



ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ : Προοπτικές ανάπτυξης του Ροδιακού
τουρισμού

ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ:
ΣΠΑΡΤΑΛΗ ΣΤΑΜΑΤΙΑ
ΦΥΛΛΗΣ ΜΑΡΙΟΣ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:
ΓΙΑΝΝΟΥΛΙΔΟΥ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ

ΗΡΑΚΛΕΙΟ ΙΟΥΝΙΟΣ 2005

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ	
Λόγοι που μας κάνουν να ασχοληθούμε με τον τουρισμό στην Ρόδο.....	1
ΜΕΡΟΣ Ι	
Η σπουδαιότητα του τουρισμού στην Ρόδο – Σύγκριση με τους άλλους αναπτυξιακούς τομείς	3
A. Ανάλυση της Τουριστικής Προσφοράς.....	6
1. Τουριστική Υποδομή.....	6
-Συγκοινωνίες, δικτύα, λιμάνια, αεροδρόμια.....	6
-Κυριότερα τουριστικά θέλγητρα του νησιού.....	8
-Εκπαίδευση.....	11
2. Τουριστική Ανωδομή.....	17
-Ξενοδοχειακό Δυναμικό Ρόδου.....	17
-Τουριστικά Γραφεία, Αεροπορικές Εταιρείες, Ναυτιλιακές, Car Hire κ.λ.π.....	23
B. Ανάλυση της Τουριστικής Ζήτησης	24
1. Αφίξεις %, Προέλευσης %, Άγγλοι %, Γερμανοί % κ.λ.π.....	25
2. Διανυκτερεύεις κατά Εθνικότητα.....	32
3. Διάρκεια Παραμονής.....	39
4. Εποχικότητα.....	41
5. Δαπάνη, Μέση Καταναλωτική Δαπάνη (Μ.Κ.Δ.), Συναλλαγμα, Κινητικότητα σε αρχαιολογικούς χώρους κ.λ.π.....	43
6. Επικοινωνιακή Πολιτική (Marketing, Διαφήμιση, Internet των Κρατικών, Ε.Ο.Τ., Τοπικών (Νομαρχιακές Δημοτικές Αυτοδιοικήσεις) φορέων, επιχειρήσεις, ξενοδοχεία, Γραφεία.).....	48
ΜΕΡΟΣ ΙΙ	56
Προβλήματα Ανταγωνιστικότητας	56
Προτάσεις για Αναβάθμιση του Τουρισμού στην Ρόδο.....	58
A. Γενικές Υποδομές.....	58
B. Ειδικές Υποδομές.....	58
Γ. Ειδικές Ενέργειες.....	60
Δ. Συνεργασία.....	60
Ε. Εκπαίδευση.....	61
ΣΤ. Διεύρυνση Τουριστικής Αγοράς – Περιόδου.....	61
Z. Τουριστική Προβολή.....	61
ΜΕΡΟΣ ΙΙΙ	64
Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού.....	64
Συμπεράσματα – Εισηγήσεις – Προτάσεις	80
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	88

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

ΟΙ ΛΟΓΟΙ ΠΟΥ ΜΑΣ ΚΑΝΟΥΝ ΝΑ ΑΣΧΟΛΗΘΟΥΜΕ ΜΕ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΣΤΗΝ ΡΟΔΟ.

Η Ρόδος ως το μεγαλύτερο νησί και ως πρωτεύουσα της Δωδεκανήσου διαθέτει πληθώρα υποδομών, εγκαταστάσεων και υπηρεσιών για την εξυπηρέτηση, ικανοποίηση των αναγκών των τουριστών. Το νησί έχει σημαντική παράδοση στον τουρισμό και διαθέτει ένα σημαντικό αριθμό φυσικών, τουριστικών πόρων και προϊόντων. Επιπλέον διαθέτει μια συγκροτημένη εικόνα ως περιοχή εφόσον αποτελεί έναν από τους παραδοσιακούς προορισμούς του τουρισμού διακοπών διεθνώς. Οι κυριότερες μορφές τουρισμού που προσφέρονται στο νησί είναι:

- Ο Τουρισμός Διακοπών Καλοκαιριού
- Ο Επαγγελματικός Τουρισμός
- Ο Τουρισμός Καζίνο
- Ο Πολιτιστικός Τουρισμός
- Ο Εκπαιδευτικός Τουρισμός
- Ο Συνεδριακός Τουρισμός
- Ο Θαλάσσιος Τουρισμός

Ειδικότερα τα στοιχεία που συνθέτουν το «τουριστικό προϊόν» του νησιού είναι οι φυσικοί πόροι όπου διακρίνονται στο κλίμα, παραλίες, φυσικό περιβάλλον, γεωλογικοί πόροι, αγροτικά τοπία και το θαλάσσιο περιβάλλον.

Το κλίμα που επικρατεί στο νησί και γενικότερα στο Νότιο Αιγαίο θεωρείται παραδοσιακά ένας ισχυρός παράγοντας που οδήγησε στη μέχρι σήμερα ανάπτυξη του τουρισμού.

Οι παραλίες αποτελούν σε συνδυασμό με το κλίμα, τους βασικότερους πόρους πάνω στους οποίους έχει στηριχθεί το κυρίαρχο μέχρι σήμερα «τουριστικό προϊόν» του νησιού. Μάλιστα αρκετές παραλίες έχουν χαρακτηριστεί με το διακριτικό σήμα της «Γαλάζιας Σημαίας» όπως οι παραλίες (Λάρδου, Άντονι Κουίν, Κιοτάρι, Τραγανού και άλλες.)

Το πλούσιο φυσικό περιβάλλον χαρακτηρίζεται από την επικράτηση οικοσυστημάτων όπου υπάρχει πυκνή και υψηλή βλάστηση στο μεγαλύτερο ποσοστό έκτασης του νησιού. Συγκεκριμένα (φυσικό δάσος κυπαρισσιού στον Έμπωνα, Πευκώνα του Προφήτη Ηλία, το Ροδίσι, ο Λόφος της Φιλήρημου) όπου έχουν χαρακτηριστεί ως «Τοπία Ιδιαίτερου Φυσικού Κάλλους».

Ακόμη άλλοι παράγοντες που συνθέτουν το «τουριστικό προϊόν» της Ρόδου είναι οι πολιτιστικοί πόροι όπως τα μνημεία παγκόσμιας ακτινοβολίας, οι αρχαιολογικοί χώροι και νεώτερα μνημεία, τα διάφορα μουσεία, οι παραδοσιακοί οικισμοί, η παραδοσιακή μουσική, οι παραδοσιακοί χοροί και τέλος τα ήθη και έθιμα του τόπου.

Οι λόγοι που μας έκαναν να ασχοληθούμε με τον τουρισμό στην Ρόδο είναι να καταγράψουμε την υφιστάμενη κατάσταση του τουρισμού που επικρατεί στο νησί μας, να την αναλύσουμε και να αναδείξουμε τις προοπτικές ανάπτυξης και την φέρουσα ικανότητα που έχουν οι φορείς (Δημόσιοι και Ιδιωτικοί) για αναπτύξουν τον Ροδιακό Τουρισμό. Αφού πρώτα αντιμετωπίσουν τα προβλήματα του ανταγωνισμού που υπάρχει στο εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον της χώρας.

Ειδικότερα σκοπός μας είναι να παρουσιάσουμε τον σπουδαίο ρόλο που παίζει ο τουρισμός ως βιομηχανικός παράγοντας σε διάφορους τομείς στο νησί.

Επιπλέον να αναδείξουμε τους παράγοντες που εμπεριέχονται στο συνολικό «τουριστικό προϊόν» που προσφέρει το νησί στους υποψήφιους "τουρίστες – καταναλωτές". Αν αυτοί είναι επαρκής ώστε να ικανοποιήσουν τις συνεχώς εναλλασσόμενες απαιτήσεις και ανάγκες του σύγχρονου τουρίστα.

Καθώς επίσης να αναλύσουμε την Τουριστική Ζήτηση με την βοήθεια Αποτελεσμάτων Στατιστικών Ερευνών, το μέγεθος της διασποράς που παρουσιάζει το εισερχόμενο τουριστικό ρεύμα και ποιες προσπάθειες γίνονται από μέρους των Κρατικών, Τοπικών Φορέων, Επιχειρήσεων κ.λ.π. για μια συνεχώς βελτιωμένη διαφημιστική προβολή του τόπου.

Ένας επιπρόσθετος σκοπός μας είναι να διαπιστώσουμε τα προβλήματα που αντιμετωπίζει το «τουριστικό προϊόν» και να καταγράψουμε τους τρόπους λύσεις που προτείνουν οι διάφοροι φορείς και αν όλα αυτά γίνονται στα πλαίσια της αειφόρου ανάπτυξης.

Και τέλος να παραθέσουμε τα δικά μας συμπεράσματα και τις προτάσεις για βελτίωση, λαμβάνοντας φυσικά υπόψιν όλους τους παράγοντες που συντελούν στην δημιουργία του προϊόντος του νησιού.

ΜΕΡΟΣ Ι

Η ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΡΟΔΟ – ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕ ΤΟΥΣ ΑΛΛΟΥΣ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΥΣ ΤΟΜΕΙΣ.

Ο Τουρισμός αποτελεί εύρωστη και βιώσιμη, από οικονομικής πλευράς, εθνική βιομηχανία. Καθώς όμως, τόσο η εθνική όσο και η κοινοτική νομοθεσία επιτάσσουν την επίτευξη αειφόρου ανάπτυξης, ο τουρισμός πρέπει να αποκτήσει χαρακτηριστικά αειφορίας. Στην προσπάθεια αυτή, κρίσιμη θέση κατέχει η έννοια της διαχείρισης της φέρουσας ικανότητας. Τα πρώτα χρόνια της ανάπτυξης του τουρισμού στην χώρα είχε εξαρθεί η σημασία του και η συμμετοχή του στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας λόγω κυρίως της ευνοϊκής επίπτωσης του στο Ισοζύγιο Πληρωμών, καθώς ο τουρισμός ήταν σημαντική πηγή εισροής συναλλάγματος, που τότε ήταν ζωτικής σημασίας για τη χώρα. Η λογική αυτή αγνοούσε ότι οι Τουρίστες ερχόμενοι στην Ελλάδα ζητούσαν να καταναλώσουν προϊόντα που κατανάλωναν και στη χώρα τους, αυξάνοντας έτσι τις εισαγωγές προϊόντων και την εκροή συναλλάγματος. Σε κάθε περίπτωση όμως, μετά την ένταξη της δραχμής στο ευρώ, το Ισοζύγιο Πληρωμών είναι λιγότερο ευάλωτο και οι συναλλαγματικές ροές δεν έχουν πλέον την ίδια σημασία που είχαν για τη χώρα τα μεταπολεμικά χρόνια. Επίσης, σημαντική ήταν η επίπτωση του τουρισμού στην περιφερειακή ανάπτυξη, καθώς φτωχές μέχρι τότε περιοχές της χώρας απέκτησαν μια σημαντική πηγή εισοδήματος.

Όσον δε αφορά στην πολιτιστική παραγωγή, για την οποία δεν υπάρχουν οικονομικά στοιχεία, οι απόψεις δίστανται. Υπάρχει αφενός η άποψη ότι ο τουρισμός καταστρέφει το πολιτιστικό απόθεμα καθώς οι χιλιάδες επισκέπτες που συρρέουν στους αρχαιολογικούς τόπους φθείρουν σε ανεπανόρθωτο βαθμό τα αρχαιολογικά

ευρήματα, ενώ από την άλλη μεριά υποστηρίχθηκε ότι το αυξημένο ενδιαφέρον για αρχαιολογικούς τόπους έχει συμβάλλει σημαντικά στην υλοποίηση έργων ανάδειξης και συντήρησης τους.

Ο τουρισμός ασφαλώς προσφέρει εισοδήματα στους κατοίκους της Ρόδου υψηλότερα από το μέσο της χώρας και έχει αναχθεί σε σχεδόν αποκλειστική δραστηριότητα γύρω από την οποία προσανατολίζονται και οι άλλοι κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας. Αυτό όμως εγκυμονεί κινδύνους, καθώς η Ρόδος εξαρτάται έτσι σε μεγάλο βαθμό από ένα προϊόν (τον τουρισμό) η αγορά του οποίου μονοπωλείτε από διεθνείς επιχειρήσεις διανομής του προϊόντος (Tour Operator), ενώ ο ανταγωνισμός είναι οξύς με άλλους τουριστικούς προορισμούς. Έτσι οποιαδήποτε μεταβολή στον κλάδο θα έχει συνέπειες όχι μόνον σε αυτόν αλλά στο σύνολο της οικονομίας της Ρόδου, καθώς ο τουρισμός είναι μια οικονομική δραστηριότητα με υψηλές αποδόσεις αλλά και με υψηλό κίνδυνο, σε αντίθεση με άλλους κλάδους (όπως π.χ. η μεταποίηση) που αν και έχουν μικρότερες αποδόσεις, δεν έχουν μεγάλες διακυμάνσεις.

Η περίπτωση της Ρόδου ως νησιωτικού προορισμού διεθνούς τουρισμού με εκτεταμένες ακτές και με εντατική χρήση των παραλιών της που προσφέρονται για τουριστικές δραστηριότητες και για κολύμβηση, αποτελεί χαρακτηριστική περίπτωση μελέτης των επιδράσεων που προκαλεί η μεγάλη τουριστική συγκέντρωτικότητα στις παράκτιες ζώνες. Οι επιδράσεις αυτές προκαλούνται από τις παραλιακές ξενοδοχειακές μονάδες και τις παράλληλες τουριστικές δραστηριότητες, από τα ημερόπλοια που περιπλέουν τις ακτές του νησιού και από τους λουόμενους. Πρέπει να σημειώσουμε ότι παρά το γεγονός ότι, η Ρόδος με τους 100.000 και πλέον επισκέπτες που φιλοξενεί ημερησίως, από τους οποίους, το 60% στο τουριστικό τρίγωνο των Δήμων Ιαλυσού – Ροδίων – Καλλιθέας, έχει φθάσει στα όρια της τουριστικής χωρητικότητας, αν δεν τα έχει ξεπεράσει στους μήνες της αιχμής ωστόσο τα περιβαλλοντικά της προβλήματα στις παράκτιες θαλάσσιες και χερσαίες ζώνες είναι ολιγότερο έντονα από εκείνα που προκαλούνται από την κυκλοφοριακή συμφόρηση, τους θορύβους, την άναρχη δόμηση, την αισθητική ρύπανση, την υπερκατανάλωση πόσιμου νερού, την υπερφόρτιση του αποχετευτικού συστήματος κ.λ.π.

Αυτή η *ισορροπημένη σχέση* τουριστικής ανάπτυξης και παράκτιας ζώνης, θα μπορούσε να αποδοθεί στο μεγάλο *μήκος ακτών* που διαθέτει η Ρόδος (220 χλμ) από τις οποίες το 80% είναι προσπελάσιμες και διαθέσιμες στους λουόμενους και στην *ευαισθησία* που διακρίνει τον τελευταίο καιρό τις μεγάλες κυρίως ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, οι οποίες συνειδητοποίησαν ότι η *ανταγωνιστικότητα* τους συνδέεται άμεσα με την *προστασία* και ανάδειξη της *παράκτιας ζώνης*. Αυτή η ευαισθησία δεν φαίνεται να έχει περάσει στους άλλους χρήστες των παραλιών είτε πρόκειται για *επαγγελματίες*, είτε για *φορείς* που είναι ταγμένοι για την προστασία τους, αν κρίνουμε από τις αυθαίρετες κατασκευές και γενικά τις παρεμβάσεις που αλλοιώνουν την αισθητική του περιβάλλοντος. Αυτές οι παρεμβάσεις και αλλοιώσεις δεν εξυπηρετούν τις αρχές της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης.

Σήμερα ο τουρισμός της περιοχής και ιδιαίτερα της Ρόδου με το ξενοδοχειακό δυναμικό που διαθέτει και το οποίο εκσυγχρονίζεται και αναβαθμίζεται, όπου χρειάζεται, και με τις νέες τουριστικές υποδομές που δημιουργούνται (μαρίνες, γήπεδα, γκολφ, υδροθεραπευτήρια, συνεδριακά κέντρα κ.λ.π.) για την ανάπτυξη νέων μορφών τουρισμού, περνά από τη φάση της *παραγωγής* στη φάση της *διάθεσης* των τουριστικών μας προϊόντων, που είναι η δυσκολότερη. Οι τουριστικές μας υπηρεσίες για να πωληθούν πρέπει να αντέχουν στους κανόνες της αγοράς να είναι δηλαδή *ανταγωνιστικές* που σημαίνει: καλές τιμές, υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις του τουρίστα και ενεργοποίηση μηχανισμών προβολής και διαφήμισης των υπηρεσιών αυτών. Επομένως το τρίπτυχο *τιμές, προϊόν, προβολή*, συνιστούν το πρόβλημα που αντιμετωπίζει σε αυτή τη φάση ο τουρισμός της περιοχής μας, αλλά και γενικότερα ο Ελληνικός Τουρισμός, ένα πρόβλημα που για να αντιμετωπισθεί χρειάζεται η *ενεργοποίηση* όλων των παραγόντων που συμμετέχουν στη διαμόρφωση και προώθηση του τουρισμού μας. Οι παράγοντες αυτοί είναι το Κράτος, η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση και η τοπική κοινωνία όπως εκφράζεται από τους φορείς των Παραγωγικών Τάξεων.

Κύρια απασχόληση των κατοίκων είναι η *γεωργία*. Καλλιεργούνται αμπέλια, από τα οποία βγαίνει το περίφημο ροδίτικο κρασί, δημητριακά, ελιές, εσπεριδοειδή κ.α. Η κτηνοτροφία είναι αναπτυγμένη στις ορεινές περιοχές. Όπως γνωρίζουμε όμως η οικονομία της Ρόδου ενισχύεται σε πολύ μεγάλο βαθμό από τον τουρισμό. Συνέπεια

της μεγάλης τουριστικής κίνησης είναι η σχετική ανάπτυξη της βιομηχανίας και του εμπορίου.

A.

ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ

Η τουριστική προσφορά της περιοχής βασίζεται στην αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων του νησιού όπως υπαγορεύονται από το φυσικό περιβάλλον και την πλούσια πολιτιστική παράδοση παρέχοντας έτσι εξατομικευμένες υπηρεσίες για όλα τα πεδία των απαιτήσεων του σύγχρονου επισκέπτη.

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ

Η Ρόδος διαθέτει ένα μεγάλο αριθμό τουριστικών πόρων (ιστορικών, πολιτιστικών, περιβαλλοντικών) αλλά και ένα σημαντικής έκτασης δίκτυο υποδομών και δραστηριοτήτων για τους τουρίστες. Αν και οι πόροι είναι πλούσιοι και διαθέτουν ποικιλία, η συχνά απρογραμματίστη λόγω χωρικής υπερσυγκέντρωσης ανάπτυξη έχει οδηγήσει σε αρκετές περιπτώσεις στην υποβάθμιση τους. Στις υποδομές επίσης καταγράφονται συμπτώματα κορεσμού ιδιαίτερα στις παράλιες περιοχές, ενώ παρατηρείται και ένας έντονος ανταγωνισμός ανάμεσα σε επιχειρήσεις και περιοχές.

1. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ

-ΣΥΓΚΟΙΝΩΝΙΕΣ, ΔΙΚΤΥΑ, ΛΙΜΑΝΙΑ, ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ

Η Ρόδος διαθέτει ένα ικανοποιητικό σύστημα συγκοινωνίας εντός νησιού, με άλλες περιοχές- πόλεις της χώρας αλλά και με άλλες χώρες των ηπειρών. Εντός νησιού υπάρχουν τα αστικά και υπεραστικά λεωφορεία τα οποία την τουριστική περίοδο δημιουργούν πρόγραμμα αναχώρησης λεωφορείων σε μικρότερα τακτά χρονικά διαστήματα ώστε να μπορέσουν να εξυπηρετήσουν όσους περισσότερους τουρίστες μπορούν (ΡΟΔΑ)*. Εκτός νησιού υπάρχουν οι αεροπορικές(ελληνικές -

ξένες) και οι ακτοπλοϊκές εταιρείες που και με τα δικά τους δρομολόγια βοηθούν το νησί στην σύνδεσή με άλλες περιοχές.

***ΡΟΔΑ**

Η Δημοτική επιχείρηση Συγκοινωνιών 'ΡΟΔΑ' ιδρύθηκε το 1938. Από το 1947 λειτουργούσε ως Οργανισμός του Δήμου Ροδίων και μετά το 1955 ως Δημοτική επιχείρηση. Με τα λεωφορεία που διαθέτει εξυπηρετεί τις αστικές γραμμές και με το μεγαλύτερο μέρος των υπεραστικών γραμμών του νησιού. Λειτουργεί με ιδιωτικοοικονομικά κριτήρια προσφέροντας κοινωνικό έργο με την ανάπτυξη πολιτικών δράσεων υπέρ των κατοίκων του νησιού. Είναι η μοναδική Δημοτική Επιχείρηση Συγκοινωνιών που λειτουργεί στην Ελλάδα.

Το λιμάνι της Ρόδου, ένα από τα πιο πολυσύχναστα της Ανατολικής Μεσογείου, θα διαχωριστεί σε αμιγώς τουριστικό και εμπορικό – επιβατικό, με την δημιουργία των αναγκαίων χώρων προβλητών για την εξυπηρέτηση της ακτοπλοΐας, των κρουαζιερόπλοιων, των ημερόπλοιων και των φορτηγών πλοίων. Τα Δωδεκάνησα δείχνουν ισχυρούς δείκτες απορρόφησης κοινοτικών κονδυλίων και είναι ιδιαίτερα αισθητή η αναβάθμιση των γενικών υποδομών των νησιών τα τελευταία χρόνια. Επίσης στην Ρόδο βρίσκεται μια μαρίνα η οποία είναι σε λειτουργία και μια δεύτερη που είναι υπό κατασκευή.

