεί την νέα νομισματική μονάδα που αντικατέστησε τα εθνικά νομίσματα των χωρών-μελών της Ευρώπης. Το όνομα του ευρωπαϊκού νομίσματος υιοθετήθηκε από το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο στη σύνοδο της Μαδρίτης στις 15 και 16 Δεκεμβρίου, προέρχεται από το όνομα της Ευρώπης και αντικατέστησε τον όρο "ECU" με τον οποίο πλέον υποδηλώνεται γενικά η Ευρωπαϊκή Νομισματική Μονάδα.

Οι υποστηρικτές του προβλέπουν ότι θα ανοίξει μια νέα, χρυσή εποχή για την Ευρώπη, η οποία θα γίνει μια οικονομική υπερδύναμη που θα επισκιάσει τις ΗΠΑ. Από την άλλη μεριά οι πολέμοί του πιστεύουν ότι θα προκαλέσει πανευρωπαϊκή κρίση και θα αναζωπυρώσει τις εθνικές αντιπαραθέσεις. (<http://www.otoe.gr/eurotrain/ereunes/er3meros1.htm>)

Η ένταξη της Ελλάδας στην Ευρωπαϊκή Οικονομική και Νομισματική Ένωση (ΟΝΕ) τον Ιανουάριο του 2001 αποτελεί γεγονός μεγάλης οικονομικής σημασίας που έχει αλλάξει δραστικά το περιβάλλον μέσα στο οποίο οι ελληνικές αρχές ασκούν μακροοικονομική πολιτική. Ως δομική αλλαγή μόνιμου χαρακτήρα η συμμετοχή της χώρας στο ευρωπαϊκό κοινό νόμισμα θα προκαλέσει επιπτώσεις σε όλο το φάσμα του ελληνικού οικονομικού συστήματος. Ορισμένες από αυτές θα εμφανισθούν στον βραχυπρόθεσμο χρονικό ορίζοντα και θα είναι ποσοτικά μετρήσιμες. Άλλες, όπως οι επιπτώσεις σε μεταβλητές που αναφέρονται στον πραγματικό τομέα της οικονομίας, αναμένεται να εμφανισθούν στον μεσοπρόθεσμο/μακροπρόθεσμο χρονικό ορίζοντα και να είναι περισσότερο ποιοτικά παρά ποσοτικά προσεγγίσιμες. (http://www.kepe.gr/Abstracts_gr/argyros.htm)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ: ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.1 Έννοια του Τουρισμού και του Τουρίστα

Οι άνθρωποι φέρνοντας στη σκέψη τους τη λέξη τουρισμός, στη συντριπτικά υπερέχουσα πλειοψηφία τους φαντάζονται δαντελένιες ακρογιαλιές, ορεινούς όγκους με καταπράσινη βλάστηση και πολλά νερά, περιοχές με ενδιαφέροντα εθιμοτυπικά χαρακτηριστικά, ή πολιτιστικές ιδιαιτερότητες κ.λπ. Επίσης φέρνοντας στη σκέψη τους τη λέξη τουρίστας φαντάζονται κάποιον ή κάποιους ανθρώπους που διανύουν μια απόσταση για να επισκεφτούν και να ζήσουν μερικά 24ωρα κάτι από τα παραπάνω. (Δρακόπουλος, 2002 :4)

Όμως, ποιος είναι ο ορισμός του φαινομένου τουρισμός; Παρακάτω θα δούμε κάποιους ορισμούς οι οποίοι έχουν ειπωθεί για τον τουρισμό. Ο όρος τουρισμός όπως ορίζει η διεθνής ακαδημία τουρισμού, είναι το σύνολο των ανθρωπίνων μετακινήσεων και οι δραστηριότητες που προκύπτουν από αυτές. Μάλιστα, ο Ν. Αιγινήτης (2002:14) δίνει τον εξής ορισμό: *«Τουρισμός καλείται η από χώρα σε χώρα ή από τόπο σε τόπο μετάβαση ατόμων σε ομάδες ή μεμονωμένα, με σκοπό μικρή ή μεγάλη, όχι όμως μόνιμη διαμονή, χωρίς άσκηση επαγγέλματος για λόγους αναψυχής»*. Με τον ορισμό αυτό αρχίζουν να εμφανίζονται αρκετοί περιοριστικοί όροι όσον αφορά το μετακινούμενο άτομο αλλά και τις ενέργειες του κατά την μετακίνηση αυτή. Έτσι, έχουμε περιορισμό στη διάρκεια, στη δραστηριότητα και στο σκοπό πραγματοποίησης της μετακίνησης. Χρονικά περιορισμένη διαμονή στο μέρος (τόπος ή χώρα), απαγόρευση άσκησης επαγγέλματος με οικονομικά οφέλη και την αναψυχή σα μοναδικό σκοπό μετακίνησης.

Ο Adrian Bull θεωρεί τον τουρισμό ως *«...μια ανθρώπινη δραστηριότητα, η οποία περιλαμβάνει ανθρώπινη συμπεριφορά, χρήση πόρων, επαφές και σχέσεις με άλλους ανθρώπους, οικονομίες και περιβάλλοντα»*. (Adrian Bull, 2002)

Επίσης, όπως αναφέρεται στο λεξικό Petite Larousse, εμφανίζεται και η έννοια της **τουριστικής οικονομίας**. Σ' αυτό τον τομέα εντάσσεται κάθε προσπάθεια για τη βελτίωση των ξενοδοχείων και την αύξηση του αριθμού τους, την ποιοτική βελτίωση και ποσοτική αύξηση των συγκοινωνιακών μέσων, τον εξωραϊσμό της χώρας, την συστηματοποιημένη επίδειξη των διαφόρων προνομίων, φυσικών καλλονών, αξιοθέατων, ιστορικών και

αρχαιολογικών χώρων και ιαματικών πηγών καθώς και την ίδρυση και οργάνωση λουτροπόλεων και θέρετρων. (Κολτσιδόπουλος, 2000)

Σύμφωνα με την Κοινωνιολογία, **Κοινωνικό Φαινόμενο** είναι όλες οι ομαδικές ανθρώπινες εκδηλώσεις ή ενέργειες χωρίς να λαμβάνεται υπόψη η μορφή και το περιεχόμενο τους σε μια ανθρώπινη κοινωνία. Ο τουρισμός αποτελεί ένα κοινωνικό φαινόμενο το οποίο εκδηλώνεται με την μετακίνηση ατόμων από τον ένα τόπο στον άλλο. Στα πλαίσια αυτής της πανάρχαιας δραστηριότητας που αλλάζει μόνο ποσοτικά, υπάρχουν πολλά κοινωνιολογικά χαρακτηριστικά όπως ο ελεύθερος χρόνος, η κοινωνική διαστρωμάτωση, οι κοινωνικές τάξεις και οι κοινωνιολογικές κατηγορίες που κάνουν τουρισμό, ο κοινωνικός ρόλος του τουρίστα κ.λ.π.

Εκτός από το κοινωνικό φαινόμενο, ο Τουρισμός είναι και μια **ανάγκη**. Στην οικονομική επιστήμη, ανάγκη είναι το αίσθημα έλλειψης που συνοδεύεται από την επιθυμία ικανοποίησης. Η ανάγκη λοιπόν του ατόμου να αλλάξει εικόνες και περιβάλλον, να γνωρίσει άλλου είδους πολιτισμούς, να επικοινωνήσει με άλλους ανθρώπους ή ακόμα και να ακολουθήσει μια μόδα, είναι οι κύριοι παράγοντες ύπαρξης του τουρισμού.

Μάλιστα, ο τουρισμός θεωρήθηκε από τους κοινωνιολόγους ως μια μορφή ομαδικής μετακίνησης με στόχο την αναζήτηση του βαθύτερου νοήματος της ζωής, γεγονός που τον συνέδεσε με τα παλαιότερα ταξίδια των προσκυνητών, σε μια οργανωμένη δραστηριότητα του ελεύθερου στις σύγχρονες κοινωνίες, ως μια μορφή κοινωνικής δράσης με ιδιαίτερα πολιτισμικά χαρακτηριστικά και κίνητρα για τον τουρίστα, ως μια δραστηριότητα με ποικίλες κοινωνικές και πολιτισμικές επιπτώσεις στη χώρα ή την περιοχή που δέχεται τουρισμό, ακόμα ως μια μορφή κατανάλωσης με χαρακτηριστικά συνδεδεμένα με τα κοινωνικά και καταναλωτικά πρότυπα που επικρατούν στις σύγχρονες κοινωνίες και τέλος ως μια μορφή κοινωνικής οργάνωσης ή ένα κοινωνικό φαινόμενο με παράγοντες τους τουρίστες, τους ντόπιους, τις εταιρίες τουρισμού, τους θεσμικούς φορείς και ότι δραστηριοποιείται στον χώρο του τουρισμού.

Τέλος στον τουρισμό παρατηρούμε ότι υπάρχουν ορισμένες ακόμη έννοιες οι οποίες έρχονται σε αντιδιαστολή με το τουριστικό φαινόμενο ως εκδρομή και ο τουρισμός ως μετανάστευση.

Τουρισμός - Εκδρομή. Η έννοια της εκδρομής διαφέρει από αυτή του τουρισμού στο ότι η εκδρομή είναι μετακίνηση από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας σ' έναν άλλο, του οποίου η

απόσταση αλλά και χρονική διάρκεια είναι μικρότερη από την αντίστοιχη του τουρισμού. Συνηθίζεται να λέμε ότι θα κάνουμε ή θα πάμε εκδρομή ανεξάρτητα από την απόσταση που θα διανύσουμε και τον χρόνο που καταναλώσουμε, γιατί η έννοια της αυτή του τουρισμού έχει τα ίδια κοινά στοιχεία, τα οποία όμως διαφέρουν σε μικρολεπτομέρειες που για τους ειδικούς πολλές φορές συγχέονται οι δύο όροι. Η διαφορά έγκειται στο ότι στην εκδρομή η επιστροφή στον τόπο της μόνιμης κατοικίας γίνεται μέσα στο ίδιο το 24ωρο και η απόσταση θα πρέπει να είναι μικρότερη των 100χλμ. Κατ' άλλη εκδοχή ακόμη και αν η χρονική διάρκεια ξεπερνά το 24ωρο, εννοούμε εκδρομή τη μετακίνηση που περιλαμβάνει διανυκτέρευση αρκεί η απόσταση να είναι μικρότερη των 100χλμ. Γενικά, μπορούμε να πούμε ότι η εκδρομή χαρακτηρίζεται από το κοντινό της απόστασης και από τη μικρή διάρκεια του χρόνου παραμονής, ανεξάρτητα αν πραγματοποιείται στην ημεδαπή ή στην αλλοδαπή.

Τουρισμός - Μετανάστευση. Απαραίτητα στοιχεία για να χαρακτηρίσουμε μια μετακίνηση σαν τουρισμό είναι η πρόσκαιρη διαμονή καθώς και η μη άσκηση επαγγέλματος ή η προσπάθεια κάθε μορφής κερδοφόρας οικονομικής ενέργειας. Η μετανάστευση είναι η εγκατάσταση σε μια άλλη χώρα για μόνιμη διαμονή που συνοδεύεται και από άσκηση κάποιου επαγγέλματος με χρηματική αμοιβή. Το στοιχείο της μη επανόδου και το άμεσο οικονομικό όφελος δημιουργούν τις προϋποθέσεις για να χαρακτηριστεί η μετακίνηση αυτή σαν τουρισμούς. Έτσι, μιλάμε για μετανάστευση παρ' όλο ότι η μετακίνηση αυτή περιλαμβάνει στοιχεία της αντίστοιχης τουριστικής. Έχει παρατηρηθεί κατά το παρελθόν στα χρόνια της μαζικής φυγής από την χώρα τους, ανθρώπων στην προσπάθεια τους για καλύτερη τύχη να φεύγουν με την ιδιότητα του τουρίστα και να καταλήγουν μετά την εξεύρεση εργασίας και τη μόνιμη εγκατάστασή τους να είναι πλέον μετανάστες. Στην περίπτωση αυτή αρχικά κάνανε τουρισμό αλλά μόλις εξέλειπαν τα στοιχεία της επανόδου και εμφανιζόταν το άμεσο οικονομικό όφελος ενέπιπταν στην περίπτωση της μετανάστευσης. (Ηγουμενάκης, 2007:4-5)

1.2 Ιστορική Εμφάνιση και Εξέλιξη της Τουριστικής Επέκτασης

Ρίχνοντας μια ματιά στην ιστορική πορεία του ανθρώπινου γένους και με όσα γνωστά ιστορικά στοιχεία υπάρχουν, μπορούμε να αναφέρουμε τις εξής αιτίες με τις αντίστοιχες

εξελικτικές φάσεις μετακίνησης πολιτών με την υποτυπώδη στην αρχή τουρισμού (Παπαβασιλείου, 2006):

➤ Κατά την προϊστορική περίοδο (40.000 - 10.000 π.Χ.) έχουν επισημανθεί μετακινήσεις ανθρώπων σύμφωνα με ευρήματα σπηλαιολόγων, αλλά δεν υπάρχουν την περίοδο αυτή γραπτές μαρτυρίες για το τι ακριβώς συνέβαινε. Υπάρχει το ενδεχόμενο τα ταξίδια αυτά να οφείλονταν στην εσωτερική επιθυμία του ανθρώπου για ταξίδια, μπορεί όμως τα ταξίδια αυτά να γίνονταν και για λόγους επιβίωσης, είτε για αναζήτηση καλύτερης και επαρκέστερης τροφής, είτε λόγω φυγής από τον τόπο τους, επειδή άλλες φυλές του είδους ήταν ισχυρότερες και εξουσιαστικές.

➤ Μετά το 8.000 π.Χ. συγκροτήθηκε η πρώτη οργανωμένη κοινωνία ανθρώπων στη Μεσοποταμία (σημερινό Ιράκ). Κατά την άνθηση της Μεσοποταμίας την περίοδο των πρώτων αυτοκρατόρων (3.500 π.Χ. - 3.000 π.Χ.) είχαν δημιουργηθεί κράτη πόλεις, οδικά δίκτυα, δίκτυα άρδευσης και ύδρευσης, παραγωγή μεγαλύτερη από τις οικογενειακές ανάγκες ώστε να εμφανιστεί και η εμπορική δραστηριότητα και διαμορφώθηκε γενικά μια μορφή αστικής ζωής. Αυτό έβαλε τις βάσεις για τη δημιουργία πολιτισμών που ήταν ταυτόχρονα και κίνητρο ταξιδιών παράλληλα με το εμπόριο.

➤ Από το 1500 και μετά έχουμε την εμφάνιση πολιτισμών και οργανωμένων κοινωνιών (γνωστή και ως πολιτισμική περίοδος). Δημιουργήθηκε ο πολιτισμός της Αιγύπτου των Φαραώ με κορυφαία μνημεία τις πυραμίδες και τη Σφίγγα. Παράλληλα άρχισε να συγκροτείται η Περσική Αυτοκρατορία που έφτανε από την Ινδία μέχρι τη Μεσόγειο και στα Δυτικά η Ρωμαϊκή Αυτοκρατορία με την ίδρυση της πρωτεύουσας Ρώμης και τότε άρχισε ο Ελληνικός πολιτισμός να διαμορφώνει την πρώτη δημοκρατία του κόσμου.

Η ανταλλαγή ταξιδιωτών - εξερευνητών και εμπειρικών γνώσεων μεταξύ των πληθυσμών αυτών δημιούργησε το «πρώτο κύμα τουρισμού» στο οποίο λειτούργησε ανάμικτα η ανάγκη για εξερεύνηση και αναψυχή με την αντικειμενική ανάγκη του εμπορίου και της γνώσης. Είχαν ωστόσο δημιουργηθεί τα πρώτα Χάνια για την φιλοξενία των ταξιδιωτών και τα πρώτα μεταφορικά μέσα (κάρα - πλοιάρια) για την μεταφορά τους.

➤ Η ανάπτυξη του ελληνικού πολιτισμού μετά το 500 π.Χ. αποτέλεσε τη βάση της ανάπτυξης των δυτικών κοινωνιών. Θεμελιώθηκαν και αναπτύχθηκαν: το δημοκρατικό πολίτευμα, η φιλοσοφία, τα μαθηματικά, η αστρολογία, η ιατρική, και ξεκίνησε η ανέγερση πολλών αρχαίων ναών και πολεοδομικών συγκροτημάτων με νέα οικοδομικά υλικά που

χρησιμοποιούνται ακόμα και σήμερα (μάρμαρο, πέτρα κτλ.). Κατά τη προχριστιανική περίοδο αναπτύχθηκαν και άλλες επιστημονικές σκέψεις, αλλά οι Έλληνες ήταν οι μόνοι που άφησαν γραπτά κείμενα των θεωριών τους που χρησιμοποιούνται από επιστήμονες ακόμα και σήμερα. Τα επόμενα χρόνια μέχρι τη γέννησης του Χριστού αναπτύχθηκε η Ρωμαϊκή Αυτοκρατορία που στηρίχθηκε στον Ελληνικό Πολιτισμό και στην ελληνική επιστήμη.

➤ Φτάνοντας στην εποχή συνύπαρξης της Βυζαντινής με την Ρωμαϊκή αυτοκρατορία η ύπαρξη παράλληλων αναπτυγμένων (για την εποχή τους) οδικών δικτύων μεταφοράς και η ασφάλεια που εγγυούνταν ως κράτη οι δύο αυτοί πολιτισμοί αποτέλεσαν τη βάση για τις ασφαλείς μετακινήσεις στρατευμάτων και προμηθειών, αλλά διευκόλυνε και τα ταξίδια των πολιτών από τόπο σε τόπο για διάφορους λόγους (επίσκεψη ναών, παρακολούθηση αθλητικών γεγονότων, καλλιτεχνικών παραστάσεων) και τα ταξίδια απέκτησαν με άλλη διάσταση. Πολύ δε περισσότερο αφού κατά τον Πλάτωνα και τον Αριστοτέλη ο ελεύθερος χρόνος και η αξιοποίηση του θεωρήθηκε ως σημαντικό στοιχείο της ζωής.

➤ Η περίοδος του μεσαίωνα ή περίοδος του εμπορίου, από την γέννηση του Χριστού μέχρι την βιομηχανική επανάσταση στην Αγγλία (περί το 1700 μ.Χ.) χαρακτηρίζεται από την ανάπτυξη των πολιτισμών και της επιστήμης και διαδοχικά από φάσεις παρακμής. Οποσδήποτε όμως χαρακτηρίζεται από τη συνεχιζόμενη ανάπτυξη του εμπορίου που δημιουργεί κύματα ταξιδιωτών κυρίων των κοινωνικών ελίτ, τη δημιουργία αποικιών σε νέες περιοχές, νέες εμπορικές επεκτάσεις απ' αυτή την αιτία, νέα αύξηση των ταξιδιών κ.ο.κ.

➤ Κατά την περίοδο της βιομηχανικής επανάστασης από το 1.700 μ.Χ. μέχρι το 1.900 μ.Χ. με τις νεώτερες τεχνολογίες δημιουργήθηκαν πιο αποτελεσματικά και βελτιωμένα μέσα μεταφοράς. Η «ανώτερη» κοινωνική τάξη στράφηκε σε σημαντικό βαθμό στην περιήγηση και αρχίζουν ταξίδια σε οργανωμένες μικρές ομάδες. Προσφέρονται ταξιδιωτικές υπηρεσίες και ο μαζικός τουρισμός για αναψυχή, περιήγηση, επίσκεψη ιστορικών πολιτισμών, κάνει τα πρώτα του βήματα

➤ Στα πρώτα 40 χρόνια του 20^{ου} αιώνα υπήρξαν σημαντικές τεχνολογικές και συγκοινωνιακές εξελίξεις που θα βοηθούσαν την ανάπτυξη του τουριστικού ρεύματος αλλά η μεγάλη οικονομική κρίση με κορύφωση περί το 1929-1930 καθώς και οι Α΄ Β΄ παγκόσμιοι πόλεμοι δεν επέτρεψαν μια τέτοια σημαντική εξέλιξη. Από το 1950 και μετά η εξέλιξη των κοινωνικό-πολιτιστικών συστημάτων με τη μορφή του κοινωνικού κράτους που στηρίζει τον πολίτη επέτρεψε, από εισοδηματική άποψη, σε πλήθος πολιτών να μπορούν να σχεδιάσουν και να πραγματοποιήσουν ταξίδια αναψυχής.

➤ Οι ρυθμοί αύξησης του τουριστικού ρεύματος κατά το δεύτερο μισό του 20^{ου} αιώνα ήταν θεαματικοί μέχρι την τελευταία δεκαετία 1990 - 2000 όποτε και εμφανίστηκε μια ανακοπή στους ρυθμούς αύξησης του τουρισμού. Κατά συνέχεια το ενδιαφέρον των τουριστικών επιχειρήσεων στράφηκε στην αύξηση της προστιθέμενης αξίας (ποιότητα - τιμές) καθώς και σε υπηρεσίες εναλλακτικών ταξιδιωτικών εμπειριών.

1.3 Η Έννοια και τα Στάδια της Τουριστικής Ανάπτυξης

Η γενική έννοια της ανάπτυξης είναι γνωστή ως μια διαδικασία με στόχο την αύξηση του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος και μέσα απ' αυτή να επιτευχθούν επί μέρους στόχοι όπως: Η βελτίωση της κατοικίας, υγείας, παιδείας, απασχόλησης, τρόπου ζωής, διάσωση του περιβάλλοντος: κ.λ.π. Το επίπεδο του ΑΕΠ αποτελεί μία κατάσταση που είναι συγκρίσιμη με την αντίστοιχη κατάσταση άλλων χωρών, όπου με κριτήριο το κατά κεφαλήν ΑΕΠ οδηγούμαστε στο συμπέρασμα για το ανώτερο ή κατώτερο επίπεδο ανάπτυξης μιας χώρας ή μιας περιφέρειας.

Η τουριστική ανάπτυξη όμως, παρότι εξαρτώνται οι επενδύσεις των υποδομών της από τη γενική οικονομική ανάπτυξη, είναι ένα ειδικότερο θέμα και εξετάζεται ως μια διαδικασία φυσικής αλλαγής που ακολουθεί τρία στάδια (Παπαβασιλείου, 2006):

➤ **Το πρώτο στάδιο** είναι η τυχαία ανακάλυψη από ανήσυχους εξερευνητές ή ταξιδιώτες - τουρίστες μιας περιοχής με ενδιαφέροντα φυσικού κάλλους, πολιτιστικών στοιχείων, ιστορικών στοιχείων κτλ

➤ **Το δεύτερο στάδιο** έρχεται με τη διάδοση της φήμης αυτής της περιοχής. Αυτό επιφέρει αύξηση της τουριστικής κίνησης προς αυτή την περιοχή και οι τοπικοί πληθυσμοί ανταποκρίνονται στην οικονομική αυτή δραστηριότητα με την ανέγερση εγκαταστάσεων και την προσφορά υπηρεσιών που έχουν ανάγκη και ζητούν οι τουρίστες. Αυτές οι εγκαταστάσεις και η προσφορά υπηρεσιών σαν «πακέτο» αποτελούν το **τουριστικό προϊόν** ως οικονομικό αγαθό που ζητείται από τους τουρίστες και προσφέρεται από την οικονομία και την κοινωνία του τόπου υποδοχής

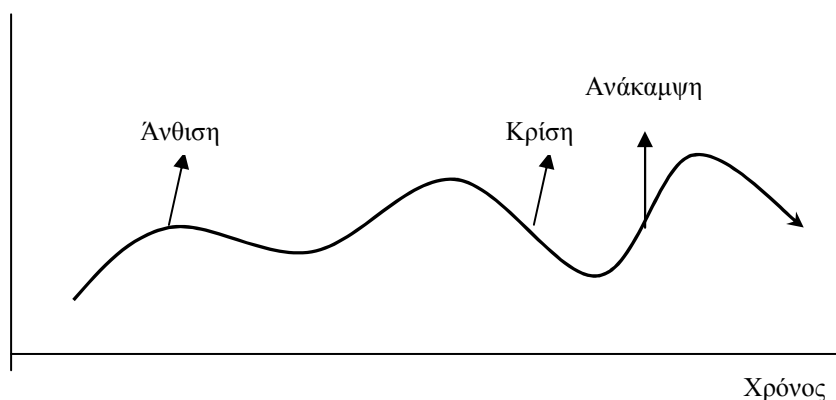
➤ **Το τρίτο στάδιο** αναφέρεται στην έκρηξη ενδιαφέροντος των τουριστών για την περιοχή που είναι παράλληλο αποτέλεσμα τόσο της πολύ εκτεταμένης πλέον φήμης της περιοχής όσο και των συνεχώς μεγαλύτερων και πολυδάπανων εγκαταστάσεων, που σε συνδυασμό με την ειδίκευση του τοπικού πληθυσμού στην προσφορά υπηρεσιών συναποτελούν το τουριστικό προϊόν μιας περιοχής.

Ουσιαστικά όλα τα παραπάνω αποτελούν τα στάδια της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής. Βέβαια, λέγοντας τουριστική ανάπτυξη σύμφωνα με τον William C. Gartner (2001) εννοούμε: «...τη διαδικασία μέσα από την οποία δημιουργούνται εγκαταστάσεις διαμονής τουριστών, οδικά δίκτυα πρόσβασης, ειδικότητες παροχής τουριστικών υπηρεσιών του πληθυσμού, προβάλλονται και διαφημίζονται τοπικά ενδιαφέρονται για τους τουρίστες (κλιματολογικά, περιβαλλοντολογικά, πολιτιστικά, ιστορικά) και συμπεριλαμβάνει τη συνεχή ανανέωση και τον εκσυγχρονισμό όλων αυτών»

Έτσι, όπως στη γενική οικονομική ανάπτυξη έτσι και στην ανάπτυξη του τουριστικού τομέα στην εξελικτική πορεία εμφανίζεται το φαινόμενο των οικονομικών διακυμάνσεων που οφείλεται στους ίδιους λόγους όπου οφείλονται και οι επιχειρηματικοί κύκλοι της μακροοικονομικής ανάλυσης. Δηλαδή, η τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής δεν είναι δυνατόν να βρίσκεται συνεχώς σε μια εκρηκτική ανοδική πορεία. Αυτό συμβαίνει γιατί π.χ. θα ανακαλυφθεί μια δεύτερη περιοχή με τουριστικά ενδιαφέροντα, θα εξελιχθεί η προσφορά τουριστικού προϊόντος σε μια Τρίτη περιοχή κ.ο.κ.

Έτσι, οι τουρίστες διαχέονται με αποτέλεσμα τη μείωση της τουριστικής ζήτησης στην πρώτη αναπτυγμένη περιοχή και ενδεχομένως και την κρίση. Εμφανίζονται έτσι και στον τουριστικό τομέα οι γνωστές διακυμάνσεις.

Διάγραμμα 1: Οι Διακυμάνσεις του Τουριστικού Τομέα



Για να μην πέσει στη στασιμότητα και στην κρίση ο τουριστικός τομέας μιας περιοχής, οφείλει να επιδιώκει συνεχώς την ανανέωση της μορφής και της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος και να προσφέρει ανταγωνιστικές τιμές. Κλείνοντας την έννοια της τουριστικής ανάπτυξης κρίνεται σκόπιμο για την καλύτερη κατανόηση της η ανάλυση των εννοιών της τουριστικής ζήτησης και προσφοράς.

1.4 Τουριστική Ζήτηση

Ουσιαστικά, η ζήτηση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, δηλαδή τουριστικών προϊόντων είναι η προσπάθεια των ανθρώπων να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες. Η τουριστική οικονομία παράγει τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες για να ικανοποιήσει τις ανάγκες αυτές. Σύμφωνα λοιπόν με τα παραπάνω η ζήτηση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών σχετίζεται ή είναι αποτέλεσμα της συμπεριφοράς των καταναλωτών στην προσπάθεια τους να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες. Είναι δύσκολο να πούμε πιο είναι ακριβώς το προϊόν του κλάδου του τουρισμού γιατί συχνά οι τουρίστες θέλουν πράγματα τα οποία δεν είναι εμπορεύσιμα για παράδειγμα ένας λάτρης της κουλτούρας μπορεί να θέσει να «καταναλώσει» τη θέα ιστορικών κτιρίων ή την εμπειρία της καθημερινής ζωής σε μια διαφορετική κοινωνία. Παρόλα αυτά όμως οι περισσότεροι αγοραστές δέχονται ότι τα περισσότερα προϊόντα είναι εμπορεύσιμα. Οι ταξιδιωτικές υπηρεσίες, η εξασφάλιση καταλύματος για την όσο το δυνατόν καλύτερη διαμονή των τουριστών και η μετακίνηση είναι τα στοιχεία όπου φτιάχνουν το πακέτο διακοπών το οποίο είναι 100% εμπορεύσιμο.

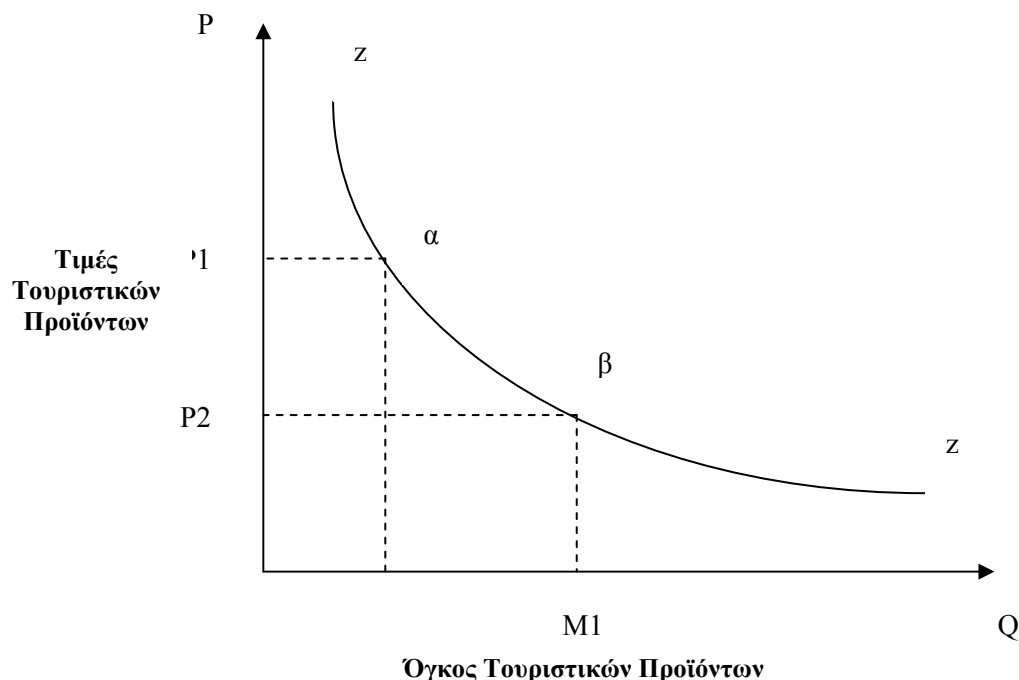
Έτσι λοιπόν μπορούμε να δούμε τα τουριστικά προϊόντα με δυο τρόπους:

1. **Ως ένα συνολικό πακέτο** ή ένα σύνολο συμπληρωματικών προϊόντων που ο αγοραστής βλέπει ως μια απλή αγορά για τις ονειρεμένες του διακοπές, στο οποίο θα σκέφτεται με βάση την καθολική τιμή για ολόκληρο το ταξίδι του και σε περίπτωση αλλαγής της τιμής ενός στοιχείου θα εξαρτηθεί το πόσο σπουδαίο είναι αυτό το στοιχείο στο συνολικό κόστος του πακέτου.
2. **Ως ξεχωριστά προϊόντα**, που ασφαλώς είναι συμπληρωματικά, αλλά εξετάζονται ξεχωριστά από τους τουρίστες όταν παίρνουν τις αγοραστικές αποφάσεις τους.

Έτσι, η πρώτη προσέγγιση αντικατοπτρίζει με μεγαλύτερη ακρίβεια την αγοραστική συμπεριφορά των τουριστών πριν την αγορά στο πλαίσιο της γενικότερης επίλυσης του προβλήματος, ενώ η δεύτερη δείχνει μια συνήθη αγορά π.χ. υπηρεσιών ενοικίασης αυτοκινήτου από έναν επιχειρηματία κατά την διάρκεια κάποιου ταξιδιού.

Επίσης, οι τιμές του τουριστικού πακέτου αποτελούν τον πλέον σπουδαίο παράγοντα της τουριστικής ζήτησης. Εάν αυξηθούν οι τιμές του πακέτου φυσιολογικά μειώνεται η τουριστική ζήτηση της αγοράς στόχου και βέβαια όταν μειώνονται οι τιμές των τουριστικών πακέτων τότε αυξάνεται η τουριστική ζήτηση. Μια τέτοια συμπεριφορά της Τουριστικής ζήτησης σε συνάρτηση με την τιμή του Πακέτου αντλείται από το παρακάτω σχήμα, με το συμπέρασμα της μεγάλης ελαστικότητας, που παρουσιάζει η Τουριστική ζήτηση (Καραγιάννη, 2004:17).

