

**ΤΕΙ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ
ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ
ΤΟΥ ΝΗΣΟΥ ΡΟΔΟΥ.**



Σπουδαστής: Χρυσ αφίνης Αγαπητός ΑΕΜ: 2001045

Επιβλέπων καθηγητής: Αλεξόπουλος Ανδρέας

**ΚΑΛΑΜΑΤΑ
ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2008**

Ευχαριστίες

Κατά την εκπόνηση της παρούσας εργασίας η πρακτική και ψυχολογική βοήθεια που έλαβα ήταν καταλυτική για την ολοκλήρωσή της.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα Καθηγητή κ. Αλεξόπουλο Ανδρέα, για την πολύτιμη βοήθεια και καθοδήγησή του.

Επίσης θέλω να ευχαριστήσω την οικογένειά μου που με στηρίζει όλα αυτά τα χρόνια.

Τέλος, ευχαριστώ το προσωπικό των Δημοσίων Φορέων της Ρόδου και όλους όσους συνέβαλαν για την ολοκλήρωση αυτής της εργασίας.

Χρυσ αφίνης Αγαπητός

Περίληψη

Σκοπός της εργασίας είναι να μελετηθεί η σημασία του τουρισμού στην ανάπτυξη της Ρόδου, όπως επίσης και για την υπόλοιπη Ελλάδα. Παράλληλα, επιχειρείται η διερεύνηση της συμβολής της τοπικής αυτοδιοίκησης είτε με τουριστικές επενδύσεις είτε με άλλους τρόπους.

Στο πρώτο μέρος της εργασίας εξετάζονται σημαντικές γενικές έννοιες αναφορικά με τον τουρισμό (τι είναι ο τουρισμός, από που και πότε ξεκίνησε), αναλύεται η έννοια του τουρισμού στην Ελλάδα καθώς και η εικόνα που παρουσιάζει η τουριστική ανάπτυξη του Νησιού της Ρόδου.

Στο δεύτερο μέρος της εργασίας σημαντικό ρόλο παίζουν οι δημόσιοι φορείς της Ρόδου καθώς παίρνουν μέρος σε αυτή την εργασία μέσω της έρευνας που πραγματοποιείται. Θα δούμε την άποψή τους για τον τουρισμό στη Ρόδο, σε τι μειονεκτεί η Ρόδος και τι θα πρέπει να κάνουν οι τοπικοί φορείς, έτσι ώστε να βελτιώσουν την τουριστική ανάπτυξή της.

Περιεχόμενα

Περιεχόμενα	4
Εισαγωγή	6
Κεφάλαιο 1^ο	8
Γενικά στοιχεία για τον Τουρισμό	8
1.1 Η έννοια του Τουρισμού.....	8
1.2 Ιστορική ανασκόπηση	10
1.3 Η διάκριση του Τουρισμού.....	11
1.4 Εναλλακτικές μορφές του Τουρισμού.....	16
1.5 Η Τουριστική ανάπτυξη	17
1.5.1 Παράγοντες ανάπτυξης του Τουρισμού.....	17
1.5.2 Πλεονεκτήματα της τουριστικής ανάπτυξης	19
1.5.3 Μειονεκτήματα της τουριστικής ανάπτυξης	21
1.6 Η διοίκηση των επισκεπτών: το εργαλείο του νέου τουρισμού	22
Κεφάλαιο 2^ο	28
Υποδομές και τουριστική ανάπτυξη	28
2.1 Η έννοια της υποδομής.....	28
2.2 Υποδομές και διαδικασία οικονομικής ανάπτυξης.....	29
2.3 Οι επιπτώσεις των υποδομών στην τουριστική ανάπτυξη	31
Κεφάλαιο 3^ο	36
Ο Τουρισμός στην Ελλάδα	36
3.1 Η πορεία του Τουρισμού στην Ελλάδα	36
3.2 Φορείς στήριξης του Ελληνικού Τουρισμού	39
3.2.1 Το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης.....	39
3.2.2 Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ).....	40
3.2.3 Ο Οργανισμός Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης (ΟΤΕΚ)	40
3.2.4 Το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος (ΞΕΕ).....	41
3.3 Στρατηγικό σχέδιο ανάπτυξης του Ελληνικού Τουρισμού 2004 - 2010	42
3.4 Στατιστικά στοιχεία για τον Τουρισμό στην Ελλάδα	46
Κεφάλαιο 4^ο	48
Γενικές Πληροφορίες της νήσου Ρόδου	48
4.1 Διοικητική διαίρεση της Ρόδου	48
4.2 Δήμος Αρχαγγέλλου	49
4.2.1 Μορφολογία	49
4.2.2 Δημογραφία	49
4.2.3 Στοιχεία απασχόλησης.....	50
4.3 Δήμος Αφαντού	50

