



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

Τουριστική ανάπτυξη μέσω μεγάλων ξένων
επενδύσεων. Μελέτη περίπτωσης: «ΙΤΑΝΟΣ ΓΑΙΑ»

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Εισηγητής: Ειρήνη Συντυχάκη 1417

Επιβλέπων: Δρ. Νικόλαος Τριχάς

©
2015



TECHNOLOGICAL EDUCATION INSTITUTE OF CRETE

SCHOOL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS

DEPARTMENT OF COMMERCE & MARKETING

**Tourism development through major foreign
investments. Case study "ITANOS GAIA"**

DIPLOMA THESIS

Student : Eirini Sintichaki 1417
Supervisor : Dr. Nikolaos Trihas

©
2015

Υπεύθυνη Δήλωση :

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

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της πτυχιακής εργασίας είναι να ασκήσει μια κριτική στο μοντέλο της εξωγενούς τουριστικής ανάπτυξης, εστιάζοντας ως μελέτη περίπτωσης στην μεγάλη τουριστική επένδυση «Ίτανος Γαία», στη περιοχή Κάβο Σίδερο της Σητείας. Προκειμένου να επιτευχθεί ο σκοπός αυτός, πραγματοποιήθηκε πρωτογενής ποσοτική έρευνα με ερωτηματολόγιο σε δείγμα κατοίκων του Δήμου Σητείας, με σκοπό να καταγραφούν οι πεποιθήσεις, οι απόψεις και οι προσδοκίες τους σχετικά με τα οφέλη που μπορούν να προκύψουν για την περιοχή και τους ίδιους από τη συγκεκριμένη επένδυση, αλλά και τα προβλήματα που ενδεχομένως αυτή θα προκαλέσει. Δεδομένου ότι, κάθε τέτοιου μεγέθους επένδυση είναι σημαντικό να έχει την υποστήριξη της τοπικής κοινωνίας, τα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον, καθώς μπορούν να γενικευτούν και για άλλες παρόμοιου τύπου επενδύσεις που βρίσκονται σε εξέλιξη στην υπόλοιπη Ελλάδα.

Λέξεις κλειδιά: Εξωγενής τουριστική ανάπτυξη, ξένες τουριστικές επενδύσεις, βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, τοπική κοινωνία, Σητεία, Κρήτη.

ABSTRACT

The aim of this thesis is to perform a review in the model of exogenous tourism development, focusing as a case study in the big tourist investment "Itanos Gaia," at the Cavo Sidero region of Sitia. To achieve this aim, a primary quantitative research with questionnaire was conducted to a sample of Sitia Municipality residents, in order to record their beliefs, opinions and expectations of the benefits that can occur to the region and themselves as a result of this investment, but also the possible complications that could be caused. Since every investment of this kind is important to have the support of the local community, the results of this research are of particular interest, as they can be generalized to other similar types of investments that are in progress in the rest of Greece.

Keywords: Exogenous tourism development, foreign investments in tourism, sustainable tourism development, local community, Sitia, Crete

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	8
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	
1.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ.....	10-11
1.2 ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	11-15
1.2.1. ΕΛΕΥΘΕΡΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ (laissez-faire).....	12
1.2.2. Η ΘΕΩΡΙΑ ΤΗΣ ΔΙΑΔΟΣΗΣ.....	12
1.2.3. Η ΘΕΩΡΙΑ ΤΟΥ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΥ.....	14
1.2.4. Η ΘΕΩΡΙΑ ΤΗΣ ΕΞΑΡΤΗΣΗΣ.....	14-15
1.3 ΜΟΝΤΕΛΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ.....	15
1.4 ΣΤΑΤΙΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ.....	15-16
1.5 ΕΞΕΛΙΚΤΙΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ.....	16
1.6 ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ.....	16-21
1.7 ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	21
1.8 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	21-27
1.8.1 ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΙΚΕΣ ΕΙΣΡΟΕΣ ΚΑΙ ΑΥΞΗΣΗ ΘΕΣΕΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ.....	22-24
1.8.2 ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ ΓΙΑ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ.....	24-25
1.8.3 ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ.....	25-26
1.8.4 ΔΙΑΡΡΟΗ ΧΡΗΜΑΤΩΝ/ ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΜΕ ΤΟΥΣ ΑΛΛΟΥΣ ΚΛΑΔΟΥΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ.....	26-27
1.9 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ.....	27-28
1.9.1 ΛΑΝΘΑΣΜΕΝΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΡΡΙΜΜΑΤΩΝ.....	30
1.10 ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ.....	30-32
1.11 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ.....	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	
2.1 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ (ΕΙΣΑΓΩΓΗ).....	33-36
2.2 ΠΡΟΤΥΠΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	36-37
2.2.1. ΣΥΓΚΡΟΤΗΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΤΥΠΩΝ.....	37-38
2.2.2. ΟΙ ΠΟΛΟΙ ΤΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΠΟΥ ΕΜΠΛΕΚΟΝΤΑΙ ΣΤΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	38
2.2.2.1. Ο ΠΟΛΟΣ ΤΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ (ΠΟΡΟΙ, ΥΠΟΔΟΜΕΣ, ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ).....	38-39
2.2.2.2. Ο ΠΟΛΟΣ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ (ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΡΕΥΜΑΤΑ).....	39
2.2.3. ΤΑ ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΠΡΟΤΥΠΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	39-42
2.3 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	42-43
2.4 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	43-45
2.5 ΕΠΙΠΕΔΑ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	45-46
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΙΤΑΝΟΣ ΓΑΙΑ	
3.1. ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ.....	47-49
3.2. ΣΥΝΤΟΜΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΑΚΙΝΗΤΟΥ.....	49-50
3.3. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΦΟΡΕΑ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ.....	50-51
3.4. ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΑ ΟΦΕΛΗ.....	51-52
3.4.1. Η ΙΕΡΑ ΜΟΝΗ ΠΑΝΑΓΙΑΣ ΑΚΡΩΤΗΡΙΑΝΗΣ.....	52-54

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1. ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ.....	55
4.2. ΜΕΘΟΔΟΙ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΥΛΙΚΟΥ.....	56-57
4.3. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.....	57
4.3.1. ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ.....	57-58
4.3.2. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ.....	58-59
4.3.3. ΤΥΠΟΙ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ.....	59-60
4.3.4. ΣΕΙΡΑ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ.....	61
4.3.5. ΔΙΑΤΥΠΩΣΗ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ.....	61
4.3.6. ΥΛΙΚΗ ΚΑΙ ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ.....	61-62
4.3.7. ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ.....	62-63
4.4. ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑ.....	63
4.5. ΜΕΘΟΔΟΙ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ.....	63
4.5.1. ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ.....	63-64
4.6 ΜΕΘΟΔΟΙ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ.....	64-65
4.7. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ.....	65
4.8. ΔΙΕΞΑΓΩΓΗ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	65-66
4.9. ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ.....	66

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ.....	67-72
5.2. ΓΝΩΣΗ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΙΤΑΝΟΣ ΓΑΙΑ.....	73
5.3 ΟΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΘΕΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ.....	74-75
5.4 ΟΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ.....	76-77
5.5. ΟΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΞΕΝΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ.....	78-79
5.6.ΟΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΤΩΝ ΕΡΩΤΩΘΕΝΤΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΣΗΤΕΙΑΣ.....	80-83

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

6.1 ΣΥΝΟΨΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ.....	84-86
6.2. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	87-90

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	91-93
Α ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ.....	92
Β ΕΛΛΗΝΙΚΗ.....	92
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	93-96

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ (ΦΥΛΟ).....	67
ΠΙΝΑΚΑΣ 2.ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ (ΗΛΙΚΙΑ).....	68
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ (ΟΙΚΟΓΕΝΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ).....	69
ΠΙΝΑΚΑΣ 4.ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ (ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ).....	70
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ (ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ).....	71
ΠΙΝΑΚΑΣ 6. ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ.....	72
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.2. ΓΝΩΣΗ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΙΤΑΝΟΣ ΓΑΙΑ.....	73
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.3. ΟΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΘΕΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ.....	74-75
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.4.ΟΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ.....	76-77
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.5.ΟΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΞΕΝΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ.....	78-79
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.6.ΟΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΣΗΤΕΙΑΣ.....	80-83

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σκοπός της πτυχιακής εργασίας είναι να ασκήσει μια κριτική στο μοντέλο της εξωγενούς τουριστικής ανάπτυξης, εστιάζοντας ως μελέτη περίπτωσης στην μεγάλη τουριστική επένδυση «Ίτανος Γαία», στη περιοχή Κάβο Σίδερο της Σητείας.

Στο Κεφάλαιο 1 αναλύεται η έννοια του τουρισμού, γίνεται διερεύνηση των διαφόρων αναπτυξιακών του προσεγγίσεων και δίνεται εξήγηση της οικονομικής αναζωογόνησης μέσω του τουρισμού.

Στο Κεφάλαιο 2 παρουσιάζεται ο σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης, τα πρότυπά της, η συγκρότηση και λειτουργία των προτύπων. Επίσης παρουσιάζονται οι πόλοι της προσφοράς και της ζήτησης που εμπλέκονται στη διαδικασία της τουριστικής ανάπτυξης.

Στο Κεφάλαιο 3 παρουσιάζεται η Επένδυση ΙΤΑΝΟΣ ΓΑΙΑ με τα γενικά στοιχεία, μια σύντομη περιγραφή του ακινήτου, καθώς και τα αναμενόμενα οφέλη.

Στο Κεφάλαιο 4 παρατίθεται η μεθοδολογία της έρευνας, οι βασικές αρχές που ακολουθήθηκαν, οι μέθοδοι συλλογής υλικού, η δημιουργία και η κατάρτιση ερωτήσεων του ερωτηματολογίου και η δειγματοληψία.

Στο Κεφάλαιο 5 γίνεται ανάλυση με βάση τα αποτελέσματα που έλαβε η ερευνήτρια μετά τη συλλογή των ερωτηματολογίων και τέλος στο Κεφάλαιο 6 γίνεται σύνοψη των αποτελεσμάτων και παρατίθενται τα τελικά συμπεράσματα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ.

Η έννοια της ανάπτυξης ερευνάται για πάρα πολλές δεκαετίες και έχει δεχθεί ποικίλες ερμηνείες και αναλύσεις. Όμως, σήμερα δεν υπάρχει ένας ολοκληρωμένος ορισμός της ανάπτυξης, πράγμα που οφείλεται στο γεγονός ότι ο όρος ανάπτυξη χρησιμοποιείται από ποικίλους επιστημονικούς κλάδους, όπως τη γεωγραφία, την κοινωνιολογία και την οικονομία, καθένας από τους οποίους παρουσιάζει μια διαφορετική διεπιστημονική προσέγγιση της θεωρίας και της μεθοδολογίας στην ανάλυση και την χρήση του όρου (Pearce, 1998). Συνεπώς, υπάρχει μια σύγχυση στον ορισμό του όρου ανάπτυξη που οφείλεται κυρίως στους παρακάτω λόγους (Bertrand 1972):

1. Το πλήθος των επιθέτων που έχουν κατά καιρούς χρησιμοποιηθεί για να ορίσουν την ανάπτυξη (π. χ. οικονομική, κοινωνική, πολιτιστική, περιβαλλοντική, τοπική, περιφερειακή, βιομηχανική, αγροτική, τουριστική κ.τ.λ.)
2. Την έλλειψη ξεκάθαρης διαφοροποίησης μεταξύ της έννοιας της ανάπτυξης και των διάφορων άλλων ορών που σχετίζονται με τις αλλαγές που επέρχονται από την ανάπτυξη, όπως εξάρτηση, εκσυγχρονισμός και εκβιομηχάνιση
3. Τις ομάδες του πληθυσμού που απευθύνεται η ανάπτυξη, όπως χαμηλά εισοδηματικά στρώματα, γυναίκες, κ.τ.λ.
4. Τις τοποθετήσεις των επιστημόνων που ασχολούνται με την ανάπτυξη και τις αποκλίσεις που υπάρχουν στις απόψεις τους και που έχουν εκδηλωθεί κατά το πέρασμα του χρόνου.
5. Τις διάφορες αλλαγές που εμφανίζονται κατά καιρούς στους σκοπούς των διάφορων αναπτυξιακών προγραμμάτων.

Οι Friedmann (1980) και Oppermann & Chon (1997) θεωρούν την ανάπτυξη ως έναν από τους πιο ολισθηρούς όρους στη γλώσσα μας και ως μια εξελικτική διαδικασία με ποικίλους θετικούς αντίκτυπους.

Όπως δηλώνει ο Friedmann (1980): «*Η ανάπτυξη δηλώνει πάντοτε κάτι, μια ανθρώπινη οντότητα, μια κοινωνία, μια ιδέα, μια οικονομία, μια δεξιοτεχνία. Συνδέεται συχνά με λέξεις όπως υπό ή υπέρ ή ισόρροπη, πολύ λίγη, πάρα πολύ ή επαρκής...* (Όλες αυτές οι λέξεις) προτείνουν ότι η ανάπτυξη έχει μια δομή και ότι ο ομιλητής έχει κάποια ιδέα για το πώς αυτή η δομή οφείλεται να αναπτυχθεί. Τείνουμε επίσης να θεωρήσουμε την ανάπτυξη ως μια διαδικασία αλλαγής ή ως μια πολύπλοκη διαδικασία που είναι εν μέρει θεμιτή ή τουλάχιστον επαρκής (ορ:σελ.4).

Ο Ingham (1993) έχει προσεγγίσει την ανάπτυξη με έναν παρόμοιο τρόπο με τον Friedman μιλώντας για την διπλή της φύση, τόσο ως η διαδικασία όσο και ως στόχο. Ο

Todaro (1994) έχει αναφερθεί σε τρεις βασικούς στόχους της ανάπτυξης: αυτούς της ανάγκης για την καλύτερη επιβίωση των ανθρώπων (μέσω της σίτισης και την εξασφάλιση καταλύματος), της καλυτέρευσης του επιπέδου διαβίωσης (μέσω της εκπαίδευσης και της υγείας) και της εξασφάλισης των ανθρωπίνων δικαιωμάτων (μέσω της κοινωνικής δικαιοσύνης και της πολιτικής ανεξαρτησίας).

Παρ' όλη την τεράστια αύξηση του τουριστικού φαινομένου κατά την διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών και την χρήση του τουρισμού από άλλα κράτη και νησιά ως μια στρατηγική ανάπτυξης, η βιβλιογραφία που σχετίζεται με την ανάπτυξη έχει παραμελήσει να διερευνήσει τις διάφορες αναπτυξιακές προσεγγίσεις σε σχέση με τον τουρισμό (Apostolopoulos 1994, Gunn 1994, Sinclair 1998). Εντούτοις, η τουριστική ανάπτυξη αποτελεί μια στρατηγική που χρησιμοποιείται από όλο και περισσότερες κυβερνήσεις στην προσπάθειά τους να βελτιώσουν το επίπεδο διαβίωσης των κατοίκων τους μέσω της αύξησης των εισοδημάτων τους και της δημιουργίας θέσεων εργασίας, αλλά και της μετάβασης ενός προορισμού από μια κατάσταση φτώχειας ή υπανάπτυξης σε μια βελτιωμένη κατάσταση πλούτου ή περισσότερης ανάπτυξης.

Ο Rostow (1960) αναφέρεται στην ύπαρξη ενός << φυσικού μονοπατιού >> μετάβασης σε μια βελτιωμένη κατάσταση, αυτό της οικονομικής ανάπτυξης που επιτυγχάνεται μέσω μιας διαδικασίας εκσυγχρονισμού που όλες οι κοινωνίες και τα έθνη πρέπει να ακολουθήσουν. Αυτό το μονοπάτι αποτελείται από πέντε στάδια που ξεκινούν με μια παραδοσιακή κοινωνία που βιώνει την πιθανότητα της <<απογείωσης>>, συνεχίζει με την υλοποίηση της <<απογείωσης>> και την ωριμότητα και καταλήγει στο τελικό στάδιο της μαζικής κατανάλωσης. Ο Rostow (1960) αναγνώρισε ότι για τη γρήγορη και πετυχημένη ανάπτυξη μιας κοινωνίας σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η ύπαρξη του κινδύνου της λοξοδρόμησης.

Αν και το μοντέλο του Rostow δεν επικεντρώνεται στην τουριστική ανάπτυξη, αλλά γενικότερα στην οικονομική, από οποιαδήποτε μορφή δραστηριότητας, αποτελεί ένα χρήσιμο εργαλείο για την εξήγηση της οικονομικής αναζωογόνησης μέσω του τουρισμού. Ο τουρισμός έχει την δυνατότητα να προσφέρει σ'ένα προορισμό μια φυσική διέξοδο οικονομικής ανάπτυξης περνώντας διάφορα στάδια, που ξεκινούν από την παραδοσιακή μη τουριστική φάση κατά την οποία κανένας τουρίστας δεν επισκέπτεται τον προορισμό, τη δημιουργία των προϋποθέσεων της «απογείωσης» με τους πρώτους εξερευνητές και περιηγητές να κάνουν την εμφάνισή τους, το στάδιο της ωριμότητας με τους μαζικούς μεμονωμένους τουρίστες να επισκέπτονται τον προορισμό και το τελικό στάδιο της μαζικής κατανάλωσης όπου ο προορισμός να απευθύνεται στον οργανωμένο μαζικό τουρισμό.

1.2. Προσεγγίσεις της Τουριστικής Ανάπτυξης

Ο τουρισμός ως διαδικασία αλλαγής προϋποθέτει τη διερεύνηση των διαφόρων αναπτυξιακών προσεγγίσεων που από διάφορους ερευνητές έχουν προταθεί:

- Ελεύθερη οικονομία (Laissez-faire)
- Η θεωρία της διάδοσης
- Η θεωρία του εκσυγχρονισμού
- Η θεωρία της εξάρτησης
- Η προσέγγιση της αειφορίας

1.2.1.Ελεύθερη οικονομία (Laissez-faire)

Η θεωρία του «laissez faire» προτείνει, ότι με τον ελάχιστο κρατικό παρεμβατισμό και τις αποτελεσματικές αποφάσεις των μεμονωμένων επιχειρηματιών, η παραγωγική διαδικασία και η ανταλλαγή των αγαθών μπορεί να υποκινηθεί με τον καλύτερο δυνατό τρόπο και να εξασφαλισθεί καλύτερο επίπεδο διαβίωσης.

Από την άλλη πλευρά μία τέτοιου είδους ελευθερία δεν διασφαλίζει τις βασικές κοινωνικές αξίες, π.χ. τη δίκαιη κατανομή του εισοδήματος. Αντίθετα, επιτρέπει τη συσσώρευση πλούτου και απόκτηση προνομίων σε περιορισμένο αριθμό ατόμων, καταδικάζοντας σημαντικό μέρος του πληθυσμού στη φτώχεια.

Στον τουρισμό η προσέγγιση της ελεύθερης οικονομίας καλό είναι να αποφεύγεται, αφού μπορεί να οδηγήσει σε συνέπειες βλαβερές που οφείλονται κυρίως στο κόστος της ανεξέλεγκτης τουριστικής ανάπτυξης, στην απειλή των περιβαλλοντολογικών και πολιτιστικών πόρων και στον κίνδυνο των προορισμών να χάσουν την αυθεντικότητά τους για να εξασφαλίσουν εύκολο και γρήγορο κέρδος.

1.2.2.Η θεωρία της διάδοσης

Διάδοση (diffusion) είναι μια διαδικασία εξάπλωσης της οικονομικής ανάπτυξης από μια τοποθεσία σε διάφορες άλλες. Η διαδικασία της διάδοσης υλοποιείται με τον καλύτερο δυνατό τρόπο μέσω της ανάπτυξης. Η ανάπτυξη είναι αναπόφευκτη, διαδραματίζεται σε αναπτυξιακά στάδια και διασκορπίζεται από τον πυρήνα της ανάπτυξης προς τις απομακρυσμένες περιοχές. Προϋπόθεση για τη διάδοση της ανάπτυξης είναι η διαδικασία της καινοτομίας.

Η καινοτομία δεν είναι απαραίτητο να αποτελεί κάτι το νέο, αλλά μπορεί να είναι ήδη υπαρκτή σ' άλλες περιοχές και να αναφέρεται σε κάτι χειροπιαστό, όπως μηχανήματα ή λιγότερο χειροπιαστά φαινόμενα, όπως τουριστικές υπηρεσίες. Αντί αυτού καλό είναι να

υπάρχει ο απαραίτητος κρατικός παρεμβατισμός, ώστε να μειώνονται στο μεγαλύτερο δυνατόν οι αρνητικές επιπτώσεις που επιφέρει η ανεξέλεγκτη τουριστική ανάπτυξη.

Η θεωρία της διάδοσης στον τουρισμό είναι δυνατό να διερευνηθεί από δύο σκοπίες:

Από τη σκοπιά της ζήτησης η θεωρία της εξάπλωσης ασχολείται με το πώς οι τουρίστες ενημερώνονται για κάποιο τουριστικό προορισμό και αποφασίζουν να τον επισκεφτούν. Συνήθως στον τουρισμό το προϊόν δεν προσφέρεται απευθείας στο κοινό από τους παραγωγούς, αλλά μεσάζοντες ελέγχουν τη διανομή του. Κατά συνέπεια, η σκοπιά της προσφοράς εξετάζει τους τρόπους που ο τουριστικός προορισμός θα αναπτύξει την τουριστική του βιομηχανία και περιλαμβάνει τους διάφορους κρατικούς και ιδιωτικούς φορείς, π.χ. κυβερνήσεις ή οργανωτές ταξιδιών που παίρνουν τις διάφορες αποφάσεις.

Σε κάθε προορισμό υπάρχουν ιδιωτικοί ή δημόσιοι φορείς που αποφασίζουν αρχικά να δημιουργήσουν τις απαραίτητες διευκολύνσεις για την προσέλκυση των τουριστών και τις πρώτες επιχειρήσεις προσφοράς υπηρεσιών (π.χ. στην προσπάθεια ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού, ο ΕΟΤ ήταν αυτός που τη δεκαετία του '60 κατασκεύασε τα πρώτα ξενοδοχεία Ξενία, σε μια προσπάθεια του κράτους να αυξηθεί η σημασία του τουρισμού σε διάφορες περιοχές της ελληνικής επικράτειας).

Μόλις ένας μικρός αριθμός «τουριστικών παραγωγών» δημιουργήσει τις πρώτες κερδοφόρες επιχειρήσεις, καινούρια πρόσωπα αποφασίζουν να υιοθετήσουν την καινοτομία τους, ανοίγοντας άλλες επιχειρήσεις που συνήθως προσφέρουν συναφή προϊόντα.

Η διαδικασία της διάδοσης από τον αναπτυξιακό πυρήνα στην περιφέρεια υλοποιείται ευκολότερα μέσω του τουρισμού, λόγω της αυξανόμενης ζήτησης των σύγχρονων τουριστών για νέους προορισμούς.

Ο τουρισμός επιδρά θετικά στους προορισμούς υποδοχής τουριστών εξασφαλίζοντας την ευημερία και τη συλλογικότητα, προωθώντας παράλληλα την κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη.

Δεδομένου ότι από την δαπάνη των τουριστών προκύπτουν διασυνδέσεις με άλλους κλάδους της οικονομίας, (π.χ. γεωργία, βιοτεχνία και κατασκευές) και δημιουργούνται υψηλά πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα και νέες θέσεις εργασίας για τον ντόπιο πληθυσμό, ο διεθνής τουρισμός αντιμετωπίζεται από πολλές κυβερνήσεις ως μορφή διόδου για την οικονομική ανάπτυξη της περιφέρειας.

Μερικές φορές όμως τα αποτελέσματα της διαδικασίας της διάδοσης διαφέρουν από περιοχή σε περιοχή.

Σε μερικά έθνη η εξάπλωση, μέσω του τουρισμού, δεν έφερε τις αναμενόμενες οικονομικές απολαβές και την ευημερία στους κατοίκους, αλλά αντιθέτως αύξησε τις περιφερειακές ανισότητες και την άνιση κατανομή μεταξύ των διάφορων κοινωνικοοικονομικών τάξεων, καθώς επίσης οδήγησε σε ελιτιστική περιχαράκωση.

1.2.3. Η θεωρία του εκσυγχρονισμού

Τα αναπτυσσόμενα κράτη και τα νησιά αποτελούνται από έναν εξασθετισμένο "παραδοσιακό" κλάδο και έναν αναπτυσσόμενο "σύγχρονο". Ο παραδοσιακός κλάδος περιλαμβάνει το γηγενή πολιτισμό και χαρακτηρίζεται από μια αγροτική υποκοουλτούρα ή κοινωνικές δομές που προσανατολίζονται προς τη διατήρηση του κατεστημένου (Cohen, 1972).

Αφ' ετέρου, ο σύγχρονος κλάδος ενσωματώνει την επιρροή του ξενόφερτου, πρώτιστα αναπτυσσόμενου κόσμου, τις οικονομικές πρακτικές και τους κοινωνικούς κανόνες.

Μέσω της εισόδου των νέων ιδεολογιών, της τεχνολογίας και της εμπειρίας από εξωτερικούς παράγοντες, υπάρχει μια αλλαγή στη δομή της οικονομίας και της κοινωνίας των υπανάπτυκτων περιοχών.

Οι αναπτυσσόμενες κοινωνίες πρέπει να περάσουν από παρόμοια αναπτυξιακά στάδια με εκείνα που πέρασαν οι διάφορες δυτικού τύπου κοινωνίες, εάν θέλουν να αναπτυχθούν.

Η αναπτυξιακή διαδικασία έχει καλύτερα αποτελέσματα όταν είναι σύμφωνη με τα δυτικά πρότυπα και μέσω της μετακίνησης από τον «παραδοσιακό» αγροτικό τομέα σε έναν πιο σύγχρονο.

Συνεπώς, σύμφωνα με το παράδειγμα της εξάπλωσης ο μόνος τρόπος για να υπάρξει ανάπτυξη είναι μέσω της αποβολής των χαρακτηριστικών που υποδηλώνουν την υπανάπτυξη και την απόκτηση των χαρακτηριστικών που έχουν ήδη υιοθετηθεί από τις περισσότερες αναπτυσσόμενες κοινωνίες.

1.2.4. Η θεωρία της εξάρτησης

Η εξάπλωση του τουρισμού τις τελευταίες δεκαετίες από τις δυτικού τύπου οικονομίες στις υποανάπτυκτες περιοχές της περιφέρειας έχει προκαλέσει δομικές αλλαγές, που εμφανίζονται με τη μορφή του εκσυγχρονισμού της οικονομικής τους δομής.

Οι αλλαγές εμφανίζονται κυρίως με τη διείσδυση ξένων κεφαλαίων και εξωτερικού παρεμβατισμού στους πλουτοπαραγωγικούς πόρους και με την ενίσχυση μιας ομάδας ελίτ που λειτουργεί ως καθοριστικός παράγοντας αλλαγής.

Κατά συνέπεια, σύμφωνα με αρκετούς μελετητές εξαιτίας της αδυναμίας ανάπτυξης του τουρισμού από τα έσω, διάφορες μορφές «εξαρτημένης ανάπτυξης» έχουν εκδηλωθεί σε πολλά αναπτυσσόμενα κράτη.

Διάφοροι μελετητές έχουν επισημάνει τις καταστροφικές συνέπειες της εξωγενούς τουριστικής ανάπτυξης στην οικονομική και κοινωνική δομή του κάθε προορισμού υποδοχής τουριστών, αντιμετωπίζοντας τον τουρισμό ως μια νέα μορφή αποικιοκρατίας.

Η εξωγενής τουριστική ανάπτυξη προσφέρει περισσότερα οφέλη στις καπιταλιστικές χώρες από τις οποίες προέρχονται οι περισσότεροι τουρίστες, χωρίς να συνεισφέρει ικανοποιητικά στην οικονομική ανάπτυξη των χωρών υποδοχής τουριστών.

Συνεπώς, η εξωγενής ανάπτυξη μπορεί να κατηγορηθεί για χαμηλά πολλαπλασιαστικά φαινόμενα, για χρήση εισερχόμενου (μη ντόπιου) εργατικού δυναμικού, για αυξανόμενη ξένη κυριαρχία και για εξωτερικό παρεμβατισμό στην τουριστική βιομηχανία.

1.3. ΜΟΝΤΕΛΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ

Για την καλύτερη κατανόηση της ανάπτυξης μια περιοχής μέσω του τουρισμού έχουν παρουσιαστεί διάφορα μοντέλα. Πιο συγκεκριμένα, έχουν προταθεί δύο ειδών μοντέλα που απεικονίζουν την μορφολογία ή και την εξέλιξη των τουριστικών θερέτρων. Αυτά τα μοντέλα μπορούν να ομαδοποιηθούν σε:

- Στατικά μοντέλα, που παρουσιάζουν την εμφάνιση ενός θέρετρου μετά την ολοκλήρωση της τουριστικής ανάπτυξης ή με άλλα λόγια την αστικοποίηση του εξαιτίας του τουρισμού.
- Εξελικτικά μοντέλα, που εξετάζουν την μετεξέλιξη των θερέτρων κατά το πέρασμα του χρόνου, ξεκινώντας από την μη τουριστική- παραδοσιακή φάση και καταλήγοντας στο τελικό στάδιο του μαζικού τουρισμού και της πλήρους αστικοποίησης του θέρετρου.

1.4. ΣΤΑΤΙΚΑ ΜΟΡΦΟΛΟΓΙΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ

Για το λόγο ότι ο παράκτιος τουρισμός αποτελεί τις τελευταίες δεκαετίες τη σημαντικότερη μορφή τουρισμού, με κύριο εκφραστή του το μαζικό, πολλοί συγγραφείς έχουν επιχειρήσει να απεικονίσουν σχηματικά τη μορφολογία των παραθαλάσσιων τουριστικών θερέτρων σε μια δεδομένη χρονική στιγμή, προσδιορίζοντας τις διάφορες ζώνες που διαδραματίζεται η τουριστική δραστηριότητα

Ο Barrett (1958) ήταν από τους πρώτους που διερεύνησε την μορφολογία των παραθαλάσσιων τουριστικών θερέτρων και παρουσίασε το πρώτο εννοιολογικό μορφολογικό μοντέλο χρήσης γης για ψυχαγωγικούς λόγους. Συγκεκριμένα, παρατήρησε 80 παραθαλάσσια θέρετρα στο Ηνωμένο Βασίλειο και πρότεινε ένα

μοντέλο, στο οποίο η παραλία αποτελεί τον πυρήνα της ανάπτυξης που περιτριγυρίζεται από διάφορες ζώνες για την στέγαση των τουριστών. Επίσης, επισήμανε ότι όσο απομακρύνεται κάποιος από τον πυρήνα προς την ενδοχώρα τόσο μειώνεται η ένταση της τουριστικής δραστηριότητας

1.5. ΕΞΕΛΙΚΤΙΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ

Πολλοί συγγραφείς (Butler 1980, Defert 1954, Douglas 1997, Gilbert 1939 Russel & Faulker 1998) έχουν προσπαθήσει να προσδιορίσουν τα διάφορα στάδια εξέλιξης μιας τουριστικής περιοχής μέσω της έννοιας του κύκλου ζωής. Η ιδέα του κύκλου ζωής ενός τουριστικού προορισμού εμφανίστηκε στην τουριστική βιομηχανία πριν από 65 περίπου χρόνια. Ο Butler (1980) βασίστηκε σε προηγούμενες μελέτες και την έννοια του κύκλου ζωής ενός προϊόντος και παρουσίασε ένα γενικευμένο μοντέλο υποθετικής εξέλιξης μιας τουριστικής περιοχής. Το μοντέλο του Butler δείχνει ότι η εξέλιξη των τουριστικών αφίξεων σ' ένα τουριστικό προορισμό ακολουθεί μια εξέλιξη έξι σταδίων. Αυτά τα στάδια είναι τα εξής: Εξερεύνηση, Εμπλοκή, Ανάπτυξη, Εδραίωση, Μαρασμός, Πτώση ή Αναζωογόνησης.

1.6 ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ

Στην προσπάθεια υλοποίησης των αναπτυξιακών προσεγγίσεων οι υπεύθυνοι και οι αρμόδιοι για την τουριστική ανάπτυξη και το σχεδιασμό μιας περιοχής έχουν στη διάθεσή τους διάφορες επιλογές. Δεν υπάρχει πάντοτε κάποια μεμονωμένη επιλογή που θα πρέπει να ακολουθηθεί. Αυτές οι επιλογές έχουν σχέση κυρίως με τη διαδικασία ή/και τη χρηματοδότηση της ανάπτυξης και αναφέρονται σε θέματα όπως:

1. Ένταση της παραγωγής (κεφαλαίου έναντι εργασίας),
2. Βαθμός ελέγχου και ιδιοκτησίας της βιομηχανίας (ενδογενής/ντόπια έναντι εξωγενούς/μη ντόπιας),
3. Κλίμακα (μικρή έναντι μεγάλης)
4. Συγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας (εγκλωβισμένη έναντι εξαπλωμένης) και
5. Μορφές τουρισμού (εναλλακτικός/ήπιος/αιεφόρος έναντι μαζικού/σκληρού/μη αιεφόρου).

1. Επενδύσεις εντάσεως κεφαλαίου έναντι εντάσεως εργασίας

Οι αποφάσεις για την ανάπτυξη έχουν σχέση με το εάν η ένταση της παραγωγής θα πρέπει να κατευθύνεται σε υψηλές επενδύσεις κεφαλαίου ή σε τεχνικές έντασης εργατικού δυναμικού. Πολλές μελέτες έχουν αποκαλέσει τον τουρισμό ως βιομηχανία εντάσεως εργασίας, που απαιτεί χαμηλές επενδύσεις για τη δημιουργία θέσεων εργασίας. Βασιζόμενοι σ' αυτό πολλοί συγγραφείς έχουν διερευνήσει το κόστος της δημιουργίας θέσεων εργασίας στην τουριστική βιομηχανία σε σύγκριση με άλλους παραγωγικούς κλάδους διαπιστώνοντας, ότι είναι αρκετά χαμηλότερο. Παραδείγματος χάριν, ένα εργοστάσιο κατασκευής αυτοκινήτων απαιτεί υψηλές επενδύσεις κεφαλαίου, εξασφαλίζοντας σχετικά λιγότερες θέσεις εργασίας από την περίπτωση που το ίδιο κεφάλαιο επενδυθεί σε επιχειρήσεις σχετιζόμενες με τον τουρισμό. Δεδομένου ότι στα αναπτυσσόμενα κράτη το εργατικό δυναμικό είναι άφθονο και το διαθέσιμο κεφάλαιο για επενδύσεις λιγοστό, ο τουρισμός μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως μία λύση για την οικονομική ανάπτυξη μιας περιοχής μέσω της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας. Οφείλουν λοιπόν οι κυβερνήσεις να προσδιορίζουν τις αναπτυξιακές τους προτιμήσεις για επενδύσεις εντάσεως εργασίας ή κεφαλαίου σύμφωνα με τις δυνατότητές τους και τη μελλοντική τους πολιτική. Εάν ο κυριότερος αναπτυξιακός στόχος μιας χώρας είναι να αυξηθούν οι υπάρχουσες θέσεις εργασίας τότε πρέπει να ακολουθηθούν τεχνικές εντάσεως εργασίας.