Όνομα	Τοποθεσία	Χωρητικότητα	Φορέας Διαχείρισης
Μανδράκι Ρόδου	Ρόδος	150	Λιμενικό Ταμείο
Σφαγεία*	Ρόδος	500	

Πηγή: Δικτυακός τόπος Ε.Ο.Τ., 4 Νοεμβρίου 2004

* Υπό κατασκευή

Το διεθνή αεροδρόμιο της Ρόδου επεκτείνεται και εκσυγχρονίζεται χωροταξικά και λειτουργικά στο πλαίσιο της έμφασης που δίνεται στην αναβάθμιση των σημείων εισόδου στη χώρα.

-ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΘΕΛΓΗΤΡΑ ΤΟΥ ΝΗΣΙΟΥ

Η Ρόδος παρέχει άρτιες τουριστικές υποδομές ευρεία επιλογή καταλυμάτων που ποικίλουν από πολυτελείς ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις μέχρι οικονομικά self – catering ενοικιαζόμενα δωμάτια καθώς και ατελείωτες δυνατότητες νυχτερινής διασκέδασης, δραστηριοτήτων, αθλημάτων κ.λ.π.

- Τοπία Ιδιαίτερου Φυσικού Κάλλους

Η Χαράδρα των Πεταλούδων, οι Επτά Πηγές, ο Λόφος της Φιλήρημου.

- Αρχαιολογικοί Χώροι

Αρχαία Κάμειρος, Λίνδος, Μεσαιωνική Πόλη όπου είναι και η μεγαλύτερη Μεσαιωνική Πόλη στην Ευρώπη που κατοικείται, Μοναστήρι Φιλήρημου, Κάστρο Μονόλιθου, Ακρόπολη Ρόδου – Ναός του Πυθίου Απόλλωνα και το Αρχαίο Στάδιο.

- Νεώτερα Μνημεία

Λουτρά της Καλλιθέας, και ο Σταυρός της Φιλήρημου.

- Διάφορα Μουσεία

Καστέλο

- Πολιτιστικές Εκδηλώσεις , Αθλητικές Δραστηριότητες κ.λ.π.

Η ύπαρξη πολιτιστικών υποδομών επιτρέπει την οργάνωση δραστηριοτήτων τόσο για το ευρύ κοινό, όσο και για άτομα με ειδικά ενδιαφέροντα όπως π.χ. εκμάθηση ελληνικής γλώσσας, εκμάθησης χορού, έρευνα στα τοπικά αρχεία.

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ ΤΟΥ ΝΗΣΙΟΥ

Πολιτιστικά Κέντρα	21
Πνευματικά Κέντρα	8
Θέατρα	2
Κινηματογράφοι	5
Βιβλιοθήκες	12

Πηγή: ΥΠΕΧΩΔΕ, ENVIPLAN Γ. Θ. Τσεκούρας & Συν/τες (1999)
Χωροταξικό Σχέδιο Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, Αθήνα

Η ποικιλότητα και μοναδικότητα των πολιτιστικών πόρων του νησιού (μουσειακοί χώροι, αρχαιολογικοί χώροι, οχυρωματικές κατασκευές, θρησκευτικά μνημεία, κτίρια αστικής αρχιτεκτονικής) οφείλονται στην αδιάλειπτη ανθρώπινη παρουσία από τους προϊστορικούς χρόνους έως σήμερα. Οι πολιτισμικές επιρροές, διακριτές σε κτίσματα, αρχιτεκτονική, μουσική, παράδοση, γλώσσα, αποτυπώνουν έξοχα / ανάγλυφα την ιστορία της Ανατολικής Μεσογείου, όπου η συνύπαρξη στοιχείων του ελληνικού κλασικού και βυζαντινού πολιτισμού με δυτικότερα και ανατολικά χαρακτηριστικά δημιουργεί ένα ισχυρό συγκριτικό πλεονέκτημα. Η Μεσαιωνική Πόλη της Ρόδου ειδικότερα, η μεγαλύτερη κατοικημένη μεσαιωνική πόλη της Ευρώπης, η οποία μάλιστα φιλοξένησε το 7^ο Συμπόσιο του Οργανισμού Πόλεων Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς το Σεπτέμβριο, είναι ένα ζωντανό πολιτιστικό μνημείο, αποτελεί σημείο αναφοράς για την περαιτέρω προώθηση του πολιτιστικού τουρισμού. Η Ρόδος ακόμα φιλοξενεί σε ετήσια βάση Φεστιβάλ Όπερας στο πλήρως ανακαινισμένο Θέατρο εντός της Μεσαιωνικής Τάφρου, Διεθνές Φεστιβάλ Χορωδιών και Μέρες Κλασικής Μουσικής σε μεσαιωνικές εκκλησίες εντυπωσιακής ομορφιάς και ακουστικής.

Η Ρόδος (Λουτρά Καλλιθέας) διαθέτει παράδοση στον ιαματικό τουρισμό που θα επανανεργοποιηθεί με την ανακαίνιση και λειτουργία των σχετικών κέντρων κάτω από σύγχρονα πρότυπα. Επιπλέον, λειτουργεί ικανός αριθμός μονάδων θαλασσοθεραπείας σε μεγάλα ξενοδοχεία.

Η Ρόδος μπορεί να υποστηρίξει θαλάσσιες δραστηριότητες και δημοφιλή αθλήματα, όπως το wind – surfing, οι καταδύσεις και αναρριχήσεις λόγω του κατάλληλου φυσικού περιβάλλοντος και της λειτουργίας ανάλογων υπηρεσιών και υποδομών. Διεξάγονται ακόμα

επιτυχώς διεθνείς αθλητικοί αγώνες, όπως το παγκόσμιο τουρνουά beach volley. Αξίζει να σημειωθεί ότι η Γενική Γραμματεία Αθλητισμού σε συνεργασία με τον Δήμο Ρόδίων έχει ξεκινήσει επίσης την δημιουργία υπερσύγχρονων ποδοσφαιρικών εγκαταστάσεων με την προοπτική της οργάνωσης διεθνών αθλητικών γεγονότων. Επίσης, ο διαγωνισμός για την αξιοποίηση της ειδικής τουριστικής υποδομής του γηπέδου golf Αφάντου βρίσκεται σε τελική φάση και σύντομα αναμένεται η υπογραφή της σύμβασης με ιδιώτη επενδυτή.

Η ύπαρξη όμως πολλών αρχαιολογικών στοιχείων στο βυθό του Αιγαίου έχει επιβάλλει την αναγκαιότητα για αυστηρή νομοθεσία σε ότι αφορά τις καταδύσεις, χωρίς βέβαια αυτό να σημαίνει ότι υπάρχει και αποτελεσματική προστασία. Η νομοθεσία που μέχρι πρόσφατα ήταν απαγορευτική, δεν είχε επιτρέψει την ανάπτυξη οργανωμένων δραστηριοτήτων συνδεδεμένων με την ανακάλυψη του θαλάσσιου πλούτου. Σήμερα μετά από την αποδέσμευση ορισμένων περιοχών από την Εφορία Ενόπιων Αρχαιοτήτων λειτουργούν 4 κέντρα καταδύσεων στη Ρόδο. Περίπου στα μισά κέντρα από αυτά λειτουργούν σχολές κατάδυσης.

- Παραδοσιακοί Οικισμοί

ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟΙ ΟΙΚΙΣΜΟΙ ΡΟΔΟΥ(Π. Δ. 1978)

ΕΠΑΡΧΙΑ	ΔΗΜΟΣ ή ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ	ΟΙΚΙΣΜΟΣ
Ρόδου	Δ. Χάλκης	Αλιμιά
	Κ. Αρνίθας	Αρνίθα
	Κ. Ασκληπείου	Ασκληπιείον
	Κ. Παραδεισίου	Βάγιες
	Δ. Σύμης	Εμπορειός
	Κ. Θεολόγου	Επάνω Καλαμών
	Κ. Κατταβιάς	Καττάβια
	Κ. Κοσκινούς	Κοσκινού
	Κ. Ασκληπιείου	Κιοτάριον
	Κ. Σιάνων	Λακκίον
	Κ. Λιβαδιού	Λιβιάδια

	Κ. Λίνδου	Λίνδος
	Δ. Μεγάλου Χωρίου	Μεγάλο Χωρίον
	Δ. Μεγίστης	Μεγίστη
	Κ. Μεσαναγρού	Μεσαναγρός
	Κ. Αγαθονησίου	Μικρόν Χωρίον

_Πηγή : Ε.Ο.Τ. Διεύθυνση Δωδεκανήσου, 4 Νοεμβρίου 2004

- Άλλες Υποδομές:

Γήπεδο golf, Ενυδρείο που αποτελεί τη μόνη οργανωμένη προσπάθεια για ανάδειξη του θαλάσσιου πλούτου του Αιγαίου, παρότι στις περιοχές NATURA 2000 έχουν συμπεριληφθεί και πολλές θαλάσσιες ζώνες, Καζίνο.).

-ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Είναι γενικά αποδεκτό ότι ο τουρισμός αποτελεί ένα ταχύτατα αναπτυσσόμενο τομέα της παγκόσμιας οικονομίας. Όταν αναφερόμαστε στον τουρισμό, πρέπει να γνωρίζουμε ότι αποτελεί ένα ιδιόμορφο κλάδο, ο οποίος στο μεγαλύτερο ποσοστό του αφορά στην παροχή υπηρεσιών. Με άλλα λόγια, το σύνολο των εργαζομένων στον τουριστικό τομέα της χώρας υποδοχής αποτελούν ουσιαστικά αναπόσπαστο μέρος του τουριστικού προϊόντος. Βασικά μιλάμε για ένα ευρύ φάσμα εργαζομένων, σε πολλές και διαφορετικές ειδικότητες στον ευρύτερο τουριστικό τομέα.

Οι εργαζόμενοι στις τουριστικές επιχειρήσεις έρχονται σε άμεση επαφή με τους τουρίστες, οποιαδήποτε και αν είναι η εργασιακή σχέση τους, ανεξάρτητα δηλαδή του αν είναι ιδιοκτήτες ή απλοί υπάλληλοι. Το σύνολο των εργαζομένων δεν απασχολείται άμεσα στον τουριστικό τομέα π.χ. σε ξενοδοχεία, εστιατόρια κ.λ.π. Υπάρχει, επίσης, ένα μεγάλο ποσοστό εργαζομένων, οι οποίοι, προσφέρουν έμμεση,

περιστασιακή και ανειδίκευτη εργασία¹. Αυτό οφείλεται βασικά στο γεγονός ότι εξαιτίας της φύσης του τουρισμού η απασχόληση στον κλάδο χαρακτηρίζεται από την ιδιαιτερότητα της εποχικότητας.

Η εποχική εργασία διαφέρει ανάλογα με την περιοχή, την πελατεία στην οποία αναφερόμαστε κάθε φορά, το είδος τουρισμού π.χ. μαζικός οργανωμένος τουρισμός, τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου κ.λ.π. Γεγονός αποτελεί ότι αυξημένες ανάγκες κατά τη διάρκεια των περιόδων αιχμής καλύπτονται από ανειδίκευτο προσωπικό, το οποίο εργάζεται περιστασιακά στον κλάδο έχοντας ως βασικό κίνητρο το πρόσθετο εισόδημα που προσφέρει ο τουρισμός συμπληρωματικά στο εισόδημα από το κύριο τους επάγγελμα.

Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα τη δημιουργία ενός σημαντικού προβλήματος στον τουριστικό τομέα, το οποίο αφορά στην χαμηλή ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών. Η χαμηλή ποιότητα συνδέεται αυτόματα με το χαμηλό ποσοστό εξειδικευμένου και καταρτισμένου εργατικού δυναμικού, ιδιαίτερα σε μια περίοδο κατά την οποία οι ανάγκες χρησιμοποίησης ειδικευμένων τουριστικών στελεχών έχουν διευρυνθεί σε μεγάλο ποσοστό.¹

Επίσης θα πρέπει να αναφερθεί ότι στην Ρόδο λειτουργούν οι εξής Εκπαιδευτικές Σχολές:

- Α.Σ.Τ.Ε.Ρ. Ανωτέρα Σχολή Τουριστικών Επαγγελματιών Ρόδου.
- ΒΑΣΙΚΗ ΣΧΟΛΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΩΝ ΡΟΔΟΥ
- ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ
- Ι.Ε.Κ.
- ΞΕΝΑΓΩΝ ΣΧΟΛΗ

¹ Τσάρτας Π.(1996), Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό, σελ 218

¹ ΣΕΤΕ (1995), Εκτίμηση των Αναγκών σε Ειδικευμένο Προσωπικό του Τουριστικού Τομέα, σελ 1.

Κ.Ε.Κ. "ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΓΕΝΝΗΜΑΤΑΣ"

Το κέντρο Επαγγελματικής Κατάρτισης "Γεώργιος Γεννηματάς" το οποίο λειτουργεί από το 1995, δραστηριοποιείται στο χώρο της συνεχιζόμενης επαγγελματικής κατάρτισης νέων και ενηλίκων, έχει αναπτύξει δραστηριότητες σε έρευνες και μελέτες συναφείς με την ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού, σε ημερίδες και συνέδρια, και έχει εκπονήσει ολοκληρωμένα προγράμματα κατάρτισης καθώς και κοινοτικές πρωτοβουλίες.¹

Το Εκπαιδευτικό Κέντρο διαθέτει συγχρόνως χώρους πλήρως εξοπλισμένους με ηλεκτρονικούς υπολογιστές, και οπτικοακουστικά μέσα διδασκαλίας και παρουσιάσεων.

Διεύθυνση: Πάρκο Ροδίνι

Τηλ: 2241070616

"ΚΑΛΛΙΠΑΤΕΙΡΑ"

Το Κέντρο Καλλιπάτειρα του Δήμου Ροδίων, λειτουργεί στα πλαίσια του προγράμματος "Νησιωτική Συμπολιτεία – Ισότιμη Πρόσβαση" της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας EQUAL Υποπρόγραμμα 2, Μέτρο 2.1 "Ανάπτυξη Επιχειρηματικού Πνεύματος" και αποτελεί μια σύγχρονη δομή Προώθησης στην Απασχόληση & Ανάπτυξη της Επιχειρηματικότητας. Απευθύνεται σε όλους τους ανέργους / ες , σε επιχειρηματίες και εργαζόμενους / υποαπασχολούμενους δίνοντας έμφαση κυρίως

¹ Πληροφορίες από το site www.rhodes.gr. 28 Μαΐου 2005

στις περισσότερο κοινωνικά ευάλωτες ομάδες όπως είναι οι γυναίκες, οι νέοι, οι μακροχρόνιοι άνεργοι, οι κάτοικοι απομακρυσμένων περιοχών, τα ΑμΕΑ, κ.λ.π.²

Το Κέντρο "Καλλιπάτειρα", έχει μπει δυναμικά στα τοπικά δρώμενα της Ρόδου μέσα από την καθημερινή του δραστηριότητα και τις πλέον κατάλληλες στελεχωμένες και εξοπλισμένες μονάδες του:

- Μονάδα Στήριξης
- Μονάδα Επαγγελματικού Προσανατολισμού
- Μονάδα Επιχειρηματικότητας
- Μονάδα Προώθησης στην Απασχόληση
- Κινητή Μονάδα Πληροφόρησης

ΣΤΗΡΙΖΕΙ...

Την ένταξη και επανένταξη ανέργων στην αγορά εργασίας καθώς και την επιχειρηματικότητα με τους κατάλληλους υποστηρικτικούς μηχανισμούς και συγχρόνους όρους.

ΕΝΗΜΕΡΩΝΕΙ...

Για τις πολιτικές και τις μορφές απασχόλησης – αυτοαπασχόλης που εφαρμόζονται σε εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο, καθώς και για προγράμματα κατάρτισης και νέες θέσεις εργασίας.

ΠΑΡΕΧΕΙ...

Εξατομικευμένη ή και ομαδική συμβουλευτική, τεχνικές ανάπτυξης δεξιοτήτων, επαγγελματικό προσανατολισμό / επαναπροσανατολισμό, τεχνικές προώθησης στην απασχόληση και επιχειρηματικότητα.

² Πληροφορίες από το site www.rhodes.gr. 28 Μαΐου 2005

Το Κέντρο “Καλλιπάτειρα” στεγάζεται στο Πάρκο Ροδίσι και μπορεί να σας εξυπηρετήσει από Δευτέρα ως Παρασκευή από τις 09:00 μέχρι τις 15:00 κατόπιν ορισμού συνάντησης στο τηλέφωνο 2241070357 ή στην ηλεκτρονική διεύθυνση e-mail: kallipatira@Rhodes.gr

ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Το επίπεδο εκπαίδευσης του πληθυσμού της Δωδεκανήσου παρουσιάζεται χαμηλότερο συγκριτικά με αυτό της Χώρας, σύμφωνα με έρευνα του Πανεπιστημίου Αθηνών και της Αναπτυξιακής Δωδεκανήσου για τη δεκαετία 81-91. Συγκεκριμένα, οι πτυχιούχοι **Ανωτάτων και Ανωτέρων Σχολών** στα Δωδεκάνησα αποτελούν το 6,8% του συνολικού της πληθυσμού, ενώ στη Χώρα αποτελούν το 8,6% του πληθυσμού. Οι απόφοιτοι **Δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης** της Δωδεκανήσου είναι κατά δύο ποσοστιαίες μονάδες λιγότεροι από αυτούς της Χώρας. Αντίθετα, οι απόφοιτοι **Πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης, της Στοιχειώδους εκπαίδευσης** και οι **αναλφάβητοι** του Νόμου φτάνουν το 73,3% έναντι του 67,8% της Ελλάδας. Το γεγονός αυτό είναι εξαιρετικά σημαντικό, καθώς το χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης αυτόματα σημαίνει χαμηλό ανθρώπινο κεφάλαιο. Και έχει αποδεχθεί ότι στον κλάδο των υπηρεσιών, στον οποίο στηρίζεται κατά κύριο λόγο η οικονομία του Νόμου, ο ιδιαίτερα έντονος ανταγωνισμός απαιτεί συγκριτικά πλεονεκτήματα, τα οποία προέρχονται κυρίως από την ποιότητα του ανθρώπινου δυναμικού. Επίσης, οφείλουμε να τονίσουμε ότι αυτή καθαυτή η διαδικασία εκσυγχρονισμού και ενίσχυσης της συγκεκριμένης οικονομικής δραστηριότητας, στηρίζεται στο έπακρο στο εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό, το οποίο κατέχει τις απαραίτητες επαγγελματικές ικανότητες και τις αντίστοιχες τεχνικές δεξιότητες.¹

¹ Πληροφορίες από Δικτυακό Τόπο του Ε.Ο.Τ., 4 Νοεμβρίου 2004

ΕΡΓΑΤΙΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

Με τα στοιχεία που διαθέτουμε ενώ ο οικονομικά ενεργός πληθυσμός της Δωδεκανήσου την τελευταία δεκαετία, από το 81 έως το 91, αυξήθηκε κατά 30,4%, η απορρόφηση του από την αγορά εργασίας μειώθηκε κατά 2,4%. Επίσης, αν και η ανεργία υπολογίζεται κατά μέσο όρο γύρω στο 5,5% σε επίπεδο Νομού, ο αριθμός των ανέργων τριπλασιάστηκε την παραπάνω δεκαετία με αύξηση του συγκεκριμένου ποσοστού κατά 80%. Πρέπει να επισημάνουμε και τις σημαντικές διαφοροποιήσεις του ποσοστού ανεργίας κατά Επαρχία, νησί και χρονική στιγμή (χειμερινή και θερινή περίοδο). Πιο συγκεκριμένα τα Επαρχία Ρόδου και Κω παρουσιάζουν τα μικρότερα ποσοστά, ενώ τα Επαρχία Καρπάθου και Καλύμνου τα μεγαλύτερα ποσοστά ανεργίας.²

² Πληροφορίες από Δικτυακό Τόπο του Ε.Ο.Τ., 4 Νοεμβρίου 2004

2. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΩΔΟΜΗ

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΡΟΔΟΥ

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ(μονάδες, δωμάτια, κλίνες)

ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑΣ	
ΜΟΝ.	7
ΔΩΜ.	2.983
ΚΛΙΝ.	5.657
Α΄	
ΜΟΝ.	70
ΔΩΜ.	14.384
ΚΛΙΝ.	27.315
Β΄	
ΜΟΝ.	83
ΔΩΜ.	6.023
ΚΛΙΝ.	11.444
Γ΄	
ΜΟΝ.	123
ΔΩΜ.	5.699
ΚΛΙΝ.	10.702
Δ΄	
ΜΟΝ.	31
ΔΩΜ.	540
ΚΛΙΝ.	1.051

Ε΄	
ΜΟΝ.	43
ΔΩΜ.	561
ΚΛΙΝ.	1.121

Πηγή: Δικτυακός τόπος Ε.Ο.Τ., 4 Νοεμβρίου 2004

ΕΠΙΠΛΩΜΕΝΑ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΑ(μονάδες, δωμάτια, κλίνες)

Α΄	
ΜΟΝ.	25
ΔΩΜ.	1.101
ΚΛΙΝ.	2.198
Β΄	
ΜΟΝ.	30
ΔΩΜ.	728
ΚΛΙΝ.	1.402
Γ΄	
ΜΟΝ.	68
ΔΩΜ.	1.412
ΚΛΙΝ.	2.592
Δ΄	
ΜΟΝ.	15
ΔΩΜ.	301
ΚΛΙΝ.	534

