



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ & ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

**Τα χαρακτηριστικά και οι προοπτικές
τουριστικής ανάπτυξης της Πάτμου**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Εισηγητής: Ενεϊντά Παπά, ΑΜ: 1430

Επιβλέπων: Δρ. Νικόλαος Τριχάς

©
2017



TECHNOLOGICAL EDUCATION INSTITUTE OF CRETE

SCHOOL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS

DEPARTMENT OF COMMERCE & MARKETING

**Characteristics and potential of tourism
development in Patmos**

DIPLOMA THESIS

Student: Eneida Papa, 1430

Supervisor: Dr. Nikolaos Trihas

©
2017

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

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι να μελετήσει τα χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης της Πάτμου, τις αναπτυξιακές επιλογές και πρότυπα που έχουν υιοθετηθεί από τους τοπικούς φορείς εξουσίας, καθώς και να διερευνήσει τις μελλοντικές προοπτικές τουριστικής ανάπτυξης του νησιού στο πλαίσιο της αειφορίας. Η επιλογή της Πάτμου έγινε καθώς αποτελεί έναν ενδιαφέροντα ταξιδιωτικό προορισμό για διακοπές διαφορετικές από αυτές που προσφέρουν συνήθως τα νησιά του Αιγαίου, καθώς συνδυάζει ένα πανέμορφο φυσικό περιβάλλον και μια ήπια τουριστική ανάπτυξη. Ωστόσο, αν και διαγράφονται σημαντικές περαιτέρω προοπτικές τουριστικής ανάπτυξης του νησιού, παράλληλα αναγνωρίζονται προβλήματα που αναστέλλουν την αναπτυξιακή πορεία του νησιού, όπως είναι το ακτοπλοϊκό, τα θέματα υγείας, η παράνομη ενοικίαση κατοικιών, κ.ά. Προκειμένου να επιτευχθεί ο σκοπός της πτυχιακής, πραγματοποιήθηκε πρωτογενής ποιοτική έρευνα με τη μέθοδο των συνεντεύξεων σε βάθος σε πληροφορητές (key informants) θεωρώντας ότι είναι οι καθ' ύλην αρμόδιοι για να διαφωτίσουν το αντικείμενο της μελέτης. Από την έρευνα, σε γενικές γραμμές διαπιστώσαμε ότι η ανάπτυξη του νησιού είναι σταθερή και ανοδική. Ως τουριστικός προορισμός βρίσκεται στη φάση μεταξύ Ανάπτυξης και Εδραίωσης καθώς ένα πολύ μεγάλο μέρος της τοπικής κοινωνίας και οικονομίας συνδέεται άμεσα με τον τουρισμό. Εντούτοις, σε γενικές γραμμές ο προσανατολισμός παραμένει μόνο στον θρησκευτικό τουρισμό δίνοντας έτσι περιθώρια για περαιτέρω ανάπτυξη σε άλλους τομείς στο μέλλον μεταθέτοντας για πολύ αργότερα τις φάσεις του μαρασμού και της πτώσης.

Λέξεις Κλειδιά: Τουρισμός, τουριστική ανάπτυξη, νησιωτική ανάπτυξη, Πάτμος

ABSTRACT

The purpose of this thesis is to study the characteristics of tourism development of the island of Patmos in Greece, its expanding options and the standards adopted by the local authorities, as well as to examine the future prospects for its tourism development within the framework of sustainability. Patmos was chosen because it is an interesting travel destination for holidays, different from any other than those usually offered by the Aegean islands, as it combines a beautiful natural landscape and a mild tourist development. However, although there are significant further tourism development prospects, at the same time, it also faces certain problems that inhibit the growth such as ferry related matters, health issues, illegal rental housing, etc. In order to achieve our goal, we conducted a primary qualitative research following the method of in-depth interviewing certain key informants, considering that they were the most appropriate informers to shed light on our object of study. According to this research, we found that the development of the island is stable and upward. As a tourist destination it stands between the phases of Developing and Consolidating, due to the fact that a very large part of the local society and economy is directly linked to tourism. However, its orientation is still mainly towards religious tourism, thus, offering the opportunity for further development in other areas and avoiding the phases of Decline and Fall for a much longer period.

Key Words: Tourism, tourism development, island development, Patmos

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	4
ABSTRACT.....	5
ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ – ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ	8
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	10
ΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΝΗΣΙΩΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	10
1.1 Τα νησιά – Ορισμοί νησιών.....	10
1.2 Η έννοια του τουρισμού.....	12
1.3 Σημασία του τουρισμού	13
1.4 Ορισμοί.....	14
1.5 Ο κύκλος ζωής του τουριστικού προορισμού.....	15
1.6 Φορείς και οργανισμοί τουριστικής ανάπτυξης.....	19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	23
Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	23
2.1 Τα πλεονεκτήματα του τουριστικού προϊόντος της Ελλάδας.....	23
2.2 Ελκυστικότητα νησιών	24
2.3 Τουρισμός στο Αιγαίο	27
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	30
Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΠΑΤΜΟ.....	30
3.1 Εισαγωγή.....	30
3.2 Φεστιβάλ Θρησκευτικής Μουσικής Πάτμου.....	33
3.3 Φεστιβάλ γευσιγνωσίας Πάτμου.....	33
3.4 Αδελφοποιήσεις	34
3.5 Θρησκευτικός τουρισμός.....	35
3.5 Κρουαζιέρα	36
ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ – ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ	40
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	40
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	40
4.1 Εισαγωγή	40
4.2 Σκοπός και ερευνητικά ερωτήματα.....	40
4.3 Μεθοδολογία έρευνας.....	41

4.4Η σε βάθος συνέντευξη (In Depth Interview)	43
4.5Ερευνητικός σχεδιασμός.....	44
4.6Καταλληλότητα μέσου συλλογής δεδομένων.....	45
4.7Ο ρόλος του ερευνητή.....	48
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	50
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	50
5.1 Εισαγωγή.....	50
5.2Πορεία του τουρισμού τα τελευταία χρόνια στη Πάτμο	50
5.3Ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που ξεχωρίζουν την Πάτμο	51
5.4 Οφέλη που προσφέρει ο τουρισμός στο νησί	51
5.5Αρνητικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης.....	52
5.6 Χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης της Πάτμου	53
5.7Αξιολόγηση τουριστικών υποδομών	53
5.8Αξιολόγηση γενικότερων υποδομών	54
5.9 Εναλλακτικές μορφές τουρισμού ποτ έχουν αναπτυχθεί.....	55
5.10Περιθώρια περαιτέρω τουριστικής ανάπτυξης της Πάτμου	55
5.11 Προβλήματα που αναστέλλουν την αναπτυξιακή πορεία.....	56
5.12Τι θα πρέπει να γίνει για να υπάρξει περαιτέρω ανάπτυξη	57
5.13Ποιοι είναι οι εμπλεκόμενοι φορείς στην τουριστική ανάπτυξη	59
5.14Οι προοπτικές που διαγράφονται για την Πάτμο.....	60
5.15 Ανασκόπηση ευρημάτων.....	60
5.16Αντιστοίχιση ευρημάτων με ερευνητικά ερωτήματα	62
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6	64
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	64
Επίλογος.....	66
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	67
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ – ΟΔΗΓΟΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ.....	73
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β: ΑΠΟΜΑΓΝΗΤΟΦΩΝΗΣΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΩΝ.....	75

Μέρος Πρώτο – Θεωρητικό

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ανάπτυξη μέσω του τουρισμού είναι μια στρατηγική που χρησιμοποιείται από τις διάφορες κυβερνήσεις με σκοπό τη βελτίωση του επιπέδου διαβίωσης των κατοίκων μέσω της αύξησης των εισοδημάτων και της δημιουργίας θέσεων εργασίας, αλλά και της μετάβασης ενός προορισμού από μία κατάσταση "φτώχειας" ή "υπανάπτυξης" σε μια νέα κατάσταση "πλούτου" ή "περισσότερης ανάπτυξης".

Εντούτοις, παρά την τεράστια αύξηση του τουριστικού φαινομένου κατά τη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών και τη χρήση του τουρισμού από πολλά κράτη και νησιά ως μια στρατηγική ανάπτυξης, η βιβλιογραφία που σχετίζεται με την ανάπτυξη έχει παραμελήσει τη διερεύνηση των διάφορων αναπτυξιακών προσεγγίσεων ως προς τον τουρισμό. 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.

Σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι να μελετήσει τα χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης της Πάτμου, τις αναπτυξιακές επιλογές και πρότυπα που έχουν υιοθετηθεί από τους τοπικούς φορείς εξουσίας, καθώς και να διερευνήσει τις μελλοντικές προοπτικές τουριστικής ανάπτυξης του νησιού στο πλαίσιο της αειφορίας.

Η επιλογή της Πάτμου έγινε καθώς αποτελεί έναν ενδιαφέροντα ταξιδιωτικό προορισμό για διακοπές διαφορετικές από αυτές που προσφέρουν συνήθως τα νησιά του Αιγαίου, καθώς συνδυάζει ένα πανέμορφο φυσικό περιβάλλον και ήπια τουριστική ανάπτυξη. Ωστόσο, αν και διαγράφονται σημαντικές περαιτέρω προοπτικές τουριστικής ανάπτυξης του νησιού, παράλληλα αναγνωρίζονται προβλήματα που αναστέλλουν την αναπτυξιακή πορεία του νησιού, όπως είναι το ακτοπολιτικό, τα θέματα υγείας, η παράνομη ενοικίαση κατοικιών, κ.ά.

Προκειμένου να επιτευχθεί ο σκοπός της πτυχιακής, πραγματοποιήθηκε πρωτογενής ποιοτική έρευνα με τη μέθοδο των συνεντεύξεων σε βάθος σε πληροφορητές (key informants), θεωρώντας ότι είναι οι καθ' ύλην αρμόδιοι για να δια φωτίσουν το αντικείμενο της μελέτης.

Στο πλαίσιο αυτό η εργασία χωρίζεται σε δύο μέρη: Το πρώτο είναι το θεωρητικό και το δεύτερο το καθ' αυτό ερευνητικό. Το πρώτο μέρος περιλαμβάνει τρία κεφάλαια στο πρώτο εκ των οποίων καθορίζονται ορισμοί και έννοιες όπως η νησιωτικότητα, ο τουρισμός και η σημασία του, ο κύκλος ζωής του τουριστικού προϊόντος αλλά περιγράφονται και οι Φορείς και οργανισμοί τουριστικής ανάπτυξης. Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται λόγος για την τουριστική ανάπτυξη στην Ελλάδα, περιγράφοντας τα πλεονεκτήματα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, την ελκυστικότητα των νησιών και τον τουρισμό στο Αιγαίο. Τέλος, στο τρίτο κεφάλαιο του πρώτου μέρους αναφερόμαστε στο τουριστικό προϊόν της Πάτμου, περιγράφοντας τα τοπικά φεστιβάλ, τις αδελφοποιήσεις που υφίστανται, την έννοια του θρησκευτικού τουρισμού και της κρουαζιέρας.

Στο ερευνητικό μέρος υπάρχουν τρία κεφάλαια, στο πρώτο εκ των οποίων τίγονται τα ζητήματα της μεθοδολογίας που ακολουθήθηκαν. Στο δεύτερο κεφάλαιο του δεύτερου μέρους γίνεται η ανάλυση των δεδομένων που προέκυψαν με την ενδελεχή αποδελτίωση όλων των συνεντεύξεων που πραγματοποιήθηκαν στα πλαίσια της έρευνας, ενώ στο επόμενο κεφάλαιο, ακολουθεί η ανασκόπηση των ευρημάτων και η αντιστοίχησή τους με τα ερευνητικά μας ερωτήματα. Ακολουθούν τα συμπεράσματα και οι προτάσεις που προέκυψαν από την ανάλυση των συνεντεύξεων.

Από την έρευνα, σε γενικές γραμμές διαπιστώσαμε ότι η ανάπτυξη του νησιού είναι σταθερή και ανοδική. Ως τουριστικός προορισμός βρίσκεται στη φάση μεταξύ Ανάπτυξης και Εδραίωσης καθώς ένα πολύ μεγάλο μέρος της τοπικής κοινωνίας και οικονομίας συνδέεται άμεσα με τον τουρισμό. Εντούτοις, σε γενικές γραμμές ο προσανατολισμός παραμένει μόνο στον θρησκευτικό τουρισμό δίνοντας έτσι περιθώρια για περαιτέρω ανάπτυξη σε άλλους τομείς στο μέλλον μεταθέτοντας για πολύ αργότερα τις φάσεις του μαρασμού και της πτώσης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΝΗΣΙΩΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

1.1 Τα νησιά – Ορισμοί νησιών

Η Ελλάδα συγκαταλέγεται στις νησιωτικές χώρες, και αυτό οφείλεται στα πολυάριθμα νησιά, στις βραχονησίδες και στα νησιωτικά συμπλέγματα που βρίσκονται σε όλες τις θάλασσές της. Η ετυμολογία του όρου «νησί» προέρχεται από την λατινική λέξη *insula*, η οποία μεταφέρει την έννοια της απομόνωσης. Συνεπώς, η απομόνωση μπορεί να πει κανείς πως χαρακτηρίζει και τα νησιά, και κυρίως με την έννοια του περιορισμού. Ο Μπεριάτος (2001), δεν δέχεται την έννοια του νησιού ως απλά «*το κάθε κομμάτι γης το οποίο περιβάλλεται από τα νερά ωκεανού, θάλασσας, ποταμού ή λίμνης*», καθώς αυτό περικλείει τον κίνδυνο να θεωρείται νησί τόσο μία ήπειρος, όσο και ένας βράχος. Έτσι, η Ε.Ε. οδηγήθηκε στο να καθορίσει με έναν πιο πλήρη ορισμό την έννοια του νησιού ως το τμήμα γης εκείνο που (Σοφούλης και Σπιλάνης, 1992):

- περιβάλλεται από θάλασσα
- είναι μικρότερο από ήπειρο
- δεν καλύπτεται από θάλασσα κατά την παλίρροια
- έχει δημιουργηθεί με φυσικό τρόπο
- δεν συνδέεται με μόνιμο τρόπο με την ηπειρωτική χώρα, δηλαδή με γέφυρα ή τούνελ, και
- έχει μόνιμο πληθυσμό

Η EUROSTAT (1994) ορίζει το νησί ως ένα κομμάτι γης που έχει έκταση τουλάχιστον 1 τ.χ. (τετραγωνικό χιλιόμετρο), του οποίου οι κάτοικοι ανέρχονται σε περισσότερους από 50, διαμένουν μόνιμα, χωρίζεται από την στεριά με κομμάτι θάλασσας πλατύτερο από 1 χλμ., δεν συνδέεται με την ηπειρωτική Ευρώπη με τούνελ ή με γέφυρα και δεν είναι πρωτεύουσα χώρας. Ο Brigand (2002) διαφοροποιεί τη σημασία των φυσικών χαρακτηριστικών, και τονίζει πως η επιφάνεια του νησιού θα πρέπει να είναι τόσο μικρή ώστε το κλίμα που επικρατεί σε αυτό να επηρεάζεται πλήρως από τη θάλασσα.

Δεν μπορεί κανένα χαρακτηριστικό να διαφοροποιήσει τα μικρά νησιά από τις νησίδες και τις βραχονησίδες. Τα απλά βράχια ονομάζονται σκόπελοι ή ύφαλοι (Brigand, 2002). Ο ΟΗΕ (1958) ορίζει το νησί ως το κομμάτι γης εκείνο το οποίο έχει δημιουργηθεί με φυσικό τρόπο, περιτριγυρισμένο από νερό και αναδύεται κατά τη διάρκεια της πλημμυρίδας. Έτσι, αποκλείονται τα τεχνητά νησιά (όπως τουριστικοί πολυχώροι, εξέδρες άντλησης πετρελαίου κ.α.) (Κίζος και Σπιλάνης, 2004).

Στον παραπάνω ορισμό ήρθε να προστεθεί και η εξαίρεση των *«βράχων που δεν μπορούν από μόνοι τους να υποστηρίξουν μόνιμη ανθρώπινη κατοικία ή οικονομική ζωή»*, σύμφωνα με την Σύμβαση του Δικαίου της Θάλασσας του 1982. Με αυτήν την σύμβαση καθορίστηκε η Αποκλειστική Οικονομική Ζώνη και η χρήση των πόρων της, η υφαλοκρηπίδα, τα αρχιπελαγικά ύδατα και πολλά άλλα θέματα για τη χρήση της θάλασσας και την ανάπτυξη των νησιών (Dolman, 1986).

Σε αυτό το σημείο, μπορούν να επισημανθούν και κάποιοι ορισμοί που έχουν κατά καιρούς αποδοθεί για τις νησιωτικές περιφέρειες, τα νησιωτικά συμπλέγματα και τα αρχιπελάγη.

«Η νησιωτική περιφέρεια ορίζεται ως η γεωγραφική περιοχή που περιλαμβάνει ομάδα νησιών ή ένα μεγάλο νησί και τα χαρακτηριστικά της, κυρίως κοινωνικό-οικονομικά, τη διαφοροποιούν από τις υπόλοιπες ηπειρωτικές περιφέρειες» (Σοφούλης, 1990). Τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα της νησιωτικής περιφέρειας σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2001), είναι η δυσχέρεια πρόσβασης στα νησιά μέλη της περιφέρειας, το μικρό τους μέγεθος και η μεγάλη απόσταση ανάμεσά τους. Εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης νησιωτική περιφέρεια μπορεί να θεωρηθεί *«τιμήμα της χώρας-μέλους που περιβάλλεται από θάλασσα και δεν έχει καμία σταθερή σύνδεση με ηπειρωτική περιοχή ούτε αποτελεί την έδρα πρωτεύουσας της συγκεκριμένης χώρας»*. Αξίζει να σημειωθούν και κάποιοι ορισμοί για άλλες δύο διακρίσεις των κομματιών γης που βρίσκονται σε θαλάσσιο χώρο: αυτή του νησιωτικού συμπλέγματος και του αρχιπελάγους. Η πρώτη αφορά ομάδα νησιών που αλληλεξαρτώνται μεταξύ τους λειτουργικά ενώ η δεύτερη αφορά απομονωμένη ομάδα νησιών με έντονες εσωτερικές λειτουργικές διασυνδέσεις.

1.2 Η έννοια του τουρισμού

Τουρισμός είναι η μετακίνηση ατόμων ή ομάδων από τον τόπο διαμονής τους σε άλλες περιοχές της χώρας τους ή του εξωτερικού με στόχο την επίσκεψη αξιοθεάτων και γενικότερα την αναψυχή ή ειδικό σκοπό. Επίσης σημαίνει την οργανωμένη προσπάθεια που διεξάγεται από κρατικούς και ιδιωτικούς φορείς (τουριστικά γραφεία) για την προσέλκυση επισκεπτών σε χώρα ή περιοχή ή τη ρύθμιση όλων των λεπτομερειών για τη μετακίνηση τουριστών (Μπαμπινιώτης, 1998).

Ο τουρισμός μπορεί να είναι είτε διεθνής, είτε εντός της χώρας του ταξιδιώτη. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού τον ορίζει γενικότερα, με όρους που υπερβαίνουν την κοινή αντίληψη ότι πρόκειται για μια απλή δραστηριότητα των διακοπών, ως *«την μετακίνηση και διαμονή των ανθρώπων εκτός του συνήθους περιβάλλοντός τους για διάστημα όχι μεγαλύτερο από ένα συνεχόμενο έτος για λόγους αναψυχής, επαγγελματικούς και άλλους»* (WTO, 1995).

Καθώς μπορεί να είναι είτε εγχώριος είτε διεθνής, έχει επιπτώσεις τόσο στα έξοδα όσο και στα έσοδα μιας χώρας. Σήμερα, ο τουρισμός αποτελεί σημαντική πηγή εισοδήματος για πολλές χώρες, και επηρεάζει την οικονομία τόσο των χωρών προέλευσης όσο και υποδοχής, και σε ορισμένες περιπτώσεις, είναι ζωτικής σημασίας.

Ο αριθμός των τουριστικών προορισμών παγκοσμίως αυξάνεται διαρκώς και μετατρέπεται σε βασική κινητήρια δύναμη της κοινωνικοοικονομικής προόδου μέσω της δημιουργίας θέσεων εργασίας και επιχειρήσεων, των εσόδων από τις εξαγωγές και της ανάπτυξης υποδομών. Τις τελευταίες έξι δεκαετίες ο τουρισμός γνώρισε συνεχή επέκταση και διαφοροποίηση ώστε να γίνει ένας από τους μεγαλύτερους και ταχύτερα αναπτυσσόμενους οικονομικούς τομείς στον κόσμο. Ταυτόχρονα, προέκυψαν πολλοί νέοι προορισμοί προέκυψαν εκτός των παραδοσιακών στην Ευρώπη και τη Βόρεια Αμερική.

Ο τουρισμός έχει επιδείξει ουσιαστικά αδιάλειπτη ανάπτυξη με την πάροδο του χρόνου, παρά τις περιστασιακές κρίσεις, αποδεικνύοντας τη δύναμη και την ανθεκτικότητα του τομέα. Οι διεθνείς αφίξεις τουριστών αυξήθηκαν από 25 εκατομμύρια σε παγκόσμιο επίπεδο το 1950 σε 278 εκατομμύρια το 1980, 674 εκατομμύρια το 2000 και 1.235 εκατομμύρια το 2016.

Παρομοίως, οι διεθνείς εισπράξεις από τον τουρισμό σε παγκόσμιο επίπεδο έχουν αυξηθεί από 2 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ το 1950 σε 104 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ το 1980, 495 δισεκατομμύρια δολάρια το 2000 και 1.220 δισεκατομμύρια δολάρια το 2016. Εκτός των εισπράξεων στους από προορισμούς, ο διεθνής τουρισμός παρήγαγε επίσης εξαγωγές ύψους 216 δισ. δολαρίων μέσω των διεθνών μεταφορών επιβατών που παρασχέθηκαν σε μη κατοίκους το 2016, με αποτέλεσμα η συνολική αξία των τουριστικών εξαγωγών να ανέλθει σε 1,4 τρισεκατομμύρια δολάρια ή 4 δισ. μέρα κατά μέσο όρο.

Ο διεθνής τουρισμός αντιπροσωπεύει το 7% των παγκόσμιων εξαγωγών αγαθών και υπηρεσιών, έχοντας αυξηθεί κατά μία ποσοστιαία μονάδα από 6% το 2015 και τα τελευταία πέντε χρόνια αναπτύσσεται ταχύτερα και από το εμπόριο. Βρίσκεται στην τρίτη θέση μετά από τα χημικά και τα καύσιμα και προηγείται του κλάδου των τροφίμων και των αυτοκινήτων. (UNWTO, 2017).

Η λέξη τουρίστας χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά το 1772 (Griffiths & Griffiths, 1772) και η λέξη τουρισμός το 1811. Προέρχεται από την λέξη "tour" (περιοδεία), η οποία προέρχεται από την παλιά αγγλική *Turian*, που βγαίνει από την παλιά γαλλική *Turner*, η οποία προέρχεται από τη Λατινικό ρήμα *turnare*, που καταλήγει στην αρχαία Ελληνική "τόρνος", το περιστρεφόμενο λειαντικό εργαλείο, με αποτέλεσμα η λέξη «τουρίστας» να σημαίνει κυριολεκτικά αυτόν που «τριγυρίζει» που «περιηγείται».

1.3 Σημασία του τουρισμού

Ο τουρισμός αποτελεί σημαντική, ακόμα και ζωτικής σημασίας πηγή εισοδήματος για πολλές περιοχές και χώρες. Η σημασία του αναγνωρίστηκε στη Δήλωση της Μανίλας για τον Παγκόσμιο Τουρισμό του 1980 ως *«μια δραστηριότητα απαραίτητη για τη ζωή των εθνών, λόγω των άμεσων συνεπειών στους κοινωνικούς, πολιτιστικούς εκπαιδευτικούς και οικονομικούς τομείς των εθνικών κοινωνιών και στις διεθνείς σχέσεις τους»* (WTO, 1980).

Ο τουρισμός φέρνει υψηλά εισοδήματα στις τοπικές οικονομίες με τη μορφή πληρωμών για αγαθά και υπηρεσίες που απαιτούνται από τους τουρίστες. Δημιουργεί επίσης ευκαιρίες για απασχόληση στον τομέα των υπηρεσιών της οικονομίας που

σχετίζονται με αυτόν με αποτέλεσμα σήμερα μία στις δέκα θέσεις εργασίας να σχετίζονται με αυτόν, ενώ μέχρι το 2030 οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις παγκοσμίως αναμένεται να αγγίξουν τα 1,8 δισεκατομμύρια άτομα (UNWTO, 2017).

Στους κλάδους των υπηρεσιών που επωφελούνται από τον τουρισμό περιλαμβάνονται οι υπηρεσίες μεταφορών, όπως οι αεροπορικές εταιρείες, τα κρουαζιερόπλοια και τα ταξί, οι υπηρεσίες φιλοξενίας, όπως τα καταλύματα, ξενοδοχεία και θέρετρα και οι χώροι ψυχαγωγίας, όπως τα πάρκα τα καζίνο, τα εμπορικά κέντρα, οι χώροι μουσικής και τα θέατρα. Σε όλες αυτές τις υπηρεσίες προστίθενται και τα εμπορεύματα που αγοράζονται από τους τουρίστες, όπως είναι τα αναμνηστικά, τα ρούχα και άλλες προμήθειες.

1.4 Ορισμοί

Το 1936, η Κοινωνία των Εθνών όρισε τον «ξένο τουρίστα» ως *«κάποιον που ταξιδεύει στο εξωτερικό για τουλάχιστον είκοσι τέσσερις ώρες»*. Στη συνέχεια, ο Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών, τροποποίησε αυτόν τον ορισμό το 1945, ορίζοντας μια μέγιστη παραμονή έξι μηνών.

Το 1941, οι Hunziker και Kraft όρισαν τον τουρισμό ως το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από το ταξίδι και τη διαμονή των μη κατοίκων, εφόσον δεν οδηγούν σε μόνιμη εγκατάσταση και δεν συνδέονται με οποιαδήποτε επικερδή για τους ίδιους δραστηριότητα

Το 1994, τα Ηνωμένα Έθνη προσδιόρισαν τρεις μορφές τουρισμού στις συστάσεις τους σχετικά με τις τουριστικές στατιστικές:

- **Τον εγχώριο τουρισμό**, στον οποίο συμμετέχουν οι κάτοικοι μιας χώρας οι οποίοι ταξιδεύουν μόνο εντός αυτής της χώρας
- **Τον εισερχόμενο τουρισμό**, ο οποίος περιλαμβάνει τους ξένους που ταξιδεύουν στην εν λόγω χώρα
- **Τον εξερχόμενο τουρισμό**, που αναφέρεται στους κατοίκους μιας χώρας οι οποίοι ταξιδεύουν σε μια άλλη χώρα

Οι όροι «τουρισμός» και «ταξίδι» μερικές φορές χρησιμοποιούνται εναλλακτικά. Σε αυτό το πλαίσιο, τα ταξίδια ορίζεται παρόμοια με τον τουρισμό, αλλά προϋποθέτει μια πιο συγκροτημένη μετακίνηση. Εντούτοις οι όροι τουρισμός και τουρίστας μερικές φορές χρησιμοποιούνται υποτιμητικά, για να αποδώσουν ένα ρηχό ενδιαφέρον για τον πολιτισμό ή την τοποθεσία που επισκέπτεται κάποιος. Η κοινωνιολογία του τουρισμού μελετά τις πολιτιστικές αξίες που στηρίζουν αυτές τις διακρίσεις και τις επιπτώσεις τους στις ταξικές σχέσεις.

1.5 Ο κύκλος ζωής του τουριστικού προορισμού

Η δυναμική του φαινομένου του τουρισμού συχνά επηρεάζεται από τις συνθήκες του οικονομικο-κοινωνικού περιβάλλοντος, με κύριο πρωταγωνιστή το «τουριστικό προϊόν» καθεαυτό, και όχι την ζήτηση του τουριστικού προϊόντος, όπως υποστηρίζουν οι περισσότεροι ερευνητές (Βαρβαρέσος, 2012). Συνεπώς, όπως όλα τα προϊόντα και υπηρεσίες, και το τουριστικό προϊόν μεταβλήθηκε στην πάροδο του χρόνου, από την δεκαετία του '60 έως σήμερα, και έχει διανύσει αρκετά στάδια του παραδοσιακού κύκλου ζωής του προϊόντος: δημιουργία/εισαγωγή, ανάπτυξη, ωριμότητα, κορεσμός, παρακμή.

Όπως αναφέρεται σε σχετική μελέτη του Βαρβαρέσου (2012) «αρχικά κάθε προϊόν αποτελεί μία ανακάλυψη, μία καινοτομία που απευθύνεται σ ένα περιορισμένο τμήμα ενός πληθυσμού, εξαιτίας του σχετικά υψηλού του κόστους. Τα κέρδη παραγωγικότητας που καταγράφονται σταδιακά οφείλονται στην αύξηση της παραγωγικής βάσης, στον εξορθολογισμό και την βελτίωση των μεθόδων παραγωγής, οι οποίες σχετίζονται και με έναν σταδιακό εκδημοκρατισμό και μαζικοποίηση του τουρισμού».