Στην Ελλάδα:

Ο Τουρισμός δημιουργεί απασχόληση, κυρίως στους νέους και στη περιφέρεια, σε ένα ευρύτατο φάσμα δραστηριοτήτων, με διαφορετικά επίπεδα γνώσεων και ειδίκευσης. Στοιχεία 2012: 688.800 εργαζόμενοι στον τουρισμό (18,3% των απασχολούμενων). Περίπου έναν στους πέντε κατοίκους της Ελλάδας απασχολείται άμεσα ή έμμεσα στον τουριστικό τομέα.

2. Εξωγενής έναντι ενδογενούς ανάπτυξης

Η θεωρία της εξάρτησης επισημαίνει τα καταστρεπτικά αποτελέσματα της εξωγενούς τουριστικής ανάπτυξης, στην οικονομική και κοινωνική δομή των οικονομιών υποδοχής τουριστών μια και τις περισσότερες φορές ωφελεί τα καπιταλιστικά κράτη προέλευσης των τουριστών και όχι τόσο τους προορισμούς υποδοχής τουριστών. Συνεπώς, η ανάπτυξη ενός προορισμού από εξωγενείς παράγοντες μπορεί να κατηγορηθεί για μειωμένα πολλαπλασιαστικά φαινόμενα, δημιουργία θέσεων εργασίας για αλλοδαπούς και για αυξανόμενο βαθμό ξένης κυριαρχίας και ελέγχου του τουριστικού τομέα. Για την ελαχιστοποίηση των παραπάνω αρνητικών οικονομικών συνεπειών, απαραίτητο είναι ο κάθε τουριστικός προορισμός ή κράτος να προσδιορίσει την αναπτυξιακή του πολιτική δίνοντας μια απάντηση στο παρακάτω δίλημμα:

«Μπορεί η ανάπτυξη να ξεκινήσει και να ολοκληρωθεί από την ίδια την κοινωνία υποδοχής τουριστών, όπως επιτάσσει ο αιφόρος τουρισμός ή κάτι τέτοιο δεν είναι εφικτό, και είναι απαραίτητο να διεισδύσουν ξένα κεφάλαια και ο επακόλουθος εξωγενής παρεμβατισμός;»

Η απάντηση σ' αυτό το δίλημμα είναι διφορούμενη.

Σε πολλές αναπτυσσόμενες χώρες, π.χ. κράτη της Αφρικής και νησιά της Καραϊβικής, η απάντηση φαίνεται να είναι αρνητική, λόγω του χαμηλού δείκτη συμμετοχής του ντόπιου πληθυσμού σε επιχειρηματικές δραστηριότητες, τα ανεπαρκή κεφάλαια για επενδύσεις και την έλλειψη ντόπιου εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού. Επομένως στις περιπτώσεις που η από τα έσω τουριστική ανάπτυξη δεν είναι εφικτή, η πολιτική των κυβερνήσεων οφείλει να κατευθύνεται προς τη διατήρηση του μεγαλύτερου μέρους του έλεγχου της ανάπτυξης στα ντόπια χέρια, επιχειρώντας την αύξηση της συμμετοχής της ντόπιας κοινωνίας στην παραγωγική διαδικασία, π.χ. με τη χορήγηση κινήτρων για επενδύσεις σε τοπικούς επιχειρηματίες και την ψήφιση νομοθεσίας που να αυξάνει τις ευκαιρίες απασχόλησης για του ντόπιου πληθυσμού. Εναλλακτικά, εάν ο προορισμός έχει τη δυνατότητα και τους οικονομικούς πόρους για ενδογενή ανάπτυξη, οι κυβερνήσεις πρέπει να ενθαρρύνουν τους ντόπιους κατοίκους να επενδύσουν στην τουριστική βιομηχανία και να καταβάλουν όλες τις δυνατές προσπάθειες, να αξιοποιήσουν (σε λογικά πλαίσια) τους διαθέσιμους κοινωνικο-πολιτιστικούς και περιβαλλοντολογικούς πόρους. Πάντως υπάρχουν περιπτώσεις που τα υπανάπτυκτα κράτη του τρίτου κόσμου μην έχοντας τη δυνατότητα να ακολουθήσουν καμιά από τις προαναφερόμενες διεξόδους, εγκαταλείπονται ανηλεώς στα χέρια των ξένων «αποικιοκρατών».

3. Επενδύσεις μικρής κλίμακας έναντι μεγάλης

Διαφορετικής κλίμακας ανάπτυξη έχει διαφορετικές επιπτώσεις στις κοινωνίες που επισκέπτονται οι τουρίστες.

Για παράδειγμα, ο Rodenburg (1989) πραγματοποίησε μια μελέτη στο νησί του Μπαλί ομαδοποιώντας τις τουριστικές επιχειρήσεις σε τρεις κατηγορίες: μεγάλες, μικρές και επιχειρήσεις χειροτεχνίας, διατυπώνοντας την άποψη ότι το κάθε είδος τουριστικής εκμετάλλευσης συντελεί σε διαφορετικούς στόχους οικονομικής ανάπτυξης. Ο Rodenburg κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η ίδρυση μικρών επιχειρήσεων και επιχειρήσεων χειροτεχνίας ωφελεί περισσότερο το νησί του Μπαλί και τους κατοίκους του.

Ο Andriotis (2002) πραγματοποίησε μια έρευνα αναφορικά με την κλίμακα των επιχειρήσεων διαμονής και τη συνεισφορά τους στην οικονομική ανάπτυξη. Το δείγμα περιελάμβανε 52 επιχειρήσεις διαμονής στο νησί της Κρήτης.

Οι επιχειρήσεις κατατάχθηκαν σε τρεις κατηγορίες ανάλογα με τον αριθμό των δωματίων τους: τις μικρές (αυτές που έχουν 40 δωμάτια ή λιγότερα), τις μεσαίες (αυτές που έχουν 41-100 δωμάτια) και τις μεγάλες (αυτές που έχουν 100 δωμάτια και πάνω). Από τα αποτελέσματα της έρευνας αποδείχτηκε με τη χρήση στατιστικών μεθόδων, ότι η συνεισφορά των επιχειρήσεων διαμονής στην οικονομική ανάπτυξη του νησιού δεν είναι ομοιόμορφη. Συγκεκριμένα, οι μεγάλες μονάδες απασχολούν περισσότερο ξενόφερτο διευθυντικό προσωπικό σε σύγκριση με τις μικρές και τις μεσαίου μεγέθους. Επίσης οι μεγαλύτερες μονάδες τείνουν να αγοράζουν λιγότερες προμήθειες από τις ντόπιες επιχειρήσεις σε σύγκριση με τις μικρομεσαίες, ενώ οι μικρές επιχειρήσεις απασχολούν περισσότερα άτομα από τα μέλη της οικογενείας του ιδιοκτήτη. Ως εκ τούτου όσο μικρότερη είναι η επιχείρηση τόσο μεγαλύτερη είναι η συνεισφορά της στην τοπική ανάπτυξη.

Υπολογίσιμη είναι η συνεισφορά των επενδύσεων μικρής κλίμακας στη διατήρηση του ελέγχου της τουριστικής ανάπτυξης από τους ντόπιους κατοίκους, ενώ παράλληλα έχουν λιγότερες αρνητικές συνέπειες στην κοινωνία, με αποτέλεσμα να ενσωματώνονται με μεγαλύτερη ευκολία στο υπάρχον κοινωνικο-πολιτιστικό και οικονομικό περιβάλλον και να προσφέρουν πιο αποτελεσματικά στην αειφόρο ανάπτυξη ενός προορισμού. Όμως, τα μικρά καταλύματα έχουν επικριθεί ότι δημιουργούν λιγότερες θέσεις εργασίας και λιγότερα εισοδήματα σε σύγκριση με τα μεγάλα. Συνεπώς οι φορείς ανάπτυξης και σχεδιασμού καλό είναι να προσδιορίσουν τις προτιμήσεις τους για τις μικρής ή μεγάλης κλίμακας επενδύσεις, σύμφωνα με τα είδη των τουριστών που θέλουν να προσελκύσουν, τα κεφάλαια που διαθέτουν και το επίπεδο του επιθυμητού ελέγχου και της συμμετοχής της ντόπιας κοινωνίας στην αναπτυξιακή διαδικασία.

4. Εγκλωβισμένη έναντι εξαπλωμένης ανάπτυξης

Σε ορισμένα, κυρίως μουσουλμανικά κράτη, που ο τουρισμός θεωρείται ως πρόβλημα ή ως αίτιο κοινωνικής αλλαγής, οι αρχές προωθούν τη δημιουργία των λεγόμενων τουριστικών «γκέτο» ή με άλλα λόγια περικλειστων περιοχών σε μια προσπάθεια να αποφευχθεί ή να περιοριστεί στο ελάχιστο η επαφή του ντόπιου πληθυσμού με τον εισερχόμενο τουρισμό. Στις περικλειστές περιοχές, οι τουρίστες έχουν την επιλογή είτε να παραμείνουν μέσα σ' αυτές, είτε να συμμετέχουν σε ημερήσια, προγραμματισμένα και υπό περιορισμούς ταξίδια σε άλλες περιοχές.

Κατά συνέπεια, η επαφή μεταξύ των τουριστών και των κατοίκων είναι δυνατή μόνο μέσω της απασχόλησης των κατοίκων στον τουρισμό, εάν φυσικά το εργατικό δυναμικό

δεν είναι αλλοδαπό. Κατ' αυτόν τον τρόπο περιορίζονται οι ξενόφερτες αρνητικές επιρροές, όπως η κατανάλωση αλκοόλ, η πορνεία, η ανηθικότητα, η επαιτεία, ο τζόγος αι η θρησκευτική αλλοτρίωση.

Επίσης, μιας τέτοιας μορφής ανάπτυξη ίσως θεωρηθεί κατάλληλη για την προστασία του περιβάλλοντος, αφού η συγκέντρωση της υποδομής σ' ένα συγκεκριμένο χώρο δίνει την ευκαιρία για αποτελεσματικότερο έλεγχο και για αναβαθμισμένο επίπεδο περιβαλλοντικής ποιότητας. Δυστυχώς όμως, παρ' όλο που τα τουριστικά γκέτο κατά κάποιο τρόπο καταφέρνουν να προστατεύσουν την κοινωνία και το περιβάλλον, δημιουργούν μικρούς οικονομικούς δεσμούς σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο, σε σύγκριση με την εξαπλωμένη μορφή ανάπτυξης. Επίσης, η τουριστική υποδομή δεν ωφελεί άμεσα τον ντόπιο πληθυσμό και γι' αυτό στις περισσότερες χώρες οι αρχές θεωρούν τέτοιου είδους επενδύσεις ως χαμένη ευκαιρία για τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και την αύξηση των οικονομικών ωφελειών, προτιμώντας την εξαπλωμένη μορφή ανάπτυξης μέσω της «συμβίωσης» των τουριστών και των κατοίκων στους ίδιους γεωγραφικούς χώρους.

5. Μαζικός έναντι εναλλακτικού τουρισμού

Ο εναλλακτικός και ο μαζικός τουρισμός μπορούν να θεωρηθούν ως "πολικά αντίθετες" έννοιες, με τον εναλλακτικό να εμφανίζεται ως καλός και ο μαζικός ως κακός. Όπως έχουν σημειώσει πολλοί μελετητές, η πλειοψηφία των αρνητικών συνεπειών της τουριστικής ανάπτυξης, προκύπτει από το μαζικό τουρισμό, γιατί συγκεντρώνει μεγάλο αριθμό τουριστών, απαιτεί επενδύσεις μεγάλης κλίμακας και λιγότερη συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας στην αναπτυξιακή διαδικασία. Ο μαζικός τουρισμός δημιουργεί περισσότερες αρνητικές επιπτώσεις στους τουριστικούς προορισμούς, αφού χαρακτηρίζεται από τη συγκέντρωση υποδομής και τουριστών στο χρόνο και στον χώρο και παρουσιάζεται λιγότερο ευαίσθητος απέναντι στους εγχώριους πλουτοπαραγωγικούς πόρους, εξαιτίας του εντατικού τύπου τουριστικής ανάπτυξης και της συμπεριφοράς των τουριστών που προσελκύονται από τις φθηνές αγοραστικές επιλογές. Από την άλλη, ο εναλλακτικός τουρίστας είναι πιο ενεργητικός και συμμετέχει σε δραστηριότητες που είναι πιο φιλικές προς το περιβάλλον κατά τη διάρκεια των διακοπών του.

Συμπερασματικά, ο μαζικός τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί ως μια παλιομοδίτικη μορφή τουρισμού και ο εναλλακτικός ως μια νέα, φιλική προς το περιβάλλον μορφή που ενδιαφέρεται ιδιαίτερα για τους πόρους ενός προορισμού και για τις επιθυμίες πεπειραμένων ταξιδιωτών. Τα τελευταία χρόνια, εξαιτίας των μεγάλων προβλημάτων που έχουν προκύψει από τη μαζική τουριστική ανάπτυξη, πολλά κράτη έχουν καταβάλλει προσπάθειες για την ενθάρρυνση πιο ήπιων (εναλλακτικών) μορφών τουρισμού για την επίλυση των μακροχρόνιων προβλημάτων έχει προκαλέσει η ανεξέλεγκτη ανάπτυξη του παρελθόντος. Ο λόγος γι' αυτό είναι ότι ο εναλλακτικός

τουρισμός έχει λιγότερες καταστροφικές συνέπειες στο περιβάλλον, στην κοινωνία και στον πολιτισμό των προορισμών υποδοχής τουριστών και στους ντόπιους κατοίκους, χωρίς να υποβαθμίζει τις θετικές οικονομικές επιπτώσεις.

Άλλοι συγγραφείς διαφωνούν και δηλώνουν, ότι ο μαζικός τουρισμός είναι αναπόφευκτος λόγω της μεγάλης τουριστικής ζήτησης και ότι αυτό που χρειάζεται είναι να γίνουν προσπάθειες για να γίνει το συμβατικό πιο βιώσιμο.

1.7. ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οι επιπτώσεις του τουρισμού μπορούν να ομαδοποιηθούν σε τέσσερις γενικές κατηγορίες:

- Οι **οικονομικές επιπτώσεις** του τουρισμού περιλαμβάνουν: την εισροή συναλλάγματος, την αύξηση φορολογικών εσόδων για το κράτος, τη δημιουργία θέσεων εργασίας και εισοδημάτων για το ντόπιο πληθυσμό, την περιφερειακή ανάπτυξη, τη διαρροή συναλλάγματος έξω από την τοπική κοινωνία και τις διασυνδέσεις της τουριστικής βιομηχανίας με τους λοιπούς κλάδους της οικονομίας.
- Οι **περιβαλλοντολογικές επιπτώσεις** του τουρισμού περιλαμβάνουν: τις μεταβολές στο φυσικό περιβάλλον, στην ατμόσφαιρα, στα ύδατα, στο έδαφος, στη διαμόρφωση του τοπίου, στην καταστροφή ή στη συντήρηση της χλωρίδας και της πανίδας και μεταβολές στο δομημένο περιβάλλον, όπως πολεοδομία, αρχιτεκτονική, ιστορικά μνημεία, υποδομή, τεχνητά πάρκα, κ.λπ.
- Οι **κοινωνικές επιπτώσεις** του τουρισμού περιλαμβάνουν: αλλαγές στην ηθική συμπεριφορά της κοινωνίας, όπως πορνεία, τζόγος, εγκληματικότητα, επαιτεία και αλκοολισμός και διάσπαση ή μετατροπή του τρόπου ζωής και των αξιών του πληθυσμού, όπως απώλεια γλωσσικών στοιχείων και θρησκευτικών ιδεωδών, αστυφιλία, επαγγελματική κινητικότητα, κ.λπ.
- Οι **πολιτιστικές επιπτώσεις** του τουρισμού περιλαμβάνουν: επιρροές στις τέχνες, στη χειροτεχνία, στα φεστιβάλ, στις εκδηλώσεις, στους χορούς και στη μουσική.

1.8. Οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού

Ο τουρισμός επιφέρει διάφορες επιπτώσεις στην οικονομία. Πιο συγκεκριμένα οι οικονομίες που ενεργοποιούνται από τη μετακίνηση ενός τουρίστα είναι:

- Η οικονομία του κράτους της μόνιμης διαμονής του, δηλαδή η χώρα αποστολής από όπου ο τουρίστας αγοράζει το τουριστικό πακέτο και διάφορα άλλα προϊόντα που σχετίζονται με το ταξίδι, όπως ρουχισμό, βαλίτσες, εποχικά είδη, κ.λπ.
- Η οικονομία του κράτους που επισκέπτεται ο τουρίστας, δηλαδή η χώρα υποδοχής του τουρίστα, όπου ο τουρίστας πραγματοποιεί μία σειρά από καταναλώσεις για διαμονή, σίτιση, διασκέδαση, ψυχαγωγία, αγορά τουριστικών ειδών, καταναλωτικών αγαθών (π.χ. τσιγάρα, εφημερίδες) κ.λπ.

Συνεπώς, όταν κάποιος Γάλλος τουρίστας αγοράζει ένα τουριστικό πακέτο για Ελλάδα ενεργοποιούνται οι οικονομίες δύο κρατών, της Γαλλίας και της Ελλάδας.

1.8.1. Συναλλαγματικές εισροές και αύξηση θέσεων εργασίας:

Είναι σήμερα κοινά αποδεκτό ότι ο τουρισμός προσφέρει τη δυνατότητα σε ένα κράτος να εξασφαλίσει πολύτιμο ξένο συνάλλαγμα, αφού δημιουργεί τις απαραίτητες προϋποθέσεις για την προσέλκυση των πολυπόθητων συναλλαγματικών εισροών για τη διατήρηση της οικονομίας του και την αύξηση των εισοδημάτων του ντόπιου πληθυσμού.

Το γεγονός ότι ο τουρισμός αποτελεί άριστο φορέα ξένου συναλλάγματος, σε συνάρτηση με τη μεγάλη ανεργία που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια σε πολλά κράτη και την αναγνώριση του τουρισμού ως βιομηχανίας εντάσεως εργασίας στην εποχή των μεγάλων τεχνολογικών επιτευγμάτων και της σχετικής ελάττωσης της ζήτησης για εργατικό δυναμικό, έχουν οδηγήσει πολλές κυβερνήσεις να επανεκτιμήσουν το ρόλο του τουρισμού ως ένα μέσο δημιουργίας εισοδημάτων και νέων θέσεων εργασίας, όπως.

- Οι θέσεις που δημιουργούνται στην τουριστική βιομηχανία, σε επιχειρήσεις, όπως ξενοδοχεία, τουριστικά γραφεία και εστιατόρια, δημιουργούν νέες ευκαιρίες για απασχόληση σε άλλους μη τουριστικούς τομείς, όπως στις κατασκευές, στη μεταποίηση, στις υπηρεσίες, στη γεωργία και στην κτηνοτροφία.
- Η δημιουργία θέσεων εργασίας στον τουρισμό αυξάνει την **ευημερία** του ντόπιου πληθυσμού.
- Επίσης, εκτός από τις νόμιμες θέσεις εργασίας, ο τουρισμός συντελεί στη δημιουργία θέσεων εργασίας στην παραοικονομία, σε θέσεις όπως πλανόδιους μικροπωλητές, ιερόδουλες, κ.λπ.
- Η απασχόληση στον τουρισμό έχει επικριθεί για υψηλή εποχικότητα, μερική απασχόληση, χαμηλά εισοδήματα και θέσεις εργασίας χαμηλής ποιότητας ή ένα συνδυασμό όλων αυτών. Συγκεκριμένα, ο τουρισμός παρουσιάζει μεγάλη εποχικότητα. Η εποχική φύση των τουριστικών αφίξεων δημιουργεί διακυμάνσεις

στα επίπεδα της τοπικής και της περιφερειακής απασχόλησης και οι εργαζόμενοι στον τουρισμό είναι αναγκασμένοι να βρουν άλλη απασχόληση ή ακόμα και να παραμείνουν άνεργοι κατά τη νεκρή περίοδο.

- Η μερική απασχόληση είναι επίσης διαδεδομένη στην τουριστική βιομηχανία. Η μερική απασχόληση μπορεί να είναι εξ ολοκλήρου ακατάλληλη στην περίπτωση που οι υπάλληλοι δεν κερδίζουν ένα ικανοποιητικό εισόδημα για τη διαβίωση τους. Αντιθέτως, σε περιπτώσεις που η απασχόληση στον τουρισμό παρέχει ένα επιπρόσθετο εισόδημα, η μερική απασχόληση μπορεί να θεωρηθεί ως ευεργετική.
- Ο τομέας του τουρισμού έχει κατηγορηθεί για χαμηλούς μισθούς. Μπορεί όμως να θεωρηθεί ότι η παροχή διαφόρων επιπρόσθετων παροχών, όπως στέγαση και παροχή δωρεάν γεύματος και η εξασφάλιση διάφορων χρηματικών απολαβών, όπως τα φιλοδωρήματα, δεν συνυπολογίζονται στο παραπάνω ποσοστό.
- Έχει συζητηθεί ότι οι μισθοί που επιτυγχάνονται μέσω της απασχόλησης στην τουριστική βιομηχανία πολύ συχνά εξαρτώνται από το μέγεθος της επιχείρησης (π.χ. μεγάλα ξενοδοχεία – υψηλότεροι μισθοί).
- Ο τουρισμός έχει τη δυνατότητα να προσφέρει απασχόληση σε ανειδίκευτα, ανεκπαιδευτα και άπειρα άτομα, που συνήθως απαρτίζουν το μεγαλύτερο μέρος του ντόπιου πληθυσμού, αφού οι περισσότερες από τις θέσεις εργασίας που δημιουργούνται στην τουριστική βιομηχανία δεν απαιτούν εργαζόμενους με εξειδικευμένες γνώσεις.

Παρ' όλα αυτά υπάρχουν και άλλοι παραγωγικοί τομείς, π.χ. γεωργία, μεταλλουργία, αλιεία, κ.λπ., που δημιουργούν θέσεις εργασίας για άτομα εξίσου χαμηλής εξειδίκευσης και σε τελική ανάλυση αφού τέτοια άτομα βρίσκονται σε αφθονία στις περισσότερες κοινωνίες, κάποιος μπορεί να αναρωτηθεί, ποιος είναι ο λόγος να μην χρησιμοποιηθεί ο τουρισμός ως ένα μέσο καταπολέμησης της ανεργίας των ανειδίκευτων ατόμων.

Μία άλλη θεώρηση για την τουριστική απασχόληση αναφέρεται στη σχέση που υπάρχει μεταξύ της οικογενειακής ιδιοκτησίας και του μεγέθους της επιχείρησης. Συγκεκριμένα, όσο μικρότερη είναι η επιχείρηση τόσο αυξάνεται η πιθανότητα να είναι οικογενειακής ιδιοκτησίας και το αντίθετο. Τα μικρομεσαία ξενοδοχειακά καταλύματα απασχολούν μεγαλύτερο αριθμό ατόμων από την οικογένεια του ιδιοκτήτη και κατ' επέκταση δημιουργούν περισσότερες θέσεις εργασίας για τον ντόπιο πληθυσμό σε σύγκριση με τις μεγάλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις.

- Ο τουρισμός προσελκύει αλλοδαπούς και εισερχόμενο εργατικό δυναμικό που πολλές φορές λαμβάνει χαμηλότερους μισθούς σε σύγκριση με το ντόπιο διαθέσιμο εργατικό δυναμικό. Συνεπώς, πολλοί επιχειρηματίες προτιμούν την πρόσληψη αλλοδαπών σε μια προσπάθεια μείωσης του εργατικού κόστους. Επίσης, στα αναπτυσσόμενα κράτη το αλλοδαπό ή μη ντόπιο εργατικό δυναμικό συνήθως καταλαμβάνει τις περισσότερες από τις διοικητικές θέσεις, αφού πολλές φορές οι ντόπιοι δεν έχουν τις απαραίτητες γνώσεις και την εκπαίδευση που χρειάζονται για να αναρριχηθούν στις ανώτερες ιεραρχικά θέσεις των τουριστικών επιχειρήσεων.

1.8.2. Φορολογικά έσοδα για το κράτος:

Η κάθε κυβέρνηση αναγκάζεται να επωμιστεί συγκεκριμένο κόστος για την ανάπτυξη της τουριστικής της βιομηχανίας. Συγκεκριμένα, οι κυβερνήσεις ξοδεύουν υπέρογκα ποσά ετησίως για τη διατήρηση ενός οργανισμού τουρισμού και για τη διαφήμιση της τουριστικής τους βιομηχανίας στο εξωτερικό.

Πολύ συχνά οι κυβερνήσεις είναι ιδιοκτήτες και διαχειριστές της υποδομής στην οποία βασίζεται η τουριστική βιομηχανία. Πολλά από τα χρήματα που ξοδεύουν οι κυβερνήσεις για την τουριστική ανάπτυξη, όπως η αστυνόμευση, η πυροπροστασία, η υγεία, η αποκομιδή λυμάτων και απορριμμάτων, η ύδρευση, η ηλεκτροδότηση, οι τηλεπικοινωνίες, η κατασκευή αερολιμένων, λιμανιών, οδικού δικτύου και η διατήρηση του περιβάλλοντος και των πολιτιστικών πόρων, εξυπηρετούν όχι μόνο τους τουρίστες, αλλά και τις ανάγκες των ντόπιων κατοίκων.

Για το κόστος των επενδύσεων που αναλαμβάνουν οι κυβερνήσεις για την ανάπτυξη του τουρισμού επιδιώκουν την επίτευξη κάποιου κέρδους. Η αύξηση των κυβερνητικών εσόδων μέσω του τουρισμού εξαρτάται από τη φορολογική και τη νομική δομή της κάθε χώρας. Φορολογικά έσοδα για τις εθνικές και τις τοπικές κυβερνήσεις από τον τουρισμό προέρχονται από διάφορες πηγές, όπως τη φορολόγηση αερολιμένων, το Φόρο Προστιθέμενης Αξίας (ΦΠΑ) στα αγαθά και στις υπηρεσίες, τους φόρους στα εισοδήματα των υπαλλήλων που εργάζονται στον τουρισμό, κ.λπ.

Όμως, υπάρχουν περιπτώσεις που οι φόροι, αν και αυξάνουν τα εισοδήματα του κράτους και προσφέρουν τη δυνατότητα για περισσότερες δημόσιες επενδύσεις, έχουν αρνητικές επιπτώσεις. Στην Ελλάδα η επιβολή φόρου στις αφίξεις των τουριστών (Σπατόσημο) για τη χρηματοδότηση του αεροδρομίου των Σπάτων προκάλεσε άμεση κατακραυγή και απειλητικό μπιϊκοτάζ από τους οργανωτές ταξιδιών. Επομένως απαιτείται μεγάλη προσοχή στις επιπτώσεις που μπορεί να έχει ο κάθε φόρος στην τουριστική βιομηχανία ενός προορισμού.

Τέλος, πολλές φορές λόγω της παραοικονομίας υπάρχει μεγάλη διαρροή εισοδημάτων από φόρους για τις κυβερνήσεις πολλών κρατών. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι παράνομες συναλλαγές διαφεύγουν από την φορολογία

1.8.3. Περιφερειακή ανάπτυξη:

Ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα που έχουν να αντιμετωπίσουν οι περισσότερες κυβερνήσεις είναι η επίτευξη μιας ισομερούς διασποράς της ανάπτυξης σ' όλη την επικράτεια μιας χώρας ή ενός νησιού. Τα αποτελέσματα στο παγκόσμιο στερέωμα έχουν αποδείξει ότι η ανάπτυξη παίρνει μέρος συνήθως στα μεγάλα αστικά κέντρα και το πρόβλημα που πρέπει να αντιμετωπισθεί είναι να βρεθούν τρόποι διασκορπισμού της στις κωμοπόλεις και στα χωριά που αντιμετωπίζουν ποικίλα προβλήματα οικονομικής και κοινωνικής φύσεως.

Ο Schumacher (1974) έχει διατυπώσει τις ακόλουθες προτάσεις για την επίτευξη αυτού του στόχου:

- Οι θέσεις εργασίας πρέπει να δημιουργούνται στις περιοχές που κατοικεί ο πληθυσμός και όχι στις μητροπολιτικές περιοχές που συνηθίζει να μεταναστεύει, όπως συμβαίνει τις περισσότερες φορές.
- Η δημιουργία θέσεων εργασίας πρέπει, κατά μέσο όρο, να μην απαιτεί υψηλές επενδύσεις κεφαλαίου ώστε να μπορούν να δημιουργηθούν σε αφθονία.
- Οι μέθοδοι παραγωγής που υιοθετούνται πρέπει να είναι απλές, ώστε να μην απαιτείται προσωπικό υψηλής εξειδίκευσης.
- Η παραγωγή πρέπει να επιτυγχάνεται κυρίως από ντόπιες πρώτες ύλες, ώστε να μην υπάρχει διαρροή συναλλάγματος για την αγορά εισαγόμενων προϊόντων-υπηρεσιών.

Αν και ο Schumacher (1974) διατύπωσε τις παραπάνω προτάσεις πριν από 40 περίπου έτη, οι ισχυρισμοί του είναι επίκαιροι ακόμη και σήμερα. Όλες οι προτάσεις του μπορούν να υλοποιηθούν διαμέσου μιας καλοσχεδιασμένης και προγραμματισμένης τουριστικής ανάπτυξης. Ο τουρισμός από τη φύση του συνηθίζει να διασκορπίζει την ανάπτυξη μακριά από τα μεγάλα βιομηχανικά κέντρα προς τις υπανάπτυκτες περιοχές.

Λόγω του γεγονότος ότι ο τουρισμός απαιτεί χαμηλότερες επενδύσεις κεφαλαίου (σε σύγκριση με τις επενδύσεις που απαιτούνται για την ανάπτυξη της βαριάς βιομηχανίας), έχει τη δυνατότητα να δημιουργήσει θέσεις εργασίας για ένα μεγάλο αριθμό ανειδίκευτων ατόμων που κατοικούν στις λιγότερο ανεπτυγμένες περιοχές, όπου οι ευκαιρίες για άλλες μορφές απασχόλησης είναι περιορισμένες, αν όχι ανύπαρκτες.

Δεδομένου ότι ο τουρισμός αναπτύσσεται πολύ συχνά σε περιοχές που οι εναλλακτικές οικονομικές δραστηριότητες είναι περιορισμένες, μπορεί να οδηγήσει σε μια καλύτερη κατανομή της απασχόλησης και ν' αλλάξει εξ ολοκλήρου την κατάσταση στην περιφερειακή αγορά εργασίας.

Παρ' όλα αυτά, πολυάριθμες μελέτες έχουν προσπαθήσει να αποδείξουν ότι ο τουρισμός μπορεί όχι μόνο να υποκινήσει την περιφερειακή ανάπτυξη, αλλά επίσης να οδηγήσει και σε περιφερειακές ανισότητες. Ο τουρισμός τις περισσότερες φορές αναπτύσσεται σε ορισμένες ελκυστικές περιοχές, που ωφελούνται σημαντικά από τις επενδύσεις και τις δαπάνες των τουριστών, ενώ λίγο πολύ υπάρχουν άλλες περιοχές που παραμελούνται. Τέλος, πολύ συχνά ο τουρισμός προκαλεί αδύναμες διατομεακές διασυνδέσεις κάνοντας έκδηλη την ανικανότητα της τουριστικής βιομηχανίας να διαδραματίσει ένα καθοριστικό ρόλο στην περιφερειακή ανάπτυξη.

1.8.4. Διαρροή χρημάτων / Διασύνδεση του τουρισμού με τους άλλους κλάδους της οικονομίας:

Στα πρώτα στάδια της ανάπτυξης μιας τουριστικής περιοχής προσφέρονται ευκαιρίες για την κατανάλωση των τοπικά παραγόμενων προϊόντων και τη χρήση ντόπιων πρώτων υλών για την ανοικοδόμηση κτιρίων, την κατασκευή επίπλων και εξοπλισμού και τον ανεφοδιασμό των τουριστικών επιχειρήσεων.

Η αυξανόμενη ζήτηση προϊόντων από τους τουρίστες έχει τη δυνατότητα να υποκινήσει και να ενισχύσει την τοπική γεωργία, την κτηνοτροφία και την αλιεία, καθώς και όλους της παραγωγικούς τομείς που συνδέονται με τον τουρισμό, της το λιανεμπόριο, της κατασκευές, το χονδρεμπόριο, τη βιοτεχνία, της μεταφορές και της λοιπές υπηρεσίες.

Όταν μια χώρα είναι αναγκασμένη να εισάγει πολλά από τα προϊόντα που απαιτούνται για την κάλυψη της καταναλωτικής ζήτησης, υπάρχει διαρροή χρημάτων έξω από την τοπική κοινωνία για την αγορά εισαγόμενων προϊόντων. Αυτή η διαρροή χρημάτων εξαρτάται από της δυνατότητας που διαθέτει η τοπική κοινωνία να παράγει τα αγαθά και της υπηρεσίες που απαιτούνται από την τουριστική βιομηχανία.

Η αυξανόμενη διαρροή χρημάτων απεικονίζει μία κατάσταση υπανάπτυξης καθώς και ανικανότητας μιας χώρας ή μιας περιοχής να εκμεταλλευθεί της διατομεακούς συνδέσμους για την παραγωγή των πρώτων υλών που καταναλώνονται από την τουριστική της βιομηχανία.

Αυτό είναι εμφανές κυρίως της χώρες του τρίτου κόσμου όπου πολλά από τα αγαθά και της υπηρεσίες εισάγονται, κάτι που συνεπάγεται ότι οι οικονομικές απολαβές από την τουριστική κατανάλωση είναι περιορισμένες.