Διάγραμμα 2: Τιμές και όγκος Τουριστικών Προϊόντων



1.5 Τουριστική Προσφορά

Σημαντικά κεφάλαια σε μερικούς τομείς και κυρίως σ' αυτών της μεταφοράς καθώς και της διαμονής σε καταλύματα υψηλής ποιότητας. Η πράξη της προσφοράς προϋποθέτει την προθυμία και την ικανότητα μιας επιχείρησης να αποκτήσει πόρους, μεταξύ των οποίων και αγαθά και υπηρεσίες που παράγουν άλλες επιχειρήσεις, καθώς και να επεξεργαστεί αυτούς τους πόρους για να τους μετατρέψει σε προϊόντα προς πώληση στους καταναλωτές. Οι περισσότεροι αναλυτές, όπως αναφέρεται στο βιβλίο Τουριστική Οικονομία (Ηγουμενάκης,2007:7-8) θεωρούν και τους ρόλους της διοχέτευσης των προϊόντων στην αγορά ως μέρος της προσφοράς.

Η απόφαση των επιχειρήσεων να προσφέρουν προϊόντα στην τουριστική αγορά στηρίζεται στην εκτίμηση της ικανότητας τους να επιτυγχάνουν στόχους. Ακόμα λαμβάνουν υπόψη τους ποία εμπόδια μπορεί να υπάρχουν και αν έχουν τη δυνατότητα να τα υπερπηδήσουν. Στο σύνολο τους, τα εμπόδια για την είσοδο στον τομέα των ταξιδιών δεν είναι ανυπέρβλητα. Τα κυριότερα είναι τα εξής:

- Ο πιο δαπανηρός ίσως τομέας επένδυσης είναι αυτός των κρουαζιέρων όπου μόνο το πλοίο κοστίζει μέχρι και 750 εκατ. δολάρια.
- Η κατοχή αδειών ή εγγυήσεων από την πλευρά των επιχειρήσεων. Αυτό ισχύει στην περίπτωση των ταξιδιωτικών γραφείων και των μεταφορικών εταιριών στις περισσότερες χώρες. Η απελευθέρωση συνήθως απομακρύνει την ανάγκη για εξασφάλιση άδειας για την προσφορά ειδικών προϊόντων Π.χ. πτήσεις charter, μπορεί να συνεχίζουν ακόμα να υπάρχουν γενικές προϋποθέσεις, όπως αυτές που προβλέπουν εξειδικευμένο προσωπικό ή πιστοποίηση της ασφάλειας των οχημάτων.
- Η ανταγωνιστική αντίδραση από τις υπάρχουσες επιχειρήσεις, ειδικότερα των μονοπωλίων που μπορεί να εμποδίσουν την είσοδο με έναν πόλεμο τιμών ή παρόμοιες τακτικές.
- Σχεδιασμός ή άλλοι περιορισμοί εκ μέρους του κράτους στη χρησιμοποίηση των πόρων για τουρισμό, ειδικά για την ανάπτυξη θέρετρων ή τουριστικών πόλων έλξης σε ευαίσθητες περιοχές της φύσης και σε περιοχές με πολιτιστική ή πολιτισμική κληρονομιά.
- Η ανάγκη για «τεχνογνωσία», η οποία τις περισσότερες φορές στον τομέα των ταξιδιών και του τουρισμού δεν αφορά τεχνικές προδιαγραφές, αλλά επιχειρηματική ικανότητα, πολιτιστικές διασυνδέσεις και εμπορικές επαφές. Αυτό μπορεί συνήθως να ξεπεραστεί με την

πρόσληψη του κατάλληλου προσωπικού (Bull, 2002: 52-54).

Ειδικά, στον τομέα του τουρισμού η ανάλυση περιπλέκεται διότι πολλοί επιχειρηματίες θεωρούν ότι δεν είναι παραγωγοί κάποιου τουριστικού προϊόντος αλλά δραστηριοποιούνται μέσα σε ένα διαφορετικό τομέα, όπως ο τομέας της τροφοδοσίας ή του λιανικού εμπορίου. Αν αποκλείσουμε το ενδεχόμενο να προέλθει ολόκληρη η ζήτηση από άτομα που θεωρούνται τουρίστες, οι αντιδράσεις για την προσφορά και τη λήψη αποφάσεων για παραγωγή μπορούν να επηρεαστούν περισσότερο από παράγοντες άλλους παρά από τον τουριστικό κλάδο. Αυτό σημαίνει ότι η αντίδραση τους που αφορά την προσφορά μέσα στον κλάδο του τουρισμού συνολικά σπάνια είναι ομοιογενής, παρά μόνο σε σχέση με τους παράγοντες που επηρεάζουν μια ολόκληρη οικονομία (Παπαβασιλείου, 2006: 8-9).

1.6 Μορφές Τουρισμού

Η αφορμή για να γίνει μια τουριστική μετακίνηση θα πρέπει να είναι η επιθυμία του ανθρώπου να δει έναν νέο τόπο, να ψυχαγωγηθεί και να νιώσει πιο όμορφα από ότι στην καθημερινότητα του. Η απλή αυτή κίνηση του ανθρώπου για αναψυχή είναι η *κλασική μορφή* τουρισμού.

Καθώς μετά το '70 ακολούθησε η θεσμοθέτηση του τουρισμού στον οικονομικό κλάδο έγινε αυτόματα και η μετατροπή του τουρισμού σε καταναλωτικό αγαθό των ανεπτυγμένων κοινωνιών με χαρακτηριστικά και ιδιότητες με πολλά άλλα καταναλωτικά αγαθά. Με την θεσμοθέτηση λοιπόν του τουρισμού σε καταναλωτικό αγαθό δημιουργήθηκαν και άλλοι λόγοι για την μετακίνηση του ανθρώπου. Οι λόγοι αυτοί καθορίζουν τη μορφή τουρισμού και μια ομάδα τουριστικών μετακινήσεων που ονομάζονται *εναλλακτικές ή ειδικές ή ήπιες μορφές* τουρισμού

1.6.1 Κλασική Μορφή Τουρισμού

Οι διακοπές είναι ο πρωταρχικός ρόλος της κλασικής μορφής τουρισμού που εκτός από την ανάπαυση και την ψυχαγωγία περιλαμβάνει τη γνωριμία του τουρίστα με την περιοχή και αυτό γίνεται με την επίσκεψή του σε τουριστικά αξιοθέατα όπως μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, φυσικές καλλονές κλπ. Αυτή η μορφή πραγματοποιείται συνήθως κατά την

καλοκαιρινή περίοδο και είναι και η μεγαλύτερη σε συμμετοχές τουριστών. Η μαζικότητα του κλασικού τουρισμού είναι κάτι που τον διακρίνει, χωρίς να λαμβάνεται υπόψη ο μεμονωμένος τουρισμός στον τουρισμό διακοπών. Η κλασική λοιπόν μορφή τουρισμού είναι η πιο διαδεδομένη και είναι πρώτη στις προτιμήσεις των τουριστών δημιουργώντας την περίοδο αιχμής που διαφέρει ανάλογα με τον τόπο επίσκεψης.

1.6.2 Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού

Η ζωτική ανάγκη των τουριστικών περιοχών για τη διεύρυνση της τουριστικής περιόδου ανάγκασε τους αρμοδίους να προσπαθούν να περάσουν στο καταναλωτικό κοινό τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Έτσι, ουσιαστικά το ίδιο προϊόν πωλείται διαφοροποιημένο κατά ομάδες, χαρακτηριστικών σε διαφορετικές ομάδες τουριστών. Αυτή η ανατρεπτική ιδέα μπορεί να επιμηκύνει την τουριστική περίοδο με αποτέλεσμα τη μείωση της εποχικότητας και της ανεργίας. Κύριο χαρακτηριστικό των εναλλακτικών μορφών είναι ότι σε αντίθεση με την κλασική μορφή των διακοπών ο τουρίστας έχει ένα λόγο ή σκοπό που αυτός δεν είναι η ξεκούραση και αναψυχή.

Η δημιουργία νέων τουριστικών πόλων έλξης και η ανάπτυξη νέων θεματικών τρόπων τουρισμού είναι το ζητούμενο της παρούσας εργασίας π.χ. συνεδριακός τουρισμός, αθλητικός τουρισμός, οικολογικός τουρισμός, yachting, θρησκευτικός τουρισμός κ.α..

1.7 Η Παγκόσμια Αγορά Τουρισμού σε Σχέση με την Ελληνική

Ο τουρισμός είναι ένας από τους περισσότερο δυναμικούς κλάδους της ελληνικής οικονομίας. Αποτελεί βασικό συντελεστή οικονομικής ανάπτυξης και έχει μεγάλη συνεισφορά στο ισοζύγιο εξωτερικών συναλλαγών. Τα τελευταία χρόνια, ο συνολικός αριθμός των αφίξεων ξένων επισκεπτών υπερβαίνει το συνολικό πληθυσμό της χώρας. Το 2005, σύμφωνα μ' όλες τις ενδείξεις σημειώθηκε σημαντική αύξηση της δραστηριότητας του τομέα, ο οποίος ωφελήθηκε από την διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων. Το Παγκόσμιο Συμβούλιο Τουρισμού και Ταξιδιών εκτιμά την συνεισφορά του τομέα στο ΑΕΠ σε 7,2% και στην συνολική απασχόληση σε 18,2% (ΕΣΥΕ - Βάση Δεδομένων Πανεπιστημίου Μακεδονίας).

Παρά το γεγονός ότι το ελληνικό τουριστικό προϊόν κατέχει σημαντική θέση στην παγκόσμια τουριστική αγορά, εντούτοις παρουσιάζει προβλήματα ιδιαίτερης διαρθρωτικής φύσης (συγκέντρωση προσφοράς, εποχικότητα, ανεπάρκεια ειδικών υποδομών κλπ.). Ωστόσο, οι προτεραιότητες της εθνικής τουριστικής πολιτικής για το μέλλον επικεντρώνονται στην αναβάθμιση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος και στον εμπλουτισμό αυτού, στην περιφερειακή ανάπτυξη, σε ζητήματα χωροταξικού ενδιαφέροντος, αλλά και στην ενίσχυση του ρόλου της τοπικής αυτοδιοίκησης στην υποστήριξη και προστασία της τουριστικής δραστηριότητας.

Μια νέα αναπτυξιακή δυναμική στον κλάδο αναμένεται να προσδώσει ο αρμονικός συνδυασμός του real estate με την ξενοδοχειακή βιομηχανία. Πρόκειται για σύνθετα αναπτυξιακά προγράμματα, τα οποία θα αποτελέσουν το νέο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης για την ερχόμενη 20ετία. Στην ουσία, πρόκειται για επιχειρηματικά σχέδια άρρηκτα συνδεδεμένα με την ανέγερση πολυτελών ξενοδοχείων, παραθεριστικών κατοικιών και εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής. Επίσης, οι προοπτικές που ανοίγονται για την ελληνική τουριστική αγορά, φαίνεται να αναθερμαίνουν το ενδιαφέρον για επενδύσεις στην Ελλάδα αρκετών ξένων ισχυρών ξενοδοχειακών ομίλων.

Το έτος 2004 υπήρξε ορόσημο για τον ξενοδοχειακό κλάδο (Επίσημα Στοιχεία ICAP για τον ξενοδοχειακό κλάδο, μελέτη 2006) της χώρας, καθώς, εν όψει των Ολυμπιακών Αγώνων, ολοκληρώθηκαν σημαντικά επενδυτικά σχέδια. Αυτά όχι μόνο αναβάθμισαν την υπάρχουσα ξενοδοχειακή υποδομή, αλλά και δημιούργησαν και νέες μονάδες υψηλού επιπέδου. Με βάση τα στοιχεία του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου, οι μονάδες που λειτούργησαν σε ολόκληρη τη χώρα το 2004 ανήλθαν σε 8.899 έναντι 6.423 το 1990 (2.476 νέα ξενοδοχεία σε διάστημα 15 ετών). Σχετικά δε με την κατανομή του ξενοδοχειακού δυναμικού της χώρας κατά κατηγορία, τα περισσότερα σε αριθμό είναι τα ξενοδοχεία Γ' κατηγορίας τα οποία και ανήλθαν το 2004 σε 4.473 (μερίδιο 50,3%)

Ακολούθησαν τα ξενοδοχεία Δ' & Ε' κατηγορίας με 1.731 μονάδες (μερίδιο 19,5%) και τα ξενοδοχεία Β' κατηγορίας με 1.660 μονάδες (μερίδιο 18,7%). Τα ξενοδοχεία Α' κατηγορίας ήταν αρκετά λιγότερα το 2004 (896 μονάδες), ενώ ακόμη λιγότερα είναι τα Πολυτελείας (139 μονάδες). Αναφορικά με τη γεωγραφική κατανομή του συνόλου των ξενοδοχειακών κλινών της χώρας, σύμφωνα με στοιχεία του 2004 επί συνόλου 668.271 κλινών, στην περιφέρεια της Κρήτης λειτουργούσαν 140.502 κλίνες (μερίδιο 21%).

Ακολουθούν οι περιφέρειες της Δωδεκανήσου με 112.990 κλίνες (μερίδιο 16,9%) και της Στερεάς Ελλάδας με 93.654 κλίνες (μερίδιο 14,%).

Πίνακας 1.1: Εξέλιξη ξενοδοχειακού δυναμικού Ελλάδας

Έτος	ΑΑ'	Α'	Β'	Γ'	Δ' & Ε'	Σύνολο
1990	45	470	1.571	2.722	1.615	6.423
1991	46	515	1.674	2.840	1.572	6.647
1992	46	560	1.773	2.910	1.567	6.856
1993	51	629	1.896	2.923	1.636	7.135
1994	52	595	1.294	3.592	1.637	7.170
1995	60	621	1.328	3.719	1.659	7.387
1996	62	656	1.362	3.750	1.647	7.477
1997	65	681	1.405	3.615	1.628	7.394
1998	72	728	1.449	3.870	1.666	7.785
1999	77	745	1.456	3.907	1.671	7.856
2000	79	766	1.474	3.967	1.650	7.936
2001	90	816	1.543	4.189	1.646	8.284
2002	97	847	1.579	4.329	1.658	8.510
2003	104	870	1.613	4.403	1.699	8.689
2004	139	896	1.660	4.473	1.731	8.899

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο

Πίνακας 1.2: Γεωγραφική κατανομή ξενοδοχειακού δυναμικού Ελλάδας (2004)

Περιφέρεια	Μονάδες	Κλίνες
Στερεά	1.260	93.654
Πελοπόννησος	688	44.871
Ιόνιο	853	80.157
Ήπειρος	244	10.797
Αιγαίο	404	21.858
Κρήτη	1.492	140.502
Δωδεκάνησα	988	112.990
Κυκλάδες	888	39.458
Θεσσαλία	553	26.706
Μακεδονία	1.439	91.797
Θράκη	90	5.481
Σύνολο	8.899	668.271

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο

Η εξέλιξη της ξενοδοχειακής υποδομής στην Ελλάδα θα πρέπει να εξετασθεί παράλληλα με το ρυθμό εξέλιξης της τουριστικής κίνησης στη χώρα. Με βάση τα στοιχεία του ΕΟΤ, το 2003 το οποίο είναι το τελευταίο έτος για το οποίο υπάρχουν τελικά στοιχεία, καταγράφηκαν 14,8 εκ. αφίξεις αλλοδαπών, έναντι 14,9 εκατ. αφίξεων το προηγούμενο έτος.

Οι δύο σημαντικότερες αγορές για το ελληνικό τουριστικό προϊόν, είναι η Βρετανία και η Γερμανία. Συγκεκριμένα, το 2003 στη χώρα μας αφίχθησαν 3 εκατ. Βρετανοί και 2,3 εκατ. Γερμανοί με μερίδια επί του συνόλου των αφίξεων 20,3% και 15,3% αντίστοιχα. Ακολούθησαν οι Ιταλία (5,9%), Γαλλία (4,8%) και Ολλανδία (4,3%), ενώ από την ΕΕ προήλθε το 63,1% των συνολικών αφίξεων στη χώρα. Επίσης, η πλειοψηφία των αλλοδαπών τουριστών που επισκέπτονται τη χώρα μας επιλέγει ως μέσο μεταφοράς το αεροπλάνο καθώς με βάση τα στοιχεία του 2003 το 70,5% του συνολικού αριθμού των αφιχθέντων ταξίδεψε αεροπορικώς.

Πίνακας 1.3: Αφίξεις και Κλίνες ανά Έτος

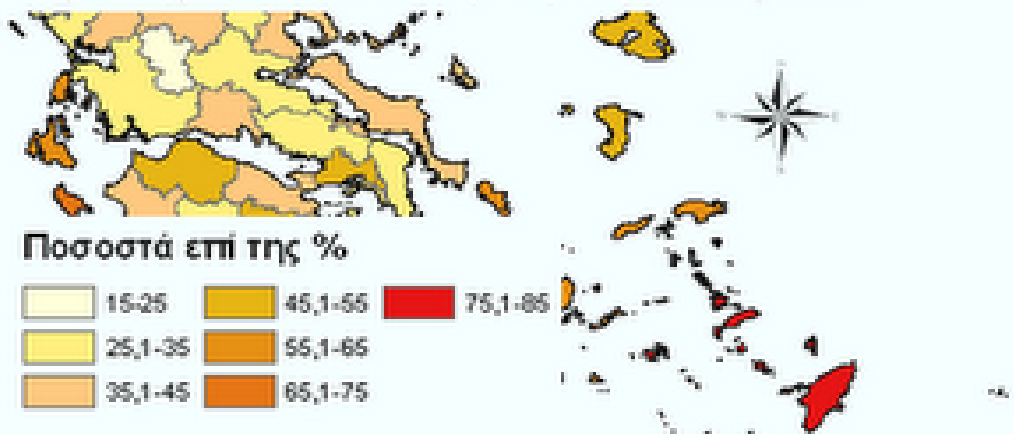
Έτος	Αφίξεις	Κλίνες	Αφίξεις/κλίμη
1960	400.000	55.000	7,3
1970	1.455.000	119.000	12,2
1980	5.271.000	278.000	19,0
1990	9.310.000	423.660	22,0
1995	10.712.145	533.818	20,1
1996	9.782.061	548.785	17,8
1997	10.588.489	561.068	18,9
1998	11.363.822	576.876	19,7
1999	12.605.928	853.814	21,6
2000	13.567.453	586.372	23,1
2001	14.678.688	608.140	24,1
2002	14.918.177	625.155	23,9
2003	14.784.560	644.898	22,9

Πηγή: ΕΟΤ /ΕΣΥΕ/ΞΕΕ

Όσον αφορά τον αριθμό των συνολικών διανυκτερεύσεων στα διάφορα καταλύματα της χώρας, μείωση κατά 2,4% εμφανίζουν οι διανυκτερεύσεις το 2003 σε σχέση με το 2002 (ποσοστό μείωσης 2,4%) έναντι ακόμη μεγαλύτερης μείωσης το 2002 σε σχέση με το 2001 (5,1%). Οι αλλοδαποί τουρίστες αποτελούν τη βασικότερη κατηγορία πελατών για τα ξενοδοχεία της χώρας καθώς αντιπροσωπεύουν το 74,1% του συνόλου των διανυκτερεύσεων για το 2003, ενώ έντονος είναι ο παράγων της εποχικότητας καθώς οι μήνες Ιούλιος, Αύγουστος και Σεπτέμβριος συγκεντρώνουν το 52,8% του συνόλου των διανυκτερεύσεων κατά το 2003.

ΕΘΝΙΚΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΤΜΗΜΑ ΧΑΡΤΟΓΡΑΦΙΑΣ

Πληρότητα κλινών στα συλλογικά τουριστικά καταλύματα
ξενοδοχειακού τύπου (πλήν κάμπινγκ) έτους 2006



Πληρότητα τουριστικών καταλυμάτων- Στοιχεία ΕΣΥΕ
(evoikos.blogspot.com/2008_11_23_archive.html)

Αναφορικά με τον τουρισμό σε παγκόσμιο επίπεδο η τουριστική δραστηριότητα διογκώνεται ραγδαία ως οικονομικό, κοινωνικό και πολιτισμικό φαινόμενο και αποκτά νέα ποιοτικά χαρακτηριστικά, υπό το καθεστώς ενός διαρκώς εντεινόμενου διεθνούς ανταγωνισμού. Ειδικότερα, αναμένεται να συνεχίσει να αυξάνεται παγκόσμια μεσοπρόθεσμα με ετήσιο ρυθμό άνω του 6%. Η εκτίμηση αυτή, αν συνδυαστεί με το γεγονός ότι το 1/3 περίπου της τουριστικής δραστηριότητας έχει ως προορισμό την Ευρώπη, αναδεικνύει μια συνεχιζόμενη ανοδική πορεία στην ευρύτερη περιοχή μας. Άλλωστε οι μακροχρόνιες προβλέψεις (και για τη Μεσόγειο) είναι θετικές.

Οι αλλαγές που συντελούνται στην παγκόσμια τουριστική αγορά έχουν άμεσα αποτελέσματα στα χαρακτηριστικά, τον τρόπο διάθεσης και τις απαιτήσεις για τη διαμόρφωση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Ιδιαίτερα επισημαίνεται η αυξημένη ζήτηση κατοικίας σε οργανωμένα συγκροτήματα τουρισμού καθώς και μορφών διαχείρισης τουριστικών καταλυμάτων (π.χ. condo hotels) στη λογική της πώλησης ή και της μακροχρόνιας μίσθωσης σε τρίτους, ενός ποσοστού της τουριστικού συγκροτήματος υπό τη μορφή ανεξάρτητων διαμερισμάτων ή κατοικιών που χρησιμοποιούνται από τον φορέα της τουριστικής επιχείρησης ως τμήμα του ξενοδοχείου δυνάμει μισθωτικών συμβάσεων που συνάπτονται μεταξύ αυτού και των κυρίων των δημιουργούμενων αυτοτελών ιδιοκτησιών.

Επίσης, η έλλειψη κοινής τουριστικής πολιτικής στο πλαίσιο της ΕΕ, δυσχεραίνει τη σχεδιασμένη τουριστική ανάπτυξη της χώρας, μειώνει τις δυνατότητες προγραμματισμού και ελέγχου επί της τουριστικής πολιτικής, περιορίζει τη δυνατότητα της να υποστηρίξει με υποδομές τη χωρική διάχυση και την ποιοτική αναβάθμιση της τουριστικής δραστηριότητας, ενώ ταυτόχρονα οξύνει τους κινδύνους που προέρχονται από τις απαιτήσεις που διαμορφώνει ο διεθνής ανταγωνισμός,

Το σύνολο των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της χώρας (πολιτισμικό κεφάλαιο, κλίμα, πολυνησιακός χαρακτήρας, μήκος και ποιότητα των ακτών, ποικιλία και έντονη εναλλαγή της μορφής και του είδους των πόρων, πυκνότητα και ποικιλία των περιοχών ιδιαίτερου φυσικού κάλλους), την καθιστούν μοναδική στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη ως προς τις δυνατότητες ανάπτυξης των περισσότερων από τις σύγχρονες μορφές τουρισμού και μάλιστα υψηλών απαιτήσεων. Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της χώρας θα αναλυθούν εκτενέστερα στο τρίτο κεφάλαιο.

Τα κύρια χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού είναι:

- Η απήχηση της χώρας κυρίως στις αγορές της Δυτικής Ευρώπης.
- Η επικράτηση του μαζικού τουρισμού και η περιορισμένη ανάπτυξη άλλων μορφών τουρισμού.
- Η περιβαλλοντική υποβάθμιση σε μερικούς προορισμούς.
- Η έντονη εποχικότητα που καθιστά αναγκαίο τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος με δραστηριότητες που επιμηκύνουν την τουριστική περίοδο (προώθηση αστικού τουρισμού, συνεδριακού τουρισμού, τουρισμού γκολφ).
- Η μειωμένη προσβασιμότητα των προορισμών.
- Η κυριαρχία του αεροπλάνου ως μέσου άφιξης αλλοδαπών επισκεπτών.
- Το μη ικανοποιητικό επίπεδο υπηρεσιών, η απαξίωση σημαντικού ποσοστού των τουριστικών καταλυμάτων παρά την επιχειρούμενη αργή αλλά σταθερή ποιοτική αναβάθμιση του ξενοδοχειακού δυναμικού βάσει νέων πρότυπων, οι ελλείψεις σε ειδικές τουριστικές υποδομές καθώς και οι δυσλειτουργίες (κυκλοφοριακή συμφόρηση, έλλειψη χώρων στάθμευσης κ.λπ.) που παρουσιάζουν πολλοί τουριστικοί προορισμοί με την παρεπόμενη υποβάθμιση του περιβάλλοντος.

- Η ριζική ανασυγκρότηση της προβολής της στις διεθνείς αγορές και η ανάδειξη νέων μορφών τουρισμού.

Τέλος, με τον κατάλληλο χωρικό σχεδιασμό η τουριστική ανάπτυξη μπορεί να επηρεάσει θετικά ένα σημαντικό τμήμα των λοιπών παραγωγικών δραστηριοτήτων μιας περιοχής. Η υιοθέτηση ενός επιστημονικά ολοκληρωμένου χωροταξικού σχεδιασμού αποτελεί προϋπόθεση για την ορθολογική ανάπτυξη των ανθρώπινων δραστηριοτήτων (μεταξύ των οποίων ο τουρισμός στο χώρο). Ο χωροταξικός σχεδιασμός προσφέρει ένα επιχειρησιακό πλαίσιο αναφοράς για την αναζήτηση συμπληρωματικότητας και συνέργιας στις επιμέρους τομεακές πολιτικές καθώς και για τη διευθέτηση των ενδεχόμενων συγκρούσεων ως προς τη χρήση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων και ιδίως ως προς τις χρήσεις γης. Ουσιαστικά, η οργάνωση της τουριστικής ανάπτυξης μέσω του χωροταξικού σχεδιασμού που βασίζεται στις αρχές της αειφόρου και ισόρροπης ανάπτυξης, συμβάλλει στη δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης των επενδυτών και αναδεικνύει τη χώρα σε ώριμο τουριστικό προορισμό (Επίσημα Στοιχεία ICAP για τον ξενοδοχειακό κλάδο, μελέτη 2006).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ: Η ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΗΣ ΡΟΔΟΥ

2.1 Γενικά Στοιχεία για την Περιοχή

Σύμφωνα με τη μυθολογία του Πινδάρου, όταν ο Δίας νίκησε τους Γίγαντες και έγινε άρχοντας της γης, αποφάσισε να την μοιράσει στους θεούς του Ολύμπου.

Κατά τη διάρκεια της μοιρασιάς όμως δεν ήταν εκεί ο θεός Ήλιος ο οποίος παραπονέθηκε πως τον ξέχασαν και ζήτησε από τον Δία να του δώσει μία γη που θα προβάλλει μέσα από τη θάλασσα. Την ώρα που μιλούσε λοιπόν άρχισε να αναδύεται από τη θάλασσα ένα νησί, η Ρόδος. Έτσι, ο θεός Ήλιος ήταν πολύ ευτυχισμένος και έλουσε το νησί με τη δική του λάμψη και το έκανε το νησί του Ήλιου¹.

Η Ρόδος είναι το μεγαλύτερο νησί των Δωδεκανήσων και το τέταρτο σε μέγεθος της Ελλάδας, απέχει 260 ναυτικά μίλια από την Αθήνα. Βρίσκεται στη νοτιοανατολική πλευρά του Αιγαίου, απέναντι από τις μικρασιατικές ακτές, από τις οποίες απέχει 11 μίλια. Έχει έκταση 1398 τ. χλμ., μήκος 79,7 χλμ. και πλάτος 38 περίπου χιλιόμετρα. Έχει χαρακτηριστεί σαν "σμαραγδένιο νησί" λόγω της φυσικής του ομορφιάς αλλά και των αρχαιολογικών θησαυρών του. Γι' αυτό το λόγο έχει ανακηρυχτεί από την UNESCO ως μνημείο παγκόσμιας κληρονομιάς. Με το θαυμάσιο κλίμα της, και τις καλά οργανωμένες τουριστικές υποδομές, η Ρόδος αποτελεί θαυμάσιο τόπο διακοπών για όλο τον χρόνο².

Στο νησί της ζουν πάνω από 100.000 κάτοικοι (σύμφωνα με απογραφή του 2001), οι περισσότεροι από τους οποίους ζουν στην πόλη της Ρόδου έστω και αν έχουν απογραφεί στις κοινότητες τους. Οι μόνιμοι κάτοικοι της πόλης σύμφωνα με την τελευταία απογραφή του 2001 είναι 53.709 κάτοικοι³.

Η Ρόδος από τα πρώτα χρόνια της ίδρυσής της το 478 π.Χ. λόγω της γεωπολιτικής της θέσης υπήρξε κέντρο οικονομικής και πολιτιστικής ανάπτυξης. Σήμερα λόγω ακριβώς της θέσης αυτής του ιστορικού και πολιτιστικού της παρελθόντος, της φυσικής της ομορφιάς και του ήπιου κλίματος, ιδιαίτερα της δεκαετίας του 1960, γνώρισε ραγδαία τουριστική

¹www.agrotravel.gr/agro/site/AgroTravel/t_docpage?sparam=prefecture_of_dodekanisa&doc=/Documents/Agrotravel/learnabout/dodekanisa/mythologia-rodos&sub_nav=Nature

² www.ando.gr/eot/greek/nisia/rodos.htm, 2007, www.Rhodes.gr/developmentgr.html, 2002-2006

³www.livepedia.gr/index.php/%CE%A1%CF%8C%CE%B4%CE%BF%CF%82#.CE.94.CE.B7.CE.BC.CE.BF.CE.B3.CF.81.CE.B1.CF.86.CE.AF.CE.B1

ανάπτυξη. Αποτέλεσμα αυτής της ανάπτυξης της τουριστικής βιομηχανίας, που αποτελεί και την κύρια οικονομική δραστηριότητα της Ρόδου, ήταν να καταστεί η πόλη το διοικητικό και εμπορικό κέντρο, όχι μόνο του νησιού, αλλά και ολόκληρου του νομού και τελικά να δημιουργηθεί ένα πλεονάζον τουριστικό κεφάλαιο που μοιραία οδήγησε στην υποβάθμιση της τουριστικής ανάπτυξης και του πολεοδομικού ιστού της πόλης. Η Δημοτική αρχή την προηγούμενη τετραετία έδωσε βαρύτητα στον επαναπροσδιορισμό των στρατηγικών στόχων ανάπτυξης στην ανάκαμψη της οικονομίας και τη δημιουργία προϋποθέσεων για αναβάθμιση των υποδομών. Τα πρώτα αποτελέσματα δεν άργησαν να φανούν και ήταν πολύ ενθαρρυντικά. Η Ρόδος παρά τα όποια προβλήματα παρουσιάστηκαν συγκεντρώνει τις προϋποθέσεις για να καθιερωθεί ως κέντρο επαφής των πολιτισμών Ευρώπης, Ασίας, και Αφρικής, να αναδειχθεί ο υπέρ-τοπικός της χαρακτήρας και να προβληθεί όχι μόνο σαν τόπος ανάπαυσης, αλλά και σαν τόπος συνάντησης και επικοινωνίας⁴.

2.2 Αξιοθέατα

Η Ρόδος είναι από τις πιο εντυπωσιακές πόλεις της Ελλάδας και όπου κι αν σταθεί κανείς προσφέρει κάτι αξιόλογο. Παρουσιάζεται με δυο πρόσωπα, το μεσαιωνικό και το σύγχρονο. Η μεσαιωνική πόλη, δημιούργημα των ιπποτών του 14ου αι. (θυμίζει γαλλικές πόλεις της ίδιας εποχής) διατηρείται σε πολύ καλή κατάσταση με τα ογκώδη κτίρια, τους λιθόστρωτους δρόμους, τις καμάρες και τις αψίδες. Η μεσαιωνική πόλη κατοικείται από τους Ροδίτες, έχει πολλά εστιατόρια, κέντρα και τουριστικά καταστήματα. Η σύγχρονη πόλη που βρίσκεται έξω από τα τείχη έχει δύο λιμάνια, φαρδείς δρόμους, κέντρα διασκέδασης, ξενοδοχειακά συγκροτήματα, γραφεία τουρισμού κ.ά., που εξυπηρετούν τις αυξημένες τουριστικές ανάγκες της πόλης και του νησιού γενικότερα⁵.

Η μεσαιωνική πόλη-Κάστρο

Δημιούργημα των ιπποτών, πολυσύνθετο μνημείο, μοναδικό και αντιπροσωπευτικό στο είδος του, σώζεται και διατηρείται σε καλή κατάσταση. Τα τείχη του Κάστρου, θαυμάσιο δείγμα οχυρωματικής του 14ου-15ου αι., σε πολλά σημεία διπλά ή τριπλά, με πύργους,

⁴ www.Rhodes.gr/developmentgr.html, 2002-2006

⁵ hellas.teipir.gr/prefectures/greek/Dodekanisou/Rodos.htm

γέφυρες και τάφρους. Έχουν επτά εισόδους, από τις οποίες η εντυπωσιακότερη είναι η Πύλη του Ντ' Αμπουάζ⁶.