Είναι σημαντικό να σημειωθεί, ότι όπως σε όλα τα προϊόντα, έτσι και στον τουρισμό υπάρχει κύκλος ανάπτυξης, ανεξάρτητος από τις αναπόφευκτες εποχικότητες. Όπως σημειώνει και ο Butler (1980), πολλοί τουρίστες τείνουν να αλλάξουν τον τόπο προορισμού τους με το πέρασμα του χρόνου. Επομένως, είναι δυνατό να εντοπισθούν τόσο τα στάδια ανάπτυξης της τουριστικής αγοράς (ποσότητα και ποιότητα τουριστών) όσο και το είδος των τόπων προορισμού (φυσικά χαρακτηριστικά, υποδομή, διοίκηση κοκ.). Πολλοί επιστήμονες επιχείρησαν να

διερευνήσουν τα στάδια του κύκλου ζωής του τουριστικού προορισμού, με το μοντέλο του Butler (1980) να παρουσιάζει μία γενική εικόνα για τα στάδια του κύκλου ζωής του τουριστικού προορισμού, τα οποία και παρουσιάζονται συνοπτικά παρακάτω (Πολύζος και Σαράτσης, 2013):

Εξερεύνηση (Exploration)

Σε αυτό το στάδιο, ο αριθμός των τουριστών είναι πολύ μικρός, και είναι μεμονωμένοι, με την έννοια ότι ανακαλύπτουν τον τουριστικό τους προορισμό χωρίς την διαμεσολάβηση άλλων φορέων (επαγγελματιών κ.α.). Οι υποδομές φιλοξενίας και οτιδήποτε κτιριακό είναι τοπικής κατασκευής και εξυπηρετεί και τις πάγιες ανάγκες του τόπου, όπως και οι παρεχόμενες υπηρεσίες, τα μέσα πρόσβασης και οι λοιπές υποδομές.

Εμπλοκή (Involvement)

Στο στάδιο της εμπλοκής παρατηρούμε αρκετά περισσότερες αφίξεις τουριστών, το οποίο εξελίσσεται παράλληλα και με την εξάπλωση της τουριστικής συνείδησης και της φιλοξενίας του τοπικού πληθυσμού, ο οποίος δείχνει να αρχίζει να προσαρμόζεται στον τουρισμό, και να το εκμεταλλεύεται κατάλληλα ως μέσο οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης.

Οι τοπικοί επιχειρηματίες αναπτύσσουν ήπια την παροχή τουριστικών υπηρεσιών μέσα από χώρους διαμονής, εστίασεως και ψυχαγωγίας. Σε αυτό το σημείο ξεκινάει και η εφαρμογή προωθητικών ενεργειών και διαφήμισης, για την προσέλκυση νέων τουριστών καθώς και οι ιδιώτες επιχειρηματίες πιέζουν τους τοπικούς φορείς για βελτίωση των υποδομών φιλοξενίας και υποδοχής για τις αφίξεις των τουριστών. Ακόμη, αρχίζει να διαφαίνεται η τάση της εποχικότητας της τουριστικής δραστηριότητας.

Ανάπτυξη (Development)

Ένας τουριστικός προορισμός χαρακτηρίζεται από ανάπτυξη λόγω της κατασκευής νέων τουριστικών υποδομών (κτίρια, υπηρεσίες και μονάδες διαμονής) και αρχίζει την εμφάνιση της η τουριστική αγορά με τα δικά της χαρακτηριστικά, που

απαιτεί νέα διαφήμιση σε πιο εντατικούς ρυθμούς για την προσέλκυση περαιτέρω τουριστών. Η τοπική κοινωνία σιγά-σιγά χάνει την δύναμη επιρροής της όσον αφορά την οικιστική και οικονομική ανάπτυξη, και ο έλεγχος της τοπικής τουριστικής βιομηχανίας αλλάζει χέρια. Επίσης, ο αριθμός τουριστών κατά τις περιόδους αιχμής υπερκαλύπτει τον αριθμό των ντόπιων.

Εδραίωση (Consolidation)

Σε αυτό το στάδιο, ο ρυθμός αύξησης των τουριστών μειώνεται, χωρίς όμως να μειώνεται και ο απόλυτος αριθμός τουριστών, ο οποίος συνεχίζει να υπερτερεί των μόνιμων κατοίκων. Ορισμένες υποδομές φιλοξενίας και οικιστικά κτίρια παρουσιάζουν φθορές και αρχίζουν να θεωρούνται ως υποδεέστερα, ενώ ταυτόχρονα ξεκινάνε οι προσπάθειες των ντόπιων για την επέκταση της τουριστικής περιόδου και της αύξησης του μεριδίου της τουριστικής αγοράς. Ένα πολύ μεγάλο μέρος της τοπικής κοινωνίας και οικονομίας συνδέεται άμεσα με τον τουρισμό, και η κοινωνία συνειδητοποιεί ότι ο τουρισμός έχει επιφέρει εκτός από οφέλη, και κάποιες αρνητικές συνέπειες.

Μαρασμός (Stagnation)

Σε αυτό το στάδιο, ο τουριστικός προορισμός αφού έχει δεχθεί έναν πολύ μεγάλο αριθμό τουριστών, οδηγείται στον μαρασμό, αφού πλέον έχει κουράσει, και έχει κουραστεί. Παρά την πολύ καλά εδραιωμένη εικόνα που έχει στο τουριστικό τοπίο, δεν είναι πλέον της μόδας ως προορισμός, και οι τοπικές τουριστικές επιχειρήσεις αλλάζουν συχνά χέρια. Οι νέες επιχειρήσεις που σχετίζονται με τον τουρισμό είναι σχετικά λίγες, και η τοπικές ιδιοκτησίες αυξάνονται έναντι των ξένων, οι οποίοι δεν ενδιαφέρονται πλέον για τον προορισμό αυτό.

Πτώση

Εάν συνεχιστεί η παραπάνω κατάσταση που περιγράφηκε στην φάση του μαρασμού, επέρχεται η πτώση, η οποία εκδηλώνεται ως ακόλουθο της συνέχισης της συρρίκνωσης και πλέον ο προορισμός δεν μπορεί να είναι ανταγωνιστικός σε σχέση με τις εναλλακτικές επιλογές. Οι περισσότερες υποδομές αρχίζουν να ανακαινίζονται

και χρησιμοποιούνται για παράλληλους σκοπούς, (π.χ. εξοχικές κατοικίες), και οι τοπικοί επιχειρηματίες δραστηριοποιούνται στους τομείς του τουρισμού γιατί οι τιμές μεταπώλησης των επιχειρήσεων έχουν πέσει και πλέον μπορούν να τις αποκτήσουν.

Αν δεν επέλθει η πτώση, ο τουριστικός προορισμός μπορεί να εισέλθει στη φάση της *αναζωογόνησης*, όπου ουσιαστικά έχουν αναληφθεί δράσεις και πρωτοβουλίες για την τόνωση του τοπικού τουριστικού προϊόντος, μέσω της εκμετάλλευσης πρώην αναξιοποίητων πόρων. Παράδειγμα τέτοιο αποτελεί η περίπτωση της Atlantic City των ΗΠΑ, όπου η ίδρυση καζίνο τόνωσε την τουριστική δραστηριότητα της περιοχής.

Ο Butler υποστήριξε, ότι οι περισσότεροι τουριστικοί προορισμοί εξελίσσονται σε αυτό το πρότυπο και έδωσε το παράδειγμα της πόλης του Μεξικό. Πολυάριθμες μελέτες αναφέρουν, ότι ο υποθετικός κύκλος ζωής μιας τουριστικής περιοχής του Butler μπορεί να εφαρμοστεί σε πολλούς προορισμούς, όπως την επαρχία του Lancaster (Hovinen 1981), στο Laurentians του Quebec (Lundgren, 1982), στο Grand Isle της Louisiana (Meyer-Arendt, 1985), στη Μάλτα (Oglethorpe, 1984), στο νησί Vancouver (Nelson & Wall, 1986) και στη Μινόρκα (Williams, 1993).

Άλλοι ερευνητές πιστεύουν, ότι το μοντέλο του Butler δεν είναι ικανό να εξηγήσει την εξέλιξη μιας τουριστικής περιοχής και προτείνουν τροποποιήσεις ή εναλλακτικά μοντέλα που κατά τη γνώμη τους ταιριάζουν καλύτερα στην αναπτυξιακή διαδικασία των συγκεκριμένων περιοχών, π.χ. Choy (1992), Douglas (1997), Getz (1992), Haywood (1986), Hovinen (1982), Mitchell & Murphy (1991), κ.ά.

Το κατά πόσο βοηθά την περιφερειακή ανάπτυξη ο τουρισμός, αυτό εξαρτάται και από την γεωγραφική κατανομή της τουριστικής δραστηριότητας, από την δομή των τοπικών οικονομιών, από τα διαρθρωτικά στοιχεία της τουριστικής κίνησης (χρόνος διαμονής, τουριστική κατανάλωση ανά κεφαλή κτλ) (Ανδριώτης, 2005).

1.6 Φορείς και οργανισμοί τουριστικής ανάπτυξης

Το τι τελικά μπορεί να προσφέρει σε μια περιοχή ο τουρισμός, αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό του συστήματος που επικρατεί στην τουριστική βιομηχανία, αλλά είναι και το θεμέλιο για την τουριστική ανάπτυξη του συγκεκριμένου τόπου. Εξάλλου, τα βασικά χαρακτηριστικά ενός τόπου προσδιορίζονται από το εύρος, το επίπεδο, την ειδίκευση και την σωστή οργάνωση και συντήρηση των υποδομών και των υπηρεσιών που αυτός είναι σε θέση να προσφέρει (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

Τα τελευταία χρόνια, καθώς αυξάνονται οι απαιτήσεις για μια πιο λογική και βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, ιδιαίτερη βαρύτητα έχει δοθεί στο ρόλο που θα διαδραματίσουν οι τοπικοί και μη τουριστικοί φορείς, χωρίς να έχει σημασία το ύψος των ευθυνών τους, αρκεί να μπορούν να ανταπεξέλθουν στην οργάνωση και ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου (WTTC, 2003).

Όλοι οι φορείς που εμπλέκονται, μπορούν να παίξουν καθοριστικό ρόλο στην προσφορά που υπάρχει για το τουριστικό προϊόν και να συμβάλλουν στην ανάπτυξη και προβολή του τοπικού τουρισμού. Από την άλλη πλευρά και σύμφωνα με τα διεθνή δεδομένα, λίγοι είναι οι τουριστικοί φορείς που είναι ενεργοί στο κομμάτι της έρευνας και της εκπαίδευσης (Gunn & Var, 2002). Σπουδαίο μέρος για τις δράσεις που αναλαμβάνουν οι εθνικοί και περιφερειακοί τουριστικοί φορείς αποτελεί και η καταμέτρηση των τουριστικών δραστηριοτήτων, με έλεγχο των αλλαγών τους και με προσπάθεια να αξιολογηθούν και να ερμηνευθούν για την στρατηγική τους. Συγχρόνως, μπορεί να πραγματοποιηθεί και αξιολόγηση των θετικών αποτελεσμάτων που έχει φέρει η τουριστική ανάπτυξη (WTO, 2003).

Αναγκαία κρίνεται η συμμετοχή των περιφερειακών και εθνικών φορέων στην υλοποίηση του τουριστικού σχεδίου και στην ανάπτυξη αυτού, καθώς οι περισσότερες επιχειρηματικές ασχολίες στους τουριστικούς προορισμούς περιορίζονται σε μικρές επιχειρήσεις, γεγονός που τις δυσκολεύει σε σχέση με την συνεργασία τους με μεγάλες διεθνείς επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου (tour operators). Στις τοπικές κοινωνίες και στους φορείς τους δίνεται η ευθύνη της εκτέλεσης της τουριστικής πολιτικής, του σχεδιασμού, της έρευνας και της οργάνωσης

του τουριστικού κλάδου, με συνέπεια ο τουρισμός συνεχώς να αυξάνεται με κοινωνικές, οικονομικές και περιβαλλοντικές συνέπειες (Βαρβαρέσσος, 1999).

Οι τοπικοί φορείς συμμετέχουν ενεργά στην διαδικασία σχεδίασης του τουρισμού στην περιοχή τους (Ηγουμενάκης, 1997), με το να διατηρούν και να ενισχύουν τους φυσικούς και τους πολιτιστικούς πόρους αλλά και των περιοχών που βρίσκονται υπό προστασία αλλά και ενθαρρύνουν τις επιχειρήσεις να δημιουργούν νέα τουριστικά προϊόντα που συμβάλλουν στη δημιουργία νέων τύπων τουρισμού, που θα είναι εξοικειωμένοι με τα δεδομένα της κάθε περιοχής (Beech & Chadwick, 2006). Επίσης, δημιουργούνται επιχειρήσεις από τους δήμους και τις νομαρχίες με τουριστικά και πολιτιστικά στοιχεία βοηθώντας με αυτό τον τρόπο την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής σε οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο.

Επιπλέον, οι επαγγελματίες με τους επιχειρηματίες και τα διάφορα σωματεία του κλάδου συμβάλλουν σε καθοριστικό βαθμό στην ανάπτυξη του τουριστικού σχεδιασμού, περισσότερο σε τοπικό επίπεδο, προφυλάσσοντας έτσι τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του τόπου. Στις αγορές που ο τουρισμός έχει ήδη αναπτυχθεί, παρατηρείται μια μεγάλη ζήτηση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, γεγονός που συνέβαλλε στο να αναπτυχθεί μεγάλη και σύγχρονη βιομηχανία τουρισμού, με αρκετά ανταγωνιστικές εταιρείες (Ηγουμενάκης, 1997). Δεν είναι εύκολο να προσδιοριστεί η σημασία και το νόημα της τουριστικής βιομηχανίας καθώς τα αγαθά αυτά που βρίσκονται σε ζήτηση είναι πολύ σημαντικά και συμβάλλουν στην δημιουργία και εκπλήρωση των τουριστικών αναγκών, ενώ κάποια άλλα έχουν δευτερεύοντα ρόλο, περισσότερο βοηθητικό, όλα μαζί όμως συνθέτουν το τουριστικό προϊόν που παράγεται και διατίθεται στους πελάτες από τις τουριστικές επιχειρήσεις.

Το τουριστικό προϊόν που προσφέρεται, ή αλλιώς τουριστικό πακέτο, το οποίο θα αναλυθεί στην συνέχεια, δημιουργείται από τις επιχειρήσεις που ασχολούνται με τον τουρισμό, ανάλογα με τις απαιτήσεις, τις επιθυμίες και τα μέσα που διαθέτουν οι καταναλωτές και τους παρέχεται με τρόπους που βασίζονται στο σύγχρονο μάρκετινγκ. Έτσι λοιπόν, διασφαλίζεται το επίπεδο των υπηρεσιών που προσφέρονται και ρυθμίζονται οι ασχολίες που προσφέρει το τουριστικό προϊόν από την παραγωγή στη ζήτηση. Αυτή η μέθοδος για την εξασφάλιση της ποιότητας δημιουργεί όμως και κάποια συγκεκριμένα πρότυπα για την ανάπτυξη του τουρισμού, όσον αφορά την προσφορά (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001). Οι πιο σημαντικές

επιχειρήσεις στον τουριστικό τομέα είναι τα γραφεία που διοργανώνουν ταξίδια, τα ταξιδιωτικά πρακτορεία και οι επιχειρήσεις που διοργανώνουν συνέδρια (Beech & Chadwick, 2006). Αυτοί που οργανώνουν ταξίδια είναι συνήθως μεγάλες ταξιδιωτικές επιχειρήσεις, που η κύρια ασχολία τους είναι να προσφέρουν ένα τουριστικό προϊόν που θα είναι ενιαίο, δηλαδή το τουριστικό πακέτο (Βαρβαρέσος, 2000).

Οι tour operators λοιπόν, δημιουργούν πακέτα διακοπών και οργανώνουν πολλά και διάφορα τουριστικά προϊόντα, τα οποία τα συνδέουν σε ένα ενιαίο πακέτο και τα παρέχουν στους καταναλωτές. Η χρηματική αξία τους συνήθως είναι προσιτή, καθώς είναι μικρότερη από όλες τις υπηρεσίες αν χρησιμοποιηθούν μεμονωμένα, σε περίπτωση που ο καταναλωτής τις αγόραζε χωριστά (Pender, 2001). Η διαδικασία της πώλησης γίνεται είτε μέσω του tour operator στον πελάτη, είτε μέσω των τουριστικών γραφείων που παίζουν τον ρόλο του μεσολαβητή.

Τα τουριστικά γραφεία (travel agents) είναι οι διαμεσολαβητές ανάμεσα σε αυτούς που διοργανώνουν τα ταξίδια και στους καταναλωτές. Τις περισσότερες φορές, αυτοί μεσολαβούν εκ μέρους των πελατών, με τις αεροπορικές εταιρείες, τα ξενοδοχεία αλλά και τους άλλους τουριστικούς προμηθευτές. Ο πράκτορας είναι αυτός που ενημερώνει τον καταναλωτή για τα δεδομένα, τα έξοδα αλλά και τις δυσκολίες που μπορεί να προκύψουν στο ταξίδι. Με λίγα λόγια, οι ταξιδιωτικοί πράκτορες είναι οι διαμεσολαβητές ανάμεσα στους πελάτες, τους διοργανωτές και τους προμηθευτές τουριστικών υπηρεσιών.

Όντως, παίζει πολύ σημαντικό ρόλο ο πράκτορας στον τουριστικό τομέα, καθώς ο ταξιδιώτης έχει ανάγκη από τις συμβουλές ενός ειδικού και σε αυτό το κομμάτι είναι πολύτιμη η βοήθεια του. Αποτελεί λοιπόν, έναν ειδικό γνώστη των ταξιδιών, καθώς προσφέρει πληροφορίες για τα ταξίδια με τον πιο αντικειμενικό τρόπο στον πελάτη, καθώς με τις γνώσεις μπορεί να του προσφέρει πολλές υπηρεσίες, είτε ειδικές είτε προσωπικές, ακόμη και απλές συμβουλές για το ταξίδι, αλλά και ένα διαφορετικό ταξίδι, γνωρίζοντας τις ανάγκες, την οικονομική κατάσταση, τα ενδιαφέροντα αλλά και τους σκοπούς του κάθε πελάτη (Cooper κ.ά., 1994).

Την σημερινή εποχή, ο τουριστικός κλάδος αποτελεί βασικό κομμάτι της οικονομικής ανάπτυξης και απασχόλησης ενός τόπου. Γι' αυτό λοιπόν, πολλοί

τοπικοί φορείς και κυβερνήσεις προσπαθούν να δημιουργήσουν αξιοθέατα και πόλους έλξης για τους τουρίστες με σκοπό να ξεπεράσουν άλλους παραδοσιακούς τουριστικούς τόπους. Οι τόποι με τουριστικό ενδιαφέρον είναι και αυτοί προϊόντα ή υπηρεσίες που πωλούνται και έτσι θα πρέπει να κρίνονται ως εμπορεύματα (Echtner και Ritchie, 1993).

Πολύ σημαντικό είναι για τις τουριστικές περιοχές να είναι βιώσιμες για να μπορούν να αντιμετωπίζουν τυχόν τουριστικά προβλήματα και να προφυλάσσουν τα συμφέροντα του τουριστικού κλάδου, ώστε οι τουριστικές επιχειρήσεις να συνεχίσουν να έχουν κέρδη. Σύμφωνα με τους Bramwell και Lane (1993) το συμπέρασμα είναι οι επιδράσεις μεταξύ της κοινωνίας, του περιβάλλοντος και του τουριστικού κλάδου πρέπει να είναι αποδοτικές ώστε να παραμείνει το επίπεδο των φυσικών και ανθρώπινων πόρων. Αποτέλεσμα αυτού είναι, ότι για να υπάρξει μια συνεχόμενη τουριστική ανάπτυξη θα πρέπει να υπάρχουν τρεις βασικοί στόχοι: να ικανοποιηθούν οι ανάγκες των κατοίκων της πόλης, οι ανάγκες των τουριστών και όλοι μαζί να δρουν με τρόπο τέτοιο που να μην επηρεάζει αρνητικά το φυσικό και αστικό περιβάλλον. Ο σημαντικότερος παράγοντάς για να διατηρηθεί το επίπεδο του τουρισμού είναι οι ενδιαφερόμενοι να συμμετέχουν ενεργά και να στηρίζουν όλη αυτή την διαδικασία (Gunn, 1994).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

2.1 Τα πλεονεκτήματα του τουριστικού προϊόντος της Ελλάδας

Ο τουρισμός στη χώρα μας, όπως και όλοι οι άλλοι κλάδοι της οικονομίας, χαρακτηρίζεται από κάποια πλεονεκτήματα τα οποία ενισχύουν την θέση του έναντι των ανταγωνιστών μας. Τα κυριότερα πλεονεκτήματα του που συντελούν στην προσέλευση τουριστών στη χώρα μας, σύμφωνα με τη Βενετσανοπούλου (2006) είναι κυρίως τα παρακάτω:

- Το φυσικό περιβάλλον της χώρας μας, με την πλούσια ελληνική φύση και την ομορφιά των ελληνικών τοπίων μας.
- Οι καλές κλιματολογικές συνθήκες και το μεσογειακό κλίμα κατάλληλο για διακοπές.
- Ο μεγάλος αριθμός νησιών που έχουμε με την απίστευτη μορφολογία του εδάφους και της νησιώτικης συγκρότησης, με τις αμέτρητες παραλίες ιδανικές για να απολαύσει κάποιος τον ήλιο και τη θάλασσα τους καλοκαιρινούς μήνες.
- Τα εκατοντάδες μνημεία του πολιτισμού μας - η Ελλάδα τείνει να χαρακτηριστεί ως μουσείο της ιστορίας του πολιτισμού, διότι εδώ βρίσκεται κανένας μνημεία από όλες τις εποχές.
- Επίσης, η πνευματική καλλιέργεια και το ανεπτυγμένο αίσθημα φιλοξενίας των Ελλήνων επιδρούν θετικά στην τουριστική εικόνα της χώρας.

Κατά τον σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής, η «φέρουσα ικανότητα» μπορεί να χρησιμεύσει ως κανονιστικός οδηγός για την εκτίμηση και τον έλεγχο των μεγεθών. Συνήθως, η φέρουσα ικανότητα ορίζεται έμμεσα σε όρους έντασης της χρήσης του χώρου ως πυκνότητα τουριστών (ή κλινών) ανά επιφάνεια οικοδομήσιμης έκτασης ή επιφάνειας παραλίας με αμμουδιά (π.χ. 10 τ.μ. ανά τουρίστα) (Λαγός και Διακομιχάλης, 2011). Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO, 1983) χρησιμοποιεί την φέρουσα ικανότητα σε όρους έντασης της χρήσης του χώρου, με βάση την ξενοδοχειακή πυκνότητα (13 – 35 τ.μ. ανά άτομο) ή την

πυκνότητα της ευρύτερης τουριστικής περιοχής (20 – 100 κλίνες ανά εκτάριο 200 – 1000).

2.2 Ελκυστικότητα νησιών

Η ελκυστικότητα μιας περιοχής εξαρτάται από την οπτική που έχουν γι' αυτήν διαφορετικές ομάδες ατόμων και κυρίως χρησιμοποιείται για τον καθορισμό σε μια περιοχή του τόπου κατοικίας ή της έναρξης κάποιας οικονομικής δραστηριότητας. Σε σχετική προγενέστερη έρευνα, ο Κίζος (2005) είχε καταλήξει στο συμπέρασμα ότι η ελκυστικότητα ενός τόπου συνδέεται άμεσα με την αντίληψη και την οπτική των κατοίκων της περιοχής, ή των ατόμων που συνδέονται με αυτήν με τον έναν ή τον άλλον τρόπο. Συνεπώς, η ελκυστικότητα μπορεί να οριστεί ως η εικόνα μιας συγκεκριμένης περιοχής έτσι όπως την βλέπουν τα άτομα τα οποία συνδέονται με αυτήν, είτε άμεσα είτε έμμεσα (Κίζος κ.α., 2005).

Η νησιωτικότητα δεν περιορίζεται μόνο στα φυσικά χαρακτηριστικά, αλλά προβάλλει και ένα κοινωνικό χαρακτηριστικό: αυτό της βιωματικής ταυτότητας του τόπου και των κατοίκων, το οποίο δεν είναι τίποτα άλλο από το σύνολο των χαρακτηριστικών σημείων και συμβόλων με τα οποία τα νησιά είναι συνδεδεμένα και το οποίο σύνολο σαφώς επηρεάζει εν γένει τον τρόπο ζωής και ανάπτυξης του τόπου.

Όμως, η συνεισφορά των χαρακτηριστικών αυτών επηρεάζουν αρνητικά την ελκυστικότητα των νησιών. Η «νησιωτικότητα» είναι ο καθοριστικός παράγοντας για την διαμόρφωση του μοντέλου λειτουργίας των νησιωτικών περιοχών στην προσπάθεια τους για οικονομική ανάπτυξη, και το οποίο δεν επιτρέπει την διόγκωση των οικονομικών δραστηριοτήτων, και ούτε την εφαρμογή πολιτικών χαμηλού κόστους, και ούτε οικονομικής διαβίωσης των κατοίκων. Τα παραπάνω καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι είναι αναγκαία μια θετική διαφοροποίηση των πολιτικών που εφαρμόζονται υπέρ των νησιών, και η εστίαση των οποίων πρέπει να είναι στην αποδυνάμωση ή και εξάλειψη των παραγόντων της ελκυστικότητας, τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε εθνικό βαθμό.

Ο Σπιλάνης (1996) προτείνει μια διάκριση της ελκυστικότητας βάσει των στοιχείων που την απαρτίζουν: την «soft» ελκυστικότητα που λαμβάνει υπόψη της και αξιολογεί την αντιληπτή εικόνα του τόπου, λαμβάνοντας υπόψη τις απόψεις και

αντιλήψεις των διαφόρων κοινωνικών ομάδων, και για την οποία έχει γίνει ήδη αναφορά παραπάνω.

Από την άλλη πλευρά, υπάρχει και η «hard» ελκυστικότητα η οποία αναφέρεται κυρίως σε χαρακτηριστικά και αξιολογείται με τη χρήση εξειδικευμένων δεικτών. Οι δείκτες αυτοί αντικατοπτρίζουν τα αντικειμενικά χαρακτηριστικά ενός τόπου, που εμφανίζουν τα πραγματική κατάσταση του τρόπου και του επιπέδου ζωής σε αυτόν. Οι δείκτες «hard» μπορούν να μετρηθούν άμεσα (π.χ. αποστάσεις, χρόνος μετακινήσεων κ.α.), ή να μετρηθούν σε φυσικές μονάδες όπως ο αριθμός των θέσεων εργασίας, οι υποδομές σε νοσοκομειακή περίθαλψη κ.ά.

Στην ίδια έρευνα για την ελκυστικότητα των ελληνικών νησιών του Αιγαίου, επιβεβαιώνεται ένα σημαντικό μειονέκτημα των νησιών αυτών, δηλαδή τη δυσκολία πρόσβασης και το γεγονός ότι είναι πλήρως εξαρτώμενα από το λιμάνι του Πειραιά, ενώ μεταξύ τους δεν έχουν διασύνδεση. Ακόμη, η πρόσβαση στα νησιά αυτά μετράται κυρίως με τη συχνότητα των δρομολογίων από το λιμάνι του Πειραιά. Τα νησιά που ευνοούνται είναι αυτά με περισσότερο πληθυσμό και τα πιο τουριστικά. Από την άλλη πλευρά του νομίσματος, βρίσκονται τα λιγότερο ευνοημένα νησιά τα οποία είναι πολύ μικρά και δεν έχουν συχνά δρομολόγια. Τα υφιστάμενα μέσα μεταφοράς (ταχύπλοα σκάφη, συμβατικές αεροπορικές συνδέσεις) αν και αλλάζουν την εικόνα κατά τον χειμώνα, δεν αποτελούν λύση ουσίας. Ακόμη, η γραφειοκρατικές δυσκολίες για επέμβαση των τοπικών διοικήσεων, αλλά και το υψηλό κόστος από την μεριά τους για εξυπηρέτηση της μεταφοράς, καθιστά ακόμα πιο δύσκολο το πρόβλημα.

Ανάλογες έρευνες έχουν πραγματοποιηθεί και για τον τουρισμό, καθώς αποτελεί από τις σημαντικότερες πηγές πλούτου και εισοδήματος για τα ελληνικά νησιά. Πιο πολύ η επικέντρωση των ερευνών έχει γίνει στην ανεύρεση των παραγόντων που καθορίζουν και επηρεάζουν την τουριστική ελκυστικότητα. Οι περισσότερες βιβλιογραφικές αναφορές που αφορούν την ελκυστικότητα των τουριστικών προορισμών αναφέρουν ότι οι περισσότερο ελκυστικοί προορισμοί διακρίνονται βάσει κάποιων χαρακτηριστικών, όπως (Lue et al, 1996):

- των φυσικών πόρων,
- των πολιτιστικών και κοινωνικών χαρακτηριστικών,
- του αθλητισμού, της αναψυχής και των πολιτιστικών ευκαιριών,

- του εμπορικού εξοπλισμού, και
- του εξοπλισμού στέγασης και υποδομών.

Άλλες έρευνες έχουν επικεντρωθεί στην εύρεση δεικτών τουριστικής ελκυστικότητας, και πιο συγκεκριμένα, οι Cesario και Knetch (1973), ανέπτυξαν έναν δείκτη ελκυστικότητας, ο οποίος περιελάμβανε τον αριθμό των επισκεπτών, τον πληθυσμό στην περιοχή μελέτης, το κατά κεφαλήν εισόδημα και το κόστος του ταξιδιού.