Πηγή: Δικτυακός Τόπος Ε.Ο.Τ., 4 Νοεμβρίου 2004

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΙ ΕΠΙΠΛΩΜΕΝΑ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΑ(μονάδες, δωμάτια, κλίνες)

ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑΣ	
ΜΟΝ.	1
ΔΩΜ.	171
ΚΛΙΝ.	397
Α΄	
ΜΟΝ.	1
ΔΩΜ.	159
ΚΛΙΝ.	300
Β΄	
ΜΟΝ.	1
ΔΩΜ.	59
ΚΛΙΝ.	95

Πηγή: Δικτυακός Τόπος Ε.Ο.Τ., 4 Νοεμβρίου 2004

ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ(μονάδες, δωμάτια, κλίνες)

Α΄	
ΜΟΝ.	0
ΔΩΜ.	0
ΚΛΙΝ.	0
Β΄	
ΜΟΝ.	4
ΔΩΜ.	31

ΚΑΙΝ.	60
-------	----

Πηγή: Δικτυακός Τόπος Ε.Ο.Τ., 4 Νοεμβρίου 2004

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΡΟΔΟΥ

Συνολική Έκταση-km ²	1398,08
Συνολικός πληθυσμός-Άτομα 2001*	117.792
Αριθμός κλινών στις επιχειρήσεις των πάσης φύσεως ξενοδοχειακών καταλυμάτων Κλίνες (2000)	63.831
Αριθμός κλινών στα επαγγελματικά τουριστικά καταλύματα εκτός από ξενοδοχεία Κλίνες (1995)	8.939
Αριθμός θέσεων σε campings 2001	310
Σύνολο κλινών	73.080

Πηγή: Δικτυακός Τόπος Ε.Ο.Τ., 4 Νοεμβρίου 2004

ΜΗ ΚΥΡΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΡΟΔΟΥ (μέχρι 31-12-97)

ΠΕΡΙΟΧΗ	ΚΑΤ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΗΜΑΤΩΝ	ΣΥΝ	ΔΩΜΑΤΙΑ	ΣΥΝ	ΚΑΙΝΕΣ	ΣΥΝ
ΚΑΛΑΘΟΣ	A	9		61		122	
	B	1		4		8	
	Γ	0	10	0	65	0	130
ΑΡΧΑΓΓΕΛΟΣ	A	16		127		261	
	B	6		34		71	
	Γ	2	24	9	170	18	350
ΓΕΝΝΑΔΙ	A	8		61		129	
	B	2		8		19	
	Γ	2	12	18	87	35	183
ΙΑΛΥΣΟΣ	A	42		341		775	
	B	9		84		166	
	Γ	3	54	34	459	82	1.023
ΚΑΤΤΑΒΙΑ	A	6		42		84	

	B	0		0		0	
	Γ	2	8	4	46	8	92
ΚΟΣΚΙΝΟΥ	A	18		146		308	
	B	2		13		26	
	Γ	1	21	24	183	48	382
ΛΙΝΔΟΣ	A	54		269		585	
	B	56		299		630	
	Γ	64	174	279	847	593	1.808
ΠΟΛΗ ΤΗΣ ΡΟΔΟΥ	A	27		248		572	
	B	12		119		242	
	Γ	20	59	138	505	293	1.107
ΠΑΛΙΑ ΠΟΛΗ ΤΗΣ ΡΟΔΟΥ	A	11		83		165	
	B	6		33		67	
	Γ	21	38	149	265	303	535
ΚΑΛΥΘΙΕΣ-ΦΑΛΗΡΑΚΙ	A	141		1.205		2.480	
	B	29		267		536	
	Γ	32	202	522	1.994	1.043	4.059
ΑΦΑΝΤΟΥ	A	70		540		1.154	
	B	13		69		147	
	Γ	6	89	40	649	81	1.382
ΑΡΧΙΠΟΛΗ	A	0		0		0	
	B	1		3		8	
	Γ	0	1	0	3	0	8
ΜΑΣΑΡΗ	A	4		30		63	
	B	1		4		8	
	Γ	0	5	0	34	0	71
ΜΑΛΩΝΑ	A	23		118		259	
	B	4		14		32	
	Γ	3	30	10	142	20	311
ΒΛΗΧΑ	A	2		15		30	
	B	0		0		0	
	Γ	0	2	0	15	0	30

ΠΕΥΚΟΙ	A	38		346		715	
	B	14		106		222	
	Γ	8	60	89	541	181	1.118
ΛΑΡΔΟΣ	A	17		155		315	
	B	2		26		56	
ΛΑΡΔΟΣ	Γ	4	23	27	208	54	425
ΑΣΚΛΗΠΕΙΟ	A	6		45		89	
	B	0		0		0	
	Γ	0	6	0	45	0	89
ΚΡΕΜΑΣΤΗ	A	20		149		332	
	B	2		16		32	
	Γ	0	22	0	165	0	364
ΠΑΣΤΙΔΑ	A	3		37		79	
	B	0		0		0	
	Γ	2	5	25	62	60	139
ΠΑΡΑΔΕΙΣΙ	A	5		38		76	
	B	4		20		42	
	Γ	0	9	0	58	0	118
ΘΕΟΛΟΓΟΣ	A	12		94		200	
	B	4		31		68	
	Γ	0	16	0	125	0	268
ΣΟΡΩΝΗ	A	2		17		39	
	B	0		0		0	
	Γ	0	2	0	17	0	39
ΚΑΛΑΒΑΡΔΑ	A	0		0		0	
	B	2		14		30	
	Γ	1	3	8	22	16	46
ΦΑΝΕΣ	A	3		31		62	
	B	1		15		30	
	Γ	0	4	0	46	0	92
ΕΜΠΙΩΝΑ	A	0		0		0	
	B	0		0		0	

	Γ	1	1	5	5	11	11
ΨΙΝΘΟΣ	A	2		7		13	
	B	0		0		0	
	Γ	0	2	0	7	0	13

Πηγή: Δικτυακός Τόπος Ε.Ο.Τ., 4 Νοεμβρίου 2004

**-ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ, ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ, ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΕΣ,
CAR HIRE κ.λ.π.**

Η Ρόδος διαθέτει πληθώρα αριθμού ταξιδιωτικών πρακτορείων όπως και γενικού τουρισμού τα οποία βρίσκονται σε προσβάσιμα σημεία και μπορούν να προσεγγιστούν εύκολα από τους υποψήφιους πελάτες. Το υψηλότερο ποσοστό από αυτά συνεργάζεται με όλα σχεδόν τα ξενοδοχειακά καταλύματα του νησιού. Οι κυριότερες αεροπορικές εταιρείες που έχουν σε εν ενεργεία δρομολόγια προς τη Ρόδο είναι οι εξής :

- OLYMPIC AIRLINES
- AEGEAN AIRLINES
- FINNAIR
- MONARCH
- Hapag Lloyd
- BRITISH AIRWAY
- LTU
- LUFTHANSA

Οι εταιρείες ενοικιαζόμενων αυτοκινήτων οι οποίες εξυπηρετούν τους ημεδαπούς και αλλοδαπούς τουρίστες είναι οι εξής:

- HERTZ
- SIXT
- EUROPEAN
- DRIVE

B.

ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ

Τα κοινωνικοοικονομικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά των τουριστών της Ρόδου ποικίλουν με αποτέλεσμα να συγκροτείται μια πελατεία με διαφορετικά επίπεδα τουριστικής κατανάλωσης. Η σταθερή πάντως μαζικοποίηση του τουρισμού της περιοχής ιδιαίτερα του αλλοδαπού έχει αναμφίβολα οδηγήσει σε μια υποβάθμιση των ποιοτικών και οικονομικών χαρακτηριστικών της ζήτησης. Το γεγονός αυτό συνδυαζόμενο αφενός με τον <<υπερεπαγγελματισμό>> που παρατηρείται στην τοπική αγορά και αφετέρου με την καθοριστική παρουσία του οργανωμένου αλλοδαπού τουρισμού ευρωπαϊκής προέλευσης οδηγεί σε συχνά έντονες διακυμάνσεις της ζήτησης με αρνητικά αποτελέσματα για την τοπική οικονομία η οποία είναι έντονα <<προσαρτημένη>> στον τουρισμό. Τα υπολογίσιμα χαρακτηριστικά της σχετίζονται άμεσα με τον τουρισμό διακοπών του καλοκαιριού σε συνδυασμό συνήθως με τον πολιτιστικό και κάποιες άλλες μορφές π.χ. Συνεδριακό, Επαγγελματικό. Τα τελευταία χρόνια επίσης παρατηρείται μια επίσης αύξηση του μεριδίου της ελληνικής πελατείας, αύξηση των ταξιδιών μικρής διάρκειας και αύξηση συνδυασμένων ταξιδιών π.χ. Ρόδος - Τουρκία ή Ρόδος με άλλους ελληνικούς προορισμούς.

1. ΑΦΙΞΕΙΣ %, ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ %, ΑΓΓΛΟΙ %, ΓΕΡΜΑΝΟΙ % κ.λ.π.

ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΠΟ ΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΣΤΟ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ ΡΟΔΟΥ ΜΕ
CHARTERS, 1990 – 2002

ΕΤΟΣ	ΡΟΔΟΣ	Ποσοστιαία σύνθεση
1990	791.442	68,8
1991	733.509	67,1
1992	951.389	66,7
1993	926.597	64,6
1994	1.093.047	65,0
1995	993.295	63,7
1996	905.271	64,6
1997	1.021.054	64,3
1998	1.115.590	65,4
1999	1.335.943	66,4
2000	1.340.494	64,9
2001	1.381.732	64,4
2002	1.285.716	63,7

**Πηγή: Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας – Αεροδρομίου Ρόδου, 11
Νοεμβρίου 2004**

**Η ποσοστιαία σύνθεση αφορά μόνο τον Νομό Δωδεκανήσου,
επομένως το αεροδρόμιο της Ρόδου σε σχέση με τα άλλα δύο
αεροδρόμια που λειτουργούν στην Δωδεκάνησο (Κω και Καρπάθου)
έχει τα παραπάνω ποσοστά και μαζί με τα ποσοστά των άλλων
αεροδρομίων έχουμε το σύνολο επί της εκατό.**

ΠΤΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΠΙΒΑΤΕΣ CHARTER ΠΡΟΣ ΤΟΝ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑ
ΡΟΔΟΥ ΑΦΙΞΕΩΣ ΑΕΡΟΣΚΑΦΟΥΣ 1998 – 2000

ΕΤΟΣ	ΠΤΗΣΕΙΣ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ
------	---------	----------

1998	9.384	1.113.448
1999	9.571	1.339.994
2000	9.561	1.338.507

Πηγή: Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας - Αεροδρόμιο Ρόδου, 11 Νοεμβρίου 2004

ΑΦΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΑΝΑΧΩΡΗΣΕΙΣ ΕΠΙΒΑΤΩΝ ΣΕ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ ΡΟΔΟΥ ΜΕ CHARTERS ΚΑΙ ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΠΤΗΣΕΙΣ, 1999

Αφίξεις επιβατών στα αεροδρόμια-Άτομα	1.659.639
Αναχωρήσεις επιβατών από τα αεροδρόμια-Άτομα	1.631.879
Πτήσεις charters-Πτήσεις	17.455
Αφίξεις επιβατών με charters-Άτομα	1.339.994
Αναχωρήσεις επιβατών με charters-Άτομα	1.311.382
Τακτικές πτήσεις εσωτερικού-Πτήσεις	11.988
Αφίξεις επιβατών με τακτικές πτήσεις εσωτερικού-Άτομα	318.930
Αναχωρήσεις επιβατών με τακτικές πτήσεις εσωτερικού-Άτομα	319.459

Πηγή: Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας (1999), Στατιστική Αεροπορικής Κίνησης, 11 Νοεμβρίου 2004

ΑΦΙΞΕΙΣ ΞΕΝΩΝ ΠΕΡΙΗΓΗΤΩΝ ΚΑΤΑ ΥΠΗΚΟΟΤΗΤΑ ΜΕΣΟ ΤΑΞΙΔΙΟΥ ΚΑΙ ΣΤΑΘΜΟΥ ΕΙΣΟΔΟΥ 2000

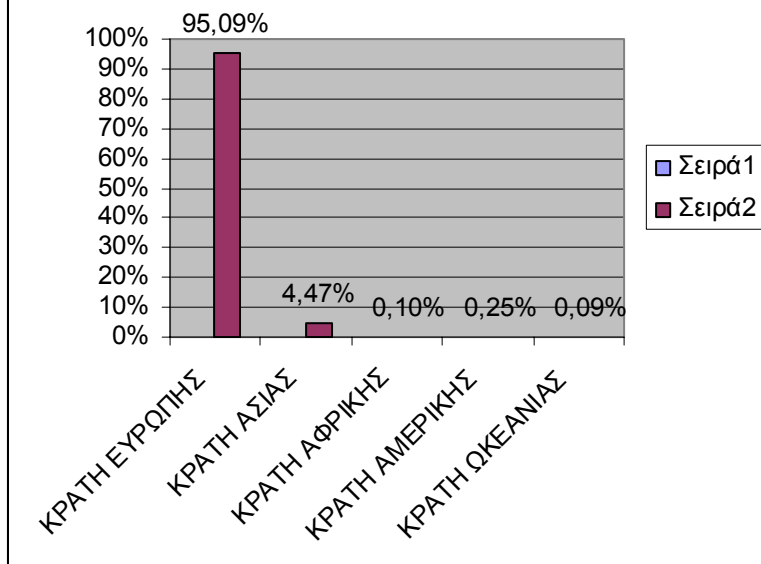
BY AIR

<u>ΚΡΑΤΗ</u>		
<u>ΕΥΡΩΠΗΣ(σύνολο)</u>	1.300.811	95,09%
<u>ΧΩΡΕΣ Ε.Ε.</u>	1.176.248	
<u>ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ</u>	62	
<u>ΓΙΟΥΓΚΟΣΛΑΒΙΑ</u>	1.026	

ΕΛΒΕΤΙΑ	29.386	
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	45.543	
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	74	
ΡΩΣΙΑ	1.128	
ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ ΕΥΡΩΠΗΣ	48.472	
<u>ΚΡΑΤΗ</u> <u>ΑΣΙΑΣ(σύνολο)</u>	61.167	4,47%
ΙΑΠΩΝΙΑ	192	
ΙΣΡΑΗΛ	55.862	
ΛΙΒΑΝΟΣ κ ΣΥΡΙΑ	1.269	
ΤΟΥΡΚΙΑ	146	
ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ ΑΣΙΑΣ	3.698	
<u>ΚΡΑΤΗ</u> <u>ΑΦΡΙΚΗΣ(σύνολο)</u>	1.396	0,10%
ΑΙΓΥΠΤΟΣ ΣΟΥΔΑΝ	1.037	
ΝΟΤΙΟΑΦΡΙΚΑΝΙΚ Η'ΕΝΩΣΗ	242	
ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ ΑΦΡΙΚΗΣ	117	
<u>ΚΡΑΤΗ</u> <u>ΑΜΕΡΙΚΗΣ(σύνολο)</u>	3.400	0,25%
ΗΝΩΜΕΝΕΣ ΠΟΛΙΤΕΙΕΣ	2.161	
ΚΑΝΑΔΑΣ	630	
ΚΡΑΤΗ ΛΑΤΙΝΙΚΗΣ ΑΜΕΡΙΚΗΣ	609	
<u>ΚΡΑΤΗ</u> <u>ΩΚΕΑΝΙΑΣ(σύνολο)</u>	1.241	0,09%
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	865	
ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ ΩΚΕΑΝΙΑΣ	376	
<u>ΥΠΟΛΟΙΠΕΣ</u> <u>ΑΦΙΞΕΙΣ</u> <u>ΚΑΤΑ ΟΜΑΔΑ</u> <u>ΠΕΡΙΠΛΟΥ...</u>	1.368.015	
<u>ΣΥΝΟΛΟ</u>	1.368.015	100%

Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Ρόδου – Αεροδρόμιο Ρόδου, 16 Δεκεμβρίου 2004

**ΑΦΞΕΙΣ ΞΕΝΩΝ ΠΕΡΙΗΓΗΤΩΝ ΚΑΤΑ
ΥΠΗΚΟΟΤΗΤΑ ΜΕΣΟ ΤΑΞΙΔΙΟΥ ΚΑΙ
ΣΤΑΘΜΟΥ ΕΙΣΟΔΟΥ 2000 (BY AIR)**



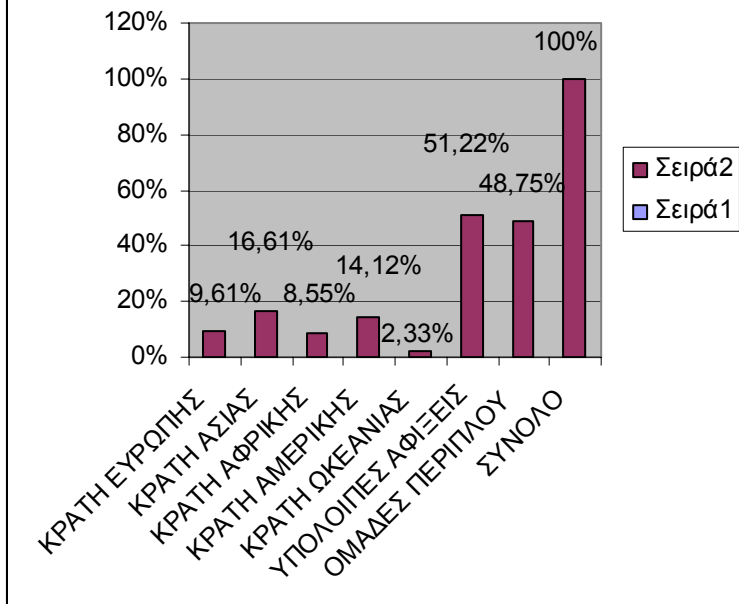
BY SEA

<u>ΚΡΑΤΗ</u> <u>ΕΥΡΩΠΗΣ(σύνολο)</u>	12.092	9,61%
ΧΩΡΕΣ Ε.Ε.	4.713	
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	371	
ΓΙΟΥΓΚΟΣΛΑΒΙΑ	104	
ΕΛΒΕΤΙΑ	172	
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	66	
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	587	
ΡΩΣΙΑ	2.681	
ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ ΕΥΡΩΠΗΣ	6.079	
<u>ΚΡΑΤΗ</u> <u>ΑΣΙΑΣ(σύνολο)</u>	20.883	16,61%
ΙΑΠΩΝΙΑ	384	
ΙΣΡΑΗΛ	1.172	
ΛΙΒΑΝΟΣ κ ΣΥΡΙΑ	1.227	
ΤΟΥΡΚΙΑ	14.247	
ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ	3.853	

ΑΣΙΑΣ		
<u>ΚΡΑΤΗ</u> ΑΦΡΙΚΗΣ(σύνολο)	10.746	8,55%
ΑΙΓΥΠΤΟΣ ΣΟΥΔΑΝ	9.842	
ΝΟΤΙΟΑΦΡΙΚΑΝΙΚ Η'ΕΝΩΣΗ	314	
ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ ΑΦΡΙΚΗΣ	590	
<u>ΚΡΑΤΗ</u> ΑΜΕΡΙΚΗΣ(σύνολο)	17.751	14,12%
ΗΝΩΜΕΝΕΣ ΠΟΛΙΤΕΙΕΣ	15.437	
ΚΑΝΑΔΑΣ	1.237	
ΚΡΑΤΗ ΛΑΤΙΝΙΚΗΣ ΑΜΕΡΙΚΗΣ	1.077	
<u>ΚΡΑΤΗ</u> ΩΚΕΑΝΙΑΣ(σύνολο)	2.936	2,33%
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	2.396	
ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ ΩΚΕΑΝΙΑΣ	540	
<u>ΥΠΟΛΟΙΠΕΣ</u> <u>ΑΦΙΞΕΙΣ</u>	64.408	51,22%
<u>ΚΑΤΑ ΟΜΑΔΕΣ</u> <u>ΠΕΡΙΠΛΟΥ..</u>	61.345	48,75%
<u>ΣΥΝΟΛΟ</u>	125.753	100%

Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Ρόδου – Αεροδρόμιο Ρόδου, 16 Δεκεμβρίου 2004

**ΑΦΙΞΕΙΣ ΞΕΝΩΝ ΠΕΡΙΗΓΗΤΩΝ ΚΑΤΑ
ΥΠΗΚΟΟΤΗΤΑ ΜΕΣΟ ΤΑΞΙΔΙΟΥ ΚΑΙ
ΣΤΑΘΜΟΥ ΕΙΣΟΔΟΥ 2000 (BY SEA)**



ΕΠΙΒΙΒΑΣΘΕΝΤΕΣ ΚΑΙ ΑΠΟΒΙΒΑΣΘΕΝΤΕΣ ΕΠΙΒΑΤΕΣ ΣΤΟ
ΛΙΜΑΝΙ ΤΗΣ ΡΟΔΟΥ

1989	
ΕΠΙΒΙΒΑΣΘΕΝΤΕΣ	186.900
ΑΠΟΒΙΒΑΣΘΕΝΤΕΣ	183.278
Σ	
1999	
ΕΠΙΒΙΒΑΣΘΕΝΤΕΣ	305.465
ΑΠΟΒΙΒΑΣΘΕΝΤΕΣ	305.387
Σ	
2000	
ΕΠΙΒΙΒΑΣΘΕΝΤΕΣ	320.738
ΑΠΟΒΙΒΑΣΘΕΝΤΕΣ	320.657
Σ	