Το παλάτι των Ιπποτών

Το Καστέλο (Παλάτσο) ή Παλάτι των Ιπποτών ή Παλάτι των Μεγάλων Μαγίστρων του Τάγματος του Αγίου Ιωάννη, στο τέλος της οδού Ιπποτών, τεράστιο κτίριο, επιβλητικό, δεσπόζει σ' όλη την παλιά πόλη. Χτίστηκε το 14ο αι. αλλά καταστράφηκε στο μεγαλύτερο μέρος το 1856 από έκρηξη της πυριτιδαποθήκης που είχαν εγκαταστήσει οι Τούρκοι στα υπόγειά του. Αναστηλώθηκε στα 1939 από τους Ιταλούς, που τήρησαν με απόλυτη πιστότητα τη μορφή του - βρήκαν τα σχέδιά του. Το Καστέλο χρειάζεται πολύωρη επίσκεψη. Έχει ογδόντα τεράστιες αίθουσες (ξεχωρίζει η μεγάλη σάλα του συμβουλίου), επιπλωμένες με σπάνια κομμάτια ευρωπαϊκού στιλ, 16ου και 17ου αι. Τα δάπεδα είναι στρωμένα με ρωμαϊκά και πρωτοχριστιανικά μωσαϊκά, παρμένα από την Κω. Στην πλακόστρωτη αυλή, με τις αναρίθμητες στοές, μαρμάρινα αγάλματα Ρωμαίων αυτοκρατόρων. Η οδός των Ιπποτών, ένα θαυμάσιο μεσαιωνικό δρόμο με σημαντικά κτίρια και αρχοντικά. Σώζονται τέσσερα από τα έξι καταλύματα των Ιπποτών (Προβηγκίας, Ιταλίας, Ισπανίας, Γαλλίας) με τα οικοσημα των αρχηγών τους, τα τοξωτά παράθυρα, τις μεγάλες σκαλιστές πόρτες. Φανάρια στηριγμένα σε βαριές σιδερένιες Βάσεις φωτίζουν το δρόμο το βράδυ⁷.

Λίνδος

Ένα από τα πιο όμορφα χωριά της Ρόδου, 46,5 χλμ Α από την πρωτεύουσα, με 1.091 κατοίκους, χτισμένο πλάι στη θάλασσα και κάτω από τον επιβλητικό βράχο της ακρόπολης της σπουδαίας αρχαίας και μεσαιωνικής πόλης της Λίνδου. Η σημερινή Λίνδος ζει, διαμορφώνεται και εξαρτάται απόλυτα από τον τουρισμό. Όλα τα σπίτια ασβεστούνονται και οι ταράτσες τους στρώνονται με την πρασινωπή «πατελιά» (μόνωση). Έχουν μπαλκόνια με βαριές σιδεριές, παράθυρα κατά κανόνα βαμμένα καφετιά, αυλές και δάπεδα καλυμμένα με βότσαλα. Στο εσωτερικό στολίζονται με μεγάλη φροντίδα, τοίχοι διακοσμημένοι με κεραμικά πιάτα, ξυλόγλυπτες οροφές. Ορισμένα σπίτια που είναι κτίσματα του 15ου αιώνα έχουν χαρακτηριστεί διατηρητέα μνημεία. Τα πλοία αγκυροβολούν στον όρμο αριστερά από τον οικισμό. Στην πίσω μεριά του χωριού βρίσκεται το λιμανάκι του Αγίου Παύλου. Εκεί

⁶ hellas.teipir.gr/prefectures/greek/Dodekanisou/Rodos.htm

⁷ hellas.teipir.gr/prefectures/greek/Dodekanisou/Rodos.htm

αράζουν βάρκες και μικρά πλεούμενα. Οι Λινδιακοί υποστηρίζουν πως σ' αυτό το σημείο αποβιβάστηκε ο Απόστολος Παύλος φτάνοντας στη Ρόδο για να διδάξει το χριστιανισμό⁸.

Στη Λίνδο αξιοθέατα αποτελούν:

Η ακρόπολη της αρχαίας Λίνδου, στην κορυφή κατακόρυφου βράχου (116 μ. ύψος) πάνω από τη θάλασσα. Στη Νότια άκρη του γκρεμού υπάρχουν τα ερείπια του ναού (4ου αι.) και του ιερού της Λίνδιας Αθηνάς. Στο σημείο αυτό βρέθηκαν ειδώλια του 8ου αι., πολλές βάσεις αγαλμάτων Ελληνιστικής Εποχής, με τις υπογραφές των δημιουργών τους, που αποδεικνύουν τη μεγάλη δραστηριότητα της Ροδιακής Σχολής και μικρά αντικείμενα Ρωμαϊκών Χρόνων. Εντυπωσιακό κτίσμα είναι η Μακρά Στοά - 20 κίονες έχουν αναστηλωθεί. Κοντά βρίσκονται τα ερείπια ναού του Διόνυσου, το αρχαίο θέατρο με κερκίδες σκαμμένες στο βράχο, ο τάφος του Κλεόβουλου - ένα θολωτό ταφικό μνημείο του 100 π.Χ. Στο χώρο της ακρόπολης και στις πλαγιές του ακρωτηρίου Κράνα, η γη είναι σπαρμένη με χαλάσματα τάφων. Αμέσως μετά την κύρια είσοδο, το μεσαιωνικό παλάτι και η παλιά βυζαντινή εκκλησία του Αγίου Ιωάννη. Στη συνέχεια σκάλες οδηγούν στα Προπύλαια (5ου αι.). Εκεί πάνω στην πέτρα είναι χαραγμένη μια λινδιακή τριήρης⁹.

Μέσα στο χωριό, η βυζαντινή εκκλησία της Παναγίας της Λίνδου, 15ου αι., με ενδιαφέρουσες τοιχογραφίες.

Η μικρή εκκλησία του Αγίου Παύλου, πλάι στη θάλασσα.

Τα μεσαιωνικά σπίτια της Λίνδου, χτισμένα το 15ο και 16ο αι. Σ' ένα απ' αυτά στεγάζεται η συλλογή του Π. Ιωαννίδη που περιλαμβάνει 71 πιάτα και πάνω από 200 αντικείμενα οικιακής χρήσης και διακόσμησης (κυρίως γυαλικά).

Εξορμήσεις στη νότια μεριά του νησιού -η άλλη Ρόδος- στα χωριά Λάρδος (ωραίες ακρογιαλιές σε κοντινή απόσταση), Κιοτάρι (ψαράδικος οικισμός), Ασκληπιείο (ορεινό χωριό, 4 χλμ. παράκαμψη από τον κεντρικό δρόμο, με βυζαντινή εκκλησία της Παναγίας του 1060 και κάστρο ενετικό του 1200), Γεννάδι (αχάλαστο ροδίτικο χωριό με παλιά εκκλησία του Αγίου Γεωργίου), Λαχανιά, Πλημμύρι (αμμουδιά μήκους 6 χλμ) μέχρι την Κατταβιά και το Πρασονήσι στην εσχατιά της Ρόδου, που το χειμώνα αποκόβεται από τη στεριά.

⁸ hellas.teipir.gr/prefectures/greek/Dodekanisou/Rodos.htm

⁹ hellas.teipir.gr/prefectures/greek/Dodekanisou/Rodos.htm

Το κάστρο του Φερακλού, 13 χλμ. Β, κοντά στη θάλασσα¹⁰.

Κάμειρος Σκάλα

Μετά τα Τριάντα, την Κρεμαστή, το Παραδείσι, το Θολό, τα Καλαβάρδα, μέσα από μια έκταση σπαρμένη από ανεμόμυλους βρίσκεται το χωριό Κάμειρος. Απέχει 50,5 χλμ. ΝΔ από την πρωτεύουσα και έχει μόνιμους κατοίκους λίγες οικογένειες. Είναι χτισμένο στο κέντρο μικρού όρμου που προστατεύεται κάπως από τους ανέμους και βλέπει απέναντι τα νησιά Αλιμιά, Στρογγυλή, Χάλκη και στο βάθος την Τήλο. Στην περιοχή υπάρχουν σημαντικές αρχαιότητες - ναοί και αρχαίοι οικισμοί. Το χωριό φημίζεται για το καλό κρασί του, το νόστιμο κρέας, τα σταφύλια και το υγιεινό κλίμα του. Στο σύνολό του ο πληθυσμός του Έμπωνα αλλά και της Κρητηνίας κατάγεται από την Κρήτη - παλιοί πρόσφυγες - όλα τα επίθετα λήγουν σε -άκης.

Στην Κάμειρο αξιοθέατα αποτελούν:

Το **ενετικό κάστρο** που σώζεται σε καλή κατάσταση, Ν προς την Κρητηνία.

Το **μεσόγειο χωριό Κρητηνία**, 4,5 χλμ ΝΑ, με παλιά σπίτια και ατμόσφαιρα ροδίτικη «προτουριστική».

Ο **Έμπωνας**, ορεινό χωριό (το πιο ψηλό του νησιού), 14 χλμ ΝΑ, σκαρφαλωμένο στις πλαγιές του βουνού Αττάβυρος, σε ύψος 825 μ. Ο Έμπωνας έχει πανέμορφα σπίτια τόσο στην εξωτερική μορφή όσο και στην εσωτερική διακόσμηση. Πολλοί κάτοικοι φοράνε ακόμα και σήμερα τις παραδοσιακές τοπικές φορεσιές¹¹.

Πεταλούδες

Η κοιλάδα των πεταλούδων βρίσκεται κοντά στο χωριό Καλαμώνας και είναι ένα από τα σπουδαιότερα αξιοθέατα της Ρόδου. Είναι μια μικρή κοιλάδα που διασχίζεται από ένα μικρό ποτάμι, τον Πελεκάνο. Κάθε χρόνο, από τον Ιούνιο έως τον Σεπτέμβριο, εκατοντάδες χιλιάδες πεταλούδων πολλών ειδών εμφανίζονται σ' αυτόν τον μοναδικό βιότοπο και ζουν εκεί.

Η κοιλάδα με τις πεταλούδες προσφέρεται για περπάτημα σε ένα υπέροχο φυσικό τοπίο, ακόμα και τις ζεστές ημέρες του καλοκαιριού, αφού η θερμοκρασία παραμένει σε

¹⁰ hellas.teipir.gr/prefectures/greek/Dodekanisou/Rodos.htm

¹¹ hellas.teipir.gr/prefectures/greek/Dodekanisou/Rodos.htm

χαμηλά επίπεδα. Μικρές ξύλινες γέφυρες και καλοδιατηρημένα μονοπάτια οδηγούν στο Μοναστήρι της Παναγίας της Καλόπετρας¹².

Τριάντα ή Ιαλυσός

Τα Τριάντα, ή Ιαλυσός όπως λένε οι ντόπιοι, μοιάζουν με τις δυο όψεις του ίδιου νομίσματος. Το χωριό, με 10.107 κατοίκους (απογραφή 2001), βρίσκεται σε μικρή απόσταση από τη θάλασσα, σε περιοχή όλο περιβόλια, κτήματα, πέτρινα εξοχικά σπίτια «πύργους» - εκεί παραθέριζαν παλιά οι πλούσιοι Ροδίτες - και αρκετά νεοκλασικά. Η παραλία σ' όλο το μήκος του όρμου, 10 χλμ., έχει μεταβληθεί σ' ένα ατέλειωτο ξενοδοχειακό τείχος που καταλήγει στην πόλη της Ρόδου. Σ' αυτή την περιοχή υπάρχει το 1/2 των τουριστικών συγκροτημάτων του νησιού αλλοίωσαν τόσο πολύ την όψη του τόπου, που κυριολεκτικά τον έκαναν αγνώριστο¹³.

Στην Ιαλυσό αξιοθέατα αποτελούν:

Η ακρόπολη της αρχαίας πόλης Ιαλυσού - Λίνδος, Κάμειρος, Ιαλυσός, τα σπουδαιότερα κέντρα του νησιού μέχρι τον 4ο αι. π.Χ. Βρίσκεται 8 χλμ ΝΔ, στην επίπεδη σαν οροπέδιο κορυφή του βουνού Φιλήρημος, σε ύψος 400 μ. Το βουνό ονομάστηκε έτσι από τους ερημίτες που ζούσαν στις σπηλιές του κατά το Μεσαίωνα. Ο δρόμος που οδηγεί στην ακρόπολη - διπλής κατεύθυνσης - περνάει μέσα από πευκοδάσος και καταλήγει σε πλάτωμα-μπαλκόνι απ' όπου απλώνεται ολόγυρα πανόραμα στεριάς και θάλασσας, στρατηγικό σημείο από τα χρόνια των Φοινίκων μέχρι το Β' Παγκόσμιο Πόλεμο. Στην ακρόπολη σώζονται ερείπια ελληνοιστικού ναού της Πολιάδας Αθηνάς (3ου αι, π.Χ.) και του Δία, πλάι σε χαλάσματα χριστιανικών και μεσαιωνικών κτισμάτων, χαλάσματα βυζαντινού οχυρωματικού έργου, τμήματα πρωτοχριστιανικής εκκλησίας (βασιλική 5ου αι.), η σπουδαία εκκλησία της Παναγίας της Φιλήρημου που έχτισαν οι Ιπότες στα μέσα του 15ου αι., η δωρική κρήνη (4ου αι. π.Χ.) και δρόμος του Γολγοθά, σειρά από 134 σκαλιά σε αραιά διαστήματα. Κατά μήκος της δεξιάς πλευράς υπάρχουν πέτρινα κτίσματα που αναπαριστούν τα Πάθη του Χριστού. Η αρχαία νεκρόπολη (500 τάφοι Μυκηναϊκής, Αρχαϊκής και Κλασικής Εποχής) στην περιοχή γύρω από την ακρόπολη. Η εκκλησία της Ζωοδόχου Πηγής (15ου αι.) στο Βουνό Φιλήρημος.

¹² hellas.teipir.gr/prefectures/greek/Dodekanisou/Rodos.htm

¹³ hellas.teipir.gr/prefectures/greek/Dodekanisou/Rodos.htm

Μέσα στα Τριάντα, η εκκλησία της Κοίμησης της Παναγίας, με μεγάλη λιθόστρωτη αυλή. Χτίστηκε το 18ο αι. αλλά το τέμπλο της είναι παλαιότερο.

Η υπόγεια βυζαντινή εκκλησία του Άι Γιώργη του Χωστού -τοιχογραφίες 14ου και 15ου αι.- μέσα στο χωριό **Φαληράκι**¹⁴.

Το Φαληράκι είναι άλλο ένα δημιούργημα του τουρισμού. Απέχει 16,5 χλμ ΝΑ από την πρωτεύουσα και αποτελεί σήμερα ένα από τα μεγαλύτερα κοσμοπολίτικα παραθαλάσσια κέντρα της Ρόδου. Υπάρχουν τεράστια ξενοδοχειακά συγκροτήματα και πάρα πολλά καταστήματα που εξασφαλίζουν στον επισκέπτη ότι επιθυμεί¹⁵.

Στο Φαληράκι αξιοθέατα αποτελούν:

Ο αρχαιολογικός χώρος στη θέση Σαραντάπηχος, 7 χλμ Δ, κοντά στο χωριό Καλυθιές. Οι αρχαιολόγοι πιστεύουν πως πρόκειται για ακρόπολη Αρχαϊκής Εποχής.

Το Ερημόκαστρο, ΝΔ, προς τη θάλασσα, με χαλάσματα τείχους αρχαϊκού.

Το παλιό μοναστήρι του Προφήτη Αμώζ, λίγο έξω από το Φαληράκι, σε ύψωμα.

Οι εκκλησίες της Αγίας Ελεούσας (τοιχογραφίες) και του Αγίου Ιωάννη.

Πρασονήσι

Το Πρασονήσι είναι το νοτιότερο τμήμα του νησιού της Ρόδου (100 χλμ. νότια της Ρόδου), το τελευταίο συμπλήρωμα σε μια υπέροχη διαδρομή στη Νότια Ρόδο, με μεγάλη φυσική εναλλαγή. Κυματιστοί λόφοι εναλλάσσονται ανάμεσα στην ακτή και στα νότια τμήματα γης, για να καταλήξουν σε μια στενή λωρίδα άμμου, που ανάλογα με την παλίρροια κατακλύζεται από την θάλασσα και αποκόπτει το «νησάκι» και από τις δύο πλευρές της ακτής δημιουργώντας μοναδικές εικόνες. Στο μικρό λόφο στέκεται αγέρωχος ο Φάρος, διατηρητέο κτίσμα, που στέλνει το φως του στο ανοιχτό πέλαγος. Το Πρασονήσι με τις ιδιαιτερότητες της αμμώδους παραλίας του είναι ιδανικό μέρος για windsurfing, καθώς οι άνεμοι που φυσούν στην περιοχή ευνοούν το άθλημα. Ολόκληρη η περιοχή είναι σημαντικός βιότοπος με ειδικό περιβαλλοντικό ενδιαφέρον. Στην περιοχή λειτουργούν ενοικιαζόμενα διαμερίσματα, ταβέρνες και καφετέριες¹⁶.

¹⁴ hellas.teipir.gr/prefectures/greek/Dodekanisou/Rodos.htm

¹⁵ hellas.teipir.gr/prefectures/greek/Dodekanisou/Rodos.htm

¹⁶ hellas.teipir.gr/prefectures/greek/Dodekanisou/Rodos.htm

Παναγία Τσαμπίκα

Το μοναστήρι της Παναγιάς Τσαμπίκας βρίσκεται χτισμένο εκεί όπου, πριν δύο αιώνες, η ίδια η Παναγία μετέφερε την εικόνα της. Ένας βοσκός παρατηρούσε εκεί επί τρία συνεχόμενα βράδια να φέγγει μία σπίθα (τσάμπα στην τοπική διάλεκτο). Πηγαίνοντας ως εκεί βρήκε την Εικόνα, έργο μάλιστα του Ευαγγελιστή Λουκά, που όπως μαθεύτηκε αργότερα είχε χαθεί από την Κύπρο και έτσι επεστράφη πίσω. Αυτό συνέβηκε ακόμη δύο φορές και μιλώντας πια για θαύμα η Εικόνα παρέμεινε στο βουνό. Η βοήθεια της Θεοτόκου είναι άμεση σε όσους Την επικαλεστούν: ιδιαίτερα θαυματοποιεί σε γυναίκες που θέλουν να τεκνοποιήσουν. Τα παιδιά έπειτα, βαπτίζονται Τσαμπίκα ή Τσαμπίκος¹⁷.

Το Ενυδρείο της Ρόδου

Το Ενυδρείο της Ρόδου είναι ένα από τα ελάχιστα ενυδρεία που υπάρχουν στην Ελλάδα και ανήκει στο Εθνικό Κέντρο Θαλάσσιων Ερευνών. Το κτίριο, ένας συνδυασμός τοπικής και αρχιτεκτονικής art ντεκό, χτίστηκε στην διάρκεια της Ιταλικής κατοχής των Δωδεκανήσων, 1912-43. Το Βασιλικό Ινστιτούτο Βιολογικών Ερευνών της Ρόδου (όπως ονομαζόταν τότε) χτίστηκε από τον Κυβερνήτη Μάριο Λάγκο, το 1934. Το εξωτερικό του κτιρίου παρέμεινε αναλλοίωτο μέχρι το 1971, όταν προστέθηκαν στο βόρειο τμήμα του συγκροτήματος μια αίθουσα εκθέσεων και μια πισίνα για φώκιες. Το Ελληνικό Υπουργείο Πολιτισμού έχει χαρακτηρίσει το κτίριο ως ιστορικό μνημείο και σαν χαρακτηριστικό παράδειγμα του Διεθνούς αρχιτεκτονικού στυλ. Το Ινστιτούτο άρχισε να λειτουργεί από το 1937 μ. Χ. και επικέντρωσε την προσοχή του σε βιολογικές και υδρολογικές μελέτες που είχαν σχέση με το Αιγαίο, καθώς και με θέματα της αλιείας σφουγγαριών, των ιχθυοτροφείων, της αγροτικής εντομολογίας, κλπ. Επιπλέον, το ενυδρείο παρουσίαζε δείγματα Μεσογειακής πανίδας¹⁸.

2.3 Πρόσβαση

Ο αερολιμένας "Διαγόρας" είναι ένα διεθνές αεροδρόμιο που βρίσκεται 17χλμ από την πόλη της Ρόδου που είναι χτισμένη δίπλα στην Μεσαιωνική Πόλη. Κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού πολλές συχνές διεθνείς πτήσεις Charter είναι διαθέσιμες συνδέοντας το νησί με

¹⁷ hellas.teipir.gr/prefectures/greek/Dodekanisou/Rodos.htm

¹⁸ www.nyloo.com/html/ent/537/ent.42537.2.asp

όλους τους ευρωπαϊκούς κύριους αερολιμένες καθώς επίσης και τους περισσότερους από τους κεντρικούς παγκόσμιους αερολιμένες. Πολλές τοπικές καθημερινές πτήσεις γίνονται επίσης προς Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Ηράκλειο (Κρήτη), Κω, Καστελλόριζο, Κάρπαθο κ.α

Οι θαλάσσιες συγκοινωνίες διεξάγονται μέσω του εμπορικού λιμανιού που βρίσκεται στην πόλη, και φιλοξενεί διεθνή και τοπικά πλοία. Υπάρχουν συχνά δρομολόγια που συνδέουν τη Ρόδο με την Αθήνα (Πειραιά), Θεσσαλονίκη, Ηράκλειο, Κύπρο και την Τουρκία. Η Ρόδος είναι ο συνδετικός κρίκος της υπόλοιπης Ελλάδας με όλα τα γειτονικά νησιά μέσω των εκτενών ακτοπολιτικών υπηρεσιών και υδροολισθητήρων - υδροπτερυγών (Ιπτάμενα Δελφίνια).

Την τουριστική περίοδο γίνονται καθημερινά ημερήσιες εκδρομές στο πανέμορφο νησί της Σύμης (ο νεοκλασικός οικισμός της προστατεύεται από την UNESCO) με καράβια που φεύγουν από το λιμάνι της Ρόδου ή τη μαρίνα – απέναντι από τη Νέα Αγορά. Το ταξίδι προς τη Σύμη διαρκεί μόνο μία ώρα. Το επόμενο πιο κοντινό νησί είναι η γραφική Χάλκη, για την οποία υπάρχουν επίσης συχνά δρομολόγια¹⁹.

2.4 Τουριστικοί Πόροι

Η νέα πρόταση του Δήμου για το αναπτυξιακό σχέδιο, αποτέλεσε μια συνέχεια της προσπάθειας που έγινε τα τελευταία χρόνια και προβλέπει τόσο στη συνεργασία των παραγωγικών και κοινωνικών φορέων, όσο και στη συνεργασία των άλλων φορέων διοίκησης, ώστε να γίνει κοινή προσπάθεια σε τοπικό και σε εθνικό επίπεδο²⁰.

Για να επιτευχθούν οι στόχοι ο Δήμος Ροδίων έδωσε έμφαση σε δύο άξονες ανάπτυξης. Την ανασυγκρότηση του αστικού χώρου, την οργάνωση και προστασία του περιαστικού χώρου. Για να γίνει αυτό ήταν αναγκαίο να αναγνωριστεί από τους κοινωνικούς και οικονομικούς εταίρους ότι η πόλη της ρόδου είναι ο μοναδικός αστικός χώρος της περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου με τα μειονεκτήματα ενός αστικού πολεοδομικού συγκροτήματος.

Η αποδοχή αυτή θα επέτρεπε να υλοποιηθούν οι προτάσεις – δράσεις στα πλαίσια του τρίτου κοινοτικού πλαισίου στήριξης, για τη βιώσιμη οικιστική αναδιάρθρωση της

¹⁹ <http://www.medievalrose.org/GR/howtogetthere.asp?Page=3>

²⁰ www.Rhodes.gr/developmentgr.html

πόλης, για την αναζωογόνηση του εμπορικού κέντρου και την άμβλυνση των αντιθέσεων μεταξύ των συνοικιών της πόλης²¹.

Στην πρώτη τετραετία της παρούσας δημοτικής αρχής Ροδίων (2002-2006), με δήμαρχο τον κ. Γιαννόπουλο, δόθηκε έμφαση στην ανακοπή της φθίνουσας πορείας της πόλης. Σήμερα η πόλη αναπτύσσεται με όρους σαφείς και περιγεγραμμένους στο πρόγραμμα ανάπτυξης «Ρόδος: Πορεία προς μία νέα χιλιετία», ώστε να γίνει η πόλη της Ρόδου κόσμημα στο μεσογειακό χώρο²².

Στο νέο Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης προβλέπονται σημαντικά κονδύλια για την ανάπτυξη της περιφέρειας. Θα υπάρξουν πολλαπλές δυνατότητες χρηματοδότησης τόσο από προγράμματα που διαχειρίζεται το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης όσο και από τα αντίστοιχα του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης, αλλά και άλλων Υπουργείων και Οργανισμών. Αυτό όμως που όλοι οφείλουμε να προσέξουμε και για αυτό να προσπαθήσουμε, είναι πως θα επιτύχουμε να ανεβάσουμε το επίπεδο της ποιότητας σε όλους τους τομείς της τουριστικής βιομηχανίας του νησιού, ώστε να έχουμε μια καθολική αναβάθμιση των υπηρεσιών²³.

2.5 Υποδομές

Η Ένωση Ξενοδόχων Ρόδου ιδρύθηκε τον Σεπτέμβριο του 1949 από μια μικρή ομάδα ξενοδόχων και μικρών ιδιοκτητών ακινήτων, που κατασκεύασαν και λειτουργούσαν μικρές μονάδες στην περιοχή της Μεσαιωνικής Πόλης. Στην αρχή της δεκαετίας του 50, η Ρόδος αριθμούσε 12 ξενοδοχεία και 16 μικρότερα καταλύματα συνολικής χωρητικότητας περίπου 1000 κλινών. Σήμερα το νησί έχει πάνω από 500 ξενοδοχεία χωρητικότητας πάνω από 70.000 κλίνες, εκ' των οποίων το 90% είναι μέλη της ΕΞΡ. Τα μέλη της προσφέρουν υπηρεσίες υψηλού επιπέδου και έχουν καθιερώσει τη Ρόδο ως ένα από τα πιο σεβαστά τουριστικά κέντρα του διεθνούς τουρισμού. Ξενοδοχεία με υψηλές προδιαγραφές, άριστες συνεδριακές εγκαταστάσεις, πλήρως εξοπλισμένα για κάθε είδους δραστηριότητες, συνθέτουν μία ξενοδοχειακή δομή που ανταποκρίνεται σε όλες τις σύγχρονες μορφές τουρισμού, ικανοποιώντας και τα πιο απαιτητικά γούστα²⁴.

²¹ www.Rhodes.gr/developmentgr.html

²² www.Rhodes.gr/developmentgr.html

²³ <http://www.ecomuseum.gr/UI/customPages/pages.php?pageid=124>

²⁴ www.rodosisland.gr/el/rha.html

Από την ίδρυση της μέχρι σήμερα η Ένωση Ξενοδόχων Ρόδου δεν περιορίστηκε μόνο στην επίλυση επαγγελματικών προβλημάτων των μελών της, αν και αυτός είναι ο κύριος ρόλος της, αλλά προχώρησε ένα βήμα πιο πέρα παίζοντας έναν πολύ σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του τουρισμού στην Ρόδο, ειδικά την δεκαετία του 60' όταν η ξενοδοχειακή και τουριστική ανάπτυξη του νησιού άρχισε να ανθεί²⁵.

Η Ένωση Ξενοδόχων Ρόδου, σε συνεργασία με τον Δήμο της Ρόδου, έκανε το πρώτο βήμα στην προώθηση της Ρόδου ως τουριστικού προορισμού. Συμμετέχει σε όλες τις διεθνείς τουριστικές εκθέσεις και είναι υπεύθυνη για την προώθηση της οργάνωσης συναντήσεων και προσέλκυσης μεγάλων διεθνών τουριστικών οργανισμών. Επιπλέον έχει βοηθήσει στην δημιουργία διαφόρων διαφημιστικών εκστρατειών στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, στα γυρίσματα ταινιών στο νησί, στην προώθηση και διαφήμιση του νησιού ως τον ιδανικό τόπο διεξαγωγής συνεδριών και στην παραγωγή διαφημιστικών εντύπων. Η Ένωση Ξενοδόχων Ρόδου έπαιξε πάντα πρωταγωνιστικό ρόλο στην ανάπτυξη και προώθηση του τουρισμού στην Ρόδο. Στα χρόνια από την ίδρυση της Ένωσης Ξενοδόχων Ρόδου μέχρι σήμερα, ο τουρισμός στο νησί έχει γνωρίσει τρομακτική ανάπτυξη. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να θεωρείται η Ρόδος ένα από τα κορυφαία τουριστικά νησιά του διεθνούς τουρισμού και ένας από τους πιο δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς της Μεσογείου²⁶.

2.6 Διαχρονικές Αφίξεις στην Περιοχή

Η Ρόδος κατοικήθηκε από Αχαιούς (15ο αι. π.Χ.) και Δωριείς (11ο αι. π.Χ.). οι τελευταίοι των οποίων γίνονται κύριοι του νησιού και ιδρύουν τι τρεις αρχαίες πόλεις: την Ιαλυσό, τη Λίνδο και την Κάμειρο. Το 700 π.Χ. αποτέλεσε τμήμα της Δωρικής Εξάπολης. Στη μάχη της Σαλαμίνας (480 π.Χ.) πολέμησε από αναγκαιότητα στο πλευρό των Περσών. Το 478-477 π.Χ. προσχώρησε στην Αθηναϊκή Συμμαχία. Η πόλη της Ρόδου χτίστηκε το 408 π.Χ. πάνω σε σχέδια του σπουδαίου πολεοδόμου Ιππόδαμου από τη Μίλητο. Στη διάρκεια του 5ου, 4ου και 3ου αι. αποτελεί το αδιαφιλονίκητο ναυτικό και εμπορικό κέντρο, πλουτίζει, παρουσιάζει μεγάλη πολιτιστική ακμή (θέατρο, περίφημη σχολή ρητορικής με Έλληνες και Ρωμαίους μαθητές), κόβει δικά της νομίσματα. Το 269 δέχτηκε την εισβολή των Γόθων. Αργότερα το 297 εντάσσεται στα εδάφη της βυζαντινής αυτοκρατορίας. Για μικρό διάστημα, στα μέσα

²⁵ www.rodosisland.gr/el/rha.html

²⁶ www.rodosisland.gr/el/rha.html

του 7ου αι., καταλαμβάνεται από τους Σαρακηνούς. Από τον 11ο μέχρι το 16ο αι. περνάει σταδιακά στην κυριαρχία των Γενοβέζων και των Σταυροφόρων. Το 1306 πουλήθηκε από τους Γενοβέζους στους Ιππότες του Τάγματος του Αγίου Ιωάννη (η κυριαρχία τους άρχισε από το 1309). Έφτιαξαν πανίσχυρο στόλο, εμπορικό και πολεμικό, έχτισαν τη μεσαιωνική Ρόδο και τη στόλισαν με εκατοντάδες επιβλητικά κτίρια που τα οχύρωσαν πίσω από ένα επιβλητικό τείχος-κάστρο. Το 1522 έγινε τμήμα της οθωμανικής αυτοκρατορίας. Οι Τούρκοι έμειναν στο νησί μέχρι το 1912. Από τότε και μέχρι το 1945 η Ρόδος έζησε κάτω από την ιταλική κατοχή και στις 7 Μαρτίου 1948 ενσωματώθηκε στην Ελλάδα²⁷.

Το πιο ονομαστό δημιούργημα ήταν ο Κολοσσός, ένα από τα εφτά θαύματα του κόσμου, ο οποίος φτιάχτηκε ανάμεσα στο 304 π.Χ. με 293 π.Χ. από τον Λίνδιο γλύπτη Χάρη. Η κατασκευή του διήρκεσε 12 χρόνια και ολοκληρώθηκε το 282 π.Χ. Για πολλά έτη, το άγαλμα ήταν τοποθετημένο, πιθανότατα, στην είσοδο του λιμανιού και προσωποποιούσε τον Θεό Ήλιο μέχρι την στιγμή που ένας δυνατός σεισμός χτύπησε τη Ρόδο το 226 π.Χ. Η πόλη υπέστη πολύ σοβαρές ζημιές και το άγαλμα κατέρρευσε²⁸.