Η διεθνής βιβλιογραφία που έχει ασχοληθεί με το θέμα της ελκυστικότητας και έχει διερευνήσει τις προεκτάσεις της που αφορούν κάποιες κοινωνικές ομάδες, κυρίως αναφέρεται στο σύνολο των παραγόντων εκείνων οι οποίοι είτε προσελκύουν, είτε αποτρέπουν τα άτομα για την επιλογή μιας συγκεκριμένης περιοχής για μόνιμη κατοικία ή για τόπο εργασίας. Έτσι, μέσα από αυτές τις έρευνες προβάλλονται ορισμένες παράμετροι οι οποίες είναι καθοριστικές για την επιλογή του τόπου διαμονής του ατόμου και του τόπου εργασίας του. Αυτές είναι οι *«υποδομές, η ασφάλεια, το κόστος αγοράς κατοικίας, η προσβασιμότητα, η πληθυσμιακή πυκνότητα, η αισθητική ποιότητα της περιοχής, το επίπεδο ρύπανσης, αλλά και θέματα που αφορούν γενικότερα στο περιβάλλον και στην ποιότητά του»*.

Οι θεματικές ενότητες βάσει των οποίων μπορούν να στηριχθούν οι δείκτες της ελκυστικότητας είναι οι παρακάτω (Κίζος και Σπιλάνης, 2004):

- **Ο βαθμός απομόνωσης και δυσκολίας πρόσβασης ή απομάκρυνσης στα/από τα νησιά.** Με αυτήν την ενότητα ομαδοποιούνται όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά ενός τόπου βάσει των φυσικών εμποδίων και δυσχερειών ώστε να το επισκεφθεί κανείς ή να μετακινηθεί από αυτό προς άλλες περιοχές. Νησιά και ορεινές περιοχές παρουσιάζουν τέτοιες δυσκολίες (δυσκολία μετακίνησης, αποκλεισμός λόγω κακών καιρικών συνθηκών κ.α.). Η διαφορά από τις υπόλοιπες ηπειρωτικές περιοχές έγκειται στο γεγονός ότι στις νησιωτικές περιοχές δεν μπορεί εύκολα να γίνει η χρήση ιδιωτικών μέσων μεταφοράς, ενώ στις υπόλοιπες κάτι τέτοιο είναι εφικτό, και έτσι οι κάτοικοι των νησιών προσαρμόζουν τις ανάγκες τους βάσει των προγραμματισμένων δρομολογίων των πλοίων.

- **Υποδομές – Υπηρεσίες.** Οι δύο αυτοί παράγοντες θέτουν την ίδια προβληματική και η διάστασή τους είναι ίδια όσον αφορά την σημαντικότητα της

ύπαρξης τους σε κάποια περιοχή, αλλά δεν αρκεί για να κατανοηθεί ο βαθμός και η δυσκολία πρόσβασης στις υποδομές αυτές καθώς και η ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται.

- **Ύπαρξη ευκαιριών απασχόλησης.** Οι ευκαιρίες για εργασία και απασχόληση παραδοσιακά αποτελούν αιτίες μετακίνησης πληθυσμών και μετανάστευσης ακόμα και σε άλλες χώρες και ηπείρους. Προφανώς και στην περίπτωση της αξιολόγησης της ελκυστικότητας των νησιών παίζει πρωταγωνιστικό ρόλο.

- **Το κοινωνικό κεφάλαιο.** Με τον όρο κοινωνικό κεφάλαιο ορίζεται το σύνολο των μη οικονομικών πόρων, υλικών ή άυλων, που αποδίδονται σε άτομα ή σε ομάδα ατόμων που χαρακτηρίζονται από εμπιστοσύνη, αμοιβαιότητα και κοινά αποδεκτούς κανόνες συμπεριφοράς, που διευκολύνουν τη συνεργασία και τη συλλογική δράση των ανθρώπων, με στόχο το γενικό συμφέρον.

- **Ασφάλεια.** Η ανθρώπινη ανάγκη για αίσθηση ασφάλειας είναι δεδομένη.

- **Ποιότητα του περιβάλλοντος** (φυσικού και δομημένου). Η καλή ποιότητα του περιβάλλοντος έχει άμεσες επιπτώσεις στην υγεία και την πνευματική κατάσταση των ατόμων.

2.3 Τουρισμός στο Αιγαίο

Ο τουρισμός έχει αναδειχθεί ως μία από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες δραστηριότητες του αιώνα, και αυτό δεν μπορεί να μην έχει επιπτώσεις και στα ελληνικά νησιά. Έτσι, έχουν προκύψει διάφορες δημογραφικές, οικονομικές και εισοδηματικές αλλαγές οι οποίες συνδέονται με δραστηριότητες οι οποίες σχετίζονται με τον τουρισμό και με αυτήν την ανοδική τροχιά που διαγράφει (Haralambopoulos & Pizam, 1996). Στην Ελλάδα, κυρίως οι νησιωτικές περιοχές έχουν αναπτυχθεί τουριστικά έναντι των υπολοίπων λόγω των φυσικών, αλλά και των πολιτιστικών τους πόρων και χαρακτηριστικών.

Η αγορά όμως αυτή μεταβάλλεται λόγω του αυξανόμενου ανταγωνισμού, με αποτέλεσμα τη μείωση των εισπράξεων και των κερδών των τουριστικών επιχειρήσεων, ιδιαίτερα των ξενοδοχειακών. Το συγκεκριμένο «τουριστικό προϊόν»

βρίσκεται πλέον στη φάση της ωρίμανσης ή και της κάμψης του κύκλου ζωής του. Επομένως, η επιμονή στην παραγωγή του κινδυνεύει να οδηγήσει σε αδιέξοδο το παραγωγικό σύστημα των νησιών. Παράλληλα, η εφαρμογή του μαζικού τουρισμού στα νησιά της Ελλάδας είχε ως αποτέλεσμα αλλαγές στις κοινωνικές σχέσεις και στην καθημερινότητα των κατοίκων. Ταυτόχρονα, η ταχύτητα με την οποία συνέβη η τουριστική ανάπτυξη, συμπαρέσυρε και τις επενδύσεις, οι οποίες έγιναν συχνά αλόγιστα σε μεγάλη κλίμακα, με μη αντιστρεπτά αποτελέσματα στο ευαίσθητο περιβάλλον των νησιών (Mathieson and Wall, 1982).

Ο τουριστικός κλάδος αποτελεί έναν από τους βασικότερους πυλώνες ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας, τόσο εξαιτίας της γεωγραφικής της θέσης και λόγω της κλιματικής της υπεροχής. Κατά τις προηγούμενες δεκαετίες, το ισοζύγιο του τουρισμού ήταν θετικό για την ελληνική οικονομία, γεγονός που καθιέρωσε τον τουρισμό ως την «βαριά» της «βιομηχανία». Παρά την μεγάλη προσφορά του τουριστικού κλάδου στα έσοδα του κράτους, η αντιμετώπιση του από μέρους πολιτείας, είναι φορολογική και αντιαναπτυξιακή.

Στον κλάδο του τουρισμού έμμεσα ή άμεσα, επιβάλλονται αμέτρητα είδη φόρων, με αποτέλεσμα την αύξηση της τελικής τιμής που πληρώνει ο καταναλωτής. Θα αναφέρουμε ενδεικτικά μερικά από τα είδη φόρων, σύμφωνα πάντα με την μελέτη του καθηγητή Β. Πατσουράτη για λογαριασμό του ΣΕΤΕ (Πατσουράτης, 2000), οι οποίοι φόροι επιβάλλονται από το κράτος και έτσι να καταλάβουμε το γενικό πρόβλημα στην Ελλάδα, περί ανταγωνιστικότητας του τουριστικού μας προϊόντος. Μερικά από τα είδη των φόρων είναι ο ΦΠΑ, το τέλος χρήσης αιγιαλού, δημοτικός φόρος, τέλος επί των ακαθάριστων εσόδων κέντρων διασκέδασης, εστιατορίων κ.α. δυνητικά τέλη, τέλη που επιβάλλονται στις αεροπορικές εταιρίες όπως, τέλος διαδρομής, τέλος χρήσης αεροδρομίου (προσγείωση-παραμονή), τέλη αυτοκινήτων, ΦΠΑ στην ναύλωση σκαφών και κρουαζιερόπλοιων, και άλλοι διάφοροι φόροι.

Συμπερασματικά, ο τουριστικός τομέας, παρά την οικονομική κρίση και την αβεβαιότητα που αυτή προκαλεί, εξακολουθεί να παραμένει η κύρια κινητήρια δύναμη για την ανάπτυξη στην ελληνική οικονομία. Το γεγονός αυτό ενισχύει την ανάγκη να υπάρξει πολιτική δέσμευση και υποστήριξη του τομέα. Όσον αφορά την εξέλιξη του τουρισμού στην χώρα μας αλλά και στις υπόλοιπες χώρες της λεκάνης της Μεσογείου, μπορεί να χαρακτηριστεί δυναμικά ανοδική από την δεκαετία του '50

και έπειτα, σύμφωνα με τα αριθμητικά δεδομένα των τουριστικών αφίξεων στις χώρες αυτές.

Αναμφίβολα, η συμμετοχή του τουρισμού στα μακροοικονομικά μεγέθη της Ελλάδας είναι σημαντική, αφού συμμετέχει σε μεγάλο ποσοστό στην διαμόρφωση του ΑΕΠ. Πιο αναλυτικά, συμμετέχει σε ποσοστό μεγαλύτερο του 18,5% στο ΑΕΠ, υποστηρίζει το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών με την εισαγωγή συναλλάγματος που αγγίζει τα 13 δισεκατομμύρια € ανά έτος, και ακόμη πολύ σημαντική είναι η συμβολή του στην εξομάλυνση των ανισοτήτων των διαφόρων περιοχών της χώρας με την ενίσχυση της απασχόλησης στις Περιφέρειες. Πιο συγκεκριμένα στον τουριστικό κλάδο απασχολήθηκαν συνολικά 860.000 εργαζόμενοι, αριθμός που αντιστοιχεί στο 23,4% της συνολικής απασχόλησης (ΣΕΤΕ, 2016).

Η ικανότητα του τουρισμού να κινεί την ανάπτυξη και να δημιουργεί θέσεις απασχόλησης πρέπει να συνοδεύεται από ανάλογες υποστηρικτές πολιτικές από την πολιτεία. Γι' αυτό πρέπει να εφαρμοστούν μέτρα για δικαιότερη φορολογική πολιτική και διευκολύνσεις για τη χορήγηση βίζας στους δυνητικούς ταξιδιώτες. Η περαιτέρω ανάπτυξη και αναβάθμιση του τουριστικού τομέα είναι ιδιαίτερα κρίσιμη, κυρίως για χώρες που αντιμετωπίζουν σοβαρά δημοσιονομικά προβλήματα και μειωμένη εγχώρια ζήτηση. Αντιλαμβανόμαστε έτσι, πως ο κλάδος του τουρισμού αποτελεί, όπως ειπώθηκε και αρχικά, αναμφισβήτητα έναν από τους βασικότερους πυλώνες της ελληνικής οικονομίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΠΑΤΜΟ

3.1 Εισαγωγή

Η περιοχή του Νοτίου Αιγαίου διαθέτει πολλά εμβληματικά σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος, όπως είναι π.χ. η Καλντέρα της Σαντορίνης, η Μεσαιωνική Πόλη της Ρόδου, οι αρχαιολογικοί χώροι της Δήλου, του Ακρωτηρίου, της Λίνδου και του Ασκληπιείου, οι γραφικές Χώρες των νησιών με πιο διάσημη αυτήν της Μυκόνου, τα αρχοντικά της Ερμούπολης και της Σύμης, τα παραδοσιακά χωριά της Καρπάθου, της Νάξου και της Τήνου, οι σημαντικοί τόποι της Χριστιανοσύνης στην Πάτμο, την Τήνο, την Πάρο και την Αμοργό, οι ιδανικοί για αναρρίχηση βράχοι της Καλύμνου, τα γεωλογικά φαινόμενα της Νισύρου και της Μήλου καθώς και οι φημισμένες παραλίες που είναι διάσπαρτες σε πολλά από τα νησιά του Νοτίου Αιγαίου, για να αναφερθούν μερικά μόνο ενδεικτικά παραδείγματα. Παρακάτω θα γίνει παρουσίαση της νήσου Πάτμου, όσον αφορά τα βασικά χαρακτηριστικά της γνωρίσματα.

Η Πάτμος, βρίσκεται στο βόρειο άκρο του συμπλέγματος των Δωδεκανήσων, νότια της Σάμου, νοτιοανατολικά της Ικαρίας και βορειοδυτικά της Λέρου. Είναι σχετικά μικρό νησί, με έκταση που φθάνει τα 34,142 τ.χλμ. και μήκος ακτών 72 χλμ. Απέχει 111 ναυτικά μίλια από τη Ρόδο και 163 ναυτικά μίλια από το λιμάνι του Πειραιά. Με την εφαρμογή της νέας διοικητικής διαίρεσης της χώρας κατά το Πρόγραμμα Καλλικράτης, το νησί της Πάτμου, τα νησιά Αρκοί, Μαράθι καθώς και οι γύρω πολυάριθμες νησίδες αποτελούν τον ενιαίο Δήμο Πάτμου. Η Πάτμος μαζί με τα νησιά Αστυπάλαια, Λέρος και Κάλυμνος υπάγονται στην Περιφερειακή Ενότητα Καλύμνου. Το έδαφός της είναι βραχώδες, ηφαιστειογενές και απότομο με ψηλότερη κορυφή τον Προφήτη Ηλία (270 μ.) που βρίσκεται στο κέντρο του νησιού.

Γενικά η ακτογραμμή της είναι πολυσχιδής με πλήθος ακρωτηρίων, όπως ο Τράγος, ο Γερανός και το Μπάλωμα. Οι δύο μεγαλύτεροι οικισμοί της Πάτμου είναι η Χώρα της Πάτμου, που είναι χτισμένη σε ύψωμα γύρω από το Κάστρο – Μοναστήρι του Άγιου Ιωάννη του Θεολόγου και η Σκάλα, το λιμάνι της Πάτμου. Άλλοι δυο σημαντικοί οικισμοί είναι ο παραλιακός Γροίκος και ο Κάμπος, που

αποτελείται από τον Πάνω Κάμπο χτισμένο σε χαμηλούς λόφους και τον Κάτω Κάμπο, που εκτείνεται στην ομώνυμη παραλία¹.

Η Πάτμος κατοικείται από το 4ο αιώνα π.Χ. σύμφωνα με αρχαιολογικά ευρήματα. Πρώτοι κάτοικοι αναφέρονται οι Κάρες από την Καρία της Μικράς Ασίας. Θεωρείται ότι η ονομασία του νησιού συνδέεται με το όρος Λάτμος της Καρίας. Ελάχιστες αναφορές για το νησί υπάρχουν σε κείμενα αρχαίων συγγραφέων, όπως του Πλινίου, του Στράβωνα και του Θουκυδίδη. Είναι ένα θρησκευτικό κέντρο, ονομάζεται και «Ιερουσαλήμ» του Αιγαίου.

Με το νόμο 1155/81 του Ελληνικού Κοινοβουλίου ανακηρύχθηκε «Ιερό Νησί», με παγκόσμιο ενδιαφέρον, χάρη στο Σπήλαιο της Αποκάλυψης και την Μονή του Αγίου Ιωάννη του Θεολόγου, τα οποία έχουν εγγραφεί στον Κατάλογο Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO το 1999 μαζί με τον παραδοσιακό μεσαιωνικό οικισμό της Χώρας Πάτμου. Η επιτροπή ενέγραψε τη περιοχή στο κατάλογο της παγκόσμιας κληρονομιάς βάση των κριτηρίων (III), (IV), και (VI). Τα κριτήρια αυτά είναι τα εξής (UNESCO,1999):

Κριτήριο (III). Η πόλη (χώρα) στο νησί Πάτμος είναι από τις λίγες περιοχές στην Ελλάδα που έχει εξελιχθεί ασταμάτητα από το 12ο αιώνα. Υπάρχουν πολύ λίγες άλλες περιοχές στον κόσμο όπου θρησκευτικές τελετές που χρονολογούνται από τα πρώτα χριστιανικά χρόνια, ασκούνται ακόμα αμετάβλητα.

Κριτήριο (IV). Το μοναστήρι του Αγίου Ιωάννη του θεολόγου και το σπήλαιο της Αποκάλυψης στο νησί Πάτμος μαζί με τη μεσαιωνική χώρα, αποτελούν ένα εξαιρετικό παράδειγμα παραδοσιακού ελληνικού θρησκευτικού κέντρου προσκυνήματος με πολύ σημαντικό αρχιτεκτονικό ενδιαφέρον.

Κριτήριο (VI). Το μοναστήρι του Αγίου Ιωάννη του Θεολόγου και το σπήλαιο της Αποκάλυψης τιμούν τη μνήμη της περιοχής όπου ο Άγιος Ιωάννης «ο αγαπημένος απόστολος», έγραψε δύο από τα ιερότερα χριστιανικά έργα, το Ευαγγέλιο του και την Αποκάλυψη.

¹ <http://www.patmos.gr/>

Το Σπήλαιο της Αποκάλυψης βρίσκεται στο μέσον περίπου της διαδρομής από το λιμάνι της Σκάλας μέχρι τη χώρα. Η χριστιανική παράδοση υποστηρίζει ότι μέσα στη σπηλιά σκίστηκε ο βράχος και από εκεί, από τρεις μικρότερες σχισμές που συμβολίζουν την Αγία τριάδα, ακούγονταν η φωνή του Θεού όταν υπαγόρευε στον Ιωάννη το κείμενο της Αποκάλυψης.

Η σπηλιά διαμορφώθηκε σε λατρευτικό χώρο από τον ιδρυτή της μονής της Πάτμου Όσιο Χριστόδουλο. Ιστορικά, τον οικιστικό χαρακτήρα της Πάτμου, τον καθόρισε το μοναστήρι του Ιωάννη του Θεολόγου μιας και όλο το νησί ανήκε στην ιδιοκτησία του, ενώ ακόμη και σήμερα κατέχει ένα μεγάλο τμήμα της γης της Πάτμου. Ιδρυτής της Μονής της Πάτμου είναι ο Όσιος Χριστόδουλος, ο οποίος γεννήθηκε το 1021 στη Νίκαια της Βιθυνίας. Αξιόλογο είναι το Αρχείο της Μονής, όπου φυλάσσονται σημαντικά έγγραφα 125 βυζαντινά (αυτοκρατορικά χρυσόβουλα, πατριαρχικά σιγίλια κλπ) και περίπου 13.000 μεταβυζαντινά. Πλουσιότατη είναι επίσης η βιβλιοθήκη του μοναστηριού που συστάθηκε από τον Όσιο Χριστόδουλο (Ιωάννου, 2012).

Σήμερα υπάρχουν σχεδόν 1.100 χειρόγραφοι κώδικες, από τους οποίους 325 είναι γραμμένοι σε περγαμηνή. Οι δύο μεγαλύτεροι οικισμοί της Πάτμου είναι η Σκάλα, το λιμάνι της Πάτμου, και η Χώρα της Πάτμου που είναι χτισμένη γύρω από το Κάστρο – Μοναστήρι του Άγιου Ιωάννη του Θεολόγου. Υπάρχουν αρκετοί οικισμοί και μετόχια διάσπαρτα σε όλο το νησί στην ενδοχώρα και στις ακτές, ενώ σημαντικά είναι δυο ακόμη χωριά. Ο παραλιακός Γροίκος και ο Κάμπος που αποτελείται από τον πάνω Κάμπο χτισμένο σε χαμηλούς λόφους και τον κάτω Κάμπο, που εκτείνεται στην ομώνυμη παραλία. Ξεχωριστή είναι και η αρχιτεκτονική στην Πάτμο.

Πρώτα από όλα η Χώρα που είναι ένας καθαρά μεσαιωνικός οικισμός που περιβάλλει το οχυρωμένο μοναστήρι και η αρχιτεκτονική της είναι αυστηρή και σπάνια. Στην Πάτμο διοργανώνεται το «Φεστιβάλ Θρησκευτικής Μουσικής της Πάτμου», το οποίο διανύει την δεύτερη δεκαετία του. Ένας θεσμός που παράγει πολιτισμό τόσο ταιριαστός με την ατμόσφαιρα της Πάτμου, που ενώ ξεκίνησε το 2001 είναι λες και υπήρχε στην Πάτμο από πάντα.

3.2 Φεστιβάλ Θρησκευτικής Μουσικής Πάτμου

Το Φεστιβάλ Θρησκευτικής Μουσικής Πάτμου, που ξεκίνησε το 2001, είναι πλέον μία από τις σημαντικότερες και μοναδικές, ως προς το περιεχόμενό της, μουσικές καλοκαιρινές διοργανώσεις με στόχο την παρουσίαση εκδηλώσεων υψηλού μουσικού και πνευματικού περιεχομένου, όπως αρμόζει στον ιερό χώρο στον οποίο φιλοξενείται.

Στο Φεστιβάλ Θρησκευτικής Μουσικής Πάτμου, το περιβάλλον και όλη η φύση ενός πανέμορφου νησιού, συνδυάζονται ιδανικά με τη θρησκευτική μουσική και δημιουργούν μία θαυμαστή αρμονία, που οδηγεί σε ιδιαίτερα μονοπάτια απόλαυσης και κατάνυξης, αντανακλώντας το θείο και τα έργα των ανθρώπων στην καλύτερη εκδοχή τους, όπως ακριβώς διατυπώνει την πάγια θέση του Φεστιβάλ ο Καλλιτεχνικός του Διευθυντής Άλκης Μπαλάς: *«Μπροστά στο Ιερό Σπήλαιο όπου ο Ιωάννης έγραψε την Αποκάλυψη μόνο ένα πνευματικό και σοβαρό μουσικό φεστιβάλ θα μπορούσε να πραγματοποιείται, και αυτό ακριβώς κάνουμε».*

Στα 15 χρόνια της ιστορίας του το Φεστιβάλ Θρησκευτικής Μουσικής Πάτμου έχει παρουσιάσει πλήθος καλλιτεχνών προσφέροντας στο κοινό μια καλοκαιρινή εμπειρία εντελώς διαφορετική από κάθε άλλη μουσική διοργάνωση, σε ανοιχτό χώρο. Δεν είναι τυχαίο ότι κάθε χρόνο το Φεστιβάλ γίνεται πόλος έλξης πολυάριθμων επισκεπτών, που θέλουν να γευτούν την ιδιαίτερη ατμόσφαιρα των εκδηλώσεων του, αλλά και να απολαύσουν την ομορφιά που προσφέρει το νησί και οι πάντα φιλόξενοι κάτοικοι του (Πνευματικό Κέντρο Πάτμου, 2016).

3.3 Φεστιβάλ γευσιγνωσίας Πάτμου

Το Φεστιβάλ Γεύσης και Παράδοσης είναι ένα ταξίδι γευσιγνωσίας αναδεικνύοντας τη γαστρονομική κουλτούρα της Πάτμου και των άλλων νησιών. Η Πάτμος είναι ο σημαντικότερος θρησκευτικός προορισμός της χώρας μας και με το Φεστιβάλ Γεύσης και Παράδοσης ευελπιστεί να εξελίξει και αναβαθμίσει ακόμη περισσότερο την τοπική γαστρονομία και να αποκτήσει ένα ακόμη πλεονέκτημα, επιδιώκοντας να αναδείξει και να προσφέρει τους θησαυρούς της γης της και της κουζίνας της, σε όλους τους επισκέπτες κατά τη διάρκεια των θερινών μηνών. Το

Φεστιβάλ Γεύσης και Παράδοσης Αιγαίου τελεί υπό την Αιγίδα της Ιεράς Μονής και διοργανώνεται το τρίτο Σαββατοκύριακο του Ιουνίου από την εφημερίδα Πατμιακά Χρονικά με συνδιοργανωτές τον Δήμο Πάτμου, την Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου και τη μη κερδοσκοπική εταιρεία «Αποκάλυψη». Τη διοργάνωση επίσης στηρίζουν χορηγοί και σύλλογοι του νησιού μας και των γύρω νησιών.

Επίσης στο νησί διοργανώνεται το «Διεθνές Κινηματογραφικό Φεστιβάλ της Πάτμου» (International Film Festival of Patmos – IFFP). Το Φεστιβάλ μετά την διακοπή μιας χρονιάς το 2011, συνέχισε το 2012 και τώρα το 2013, χάρη στις προσπάθειες των ανθρώπων που το οραματίστηκαν, αλλά και των ανθρώπων που αγκάλιασαν την ιδέα του Φεστιβάλ και το στηρίζουν. Οι χώροι του κινηματογραφικού φεστιβάλ της Πάτμου είναι: ο θερινός κινηματογράφος που στήνεται στο δημοτικό σχολείο της Σκάλας της Πάτμου, χωρητικότητας 400 ατόμων και η αίθουσα για την προβολή των ντοκιμαντέρ στο πολυτελές ξενοδοχείο Patmos Aktis, στον κόλπο του Γροίκου².

3.4 Αδελφοποιήσεις

Ευαισθητοποιημένος ο Δήμος Πάτμου στις σχέσεις μεταξύ ευρωπαϊών πολιτών και στην κατ' επέκταση μετάδοση ιδεών και πολιτιστικών παραδόσεων, έχει συνάψει τρεις αδελφοποιήσεις, ενώ το 2014 συνέστησε ειδική επιτροπή αδελφοποιήσεων ώστε να αναπτύξει και αξιοποιήσει τις σχέσεις αυτές. Ο Δήμος Πάτμου έχει αδελφοποιηθεί:

- Με το δήμο Auderghem (Οντεργκεμ) Βελγίου
- Με το Δήμο Grottaferrata της Ιταλίας
- Με το δήμο Glastonbury της Αγγλίας

Σύμφωνα με τα τηρούμενα πρακτικά του δήμου, η Αδελφοποίηση του AUDERGHM και της Πάτμου υπεγράφη σε μία λαμπερή τελετή στις 24 Μαΐου 2002 στο Δημαρχείο του AUDERGHM, μεταξύ του Υπουργού και Δημάρχου του βελγικού δήμου κ. Ντιντιέ Γκοσιν (DIDIER GOSUIN) και του Δημάρχου της

² www.patmos.gr

Πάτμου κ. Ματθαίου Μελιανού με στόχο την προώθηση των κοινών δεσμών και αμοιβαίων ανταλλαγών.

Η Αδελφοποίηση με τον Δήμο της Ρώμης Grottaferatta έγινε στις 20 Μαρτίου 2004, μεταξύ του Δημάρχου της πόλης Angelo Viticchie και του Αντιδημάρχου της Πάτμου, Εμμανουήλ Γρύλλη, ενώ ουσιαστικά αποτέλεσε την επισφράγιση μίας σχέσης με μακρά ιστορία. Στη Grottaferrata βρίσκεται το Μοναστήρι της Παναγίας της Κρυπτοφέρης το οποίο ιδρύθηκε από τον Αγ. Νείλο – ελληνικής καταγωγής - και το οποίο ενώ υπάγεται στην ρωμαιοκαθολική εκκλησία, το κοινόβιο και το τελετουργικό του ακολουθεί τη βυζαντινή χριστιανική παράδοση. Οι σχέσεις της Κρυπτοφέρης με την Πάτμο όμως ανάγονται στα χρόνια του Βυζαντίου, όταν η Μονή της Πάτμου είχε επαφές με μοναστήρια της Καλαβρίας από όπου είχαν προέλθει και μοναχοί της Grottaferrata. Προς χάρη της αδελφοποίησης η πόλη της Grottaferrata ονόμασε ένα δημόσιο πάρκο Giardini di Patmos «Κήποι της Πάτμου», ενώ η Πάτμος έδωσε το όνομα της ιταλικής πόλης σε ένα δρόμο.

Η αδελφοποίηση με τον Δήμο Glastonbury έγινε στις 21 Σεπτεμβρίου 2009 στην αγγλική πόλη μεταξύ του Προέδρου τού Περιφερειακού Συμβουλίου της Mendip και Αντιδημάρχου του Glastonbury, κ. Edward James, και εκπροσώπων του Δήμου Πάτμου. Η αδελφοποίηση των δύο αυτών τόπων που καθαγιάστηκαν από τους πρώτους Αγίους των δύο χωρών έχει χαρακτηριστεί «αδελφοποίηση στο διηνεκές», και θεωρείται ιστορική καθώς πρόκειται για την πρώτη τέτοια συμφωνία μεταξύ Ελλάδας και Βρετανίας. Η πρόταση αδελφοποίησης, την οποία αποδέχθηκε το Δ.Σ. Πάτμου τον Μάρτιο 2008, έγινε από τον Δήμο τού Glastonbury μετά από σχετική εισήγηση, τον Αύγουστο τού 2007, της κ. Ζοέ d'Ay ύστερα από την διαμονή της στην Πάτμο την άνοιξη τού ίδιου έτους.

3.5Θρησκευτικός τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός αφορά την επίσκεψη σε θρησκευτικούς τόπους λατρείας, όπως μοναστήρια και εκκλησίες. Στα νησιά του Νότιου Αιγαίου υπάρχουν εκατοντάδες τόποι θρησκευτικής λατρείας, ορισμένοι από τους οποίους έχουν εξελιχθεί σε προσκυνήματα, όχι μόνο τοπικής αλλά και υπερτοπικής ή πανελλήνιας εμβέλειας. Πρόκειται για μία μορφή τουρισμού που αποφέρει σημαντικά έσοδα, αφού σύμφωνα με εκτιμήσεις του ΣΕΤΕ (2016) περίπου 50.000 Έλληνες ταξιδεύουν με

σκοπό να επισκεφθούν κάποιο μοναστήρι ή εκκλησία το χρόνο και ο σχετικός τζίρος ξεπερνά τα 15 εκατ. ευρώ ετησίως.