Πηγή: ΕΣΥΕ / ΥΕΝ, Στατιστική ακτοπλοϊκής κίνησης, 4 Νοεμβρίου 2004

2. ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΚΑΤΑ ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΚΑΙ ΗΜΕΡΕΣ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΗΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΚΑΙ ΗΜΕΔΑΠΩΝ, 1997

Αριθμός τουριστών στα πάσης φύσεως ξενοδοχειακά καταλύματα-Άτομα	<u>Σύνολο</u>	1.013.129
	Ημεδαποί	149.829
	Αλλοδαποί	863.300
Ετήσιος αριθμός διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχειακά καταλύματα-Άτομα	<u>Σύνολο</u>	8.802.027
	Ημεδαποί	673.558
	Αλλοδαποί	8.128.469
Αλλοδαποί/ Ημεδαποί τουρίστες		5,76

Πηγή: ΕΣΥΕ /Ε.Ο.Τ., επεξεργασία στοιχείων, 4 Νοεμβρίου 2004

ΑΦΙΞΕΙΣ ΕΠΙΒΑΤΩΝ ΚΑΙ ΑΕΡΟΣΚΑΦΩΝ ΝΑΥΛΩΜΕΝΩΝ ΠΤΗΣΕΩΝ (CHARTER) ΚΑΤΑ ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΣΤΟ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ "ΔΙΑΓΟΡΑΣ"

	ΕΠΙΒΑΤΕΣ					
ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ	1999	1998	1997	1996	1995	1994
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	340.325	292.412	289.473	257.092	296.559	344.031
ΑΓΓΛΙΑ	341.564	273.346	223.219	197.295	279.793	338.972
ΣΟΥΗΔΙΑ	61.238	60.311	66.497	67.105	62.778	55.441
ΙΤΑΛΙΑ	65.298	70.823	55.494	53.022	58.284	64.300
ΑΥΣΤΡΙΑ	68.216	64.097	54.851	47.777	45.220	43.363
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	62.257	47.764	41.779	37.585	44.010	50.501
ΔΑΝΙΑ	59.452	51.153	56.393	51.705	41.251	52.832
ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	53.447	44.980	47.513	47.851	37.550	35.864
ΕΛΒΕΤΙΑ	29.434	35.094	31.887	26.789	31.468	25.993
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	27.408	21.342	19.721	23.324	21.907	18.224
ΒΕΛΓΙΟ	36.567	30.361	24.288	21.173	21.766	25.060
ΤΣΕΧΙΑ	11.502	11.773	20.969	11.322	8.346	5.188
ΙΣΡΑΗΛ	97.726	49.347	36.680	20.992	7.920	5.894
ΟΥΓΓΑΡΙΑ	10.949	12.282	11.397	6.746	6.456	1.886
ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓ Ο	7.456	6.979	7.760	7.500	5.293	4.287
ΓΑΛΛΙΑ	11.219	6.355	6.577	3.786	5.661	8.448
ΓΙΟΥΓΚΟΣΛΑΒΙ Α	0	2.725	2.166	2.074	4.829	1.918
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	3.888	3.151	3.141	3.111	4.819	4.748
ΚΥΠΡΟΣ	3.461	4.127	3.131	2.877	3.077	3.098
ΡΩΣΙΑ	0	2.622	5.543	4.950	2.757	0
ΛΙΒΑΝΟΣ	2.009	2.261	2.875	3.087	1.294	1.138
ΑΙΓΥΠΤΟΣ	865	1.222	1.030	129	760	940
ΕΣΘΟΝΙΑ	0	0	0	0	429	0
ΠΟΛΩΝΙΑ	13.008	9.437	5.119	987	300	193
ΙΟΡΔΑΝΙΑ	96	300	640	587	218	647
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	200	0	22	0	118	0
ΣΥΡΙΑ	0	0	0	0	0	81
ΚΡΟΑΤΙΑ	0	0	0	629	0	0
ΣΛΟΒΑΚΙΑ	16.235	8.501	7.434	3.016	0	0
ΣΛΟΒΕΝΙΑ	1.147	2.465	2.468	2.578	0	0
ΟΥΚΡΑΝΙΑ	83	0	38	202	0	0
FYROM	0	0	0	165	0	0
ΤΟΥΡΚΙΑ	36	0	224	0	0	0
ΙΣΠΑΝΙΑ	13	170	85	0	0	0
ΗΠΑ	0	90	0	0	0	0
ΑΡΑΒΙΚΑ ΕΜΙΡΑΤΑ	0	0	86	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ	1.325.009	1.115.490	1.028.500	905.456	992.665	1.093.047

Πηγή: Αερολιμενική Υπηρεσία Αεροδρομίου "ΔΙΑΓΟΡΑΣ" Ρόδου,
www.ando.gr/eot., 28 Μαΐου 2005.

	ΑΕΡΟΣΚΑΦΗ					
ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ	1999	1998	1997	1996	1995	1994

ΓΕΡΜΑΝΙΑ	-	2010	1824	1676	2116	2319
ΑΓΓΛΙΑ	-	1281	1048	928	1646	1859
ΣΟΥΗΔΙΑ	-	274	335	281	278	302
ΙΤΑΛΙΑ	-	710	564	447	536	716
ΑΥΣΤΡΙΑ	-	511	456	393	363	341
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	-	378	328	281	336	346
ΔΑΝΙΑ	-	274	283	266	216	299
ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	-	243	234	193	170	151
ΕΛΒΕΤΙΑ	-	293	278	242	284	264
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	-	105	99	117	122	102
ΒΕΛΓΙΟ	-	218	176	183	220	240
ΤΣΕΧΙΑ	-	110	173	113	76	43
ΙΣΡΑΗΛ	-	369	192	179	69	60
ΟΥΓΓΑΡΙΑ	-	95	81	48	52	16
ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓ Ο	-	55	69	77	24	34
ΓΑΛΛΙΑ	-	58	70	47	83	89
ΓΙΟΥΓΚΟΣΛΑΒΙ Α	-	39	25	21	44	24
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	-	41	23	22	34	35
ΚΥΠΡΟΣ	-	22	24	25	62	39
ΡΩΣΙΑ	-	28	67	50	36	0
ΛΙΒΑΝΟΣ	-	17	26	28	10	10
ΑΙΓΥΠΤΟΣ	-	9	9	3	10	20
ΕΣΘΟΝΙΑ	-	0	0	0	5	0
ΠΟΛΩΝΙΑ	-	81	43	9	8	6
ΙΟΡΔΑΝΙΑ	-	7	11	11	4	8
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	-	1	1	1	1	0
ΣΥΡΙΑ	-	2	0	0	0	2
ΚΡΟΑΤΙΑ	-	0	0	4	0	0
ΣΛΟΒΑΚΙΑ	-	58	45	27	0	0
ΣΛΟΒΕΝΙΑ	-	17	22	27	0	0
ΟΥΚΡΑΝΙΑ	-	2	1	3	0	0
FYROM	-	0	0	2	0	0
ΤΟΥΡΚΙΑ	-	0	18	0	0	0
ΙΣΠΑΝΙΑ	-	2	5	0	0	0
ΗΠΑ	-	1	1	0	0	0
ΑΡΑΒΙΚΑ ΕΜΙΡΑΤΑ	-	0	1	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ	-	7311	6532	5704	6835	7325

Πηγή: Αερολιμενική Υπηρεσία Αεροδρομίου "ΔΙΑΓΟΡΑΣ" Ρόδου,
www.ando.gr/eot, 28 Μαΐου 2005.

ΑΦΙΞΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΡΟΔΟΥ ΚΑΤΑ
ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ, 2000

<u>ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ</u>	<u>ΡΟΔΟΣ</u>
Γερμανοί	333.451
Άγγλοι	180.995
Ιταλοί	95.015
Σουηδοί	72.981
Ολλανδοί	54.659
Αυστριακοί	49.818
Δανοί	45.994
Ελβετοί	26.303
Ισραηλίτες	53.928
Βέλγοι	37.464
Νορβηγοί	29.373
Φιλανδοί	35.353
Γάλλοι	16.994
Αμερικανοί	11.535
Αυστραλοί	5.104
Λοιποί	76.136

Σύνολο αλλοδ.	1.125.103
Έλληνες	160.062
Γενικό σύνολο	1.285.165

Πηγή: Ε.Ο.Τ. / Δ/νση Δωδεκανήσου, 4 Νοεμβρίου 2004

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΚΑΙ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΡΟΔΟΥ, 2000

ΚΛΙΝΕΣ	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ	66.366
	ΕΝΟΙΚ. ΔΩΜ.	14.852
ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ	ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ	10.129.026
	ΗΜΕΛΑΠΩΝ	702.134
	ΣΥΝΟΛΟ	<u>10.831.160</u>
	ΑΝΑ ΚΑΤΟΙΚΟ	93

Πηγή: Ε.Ο.Τ. / Δ/νση Δωδεκανήσου, 4 Νοεμβρίου 2004

ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΚΑΤΑ ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ 2003

Κατηγορία Διαμονής							
	LUX	A'	B'	C'	D'+ E'	APTS	ΒΑΣΗ
Γερμανοί	15,0	60,8	10,0	4,4	0,3	9,4	319
Άγγλοι	10,5	34,4	9,0	7,0	0,2	38,9	401
Άλλοι	16,0	38,7	12,3	12,3	0,9	19,9	463

Σύνολο	13,9	43,2	10,6	8,4	0,5	23,5	1183
--------	------	------	------	-----	-----	------	------

Πηγή: Μηνιαίο Τουριστικό Οικονομικό & Επιχειρηματικό Περιοδικό «ΧΡΗΜΑ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ», Τεύχος 92, Ημερομηνία Έκδοσης Μάρτιος 2004, 12 Απριλίου 2005

3. ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΠΑΡΑΜΟΝΗΣ

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΠΑΡΑΜΟΝΗΣ (αποτελέσματα από έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2003)

Διάρκεια Παραμονής Σεπτέμβριος – Οκτώβριος 2003	
Μέση Διάρκεια Παραμονής	9,7 νύκτες
Μεγαλύτερη Διάρκεια Παραμονής	11,1 νύκτες

Early Booking	
Last Minute	8,6 νύκτες
Επαναλαμβανόμενοι Πελάτες	10,4 νύκτες
Ηλικία «έως 24 ετών»	9,3 νύκτες
Ηλικία «έως 65 ετών»	11,2 νύκτες

Πηγή: Μηνιαίο Τουριστικό Οικονομικό & Επιχειρηματικό Περιοδικό «ΧΡΗΜΑ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ», Τεύχος 92, Ημερομηνία Έκδοσης Μάρτιος 2004, 12 Απριλίου 2005

Το 32% απάντησαν ότι έχουν ξανάρθει στο νησί (επαναλαμβανόμενοι πελάτες) με μέσο όρο επισκέψεων 4,8 φορές, ενώ παρατηρήθηκαν σημαντικές διαφοροποιήσεις ανά εθνικότητα. Στο σύνολο των τουριστών Σεπτεμβρίου – Οκτωβρίου 2003, η μέση διάρκεια παραμονής είναι 9,7 νύκτες. Μεγαλύτερη διάρκεια παραμονής (11,1 νύκτες) έχουν όσοι έκαναν την κράτηση τους αρκετά νωρίς (early booking), και η μικρότερη οι last minute (8,6 νύκτες). Επίσης μεγαλύτερη διάρκεια παραμονής, σε σχέση με το μέσο όρο, έχουν οι επαναλαμβανόμενοι πελάτες (10,4 νύκτες), ενώ αυξάνεται όσο μεγαλώνει η ηλικία: από 9,3 νύκτες οι τουρίστες ηλικίας << Έως 24 ετών >>, σε 11,2 νύκτες οι << Άνω των 65 ετών >>. Ταυτόχρονα φάνηκαν σημαντικές διαφοροποιήσεις ανά εθνικότητα.

ΜΕΣΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΠΑΡΑΜΟΝΗΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΤΑ ΠΑΣΗΣ ΦΥΣΕΩΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ (σε Ημέρες), 1997

Γεωγραφική Ενότητα	ΡΟΔΟΣ
Ημεδαποί	4,5
Αλλοδαποί	9,42
Σύνολο	8,69

Πηγή: Δικτυακός Τόπος Ε.Ο.Τ., 4 Νοεμβρίου 2004

Τα αναλυτικά στοιχεία δείχνουν τη συγκέντρωση των τουριστικών ροών στο νησί.

4. ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ

Οι μήνες τουριστικής αιχμής συγκεντρώνουν:	
Ετήσιο Ποσοστό με αυξητικές τάσεις	55,60 %
Το 2001	56,50 %
Οι μήνες Απρίλιος, Μάης, Ιούνιος, Οκτώβριος	43,80 %
Από τους παραπάνω μήνες ο Απρίλιος (οφείλεται σε μαθητικό τουρισμό)	5 %

Πηγή: Δικτυακός Τόπος Ε.Ο.Τ., 4 Νοεμβρίου 2004

Η Ρόδος με βάση τα στοιχεία των αφίξεων του οργανωμένου τουρισμού της περιόδου 1998-2001, οι μήνες της τουριστικής αιχμής συγκεντρώνουν μέσο ετήσιο ποσοστό 55,6% με αυξητικές τάσεις αφού το 2001 συγκέντρωσε το 56,50%, ενώ οι υπόλοιποι μήνες (Απρίλιος, Μάιος, Ιούνιος, και Οκτώβριος) συγκεντρώνουν το 43,8%, από το οποίο ο Απρίλιος συμμετέχει με ποσοστό κάτω του 5%. Ο Απρίλιος έχει σχεδόν χαθεί για τη Ρόδο και η όποια κίνηση παρουσιάζει οφείλεται στο *μαθητικό τουρισμό* και στον τουρισμό των *εορτών του Πάσχα* των καθολικών, αφού τα τελευταία χρόνια τα *θερινά προγράμματα* των οργανωτών ταξιδιών (tour operators) αρχίζουν μια εβδομάδα πριν το Πάσχα, ενώ μεγάλοι αγγλικοί οργανισμοί θεωρούν τον Απρίλιο ότι ανήκει στους χειμερινούς μήνες από πλευράς κατάρτισης

προγραμμάτων. Είναι χαρακτηριστικό ότι οι πέντε μήνες της χειμερινής περιόδου (Νοέμβριος – Μάρτιος) συγκεντρώνουν οργανωμένο τουρισμό σε ποσοστό που δεν ξεπερνά το 0,5%.

ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΝΑ ΜΗΝΑ ΣΤΟ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ ΡΟΔΟΥ ΜΕ ΤΗ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΚΙΝΗΣΗ ΤΟ 1999(επιβάτες)

ΡΟΔΟΣ		
Μήνες	Εσωτερικού	Charters
1^{ος}	18.222	648
2^{ος}	16.304	691
3^{ος}	26.393	8.784
4^{ος}	25.740	641.83
5^{ος}	25.429	187.818
6^{ος}	27.136	208.621
7^{ος}	37.799	247.690
8^{ος}	39.509	258.577
9^{ος}	30.984	225.699
10^{ος}	29.269	130.242
11^{ος}	20.569	4.745
12^{ος}	21.576	2.296

Πηγή: ΥΠΑ 1999, Στατιστική αεροπορικής κίνησης, 11 Νοεμβρίου 2004

5. ΔΑΠΑΝΗ, ΜΕΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ (Μ.Κ.Δ.),
ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑ, ΚΙΝΗΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ,
ΜΟΥΣΕΙΑ, Κ.Α.Π.

Νέοι σε ηλικία, υψηλού μορφωτικού εισοδηματικού επιπέδου και με πρόθεση να επισκεφθούν και πάλι το νησί. Αυτό είναι το προφίλ των τουριστών που επισκέφθηκαν τη Ρόδο το δίμηνο Σεπτεμβρίου – Οκτωβρίου 2003, με βάση τα αποτελέσματα σχετικής έρευνας που διεξήγαγε η Επιστημονική Ομάδα Τουρισμού του Επιμελητηρίου Δωδεκανήσου στο αεροδρόμιο Διαγόρας της Ρόδου, το προαναφερθέν διάστημα. Αναφορικά με δημογραφικά χαρακτηριστικά των τουριστών, το 71% ανήκουν σε υψηλή εισοδηματική τάξη, άνω του 50% έχουν πανεπιστημιακή μόρφωση και το 48% έχει ηλικία 25-44 ετών.

-ΔΑΠΑΝΗ ΚΑΙ ΜΕΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ (Μ.Κ.Δ.)

Μέση Συνολική Δαπάνη ανα άτομο(εκτός πακέτου)	35,71 ευρώ
Ξενοδοχείο	33,41 ευρώ
Διαμερίσματα	36,03 ευρώ
Συμφωνία Διατροφής:	50,00 ευρώ

Room Only	
Bed & Breakfast	50,00 ευρώ
Ημιδιατροφή & Πλήρη διατροφή	28,57 ευρώ
All Inclusive	25,00 ευρώ

Πηγή: Μηνιαίο Τουριστικό Οικονομικό & Επιχειρηματικό Περιοδικό «ΧΡΗΜΑ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ», Τεύχος 92, Ημερομηνία Έκδοσης Μάρτιος 2004, 12 Απριλίου 2005

Η μέση συνολική δαπάνη ανά άτομο (εκτός πακέτου) εκτιμάται στα 35,71 ευρώ ανά ημέρα παραμονής στο νησί. Παρατηρήθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές ανά εθνικότητα, τύπο διαμονής (Ξενοδοχείο: 33,41 ευρώ – Διαμερίσματα: 36,03 ευρώ), συμφωνία διατροφής (Room Only: 50.00 ευρώ - Bed & Breakfast: 41.18 ευρώ – Ημιδιατροφή & Πλήρη διατροφή: 28,57 ευρώ – All Inclusive 25,00 ευρώ) και χαρακτηρισμό εισοδήματος. Αντίθετα, δεν παρατηρήθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές ανά ηλικία, μορφωτικό επίπεδο, επαγγελματική κατάσταση και περίοδο κράτησης (early booking, last minute).

Τουρίστες περιόδου Σεπτεμβρίου – Οκτωβρίου με Μέση κατά Κεφαλήν Ημερήσια δαπάνη	
Μέση κατά Κεφαλήν Δαπάνη 26,77 ευρώ	69%
Μέση κατά Κεφαλήν Δαπάνη 66,67 ευρώ	26%
Μέση κατά Κεφαλήν Δαπάνη 142,86 ευρώ	5%

Πηγή: Μηνιαίο Τουριστικό Οικονομικό & Επιχειρηματικό Περιοδικό «ΧΡΗΜΑ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ», Τεύχος 92, Ημερομηνία Έκδοσης Μάρτιος 2004, 12 Απριλίου 2005

Με βάση τα παραπάνω οι τουρίστες της περιόδου Σεπτεμβρίου – Οκτωβρίου μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε τρεις ομάδες ανάλογα με τη μέση κατά κεφαλήν ημερήσια δαπάνη τους: Αυτούς που έχουν μέση κατά κεφαλήν δαπάνη 26,77 ευρώ και οι οποίοι αποτελούν το 69% των τουριστών, αυτούς που έχουν μέση κατά κεφαλήν δαπάνη 66,67 ευρώ και οι οποίοι αποτελούν το 26% των τουριστών και τέλος σε αυτούς που έχουν μέση κατά κεφαλήν δαπάνη 142,86 ευρώ και οι οποίοι αποτελούν το 5% των τουριστών της περιόδου Σεπτεμβρίου – Οκτωβρίου.

Η μέση δαπάνη για νυχτερινή διασκέδαση ανά άτομο εκτιμάται στα 7,86 ευρώ ανά ημέρα παραμονής στο νησί, με σημαντικές διαφοροποιήσεις ανά εθνικότητα. Η μέση δαπάνη για ενοικίαση αυτοκινήτου ή μοτοσικλέτας εκτιμάται στα 45,00 ευρώ ανά άτομο για το σύνολο της παραμονής, και η μέση δαπάνη για ψώνια εκτιμάται στα 75,00 ευρώ για το σύνολο της παραμονής, με σημαντικές διαφοροποιήσεις ανά εθνικότητα.

-ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑ

Τα τελευταία περίπου 2 χρόνια οι τράπεζες της Ρόδου έπαψαν να ενημερώνουν τον Ε.Ο.Τ. σχετικά με το συνάλλαγμα που δέχθηκαν. Μόνο η Εθνική Τράπεζα Ελλάδος του υποκαταστήματος της Ρόδου ήταν διαθέσιμη να δώσει ορισμένες πληροφορίες όπως: στο 9μηνο (Μαρτίου – Νοεμβρίου) του 2004 πραγματοποιήθηκε συνάλλαγμα του ύψους 7.431.000 ευρώ το οποίο ήταν ψηλότερο από το 9μηνο του έτους 2003. Το συνάλλαγμα προερχόταν από δύο πηγές :

1. τις εισπράξεις από ξενοδοχεία
2. πελάτες της τράπεζας από αγορά ή πώληση.

-ΚΙΝΗΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ ΚΑΙ ΜΟΥΣΕΙΑ

ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΧΩΡΩΝ ΚΑΙ ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ 2000 ΚΑΙ 2001

Έτη	ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ		ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ(χιλ. δρχ.)	
	2000	2001	2000	2001
Ακρόπολη Ιαλυσού	101.700	91.300	79.320	71.280
Λίνδος	578.531	517.169	673.834	601.015
Κάμειρος	183.500	22.930	141.240	131.720

Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Ρόδου, 16 Δεκεμβρίου 2004

ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΧΩΡΩΝ 2003

ΜΗΝΕΣ	ΛΙΝΔΟΣ	ΚΑΜΕΙΡΟΣ
Ιανουάριος	651	100
Φεβρουάριος	428	100
Μάρτιος	1.830	513
Απρίλιος	15.960	6.874
Μάιος	44.332	15.396
Ιούνιος	58.474	17.673
Ιούλιος	70.747	20.450
Αύγουστος	75.791	23.675
Σεπτέμβριος	68.644	22.500
Οκτώβριος	52.406	17.500
Νοέμβριος	5.937	600
Δεκέμβριος	560	100
ΣΥΝΟΛΟ	395.760	125.481

Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Ρόδου, 16 Δεκεμβρίου 2004

ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΜΟΥΣΕΙΩΝ ΚΑΙ ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ 2000 ΚΑΙ 2001:

ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ		ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ (χιλ. δρχ.)	
2000	2001	2000	2001
79.300	72.500	61.800	56.000

Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Ρόδου, 16 Δεκεμβρίου 2004

ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΜΟΥΣΕΙΩΝ 2003

Ιανουάριος	400
Φεβρουάριος	300
Μάρτιος	700
Απρίλιος	3.900
Μάιος	7.950
Ιούνιος	8.950
Ιούλιος	9.900
Αύγουστος	12.250
Σεπτέμβριος	8.700
Οκτώβριος	9.400
Νοέμβριος	1.100
Δεκέμβριος	300
<u>ΣΥΝΟΛΟ</u>	63.850

Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Ρόδου, Δεκεμβρίου 2004

ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΜΟΥΣΕΙΩΝ ΚΑΙ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΧΩΡΩΝ 2004

	<u>Ιανουάριος</u>	<u>Φεβρουάριος</u>	<u>Μάρτιος</u>
<u>Επισκέπτες Μουσείων</u>	990	1.070	1.250
Επισκέπτες Αρχαιολογικών χώρων			
Λίνδος	793	405	2567
Κάμειρος	123	100	100

Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Ρόδου, 16 Δεκεμβρίου 2004

6.ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ (Marketing, Διαφήμιση κ.λ.π. των Κρατικών, Ε.Ο.Τ., τοπικών (Νομαρχιακές Δημοτικές αυτοδιοικήσεις) φορέων, επιχειρήσεις και ξενοδοχεία, Γραφεία κ.λ.π.

Τα τελευταία χρόνια υπάρχει βελτίωση της κατάστασης με την έκδοση φυλλαδίων όχι μόνο από τον Ε.Ο.Τ. αλλά και από τοπικούς φορείς, τη δημιουργία ιστοσελίδων στο διαδίκτυο και την ίδρυση δημοτικών τουριστικών γραφείων. Όμως η προσπάθεια αυτή στερείται, στη πλειοψηφία των περιπτώσεων, <<επαγγελματικότητας>> και σαφών στόχων και επομένως δεν μπορεί να είναι αποτελεσματική, διότι εξ αιτίας της διάθεσης περιορισμένων πόρων γίνεται <<εκ των ενόντων>>.

Το κενό αυτό καλύπτουν σε μεγάλο βαθμό οι tour-operators που όμως κατευθύνουν τους τουρίστες σε περιόδους και σε περιοχές τις οποίες οι ίδιοι έχουν επιλέξει με γνώμονα τα δικά τους συμφέροντα και όχι την ανάπτυξη των περιοχών υποδοχής.¹

¹ Πληροφορίες από το Μηνιαίο Τουριστικό Οικονομικό & Επιχειρηματικό Περιοδικό «ΧΡΗΜΑ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ», Τεύχος 92, Ημερομηνία Έκδοσης Μάρτιος 2004, 12 Απριλίου 2005

-ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ (αποτελέσματα από έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2003)

Ποσοστά πηγών ενημέρωσης τουριστών στην πρώτη επίσκεψή τους στην Ρόδο.	
Μέσω Μπροσούρας Tour Operator	26%
Σύστασης Τουριστικού Γραφείου	19%
Σύσταση Φίλων ή Συγγενών	29%
Internet	11%
Διαφήμιση	3%
Εκθέσεις Τουρισμού	2%

Πηγή: Μηνιαίο Τουριστικό Οικονομικό & Επιχειρηματικό Περιοδικό «ΧΡΗΜΑ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ», Τεύχος 92, Ημερομηνία Έκδοσης Μάρτιος 2004, 12 Απριλίου 2005

Από όσους ήρθαν για πρώτη φορά στην Ρόδο, το 45% έμαθαν για τη Ρόδο είτε μέσω της μπροσούρας κάποιου Tour Operator (26%), είτε μέσω σύστασης του τουριστικού γραφείου (19%), στο οποίο απευθύνθηκαν για τις διακοπές τους. Από σύσταση φίλων ή συγγενών έμαθε για τη Ρόδο το 29%, ενώ από το internet το 11% και από διαφήμιση και εκθέσεις τουρισμού το 3 και 2% αντίστοιχα.

Επιλογή διακοπών στην Ρόδο για τους εξής λόγους:	
Ήλιο και Παραλίες	70%
Ηρεμία και Ξεκούραση	31%
Πολιτισμός και Ιστορία	28%

Πηγή: Μηνιαίο Τουριστικό Οικονομικό & Επιχειρηματικό Περιοδικό «ΧΡΗΜΑ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ», Τεύχος 92, Ημερομηνία Έκδοσης Μάρτιος 2004, 12 Απριλίου 2005

Τη Ρόδο την επέλεξαν κυρίως για τον ήλιο και τις παραλίες της (70%), ενώ λιγότεροι για την ηρεμία και ξεκούραση που προσφέρει (31%), και ακόμη πιο λίγοι για τον πολιτισμό και την ιστορία της (28%).

Τουλάχιστον το 71% των τουριστών έκλεισαν τις διακοπές τους μέσω αγοράς ενός πακέτου διακοπών.

Μέσος όρος ημερών απόφασης επιλογής και πραγματοποίησης κράτησης στην Ρόδο πριν την άφιξη:	
Απόφαση επιλογής	114 ημέρες
Πραγματοποίηση κράτησης	89 ημέρες

Πηγή: Μηνιαίο Τουριστικό Οικονομικό & Επιχειρηματικό Περιοδικό «ΧΡΗΜΑ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ», Τεύχος 92, Ημερομηνία Έκδοσης Μάρτιος 2004, 12 Απριλίου 2005

Η απόφαση επιλογής της Ρόδου σαν τόπου διακοπών τους έγινε κατά μέσο όρο 114 ημέρες πριν την άφιξη τους, και η πραγματοποίηση της κράτησης έγινε κατά μέσο όρο 89 ημέρες πριν την άφιξη. Ενδεικτικό είναι ότι όσο μειώνεται η ηλικία τόσο πιο κοντά στην άφιξη πάρθηκε η απόφαση και πραγματοποιήθηκε η κράτηση.

Ποσοστά τουριστών που έκαναν κράτηση ανάλογα με την χρονική διάρκεια πριν την άφιξη τους .	
Ένα μήνα ή λιγότερο	47%
Λιγότερο από 21 ημέρες (last minute booking)	30%
21 έως 165 ημέρες (κανονική κράτηση)	48%

165 ημέρες πριν (early booking)	22%
--	------------

Πηγή: Μηνιαίο Τουριστικό Οικονομικό & Επιχειρηματικό Περιοδικό «ΧΡΗΜΑ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ», Τεύχος 92, Ημερομηνία Έκδοσης Μάρτιος 2004, 12 Απριλίου 2005

Σημαντικά επίσης είναι τα ακόλουθα: Το 47% των τουριστών έκλεισαν το ταξίδι τους ένα μήνα ή λιγότερο πριν την άφιξη τους. Το 30% έκαναν την κράτηση τους λιγότερο από 21 ημέρες πριν την άφιξη (last minute booking), το 48% έκαναν την κράτηση τους από 21 έως 165 ημέρες πριν την άφιξη (κανονική κράτηση) και το 22% 165 ημέρες πριν από την άφιξη (early booking).

Επιλογή Διαμονής μέσω:	
Μπροσούρα Tour Operator	47%
Τουριστικού Πρακτορείου	29%
Unspecified	10%
Σύσταση Συγγενή ή Φίλου	7%

Πηγή: Μηνιαίο Τουριστικό Οικονομικό & Επιχειρηματικό Περιοδικό «ΧΡΗΜΑ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ», Τεύχος 92, Ημερομηνία Έκδοσης Μάρτιος 2004, 12 Απριλίου 2005

Οι τουρίστες επιλέγουν σε ποσοστό 47% τη διαμονή τους, κυρίως, μέσα από τη μπροσούρα κάποιου Tour Operator, ενώ το 29% μετά από σύσταση του προσωπικού κάποιου τουριστικού πρακτορείου. Ενδεικτικό είναι ότι το 10% έρχονται στη Ρόδο χωρίς να γνωρίζουν συγκεκριμένα σε ποιο ξενοδοχείο ή άλλο κατάλυμα θα διαμένουν (unspecified). Πολύ μικρό είναι το ποσοστό αυτών που επιλέγουν τη διαμονή τους έπειτα από σύσταση κάποιου συγγενή ή φίλου (7%).

-Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ INTERNET (αποτελέσματα από έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2003)

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ INTERNET	
Πληροφορίες επίσκεψης νησιού	42%
Πληροφορίες για το νησί	70%
Πληροφορίες για την διαμονή	24%
Πληροφορίες σχετικά με διαθέσιμη πτήση	6%

Πηγή: Μηνιαίο Τουριστικό Οικονομικό & Επιχειρηματικό Περιοδικό «ΧΡΗΜΑ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ», Τεύχος 92, Ημερομηνία Έκδοσης Μάρτιος 2004, 12 Απριλίου 2005

Ποσοστό 42% των τουριστών που επισκέφθηκαν τη Ρόδο αναζήτησαν μέσω του Internet πληροφορίες για το νησί πριν πραγματοποιήσουν την κράτηση τους. Από αυτούς, σε ποσοστό 70% αναζήτησαν πληροφορίες για το νησί, 24% για τη διαμονή τους, και 6% σχετικά με διαθέσιμη πτήση .

Κράτηση μέσω INTERNET (ολόκληρο πακέτο, πτήση, ξενοδοχείο)	
Κράτηση μέσω INTERNET	13%
Αγοράς ολόκληρου πακέτου	62%
Αγοράς πτήσης	31%
Αγοράς ξενοδοχείου	3%

Πηγή: Μηνιαίο Τουριστικό Οικονομικό & Επιχειρηματικό Περιοδικό «ΧΡΗΜΑ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ», Τεύχος 92, Ημερομηνία Έκδοσης Μάρτιος 2004, 12 Απριλίου 2005

Κράτηση μέσω internet πραγματοποίησαν το 13% των τουριστών, αγοράζοντας είτε όλο το πακέτο (62%), είτε μόνο την πτήση (31%), είτε το ξενοδοχείο (3%).

Κράτηση για το ξενοδοχείο μέσω:	
Site κρατήσεων	70%
Site ξενοδοχείων	30%

Πηγή: Μηνιαίο Τουριστικό Οικονομικό & Επιχειρηματικό Περιοδικό «ΧΡΗΜΑ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ», Τεύχος 92, Ημερομηνία Έκδοσης Μάρτιος 2004, 12 Απριλίου 2005

Από όσους έκαναν κράτηση για το ξενοδοχείο, το 70% έγινε από site κρατήσεων, ενώ το 30% μέσα από site ξενοδοχείου.

Αναζήτηση πληροφοριών κατόπιν της κράτησης από το INTERNET	
Αναζήτηση πρόσθετων πληροφοριών	40%
Πληροφορίες για το νησί	80%
Πληροφορίες για το ξενοδοχείο	16%
Πληροφορίες για ενοικίαση αυτοκινήτου	4%

Πηγή: Μηνιαίο Τουριστικό Οικονομικό & Επιχειρηματικό Περιοδικό «ΧΡΗΜΑ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ», Τεύχος 92, Ημερομηνία Έκδοσης Μάρτιος 2004, 12 Απριλίου 2005

Χαρακτηριστικό είναι επίσης ότι και μετά την πραγματοποίηση της κράτησης (ανεξάρτητα με το πώς έγινε), 40% αναζήτησε πρόσθετες πληροφορίες από το Internet, για το νησί (80%), το ξενοδοχείο (16%) ή σχετικά με την ενοικίαση αυτοκινήτου (4%).

-ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Στην ευθύνη του Ε.Ο.Τ. ανήκει και η προβολή του τουρισμού μας και η εξασφάλιση των απαραίτητων πόρων, όχι μόνο για την διασφάλιση του Ελληνικού Τουρισμού γενικά αλλά και για τη προβολή των επί μέρους περιοχών της Χώρας μέσω των ΝΕΤΠ. Η Ρόδος με τον Οργανισμό Προώθησης του Ροδιακού Τουρισμού (ΠΡΟΤΟΥΡ) που συνέστησε, έχει αναλάβει τα τελευταία χρόνια με επιτυχία όχι μόνο την προβολή και διαφήμιση του νησιού αλλά και την προώθηση μέτρων και ενεργειών, που αποβλέπουν στ δημιουργία των αναγκαίων προϋποθέσεων για την ανάπτυξη νέων μορφών τουρισμού.¹

¹ Πληροφορίες από Δικτυακό Τόπο του Ε.Ο.Τ., www.eot.gr. 4 Νοεμβρίου 2004

Οι φορείς Τουριστικής Ανάπτυξης και προβολής της Ρόδου που έχουν επιδείξει τη μεγαλύτερη δραστηριότητα είναι οι εξής:

- ΠΡΟΤΟΥΡ (εταιρεία που δημιουργήθηκε από το Δήμο Ρόδου και την Ένωση Ξενοδόχων Ρόδου με σκοπό την έρευνα και την προώθηση του τουρισμού της Ρόδου με ερευνητικό φορέα το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών)
- Δημοτική επιχείρηση Κατασκευών Τουρισμού Δήμου Ρόδου (Α.Δ.Ε.Κ.Τ. Α.Ε.) Διεύθυνση: Ηρώων Πολυτεχνείου 4 Πόλη: Ρόδος , Ταχυδρομικός Κώδικας: 85100, Τηλέφωνο: 22410-20555, 20840 Fax: 22410-20840.
- Δημοτικές Τουριστικές Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις Ρόδου Α.Ε. Διεύθυνση: Γ. Παπανικολάου & Ν. Σάββα 4, Πόλη: Ρόδος, Ταχυδρομικός Κώδικας: 85100, Τηλέφωνο: 22410-37772, 37557.
- Κοινοτική Επιχείρηση Τουρισμού και Αναψυχής Σορωνής (ΚΕΤΑΣ) Ν. Δωδεκανήσου Διεύθυνση: Σορωνή Πόλη : Παραδείσι , Ταχυδρομικός Κώδικας: 85106, Τηλέφωνο: 22460-25975, 67198 Fax: 22460-41474
- Οργανισμός Πολιτιστικής Ανάπτυξης Δωδεκανήσου Διεύθυνση: Νομαρχιακό Μέγαρο, Πόλη: Ρόδος , Ταχυδρομικός Κώδικας: 85100, Τηλέφωνο: 22410-37686, 37156 Fax: 22410-22580.¹

¹ Πληροφορίες από Δικτυακό Τόπο του Ε.Ο.Τ., www.eot.gr, 4 Νοεμβρίου 2004

ΜΕΡΟΣ ΙΙ

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Ο Τουρισμός της Ρόδου και γενικότερα ο Ελληνικός Τουρισμός αντιμετωπίζει τα τελευταία χρόνια μια σειρά από προβλήματα που απειλούν να θέσουν εκτός αγοράς τον πιο σημαντικό παράγοντα της οικονομίας μας.

Τα προβλήματα αυτά είναι πολλά και ποικίλα και οφείλονται είτε σε εξωγενείς παράγοντες που δεν μπορούμε να επηρεάσουμε όπως είναι η συνεχιζόμενη διεθνής οικονομική ύφεση, οι συνέπειες της τρομοκρατίας, το κόστος της ΟΝΕ, ο ανταγωνισμός των εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης φθηνών τουριστικών προορισμών και άλλων, μπορεί να βελτιωθεί και ακόμα να αναστραφεί με κατάλληλες πολιτικές, που θα κατατείνουν στο να ανακτήσει ο τουρισμός μας την ανταγωνιστικότητα του. Είτε σε πράξεις ή παραλείψεις, των φορέων που ασκούν την τουριστική μας πολιτική είτε τέλος στη στάση και συμπεριφορά της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης, την Τοπική Αυτοδιοίκηση και όλων αυτών που δραστηριοποιούνται στον τουρισμό, ως εκπρόσωποι φορέων του κλάδου ή ως επιχειρηματίες του τουρισμού απέναντι στις τουριστικές εξελίξεις της περιοχής.

Ο Τουρισμός της Ρόδου, όπως και ο ελληνικός τουρισμός γενικά βρίσκεται σε μια παρατεταμένη τουριστική ύφεση, βασικό χαρακτηριστικό της οποίας είναι η περιορισμένη ζήτηση. Έχοντας ως συνέπεια ο ξενοδοχειακός ιδιαίτερα κλάδος που διαμορφώνει το πακέτο του οργανωμένου τουρισμού, να δέχεται πιέσεις από τους οργανωτές ταξιδιών (Τ.Ο.), για προσφορά χαμηλών τιμών. Η πολιτική τιμών που μας επιβάλλει το ολιγοπωλιακό καθεστώς των Τ.Ο., συντηρεί σε κάποιο βαθμό την τουριστική μας βιομηχανία, όμως δεν μπορεί να συνεχισθεί γιατί έχει αγγίξει τα όρια της βιωσιμότητας των επιχειρήσεων.

Ειδικότερα μια σειρά από αρνητικούς παράγοντες που επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα του τουρισμού στο νησί είναι:

1. Ανεπαρκείς υποδομές που εμφανίζουν λειτουργικά προβλήματα καθώς και ελλείψεις σε τουριστικές εγκαταστάσεις που προωθούν νέες μορφές τουρισμού.
2. Κυκλοφοριακός φόρτος και έλλειψη χώρων στάθμευσης αυτοκινήτων. Είναι επιβεβλημένη λοιπόν η άμεση υιοθέτηση μέτρων κυκλοφοριακής αποσυμφόρησης και δημιουργίας χώρων στάθμευσης.

3. Προβλήματα ηχορύπανσης και αισθητικής ρύπανσης. Χρειάζεται μέριμνα για την καθαριότητα των ακτών και των θαλασσών.
 4. Υψηλό εξωξενοδοχειακό κόστος (σίτισης κλπ.) που συνοδεύεται και από φαινόμενα αισχροκέρδειας. Χρειάζεται η ενεργοποίηση Τουριστικής Αστυνομίας για την πάταξη του σύμφωνα με τις νέες εξαγγελίες του Υπουργείου Ανάπτυξης.
 5. Ανεπαρκές δίκτυο δημόσιας συγκοινωνίας, κακή εικόνα των σημείων εισόδου(λιμάνια, αεροδρόμια).
 6. Υπερ-εξάρτηση του νησιού από τα διεθνή ταξιδιωτικά πρακτορεία με αποτέλεσμα να επιβάλουν την τιμολογιακή τους πολιτική.
 7. Έντονο ανταγωνισμό με τους τουριστικούς προορισμούς της γειτονικής Τουρκίας, της Ισπανίας και των αναδυόμενων νέων τουριστικών αγορών.
- Ανεπαρκής μπορεί να χαρακτηριστεί η ακτοπλοϊκή και αεροπορική σύνδεση σε σχέση με τα άλλα νησιά.

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΡΟΔΟ

Για την ανάκτηση και διατήρηση της ανταγωνιστικότητας του "τουριστικού προϊόντος" που προσφέρει η Ρόδος στις υποψήφιες τουριστικές αγορές έχουν γίνει κάποιες προτάσεις από τον Δωδεκανησιακό Οργανισμό Τουρισμού και το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Δωδεκανήσου οι οποίες αφορούν τους ακόλουθους τομείς:

A) Γενικές Υποδομές

- Έργο πρώτης προτεραιότητας είναι η κατασκευή νέου εργοστασίου της ΔΕΗ.
- Η ολοκλήρωση της κατασκευής του φράγματος του Γαδουρά, που θα λύσει οριστικά το πρόβλημα της ύδρευσης. Η επέκταση του αποχετευτικού δικτύου στο ευρύτερο αστικό τουριστικό τρίγωνο του νησιού.
- Η ολοκλήρωση των εγκαταστάσεων του αερολιμένα (επέκταση) καθώς και η ολοκλήρωση του λιμενικού έργου.

- Ο εκσυγχρονισμός και η προσαρμογή του ξενοδοχειακού δυναμικού στις απαιτήσεις της διεθνούς ζήτησης.
- Παροχή οικονομικών και φορολογικών κινήτρων στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις για τον εκσυγχρονισμό τους και κυρίως για τη δημιουργία των αναγκαίων εγκαταστάσεων που θα καλύπτουν τις ανάγκες και των εκτός αιχμής πελατών τους (κλειστές θερμαινόμενες πισίνες, αίθουσες παιχνιδιών, χώρους πολλαπλών χρήσεων κτλ.)