4.3.1	Μορφολογία	50
4.3.2	Δημογραφία	51
4.4	Δήμος Ιαλυσού	51
4.5	Δήμος Καλλιθέας.....	52
4.6	Δήμος Καμείρου.....	52
4.7	Δήμος Λινδίων.....	53
4.7.1	Μορφολογία	53
4.7.2	Δημογραφία	54
Κεφάλαιο 5^ο		55
Η Τουριστική Ανάπτυξη του Δήμου Ρόδου.....		55
5.1	Πληροφορίες για το νησί της Ρόδου.....	55
5.1.1	Παραλίες	57
5.1.2	Αξιοθέατα / Μουσεία.....	57
5.1.3	Φεστιβάλ/Γιορτές	58
5.1.4	Μουσεία / Εκθέσεις	58
5.2	Η τουριστική εικόνα της Ρόδου.....	60
5.2.1	Εντοπισμός των αγορών στόχων.....	60
5.2.2	Τα χαρακτηριστικά της εικόνας της Ρόδου	61
5.2.3	Σημεία βελτίωσης της εικόνας.....	63
5.3	Ξενοδοχειακές μονάδες και κλίνες του Νομού Δωδεκανήσου	65
5.3.1	Ξενοδοχειακές μονάδες	65
5.3.2	Δωμάτια	66
5.3.3	Κλίνες.....	67
5.3.4	Ενοικιαζόμενα δωμάτια	68
5.4	Κίνηση Αερολιμένα Ρόδου “ΔΙΑΓΟΡΑΣ”	69
5.5	Αφίξεις – Διανυκτερεύσεις – Πληρότητα ανά κατηγορία καταλύματος.....	70
Κεφάλαιο 6^ο		71
Αποτελέσματα της έρευνας		71
6.1	Μεθοδολογία έρευνας της τουριστικής ανάπτυξης της Ρόδου.....	71
6.2	Αποτελέσματα της έρευνας	71
Κεφάλαιο 7^ο		80
Συμπεράσματα – Προτάσεις		80
7.1	Συμπεράσματα	80
7.2	Προτάσεις	83
7.3	Επίλογος	84
Βιβλιογραφία.....		85
Πηγές.....		86
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ		87

Εισαγωγή

Ο τουρισμός στη σύγχρονη μορφή του, θα μπορούσε να ορισθεί σαν η πρόσκαιρη μετακίνηση ανθρώπων από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους σ'ένα άλλο τόπο με σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών καθώς και η οργανωμένη προσπάθεια για την προσέλκυση, υποδοχή και καλύτερη εξυπηρέτηση αυτών των ανθρώπων.

Στον αναπτυγμένο κόσμο οι άνθρωποι ταξιδεύουν αρκετά συχνά για διάφορους λόγους. Για διακοπές ή για επαγγελματικό σκοπό, για να επισκεφθούν φίλους ή να γνωρίσουν νέους τόπους, για να ξεκουραστούν ή για να ανεβάσουν ταχύτητα, οι άνθρωποι πάντα έχουν κάποιο λόγο για να ταξιδεύουν. Όπως είναι εύκολα κατανοητό, λόγω των πολλών και ετερογενών απαιτήσεων, ο τουρισμός αποτελεί μια βιομηχανία με πολλές ιδιαιτερότητες, αφού σίγουρα καμία λύση δεν μπορεί να καλύψει όλες τις ανάγκες. Από την άλλη μεριά, πρόκειται για μία βιομηχανία υπηρεσιών στην οποία ο ανθρώπινος παράγοντας παίζει πρωταγωνιστικό ρόλο στην πελατειακή εμπειρία και ικανοποίηση.