Οι ισχυρές οικονομίες βρίσκονται σε θέση να προσφέρουν τα περισσότερα από τα αγαθά και της υπηρεσίες που απαιτούνται από την τουριστική βιομηχανία και κατά συνέπεια το συνάλλαγμα που ξοδεύουν οι τουρίστες σε ένα τουριστικό προορισμό

διαχέεται πολλαπλασιαστικά σε όλη την οικονομία μέσω της δημιουργίας υψηλότερων διασυνδέσεων του τουριστικού τομέα με της λοιπούς κλάδους της οικονομίας. Εκτός από τη δυναμικότητα της οικονομίας, η διαρροή χρήματος επηρεάζεται και από τη δομή της ιδιοκτησίας και του ελέγχου της τουριστικής βιομηχανίας. Υπάρχουν στοιχεία που αποκαλύπτουν ότι όσο μεγαλύτερο είναι ένα ξενοδοχείο τόσο μεγαλύτερη είναι η τάση για την εισαγωγή προϊόντων, κυρίως επειδή τα μεγάλα ξενοδοχεία συνηθίζεται να είναι ξένης ιδιοκτησίας και επομένως να έχουν τη δυνατότητα να προμηθευτούν προϊόντα σε χαμηλότερες τιμές από ξένες αγορές.

Σε περιοχές που οι εργαζόμενοι δεν κατοικούν μόνιμα σ' αυτές, ένα μέρος των μισθών δεν παράγει περαιτέρω οικονομική δραστηριότητα και διαρρέει έξω από το κύκλωμα, δεδομένου ότι οι εργαζόμενοι που προέρχονται από της περιοχές επαναπατρίζουν ένα μεγάλο μέρος των εισοδημάτων της. Επιπρόσθετα, σε περιπτώσεις που η ντόπια παραγωγή είναι ακριβότερη από τα εισαγόμενα προϊόντα, οι διαρροές είναι υψηλότερες, αφού θα ήταν αντιοικονομικό για κάποιον αγοραστή να αγοράσει αγαθά εντόπιας παραγωγής που είναι πιο ακριβά από τα εισαγόμενα.

1.9. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η σχέση του τουρισμού με το περιβάλλον είναι άμεση και καθοριστική. Το βασικότερο συστατικό στοιχείο του τουριστικού προϊόντος είναι το περιβάλλον (φυσικό & δομημένο). Η σχέση τουρισμού και περιβάλλοντος έχει ιδιαίτερη σημασία τα τελευταία χρόνια, λόγω:

- ✚ Αύξησης του διεθνούς ανταγωνισμού στον τουρισμό καθώς νέες χώρες και προορισμοί εισέρχονται στην αγορά, προσφέροντας νέο και σχετικά ανέπαφο περιβάλλον ως τουριστικό προϊόν στον τουρίστα – επισκέπτη.
- ✚ Γενικότερης αναζήτησης του ανθρώπου για βελτίωση της ποιότητας ζωής και καλύτερο περιβάλλον, όχι μόνο στον τόπο διαμονής του αλλά ιδίως στον τόπο προορισμού του για αναψυχή και διακοπές.

Στο παρελθόν της κυβερνήσεις και υπεύθυνοι για την ανάπτυξη των τουριστικών προορισμών συχνά παραμέλησαν τη σημασία των περιβαλλοντολογικών ζητημάτων, παρ' όλο που με την εκτεταμένη ανάπτυξη του τουρισμού οι απειλές σχετικά με τους φυσικούς πόρους έχουν γίνει μείζονος σημασίας.

Μόνο πρόσφατα έχει διαπιστωθεί ότι ο τουρισμός και το περιβάλλον είναι αδιάσπαστα και αλληλένδετα και έχουν καταβληθεί προσπάθειες για την εξασφάλιση της προστασίας του περιβάλλοντος. Οι σύγχρονοι τουρίστες έχουν γίνει περισσότερο απαιτητικοί, ζητούν υψηλής ποιότητας φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον και είναι πρόθυμοι να πληρώσουν υψηλά ποσά για να το αποκτήσουν.

Φυσικό περιβάλλον:

❖ αέρας

Ο σημαντικότερος αντίκτυπος του τουρισμού εμφανίζεται κατά τη διάρκεια της μετακίνησης του τουρίστα από και προς τον τουριστικό προορισμό, αλλά και κατά τη διάρκεια της παραμονής του σε αυτόν. Ο βαθμός των περιβαλλοντολογικών επιπτώσεων εξαρτάται κατά ένα μέρος από το μέσο μεταφοράς που χρησιμοποιεί ο κάθε τουρίστας. Πολλά μέσα μεταφοράς, όπως λεωφορεία, αυτοκίνητα και μοτοσικλέτες, μπορούν να προκαλέσουν ατμοσφαιρική ρύπανση και καταστροφή σε ιστορικά μνημεία. □ Η ατμοσφαιρική ρύπανση είναι ιδιαίτερα έντονη σε αστικές περιοχές και σε περιοχές με έντονη τουριστική κίνηση.

❖ νερό

Αύξηση αναγκών σε νερό για την υποστήριξη της τουριστικής δραστηριότητας (καθαριότητα, πόση, συντήρηση κήπων, πισίνες, τζακούζι, water parks, γήπεδα γκολφ, κ.ά. Ιδιαίτερα έντονο είναι το πρόβλημα σε πολλά νησιά και παράκτιες περιοχές, τους μήνες κατά τους οποίους υπάρχει έντονη χωρική και χρονική συγκέντρωση των τουριστών. Η κατάχρηση των πόρων του νερού έρχεται σε σύγκρουση με τις ανάγκες για άλλες οικονομικές χρήσεις, όπως είναι η γεωργία, η κτηνοτροφία, κλπ.

1.9.1. Λανθασμένη διαχείριση των απορριμμάτων

Η λανθασμένη ή πλημμελής διαχείριση των απορριμμάτων μπορεί να έχει καταστροφικές συνέπειες για το περιβάλλον και αφορά την πλειοψηφία των φυσικών πόρων. Κάποιες τουριστικές περιοχές δεν έχουν συγκεκριμένο σχέδιο διαχείρισης του μεγάλου όγκου των αποβλήτων που προκύπτει την εποχή της έντονης τουριστικής κίνησης απορρίπτονται ανεξέλεγκτα σε παράνομες χωματερές, υποβαθμίζοντας την αισθητική του τοπίου και δημιουργώντας σοβαρές εστίες μόλυνσης.

Η κατασκευή έργων υποδομής για τους τουρίστες μπορεί επίσης να επιδράσει αρνητικά στο περιβάλλον. Η κατασκευή γηπέδων γκολφ μπορεί να οδηγήσει στην καταστροφή των δασών και των περιοχών φυσικού κάλλους.

Η μόλυνση των υδάτων και η ρύπανση δημιουργεί σημαντικά προβλήματα. Πολλά παραθαλάσσια ξενοδοχεία έχουν μολύνει τα ύδατα, ρίχνοντας ακατέργαστα λύματα στη θάλασσα. Τα ακατέργαστα λύματα και η έκχυση βενζίνης από τα καράβια βλάπτουν τα υδρόβια φυτά και τα ψάρια και επίσης προκαλούν τη δυσαρέσκεια των τουριστών. Η ρύπανση της θάλασσας είναι ένας από τους πιο καθοριστικούς παράγοντες επηρεασμού της τουριστικής ζήτησης.

Η αλόγιστη χρήση των φυσικών πόρων από τον τουρισμό μπορεί να μεταβάλλει και να καταστρέψει ακόμη και την οικολογική ισορροπία μιας περιοχής. Ως αποτέλεσμα της ανεξέλεγκτης τουριστικής ανάπτυξης η χλωρίδα και η πανίδα μιας περιοχής μπορεί να μειωθεί ή ακόμη και να εξαφανισθεί.

Παρά τις αρνητικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο περιβάλλον υποστηρίζεται ότι οι ζημιές που προκαλεί ο τουρισμός δεν είναι τόσο σημαντικές, συγκρινόμενες με αυτές της βαριάς βιομηχανίας. Οι επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης, αν και στην πλειοψηφία τους επιβαρύνουν το περιβάλλον, σε κάποιες περιπτώσεις μπορούν να αποτελέσουν αφορμή για ορθή διαχείριση και προστασία του, με την προϋπόθεση ότι η ανάπτυξη είναι προϊόν ορθολογικού σχεδιασμού με προοπτικές βιωσιμότητας.

Το φυσικό περιβάλλον επωφελείται με ποικίλους τρόπους από τον τουρισμό. Αρχικά τα εισοδήματα που προέρχονται από τους τουρίστες μπορούν να συμβάλλουν στον καθαρισμό και στον έλεγχο της ατμοσφαιρικής και της θαλάσσιας ρύπανσης, στην αποκομιδή των απορριμμάτων και σε κάθε είδους περιβαλλοντολογική αισθητική. Επίσης, οι τουρίστες που ενδιαφέρονται για το φυσικό περιβάλλον μιας περιοχής «πληρώνουν» για την ίδρυση και τη λειτουργία εθνικών πάρκων και τη διατήρηση περιοχών φυσικού κάλους. Τα χρήματα που συγκεντρώνονται από τα εισιτήρια εισόδου σε εθνικά πάρκα, μουσεία, ζωολογικούς κήπους και αρχαιολογικούς χώρους βοηθούν στην κάλυψη των δαπανών για τη συντήρησή τους.

Δομημένο ή ανθρωπογενές περιβάλλον

Ο τουρισμός μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως ένα σημαντικό μέσο για τη διατήρηση του ανθρωπογενούς περιβάλλοντος. Οι ιστορικές τοποθεσίες, τα μνημεία και τα διάφορα κτίρια μπορούν να αποτελέσουν σημαντική έλξη για τους τουρίστες και ο τουρισμός υποκινεί πολλές φορές την προστασία τους, τη διατήρησή τους και την αναπαλαίωση τους προς όφελος του κοινωνικού συνόλου. Πολλά από τα υπάρχοντα αξιοθέατα ίσως δεν θα είχαν επιζήσει χωρίς τη συμβολή των τουριστών μέσω της πληρωμής εισιτηρίων εισόδου.

Εκτός από τις θετικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο δομημένο περιβάλλον ο τουρισμός έχει πολλούς άλλους αρνητικούς αντίκτυπους.

- Η ζήτηση οικοπέδων για την κατασκευή ξενοδοχείων, συγκροτημάτων αναψυχής και τουριστικής υποδομής έχει οδηγήσει σε οπτική ακαλαισθησία, καθώς επίσης και σε καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος. Επιπλέον, σε περιόδους αιχμής

τα συστήματα της ύδρευσης και της συγκομιδής λυμάτων και το οδικό δίκτυο δεν είναι πάντοτε ικανά να ικανοποιήσουν την έντονη ζήτηση των τουριστών.

- Υπάρχουν περιπτώσεις που λόγω της τουριστικής ανάπτυξης, οι ντόπιοι κάτοικοι δεν έχουν πρόσβαση στην πατρική τους γη. Π.χ., στη Μεσόγειο πολλά ξενοδοχεία έχουν εμποδίσει την πρόσβαση στην ακτή και στη θάλασσα γιατί αυτό επιτρέπεται αποκλειστικά και μόνο στους πελάτες τους. Σε τέτοιες περιπτώσεις συχνά εκφράζονται διαμαρτυρίες από τον ντόπιο πληθυσμό.
- Η συγκέντρωση του μαζικού τουρισμού πολλές φορές προκαλεί έλλειψη σχεδιασμού χρήσης γης, αυθαίρετη δόμηση, ανεπαρκή διαχείριση των απορριμμάτων και ελλείψεις στην υποδομή, δημιουργώντας παράλληλα και σοβαρά περιβαλλοντολογικά προβλήματα.

1.10. ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

Τις τελευταίες δεκαετίες οι περισσότερες κυβερνήσεις έχουν κατανοήσει ότι με το να δέχονται τουρίστες προσφέρουν προς χρήση με οικονομικά ανταλλάγματα, όχι μόνο το φυσικό τους περιβάλλον, αλλά και τον πολιτισμό και την κοινωνία τους.

Όταν ο αριθμός των τουριστών αυξηθεί σε μέγεθος, προκαλούνται αμετάκλητες αλλοιώσεις στις κοινωνικές δομές, τις αξίες και τις παραδόσεις. Η πλειοψηφία των μελετών που αναφέρονται στις επιπτώσεις του τουρισμού επικεντρώνουν το ενδιαφέρον τους στη σχέση μεταξύ κατοίκων και επισκεπτών. Από την επικοινωνία αυτή μπορεί να προκύψουν τόσο θετικές όσο και αρνητικές επιπτώσεις στον τρόπο ζωής, τις αξίες και την ηθική συμπεριφορά των ντόπιων

Τρόπος ζωής και αξίες

Μόνο ένα μικρό μέρος των τουριστικών μελετών έχει τονίσει τις θετικές πτυχές της αλληλεπίδρασης των τουριστών και των κατοίκων:

- βελτίωση της διεθνούς κατανόησης μεταξύ των τουριστών και του ντόπιου πληθυσμού.
- διεθνής ειρήνη.
- αμοιβαίος σεβασμός μεταξύ του τουρίστα και του ντόπιου πληθυσμού.
- δημογραφική αναγέννηση λόγω της συγκράτησης του πληθυσμού της υπαίθρου και των νησιωτικών περιοχών μέσω της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας, αμβλύνοντας έτσι το πρόβλημα της μετανάστευσης και της αστικοποίησης.

Μέσω των νέων ευκαιριών απασχόλησης είναι δυνατή η οικονομική αυτονομία πολλών γυναικών, που καταφέρνουν να αποκτήσουν την ανεξαρτησία τους και τον έλεγχο του οικογενειακού τους περιβάλλοντος. Οι νέες ευκαιρίες απασχόλησης που δημιουργούνται στον τουριστικό κλάδο είναι δυνατό να οδηγήσουν στη διαστρέβλωση των υπάρχοντων κοινωνικών και δημογραφικών δομών μιας περιοχής. Η γοητεία που πολλές φορές προσφέρει η απασχόληση στον τουρισμό προσελκύει διάφορα άτομα, συνήθως νεότερης ηλικίας, τα οποία συχνά εγκαταλείπουν τις αγροτικές περιοχές με σκοπό να μεταναστεύσουν στα τουριστικά θέρετρα.

Ο μεγάλος αριθμός τουριστών οδηγεί στην εμπορευματοποίηση των ανθρωπίνων σχέσεων, με αποτέλεσμα ο τουρισμός να κατηγορείται για διάβρωση της φιλοξενίας και της φιλικότητας των ντόπιων. Υπάρχουν περιπτώσεις που ο συνωστισμός τουριστών σε ορισμένες περιοχές ενοχλεί τους κατοίκους και τους κάνει να αγανακτούν. Ο μαζικός τουρισμός είναι μια δύναμη που καταστρέφει όχι μόνο τις πολιτιστικές αξίες αλλά και τις κοινωνικές συνήθειες. Ενδεικτικά τα πρότυπα κατανάλωσης και συμπεριφοράς των τουριστών πείθουν πολύ συχνά τους ντόπιους κατοίκους και ιδιαίτερα τη νέα γενιά να υιοθετήσουν τη συμπεριφορά και τον τρόπο ζωής των εισερχόμενων τουριστών (μιμητισμός).

Παρ' όλα αυτά είναι αρκετά δύσκολο να μελετηθεί η επίδραση του τουρισμού στη ζωή των ντόπιων κατοίκων, αφού υπάρχουν διάφορες άλλες δυνάμεις κοινωνικής αλλαγής, όπως τα μαζικά μέσα διαφήμισης και επικοινωνίας, που έχουν σημαντικές αρνητικές επιδράσεις στη ζωή των κατοίκων.

Ηθική συμπεριφορά

- Μια από τις πιο δυσμενείς κριτικές που έχει δεχθεί ο τουρισμός είναι ότι οδηγεί σε αύξηση της πορνείας και των άλλων σχετιζόμενων σεξουαλικών δραστηριοτήτων, όπως έχει διαπιστωθεί σε πολλά ασιατικά κράτη και νησιά του Ειρηνικού Ωκεανού.
- Ο τουρισμός επίσης έχει επικριθεί για τη μετάδοση σεξουαλικών μεταδιδόμενων νοσημάτων, όπως το AIDS.

Εγκληματικότητα

- Διάφορες μελέτες υποστηρίζουν ότι ο τουρισμός οδηγεί στην αύξηση της εγκληματικότητας - αύξηση διαρρήξεων, βιασμών, συμπλοκών, εν γένει παραβατικής συμπεριφοράς.

Τζόγος

- Πολλά καζίνο έχουν κατασκευασθεί κυρίως σε περιοχές με περιορισμένους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους για την αναζωογόνηση της οικονομίας τους.

Συνηθίζεται να λέγεται ότι η δημιουργία καζίνο και επιχειρήσεων τυχερών παιχνιδιών ενώ δημιουργεί θέσεις εργασίας και αυξάνει τις πληρότητες των ξενοδοχείων, συντελεί στην αύξηση των κλοπών, της βίας, του αλκοολισμού, της εγκληματικότητας και της πορνείας.

Αλκοολισμός

- Η κατανάλωση αλκοολούχων ποτών πολλές φορές συσχετίζεται με τον τουρισμό. Τα μαγαζιά που ανοίγουν για να προσφέρουν αλκοολούχα ποτά στους τουρίστες αυξάνουν τις ευκαιρίες για την κατανάλωση αλκοόλ από τους ντόπιους κατοίκους.

Ναρκωτικά και επαιτεία

- Ο τουρισμός έχει επικριθεί ότι οδηγεί στην αύξηση της κατανάλωσης ναρκωτικών ουσιών από τους ντόπιους. Υπάρχουν άτομα που επισκέπτονται τουριστικούς προορισμούς που είναι διάσημοι για την ελεύθερη εμπορία και κατανάλωση ναρκωτικών ουσιών. Για παράδειγμα, στο Άμστερνταμ η πώληση ελαφρών ναρκωτικών ουσιών είναι ελεύθερη σε αρκετές από τις καφετέριες της πόλης. Τέλος, στα περισσότερα υπανάπτυκτα κράτη οι ντόπιοι συχνά ζητιανεύουν από τους τουρίστες, όπως γίνεται στο Βιετνάμ από τα ανήλικα παιδιά.

1.11. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Πολλές μελέτες έχουν συμπεράνει ότι ο τουρισμός αποτελεί μέσο ενθάρρυνσης και οικονομικής ώθησης των πολιτιστικών δραστηριοτήτων, όπως των παραδοσιακών χορών, της μουσικής και του θεάτρου, ενώ συνεισφέρει στη συντήρηση και μερικές φορές στην αναζωογόνηση της χειροτεχνίας, της εγγενούς τέχνης, της λαογραφίας, των τοπικών πανηγυριών και των φεστιβάλ.

Ο τουρισμός τις περισσότερες φορές αποτελεί ερέθισμα για τη διατήρηση της φυσικής και της πολιτιστικής κληρονομιάς. Διαμέσου των εισπράξεων από τις πωλήσεις εισιτηρίων εισόδου σε διάφορους χώρους, πολλές τοπικές τέχνες και η φυσική και η πολιτιστική κληρονομιά, που κάτω από άλλες συνθήκες μπορεί να ήταν υπό εξαφάνιση, έχουν τη δυνατότητα να διατηρηθούν. Η διατήρηση του περιβάλλοντος και της μνημειακής αρχιτεκτονικής προσελκύει τουρίστες και συνεπώς βοηθάει την ενίσχυση της οικονομίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

2.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η τουριστική ανάπτυξη παρουσιάζει αλληλεξάρτηση με τις περιβαλλοντικές συνθήκες από πολλές απόψεις. Στοιχεία του φυσικού, κυρίως, αλλά και του δομημένου περιβάλλοντος, αποτελούν εισροή στην τουριστική παραγωγική διαδικασία. Η διαδικασία αυτή, όμως, έχει και σημαντικές περιβαλλοντικές εκροές. Αυτές μπορεί να επηρεάζουν το περιβάλλον είτε ευνοϊκά, είτε δυσμενώς. Γενικότερα, οι περιβαλλοντικές συνθήκες, έτσι όπως διαμορφώνονται και από τις περιβαλλοντικές εκροές του τουριστικού κλάδου, αποτελούν με τη σειρά τους σημαντική συνιστώσα του τουριστικού προϊόντος (Λουκής,2007).

Η παραγωγή τουριστικών υπηρεσιών, όπως και η παραγωγή πολλών αγαθών, συνεπάγεται αναπόφευκτα τη χρήση περιβαλλοντικών πόρων και, από ορισμένες τουλάχιστον απόψεις, την ανάλωση, τη βλάβη ή την αλλοίωση τους. Έτσι, π.χ., η μετάβαση από την προηγούμενη χρήση ή χρήσεις μιας παραλιακής περιοχής στην τουριστική χρήση και η δημιουργία σ' αυτήν τουριστικών εγκαταστάσεων μοιραία μεταβάλλει ορισμένα τουλάχιστον από τα στοιχεία της τόσο τα φυσικά όσο και τα αισθητικά.

Πέρα από τις αναπόφευκτες αυτές μεταβολές, ως αποτέλεσμα της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής δημιουργούνται νέες περιβαλλοντικές συνθήκες σ' αυτήν, οι οποίες, σε σύγκριση με τις αρχικές, μπορεί να παρουσιάζουν πλεονεκτήματα. Ειδικότερα η τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής, υπό τους κατάλληλους όρους και προϋποθέσεις, μπορεί να συμβάλει στην αναβάθμιση της ποιότητας του περιβάλλοντος ή ακόμη και στη δημιουργία νέων περιβαλλοντικών αγαθών, ειδικότερα σε ό,τι αφορά το δομημένο περιβάλλον, κάτι που δεν συμβαίνει με πολλές άλλες σύγχρονες χρήσεις. Υπενθυμίζεται ότι η ελκυστικότητα πολλών τουριστικών περιοχών και δη εκείνων που προσελκύουν επισκέπτες με υψηλότερα εισοδήματα, οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στα ανθρωπογενή τους στοιχεία και ιδίως στο χαρακτήρα που έχει λάβει το δομημένο περιβάλλον τους (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001).

Οι θετικές και αρνητικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο περιβάλλον ανάγονται εν μέρει στη σφαίρα της αισθητικής. Επειδή δε, σε ό,τι αφορά την αισθητική, οι απόψεις μπορεί να διαφέρουν σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό απ' ό,τι συμβαίνει σε σχέση με τις φυσικές παραμέτρους και χαρακτηριστικά, η συναγωγή συμπερασμάτων γενικής αποδοχής σε ό,τι αφορά τις επιδράσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο περιβάλλον μιας περιοχής δεν είναι εύκολη. Είναι όμως ενδιαφέρον να επισημανθεί ότι, στις περισσότερες περιπτώσεις, και εκείνοι που αμφισβητούν την περιβαλλοντική αξία μιας συγκεκριμένης τουριστικής ανάπτυξης ή διεκτραγωδούν την περιβαλλοντική ζημία που αυτή έχει προκαλέσει, δεν αμφισβητούν τις δυνατότητες που υπάρχουν, η τουριστική ανάπτυξη να έχει αγαθές επιδράσεις στο περιβάλλον.

Στις περισσότερες περιπτώσεις οι αντιρρήσεις δεν αναφέρονται σε όποια τουριστική ανάπτυξη αλλά στην εκάστοτε συγκεκριμένη μορφή που αυτή λαμβάνει. Πολλοί δε από αυτούς που υιοθετούν κριτική στάση απέναντι στη συγκεκριμένη μορφή που έχει λάβει η ανάπτυξη σε μια περιοχή ταυτόχρονα έχουν και γνώμη για το πώς θα έπρεπε να γίνει η ανάπτυξη, έτσι ώστε να δημιουργηθεί δομημένο αλλά και φυσικό περιβάλλον υψηλής ποιότητας. Αμφισβητούν το αποτέλεσμα των συγκεκριμένων επιλογών που έγιναν ως προς τον τρόπο ανάπτυξης και όχι τις δυνατότητες τουριστικής ανάπτυξης με περιβαλλοντική ποιότητα. Υπάρχουν βέβαια και οι αρνητές κάθε μορφής ανάπτυξης. Αν όμως κρίνει κανείς από την μεγάλη αξία που αποδίδουν οι πλείστοι στα οικονομικά αγαθά, στη βελτίωση της οικονομικής τους θέσης και την εξεύρεση ικανοποιητικής απασχόλησης, είναι φανερό ότι στην πράξη η άποψη αυτή δεν γίνεται γενικότερα δεκτή. Ζητούμενο είναι η ανάπτυξη με σεβασμό στο περιβάλλον και όχι η άρνηση της ανάπτυξης.

Σε αντιδιαστολή με το ανθρωπογενές περιβάλλον, ιδίως σε ότι αφορά την αισθητική του διάσταση, στην περίπτωση του φυσικού περιβάλλοντος η βλάβη ή η φθορά είναι περισσότερο αντικειμενικά εξακριβώσιμες. Και εν προκειμένω η τουριστική ανάπτυξη δεν ενοχοποιείται για καμιά από τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις που έχουν σοβαρές και ανεπανόρθωτες ή δύσκολα επανορθώσιμες συνέπειες, όπως συμβαίνει με άλλους κλάδους όπως ο πρωτογενής τομέας, η μεταποίηση, ο ενεργειακός ή ο μεταφορικός τομέας.

Αντίθετα, η τουριστική δραστηριότητα ακόμη και σε περιοχές σχετικά υψηλής συγκέντρωσης έχει συγκριτικά ήπιες περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Δεν συνεπάγεται μεγάλης έκτασης εκπομπές αερίων θερμοκηπίου, δεν παράγει επικίνδυνα απόβλητα, δεν συνεπάγεται υψηλή ατμοσφαιρική ρύπανση, δεν συνεπάγεται μεγάλης έκτασης ανάλωση εξαντλήσιμων πόρων, δεν συνδέεται με σοβαρούς κινδύνους υγείας ή ασφάλειας του κοινού, δεν ενοχοποιείται για όξινη βροχή, ούτε και ενοχοποιείται για εξαφάνιση ειδών ή την καταστροφή μεγάλης περιβαλλοντικής σημασίας βιοτόπων. Γενικά η τουριστική δραστηριότητα δεν θεωρείται μείζων πηγή κανενός από τα μεγάλα περιβαλλοντικά προβλήματα που απασχολούν την ανθρωπότητα (Σαΐτας, 1995).

Τα περισσότερα περιβαλλοντικά προβλήματα που μπορεί να συνεπάγεται η τουριστική δραστηριότητα είναι τοπικής σημασίας, κατά κανόνα δε είτε μπορούν να αντιμετωπιστούν με την κατάλληλη υποδομή, είτε μπορούν να προληφθούν με τον κατάλληλο σχεδιασμό. Έτσι λ.χ., με τις κατάλληλες εγκαταστάσεις καθαρισμού λυμάτων μπορεί να αντιμετωπιστεί αποτελεσματικά το πρόβλημα της ρύπανσης των υδάτων, με τους κατάλληλους όρους δόμησης και την πιστή εφαρμογή τους μπορεί να περιοριστεί σε μεγάλο βαθμό η καταστροφή του πρασίνου, να μειωθούν οι πιθανότητες πυρκαγιών και να προληφθεί η δημιουργία υπερβολικών συγκεντρώσεων σε ορισμένες περιοχές, ενώ με την κατάλληλη ενίσχυση της υποδομής των μεταφορών μπορεί να αποφευχθούν φαινόμενα κυκλοφοριακής συμφόρησης.

Στη χώρα μας τουλάχιστον, στο βαθμό που ακούγονται παράπονα ή ασκείται κριτική για περιβαλλοντικές βλάβες που προκαλούνται από την τουριστική ανάπτυξη, τα προβλήματα δεν είναι απότοκα της τουριστικής ανάπτυξης καθ' εαυτήν, αλλά της πλημμελούς τήρησης των νόμων ή πλημμελούς σχεδιασμού.

Με γνώμονα τη συμβολή του στη διαμόρφωση του ΑΕΠ, τη δημιουργία θέσεων απασχόλησης και τις εξαγωγικές του επιδόσεις, ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους ζωτικότερους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας στη χώρα μας. Η σημασία του αυτή, μεγάλη για τη χώρα ως σύνολο, είναι αποφασιστική για τις περιφέρειες και τις περιοχές εκείνες που ειδικεύονται στην παροχή τουριστικών υπηρεσιών, οι περισσότερες από τις οποίες είναι οικονομικά ευπαθείς και υστερούν από την άποψη των προϋποθέσεων για την ανάπτυξη εναλλακτικών παραγωγικών δραστηριοτήτων. Δεδομένου ότι η περαιτέρω ανάπτυξη της χώρας και η πραγματική της σύγκλιση προς τον ευρωπαϊκό μέσο όρο αποτελούν κορυφαία επιδίωξη για το προσεχές μέλλον, είναι ανάγκη να αξιοποιηθούν στον μεγαλύτερο δυνατό βαθμό οι δυνατότητες για περαιτέρω ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου.

Όπως αναφέρθηκε, η τουριστική ανάπτυξη, όπως και κάθε μορφή οικονομικής ανάπτυξης, μπορεί να έχει ανεπιθύμητες περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Με βάση όμως τα προηγούμενα, η μεν περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη είναι αναγκαία οι δε περιβαλλοντικές επιπτώσεις όχι απειλητικές. Έτσι, πριν προβάλει κανείς σοβαρά προσκόμματα στην τουριστική ανάπτυξη σε μια περιοχή, με το φόβο ότι αυτή θα βλάψει το περιβάλλον, πρέπει να εξετάζει με προσοχή τη σημασία των ωφελημάτων από την ανάπτυξη αυτή τόσο για την περιοχή για την οποία πρόκειται όσο και για την εθνική οικονομία, σε σύγκριση με τη σημασία της πιθανής περιβαλλοντικής βλάβης. Ακόμη δε και εκεί όπου η περιβαλλοντική βλάβη πιθανολογείται ότι μπορεί να είναι σοβαρή, πριν καταλήξει κανείς στο συμπέρασμα ότι πρέπει, για περιβαλλοντικούς λόγους, να σταματήσει ή να εμποδιστεί η τουριστική ανάπτυξη, είναι ανάγκη να εξετάζει με προσοχή αν υπάρχουν τρόποι πρόληψης ή περιορισμού της περιβαλλοντικής βλάβης, οι οποίοι και πρέπει να τίθενται ως όροι στην ανάπτυξη προκειμένου να επιτραπεί η πραγματοποίησή της.

Βασικό κίνητρο για την εξέταση των αλληλεξαρτήσεων μεταξύ τουριστικής ανάπτυξης και περιβάλλοντος, η οποία αποτελεί αντικείμενο αυτής της μελέτης, είναι η αίσθηση ότι σε αρκετές περιπτώσεις αντί της ορθολογικής και ψυχραιμής προσέγγισης, που μόλις περιγράφηκε, υιοθετούνται άκριτα μαξιμαλιστικές εκτιμήσεις για την ενδεχόμενη περιβαλλοντική βλάβη και τη σημασία της και υποτιμάται ή περιφρονείται η σημασία της ανάπτυξης.

Ο τουριστικός κλάδος στη χώρα μας αντιμετωπίζει εντονότατο διεθνή ανταγωνισμό και έχουμε κάθε λόγο να μην δυσχεραίνουμε περισσότερο τη θέση του, δημιουργώντας πρόσθετα εμπόδια στην ανάπτυξη ή ακόμη και την επιβίωση του, χωρίς να εξετάζουμε

με προσοχή πόσο σοβαρή ανεπανόρθωτη είναι η βλάβη του περιβάλλοντος, η οποία εικάζεται ή πιθανολογείται.

2.2. ΠΡΟΤΥΠΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Η τελευταία εικοσαετία χαρακτηρίζεται από τις συστηματικές προσπάθειες διερεύνησης των προϋποθέσεων εφαρμογής νέων προτύπων τουριστικής ανάπτυξης τα οποία θα ανταποκρίνονται στις σύγχρονες κοινωνικές απαιτήσεις για καθαρό περιβάλλον, σεβασμό στις τοπικές ιδιομορφίες, αποκέντρωση και συμμετοχή των κατοίκων στις αναπτυξιακές διαδικασίες. Η δεκαετία που διανύουμε δείχνει ότι θα είναι η δεκαετία της ωρίμανσης αυτών των τάσεων που σηματοδοτούν ουσιαστικά μια διαφορετική ιστορική και οργανωτική φάση της τουριστικής ανάπτυξης με δυναμικές ανακατατάξεις όσον αφορά τα κίνητρα των τουριστικών ταξιδιών, τα νέα κοινωνικά και πολιτιστικά πρότυπα των τουριστών, την ιδιαίτερη σημασία που αποκτάει το περιβάλλον και η προστασία του για το σύγχρονο τουρισμό, τις επιπτώσεις των εξελίξεων της τεχνολογίας στον τουρισμό.

Οι κυριότερες από αυτές τις νέες τάσεις και αλλαγές που αποτελούν και αντικείμενο ιδιαίτερου επιστημονικού ενδιαφέροντος είναι οι ακόλουθες(Τσάρτας,1998) :

- Η διαμόρφωση των συνθηκών που οδήγησαν στην αμφισβήτηση του οργανωμένου μαζικού τουρισμού και στην ανάπτυξη των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού,
- ο ρόλος των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην ανάδειξη ήπιων και αειφορικών μοντέλων ανάπτυξης,
- τα κοινωνικά και καταναλωτικά πρότυπα του σύγχρονου τουρίστα στη μεταβιομηχανική κοινωνία και
- οι μελλοντικές τάσεις εξέλιξης.

Ορισμένοι παράγοντες αμφισβητούν το πρότυπο του οργανωμένου τουρισμού και προωθούν την ανάπτυξη των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές αποτελούν το νέο δυναμικό και αναπτυσσόμενο πρότυπο τουρισμού και αποτελούν τη σύνθεση μιας τεράστιας ποικιλίας κινήτρων τουριστικών ταξιδιών, πολλά από τα οποία διαμορφώθηκαν μετά το 1970. Η σημασία της ανάπτυξης αυτών των μορφών έγκειται στην αντίθεση των περισσότερων από αυτές με τον οργανωμένο μαζικό τουρισμό διακοπών.

Σε πολλές περιπτώσεις η διαφορά αυτών των μορφών δεν αφορά το στόχο του ταξιδιού, π.χ «διακοπές» αλλά το περιεχόμενο και το νόημα που έχει η ταξιδιωτική εμπειρία στο πλαίσιο ενός ταξιδιού με παρόμοιο στόχο. Αποτελούν υπό αυτή την

έννοια, το αποτέλεσμα μιας συστηματικής αμφισβήτησης του τουρισμού του «πακέτου» και των αντίστοιχων επιπτώσεων που επιφέρει στις περιοχές υποδοχής.