Αν και η προσέλκυση προσκυνητών αφορά πολλά από τα νησιά του Ν. Αιγαίου, η Τήνος (Μεγαλόχαρη) και η Πάτμος (Μονή Ιωάννου Θεολόγου και Σπήλαιο της Αποκάλυψης) αποτελούν τους πιο δημοφιλείς θρησκευτικούς προορισμούς (συγκρίνονται με το Άγιον Όρος και τα Μετέωρα), ενώ ακολουθούν η Πάρος, η Άνδρος και η Σύμη. Στην Πάρο και την Τήνο λειτουργούν οι ίδιες οι ενορίες ταξιδιωτικά γραφεία, ενώ πολλά –εξειδικευμένα και μη- ταξιδιωτικά γραφεία προσφέρουν ειδικές θρησκευτικές εκδρομές. Σημαντικές προοπτικές για την περαιτέρω ανάπτυξη της συγκεκριμένης μορφής τουρισμού προσφέρει η διείσδυση στην αγορά άλλων ορθόδοξων κρατών (Βουλγαρία, Σερβία, Ρωσία, κ.ά.) καθώς και ομάδων από τον απόδημο ελληνισμό.

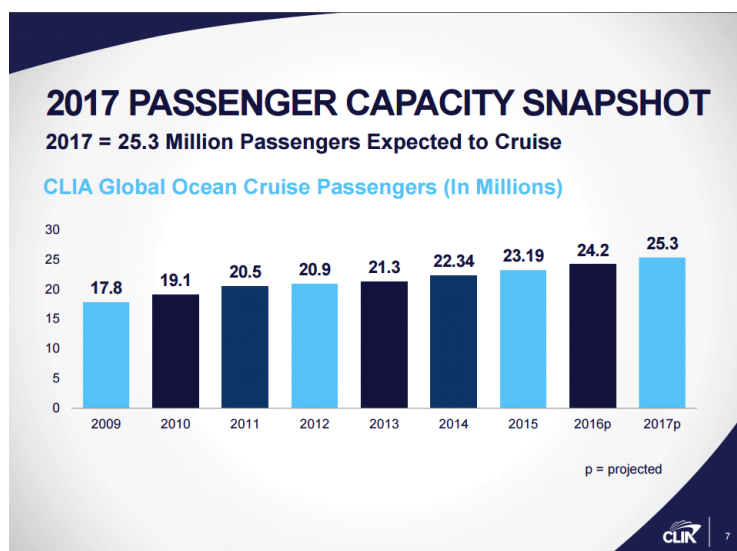
3.5 Κρουαζιέρα

Σύμφωνα με τα στοιχεία της έκθεσης Ποσειδώνια 2016, η Ελλάδα το 2013 αποτέλεσε τον τρίτο κορυφαίο προορισμό κρουαζιέρας στην Ευρώπη με 4,6 εκατ. επιβάτες. Τα δημοφιλέστερα λιμάνια προσέγγισης εξακολουθούν να είναι η Σαντορίνη, η Κέρκυρα και η Μύκονος, ενώ ο Πειραιάς κατατάχθηκε στην πέμπτη θέση μεταξύ των λιμανιών εκκίνησης κρουαζιέρας «homeport» με 1,3 εκατ. επιβάτες, παρουσιάζοντας αύξηση σχεδόν 1% για το 2012, ενώ για το 2013 η άμεση οικονομική προσφορά της κρουαζιέρας στην Ελλάδα ήταν 574 εκατ. ευρώ με 11 χιλιάδες θέσεις εργασίας.

Τα συνολικά έσοδα από την κρουαζιέρα στην Ευρώπη έφτασαν τα 39,4 δισ. ευρώ το 2013, από 37,9 δισ. ευρώ το 2012. Οι άμεσες δαπάνες που προέρχονται από τον κλάδο ανήλθαν σε 16,2 δισ. ευρώ, έναντι 15,5 δισ. ευρώ το 2012. Τα άμεσα έσοδα από τον κλάδο της κρουαζιέρας στην Ελλάδα έφτασαν στα 570 εκατομμύρια ευρώ, ενώ τα έμμεσα έσοδα ανέρχονται σε 1,4 δισ. ευρώ, εκ των οποίων το εν τρίτο εξασφαλίζουν 11.000 άμεσες θέσεις εργασίας. Τα κυριότερα εμπόδια για την περαιτέρω ανάπτυξη του κλάδου της κρουαζιέρας στην Ελλάδα είναι οι υφιστάμενες λιμενικές υποδομές, οι προκλήσεις του home-porting, οι συνεχείς και απρόβλεπτες αυξήσεις τιμών εισόδου στα διάφορα αξιοθέατα των προορισμών (Newsbomb, 2013). Καθώς ο τουρισμός συμβάλλει στο 20% του ΑΕΠ της χώρας και εξασφαλίζει

750.000 άμεσες και έμμεσες θέσεις εργασίας, ο κλάδος της κρουαζιέρας αποτελεί βασικό πυλώνα της εθνικής τουριστικής στρατηγικής (Ποσειδώνεια, 2016).

Όπως φαίνεται στον σχετικό πίνακα, τα στοιχεία που παρέχει η Διεθνής Ένωση Κρουαζιέρας είναι αποκαλυπτικά: Το 2017, οι επιβάτες κρουαζιέρας σε όλο τον κόσμο θα φτάσουν τα 25,3 εκατ., έναντι 17,8 εκατ. που ήταν το 2009.



Υπολογίζεται ότι η ζήτηση για κρουαζιέρα την τελευταία δεκαετία (2005-2015) έχει αυξηθεί κατά 62%. Οι αισιόδοξες εκτιμήσεις για το 2017 βασίζονται στην ισχυρή ζήτηση για κρουαζιέρα από τους καταναλωτές, αλλά και στην αναβάθμιση που παρατηρείται στις υποδομές, σε επίπεδο τεχνολογικών καινοτομιών και προσεγγίσεων νέων πλοίων σε νέους προορισμούς σε όλο τον κόσμο. Για το 2017 η CLIA προβλέπει θεαματική αύξηση των ταξιδιωτών κρουαζιέρας, αύξηση της χρήσης τουριστικού πράκτορα σε ταξίδια κρουαζιέρας (από 12.000 πράκτορες το 2010 σε περισσότερους από 25.000 το 2016) και συνέχιση της ζήτησης για κρουαζιέρα ποταμού με 18 νέα πλοία από 184 το 2015 (CLIA, 2017).

Εντούτοις, και παρά την παγκόσμια ευφορία σχετικά με την πορεία της κρουαζιέρας, η πορεία αναμένεται να είναι διαφορετική. Σύμφωνα με τις προκρατήσεις, η μείωση της κίνησης για το 2017 θεωρείται δεδομένη και υπολογίζεται περίπου στο 25%, ενώ και για το 2018 η πορεία αναμένεται να είναι πτωτική. Οι παράγοντες που επηρεάζουν την πορεία αυτή είναι οι εξής επτά (Τσιμπλάκης, 2016):

- η οικονομική κρίση που πλήττει την Ευρώπη αλλά και την Ελλάδα

- οι τρομοκρατικές επιθέσεις στη γηραιά ήπειρο,
- οι εξελίξεις στην Τουρκία,
- το μεταναστευτικό,
- το Brexit,
- τα capital controls,
- ο ανταγωνισμός που δεχόμαστε από ασιατικούς προορισμούς.

Στον επόμενο πίνακα παρατίθενται τα στοιχεία που παρέχει η Ένωση Λιμένων Ελλάδος και εμφανίζει την κίνηση των κρουαζιεροπλοίων και των επιβατών κατά την τελευταία τριετία 2014-2016 (Ε.ΛΙΜ.Ε, 2016α)

α/α		Αριθμός αφίξεων πλοίων			Αριθμός αφίξεων επιβατών		
		2014	2015	2016	2014	2015	2016
1	ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ	582	512	636	778,057	742,553	791,927
2	ΠΕΙΡΑΙΑΣ	711	606	621	1,302,581	1,055,556	980,149
3	ΜΥΚΟΝΟΣ	485	441	600	587,501	610,207	649,914
4	ΚΕΡΚΥΡΑ	480	395	407	744,673	672,368	647,347
5	ΡΟΔΟΣ	373	314	340	409,991	311,182	342,063
6	ΚΑΤΑΚΟΛΟ	307	251	242	763,966	584,879	459,882
7	ΠΑΤΜΟΣ	177	156	192	113,339	109,429	124,476
8	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	177	160	170	270,020	242,951	219,805
9	ΚΕΦΑΛΛΟΝΙΑ	100	79	112	135,659	88,032	149,227
10	ΙΤΕΑ	88	50	83	8,141	8,309	17,851
11	ΝΑΥΠΛΙΟ	54	46	62	23,732	26,050	46,075
12	ΧΑΝΙΑ (ΣΟΥΔΑ)	47	38	59	124,205	33,304	96,612
13	ΒΟΛΟΣ	31	53	57	20,227	57,825	67,096
14	ΛΑΥΡΙΟ	20	30	55	13,504	30,493	44,815
15	ΜΥΤΙΛΗΝΗ	56	53	53	42,423	34,150	24,894
16	ΣΥΡΟΣ	37	53	53	9,396	24,012	21,986
17	ΑΓ.ΝΙΚΟΛΑΟΣ	52	66	52	43,817	46,432	37,762
18	ΧΙΟΣ	33	36	42	9,924	16,963	25,229
19	ΚΩΣ	86	79	41	64,756	42,040	18,277
20	ΛΗΜΝΟΣ	19	24	41	4,777	7,657	15,787
21	ΜΟΝΕΜΒΑΣΙΑ	29	39	38	11,621	22,068	10,391
22	ΣΥΜΗ	16	48	36	3,715	24,050	16,728
23	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	18	31	35	14,585	19,720	26,356
24	ΚΑΛΑΜΑΤΑ	6	16	31	3,128	17,951	38,549
25	ΜΗΛΟΣ	9	17	28	2,962	10,362	15,394
26	ΠΑΡΟΣ	88	65	25	7,071	7,048	3,679
27	ΓΥΘΕΙΟ	40	20	23	48,200	18,144	10,448
28	ΣΚΙΑΘΟΣ	11	14	23	3,158	4,563	8,220
29	ΝΑΞΟΣ	16	16	23	1,023	780	4,738
30	ΚΑΒΑΛΑ	14	26	22	6,995	13,087	12,783

31	ΣΑΜΟΣ	25	23	19	38,676	24,865	10,893
32	ΠΥΛΟΣ	13	9	11	4,133	1,435	3,080
33	ΡΕΘΥΜΝΟ	5	18	11	1,336	4,220	1,076
34	ΖΑΚΥΝΘΟΣ	34	13	8	34,143	10,953	5,742
35	ΣΚΟΠΕΛΟΣ	6	4	8	645	585	735
36	ΗΓΟΥΜΕΝΙΤΣΑ	14	13	6	4,650	3,096	3,090
37	ΠΡΕΒΕΖΑ	4	4	5	908	1,112	967
38	ΚΥΘΗΡΑ	20	2	4	862	395	1,050
39	ΠΑΤΡΑ	2	2	3	1,278	745	1,090
40	ΑΝΔΡΟΣ	1	0	2	727	0	838
	ΣΥΝΟΛΟ:	4,288	3,826	4,281	5,661,889	4,932,373	4,957,743

Από τον πίνακα αυτόν διαπιστώνουμε ότι διαχρονικά η Πάτμος κρατάει μια σημαντική θέση στην επισκεψιμότητα μέσω κρουαζιερόπλοιων, παραμένοντας σταθερά στην πρώτη δεκάδα, με πάνω από 100.000 επισκέπτες κάθε χρόνο, ένας αριθμός διόλου ευκαταφρόνητος αν αναλογιστεί κανείς την πληθυσμιακό δυναμικό του νησιού.

Σε έκθεση της Ένωσης Λιμένων Ελλάδος, εντούτοις διαπιστώνονται τα εξής προβλήματα στο λιμάνι της Πάτμου σε σχέση με την επάρκεια των υποδομών λιμένων κρουαζιέρας (Ε.ΛΙΜ.Ε, 2016α):

1. Δεν λειτουργεί πλοηγική υπηρεσία.
2. Δεν υπάρχει διαθεσιμότητα ρυμουλκών.
3. Παρέχονται μόνο τελωνειακές υπηρεσίες και όχι πετρέλευσης και υδροδότησης.

Μέρος Δεύτερο – Ερευνητικό

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1 Εισαγωγή

Στο εν λόγω κεφάλαιο παρουσιάζεται η μεθοδολογική πορεία που ακολουθήθηκε για τη διεξαγωγή της παρούσας έρευνας. Συγκεκριμένα, περιγράφεται η ερευνητική μέθοδος που επιλέχθηκε, η επιλογή του δείγματος που συμμετείχε στην έρευνα και τα μέσα συλλογής δεδομένων. Σχολιάζονται και κάποιοι περιορισμοί που υπήρχαν και λήφθηκαν υπόψη από την ερευνήτρια. Στη συνέχεια, γίνεται μνεία στην εγκυρότητα της έρευνας, στο ρόλο της ερευνήτριας, καθώς και στον τρόπο και τη διαδικασία ανάλυσης των δεδομένων που συλλέχθηκαν.

4.2 Σκοπός και ερευνητικά ερωτήματα

Γενικός σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να μελετήσει το ρόλο των εμπλεκόμενων φορέων στην τουριστική ανάπτυξη της Πάτμου, και να αναδείξει τον χαρακτήρα της τουριστικής ανάπτυξης του νησιού. Πιο συγκεκριμένα, ώστε να γίνει πιο εξειδικευμένος ο σκοπός της έρευνας, η εργασία αυτή θα διερευνήσει τα ακόλουθα ερευνητικά ερωτήματα:

- Πώς αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια η Πάτμος ως τουριστικός προορισμός;
- Σε ποιο στάδιο του κύκλου ζωής του τουριστικού προϊόντος βρίσκεται το νησί ως προορισμός;
- Ποιες μορφές, και αν, εναλλακτικού τουρισμού έχουν αναπτυχθεί στο νησί;

4.3 Μεθοδολογία έρευνας

Η μεθοδολογία η οποία ακολουθείται για την πραγματοποίηση μιας έρευνας έχει πολύ μεγάλη σημασία για την εξαγωγή των καλύτερων δυνατών αποτελεσμάτων. Κάνοντας χρήση ενός δομημένου και συγκροτημένου ερευνητικού πλαισίου, είναι δυνατή η πλήρης καταγραφή των δεδομένων, η έκθεση προτάσεων και λύσεων σε ζητήματα που τυχόν προκύψουν κατά τη διάρκεια της διαδικασίας της έρευνας, καθώς επίσης είναι δυνατή και η διεξαγωγή συμπερασμάτων. Επιπροσθέτως σημαντικό ρόλο κατέχουν και οι τεχνικές οι οποίες χρησιμοποιούνται και ορίζουν την επιτυχία ή ακόμα και την αποτυχία της έρευνας.

Οι ερευνητικές μέθοδοι διαχωρίζονται σε 2 μεγάλες κατηγορίες: τις ποσοτικές και τις ποιοτικές. Αρχικά οι ποσοτικές, οι οποίες ουσιαστικά «μετρούν» το πόσο συχνά εμφανίζεται ένα φαινόμενο, ενώ οι ποιοτικές περιγράφουν το φαινόμενο που εμφανίζεται και αναλύουν τον χαρακτήρα του (Kvale, 1996). Τα κοινά χαρακτηριστικά των 2 προσεγγίσεων είναι αρκετά, όπως για παράδειγμα ότι και στις 2 προσεγγίσεις συλλέγονται αρκετά και ακριβή δεδομένα, και πως δίνουν την δυνατότητα στον ερευνητή να προσεγγίσει το υπό εξέταση θέμα λεπτομερώς. Οι βασικές τους διαφορές έγκειται στο γεγονός ότι τα στοιχεία και οι πληροφορίες που συλλέγονται και αναλύονται είναι διαφορετικά (Eisner, 1991).

Στην παρούσα εργασία διενεργήθηκε ποιοτική έρευνα, και η συλλογή των δεδομένων έγινε με την διενέργεια συνεντεύξεων. Με αυτήν την μέθοδο έρευνας, ο ερευνητής προσπαθεί να διεισδύσει εις βάθος στη γνώση που μοιράζονται τα άτομα μιας συγκεκριμένης ομάδας, να την κάνει κτήμα του και στη συνέχεια να κατανοήσει την κουλτούρα που διέπει την εν λόγω ομάδα. Επίσης, με τη χρησιμοποίηση της ποιοτικής μεθόδου, η μελέτη των φαινομένων γίνεται μέσα στο φυσικό τους περιβάλλον και δίνεται έμφαση στις λεπτομέρειες και στην ερμηνεία τους σε μια συνολική μελέτη (Lincoln & Guba, 1985). Μάλιστα, σύμφωνα με την Πηγιάκη (2004), η ποιοτική έρευνα δεν αποτελεί απλώς μια περιγραφή του τι συμβαίνει στο υπό εξέταση φαινόμενο, αλλά τι πραγματικά συμβαίνει και πώς συμβαίνει. Επιπλέον, στην ποιοτική έρευνα ο ερευνητής είναι το εργαλείο έρευνας και μπορεί να χρησιμοποιήσει μικρό δείγμα το οποίο θα μελετήσει σε βάθος, ενώ παράλληλα, μπορεί να συλλέξει πλούσια δεδομένα (Βρασίδης, 2014).

Οι ποιοτικές μέθοδοι κυρίως αποτελούν ιδανικές επιλογές μεθοδολογίας σε ερευνητικές προσπάθειες που στόχο έχουν να αναδείξουν ποιοτικά χαρακτηριστικά του υπό εξέταση θέματος. Δηλαδή, αποκαλύπτουν συσχετισμούς και συνέργειες ανάμεσα σε άτομα και ομάδες, μέσω της περιγραφής των κοινωνικών διαδικασιών που αναπτύσσονται και μέσα από την σκιαγράφηση ρόλων και θέσεων που αυτά τα δρώντα μέρη κατέχουν. Η ποιοτική έρευνα κυρίως δίνει απαντήσεις σε ερωτήματα του τύπου «πώς» και «γιατί». Η παρούσα μελέτη συνιστά μια ποιοτική μελέτη η οποία αποσκοπεί στην καταγραφή των απόψεων και των στάσεων, ομάδων και ατόμων τα οποία λόγω της θέσης τους και της επαγγελματικής τους ενασχόλησης κατέχουν τις κατάλληλες εκείνες γνώσεις και πληροφορίες για το υπό εξέταση θέμα της τουριστικής ανάπτυξης της Πάτμου.

Οι ποιοτικές μέθοδοι απαιτούν να γίνεται χρήση όλων εκείνων των στοιχείων, που ο ερευνητής συναντά κατά την έρευνα του: σχόλια από όσους σχετίζονται με το αντικείμενο, κάτι που ο ίδιος παρατηρεί, ακόμα και τον τρόπο που τα υποκείμενα κάθονται ή συνομιλούν (Eisner, 1991). Ο ερευνητής, αφού συλλέξει τα δεδομένα, θα προσπαθήσει να τα ερμηνεύσει με τη βοήθεια της βιβλιογραφίας. Οι ποιοτικές μέθοδοι δίνουν την ευκαιρία στον ερευνητή να στοχεύσει στο τι σημαίνει για τα υποκείμενα η εμπειρία για την οποία μιλούν, με άλλα λόγια, να εμβαθύνει. Ο χαρακτήρας της ποιοτικής έρευνας είναι κατεξοχήν διαγνωστικός κι αυτό διότι γίνεται προσπάθεια να ανακαλυφθούν οι παράγοντες που επηρεάζουν ή διαμορφώνουν συγκεκριμένα είδη συμπεριφοράς. Ενώ σκοπός της είναι η βαθύτερη κατανόηση των συγκαλυμμένων παραγόντων που επιδρούν στην αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών (Χρήστου, 1999).

Σύμφωνα με τον Hammersley (1992:162), *«η ποιοτική έρευνα αποτελεί μια εναλλακτική μορφή έρευνας σε σχέση με την ποσοτική έρευνα των κοινωνικών επιστημών»*. Επομένως, πρέπει να αναπτυχθούν ειδικά κριτήρια αξιολόγησης για την ποιοτική έρευνα. Παρόλο που οι ειδικοί διαφωνούν για το ποια είναι τα καταλληλότερα κριτήρια, συμφωνούν στο ότι σίγουρα πρέπει να είναι διαφορετικά από αυτά της ποσοτικής έρευνας. Έτσι, προτείνουν ότι η αξιολόγηση κάθε επιστημονικής ποιοτικής έρευνας πρέπει να γίνεται σύμφωνα: (α) με το εάν αυτή προσφέρει στη θεωρία, (β) με το εάν είναι επιστημονικά αξιόπιστη κι εμπειρικά βασισμένη, (γ) με το εάν τα ευρήματα μπορούν να γενικευθούν ή να μεταφερθούν και

σε άλλες καταστάσεις, και (δ) με το αν παίρνει υπόψη την επίδραση του ερευνητή και της ερευνητικής στρατηγικής στα ευρήματα της έρευνας. Τα παραπάνω κριτήρια φαίνεται να αντιστοιχούν στην εσωτερική και εξωτερική εγκυρότητα, την αξιοπιστία και την αντικειμενικότητα της ποσοτικής έρευνας

Από τις βασικότερες τεχνικές που χρησιμοποιούνται για την διενέργεια ποιοτικών ερευνών είναι οι παρακάτω (Χρήστου, 1999):

- Προσωπικές συνεντεύξεις σε βάθος
- Ομάδες εστίασης και ομαδικές συνεντεύξεις
- Προβολικές τεχνικές
- Τις μελέτες περίπτωσης
- Την συμμετοχική παρατήρηση.

4.4 Η σε βάθος συνέντευξη (In Depth Interview)

Οι ατομικές συνεντεύξεις σε βάθος κυρίως χρησιμοποιούνται με την βοήθεια μη δομημένου ερωτηματολογίου, και έχουν κύριο στόχο την διερεύνηση «σε βάθος» των αντιλήψεων, των κινήτρων και των συναισθημάτων των συμμετεχόντων σε μια έρευνα. Επιπρόσθετα, αυτού του είδους την συνέντευξη τη χρησιμοποιούμε όταν χρειάζεται να διερευνήσουμε σε συγκεκριμένα θέματα το πώς σκέφτονται οι άνθρωποι, τι επιλογές κάνουν και υπό ποιες συνθήκες, ποιες οι απόψεις τους και με ποιους συσχετισμούς λαμβάνουν αποφάσεις. Η συνέντευξη σε βάθος τελικά μας δίνει την δυνατότητα να αποκτήσουμε πολύτιμες πληροφορίες οι οποίες ενδεχομένως δεν θα ήταν εφικτό να αποκτηθούν με άλλα εργαλεία συλλογής δεδομένων.

Στην συνέντευξη σε βάθος χρησιμοποιούνται οι ακόλουθοι τύποι ερωτήσεων (Παπατριανταφύλλου, 2014) :

- Ανοιχτές Ερωτήσεις: ερωτήσεις που αφήνουν τον ερωτώμενο να απαντήσει ελεύθερα χωρίς προκαθορισμούς.
- Ερωτήσεις Γνώμης: αναζητούν τις στάσεις και τις αντιλήψεις.

- Δομικές Ερωτήσεις: αναζητούν μηχανισμούς αιτιοτήτων και αιτιωδών, (π.χ. πως απέκτησες αυτή τη γνώμη;).
- Εισαγωγικές Ερωτήσεις: κατευθύνουν τη συνέντευξη στο κυρίως θέμα.
- Ερωτήσεις Γέφυρα: συνδέουν τα διάφορα θέματα της συνέντευξης .

4.5 Ερευνητικός σχεδιασμός

Για την πραγματοποίηση της έρευνας κατασκευάστηκε ερωτηματολόγιο το οποίο θα κάλυπτε τις ανάγκες διερεύνησης των συνθηκών κάτω από τις οποίες αναπτύσσεται ο τουρισμός στο νησί της Πάτμου. Το ερωτηματολόγιο χρησιμοποιήθηκε για την διενέργεια των συνεντεύξεων, οι οποίες πραγματοποιήθηκαν μέσω άμεσης προσωπικής επαφής της ερευνήτριας με τα άτομα εκείνα που θεωρούνται άνθρωποι – κλειδιά στην τοπική κοινωνία της Πάτμου, και οι οποίοι αποτελούν τους κύριους πληροφορητές (key informants) σχετικά με την τουριστική της ανάπτυξη. Οι απαντήσεις που συλλέχθηκαν από την διαδικασία των συνεντεύξεων, καταγράφηκαν αυτούσιες από την ερευνήτρια χωρίς καμία αλλοίωση ή προσθήκη. Τα δεδομένα τα οποία συγκεντρώθηκαν μέσα από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε θα αναλυθούν σε παρακάτω μέρος της παρούσας μελέτης ώστε να δοθούν απαντήσεις στα ερευνητικά ερωτήματα που τέθηκαν προηγουμένως και συνεπώς να επιτευχθεί ο σκοπός της έρευνας αυτής.

Η διενέργεια των συνεντεύξεων έγινε από τον Σεπτέμβριο έως τον Οκτώβριο του 2015. Η επαφή με τους συμμετέχοντες έγινε με προσωπική επαφή. Συνολικά πραγματοποιήθηκαν έξι συνεντεύξεις οι οποίες έγιναν με άτομα που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά και κοινωνικά στο νησί. Πιο συγκεκριμένα πρόκειται για τους

1. Ανδρέα Κ. ιδιοκτήτη μικρής επιχείρησης θαλασσιών σπορ
2. Γεώργιο Μ. προϊστάμενο στο Τελωνείο
3. Άννα Ρ. ιδιοκτήτρια και υπεύθυνη λειτουργίας μικρού ξενοδοχείου
4. Γιακουμίνα Π., εκπρόσωπο του Σωματείου Ενοικιαζομένων,

5. Ειρήνη Κ., ιδιοκτήτρια και υπεύθυνη λειτουργίας μικρού ξενοδοχείου
6. Ελένη Μ., πρόεδρος της Τουριστικής Επιτροπής Προβολής και Ανάπτυξης Πάτμου.

4.6 Καταλληλότητα μέσου συλλογής δεδομένων

Η ερευνήτρια κατέβαλε κάθε προσπάθεια ώστε το ερευνητικό εργαλείο μέτρησης να μπορεί να συλλέξει με ακρίβεια τις απαραίτητες εκείνες πληροφορίες, ώστε να δοθούν απαντήσεις στα ερευνητικά ερωτήματα που τέθηκαν παραπάνω. Έτσι, με γνώμονα την αντιστοιχία του εργαλείου με τους σκοπούς της έρευνας, καταρτίστηκε το ερωτηματολόγιο της συνέντευξης το οποίο περιέχει τις παρακάτω δηλώσεις:

Ποια είναι η πορεία του τουρισμού τα τελευταία χρόνια στη Πάτμο;

Με αυτή την ερώτηση διερευνάται η γενική άποψη των συμμετεχόντων σχετικά με την πορεία του Τουρισμού στην Πάτμο.

Ποια είναι τα ανταγωνιστικά πλεονέκτημα που ξεχωρίζουν την Πάτμο από τα άλλα νησιά του Αιγαίου;

Εδώ, γίνεται πιο συγκεκριμένη η αναζήτηση των χαρακτηριστικών της τουριστικής δραστηριότητας του νησιού που πιστεύουν οι συμμετέχοντες πως παίζουν ρόλο στην ανάπτυξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος ως προορισμού.

Ποια οφέλη προσφέρει ο τουρισμός στους κατοίκους του νησιού;

Εδώ σκοπός είναι να καταγραφούν τα πιθανά οφέλη που διαβλέπουν οι συμμετέχοντες πως προκύπτουν στον τόπο τους από την τουριστική δραστηριότητα της Πάτμου.

Ποιες είναι οι αρνητικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο νησί (οικονομικές, κοινωνικές, περιβαλλοντικές);

Σε αυτό το σημείο, διερευνάται η άλλη όψη του νομίσματος, όπου στόχος είναι να καταγραφούν πιθανές αρνητικές συνέπειες της τουριστικής ανάπτυξης, μέσα από την οπτική των ντόπιων συμμετεχόντων.

Ποια χαρακτηριστικά έχει η τουριστική ανάπτυξη της Πάτμου (π.χ. ντόπια/μη ντόπια, μικρής/μεγάλης κλίμακας, μαζικός-σκληρός/εναλλακτικός-ήπιος τουρισμός, αειφόρος/μη αειφόρος);

Εδώ, ερωτώνται οι συμμετέχοντες να χαρακτηρίσουν την τουριστική ανάπτυξη του νησιού, και προτείνονται και κάποιες επιλογές προς διευκόλυνση των απαντήσεων που θα δώσουν.

Παρακαλώ αξιολογήστε τις τουριστικές υποδομές του νησιού (καταλύματα, εστιατόρια, καφετέριες-μπαρ, τουριστικά γραφεία, τουριστικές υπηρεσίες, κλπ)

Παρακαλώ αξιολογήστε τις γενικότερες υποδομές του νησιού (συγκοινωνίες, ύδρευση, ηλεκτροδότηση, αποχέτευση, οδικό δίκτυο, υγειονομική περίθαλψη, κλπ)

Σε αυτό το σημείο με τις δύο παραπάνω ερωτήσεις, αρχίζει να διερευνάται το σύνολο της ανάπτυξης του νησιού, και οι πληροφορίες που αποσκοπούν να συλλεχθούν θα βοηθήσουν στην σκιαγράφηση του σταδίου του κύκλου ζωής που βρίσκεται η Πάτμος ως τουριστικός προορισμός.