B) Ειδικές Υποδομές

- Προώθηση του αθλητικού (καταδυτικός, αναρριχητικός, ορειβατικός, water sports)θαλάσσιου, θρησκευτικού τουρισμού, που περιλαμβάνει τη δημιουργία εντύπων με αναφορά στις σχετικές υποδομές του νησιού.
- Η αξιοποίηση του Γκολφ Αφάντου, η υλοποίηση των δύο ακόμα γκολφ που είχε προγραμματίσει από 5ετίας ο ΕΟΤ και ο προγραμματισμός τριών επιπλέον, ώστε κάθε περιοχή του νησιού να διαθέτει δικό της γκολφ(αθλητικός τουρισμός).
- Η κατασκευή προπονητικών γηπέδων ποδοσφαίρου με τις προβλεπόμενες διεθνείς προδιαγραφές, η ολοκλήρωση των αθλητικών εγκαταστάσεων του Καρακόνερου(αθλητικός τουρισμός).
- Η δημιουργία θερμαινόμενων κολυμβητικών δεξαμενών που θα προωθήσουν και τον χειμερινό τουρισμό(αθλητικός τουρισμός).
- Η ολοκλήρωση των έργων της Μαρίνας και του υδροθεραπευτηρίου της Καλλιθέας(θαλάσσιος, θεραπευτικός τουρισμός).
- Η αξιοποίηση των τουριστικών-πολιτιστικών μονοπατιών, από τους Δήμους στα διοικητικά όρια των οποίων ανήκουν(περιπατητικός τουρισμός).
- Δημιουργία πόλων έλξης των παραθεριστών όπως: Μουσείο λαδιού, φωτογραφίας(παλιές και νέες για να φανεί η διάσταση του χρόνου και της αλλαγής),θαλάσσιων ειδών με κοχύλια, είδη αλιείας. Τρισδιάστατο μουσείο με τη μυθολογία της Δωδεκανήσου ή αναπαράσταση των Ιπποτικών χρόνων.
- Μια ιδέα που συνδέεται με την ιστορία του τόπου είναι και η ανακατασκευή του Κολοσσού που αν πραγματοποιηθεί θα αποτελεί ένα ισχυρό μοχλό παγκόσμιας προβολής της Ρόδου.

Γ) Ειδικές Ενέργειες

- Οι αρμοδιότητες του ΕΟΤ να επαναπροσδιορισθούν στα πλαίσια και της συντελούμενης αποκέντρωσης σε περιφερειακό και νομαρχιακό επίπεδο.
- Αναζωογόνηση της εδαφικής ταυτότητας αναζητώντας στο παρελθόν <<επανεργοποιήσιμα >> στοιχεία και εμπλουτίζοντας την ταυτότητα με την εγκαινίαση νέων προϊόντων και νέων δραστηριοτήτων π.χ. καταγραφή της αρχιτεκτονικής παραδοσιακής κληρονομιάς. Η συγκεκριμένη δράση θα πρέπει να συνδυαστεί με την προώθηση των προϊόντων της περιοχής με βάση τη νέα εμπλουτισμένη εικόνα.
- Ο ΔΟΤ θα πρέπει να στηρίζει το υπό σύσταση Γραφείο Συνεδρίων (Convention Bureau) με σκοπό την αξιοποίηση της ευνοϊκής συγκυρίας της διεξαγωγής σημαντικών συνεδρίων.
- Καθιέρωση Φεστιβάλ διαφόρων ειδών Ροδίτικης παραδοσιακής μουσικής και χορού. Οργάνωση εκδηλώσεων πολιτιστικών, καλλιτεχνικών, αθλητικών κτλ. οι οποίες πρέπει να εξελιχθούν σε θεσμούς ώστε να περιληφθούν στα χειμερινά προγράμματα και να λειτουργήσουν όχι μόνο ως μέσα ψυχαγωγίας των επισκεπτών του χειμώνα, αλλά και ως στοιχεία τουριστικής έλξης.

Δ) Συνεργασία

- Χρειάζεται πρώτα από όλα συστράτευση των επαγγελματικών τάξεων (π.χ. ταξί, εστιατόρια, bar) για την επίτευξη ολικής ποιότητας στις παρεχόμενες υπηρεσίες, θεωρείται συγκριτικό πλεονέκτημα με μακροπρόθεσμα οφέλη, τη διαμόρφωση τουριστικής συνείδησης στους Ροδίτες πολίτες και πελατοκεντρικής αντίληψης στις τουριστικές επιχειρήσεις κάθε μεγέθους.
- Προώθηση εκδρομικών πακέτων βραχυχρόνιων διακοπών (short break holidays) σε <<2+ νησιά>>.
- Ανάδειξη πολύ-νησιακών πολιτιστικών διαδρομών (π.χ. μεσαιωνικών κάστρων, αρχαιολογικών χώρων κ.α..)

Ε) Εκπαίδευση

- Ίδρυση Τμήματος Τουριστικών Σπουδών στο νησί, στα πλαίσια του Πανεπιστημίου του Αιγαίου και για αναβάθμιση και διεύρυνση των τμημάτων της Α.Σ.Τ.Ε.Ρ.

ΣΤ) Διεύρυνση Τουριστικής Αγοράς- Περιόδου

- Να αυξηθεί το μερίδιο της αγοράς από την Ρωσία, από την Τουρκία για την οποία η Ρόδος έχει συγκριτικό πλεονέκτημα λόγω γειτνίασης. Οι αγορές αυτές θα ενεργοποιηθούν εφόσον αντιμετωπισθούν τα εμπόδια που απορρέουν από

τις γραφειοκρατικές διατυπώσεις και τις οικονομικές επιβαρύνσεις στη διακίνηση τουριστών. Επίσης και η αγορά της Γαλλίας παρουσιάζει ενδιαφέρον για την Ρόδο, το οποίο θα γίνει προσπάθεια να αξιοποιηθεί.

- Πρέπει να ανακτηθεί ο Απρίλιος, να ολοκληρωθεί ο Οκτώβριος και να προστεθεί ο Μάρτιος και ο Νοέμβριος στην τουριστική περίοδο. Χρειάζεται ο ΕΟΤ να προσφέρει ορισμένα κίνητρα στους Τ.Ο. για να πεισθούν να συμπεριλάβουν τη Ρόδο στα προγράμματα τους που καλύπτουν τους ακραίους μήνες.

Z) Τουριστική Προβολή

- Η προβολή της παραδοσιακής ροδίτικης κουζίνας (γαστρονομικός τουρισμός). Δημοσιοποίηση μικρών βιβλίων με συνταγές-ενημερωτικά φυλλάδια με τοπικές συνταγές.
- Να ενισχυθεί το διαφημιστικό πρόγραμμα του ΠΡΟΤΟΥΡ με πρόσθετη ενίσχυση από τον ΕΟΤ, αλλά και από την Περιφέρεια, που διαθέτει σχετικά κονδύλια για να μπορέσει σε συνεργασία με τους Τ.Ο να υλοποιήσει μια έκτακτη διαφημιστική εξόρμηση τόσο στις παραδοσιακές, όσο και στις νέες αγορές και παράλληλα να προχωρήσει στην έκδοση των θεματικών διαφημιστικών εντύπων που θα προωθούν τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού
- Δημοσίευση της αρχιτεκτονικής παραδοσιακής κληρονομιάς με φωτογραφίες και περιγραφή κτιρίων(σελίδα στο Internet με την ιστορία των κτιρίων, την αρχιτεκτονική τους, περιγραφή τους κτλ.).
- Να δημιουργηθούν φυλλάδια με παρουσίαση θεματικών διαδρομών π.χ. χάρτης όπου εντοπίζονται παραδοσιακά προϊόντα και τουριστικά αξιοθέατα.
- Να δημιουργηθεί ένας <<Χάρτης Ποιότητας της Ρόδου>> με τον οποίο θα πιστοποιείται η ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών που παρέχονται στα όρια του. Να δημιουργηθεί ένα ευδιάκριτο σήμα αναγνώρισης που θα κατοχυρώνει τον ποιοτικό χαρακτήρα του εμπορεύματος με σεβασμό στο τοπικό περιβάλλον.
- Για την καλύτερη προβολή του νησιού σε ολόκληρο τον Ελλαδικό χώρο, να συνεχιστεί η διαφημιστική καμπάνια στην Ελλάδα, με καταχωρήσεις σε εφημερίδες πανελληνίας κυκλοφορίας και τηλεοπτικά μηνύματα προς ομάδες-στόχους ειδικού ενδιαφέροντος.
- Μελετάται η απόκτηση(touch-screen info kiosks), ενός σύγχρονου και ευέλικτου ενημερωτικού και προωθητικού μέσου με σκοπό την τοποθέτηση τους στα σημεία εισόδου στο νησί (λιμάνι, αεροδρόμιο) και διαπραγματεύεται η δωρεάν εγκατάστασή τους με αντάλλαγμα την προβολή του προμηθευτή στα τοιχώματα του μηχανήματος.
- Έκδοση τουριστικών εντύπων και άλλου επικοινωνιακού υλικού στις γλώσσες των ανερχόμενων αγορών και εδραίωση πολιτιστικών ανταλλαγών και

οργάνωση αποστολών με συμμετοχή εκπροσώπων ΟΤΑ και τουριστικών φορέων.

- Οργάνωση ειδικής παρουσίας του νησιού με εκπροσώπους τουριστικών και επαγγελματικών οργανώσεων σε επιλεγμένες τουριστικές ή θεματικές εκθέσεις και περιοχές.
- Θεματικά έντυπα για ειδικές μορφές /αξιοθέατα (π.χ. θρησκευτικά, σπηλαιολογικά, πολιτιστικά κ.α.).
- Έντυπο πληροφόρησης δρομολογίων, θαλάσσιων και αεροπορικών συγκοινωνιών.

ΜΕΡΟΣ ΙΙΙ

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οι παράγοντες του διεθνούς τουρισμού προσπαθούν να εξουδετερώσουν τις αδυναμίες του μαζικού τουρισμού με την προώθηση νέων μορφών, που αντέχουν περισσότερο στις μεταβολές της διεθνούς συγκυρίας, προβάλλουν και αξιοποιούν την πολιτιστική κληρονομιά κάθε τόπου, διευρύνουν την τουριστική περίοδο, προστατεύουν το περιβάλλον σε μια σχέση αειφόρου ανάπτυξης, ευνοούν τον ανθρωποκεντρισμό και εξασφαλίζουν στις τοπικές οικονομίες περισσότερα οικονομικά οφέλη, για να μη θεωρηθεί ότι προωθούνται μορφές τουρισμού με ιδεολογικό μόνο περιεχόμενο. Δεν είναι τυχαίο ότι οι πολιτικές για τον τουρισμό και οι δράσεις που ενισχύει σήμερα η Ευρωπαϊκή Ένωση, εντάσσονται μέσα σ' αυτό το πλαίσιο. Αλλά και τα δικά μας προγράμματα, εθνικά και περιφερειακά, τον τελευταίο καιρό κατά κόρο επαναλαμβάνουν την ανάγκη για ανάπτυξη *εναλλακτικών ή νέων μορφών τουρισμού*.

Οι μορφές αυτές δεν πρόκειται να υποκαταστήσουν το σημερινό μαζικό τουρισμό των διακοπών, αφού κι αυτές θα διακινούνται με το ίδιο και μέσα από το ίδιο σύστημα του οργανωμένου τουρισμού. Απλώς θα τον πλαισιώνουν, θα τον βελτιώσουν και μακρόχρονα ίσως αντικαταστήσουν ένα τμήμα του. Η ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού, είναι μια δύσκολη και χρονοβόρα διαδικασία, που απαιτεί προγραμματισμό, μεθοδικότητα και προπάντων σημαντικές επενδύσεις σε έργα υποδομής και ανωδομής.

Η δυναμική των ειδικών αυτών μορφών τουρισμού οφείλεται στις δυνατότητες που έχουν ν' αντιμετωπίσουν πιο αποτελεσματικά τις αδυναμίες του μαζικού τουρισμού, γιατί είναι περισσότερο ανθεκτικές στις διεθνείς κρίσεις, δραστηριοποιούνται και σε εκτός αιχμής περιόδους, αναπτύσσονται και τους χειμερινούς μήνες και εξασφαλίζουν συγκριτικά περισσότερα οικονομικά οφέλη.

Οι πιο χαρακτηριστικές εναλλακτικές μορφές τουρισμού που συγκεντρώνουν σημαντικά πλεονεκτήματα και που ορισμένες απ' αυτές έχουν αναπτυχθεί στο νησί και άλλες όχι είναι οι εξής:

A) ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η Ρόδος διαθέτει μια σοβαρή υποδομή για την ανάπτυξη συνεδριακού τουρισμού, γιατί και φήμη έχει ως ιδανικός τόπος διεθνών και εθνικών συναντήσεων και τις απαραίτητες εγκαταστάσεις, που ήδη συμπληρώνονται με πρωτοβουλίες του ιδιωτικού τομέα. Εκείνο που χρειάζεται και αποτελεί και αίτημα εντασσόμενο στις προσπάθειες για αναβάθμιση του τουρισμού της Πόλης, είναι να δημιουργηθεί σ' αυτήν ένα *συνεδριακό κέντρο* και σαν τέτοιο προτείνεται το Εθνικό Θέατρο και να οργανωθεί και να προβληθεί καλύτερα η προώθηση και στήριξη των *συνεδρίων*, που πρέπει να το τονίσουμε, θα συμβάλουν και στην επιμήκυνση της *τουριστικής περιόδου*, αφού κατά κανόνα οργανώνονται εκτός αιχμής μήνες.

B) ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η μορφή αυτή συνδέεται άμεσα με τη δημιουργία της απαραίτητης υποδομής, που είναι η μαρίνα της Ρόδου, η οποία θα προωθήσει τον τουρισμό των θαλαμηγών, που είναι ένας τουρισμός υψηλής απόδοσης και ακόμα συνδέεται με την κατασκευή των κατάλληλων χερσαίων εγκαταστάσεων υποδοχής και εξυπηρέτησης του λιμανιού της Ρόδου, για τα κρουαζιερόπλοια, που αποτελούν εξίσου δυναμικό τομέα του τουρισμού, αν αξιοποιηθεί ο κλάδος αυτός και ενταχθεί σε μια ευρύτερη συνεργασία με άλλες παράκτιες και νησιωτικές πόλεις της Μεσογείου, σύμφωνα με ένα *ειδικό σχέδιο* που μελετά το ΕΒΕΔ. Στο θαλάσσιο τουρισμό εντάσσεται και η δραστηριότητα των ημεροπλοίων, που προωθούν τουρίστες στα μικρά νησιά με ευεργετικά αποτελέσματα, αφού για αυτά αποτελούν την κύρια πηγή του τουρισμού (Σύμη, Τήλος, Νίσυρος, Χάλκη κ.α.).

Γ) ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Αποτελεί δυναμικό κλάδο, που σήμερα βρίσκεται σε αδράνεια γιατί δεν έχει αξιοποιηθεί τα υδροθεραπευτήρια, που διαθέτει το νησί. Πρόκειται για το Υδροθεραπευτήριο της Καλλιθέας, είναι ανάγκη αυτό το τόσο σημαντικό θεραπευτικό κέντρο, γνωστό από τη δεκαετία του '30, μετά την αξιοποίηση του να προβληθεί κατάλληλα. Μετά από προσπάθειες χρόνων της δημόσιας αρχής και χρήματα που ξοδεύτηκαν, είτε από κοινοτικά προγράμματα, είτε από ιδίους πόρους του δήμου, οι εργασίες εξελίσσονται σύμφωνα με το χρονοδιάγραμμα και έτσι λοιπόν η Ροτόντα θα ολοκληρωθεί το καλοκαίρι του 2005. Εντός αυτού του έτους η Καλλιθέα θα είναι έτοιμη να υποδεχθεί τους τουρίστες της με την καταβολή του εισιτηρίου. Το θέμα της διαχείρισης του πολιτιστικού μνημείου συζητείται στις συνεδριάσεις του δημοτικού συμβουλίου, οι μελέτες για την αποπεράτωση

του έργου αυτού συντάχθηκαν τόσο από το Μεστόβιο Πολυτεχνείο όσο και από το Ι.Γ.Μ.Ε.

Δ) ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο αθλητικός τουρισμός συνδέεται με την Ρόδο με δύο βασικά έργα υποδομής: το Γκολφ Αφάντου και τις αθλητικές εγκαταστάσεις του Καρακόνερου, που η δημιουργία και λειτουργία τους θα βελτιώσει την ποιότητα του τουρισμού του νησιού και προπάντων θα τονώσει την κίνηση της Ρόδου κατά τους χειμερινούς μήνες, γιατί τόσο οι παίκτες του γκολφ, όσο και οι αθλητές που έρχονται να γυμνάζονται στη Ρόδο, είναι κατά κανόνα χειμερινοί επισκέπτες. Αθλητικές δραστηριότητες που διεξάγονται στο νησί και έχουν γίνει θεσμός είναι οι Πανελλήνιοι Αγώνες Ταχύτητας στο παλιό αεροδρόμιο των Μαριτσών, ο ποδηλατικός γύρος του νησιού σε Διεθνές επίπεδο και το Πανευρωπαϊκό Πρωτάθλημα Beach Volley. Η προώθηση του αθλητικού τουρισμού προϋποθέτει και τη δημιουργία 4-5 γηπέδων με χορτοτάπητα για την προετοιμασία των ποδοσφαιρικών ομάδων της Ευρώπης.

Ε) ΜΑΘΗΤΙΚΟΣ – ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο μαθητικός τουρισμός αποτελεί ένα άλλο κλάδο με δυναμισμό και με προοπτική. Ήδη η Ρόδος δέχεται κάθε χρόνο σημαντικό αριθμό μαθητών από όλα τα διαμερίσματα της χώρας. Το γεγονός ότι οι αφίξεις που προγραμματίζονται κυρίως τον Απρίλιο, πριν ακόμα αρχίσει η κίνηση του εξωτερικού τουρισμού, συμβάλει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, που αποτελεί βασικό στόχο των τουριστικών παραγόντων της Ρόδου. Ο μαθητικός τουρισμός προωθείται τον τελευταίο καιρό και στο εξωτερικό και ήδη βρίσκονται σε εξέλιξη, με πρωτοβουλία του ΕΒΕΔ, προγράμματα για επισκέψεις μαθητών από την Ιταλία, κατά την περίοδο μάλιστα του χειμώνα, γεγονός που θα τονώσει και το χειμερινό τουρισμό. Μια πιο συστηματική και συντονισμένη οργάνωση του κλάδου αυτού θα έχει αναμφίβολα θετικά αποτελέσματα για τον τόπο.

ΣΤ) ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο οικολογικός τουρισμός συνδέεται άμεσα με την προστασία και προβολή της πλούσιας Ροδίτικης πανίδας και χλωρίδας. Σήμερα ένας αξιόλογος αριθμός τουριστών, που συνεχώς αυξάνεται, αναζητά ήσυχους τόπους με φυσικές ομορφιές για να περάσει τις διακοπές του πλάι στη φύση και με ενασχολήσεις ερευνητικές ή συλλεκτικές στοιχείων της χλωρίδας και πανίδας. Οι τουρίστες-φυσιολάτρες, προτιμούν τα χωριά και τη συγκατοίκηση με αγροτικές οικογένειες και περνούν τις διακοπές τους ανάμεσα στη θάλασσα, το βουνό και τη συντροφιά του καφενείου του χωριού. Κάνουν ορειβασίες και περιηγήσεις, εφοδιασμένοι με οδικούς χάρτες με λεπτομέρειες για τα μονοπάτια και τα εξωκλήσια. Η ανάπτυξη του οικολογικού τουρισμού απαιτεί τη δημιουργία ορισμένων ξενώνων στα ορεινά ιδιαίτερα χωριά, που δεν υπάρχουν καταλύματα, μέσω του προγράμματος του αγροτουρισμού (Κανονισμός ΕΟΚ 797) και βέβαια απαιτεί την ακόμα την αξιοποίηση και προβολή των δασικών συνόλων και όλων των αξιοθέατων της Ροδίτικης φύσης. Η μορφή αυτή

του τουρισμού δεν έχει αναπτυχθεί ακόμη στο νησί, λόγω του ότι δεν έχουν γίνει κάποιες κινήσεις από την πλευρά των δημοσίων φορέων.

Z) ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η Ρόδος με το πολιτιστικό υπόβαθρο που διαθέτει και με την ανακήρυξη της Μεσαιωνικής Πόλης από την UNESCO ως μνημείο παγκόσμιας κληρονομιάς, διαθέτει όλες τις προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του *πολιτιστικού τουρισμού*, μιας μορφής τουρισμού που θα στηρίζεται στην οργάνωση υψηλού επιπέδου τουριστικών εκδηλώσεων, που θα εξελιχθούν σε θεσμούς (φεστιβάλ, εκθέσεις, θεατρικές παραστάσεις, συναυλίες κ.λ.π.) και παράλληλα στην προβολή της πνευματικής και καλλιτεχνικής κληρονομιάς του τόπου, καθώς και του λαϊκού πολιτισμού της περιοχής. Οι προσπάθειες του Δήμου Ροδίων και ορισμένων ιδιωτικών φορέων (ΕΠΟΣ) πρέπει να λάβουν πιο συγκεκριμένη μορφή και προπάντων πρέπει να αναζητηθεί το κατάλληλο *οργανωτικό σχήμα*, που θα συντονίζει τις πολιτιστικές δραστηριότητες, θα τις προβάλλει στο τουριστικό κοινό και προπάντων θα εξασφαλίσει τους αναγκαίους οικονομικούς πόρους, κρατικούς και ιδιωτικούς (χορηγίες).

H) ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΖΙΝΟ

Ο τύπος αυτός του τουρισμού έχει αναπτυχθεί αρκετά στη Ρόδο λόγω ότι πραγματοποιούνται ειδικές πτήσεις από το Ισραήλ όπου οι επιβάτες έχουν ως κύριο λόγο επίσκεψης του νησιού το *καζίνο*. Οι πτήσεις αυτές γίνονται κυρίως τους καλοκαιρινούς μήνες και τα Χριστούγεννα.