Οι παράγοντες που οδηγούν σε αυτή την αμφισβήτηση είναι οι παρακάτω:

- Η αμφισβήτηση του οικονομικού και αναπτυξιακού οφέλους των τουριστικών περιοχών.
- Οι σύνθετες προσεγγίσεις στις επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης
- Οι παρεμβάσεις των διεθνών οργανισμών και των επιστημονικών φορέων
- Οι αλλαγές στα κίνητρα των τουριστών και οι πιέσεις των τοπικών κοινωνικών ομάδων και φορέων.

2.2.1. Συγκρότηση και λειτουργία των προτύπων

Η αρχική διαμόρφωση των προτύπων τουριστικής ανάπτυξης είναι αποτέλεσμα της επένδυσης πολλών παραγόντων που συνδέονται με τη ζήτηση και με την προσφορά σε όλα τα επίπεδα. Όμως η ουσιαστική συγκρότηση και η σταθερή λειτουργία ενός προτύπου ανάπτυξης εξαρτάται από την αλληλεπίδραση της ζήτησης και της προσφοράς. Σε κάθε περίπτωση είναι δύσκολο να εκτιμηθεί αν η αφετηρία αυτής της διαδικασίας είναι η ζήτηση (περιοχές αποστολής τουριστών) ή η προσφορά (περιοχές υποδοχής τουριστών). Στις περισσότερες περιπτώσεις φαίνεται ότι η ζήτηση αποτελεί τον βασικό πόλο της αρχικής ενεργοποίησης αυτής της σχέσης.

Αυτό γίνεται μέσω κάποιων σημαντικών εξελίξεων, στις χώρες αποστολής τουριστών, όπως είναι :

- 1) Η διαμόρφωση των συγκροτημένων καταναλωτικών προτύπων των τουριστών
- 2) Συγκρότηση των τουριστών σε «ομάδες – στόχους» καταναλωτών με συγκεκριμένες επιλογές στα ταξίδια τους.
- 3) Η πολιτική των εταιριών που ασχολούνται με τον τουρισμό, οι οποίες ευνοούν την γεωγραφική εξάπλωση της τουριστικής ανάπτυξης και την εξειδίκευση της τουριστικής προσφοράς, έτσι ώστε να καλύπτονται οι απαιτήσεις όλων των τύπων τουριστών. Η προσφορά από την πλευρά της διαμορφώνει αντίστοιχα τα ανάλογα δεδομένα ώστε να ανταποκριθεί σε αυτή τη ζήτηση :

- α) Υποδομές και υπηρεσίες σχετικές με τη διαμονή και τις δραστηριότητες των τουριστών.
- β) Ανάδειξη των τοπικών πόρων που μπορούν να έχουν τουριστική χρήση.
- γ) Ειδικό θεσμικό πλαίσιο σχετικό με την τουριστική ανάπτυξη.

Με αυτό τον τρόπο και μέσω μιας δυναμικής εξελικτικής διαδικασίας συγκροτούνται τα πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης στις τουριστικές χώρες. Αποτελούν το κοινό πεδίο δράσης της τουριστικής ζήτησης και προσφοράς και σταθερά τμήματα του τουριστικού προϊόντος, καθώς και βάση της τουριστικής ανάπτυξης. Η μελέτη της πορείας συγκρότησής τους δείχνει ότι υπάρχει μια τάση δημιουργίας νέων προτύπων την τελευταία 20ετία. Τα πρότυπα αυτά αρχικά αποτελούν εξειδικεύσεις των παλαιότερων, αλλά σταδιακά λειτουργούν ως αυτοδύναμα πρότυπα στις τουριστικές χώρες. Τέτοια είναι τα πρότυπα τουρισμού σε θύλακες, καθώς και αυτό του αειφορικού τουρισμού, τα οποία προέκυψαν αρχικά ως μια εξειδίκευση των προτύπων του οργανωμένου μαζικού τουρισμού διακοπών και του προτύπου του παραθερισμού

Η τελική επιβίωση αυτών των προτύπων εξαρτάται άμεσα από τη σταθερότητα και το δυναμισμό της ζήτησης, αλλά και από τις ανάλογες κινήσεις και προσαρμογές της προσφοράς για τη δημιουργία, λειτουργία, διαχείριση και προβολή των κατάλληλων τουριστικών υποδομών, δραστηριοτήτων και πόρων που σχετίζονται με αυτό το πρότυπο. Στα πλαίσια αυτά, το πρότυπο ή τα πρότυπα που υπάρχουν στην κάθε τουριστική περιοχή αποτελούν τη βάση της τουριστικής ανάπτυξής της, αλλά και ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του τουριστικού προϊόντος που προσφέρει.

2.2.2. Οι πόλοι της προσφοράς και της ζήτησης που εμπλέκονται στη διαδικασία της τουριστικής ανάπτυξης.

Η εδραίωση μιας τουριστικής περιοχής στον εθνικό ή διεθνή χώρο εξαρτάται άμεσα από τη δημιουργία και τη λειτουργία ορισμένων προτύπων τουριστικής ανάπτυξης. Καθοριστικό ρόλο σε αυτή τη διαδικασία έχει η ανάπτυξη, η οργάνωση και η διαχείριση των πόρων, των υποδομών και των υπηρεσιών, οι οποίες αποτελούν στο σύνολό τους την προσφορά, καθώς και των τουριστικών ρευμάτων που συνθέτουν τον αντίστοιχο πόλο της ζήτησης της κάθε περιοχής (Κωκκόσης – Τσιάρτας, 2001)..

2.2.2.1. Ο πόλος της προσφοράς (πόροι, υποδομές, υπηρεσίες)

- Οι φυσικοί και περιβαλλοντικοί πόροι καλύπτουν ορισμένα από τα βασικότερα κίνητρα της ζήτησης των τουριστών. Ο πλούτος, η ποικιλία τους και πάνω απ' όλα η διαχείριση και η προστασία τους αποτελούν σημαντικές παραμέτρους της ζήτησης γι' αυτούς τους πόρους. Αποτελούν τη βάση για οργανωμένα ταξίδια, αλλά και για ταξίδια ειδικών κινήτρων.

- Οι πολιτισμικοί πόροι έχουν ως ιδιαίτερο χαρακτηριστικό αυτό της επικοινωνίας ανάμεσα σε λαούς και πολιτισμούς. Εδώ πολύ συχνά η ανθρώπινη παρέμβαση δίνει την μορφή τουριστικών πόρων, ενώ και σε αυτή την ομάδα παρατηρούνται οργανωμένα ταξίδια και ταξίδια ειδικών κινήτρων (πολιτιστικός, εκπαιδευτικός τουρισμός).
- Οι ανθρωπογενείς πόροι είναι σύνθετοι (πολιτισμός, ιστορία, περιβάλλον) και τους δημιουργεί η ανθρώπινη παρέμβαση. Η χρήση τους μπορεί να αφορά αποκλειστικά ή όχι τους τουρίστες.
- Τοπία και περιβαλλοντικά πάρκα αποτελούν σύνθεση διαφορετικών στοιχείων όπως περιβάλλον, πολιτισμός και η παρέμβαση του ανθρώπου είναι λιγότερο ή περισσότερο σημαντική στη διαμόρφωσή τους ως πόρων.
- Οι υποδομές και οι υπηρεσίες της τουριστικής περιοχής αποτελούν τη βάση στην οποία στηρίζεται ο τοπικός τουριστικός τομέας. Το εύρος, η ποιότητα, η εξειδίκευση και η σωστή διαχείρισή τους είναι σημαντικοί παράγοντες που καθορίζουν τα χαρακτηριστικά της προσφοράς κάθε περιοχής.

2.2.2.2. Ο πόλος της ζήτησης (τουριστικά ρεύματα)

Τα τουριστικά ρεύματα καταγράφουν τη σύνθεση της ζήτησης των τουριστών σε δύο διαστάσεις του ταξιδιού, την γεωγραφική και την κοινωνιολογική. Η γεωγραφική επισημαίνει την περιοχή επίσκεψης των τουριστών και η κοινωνιολογική συνδέεται με τον τύπο του ταξιδιού και τα κίνητρα των τουριστών. Τα τουριστικά ρεύματα που κατευθύνονται προς τουριστικές ζώνες είναι δύο ειδών α) αυτά που κινούνται με βάση ένα κοινό κίνητρο όπως διακοπές, πολιτισμός και β) αυτά που αναζητούν το ταξίδι στις αναπτυσσόμενες ή αναπτυσσόμενες περιοχές του κόσμου. Η γεωγραφική διάσταση των τουριστικών ρευμάτων επισημαίνει τρία ρεύματα.

Το **πρώτο** αφορά στο διεθνή τουρισμό και κατευθύνεται σε τουριστικές περιοχές της Ευρώπης, της Β. Αμερικής, του Ειρηνικού, οι οποίες αποτελούν τις σημαντικότερες αγορές του. Το **δεύτερο** αφορά στον εσωτερικό τουρισμό και καταγράφει τουριστικές μετακινήσεις ημεδαπών στο εσωτερικό μιας χώρας. Τέλος, το **τρίτο** τουριστικό ρεύμα αφορά ταξίδια περιηγητικού χαρακτήρα που γίνονται σε διαφορετικές τουριστικές περιοχές στο ίδιο ή σε διαφορετικά κράτη από ημεδαπούς ή αλλοδαπούς τουρίστες.

2.2.3. Τα κυριότερα σύγχρονα πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης:

Τα πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης που αναπτύσσονται στις τουριστικές περιοχές είναι πολλά, ενώ υπάρχουν και πολλές διαφορές στον τρόπο λειτουργίας ή διαχείρισής τους. Παρακάτω παρατίθενται κάποια από τα πρότυπα αυτά (Κωκκόσης – Τσιάρτας, 2001).

1) Πρότυπο οργανωμένου μαζικού τουρισμού διακοπών . Το πρότυπο αυτό κυριαρχεί στον παγκόσμιο τουρισμό και συνδέεται άμεσα με την ανάπτυξη πολλών περιοχών του κόσμου.

Βασικά χαρακτηριστικά της ανάπτυξής του είναι :

α) οι εκτεταμένες και οργανωμένες υποδομές και υπηρεσίες που προσφέρει,

β) η καθοριστική παρουσία του στην παραγωγική δομή της περιοχής, που έχει ως αποτέλεσμα την εξάρτηση από τον τουρισμό του συνόλου σχεδόν των υπόλοιπων κλάδων,

γ) οι αρκετές φορές αρνητικές επιπτώσεις της ανάπτυξής του στην τοπική κοινωνία, την οικονομία, το περιβάλλον.

Η ζήτηση γι' αυτό το πρότυπο εξαρτάται συνήθως από τις αναπτυγμένες χώρες αποστολής τουριστών. Άλλο χαρακτηριστικό αυτού του προτύπου είναι η εποχικότητα της ζήτησης. Περιοχές που υιοθετούν αυτό το πρότυπο έχουν πλούσιους περιβαλλοντικούς και πολιτισμικούς πόρους.

Κυρίαρχα χαρακτηριστικά της είναι:

α) η εξάρτηση του συνόλου σχεδόν των κοινωνικό – οικονομικών δραστηριοτήτων της περιοχής από τον τουρισμό

β) οι δυσμενείς κοινωνικές, οικονομικές, περιβαλλοντικές και πολιτισμικές επιπτώσεις στην περιοχή

γ) η αδυναμία ελέγχου της ανάπτυξης (Κωκκόσης – Τσιάρτας, 2001) .

2) Πρότυπο ενταγμένο στο τοπικό αναπτυξιακό πλαίσιο (αστικός τουρισμός, τουρισμός υπαίθρου)

Η ανάπτυξη αυτού του προτύπου εντάσσεται στα ευρύτερα δεδομένα της τοπικής παραγωγικής δομής της περιοχής. Διακρίνονται δύο περιπτώσεις, ο αστικός τουρισμός και ο τουρισμός υπαίθρου.

Στον αστικό τουρισμό το πρότυπο συνδέεται με την ανάπτυξη υποδομών και υπηρεσιών που εξυπηρετούν τους τουρίστες του επαγγελματικού, εκπαιδευτικού και πολιτιστικού τουρισμού. Οι υποδομές λειτουργούν ως τμήμα της ευρύτερης υποδομής της περιοχής.

Στον τουρισμό υπαίθρου το πρότυπο συνδέεται με την ανάπτυξη υποδομών και υπηρεσιών του τουρισμού διακοπών, αλλά και του εναλλακτικού τουρισμού.

Καθοριστικό στοιχείο και στις δύο περιπτώσεις είναι ο συμπληρωματικός χαρακτήρας τους σε σχέση με τα κοινωνικά και παραγωγικά δεδομένα της περιοχής.

Κυρίαρχα χαρακτηριστικά της είναι:

α) η συμπληρωματική παρουσία του τουρισμού σε σχέση με τις κοινωνικοοικονομικές δραστηριότητες της περιοχής

β) διαφορετικής έντασης επιπτώσεις στην κοινωνικοοικονομική δομή εξαρτώμενες από τον προγραμματισμό της ανάπτυξης.

3) Πρότυπο βιώσιμου τουρισμού με χρήση εναλλακτικών μορφών τουρισμού

Οι ελλείψεις που παρουσιάζει ο σχεδιασμός και ο προγραμματισμός της τουριστικής ανάπτυξης έχει οδηγήσει στην εφαρμογή προγραμμάτων βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Η υιοθέτηση και προώθηση αυτού του προτύπου αποτελεί ένδειξη ότι ο αειφόρος τουρισμός επεκτείνεται σταδιακά στο διεθνή χώρο. Την διαπίστωση αυτή ενισχύει και η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού, οι οποίοι συμβάλλουν στην βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

Κυρίαρχα χαρακτηριστικά της είναι:

α) η ελεγχόμενη και προγραμματισμένη τουριστική ανάπτυξη ήπιας μορφής.

β) η επιδίωξη εφαρμογής των αρχών της αειφορίας με στόχο τόσο την ένταξη στην τοπική κλίμακα όσο και τη σταθερή ανατροφοδότηση της αναπτυξιακής διαδικασίας

γ) οι καινοτομικές προσεγγίσεις στο σχεδιασμό και προγραμματισμό της ανάπτυξης

4) Πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης σε θύλακες

Το πρότυπο αυτό αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια κυρίως σε περιοχές με οργανωμένο τουρισμό διακοπών καθώς και σε περιοχές παραθερισμού. Βασικό χαρακτηριστικό του είναι η οργανωμένη ανάπτυξη τουριστικών υποδομών και υπηρεσιών που συγκροτούν ένα θύλακα με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και λειτουργίες. Τέτοια πρότυπα αποτελούν τα τουριστικά χωριά, οι περιοχές με θεματικά πάρκα. Η λειτουργία αυτών των προτύπων χαρακτηρίζεται από μερική ή πλήρη αυτονομία από τις υπόλοιπες υποδομές και υπηρεσίες που προσφέρει η περιοχή.

Η ανάπτυξη αυτού του προτύπου μπορεί να λειτουργήσει ως πόλος γενικότερης ανάπτυξης της περιοχής. Οι επιπτώσεις αυτής της ανάπτυξης είναι πολλές φορές εξίσου αρνητικές με εκείνες του οργανωμένου μαζικού τουρισμού (εποχικότητα, κοινωνικές εντάσεις).

Κυρίαρχα χαρακτηριστικά αυτού του προτύπου ανάπτυξης είναι :

- α) η οργανωμένη ανάπτυξη τουριστικών συμπλεγμάτων ή ολόκληρων χωριών σε περιοχές με τουριστικούς πόρους
- β) η σχετική αυτονομία της λειτουργίας αυτών των οργανωμένων υποδομών από την τοπική κοινωνική και οικονομική δομή
- γ) διαφορετικής έντασης και έκτασης επιπτώσεις εξαρτώμενες από την πολιτική των παραγόντων που επηρεάζουν την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής

5) Πρότυπο παραθερισμού

Αυτό το πρότυπο στηρίζεται στην αύξηση των παραθεριστικών κατοικιών σε πολλές τουριστικές περιοχές. Δημιουργούνται έτσι οργανωμένες περιοχές παραθερισμού, η ανάπτυξη των οποίων έχει πολλά κοινά χαρακτηριστικά με αυτή του οργανωμένου μαζικού τουρισμού και του τουρισμού σε θύλακες. Αυτά τα χαρακτηριστικά αφορούν στον τρόπο οργάνωσης των περιοχών, στα κίνητρα των παραθεριστών, στους πόρους των περιοχών. Πολλές φορές οι επιπτώσεις της ανάπτυξης τέτοιων προτύπων είναι αρνητικές και παρόμοιες με αυτές των περιοχών οργανωμένου μαζικού τουρισμού. Παράγοντες που σταδιακά θα ενισχύσουν την επέκταση αυτού του προτύπου, ειδικά στις αναπτυσσόμενες περιοχές του κόσμου, είναι ο σύγχρονος τρόπος ζωής, τα προβλήματα των αστικών κέντρων.

6) Πρότυπο εναλλακτικού τουρισμού

Η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού έχει συμβάλει στην ανάπτυξη ενός προτύπου που αποτελείται από υποδομές και υπηρεσίες που εξυπηρετούν αυτόν τον τύπο τουρισμού. Το πρότυπο αυτό συναντάται κυρίως σε περιοχές της υπαίθρου με πλούσιους περιβαλλοντικούς και πολιτιστικούς πόρους. Σε κάποιες περιπτώσεις, το πρότυπο αυτό στηρίζεται στην ανάπτυξη μιας μόνο εναλλακτικής μορφής τουρισμού, ενώ σε άλλες περιπτώσεις στην ανάπτυξη περισσότερων. Συχνά η ανάπτυξη αυτού του προτύπου αποκτά μαζικά χαρακτηριστικά, με αποτέλεσμα να έχει δυσμενείς επιπτώσεις, ιδιαίτερα σε οικολογικά και κοινωνικά ευαίσθητες περιοχές της υπαίθρου. Επομένως και στην περίπτωση αυτού του προτύπου είναι επιτακτική η ανάγκη για ορθολογικό σχεδιασμό, προγραμματισμό, οργάνωση και διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης.

2.3. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Στην υποενότητα αυτή θα εξετάσουμε αναλυτικά α) τα βασικά στοιχεία που συγκροτούν τις διαδικασίες της τουριστικής ανάπτυξης, β) τις διαδοχικές φάσεις του σχεδιασμού της ανάπτυξης του τουρισμού και γ) τα διαφορετικά πεδία του σχεδιασμού της τουριστικής ανάπτυξης.

Βασικά στοιχεία στο σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης (Κοκκώσης & Τσάρτας,2001).

- **Τουριστικοί πόροι της περιοχής.** Η ύπαρξη κάποιων τουριστικών πόρων και η συστηματική καταγραφή, ταξινόμηση και αξιολόγηση τους αποτελεί το πρώτο βασικό βήμα του σχεδιασμού. Σημαντικό είναι επίσης να υπάρχουν εκτιμήσεις για της δυνατότητες τουριστικής εκμετάλλευσης αυτών των πόρων.
- **Τουριστικές υποδομές και υπηρεσίες της περιοχής.** Πρόκειται για τις επιχειρήσεις, τους φορείς και τους οργανισμούς που συγκροτούν στον ευρύτερο τουριστικό τομέα(ξενοδοχεία,πρακτορεία,εταιρίες μεταφορών, γραφεία πληροφόρησης κ.τ.λ.). αναφερόμαστε σε υπηρεσίες και υποδομές τόσο του δημοσίου όσο και του ιδιωτικού τομέα του τουρισμού σε τοπικό επίπεδο.
- **Ευρύτερες υποδομές και υπηρεσίες της περιοχής.** Καταγραφή του μεταφορικού και τηλεπικοινωνιακού δικτύου της περιοχής και των υποδομών και υπηρεσιών σε θέματα υγείας, πρόνοιας, αθλητισμού, εμπορίου, ψυχαγωγίας κ.τ.λ. Πρόκειται για υποδομές με ιδιαίτερη σημασία για την συγκρότηση ενός πετυχημένου προγράμματος μάρκετινγκ της περιοχής.
- **Υποδομές και υπηρεσίες σε εθνικό επίπεδο (ευρύτερες και τουριστικές).** Στοιχεία για τις ευρύτερες υποδομές και υπηρεσίες σε εθνικό επίπεδο καθώς και για τις αντίστοιχες υποδομές που συγκροτούν τον τουριστικό τομέα της χώρας. Στόχος είναι να αναδειχθεί το εύρος της <<παράλληλης>> αλλά αναγκαίας υποδομής ανάπτυξης του τουρισμού σε εθνικό επίπεδο.
- **Γενικό θεσμικό πλαίσιο τουριστικής ανάπτυξης.** Επισημαίνεται το ισχύον θεσμικό πλαίσιο (π.χ. σε επίπεδο χώρας) σε θέματα σχετικά με την τουριστική ανάπτυξη π.χ. επενδύσεις, χωροταξική και περιβαλλοντική πολιτική, φορείς και οργανισμοί που εμπλέκονται στις διαδικασίες σχεδίασης της τουριστικής ανάπτυξης.
- **Έρευνα αγοράς και μελέτες σχετικές με την ζήτηση για την περιοχή,** αναφορά σε έρευνες και μελέτες (εξειδικευμένες για την περιοχή ή ευρύτερες) που καταγράφουν την σύνθεση της ζήτησης ή τα προβλήματα της προσφοράς που αφορούν στην περιοχή καθώς και τις τάσεις που υπάρχουν για το μέλλον.
- **Ανθρώπινοι πόροι.** Καταγραφή της σύνθεσης των ανθρώπινων πόρων και των ειδικότερων χαρακτηριστικών τους που συνδέονται με την τουριστική ανάπτυξη, π.χ. εκπαίδευση και επαγγελματική κατάρτιση στον τουρισμό.

2.4. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Φάση 1: Έρευνα και συνθετική καταγραφή των βασικών παραμέτρων της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής.

Φάση 2: Προσδιορισμός των κύριων σκοπών του σχεδίου της τουριστικής ανάπτυξης.

Φάση 3: Επιλογή του βασικού πλαισίου του σχεδιασμού τουριστικής ανάπτυξης.

Φάση 4: Διαμόρφωση των βασικών συνισταμένων της πολιτικής του τουρισμού στο σχέδιο ανάπτυξης: στρατηγικές, προγράμματα, ειδικές μελέτες.

Φάση 5: Μέθοδοι και πολιτικές εφαρμογής του σχεδιασμού τουριστικής ανάπτυξης (Soteriou,1998) .

Στην πρώτη φάση του σχεδιασμού γίνεται λεπτομερής έρευνα και καταγραφή όλων των παραμέτρων που συνθέτουν το επίπεδο της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής, με στόχο τον προσδιορισμό των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της κάθε περιοχής, αλλά και την εκτίμηση βασικών αναγκών σε έργα και παρεμβάσεις. Αναγκαία προϋπόθεση σε αυτή την φάση είναι η διαδικασία συλλογής των βασικών στοιχείων.

Στην δεύτερη φάση του σχεδιασμού προσδιορίζονται αρχικά οι κύριοι σκοποί του σχεδίου που σχετίζονται με διαφορετικά πεδία της κοινωνίας και της οικονομίας. Ενδεικτικά, τέτοιοι σκοποί είναι: η ανάπτυξη του οικονομικού οφέλους από τον τουρισμό, η βελτίωση της ποιότητας ζωής, η ένταξη της τουριστικής ανάπτυξης στη γενικότερη ανάπτυξη ειδικών τουριστικών υποδομών κ.α. Αυτοί οι αρχικοί σκοποί συχνά αναθεωρούνται μερικώς ή πλήρως στα πλαίσια του σχεδιασμού, είτε γιατί αλληλοσυγκρούονται, είτε γιατί αποδεικνύονται πολύ φιλόδοξοι.

Στην τρίτη φάση επιλέγεται το βασικό πλαίσιο του σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης, με βάση εναλλακτικά σενάρια σχεδίων τουριστικής ανάπτυξης που στηρίζονται στα διαφορετικά πρότυπα ανάπτυξης τουρισμού. Η επιλογή γίνεται με βάση: τα χαρακτηριστικά της συγκεκριμένης περιοχής, την δυνατότητα του σχεδίου να συμβάλει στη γενικότερη ανάπτυξη, το σεβασμό των τοπικών ιδιαιτεροτήτων, τη δυνατότητα του επιλεγέντος σχεδίου να συμβάλει στους σκοπούς που έχουν τεθεί.

Στην τέταρτη φάση διαμορφώνονται οι συνισταμένες της πολιτικής του τουρισμού στο σχέδιο τουριστικής ανάπτυξης. Οι συνισταμένες αυτές είναι:

- I. Οι στρατηγικές που περιγράφουν τους τρόπους επίτευξης των βασικών σκοπών και στόχων του σχεδίου, π.χ. η στρατηγική προσέλκυσης επενδύσεων, η χρηματοδότηση από το κράτος ώστε να κατασκευαστούν οι υποδομές και υπηρεσίες, η στρατηγική εφαρμογής του προγράμματος.
- II. Τα προγράμματα που αφορούν διαφορετικές παραμέτρους της τουριστικής ανάπτυξης, π.χ. πρόγραμμα εκπαίδευσης στον τουρισμό, πρόγραμμα μάρκετινγκ, πρόγραμμα προστασίας του περιβάλλοντος.
- III. Οι ειδικές μελέτες που σχετίζονται με ζητήματα τα οποία συμβάλουν στην μακροπρόθεσμη σταθερότητα της ανάπτυξης, π.χ. μελέτη για την ανάπτυξη βιώσιμου τουρισμού, μελέτη για την φέρουσα ικανότητα της περιοχής, μελέτη για την ανάπτυξη κάποιων ειδικών ή εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Στην πέμπτη φάση καταγράφονται οι μέθοδοι και οι πολιτικές της εφαρμογής της τουριστικής ανάπτυξης. Ενδεικτικά παραδείγματα τέτοιων μεθόδων και πολιτικών είναι:

α) Η δημιουργία ενός ειδικού φορέα που θα ακολουθεί τη σωστή εφαρμογή και θα μεριμνά για την χρηματοδότηση του σχεδίου.

β) Η ποσοτική και ποιοτική εκτίμηση των στόχων που υλοποιήθηκαν από τους αρμόδιους για τον έλεγχο τοπικούς φορείς. Η εκτίμηση αυτή γίνεται συστηματικά σε όλη την περίοδο εφαρμογής του σχεδίου ανάπτυξης

γ) η συγκρότηση ενός προγράμματος που θα έχει ως στόχο την εφαρμογή και την διαχείριση του σχεδιασμού του σχεδίου ανάπτυξης. Η προώθηση ενός παρόμοιου προγράμματος αποτελεί την κοινή βάση του σχεδιασμού και της διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης. Η επιτυχία σε μια τέτοια περίπτωση εξαρτάται από τον βαθμό αποδοχής από τους συμμετέχοντες σε αυτήν την ανάπτυξη: κράτος, κατοίκους, επιχειρηματίες, αλλά και από την θεσμική κατοχύρωση αυτού του προγράμματος ως κύριου άξονα της εφαρμοζόμενης τουριστικής πολιτικής.

δ) η προώθηση θεσμικών ρυθμίσεων σε ζητήματα που σχετίζονται με την εφαρμογή του σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης όπως: ζώνες τουριστικής ανάπτυξης, ειδικές χωροταξικές και πολεοδομικές ρυθμίσεις στις τουριστικές περιοχές, νομοθεσία επενδυτικών κινήτρων, θέσπιση προτύπων μέτρησης και ελέγχου της τουριστικής ανάπτυξης, π.χ. αριθμός και όγκος κτιρίων με την τουριστική χρήση, σχέση του αριθμού των τουριστών με τον αριθμό των κατοίκων, μέτρηση της έντασης χρήσης των υποδομών κ.τ.λ.

ε) Ειδικά προγράμματα προβολής και προώθησης της τουριστικής περιοχής που επίσης συνδέονται με τις διαδικασίες διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης.

2.5. Επίπεδα σχεδιασμού τουριστικής ανάπτυξης

Ένα από τα δυσκολότερα προβλήματα που πρέπει να επιλύσει ο σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης είναι τα διαφορετικά επίπεδα στα οποία υλοποιείται. Τα επίπεδα του σχεδιασμού καθορίζονται από παράγοντες όπως:

Η διοικητική διαίρεση των κρατών, η γεωγραφική διαίρεση, τα ειδικότερα χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής και το φυσικό περιβάλλον (Pearce,1998).

Παρακάτω καταγράφονται τα κυριότερα επίπεδα σχεδιασμού της τουριστικής ανάπτυξης.

Διαπεριφερειακό- Διεθνές επίπεδο:

Αφορά στον από κοινού σχεδιασμό από δύο ή περισσότερες χώρες της ανάπτυξης τουριστικών περιοχών που έχουν συνήθως ίδιους τουριστικούς πόρους. Ο τύπος αυτός του σχεδιασμού ενισχύεται ιδιαίτερα από την διεθνοποιημένη διάσταση των

ταξιδιών και από την ανάγκη να υπάρξουν κοινά αποδεκτές λύσεις σε τουριστικές περιοχές που περικλείουν γεωγραφικές ζώνες διαφορετικών κρατών. Ενδιαφέροντα παραδείγματα διαπεριφερειακού σχεδιασμού αποτελούν: ο << δρόμος των Μάγια>>, όπου συνεργάζονται η Ονδούρα, η Γουατεμάλα και το Μεξικό, το << Μπλε Πλάνο>>.

Εθνικό επίπεδο:

Ο σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης σε εθνικό επίπεδο στοχεύει κατά κύριο λόγο στην προβολή των βασικών προτεραιοτήτων της τουριστικής πολιτικής. Συχνά σε αυτό το επίπεδο σχεδιασμού καθορίζονται οι κυριότερες τουριστικές περιοχές που πρέπει να αναπτυχθούν, οι τύποι του τουρισμού που ενισχύονται, το είδος των επενδυτικών κινήτρων που δίνονται και οι κυριότερες διεθνείς αγορές στις οποίες απευθύνεται το μάρκετινγκ. Ο σχεδιασμός αυτός επίσης αναδεικνύει τη σημασία της τουριστικής ανάπτυξης για τους υπόλοιπους τομείς της εθνικής οικονομίας.

Περιφερειακό επίπεδο

Σε αυτό το επίπεδο, ο σχεδιασμός αφορά συγκεκριμένες διοικητικές περιφέρειες ενός κράτους (περιφέρεια, νομός, επαρχία). Είναι πολύ συνηθισμένος τύπος σχεδιασμού και έχει διάφορους στόχους: ανάδειξη και προβολή των τουριστικών πόρων της περιοχής, επισήμανση των περιοχών που παρουσιάζουν συγκριτικά πλεονεκτήματα, προώθηση παρεμβάσεων με στόχο την περιβαλλοντική προστασία, προβολή της διάστασης της τουριστικής ανάπτυξης ως μοχλού ικανού να συμβάλει στην περιφερειακή ανάπτυξη της χώρας.

Τοπικό επίπεδο (τουριστική περιοχή)

Αυτό το επίπεδο περιλαμβάνει μια ομάδα τουριστικών περιοχών που χαρακτηρίζονται από σημαντικές διαφορές σχετικά με την έκταση τους αλλά και την ένταξη τους στην ίδια διοικητική περιφέρεια(περιφέρεια, νομός, επαρχία). Το βασικό κοινό χαρακτηριστικό τους είναι ότι η διαχείριση των πόρων τους θεωρείται ότι απαιτεί ειδικό σχεδιασμό. Παραδείγματα αυτού του επιπέδου σχεδιασμού είναι: οι παραθαλάσσιες τουριστικές περιοχές, οι ορεινές περιοχές, οι περιοχές με πόρους εναλλακτικού τουρισμού (αγροτουρισμού, οικοτουρισμού, πολιτιστικού τουρισμού κ.α.), τα περιβαλλοντικά πάρκα με τουριστικές δραστηριότητες, η ανάπτυξη δραστηριοτήτων αστικού τουρισμού σε κοινότητες, ο τουρισμός σε κοινότητες της υπαίθρου, οι παραδοσιακοί οικισμοί, οι ιστορικές πόλεις κ.α. καθοριστικές παράμετροι του σχεδιασμού σε αυτό το επίπεδο είναι η ανάδειξη των ιδιοτήτων των πόρων των περιοχών αυτών και η ανάγκη ύπαρξης ενός ειδικού θεσμικού πλαισίου για την διαχείριση και την προστασία τους (Borg,1991).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΤΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΙΤΑΝΟΣ ΓΑΙΑ

3.1.Γενικά Στοιχεία¹

Το επενδυτικό σχέδιο ΙΤΑΝΟΣ ΓΑΙΑ της εταιρείας Loyalward Ltd., το οποίο έχει χαρακτηριστεί ως στρατηγική επένδυση, δυνάμει της υπ' αριθμ. 17/20-09-2012 απόφασης της Διυπουργικής Επιτροπής Στρατηγικών Επενδύσεων (Δ.Ε.Σ.Ε.) (ΦΕΚ 3294/Β'/2012), όπως τροποποιήθηκε από την υπ' αριθμ. 23/13-11-2013 (ΦΕΚ 2931/Β'/20-11-2013) αφορά στην κατασκευή και λειτουργία τουριστικών καταλυμάτων και ειδικών τουριστικών υποδομών που θα συνοδεύονται από διάφορες άλλες υποστηρικτικές εγκαταστάσεις.

Με βάση την ως άνω απόφαση της Δ.Ε.Σ.Ε., η μέγιστη επιτρεπόμενη δόμηση που δύναται να υλοποιηθεί είναι 108.000 τ.μ., ενώ ο αριθμός των κλινών ανέρχεται στις 1.936, έχοντας πάντα ως στόχο την επίτευξη μικρού περιβαλλοντικού αποτυπώματος και την αειφορική λειτουργία των τουριστικών μονάδων.

Στόχος του ΕΣΧΑΣΕ, που αξιολογείται με την παρούσα ΣΜΠΕ δυνάμει της υπ' αριθμ. 23/13-11-2013 απόφασης της Δ.Ε.Σ.Ε., η οποία εγκρίνει τη δυνατότητα κατάρτισης ΕΣΧΑΣΕ σύμφωνα με τη διαδικασία του άρθρου 24 του Ν. 3894/2010, όπως ισχύει, βάσει της νέας μεταβατικής διάταξης του άρθρου 5 παρ. 5 του Ν. 4146/2013, είναι η δημιουργία οργανωμένου τουριστικού υποδοχέα πρότυπου χαρακτήρα και ο καθορισμός του χωρικού προορισμού της περιοχής ανάπτυξης της στρατηγικής επένδυσης ΙΤΑΝΟΣ ΓΑΙΑ στη γενική κατηγορία 1. Τουρισμού Αναψυχής, με παράλληλο καθορισμό και οριοθέτηση ζωνών και μέτρων προστασίας.