²⁷ hellasteipir.gr/prefectures/greek/Dodekanisou/Rodos.htm

²⁸ www.oasis-hotel.gr/rodos.htm

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ: Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΡΟΔΟΥ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΕΝΤΑΞΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΖΩΝΗ

3.1 Ένταξη της Ελλάδας στην Ευρωζώνη και στο Διεθνές Νομισματικό Ταμείο

Το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο (ΔΝΤ) αποτελεί μια ένωση κρατών, που δημιουργείται με διεθνή συνθήκη, διαθέτει δικά του ειδικά όργανα, νομική προσωπικότητα διαφορετική από αυτήν των κρατών μελών, καθώς και αυτόνομη βούληση για την επιδίωξη ενός ορισμένου σκοπού. Τα μέλη του ΔΝΤ ανέρχονται σε 188, και εκπροσωπούν όλα τα πολιτικά και οικονομικά συστήματα του πλανήτη. Μπορούν να αποχωρήσουν οποτεδήποτε με απλή έγγραφη ειδοποίηση προς τα κεντρικά γραφεία του Ταμείου.

Το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο αποτελεί ένα διεθνή οργανισμό με σκοπό τη βοήθεια της διεθνούς ανάπτυξης και την εξασφάλιση της παγκόσμιας οικονομικής σταθερότητας. Αρχικός στόχος του ήταν η σταθερότητα των συναλλαγματικών ισοτιμιών και η αποφυγή των ανισορροπιών στο ισοζύγιο πληρωμών μέσω ενός συνόλου κανόνων. Ο ρόλος του Δ.Ν.Τ. επικεντρώνεται στο συντονισμό των μακροοικονομικών πολιτικών και στην ανάπτυξη και εφαρμογή νομισματικών ρυθμίσεων. Η Ελλάδα αποτελεί ιδρυτικό μέλος από το 1945 και το ποσοστό συμμετοχής στο μετοχικό κεφάλαιο του Ταμείου είναι 0,39% ενώ οι ψήφοι ανέρχονται σε 8.480.

Διοικητής στο Συμβούλιο Διοικητών του Δ.Ν.Τ. έχει ορισθεί ο Διοικητής της Τράπεζας της Ελλάδος κ. Νικόλαος Γκαργκάνας και Αναπληρωτής ο Αναπληρωτής Διοικητής της Τράπεζας της Ελλάδος, κ. Παναγιώτης Θωμόπουλος. Η Ελλάδα ανήκει σε ομάδα χωρών (constituency) με την Ιταλία, Πορτογαλία, Μάλτα, Αλβανία, Άγιο Μαρίνο και Ανατολικό Τιμόρ²⁹.

3.1.1 Η Ελλάδα πριν και η Ελλάδα μετά το Ευρώ (ειδικά για τη Ρόδο)

Η αποδυνάμωση της αναπτυξιακής δυναμικής του ελληνικού τουριστικού τομέα μετά το 2001 δεν συνάδει με τις αναμφισβήτητες δυνατότητες της χώρας μας για την ανάπτυξη αυτού του τομέα. Υπάρχουν ισχυρές ενδείξεις ότι η αποδυνάμωση της αναπτύξεως του τομέα

²⁹http://www.mnec.gr/el/ministry/static_content/Dieuthinsi_diethnwn_oikonomikwn_organismwn/IMF.html

μπορεί να οφείλεται στα ακόλουθα διαρθρωτικά χαρακτηριστικά που επηρεάζουν δυσμενώς την ανταγωνιστικότητα και την αναπτυξιακή του δυναμική.

Η ανάπτυξη του τουρισμού φαίνεται να στηρίζεται σε πολύ περιορισμένο βαθμό στην προσέλκυση τουριστών από την εγχώρια αγορά. Το 76% του συνόλου των τουριστικών διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχεία το 2001 ήταν διανυκτερεύσεις από ξένους (μη κατοίκους) τουρίστες, έναντι μόνο 24% του εσωτερικού τουρισμού. Αυτή η σχετικά χαμηλή προσέλκυση τουριστών από την εγχώρια αγορά, τη στιγμή που η δαπάνη των κατοίκων για τουρισμό στο εξωτερικό ανέρχεται ήδη στα ευρώ 2,5 δισ., το 2005, περιορίζει την ανάπτυξη του κλάδου και έχει επιπτώσεις στη βιωσιμότητα των τουριστικών επιχειρήσεων και στην ανάπτυξη της ελληνικής περιφέρειας. Για παράδειγμα, η εγχώρια αγορά μπορεί κάλλιστα να συμβάλει στην επέκταση της τουριστικής περιόδου σε περιοχές παραθεριστικού τουρισμού με την προσφορά ελκυστικών πακέτων διακοπών, έστω και ολιγοήμερων, κατά τους μήνες Απρίλιο-Ιούνιο και Οκτώβριο-Νοέμβριο.

Ο ελληνικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από έντονη εποχικότητα. Ο μεγάλος όγκος των αφίξεων ξένων τουριστών, το 50% περίπου, πραγματοποιείται κατά το τρίμηνο Ιουλίου-Σεπτεμβρίου, ενώ κατά το τρίμηνο Απριλίου-Ιουνίου πραγματοποιείται το 30% περίπου των αφίξεων.

Η πορεία του τουρισμού στην Ρόδο έχει όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά ενός τουριστικού προορισμού που βρίσκεται σε φάση παρατεταμένης ωρίμανσης με έντονα τα στοιχεία της ύφεσης. Ο προορισμός έχει διαγράψει μια ενδιαφέρουσα αναπτυξιακή καμπύλη τις τελευταίες 4 δεκαετίες με βασικό άξονα τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του κλίματος, του περιβάλλοντος και της παράδοσης-ιστορίας του. Η αδυναμία ορθολογικής αξιοποίησης των πλούσιων ποιοτικά και ποσοτικά συγκριτικών πλεονεκτημάτων του προορισμού στην βάση κάποιου ενιαίου και συγκροτημένου στρατηγικού σχεδιασμού είναι δυστυχώς οφθαλμοφανής. Κατά συνέπεια η δυνατότητα μετατροπής αυτών των συγκριτικών πλεονεκτημάτων σε ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, έτσι που να μπορούν να στηρίξουν τον προορισμό μέσα στο περιβάλλον της παγκοσμιοποιημένης τουριστικής αγοράς δεν επετεύχθει ποτέ. Ωστόσο διεθνείς πολιτικο-οικονομικές συγκυρίες στην ευρύτερη περιοχή

της Ανατολικής Μεσογείου την τελευταία δεκαετία, μπορούμε να πούμε ότι υπέκρυψαν τα εμφανή για πολλούς από εμάς δείγματα κόπωσης του τουριστικού προορισμού της Ρόδου³⁰.

3.1.2 Ρυθμοί ανάπτυξης της χώρας μας μετά την ένταξη μας στην Ευρωζώνη

Η εικοσιπενταετής ένταξη της Ελλάδας στην ενοποιητική διαδικασία της Ευρώπης και η πενήκονταετής προσπάθεια ενσωμάτωσής της στο «ευρωπαϊκό γίγνεσθαι» δεν έχει μελετηθεί πλήρως, αφού δεν έχει γίνει μια ολοκληρωμένη προσέγγιση σε ζωτικά θέματα, όπως οι καθαρές συνέπειες της ένταξης στη βιομηχανία, στο εμπόριο, στη ναυτιλία και στη γεωργία. Επίσης δεν έχουν μελετηθεί οι επιπτώσεις στη δημόσια διοίκηση και στον πολιτισμό, ενώ ποτέ δεν έχει απαντηθεί το ερώτημα πώς θα ήταν η Ελλάδα σήμερα αν δεν είχε πραγματοποιηθεί η ένταξη. Πάντως όλα τα στοιχεία δείχνουν ότι στους περισσότερους τομείς η κατάσταση θα ήταν χειρότερη απ' ό,τι είναι σήμερα³¹.

Ο τουρισμός είναι ένας από τους σπουδαιότερους παραγωγικούς κλάδους στον οποίο η Ελλάδα διαθέτει αναμφισβήτητα συγκριτικά πλεονεκτήματα. Μαζί με τη ναυτιλία εντάσσονται στον τομέα των διεθνώς εμπορεύσιμων υπηρεσιών και χαρακτηρίζονται από μία δυναμική αναπτυξιακή πορεία σε ολόκληρη τη μεταπολεμική περίοδο. Ενισχύουν την ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας και επηρεάζουν τη διάρθρωσή της και την αναπτυξιακή δυναμική όλων των άλλων κλάδων. Επίσης, η ανταγωνιστικότητα και η αναπτυξιακή δυναμική του τουρισμού και της ναυτιλίας επηρεάζουν τη διάρθρωση του ισοζυγίου των εξωτερικών συναλλαγών της χώρας, που διακρίνεται από μεγάλο πλεόνασμα στο ισοζύγιο των υπηρεσιών που, μαζί με το πλεόνασμα στο ισοζύγιο των εισοδηματικών και κεφαλαιακών μεταβιβάσεων, αντισταθμίζουν το μεγάλο έλλειμμα του εμπορικού ισοζυγίου.

Τα φυσικά πλεονεκτήματα της χώρας προσδιορίζονται από το εντυπωσιακό μεσογειακό της τοπίο και τις ήπιες κλιματολογικές συνθήκες που παρέχουν μεγάλες δυνατότητες για ανάπτυξη του τουρισμού σε όλη τη διάρκεια του έτους. Τα πολυάριθμα νησιωτικά της συμπλέγματα και οι τεράστιες σε μήκος και ποικιλία πεντακάθαρες ακτές (το 2006 η Ελλάδα είχε 404 παραλίες βραβευμένες με «Γαλάζια Σημαία», καταλαμβάνοντας τη 2η θέση ανάμεσα σε 40 χώρες από όλο τον κόσμο) συμπληρώνονται με ιδανικό τρόπο από

³⁰http://www.traveldailynews.gr/comment_inside.asp?comment_id=882&subcategory_id=1¢ral_id=892&permanent_id=40

³¹ <http://www.tovima.gr/default.asp?pid=2&ct=3&artid=178058&dt=31/12/2006>

αναρίθμητα ηπειρωτικά φυσικά συγκροτήματα, τουριστικά θέρετρα και καταφύγια. Αυτά δε, συνδυάζονται ιδανικά με την πλούσια πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά της Ελλάδος, που αποτελεί από μόνη της πόλο έλξεως ενός μεγάλου αριθμού επισκεπτών. Επιπλέον, η αναβάθμιση της οικονομικής-τουριστικής και κοινωνικής υποδομής της χώρας λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων 2004 και ο υψηλός βαθμός ασφαλείας, σε συνδυασμό με την παραδοσιακή ελληνική φιλοξενία, την παιδεία και τον τρόπο ζωής, έχουν αναβαθμίσει ουσιαστικά την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό. Γενικά, η Ελλάδα διαθέτει σε αφθονία σημαντικές φυσικές και ιστορικές-πολιτιστικές πλουτοπαραγωγικές πηγές, των οποίων η αξία αυξάνει με την πάροδο του χρόνου. Οι πηγές αυτές δίδουν τη δυνατότητα προσφοράς ενός σημαντικά διαφοροποιημένου-ελκυστικού τουριστικού προϊόντος υψηλής ποιότητας σε δωδεκάμηνη βάση και σε πολύ ανταγωνιστικούς συνδυασμούς ποιότητας-τιμής έναντι άλλων χωρών.

Ο βαθμός αξιοποίησεως αυτών των αξιόλογων συγκριτικών πλεονεκτημάτων προσδιορίζεται από την ανταγωνιστικότητα του οικονομικού περιβάλλοντος στην οικονομία ως σύνολο, καθώς και από τον συγκριτικό βαθμό αναπτύξεως της ελληνικής τουριστικής επιχειρήσεως σε σχέση με τα διεθνή δεδομένα. Το κατά πόσον εκμεταλλευόμαστε τα αναμφισβήτητα συγκριτικά πλεονεκτήματα που διαθέτουμε είναι τελικά συνάρτηση και του βαθμού αναπτύξεως της επιχειρηματικότητας στον τουρισμό και σε άλλους κλάδους σε σύγκριση με άλλες ανταγωνίστριες χώρες.

3.2 Η Επιρροή στο Τουρισμό Λόγω της Εισόδου στην Ευρωζώνη

Ο βαθμός αναπτύξεως της οικονομικής και κοινωνικής υποδομής της χώρας αποτελεί έναν από τους σπουδαιότερους παράγοντες για την ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα του τουριστικού τομέα. Ειδικότερα, η ανάπτυξη της υποδομής στις μεταφορές, όπου συμπεριλαμβάνονται το οδικό και σιδηροδρομικό δίκτυο, τα λιμάνια, οι μαρίνες και οι ακτοπολιτικές συγκοινωνίες, τα αεροδρόμια και οι αεροπορικές συγκοινωνίες (εγχώριες και διεθνείς), αποτελεί προϋπόθεση για την ανάδειξη συγκεκριμένων περιοχών της χώρας σε αξιόλογους τουριστικούς προορισμούς. Στον τομέα αυτό έχει σημειωθεί σημαντική πρόοδος τα τελευταία χρόνια, ενώ με την ολοκλήρωση του Γ' ΚΠΣ στο τέλος του 2008 θα παραδοθούν προς χρήση και μία σειρά νέων σημαντικών έργων υποδομής που θα συμβάλλουν στην ανάπτυξη της χώρας και του τουρισμού ειδικότερα. Ωστόσο, οι ανάγκες

για νέα έργα ή για δραστική βελτίωση των παλαιών παραμένουν μεγάλες και πολλές από αυτές θα γίνει προσπάθεια να αντιμετωπιστούν με το Δ' ΚΠΣ που θα τεθεί σε εφαρμογή από το 2007-2013. Ειδικότερα, η ανάπτυξη των ακτοπλοϊκών συγκοινωνιών αποκτά ολοένα και περισσότερη σημασία για τον τουρισμό των νησιών και άλλων περιοχών της Ελλάδος. Ανάλογη είναι και η σημασία των εγχώριων αεροπορικών μεταφορών που εξυπηρετούν πολλούς τουριστικούς προορισμούς ιδιαίτερα στα νησιά, όπου η ανάγκη για τη δημιουργία κατάλληλων αεροδιαδρόμων και διευκολύνσεων για την προσέλκυση ακόμα και απευθείας πτήσεων charters και τακτικών γραμμών από το εξωτερικό, κυρίως κατά τους μήνες αιχμής, γίνεται ολοένα και πιο πιεστική. Η υποδομή στις τηλεπικοινωνίες παίζει επίσης σπουδαίο ρόλο στην ανάπτυξη του τουρισμού και έχει αναπτυχθεί σημαντικά στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια. Ίσως το πιο δύσκολο πρόβλημα προκύπτει, όπως προαναφέρθηκε, από την απουσία ενός καλά αξιόπιστου χωροταξικού σχεδίου και κτηματολογίου που θα μπορούσαν να δώσουν μεγάλη ώθηση στις τουριστικές επενδύσεις και στον περαιτέρω εκσυγχρονισμό των τουριστικών εγκαταστάσεων.

Αν υποτεθεί ότι κατά την περίοδο 2000-2005 εφαρμοζόταν στην Ελλάδα κάποια πολιτική επεκτάσεως της τουριστικής περιόδου, η πολιτική αυτή είχε δυσδιάκριτα αποτελέσματα. Η μικρή μείωση του ποσοστού των αφίξεων της περιόδου Ιουλίου-Σεπτεμβρίου κατά 3 π.μ. το 2005 έναντι του 2000 και η ταυτόχρονη αύξηση κατά 4 π.μ. του ποσοστού της περιόδου Ιανουαρίου-Μαρτίου, δεν μπορεί να αντισταθμίσει το γεγονός ότι το 22% μόνο των αφίξεων πραγματοποιείται στους έξι μήνες του πρώτου και τετάρτου τριμήνου κάθε έτους.

3.2.1 Ο τουρισμός της περιοχής με τη δραχμή

Το σημείο καμπής υπήρξε το έτος 1999, όταν σταμάτησαν στην Τουρκία οι πολεμικές συγκρούσεις με το ΡΚΚ. Από την επόμενη σεζόν άρχισε η ραγδαία αύξηση του ρεύματος προς την Τουρκία με παράλληλη απώλεια μεριδίου αγοράς για τους ελληνικούς προορισμούς, κάτι που όμως δεν αρχικά έγινε ιδιαίτερα αισθητό στη χώρα μας, αφού η ευρωπαϊκή αγορά του οργανωμένου τουρισμού συνέχισε να μεγαλώνει. Η μεγάλη πτώση στα τουριστικά μεγέθη ξεκίνησε ουσιαστικά το 2001 ως συνάρτηση τεσσάρων παραγόντων:

- Οικονομική ύφεση στις ευρωπαϊκές αγορές που προκάλεσε μείωση της ζήτησης.

- Απώλεια μεριδίου αγοράς της Ελλάδας προς τις χώρες εκτός Ευρωζώνης λόγω μη ανταγωνιστικών τιμών.
- Απουσία από τη «νέα τουριστική αγορά» που γεννήθηκε χάρη στο Internet και τις αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους.
- Αδυναμία ικανοποίησης της διαρκώς αυξανόμενης αγοράς για ταξίδια ειδικών ενδιαφερόντων και ειδικών απαιτήσεων λόγω της 'μονοκαλλιέργειας' τυποποιημένων διακοπών ηλίου και θάλασσας που κυριαρχεί στη Ρόδο.

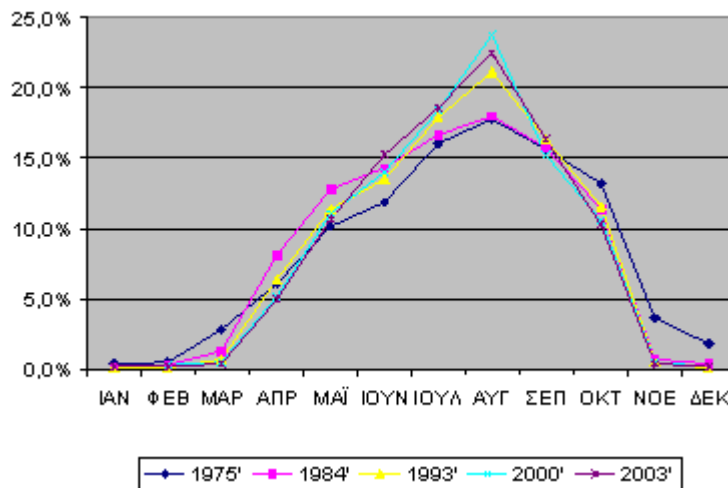
Εξάλλου, η εποχικότητα του ροδιακού τουρισμού διαρκώς επιδεινώνεται, αντί να επιμηκύνεται η διάρκεια της σεζόν (βλ. Διάγραμμα 3). Είναι χαρακτηριστικό ότι το 1975 πραγματοποιήθηκε κατά το τετράμηνο Ιουνίου - Σεπτεμβρίου το 61,3% όλων των διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχεία της Ρόδου. Το 1984 το σχετικό ποσοστό αυξήθηκε στο 64,7%, το 1993 στο 68,9%, για να φτάσει το 2000 στο 71,4% και στο 72,6% το 2003. Αυτή η εξέλιξη δείχνει την παντελή αδυναμία των τουριστικών φορέων της Ρόδου, αλλά και του Ε.Ο.Τ. να παρέμβουν στις εξελίξεις και να προωθήσουν έναν διακηρυγμένο και κοινό στόχο. Αντιθέτως, η εποχικότητα σε όλους τους εκτός Ελλάδας μεσογειακούς προορισμούς, όπως λ.χ. την Τουρκία και την Ισπανία, είναι πολύ πιο περιορισμένη, γεγονός που δείχνει ότι με τα κατάλληλα μέτρα μπορεί να αντιμετωπιστεί αυτό το πρόβλημα.

Διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα της Ρόδου κατά το τετράμηνο Ιουνίου - Σεπτεμβρίου ως ποσοστό επί των ετησίου συνόλου των διανυκτερεύσεων για επιλεγμένα έτη:

- 1975: 61,3%
- 1984: 64,7%
- 1993: 68,9%
- 2000: 71,4%
- 2003: 72,6%

Πηγές: ΕΣΥΕ, ΕΟΤ, ΞΕΕ, ΕΞΡ, Λογοθέτης 1992

Διάγραμμα 3: Ποσοστιαία κατανομή των διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχεία της Ρόδου κατά μήνα για τα έτη 1975, 1984, 1993, 2000 και 2003



Πηγές: ΕΣΥΕ / ΕΟΤ, ΕΞΡ

Παράλληλα με την αύξηση της εποχικότητας παρατηρείται μείωση στη μέση παραμονή των τουριστών. Αυτή ανήλθε το 2001 στις 8,3 διανυκτερεύσεις για τα ξενοδοχεία της Ρόδου, όταν το 1991 ήταν 9,7 διανυκτερεύσεις και το 1981 9,9 διανυκτερεύσεις. Μέση παραμονή στα ξενοδοχειακά καταλύματα της Ρόδου για επιλεγμένα έτη:

- 1981: 9,9 διανυκτερεύσεις
- 1991: 9,7 διανυκτερεύσεις
- 2001: 8,3 διανυκτερεύσεις

Πηγές: ΕΣΥΕ / ΕΟΤ, Λογοθέτης 1992

Η μείωση της διάρκειας παραμονής προκύπτει επίσης από την αναλογικά ταχύτερη ανάπτυξη των αφίξεων με charter σε σύγκριση με τις διανυκτερεύσεις κατά τις τρεις τελευταίες δεκαετίες, η δε πτώση των τελευταίων ετών είναι πιο έντονη στις διανυκτερεύσεις. Παράλληλα διαπιστώνεται ότι οι ξενοδοχειακές κλίνες αυξάνονται από το 1988 με ρυθμούς ταχύτερους από την αύξηση των διανυκτερεύσεων³².

³² http://www.traveldailynews.gr/makeof.asp?central_id=892&permanent_id=40

ΠΙΝΑΚΑΣ 2 - ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΣ - ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ - ΑΠΡΙΛΙΟΣ

Αεροδρόμια	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% μεταβολή				
							2005/04	2006/05	2007/06	2008/07	2009/08
Θεσσαλονίκη*	219.687	198.699	210.625	244.980	270.059	250.797	-9,6	6,0	16,3	10,2	-7,1
Καβάλα (Β. Ελλάδα)	6.058	5.094	5.519	5.171	1.893	1.547	-15,9	8,3	-6,3	-63,4	-18,3
Ηράκλειο*	126.513	94.046	109.032	111.418	96.425	93.533	-25,7	15,9	2,2	-13,5	-3,0
Χανιά (Κρήτη)	20.858	19.089	28.781	29.229	21.559	26.523	-8,5	50,8	1,6	-26,2	23,0
Ρόδος	147.371	113.135	137.813	140.647	117.984	120.056	-23,2	21,8	2,1	-16,1	1,8
Κως (Δωδεκάνησα)	52.815	29.028	37.291	40.741	35.178	44.450	-45,0	28,5	9,3	-13,7	26,4
Κως	6.848	5.056	7.011	5.061	6.607	5.065	-26,2	38,7	-27,8	30,5	-23,3
Αραξος (Πελοπόννησος)	59.663	34.084	44.302	45.802	41.785	49.515	-42,9	30,0	3,4	-8,8	18,5
Αραξος	435	0	624	879	833	9	-100,0	-	40,9	-5,2	-98,9
Καθαμάτα (Πελοπόννησος)	552	557	1.182	602	584	515	0,9	112,2	-49,1	-3,0	-11,8
Κέρκυρα	987	557	1.806	1.481	1.417	524	-43,6	224,2	-18,0	-4,3	-63,0
Κέρκυρα	7.912	8.616	11.633	10.485	8.420	6.893	8,9	35,0	-9,9	-19,7	-18,1
Κεφαλήνια	59	189	443	1.093	854	626	220,3	134,4	146,7	-21,9	-26,7
Ζάκυνθος	694	865	814	1.328	1.381	1.324	24,6	-5,9	63,1	4,0	-4,1
Ακτιο (Ιόνια Νησιά)	1.626	82	1.621	938	477	993	-95,0	1.876,8	-42,1	-49,1	108,2
Ακτιο	10.291	9.752	14.511	13.844	11.132	9.836	-5,2	48,8	-4,6	-19,6	-11,6
Μύκονος	396	375	135	363	259	131	-5,3	-64,0	168,9	-28,7	-49,4
Σαντορίνη (Κυκλάδες)	879	1.191	746	1.148	487	147	35,5	-37,4	53,9	-57,6	-69,8
Σαντορίνη	1.275	1.566	881	1.511	746	278	22,8	-43,7	71,5	-50,6	-62,7
Μυτιλήνη	1.771	1.225	1.306	1.196	1.906	1.913	-30,8	6,6	-8,4	59,4	0,4
Χίος	1.037	394	220	185	549	337	-62,0	-44,2	-15,9	196,8	-38,6
Σάμος (Β. Αιγαίο)	1.627	985	868	886	1.149	957	-39,5	-11,9	2,1	29,7	-16,7
Σάμος	4.435	2.604	2.394	2.267	3.604	3.207	-41,3	-8,1	-5,3	59,0	-11,0
ΣΥΝΟΛΟ	449.767	365.491	417.851	455.703	448.620	435.760	-18,7	14,3	9,1	-1,6	-2,9
ΑΘΗΝΑ**			703.238	794.456	801.758	723.528	-	-	13,0	0,9	-9,8
ΣΥΝΟΛΟ (Με Αθήνα)			1.121.089	1.250.159	1.250.378	1.159.288	-	-	11,5	0,0	-7,3

* Συνολικές αφίξεις εξωτερικού. ** Για την Αθήνα τα στοιχεία αφορούν στις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών, όπως τις δίνει το "Ελ. Βενιζέλος".
Πηγή: ΥΠΑ και περιφερειακά αεροδρόμια.

(<http://www.touristiki-agera.gr/UPLOADS/statistika.jpg>)

Το νησί της Ρόδου κατατάσσεται ως ο δεύτερος πιο δημοφιλής ελληνικός τουριστικός προορισμός, αν και το Ηράκλειο καλύπτει μια πολύ μεγαλύτερη περιοχή προορισμού:

Πίνακας 3.1. Αφίξεων με πτήσεις τσάρτερ από την εθνικότητα το 2008

(Ιανουάριος-Δεκέμβριος)

ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ	ΑΦΙΞΕΙΣ	%
* Ηράκλειο (Κρήτης)	2.100.974	26,37%
Ρόδος	1.390.774	17,5%
Κέρκυρα	848,632	10,7%
Κως	682,747	8,6%
Χανιά (Κρήτη)	683,667	8,6%
Ζάκυνθος	474,722	6,0%
Θεσσαλονίκη **	402,415	5,1%
Αθήνα ***	238,821	3,0%
Σαντορίνη	192,031	2,4%
Κεφαλονιά	158,633	2,0%
Όλοι οι Άλλοι	793,033	10,0%
ΣΥΝΟΛΟ	7.966.449	100,0%

ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ:

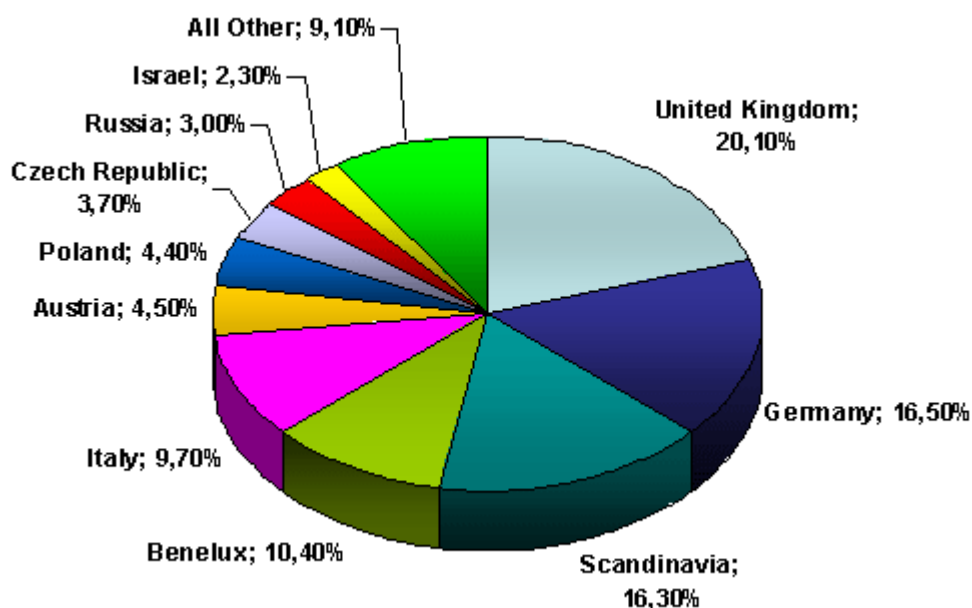
* Οι Αφίξεις στο ΗΡΑΚΛΕΙΟ περιλαμβάνουν αφίξεις επίσης στους προορισμούς του Αγίου Νικολάου και εν μέρει το Ρέθυμνο.

** Οι αφίξεις στην ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ περιλαμβάνουν επίσης έξω από την περιοχή της Θεσσαλονίκης.

*** Οι αφίξεις στην ΑΘΗΝΑ περιλαμβάνουν επίσης έξω από την περιοχή της Αθήνας.

Το ακόλουθο γράφημα αποδεικνύει ότι η Ρόδος έχει ένα καλά ισορροπημένο μίγμα εθνικότητας.

Διάγραμμα 4: Εθνικότητα τουριστών Ρόδου



Πηγή:

Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας, Τμήμα Ρόδου

Διαμονή - επιλογές στη Ρόδο

Το νησί της Ρόδου διαθέτει μια μεγάλη ποικιλία από επιλογές καταλυμάτων κυμαίνονται από τα μεγάλα πολυτελή ακίνητα ξενοδοχείο των διεθνών προτύπων για μικρά ξενοδοχεία οικογενειακή επιχείρηση με ζεστή και φιλική ελληνική φιλοξενία τους, για περισσότερα ξενοδοχεία κοσμοπολίτικη πόλη ή μικρά διαμερίσματα & βίλες δίπλα στην παραλία .