Ποιες εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχουν αναπτυχθεί στο νησί;

Με αυτήν την ερώτηση αναζητείται άμεσα η άποψη των συμμετεχόντων σχετικά με τον εναλλακτικό τουρισμό στο νησί, καθώς και αυτό το στοιχείο θα βοηθήσει για το στάδιο του κύκλου ζωής που βρίσκεται η Πάτμος ως τουριστικός προορισμός.

Θεωρείτε ότι η Πάτμος έχει περιθώρια περαιτέρω τουριστικής ανάπτυξης;

Εδώ θα καταγραφεί η στάση των συμμετεχόντων στην έρευνα σχετικά με την περαιτέρω ανάπτυξη του νησιού ως τουριστικός προορισμός, και θα διαφανεί αν υπάρχει η αίσθηση του κορεσμού από πλευράς των εμπλεκομένων, ή αν υπάρχουν περιθώρια για ανάπτυξη και άλλων σημείων της αλυσίδας αξίας του τουριστικού προϊόντος στο νησί.

Ποια είναι τα προβλήματα που αναστέλλουν την αναπτυξιακή πορεία του νησιού;

Τι θα πρέπει κατά τη γνώμη σας να γίνει/αλλάξει/βελτιωθεί προκειμένου να αναπτυχθεί περαιτέρω τουριστικά η Πάτμος;

Με τις δύο παραπάνω ερωτήσεις, ερωτάται άμεσα η άποψη των εμπλεκομένων σχετικά με πιθανά εμπόδια τα οποία συναντούν μπροστά τους στην προσπάθεια μεγαλύτερης τουριστικής ανάπτυξης του νησιού.

Ποιοι είναι οι εμπλεκόμενοι φορείς στην τουριστική ανάπτυξη της Πάτμου;

Ποιες προοπτικές διαγράφονται για τον τουρισμό της Πάτμου στο μέλλον;

Άλλα σχόλια – προτάσεις;

Οι τρεις τελευταίες δηλώσεις, ουσιαστικά καταγράφουν τους επίσημους φορείς του νησιού που συνδέονται με την τουριστική ανάπτυξη του τόπου, καθώς και τους συνδέουν με τις προοπτικές που οι ίδιοι οι συμμετέχοντες αξιολογούν πως έχει ο τόπος στο μέλλον. Μέσω αυτής της προσπάθειας, θα συλλεχθούν πληροφορίες για τον ρόλο των τοπικών φορέων στην ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας του νησιού, καθώς και ανακλύψει η στάση των εμπλεκομένων για το μέλλον. Τέλος, δίνεται η δυνατότητα για ελεύθερη καταγραφή σχολίων και τοποθετήσεων των συμμετεχόντων στην έρευνα.

Η ερευνήτρια, θεώρησε πολύ σημαντικό το δείγμα που θα συμμετείχε στην έρευνα να είναι κατάλληλο και αντιπροσωπευτικό του πληθυσμού που εμπλέκεται με την τουριστική δραστηριότητα του νησιού. Όσον αφορά στην αξιοπιστία του ερωτηματολογίου η ερευνήτρια επέλεξε να απευθυνθεί σε επαγγελματίες που

σχετίζονται με τις τουριστικές δραστηριότητες του νησιού, ώστε να διασφαλιστεί η ποιότητα της γνώσης των συμμετεχόντων στην έρευνα.

Στους συμμετέχοντες, πριν την διενέργεια των συνεντεύξεων δόθηκε ενημέρωση σχετικά με τους σκοπούς της έρευνας καθώς και διευκρινίστηκε ότι υπήρχε η δυνατότητα εκ μέρους τους να δώσουν την απάντηση «δεν γνωρίζω» σε όποια ερώτηση θα θεωρούσαν πως δεν κατείχαν την κατάλληλη γνώση. Ακόμη, οι συμμετέχοντες γνώριζαν πως οι συζητήσεις που αναπτύχθηκαν καταγράφηκαν με ηλεκτρονικά μέσα

Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν με επαγγελματίες που σχετίζονται με τη τουριστική δραστηριότητα του νησιού, καθώς και με εκπροσώπους σχετικών φορέων που συνδέονται με κάποιο τρόπο με το υπό έρευνα ζήτημα. Βασικά κριτήρια της επιλογής τους ήταν:

- να δραστηριοποιούνται στην περιοχή της Πάτμου και κατά προτίμηση στον τουριστικό τομέα
- να έχουν σχέση με το υπό μελέτη ζήτημα καθώς επίσης και να κατέχουν την κατάλληλη γνώση γύρω από το υπό μελέτη θέμα.

4.7 Ο ρόλος του ερευνητή

Καταρχάς, η ερευνήτρια, όπως αναφέρθηκε και σε παραπάνω σημείο, μπορεί να θεωρηθεί ως άπειρη λόγω του ότι δεν έχει διεξάγει παλαιότερα ποιοτικές έρευνες. Η Lincoln (1985) υποστηρίζει ότι κατά τη διεξαγωγή μιας ποιοτικής έρευνας είναι αδύνατο ο ερευνητής να παραμείνει ουδέτερος ή αντικειμενικός στις μεθόδους, χωρίς αυτό, να σημαίνει ότι ενεργεί με προκατάληψη απέναντι σε αυτά που συμβαίνουν. Έτσι, η ερευνήτρια δεν προσπάθησε να αρνηθεί την υποκειμενικότητά της, αλλά προσπάθησε να την ελέγξει σε όλη την πορεία της εργασίας.

Επιπρόσθετα, επέλεξε να μην ενεργοποιήσει και εμπλέξει την υποκειμενικότητά της στην ανάλυση των δεδομένων και στην εξαγωγή των αποτελεσμάτων, αφού η διαδικασία αυτή επηρεάζεται σημαντικά από τον τρόπο που αντιλαμβάνεται η ερευνήτρια τα θέματα που μελετά. Ως εκ τούτου, η ανάλυση των δεδομένων και η εξαγωγή των συμπερασμάτων έγινε μόνο με βάση την απλή καταμέτρηση των

δεδομένων, τον αλληλοσυσχετισμό τους, καθώς και την αναφορά των κρίσεων που εξέφρασαν οι ερωτώμενοι, χωρίς καμία προσπάθεια ερμηνείας ή επηρεασμού.

Τέλος, επιχειρήθηκε να αντιμετωπιστούν κάποια προβλήματα που εμφανίστηκαν πριν και κατά τη διάρκεια της έρευνας. Αρχικά, καταβλήθηκε προσπάθεια ώστε η συνέντευξη να πραγματοποιηθεί χωρίς περισπασμούς σε ώρα και χώρο όπου οι ερωτώμενοι ήταν ελεύθεροι από άλλες ασχολίες. Εξασφαλίστηκε η καθαρά εθελοντική τους συμμετοχή στην συγκεκριμένη έρευνα. Τέλος, όσον αφορά τον τρόπο διεξαγωγής των συνεντεύξεων, παρουσιάστηκε σε πρώτη φάση μια σχετική απειρία, η οποία όμως όσο προχωρούσε η διαδικασία, εξαλειφόταν, με αποτέλεσμα οι συνεντεύξεις που πραγματοποιήθηκαν προς το τέλος της έρευνας να είναι ποιοτικότερες σε σχέση με τις αρχικές.

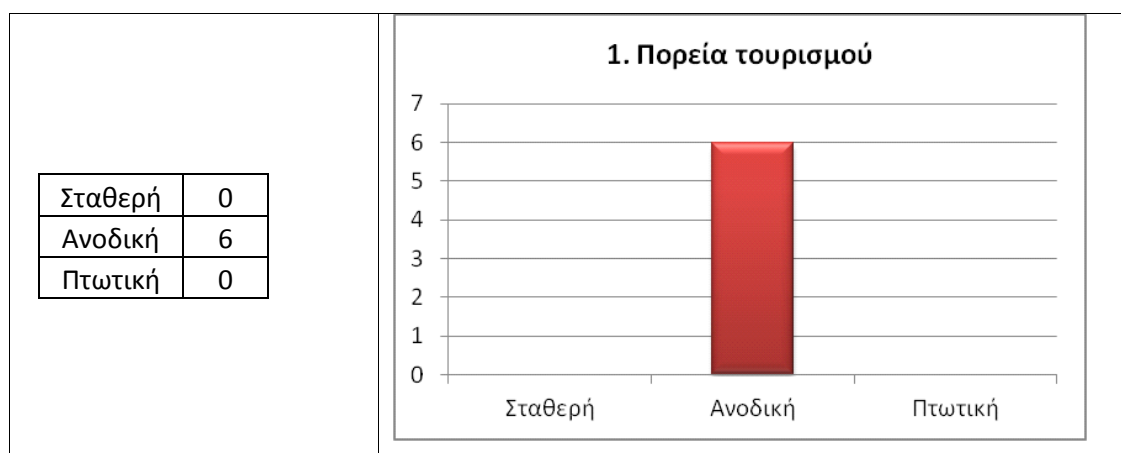
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1 Εισαγωγή

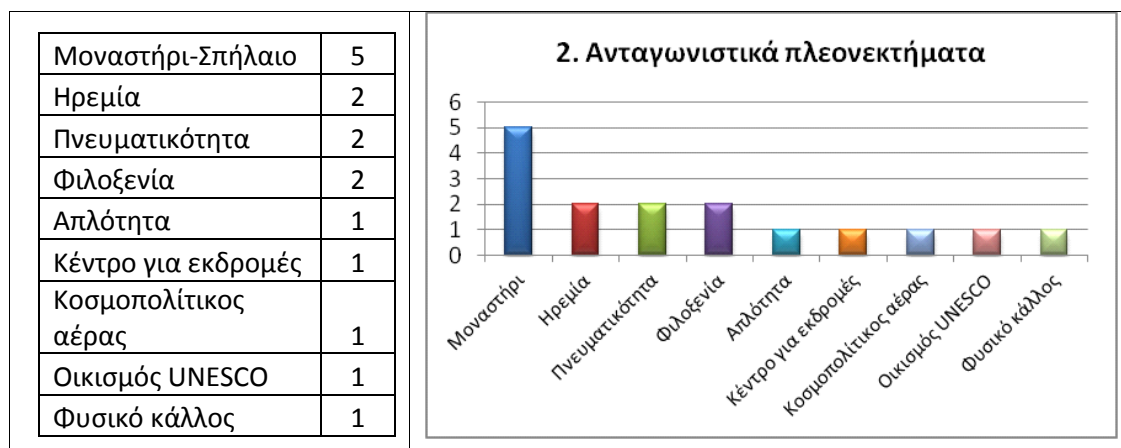
Προκειμένου να παρουσιαστούν συγκεντρωτικά τα αποτελέσματα της έρευνας και να υπάρξει μια συνεκτική προσέγγιση στα διάφορα ερωτήματα ακολουθήσαμε την εξής διαδικασία: Διερευνήσαμε τις απαντήσεις των ερωτώμενων σε κάθε ερώτηση ξεχωριστά και τις αποδελτιώσαμε κατά τέτοιον τρόπο που να μπορούν να μετρηθούν. Για παράδειγμα στην δεύτερη ερώτηση που αφορούσε τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που ξεχωρίζουν την Πάτμο από άλλους προορισμούς, καταμετρήσαμε όλες τις πιθανές απαντήσεις και τις καταγράψαμε. Όπως είναι φυσικό πολλά από αυτά τα πλεονεκτήματα αναφέρθηκαν από περισσότερους του ενός ερωτηθέντες. Έτσι δόθηκε η ευκαιρία να δημιουργηθούν γραφήματα με τις απαντήσεις, με αποτέλεσμα να είναι περισσότερο εύκολη η εξαγωγή διαφόρων συμπερασμάτων.

5.2 Πορεία του τουρισμού τα τελευταία χρόνια στη Πάτμο



Όπως φαίνεται από το ανωτέρω γράφημα, όλοι οι ερωτηθέντες ανεξαιρέτως δήλωσαν ότι η πορεία του τουρισμού στην Πάτμο είναι ανοδική, η οποία μάλιστα από έναν ερωτώμενο χαρακτηρίστηκε και ως «ποιοτική». Ταυτόχρονα επισημάνθηκε ότι τον Ιούνιο και Ιούλιο του 2015 υπήρξε μια κάμψη, ενώ η κρίση έφερε μείωση στους Έλληνες επισκέπτες. Εντούτοις, την περίοδο διεξαγωγής της έρευνας, τα ιδιωτικά σκάφη από Τουρκία προσέφεραν μια επιπλέον ενίσχυση η οποία και αποκατέστησε ως ένα σημείο τις απώλειες από την ελληνική αγορά.

5.3 Ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που ξεχωρίζουν την Πάτμο



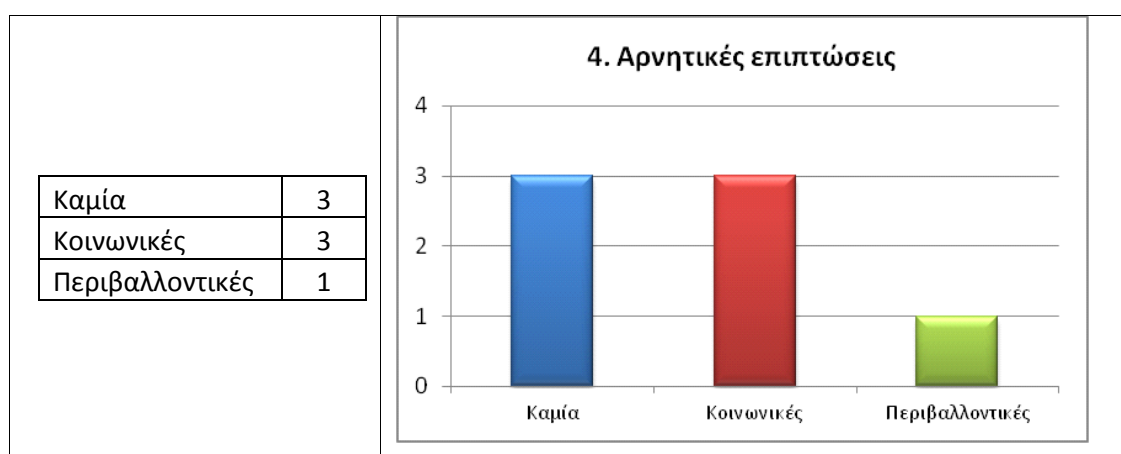
Από την αποδελτίωση στις απαντήσεις της δεύτερης ερώτησης διαπιστώνουμε ότι το βασικότερο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του νησιού, αποτελεί, όπως είναι φυσικό, το Σπήλαιο και το Μοναστήρι του Ευαγγελιστή Ιωάννη. Εντούτοις πολλοί από τους ερωτώμενους διαπίστωσαν ότι η Φιλοξενία των κατοίκων και η ηρεμία που αποπνέει το νησί αποτελούν δυνατά σημεία. Εντύπωση προκαλεί η αναφορά στην «πνευματικότητα» μια έννοια που επανερχόταν συνέχεια στη διάρκεια των συνεντεύξεων, με έναν από τους ερωτώμενους να κάνει λόγο για «ιδιαιτέρα vibes» που διατρέχουν το νησί! Επίσης σημαντικοί παράγοντες διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος θεωρούνται ο κοσμοπολίτικος αέρας και το φυσικό του κάλλος, το ότι η Χώρα έχει χαρακτηριστεί Μνημείο Ιστορικής Σπουδαιότητας από την UNESCO, αλλά και το γεγονός ότι λόγω θέσεως μπορεί να χρησιμεύσει ως ορμητήριο για εκδρομές σε άλλους κοντινούς τουριστικούς προορισμούς.

5.4 Οφέλη που προσφέρει ο τουρισμός στο νησί



Ομόθυμη είναι η στάση όσων συμμετείχαν στις συνεντεύξεις απέναντι στα οφέλη που παρέχει ο τουρισμός για το νησί. Στο σύνολό τους θεωρούν ότι αποτελεί τον βασικό πυλώνα πάνω στον οποίο στηρίζεται η οικονομία του νησιού. Παράλληλα κάποιοι θεωρούν ότι ο τουρισμός βελτιώνει τις κοινωνικές δομές ενώ υπήρξε και μία συμμετέχουσα που υποστήριξε πως τα οφέλη είναι και πολιτιστικά με την έννοια ότι υπάρχει αλληλεπίδραση των διάφορων πολιτισμών των επισκεπτών με τους κατοίκους και αυτό έχει ως αποτέλεσμα την πολιτιστική τους αναβάθμιση.

5.5 Αρνητικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης

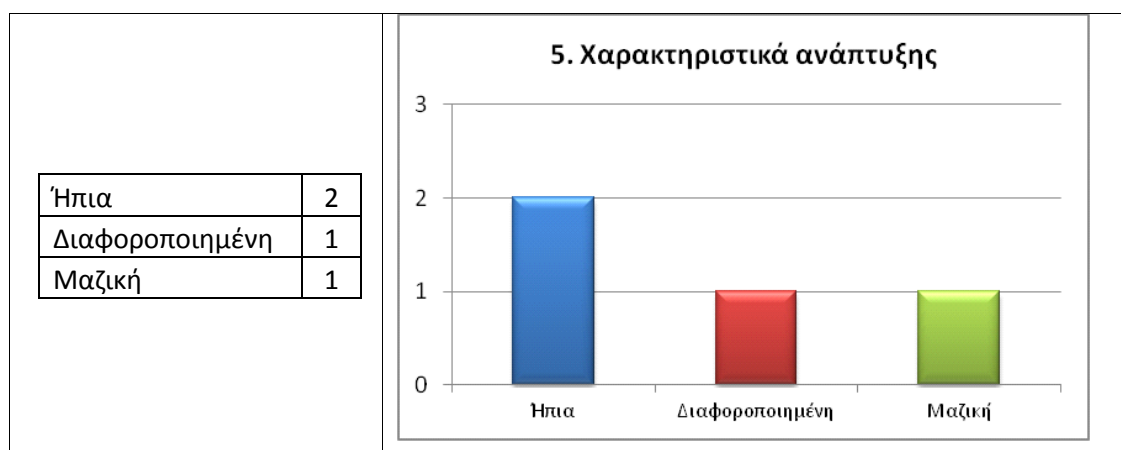


Τρεις από τους έξι συμμετέχοντες στην έρευνα δήλωσαν ξεκάθαρα ότι δεν υπάρχει ΚΑΜΙΑ αρνητική επίπτωση στο νησί από την τουριστική ανάπτυξη.

Οι υπόλοιποι τρεις επίσης κατέβαλλαν αρκετά μεγάλη προσπάθεια να εντοπίσουν κάποια αρνητική επίπτωση, καταλήγοντας στο συμπέρασμα πως αν υπάρχει κάποια αυτή έχει να κάνει με αλλαγές στη νοοτροπία του ντόπιου πληθυσμού, οι οποίες πιθανώς να μην είναι πάντα προς την επιθυμητή κατεύθυνση.

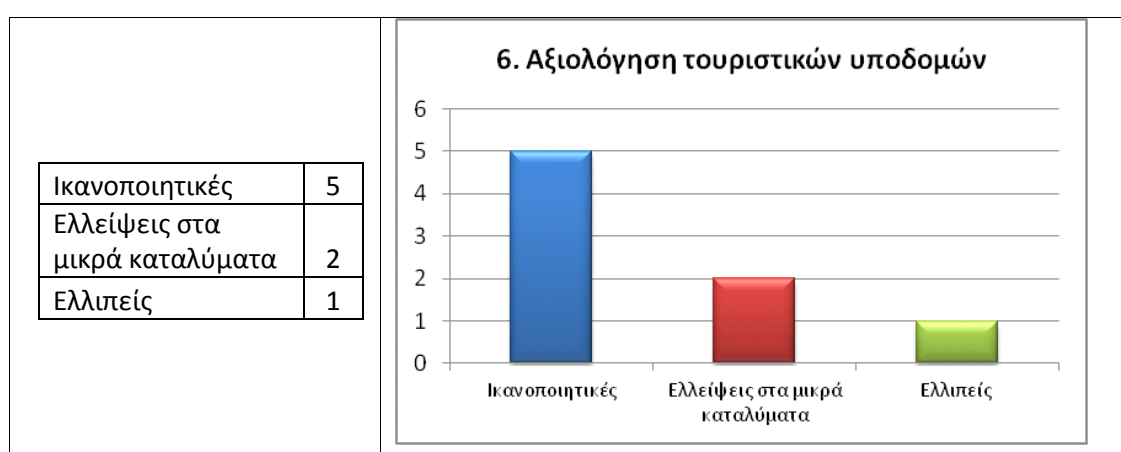
Τέλος μόνο ένας μίλησε για περιβαλλοντικές επιπτώσεις, αλλά και στην περίπτωση αυτή ήταν γενικόλογος και αναφέρθηκε ως μια δυνητική μελλοντική κατάσταση χωρίς να υποστηρίζει πως έχει επέλθει κάποια περιβαλλοντική καταστροφή στο νησί με την μέχρι τώρα δραστηριοποίηση.

5.6 Χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης της Πάτμου



Το ερώτημα αυτό δεν απαντήθηκε απ' όλους όσους συμμετείχαν στην έρευνα, διότι στη ροή των συνεντεύξεων παραλείφθηκε, ως άκαιρο. Εντούτοις η γενική αντίληψη για τη μέχρι τώρα τουριστική ανάπτυξη του νησιού την θέλει να είναι περισσότερο ήπιου χαρακτήρα, με τάσεις όμως μαζικοποίησης. Οι τάσεις αυτές πιθανώς να αναφέρονται στην αύξηση του ρεύματος της κρουαζιέρας που παρατηρήθηκε στο διάστημα που διεξαγόταν η έρευνα, η οποία όπως είναι φυσικό έφερε περισσότερους επισκέπτες στο νησί, χωρίς όμως να διανυκτερεύσουν.

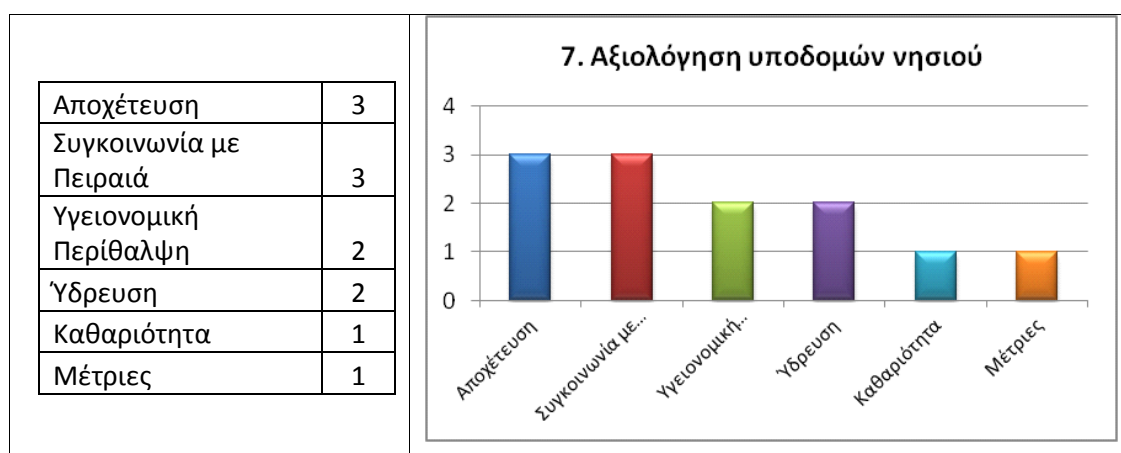
5.7 Αξιολόγηση τουριστικών υποδομών



Όλοι οι ερωτώμενοι θεωρούν ότι οι τουριστικές υποδομές του νησιού είναι ικανοποιητικές με τάσεις βελτίωσης. Όλες τους οι αναφορές στις υποδομές εστίασης

και τα καταλύματα πραγματοποιήθηκαν με θετικά επίθετα του τύπου «εξαιρετικές», «ιδιαίτερα ικανοποιητικές» κτλ. Εντούτοις εντοπίζονται κάποιες ελλείψεις στα μικρά καταλύματα και τις οικογενειακές επιχειρήσεις, οι οποίες όμως όπως χαρακτηριστικά λέχθηκε «κάνουν κάθε προσπάθεια ώστε να βελτιώσουν τις υπηρεσίες τους».

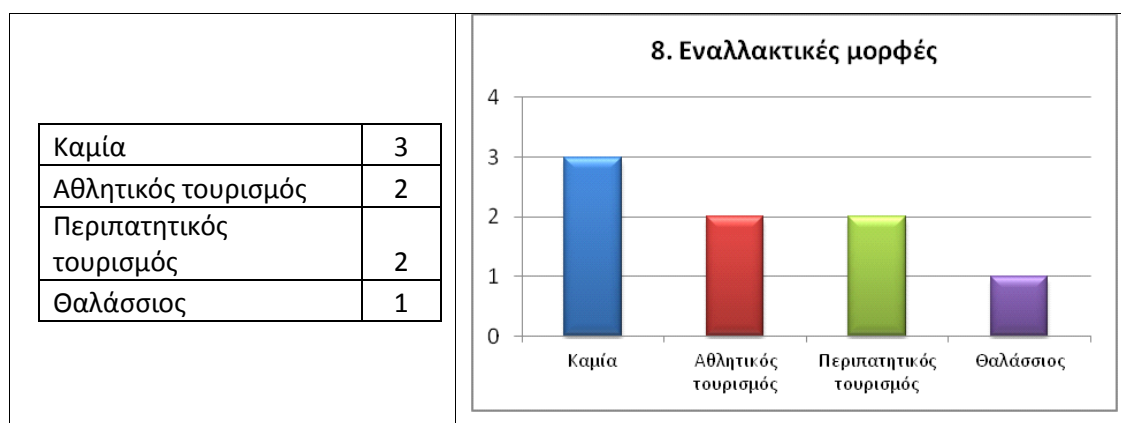
5.8 Αξιολόγηση γενικότερων υποδομών



Όπως φαίνεται από το γράφημα και την καταγραφή των απαντήσεων τα σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζει το νησί αναφέρονται στην αποχέτευση και την συχνότητα της συγκοινωνιακής σύνδεσης με τον Πειραιά. Καθώς την εποχή που διεξάχθηκε η έρευνα η συγκοινωνία είχε βελτιωθεί, οι κάτοικοι είδαν ταυτόχρονη βελτίωση και στις κρατήσεις καθώς και στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Η ύδρευση και οι υποδομές υγείας τους ανησυχούν επίσης, ενώ η καθαριότητα δεν φαίνεται να είναι πρόβλημα.

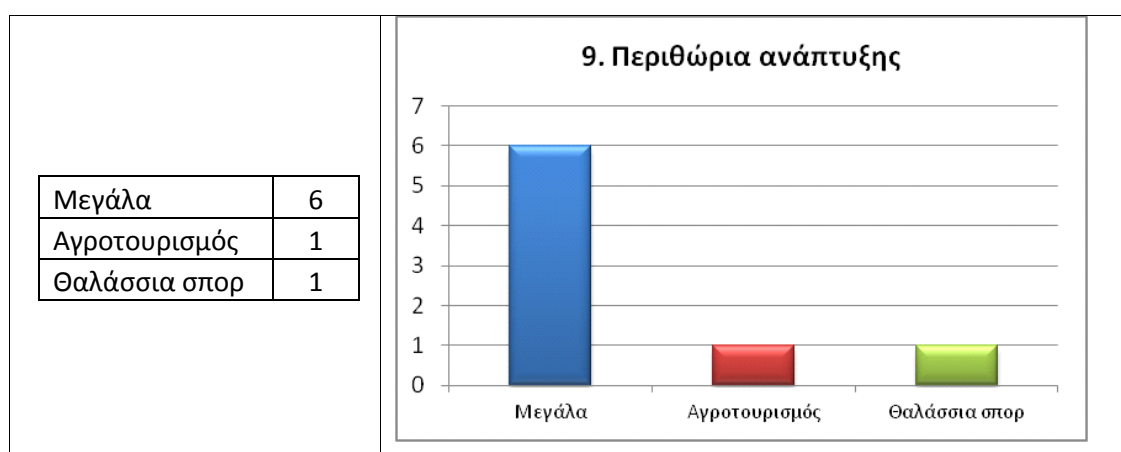
Εντούτοις στο σημείο αυτό πρέπει να τονιστεί ότι η γενικότερη στάση όλων των ερωτηθέντων δεν ήταν επικριτική και στην ουσία δεν θεωρούν ότι κάποια από αυτά τα προβλήματα αποτελεί πραγματική τροχοπέδη στην τουριστική ανάπτυξη. Με άλλα λόγια τα θεωρούν αντιμετωπίσιμα και μάλιστα αναγνωρίζουν ότι γίνονται σημαντικές προσπάθειες αντιμετώπισής τους, ιδιαίτερα στον τομέα της αποχέτευσης και της ύδρευσης, η οποία επιβαρύνεται μόνο την περίοδο της μεγάλης αιχμής.