Τα Ειδικά Σχέδια Χωρικής Ανάπτυξης Στρατηγικών Επενδύσεων αποτελούν οργανωμένους υποδοχείς κατά το άρθρο 1 παρ. 1 του Ν. 4179/2013, σύμφωνα με το οποίο ως «οργανωμένος υποδοχέας τουριστικών δραστηριοτήτων» ορίζεται η περιοχή που αναπτύσσεται βάσει ενιαίου σχεδιασμού, προκειμένου να λειτουργήσει κατά κύρια χρήση ως οργανωμένος χώρος ανάπτυξης δραστηριοτήτων τουρισμού-αναψυχής και άλλων συνοδευτικών δραστηριοτήτων του τουρισμού.

¹ ΣΜΠΕ ΓΙΑ ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ «ΙΤΑΝΟΣ ΓΑΙΑ», Ιανουάριος 2014

Το ΕΣΧΑΣΕ μετά την εξέταση μιας σειράς εναλλακτικών λύσεων με βάση περιβαλλοντικά κριτήρια και κριτήρια βιώσιμης ανάπτυξης πρότεινε ως βέλτιστη λύση που μπορεί να διασφαλίσει μια εξισορροπητική προοπτική αξιοποίησης τόσο σε κοινωνικοοικονομικό επίπεδο όσο και σε περιβαλλοντικό επίπεδο αυτή του Σχεδίου ΙΤΑΝΟΣ ΓΑΙΑ.

Η έγκριση του ΕΣΧΑΣΕ έγινε με Προεδρικό Διάταγμα, με το οποίο καθορίζεται η επενδυτική ταυτότητα του ακινήτου με την υπαγωγή του σε μία από τις Γενικές Κατηγορίες χρήσεων γης, σύμφωνα και με τα αναφερόμενα στο άρθρο 11 του Ν. 3986/2011.

Η επενδυτική ταυτότητα του ακινήτου ΙΤΑΝΟΣ ΓΑΙΑ προσδιορίζεται από τη σύνθεση διαφορετικών περιοχών με διακεκριμένο προορισμό η καθεμία. Στις περιοχές αυτές έχουν ενταχθεί δραστηριότητες που σχετίζονται τόσο με τον καθαρά ξενοδοχειακό / τουριστικό κλάδο, χρήση τουρισμός-αναψυχή όσο και με την προστασία και ανάδειξη των τριών πυλώνων της αειφορικής ανάπτυξης, περιβάλλον, κοινωνία, οικονομία.

Λόγω των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος στην περιοχή που αναπτύσσεται το σχέδιο και της ανάγκης διαφύλαξής τους μέσω της ανάπτυξης του Ακινήτου, στο σχέδιο περιλαμβάνονται συγκεκριμένες ζώνες προστασίας που στοχεύουν στην ανάδειξη των στοιχείων αυτών και πλαισιώνουν μία πρότυπη τουριστική ανάπτυξη, η οποία δημιουργεί αξιόλογες υποδομές τουρισμού προστατεύοντας ενεργά και υποδειγματικά την περιοχή υποδοχής της.

Συνεπώς, για τη βιώσιμη και αειφορική αξιοποίηση του ακινήτου, δημιουργούνται δύο γενικές ζώνες περιοχών οι οποίες προσδιορίζονται βάσει κριτηρίων που αφορούν στην υφιστάμενη κατάσταση του φυσικού και του πολιτιστικού περιβάλλοντος, καθώς και των κύριων αναπτυξιακών στόχων κάθε ζώνης.

Ο βασικός χωρικός προορισμός του ακινήτου καθορίζεται με την υπαγωγή του ακινήτου στη γενική κατηγορία χρήσεως γης «Τουρισμός Αναψυχή».

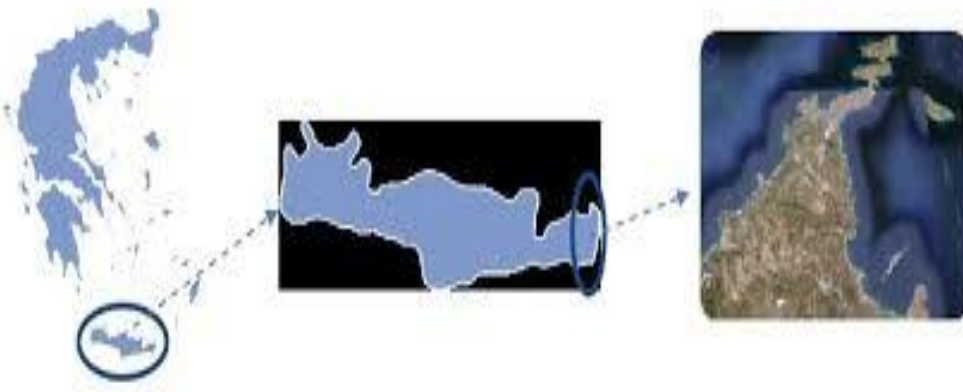
Συνεπώς για το Ακίνητο προτάθηκε «οργανωμένος υποδοχέας τουριστικών δραστηριοτήτων πρότυπου χαρακτήρα» με χρήση γης «Τουρισμό – Αναψυχή».

Γύρω από τη χρήση αυτή δημιουργείται Ειδική Ζώνη Προστασίας Φυσικού και Πολιτιστικού Κεφαλαίου και Φυσιολατρικής Αναψυχής και προσδιορίζονται εκτάσεις όπου δεν υλοποιούνται παρεμβάσεις, ενώ προωθούνται δράσεις φυσιολατρικής

αναψυχής (περιηγητικός, πεζοπορικός, πολιτιστικός τουρισμός κλπ), προωθούνται προγράμματα στήριξης αγροτικών δραστηριοτήτων φιλικών προς το περιβάλλον, δημιουργούνται δίκτυα μονοπατιών, παρατηρητήρια κλπ. και κυρίως προστατεύεται και αναδεικνύεται το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον.

3.2. ΣΥΝΤΟΜΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΑΚΙΝΗΤΟΥ

Η Περιοχή του Σχεδίου αποτελεί μία ενιαία έκταση στο Βορειοανατολικό Άκρο Κρήτης, εντάσσεται διοικητικά στο Δήμο Σητείας, Δημοτικό Διαμέρισμα Ιτάνου και εκτείνεται σε περιοχή που καταλήγει στη χερσόνησο Σίδερο (Σχήμα 3-2). Είναι παράκτια περιοχή, χαμηλού υψομέτρου και ανήκει κατά κυριότητα στο κοινωφελές Εκκλησιαστικό Ίδρυμα Παναγία η Ακρωτηριανή που συστάθηκε από την Ιερά Μονή Τοπλού και την Ιερά Μητρόπολη Ιεραπότνης και Σητείας. Αποτελεί την περιουσία του ως άνω Ιδρύματος, το οποίο ιδρύθηκε με το από 27.05.1992 Προεδρικό Διάταγμα περί συστάσεως του Κοινωφελούς Εκκλησιαστικού Ιδρύματος με την επωνυμία «Παναγία Ακρωτηριανή» .



Σχήμα 3-2: Γεωγραφική θέση του Σχεδίου ΙΤΑΝΟΣ ΓΑΙΑ

Το σύνολο της περιοχής έχει έκταση περίπου 25.000 στρέμματα και κατανέμεται σε επτά γήπεδα κατά τον Γενικό Οικοδομικό Κανονισμό συνολικής έκτασης 22.172.247 τ.μ..

Τα επτά γήπεδα κατά ΓΟΚ, τα οποία έχουν παραχωρηθεί στον επενδυτή ανήκουν, βάσει του ΣΧΟΟΑΠ Ιτάνου, στη ζώνη «Ειδική Ζώνη Ήπιας – Βιώσιμης Ανάπτυξης» όπου επιτρέπονται σχεδόν όλες οι χρήσεις και δραστηριότητες της εκτός σχεδίου και εκτός ορίων οικισμών περιοχής, σύμφωνα με την υφιστάμενη νομοθεσία με

περιορισμούς που αφορούν μόνο σε βιομηχανικές, βιοτεχνικές, κτηνοτροφικές και άλλες δραστηριότητες.

Η ως άνω περιοχή έχει παραχωρηθεί στο φορέα υλοποίησης του Σχεδίου, τη βρετανική εταιρεία Loyalward Ltd., η οποία και ανέλαβε την τουριστική αξιοποίηση της περιοχής αυτής κατόπιν διεθνούς διαγωνισμού, ο οποίος την ανέδειξε ως ανάδοχο του έργου. Εν συνεχεία υπεγράφη η από 14.07.1998 Σύμβαση Παραχώρησης Χρήσεως Γης Τουριστικής Αναπτύξεως και Εκμεταλλεύσεως μεταξύ του Ιδρύματος και του Φορέα Υλοποίησης.

Το βορειοανατολικό άκρο της Κρήτης, Άκρο Σίδερο δίνει από απόσταση την εντύπωση νήσου λόγω του χαμηλού ύψους της στενής λωρίδας (λαιμός) που συνδέει το εξωτερικό άκρο του ακρωτηρίου Σίδερο με την υπόλοιπη Κρήτη. Οι ακτές στην περιοχή του Σχεδίου είναι στην πλειοψηφία τους βραχώδεις, σχηματίζονται όμως και μικροί όρμοι κατά μήκος της ανατολικής και της δυτικής ακτής.

3.3. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΦΟΡΕΑ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Ο φορέας του Επενδυτικού Σχεδίου ΙΤΑΝΟΣ ΓΑΙΑ είναι η εταιρεία Loyalward Ltd. (εφεξής Loyalward), η οποία εδρεύει στο Λονδίνο και είναι 100% θυγατρική του Ομίλου Minoan (Minoan Group Plc.) που δραστηριοποιείται στον ευρύτερο τομέα του τουρισμού και των υπηρεσιών αναψυχής.

Σχεδιάζει την κατασκευή, ανάπτυξη και εκμετάλλευση πολυτελών ξενοδοχειακών συγκροτημάτων στην ευρύτερη περιοχή της Μεσογείου. Επιπλέον έχει εισέλθει δυναμικά στον ταξιδιωτικό κλάδο έχοντας υλοποιήσει μια σειρά σημαντικών συμφωνιών και εξαγορών στον συμπληρωματικό κλάδο της πρακτόρευσης και παροχής τουριστικών υπηρεσιών, στοχεύοντας τόσο στην ενίσχυση της κύριας δραστηριότητάς του (μέσω συνεργειών από την κάθετη ολοκλήρωση), όσο και στη διεύρυνση του χαρτοφυλακίου των υπηρεσιών του (διασπορά επιχειρηματικού κινδύνου, νέες πηγές εσόδων, κτλ.).

Η Loyalward ανέλαβε δυνάμει της από 14.07.1998 «Συμβάσεως Παραχώρησης, Χρήσεως Γης, Τουριστικής Αναπτύξεως και Εκμεταλλεύσεως» την υλοποίηση τουριστικής επένδυσης στη χερσόνησο Σίδερο της περιοχής Σητείας του Νομού Λασιθίου κατόπιν διεθνούς διαγωνισμού που προκήρυξε ο ιδιοκτήτης της περιοχής ανάπτυξης Ίδρυμα «Παναγία η Ακρωτηριανή».

Ο Όμιλος και οι θυγατρικές του διαθέτουν γραφεία στο Λονδίνο, τη Γλασκώβη, την Αθήνα και το Παλαίκαστρο Δήμου Σητείας. Επίσης, λειτουργεί γραφείο εκπροσώπησης του Ομίλου (representative office) στην Washington DC των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής.

Οι μετοχές του Ομίλου είναι εισηγμένες στη χρηματιστηριακή αγορά AIM του Χρηματιστηρίου του Λονδίνου².

3.4. Επενδυτικά Οφέλη

Η υλοποίηση επενδύσεων και δη τουριστικών έργων όπως το Έργο ΙΤΑΝΟΣ ΓΑΙΑ είναι απολύτως αναγκαία διότι συμβάλλουν στην αναστροφή των σημερινών δημογραφικών τάσεων της περιοχής του Ανατολικού Λασιθίου, όπου και εντάσσεται η περιοχή του έργου (μείωση, γήρανση και αλλοίωση των χαρακτηριστικών του πληθυσμού, ερήμωση της υπαίθρου, στασιμότητα του τουριστικού τομέα) αφού η δημιουργία νέων, άμεσων και έμμεσων, θέσεων εργασίας, η τόνωση της τοπικής επιχειρηματικότητας, η αποσύνδεση από την κύρια εξάρτηση από τον πρωτογενή τομέα, η δημιουργία ζήτησης προϊόντων και ειδικοτήτων, η οικονομική ευημερία ταυτόχρονα με την συνακόλουθη βελτίωση των υποδομών, τις πολιτιστικές εκδηλώσεις συμβάλλει στην παραμονή της νεολαίας στην περιοχή, στη διατήρηση της κοινωνικής συνοχής, του κοινωνικού ιστού, των παραδοσιακών ασχολιών αλλά και στην άμιλλα και στην περαιτέρω εκπαίδευση και κατάρτιση.

Μπορεί έτσι να αξιοποιηθεί η στρατηγική θέση της περιοχής και ταυτόχρονα θα ενισχυθεί και ο ρόλος των κοινωνικών εταίρων και των τοπικών φορέων.

Σημειωτέον ότι δεν υπάρχει άλλη έκταση στην περιφέρεια του τ. Δήμου Ιτάνου πλέον κατάλληλη για την υλοποίηση έργου με τόσο μικρό περιβαλλοντικό αποτύπωμα, ήπια μεγέθη και σημαντικές θετικές κοινωνικοοικονομικές επιπτώσεις στην τοπική και την Ελληνική οικονομία.

Εξ άλλου, λόγω της ιδιότητας του κυρίου της περιοχής ανάπτυξης, του Ιδρύματος «Παναγία η Ακρωτηριανή», τα οφέλη από την υλοποίηση του έργου ΙΤΑΝΟΣ ΓΑΙΑ πολλαπλασιάζονται αφού το κόστος παραχώρησης που καταβάλλεται στο Ίδρυμα

² Τα στοιχεία ελήφθησαν από τη Στρατηγική Μελέτη Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων (ΣΜΠΕ) που εκπονήθηκε από διεπιστημονική ομάδα στην οποία συμμετείχαν Μελετητικά Γραφεία, Ερευνητικές Ομάδες Α.Ε.Ι. και Ειδικοί Επιστήμονες

επιστρέφει προς όφελος της τοπικής κοινωνίας μέσω της εκπλήρωσης των κοινωφελών σκοπών του Ιδρύματος.

3.4.1. Η Ιερά Μονή Παναγίας Ακρωτηριανής

Η περιοχή του Σχεδίου ανέρχεται σε περίπου 25.000 στρέμματα, είναι πλησίον του Φοινικοδάσους Βάι και της Ιεράς Μονής «Παναγίας Ακρωτηριανής και Αγίου Ιωάννου Θεολόγου» (Τοπλού) και ανήκει στο κοινωφελές εκκλησιαστικό Ίδρυμα «Παναγία Η Ακρωτηριανή» που συστάθηκε από την Ιερά Μονή Τοπλού και την Ιερά Μητρόπολη Ιεραπύτνης και Σητείας.

Η Ιερά Μονή Παναγίας Ακρωτηριανής και Αγίου Ιωάννου Θεολόγου (Μονή Τοπλού), αρχικός ιδιοκτήτης της περιοχής του έργου πάντοτε εκτελούσε κοινωνικό έργο και αναλάμβανε δράσεις για την ενεργό προστασία του περιβάλλοντος (ενδεικτικά ανέγερση σχολείων, οικονομική συνδρομή στην κατασκευή του νοσοκομείου της Σητείας, η χρήση μοναστηριακής γης για την επέκταση του φοινικοδάσους του Βάι πρωτοβουλίες για την ενίσχυση παραδοσιακών οικονομικών δραστηριοτήτων με σοβαρή και συστηματική επανεισαγωγή της βιολογικής καλλιέργειας στην περιοχή κλπ).

Η εκτεταμένη περιοχή ιδιοκτησίας της Ιεράς Μονής Τοπλού μπορούσε και έπρεπε να

χρησιμοποιηθεί για τη βελτίωση της κοινωνικής, της φυσικής, της πολιτισμικής και της οικονομικής ευημερίας της τοπικής κοινωνίας και την επίτευξη σημαντικών δραστηριοτήτων ευεργετικών για το ευρύ κοινό. Στο πλαίσιο αυτό συστάθηκε το κοινωφελές εκκλησιαστικό Ίδρυμα «Παναγία η Ακρωτηριανή», στο οποίο και μεταβιβάστηκε η Περιοχή του Σχεδίου, η οποία θα μπορούσε έτσι να χρησιμοποιηθεί κατά τρόπο που αφενός θα απέφερε στο Ίδρυμα τους πόρους εκείνους που θα επιτρέψουν την εκτέλεση κοινωφελούς έργου σύμφωνα με τους καταστατικούς του σκοπούς, αφετέρου θα μπορούσε να αποτελέσει μοναδικό πρότυπο ανάπτυξης με άμεσα και έμμεσα θετικά οφέλη για την ευρύτερη περιοχή.

Το Σχέδιο ΙΤΑΝΟΣ ΓΑΙΑ έχει ως στόχο τη δημιουργία μίας οικονομικά επιτυχημένης τουριστικής επένδυσης, εμπνευσμένης από τον περιβαλλοντικό και τον πολιτιστικό πλούτο της γης της Ιτάνου και της ΒΑ Κρήτης γενικότερα, η οποία με πολλαπλασιαστικά θετικά οφέλη καθιστά το παρεχόμενο τουριστικό προϊόν

ελκυστικότερο για κάθε εμπλεκόμενο: τους επισκέπτες του, την τοπική κοινωνία και τους επιχειρηματίες.

Σειρά τουριστικών κυρίως αλλά και συμπληρωματικών ειδικών τουριστικών υποδομών όπως γήπεδο γκολφ, αθλητικές εγκαταστάσεις, προγράμματα ανάδειξης του φυσικού και του πολιτιστικού πλούτου της ΒΑ Κρήτης κλπ, η τεχνογνωσία του Ομίλου Minoan Group Plc αλλά και η εξασφάλιση σημαντικών συνεργασιών από διεθνή σήματα θα διασφαλίσουν την εμπορική επιτυχία του Σχεδίου ΙΤΑΝΟΣ ΓΑΙΑ και τη διεθνή του προβολή, συμπαρασύροντας σε αυτό το σύνολο της Περιφερειακής Ενότητας Λασιθίου αναδεικνύοντας την σε προορισμό επιπέδου ανταγωνιστικό με τους προορισμούς του υπόλοιπου νησιού.

Η χρήση καινοτόμων τεχνολογιών εξασφαλίζει την ελάχιστη δυνατή επιβάρυνση των διαθέσιμων υδατικών και ενεργειακών πόρων και διασφαλίζει ένα εξαιρετικά μικρό περιβαλλοντικό αποτύπωμα. Ο όλος σχεδιασμός των ζωνών του Σχεδίου ΙΤΑΝΟΣ ΓΑΙΑ, η εισαγωγή συγκεκριμένων χρήσεων γης και η θέσπιση περιορισμών στην Περιοχή του Σχεδίου, τα αυστηρότατα μέτρα για την ορθή περιβαλλοντική διαχείριση και ο εν γένει ολοκληρωμένος σχεδιασμός του Σχεδίου διασφαλίζουν τη δημιουργία του πρότυπου τουριστικού προορισμού μαζί με την ακεραιότητα της περιοχής NATURA και την ορθότερη διαχείριση των περιβαλλοντικά ευαίσθητων περιοχών.

Για πρώτη φορά το ελληνικό θεσμικό πλαίσιο παρέχει τα κατάλληλα εργαλεία, τους οργανωμένους τουριστικούς υποδοχείς, που μπορούν να λειτουργήσουν πιλοτικά ως πρότυπα ανάπτυξης.

Πρόσφατα μάλιστα (όπως προαναφέρθηκε) θεσπίστηκαν οι «οργανωμένοι υποδοχείς τουριστικών δραστηριοτήτων πρότυπου χαρακτήρα» που συνδέονται υποχρεωτικά με τη δημιουργία και προβολή πρότυπων εγκαταστάσεων και δράσεων οικολογικού και πολιτιστικού χαρακτήρα με ενσωμάτωση καινοτόμων τεχνολογιών, με ανώτατο μικτό συντελεστή δόμησης για την έκταση έως 2.000 στρέμματα 0,05, για την έκταση από 2.000 έως 4.000 στρέμματα 0,03 και για το υπόλοιπο της έκτασης 0,01.

Για την ανάπτυξη της φιλοσοφίας του Σχεδίου Ίτανος Γαία χρησιμοποιήθηκαν τα εξής δύο δεδομένα:

- ✚ Η ένταξη οικονομικών χρήσεων σε περιοχές περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος αποτελεί κύριο χαρακτηριστικό του πλαισίου προστασίας, καθώς δημιουργούνται οι αναγκαίοι οικονομικοί πόροι για την εφαρμογή προγράμματος διαχείρισης, επιτυγχάνεται τόνωση της τοπικής οικονομίας και εξασφάλιση της κοινωνικής συναίνεσης.
- ✚ Η ανάπτυξη χρήσης τουριστικών δραστηριοτήτων αποτελεί μία ορθή επιλογή “πλαίσιο” καθώς αποτελεί κατ’ αρχάς μία συμβατή χρήση σε περιβαλλοντικά ευαίσθητες περιοχές, συμβάλλει στην επισκεψιμότητα του τόπου, τον αναδεικνύει και εντέλει ευαισθητοποιεί τους επισκέπτες στα περιβαλλοντικά θέματα, εφόσον υλοποιείται εντός του πλαισίου της αειφόρου ανάπτυξης.

Ταυτόχρονα λαμβάνεται υπ’ όψιν ότι κατ’ αυτόν τον τρόπο δημιουργείται σημαντική άμεση και έμμεση απασχόληση με τόνωση της τοπικής επιχειρηματικότητας.

Οι σύγχρονες τάσεις υπήρξαν βοηθοί σε αυτό το εγχείρημα. Από το σύνολο των χωροταξικών κειμένων και των εθνικών σχεδίων ανάπτυξης έγινε σαφής η άμεση ανάγκη για την επανατοποθέτηση του Ελληνικού τουρισμού σε Εθνική κλίμακα, διότι αυτός αναπτύχθηκε κυρίως με βάση το πρότυπο του μαζικού τουρισμού. Το πρότυπο αυτό αντιμετωπίζει πλέον ισχυρές ανταγωνιστικές πιέσεις από αναδυόμενους τουριστικούς προορισμούς και νέα προϊόντα εναλλακτικού τουρισμού.

Η Ελληνική Κυβέρνηση και ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ) αναγνωρίζουν την ανάγκη προσέλκυσης επενδύσεων σε νέες, υψηλής ποιότητας και αειφορικές μορφές τουρισμού για να αντιμετωπιστούν οι διαρθρωτικές αδυναμίες που πλήττουν τον τουριστικό κλάδο ο οποίος αντιπροσωπεύει υψηλό ποσοστό του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (Α.Ε.Π) και της απασχόλησης. Ο τουρισμός σε Εθνικό επίπεδο αναμένεται να αντιπροσωπεύει ακόμη μεγαλύτερο ποσοστό του Α.Ε.Π έως το έτος 2020.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Στο κεφάλαιο της Μεθοδολογίας, περιγράφεται αναλυτικά η μέθοδος η οποία χρησιμοποιήθηκε για τη συλλογή των δεδομένων, η δειγματοληψία, η παρουσίαση του ερωτηματολογίου, η προκαταρκτική έρευνα και η διεξαγωγή της έρευνας. Συνεπώς, παρουσιάζεται όλη η διαδικασία συλλογής και επεξεργασίας των δεδομένων.

4.1. Βασικές αρχές

Για την μεθοδολογία μιας έρευνας έχουν διαμορφωθεί ορισμένες βασικές αρχές που καθορίζουν την πορεία της έρευνας μας και αποτελούν τους ιχνηλάτες της συλλογής υλικού. Αυτές είναι:

1) Η ανάλυση των δεδομένων καθορίζεται εκ των προτέρων από τον προβληματισμό της έρευνάς μας. Πρέπει να προσαρμόσουμε τη μεθοδολογία έρευνας, που θα ακολουθήσουμε, σε αυτό που ψάχνουμε και όχι το αντίθετο. Οι ερωτήσεις που θέτουμε είναι :

- ποιο είναι το βασικό ερώτημα της έρευνάς μου;
- ποιες είναι οι πληροφορίες που θα πρέπει να έχω στο τέλος της έρευνας;

2) Συχνά η διατύπωση του προβληματισμού και η ανάλυση των δεδομένων διαμορφώνονται κατά τη διάρκεια της έρευνας. Ωστόσο είναι απαραίτητο να διατυπωθούν από την αρχή.

3) Είναι απαραίτητο να διευκρινίσουμε διεξοδικά τις ερευνητικές υποθέσεις, γιατί είναι αυτές που καθορίζουν, όχι μόνο τα ερευνητικά εργαλεία που θα χρησιμοποιήσουμε, αλλά και την ανάλυση που θα πραγματοποιήσουμε.

4) Όλα τα ερευνητικά εργαλεία έχουν πλεονεκτήματα αλλά και μειονεκτήματα. Η χρήση ενός ερευνητικού εργαλείου δεν αποκλείει τη χρήση ενός δεύτερου ή και ενός τρίτου. Αυτό σημαίνει ότι ο ερευνητής μπορεί να διασταυρώσει τα ερευνητικά εργαλεία, εάν αυτό απαιτείται από τις ανάγκες της εργασίας του.

5) Η μεθοδολογία της συλλογής δεδομένων συνδέεται με:

- το θεωρητικό πλαίσιο της έρευνας
- τον προβληματισμό, και
- τις ερευνητικές υποθέσεις

6) Υπάρχουν 3 ειδών πηγές πληροφοριών για τη διεξαγωγή έρευνας:

- Ο λόγος (συνέντευξη, ερωτηματολόγιο)
- Τα γεγονότα (παρατήρηση)
- Τα « ίχνη » (γραπτά, στατιστικές) (Ανδρουλάκης, Κακάρη και Μουσούρη, 1998).

4.2. Μέθοδοι συλλογής υλικού

Σε αυτήν την ενότητα αναφέρονται και αναλύονται περιληπτικά τρεις από τις πιο γνωστές μεθόδους συλλογής υλικού. Τα κύρια χαρακτηριστικά τους, τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα τους. Με αυτόν τον τρόπο γίνεται εμφανές το πώς επιλέχτηκε η μέθοδος που διευκολύνει περισσότερο την επεξεργασία δεδομένων και συνεπώς την υλοποίηση της έρευνας. Οι τρεις αυτοί μέθοδοι συλλογής υλικού είναι:

- Η παρατήρηση
- Η συνέντευξη
- Το ερωτηματολόγιο

Η παρατήρηση : Είναι η διαδικασία όπου κάποιο φαινόμενο ή συμπεριφορά παρατηρούνται κατά τρόπο προγραμματισμένο, οργανωμένο, συστηματοποιημένο, από άτομα ειδικευμένα ή εκπαιδευμένα για τον ρόλο αυτό. Χρησιμοποιεί την καταγραφή γεγονότων και υφίσταται επαλήθευση (Δημητρόπουλος, 1994: 89)

Τα Είδη της παρατήρησης είναι : η άμεση , η συμμετοχική και η έμμεση ή προκαλούμενη ή πειραματική παρατήρηση.

Η συνέντευξη : Είναι μία από τις πιο γνωστές μεθόδους συλλογής υλικού όπου ο ερευνητής υποβάλλει στον ερωτώμενο μια σειρά από ερωτήσεις στις οποίες καλείται να απαντήσει. Αυτό που ενδιαφέρει τον ερευνητή είναι να ανακαλύψει τι σκέφτεται ο ερωτώμενος σε σχέση με κάποιο θέμα και να συγκρίνει τις γνώμες και τις απόψεις των ερωτώμενων. Στην συνέχεια ο ερευνητής ενδιαφέρεται να συγκρίνει και να ομαδοποιήσει τις απόψεις των ερωτώμενων.

Τα Είδη της συνέντευξης είναι: κατευθυνόμενη ή δομημένη, ημι-κατευθυνόμενη και η ελεύθερη συνέντευξη.

Το ερωτηματολόγιο : Είναι ένα έντυπο που περιέχει μια σειρά δομημένων ερωτήσεων οι οποίες παρουσιάζονται σε μια συγκεκριμένη σειρά και στις οποίες ο ερωτώμενος καλείται να απαντήσει γραπτά (Ζαφειρίου, 2003).

Τα κυριότερα πλεονεκτήματα των ερωτηματολογίων είναι:

- Στοιχίζουν πολύ φθηνότερα από τις συνεντεύξεις.
- Μπορούν να σταλούν σε μεγάλο αριθμό ανθρώπων.
- Είναι εύκολη η κατασκευή και η χρήση του.
- Οι ερωτώμενοι μπορούν να εκφραστούν ελεύθερα (έλλειψη άμεσης επικοινωνίας)
- Τυποποιημένοι τρόποι ανάλυσης του υλικού.

- Ο ερευνητής δεν μπορεί να επηρεάσει τις απαντήσεις.
- Είναι η λιγότερο χρονοβόρα μέθοδος.

Τα κυριότερα μειονεκτήματα των ερωτηματολογίων είναι:

- Ο ερευνητής δεν είναι σε θέση να αποσαφηνίσει τις ανοιχτές ερωτήσεις.
- Υποχρεώνει τον ερωτηθέντα να απαντήσει με έναν συγκεκριμένο τρόπο.

Με βάση τα πλεονεκτήματα που παρουσιάζονται πιο πάνω, και λόγω της απειρίας του ερευνητή αλλά και του περιορισμένου χρόνου που απαιτεί η έρευνα, μιας και πρόκειται για πτυχιακή εργασία, κρίθηκε ότι το ερωτηματολόγιο είναι το καταλληλότερο μέσο για την διεκπεραίωση αυτής της ερευνητικής μελέτης.

Στην συνέχεια του κεφαλαίου αυτού περιγράφεται η διαδικασία που ακολουθήθηκε για την κατάρτιση του ερωτηματολογίου.

4.3. Ερωτηματολόγιο

Το ερωτηματολόγιο αποτελεί το μέσον επικοινωνίας (interface) μεταξύ του ερευνητή και των ερωτώμενων, με άμεσο ή έμμεσο τρόπο, ανάλογα με τη μέθοδο συλλογής των δεδομένων. Η κατάρτιση του ερωτηματολογίου, λόγω των ιδιοτήτων που έχει, αποτελεί την πλέον κρίσιμη και λεπτή εργασία, καθοριστικής σημασίας για την επιτυχία μιας στατιστικής έρευνας.

Λέγεται χαρακτηριστικά ότι "καμία στατιστική έρευνα δεν μπορεί να είναι καλύτερη από το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε σ' αυτή (Παρασκευόπουλος, 1993). Με τη φράση αυτή τονίζεται το γεγονός ότι σε μια έρευνα ακόμη και αν εφαρμοστεί αποτελεσματικό σχέδιο δειγματοληψίας ή η πλέον ενδεδειγμένη ανάλυση των στοιχείων δεν είναι δυνατόν να εξαγάγουμε σωστά συμπεράσματα αν λάβαμε μη συγκρίσιμες απαντήσεις από ένα ακατάλληλο ερωτηματολόγιο με ασαφείς ερωτήσεις.

4.3.1. Κατάρτιση ερωτήσεων του ερωτηματολογίου

Για την κατάρτιση του κατάλληλου ερωτηματολογίου θα πρέπει να έχουν προηγηθεί οι ακόλουθες ενέργειες (Παρασκευόπουλος, 1993). :

- Προσδιορισμός και εξειδίκευση του στόχου της έρευνας.
- Επιλογή της μεθόδου συλλογής των δεδομένων.
- Κατανόηση των χαρακτηριστικών των ερωτώμενων.

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, ο προσδιορισμός και η εξειδίκευση του στόχου της έρευνας είναι οι έννοιες που πρέπει να καθοριστούν πρώτες. Καθώς πάνω σε αυτές θα στηριχθεί η διαμόρφωση των ερωτήσεων (Ρόντος και Παπάνης, 2007).

Η επιλογή της μεθόδου συλλογής είναι επίσης καθοριστικής σημασίας για τον σχεδιασμό του κατάλληλου ερωτηματολογίου. Για παράδειγμα, αν το ερωτηματολόγιο πρόκειται να συμπληρωθεί από τον ίδιο τον ερωτώμενο, χωρίς την παρέμβαση ερευνητή, τότε πρέπει να δοθεί έμφαση στην τεχνική αρτιότητα του ερωτηματολογίου και στην διευκρίνιση, μέσω εγγράφων επεξηγήσεων στο ερωτηματολόγιο, των σημείων που είναι δυνατόν να παρερμηνευτούν.

Αν όμως το ερωτηματολόγιο συμπληρωθεί από τον ερευνητή, κατά τη διάρκεια συνεντεύξεως, τότε το ερωτηματολόγιο θα είναι πλήρως κατανοητό και εύχρηστο, αφού θα μπορεί να επεξηγηθεί, σε τυχόν απορίες, από τον ίδιο τον ερευνητή.

Τέλος, τα χαρακτηριστικά του ερωτώμενου πληθυσμού πρέπει να λαμβάνονται υπόψη στο σχεδιασμό των ερωτηματολογίων, στη διατύπωση των ερωτήσεων και στη χρησιμοποίηση των κατάλληλων λέξεων.

4.3.2 Δημιουργία ερωτηματολογίου

Για τη δημιουργία ενός ερωτηματολογίου πρέπει να λάβουμε υπ όψιν μας ορισμένα χαρακτηριστικά ώστε να αποτελεί μια επιτυχημένη και ορθή έρευνα: (Javeau, 2000).

- Πληρότητα
- Σαφήνεια
- Συνοχή
- Κατάλληλη δομή.
- Να περιλαμβάνει ερωτήματα ελέγχου.
- Να είναι κατά το δυνατόν σύντομο.
- Να έχει τελειότητα παρουσίασης από τεχνικής πλευράς.
- Να περιλαμβάνει βασικές οδηγίες συμπλήρωσης και εννοιολογικές επεξηγήσεις.
- Να επιδέχεται κωδικογραφική και μηχανογραφική επεξεργασία.