Πίνακας 3.2. (1) Εκτίμηση με βάση τον αριθμό των μονάδων

Κατανομή των θέσεων Διαμονής		
Κατηγορία	Μονάδες	Κρεβάτια
Deluxe (5 *)	14	9,782
A '(4 *)	107	35,117
B '(3 *)	127	14,142
Γ '(2 *)	169	12,397
Δ '& E' (1 *)	60	1,998
Ξενοδοχεία συνολικά:	477	73,436

Self Catering Apartments	2,221	22,000
Συνολικής δυναμικότητας νησιού	2,698	95,436

Πηγή:

Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού, Αθήνα Ιαν-2007

Πίνακας 3.3 Αεροπορική κίνηση στον κρατικό Αερολιμένα Ρόδου «Διαγόρας» κατά το 2009

ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑΣ						
ΚΡΑΤΙΚΟΣ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑΣ ΡΟΔΟΥ "ΔΙΑΓΟΡΑΣ"						
ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΙΚΟ ΤΜΗΜΑ						
ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΗ ΚΙΝΗΣΗ						
Ετος:	2009					
A. ΚΙΝΗΣΗ ΑΕΡΟΣΚΑΦΩΝ						
Αριθμός κινήσεων α/φών δημοσίων μεταφορών						
		2007	2008	2009	% 09/08	% 09/07
1. Πτήσεις εσωτερικού		14.391	14.481	14.572	0,63	1,26
2. Πτήσεις εξωτερικού		18.311	17.866	17.171	-3,89	-6,23
Αριθμός κινήσεων α/φών μη δημοσίων μεταφορών						
3. Γενική αεροπορία -Mil		2.582	2.736	2.581	-5,67	-0,04
Συνολικές κινήσεις α/φών		35.284	35.083	34.324	-2,16	-2,72
B. ΑΦΙΞΕΙΣ ΕΠΙΒΑΤΩΝ						
Αφίξεις με α/φη δημοσίων μεταφορών						
		2007	2008	2009	% 09/08	% 09/07
1. Πτήσεις εσωτερικού		413.576	412.591	406.611	-1,45	-1,68
2. Πτήσεις εξωτερικού		1.393.407	1.358.024	1.326.220	-2,34	-4,82
Αφίξεις με α/φη μη δημοσίων μεταφορών						
3. Γενική αεροπορία -Mil		3.958	3.117	3.571	14,57	-9,78
Συνολικές αφίξεις		1.810.941	1.773.732	1.736.402	-2,10	-4,12
Γ. ΑΝΑΧΩΡΗΣΕΙΣ ΕΠΙΒΑΤΩΝ						
Αναχωρήσεις με α/φη δημοσίων μεταφορών						
		2007	2008	2009	% 09/08	% 09/07
1. Πτήσεις εσωτερικού		423.061	424.060	418.208	-1,38	-1,15
2. Πτήσεις εξωτερικού		1.396.799	1.373.098	1.336.619	-2,66	-4,31

Αναχωρήσεις με α/φη μη δημοσίων μεταφορών						
3. Γενική αεροπορία -Mil		4.687	3.756	4.256	13,31	-9,20
Συνολικές αναχωρήσεις		1.824.547	1.800.914	1.759.083	-2,32	-3,59
Δ. ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ ΕΠΙΒΑΤΩΝ						
Αφίξεις και αναχωρήσεις με α/φη δημοσίων μεταφορών						
		2007	2008	2009	% 09/08	% 09/07
1. Πτήσεις εσωτερικού		836.637	836.651	824.819	-1,41	-1,41
2. Πτήσεις εξωτερικού		2.790.206	2.731.122	2.662.839	-2,50	-4,56
Αφίξεις και αναχωρήσεις με α/φη μη δημοσίων μεταφορών						
3. Γενική αεροπορία -Mil		8.645	6.873	7.827	13,88	-9,46
Συνολική διακίνηση		3.635.488	3.574.646	3.495.485	-2,21	-3,85
Ε. ΔΙΕΡΧΟΜΕΝΟΙ ΕΠΙΒΑΤΕΣ						
Διερχόμενοι με α/φη δημοσίων μεταφορών						
		2007	2008	2009	% 09/08	% 09/07
1. Πτήσεις εσωτερικού		1.466	1.579	1.618	2,47	10,37
2. Πτήσεις εξωτερικού		42.566	28.111	35.861	27,57	-15,75
Διερχόμενοι με α/φη μη δημοσίων μεταφορών						
3. Γενική αεροπορία -Mil		218	219	165	-24,66	-24,31
Σύνολο Διερχομένων		44.250	29.909	37.644	25,86	-14,93

Πηγή :EOT (<http://www.ando.gr/eot/greek/stats/stat2009.htm>)

Πίνακας 3.4. Αφίξεις στον κρατικό Αερολιμένα Ρόδου «Διαγόρας» κατά χώρα προέλευσης το 2009

ΚΡΑΤΙΚΟΣ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑΣ ΡΟΔΟΥ "ΔΙΑΓΟΡΑΣ"
ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΙΚΟ ΤΜΗΜΑ

ΕΤΟΣ: 2009

ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΑΦΙΞΕΩΝ ΚΑΤΑ ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ

Ο.Ο	ΧΩΡΑ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ			ΑΕΡΟΣΚΑΦΗ (ΚΙΛΩΣΟΙ)		
		2008	2009	%	2008	2009	%
1	ΑΛΓΕΡΙΑ	271979	248388	-8,67	2826	2672	-8,96
2	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	224933	213965	-4,88	2715	2623	-3,35
3	ΙΤΑΛΙΑ	131629	104987	-20,24	2190	1696	-22,96
4	ΣΟΥΔΙΑ	72271	80048	10,76	764	813	6,41
5	ΟΛΛΑΝΔΙΑ	63049	62986	-0,10	1093	998	-9,15
6	ΔΑΝΙΑ	57822	57929	0,18	694	703	1,30
7	ΠΟΛΩΝΙΑ	56810	57287	+0,83	854	812	-4,82
8	ΜΟΡΒΗΓΙΑ	41031	54320	32,39	423	595	39,95
9	ΤΣΕΧΙΑ	49666	53682	7,28	745	794	6,58
10	ΙΣΡΑΗΛ	31064	52575	69,25	490	606	31,74
11	ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	49663	51863	+4,63	462	503	8,87
12	ΑΥΣΤΡΙΑ	61441	47591	-22,54	808	628	-22,28
13	ΒΕΛΓΙΟ	50426	46456	-7,87	727	712	-2,05
14	ΓΑΛΛΙΑ	11751	42160	258,78	237	646	172,57
15	ΡΩΣΙΑ	40114	41057	2,35	587	494	-15,84
16	ΕΛΒΕΤΙΑ	29070	30965	6,52	388	458	18,04
17	ΣΛΟΒΑΚΙΑ	20052	18144	-9,52	362	272	-24,87
18	ΚΥΠΡΟΣ	7352	14885	102,46	262	408	55,73
19	ΟΥΓΓΑΡΙΑ	16306	10883	-32,64	260	179	-31,15
20	ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	7671	7743	0,94	145	146	0,69
21	ΣΛΟΒΕΝΙΑ	9217	7492	-18,72	141	118	-16,31
22	ΡΟΥΜΑΝΙΑ	6707	6804	2,94	195	130	-33,33
23	ΓΙΟΥΓΚΟΣΛΑΒΙΑ	5621	4184	-24,85	114	78	-31,58
24	ΕΣΘΟΝΙΑ	4110	2215	-46,11	86	36	-58,45
25	ΛΙΒΑΝΟΣ	1080	1851	71,39	26	48	84,62
26	ΛΙΘΟΥΑΝΙΑ	3673	1754	-52,25	57	42	-26,32
27	ΛΕΥΚΟΡΩΣΙΑ		1440			26	
28	ΟΥΚΡΑΝΙΑ	2370	1315	-44,51	54	44	-18,52
29	ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	1088	514	-52,19	28	12	-57,14
30	ΙΣΠΑΝΙΑ	740	301	-59,32	49	35	-28,57
31	ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ		164		6	13	116,67
32	ΑΡΑΒ. ΕΜΙΡΑΤΑ	81	75	-7,41	10	14	40,00
33	ΑΙΓΥΠΤΟΣ	7	60	771,43	21	19	-9,52
34	ΜΑΡΟΚΟ		27		2	1	-50,00
35	ΙΣΤΑΝΒΟΥΛ	2256			18		
36	ΛΕΤΟΝΙΑ	948			10		
37	ΚΡΟΑΤΙΑ	526			21	11	-47,62
38	ΤΟΥΡΚΙΑ	714			19	11	-42,11
39	ΙΡΑΝ	639			12		
40	ΙΡΑΚ	266			2		
41	ΗΠΑ	37			1		
42	ΙΟΡΔΑΝΙΑ	11			3		
43	ΤΥΝΗΣΙΑ					2	
44	ΜΑΔΑΓ. ΤΕΙΧΟΣ					2	
45	ΣΥΡΙΑ				1		
ΣΥΝΟΛΟ		1358024	1326420	-2,34	17896	17171	-3,88
Ελλάδα		412591	406611	-1,45	14481	14572	0,63
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ		1770615	1732831	-2,13	32347	31743	-1,87

Πηγή: EOT (<http://www.ando.gr/eot/greek/stats/stat2009.htm>)

Πίνακας 3.5. Αεροπορική κίνηση στον Κρατικό Αερολιμένα Ρόδου το 2009

ΚΡΑΤΙΚΟΣ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑΣ ΡΟΔΟΥ "ΔΙΑΓΟΡΑΣ"
ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΙΚΟ ΤΜΗΜΑ

ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΗ ΚΙΝΗΣΗ ΕΤΟΥΣ 2 2009

	ΑΦΙΕΞΙΣ	ΑΝΑΧΩΡ.	TRANBIT	ΑΦΗ	ΑΦΙΕΞΙΣ	ΑΝΑΧΩΡ.	TRANBIT	ΑΦΗ
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ				ΙΟΥΝΙΟΣ				
ΕΣΠ.	23104	23756	84	526	52036	46666	241	1528
ΕΣΠ.	743	961	2	20	276940	252968	7917	3379
Κ-ΣΤΡ.	216	245	1	100	362	516	2	413
ΣΥΝΟΛΟ	23063	24001	87	1046	329358	310070	8160	5321
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ				ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ				
ΕΣΠ.	22228	21363	66	874	52236	60460	250	1547
ΕΣΠ.	854	878	52	45	28845	304878	7467	3657
Κ-ΣΤΡ.	188	189	3	73	300	440	16	351
ΣΥΝΟΛΟ	23200	22430	124	992	342411	366378	7773	5665
ΜΑΡΤΙΟΣ				ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ				
ΕΣΠ.	25283	24475	81	980	37853	43204	242	1405
ΕΣΠ.	858	756	6	30	224458	242623	5936	2892
Κ-ΣΤΡ.	219	331	6	147	484	541	21	257
ΣΥΝΟΛΟ	26360	25562	93	1157	252796	286988	6199	4554
ΑΠΡΙΛΙΟΣ				ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ				
ΕΣΠ.	35820	35256	158	1205	29712	34641	79	1250
ΕΣΠ.	42495	23667	563	563	97561	196720	2926	1752
Κ-ΣΤΡ.	230	306	2	161	426	426	3	288
ΣΥΝΟΛΟ	78545	59229	793	1924	128099	191787	3008	3290
ΜΑΪΟΣ				ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ				
ΕΣΠ.	32818	31252	36	1327	27525	29634	116	1137
ΕΣΠ.	167586	132188	3788	2010	1902	4023	282	80
Κ-ΣΤΡ.	291	362	8	238	264	248		140
ΣΥΝΟΛΟ	201095	153802	3832	3575	29691	34205	398	1357
ΙΟΥΛΙΟΣ				ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ				
ΕΣΠ.	40520	38256	120	1352	25236	28262	62	1040
ΕΣΠ.	200436	204828	6842	2686	1736	1466	50	52
Κ-ΣΤΡ.	294	364	27	241	236	236	76	162
ΣΥΝΟΛΟ	251350	243520	6969	4289	27268	30564	188	1254
Α' ΕΞΑΜΗΝΟ				Β' ΕΞΑΜΗΝΟ				
ΕΣΠ.	181973	174512	588	6964	224638	243696	1000	7908
ΕΣΠ.	433374	353621	11283	5358	892346	972968	24578	11812
Κ-ΣΤΡ.	1438	1850	47	960	2133	2406	118	1621
ΣΥΝΟΛΟ	616785	536983	11918	12982	1119617	1219100	25726	21341
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΤΟΥΣ								
ΕΣΠ.	406611	418208	1618	14572				
ΕΣΠ.	1326220	1336619	38851	17171				
Κ-ΣΤΡ.	3571	4256	165	2581				
ΣΥΝΟΛΟ	1736102	1759083	37644	34324				

Πηγή: EOT (<http://www.ando.gr/eot/greek/stats/stat2009.htm>)

Πίνακας 3.6. Ημέρα μέγιστης κίνησης στον Κρατικό Αερολιμένα Ρόδου «Διαγόρας το 2009

ΗΜΕΡΑ ΜΕΓΙΣΤΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ 2009							
Α.Α.	ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ	ΗΜΕΡΑ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ				ΑΕΡΟΣΚΑΦΗ ΚΙΝΗΣΕΙΣ
			ΑΦΙΞΕΙΣ	ΑΝΑΧΩΡΗΣΕΙΣ	ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ	ΔΙΕΡΧΟΜΕΝΟΙ	
1	9η Αυγούστου	Κυριακή	20468	20174	40642	313	266
2	16η Αυγούστου	Κυριακή	19641	20585	40226	378	260
3	23η Αυγούστου	Κυριακή	18703	21499	40202	608	276
4	2α Αυγούστου	Κυριακή	20247	19717	39964	279	260
5	30η Αυγούστου	Κυριακή	18036	19762	37798	173	278
6	26η Ιουλίου	Κυριακή	18725	19228	37953	581	262
7	12η Ιουλίου	Κυριακή	19260	18047	37307	581	264
8	19η Ιουλίου	Κυριακή	18820	18438	37258	386	251
9	6η Σεπτεμβρίου	Κυριακή	18077	18097	36174	645	252
10	13η Σεπτεμβρίου	Κυριακή	17323	18483	35806	606	248
ΜΕΣΗ ΗΜΕΡΗΣΙΑ ΚΙΝΗΣΗ			4727	4793	9520	102	93
ΩΡΑ ΜΕΓΙΣΤΗΣ ΑΙΧΜΗΣ			13:00-14:00 της Κυριακής 23ης Αυγούστου				
			1293	2140	3433		19

Πηγή: EOT (<http://www.ando.gr/eot/greek/stats/stat2009.htm>)

3.2.2 Ο τουρισμός της περιοχής με το Ευρώ

Η ζήτηση του ελληνικού τουρισμού είναι ανελαστική αντανακλώντας την δύναμη της αγοράς. Οι υψηλότερες τιμές αυξάνουν τα τουριστικά δημόσια έσοδα, γεγονός αντίθετο με την επιθυμία των Ελλήνων να διατηρήσουν χαμηλές τιμές στον τουριστικό κλάδο. Η αλλαγή του νομίσματος σε ευρώ είχε μια τεράστια θετική επίδραση στα δημόσια έσοδα από τον τουρισμό, τα οποία πρέπει να συνεχίζουν να αυξάνονται όσο περισσότερες χώρες υιοθετούν αυτό το νόμισμα.

Τα συγκεκριμένα αποτελέσματα πρέπει να διδάξουν και άλλες χώρες που επιθυμούν να αυξήσουν τα έσοδα τους από τον τουρισμό. Οι νομισματικές ενώσεις και η οικονομική απελευθέρωση έχουν θετικές επιδράσεις. (Thompson & Thompson, 2010: 8)

Η σημασία του τουρισμού για τη Ρόδο είναι ιδιαίτερα καταλυτική, αν ληφθεί υπόψη ότι είναι ο βασικότερος παραγωγικός κλάδος του νησιού, που συμμετέχει σε ποσοστό 75% - 80% στη διαμόρφωση του τοπικού ΑΕΠ και προσφέρει πάνω από 35.000 θέσεις εργασίας σε απασχολούμενους σε αμιγώς τουριστικές επιχειρήσεις και σε επηρεαζόμενες άμεσα από τον τουρισμό.

Αξιοσημείωτη, πάντως, είναι η πτωτική πορεία των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων ξένων μετά το 2000 και μέχρι το 2004. Η τάση αυτή αντικατοπτρίζει τόσο

την πτώση των αφίξεων ξένων τουριστών στην Ελλάδα (εκτός των αφίξεων από τις Βαλκανικές χώρες), καθώς και τον έντονο ανταγωνισμό στην προσέλκυση τουριστών που υφίστανται τα ξενοδοχεία από την ανάπτυξη των τουριστικών καταλυμάτων σε επίπεδο οικογενειακής τουριστικής εκμεταλλεύσεως.

Ποτέ στην ιστορία του ροδιακού τουρισμού δεν υπήρξε μια τόσο **μεγάλη περίοδος ύφεσης** με μια πενταετία συνεχούς πτώσης στην τουριστική κίνηση (2000-2004). Εάν συνεχιστεί η κατάσταση ως έχει και δεν υπάρξουν σημαντικές πρωτοβουλίες από τους φορείς της Ρόδου, τα πράγματα συνεχώς θα χειροτερεύουν, αφού:

- ο ανταγωνισμός διαρκώς θα εντείνεται στην ευρύτερη περιοχή της Μεσογείου λόγω της δημιουργίας νέων ξενοδοχείων και θέρετρων υψηλών προδιαγραφών.
- η γήρανση των ξενοδοχείων και υποδομών της Ρόδου θα γίνεται ολοένα και πιο εμφανής.
- η ισοτιμία του ευρώ με τα νομίσματα άλλων μεσογειακών χωρών δεν αναμένεται να μειωθεί.

Παρά τις όποιες παροδικές εξάρσεις της ζήτησης (χαρακτηριστικό παράδειγμα η πρόσφατη μετακίνηση τουριστών προς τη Ρόδο από την Αίγυπτο και την Τουρκία λόγω των εκεί βομβιστικών επιθέσεων), η πορεία των εσόδων θα παραμείνει πτωτική λόγω της διαρκώς εντεινόμενης πίεσης για χαμηλότερες τιμές από τους tour operators.

Επίσης αναμένεται να διευρυνθεί το χάσμα μεταξύ των επιχειρήσεων της Ρόδου. Οι επιχειρήσεις και ειδικότερα τα ξενοδοχεία που θα επενδύσουν στο προσωπικό, τις εγκαταστάσεις και τον εξοπλισμό τους και που θα στοχεύσουν σε ειδικές κατηγορίες καταναλωτών (π.χ. οικογένειες με παιδιά, τουρίστες ειδικών ενδιαφερόντων κ.ο.κ.) με τα κατάλληλα προϊόντα (π.χ. all-inclusive, spa διεθνών προδιαγραφών), θα έχουν ικανοποιητική πληρότητα και έσοδα τα προσεχή χρόνια. Αντιθέτως, θα δυσκολεύουν συνεχώς οι συνθήκες για εκείνες τις επιχειρήσεις που απλώς θα συνεχίσουν να κάνουν ό,τι έκαναν και τις προηγούμενες δεκαετίες προσφέροντας τυποποιημένες διακοπές. Ακριβώς αυτές οι επιχειρήσεις είναι που χρειάζονται περισσότερο την υποστήριξη και καθοδήγηση από τους τουριστικούς φορείς και το κράτος.

Η υποαπασχόληση του ξενοδοχειακού δυναμικού της Ρόδου τα τελευταία χρόνια λόγω:

- της μείωσης των αφίξεων,
- της μείωσης των διανυκτερεύσεων,
- της εντεινόμενης εποχικότητας,
- της μείωσης στη μέση παραμονή και
- της συγκριτικά ταχείας αύξησης των ξενοδοχειακών κλινών

αντανακλάται σε έναν άλλο δείκτη, τις **διανυκτερεύσεις ανά κλίνη**. Από το 1999 - με 163 διανυκτερεύσεις ανά κλίνη - παρατηρείται μια συνεχής πτώση του δείκτη που έφτασε το 2003 στις 126 διανυκτερεύσεις. Όμως και καθ' όλη τη διάρκεια της δεκαετίας του 1990, οι διανυκτερεύσεις ανά κλίνη ουδέποτε υπερέβησαν το μέσο όρο της περιόδου 1960-2003, ο οποίος ανήλθε στις 173 διανυκτερεύσεις περιλαμβάνοντας και τα έτη με έντονο το φαινόμενο του «overbooking» και πάνω από 200 διανυκτερεύσεις ανά κλίνη (με μέγιστη τιμή τις 226 διανυκτερεύσεις το 1976)³³.

Ο τουρισμός της Ρόδου κινήθηκε ανοδικά ιδιαίτερα κατά την υψηλή περίοδο με τα ξενοδοχεία να έχουν μέγιστες πληρότητες και τον αριθμό των αφίξεων να παρουσιάζει σημαντική αύξηση σύμφωνα με τα στοιχεία από το αεροδρόμιο. Η άνοδος αυτή μπορεί να εκληφθεί ως αποτέλεσμα επίδρασης πολλών παραγόντων στους οποίους συγκαταλέγονται σίγουρα η διεθνής προβολή της χώρας μετά την ασφαλή και επιτυχημένη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων, η εκτεταμένη και ανανεωμένη διαφημιστική εκστρατεία του Υπουργείου Τουρισμού σε πολλές χώρες του εξωτερικού, αλλά δεν μπορούμε να παραβλέψουμε και να μην εστιάσουμε την προσοχή μας σε συγκυριακούς παράγοντες, όπως η ύπαρξη ή ο φόβος τρομοκρατικών επιθέσεων σε ανταγωνιστικούς προορισμούς, όπως το τρομοκρατικό χτύπημα στην Αίγυπτο, το οποίο μετέφερε μερίδια συγκεκριμένων αγορών όπως η ιταλική στην Ελλάδα και ειδικά στη Ρόδο (Μπαρμπούτης, 2005).

³³ http://www.traveldailynews.gr/makeof.asp?central_id=892&permanent_id=40

Πίνακας 3.7. Αφίξεις αλλοδαπών τουριστών

Αφίξεις αλλοδαπών τουριστών αεροπορικώς (Ιανουάριος - Ιούλιος)	
Αεροδρόμια	Μεταβολή % 2009/08
Πελοπόννησος	-18,3
Ιόνια Νησιά	-13,4
Κυκλάδες	-12,4
Κρήτη	-10,9
Β. Αιγαίο	-9,3
Βόρεια Ελλάδα	-9,3
Δωδεκάνησα	-4,8
Σύνολο	-9,8

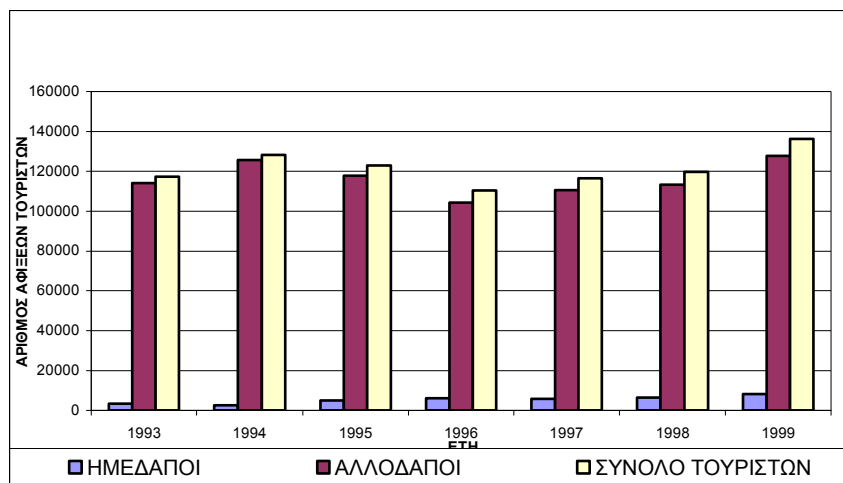
Πηγή: ypotheto.blogspot.com/2009_08_01_archive.html

3.2.3 Ποιότητα τουριστών

Οι κύριες χώρες προέλευσης των τουριστών της Ρόδου είναι η Αγγλία, η Γερμανία και οι Σκανδιναβικές χώρες. Σύμφωνα με στοιχεία ο χειμερινός τουρισμός της Ρόδου υπερέχει σε ποιότητα από τον καλοκαιρινό. Ο χειμερινός τουρισμός είναι κατά κύριο λόγο οικογενειακός και ανωτέρου εισοδηματικού επιπέδου σε αντίθεση με τον καλοκαιρινό ο οποίος σε ορισμένες περιοχές αποτελείται κυρίως από νέους που καταφθάνουν στο νησί για την διασκέδαση και όχι για την ομορφιά του.

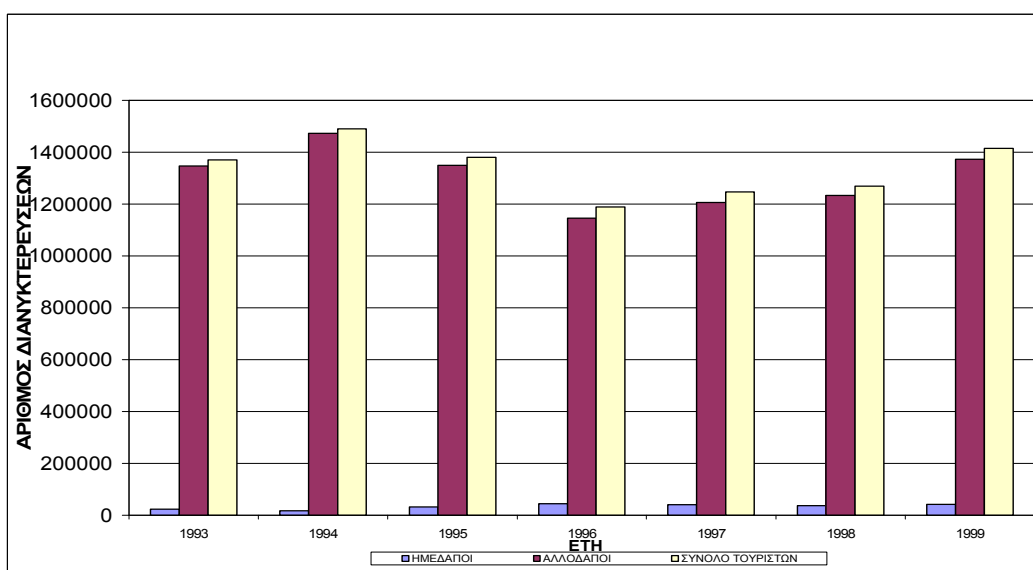
Η ανάπτυξη του τουρισμού στο νησί της Ρόδου άρχισε από την δεκαετία του '60 (Μελέτη Δοξιάδη "Τουριστική Ανάπτυξη, Φαληράκι Ρόδου", 1969). Στην περιοχή του Φαληρακίου κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '60 υπήρχε μικρός αριθμός κλινών, εστιατορίων και κατοικιών. Η τουριστική κίνηση και οι διανυκτερεύσεις στην περιοχή των Καλλυθιών, όπου βρίσκεται ο οικισμός του Φαληρακίου, σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία του ΕΟΤ για την περίοδο 1993 – 2000 (για το χρονικό διάστημα 1970 – 1993 δεν υπάρχουν ξεχωριστά στατιστικά στοιχεία), παρουσιάζονται στα διαγράμματα 5 και 6 αντίστοιχα:

Διάγραμμα 5: Τουριστική κίνηση στο Φαληράκι κατά το χρονικό διάστημα 1993 – 1999



(Πηγή: ΕΟΤ - Διεύθυνση Τουρισμού Δωδεκανήσου, 2000)

Διάγραμμα 6: Διανυκτερεύσεις των τουριστών στην περιοχή του Φαληρακίου κατά το χρονικό διάστημα 1993 – 1999

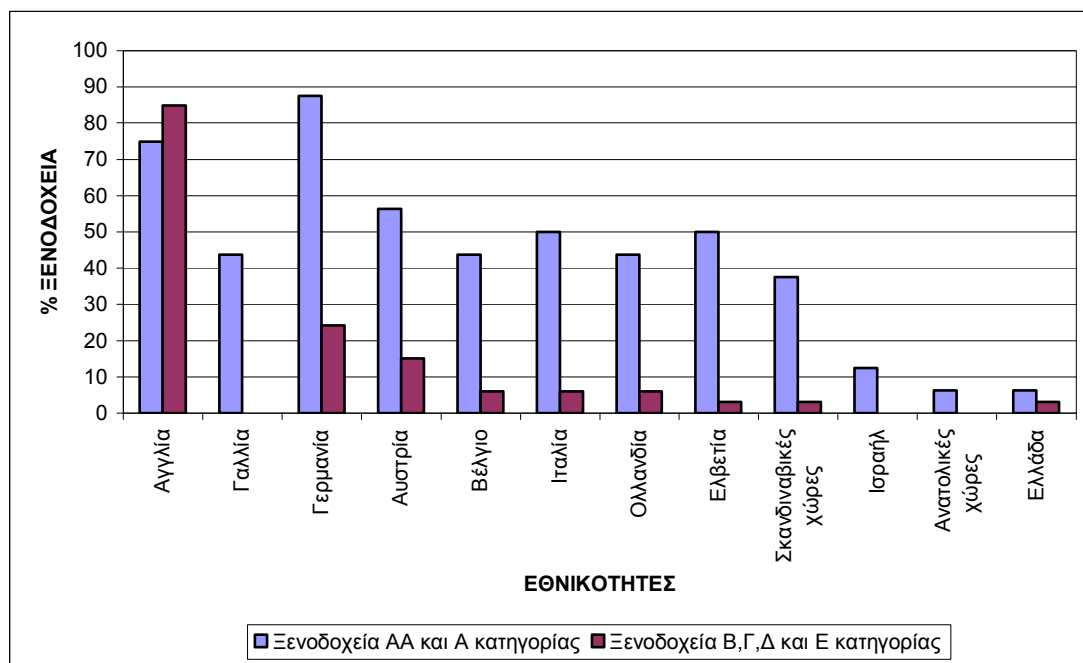


(Πηγή: ΕΟΤ - Διεύθυνση τουρισμού Δωδεκανήσου, 2000)

Από τα στοιχεία της έρευνας, προκύπτει ότι η τουριστική κίνηση και οι διανυκτερεύσεις στην περιοχή του Φαληρακίου ήταν περίπου σταθερές στο χρονικό διάστημα 1990 – 2000. Η προέλευση των τουριστών ήταν ως επί το πλείστον από

Ευρωπαϊκές χώρες (Διάγραμμα 7). Το μεγαλύτερο ποσοστό των τουριστών που διέμεναν στα ξενοδοχεία Β,Γ,Δ και Ε κατηγορίας προέρχονταν από την Αγγλία.

Διάγραμμα 7: Εθνικότητες τουριστών στα ξενοδοχεία του Φαληρακίου το έτος 2001



(Πηγή: Διεύθυνση τουρισμού Δωδεκανήσου, 2000)

Η τουριστική ανάπτυξη στο Φαληράκι, εκτός από τα οικονομικά οφέλη είχε σημαντικές επιπτώσεις στην πολεοδομική - κοινωνική οργάνωση καθώς και στο φυσικό περιβάλλον του. Με βάση τις αεροφωτογραφίες των 1960, 1975, 1990 και του ορθοφωτοχάρτη του 1999, παρατηρείται ένας σταδιακός μετασχηματισμός των χρήσεων της περιοχής. Η γεωργική έκταση, σταδιακά μετατρέπεται σε περιοχή τουριστικού ενδιαφέροντος. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα κάποιες πηγές ρύπανσης να καταργηθούν και κάποιες άλλες να εμφανιστούν. Η ρύπανση της περιοχής πριν την τουριστική ανάπτυξη προέρχονταν κυρίως από τις γεωργικές ανθρώπινες δραστηριότητες. Η ανάπτυξη της περιοχής σήμανε τη σταδιακή εμφάνιση νέων πηγών ρύπανσης: τα ξενοδοχειακά συγκροτήματα, τα ενοικιαζόμενα δωμάτια, τους οικισμούς, τα αυτοκίνητα, τα εστιατόρια, τα αναψυκτήρια, τα κέντρα νυχτερινής διασκέδασης, τα ταχύπλοα σκάφη. (Οικονόμου, **ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ**)

3.2.4 Αύξηση ή μείωση των τουριστικών – ξενοδοχειακών μονάδων ως αποτέλεσμα του Ευρώ (ειδικά για τη Ρόδο)

Η ουσιαστική ανυπαρξία του αναγκαίου χωροταξικού σχεδιασμού και η μεγάλη αστάθεια του ισχύοντος πλαισίου χωροθετήσεως των τουριστικών μονάδων, καθώς και η αδυναμία συστηματικής εφαρμογής, μίας καλά σχεδιασμένης στρατηγικής αναπτύξεως του τουρισμού, εμποδίζουν την ανάπτυξη στην Ελλάδα σύγχρονων τουριστικών εγκαταστάσεων από μεγάλες εξειδικευμένες επιχειρήσεις με διεθνή παρουσία και αναγνωρισιμότητα. Επίσης, οι προσπάθειες οργανώσεως της προσφοράς του τουριστικού προϊόντος της χώρας από εξειδικευμένες επιχειρήσεις (οργανωμένες παραλίες, οργανωμένες μαρίνες, τουριστικά θέρετρα κ.ά.), που προωθούνται σήμερα με μεγάλη καθυστέρηση, αντιμετωπίζουν αντιδράσεις. Όλοι αποδέχονται την ανάγκη επεκτάσεως της τουριστικής περιόδου, αλλά αντιδρούν ή παρεμβάλλουν εμπόδια στη δημιουργία μεγάλων τουριστικών επιχειρήσεων και στην οργάνωση του τουριστικού προϊόντος, που είναι οι μόνοι μηχανισμοί οι οποίοι μπορούν να αυξήσουν την προσφορά ευρείας σειράς τουριστικών υπηρεσιών και να προσελκύσουν στην Ελλάδα επισκέπτες σε δωδεκάμηνη βάση. Για αυτόν τον λόγο, οι επενδύσεις για την προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού διαμορφώνονται σε σχετικά χαμηλά επίπεδα.

Στη στήριξη της αναπτύξεως, κατά κύριο λόγο, της μικρομεσαίας τουριστικής επιχειρήσεως οικογενειακού τύπου, με ταυτόχρονη παρεμβολή εμποδίων έναντι των μεγάλων τουριστικών επενδύσεων και επιχειρήσεων. Οι τελευταίες εμποδίζονται με την προβολή του κινδύνου υποβαθμίσεως του φυσικού περιβάλλοντος ή με την παρεμβολή περίπλοκων και χρονοβόρων γραφειοκρατικών διαδικασιών. Αντίθετα, η εμμονή στη μονομερή και αυτόνομη ανάπτυξη μιας πληθώρας οικογενειακών τουριστικών μονάδων με χαμηλή ή ανύπαρκτη εξειδίκευση στο σύγχρονο επιχειρηματικό-τουριστικό τομέα, συνεπάγεται εξειδίκευση στην προσέλκυση μόνο παραθεριστών τουριστών τους καλοκαιρινούς μήνες και μάλιστα τουριστών σχετικά χαμηλής αγοραστικής δύναμης. Όπως τονίστηκε, η δυνατότητα προσφοράς από αυτές τις μονάδες τουριστικών υπηρεσιών υψηλότερης προστιθέμενης αξίας και σε περιόδους εκτός της καλοκαιρινής παραθεριστικής περιόδου είναι περιορισμένη. Η συνεχής δε ανάπτυξη νέων μονάδων αυτού του τύπου δημιουργεί συνθήκες καταστροφικού ανταγωνισμού σε πολλές περιοχές, ενώ η παντελής

έλλειψη διαπραγματευτικής δύναμης τις καθιστά ευάλωτες στην εκμετάλλευσή τους από τις μεγάλες διεθνείς επιχειρήσεις διοργανώσεως ταξιδίων (tour operators)..