Θ) ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Αρκετοί έλληνες (ημεδαποί τουρίστες) επισκέπτονται τη Ρόδο για επαγγελματικούς λόγους ως αντιπρόσωποι εταιριών και έχουν μέσο όρο παραμονής δύο με τρεις ημέρες. Για την περαιτέρω ανάπτυξη της μορφής αυτής απαιτείται η μελέτη και η δημιουργία κατάλληλων χώρων εργασίας εντός των ξενοδοχείων (*business centers*) που αποσκοπούν στην εξυπηρέτηση των παραπάνω.

ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΙΔΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οι εναλλακτικές ή ειδικές μορφές τουρισμού, που ενδεικτικά αναφέρθηκαν παραπάνω, δεν είναι βέβαια νέες ούτε άγνωστες στη Ρόδο, η οποία δέχεται κάθε χρόνο τουρίστες, που ανήκουν σε τέτοιες μορφές, λίγους όμως για να γίνουν αισθητοί και να επηρεάσουν και βελτιώσουν την εικόνα του τουρισμού στο νησί. Υπάρχουν όλες οι προϋποθέσεις ο μικρός αριθμός να μεγαλώσει σημαντικά, αν δημιουργηθούν ορισμένα έργα υποδομής και παρθούν κάποια μέτρα και προπάντων αν ενεργοποιηθούν όλοι οι παράγοντες του τόπου.

1. Βασικός όρος είναι να δημιουργηθούν όλα τα αναγκαία έργα τουριστικής υποδομής (μαρίνες, υδροθεραπευτήρια, συνεδριακά κέντρα, αθλητικά κέντρα κ.τ.λ.) με χρηματοδότηση από το Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης, ή από τις δημόσιες επενδύσεις, τις επενδύσεις των νομαρχιακών προγραμμάτων και τα δημοτικά κονδύλια κατά περίπτωση.
2. Θα πρέπει να γίνει μια συστηματική προσέγγιση και μελέτη όλων αυτών των μορφών τουρισμού, ώστε να εντοπισθούν τα πλεονεκτήματα που παρουσιάζουν και να επιδιωχθεί η αντιμετώπιση των αδυναμιών, που σήμερα δεν διευκολύνουν τη διεξόδυση τους στη διεθνή τουριστική αγορά.
3. Η μελέτη αυτή θα επισημάνει και θα προσδιορίσει τις επεμβάσεις που απαιτούνται είτε από το Κράτος, είτε από τους ΟΤΑ, που καλούνται να παίξουν σημαντικό ρόλο, στην *αξιοποίηση και προβολή* των φυσικών, πολιτιστικών και ανθρωπογενών στοιχείων, που στηρίζουν τις ειδικές μορφές τουρισμού. Η πρόταση του Ινστιτούτου Τουριστικών και Ξενοδοχειακών Ερευνών για τη χρηματοδότηση από τα προγράμματα του ΕΚΤ, μέσω τις Περιφέρειας, μελέτης για τον καταρτισμό "Άτλαντα Τουριστικής και πολιτιστικής Κληρονομιάς " της Δωδεκανήσου, αν εγκριθεί θα ήταν μια θετική βοήθεια προς αυτή την κατεύθυνση. Επίσης η μελέτη θα αναζητήσει λύσεις που θα μεγιστοποιήσουν τα οικονομικά οφέλη από την ανάπτυξη του τουρισμού αυτού.
4. Σημαντική ενέργεια συνιστά η προβολή της εικόνας του τόπου ως προορισμού με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Αυτό σημαίνει ότι χρειάζονται ειδικά έντυπα και λοιπά οπτικοακουστικά μέσα προβολής, που θα προβάλλουν τις διάφορες αυτές μορφές τουρισμού και ακόμα θα περνούν το μήνυμα ότι ο τόπος διαθέτει και άλλα κίνητρα, που ανταποκρίνονται

και ικανοποιούν εξειδικευμένες ανάγκες και απαιτήσεις του σύγχρονου τουρίστα.

5. Ειδικές μελέτες αγοράς είναι απαραίτητες για τον εντοπισμό των κοινωνικών ομάδων σε αγορές του εξωτερικού και του εσωτερικού, που ενδιαφέρονται για τέτοιες μορφές τουρισμού, οι οποίες μελέτες θα βοηθήσουν τόσο για τη διαπίστωση των αναγκών υποδοχής, όσο και για την οργάνωση της διαφημιστικής εκστρατείας προσέλκυσης πελατείας.
6. Η *προβολή και διαφήμιση* του <<νέου>> αυτού τουρισμού απαιτεί βέβαια πόρους, που μπορούν να εξασφαλισθούν με το θεσμικό πλαίσιο που καθιερώνει ο Νόμος, από κοινές υποχρεωτικές εισφορές του ΕΟΤ, των ΟΤΑ και των επιχειρήσεων, τις οποίες διαχειρίζεται η Νομαρχιακή Επιτροπή Τουρισμού (NET), που έχει και την εύθιγη καταρτισμού των προγραμμάτων προβολής και διαφήμισης της περιοχής.
7. Τέλος είναι ανάγκη για να συντονισθούν όλες αυτές οι ενέργειες, στις οποίες εμπλέκονται διάφοροι φορείς, να δημιουργηθεί στα πλαίσια της NET, μια διαρκής ειδική Επιτροπή Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού με συμμετοχή όλων των φορέων που έχουν σχέση με τις νέες μορφές αυτές τουρισμού, που θα παρακολουθεί τις εξελίξεις και θα εισηγείται τη λήψη μέτρων, τα οποία θα στοχεύουν στην προώθηση αυτού του τουρισμού.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΡΟΔΟΥ

Ο χειμερινός τουρισμός προϋποθέτει μια γενικότερη κινητοποίηση, που καλύπτει όλους τους φορείς του τόπου. Απαραίτητη προϋπόθεση η αναβάθμιση της Πόλης, γιατί αυτή κυρίως προσφέρεται για χειμερινό τουρισμό, με την ολοκλήρωση των έργων ανάπλασης, ώστε να ξαναβρεί την παλιά της γνώριμη φυσιογνωμία. Οι προσπάθειες των τοπικών φορέων του τουρισμού να εξασφαλίσουν τη συνεργασία ξένων (tour operators) για προγράμματα για τους χειμερινούς μήνες, έχουν πιθανότητες να ευοδωθούν εφόσον ο ΕΟΤ δώσει ορισμένα κίνητρα και οι τοπικοί παράγοντες (Δήμος, ξενοδόχοι, καταστηματαρχες) συμβάλουν με θετικές και αποτελεσματικές ενέργειες. Ο χειμερινός τουρισμός είναι βέβαιο ότι θα προωθηθεί με την παράλληλη ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, του αθλητικού τουρισμού και του μαθητικού τουρισμού.

Α) ΤΟ ΠΙΛΟΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΡΟΔΟΥ ΚΑΙ ΚΡΗΤΗΣ (1998-1999)

Το πιλοτικό πρόγραμμα του ΕΟΤ για την ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού στη Ρόδο και την Κρήτη δεν είχε τα προσδοκώμενα αποτελέσματα από άποψη κυρίως συνέχειας. Ενώ δηλαδή το πρώτο έτος εφαρμογής κινήτρων (επιδότηση προγραμμάτων των tour operators) παρουσίασαν οι προορισμοί αυτοί μια αύξηση του τουρισμού της χειμερινής περιόδου (Νοέμβριος –Μάρτιος), τον επόμενο χρόνο που δεν ίσχυσαν τα κίνητρα, η κίνηση επανήλθε στα προηγούμενα χαμηλά επίπεδα. Είναι γεγονός ότι η Ρόδος για πρώτη φορά συνδέθηκε απευθείας με αγορές του εξωτερικού (Ολλανδία-TRANSAVIA και Ισραήλ –ARKE) με αποτέλεσμα να παρουσιάσει μια αξιόλογη κίνηση που οφείλεται κυρίως στους Ισραηλίτες – παίκτες του Καζίνο. Η μη συνέχιση των κινήτρων δεν ήταν η μόνη αιτία αυτών των αποτελεσμάτων ήταν και το ίδιο το χειμερινό τουριστικό προϊόν, το οποίο δεν διέθετε τα δυναμικά εκείνα στοιχεία, που θα το καταστήσουν ελκυστικό και ανταγωνιστικό και προπάντων που θα έπειθαν τους tour operators να συμπεριλάβουν τη Ρόδο και την Κρήτη στα χειμερινά προγράμματα. Πρέπει να σημειωθεί ότι ένα μεγάλο μέρος της κίνησης του χειμώνα καταγράφεται το μήνα Νοέμβριο, που εντάσσεται στο θερινό πρόγραμμα, κι αυτό αποτελεί ένδειξη ότι η δημιουργία χειμερινού τουρισμού πρέπει να ξεκινήσει από την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Β) ΤΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η Ρόδος λόγω της συγκεντρωτικότητας του ξενοδοχειακού της δυναμικού στην Πόλη, διαθέτει βασικές προϋποθέσεις, όπως κλίμα, φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον, ξενοδοχεία κ.α. για ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, όμως υστερούν στις ειδικές τουριστικές υποδομές και στην οργάνωση, που ευνοούν τη διαμόρφωση ειδικών χειμερινών τουριστικών προϊόντων, που να απευθύνονται σε συγκεκριμένες καταναλωτικές ομάδες. Η αντιμετώπιση των αδυναμιών αυτών, που θα οδηγήσει στη δημιουργία τουριστικών προϊόντων ελκυστικών και ανταγωνιστικών, είναι βέβαιο ότι θα προκαλέσει το ενδιαφέρον των tour operators να συμπεριλάβουν την Ρόδο στα χειμερινά τους προγράμματα.

Η μέχρι τώρα εμπειρία έχει αποδείξει ότι ο οργανωμένος τουρισμός με τη σύμπραξη των Τ.Ο. αποτελεί μονόδρομο για την ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού σε ανεπτυγμένες τουριστικές περιοχές, που σήμερα τους χειμερινούς μήνες δέχονται 1,5%-2% οργανωμένο τουρισμό με πτήσεις charters στο σύνολο των ετήσιων αφίξεων αλλοδαπού τουρισμού. Μια αύξηση της τάξης του 5% στην περίπτωση της Ρόδου θα φέρει 50,000 παραπάνω τουρίστες τους 5 μήνες του χειμώνα.

Γ) ΟΙ ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η ανάλυση του ελληνικού χειμερινού τουριστικού προϊόντος με αναφορά στην περιοχή της Ρόδου, όπου εφαρμόστηκαν χειμερινά προγράμματα με ελάχιστα αποτελέσματα, κατέδειξε ότι το τμήμα που αναφέρεται στα ξενοδοχειακά καταλύματα είναι σε κάποιο βαθμό ικανοποιητικό, ενώ αδυναμίες παρουσιάζουν οι ειδικές υποδομές, όπως τα γήπεδα γκολφ και ποδοσφαίρου, τα κλειστά κολυμβητήρια, τα αθλητικά κέντρα, τα συνεδριακά κέντρα, οι κάθε μορφής γεωπολιτιστικές και ορειβατικές διαδρομές κ.τ.λ., όπως επίσης η οργάνωση

εκδηλώσεων και κυρίως η έλλειψη ειδικού συντονιστικού οργάνου των φορέων που συμπλέκονται στο χειμερινό τουρισμό.

Δ) Η ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Η διαμόρφωση τουριστικής προσφοράς, δηλαδή του τουριστικού χειμερινού προϊόντος, κατά τρόπο που να ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις της ζήτησης, χρειάζεται να υποστηριχθεί με ορισμένες ενέργειες και κίνητρα που θα καθιστούν το προϊόν ανταγωνιστικό από άποψη τιμής και ελκυστικό από άποψη ποιότητας. Οι ενέργειες και τα κίνητρα που προτείνονται συνιστούν ένα *ολοκληρωμένο σύστημα* ανάπτυξης χειμερινού τουρισμού, που μπορεί να εφαρμοσθεί σε κάθε ανεπτυγμένη περιοχή, που διαθέτει τις βασικές προϋποθέσεις.

Ε) Η ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ Η ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Η καλή ποιότητα και ανταγωνιστική τιμή του χειμερινού τουριστικού προϊόντος, δεν αρκούν για να φθάσει στον τελικό καταναλωτή- τουρίστα. Είναι ανάγκη να επιστρατευθούν και οι μηχανισμοί *προβολής και διαφήμισης* είτε σε συνεργασία με τους οργανωτές ταξιδίων, είτε με απευθείας ενέργειες του ΕΟΤ και των τοπικών φορέων της περιοχής. Η έγκαιρη διαφημιστική εξόρμηση και προπάντων η χρησιμοποίηση των κατάλληλων *διαφημιστικών μέσων* που θα απευθύνονται στις συγκεκριμένες κοινωνικές ομάδες που θέλουμε να πείσουμε και να προσελκύσουμε, αποτελούν επιλογές από τις οποίες θα εξαρτηθεί η αποτελεσματικότητα κάθε προσπάθειας.

ΣΤ) Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΤΟΥ ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τα προτεινόμενα κίνητρα για την ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, αντιπροσωπεύουν ένα σημαντικό κόστος, το οποίο των πρώτο καιρό δεν προβλέπεται να έχει ανάλογο όφελος. Είναι όμως βέβαιο ότι τόσο τα κίνητρα, όσο γενικά οι ενέργειες και δράσεις που έχουν προγραμματισθεί, εάν εφαρμοσθούν χωρίς παρεκκλίσεις, θα φέρουν σύντομα τα προσδοκώμενα αποτελέσματα. Το κυρίαρχο στοιχείο είναι να πιστέψουν όλοι οι παράγοντες του χειμερινού τουρισμού ότι ο τόπος τους έχει τις δυνατότητες και στην πίστη τους αυτή να στηρίξουν όλες τους τις προσπάθειες για επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και ανάπτυξη γενικά χειμερινού τουρισμού.

Ζ) ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Με βάση το ολοκληρωμένο σύστημα, κάθε περιοχή μπορεί να καταρτίσει ύστερα από σχετική μελέτη των πολιτιστικών και φυσικών πόρων που διαθέτει καθώς και των ειδικών υποδομών και ανωδομών, το πρόγραμμα ανάπτυξης χειμερινού τουρισμού της περιοχής. Το ενδεικτικό πρόγραμμα για την ανάπτυξη χειμερινού

τουρισμού στη Ρόδο, προσφέρεται ως υπόδειγμα για τον καταρτισμό παρόμοιων περιφερειακών προγραμμάτων. Στη φάση καταρτισμού του προγράμματος η συνεργασία όλων των παραγόντων που εμπλέκονται στον χειμερινό τουρισμό, όχι μόνο κρίνεται αναγκαία αλλά πρέπει και να καταλήγει σε δεσμεύσεις που θα εγγυώνται στους συνεργάτες τους οργανωτές ταξιδιών, το αξιόπιστο και τη διαθεσιμότητα του προϊόντος

Η) ΠΛΑΙΣΙΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΔΡΑΣΕΩΝ

Η μελέτη περιλαμβάνει και ένα πλαίσιο προγράμματος δράσεων και ενεργειών για την ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού στο νησί, με τα παρακάτω κυριότερα έργα και ενέργειες που επηρεάζουν τον χειμερινό τουρισμό, είτε αυτά βρίσκονται σε εξέλιξη, είτε στο στάδιο της μελέτης, είτε απλώς έχουν προταθεί κατά τις διαδικασίες καταρτισμού των τοπικών αναπτυξιακών προγραμμάτων.

1) Έργα ειδικής τουριστικής υποδομής

- Εκσυγχρονισμός γηπέδου γκολφ Αφάντου. Επίκειται η δημοσίευση πρόσκλησης εκδήλωσης ενδιαφέροντος για την αξιοποίηση του.
- Κατασκευή δύο νέων γηπέδων γκολφ στην περιοχή του Καλαμώνα και Καλάθου σε εκτάσεις του δημοσίου. Έχουν προγραμματισθεί από τον ΕΟΤ αλλά δεν προχώρησαν οι μελέτες.
- Λειτουργία του Υδροθεραπευτηρίου Καλλιθέας. Εκκρεμεί η παραχώρηση από τον ΕΟΤ στο Δήμο Καλλιθέας.
- Δημιουργία αγροτουριστικού κέντρου Καλαμώνα. Έχει παραχωρηθεί από το Υπουργείο Γεωργίας η έκταση στο Δήμο Πεταλουδών , ο οποίος προχωρεί στη σύνταξη σχετικής μελέτης.
- Ολοκλήρωση έργου μαρίνας- νεωρίων καθώς και περιοχής Ρένης για παραχείμανση σκαφών αναψυχής. Έχει εξασφαλισθεί πρόσφατα κονδύλι από τα υπόλοιπα του Β'ΚΠΣ για την αποπεράτωση του έργου των νεωρίων.
- Κατασκευή κλειστού γυμναστήριου από το Δήμο Ρόδου.
- Αξιοποίηση κτιριακών εγκαταστάσεων και περιβάλλοντος χώρου ορεινού συγκροτήματος Προφήτη Ηλία με παράλληλη ανάδειξη του αισθητικού δάσους. Οι εγκαταστάσεις έχουν αγοραστεί από το Δήμο Καμείρου, ο οποίος τις προορίζει για την φιλοξενία Ωκεανογραφικού Τμήματος Αμερικανικού Πανεπιστημίου.
- Αποπεράτωση δύο μεγάλων συνεδριακών κέντρων, που ανήκουν σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις (CAPSIS HOTEL 3000 θέσεων και Όμιλος Βασιλάκη- ΕΣΠΕΡΙΑ- 1500 θέσεων) της περιοχής Ιξιάς και Φαλιράκιου.

- Κατασκευή κλειστού κολυμβητηρίου στην περιοχή του << Φυτωρίου>> από τη Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση σε συνεργασία με τη Γενική Γραμματεία Αθλητισμού.
- Κατασκευή δύο γηπέδων ποδοσφαίρου με διεθνείς προδιαγραφές προπονητικού τουρισμού. Βρίσκονται στο στάδιο της μελέτης-εκτέλεσης των περιοχών Φαληρακίου και Αγ. Σουλά με πρωτοβουλία των οικείων Δήμων Καλλιθέας και Καμείρου.

2) Αξιοποίηση φυσικών και πολιτιστικών πόρων

- Αναστήλωση Ιπποτικών Κάστρων Αρχαγγέλου, Φερακλού Κρητηνίας και Ασκληπειού. Το πρώτο είδη αναστηλώνεται με πρωτοβουλία του Δήμου Αρχαγγέλου με χρηματοδότηση του Υπουργείου Πολιτισμού (Γ'ΚΠΣ) και τα άλλα βρίσκονται στο στάδιο της μελέτης.
- Αποκατάσταση και ανάδειξη μονοπατιών, Φιλερήμου, Καλόπετρας, Βάρης, Μαλώνας, Αγ.Σουλά, Επτά Πηγών, Αίθωνα. Συντάσσονται από τους οικείους Δήμους μελέτες αποκατάστασης, σήμανσης και προβολής αξιοθέατων διαδρομής σε συνεργασία με το Υπουργείο Γεωργίας.
- Αναβάθμιση Πάρκου Ροδινιού. Έχει συνταχθεί σχετική μελέτη από το Δήμο Ροδίων.
- Δημιουργία και οργάνωση διαδρομών περιπάτου και ποδηλάτων. Ο Δήμος Ροδίων έχει προγραμματίσει και εγγράψει σχετικές πιστώσεις στον προϋπολογισμό του.
- Αναπαλαίωση Αγγλικού Ναυαρχείου για κάλυψη αναγκών του Διεθνούς Κέντρου Λογοτεχνίας – Μεταφραστών. Το έργο εντάσσεται στο πρόγραμμα του Δήμου Ροδίων.
- Αναπλάσεις παραδοσιακών γειτονιών (μαράσια) και αισθητικές παρεμβάσεις στις συνοικίες της Πόλης. Εκτελούνται είδη έργα από τον Δήμο Ροδίων.
- Αποπεράτωση νέας Πινακοθήκης Δήμου Ροδίων.
- Τουριστική αξιοποίηση σπηλαιού Κούμελου περιοχής Αρχαγγέλου. Προωθείται η σύνταξη σχετικής μελέτης.
- Δημιουργία αναρριχητικών διαδρομών με πρωτοβουλία του ΠΡΟΤΟΥΡ και των οικείων Δήμων. Ήδη έχουν δημιουργηθεί δύο διαδρομές στην περιοχή Λαδικού και Σιαννών.
- Ανάδειξη ορεινού όγκου Αταβύρου. Έχει αποκατασταθεί ένα μονοπάτι και αναζητούνται τρόποι ανάδειξης του από τον ομώνυμο Δήμο.

- Ανάδειξη φράγματος Απολακκιάς ως βιότοπου. Ο δήμος της Νότιας Ρόδου μελετά την τουριστική του αξιοποίηση.
- Διαμόρφωση και ανάδειξη Αρχαίας Ακρόπολης Ρόδου (Μόντε Σμιθ).
- Ολοκλήρωση έργου διαχείρισης βιότοπου Πεταλούδων. Υπάρχει μελέτη του Δήμου Πεταλουδών.
- Έργα αποκατάστασης, ανάπλασης και ανάδειξης Μεσαιωνικής Πόλης Ρόδου. Ειδικό πρόγραμμα χρηματοδοτούμενο από το Γ' ΚΠΣ.