Η πληρότητα αναφέρεται ακριβώς στην ανάγκη κάλυψης όλων των πτυχών του ερευνώμενου χαρακτηριστικού, για το οποίο έχει ήδη γίνει αρκετός λόγος.

Η σαφήνεια δεν αναφέρεται μόνο στο περιεχόμενο των πληροφοριών αλλά και στο άτομο το οποίο πρέπει να δώσει τις απαντήσεις.

Η συνοχή αναφέρεται στην ανάγκη οργανικής σύνδεσης των επιμέρους ερωτημάτων μεταξύ τους. Συγγενή ερωτήματα πρέπει να εμφανίζονται στο ερωτηματολόγιο

ομαδοποιημένα και να ερωτώνται μαζί, προκειμένου η σκέψη και η μνήμη του ερωτώμενου να κατευθύνεται ευκολότερα στις σωστές απαντήσεις.

Η κατάλληλη δομή του ερωτηματολογίου, δηλαδή η σειρά με την οποία θα τεθούν οι ομάδες ερωτήσεων, είναι επίσης μεγάλης σημασίας στην αύξηση του βαθμού ανταπόκρισης του κοινού. Είναι αυτονόητο, αλλά δεν εφαρμόζεται πάντοτε, ότι προσωπικές ή γενικότερα ερωτήσεις που δεν απαντά εύκολα το κοινό (εισόδημα, ύπαρξη διαζυγίου, κλπ.) δεν τίθενται στην αρχή ενός ερωτηματολογίου.

Τα ερωτήματα ελέγχου τίθενται ακριβώς για τον έλεγχο της ορθότητας των απαντήσεων σε βασικές ερωτήσεις.

Ένα αποτελεσματικό ερωτηματολόγιο πρέπει επίσης να είναι σύντομο. Ερωτηματολόγια τα οποία επεκτείνονται σε μεγάλο αριθμό ερωτημάτων κουράζουν τον ερωτώμενο ή του δημιουργούν την αίσθηση ότι θα χάσει πολύ χρόνο και είναι δυνατόν να μην απαντηθούν. Αυτό ισχύει σε μεγαλύτερο βαθμό όταν το ερωτηματολόγιο πρόκειται να συμπληρωθεί από το ίδιο το κοινό (Ρόντος και Παπάνης, 2007).

Η αρτιότητα εμφάνισης του ερωτηματολογίου από τεχνική άποψης επηρεάζει, επίσης, σημαντικά το βαθμό ανταπόκρισης του κοινού για δύο κυρίως λόγους. Αρχικά, η ποιότητα του χαρτιού, της εκτύπωσης, κλπ., δημιουργεί ευνοϊκή προδιάθεση για τη σοβαρότητα της έρευνας, με αποτέλεσμα να δείχνουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον και να καταβάλλουν μεγαλύτερη προσπάθεια για πλήρεις και σωστές απαντήσεις. Κατά δεύτερο λόγο, η χρήση δύο ή περισσότερων χρωμάτων, η χρήση κατευθυντήριων τόξων και άλλων συμβόλων, καθοδηγούν τον ερευνητή ή τον ερευνώμενο και διευκολύνουν το έργο του.

Προς την κατεύθυνση αύξησης του βαθμού ανταπόκρισης και υποβοήθησης των ερευνητών ή των ερωτώμενων για όσο το δυνατόν ορθότερες απαντήσεις, συνηθίζεται στο ερωτηματολόγιο να συμπεριλαμβάνονται βασικές σύντομες οδηγίες για τον τρόπο συμπλήρωσης των ερωτημάτων ως και βασικές έννοιες και ορισμοί για θέματα που ερωτώνται.

Τέλος, σε κάθε ερωτηματολόγιο θα πρέπει να έχουν προβλεφθεί ειδικοί χώροι σε κάθε ανοιχτή ερώτηση για τη κωδικογράφηση της κάθε απάντησης, με τρόπο ώστε να καταστεί δυνατή η εισαγωγή της, υπό μορφή αριθμού, στον Ηλεκτρονικό Υπολογιστή για περαιτέρω επεξεργασία. Επίσης το ερωτηματολόγιο θα πρέπει να έχει ειδικό σχεδιασμό αν πρόκειται να εφαρμοστούν ειδικές μέθοδοι εισαγωγής των δεδομένων στον Η/Υ (μέθοδοι οπτικής ανάγνωσης, κλπ.) (Ρόντος και Παπάνης, 2007).

4.3.3 Τύποι ερωτήσεων

Ο ερευνητής έχει την δυνατότητα επιλογής μεταξύ διαφορετικών τύπων ερωτήσεων. Παρόλα αυτά η επιλογή δεν είναι τυχαία. Κάθε τύπος ανταποκρίνεται σε ειδικές ανάγκες

της έρευνας (Javeau, 2000: 95). Υπάρχουν δύο τύποι ερωτήσεων οι ανοιχτές ερωτήσεις και οι κλειστές ερωτήσεις (με περαιτέρω υποκατηγορίες). Στην συγκεκριμένη έρευνα οι τύποι των ερωτήσεων που επιλέχθηκαν είναι οι εξής :

1. Ανοιχτές Ερωτήσεις :

Στις ερωτήσεις αυτές ο ερωτώμενος μπορεί να εκφράσει την γνώμη του ελεύθερα και χωρίς περιορισμούς. «Χρήσιμο για τις περιπτώσεις που ο ερευνητής δεν είναι σίγουρος για το είδος των απαντήσεων» (Ζαφειρίου, 2003 : 32).

2. Κλειστές Ερωτήσεις που συμπεριλαμβάνουν :

Διχοτομικές ερωτήσεις :

Οι ερωτήσεις αυτές επιτρέπουν στον ερωτώμενο να επιλέξει μόνο μία από τις δύο απαντήσεις που δίνονται. Είναι πολύ ξεκάθαρες και γι' αυτό ακριβώς η επεξεργασία είναι πολύ πιο εύκολη.

Ερωτήσεις Κατάταξης :

Ο ερωτώμενος καλείται να επιλέξει τις απαντήσεις με σειρά προτεραιότητας ανάλογα με το ποια απάντηση θεωρεί πιο σημαντική.

Ερωτήσεις Διαβαθμισμένης Κλίμακας :

Ο ερωτώμενος ζητείται να βαθμολογήσει με μια συγκεκριμένη κλίμακα μια κατηγορία ερωτήσεων.

Ερωτήσεις Πολλαπλής Επιλογής :

Στις ερωτήσεις αυτές ο ερωτώμενος μπορεί να επιλέξει περισσότερες από μία απαντήσεις.

4.3.4 Σειρά των ερωτήσεων

Είθισται οι εύκολες ερωτήσεις να διατυπώνονται στην αρχή, ώστε να είναι κατάλληλες να ευαισθητοποιήσουν και να προκαλέσουν ενδιαφέρον στον ερωτώμενο. Οι δύσκολες ερωτήσεις στο τέλος οπότε είναι δύσκολο να αρνηθεί να απαντήσει.

Οι ερωτήσεις που αναφέρονται στο ίδιο θέμα να είναι συγκεντρωμένες σε ενότητες, και οι ερωτήσεις γενικού τύπου να προηγούνται των ειδικών έτσι ώστε το ερωτηματολόγιο να έχει μία όψη συναφή και λογική για να μην νιώθει ο ερωτώμενος ότι εκτροχιάζεται (Javeau, 2000 : 138).

4.3.5 Διατύπωση των ερωτήσεων

Σχετικά με την διατύπωση των ερωτήσεων που αφορούν το λεξιλόγιο και την φρασεολογία του ερωτηματολογίου, αποφασίσθηκε (Javeau, 2000 : 138):

- Οι ερωτήσεις προφανώς να ακολουθούν τους κανόνες της γραμματικής και του συντακτικού.
- Να είναι διατυπωμένες με σαφήνεια και με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι κατανοητές από όλους τους χρήστες.
- Να μην περιέχουν τεχνικούς όρους, ιδιωτισμούς, λέξεις σπάνιες και δύσκολες. Υπήρξαν όμως και κάποιοι τεχνικοί όροι οι οποίοι ήταν απαραίτητο να χρησιμοποιηθούν για την διατύπωση της ερώτησης.
- Τέλος από πλευράς περιεχομένου οι ερωτήσεις, αποφασίσθηκε να είναι απλές και περιεκτικές.

4.3.6 Υλική και τυπογραφική παρουσίαση

Για την διάταξη και εμφάνιση του ερωτηματολογίου η ερευνητήτρια έλαβε υπόψη μερικές από τις βασικές αρχές του Javeau (Javeau, 2000:145). Σύμφωνα μ' αυτές το ερωτηματολόγιο έχει τα παρακάτω χαρακτηριστικά :

1. Εύκολο στην χρήση (δηλ. όσον αφορά το σχήμα, το βάρος, τον τρόπο διασύνδεσης των φύλλων κλπ.)

2. Εύκολο στην ανάγνωση. Ευανάγνωστοι τυπογραφικοί χαρακτήρες, αραιά γραμμένο ερωτηματολόγιο, οι ερωτήσεις να διαχωρίζονται καλά μεταξύ τους και να αριθμούνται με απλό τρόπο.
3. Εύκολο στην συμπλήρωση. Για τις κλειστές ερωτήσεις χρησιμοποιήθηκαν τα τετραγωνάκια (□) μέσα στα οποία οι ερωτώμενοι σημειώνουν τις επιλογές τους
4. Ένας μικρός πρόλογος με εννοιολογικές επεξηγήσεις και ευχαριστίες ολοκληρώνει την αρτιότητα της εμφάνισης του ερωτηματολογίου.

4.3.7 Το μέγεθος του ερωτηματολογίου

Σύμφωνα με τον Πιέρρο (2000: 55), ένα μεγάλο ερωτηματολόγιο είναι εξ αρχής αποθαρρυντικό. Το μέγεθος του ερωτηματολογίου γίνεται εκ πρώτης όψεως αντιληπτό από τον όγκο των σελίδων του και από τον αριθμό των ερωτήσεων. Έτσι για να μειώσουμε το μέγεθος σε σελίδες χρησιμοποιήσαμε την κατάλληλη γραμματοσειρά, η οποία είχε ένα αρκετά ικανοποιητικό μέγεθος ώστε και να μην καλύπτει πολύ χώρο αλλά και οι χαρακτήρες να είναι ευανάγνωστοι.

Ακόμη, αποφασίστηκε οι ερωτήσεις να είναι συνοπτικές και περιεκτικές ώστε να συμπληρώνονται εύκολα. Έγινε προσπάθεια να αποφευχθούν άσκοπες και χωρίς νόημα ερωτήσεις ώστε ένα ικανοποιητικό σύνολο 37 συνολικά ερωτήσεων να επαρκεί για χρήσιμα συμπεράσματα.

Τέλος, προσπαθήσαμε όχι μόνο να κερδίσουμε την πρώτη εντύπωση των ερωτώμενων, αλλά και το ερωτηματολόγιο να γίνει όσο τον δυνατόν λιγότερο φορτικό και χρονοβόρο.

4.4. Δειγματοληψία

Η συγκέντρωση στατιστικών δεδομένων είναι μια από τις εξαιρετικά σημαντικές ενέργειες που οφείλει να διεξαγάγει ο στατιστικός όταν επιθυμεί να μελετήσει στατιστικά ένα φαινόμενο. Πριν ξεκινήσει η στατιστική έρευνα οφείλουν, οι ερευνητές, να ορίσουν με σαφήνεια το σύνολο που θα μελετήσουν, δηλαδή, τον στατιστικό πληθυσμό, καθώς και τις στατιστικές μονάδες που θα απαρτίζουν τον πληθυσμό. Στατιστική μονάδα είναι δυνατόν να θεωρηθεί ένα αντικείμενο, ένα άτομο, ένα νοικοκυριό κ.α. (Δαμιανού, 2000).

Δύο είναι οι μέθοδοι συγκέντρωσης στατιστικών στοιχείων :

- οι εξαντλητικές έρευνες ,και
- οι δειγματοληπτικές έρευνες (δειγματοληψία)

Δειγματοληψία είναι η απογραφή ορισμένων συγκεκριμένων χαρακτηριστικών ενός τμήματος του πληθυσμού. Το τμήμα του πληθυσμού που απογράφεται ονομάζεται δείγμα. Σκοπός, τώρα, των δειγματοληπτικών ερευνών είναι να προσδιορίσουμε όσο γίνεται ακριβέστερα ιδιότητες του πληθυσμού, μελετώντας απογραφικά τα στοιχεία του δείγματος. Η συνέπεια της επέκτασης των συμπερασμάτων που προέρχονται από τη μελέτη των χαρακτηριστικών του δείγματος, σε ολόκληρο τον πληθυσμό, εξαρτάται από τη μέθοδο δειγματοληψίας που εφαρμόζουμε. Καθώς από τη ποιότητα του δείγματος εξαρτάται κατά πολύ η σημαντικότητα των εκτιμήσεων. Τέλος οι εκτιμήσεις των δειγματοληψιών δεν δίνουν ακριβείς τιμές αλλά προσεγγίσεις για το σύνολο του πληθυσμού (Παπαδημητρίου, 2001:47-65).

4.5. Μέθοδοι δειγματοληψίας

Υπάρχουν διάφορες μέθοδοι που επιτρέπουν την ανάλυση του δείγματος. Στη συνέχεια, θα παρουσιαστούν σχεδιαγραμματικά και θα δικαιολογηθεί η μέθοδος που επιλέχθηκε. .

4.5.1. Δειγματοληπτικές Έρευνες

Η μέθοδος που επιλέχθηκε για την συγκεκριμένη έρευνα είναι η **απλή τυχαία δειγματοληψία**, όχι κατά στρώματα ούτε στρωματοποιημένη δειγματοληψία, ωστόσο όταν ο πληθυσμός είναι αριθμημένος ή κατανεμημένος με τέτοιο τρόπο ώστε οι διαδοχικές ομάδες που τον αποτελούν να παρουσιάζουν μια ομοιογένεια ως προς τις στατιστικές μονάδες τους, τότε ο πιο κατάλληλος τρόπος επιλογής του δείγματος είναι η τυχαία δειγματοληψία κατά στρώματα (Παπαδημητρίου, 2001:47-65).

Η μέθοδος αυτή περιλαμβάνει τα εξής βήματα :

- Ο πληθυσμός υποδιαιρείται σε ομοιογενή υποσύνολα ή ομάδες που ονομάζονται στρώματα
- Ένα απλό τυχαίο δείγμα επιλέγεται από κάθε στρώμα.
- Για κάθε στρώμα γίνεται μια ξεχωριστή εκτίμηση.
- Οι εκτιμήσεις αυτές σταθμίζονται για να μας δώσουν μια συνολική εκτίμηση για ολόκληρο τον πληθυσμό (Λαμπίρη, 1995:292).

Στην συγκεκριμένη έρευνα το δείγμα αποτελείται από μόνιμους κατοίκους της Σητείας. Το σύνολο των ερωτηθέντων (δείγμα) ανέρχεται στους 155 καθώς είναι ο ιδανικός αριθμός δείγματος για μια μικρή πόλη όπως η Σητεία όπου ο αριθμός των κατοίκων που διαμένουν μόνιμα δεν είναι πολύ μεγάλος και χρόνος που τοποθετείται η έρευνα είναι ο μήνας Αύγουστος του 2015.

4.6. Μέθοδος συμπλήρωσης ερωτηματολογίου

Υπάρχουν τέσσερις μέθοδοι συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου 1. προσωπική συνέντευξη, 2. τηλεφωνική συνέντευξη και 3. το αποσπελλόμενο ταχυδρομικά ερωτηματολόγιο και 4. το αποσπελλόμενο με e-mail. Παρακάτω εξετάζουμε αναλυτικά τις μεθόδους έτσι ώστε να επιλέξουμε αυτήν που ταιριάζει περισσότερο τους σκοπούς και τους στόχους της ερευνητικής μας μελέτης.

1. Προσωπική συνέντευξη .

Πλεονεκτήματα :

- ♦ Πετυχαίνεται υψηλός βαθμός συνεργασίας μεταξύ του ερευνητή και των ερωτώμενων με αποτέλεσμα να καταλήγουν σε πιο πλήρη και συνεπή στοιχεία.

Μειονεκτήματα :

- ♦ Καλά εκπαιδευόμενος ερευνητής.

2. Τηλεφωνική συνέντευξη.

Πλεονεκτήματα :

- ♦ Είναι απλή και όχι δαπανηρή

Μειονεκτήματα :

- ♦ Είναι μια αποτελεσματική τεχνική συλλογής πληροφοριών αλλά μόνο σε περιοχές όπου η τηλεφωνική επικοινωνία είναι διαδεδομένη και η τηλεφωνική συνέντευξη χρησιμοποιείται με συνεχώς αυξανόμενο ρυθμό, όπως π.χ. στην Σουηδία.

- ♦ Ο ερωτώμενος μπορεί οποτεδήποτε αν ενοχληθεί από την συνέντευξη να την σταματήσει, ενώ σε μια προσωπική συνέντευξη είναι πιο δύσκολο.

- ♦ Μπορεί να δώσει λανθασμένα αποτελέσματα αν δεν ληφθεί πρόνοια, δεδομένου ότι τμήματα τα πληθυσμού ανήκουν σε λιγότερο προνομιούχες τάξεις ή με μη καταχωρημένο αριθμό τηλεφώνου.

3. Το αποσπελλόμενο ταχυδρομικά ή με e-mail ερωτηματολόγιο

Πλεονεκτήματα :

- ♦ Χαμηλό κόστος

Μειονεκτήματα :

- ♦ Μικρός βαθμός συνεργασίας με τους ερευνητές.
- ♦ Μικρό ποσοστό συμπλήρωσης των ερωτηματολογίων

Ο τρόπος αυτός συγκέντρωσης στοιχείων είναι πολύ αποτελεσματικός όταν απευθυνόμαστε σε πληθυσμό υψηλού μορφωτικού επιπέδου και με μέλη ειδικών κατηγοριών όπως π.χ. οι συνδρομητές ενός εξειδικευμένου περιοδικού ή οι χρήστες ενός συγκεκριμένου site (Λαμπίρη, 1995).

Η μέθοδος συμπλήρωσης υλικού που επιλέχτηκε για την συγκεκριμένη έρευνα είναι η προσωπική συνέντευξη μέσω των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου. Οι λόγοι για τους οποίους επιλέχτηκε η μέθοδος αυτή είναι

1. ο ερωτώμενος θα μπορεί να κατανοήσει πιο εύκολα τις ερωτήσεις με την βοήθεια του ερευνητή,
2. δεν ήταν εύκολο να βρεθούν τα προσωπικά στοιχεία των χρηστών (διευθύνσεις)
3. είναι η λιγότερο χρονοβόρα μέθοδος, πράγμα που βοηθάει πολύ και για την ολοκλήρωση της εργασίας μιας και ο χρόνος που απαιτείται είναι πολύ περιορισμένος.

4.7. Παρουσίαση ερωτηματολογίου

Κατά το σχεδιασμό του ερωτηματολογίου λήφθηκαν υπόψη οι βασικές αρχές σχεδιασμού, έτσι ώστε να είναι όσο το δυνατό πιο σαφή τα ζητούμενα στοιχεία και πιο αξιόπιστα τα αποτελέσματα για την ολοκλήρωση μιας σωστής και επιστημονικής μελέτης.

Το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει τόσο ποιοτικές όσο και ποσοτικές ερωτήσεις και χρησιμοποιήθηκαν κλειστού τύπου ερωτήσεις.

Το ερωτηματολόγιο (βλ. Παράρτημα Α' : Ερωτηματολόγιο) αποτελείται από 37 ερωτήσεις που βασίστηκαν στις παρακάτω θεματικές ενότητες :

- ✚ Προσωπικά στοιχεία κατοίκου Σητείας
- ✚ Αξιολόγηση ειδικά για τις επιπτώσεις/οφέλη της επένδυσης «ΪΤΑΝΟΣ ΓΑΙΑ» στη Σητεία.
- ✚ Γενική αξιολόγηση των επιπτώσεων των ξένων επενδύσεων στην Ελλάδα.

4.8. Διεξαγωγή της Έρευνας

Μετά από τις διορθώσεις που προέκυψαν από την συνεργασία του επιβλέποντα καθηγητή με την εκπονήτρια της έρευνας αυτής, ολοκληρώθηκε η σύνταξη του οριστικού ερωτηματολογίου και άρχισε να διανέμεται στους κατοίκους της Σητείας.

Το ερωτηματολόγιο περιλάμβανε επίσης και ένα σύντομο εισαγωγικό σημείωμα το οποίο εξηγούσε τους σκοπούς και τους στόχους της έρευνας.

Η έρευνα αυτή διεξήχθη τον Αύγουστο του 2015 στη Σητεία με την προσωπική παράδοση των ερωτηματολογίων σε μόνιμους κατοίκους της πόλης, από τις 8:00 το πρωί έως τις 14:30 το μεσημέρι, τις ώρες, δηλαδή, λειτουργίας και αρκετών καταστημάτων της πόλης ώστε να συζητήσουμε και με επιχειρηματίες της περιοχής. Όπως προαναφέρθηκε, αποφασίσθηκε εξαρχής ο αριθμός των ατόμων που θα λάβουν μέρος στην έρευνα, γιατί σε περίπτωση που θέταμε χρονικό διάστημα δεν θα συμπληρωνόταν ικανοποιητικός αριθμός ώστε να μας δώσει σαφή αποτελέσματα.

Υπήρξαν αρκετά προβλήματα που παρεμπόδισαν την ομαλή ροή της έρευνας. Σημαντικότερο όλων ήταν η άρνηση αρκετών χρηστών να απαντήσουν στο ερωτηματολόγιο. Λόγω του θέρους ο μόνιμος πληθυσμός της Σητείας ήταν περίπου στο 55% αυτού σε κανονική χειμερινή περίοδο. Με αποτέλεσμα αυτό να δυσχεραίνει την συγκέντρωση των ερωτηματολογίων.

Τέλος ένα ακόμη πρόβλημα αποτέλεσε η κακή συμπλήρωση του ερωτηματολογίου καθώς οι κάτοικοι είχαν πίεση χρόνου, πράγμα που με ανάγκασε αρκετές φορές να τους ζητώ την επανασυμπλήρωση του ερωτηματολογίου.

4.9 Ανάλυση Στοιχείων

Μέχρι τώρα έχουν αναλυθεί οι μέθοδοι συλλογής υλικού, η επιλογή της μεθόδου που εξυπηρετεί τους σκοπούς και τους στόχους της ερευνητικής αυτής μελέτης (το ερωτηματολόγιο), οι βασικές αρχές που ακολουθήθηκαν για την σύνταξη του ερωτηματολογίου, η μέθοδος δειγματοληψίας που επιλέχτηκε (η δειγματοληψία κατά στρώματα), οι μέθοδοι συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου από τις οποίες ως καταλληλότερη κρίθηκε η προσωπική συνέντευξη, παρουσιάστηκε το οριστικό ερωτηματολόγιο, η πιλοτική έρευνα καθώς αναφερθήκαμε και στην διεξαγωγή της έρευνας όπως προέκυψε τους μήνες της συλλογής του υλικού .

Μετά την συγκέντρωση των ερωτηματολογίων το επόμενο βήμα ήταν η επεξεργασία των στοιχείων. Για την ανάλυση αυτή βασίστηκε στο στατιστικό πρόγραμμα ανάλυσης δεδομένων SPSS (Statistical Package for Social Sciences), ένα από τα πιο δημοφιλή, ευέλικτα και εύχρηστα στατιστικά πακέτα για την ανάλυση και πραγματοποίηση ποσοτικών ερευνών.

Το στατιστικό αυτό πακέτο προσφέρει πολλές δυνατότητες στους ερευνητές μόνο όμως για τις ποσοτικές ερωτήσεις (κλειστού τύπου).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

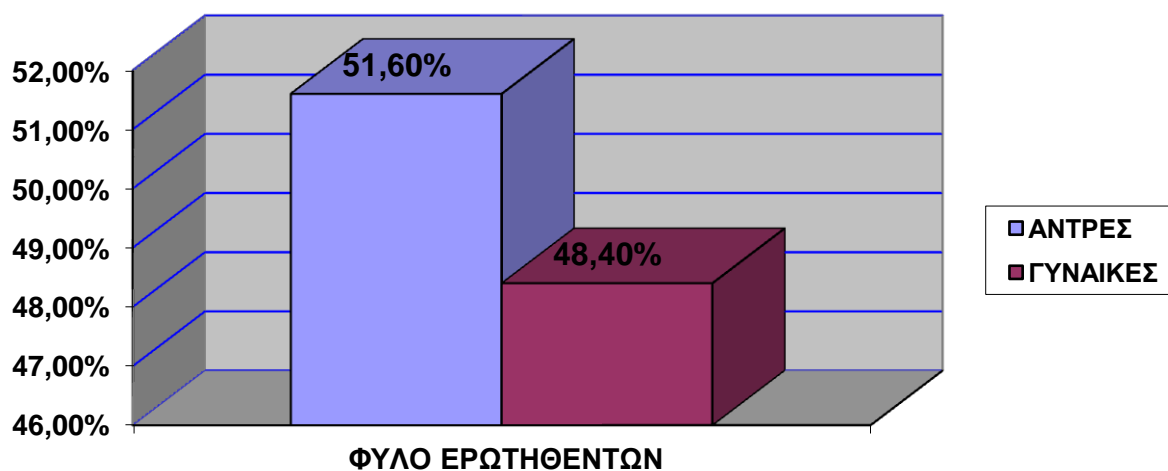
5.1. Δημογραφικοί παράγοντες

Πίνακας 1: Φύλο

	<u>Πλήθος</u>	<u>Ποσοστό</u>
Άνδρας	80	51,6
Γυναίκα	75	48,4
Σύνολο	155	100

Το δείγμα μας αποτελείται από 155 άτομα εκ των οποίων οι 80 είναι άνδρες με ποσοστό 51,6% και οι 75 είναι γυναίκες με ποσοστό 48,4 %, υπάρχει δηλαδή σχετική ομοιογένεια του δείγματος ως προς το φύλο.

Διάγραμμα 1: Φύλο ερωτηθέντων

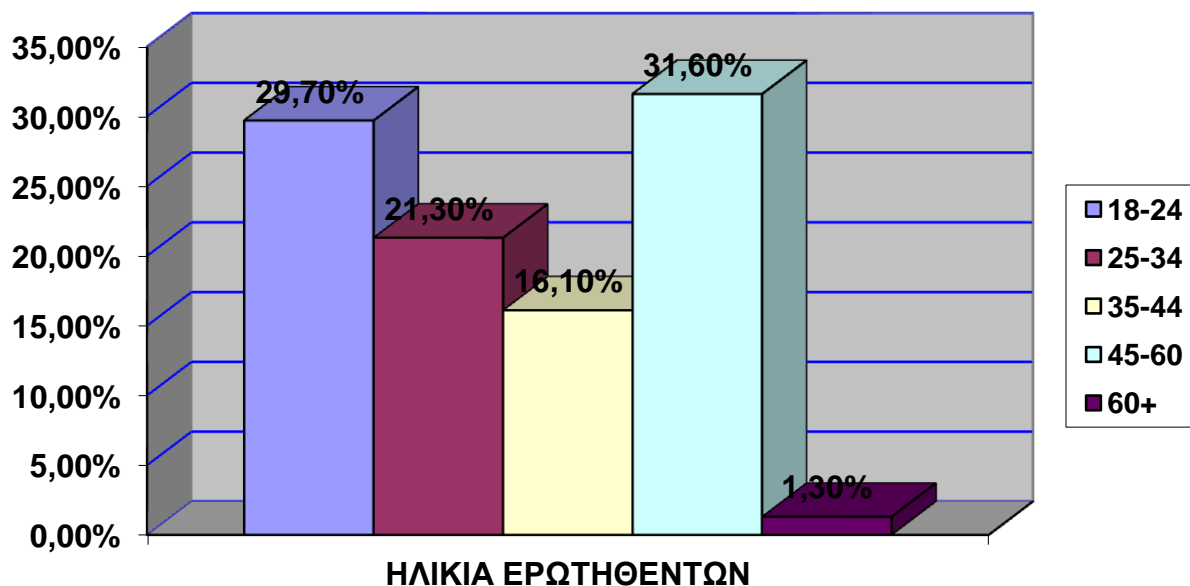


Πίνακας 2: Ηλικία Ερωτηθέντων

	<u>Πλήθος</u>	<u>Ποσοστό</u>
18-24	46	29,7
25-34	33	21,3
35-44	25	16,1
45-60	49	31,6
60+	2	1,3
Σύνολο	155	100

Η πολυπληθέστερη ομάδα ηλικίας του δείγματος μας είναι αυτή μεταξύ 45-60 με ποσοστό 31,6% , ακολουθεί πολύ κοντά η ομάδα ηλικίας 18-24 με ποσοστό 29,7%, στην συνέχεια ακολουθεί η ομάδα ηλικίας 25-34 με ποσοστό 21,3% και η ομάδα ηλικίας 35-44 με ποσοστό 16,1% .Τέλος η ομάδα ηλικίας > 60ετών με ποσοστό 1,3%.

Διάγραμμα 2: Ηλικία ερωτηθέντων

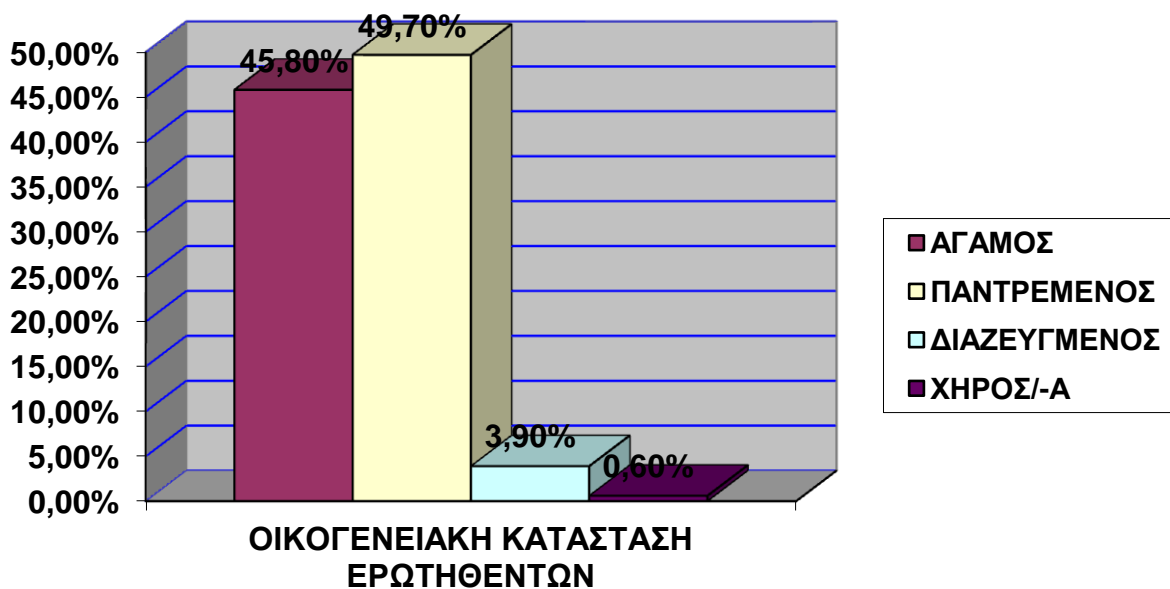


Πίνακας 3: Οικογενειακή Κατάσταση Ερωτηθέντων

	<u>Πλήθος</u>	<u>Ποσοστό</u>
ΑΓΑΜΟΣ/-Η	71	45,8
ΠΑΝΤΡΕΜΕΝΟΣ/-Η	77	49,7
ΔΙΑΖΕΥΓΜΕΝΟΣ/-Η	6	3,90
ΧΗΡΟΣ/-Α	1	0,60
Σύνολο	155	100

Το μεγαλύτερο μέρος του δείγματός μας (>90%) αποτελείται από άγαμους και παντρεμένους μόνιμους κατοίκους της Σητείας, όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα.

Διάγραμμα 1: Οικογενειακή Κατάσταση ερωτηθέντων

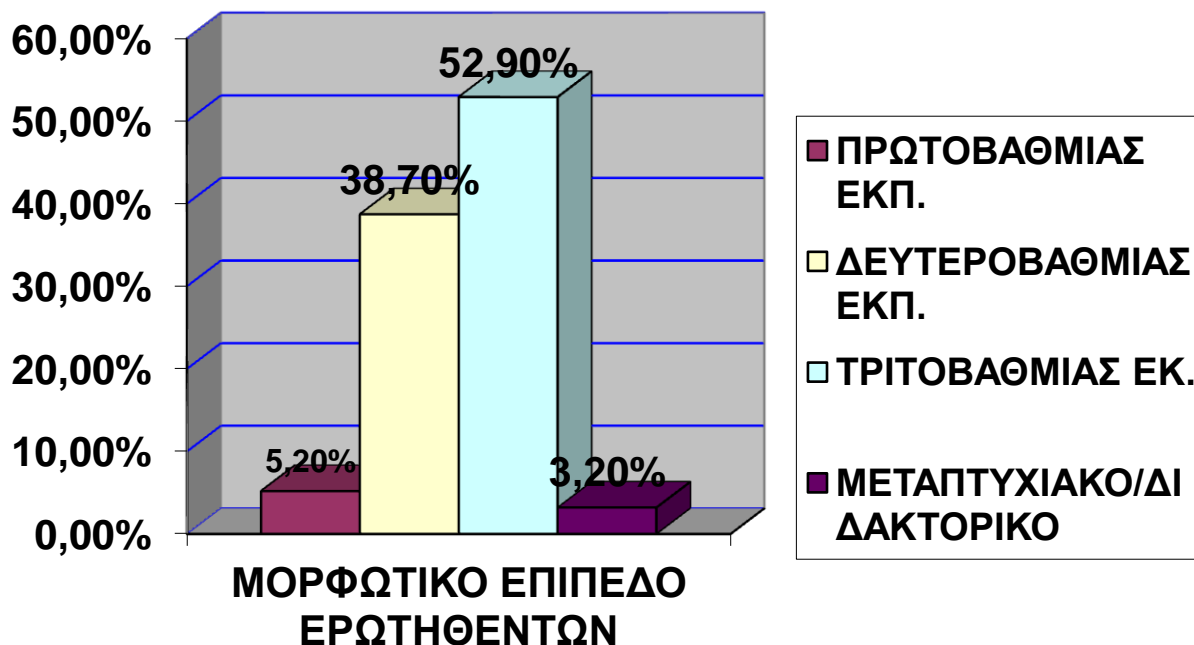


Πίνακας 4: Μορφωτικό Επίπεδο Ερωτηθέντων

	<u>Πλήθος</u>	<u>Ποσοστό</u>
Πρωτοβάθμια	8	5,2
Δευτεροβάθμια	60	38,7
Τριτοβάθμια	82	52,9
Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό	5	3,2
Σύνολο	155	100

Όσον αφορά την μόρφωση παρατηρούμε ότι σχεδόν οι μισοί ερωτηθέντες με ποσοστό 52,9 % είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, ακολουθούν οι ερωτηθέντες απόφοιτοι της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης με ποσοστό 38,7 % ενώ υπάρχουν και 5 άτομα με ποσοστό 3,2 % που έχουν κάνει μεταπτυχιακό όπως κι ένα πολύ μικρό ποσοστό 5,2% του δείγματος των ερωτηθέντων που έχουν αποφοιτήσει από την πρωτοβάθμια εκπαίδευση και δε συνέχισαν περαιτέρω.