Στη στήριξη κατά το παρελθόν της ανεγέρσεως ξενοδοχειακών μονάδων με υψηλές επενδυτικές επιχορηγήσεις, με μη ικανοποιητική διαχείριση αυτών των επιχορηγήσεων, και στο πρόβλημα της μαζικής ανεγέρσεως αυθαίρετων τουριστικών καταλυμάτων και ξενοδοχειακών μονάδων σε πολλούς ξενοδοχειακούς προορισμούς, τα οποία η πολιτεία αναγκάστηκε στη συνέχεια να νομιμοποιήσει. Οι πρακτικές άναρχης δόμησης που παρατηρούνται σε πολλές τουριστικές περιοχές, χωρίς την εξασφάλιση της αναγκαίας υποδομής, υποβαθμίζουν τις συνθήκες διαβιώσεως στις περιοχές αυτές, ιδιαίτερα κατά την περίοδο της τουριστικής αιχμής και δημιουργούν συνθήκες κακοποίησης του φυσικού περιβάλλοντος, η διαφύλαξη και ανάπτυξη του οποίου αποτελεί προϋπόθεση για την ανάπτυξη της τουριστικής επιχειρήσεως. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν η ανεξέλεγκτη δόμηση πλησίον αρχαιολογικών χώρων, καθώς και σε προστατευόμενες περιοχές, η εγκατάλειψη ή η καταστροφή σημαντικών μνημείων της νεώτερης ιστορίας μας, οι βίαιες επεμβάσεις σε περιοχές εξαιρετικού κάλλους έστω και αν πολλές από αυτές έχουν ενταχθεί στο δίκτυο Νατούρα 2000, οι ελλείψεις σε χώρους υγειονομικής ταφής απορριμμάτων και γενικά η μη-ικανοποιητική διαχείριση των απορριμμάτων σε πολλές τουριστικές περιοχές, οι ελλείψεις σε οδικούς άξονες και σε χώρους σταθμεύσεως μέσα στις πόλεις, κ.ά.

Η αξία των ελληνικών συγκριτικών πλεονεκτημάτων (του φυσικού περιβάλλοντος και των ιστορικών μνημείων) είναι πράγματι πολύ μεγάλη και μπορεί να αυξάνει με την πάροδο του χρόνου, υπό την προϋπόθεση, όμως, ότι ο τρόπος εκμεταλλεύσεώς τους δεν τα βλάπτει και δεν τα καταστρέφει. Αυτή η προϋπόθεση δε φαίνεται να εξασφαλίζεται πάντοτε, αφού η ανάπτυξη του τουρισμού πραγματοποιείται με τρόπο που σε πολλές περιπτώσεις οδηγεί σε ουσιαστική απαξίωση του περιβάλλοντος και σε περιορισμό της δυνατότητας περαιτέρω αναπτύξεως.

Στην τάση των τουριστικών επιχειρήσεων να μεταθέτουν την κύρια ευθύνη για την προώθηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στο κράτος. Στην Ελλάδα η επιχειρηματική λειτουργία φαίνεται να περιορίζεται στην ανέγερση των τουριστικών εγκαταστάσεων (συνήθως με κρατική επιχορήγηση), ενώ η πολιτική προσελκύσεως τουριστών φαίνεται να θεωρείται από πολλές πλευρές ως κρατική αρμοδιότητα. Έτσι το κράτος θεωρήθηκε ως ο κύριος υπεύθυνος για τη μη ικανοποιητική ανάπτυξη του τουρισμού στη δεκαετία του 2000,

παρά το γεγονός ότι κατά την περίοδο αυτή πραγματοποίησε ένα τεράστιο όγκο επενδύσεων σε τουριστικές υποδομές και διοργάνωσε τους πιο επιτυχείς Ολυμπιακούς Αγώνες με τεράστια προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στο εξωτερικό. Την επένδυση και την προβολή αυτή δεν την εκμεταλλεύτηκαν οι επιχειρήσεις του κλάδου κατά το ολυμπιακό έτος 2004 λόγω, προφανώς, επιχειρηματικών αστοχιών. Αντίθετα, προσάρμοσαν την πολιτική τους το 2005-2006 με ικανοποιητικά αποτελέσματα. Σε κάθε περίπτωση, η απόφαση της επιχειρήσεως για δραστηριοποίηση στον τομέα του τουρισμού συμπεριλαμβάνει και την υποχρέωση προσελκύσεως πελατών και εξασφαλίσεως της βιωσιμότητας και της αναπτυξιακής της δυναμικής. Η συνδρομή του κράτους σε αυτή τη διαδικασία είναι μεν αναγκαία (αφού ο τουρισμός είναι προϊόν με εθνική σημασία και σε πολλές περιπτώσεις απαιτούνται διακρατικές συμφωνίες και άλλες διευκολύνσεις), αλλά δεν μπορεί να υπεισέρχεται στην προσέλκυση πελατών σε επίπεδο επιχειρήσεως.

Στην Ελλάδα το Δημόσιο χρέος εκτινάχθηκε στα 262 δισεκατομμύρια € που αντιστοιχεί σε 21.000 € περίπου για κάθε Έλληνα, (107% του ΑΕΠ). Οι αυξημένες δανειακές ανάγκες οδήγησαν σε αύξηση του κόστους δανεισμού κατά δύο τουλάχιστον μονάδες σε σχέση με τις άλλες χώρες της Ευρωζώνης. Αυτό που λειτουργεί για μας ως ασπίδα, μερικής έστω προστασίας, κατά ειρωνική συγκυρία, είναι το γεγονός ότι γύρω στο 40% της οικονομικής μας δραστηριότητας είναι παραοικονομία.

Οφείλουμε να ομολογήσουμε ότι πολύ πριν ακόμα ξεσπάσει η παγκόσμια οικονομική κρίση, ο ελληνικός τουρισμός είχε ήδη έντονα σημεία παθογένειας με σοβαρά διαρθρωτικά προβλήματα, που σταδιακά τον οδηγούσαν σε απώλεια του ανταγωνιστικού του πλεονεκτήματος από άποψη σχέσης αξίας-τιμής (value for money), συγκριτικά με τους νέους ανταγωνιστές στην περιοχή της Ανατολικής Μεσογείου που, για το ίδιο μαζικό παραθεριστικό (και, κατά συνέπεια, εποχικό) τουριστικό προϊόν, έχουν πολύ χαμηλότερο κόστος παραγωγής και πολύ χαμηλότερη τιμή. Εμφανή συμπτώματα αυτής της παθογένειας είναι η συρρίκνωση της τουριστικής περιόδου, η μείωση της διαπραγματευτικής μας ικανότητας – που εκδηλώνεται με φαινόμενα όπως οι στάσιμες ή μειούμενες τιμές – η αυξανόμενη τάση για συμβόλαια «all inclusive» αλλά και η σταθερή υποβάθμιση του οικονομικού και κοινωνικού προφίλ του μέσου τουρίστα.

Δυστυχώς, τόσο οι αναπτυγμένες παραδοσιακές χώρες προέλευσης του ελληνικού τουρισμού (Γερμανοί και Βρετανοί αποτελούν το ήμισυ περίπου των τουριστικών μας αφίξεων), όσο και οι αναδυόμενες αγορές, βρίσκονται στο επίκεντρο της οικονομικής κρίσης

με διογκούμενη ανεργία, συρρίκνωση εισοδημάτων και πολύ υψηλό δείκτη ανασφάλειας και αβεβαιότητας των κατοίκων τους³⁴.

3.3 Αλλαγές που επέφερε η οικονομική κρίση στον τουρισμό

Ο τρίτος «πυλώνας» της Ελληνικής οικονομίας, ο Τουρισμός, με τα προϋπάρχοντα χρόνια διαρθρωτικά προβλήματα και τον ελάχιστο βαθμό ανταγωνιστικότητας, είναι επόμενο να δεχθεί το ισχυρότερο πλήγμα από την πλανητική κρίση του χρηματοπιστωτικού συστήματος και την επερχόμενη παγκόσμια οικονομική ύφεση.

Το ντόμινο των εξελίξεων στην παγκόσμια οικονομία αναμένεται, σύμφωνα με τον πρόεδρο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), Νίκο Αγγελόπουλο, να επηρεάσει, όχι μόνο την τουριστική κίνηση, αλλά και την ίδια τη βιωσιμότητα κάποιων επιχειρήσεων του κλάδου.

Αλλά και, προ παντός, γιατί η ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών παρουσιάζει εξαιρετικά μεγάλη εισοδηματική ελαστικότητα και οι δαπάνες για τουριστικές υπηρεσίες δεν αποτελούν την πρώτη προτεραιότητα διάθεσης του «διακριτικού» (discretionary) εισοδήματος.

Παρότι δεν έχουν γίνει σοβαρές έρευνες στο marketing του τουρισμού, είναι περίπου αυτονόητο ότι η ελαστικότητα της ζήτησης για διακοπές και ψυχαγωγία αυξάνεται όσο χαμηλότερα είναι τα εισοδήματα του νοικοκυριού.

Κοντολογίς, η πλούσια, οικονομικά ανεξάρτητη οικογένεια, ακόμα και σε ημέρες κρίσης, πιθανότατα δεν θα στερηθεί τις διακοπές της σε εγκαταστάσεις πολυτελείας. Η φτωχή οικογένεια, πιθανότατα, θα τις αναβάλει ή θα μειώσει τη διάρκεια και τη δαπάνη της. Αυτό ισχύει, παρά το γεγονός ότι, τα τελευταία χρόνια, η ανάγκη για διακοπές καθιστά την τουριστική ζήτηση όλο και πιο ανελαστική. Η ανελαστικότητα όμως αυτή δεν έχει δοκιμαστεί σε συνθήκες παγκόσμιας κρίσης αυτού του μεγέθους.

Για τους ασχολούμενους με τον τουρισμό, έχει μεγάλη σημασία να κατανοήσουν τη φύση του ανταγωνισμού που υφίσταται ανάμεσα σε διάφορες κατηγορίες προϊόντων και συγκεκριμένα μεταξύ τουριστικών δαπανών και άλλων μορφών επιλεκτικών (discretionary) δαπανών.

³⁴ http://rokar-rokar.blogspot.com/2009/11/blog-post_9069.html

Η έρευνα αγοράς στον τουρισμό, συνήθως εξετάζει τον ανταγωνισμό, αποκλειστικά εντός κατηγοριών τουριστικών προϊόντων. Σπάνια όμως εισέρχεται στον πυρήνα του ανταγωνισμού μεταξύ τουριστικών και άλλων κατηγοριών προϊόντων, αναζητώντας απάντηση στο ερώτημα: με δεδομένες ποικίλες εναλλακτικές επιλογές, πώς μπορεί ο τουρισμός να διεκδικήσει μεγαλύτερο μερίδιο της επιλεκτικής δαπάνης ενός νοικοκυριού με περιορισμένους οικονομικούς πόρους;

Όμως, ο τουρισμός δεν είναι αυτοτελής τομέας. Συνδέεται άρρηκτα και βρίσκεται σε αλληλεξάρτηση με τους άλλους τομείς της οικονομίας, με τους οποίους αποτελεί ένα ενιαίο παραγωγικό σύμπλεγμα και ιδιαίτερα με την αγροτική παραγωγή, τη μεταποίηση και όλες τις άλλες υπηρεσίες. Επηρεάζει δε και επηρεάζεται άμεσα από τον πολιτισμό και το περιβάλλον. Ως εκ τούτου, δεν πρέπει να αντιμετωπίζεται σαν ανεξάρτητη και αυτόνομη, οικονομική κυρίως, δραστηριότητα αλλά ως ένας τομέας με καταλυτικές επιπτώσεις στο σύνολο της ελληνικής κοινωνίας.

Είναι αναμφισβήτητη η διαπίστωση ότι, από άποψη σχέσης αξίας-τιμής, έχουμε χάσει το ανταγωνιστικό μας πλεονέκτημα, συγκριτικά με τους νέους ανταγωνιστές στην περιοχή της Ανατολικής Μεσογείου που, για το παραδοσιακό μαζικό, παραθεριστικό και συνεπώς εποχικό προϊόν, που προσφέραμε και συνεχίζουμε να προσφέρουμε, έχουν πολύ χαμηλότερο κόστος παραγωγής και πολλή χαμηλότερη τιμή.

Η συρρίκνωση της τουριστικής περιόδου, η μείωση της διαπραγματευτικής μας ικανότητας που εκδηλώνεται με φαινόμενα όπως στάσιμες ή και μειούμενες τιμές, η αυξανόμενη τάση για συμβόλαια «all inclusive», αλλά και η σταθερή υποβάθμιση του οικονομικού και κοινωνικού προφίλ του μέσου τουρίστα είναι μερικά από τα στοιχεία που επιβεβαιώνουν αυτή την πραγματικότητα και υπαγορεύουν την εκ βάθρων επανεκτίμηση της κατάστασης³⁵.

Αυτό επιβάλλει την επανατοποθέτησή μας στη διεθνή και στην εγχώρια τουριστική αγορά με μια πιο σύνθετη και ποιοτικά αναβαθμισμένη τουριστική προσφορά που θα απευθύνεται σε πιο ενήμερους, πιο εκλεκτικούς, πιο απαιτητικούς και πιο εύπορους τουρίστες και μάλιστα για δώδεκα μήνες τον χρόνο.

Αυτό δεν σημαίνει ότι πρέπει να εγκαταλείψουμε το τουριστικό μοντέλο που εφαρμόσαμε με επιτυχία για πολλά χρόνια, αξιοποιώντας τα μοναδικά μας πλεονεκτήματα

³⁵ [http://www.nsa.gr/blog/2008/economy-\(1\).aspx](http://www.nsa.gr/blog/2008/economy-(1).aspx)

(ήλιος, θάλασσα, αρχαιολογικά τουρ, κ.λπ) και θα είναι το κύριο τουριστικό μας προϊόν στο ορατό μέλλον. Οφείλουμε όμως να το αναβαθμίσουμε και να το εμπλουτίσουμε με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο κεφάλαιο αυτό αναφέρεται η ποσοτική έρευνα που πραγματοποιήθηκε. Περιγράφεται η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε για την έρευνα και οι στατιστικές αναλύσεις που πραγματοποιήθηκαν. Επίσης, γίνεται συνοπτική παρουσίαση του ερωτηματολογίου.

4.2. ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Η ποσοτική έρευνα στηρίχθηκε σε πρωτογενή στοιχεία και έγινε με τη χρήση ερωτηματολογίου κατόπιν προσωπικών συνεντεύξεων.

Η ποσοτική έρευνα έλαβε χώρα τον Απρίλιο του 2010 και ως τόπος διεξαγωγής της ορίστηκαν οι τουριστικές και ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της Ρόδου και της Λίνδου, διότι εκεί βρισκόταν το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων που αφορούσαν την έρευνα αυτή. Εφαρμόστηκε σε δείγμα που προέρχεται από τον αντίστοιχο πληθυσμό, με σκοπό στο βαθμό που αυτό είναι εφικτό, να βγουν συμπεράσματα που αφορούν τον τουρισμό στη Ρόδο.

4.2.1. Δειγματοληπτική μέθοδος της ποσοτικής έρευνας

Ο Δημητριάδης (2002: 3-4) αναφέρει ότι «Δειγματοληψία είναι η συλλογή παρατηρήσεων από ένα δείγμα, δηλαδή ένα μέρος των ατόμων του πληθυσμού. Η δειγματοληπτική μέθοδος που ακολουθείται σε μία έρευνα αποτελεί τη βάση της αξιοπιστίας που θα παρουσιάσουν τα τελικά αποτελέσματα. Επίσης, αναφέρει ότι η αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος, δηλαδή από το πόσο καλά ένα δείγμα αντιπροσωπεύει τον πληθυσμό, εξαρτάται από το δειγματοληπτικό πλαίσιο, το μέγεθος του δείγματος και το σχεδιασμό της διαδικασίας συλλογής».

1. Πληθυσμός

Οι υπό μελέτη επιχειρήσεις της παρούσας έρευνας, αφορούν της τουριστικές και ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της Ρόδου και Λίνδου, οι οποίες θεωρήθηκαν κατάλληλες για τους σκοπούς της έρευνας αυτής.

2. Δειγματοληπτικό πλαίσιο

Δειγματοληπτικό πλαίσιο είναι ένας κατάλογος ατόμων τα οποία ανήκουν στον πληθυσμό από τον οποίο θα σχεδιάσουμε το δείγμα (Δημητριάδης, 2002). Στην παρούσα έρευνα σαν πλαίσιο καθορίστηκαν οι τουριστικές και ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της Ρόδου και της Λίνδου, διότι εκεί βρισκόταν το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων που αφορούσαν την έρευνα αυτή.

3. Μέγεθος Δείγματος

Το πλήθος των μονάδων του δείγματος λέγεται μέγεθος δείγματος. Όσο πιο μεγάλο είναι το μέγεθος του δείγματος, τόσο λιγότερο η εκτίμηση θα διαφέρει της πραγματικής τιμής (Δημητριάδης, 2002).

Στην παρούσα έρευνα, συγκεντρώθηκαν 60 έγκυρα ερωτηματολόγια. Το δείγμα των 60 ερωτηματολογίων που συγκεντρώθηκε θεωρήθηκε ικανό για το σκοπό και τους επιμέρους στόχους της έρευνας καθώς και για τις στατιστικές αναλύσεις που πραγματοποιήθηκαν. Η μέτρηση όλων των ερωτήσεων έγινε με την κλίμακα Likert 5 σημείων. Αφού ολοκληρώθηκε η συγκέντρωσή τους, εξετάστηκαν με σκοπό την απόρριψη αυτών που θεωρούνταν ακατάλληλα για την έρευνα. Τα 60 κατάλληλα ερωτηματολόγια που τελικά συγκεντρώθηκαν, καταχωρήθηκαν στο πρόγραμμα Excel για να αναλυθούν και να εξαχθούν τα απαραίτητα στατιστικά στοιχεία.

4.2.2. Το ερωτηματολόγιο της ποσοτικής έρευνας

Για τις ανάγκες της ποσοτικής έρευνας συντάχθηκε ειδικό ερωτηματολόγιο του οποίου η σύνταξη του ξεκίνησε το Μάρτιο του 2010 και έλαβε την τελική του μορφή τον Απρίλιο του 2010.

Το πεδίο της έρευνας οριοθετήθηκε στις τουριστικές και ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της Ρόδου και της Λίνδου. Ο τρόπος επιλογής του δείγματος έγινε βάση συμβατικού

δείγματος σε συνδυασμό δειγματοληψίας κριτηρίων (Malhotra, 1996). Το μέγεθος του δείγματος που χρησιμοποιήθηκε για αυτή την έρευνα ήταν 60 επιχειρήσεις.

Επίσης, πριν από την έναρξη διεξαγωγής της έρευνας, πραγματοποιήθηκε έλεγχος της εγκυρότητας του περιεχομένου του ερωτηματολογίου, ο οποίος περιελάμβανε τον έλεγχο του ερωτηματολογίου από επτά επιλεγμένα άτομα, ειδικά στο αντικείμενο και συζήτηση με αυτά για τυχόν αλλαγές, σε περίπτωση που οι ερωτήσεις δεν κάλυπταν το αντικείμενο της έρευνας.

Το ερωτηματολόγιο της ποσοτικής έρευνας (παράρτημα), αποτελείται από 15 ερωτήσεις και η ανάπτυξη του πραγματοποιήθηκε με τη συμβολή του καθηγητή κ. Τριχά. Οι ερωτήσεις προήλθαν από ανασκόπηση βιβλιογραφίας και όχι από αναπαραγωγή άλλης έρευνας. (Ασσαριώτη, 2006 και Nemeč Rudež and Bojnec, 2008).

4.2.3. Στατιστική ανάλυση των δεδομένων της ποσοτικής έρευνας

Μετά από ειδική κωδικοποίηση οι απαντήσεις των ερωτηθέντων τουριστών, εισήχθησαν στο πρόγραμμα Excel που χρησιμοποιήθηκε για τη στατιστική ανάλυση των δεδομένων. Έπειτα, έγινε έλεγχος της ορθότητας αυτών.

4.2.4. Περιορισμοί της ποσοτικής έρευνας

Στην προσπάθεια συμπλήρωσης των ερωτηματολογίων θα πρέπει να σημειωθεί ότι κατά τη διάρκεια της έρευνας προέκυψαν κάποια προβλήματα τα οποία ήταν:

- Υπήρξε άρνηση απάντησης του ερωτηματολογίου λόγω έλλειψης χρόνου των ερωτηθέντων.
- Το ερωτηματολόγιο θεωρήθηκε δυσνόητο από τους ερωτηθέντες.
- Υπήρξε δυσκολία συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου λόγω άρνησης της συμμετοχής κάποιων εξ' αυτών στην έρευνα αυτή.

Η έρευνα ήταν κουραστική γιατί το ερωτηματολόγιο παρ' όλες τις προσπάθειες θεωρήθηκε από τις επιχειρήσεις δυσνόητο. Επίσης, δεν ήταν εύκολη η διεξαγωγή της διότι την περίοδο που πραγματοποιήθηκε η έρευνα δεν είχε ξεκινήσει ακόμη η

τουριστική σεζόν. Τέλος, η έρευνα ήταν δύσκολη και κουραστική για τους ερωτώμενους που δεν ήταν συνηθισμένοι σε τέτοιου είδους έρευνες.

4.3. Περίληψη

Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάστηκε η μεθοδολογία που χρησιμοποιεί η έρευνα. Η έρευνα πεδίου πραγματοποιήθηκε με τη χρήση ερωτηματολογίου, και προσωπικών συνεντεύξεων σε δείγμα 60 τουριστικών και ξενοδοχειακών επιχειρήσεων των περιοχών Ρόδου και Λίνδου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΠΟΣΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται τα αποτελέσματα που προέκυψαν από τη στατιστική ανάλυση των δεδομένων της ποσοτικής έρευνας μέσω κυκλικών διαγραμμάτων. Τα αποτελέσματα προέκυψαν από ειδικό ερωτηματολόγιο που συντάχθηκε για τους σκοπούς της έρευνας αυτής.

5.2. ΧΩΡΟΤΑΞΙΚΗ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

Στον πίνακα 5.1 παρουσιάζεται η κατανομή των επιχειρήσεων του δείγματος ανά είδος σε απόλυτες και σχετικές συχνότητες. Οι 21 (35,0%) επιχειρήσεις είναι τουριστικές (Ένωση Ξενοδόχων Ρόδου, Τουριστικοί φορείς, Εστιατόρια, Δημοτική Επιχείρηση Τουρισμού Δήμου Αρχαγγέλου, Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ), Επιμελητήριο Δωδεκανήσου, Ομοσπονδία Ενοικιαζόμενων Δωματίων/Διαμερισμάτων Δωδεκανήσου, Ένωση Τουριστικών Γραφείων, Αναψυκτήριο), οι 8 (13,33%) επιχειρήσεις είναι τουριστικά γραφεία γενικού τουρισμού, Ξενοδοχεία 5* Ανεξάρτητα, οι 6 (10%) Ξενοδοχεία 4* Ανεξάρτητα, οι 5 (8,33%) Γραφεία Ενοικίασεως Αυτοκινήτων. Ξενοδοχεία 3* Ανεξάρτητα, οι 3 (5%) Ξενοδοχεία 5* Μέλος Αλυσίδας, οι 2 (3,33%) Ξενοδοχεία 3* Μέλος Αλυσίδας, Ξενοδοχεία 2* Ανεξάρτητα και Τουριστικά Γραφεία Tour Operator. Οι 1 (1,66%) Ξενοδοχεία 4* Μέλος Αλυσίδας, Ξενοδοχεία Ενοικιαζόμενα Δωμάτια και Τουριστικά Γραφεία Εσωτερικού Τουρισμού.

Γενικά από τον παρακάτω πίνακα διαπιστώνουμε ότι το 38,33% είναι ξενοδοχεία, το 35% διάφορες τουριστικές επιχειρήσεις, το 18,33% είναι τουριστικά γραφεία και το 8,33% γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων. Τα ξενοδοχεία και οι τουριστικές επιχειρήσεις της Λίνδου έχουν το μεγαλύτερο ποσοστό διότι δουλεύουν μόνο το καλοκαίρι και γνωρίζουν καλύτερα την τουριστική κίνηση καθώς είναι ο πιο δημοφιλής προορισμός πάνω στην Ρόδο.

Πίνακας 5.1.: Ταυτότητα Επιχειρήσεων

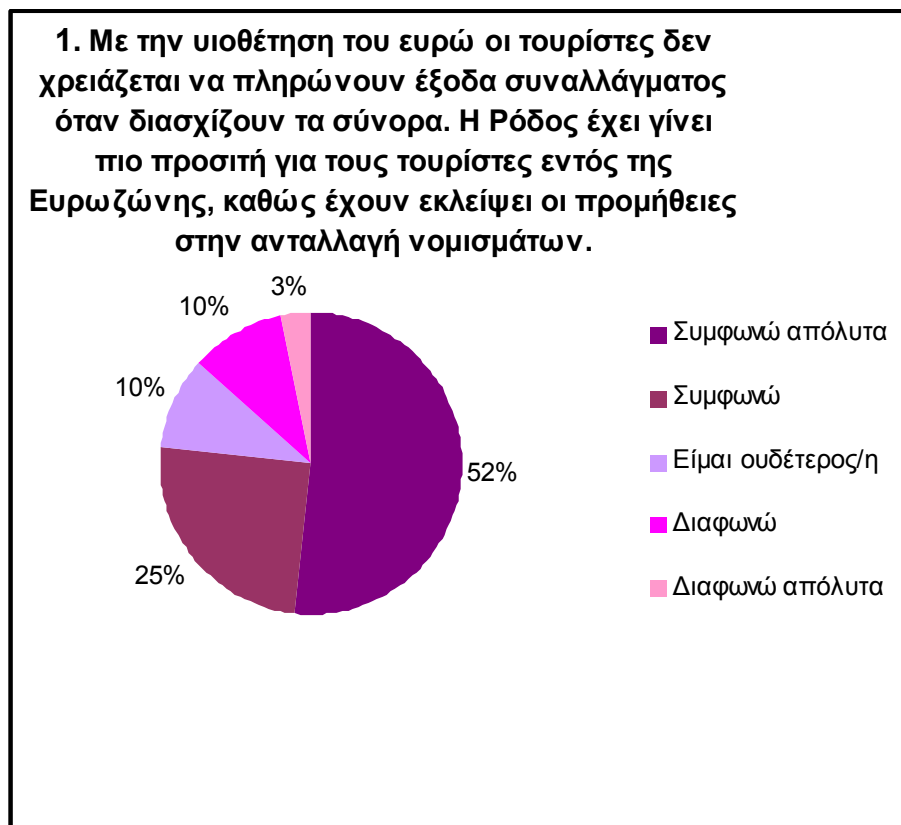
Είδος επιχείρησης	N	%
Ξενοδοχείο	23	38,33
5* (L)	8	13,33
4* (A)	6	10
3* (B)	6	10
2* (Γ)	2	3,33
1* (Δ,Ε)	1	1,66
Μέλος Αλυσίδας	6	10
Ανεξάρτητο	16	26,66
Ενοικιαζόμενα Δωμάτια	1	1,66
Τουριστικό Γραφείο	11	18,33
Γενικού Τουρισμού	8	13,33
Εσωτερικού Τουρισμού	1	1,66
Εισερχόμενου Τουρισμού	0	0
Εξερχόμενου Τουρισμού	0	0
Tour Operator	2	3,33
Γραφείο Ενοικίασης Αυτοκινήτων	5	8,33
Μέλος Αλυσίδας	0	0
Ανεξάρτητο	5	8,33
Τουριστική Επιχείρηση (άλλου είδους)	21	35
ΣΥΝΟΛΟ	60	100

5.3. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΒΑΣΕΙ ΤΩΝ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ.

5.3.1. Με την υιοθέτηση του ευρώ οι τουρίστες δεν χρειάζεται να πληρώνουν έξοδα συναλλάγματος όταν διασχίζουν τα σύνορα. Η Ρόδος έχει γίνει πιο προσιτή για τους τουρίστες εντός της Ευρωζώνης, καθώς έχουν εκλείψει οι προμήθειες στην ανταλλαγή νομισμάτων.

Στο σχεδιάγραμμα 5.1 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ερώτησης για το αν η Ρόδος έχει γίνει πιο προσιτή για τους τουρίστες μετά τη ένταξη της στην Ευρωζώνη. Το μεγαλύτερο ποσοστό (52%) των 60 επιχειρήσεων του δείγματος που κλήθηκαν να

απαντήσουν φαίνεται να συμφωνεί απόλυτα με αυτό, το 25% να συμφωνεί, ενώ μόνο ένα 3% φαίνεται να διαφωνεί απόλυτα.

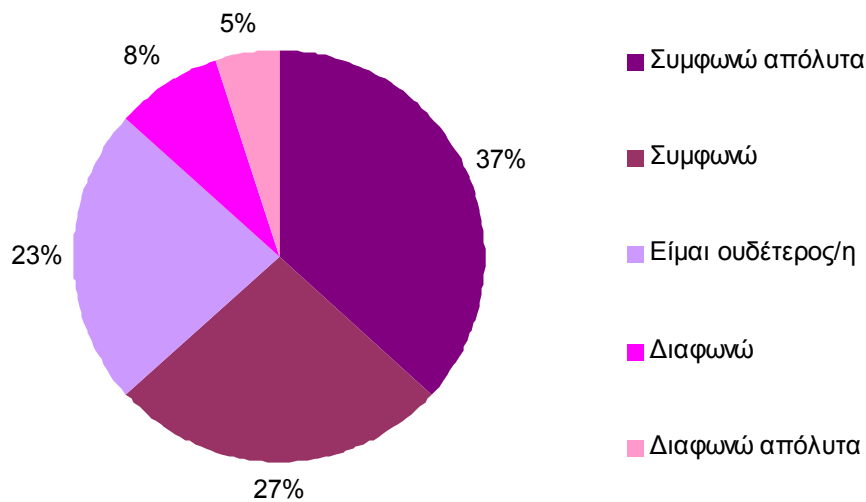


Σχεδιάγραμμα 5.1.

5.3.2. Με την υιοθέτηση του ευρώ, οι τουριστικές επιχειρήσεις της Ρόδου έχουν βελτιωμένη διαπραγματευτική ισχύ εξαιτίας της έλλειψης συναλλαγματικού κινδύνου.

Όπως φαίνεται από το σχεδιάγραμμα 5.2. το 37% του δείγματος που κλήθηκε να απαντήσει δήλωσε ότι συμφωνεί απόλυτα στο ότι οι τουριστικές επιχειρήσεις της ρόδου έχουν βελτιώσει τις διαπραγματευτικές τους ικανότητες. Επίσης, το 27% φαίνεται να συμφωνεί ενώ το 23% να μην έχει άποψη σε αυτό το θέμα. Ένα μόλις 5% φαίνεται να διαφωνεί απόλυτα με αυτό.

2. Με την υιοθέτηση του ευρώ, οι τουριστικές επιχειρήσεις της Ρόδου έχουν βελτιωμένη διαπραγματευτική ισχύ εξαιτίας της έλλειψης συναλλαγματικού κινδύνου.

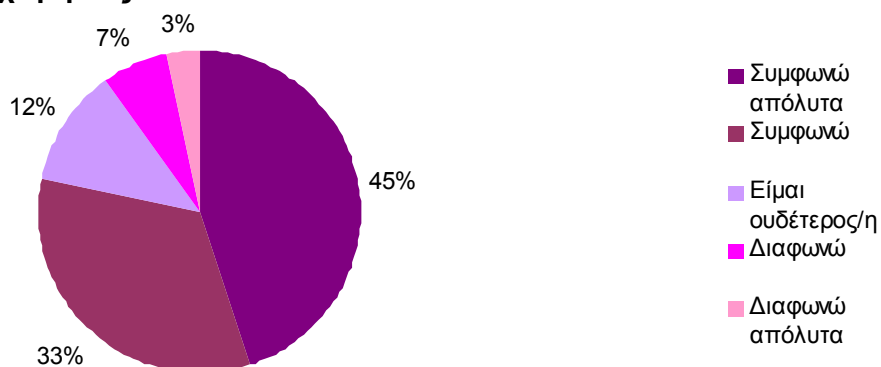


Σχεδιάγραμμα 5.2.

5.3.3. Με την υιοθέτηση του ευρώ, μειώθηκε το κόστος και η πολυπλοκότητα της διαχείρισης πολλών νομισμάτων από τις τουριστικές επιχειρήσεις.

Σύμφωνα με το παρακάτω διάγραμμα το μεγαλύτερο ποσοστό της τάξης του 45% φαίνεται να συμφωνεί απόλυτα με το ότι με την υιοθέτηση του ευρώ το κόστος και η πολυπλοκότητα της διαχείρισης πολλών διαφορετικών νομισμάτων. Επίσης, το 33% φαίνεται να συμφωνεί και αυτό. Το 7% φαίνεται να διαφωνεί ενώ το μόλις 3% διαφωνεί απόλυτα. Ένα άλλο που μπορούμε να συμπεράνουμε είναι και η μείωση του χρόνου λόγω της εξάλειψης των διαφόρων συναλλαγών από τη διαχείριση αυτή.