5.9 Εναλλακτικές μορφές τουρισμού που έχουν αναπτυχθεί



Σε γενικές γραμμές φαίνεται ότι δεν υπάρχει πραγματικά εναλλακτική πρόταση για τον επισκέπτη της Πάτμου, πέραν αυτής του θρησκευτικού τουρισμού. Το γεγονός αυτό επισημάνθηκε ρητά από τρεις εκ των έξι συμμετεχόντων στις συνεντεύξεις. Οι άλλοι τρεις εντούτοις, θεωρούν ότι υπάρχουν περιθώρια εναλλακτικών προτάσεων κυρίως στους τομείς του θαλάσσιου και αθλητικού τουρισμού, καθώς και του περιπατητικού με την χάραξη συγκεκριμένων μονοπατιών.

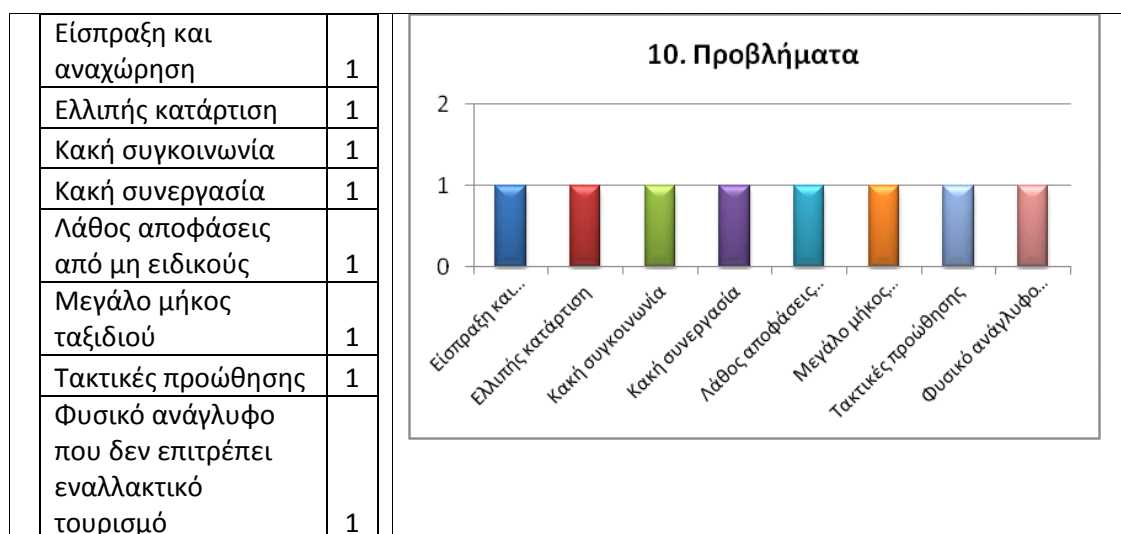
5.10 Περιθώρια περαιτέρω τουριστικής ανάπτυξης της Πάτμου



Και οι έξι συμμετέχοντες στην έρευνα υποστήριξαν με θέρμη ότι υπάρχουν μεγάλα περιθώρια περαιτέρω τουριστικής ανάπτυξης για την Πάτμο. Κάποιοι από αυτούς μάλιστα θεώρησαν ότι το τουριστικό προϊόν μπορεί να βελτιωθεί μέσω της προσφοράς εναλλακτικών προσεγγίσεων όπως είναι ο αγροτουρισμός και τα

θαλάσσια σπορ. Η εντύπωσή τους αυτή ενισχύεται από το γεγονός ότι η Πάτμος διατήρησε την τουριστική της κίνηση σταθερή ή και βελτιούμενη εν μέσω πολυποίκλων κρίσεων που βίωσε η ελληνική αλλά και η ευρωπαϊκή οικονομία, αλλά και εν μέσω των γεωπολιτικών εξελίξεων και αναταραχών που συνέβαιναν στην ευρύτερη περιοχή της Μεσογείου κατά την περίοδο διεξαγωγής της έρευνας.

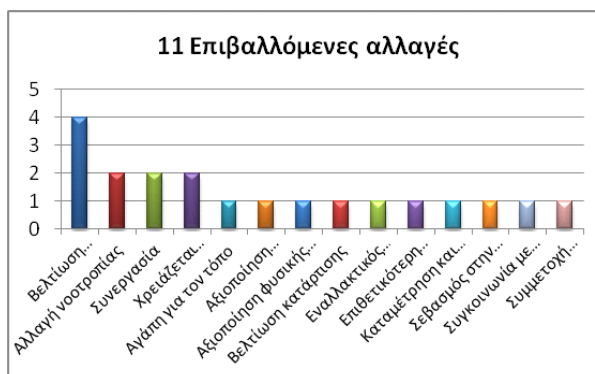
5.11 Προβλήματα που αναστέλλουν την αναπτυξιακή πορεία



Παρά την γενικότερα θετική αντιμετώπιση των προοπτικών ανάπτυξης του νησιού από όλους τους συμμετέχοντες, υπήρξε εντούτοις και μια καταγραφή ορισμένων ζητημάτων τα οποία κατά τη γνώμη τους αποτελούν τροχοπέδη στην περαιτέρω ανάπτυξη. Τέτοια ζητήματα είναι η στάση ορισμένων επιχειρηματιών να έρχονται στο νησί μόνο κατά τη διάρκεια της τουριστικής σεζόν, να εισπράττουν και στη συνέχεια να φεύγουν από το νησί χωρίς να ασχολούνται περισσότερο με τη βελτίωση των υποδομών και τα προβλήματα που τυχόν χρειάζεται να επιλυθούν. Επίσης έγινε λόγος για ελλιπή κατάρτιση των επιχειρηματιών σε θέματα τουρισμού και εξυπηρέτησης, κακή συνεργασία μεταξύ τους, αλλά και με τους εμπλεκόμενους φορείς, για αποφάσεις που λαμβάνονται από ανθρώπους που δεν έχουν ιδιαίτερη πείρα του τόπου και των προβλημάτων του καθώς και για ελλειμματική διαφημιστική προώθηση του τουριστικού προϊόντος. Τέλος, αναφέρθηκε ότι πρόβλημα είναι και η μεγάλη απόσταση του νησιού από κεντρικά λιμάνια καθώς και το φυσικό ανάγλυφο, το οποίο δεν επιτρέπει την ανάπτυξη δράσεων εναλλακτικού τουρισμού.

5.12 Τι θα πρέπει να γίνει για να υπάρξει περαιτέρω ανάπτυξη

Βελτίωση συγκοινωνίας με Πειραιά	4
Συγκοινωνία με άλλα νησιά	1
Χρειάζεται επιμήκυνση της σεζόν	2
Αξιοποίηση πνευματικότητας	1
Αξιοποίηση φυσικής ομορφιάς	1
Βελτίωση κατάρτισης	1
Εναλλακτικός τουρισμός	1
Επιθετικότερη προώθηση	1
Καταμέτρηση και νομιμοποίηση καταλυμάτων	1
Αλλαγή νοοτροπίας	2
Συνεργασία	2
Αγάπη για τον τόπο	1
Συμμετοχή επιχειρηματιών στη λήψη αποφάσεων	1
Σεβασμός στην ντόπια κουλτούρα	1



Όπως είναι φυσικό ο εντοπισμός των προβλημάτων που πραγματοποιήθηκε στην προηγούμενη ερώτηση, οδηγεί και σε προτάσεις για την αντιμετώπισή τους. Από την αποδελτίωση των απαντήσεων διαφάνηκε ότι οι προτάσεις αυτές εμπίπτουν σε τρεις γενικές κατηγορίες που αφορούν το ποιος πρέπει να αναλάβει να τις υλοποιήσει.

Έτσι, διαπιστώσαμε ότι δράση πρέπει να αναληφθεί α) σε κεντρικό επίπεδο, από τους φορείς που διαμορφώνουν την γενικότερη τουριστική πολιτική της χώρας, β) από την τοπική αυτοδιοίκηση και γ) από τους ίδιους τους κατοίκους και τους επιχειρηματίες. Ο καταμερισμός αυτός σηματοδοτείται στον παραπάνω πίνακα με διαφορετικό χρωματικό υπόβαθρο. Πιο συγκεκριμένα:

Δράσεις που πρέπει να αναληφθούν σε κεντρικό επίπεδο

Χρειάζεται να βελτιωθεί η σύνδεση με τον Πειραιά τόσο σε συχνότητα όσο και σε ποιότητα ενώ ταυτόχρονα πρέπει να ενισχυθεί η σύνδεση και με τα γειτονικά νησιά. Το ζήτημα της τακτικής συγκοινωνίας είναι ιδιαίτερα σημαντικό και επισημαίνεται

από τους 4 τουλάχιστον εκ των έξι ερωτηθέντων. Αυτό θα οδηγήσει αυτόματα και σε επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, η οποία όμως αποτελεί και από μόνη της ένα αυτονόητο ζητούμενο.

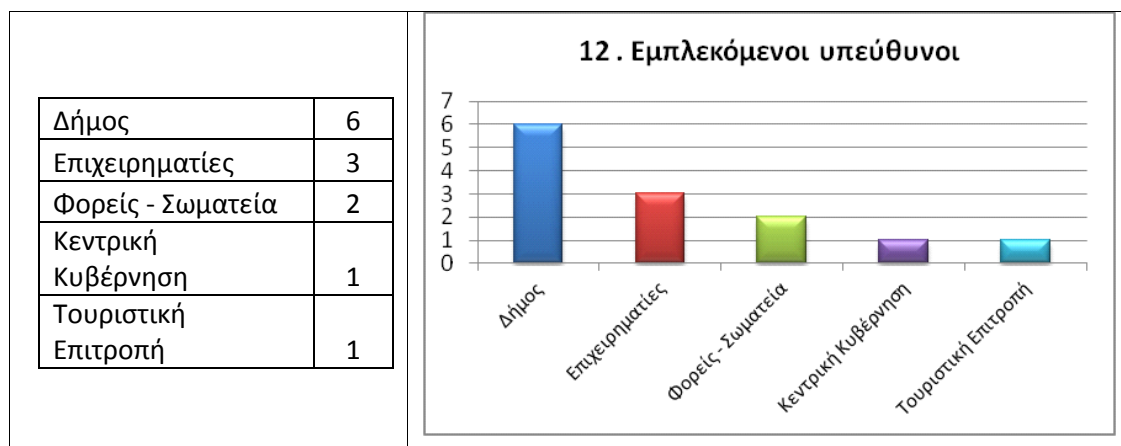
Δράσεις που πρέπει να αναληφθούν σε επίπεδο τοπικών φορέων & αυτοδιοίκησης

Τόσο η πνευματικότητα που αποπνέει το νησί όσο και το φυσικό του κάλλος είναι τομείς στους οποίους η τοπική αυτοδιοίκηση πρέπει να δώσει βαρύνουσα σημασία με συγκεκριμένες δράσεις, έτσι ώστε να μετατραπούν σε αιχμή του δόρατος. Παράλληλα θα πρέπει να αναληφθούν πρωτοβουλίες ώστε να προωθηθεί ο εναλλακτικός τουρισμός αλλά και να διαφημιστεί το νησί με επιθετικότερες πρωτοβουλίες όπως είναι προσωποποιημένες ηλεκτρονικές επιστολές, καινοτόμες ιδέες κτλ. Τέλος θα πρέπει να βελτιωθεί η κατάρτιση των εργαζομένων σε ζητήματα διαχείρισης και συμπεριφοράς ενώ κρίνεται απαραίτητη η καταμέτρηση και νομιμοποίηση των καταλυμάτων ώστε να είναι ευκολότερη η στοχευμένη δράση προκειμένου να βελτιώσουν τις παρεχόμενες υπηρεσίες.

Δράσεις που πρέπει να αναληφθούν σε προσωπικό/επιχειρηματικό επίπεδο

Πέραν όμως των δράσεων που αναμένεται να αναληφθεί από τους επίσημους φορείς, εντύπωση προκάλεσε ότι οι ερωτώμενοι δεν δίστασαν να αποδώσουν ευθύνες και αρμοδιότητες και στον καθένα ξεχωριστά, απ' όσους συμμετέχουν στην τουριστική ζωή του τόπου. Το γεγονός αυτό αποδεικνύει ότι στην νοοτροπία του πατμιακού λαού είναι βαθιά ριζωμένη η αιγαιοπελαγίτικη συναίσθηση της συμμετοχής στα κοινά αλλά και της προσωπικής ευθύνης, προϊόντα σίγουρα της μακραίωνης ναυτικής παράδοσης του τόπου. Έτσι, σχεδόν ομόθυμα οι ερωτώμενοι υποστήριξαν πως ο καθένας πρέπει να καταβάλλει προσπάθεια για συνεργασία και να δείχνει έμπρακτα την αγάπη του για τον τόπο. Οι επιχειρηματίες θα πρέπει να συμμετέχουν στη λήψη των αποφάσεων και όλοι να σέβονται την ντόπια κουλτούρα, η οποία αποτελεί και ένα από τα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος. Τέλος, στην κακή νοοτροπία, η οποία χρειάζεται να αλλάξει, αναφέρθηκαν δύο από τους ερωτηθέντες.

5.13 Οι εμπλεκόμενοι φορείς στην τουριστική ανάπτυξη



Είναι εντυπωσιακό ότι σε αντίθεση με άλλες περιοχές της Ελλάδας, οι επιχειρηματίες της Πάτμου αναλαμβάνουν οι ίδιοι την ευθύνη των πράξεών του και δεν αναμένουν από την κυβέρνηση να λύσει όλα τους τα προβλήματα. Έτσι, μόνο ένας ανέφερε την Κεντρική Διοίκηση ως άμεσα εμπλεκόμενη στη λήψη των κρίσιμων για το νησί αποφάσεων και αυτό μόνο παρεμπιπτόντως.

Αντίθετα, και οι έξι θεωρούν μεγάλης σημασίας την συμμετοχή της Δημοτικής Αρχής, ενώ τρεις από αυτούς πιστεύουν ότι την ευθύνη έχουν οι ίδιοι οι επιχειρηματίες, οι οποίοι με τις δράσεις τους θα καταφέρουν να ενισχύσουν την τουριστική ανάπτυξη. Το ίδιο συμβαίνει και με τους τοπικούς φορείς και σωματεία, τις συλλογικές δηλαδή εκφράσεις των διάφορων επιμέρους επαγγελματικών κατηγοριών.

Ολοκληρώνοντας, θεωρούμε άξιο επισήμανσης το γεγονός ότι μόνο ένας από τους συμμετέχοντες απέδωσε ουσιαστικό ρόλο στην (δημοτική) Επιτροπή Τουριστικής Ανάπτυξης και Προβολής του νησιού.

5.14 Οι προοπτικές που διαγράφονται για την Πάτμο



Ακριβώς όπως συνέβη και με την αξιολόγηση της μέχρι τώρα πορείας της τουριστικής ανάπτυξης στην πρώτη ερώτηση, έτσι και στην περίπτωση αυτή, η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων θεωρεί ότι το μέλλον διαγράφεται ευοίωνα για το νησί και τον τουρισμό του. Μόνο μία ερωτώμενη αισθάνεται αβέβαιη για την προοπτική του νησιού και οι αμφιβολίες της εδράζονται στο γεγονός της οικονομικής κρίσης που διέρχεται η χώρα.

5.15 Ανασκόπηση ευρημάτων

Από την ανάλυση των δεδομένων που προηγήθηκε, φαίνεται ότι ο τουρισμός στην Πάτμο ακολουθεί ανοδική πορεία, με βασικότερο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του νησιού, το Σπήλαιο και το Μοναστήρι του Ευαγγελιστή Ιωάννη. Εντούτοις πολλοί από τους ερωτώμενους διαπίστωσαν ότι η φιλοξενία των κατοίκων και η ηρεμία και η πνευματικότητα που αποπνέει το νησί αποτελούν επίσης δυνατά σημεία. Επίσης σημαντικοί παράγοντες διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος θεωρούνται ο κοσμοπολίτικος αέρας και το φυσικό του κάλλος, το ότι η Χώρα έχει χαρακτηριστεί Μνημείο Ιστορικής Σπουδαιότητας από την UNESCO, καθώς και το γεγονός ότι λόγω θέσεως μπορεί να χρησιμεύσει ως ορμητήριο για εκδρομές σε άλλους κοντινούς τουριστικούς προορισμούς.

Ο τουρισμός αποτελεί τον βασικό πυλώνα πάνω στον οποίο στηρίζεται η οικονομία του νησιού, βελτιώνει τις κοινωνικές δομές και παρέχει και πολιτιστικά οφέλη. Δεν θεωρείται ότι υπάρχουν αρνητικές επιπτώσεις στο νησί από την

τουριστική ανάπτυξη αλλά εγείρονται ανησυχίες σχετικά με πιθανές μεταβολές στη νοοτροπία του πληθυσμού και το περιβάλλον. Η τουριστική ανάπτυξη του νησιού είναι περισσότερο ήπιου χαρακτήρα, με τάσεις μαζικοποίησης.

Όλοι οι ερωτώμενοι θεωρούν ότι οι τουριστικές υποδομές είναι ικανοποιητικές με τάσεις βελτίωσης. Εντοπίζονται κάποιες ελλείψεις στα μικρά καταλύματα και τις οικογενειακές επιχειρήσεις. Τα σημαντικότερα προβλήματα αναφέρονται στην αποχέτευση και την συχνότητα της συγκοινωνιακής σύνδεσης με τον Πειραιά. Η ύδρευση και οι υποδομές υγείας τους ανησυχούν επίσης, χωρίς όμως κανένα από αυτά να θεωρείται ως μη αντιμετωπίσιμο.

Σε γενικές γραμμές φαίνεται ότι δεν υπάρχει εναλλακτική πρόταση για τον επισκέπτη της Πάτμου, πέραν αυτής του θρησκευτικού τουρισμού αν και εντοπίζονται περιθώρια εναλλακτικών προτάσεων κυρίως στους τομείς του θαλάσσιου, του αθλητικού και του περιπατητικού τουρισμού ενώ όλοι οι συμμετέχοντες στην έρευνα υποστήριξαν με θέρμη ότι υπάρχουν μεγάλα περιθώρια περαιτέρω τουριστικής ανάπτυξης για την Πάτμο.

Ζητήματα που εμποδίζουν την ανάπτυξη του νησιού είναι η στάση ορισμένων επιχειρηματιών να έρχονται στο νησί μόνο κατά τη διάρκεια της τουριστικής σεζόν, να εισπράττουν και στη συνέχεια να φεύγουν χωρίς να ασχολούνται περισσότερο με τη βελτίωση των υποδομών και τα προβλήματα που τυχόν χρειάζεται να επιλυθούν. Επίσης έγινε λόγος για ελλιπή κατάρτιση των επιχειρηματιών σε θέματα τουρισμού και εξυπηρέτησης, κακή συνεργασία μεταξύ τους αλλά και με τους εμπλεκόμενους φορείς, για αποφάσεις που λαμβάνονται από ανθρώπους που δεν έχουν ιδιαίτερη πείρα του τόπου και των προβλημάτων του, καθώς και για ελλειμματική διαφημιστική προώθηση του τουριστικού προϊόντος. Τέλος αναφέρθηκε ότι πρόβλημα είναι και η μεγάλη απόσταση του νησιού από κεντρικά λιμάνια καθώς και το φυσικό ανάγλυφο, το οποίο δεν επιτρέπει την ανάπτυξη δράσεων εναλλακτικού τουρισμού.

Προκειμένου να αντιμετωπιστούν τα προβλήματα αυτά, χρειάζεται να βελτιωθεί η σύνδεση με τον Πειραιά και να ενισχυθεί η σύνδεση και με τα γειτονικά νησιά. Αυτό θα οδηγήσει αυτόματα και σε επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Τόσο η πνευματικότητα που αποπνέει το νησί όσο και το φυσικό του κάλλος είναι τομείς στους οποίους η τοπική αυτοδιοίκηση πρέπει να δώσει βαρύνουσα σημασία με συγκεκριμένες δράσεις, έτσι ώστε να μετατραπούν σε αιχμή του δόρατος.

Παράλληλα θα πρέπει να αναληφθούν πρωτοβουλίες ώστε να προωθηθεί ο εναλλακτικός τουρισμός αλλά και να διαφημιστεί το νησί με επιθετικότερες πρωτοβουλίες όπως είναι προσωποποιημένες ηλεκτρονικές επιστολές, καινοτόμες ιδέες κτλ. Τέλος θα πρέπει να βελτιωθεί η κατάρτιση των εργαζομένων σε ζητήματα διαχείρισης και συμπεριφοράς ενώ κρίνεται απαραίτητη η καταμέτρηση και νομιμοποίηση των καταλυμάτων ώστε να είναι ευκολότερη η στοχευμένη δράση προκειμένου να βελτιώσουν τις παρεχόμενες υπηρεσίες.

Πρέπει να καταβληθεί προσπάθεια για συνεργασία και έμπρακτης απόδειξης της αγάπης για τον τόπο. Οι επιχειρηματίες θα πρέπει να συμμετέχουν στη λήψη των αποφάσεων και όλοι να σέβονται την ντόπια κουλτούρα, καθώς και να μεταβληθεί η κακή νοοτροπία. Σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη παίζει ο Δήμος, οι ίδιοι οι επιχειρηματίες και οι συλλογικοί τους φορείς, ενώ μικρή ευθύνη αποδίδεται στο κράτος. Τέλος, υπάρχει η γενική αντίληψη ότι το μέλλον διαγράφεται ευοίωνα για το νησί και τον τουρισμό του.

5.16 Αντιστοίχιση ευρημάτων με ερευνητικά ερωτήματα

Αντιστοιχίζοντας τα παραπάνω ευρήματα με τα αρχικά ερευνητικά μας ερωτήματα, διαπιστώνουμε τα εξής:

Ως απάντηση στο πρώτο ερώτημα, *Πώς αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια η Πάμος ως τουριστικός προορισμός* θα μπορούσαμε να πούμε ότι η ανάπτυξη είναι σταθερή και ανοδική. Παρά τα όποια συγκυριακά ή ενδογενή προβλήματα η ανάπτυξη αυτή έχει βάθος και αναμένεται να συνεχιστεί και στα επόμενα χρόνια. Σημαντικό ρόλο αναμένεται να παίξει ο Δήμος, οι ίδιοι οι επιχειρηματίες του νησιού καθώς και τα βασικά ανταγωνιστικά του πλεονεκτήματα. Παράλληλα οι υποδομές του νησιού τόσο οι τουριστικές όσο και οι γενικότερες βρίσκονται σε ικανοποιητικό επίπεδο.

Στο δεύτερο ερώτημα, *Σε ποιο στάδιο του κύκλου ζωής του τουριστικού προϊόντος βρίσκεται το νησί ως προορισμός*, θα μπορούσαμε να πούμε ότι το νησί βρίσκεται στο μεταίχμιο μεταξύ Ανάπτυξης και Εδραίωσης με περισσότερα γνωρίσματα της δεύτερης.

Με λίγα λόγια, ο ρυθμός αύξησης των τουριστών δείχνει να παραμένει σταθερός, χωρίς πτωτικές τάσεις (Ανάπτυξη), και συνεχίζει να υπερτερεί των μόνιμων κατοίκων. Διαπιστώσαμε ότι, όπως ακριβώς προβλέπεται από τη θεωρία, (βλ. σελ. 18

κ.ε.) ορισμένες υποδομές φιλοξενίας αρχίζουν να θεωρούνται ως υποδεέστερες, ενώ ταυτόχρονα ξεκινούν προσπάθειες των ντόπιων για την επέκταση της τουριστικής περιόδου και της αύξησης του μεριδίου της τουριστικής αγοράς (Εδραίωση).

Επίσης, ένα πολύ μεγάλο μέρος της τοπικής κοινωνίας και οικονομίας συνδέεται άμεσα με τον τουρισμό. Παρ' όλα αυτά όμως, η φάση της εδραίωσης δεν έχει ολοκληρωθεί ακόμη καθώς η κοινωνία δεν έχει περάσει ακόμη στο στάδιο της συνειδητοποίησης ότι ο τουρισμός έχει επιφέρει εκτός από οφέλη, και κάποιες αρνητικές συνέπειες.

Τέλος, στο τρίτο ερευνητικό ερώτημα, *Ποιες μορφές, και αν, εναλλακτικού τουρισμού έχουν αναπτυχθεί στο νησί*, εντοπίσαμε ότι σε γενικές γραμμές ο προσανατολισμός παραμένει μόνο στον θρησκευτικό τουρισμό. Κάποιες προσπάθειες για εκμετάλλευση των πόρων προς την κατεύθυνση του θαλασσιού και αθλητικού τουρισμού γίνονται, αλλά φαίνεται να είναι αποσπασματικές και αναποτελεσματικές. Το ίδιο ισχύει και για τον περιπατητικό τουρισμό, ο οποίος έχει πολλά περιθώρια εξέλιξης. Το γεγονός αυτό, αν και αρνητικό σε μια πρώτη ανάγνωση, μπορεί να αφήσει περιθώρια για περεταίρω ανάπτυξη στο μέλλον, καθιστώντας έτσι δυνατή μια επιστροφή στην αναπτυξιακή φάση του τουριστικού κύκλου μεταθέτοντας για πολύ αργότερα τις φάσεις του μαρασμού και της πτώσης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Ολοκληρώνοντας την παρουσίαση της εργασίας αυτής, θα παρουσιάσουμε στο σημείο αυτό ορισμένες προτάσεις που θα μπορούσαν να βελτιώσουν την υφιστάμενη κατάσταση και να δημιουργήσουν το έδαφος για περαιτέρω βελτίωση των συνθηκών ώστε να ενισχυθεί η αναπτυξιακή προοπτική του τουρισμού της Πάτμου. Οι προτάσεις προέρχονται τόσο από την επεξεργασία των απαντήσεων των ερωτώμενων όσο και από το θεωρητικό πλαίσιο που παρουσιάστηκε στο πρώτο μέρος.

- Το Σπήλαιο και το Μοναστήρι του Ευαγγελιστή Ιωάννη πρέπει να προσεχθούν ιδιαίτερα και να βελτιωθούν οι υποδομές φιλοξενίας και πρόσβασης.
- Το φυσικό κάλλος του νησιού πρέπει να διαφημιστεί περισσότερο και με πιο σύγχρονες μεθόδους.
- Πρέπει να αξιοποιηθεί η φυσική θέση του νησιού ως ορμητήριο για εκδρομές σε άλλους κοντινούς τουριστικούς προορισμούς.
- Πρέπει να δοθεί μεγαλύτερη προσοχή στις περιβαλλοντικές επιπτώσεις, πριν αυτές γίνουν μη διαχειρίσιμες, στην επόμενη φάση ανάπτυξης του τουριστικού προϊόντος
- Χρειάζεται να βελτιωθούν και να ανακαινιστούν οι παλιότερες τουριστικές υποδομές.
- Χρειάζονται προσπάθειες βελτίωσης του υδρευτικού και αποχετευτικού συστήματος.
- Πρέπει να δημιουργηθούν υποδομές ανάπτυξης των τομέων του θαλάσσιου, του αθλητικού και του περιπατητικού τουρισμού.
- Πρέπει να αναληφθούν πρωτοβουλίες ώστε να προωθηθεί ο εναλλακτικός τουρισμός.

- Θα πρέπει να γίνει προσπάθεια προσέγγισης των επαγγελματιών που δεν ζουν μόνιμα στο νησί, ώστε να συμμετέχουν ενεργότερα στον σχεδιασμό και τη λήψη των αποφάσεων.
- Θα πρέπει να γίνει συστηματική κατάρτιση των επιχειρηματιών σε θέματα τουρισμού και εξυπηρέτησης
- Θα πρέπει να βελτιωθεί η κατάρτιση των εργαζομένων σε ζητήματα διαχείρισης και συμπεριφοράς.
- Οι αποφάσεις θα πρέπει να λαμβάνονται από ανθρώπους με ιδιαίτερη πείρα του τόπου και των προβλημάτων του.
- Η διαφημιστική προώθηση του τουριστικού προϊόντος πρέπει να γίνει περισσότερο επιθετικά.
- Χρειάζεται να βελτιωθεί η σύνδεση με τον Πειραιά και να ενισχυθεί η σύνδεση και με τα γειτονικά νησιά.
- Κρίνεται απαραίτητη η καταμέτρηση και νομιμοποίηση των καταλυμάτων ώστε να είναι ευκολότερη η στοχευμένη δράση προκειμένου να βελτιωθούν οι παρεχόμενες υπηρεσίες.
- Πρέπει να λειτουργήσει πλοηγική υπηρεσία στο λιμάνι για τα κρουαζιερόπλοια.
- Θα πρέπει να διατεθούν ρυμουλκά.
- Θα πρέπει να παρασχεθούν και υπηρεσίες πετρέλευσης και υδροδότησης.

Επίλογος

Η παρούσα εργασία αποτελεί προϊόν έρευνας στα πλαίσια της εκπόνησης της Εργασίας που υποβλήθηκε ως απαιτούμενο για την λήψη Πτυχίου από το Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης, της Σχολής Διοίκησης και Οικονομίας (ΣΔΟ) του ΤΕΙ Κρήτης. Σκοπός της ήταν να μελετήσει τα χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης της Πάτμου, τις αναπτυξιακές επιλογές και πρότυπα που έχουν υιοθετηθεί από τους τοπικούς φορείς εξουσίας, καθώς και να διερευνήσει τις μελλοντικές προοπτικές τουριστικής ανάπτυξης του νησιού στο πλαίσιο της αειφορίας.

Προκειμένου να επιτευχθεί ο σκοπός της πτυχιακής, πραγματοποιήθηκε πρωτογενής ποιοτική έρευνα με τη μέθοδο των συνεντεύξεων σε βάθος σε πληροφορητές (key informants) θεωρώντας ότι είναι οι καθ' ύλην αρμόδιοι για να δια φωτίσουν το αντικείμενο της μελέτης.