Διάγραμμα 4: Μορφωτικό Επίπεδο Ερωτηθέντων

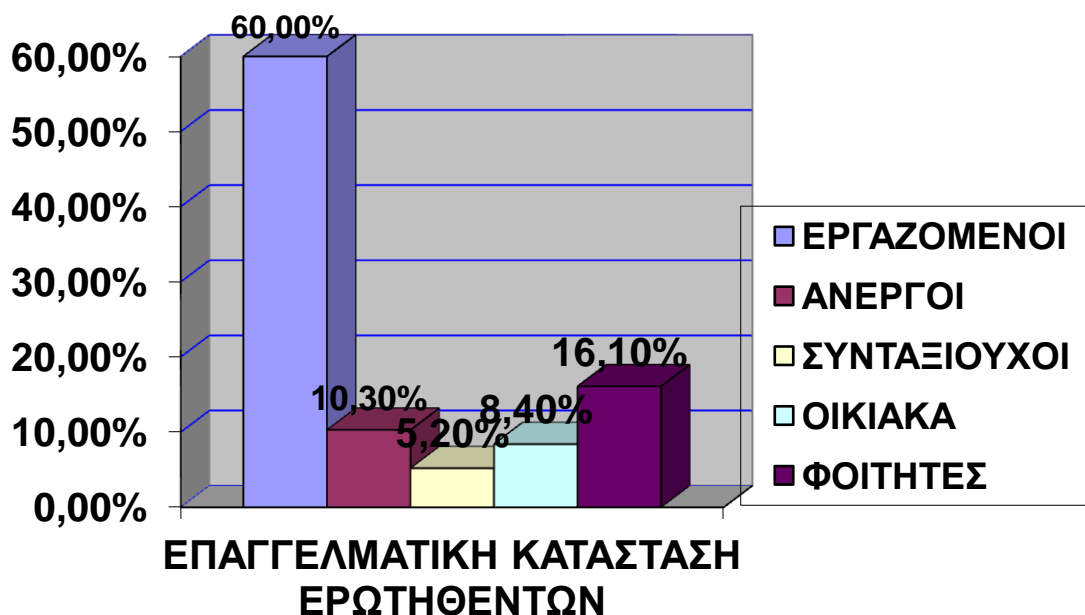


Πίνακας 5: Επαγγελματική Κατάσταση Ερωτηθέντων

	<u>Πλήθος</u>	<u>Ποσοστό</u>
Εργαζόμενος	93	60
Άνεργος	16	10,3
Συνταξιούχος	8	5,2
Οικιακά	13	8,4
Φοιτητής	25	16,1
Σύνολο	155	100

Από τους ερωτηθέντες που απάντησαν το ερωτηματολόγιο, η επαγγελματική κατάσταση κυμαίνεται με ποσοστό 60 % των εργαζομένων (πλήρης και μερικής απασχόλησης), ακολουθούν οι άνεργοι με ποσοστό 10,3 % , οι ερωτηθέντες που έχουν συνταξιοδοτηθεί με ποσοστό 5,2% στη συνέχεια οι απασχολούμενες/-οι με τα οικιακά με ποσοστό 8,4 % , και τέλος οι φοιτητές με ποσοστό 16,1 % .

Διάγραμμα 5: Επαγγελματική Κατάσταση Ερωτηθέντων

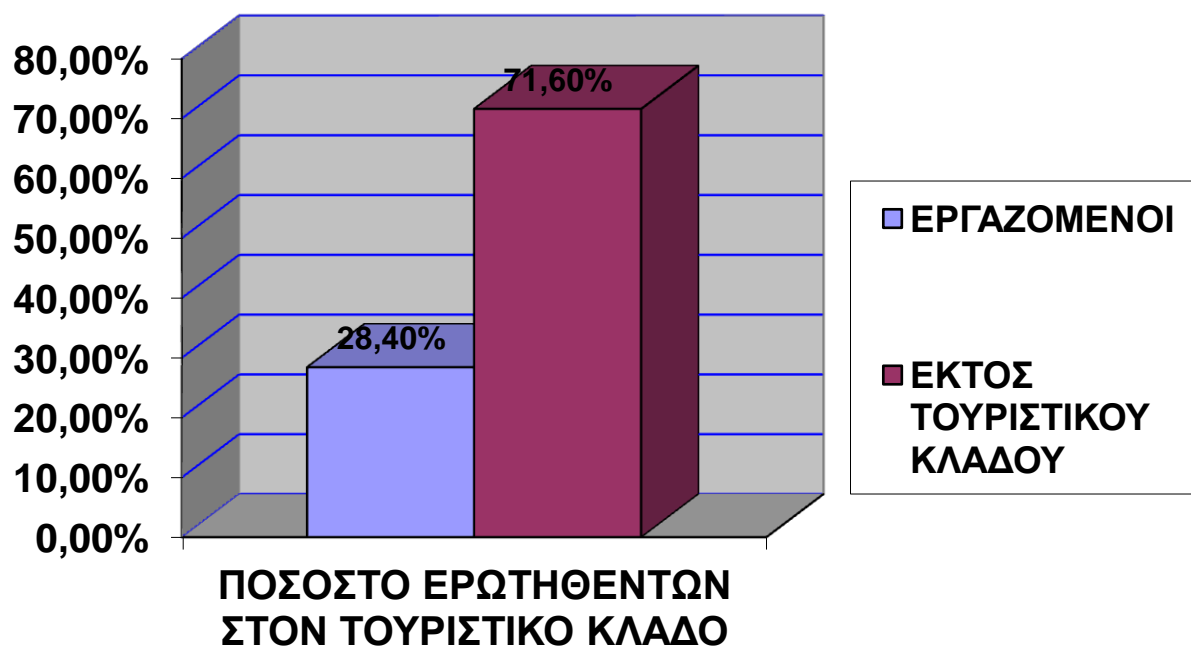


Πίνακας 6: Ποσοστό Ερωτηθέντων που εργάζονται στον Τουριστικό Κλάδο

	<u>Πλήθος</u>	<u>Ποσοστό</u>
Εργαζόμενος στον Τουρ.Κλάδο	44	28,4
Εκτός Τουριστικού Κλάδου	111	71,6
Σύνολο	155	100

Από τους ερωτηθέντες που απάντησαν το ερωτηματολόγιο, η επαγγελματική κατάσταση κυμαίνεται με ποσοστό 60 % των εργαζομένων (πλήρης και μερικής απασχόλησης), ακολουθούν οι άνεργοι με ποσοστό 10,3 % , οι ερωτηθέντες που έχουν συνταξιοδοτηθεί με ποσοστό 5,2% στη συνέχεια οι απασχολούμενες/-οι με τα οικιακά με ποσοστό 8,4 % , και τέλος οι φοιτητές με ποσοστό 16,1 % .

Διάγραμμα 6: Ποσοστό Ερωτηθέντων που εργάζονται στον Τουριστικό Κλάδο



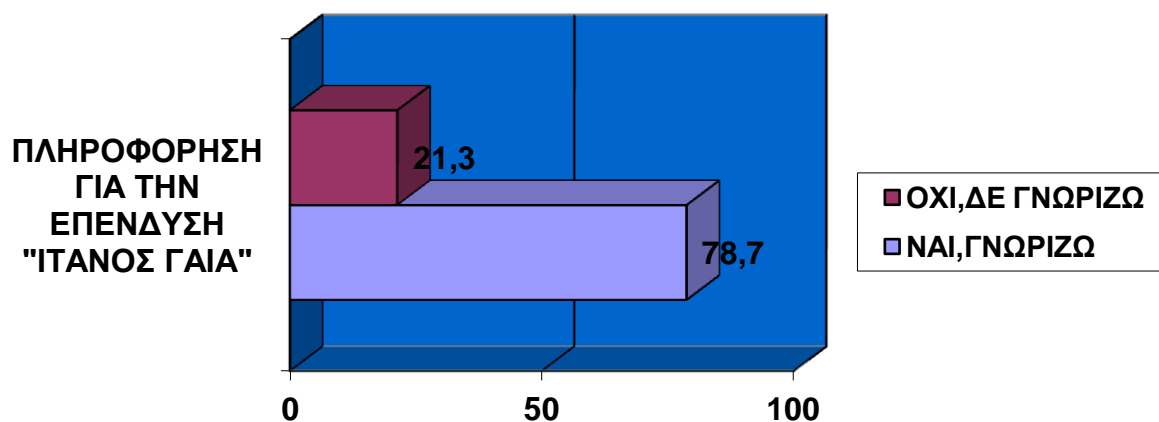
5.2. ΓΝΩΣΗ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΕΝΔΥΣΗ «ΙΤΑΝΟΣ ΓΑΙΑ»

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.2. ΓΝΩΣΗ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΕΝΔΥΣΗ «ΙΤΑΝΟΣ ΓΑΙΑ»

	ΠΛΗΘΟΣ(Ν)	%
ΝΑΙ	122	78,7
ΟΧΙ	33	21,3
ΣΥΝΟΛΟ	155	100

Όπως φαίνεται από τον παρακάτω πίνακα και το παρακάτω διάγραμμα, ένα πολύ μεγάλο ποσοστό γνώριζε για την επένδυση «ΙΤΑΝΟΣ ΓΑΙΑ» στην περιοχή και άρα ήταν σε θέση να την αξιολογήσει μέσω των απαντήσεων που λάβαμε.

Διάγραμμα 5.2. ΓΝΩΣΗ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΕΝΔΥΣΗ «ΙΤΑΝΟΣ ΓΑΙΑ»



ΠΙΝΑΚΑΣ 5.3. ΟΙ ΑΝΤΙΑΛΗΨΕΙΣ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΘΕΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

 Θετικές επιπτώσεις επένδυσης	Μ.Ο.	Τυπική Απόκλιση
 Η επένδυση θα φέρει ανάπτυξη στη περιοχή της Σητείας	4,17	0,783
 Η επένδυση θα δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας για τους ντόπιους	4,28	0,707
 Η επένδυση θα ενισχύσει συνολικά την τοπική οικονομία	3,94	0,870
 Η επένδυση θα συμβάλλει στην προσέλκυση ποιοτικότερου τουρισμού	3,63	0,875
 Η επένδυση θα συμβάλλει στην επέκταση της τουριστικής περιόδου (12μηνος τουρισμός)	3,54	0,862
 Η επένδυση θα προκαλέσει αύξηση των τιμών γης	3,59	0,938
 Η επένδυση θα προκαλέσει ωφέλειες και νέες θέσεις εργασίας και σε άλλους τομείς της οικονομίας της Σητείας (π.χ. γεωργία, κτηνοτροφία, κατασκευές, κλπ)	3,79	0,875
 Η επένδυση θα προκαλέσει τη βελτίωση των υποδομών (οδικού δικτύου, αεροδρομίου, κλπ)	3,89	0,894
 Η επένδυση θα βελτιώσει την τουριστική εικόνα της Σητείας	3,99	0,834
 Η επένδυση θα προκαλέσει τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων για την εξυπηρέτηση των νέων τουριστών	3,75	0,930
 Είναι θετική η αξιοποίηση μίας περιοχής μέχρι σήμερα τελείως αναξιοποίητης	3,87	0,917
 Οι θετικές επιπτώσεις της επένδυσης είναι σημαντικότερες από τις αρνητικές και γι' αυτό η επένδυση πρέπει να γίνει	3,65	0,945

Στην παραπάνω ενότητα (5.3.) «Θετικές επιπτώσεις της επένδυσης ΙΤΑΝΟΣ ΓΑΙΑ» δόθηκε η δυνατότητα στους ερωτηθέντες να απαντήσουν σε διαβαθμισμένη κλίμακα 1 έως 5 με 1=Διαφωνώ απόλυτα και 5= Συμφωνώ απόλυτα.

Στη ερώτηση αν η επένδυση θα φέρει ανάπτυξη στη περιοχή της Σητείας ο μέσος όρος των απαντήσεων ήταν 4,17, δηλαδή «Συμφωνώ».

Στην ερώτηση για το αν η επένδυση θα δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας για τους ντόπιους, ο μέσος όρος των απαντήσεων ήταν 4,28, δηλαδή «Συμφωνώ».

Στην ερώτηση για το αν η επένδυση θα ενισχύσει συνολικά την τοπική οικονομία η απάντηση που δόθηκε ήταν κοντά στο Συμφωνώ(3,94 Μ.Ο.)

Η ερώτηση σχετικά με το αν η επένδυση θα συμβάλλει στην προσέλκυση ποιοτικότερου τουρισμού έλαβε 3,63.

Στο αν η επένδυση θα συμβάλλει στην επέκταση της τουριστικής περιόδου (12μηνος τουρισμός) οι ερωτώμενοι συμφώνησαν σχετικά (3,54 Μ.Ο.)

Στην ερώτηση αν η επένδυση θα προκαλέσει αύξηση των τιμών γης οι ερωτώμενοι συμφώνησαν σχετικά με 3,59 (μ.ο.)

Στην ερώτηση αν η επένδυση θα προκαλέσει ωφέλειες και νέες θέσεις εργασίας και σε άλλους τομείς της οικονομίας της Σητείας (π.χ. γεωργία, κτηνοτροφία, κατασκευές, κλπ) οι ερωτώμενοι συμφώνησαν με μέσο όρο βαθμολογίας 3,79.

Στην ερώτηση αν η επένδυση θα προκαλέσει τη βελτίωση των υποδομών (οδικού δικτύου, αεροδρομίου, κλπ.) οι ερωτώμενοι συμφώνησαν με μ.ο. 3,89.

Στην ερώτηση αν η επένδυση θα βελτιώσει την τουριστική εικόνα της Σητείας , οι ερωτώμενοι συμφώνησαν με μ.ο.3,99 .

Στην ερώτηση αν η επένδυση θα προκαλέσει τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων για την εξυπηρέτηση των νέων τουριστών οι ερωτώμενοι συμφώνησαν με μ.ο. απαντήσεων 3,75.

Επίσης οι ερωτώμενοι κλήθηκαν ν'απαντήσουν αν είναι θετική η αξιοποίηση μίας περιοχής μέχρι σήμερα τελείως αναξιοποίητης και απάντησαν ότι συμφωνούν με Μ.Ο. 3,87.

Στην ερώτηση αν οι θετικές επιπτώσεις της επένδυσης είναι σημαντικότερες από τις αρνητικές και γι' αυτό η επένδυση πρέπει να γίνει ,ο μέσος όρος των απαντήσεων ήταν 3,65.

5.4. ΟΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΤΩΝ ΕΡΩΤΩΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.4. ΟΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΤΩΝ ΕΡΩΤΩΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Αρνητικές επιπτώσεις επένδυσης	Μέσος όρος	Τυπική Απόκλιση
Η επένδυση θα εντείνει τον ανταγωνισμό για τις ήδη υπάρχουσες ξενοδοχειακές μονάδες που λειτουργούν στην περιοχή και ίσως οδηγήσει σε κλείσιμο κάποιες απ' αυτές	3,26	1,095
Η επένδυση θα προκαλέσει ανεπανόρθωτες ζημιές στο φυσικό περιβάλλον της περιοχής	3,32	1,061
Θα υπάρξει διαρροή χρημάτων έξω από την αγορά της Σητείας για την αγορά εισαγόμενων προϊόντων από το νέο ξενοδοχειακό συγκρότημα	3,35	0,931
Η επένδυση θα αυξήσει τις ευκαιρίες απασχόλησης των ντόπιων μόνο εποχιακά	3,46	0,928
Οι νέες θέσεις εργασίας που θα δημιουργηθούν θα καλυφθούν πιθανότατα από αλλοδαπούς	3,10	1,021
Οι πελάτες του νέου ξενοδοχείου πιθανότατα θα περνούν τις διακοπές τους και θα ξοδεύουν μόνο μέσα στο ξενοδοχείο με	3,37	1,100

συνέπεια τα χρήματα που θα αφήνουν εκτός αυτού να είναι ελάχιστα		
--	--	--

Ως προς την ενότητα του ερωτηματολογίου που αφορούσε στις «Αρνητικές επιπτώσεις επένδυσης», οι ερωτώμενοι του δείγματος μας έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις σε διαβαθμισμένη κλίμακα 1 έως 5 με 1=Διαφωνώ απόλυτα και 5= Συμφωνώ απόλυτα.

Στην ερώτηση αν η επένδυση θα εντείνει τον ανταγωνισμό για τις ήδη υπάρχουσες ξενοδοχειακές μονάδες που λειτουργούν στην περιοχή και ίσως οδηγήσει σε κλείσιμο κάποιες απ' αυτές , μας απάντησαν με Μ.Ο. 3,26 (Ούτε Συμφωνώ ούτε διαφωνώ),δηλ.είναι ουδέτεροι.

Στην ερώτηση αν η επένδυση θα προκαλέσει ανεπανόρθωτες ζημιές στο φυσικό περιβάλλον της περιοχής, οι ερωτώμενοι μας απάντησαν με Μ.Ο. 3,32 (Ούτε Συμφωνώ ούτε διαφωνώ),δηλ.είναι ουδέτεροι ως προς την παραπάνω πρόταση.

Στην ερώτηση αν θα υπάρξει διαρροή χρημάτων έξω από την αγορά της Σητείας για την αγορά εισαγόμενων προϊόντων από το νέο ξενοδοχειακό συγκρότημα , οι ερωτώμενοι μας απάντησαν με Μ.Ο. 3,35 (Ούτε Συμφωνώ ούτε διαφωνώ),δηλ.είναι ουδέτεροι ως προς την παραπάνω πρόταση.

Στην ερώτηση αν η επένδυση θα αυξήσει τις ευκαιρίες απασχόλησης των ντόπιων μόνο εποχικά , οι ερωτώμενοι μας απάντησαν με Μ.Ο. 3,46 (Ούτε Συμφωνώ ούτε διαφωνώ), δηλ.είναι ουδέτεροι ως προς την παραπάνω πρόταση,με μία ελαφρά τάση προς το Συμφωνώ.

Στην ερώτηση αν οι νέες θέσεις εργασίας που θα δημιουργηθούν θα καλυφθούν πιθανότατα από αλλοδαπούς , οι ερωτώμενοι μας απάντησαν με Μ.Ο. 3,10 (Ούτε Συμφωνώ ούτε διαφωνώ),δηλ.είναι ουδέτεροι ως προς την παραπάνω πρόταση.

Στην ερώτηση που θέσαμε σχετικά με το αν οι πελάτες του νέου ξενοδοχείου πιθανότατα θα περνούν τις διακοπές τους και θα ξοδεύουν μόνο μέσα στο ξενοδοχείο με συνέπεια τα χρήματα που θα αφήνουν εκτός αυτού να είναι ελάχιστα, οι ερωτώμενοι μας απάντησαν με Μ.Ο. 3,37 (Ούτε Συμφωνώ ούτε διαφωνώ), δηλ.είναι ουδέτεροι ως προς την παραπάνω πρόταση.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.5. ΟΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΤΩΝ ΕΡΩΤΩΜΕΝΩΝ ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΞΕΝΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

	Μ.Ο.	Τυπική Απόκλιση
Οι μεγάλες ξένες επενδύσεις αποτελούν μια καλή λύση για την ανάπτυξη της χώρας στη περίοδο οικονομικής ύφεσης	3,61	0,997
Η κυβέρνηση πρέπει να εντείνει τις προσπάθειές της για την προσέλκυση ξένων κεφαλαίων και επενδύσεων	3,69	0,944
Οι φραγμοί για την ανάπτυξη πρέπει να ελαχιστοποιούνται και η κυβέρνηση πρέπει να απλοποιήσει τις διαδικασίες για τους ξένους που θέλουν να επενδύσουν στην Ελλάδα (π.χ. γραφειοκρατία, περιβαλλοντικοί έλεγχοι, κλπ)	3,66	1,118
Οι ξένες τουριστικές επενδύσεις προσφέρουν περισσότερα οφέλη στις χώρες από τις οποίες προέρχονται οι περισσότεροι τουρίστες, χωρίς να συνεισφέρουν ικανοποιητικά στην οικονομική ανάπτυξη των χωρών υποδοχής τουριστών	3,35	0,903
Οι ξένες τουριστικές επενδύσεις αυξάνουν την ξένη κυριαρχία και τον εξωτερικό παρεμβατισμό στην τουριστική βιομηχανία της Ελλάδας	3,57	0,911
Η κυβέρνηση πρέπει να χορηγεί κίνητρα για επενδύσεις σε ντόπιους επιχειρηματίες και να ψηφίσει νομοθεσία που να αυξάνει τις ευκαιρίες απασχόλησης των ντόπιων	4,60	3,341

Στην ερώτηση αν οι μεγάλες ξένες επενδύσεις αποτελούν μια καλή λύση για την ανάπτυξη της χώρας στη περίοδο οικονομικής ύφεσης, οι ερωτώμενοι μας απάντησαν με Μ.Ο. 3,61 (Ούτε Συμφωνώ ούτε διαφωνώ), δηλ. είναι ουδέτεροι ως προς την παραπάνω πρόταση, με μία ελαφρά τάση προς το Συμφωνώ.

Στην ερώτηση αν η κυβέρνηση πρέπει να εντείνει τις προσπάθειές της για την προσέλκυση ξένων κεφαλαίων και επενδύσεων οι ερωτώμενοι μας απάντησαν με Μ.Ο. 3,69 (Ούτε Συμφωνώ ούτε διαφωνώ), δηλ. είναι ουδέτεροι ως προς την παραπάνω πρόταση, με μία ελαφρά τάση προς το Συμφωνώ.

Στην ερώτηση αν οι φραγμοί για την ανάπτυξη πρέπει να ελαχιστοποιούνται και η κυβέρνηση πρέπει να απλοποιήσει τις διαδικασίες για τους ξένους που θέλουν να επενδύσουν στην Ελλάδα (π.χ. γραφειοκρατία, περιβαλλοντικοί έλεγχοι, κλπ), οι ερωτώμενοι μας απάντησαν με Μ.Ο. 3,66 (Ούτε Συμφωνώ ούτε διαφωνώ), δηλ. είναι ουδέτεροι ως προς την παραπάνω πρόταση, με μία ελαφρά τάση προς το Συμφωνώ.

Στην ερώτηση αν οι ξένες τουριστικές επενδύσεις προσφέρουν περισσότερα οφέλη στις χώρες από τις οποίες προέρχονται οι περισσότεροι τουρίστες, χωρίς να συνεισφέρουν ικανοποιητικά στην οικονομική ανάπτυξη των χωρών υποδοχής τουριστών, οι ερωτώμενοι μας απάντησαν με Μ.Ο. 3,35 (Ούτε Συμφωνώ ούτε διαφωνώ), δηλ. είναι ουδέτεροι ως προς την παραπάνω πρόταση.

Στην ερώτηση αν οι ξένες τουριστικές επενδύσεις αυξάνουν την ξένη κυριαρχία και τον εξωτερικό παρεμβατισμό στην τουριστική βιομηχανία της Ελλάδας οι ερωτώμενοι μας απάντησαν με Μ.Ο. 3,57 (Ούτε Συμφωνώ ούτε διαφωνώ), δηλ. είναι ουδέτεροι ως προς την παραπάνω πρόταση, με μία ελαφρά τάση προς το Συμφωνώ.

Στην ερώτηση αν η κυβέρνηση πρέπει να χορηγεί κίνητρα για επενδύσεις σε ντόπιους επιχειρηματίες και να ψηφίσει νομοθεσία που να αυξάνει τις ευκαιρίες απασχόλησης των ντόπιων οι ερωτώμενοι μας απάντησαν με Μ.Ο. 4,6 («Συμφωνώ», δηλ. με την παραπάνω πρόταση, με μία ελαφρά τάση προς το Συμφωνώ Απόλυτα).

5.6. ΟΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΤΩΝ ΕΡΩΤΩΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΣΗΤΕΙΑΣ

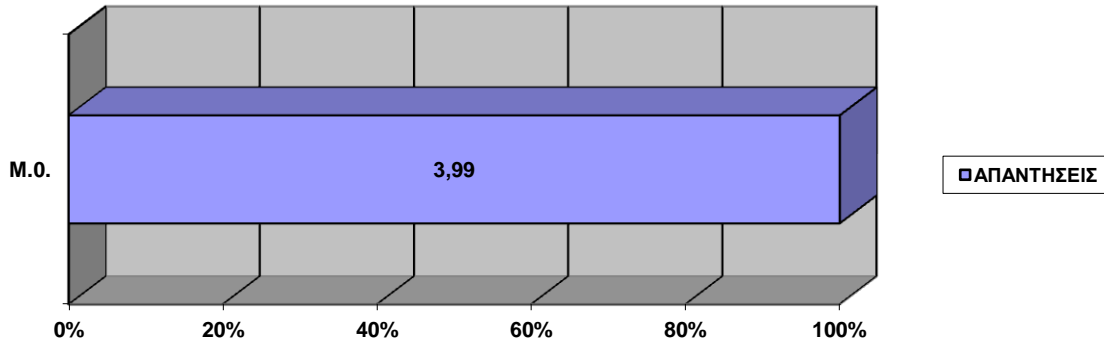
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.6. ΟΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΤΩΝ ΕΡΩΤΩΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΣΗΤΕΙΑΣ

	Μ.Ο.	Τυπική Απόκλιση
Η Σητεία πρέπει να αναπτυχθεί περισσότερο τουριστικά	4,29	0,875
<p>Μ.Ο. 4,29</p> <p>■ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ</p>		
Η περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη της περιοχής της Σητείας θα πρέπει να είναι αποτέλεσμα στρατηγικού σχεδιασμού και δημόσιας διαβούλευσης	4,21	0,738
<p>Μ.Ο. 4,21</p> <p>■ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ</p>		

Η τουριστική ανάπτυξη της Σητείας πρέπει να ακολουθεί τις αρχές της αειφορίας

3,99

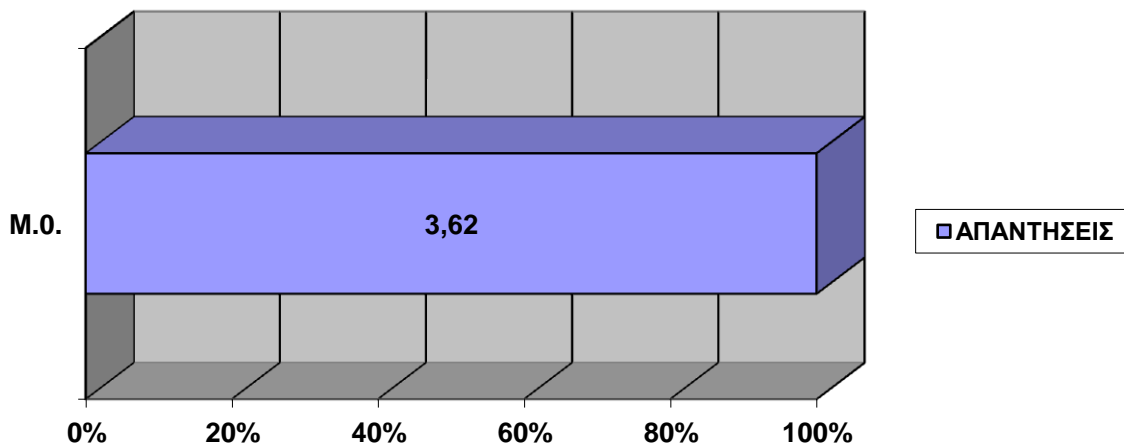
0,826



Η τουριστική ανάπτυξη της Σητείας θα έπρεπε να στηρίζεται σε επενδύσεις μικρής κλίμακας που ενσωματώνονται καλύτερα στο υπάρχον κοινωνικό, οικονομικό και φυσικό περιβάλλον της περιοχής

3,62

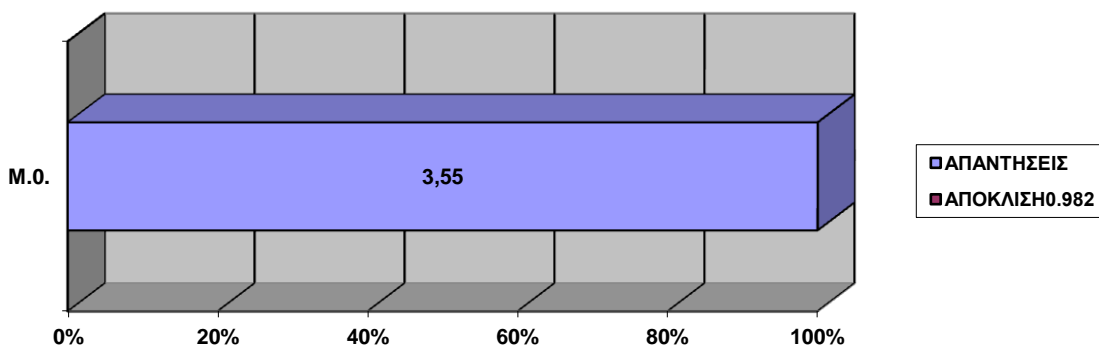
0,995



Η τουριστική ανάπτυξη της Σητείας θα έπρεπε να στηριχθεί στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και όχι σε επενδύσεις που στηρίζονται στον μαζικό τουρισμό

3,55

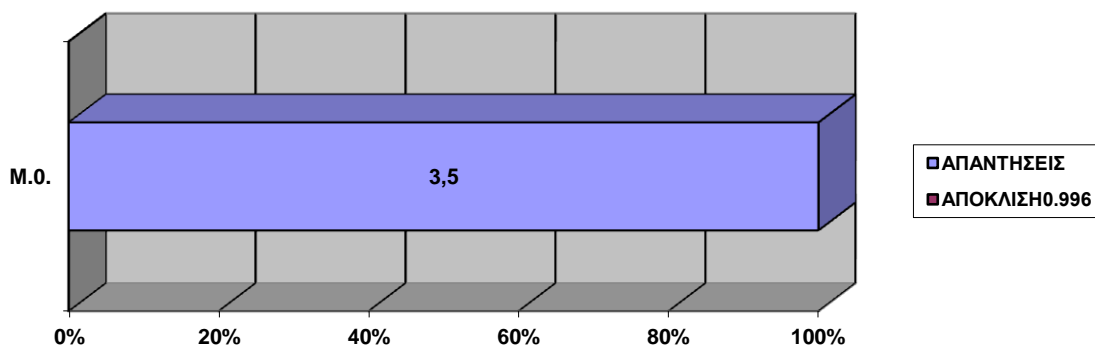
0,982



Στον σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης της Σητείας πρέπει να υιοθετηθεί μία «από κάτω προς τα πάνω προσέγγιση» στην οποία η γνώμη των πολιτών θα αποτελεί το κυρίαρχο στοιχείο

3,50

0,996



Στην ερώτηση αν η Σητεία πρέπει να αναπτυχθεί περισσότερο τουριστικά οι ερωτώμενοι μας απάντησαν με Μ.Ο. 4,29 («Συμφωνώ» ,δηλ. με την παραπάνω πρόταση).

Στην ερώτηση αν η περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη της περιοχής της Σητείας θα πρέπει να είναι αποτέλεσμα στρατηγικού σχεδιασμού και δημόσιας διαβούλευσης οι ερωτώμενοι μας απάντησαν με Μ.Ο. 4,21 («Συμφωνώ» ,δηλ. με την παραπάνω πρόταση).

Στην ερώτηση αν η τουριστική ανάπτυξη της Σητείας πρέπει να ακολουθεί τις αρχές της αειφορίας , οι ερωτώμενοι μας απάντησαν με Μ.Ο. 3,99 («Συμφωνώ» ,δηλ. με την παραπάνω πρόταση).

Στην ερώτηση αν η τουριστική ανάπτυξη της Σητείας θα έπρεπε να στηρίζεται σε επενδύσεις μικρής κλίμακας που ενσωματώνονται καλύτερα στο υπάρχον κοινωνικό, οικονομικό και φυσικό περιβάλλον της περιοχής , οι ερωτώμενοι μας απάντησαν με Μ.Ο. 3,62 (Ουδέτεροι δηλ. με την παραπάνω πρόταση, με μία ελαφρά τάση προς το Συμφωνώ).

Στην ερώτηση αν η τουριστική ανάπτυξη της Σητείας θα έπρεπε να στηριχθεί στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και όχι σε επενδύσεις που στηρίζονται στον μαζικό τουρισμό οι ερωτώμενοι μας απάντησαν με Μ.Ο. 3,55 (Ουδέτεροι δηλ. με την παραπάνω πρόταση, με μία πολύ ελαφρά τάση προς το Συμφωνώ).

Στην ερώτηση αν στον σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης της Σητείας πρέπει να υιοθετηθεί μία «από κάτω προς τα πάνω προσέγγιση» στην οποία η γνώμη των πολιτών θα αποτελεί το κυρίαρχο στοιχείο οι ερωτώμενοι μας απάντησαν με Μ.Ο. 3,50 (Ουδέτεροι δηλ. με την παραπάνω πρόταση, με μία πολύ ελαφρά τάση προς το Συμφωνώ).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΣΥΝΟΨΗ- ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

6.1. ΣΥΝΟΨΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Μέσω του Ερωτηματολογίου που διανεμήθηκε στους μόνιμους κατοίκους της Σητείας, δόθηκε η δυνατότητα στους ερωτηθέντες να απαντήσουν σε διαβαθμισμένη κλίμακα 1 έως 5 με 1=Διαφωνώ απόλυτα και 5= Συμφωνώ απόλυτα.