3. Με την υιοθέτηση του ευρώ, μειώθηκε το κόστος και η πολυπλοκότητα της διαχείρισης πολλών νομισμάτων από τις τουριστικές επιχειρήσεις

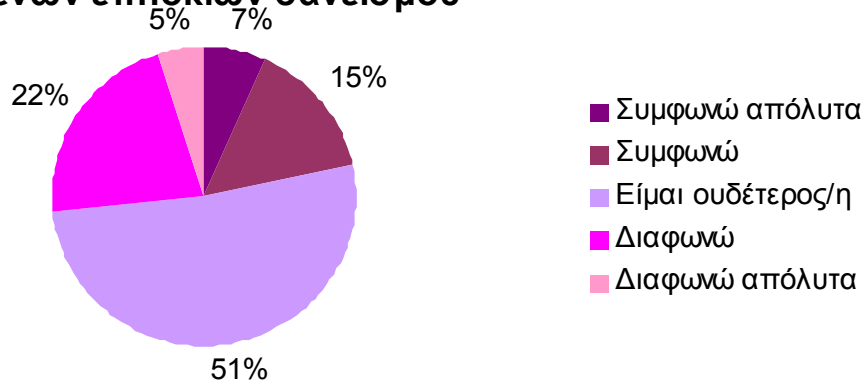


Σχεδιάγραμμα 5.3

5.3.4. Η είσοδος της Ελλάδας στην ONE μείωσε το κόστος λειτουργίας και επενδύσεων των τουριστικών επιχειρήσεων λόγω του χαμηλότερου πληθωρισμού και των μειωμένων επιτοκίων δανεισμού.

Όπως βλέπουμε και στο παρακάτω σχεδιάγραμμα το 51% των ερωτηθέντων είναι ουδέτερο όσον αφορά την μείωση του κόστους λειτουργίας και επενδύσεων των επιχειρήσεων με την είσοδο της Ελλάδας στην ONE. Το 22% διαφωνεί με αυτή τη δήλωση ενώ το 15% συμφωνεί. Τα μικρότερα ποσοστά εμφανίζονται ως εξής, το 7% συμφωνεί απόλυτα ενώ το 3% διαφωνεί απόλυτα.

4. Η είσοδος της Ελλάδας στην ΟΝΕ μείωσε το κόστος λειτουργίας και επενδύσεων των τουριστικών επιχειρήσεων λόγω του χαμηλότερου πληθωρισμού και των μειωμένων επιτοκίων δανεισμού

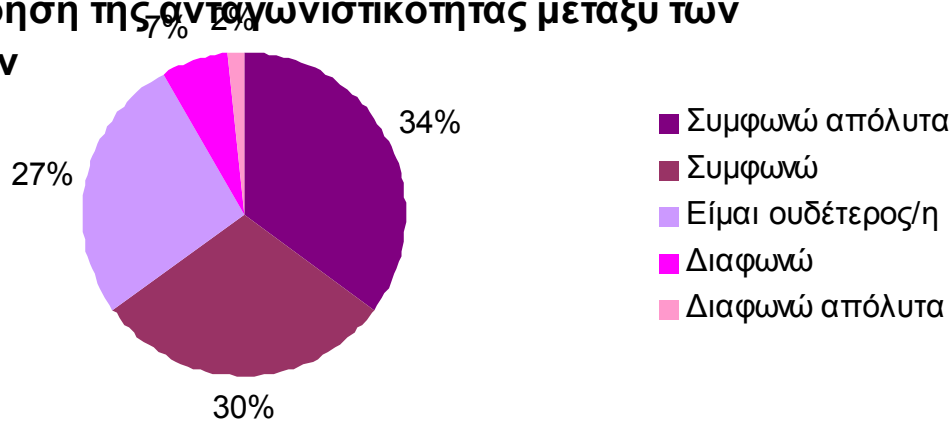


Σχεδιάγραμμα 5.4.

5.3.5. Η ενιαία αγορά έχει δημιουργήσει ανταγωνιστικότερο περιβάλλον στον τουρισμό, καθώς έχει σημειωθεί απώλεια της συναλλαγματικής πολιτικής ως όπλου για τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας μεταξύ των χωρών.

Από το παρακάτω σχεδιάγραμμα μπορούμε να συμπεράνουμε ότι οι περισσότερες τουριστικές επιχειρήσεις της Ρόδου συμφωνούν με το ότι ο ανταγωνισμός μεταξύ των χωρών έχει αυξηθεί σημαντικά. Το 34% φαίνεται να συμφωνεί απόλυτα, το 30% συμφωνεί ενώ το 27% φαίνεται να διατηρεί μία ουδέτερη στάση. Ένα μόλις 9% φαίνεται να διαφωνεί με την άποψη αυτή.

5. Η ενιαία αγορά έχει δημιουργήσει ανταγωνιστικότερο περιβάλλον στον τουρισμό, καθώς έχει σημειωθεί απώλεια της συναλλαγματικής πολιτικής ως όπλου για τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας μεταξύ των χωρών

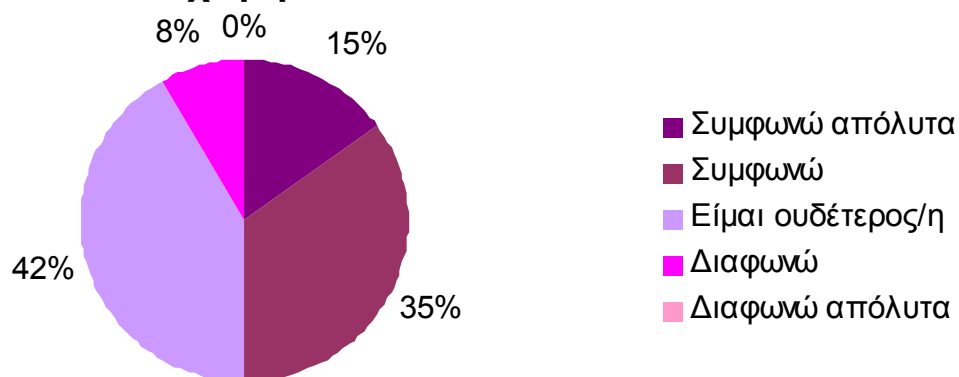


Σχεδιάγραμμα 5.5.

5.3.6. Η ONE έχει οδηγήσει σε αύξηση του βαθμού συγκέντρωσης στον τουριστικό κλάδο με συγχωνεύσεις, εξαγορές και συνεργασίες τουριστικών επιχειρήσεων.

Στο σχεδιάγραμμα αυτό παρατηρείται ότι οι περισσότερες τουριστικές επιχειρήσεις (42%) κρατούν μία ουδέτερη στάση πάνω στην άποψη αυτή. Αυτό μπορεί να οφείλεται είτε στην έλλειψη πληροφοριών είτε στην ελλιπή ενημέρωση. Το 35% φαίνεται να συμφωνεί, το 15% συμφωνεί απόλυτα ενώ το 8% διαφωνεί.

6. Η ONE έχει οδηγήσει σε αύξηση του βαθμού συγκέντρωσης στον τουριστικό κλάδο με συγχωνεύσεις, εξαγορές και συνεργασίες τουριστικών επιχειρήσεων

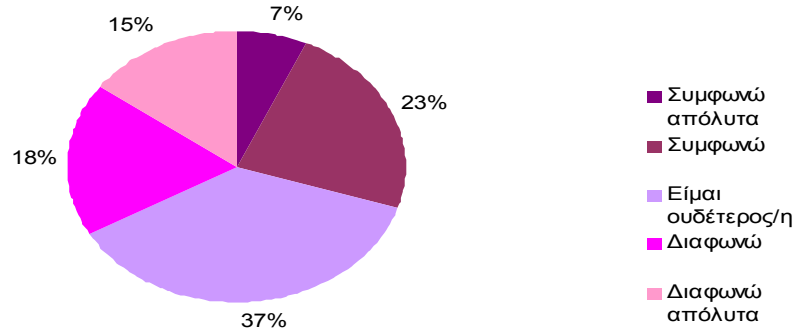


Σχεδιάγραμμα 5.6.

5.3.7. Καθώς όλο και περισσότερες χώρες υιοθετούν το ευρώ, η τουριστική κίνηση στη Ρόδο αναμένεται να αυξηθεί τα επόμενα χρόνια.

Όπως φαίνεται και από το σχεδιάγραμμα 5.7. το μεγαλύτερο ποσοστό 37% μένει ουδέτερο στο ότι η τουριστική κίνηση θα αυξηθεί στο νησί τα επόμενα χρόνια μετά την υιοθέτηση του ευρώ ενώ το 23% φαίνεται να συμφωνεί. Τα μικρότερα ποσοστά φαίνονται να εμφανίζονται ως εξής, το 15% διαφωνεί απόλυτα ενώ το 7% συμφωνεί απόλυτα.

7. Καθώς όλο και περισσότερες χώρες υιοθετούν το ευρώ, η τουριστική κίνηση στη Ρόδο αναμένεται να αυξηθεί τα επόμενα χρόνια.

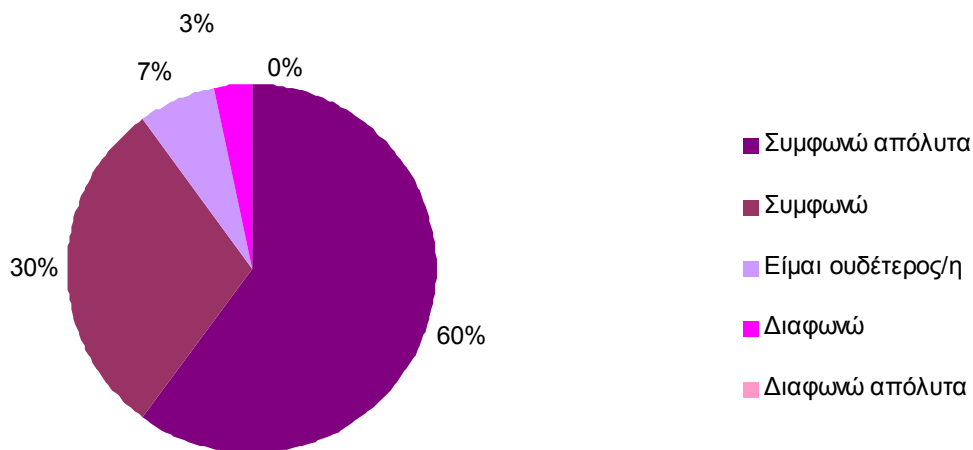


Σχεδιάγραμμα 5.7.

5.3.8. Με την υιοθέτηση του ευρώ, το τουριστικό προϊόν της Ρόδου έγινε ακριβότερο.

Παρακολουθώντας το παρακάτω σχεδιάγραμμα μπορούμε να δούμε ότι το 60% πιστεύει ότι το προϊόν της Ρόδου έγινε ακριβότερο με την υιοθέτηση του ευρώ, όπως επίσης και το 30% που φαίνεται να συμφωνεί και αυτό. Αντίθετα ένα μικρό ποσοστό 7% παραμένει ουδέτερο ενώ το 3% διαφωνεί.

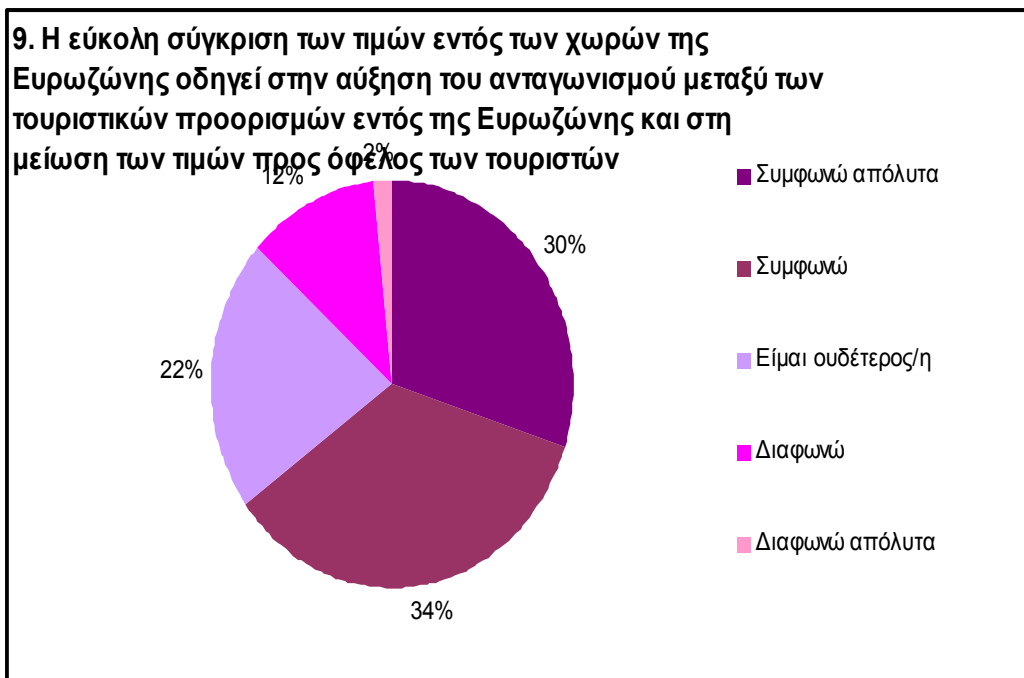
8. Με την υιοθέτηση του ευρώ, το τουριστικό προϊόν της Ρόδου έγινε ακριβότερο.



Σχεδιάγραμμα 5.8.

5.3.9. Η εύκολη σύγκριση των τιμών εντός των χωρών της Ευρωζώνης οδηγεί στην αύξηση του ανταγωνισμού μεταξύ των τουριστικών προορισμών εντός της Ευρωζώνης και στη μείωση των τιμών προς όφελος των τουριστών.

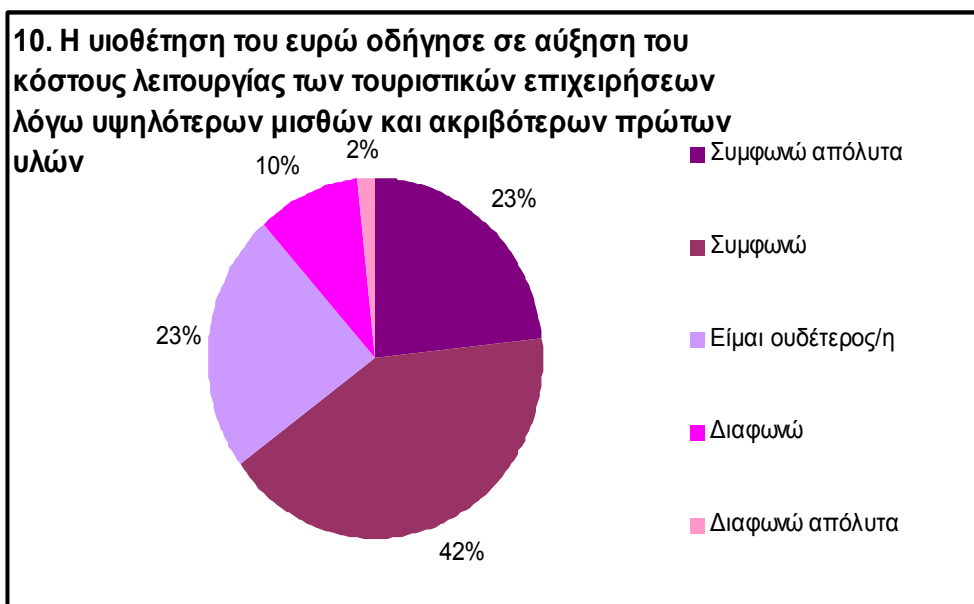
Όπως προκύπτει από το παρακάτω σχεδιάγραμμα 5.9. το 34% των τουριστικών επιχειρήσεων φαίνεται να συμφωνεί όπως επίσης και το 30% που συμφωνεί απόλυτα. Ενώ το 23% παραμένει ουδέτερο με το ότι η σύγκριση των τιμών οδηγεί σε υψηλότερο ανταγωνισμό μεταξύ των τουριστικών προορισμών της Ευρωζώνης και στη μείωση των τιμών προς όφελος των τουριστών.



Σχεδιάγραμμα 5.9.

5.3.10. Η υιοθέτηση του ευρώ οδήγησε σε αύξηση του κόστους λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων λόγω υψηλότερων μισθών και ακριβότερων πρώτων υλών.

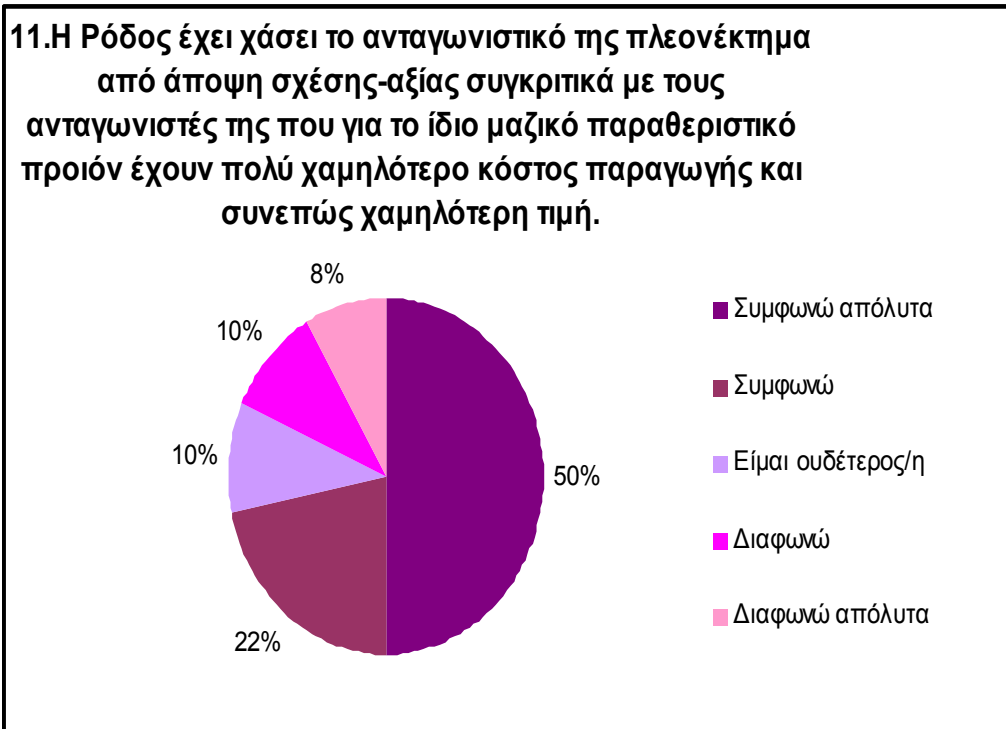
Σύμφωνα με το σχεδιάγραμμα 5.10. το μεγαλύτερο ποσοστό 42% συμφωνεί, το 23% συμφωνεί απόλυτα, το 23% μένει ουδέτερο, το 10% διαφωνεί και το 2% διαφωνεί απόλυτα. με το ότι η αύξηση του κόστους λειτουργίας οδήγησε και σε υψηλότερους μισθούς .



Σχεδιάγραμμα 5.10.

5.3.11. Η Ρόδος έχει χάσει το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα από άποψη σχέσης αξίας-τιμής (*value for money*) συγκριτικά με τους ανταγωνιστές της (π.χ. Τουρκία) που για το ίδιο μαζικό παραθεριστικό τουριστικό προϊόν έχουν πολύ χαμηλότερο κόστος παραγωγής και συνεπώς πολύ χαμηλότερη τιμή.

Το μεγαλύτερο ποσοστό (50%) της έρευνας αυτής δείχνει να συμφωνεί απόλυτα στην ερώτηση αυτή. Τα 22% φαίνεται να συμφωνεί επίσης ενώ ένα μικρότερο ποσοστό του 10% διατηρεί μία ουδέτερη στάση και ένα άλλο 10% των τουριστικών επιχειρήσεων φαίνεται να διαφωνεί με αυτό.

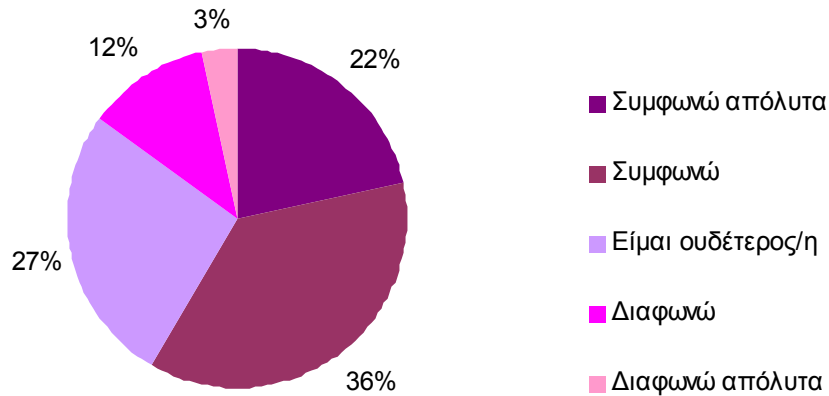


Σχεδιάγραμμα 5.11.

5.3.12. Το ισχυρό ευρώ έναντι του δολαρίου οδηγεί τους τουρίστες στην αναζήτηση φθηνότερων προορισμών, των οποίων η οικονομία συνδέεται με το δολάριο.

Στο παρακάτω σχεδιάγραμμα 5.12. παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της αναλογίας του ευρώ έναντι του ευρώ στην περίπτωση της αναζήτησης φθηνότερων τουριστικών προορισμών. Το 36% συμφωνεί, το 22% συμφωνεί απόλυτα ενώ το 27% παραμένει ουδέτερο. Τα μικρότερα ποσοστά 12% και 3% φαίνεται να διαφωνούν.

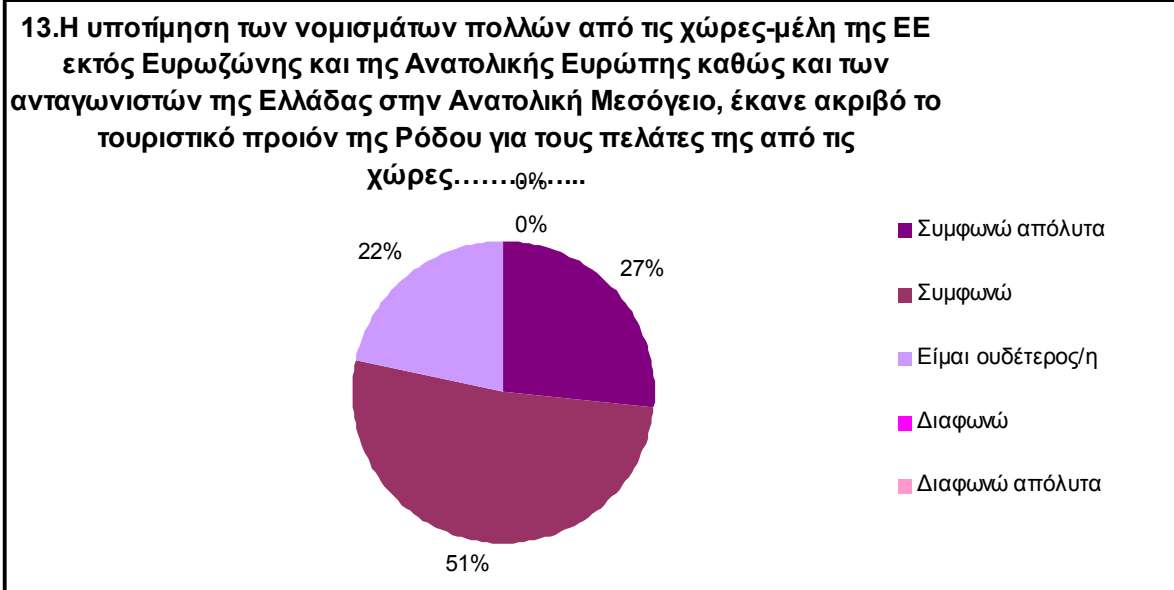
12. Το ισχυρό ευρώ έναντι του δολαρίου οδηγεί τους τουρίστες στην αναζήτηση φθηνότερων προορισμών, των οποίων η οικονομία συνδέεται με το δολάριο.



Σχεδιάγραμμα 5.12.

5.3.13. Η υποτίμηση των νομισμάτων πολλών από τις χώρες – μέλη της ΕΕ εκτός Ευρωζώνης και της Ανατολικής Ευρώπης καθώς και των ανταγωνιστών της Ελλάδας στην Ανατολική Μεσόγειο, έκανε ακριβό το τουριστικό προϊόν της Ρόδου για τους πελάτες της από τις χώρες αυτές και φθηνότερο το προϊόν των ανταγωνιστών της.

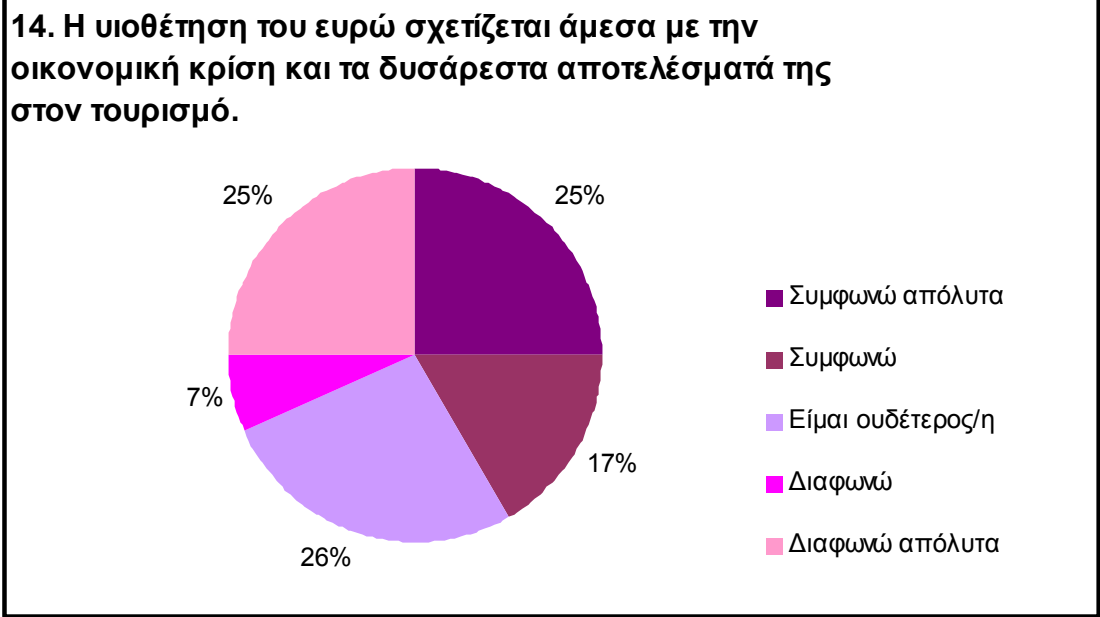
Όπως μπορούμε να διαπιστώσουμε από το σχεδιάγραμμα 5.13. το μεγαλύτερο ποσοστό 51% των τουριστικών επιχειρήσεων φαίνεται να συμφωνεί, το 27% συμφωνεί απόλυτα ενώ το 22% παραμένει ουδέτερο.



Σχεδιάγραμμα 5.13.

5.3.14. Η υιοθέτηση του ευρώ σχετίζεται άμεσα με την οικονομική κρίση και τα δυσάρεστα αποτελέσματά της στον τουρισμό.

Σύμφωνα με το παρακάτω σχεδιάγραμμα το 25% συμφωνεί απόλυτα ενώ ένα άλλο 25% διαφωνεί απόλυτα. Οι απόψεις του 50% των ερωτηθέντων φαίνεται να διαφωνούν μεταξύ τους. Το υπόλοιπο 26% κρατάει μία ουδέτερη στάση ενώ το 17% συμφωνεί και το 7% διαφωνεί.

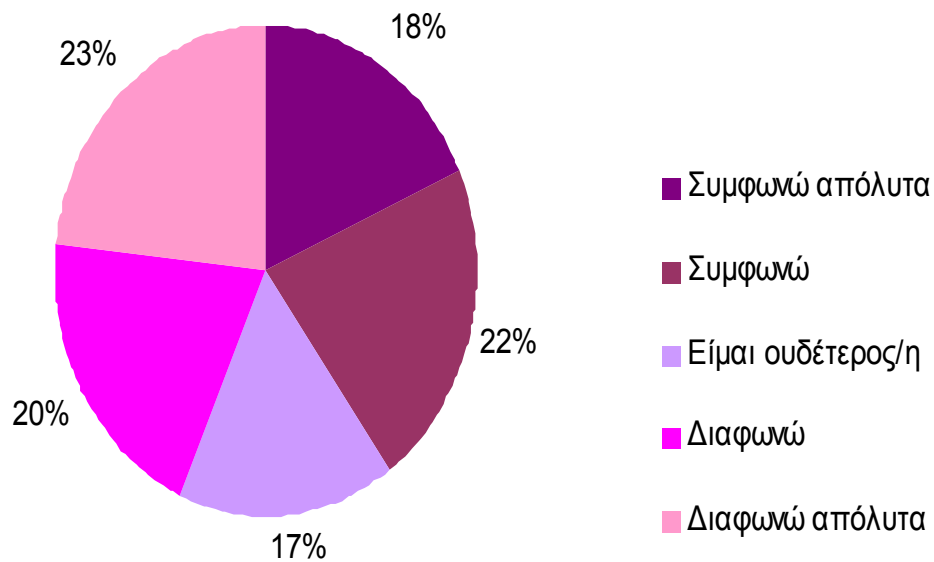


Σχεδιάγραμμα 5.14.

5.3.15. Εάν η Ελλάδα δεν είχε ενταχθεί στην ΟΝΕ και υπήρχε ακόμα η δραχμή ως εθνικό νόμισμα, η κατάσταση για τον Ροδιακό τουρισμό θα ήταν καλύτερη.

Σε αυτή την ερώτηση όπως μπορούμε να παρακολουθήσουμε και από το παρακάτω σχεδιάγραμμα 5.15. το 22% συμφωνεί, το 18% συμφωνεί απόλυτα, το 23% διαφωνεί απόλυτα, το 20% διαφωνεί και το 17% των τουριστικών επιχειρήσεων παραμένει ουδέτερο με το ότι αν δεν είχε γίνει η υιοθέτηση του ευρώ και υπήρχε ακόμη η δραχμή η κατάσταση για τον Ροδιακό τουρισμό θα ήταν καλύτερη από τη σημερινή.

15. Εάν η Ελλάδα δεν είχε ενταχθεί στην ΟΝΕ και υπήρχε ακόμα η δραχμή ως εθνικό νόμισμα, η κατάσταση για τον Ροδιακό τουρισμό θα ήταν καλύτερη.