Από την έρευνα, σε γενικές γραμμές διαπιστώσαμε ότι η ανάπτυξη του νησιού είναι σταθερή και ανοδική. Ως τουριστικός προορισμός βρίσκεται στη φάση μεταξύ Ανάπτυξης και Εδραίωσης καθώς ένα πολύ μεγάλο μέρος της τοπικής κοινωνίας και οικονομίας συνδέεται άμεσα με τον τουρισμό. Εντούτοις, σε γενικές γραμμές ο προσανατολισμός παραμένει μόνο στο θρησκευτικό τουρισμό δίνοντας έτσι περιθώρια για περεταίρω ανάπτυξη σε άλλους τομείς στο μέλλον μεταθέτοντας για πολύ αργότερα τις φάσεις του μαρασμού και της πτώσης.

Στην εργασία διαπιστώθηκαν συγκεκριμένα προβλήματα που χρήζουν άμεσης αντιμετώπισης και καταγράφηκε με σαφήνεια η σημασία του τουρισμού για την επιβίωση του τοπικού πληθυσμού. Εντούτοις ως κοινή διαπίστωση προέκυψε το συμπέρασμα στην νοοτροπία του πατμιακού λαού είναι βαθιά ριζωμένη η αιγαιοπελαγίτικη συναίσθηση της συμμετοχής στα κοινά αλλά και της προσωπικής ευθύνης, προιόντα σίγουρα της μακραίωνης ναυτικής παράδοσης του τόπου.

Ελπίζουμε πως με την εργασία αυτή θα δώσουμε ένα μικρό ερέθισμα, ώστε να προσφέρουν όλοι στο μέτρο των δυνατοτήτων τους ό,τι περισσότερο μπορούν για την ανάπτυξη της συνεργασίας και της έμπρακτης αγάπης για τον τόπο με αποτέλεσμα, από τη μια, να βελτιωθεί η κουλτούρα των επιχειρηματιών ώστε να συμμετέχουν στη λήψη των αποφάσεων και από την άλλη οι εμπλεκόμενοι φορείς εκ μέρους της Διοίκησης να συναισθανθούν ότι πρέπει να λειτουργήσουν συνεργατικά, με σύνεση και όραμα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Α. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Beech, J. G. & Chadwick, S. (2006). *The business of tourism management*. Pearson Education.
- Bramwell, B. & Lane, B. (1993). Interpretation and sustainable tourism: The potential and the pitfalls. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(2). 71-80.
- Brigand L. (2002). *Les iles du Ponant*, Ed. Palatines, Brest.
- Butler, R.W. (1980). The concept of the tourist area life-cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer* 24 (1). 5-12
- Cesario, F.J. and Knetsch, J.L. (1976). *A Recreation Site Demand and Benefit Estimation Model*, Regional Studies. 1097-104.
- Choy, D.J. L. (1992). "Life Cycle Models for Pacific Island Destinations". *Journal of Travel Research*, 30 (3): 26-31.
- CLIA, (2017). Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.cruising.org/docs/default-source/research/cli-2017-state-of-the-industry.pdf?sfvrsn=0> [Πρόσβαση: 18-8-2017]
- Cooper, C. Shepherd, R. & Westlake J. (1994). *Tourism and Hospitality Education*. Guildford: University of Surrey.
- Dolman A. (1986). Small island developing countries and the development potential of exclusive economic zones, *Report for UNCTAD*, United Nations.
- Douglas, N. (1997). "Applying the life cycle model to Melanesia". *Annals of Tourism Research*, 24(1): 1-22.
- Echtner, C. M. & Ritchie, J. B. (1993). The measurement of destination image: An empirical assessment. *Journal of travel research*, 31(4). 3-13.
- Eisner, E. W. (1991). *The enlightened eye: Qualitative inquiry and the enhancement of educational practice*. New York, NY: Macmillan Publishing Company.
- Eurostat, (1994). *Portrait of Islands*, European Commission. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Regional_typologies_overview#cite_ref-4 [Πρόσβαση: 18-8-2017]
- Getz, D. (1992). "Tourism planning and destination life cycle". *Annals of Tourism Research*, 19 (4): 752-770.
- Griffiths, Ralph; Griffiths, G. E. (1772). "Pennant's Tour in Scotland in 1769". *The Monthly Review, Or, Literary Journal*. London: Printed for R. Griffiths. 46: 150. Πηγή από το Διαδίκτυο:

https://books.google.gr/books?id=xS8oAAAAYAAJ&vq=tourist&dq=tourist&pg=PA150&redir_esc=y#v=onepage&q=tourist&f=false [Πρόσβαση: 18-8-2017]

- Gunn, A. (1994). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. 3rd Edition, Washington: Taylor and Francis. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/004728759403200371> [Πρόσβαση: 18-8-2017]
- Gunn, C. A. & Var, T. (2002). *Tourism planning: Basics, concepts, cases*. Psychology Press.
- Hammersley, M. (1992). *What's Wrong With Ethnography? – Methodological Explorations*. London: Routledge. Πηγή από το Διαδίκτυο: https://books.google.gr/books?id=QVlt_ZdBE-kC&printsec=frontcover&hl=el#v=onepage&q&f=false [Πρόσβαση: 18-8-2017]
- Haralambopoulos, N. & Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism. The case of Samos. *Annals of Tourism Research*, 23(3). 503-526. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.sciencedirect.com/science/journal/01607383/23/3?sd=1> [Πρόσβαση: 18-8-2017]
- Haywood, K.M. (1986). “Can the tourist-area life cycle be made operational?”. *Tourism Management*, 7 (3): 154-167.
- Hovinen, G.R. (1981). “A tourist cycle in Lancaster County, Pennsylvania”. *Canadian Geographer*, 15: 283-286.
- Kvale, S. (1996). *InterViews—An introduction to qualitative research interviewing*. Thousand Oaks, CA: Sage. Πηγή από το Διαδίκτυο: <https://www.amazon.co.uk/InterViews-Introduction-Qualitative-Research-Interviewing/dp/080395820X> [Πρόσβαση: 18-8-2017]
- Lincoln, Y. S. (1985). Emerging criteria for qualitative and interpretive research. *Qualitative Inquiry*, 3, 275–289. Πηγή από το Διαδίκτυο: https://www.researchgate.net/publication/246053531_Emerging_Criteria_for_Quality_in_Qualitative_and_Interpretive_Inquiry [Πρόσβαση: 18-8-2017]
- Lincoln, Y. S. & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Newbury Park, CA: Sage Publications. Πηγή από το Διαδίκτυο: https://www.researchgate.net/publication/256294652_Naturalistic_Inquiry [Πρόσβαση: 18-8-2017]
- Lue, C. Crompton, J. & Fesenmaier, D. (1993). Conceptualization of multi-destination pleasure trips. *Annals of Tourism Research*, 20(2). 289-301. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://agrilibecdn.tamu.edu/cromptonrpts/files/2011/06/Full-Text55.pdf> [Πρόσβαση: 18-8-2017]
- Lundgren, J.O.J. (1982). “The tourist frontier of Nouveau Quebec: Functions and regional leakages”. *Tourist Review*, 37 (2): 10-16.

- Mathieson, A. & Wall, G. (1982). "Tourism: *economic, physical and social impacts*", Longman: Harlow, UK. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://www.academia.edu/2276935/Tourism_economic_physical_and_social_impacts [Πρόσβαση: 18-8-2017]
- Meyer-Arendt, K.L. (1990). "Recreational Business Districts in Gulf of Mexico Seaside Resorts". *Journal of Cultural Geography*, 11(1): 39-55.
- Mitchell, L.S. and Murphy, P.E. (1991). "Geography and Tourism". *Annals of Tourism Research*, 18 (1): 57-70.
- Nelson, R. and Wall, G. (1986). "Transport and accommodation: Changing interrelationships on Vancouver Island". *Annals of Tourism Research*, 13 (2): 239-260.
- Oglethorpe, M. (1984). "Tourism in Malta: A crisis of dependence". *Leisure Studies*, 3: 147-162.
- Pender L. (2001). *Travel Trade and Transport*, Continuum. Πηγή από το Διαδίκτυο: https://books.google.gr/books/about/Travel_Trade_and_Transport.html?id=yDs_sQAAMAAJ&redir_esc=y [Πρόσβαση: 18-8-2017]
- UNESCO, (1999). *The Historic Centre (Chorá). with the Monastery of Saint-John the Theologian and the Cave of the Apocalypse on the Island of Pátmos*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://whc.unesco.org/en/list/942/> [Πρόσβαση: 18-8-2017]
- Williams, M.T. (1993). "An expansion of the tourist site cycle model: The case of Minorca (Spain)". *Journal of Tourism Studies*, 4 (2): 24-32.
- World Tourism Organisation (WTO). (1980). *Manila declaration on World Tourism*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1980.6.4.1> [Πρόσβαση: 18-8-2017]
- World Tourism Organisation (WTO). (1983). *New Concepts of Tourism's Role In Modern Society: Possible Development Models*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://publications.unwto.org/publications> [Πρόσβαση: 18-8-2017]
- World Tourism Organisation (WTO). (1995). *UNWTO technical manual: Collection of Tourism Expenditure Statistics*, p. 10. Πηγή από το Διαδίκτυο: <https://web.archive.org/web/20100922120940/http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1034/1034-1.pdf> [Πρόσβαση: 18-8-2017]
- World Tourism Organisation (WTO). (2017). *Tourism Highlights*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029> [Πρόσβαση: 18-8-2017]
- World Travel and Tourism Council (WTTC). (2003). *Blueprint for new Tourism*

B. ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- Ανδριώτης Κ. 2005, *Τουριστική Ανάπτυξη και Σχεδιασμός*, Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη
- Βαρβαρέσος Σ. 2000, *Τουρισμός, Έννοιες, Μεγέθη, Δομές*, Αθήνα: Προπομπός
- Βαρβαρέσος, Σ. (1999). *Τουριστική ανάπτυξη και διοικητική αποκέντρωση, Προπομπός*, Αθήνα.
- Βαρβαρέσος, Σ. (2012). «Η κρίση του ελληνικού μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης και η διεθνής οικονομική κρίση», παρουσίαση εργασίας στην ημερίδα: *Διεθνής Οικονομική κρίση και Τουρισμός*.
- Βενετσανοπούλου, Μ. (2006). *Η κρατική συμβολή στον τουρισμό, εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, Αθήνα: Interbooks.
- Βρασίδης Χ. (2014). *Εισαγωγή στην Ποιοτική Έρευνα*, CARDET Press, ISBN: 978-9963-2802-3-0. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://press.cardet.org/product/εισαγωγή-στην-ποιοτική-έρευνα/> [Πρόσβαση: 18-8-2017]
- Ε.ΛΙΜ.Ε, (2016^α). *Συνολικά στατιστικά στοιχεία κρουαζιέρας 2016*, Ένωση Λιμένων Ελλάδος. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://www.elime.gr/images/Docs/Krouaziera/2016_StoixeiaKrouazieras_SynolikaXoras.pdf [πρόσβαση: 20-12-2016]
- Ε.ΛΙΜ.Ε, (2016^β). *Αποτελέσματα επεξεργασίας ερωτηματολογίων 2016*, Ένωση Λιμένων Ελλάδος. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.elime.gr/images/Docs/Krouaziera/SymperasmataEroimatologionKorresFinal.pdf> [πρόσβαση: 20-12-2016]
- Ηγουμενάκης Ν. (1997). *Τουριστική Οικονομία*, τόμος Β', Αθήνα: Interbooks
- Ιστοσελίδα Δήμου Πάτμου (χ.χ.). Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.patmos.gr/> [Πρόσβαση: 18-8-2017]
- Ιωάννου Ε. (2012). *Θρησκευτικός Τουρισμός: Η περίπτωση της Ελλάδας*. Πτυχιακή Εργασία στο ΑΤΕΙ Ηρακλείου, Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2012/IoannouEvgenia/attached-document-1337582326-772867-3439/Ioannou2012.pdf> [Πρόσβαση: 18-8-2017]
- Κίζος Α. Σπιλάνης Ι. (2004). *Σημειώσεις μαθήματος Νησιωτικής Γεωγραφίας*, Τμήμα Γεωγραφίας, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Μυτιλήνη.
- Κίζος Θ., Κουλούρη Μ., Βακουφάρης, Χ. (2005). *Οι πολιτικές συντήρησης των χαρακτηριστικών του αγροτικού τοπίου στην Ελλάδα: η περίπτωση του μέτρου της ανακατασκευής αναβαθμίδων*. Πηγή από το Διαδίκτυο:

<https://student.cc.uoc.gr/uploadFiles/181-ΑΓΡΚ390/Κίζος%20Κουλούρη%20Βακουφάρης.pdf> [Πρόσβαση: 18-8-2017]

- Κίζος, Θ. (2005). Πολιτική Ανάπτυξης της Υπαίθρου και Αγροτικό Τοπίο στα Νησιά του Αιγαίου, στο Τσάλτας Γ. (επιμ). *Αειφορία και Περιβάλλον: ο Νησιωτικός Χώρος στον 21ο αιώνα*, Σιδέρης, Αθήνα
- Κοκκώσης Χ. & Τσάρτας Π. (2001). *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Λαγός Δ. Διακομιχάλης Μ. (2011). «Αγροτουρισμός και αειφόρος ανάπτυξη: Η περίπτωση της Ελλάδας». Συλλογικός τόμος: *Αγροτουρισμός, οικότουρισμός και Οικολογική Αιγοπροβατοτροφία* (επιμ. Γ. Σωτηρόπουλος). Εκδόσεις ΕΛΛΗΝ, σελ. 175-186. Αθήνα
- Μπαμπινιώτης Γ. (1998). *Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας*, Αθήνα
- Μπεριάτος Η. (2001). Νέες προσεγγίσεις στον σχεδιασμό και την πολιτική προστασίας του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, *Τόπος*, τεύχος 18.
- Μωραϊτάκη – Τσάμη, Α. και Βασιλάκης, Π. (2007). *Νησιά: πρόταση για την υγεία*, Αθήνα: εκδόσεις Παπαζήση.
- Newsbomb, (2013). *Τρίτος ευρωπαϊκός προορισμός κρουαζιέρας η Ελλάδα*,. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://www.newsbomb.gr/oikonomia/news/story_/460229/ [πρόσβαση: 12-5-2017]
- Παπατριανταφύλλου Γ. (2014). *Τα Πάντα για την Επιστήμη των Δημοσίων Σχέσεων* διαδικτυακό άρθρο, Πηγή από το Διαδίκτυο: <https://georgepatriantafyllou.com/2014/10/01/η-έρευνα-στις-δημόσιες-σχέσεις-indepth-interview/> [Πρόσβαση: 18-8-2017]
- Πατσουράτης Β. (2000). *Η φορολογική επιβάρυνση του Τουριστικού Προϊόντος*, Αθήνα, ΟΠΑ
- Πηγιάκη Π. Εθνογραφία: *Η μελέτη της ανθρώπινης διάστασης στην κοινωνική και παιδαγωγική έρευνα*, Γρηγόρη, Αθήνα, 2004.
- Πνευματικό Κέντρο Πάτμου, (2016). Φεστιβάλ Θρησκευτικής Μουσικής Πάτμου. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.patmosfestival.gr/255/> [Πρόσβαση: 18-8-2017]
- Πολύζος Σ. και Σαράτσης Γ. (2013). 'Η γεωγραφία και τα χαρακτηριστικά του τουρισμού στην Ελλάδα, η θέση και οι προοπτικές της Περιφέρειας Θεσσαλίας'. Στο *7ο Διεθνές Συνέδριο ΕΣΔΟ, 8-10 Ιουνίου* :ΤΕΙ Λάρισας, Λάρισα, σελ. 10-30. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.prd.uth.gr/uploads/publications/2013/7881993fff49987412fc74f804e1d793815c4d97.pdf> [Πρόσβαση: 18-8-2017]

- Ποσειδώνεια (2016). *3rd Posidonia Sea Tourism Forum*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.posidoniaseatourism.com/> [πρόσβαση: 3-1-2017]
- Σοφούλης Κ. Μ. (1990). *Για ένα Κοινοτικό Πρόγραμμα Ανάπτυξης των Νησιών*, Μυτιλήνη: Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Τμήμα Περιβάλλοντος.
- Σοφούλης Κ. Μ. και Νταλάκου Β. (1992). Η 'Νησιωτικότητα' στην ποίηση του Ελύτη: Το ποιητικό βίωμα στην υπηρεσία της περιφερειακής ανάλυσης, *Αιολικά Φύλλα*, 27 (Οκτ): 181-194.
- Σοφούλης, Κ. και Σπιλάνης, Γ. (1992). *Θεωρητικό πλαίσιο για μια στρατηγική νησιωτικής ανάπτυξης*, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Μυτιλήνη.
- Σπιλάνης Γ. (1996). ΓΙΑ ΜΙΑ ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΝΗΣΙΩΝ, *Εργαστήριο Τοπικής και Νησιωτικής Ανάπτυξης*. Πηγή από το Διαδίκτυο: http://www.aegean.gr/lid/internet/elliniki_ekdosi/Dimosieuseis/Politiki-Nision.htm [πρόσβαση: 18-12-2016].
- Τσιμπλάκης. Α, 2016, Σε θολό τοπίο η κρουαζιέρα στην Ελλάδα και το 2018, εφ. *Ναυτεμπορική*. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.naftemporiki.gr/finance/story/1188265> [Πρόσβαση: 18-8-2017]
- Χρήστου, Ε. (1999). *Έρευνα Τουριστικής Αγοράς*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ – ΟΔΗΓΟΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

Όνοματεπώνυμο	
Επιχείρηση / Οργανισμός / Υπηρεσία	
Τίτλος θέσης / αξιώματος	
Έτη υπηρεσίας/εργασίας στην θέση αυτή	

- Ποια είναι η πορεία του τουρισμού τα τελευταία χρόνια στη Πάτμο;
- Ποια είναι τα ανταγωνιστικά πλεονέκτημα που ξεχωρίζουν την Πάτμο από τα άλλα νησιά του Αιγαίου;
- Ποια οφέλη προσφέρει ο τουρισμός στους κατοίκους του νησιού;
- Ποιες είναι οι αρνητικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο νησί (οικονομικές, κοινωνικές, περιβαλλοντικές);
- Ποια χαρακτηριστικά έχει η τουριστική ανάπτυξη της Πάτμου (π.χ. ντόπια/μη ντόπια, μικρής/μεγάλης κλίμακας, μαζικός-σκληρός/εναλλακτικός-ήπιος τουρισμός, αειφόρος/μη αειφόρος);
- Παρακαλώ αξιολογήστε τις τουριστικές υποδομές του νησιού (καταλύματα, εστιατόρια, καφετέριες-μπαρ, τουριστικά γραφεία, τουριστικές υπηρεσίες, κλπ)
- Παρακαλώ αξιολογήστε τις γενικότερες υποδομές του νησιού (συγκοινωνίες, ύδρευση, ηλεκτροδότηση, αποχέτευση, οδικό δίκτυο, υγειονομική περίθαλψη, κλπ)
- Ποιες εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχουν αναπτυχθεί στο νησί;
- Θεωρείτε ότι η Πάτμος έχει περιθώρια περαιτέρω τουριστικής ανάπτυξης;
- Ποια είναι τα προβλήματα που αναστέλλουν την αναπτυξιακή πορεία του νησιού;

- Τι θα πρέπει κατά τη γνώμη σας να γίνει/αλλάξει/βελτιωθεί προκειμένου να αναπτυχθεί περαιτέρω τουριστικά η Πάτμος;
- Ποιοι είναι οι εμπλεκόμενοι φορείς στην τουριστική ανάπτυξη της Πάτμου;
- Ποιες προοπτικές διαγράφονται για τον τουρισμό της Πάτμου στο μέλλον;
- Άλλα σχόλια – προτάσεις;

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β

ΑΠΟΜΑΓΝΗΤΟΦΩΝΗΣΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΩΝ

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ 1

Όνοματεπώνυμο	ΠΕΝΤΕ ΓΙΑΚΟΥΜΙΝΑ
Επιχείρηση / Οργανισμός / Υπηρεσία	ΣΩΜΑΤΕΙΟ ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΩΝ ΔΩΜΑΤΙΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΩΝ ΠΑΤΜΟΥ
Τίτλος θέσης / αξιώματος	ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΣΩΜΑΤΕΙΟΥ
Έτη υπηρεσίας/εργασίας στην θέση	5

- **Ποια είναι η πορεία του τουρισμού τα τελευταία χρόνια στη Πάτμο;**
Η πορεία του τουρισμού στην Πάτμο είναι ανοδική και ποιοτική.
- **Ποια είναι τα ανταγωνιστικά πλεονέκτημα που ξεχωρίζουν την Πάτμο από τα άλλα νησιά του Αιγαίου;**
Το Σπήλαιο της Αποκαλύψεως, η Ιερά Μονή του Αγίου Ιωάννου του Θεολόγου, τα μοναστήρια. Η αναγνώριση της ιερότητας του τόπου και ο προστατευόμενος οικισμός της Χώρας από την UNESCO.
- **Ποια οφέλη προσφέρει ο τουρισμός στους κατοίκους του νησιού;**
Οικονομικά οπωσδήποτε οφέλη και κοινωνικά καθώς δίνεται η ευκαιρία της συναναστροφής με κόσμο από διαφορετικά κράτη και ήθη.
- **Ποιες είναι οι αρνητικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο νησί (οικονομικές, κοινωνικές, περιβαλλοντικές);**
Αρνητική μπορεί να θεωρηθεί η επιρροή που μπορεί να έχει η ξενόφερτη κουλτούρα πάνω στις δικές μας παραδόσεις. Αρνητική επίσης θεωρείται η εντύπωση ότι χάριν του κέρδους διαγράφουμε οτιδήποτε έχει σχέση με το παρελθόν και τον τρόπο ζωής των νησιωτών. Επίσης αρνητική μπορεί να θεωρηθεί η συνεχής δόμηση τουριστικών καταλυμάτων και κατοικιών σε σημεία που νομικά δεν επιτρέπεται όπως στις κορυφογραμμές και σε απαγορευμένες ζώνες.
- **Ποια χαρακτηριστικά έχει η τουριστική ανάπτυξη της Πάτμου;**

Η τουριστική ανάπτυξη βασικά έχει ήπιο χαρακτήρα με μικρές πινελιές σκληρότητας και υπερβολής.

- **Παρακαλώ αξιολογήστε τις τουριστικές υποδομές του νησιού (καταλύματα, εστιατόρια, καφετέριες-μπαρ, τουριστικά γραφεία, τουριστικές υπηρεσίες, κλπ)**

Οι τουριστικές υποδομές όσον αφορά τα καταλύματα και τους χώρους εστίασης συνεχώς αναβαθμίζονται και κατά γενική ομολογία των επισκεπτών μας είναι αρκετά καλές για τα μέτρα του νησιού.

- **Παρακαλώ αξιολογήστε τις γενικότερες υποδομές του νησιού (συγκοινωνίες, ύδρευση, ηλεκτροδότηση, αποχέτευση, οδικό δίκτυο, υγειονομική περίθαλψη, κλπ)**

Όσον αφορά τις γενικότερες υποδομές η Πάτμος υστερεί. Το δίκτυο αποχέτευσης είναι άπιαστο όνειρο προς το παρόν για κάποια τουριστικά θέρετρα του νησιού με ότι συνεπάγεται αυτό. Επίσης το δίκτυο της ύδρευσης θέλει αντικατάσταση με ασφαλέστερα για την υγεία των πολιτών υλικά. Λόγω της μικρής τουριστικής σαιζόν είναι πολύ δύσκολο να έχουμε αρκετά ικανοποιητική δημοτική οδική σύνδεση με όλους τους οικισμούς. Η υγειονομική περίθαλψη έχει εναποτεθεί στα χέρια του Θεού και του εθελοντισμού. Αυτό όμως συμβαίνει στην πλειοψηφία της νησιωτικής και ηπειρωτικής Ελλάδας.

- **Ποιες εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχουν αναπτυχθεί στο νησί;**

Βασικά οι πρώτοι επισκέπτες του νησιού την δεκαετία του '50 ήρθαν αναζητώντας μικρούς παράδεισους σε αυτήν την πλευρά του Αιγαίου. Στους πρώτους επισκέπτες πρέπει να αναφερθούν οι σπουδαστές της Ιερατικής Πατριάδας Σχολής που έρχονταν από όλο τον Ελλαδικό χώρο και ενίοτε από το εξωτερικό.

- **Θεωρείτε ότι η Πάτμος έχει περιθώρια περαιτέρω τουριστικής ανάπτυξης;**

Βεβαίως η Πάτμος και έχει περιθώρια.

- **Ποια είναι τα προβλήματα που αναστέλλουν την αναπτυξιακή πορεία του νησιού;**

Εκτός από την έλλειψη καλής συγκοινωνίας πολλές φορές οι λάθος αποφάσεις από άτομα που δεν έχουν γνώση του αντικειμένου.

- **Τι θα πρέπει κατά τη γνώμη σας να γίνει/αλλάξει/βελτιωθεί προκειμένου να αναπτυχθεί περαιτέρω τουριστικά η Πάτμος;**

Εκτός από την απαραίτητη μέριμνα της πολιτείας για βιοτικά θέματα θα πρέπει να δούμε αλλιώς τα πράγματα. Να μπει μπροστά πρώτα η εκτίμηση για τον τόπο που κληρονομήσαμε και να επικεντρωθούμε στην πνευματικότητα και την γαλήνη που αποπνέει. Να γίνει πόλος έλξης για επισκέπτες που τα αναζητούν. Η στόχοι μας θα πρέπει να επικεντρώνονται σε αξιοπρεπείς παρουσιάσεις κουλτούρας και πολιτισμού. Μαζί με την φυσική ομορφιά του τοπίου αποτελούν δυνατό πακέτο.

- **Ποιοι είναι οι εμπλεκόμενοι φορείς στην τουριστική ανάπτυξη της Πάτμου;**

Σε ένα νησί που ο βιοπορισμός του εξαρτάται καθαρά από τον τουρισμό τότε κατ'εμέ εμπλεκόμενοι φορείς θεωρούνται όλοι οι κάτοικοι. Ο καθένας από την πλευρά του. Ο ταξιτζής, ο ξενοδόχος, το γκαρσόν, ο βαρκάρης, ο περιπτεράς, ο μάγειρας, ο μοναχός της κάθε Μονής, ο ξεναγός, καθώς και η νοικοκυρά που θα προσφέρει ένα ποτήρι δροσερό νερό στον περαστικό την ώρα του μεσημεριού ακόμα και το παιδί που θα ασχοληθεί μελλοντικά. Όλοι είμαστε εμπλεκόμενοι...

- **Ποιες προοπτικές διαγράφονται για τον τουρισμό της Πάτμου στο μέλλον;**

Ο τουρισμός αν δεν συμβεί κάποιο πολιτικό συνταρακτικό γεγονός δεν πρόκειται να σταματήσει. Η συνεχής αύξηση των καταλυμάτων ίσως θα πρέπει να μειωθεί για λίγο καιρό, να νομιμοποιηθούν τα ήδη υπάρχοντα και να γίνει η καταμέτρησή τους για να γνωρίζουμε ακριβώς τον αριθμό των επισκεπτών μας.

- **Άλλα σχόλια – προτάσεις;**

- Οι ντόπιοι θα πρέπει να χρησιμοποιήσουμε τα «προνόμια» που μας κληροδότησαν και να κρατήσουμε μακριά τις απότομες εξάρσεις ασέβειας και υποκουλτούρας [...Ένα μικρό παράδειγμα...Την στιγμή που απαγορεύεται στους ντόπιους να χρησιμοποιούν τα δίκυκλά τους μέσα στην Χώρα λόγω ηχορύπανσης, την ίδια στιγμή επιτρέπονται τα έξαλα πάρτι δίπλα στην Ιερά Μονή με τα ηχεία στην διαπασών. Και μάλιστα κορυφαίες στιγμές της Χριστιανοσύνης]. Αν εμείς δεν σεβαστούμε δεν θα το κάνει ο επισκέπτης. Το νησί πρέπει να προσφέρει χαρές και στα άτομα που δεν τους ενδιαφέρει η θρησκευτική πλευρά. Ναι αλλά με μέτρο. Δεν νομίζω ότι τιμά κανέναν μας η εικόνα των μεθυσμένων και ντοπαρισμένων νέων που συναντούμε τα πρωινά όταν φεύγουν από τα μπαράκια ή από τα δήθεν πριβέ πάρτι σε απομακρυσμένες κατοικίες.

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ 2

Όνοματεπώνυμο	Ειρήνη Κ.
Επιχείρηση / Οργανισμός / Υπηρεσία	Irini Luxury Village Hotel
Τίτλος θέσης / αξιώματος	Ιδιοκτήτρια
Έτη υπηρεσίας/εργασίας στην θέση αυτή	

- **Ποια είναι η πορεία του τουρισμού τα τελευταία χρόνια στη Πάτμο;**

Πιστεύω ότι η πορεία του τουρισμού είναι αρκετά ικανοποιητική και το νησί τα τελευταία χρόνια πραγματοποιεί μια μεγάλη άνοδο η οποία φαίνεται νομίζω αισθητά και νομίζω ότι θα πάει ακόμα καλύτερα.