Οι κάτοικοι θεωρούν ότι η επένδυση θα φέρει ανάπτυξη στη περιοχή της Σητείας και στο ότι η επένδυση θα δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας για τους ντόπιους, θα βελτιώσει την τουριστική εικόνα της Σητείας . Επίσης συμφωνούν στο ότι η επένδυση θα ενισχύσει συνολικά την τοπική οικονομία.

Σχετικά έδειξαν οι ερωτώμενοι να συμφωνούν σχετικά με το αν η επένδυση θα συμβάλλει στην προσέλκυση ποιοτικότερου τουρισμού και στο ότι η επένδυση θα προκαλέσει αύξηση των τιμών γης , ενώ ταυτόχρονα θα προκαλέσει ωφέλειες και νέες θέσεις εργασίας και σε άλλους τομείς της οικονομίας της Σητείας (π.χ. γεωργία, κτηνοτροφία, κατασκευές, κλπ) καθώς και στο ότι η επένδυση θα προκαλέσει τη βελτίωση των υποδομών (οδικού δικτύου, αεροδρομίου, κλπ.) .Τέλος συμφώνησαν σχετικά στο ότι είναι θετική η αξιοποίηση μίας περιοχής μέχρι σήμερα τελείως αναξιοποίητης.

Πιο ουδέτεροι οι ερωτώμενοι φάνηκαν στο ότι η επένδυση θα συμβάλλει στην επέκταση της τουριστικής περιόδου (12-μηνος τουρισμός) και στο ότι η επένδυση θα προκαλέσει τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων για την εξυπηρέτηση των νέων τουριστών, όπως και στο ότι οι θετικές επιπτώσεις της επένδυσης είναι σημαντικότερες από τις αρνητικές και γι' αυτό η επένδυση πρέπει να γίνει.

Ως προς την ενότητα του ερωτηματολογίου που αφορούσε στις «**Αρνητικές επιπτώσεις επένδυσης**», οι ερωτώμενοι του δείγματος συνοψίζοντας, μας έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις

Ως προς το αν η επένδυση θα εντείνει τον ανταγωνισμό για τις ήδη υπάρχουσες ξενοδοχειακές μονάδες που λειτουργούν στην περιοχή και ίσως οδηγήσει σε κλείσιμο κάποιες απ' αυτές και στο αν η επένδυση θα προκαλέσει ανεπανόρθωτες ζημιές στο φυσικό περιβάλλον της περιοχής, οι **ερωτώμενοι στάθηκαν ουδέτεροι**. **Ουδέτεροι** φάνηκαν να κινούνται και ως προς το αν θεωρούν ότι θα υπάρξει διαρροή χρημάτων έξω από την αγορά της Σητείας για την αγορά εισαγόμενων προϊόντων από το νέο ξενοδοχειακό συγκρότημα, στο αν οι νέες θέσεις εργασίας που θα δημιουργηθούν θα καλυφθούν πιθανότατα από αλλοδαπούς (είναι κάτι που δεν ανησυχεί ιδιαίτερα τους κατοίκους). Ταυτόχρονα, δεν παρατηρείται και ιδιαίτερη ανησυχία σχετικά με το αν οι πελάτες του νέου ξενοδοχείου πιθανότατα θα περνούν τις διακοπές τους και θα ξοδεύουν μόνο μέσα στο ξενοδοχείο με συνέπεια τα χρήματα που θα αφήνουν εκτός αυτού να είναι ελάχιστα .

Ουδέτεροι επίσης , με μία ελαφρά τάση προς το Συμφωνώ, στάθηκαν οι ερωτώμενοι στο αν η επένδυση θα αυξήσει τις ευκαιρίες απασχόλησης των ντόπιων μόνο εποχιακά.

Στην ενότητα « **ΟΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΤΩΝ ΕΡΩΤΩΜΕΝΩΝ ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΞΕΝΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ**» παρατηρήθηκε ότι οι ερωτώμενοι είναι ουδέτεροι με μία ελαφρά τάση προς το Συμφωνώ στο ότι οι μεγάλες ξένες επενδύσεις αποτελούν μια καλή λύση για την ανάπτυξη της χώρας στη περίοδο οικονομικής ύφεσης. όπως και στο ότι η κυβέρνηση πρέπει να εντείνει τις προσπάθειές της για την προσέλκυση ξένων κεφαλαίων και επενδύσεων, να απλοποιήσει τις διαδικασίες για τους ξένους επενδυτές και στο ότι αν οι φραγμοί για την ανάπτυξη πρέπει να ελαχιστοποιούνται, αν και σε ένα βαθμό , χωρίς να συμφωνούν, προβληματίζονται αν οι ξένες τουριστικές επενδύσεις αυξάνουν την ξένη κυριαρχία και τον εξωτερικό παρεμβατισμό στην τουριστική βιομηχανία της Ελλάδας.

Ουδέτεροι αποδείχθηκε επίσης ότι είναι οι ερωτώμενοι σχετικά με το αν οι ξένες τουριστικές επενδύσεις προσφέρουν περισσότερα οφέλη στις χώρες από τις οποίες προέρχονται οι περισσότεροι τουρίστες, χωρίς να συνεισφέρουν ικανοποιητικά στην οικονομική ανάπτυξη των χωρών υποδοχής τουριστών.

Τέλος, συμφώνησαν σχεδόν απόλυτα ότι η κυβέρνηση πρέπει να χορηγεί κίνητρα για επενδύσεις σε ντόπιους επιχειρηματίες και να ψηφίσει νομοθεσία που να αυξάνει τις ευκαιρίες απασχόλησης των ντόπιων.

Στην ενότητα του Ερωτηματολογίου που αφορούσε στις « ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΤΩΝ ΕΡΩΤΩΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΣΗΤΕΙΑΣ», οι ερωτώμενοι του δείγματός μας συμφώνησαν ότι η Σητεία πρέπει να αναπτυχθεί περισσότερο τουριστικά και στο ότι η περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη της περιοχής της Σητείας θα πρέπει να είναι αποτέλεσμα στρατηγικού σχεδιασμού και δημόσιας διαβούλευσης και να ακολουθεί τις αρχές της αειφορίας .

Ουδέτεροι οι ερωτώμενοι (με μία ελαφρά τάση προς το Συμφωνώ) ήταν στο αν η τουριστική ανάπτυξη της Σητείας θα έπρεπε να στηρίζεται σε επενδύσεις μικρής κλίμακας που ενσωματώνονται καλύτερα στο υπάρχον κοινωνικό, οικονομικό και φυσικό περιβάλλον της περιοχής και στο αν η τουριστική ανάπτυξη της Σητείας θα έπρεπε να στηριχθεί στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και όχι σε επενδύσεις που στηρίζονται στον μαζικό τουρισμό .

Τέλος , στην ερώτημα που θέσαμε σχετικά με τον σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης της Σητείας και το αν πρέπει να υιοθετηθεί μία «από κάτω προς τα πάνω προσέγγιση» στην οποία η γνώμη των πολιτών θα αποτελεί το κυρίαρχο στοιχείο οι ερωτώμενοι μας απάντησαν ουδέτερα, με μια πολύ ελαφρά τάση να συμφωνούν με την παραπάνω πρόταση.

6.2. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Οι κάτοικοι της περιοχής θεωρούν σε ένα βαθμό ότι η επένδυση θα εντείνει τον ανταγωνισμό για τις ήδη υπάρχουσες ξενοδοχειακές μονάδες που λειτουργούν στην περιοχή και ίσως οδηγήσει σε κλείσιμο κάποιες απ' αυτές και ότι η επένδυση θα προκαλέσει ανεπανόρθωτες ζημιές στο φυσικό περιβάλλον της περιοχής. Επίσης έλαβαν υπόψιν την πιθανότητα διαρροής χρημάτων έξω από την αγορά της Σητείας για την αγορά εισαγόμενων προϊόντων από το νέο ξενοδοχειακό συγκρότημα, και την πιθανότητα νέων θέσεων εργασίας που θα δημιουργηθούν και θα καλυφθούν πιθανότατα από αλλοδαπούς, χωρίς ωστόσο να εμφανίσουν ανησυχία. Ταυτόχρονα, δεν παρατηρείται και ιδιαίτερη ανησυχία σχετικά με το αν οι πελάτες του νέου ξενοδοχείου πιθανότατα θα περνούν τις διακοπές τους και θα ξοδεύουν μόνο μέσα στο ξενοδοχείο με συνέπεια τα χρήματα που θα αφήνουν εκτός αυτού να είναι ελάχιστα. . Ουδέτεροι στάθηκαν όταν ερωτήθηκαν και ως προς το αν η επένδυση θα αυξήσει τις ευκαιρίες απασχόλησης των ντόπιων μόνο εποχιακά.

Συνολικά, μπορούμε να βγάλουμε το συμπέρασμα πως οι κάτοικοι απλώς λαμβάνουν υπόψιν τις θετικές και τις αρνητικές επιπτώσεις, χωρίς προς το παρόν να ανησυχούν ιδιαίτερα με μία ελαφριά κλίση προς τις θετικές επιπτώσεις που πιστεύουν ότι θα έχει η επένδυση όπως ανάπτυξη της περιοχής σε περίοδο οικονομικής ύφεσης, προσέλκυση ξένων κεφαλαίων και επενδύσεων, νέες θέσεις εργασίας για τους ντόπιους, και ότι θα βελτιώσει την τουριστική εικόνα της Σητείας. Επίσης συμφωνούν στο ότι η επένδυση θα ενισχύσει συνολικά την τοπική οικονομία.

Προτείνεται η έρευνα να επαναληφθεί μετά την ολοκλήρωση της επένδυσης και να συγκριθούν τα αποτελέσματα της παρούσας εργασίας με τα αποτελέσματα μελλοντικής παρόμοιας μελέτης, όπου οι κάτοικοι της περιοχής θα έχουν σχηματίσει μια πιο εμπειριστατωμένη άποψη.

Προτείνεται επίσης η διεξαγωγή αντίστοιχων ερευνών και σε άλλα μέρη της Ελλάδας όπου γίνονται αντίστοιχες επενδύσεις ώστε να δούμε σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας τις επιπτώσεις των ξένων επενδύσεων καθώς και τη διεξαγωγή αντίστοιχων ερευνών σε άλλες ομάδες κοινού (π.χ. τουριστικούς οργανισμούς) έτσι ώστε να δούμε που συγκλίνουν και που αποκλίνουν διάφορες ομάδες κοινού ως προς την επίδραση των ξένων επενδύσεων στην οικονομία των εκάστοτε περιοχών.

Κλείνοντας, σύμφωνα με την έρευνα Baromed 2015, μεταξύ 156 διευθυντικών στελεχών από 20 χώρες, η περιοχή της Μεσογείου θεωρείται πιο ελκυστική από την Ευρώπη (51%), την Ασία (52%) και την Αφρική (60%). *«Παράλληλα, η οικονομική και πολιτική σταθερότητα που εξασφαλίζει η συμμετοχή της στη ζώνη του ευρώ καθώς και η γεωγραφική της θέση, της δίνουν ένα σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα. Αυτό που απαιτείται για να ανταποκριθεί η Ελλάδα σε αυτήν την πρόκληση είναι ένα κλίμα σταθερά φιλικό προς τις επενδύσεις και η ολοκλήρωση, το ταχύτερο δυνατόν, μιας συμφωνίας που θα διασφαλίζει τη θέση μας στην Ευρώπη»* σημειώνει ο διευθύνων σύμβουλος της ΕΥ Ελλάδος Πάνος Παπάζογλου.

Έντονη κινητικότητα στον ευρωπαϊκό Νότο παρουσιάζουν το τελευταίο διάστημα τα ξένα funds από την Ευρώπη, την Ασία αλλά και την Αμερική, τα οποία έχουν βάλει στο στόχαστρο εσχάτως και το ελληνικό real estate. Η χώρα μας, όπως και η ευρύτερη περιοχή της Νότιας Ευρώπης προσελκύει ολοένα και εντονότερο το ενδιαφέρον των ξένων, κυρίως λόγω της πτώσης των τιμών και όχι πάντως- όσον αφορά την Ελλάδα- λόγω των (μη)... διευκολύνσεων από πλευράς της ελληνικής Πολιτείας σε επίπεδο θεσμικού ή φορολογικού πλαισίου.

Κι ενώ στις υπόλοιπες χώρες της Νότιας Ευρώπης το ενδιαφέρον στρέφεται κυρίως γύρω από το κομμάτι των επαγγελματικών ακινήτων, στη χώρα μας οι ευκαιρίες που αναζητούν ονόματα όπως οι Blackstone, Oaktree, Hines, QIA, London & Regional, Carlton Group κ.τ.λ. αφορούν κυρίως τις επενδύσεις που σχετίζονται άμεσα ή και έμμεσα με τον τουρισμό, αφενός λόγω των προοπτικών που παρουσιάζει ο κλάδος, αφετέρου λόγω της έλλειψης επενδυτικού «προϊόντος» στις υπόλοιπες κατηγορίες ακινήτων, όπως τα γραφεία ή ακόμη και τα εμπορικά ακίνητα.

Το μεγάλο project του Ελληνικού ήταν η βασική αιτία για την οποία η Blackstone αποφάσισε να επενδύσει στο ελληνικό real estate. Ο αμερικανικός κολοσσός διαχείρισης περιουσιακών στοιχείων σε όλο τον κόσμο είναι πλέον εκ των μεγαλομετόχων της Lamda Development, και έχει βρεθεί στο προσκήνιο τις τελευταίες ημέρες ειδικά στην Ισπανία αφού αναδείχθηκε την περασμένη εβδομάδα πλειοδότης για το χαρτοφυλάκιο «Hercules» αξίας 6,4 δισ. ευρώ, που αφορά μη εξυπηρετούμενα δάνεια κατοικιών που πωλούνται από την Catalunya Banc, σε μια συμφωνία που υποστηρίζεται από κρατικά κονδύλια. Πέραν της επένδυσης στην Ισπανία, ο όμιλος ανακοίνωσε προχθές την εξαγορά, ύψους 380 εκατ. ευρώ, ενός ακόμη γραφειακού συγκροτήματος αυτή τη φορά στην πιο «ώριμη» ευρωπαϊκή αγορά στο City του Λονδίνου, πιστή στους κανόνες περί διασποράς επενδυτικού ρίσκου, ενώ συμφώνησε και στην εξαγορά της εισηγμένης στην αγορά AIM Max Property Group έναντι 567 εκατ. ευρώ.

Στον ευρωπαϊκό Νότο³ αναζητεί ευκαιρίες αυτή τη στιγμή και η Oaktree, η οποία βλέπει μεγάλες προοπτικές στη χώρα μας στον τουριστικό τομέα και δη στα ξενοδοχεία. Πριν από λίγες ημέρες το fund έκανε την είσοδο του και στην ισπανική αγορά, στον τομέα όμως των επαγγελματικών ακινήτων, προχωρώντας στην αγορά ενός εμπορικού κέντρου και επενδύοντας για τον σκοπό αυτό κεφάλαια ύψους 110 εκατ. ευρώ. Στην Ελλάδα, η Oaktree επενδύει στον 5άστερο τουρισμό, έχοντας από τις αρχές του έτους συνασπισθεί με τον όμιλο της ΣΑΝΗ για τη δημιουργία της νέας αλυσίδας πολυτελών ξενοδοχείων Ikos Resort, ξεκινώντας αρχικά από τη Βόρεια Ελλάδα και αναζητώντας και νέες ευκαιρίες για την αγορά υφιστάμενων μονάδων ή ακόμη και εκτάσεων.

Ελλάδα αλλά και Ιταλία έχει βάλει στο στόχαστρο η αμερικανική Hines, με τους επικεφαλής της μάλιστα στις αρχές του 2014 να δηλώνουν ότι “έχουν διαθέσιμα 500 εκατ. ευρώ να διαθέσουν στην Ελλάδα με έμφαση το κομμάτι του τουρισμού”. Πρόσφατα η Hines Italia, joint venture της Hines και της ιταλικής Catella προχώρησε στην αγορά γραφειακού συγκροτήματος στο Μιλάνο, από την Blackrock και μάλιστα σύμφωνα με τον επικεφαλής της ο όμιλος «έχει υποβάλει προσφορές για αγορές ακινήτων άνω των 500 εκατ. ευρώ στην ιταλική αγορά». Στη χώρα μας, ο όμιλος βρίσκεται σε συζητήσεις, μεταξύ άλλων και με τον όμιλο Στέγγου για το Πόρτο Καρράς αλλά και με τον Σ. Θεοδωρίδη, εκ των βασικών μετόχων μαζί με την τράπεζα Πειραιώς, της Trastor ΑΕΕΑΠ. Η Hines πάντως ανήκει στους επενδυτές οι οποίοι προτιμούν και τις σίγουρες επενδύσεις στις πιο “ώριμες αγορές”, έχοντας πρόσφατα αποκτήσει δύο ακίνητα και στη Γερμανία, στο Ντύσσελντορφ.

Οι επενδύσεις στον τουρισμό ενδιαφέρουν στη χώρα μας και τη βρετανική London & Regional, η οποία μπορεί να εγκατέλειψε την προσπάθεια για την αξιοποίηση του “φιλέτου” του Ελληνικού, ωστόσο εξακολουθεί να βλέπει με καλό μάτι την ελληνική αγορά ακινήτων. Ο όμιλος πάντως «καλοβλέπει» συνολικά τη Νότια Ευρώπη έχοντας προχωρήσει πρόσφατα στην απόκτηση ενός από τα μεγαλύτερα επαγγελματικά ακίνητα της Μαδρίτης, εκεί όπου στεγάζονται τα κεντρικά γραφεία της Vodafone.

Αντίστοιχα και το Κατάρ, το οποίο επίσης εγκατέλειψε το διαγωνισμό της αξιοποίησης των 6.200 στρεμμάτων του Ελληνικού, προ δεκαημέρου “έκλεισε” την αγορά των κεντρικών γραφείων της Credit Suisse στο Μιλάνο, ιδιοκτησίας της αμερικανικής Tishman Speyer.

Στους “καμένους” ξένους επενδυτές στον τομέα των ακινήτων ειδικά στη χώρα μας συγκαταλέγεται η Rockspring, η οποία προτιμά να επενδύει αυτή την στιγμή στην πιο “σίγουρη” αγορά του Λονδίνου, έχοντας ανακοινώσει τον τελευταίο μήνα δύο deals στη βρετανική αγορά, αξίας 100 εκατ. ευρώ.

³ <http://www.triklopodia.gr/2014-07-25-112925/>

Για το σύνολο του 2014 η Rockspring Property Investment Managers έχει ανακοινώσει ότι στοχεύει σε συναλλαγές συνολικού ύψους 1,5 δισ. ευρώ, εκ των οποίων το 1 εκατ. ευρώ θα αφορά την ευρωπαϊκή αγορά. Σημειώνεται εδώ ότι η Rockspring, ήταν από τους πρώτους ξένους επενδυτές της ελληνικής αγοράς ακινήτων το 2001 (με μεγάλες επενδύσεις όπως τα γραφεία της PricewaterhouseCoopers επί της λεωφόρου Κηφισίας, το κτίριο του υπουργείου Ανάπτυξης επί της λ. Μεσογείων, ένα ακόμη κτίριο γραφείων στο Μαρούσι αλλά και το εμπορικό κέντρο Pantheon Plaza στη Λάρισα). Το γνωστό fund πούλησε καθ'όλη τη διάρκεια της δεκαετίας του '00 όλα τα παραπάνω ακίνητα πλήν της συμμετοχής του στο όχι και τόσο επιτυχημένο mall της Λάρισας (αποτελεί συνιδιοκτησία με την πορτογαλική εταιρεία εμπορικών κέντρων Sonae Sierra), η οποία παραμένει ακόμη και σήμερα στο χαρτοφυλάκιό του. Στις αρχές του 2014 μάλιστα το βρετανικό fund δε δίστασε να κάνει το πρώτο distressed deal της εγχώριας αγοράς ακινήτων από κοινού με την Henderson πουλώντας ένα χαρτοφυλάκιο ακινήτων στην Eurobank Properties ΑΕΕΑΠ.

Αντίστοιχα, Κινέζοι και Κορεάτες επενδυτές έχουν βάλει στο στόχαστρο αυτή την στιγμή τον ευρωπαϊκό Νότο και όχι μόνο με τους επικεφαλής του EPRA, του ευρωπαϊκού οργάνου Εισηγμένων Εταιρειών Ακίνητης Περιουσίας να δηλώνουν προ ημερών ότι η Ευρωζώνη αυτή την στιγμή είναι ο νούμερο 1 επενδυτικός προορισμός για ασιατικά κεφάλαια σε μία προσπάθεια διαφοροποίησης των χαρτοφυλακίων τους.

Επιπρόσθετα η Ελλάδα, προκειμένου να προσελκύσει αραβικά κεφάλαια, ανταγωνίζεται κυρίως τις χώρες του ευρωπαϊκού Νότου, όπως η Ισπανία, η οποία φαίνεται ότι αποτελεί νέο στρατηγικό προορισμό με επενδύσεις σε ξενοδοχεία. Η χώρα μας διαθέτει πλεονεκτήματα, καθώς σύμφωνα με την έκθεση της CBRE οι δύο τομείς που θα προσελκύσουν περί το 30% των κεφαλαίων της επόμενης δεκαετίας από τους Αραβες είναι τα ξενοδοχεία και τα κτίρια γραφείων.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Ανδριώτης Κ., 2002, *Τουριστική ανάπτυξη και Σχεδιασμός*, Αθήνα, Εκδόσεις Σταμούλη.
- Ανδρουλάκης, Κακάρη και Μουσούρη (1998) *Μεθοδοι συλλογής δεδομένων ερωτηματολόγιο, συνέντευξη, παρατήρηση [online]* , Ελληνικό Ανοιχτό Πανεπιστήμιο, <http://www.eap.gr>
- Δαμιανού, Χ. Κ. (2000) *Μεθοδολογία Δειγματοληψίας*, Αθήνα: Αίθρα
- Δημητρόπουλος, Ε. Γ. (1994) *Εισαγωγή στη μεθοδολογία της επιστημονικής έρευνας*. Αθήνα: Έλλην
- Κοκκώσης Χ.– Π. Τσάρτας, 2001, *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*, εκδόσεις Κριτική, .σελ .81-85,91-94,97-100, 98-102
- Λαμπίρη-Δημάκη, Ι. Και Παπαχρήστου, Θ. Κ. (1995). *Κοινωνικές έρευνες με στατιστικές μεθόδους*. Αθήνα: εκδόσεις Σάκκουλα .
- Λουκής Α. Αθανασίου, 2007, *Μελέτες: ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ RESEARCH INSTITUTE FOR TOURISM ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ* , Αθήνα
- Παπαδημητρίου, Γ. (2001) *Περιγραφική Στατιστική*. Θεσσαλονίκη: Παρατηρητής.
- Παρασκευόπουλος, Ι. Ν. (1993) *Μεθοδολογία Επιστημονικής Έρευνας*. Αθήνα: [χ.ό.]
- Πιέρρος, Σ. (2000) *Μέθοδοι έρευνας στη Βιβλιοθηκονομία*. Σίνδος: ΤΕΙΘ
- Ρόντος, Κ. και Παπάνης, Ε. , 2007, *Οι τεχνικές του καλού ερωτηματολόγιου*, Αθήνα: Εκδόσεις Σιδέρη
- Σαΐτας Γ., 1995, *Τουρισμός και περιβάλλον: Επιλογές για βιώσιμη ανάπτυξη*, εκδόσεις Τεχνικά Χρονικά
- ΣΜΠΕ ΓΙΑ ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ «ΙΤΑΝΟΣ ΓΑΙΑ», Ιανουάριος 2014
- Τσάρτας. Π, *Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*, Εξάντας, Αθήνα 1998, σελ. 148-151,162-163.
- Τσάρτας Π., Θεοδωρόπουλος Κ., Καλοκάρδου-Κραντονέλη Ρ., Μανώλογλου Ε. , *Οι κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού στους νομούς Κέρκυρας και Λασιθίου*, ΕΚΚΕ Αθήνα, 1995

ΔΙΕΘΝΗΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Apostolopoulos Y. and S. Sonmez (eds) *Mediterranean Islands and Sustainable Tourism Development: Practices, Management and Policies* (pp. 69–86). London: Continuum, 1994.

- Bertrand M. 1972. "The Influence of Tourism Growth on the Production Structure of Island Economies." *Review of Regional Studies* 2(3): 41–56
- Borg, Jan van der, «Tourism and urban development», CAB International 1991 σελ.15
- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer*, XXIV, 1, pp. 5 , 12.
- Chon. K. & Oppermann M.(1997). "Applying the Strategic Management Process in the Management of Tourism Organisations." *Tourism Management*, 11 (3): 206-13
- Cohen, E. (1972). Towards a sociology of international tourism. *Social Research*, 39, 164}182.
- Friedmann, J. (1980). An alternative development? In: Friedmann, J., Wheelwright, E. & Connel, J. (eds). *Development Strategies in the Eighties. Development Studies Colloquium.* (pp 4- 11), Sydney.University of Sydney.
- Gunn, C., 1994. *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases.* 3d ed. New York: Taylor & Francis.
- Javeau, C. (1996) Η έρευνα με ερωτηματολόγιο: το εγχειρίδιο του καλού ερευνητή. Αθήνα : Τυπωθήτω
- Kokkosis C., «Tourism and carrying capacity in coastal areas», εκδόσεις CAB International, 1996
- Pearce, P. (1998a). "Creating a Successful Tourist Attraction: Principles and Evidence from the Rainforest." Paper Submitted to the 1998 Australian Tourism and Hospitality Research Conference, Gold Coast, Australia.
- (1998b). "Marketing and Management Trends in Tourist Attractions." *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 3 (1): 1-8.
- Rostow,W. (1960)*The Stages of Economic Growth: A Non-Communist Manifesto.* Cambridge: Cambridge University Press.
- Soteriou, E. C., and C. Roberts (1998). "The Strategic Planning Process in National Tourism Organisations." *Journal of Travel Research*, 37: 21-29.
- Todaro , M. P. (1994). *Economics for a development world.* New York: Longman, p.59-60

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

www.sete.gr

www.world-tourism.org

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ

Η έρευνα αυτή πραγματοποιείται στα πλαίσια της πτυχιακής μου εργασίας στο Τμήμα Εμπορίας & Διαφήμισης του ΤΕΙ Κρήτης και σκοπό έχει να εξετάσει τις αντιλήψεις των κατοίκων της Σητείας για τις μεγάλες τουριστικές επενδύσεις και ειδικότερα για την επένδυση «Ίτανος Γαία».

Η επένδυση «ΙΤΑΝΟΣ ΓΑΙΑ», ύψους 267,7 εκατ. ευρώ αφορά στην τουριστική ανάπτυξη περιοχής 25.000 στρεμμάτων ιδιοκτησίας της Μονής Τοπλού στη θέση «Κάβο Σίδερο» του Νομού Λασιθίου. Η ανάπτυξη περιλαμβάνει τη δημιουργία πέντε ξενοδοχείων συνολικής δυναμικότητας 1.936 κλινών, ενός γηπέδου γκολφ 18 οπών καθώς και βοηθητικών υποδομών. Φορέας της επένδυσης είναι η Βρετανική εταιρεία «Loyalward Ltd.», θυγατρική του Ομίλου Minoan Group Plc.

Η συμμετοχή σας είναι ιδιαίτερα σημαντική για την ολοκλήρωση της έρευνας και σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για τη συνεργασία σας. Επιπλέον, θα ήθελα να τονίσω ότι όλες οι απαντήσεις που θα δώσετε θα θεωρηθούν εμπιστευτικές και δεν θα χρησιμοποιηθούν για κανέναν άλλο σκοπό εκτός από αυτόν της έρευνας. Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου απαιτεί 10 περίπου λεπτά.

Υπεύθυνη της έρευνας: Ειρήνη Συντυχάκη

- 1. Γνωρίζετε την τουριστική επένδυση «Ίτανος Γαία» που έχει εγκριθεί να πραγματοποιηθεί στην περιοχή «Κάβο Σίδερο» του Νομού Λασιθίου;**

Ναι Όχι

- 2. Παρακαλώ απαντήστε στο κατά πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με τις ακόλουθες προτάσεις:**

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Συμφων ώ	Συμφων ώ απόλυτα
	1	2	3	4	5
Η επένδυση θα φέρει ανάπτυξη στη περιοχή της Σητείας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η επένδυση θα δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας για τους ντόπιους	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η επένδυση θα ενισχύσει συνολικά την τοπική οικονομία	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η επένδυση θα συμβάλλει στην προσέλκυση ποιοτικότερου τουρισμού	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η επένδυση θα συμβάλλει στην επέκταση της τουριστικής περιόδου (12μηνος τουρισμός)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η επένδυση θα προκαλέσει αύξηση των τιμών γης	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η επένδυση θα προκαλέσει ωφέλειες και νέες θέσεις εργασίας και σε άλλους τομείς της οικονομίας της Σητείας (π.χ. γεωργία, κτηνοτροφία, κατασκευές, κλπ)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η επένδυση θα προκαλέσει τη βελτίωση των υποδομών (οδικού δικτύου, αεροδρομίου, κλπ)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η επένδυση θα βελτιώσει την τουριστική εικόνα της Σητείας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η επένδυση θα προκαλέσει τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων για	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

την εξυπηρέτηση των νέων τουριστών					
Είναι θετική η αξιοποίηση μίας περιοχής μέχρι σήμερα τελείως αναξιοποίητης	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η επένδυση θα εντείνει τον ανταγωνισμό για τις ήδη υπάρχουσες ξενοδοχειακές μονάδες που λειτουργούν στην περιοχή και ίσως οδηγήσει σε κλείσιμο κάποιες απ' αυτές	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η επένδυση θα προκαλέσει ανεπανόρθωτες ζημιές στο φυσικό περιβάλλον της περιοχής	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Θα υπάρξει διαρροή χρημάτων έξω από την αγορά της Σητείας για την αγορά εισαγόμενων προϊόντων από το νέο ξενοδοχειακό συγκρότημα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η επένδυση θα αυξήσει τις ευκαιρίες απασχόλησης των ντόπιων μόνο εποχιακά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οι νέες θέσεις εργασίας που θα δημιουργηθούν θα καλυφθούν πιθανότατα από αλλοδαπούς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οι πελάτες του νέου ξενοδοχείου πιθανότατα θα περνούν τις διακοπές τους και θα ξοδεύουν μόνο μέσα στο ξενοδοχείο με συνέπεια τα χρήματα που θα αφήνουν εκτός αυτού να είναι ελάχιστα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οι θετικές επιπτώσεις της επένδυσης είναι σημαντικότερες από τις αρνητικές και γι' αυτό η επένδυση πρέπει να γίνει	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Παρακαλώ απαντήστε στο κατά πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με τις ακόλουθες προτάσεις:

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Συμφων ώ	Συμφων ώ απόλυτα
	1	2	3	4	5
Οι μεγάλες ξένες επενδύσεις αποτελούν μια καλή λύση για την ανάπτυξη της χώρας στη περίοδο οικονομικής ύφεσης	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η κυβέρνηση πρέπει να εντείνει τις προσπάθειές της για την προσέλκυση ξένων κεφαλαίων και επενδύσεων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οι φραγμοί για την ανάπτυξη πρέπει να ελαχιστοποιούνται και η κυβέρνηση πρέπει να απλοποιήσει τις διαδικασίες για τους ξένους που θέλουν να επενδύσουν στην Ελλάδα (π.χ. γραφειοκρατία, περιβαλλοντικοί έλεγχοι, κλπ)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οι ξένες τουριστικές επενδύσεις προσφέρουν περισσότερα οφέλη στις χώρες από τις οποίες προέρχονται οι περισσότεροι τουρίστες, χωρίς να συνεισφέρουν ικανοποιητικά στην οικονομική ανάπτυξη των χωρών υποδοχής τουριστών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οι ξένες τουριστικές επενδύσεις αυξάνουν την ξένη κυριαρχία και τον εξωτερικό παρεμβατισμό στην τουριστική βιομηχανία της Ελλάδας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η κυβέρνηση πρέπει να χορηγεί κίνητρα για επενδύσεις σε ντόπιους επιχειρηματίες και να ψηφίσει νομοθεσία που να αυξάνει	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

τις ευκαιρίες απασχόλησης των ντόπιων					
Η Σητεία πρέπει να αναπτυχθεί περισσότερο τουριστικά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη της περιοχής της Σητείας θα πρέπει να είναι αποτέλεσμα στρατηγικού σχεδιασμού και δημόσιας διαβούλευσης	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η τουριστική ανάπτυξη της Σητείας πρέπει να ακολουθεί τις αρχές της αειφορίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η τουριστική ανάπτυξη της Σητείας θα έπρεπε να στηρίζεται σε επενδύσεις μικρής κλίμακας που ενσωματώνονται καλύτερα στο υπάρχον κοινωνικό, οικονομικό και φυσικό περιβάλλον της περιοχής	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η τουριστική ανάπτυξη της Σητείας θα έπρεπε να στηριχθεί στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και όχι σε επενδύσεις που στηρίζονται στον μαζικό τουρισμό	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στον σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης της Σητείας πρέπει να υιοθετηθεί μία «από κάτω προς τα πάνω προσέγγιση» στην οποία η γνώμη των πολιτών θα αποτελεί το κυρίαρχο στοιχείο	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Φύλο:	<input type="checkbox"/> Άνδρας <input type="checkbox"/> Γυναίκα				
Ηλικία	<input type="checkbox"/> 18-24 <input type="checkbox"/> 25-34 <input type="checkbox"/> 35-44 <input type="checkbox"/> 45-60 <input type="checkbox"/> 61+				
Οικογενειακή κατάσταση	<input type="checkbox"/> Παντρεμένος/η <input type="checkbox"/> Ανύπαντρος/η <input type="checkbox"/> Διαζευγμένος/η <input type="checkbox"/> Χήρος/α				
Επίπεδο εκπαίδευσης	<input type="checkbox"/> Πρωτοβάθμια <input type="checkbox"/> Δευτεροβάθμια <input type="checkbox"/> Τριτοβάθμια <input type="checkbox"/> Μεταπτυχιακό / Διδακτορικό				
Απασχόληση	<input type="checkbox"/> Εργαζόμενος/η <input type="checkbox"/> Άνεργος/η <input type="checkbox"/> Συνταξιούχος <input type="checkbox"/> Οικιακά <input type="checkbox"/> Φοιτητής				

Εργάζεστε στον τουριστικό κλάδο (ξενοδοχεία, τουριστικά γραφεία, γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων, κλπ);

Ναι Όχι

Σας ευχαριστώ για το χρόνο σας!!