3) Ανταγωνιστικότητα τουριστικών επιχειρήσεων

- Δημιουργία συνεδριακών κέντρων και χώρων ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων σε ξενοδοχεία της Πόλης κατά προτεραιότητα με επιχορήγηση του ανάλογου νόμου.
- Εκσυγχρονισμός κατά προτεραιότητα των ξενοδοχειακών μονάδων της Πόλης με επιχορήγηση του ανάλογου νόμου.
- Επιδότηση των εργαζόμενων στις ξενοδοχειακές και λοιπές τουριστικές επιχειρήσεις που λειτουργούν το χειμώνα από τον ΟΑΕΔ. Ήδη ορισμένα ξενοδοχεία εντάχθηκαν στο πρόγραμμα και ζητείται η διεύρυνση του.
- Επιχορήγηση από τον ΕΟΤ των αφίξεων κατά τους μήνες Μάρτιο και Νοέμβριο, που προωθούνται οργανωμένα μέσω των οργανωτών ταξιδιών.

4) Οργάνωση θεσμικών εκδηλώσεων

- Διεύρυνση του Διεθνούς Ποδηλατικού Γύρου της Ρόδου, που οργανώνεται συνεχώς τα τελευταία 7 χρόνια. Η οργανωτική Επιτροπή επεξεργάζεται σχετικές προτάσεις.
- Καθιέρωση Διεθνούς Φεστιβάλ Χορωδιών.
- Δημιουργία Φεστιβάλ Μεσαιωνικής Πόλης με θεματολόγιο τη Μεσαιωνική περίοδο (θέατρο, λογοτεχνία, μουσική κ.τ.λ.).

5) Προβολή και διαφήμιση

- Συμμετοχή στις εξειδικευμένες διεθνείς εκθέσεις και συναντήσεις ειδικών μορφών τουρισμού. Ήδη ο ΠΡΟΤΟΥΡ συμμετέχει στην έκθεση της Γενεύης για συνέδρια και ταξίδια κινήτρων και προγραμματίζει συμμετοχή της Ρόδου και σε άλλες ειδικές εκθέσεις.

- Οργάνωση από τον ΠΡΟΤΟΥΡ σε συνεργασία με T.O. workshops και συμμετοχή πρακτόρων για την παρουσίαση του χειμερινού προϊόντος. Ήδη τέτοιες συναντήσεις έγιναν στο νησί με Ολλανδούς και Άγγλους.
- Συμπλήρωση και ενημέρωση του εγχειριδίου του πρακτορείου.
- Δημιουργία φυλλαδίου για το χειμερινό τουρισμό που θα διανέμεται στις εκθέσεις, συναντήσεις και άλλες εκδηλώσεις που συμμετέχει η Ρόδος. Σχεδιάζεται από τον ΠΡΟΤΟΥΡ.
- Δημιουργία εντύπου για τα συνέδρια. Χρηματοδοτείται από τον ΠΡΟΤΟΥΡ και τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που διαθέτουν αίθουσες συνεδρίων.
- Δημιουργία ειδικού εντύπου – χάρτη με τις διαδρομές(μονοπάτια) και τα αξιοθέατα που περιλαμβάνουν. Το έντυπο προωθείται από τον ΠΡΟΤΟΥΡ σε συνεργασία με τους οικείους Δήμους της Ρόδου.

6) θεσμικά και οργανωτικά μέτρα

- Σύσταση από τη Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση του προτεινόμενου οργάνου με την επωνυμία <<Νομαρχιακή Επιτροπή Προώθησης Χειμερινού Τουρισμού>>.
- Οργάνωση συναντήσεων όλων των παραγόντων που εμπλέκονται στον χειμερινό τουρισμό με σκοπό την ευαισθητοποίηση και ενεργοποίηση τους, που αποτελεί βασική προϋπόθεση επιτυχίας του εγχειρήματος.
- Οργάνωση με πρωτοβουλία του ΚΕΚ Ξένιος Ζευς – παράρτημα Ρόδου, σεμιναρίων για κατάρτιση και επιμόρφωση προσωπικού για υπηρεσίες και δραστηριότητες χειμερινού τουρισμού.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΕΙΣΗΓΗΣΕΙΣ

Μετά από μια σύντομη συνολική αξιολόγηση των όσων αναφέρθηκαν παραπάνω σχετικά με τους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους της Ρόδου συμπεραίνουμε ότι παρά την αφθονία και την υψηλή αξία των ηθικών και πολιτιστικών πόρων υπάρχει σημαντική έλλειψη στην διαχείριση για την ανάδειξη τους. Ως αποτέλεσμα, η χρήση τους είναι ανεξέλεγκτη και υφίσταται σημαντικές πιέσεις. Παράλληλα η μη συστηματική και οργανωμένη αξιοποίηση τους δεν επιτρέπει την δημιουργία τοπικής προστιθέμενης αξίας, γεγονός που θα αύξανε τις ευκαιρίες για δαπάνες από τους τουρίστες.

Είναι σημαντικό να προωθηθεί η ανάπτυξη του τουριστικού τομέα ως βασικού μοχλού δημιουργίας απασχόλησης και εισοδημάτων, ιδιαίτερη προσοχή πρέπει επίσης να δοθεί και στη διατήρηση της παραγωγικής δραστηριότητας στον τομέα. Ούτε η υποδομή, ούτε η ανωδομή, αλλά ούτε και η οργάνωση του τουριστικού κλάδου δεν βρίσκεται στο επίπεδο εκείνο που θα μπορούσε να αποτελέσει εγγύηση στον κίνδυνο απώλειας ανταγωνιστικότητας.

Ειδικότερα μετά από αξιολόγηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων που αναφέρθηκαν στο πρώτο μέρος και σύμφωνα με τις προτάσεις που έγιναν από τους διάφορους δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς παρατηρείται ότι δίνεται περισσότερο έμφαση στη ποσότητα και λιγότερο στην ποιότητα των υπηρεσιών και προϊόντων.

Ακόμη έμφαση δίνεται στην τουριστική προβολή των αρχαιολογικών χώρων, διάφορων τοπίων φυσικού κάλλους και του <<τουριστικού προϊόντος>> χωρίς να υπάρχει υποστήριξη της κατάλληλης διαμόρφωσης των περιβαλλόντων χώρων και η απαραίτητη ποιότητα στα στοιχεία τα οποία συνθέτουν το τουριστικό προϊόν που προσφέρει το νησί.

Τα κυριότερα στοιχεία του νησιού που προβάλλονται στο εξωτερικό και αποτελούν κατ' εξοχήν λόγους επίσκεψης για πολλά χρόνια είναι ο ήλιος και η θάλασσα. Ανταγωνιστικά στοιχεία που διαθέτουν αρκετοί προορισμοί στην Ελλάδα όπως και πολλές Μεσογειακές χώρες. Ένα άλλο κομμάτι το οποίο θα μπορούσε να προστεθεί στο <<πακέτο>> που προσφέρεται είναι ο πολιτισμός, ένα δυνατό σημείο που μπορεί να προβληθεί και να υποστηριχθεί αρκετά καλά ώστε να αλλάξει η εικόνα του νησιού και να αποκτήσει ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Η εκπαίδευση, εξειδίκευση και μετεκπαίδευση είναι ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία στον τουρισμό, αφού όλα σχεδόν στηρίζονται στις υπηρεσίες. Στην περίπτωση της Ρόδου παρότι υπάρχουν σχολές Βασικής και Ανώτερης Τουριστικής Εκπαίδευσης παρατηρείται ότι ένα μεγάλο ποσοστό υπαλλήλων ξενοδοχείου που εργάζονται κατά κύριο λόγο ως βοηθοί δεν έχουν κάποια βασική τουριστική εκπαίδευση, με αποτέλεσμα να μην υπάρχει απαιτούμενη απόδοση στην εργασία και πολλές φορές να μην ικανοποιείται απόλυτα ο πελάτης.

Έπειτα από μία επιφανειακή μελέτη των πινάκων σχετικά με τις αφίξεις στο νησί διαπιστώνεται ότι μεγαλύτερη πηγή άντλησης τουριστών είναι η Ευρωπαϊκής Ένωσης όπως και σε όλη την Ελλάδα. Η πηγή αυτή όμως βρίσκεται σε κατάσταση κορεσμού και για αυτό θα πρέπει να ανανεωθεί το προϊόν που προσφέρεται σε αυτές τις αγορές ή να γίνει προσπάθεια ώστε να αυξηθούν τα ποσοστά, κατ' αρχήν των χωρών που βρίσκονται κοντά στην Ελλάδα όπως η Βουλγαρία, Ρουμανία, Ρωσία και η Τουρκία. Κατά δεύτερον των χωρών που έχουν τα λίγο μικρότερα ποσοστά όπως το Ισραήλ, Νορβηγία και Ελβετία.

Σύμφωνα με τον πίνακα των διανυκτερεύσεων βλέπουμε ότι την πρώτη θέση στο νησί κατέχουν οι Γερμανοί, την δεύτερη Άγγλοι, έπειτα έρχονται οι Ιταλοί και μετά οι Σουηδοί. Ακόμη διαπιστώνουμε ότι αρκετά αξιόλογος είναι και ο αριθμός των ημεδαπών τουριστών που επισκέπτονται το νησί και ότι σε κάθε κάτοικο αντιστοιχούν 93 τουρίστες. Βλέποντας τον μέσο όρο διάρκειας παραμονής των αλλοδαπών 9,42 ημέρες μπορούμε να συμπεράνουμε ότι ένα σημαντικό ποσοστό θα πρέπει να επισκέπτεται το νησί αγοράζοντας κάποιο τουριστικό πακέτο των Tour Operators.

Η εποχικότητα είναι ένα φαινόμενο – πρόβλημα που παρουσιάζεται σε όλη την Ελλάδα, έτσι και στην Ρόδο οι μήνες τουριστικής αιχμής είναι ο Ιούλιος – Σεπτέμβριος με ποσοστό 56,5% περίπου για το 2001.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΑΠΟΨΕΙΣ

Συνοψίζοντας τα στοιχεία που μας δόθηκαν από τις διάφορες δημόσιες υπηρεσίες, τις θεωρίες για τα πρότυπα και τις πολιτικές που πρέπει να ακολουθούνται στην διοίκηση των επιχειρήσεων και των διάφορων τομέων που συμπλέκονται στον τουρισμό και τέλος των δικών μας εμπειριών, μπορούμε να πούμε ότι:

Η Ρόδος με βάση τις αφίξεις και διανυκτερεύσεις σε σχέση με το μόνιμο πληθυσμό, την απασχόληση και κυρίως τη συμμετοχή του τουρισμού στη διαμόρφωση του ΑΕΠ του νησιού είναι το πρώτο διεθνές κέντρο της Δωδεκανήσου.

Ο τουρισμός στο νησί της Ρόδου και γενικά στην Ελλάδα βρίσκεται στο στάδιο του κορεσμού. Για να μεταφερθούμε στο στάδιο της «αναγέννησης» θα πρέπει να αναζωογονηθεί το τουριστικό προϊόν που παρέχεται. Αυτό θα επιτευχθεί αφού ολοκληρωθούν οι γενικές υποδομές και δημιουργηθούν ειδικές τουριστικές υποδομές που θα επιτρέψουν να αναπτυχθούν νέες μορφές τουρισμού, οι οποίες θα αμβλύνουν τις συνέπειες του μαζικού τουρισμού και θα συμβάλλουν στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου που συνεχώς συρρικνώνεται .

Θα πρέπει ακόμα να αναδειχθούν και να προβληθούν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του νησιού. Ακόμη θα πρέπει να εκσυγχρονισθούν και να αναβαθμισθούν οι τουριστικές υπηρεσίες σε όλα τα επίπεδα.

Πρέπει, τέλος , όλοι οι φορείς του τουρισμού να συνειδητοποιήσουν ότι ο σύγχρονος τουρίστας είναι απαιτητικός. Θέλει να πληρώσει λίγα και να απολαύσει αρκετά αγαθά και ακόμη δεν αρκείται πια μόνο στον ήλιο, τη θάλασσα και την περιπέτεια, αλλά αναζητεί και κάτι άλλο με ιδεολογικό περιεχόμενο που πρέπει να προσφερθεί και να προβληθεί. Εάν αυτό γίνει κοινώς αποδεκτό και κινητοποιηθούν με σωστή συνεργασία όλοι, εκτελεστεί άμεσα ή έμμεσα μια σωστή τουριστική πολιτική από τον δημόσιο τομέα, τοπική αυτοδιοίκηση, ιδιώτες επιχειρηματίες και τοπικές κοινωνίες, τότε θα μπορεί να υπάρξει πνεύμα αισιοδοξίας για το μέλλον του τουρισμού στην Ρόδο.

Κάποια κατά την άποψη μας σημαντικά προβλήματα είναι ότι δεν γίνεται έλεγχος στις τιμές, υπάρχει μια «ανισορροπία τιμών» που εμπεριέχονται στο προϊόν που αγοράζει ο τουρίστας. Από τη μια πλευρά οι ξενοδοχειακές μονάδες και τα κάθε είδους καταλύματα μειώνουν τις τιμές για να προσελκύσουν τους υποψήφιους πελάτες και από την άλλη οι τιμές των προϊόντων που προσφέρουν τα διάφορα τουριστικά καταστήματα, bars, rent a car κ.λ.π. είναι αρκετά υψηλές.

Ένα άλλο το οποίο συνδέεται με το προηγούμενο άμεσα και έχει σχέση με τους τουρίστες που έρχονται από χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και αποτελούν την πλειοψηφία των εισερχομένων αλλοδαπών τουριστών είναι το ενιαίο νόμισμα της Ευρώπης όπου αρκετές χώρες αντιμετωπίζουν μεγάλες οικονομικές κρίσεις.

Οι επιχειρήσεις σιγά σιγά ακολουθούν την πολιτική του να μειώνουν τον αριθμό του προσωπικό και να απαιτούν από τα άτομα που απασχολούν υψηλότερη

παραγωγή και απόδοση για να αντιμετωπίσουν τις τυχόν οικονομικές τους κρίσεις με αποτέλεσμα να μην υπάρχει η απαιτούμενη ποιότητα στο τελικό προϊόν.

Οι αφίξεις και οι διανυκτερεύσεις τα τελευταία χρόνια εμφανίζουν στασιμότητα σε αντίθεση με τις διαθέσιμες κλίνες οι οποίες αυξάνονται σταδιακά. Αποτέλεσμα οι πληρότητες των ξενοδοχειακών μονάδων συνεχώς μειώνονται. Το στοιχείο αυτό σε συνδυασμό με το διεθνή ανταγωνισμό στις τιμές δημιουργεί στις ξενοδοχειακές μονάδες οικονομικά προβλήματα.

Ακόμη ιδιαίτερα οι ξενοδοχειακές μονάδες απασχολούν αλλοδαπούς ή πολίτες από άλλα μέρη της Ελλάδας (χαμηλόμισθο προσωπικό) που έρχονται στο νησί για εργασία, με συνέπεια να αυξάνεται η ανεργία, να επηρεάζεται αρνητικά ο πληθωρισμός και να μην υπάρχει βελτίωση στην ποιότητα της ζωής του νησιώτη.

Βλέπουμε λοιπόν ότι κάθε κομμάτι αποτελεί ένα κρίκο και το καθένα μπορεί να επηρεάσει το άλλο. Αν συνδεθεί λοιπόν σωστά ο κάθε κρίκος θα δημιουργηθεί ένα σωστό κύκλωμα μέσα στο οποίο θα κινούνται όλοι οι φορείς.

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

- Εκπαίδευση - Εξειδίκευση - Κατάρτιση των επιχειρηματιών και των εργαζόμενων του τουριστικού τομέα.
- Συνεργασία Δημόσιων και Ιδιωτικών φορέων για την ανάπτυξη και προώθηση του τουριστικού προϊόντος.
- Διεθνείς διαφημιστικές καμπάνιες- εκστρατείες με έμφαση την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών της νήσου Ρόδου.
- Αποκεντρωμένη διοίκηση – οργάνωση σε δημόσιες Τουριστικές Υπηρεσίες.
- Βελτίωση των υπηρεσιών περίθαλψης και πρόνοιας.
- Χρηματοδότηση επιχειρήσεων για την εφαρμογή προγράμματος HAACP.
- Προστασία και ανάδειξη τοπικού πολιτισμού για ανανέωση του τουριστικού προϊόντος.
- Καθορισμό του επιτρεπόμενου αριθμού εστιατορίων, καφεζαχαροπλαστείων, μπαρ κ.α. ανά οικισμό.
- Ολοκλήρωση των απαιτούμενων έργων συγκοινωνιακής υποδομής, μεγέθους ανάλογου με το επιθυμητό είδος και μέγεθος ανάπτυξης του νησιού.
- Έλεγχος της τήρησης των προδιαγραφών για τη λειτουργία των επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών (μεταφορών – επικοινωνιών, φιλοξενίας, εστίασης).
- Πολλαπλές δράσεις για την προστασία του συστήματος πολιτισμικών / κοινωνικών αξιών.

- Προστασία των φυσικών στοιχείων (ακτών, τοπίων, αγροτικού χώρου κ.λ.π).
- Προστασία των ανθρωπογενών πολιτισμικών στοιχείων και συνόλων (μνημείων, ιστορικών τόπων, παραδοσιακής δόμησης, κοινόχρηστων και κοινωφελών χώρων κ.λ.π.)
- Αντιμετώπιση της ρύπανσης μέσω της διαχείρισης των στερεών αποβλήτων και των λυμάτων.
- Συνδυαστικότητα και συμπληρωματικότητα μορφών τουρισμού με στόχο την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και την ανακατανομή της τουριστικής κίνησης στο χρόνο και έμφαση στην ανάδειξη και ενίσχυση του <<τοπικού>>.
- Οργάνωση της τουριστικής δραστηριότητας με διατήρηση και των άλλων τομέων- κλάδων της τοπικής οικονομίας και κατ' επέκταση των επαγγελματιών και δεξιοτήτων του τοπικού πληθυσμού. Μεταξύ των στόχων του μοντέλου αειφορικής ανάπτυξης του τουρισμού είναι και η αντιμετώπιση του φαινομένου της μονοκαλλιέργειάς του με τις γνωστές επιπτώσεις στην απασχόληση.
- Να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στις απαιτήσεις ενημέρωσης του Έλληνα τουρίστα- καταναλωτή, αλλά και του αλλοδαπού τουρίστα.
- Να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στις επικρατούσες συνθήκες της παγκοσμιοποιημένης τουριστικής κοινωνίας στα πλαίσια του διεθνούς ανταγωνισμού, ώστε οι Δημόσιες Σχέσεις πλέον σήμερα να κρίνουν με βάση τις πραγματικές συνθήκες και όχι με <<εικασίες>>, πιθανολογίες ή <<μαντεψιές>> περί του πρακτέου στον τουρισμό.
- Να αξιολογηθεί εξ αρχής η <<επαναληπτική τουριστική επίσκεψη>> ως ουσιώδης διαδικασία δραστηριοποίησης των Δημοσίων Σχέσεων στις τουριστικές επιχειρήσεις.
- Να στραφούν οι Δημόσιες Σχέσεις με ξεχωριστεί προσοχή στην ενημέρωση επάνω στα νέα προβλήματα του παγκόσμιου τουρισμού, όπως λ.χ. η τρομοκρατία, οι μεγάλες περιβαλλοντικές – οικολογικές καταστροφές, η μάστιγα AIDS, ο τουριστικός <<χουλιγκανισμός>> ώστε να υπάρχουν ενήμεροι τουρίστες- καταναλωτές.
- Να τονισθεί η σπουδαιότητα από πλευράς και Δημοσίων Σχέσεων από τη συμμετοχή των τουριστικών επιχειρήσεων στις διεθνείς αρχικά και στις εθνικές στη συνέχεια τουριστικές εκθέσεις.
- Να υπάρξει επιτέλους ένα ξεχωριστό θεσμικό και πάντως εκπαιδευτικό πλαίσιο, όπου οι Δημόσιες Σχέσεις στον Τουρισμό θα έχουν διαχωρισθεί από τις λοιπές δημόσιες σχέσεις και την άσκηση τους σε άλλους χώρους λόγω των ιδιομορφιών τους.

- Να οργανώσουν οι τουριστικοί φορείς του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα της οικονομίας εκστρατεία πληροφόρησης για την αναγκαιότητα των Δημοσίων Σχέσεων στις ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις.
- Και τέλος, ευαισθητοποίηση και κινητοποίηση των κατοίκων.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- “ΧΡΗΜΑ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ”. Μηνιαίο Τουριστικό Οικονομικό και Επιχειρηματικό Περιοδικό. Τεύχος 92. Μάρτιος 2004
- “ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ”. Μηνιαίο Τουριστικό Περιοδικό. Έτος 306. Τεύχος 294. Μάρτιος – Απρίλιος 2004
- Υλικό – Πληροφορίες από την ιστοσελίδα του ΕΟΤ στο INTERNET
- Λογοθέτης Μιλτιάδης. Δωδεκάνησα Ένα Πολύμορφο Πρότυπο Βιώσιμης Τουριστικής Ανάπτυξης. (Κείμενα Προβληματισμού και Αφύπνισης). Ρόδος 2004. Τυπογραφείο “ΤΕΧΝΗ” Α. Βρατσάλης & Υιοί Ο.Ε.
- Πληροφορίες από Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση, Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο και Περιφέρεια.
- Τσαλουχίδης Γιάννης. Αναπτυξιακός Τουρισμός
- Λογοθέτης Μιλτιάδης. Τουρισμός και Περιφερειακή Ανάπτυξη. Αθήνα 1996
- Θεοφάνης Αλεξ. Μπογιάννος. ΡΟΔΟΣ – Ιστορικό και Φωτογραφικό Οδοιπορικό, Αθήνα 1997. Εκδόσεις ΒΗΤΑ
- Μιχαλόπουλος Αριστείδης – Μηνακάκης Βασίλης. ΡΟΔΟΣ. Αθηνά 2003