- **Ποια είναι τα ανταγωνιστικά πλεονέκτημα που ξεχωρίζουν την Πάτμο από τα άλλα νησιά του Αιγαίου;**

Πιστεύω ότι το μεγάλο μας πλεονέκτημα είναι το μοναστήρι μας, για το οποίο έρχεται πολύς κόσμος καθώς αποτελεί ένα μνημείο παγκόσμιας κληρονομιάς.

- **Ποια οφέλη προσφέρει ο τουρισμός στους κατοίκους του νησιού;**

- **Ποιες είναι οι αρνητικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο νησί (οικονομικές, κοινωνικές, περιβαλλοντικές);**

Δεν νομίζω να υπάρχουν αρνητικές επιδράσεις. Εγώ τουλάχιστον δεν μπορώ να εντοπίζω καμία αρνητική επίπτωση από τον τουρισμό στο νησί μας.

- **Ποια χαρακτηριστικά έχει η τουριστική ανάπτυξη της Πάτμου (π.χ. ντόπια/μη ντόπια, μικρής/μεγάλης κλίμακας, μαζικός-σκληρός/εναλλακτικός-ήπιος τουρισμός, αειφόρος/μη αειφόρος);**

Θα μπορούσε να έχει μεγαλύτερη διάρκεια και αυτό που όλοι θέλουμε είναι να μεγαλώσουμε τη σεζόν.

- **Παρακαλώ αξιολογείστε τις τουριστικές υποδομές του νησιού (καταλύματα, εστιατόρια, καφετέριες-μπαρ, τουριστικά γραφεία, τουριστικές υπηρεσίες, κλπ)**

Θεωρώ ότι οι υποδομές στο νησί έχουν ανέβει πάρα πολύ. Όλος ο κόσμος προσπαθεί να τις βελτιώσει, και πιστεύω ότι είμαστε σε πολύ καλή κατάσταση πλέον. Ό,τι γίνεται είναι πλέον ποιοτικό.

- **Παρακαλώ αξιολογείστε τις γενικότερες υποδομές του νησιού (συγκοινωνίες, ύδρευση, ηλεκτροδότηση, αποχέτευση, οδικό δίκτυο, υγειονομική περίθαλψη, κλπ)**

Το ζήτημα της συγκοινωνίας είναι κρίσιμο, καθώς εάν ήταν πιο πυκνή αυτό θα είχε ως αποτέλεσμα την επιμήκυνση της σεζόν. Φέτος που οι συνθήκες ήταν καλύτερες, πραγματικά είδαμε μεγάλη βελτίωση και πιστεύω ότι αυτό θα συνεχιστεί και τον επόμενο χρόνο. Η σύνδεση με νησιά όπως η Ικαρία, η Σάμος και η Μύκονος, όπως κάναμε φέτος είχε πολύ θετικά αποτελέσματα.

Όλες οι άλλες υποδομές είναι επίσης σε πολύ καλό επίπεδο. Το μόνο πρόβλημα που είχαμε ήταν με το θέμα της ύδρευσης αλλά και πάλι αυτό δημιουργείται μόνο τους μήνες αιχμής.

- **Ποιες εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχουν αναπτυχθεί στο νησί;**

Βασικά πιστεύω πως ο κύριος λόγος που έρχεται κάποιος στο νησί μας είναι το Σπήλαιο και το Μοναστήρι. Εντούτοις διαθέτουμε πανέμορφες παραλίες και είναι ένα ήσυχο και ήρεμο νησί και αυτό κάνει τη διαφορά. Οι κάτοικοι είναι ευγενείς και απευθυνόμαστε κυρίως στις οικογένειες και τον ποιοτικό τουρισμό.

- **Θεωρείτε ότι η Πάτμος έχει περιθώρια περαιτέρω τουριστικής ανάπτυξης;**

Βεβαίως. Και πιστεύω ότι τα επόμενα χρόνια αυτό θα φανεί.

- **Ποια είναι τα προβλήματα που αναστέλλουν την αναπτυξιακή πορεία του νησιού;**

Τα είπαμε ήδη. Είναι η συγκοινωνία ή το μεγάλο μήκος του ταξιδιού.

- **Τι θα πρέπει κατά τη γνώμη σας να γίνει/αλλάξει/βελτιωθεί προκειμένου να αναπτυχθεί περαιτέρω τουριστικά η Πάτμος;**

Χρειάζεται να έχουμε ομόνοια ως πολίτες, να κοιτάμε το γενικότερο καλό του νησιού και να έχουμε συνεργασία μεταξύ μας. Αυτό πιστεύω πως είναι το κυριότερο αυτή τη στιγμή.

- **Ποιοι είναι οι εμπλεκόμενοι φορείς στην τουριστική ανάπτυξη της Πάτμου;**

Θεωρώ ότι κυριότερος φορέας είναι ο Δήμος. Οι υπόλοιποι φορείς και ενώσεις απλά πρέπει να συντονίζονται από αυτόν.

- **Ποιες προοπτικές διαγράφονται για τον τουρισμό της Πάτμου στο μέλλον;**

Τα είπαμε ήδη. Πιστεύω ότι η πορεία της Πάτμου θα είναι λαμπρή. Απλά χρειάζεται περισσότερη διαφήμιση και γι' αυτό υπεύθυνοι είμαστε όλοι.

- **Άλλα σχόλια – προτάσεις**

Όλοι πρέπει να δουλέψουμε για το καλό αυτού του νησιού.

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ 3

Όνοματεπώνυμο	Κοκκώνης Α.
Επιχείρηση / Οργανισμός / Υπηρεσία	Επιχείρηση θαλασσιών σπορ
Τίτλος θέσης / αξιώματος	Υπεύθυνος
Έτη υπηρεσίας/εργασίας στην θέση αυτή	

- **Ποια είναι η πορεία του τουρισμού τα τελευταία χρόνια στη Πάτμο;**

Είναι ανοδική, αν και τα τελευταία δύο χρόνια παρουσιάζει πτώση στον τομέα των Ελλήνων επισκεπτών. Αν και θέλουν πάρα πολύ να επισκεφθούν το νησί, δεν μπορούν λόγω της κρίσης.

- **Ποια είναι τα ανταγωνιστικά πλεονέκτημα που ξεχωρίζουν την Πάτμο από τα άλλα νησιά του Αιγαίου;**

Η ιδιαιτερότητά της ως όμορφο νησί. Έχει πολλές διαφορές από τα άλλα νησιά. Είναι σταυροδρόμι για να πραγματοποιείς κοντινές εκδρομές. Μπορείς να βρεις σχεδόν τα πάντα και πολύ εύκολα. Επίσης και το θρησκευτικό κομμάτι αναδεικνύει το νησί με την μεγάλη ιστορία και ιδιαιτερότητά του. Επίσης δημιουργεί κάποια πολύ έντονα vibes. .

- **Ποια οφέλη προσφέρει ο τουρισμός στους κατοίκους του νησιού;**

Τα πάντα. Από τον τουρισμό ζούμε. Ακόμα και ο ψαράς θα πουλήσει περισσότερα ψάρια τον Αύγουστο.

- **Ποιες είναι οι αρνητικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο νησί (οικονομικές, κοινωνικές, περιβαλλοντικές);**

Κοινωνικά και ενάντια προς τον Πατμιακό λαό και το νησί είναι ότι θα υπάρξουν άνθρωποι που θα ριζώσουν στο νησί για προσωπικά συμφέροντα και θα δημιουργήσουν προβλήματα. Ακόμα και στο περιβάλλον. Όποιος για οικονομικούς λόγους καταστρέφει το περιβάλλον, στρέφεται εκ των πραγμάτων εναντίον των μόνιμων κατοίκων του.

- **Ποια χαρακτηριστικά έχει η τουριστική ανάπτυξη της Πάτμου (π.χ. ντόπια/μη ντόπια, μικρής/μεγάλης κλίμακας, μαζικός-σκληρός/εναλλακτικός-ήπιος τουρισμός, αειφόρος/μη αειφόρος);**

- **Παρακαλώ αξιολογείστε τις τουριστικές υποδομές του νησιού (καταλύματα, εστιατόρια, καφετέριες-μπαρ, τουριστικά γραφεία, τουριστικές υπηρεσίες, κλπ)**

Μόνο τα τουριστικά γραφεία στην Πάτμο, με τη δουλειά που κάνουν θα μπορούσαν να αξιολογηθούν με ένα βαθμό 8 ή και 9 σε δεκάβαθμη κλίμακα. Το ίδιο και τα εστιατόρια και τα καφέ, στα οποία αν και υπάρχουν διακυμάνσεις, θα μπορούσα επίσης να τα αξιολογήσω με ένα 9. Σε ότι αφορά τα καταλύματα αν και οι ιδιοκτήτες τους προσπαθούν για το καλύτερο, υπάρχουν σε άλλα νησιά καταλύματα που προσφέρουν περισσότερες παροχές. Εντούτοις για παράδειγμα τα καταλύματα στη Χώρα είναι πανέμορφα και δεν μπορεί να τα βρει κανείς πουθενά αλλού, οπότε για τον λόγο αυτό θα τα αξιολογούσα επίσης με υψηλό βαθμό.

- **Παρακαλώ αξιολογείστε τις γενικότερες υποδομές του νησιού (συγκοινωνίες, ύδρευση, ηλεκτροδότηση, αποχέτευση, οδικό δίκτυο, υγειονομική περίθαλψη, κλπ)**

Κάθε νησί έχει τα προβλήματά του, όπως και κάθε πόλη. Στην Πάτμο θα μπορούσαμε να πούμε ότι είμαστε στο 7.

- **Ποιες εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχουν αναπτυχθεί στο νησί;**

Ο κόσμος εκτός από το μοναστήρι, έχει αρχίσει να έρχεται και για τον αθλητικό τουρισμό. Έρχονται για την ομορφιά του νησιού, τη γραφικότητά του, τους αρέσει να περπατάνε σε διάφορα μονοπάτια που έχουν διαμορφωθεί

- **Θεωρείτε ότι η Πάτμος έχει περιθώρια περαιτέρω τουριστικής ανάπτυξης;**

Σίγουρα υπάρχουν. Και αγροτουρισμού και τουρισμού σε σχέση με τη θάλασσα. Αν είχαμε λίγο περισσότερη βοήθεια θα μπορούσε επίσης να υπάρξει και ανάπτυξη των θαλασσίων σπορ, όπως θαλάσσιο σκι, ή γούντ σερφ για τα οποία μπορώ να καταθέσω και την προσωπική μου εμπειρία.

- **Ποια είναι τα προβλήματα που αναστέλλουν την αναπτυξιακή πορεία του νησιού;**

Αφ' ενός είναι η ιδιομορφία του ίδιου του φυσικού ανάγλυφου του νησιού, καθώς δεν υπάρχουν πάντα οι δυνατότητες για εξάσκηση των θαλασσίων σπορ καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Από την άλλη η συγκοινωνία φέτος ήταν πολύ βελτιωμένη αν και

γενικά το θέμα αυτό χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή. Η σημασία αυτού του παράγοντα φάνηκε φέτος που το ζήτημα αυτό προσεγγίστηκε προσεκτικότερα

- **Τι θα πρέπει κατά τη γνώμη σας να γίνει/αλλάξει/βελτιωθεί προκειμένου να αναπτυχθεί περαιτέρω τουριστικά η Πάτμος;**

- **Ποιοι είναι οι εμπλεκόμενοι φορείς στην τουριστική ανάπτυξη της Πάτμου;**

Κατά τη γνώμη μου πρώτα πρώτα είναι οι απλοί άνθρωποι, οι ίδιοι οι επιχειρηματίες. Φυσικά σημαντικός είναι ο ρόλος του Δήμου, τα διάφορα Υπουργεία, η ίδια η Ελλάδα στο πώς θα κινηθεί οργανωμένα στο κομμάτι του τουρισμού.

- **Ποιες προοπτικές διαγράφονται για τον τουρισμό της Πάτμου στο μέλλον;**

Η Πάτμος μπορεί να έχει καλό μέλλον αλλά πρέπει να αλλάξει και η κατάσταση στην Ελλάδα ώστε να προχωρήσουμε. Παλιά βασικός πυλώνας ήταν οι Έλληνες, τώρα είναι οι ξένοι. Ανάλογα με τους μήνες, έχουμε και διαφορετικό τουρισμό. Στις αρχές (Απρίλιο-Μάιο-Ιούνιο) έχουμε περισσότερη Σκανδιναβία, λίγη Γαλλία και Γερμανία. Τον Ιούλιο έχουμε περισσότερους Ιταλούς και Γερμανούς, ακόμα και λίγους Ελβετούς. Ειδικά προς το τέλος της κάθε σεζόν όλοι αυτοί μαζί και κάποιους Έλληνες.

- **Άλλα σχόλια – προτάσεις**

Είναι πολύ σημαντικό να προσεγγίζουν το νησί μας οι άνθρωποι όχι τον Αύγουστο που ο κόσμος είναι πάρα πολύς, αλλά και τους υπόλοιπους μήνες ώστε να το ευχαριστιούνται περισσότερο.

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ 4

Όνοματεπώνυμο	Ελένη Μ.
Επιχείρηση / Οργανισμός / Υπηρεσία	Τουριστική Επιτροπή Προβολής και Ανάπτυξης
Τίτλος θέσης / αξιώματος	Πρόεδρος – Δημοτική Σύμβουλος
Έτη υπηρεσίας/εργασίας στην θέση αυτή	

- **Ποια είναι η πορεία του τουρισμού τα τελευταία χρόνια στη Πάτμο;**

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μία σταθερή άνοδος στην τουριστική κίνηση του νησιού σε όλους τους μήνες της καλοκαιρινής σεζόν της τάξης του 10-15%.

- **Ποια είναι τα ανταγωνιστικά πλεονέκτημα που ξεχωρίζουν την Πάτμο από τα άλλα νησιά του Αιγαίου;**

Πέρα από το θρησκευτικό στοιχείο το οποίο καθιστά το νησί παγκόσμιο σημείο αναφοράς, η Πάτμος διαθέτει έναν ιδιαίτερο χαρακτήρα που συνδυάζει τόσο την απλότητα όσο και τον κοσμοπολίτικο αέρα. Κι όλα αυτά σε έναν καμβά με ποικίλα τοπία έντονου φυσικού κάλλους.

- **Ποια οφέλη προσφέρει ο τουρισμός στους κατοίκους του νησιού;**

Η τοπική οικονομία του νησιού στηρίζεται κυρίως στον τουρισμό, επομένως αποτελεί τον βασικότερο πυλώνα της Πάτμου. Όμως πέρα από αυτό αποτελεί και το κίνητρο για να αναπτύσσουν και εξελίσσουν οι κάτοικοι την επιστημονική και επαγγελματική τους κατάρτιση και παράλληλα να ενισχύεται η πολιτιστική διάσταση του νησιού.

- **Ποιες είναι οι αρνητικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο νησί (οικονομικές, κοινωνικές, περιβαλλοντικές);**

Μέχρι σήμερα θεωρώ ότι δεν υπάρχουν επιπτώσεις. Η μόνη επίπτωση που θα μπορούσε να επέλθει είναι η περιβαλλοντική, αλλά ο Άγιος Ιωάννης ο Θεολόγος ευλόγησε τούτον τον τόπο και πιστεύω ότι θα τον προστατεύει εσαεί από την υπερβολή, προσφέροντάς του την απαιτούμενη ισορροπία.

- **Ποια χαρακτηριστικά έχει η τουριστική ανάπτυξη της Πάτμου (π.χ. ντόπια/μη ντόπια, μικρής/μεγάλης κλίμακας, μαζικός-σκληρός/εναλλακτικός-ήπιος τουρισμός, αειφόρος/μη αειφόρος);**

Η Πάτμος έχει τουρισμού υψηλού οικονομικά και μορφωτικά επιπέδου, ο οποίος είναι πιο επιλεκτικός και εκλεκτικός στις επιλογές του. Η ανάπτυξη της είναι ήπια καθότι πάντα κύριο μέλημα όλων είναι να διατηρείται αναλλοίωτη η αυθεντικότητα και η απλότητα του νησιού.

- **Παρακαλώ αξιολογείστε τις τουριστικές υποδομές του νησιού (καταλύματα, εστιατόρια, καφετέριες-μπαρ, τουριστικά γραφεία, τουριστικές υπηρεσίες, κλπ)**

Πρωτίστως, υπάρχουν επιχειρήσεις διαφόρων κατηγοριών, άλλες πολύ προσεγμένες παρέχοντας όλες τις σύγχρονες ανέσεις κι άλλες πιο παραδοσιακές. Το κοινό στοιχείο των περισσότερων από αυτές είναι ότι πρόκειται για μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις κι όχι για αλυσίδες επιχειρήσεων ή για επιχειρήσεις με πολλά άτομα προσωπικό. Ειδικά οι οικογενειακές είναι ιδιαίτερα προσεγμένες και φροντισμένες, αλλά πολλές από αυτές επιδέχονται αρκετή βελτίωση ώστε να προσφέρουν σύγχρονη διακόσμηση και παροχές.

- **Παρακαλώ αξιολογείστε τις γενικότερες υποδομές του νησιού (συγκοινωνίες, ύδρευση, ηλεκτροδότηση, αποχέτευση, οδικό δίκτυο, υγειονομική περίθαλψη, κλπ)**

Σε γενικά πλαίσια και δεδομένων των σημερινών οικονομικών καταστάσεων και των προβλημάτων που αντιμετωπίζει η νησιωτική Ελλάδα, η Πάτμος παρέχει όλα τα ως άνω σε ικανοποιητικό βαθμό. Βεβαίως, το συγκοινωνιακό και ειδικότερα η ακτοπλοϊκή της σύνδεση είναι ένα θέμα που απασχολεί έντονα. Όμως τα τελευταία δύο χρόνια φαίνεται να παίρνει το δρόμο του με την προσθήκη περισσότερων δρομολογίων και περισσότερων λιμένων επικοινωνίας. Το αποχετευτικό σε ορισμένες τουριστικές περιοχές (π.χ. Γροίκος) είναι ένα ζήτημα που χρήζει επίλυσης καθότι δεν γίνεται να ζητάμε αύξηση του τουρισμού όταν οι παροχές σε αυτό το επίπεδο δεν επαρκούν. Η υγειονομική περίθαλψη συγκριτικά με άλλα νησιά είναι ικανοποιητική, εάν όμως την εξετάσουμε μεμονωμένα χρειάζεται ενίσχυση σε ιατρικό προσωπικό και εξοπλισμό.

- **Ποιες εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχουν αναπτυχθεί στο νησί;**

Στο νησί πέρα από τον θρησκευτικό τουρισμό, αναπτύσσεται ο θαλάσσιος τουρισμός και τώρα γίνεται μία πρώτη προσπάθεια για να αναπτυχθεί ο περιπατητικός ενώ από την ερχόμενη σεζόν θα αναπτυχθούν δράσεις για τον αθλητικό τουρισμό.

- **Θεωρείτε ότι η Πάτμος έχει περιθώρια περαιτέρω τουριστικής ανάπτυξης;**

Φυσικά. Οι δυνατότητες του νησιού είναι πολλές τόσο σε επίπεδο ανάπτυξης επιχειρήσεων όσο και σε επίπεδο επιμήκυνσης της περιόδου μέσω εναλλακτικών μορφών τουρισμού και ειδικών πακέτων προσφορών σε εξωτερικό και εσωτερικό.

- **Ποια είναι τα προβλήματα που αναστέλλουν την αναπτυξιακή πορεία του νησιού;**

Η μερική έλλειψη διάθεσης για καινούριες τακτικές προώθησης και προσέλκυσης τουριστών (Newsletter, Social Media κλπ), αλλά και η ελλιπής κατάρτιση των επιχειρηματιών η οποία καθυστερεί την ανάπτυξη.

- **Τι θα πρέπει κατά τη γνώμη σας να γίνει/αλλάξει/βελτιωθεί προκειμένου να αναπτυχθεί περαιτέρω τουριστικά η Πάτμος;**

Περισσότερη και επαρκέστερη κατάρτιση, επιθετικότερη προωθητική πολιτική, ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού και ανακαίνιση παροχών/επιχειρήσεων (σε ορισμένες περιπτώσεις) και σταθερό συγκοινωνιακό πρόγραμμα δρομολογίων το οποίο θα γνωστοποιείται εγκαίρως.

- **Ποιοι είναι οι εμπλεκόμενοι φορείς στην τουριστική ανάπτυξη της Πάτμου;**

Η τοπική αυτοδιοίκηση (δήμος και περιφέρεια), επαγγελματικοί σύλλογοι και σωματεία, επιχειρηματίες μεμονωμένοι.

- **Ποιες προοπτικές διαγράφονται για τον τουρισμό της Πάτμου στο μέλλον;**

Σταδιακή ανάπτυξη και προσέλκυση τουριστών από περισσότερες αγορές σε διεθνές επίπεδο. Επιμήκυνση σεζόν.

- **Άλλα σχόλια – προτάσεις;**

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ 5

Όνοματεπώνυμο	Γεώργιος Μπ.
Επιχείρηση / Οργανισμός / Υπηρεσία	Τελωνείο Πάτμου
Τίτλος θέσης / αξιώματος	Προϊστάμενος
Έτη υπηρεσίας/εργασίας στην θέση αυτή	

- **Ποια είναι η πορεία του τουρισμού τα τελευταία χρόνια στη Πάτμο;**

Τα τελευταία χρόνια η πορεία του Τουρισμού στην Πάτμο είναι ανοδική. Ιδιαίτερα με κάποια ιδιωτικά σκάφη αναψυχής που έρχονται από Τουρκία. Στον τομέα αυτό υπάρχει αλματώδης αύξηση.

- **Ποια είναι τα ανταγωνιστικά πλεονέκτημα που ξεχωρίζουν την Πάτμο από τα άλλα νησιά του Αιγαίου;**

Η Πάτμος έχει το σπήλαιο της Αποκάλυψης και το Μοναστήρι του Αγίου Ιωάννη και κατά συνέπεια είναι κυρίως ένας θρησκευτικός προορισμός. Δυστυχώς δεν υπάρχει ιδιαίτερη ανάπτυξη άλλων ειδών τουρισμού στο νησί.

- **Ποια οφέλη προσφέρει ο τουρισμός στους κατοίκους του νησιού;**

Ενίσχυση της οικονομίας του νησιού. Κατά βάση το νησί ζει από τον τουρισμό.

- **Ποιες είναι οι αρνητικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο νησί (οικονομικές, κοινωνικές, περιβαλλοντικές);**

Θα έλεγα ότι είναι κυρίως κοινωνικές και όχι περιβαλλοντικές ή οποιουδήποτε άλλου είδους.

- **Ποια χαρακτηριστικά έχει η τουριστική ανάπτυξη της Πάτμου (π.χ. ντόπια/μη ντόπια, μικρής/μεγάλης κλίμακας, μαζικός-σκληρός/εναλλακτικός-ήπιος τουρισμός, αειφόρος/μη αειφόρος);**

- **Παρακαλώ αξιολογήστε τις τουριστικές υποδομές του νησιού (καταλύματα, εστιατόρια, καφετέριες-μπαρ, τουριστικά γραφεία, τουριστικές υπηρεσίες, κλπ)**

Θα έλεγα ότι είναι σε πολύ καλή κατάσταση

- **Παρακαλώ αξιολογείστε τις γενικότερες υποδομές του νησιού (συγκοινωνίες, ύδρευση, ηλεκτροδότηση, αποχέτευση, οδικό δίκτυο, υγειονομική περίθαλψη, κλπ)**

Οι συγκοινωνίες είναι λίγο δύσκολες καθώς δεν υπάρχει κάθε μέρα πλοίο από τον Πειραιά και αυτό έχει ως αποτέλεσμα ο κόσμος να συνωστίζεται στο νησί Ιούλιο Αύγουστο. Το οδικό δίκτυο είναι σε αρκετά καλή κατάσταση ενώ αυτή την περίοδο επισκευάζεται και το αποχετευτικό δίκτυο. Έτσι θα λυθεί το πρόβλημα. Στα ζητήματα της υγειονομικής περίθαλψης έχουμε το Κέντρο Υγείας το οποίο προσφέρει κάποιες υπηρεσίες, στο μέτρο του δυνατού.

- **Ποιες εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχουν αναπτυχθεί στο νησί;**
- **Θεωρείτε ότι η Πάτμος έχει περιθώρια περαιτέρω τουριστικής ανάπτυξης;**
Νομίζω πως έχει.
- **Ποια είναι τα προβλήματα που αναστέλλουν την αναπτυξιακή πορεία του νησιού;**
- **Τι θα πρέπει κατά τη γνώμη σας να γίνει/αλλάξει/βελτιωθεί προκειμένου να αναπτυχθεί περαιτέρω τουριστικά η Πάτμος;**

Θα πρέπει να αλλάξει η νοοτροπία των κατοίκων. Επίσης να ολοκληρωθεί το δίκτυο αποχέτευσης και ύδρευσης καθώς το καλοκαίρι αντιμετωπίζουμε κάποια προβλήματα. Ενισχύεται βέβαια με δεξαμενόπλοια που μεταφέρουν νερό.

- **Ποιοι είναι οι εμπλεκόμενοι φορείς στην τουριστική ανάπτυξη της Πάτμου;**
Κατά βάση ο Δήμος, και οι φορείς, τα σωματεία των Ξενοδόχων, των επαγγελματιών κτλ.
- **Ποιες προοπτικές διαγράφονται για τον τουρισμό της Πάτμου στο μέλλον;**
Νομίζω ότι οι προοπτικές είναι ευοίωνες. Προβλέπω αύξηση για το μέλλον.
- **Άλλα σχόλια – προτάσεις**

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ 6

Όνοματεπώνυμο	ANNA P.
Επιχείρηση / Οργανισμός / Υπηρεσία	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ
Τίτλος θέσης / αξιώματος	ΙΔΙΟΚΤΗΤΡΙΑ
Έτη υπηρεσίας/εργασίας στην θέση αυτή	27

- **Ποια είναι η πορεία του τουρισμού τα τελευταία χρόνια στη Πάτμο;**

Αρκετά καλή με εξαίρεση τον Ιούνιο και Ιούλιο 2015.

- **Ποια είναι τα ανταγωνιστικά πλεονέκτημα που ξεχωρίζουν την Πάτμο από τα άλλα νησιά του Αιγαίου;**

Η Αποκάλυψη / Μονή Ιωάννου του Θεολόγου, προσφέρει στον επισκέπτη την ηρεμία, και την φιλοξενία που όλοι ζητούν.

- **Ποια οφέλη προσφέρει ο τουρισμός στους κατοίκους του νησιού;**

Ο τουρισμός είναι ο άξονας στο νησί αφού η κάτοικοι έχουν μόνο τουριστικές ασχολίες.

- **Ποιες είναι οι αρνητικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο νησί (οικονομικές, κοινωνικές, περιβαλλοντικές);**

Δεν υπάρχουν αρνητικά σχόλια.

- **Ποια χαρακτηριστικά έχει η τουριστική ανάπτυξη της Πάτμου (π.χ. ντόπια/μη ντόπια, μικρής/μεγάλης κλίμακας, μαζικός-σκληρός/εναλλακτικός-ήπιος τουρισμός, αειφόρος/μη αειφόρος);**

Θα έλεγα μαζικής ανάπτυξης.

- **Παρακαλώ αξιολογήστε τις τουριστικές υποδομές του νησιού (καταλύματα, εστιατόρια, καφετέριες-μπαρ, τουριστικά γραφεία, τουριστικές υπηρεσίες, κλπ)**

Σε μικρά ξενοδοχεία οι υποδομές είναι ελλιπείς όπως και σε κάποια εστιατόρια και καφέ. Η παρουσία της ενδυμασίας και συμπεριφοράς στον πελάτη είναι βασικός παράγων.

- **Παρακαλώ αξιολογείστε τις γενικότερες υποδομές του νησιού (συγκοινωνίες, ύδρευση, ηλεκτροδότηση, αποχέτευση, οδικό δίκτυο, υγειονομική περίθαλψη, κλπ)**

Ελλιπείς... φτωχές... απών..... καθαρισμός του νησιού.

- **Ποιες εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχουν αναπτυχθεί στο νησί;**

Τίποτα.....

- **Θεωρείτε ότι η Πάτμος έχει περιθώρια περαιτέρω τουριστικής ανάπτυξης;**

Μεγάλα περιθώρια ,...με τους σωστούς χειρισμούς.

- **Ποια είναι τα προβλήματα που αναστέλλουν την αναπτυξιακή πορεία του νησιού;**

Δεν υπάρχουν σωστοί συνεργάτες να αγαπούν τον τόπο και τον χειμώνα. ..όχι μόνο το καλοκαίρι (εισέπραξαν και αναχώρησαν 31 Αυγούστου.)

- **Τι θα πρέπει κατά τη γνώμη σας να γίνει/αλλάξει/βελτιωθεί προκειμένου να αναπτυχθεί περαιτέρω τουριστικά η Πάτμος;**

Να δούμε μαζικά τα προβλήματα. Να συμπεριλαμβάνουν υπόψη και τους επιχειρηματίες και όχι μόνο όταν χρειάζονται εθελοντισμό από αυτούς ...Ο επιχειρηματίας ακούει και βλέπει τα προβλήματα της καθημερινότητας.

- **Ποιοι είναι οι εμπλεκόμενοι φορείς στην τουριστική ανάπτυξη της Πάτμου;**

Τουριστική επιτροπή και δήμος.

- **Ποιες προοπτικές διαγράφονται για τον τουρισμό της Πάτμου στο μέλλον;**

Είναι πολλά και αβέβαια...

- **Άλλα σχόλια – προτάσεις;**

Συνεργασία και αγάπη για τον τόπο μας...