Σχεδιάγραμμα 5.1.5

5.4. ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΝΑ ΕΙΔΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Πίνακας 5.4.1. Αποτελέσματα έρευνας ανά κατηγορία επιχείρησης (μέσοι όροι)

α/α	Δηλώσεις / Προτάσεις	Ξενοδοχεία	Τουριστικά Γραφεία	Γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων	Τουριστικές επιχειρήσεις άλλου είδους	Σύνολο επιχειρήσεων
1	Με την υιοθέτηση του ευρώ οι τουρίστες δεν χρειάζεται να πληρώνουν έξοδα συναλλάγματος όταν διασχίζουν τα σύνορα. Η Ρόδος έχει γίνει πιο προσιτή για τους τουρίστες εντός της Ευρωζώνης, καθώς έχουν εκλείψει οι προμήθειες στην ανταλλαγή νομισμάτων.	4,4	3,5	3,8	4,1	4,1
2	Με την υιοθέτηση του ευρώ, οι τουριστικές επιχειρήσεις της Ρόδου έχουν βελτιωμένη διαπραγματευτική ισχύ εξαιτίας της έλλειψης συναλλαγματικού κινδύνου.	3,8	3,7	3,6	3,9	3,8
3	Με την υιοθέτηση του ευρώ, μειώθηκε το κόστος και η πολυπλοκότητα της διαχείρισης πολλών νομισμάτων από τις τουριστικές επιχειρήσεις.	4,2	4,1	3,8	4,0	4,1
4	Η είσοδος της Ελλάδας την ΟΝΕ μείωσε το κόστος λειτουργίας και επενδύσεων των τουριστικών επιχειρήσεων λόγω του χαμηλότερου πληθωρισμού και των μειωμένων επιτοκίων δανεισμού.	2,9	2,5	3,4	3,2	3,0
5	Η ενιαία αγορά έχει δημιουργήσει ανταγωνιστικότερο περιβάλλον στον τουρισμό, καθώς έχει σημειωθεί απώλεια της συναλλαγματικής πολιτικής ως όπλου για τη διατήρηση της	3,8	3,6	3,6	4,2	3,9

	ανταγωνιστικότητα μεταξύ των χωρών.					
6	Η ONE έχει οδηγήσει σε αύξηση του βαθμού συγκέντρωσης στον τουριστικό κλάδο με συγχωνεύσεις, εξαγορές και συνεργασίες τουριστικών επιχειρήσεων.	3,4	3,4	4,0	3,7	3,6
7	Καθώς όλο και περισσότερες χώρες υιοθετούν το ευρώ, η τουριστική κίνηση στη Ρόδο αναμένεται να αυξηθεί τα επόμενα χρόνια.	2,9	2,6	2,8	3,0	2,9
8	Με την υιοθέτηση του ευρώ, το τουριστικό προϊόν της Ρόδου έγινε ακριβότερο.	4,5	4,7	4,2	4,4	4,5
9	Η εύκολη σύγκριση των τιμών εντός των χωρών της Ευρωζώνης οδηγεί στην αύξηση του ανταγωνισμού μεταξύ των τουριστικών προορισμών εντός της Ευρωζώνης και στη μείωση των τιμών προς όφελος των τουριστών.	4,1	3,1	2,8	4,1	3,8
10	Η υιοθέτηση του ευρώ οδήγησε σε αύξηση του κόστους λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων λόγω υψηλότερων μισθών και ακριβότερων πρώτων υλών.	3,9	3,1	4,0	3,9	3,75
11	Η Ρόδος έχει χάσει το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα από άποψη σχέσης αξίας-τιμής (value for money) συγκριτικά με τους ανταγωνιστές της (π.χ. Τουρκία) που για το ίδιο μαζικό παραθεριστικό τουριστικό προϊόν έχουν πολύ χαμηλότερο κόστος	4,0	3,6	4,2	4,0	3,95

	παραγωγής και συνεπώς πολύ χαμηλότερη τιμή.					
12	Το ισχυρό ευρώ έναντι του δολαρίου οδηγεί τους τουρίστες στην αναζήτηση φθηνότερων προορισμών, των οποίων η οικονομία συνδέεται με το δολάριο.	3,6	3,5	2,6	4,0	3,6
13	Η υποτίμηση των νομισμάτων πολλών από τις χώρες – μέλη της ΕΕ εκτός Ευρωζώνης και της Ανατολικής Ευρώπης καθώς και των ανταγωνιστών της Ελλάδας στην Ανατολική Μεσόγειο, έκανε ακριβό το τουριστικό προϊόν της Ρόδου για τους πελάτες της από τις χώρες αυτές και φθηνότερο το προϊόν των ανταγωνιστών της.	3,9	4,2	4,0	4,1	4,05
14	Η υιοθέτηση του ευρώ σχετίζεται άμεσα με την οικονομική κρίση και τα δυσάρεστα αποτελέσματά της στον τουρισμό.	3,1	3,5	3,6	2,7	3,1
15	Εάν η Ελλάδα δεν είχε ενταχθεί στην ΟΝΕ και υπήρχε ακόμα η δραχμή ως εθνικό νόμισμα, η κατάσταση για τον Ροδιακό τουρισμό θα ήταν καλύτερη.	2,9	3,8	3,0	2,4	2,9

Όπως βλέπουμε και στον παραπάνω πίνακα όσον αφορά την πρώτη ερώτηση “*Με την υιοθέτηση του ευρώ οι τουρίστες δεν χρειάζεται να πληρώνουν έξοδα συναλλάγματος όταν διασχίζουν τα σύνορα. Η Ρόδος έχει γίνει πιο προσιτή για τους τουρίστες εντός της Ευρωζώνης, καθώς έχουν εκλείψει οι προμήθειες στην ανταλλαγή νομισμάτων*” τα ξενοδοχεία είναι αυτά που συμφωνούν περισσότερο με μέσο όρο 4,4/5 ενώ οι τουριστικές επιχειρήσεις εμφανίζουν μέσο όρο 4,1/5. Τα τουριστικά γραφεία και τα γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων φαίνεται να έχουν μια πιο ουδέτερη άποψη σχετικά με την δήλωση με μέσο όρο 3,5/5 και 3,8/5 αντίστοιχα. Ενώ ο τελικός μέσος όρος από όλες τις επιχειρήσεις είναι 4,1/5. Στην δεύτερη ερώτηση “*Με την υιοθέτηση του ευρώ, οι τουριστικές επιχειρήσεις της Ρόδου έχουν βελτιωμένη διαπραγματευτική ισχύ εξαιτίας της έλλειψης συναλλαγματικού κινδύνου*” βλέπουμε να συμφωνούν όλες οι επιχειρήσεις στην άποψη τους με μέσο όρο 3,8/5. Συγκεκριμένα τα ξενοδοχεία συμφωνούν σχετικά με τη δήλωση με μέσο όρο 3,8/5 και τα

τουριστικά γραφεία με μέσο όρο 3,7 /5.Ενώ τα γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων εμφανίζουν μέσο όρο 3,6/5 και οι τουριστικές επιχειρήσεις που συμφωνούν με την δήλωση εμφανίζουν μέσο όρο 3,9/5.

Όσον αφορά την τρίτη δήλωση *“ Με την υιοθέτηση του ευρώ, μειώθηκε το κόστος και η πολυπλοκότητα της διαχείρισης πολλών νομισμάτων από τις τουριστικές επιχειρήσεις”* φαίνεται να συμφωνούν οι περισσότερες επιχειρήσεις με μέσο όρο 4,1/5 με εξαίρεση τα γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων που φαίνεται να συμφωνούν λιγότερο με μέσο όρο 3,8/5.

Τα ξενοδοχεία συμφωνούν με μέσο όρο 4,2/5 όπως και τα τουριστικά γραφεία με μέσο όρο 4,1/5 και οι τουριστικές επιχειρήσεις συμφωνούν με μέσο όρο 4,0/5.

Στην τέταρτη δήλωση *“ Η είσοδος της Ελλάδας την ONE μείωσε το κόστος λειτουργίας και επενδύσεων των τουριστικών επιχειρήσεων λόγω του χαμηλότερου πληθωρισμού και των μειωμένων επιτοκίων δανεισμού”* φαίνεται ότι έχουμε μια ουδέτερη άποψη από όλες τις επιχειρήσεις που εμφανίζουν μέσο όρο 3,0/5 ενώ συγκεκριμένα τα ξενοδοχεία είναι ουδέτερα με μέσο όρο 2,9/5 και τα τουριστικά είναι κάπως αρνητικά με μέσο όρο 2,5/5.Για τα γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων όπως επίσης και για τις τουριστικές επιχειρήσεις έχουμε μια πιο θετική προσέγγιση με μέσο όρο 3,4/5 και 3,2/5 αντίστοιχα.

Για την πέμπτη δήλωση *“ Η ενιαία αγορά έχει δημιουργήσει ανταγωνιστικότερο περιβάλλον στον τουρισμό, καθώς έχει σημειωθεί απώλεια της συναλλαγματικής πολιτικής ως όπλου για τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας μεταξύ των χωρών”* τα πράγματα είναι πιο θετικά καθώς οι περισσότερες επιχειρήσεις συμφωνούν με μέσο όρο 3,9/5. Συγκεκριμένα τα ξενοδοχεία έχουν μέσο όρο 3,8/5, τα τουριστικά γραφεία και τα γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων έχουν 3,6/5 και τα δυο ενώ τον μεγαλύτερο μέσο όρο τον εμφανίζουν οι τουριστικές επιχειρήσεις με μέσο όρο 4,2/5.

Στην έκτη πρόταση *“ Η ONE έχει οδηγήσει σε αύξηση του βαθμού συγκέντρωσης στον τουριστικό κλάδο με συγχωνεύσεις, εξαγορές και συνεργασίες τουριστικών επιχειρήσεων”* το σύνολο των επιχειρήσεων είναι ουδέτερη προς θετική με μέσο όρο 3,6/5 και ξεχωριστά τα ξενοδοχεία και τα τουριστικά γραφεία έχουν μέσο όρο 3,6/5 και τα δυο ενώ τα γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων συμφωνούν με μέσο όρο 4,0/5. Τέλος οι τουριστικές επιχειρήσεις είναι κάπως θετικές με μέσο όρο 3,7/5.

Για την έβδομη πρόταση *“ Καθώς όλο και περισσότερες χώρες υιοθετούν το ευρώ, η τουριστική κίνηση στη Ρόδο αναμένεται να αυξηθεί τα επόμενα χρόνια”* οι επιχειρήσεις είναι ουδέτερες προς αρνητικές με μέσο όρο 2,9/5. Τώρα για την κάθε επιχείρηση ξεχωριστά έχουμε μέσο όρο 2,9 για τα ξενοδοχεία που είναι ουδέτερα ενώ τα τουριστικά γραφεία είναι σχετικά αρνητικά με μέσο όρο 2,6/5. Τα γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων όπως και οι τουριστικές επιχειρήσεις είναι ουδέτερα με μέσο όρο 2,8/5 και 3,0/5 αντίστοιχα.

Στην όγδοη δήλωση “ *Με την υιοθέτηση του ευρώ, το τουριστικό προϊόν της Ρόδου έγινε ακριβότερο*” φαίνεται ότι συμφωνούν απόλυτα όλες οι επιχειρήσεις με μέσο όρο 4,5/5 ενώ τα ξενοδοχεία έχουν τον ίδιο μέσο όρο 4,5/5 . Τα τουριστικά γραφεία συμφωνούν απόλυτα με μέσο όρο 4,7/5 ενώ τα γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων συμφωνούν με 4,2/5 και οι τουριστικές επιχειρήσεις συμφωνούν σχεδόν απόλυτα με μέσο όρο 4,4/5.

Για την ένατη πρόταση “ *Η εύκολη σύγκριση των τιμών εντός των χωρών της Ευρωζώνης οδηγεί στην αύξηση του ανταγωνισμού μεταξύ των τουριστικών προορισμών εντός της Ευρωζώνης και στη μείωση των τιμών προς όφελος των τουριστών*” έχουμε μέσο όρο για όλες τις επιχειρήσεις που φαίνεται να συμφωνούν 3,8/5 και για τα ξενοδοχεία που επίσης συμφωνούν μέσο όρο 4,1/5. Τα τουριστικά γραφεία κρατούν μια ουδέτερη στάση με 3,1/5 ενώ τα γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων είναι ουδέτερα προς αρνητικά με 2,8/5 μέσο όρο και οι τουριστικές επιχειρήσεις φαίνεται να συμφωνούν με μέσο όρο 4,1/5.

Στην δέκατη δήλωση “ *Η υιοθέτηση του ευρώ οδήγησε σε αύξηση του κόστους λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων λόγω υψηλότερων μισθών και ακριβότερων πρώτων υλών*” φαίνεται οι επιχειρήσεις να κρατούν μια σχετικά ουδέτερη στάση με μέσο όρο 3,75/5 και για τις υπόλοιπες κατηγορίες έχουμε για τα ξενοδοχεία μέσο όρο 3,9/5 που φαίνεται να συμφωνούν ενώ τα τουριστικά γραφεία είναι ουδέτερα με μέσο όρο 3,1/5. Τα γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων εμφανίζονται να συμφωνούν με μέσο όρο 4,0/5 όπως επίσης και οι τουριστικές επιχειρήσεις με μέσο όρο 3,9/5.

Για την ενδέκατη πρόταση “ *Η Ρόδος έχει χάσει το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα από άποψη σχέσης αξίας-τιμής (value for money) συγκριτικά με τους ανταγωνιστές της (π.χ. Τουρκία) που για το ίδιο μαζικό παραθεριστικό τουριστικό προϊόν έχουν πολύ χαμηλότερο κόστος παραγωγής και συνεπώς πολύ χαμηλότερη τιμή*” ο μέσος όρος των επιχειρήσεων 3,95/5 δείχνει ότι συμφωνούν ενώ συγκεκριμένα τα ξενοδοχεία συμφωνούν με μέσο όρο 4,0/5 όπως επίσης και τα γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων με μέσο όρο 4,2/5. Τα τουριστικά γραφεία εμφανίζονται σχετικά ουδέτερα με μέσο όρο 3,6/5 ενώ οι τουριστικές επιχειρήσεις συμφωνούν με μέσο όρο 4,0/5.

Στην δωδέκατη πρόταση “ *Το ισχυρό ευρώ έναντι του δολαρίου οδηγεί τους τουρίστες στην αναζήτηση φθηνότερων προορισμών, των οποίων η οικονομία συνδέεται με το δολάριο*” έχουμε μέσο όρο για όλες τις επιχειρήσεις 3,6/5 που εμφανίζονται σχετικά ουδέτερες ενώ τον ίδιο μέσο όρο έχουμε και για τα ξενοδοχεία 3,6/5. Τα τουριστικά γραφεία είναι και αυτά

ουδέτερα με μέσο όρο 3,5/5 και τα γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων είναι σχετικά αρνητικά με μέσο όρο 2,6/5. Τέλος, οι τουριστικές επιχειρήσεις είναι θετικές με μέσο όρο 4,0/5.

Στην δέκατη τρίτη δήλωση *“ Η υποτίμηση των νομισμάτων πολλών από τις χώρες – μέλη της ΕΕ εκτός Ευρωζώνης και της Ανατολικής Ευρώπης καθώς και των ανταγωνιστών της Ελλάδας στην Ανατολική Μεσόγειο, έκανε ακριβό το τουριστικό προϊόν της Ρόδου για τους πελάτες της από τις χώρες αυτές και φθηνότερο το προϊόν των ανταγωνιστών της”* έχουμε μέσο όρο 4,05/5 που φαίνεται να συμφωνούν ενώ για κάθε επιχείρηση έχουμε 3,9/5 για τα ξενοδοχεία που συμφωνούν, 4,2/5 για τα τουριστικά γραφεία που συμφωνούν και αυτά όπως επίσης και τα γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων με μέσο όρο 4,1/5 . Τέλος, οι τουριστικές επιχειρήσεις συμφωνούν με μέσο όρο 4,1/5.

Για την δέκατη τέταρτη πρόταση *“ Η υιοθέτηση του ευρώ σχετίζεται άμεσα με την οικονομική κρίση και τα δυσάρεστα αποτελέσματά της στον τουρισμό”* οι επιχειρήσεις φαίνεται να κρατούν μια ουδέτερη στάση με μέσο όρο 3,1/5. Συγκεκριμένα τα ξενοδοχεία είναι ουδέτερα με μέσο όρο 3,1/5 ενώ τα τουριστικά γραφεία είναι κάπως θετικά με μέσο όρο 3,6/5 όπως επίσης και τα γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων με μέσο όρο 3,6/5. Τέλος , οι τουριστικές επιχειρήσεις είναι σχετικά αρνητικές με μέσο όρο 2,7/5.

Στην τελευταία δήλωση *“ Εάν η Ελλάδα δεν είχε ενταχθεί στην ΟΝΕ και υπήρχε ακόμα η δραχμή ως εθνικό νόμισμα, η κατάσταση για τον Ροδιακό τουρισμό θα ήταν καλύτερη ”* οι επιχειρήσεις είναι κάπως ουδέτερες με μέσο όρο 2,9/5 ενώ τα ξενοδοχεία έχουν τον ίδιο μέσο όρο 2,9/5. Τα τουριστικά γραφεία είναι σχετικά σύμφωνα με την δήλωση με μέσο όρο 3,8/5 ενώ τα γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων είναι ουδέτερα με μέσο όρο 3,0/5. Τέλος, οι τουριστικές επιχειρήσεις διαφωνούν με την δήλωση με μέσο όρο 2,4/5.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Το συμπέρασμα που προκύπτει από τα παραπάνω είναι ότι η έλλειψη στρατηγικής ανάλυσης και σχεδιασμού για τον τουρισμό της Ρόδου εμπόδισε τους τουριστικούς φορείς να αντιληφθούν εγκαίρως τις ανακατατάξεις στις χώρες προέλευσης των τουριστών και να επικεντρώσουν τις ενέργειες προβολής σε εκείνες τις αγορές που έχουν προοπτικές ανάπτυξης. Αντί για αυτό, δαπανώνται κονδύλια προβολής σε αγορές που βρίσκονται σε σταθερή πτωτική πορεία εδώ και χρόνια. Ουσιαστικά έχει παραχωρηθεί η πρωτοβουλία στους tour operators για να αναπτύξουν - και εν τέλει να ελέγξουν - εκείνοι κάποιες νέες αγορές, οι δε επιχειρήσεις και φορείς της Ρόδου τρέχουν πίσω από τις εξελίξεις όταν οι tour operators στρέφουν σε άλλους προορισμούς την πελατεία των παραδοσιακών αγορών³⁶.

Οι μέχρι στιγμής ενδείξεις είναι θετικές από πλευράς ζήτησης, όμως τα σχετικά συμβόλαια έχουν υπογραφεί με οριακές αυξήσεις. Δεν πρέπει όμως να ξεχνάμε ότι η θετική ή αρνητική έκβαση μιας τουριστικής χρονιάς δεν μπορεί να κρίνεται μόνο από τον αριθμό των αφίξεων αλλά από τις τουριστικές εισπράξεις που εισρέουν στον προορισμό. Αυτές δεν σχετίζονται μόνο με τις αφίξεις, αλλά εξαρτώνται απόλυτα από την μέση κατά κεφαλή δαπάνη και τη μέση διάρκεια παραμονής. Αν και οι δύο αυτές μεταβλητές μειώνονται χρόνο με το χρόνο τότε ακόμα και αν αυξάνει ο αριθμός των αφίξεων τα έσοδα του προορισμού μας μειώνονται. Οι επενδύσεις θα πρέπει να επικεντρωθούν στον εκσυγχρονισμό των μονάδων και την βελτίωση των υπηρεσιών.

Ο νέος αναπτυξιακός νόμος δίνει κίνητρα για τον εκσυγχρονισμό των ξενοδοχείων. Ο εκσυγχρονισμός αυτός πρέπει να είναι ολοκληρωμένος και όχι αποσπασματικός, οι ανακαινίσεις να σχεδιάζονται για να δίνουν συγκεκριμένη ταυτότητα και ιδιαίτερο χαρακτήρα στην ξενοδοχειακή μονάδα ώστε να μπορεί να ανταποκριθεί στις πολυποίκιλες υβριδικές ανάγκες που εμφανίζει το σύγχρονο διεθνές καταναλωτικό κοινό, το οποίο είναι ευρέως διαφοροποιημένο. Η υφιστάμενη κατάσταση στη Ρόδο σήμερα αποδεικνύει ότι η διαχείριση του τουριστικού της προϊόντος γίνεται αποσπασματικά χωρίς τη σύμπραξη όλων των φορέων προς ένα ενιαίο όραμα στα πλαίσια μιας στοχευμένης στρατηγικής. Είναι ανάγκη να διαχειριστούμε την Ρόδο ως ενιαίο τουριστικό προορισμό με συγκεκριμένους στόχους αναδεικνύοντας τα συγκριτικά μας πλεονεκτήματα ακολουθώντας τα πρότυπα

³⁶ http://www.traveldailynews.gr/makeof.asp?central_id=892&permanent_id=40

επιτυχημένων τουριστικών προορισμών. Ενεργοποιώντας τον οργανισμό αυτόν και επιτρέποντας του να διαχειριστεί το συνολικό τουριστικό της προϊόν, μέσα από ένα ενιαίο όραμα με κοινούς στόχους μπορούμε να λειτουργήσουμε ομαδικά.

Ο προορισμός έχει ανάγκη από μακροπρόθεσμο σχεδιασμό ο οποίος θα έχει συγκεκριμένους και μετρήσιμους στόχους για το μέλλον το προϊόν μας και τις αγορές του. Ένας οργανισμός αποτέλεσμα σύμπραξης δημόσιων και ιδιωτικών φορέων μπορεί να επιτελέσει ένα τέτοιο έργο. Σύμπραξη κάτω από την ομπρέλα ενός οργανισμού, σημαίνει ότι όλοι εκείνοι οι αρμόδιοι φορείς, οι οποίοι διαμορφώνουν με τις αποφάσεις και τις επιλογές τους το είδος και την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών προς τους επισκέπτες της Ρόδου, θα συνεργαστούν με τεχνοκράτες του τουρισμού, για να οραματιστούν, να αποφασίσουν και να ενεργήσουν με έναν κοινό σκοπό: Την αύξηση της ανταγωνιστικότητας του προορισμού. Όλοι αυτοί οι οποίοι συμμετέχουν άμεσα ή έμμεσα στην διαμόρφωση τουριστικής πολιτικής θα πρέπει να έχουν ένα κοινό λόγο σε ένα κοινό τραπέζι κάτω από έναν νέο ενιαίο τεχνοκρατικό οργανισμό. Δεύτερη μεγάλη δράση η εισαγωγή εμπειριών στο τουριστικό σύστημα της Ρόδου σε ότι αφορά τα θέλγητρα του προορισμού δηλαδή τα πράγματα που μπορεί να δει και να κάνει κανείς στο νησί που τώρα πλέον οφείλουν να γίνουν εμπειρίες, που μπορεί να βιώσει ο επισκέπτης και αποτελούν τον ουσιώδη παράγοντα ζήτησης για τον προορισμό που τροφοδοτεί κατ' επέκταση και τα υπόλοιπα συστατικά του. Η Μεσαιωνική Πόλη, η Κοιλιάδα των Πεταλούδων, η Λίνδος, από απλά αξιοθέατα που μπορεί απλά να δει κανείς οφείλουν να μετεξελιχθούν σε πόλους δημιουργίας, ενορχήστρωσης και παροχής εμπειρίας στους επισκέπτες, ώστε να λειτουργήσουν ως διαδραστικά θέλγητρα (Μπαρμπούτης, 2005).

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Α. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

Adrian Bull, (2002) ,Τουριστική Οικονομία, β' έκδοση, σελ. 12, 52-54

Stefan Bojnec and Helena nemec Rudez, (2008), in Impacts of the Euro on the Slovenian Tourism Industry.

Thompson Alexi, (2010) Thompson Henry, “The exchange rate, Euro Switch, and tourism Revenue in Greece” ,σελ.8

William C. Gartner,(2001)Τουριστική Ανάπτυξη, μετάφραση έκδοση «ΕΛΛΗΝ», σελ.83 - 84

Β. ΕΛΛΗΝΙΚΗ

Αιγινήτης Νίκος, *Τουριστική Ψυχολογία*, εκδόσεις: Interbooks

Ασσαριώτη Κρυστάλλη, (2006), Πτυχιακή εργασία, *Οικονομική και Νομισματική Ένωση-Επιπτώσεις στην Ελληνική Οικονομία*.

Γεώργιος Δ. Κολτσιδόπουλος, (2000) *Τουρισμός - Θεωρητική Προσέγγιση*, Εκδόσεις Έλλην , σελ. 23 – 24

Γιώργος Μπαρμπούτης, (Δευτέρα, 14 Νοεμβρίου 2005) “*Απαραίτητη η αεροπορική σύνδεση της Ρόδου με τα μεγάλα αεροδρόμια της Ευρώπης*”

Δημητριάδης, Ε., (2002), *Στατιστική Συμπερασματολογία*, σελ. 3-4

ΕΣΥΕ - Βάση Δεδομένων Πανεπιστημίου Μακεδονίας

Επίσημα Στοιχεία ICAP για τον ξενοδοχειακό κλάδο, μελέτη 2006

Ηγουμενάκης Νίκος Γ, (2007) *Τουριστική Οικονομία* εκδόσεις Interbooks, σελ. 10,14,16

Ηγουμενάκης Νίκος Γ., (1999) *Τουριστικό Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις: Interbooks , σελ. 20,22

Οικονόμου Αγησίλαος, «*Οι επιδράσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο φυσικό περιβάλλον στο Φαληράκι της Ρόδου*»

Παπαβασιλείου Βαΐα, (Ιανουάριος 2006) *Τουρισμός - Στρατηγική Ανάπτυξης Τουριστικού Προϊόντος στην Ελλάδα*, σελ. 8-9

ΣΕΤΕ - Δρακόπουλος Γ. (2002) *Ελληνικός Τουρισμός - Στόχοι και Στρατηγικές* σελ. 4

Σ. Καραγιάννη, (2004) *Τουριστική Διαφήμιση*, Εκδόσεις Έλλην, σελ. 17

Γ. ΠΗΓΕΣ ΑΠΟ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Ελληνική Ελεύθερη Εγκυκλοπαίδεια

www.livepedia.gr/index.php/%CE%A1%CF%8C%CE%B4%CE%BF%CF%82#.CE.94.CE.B7.CE.BC.CE.BF.CE.B3.CF.81.CE.B1.CF.86.CE.AF.CE.B1

Δήμος Ρόδου www.Rhodes.gr/developmentgr.html, 2002-2006

Σχολή Τεχνολογικών Εφαρμογών Τμήμα Η/Υ Συστημάτων Εργαστήριο Σύγχρονης Σχεδίασης
hellas.teipir.gr/prefectures/greek/Dodekanisou/Rodos.htm, 2007

Holiday.gr

www.holiday.gr/gr/place6.php?place_id=1347,2007,www.nyloo.com/html/ent/801/ent.16801.2.asp,2007

Ιστοχώρος "Άγιον Όρος" Ερασιτεχνικό Αφιέρωμα στο Περιβόλι της Παναγίας
www.athos.edo.gr/modules.php?name=Forums&file=viewtopic&t=481, 2007

www.nyloo.com/html/ent/537/ent.42537.2.asp, 2007

Μεσαιωνικό Φεστιβάλ Ρόδου <http://www.medievalrose.org/GR/howtogetthere.asp?Page=3>

Δήμος Ροδίων www.Rhodes.gr/developmentgr.html, 2002-2006

Ecomuseum Rodos <http://www.ecomuseum.gr/UI/customPages/pages.php?pageid=124>

Rhodos Hotel Association www.rodosisland.gr/el/rha.html, 2005

Rhodos Hotel Association www.rodosisland.gr/el/rha.html, 2006

Oasis Hotels www.oasis-hotel.gr/rodos.htm, 2007

Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών

http://www.mnec.gr/el/ministry/static_content/Dieuthinsi_diethnwn_oikonomikwn_organismwn/IMF.html)

Travel Daily News

http://www.traveldailynews.gr/comment_inside.asp?comment_id=882&subcategory_id=1¢ral_id=892&permanent_id=40)

To Βήμα Online

<http://www.tovima.gr/default.asp?pid=2&ct=3&artid=178058&dt=31/12/2006>

Travel Daily News

http://www.traveldailynews.gr/makeof.asp?central_id=892&permanent_id=40

Τουριστική Αγορά <http://www.touristiki-agera.gr/UPLOADS/statistika.jpg>

ypotheto.blogspot.com/2009_08_01_archive.html

Ροδοσυλλέκτης Το Ιστολόγιο της Ρόδου http://rokar-rokar.blogspot.com/2009/11/blog-post_9069.html

Νίκος Ε. Σκούλας [http://www.nsa.gr/blog/2008/economy-\(1\).aspx](http://www.nsa.gr/blog/2008/economy-(1).aspx)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ



**ΠΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΠΑΡΥΝΙΑ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΛΟΓΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΠΥΡΗΝΙΑ ΕΝΠΙΟΡΙΑΣ & ΛΙΑΦΗΝΙΣΗΣ**

“Οι επιπτώσεις στον τουρισμό της Ρόδου από την ένταξη της Ελλάδας στην Ευρωζώνη”

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ

A/A: _____

Η έρευνα αυτή πραγματοποιείται στα πλαίσια πτυχιακής εργασίας με τίτλο «Οι επιπτώσεις στον τουρισμό της Ρόδου από την ένταξη της Ελλάδας στην Ευρωζώνη». Η συμμετοχή σας είναι ιδιαίτερα σημαντική για την ολοκλήρωση της έρευνας και σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για τη συνεργασία σας. Επιπλέον, θα ήθελα να τονίσω ότι όλες οι απαντήσεις που θα δώσετε θα θεωρηθούν εμπιστευτικές και δεν θα χρησιμοποιηθούν για κανέναν άλλο σκοπό εκτός από αυτόν της έρευνας. Το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο.

Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου απαιτεί 5 έως 10 λεπτά.

Υπεύθυνη της έρευνας: Νικολέτα Σπανού
Τηλέφωνο: 6942073978

E-mail: sp_nicol@yahoo.gr

Παρακαλώ απαντήστε στο κατά πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με τις παρακάτω δηλώσεις (1=Διαφωνώ Απόλυτα, 5=Συμφωνώ Απόλυτα):

1. Με την υιοθέτηση του ευρώ οι τουρίστες δεν χρειάζεται να πληρώνουν έξοδα συναλλάγματος όταν διασχίζουν τα σύνορα. Η Ρόδος έχει γίνει πιο προσιτή για τους τουρίστες εντός της Ευρωζώνης, καθώς έχουν εκλείψει οι προμήθειες στην ανταλλαγή νομισμάτων.

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

2. Με την υιοθέτηση του ευρώ, οι τουριστικές επιχειρήσεις της Ρόδου έχουν βελτιωμένη διαπραγματευτική ισχύ εξαιτίας της έλλειψης συναλλαγματικού κινδύνου.

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

3. Με την υιοθέτηση του ευρώ, μειώθηκε το κόστος και η πολυπλοκότητα της διαχείρισης πολλών νομισμάτων από τις τουριστικές επιχειρήσεις.

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

4. Η είσοδος της Ελλάδας στην ONE μείωσε το κόστος λειτουργίας και επενδύσεων των τουριστικών επιχειρήσεων λόγω του χαμηλότερου πληθωρισμού και των μειωμένων επιτοκίων δανεισμού.

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

5. Η ενιαία αγορά έχει δημιουργήσει ανταγωνιστικότερο περιβάλλον στον τουρισμό, καθώς έχει σημειωθεί απώλεια της συναλλαγματικής πολιτικής ως όπλου για τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας μεταξύ των χωρών.

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

6. Η ONE έχει οδηγήσει σε αύξηση του βαθμού συγκέντρωσης στον τουριστικό κλάδο με συγχωνεύσεις, εξαγορές και συνεργασίες τουριστικών επιχειρήσεων.

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

7. Καθώς όλο και περισσότερες χώρες υιοθετούν το ευρώ, η τουριστική κίνηση στη Ρόδο αναμένεται να αυξηθεί τα επόμενα χρόνια.

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

8. Με την υιοθέτηση του ευρώ, το τουριστικό προϊόν της Ρόδου έγινε ακριβότερο.

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

9. Η εύκολη σύγκριση των τιμών εντός των χωρών της Ευρωζώνης οδηγεί στην αύξηση του ανταγωνισμού μεταξύ των τουριστικών προορισμών εντός της Ευρωζώνης και στη μείωση των τιμών προς όφελος των τουριστών.

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

10. Η υιοθέτηση του ευρώ οδήγησε σε αύξηση του κόστους λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων λόγω υψηλότερων μισθών και ακριβότερων πρώτων υλών.

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

11. Η Ρόδος έχει χάσει το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα από άποψη σχέσης αξίας-τιμής (value for money) συγκριτικά με τους ανταγωνιστές της (π.χ. Τουρκία) που για το ίδιο μαζικό παραθεριστικό τουριστικό προϊόν έχουν πολύ χαμηλότερο κόστος παραγωγής και συνεπώς πολύ χαμηλότερη τιμή.

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

12. Το ισχυρό ευρώ έναντι του δολαρίου οδηγεί τους τουρίστες στην αναζήτηση φθηνότερων προορισμών, των οποίων η οικονομία συνδέεται με το δολάριο.

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

13. Η υποτίμηση των νομισμάτων πολλών από τις χώρες – μέλη της ΕΕ εκτός Ευρωζώνης και της Ανατολικής Ευρώπης καθώς και των ανταγωνιστών της Ελλάδας στην Ανατολική Μεσόγειο, έκανε ακριβό το τουριστικό προϊόν της Ρόδου για τους πελάτες της από τις χώρες αυτές και φθηνότερο το προϊόν των ανταγωνιστών της.

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

14. Η υιοθέτηση του ευρώ σχετίζεται άμεσα με την οικονομική κρίση και τα δυσάρεστα αποτελέσματά της στον τουρισμό.

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

15. Εάν η Ελλάδα δεν είχε ενταχθεί στην ΟΝΕ και υπήρχε ακόμα η δραχμή ως εθνικό νόμισμα, η κατάσταση για τον Ροδιακό τουρισμό θα ήταν καλύτερη.

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

16. Σχόλια – Παρατηρήσεις

ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Παρακαλώ προσδιορίστε το είδος της επιχείρησής σας:

A. Ξενοδοχείο

A1. Κατηγορία Ξενοδοχείου

5* (L) 4* (A) 3* (B) 2* (Γ) 1* (Δ,Ε)

A2. Είδος Ξενοδοχείου

Μέλος Αλυσίδας Ανεξάρτητο Ενοικιαζόμενα δωμάτια

B. Τουριστικό Γραφείο

B1. Είδος Γραφείου

Γενικού Τουρισμού Εσωτερικού Τουρισμού Εισερχόμενου Τουρισμού
 Εξερχόμενου Τουρισμού Tour Operator

Γ. Γραφείο Ενοικίασης Αυτοκινήτων

Γ1. Είδος Γραφείου

Μέλος Αλυσίδας Ανεξάρτητο

Δ. Τουριστική επιχείρηση

Παρακαλώ διευκρινίστε

Σας ευχαριστώ πολύ για το χρόνο σας!