Είναι χωρίς αμφιβολία γνωστό ότι ο τουρισμός αποτελεί τη βαριά βιομηχανία της χώρας μας. Είναι ένας από τους πιο σημαντικούς μοχλούς περιφερειακής και τοπικής ανάπτυξης, καθώς δημιουργεί θέσεις εργασίας και παράλληλα δίνει ζωή, πλούτο και εισοδηματικές ενισχύσεις σε απομακρυσμένες περιοχές, σε νησιά και ορεινές ζώνες της πατρίδας μας που έχουν την ατυχία να υστερούν σε άλλες παραγωγικές δυνατότητες. Με άλλα λόγια, ανοίγει δρόμους ανάπτυξης σε δεκάδες χιλιάδες μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις, γεωγραφικά κατανεμημένες σε ολόκληρη τη χώρα.

Η Ελλάδα είναι ήδη ένας από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς για τουρίστες από όλες τις χώρες. Με τους Ολυμπιακούς Αγώνες διαμορφώσαμε και στείλαμε σ'ολο τον κόσμο την εικόνα και την πραγματικότητα μιας σύγχρονης, προηγμένης και ασφαλούς χώρας. Σήμερα προωθούμε μια φιλόδοξη προσπάθεια να εκσυγχρονίσουμε

τον τομέα του τουρισμού μέσα από έναν συνδυασμό νέων νόμων και νέων μεγάλων επενδύσεων. Η Ελλάδα έχει διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στο διεθνές τουριστικό στερέωμα και έχει πετύχει πολλά, από τα νέα δημόσια έργα έως και τα τουριστικά θέρετρα υψηλών προδιαγραφών και γι' αυτό η Ελλάδα σήμερα μπορεί να συγκριθεί με τους πιο προηγμένους τουριστικούς προορισμούς.

Οι τοπικές αρχές κάθε περιοχής όπως και της Ρόδου καλούνται να διαδραματίσουν ένα πολύ σημαντικό ρόλο στην ενίσχυση, συντήρηση και διαχείριση των τοπικών υποδομών της περιοχής τους και να συμβάλλουν με τις προτάσεις, τα έργα και τις δράσεις τους στον εμπλουτισμό και την «επωδυμοποίηση» του τουριστικού προϊόντος, με τελικό στρατηγικό στόχο την ενίσχυση της τοπικής ανάπτυξης.

Στην παρούσα εργασία συγκεντρώνονται και αναλύονται τα συμπεράσματα της μελέτης που πραγματοποιήθηκε για τη διερεύνηση της υφιστάμενης κατάστασης της τουριστικής ανάπτυξης στην Ελλάδα και ειδικότερα στην περίπτωση της Ρόδου.

Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε ήταν αυτή της συλλογής και επεξεργασίας δευτερογενών στοιχείων από επίσημες πηγές καθώς και η αναζήτηση στοιχείων από δημοσιεύσεις τοπικού τύπου, διαφημιστικού υλικού και κλαδικά περιοδικά.

Κεφάλαιο 1^ο

Γενικά στοιχεία για τον Τουρισμό

1.1 Η έννοια του Τουρισμού

Ο τομέας του τουρισμού και των ταξιδιών δεν είναι δυνατό να οριοθετηθεί με πληρότητα και σαφήνεια, δεδομένου ότι οι τουριστικές δραστηριότητες επηρεάζουν και επηρεάζονται από μία μεγάλη ποικιλία παραγόντων καθώς και από το κοινωνικοοικονομικό και φυσικό περιβάλλον του κάθε κράτους. Σήμερα είναι κοινά παραδεκτό ότι ο τουρισμός επηρεάζει κάθε πτυχή της καθημερινής ζωής ενός τόπου και μπορεί να εξελιχθεί σε κύριο μοχλό ανάπτυξής του.

Ο “τουρισμός” ορίζεται σαν το «σύνολο των δραστηριοτήτων των ατόμων που ταξιδεύουν και παραμένουν σε ένα μέρος διαφορετικό από το σύνηθες περιβάλλον τους για διάστημα όχι μεγαλύτερο από ένα συνεχόμενο έτος για ψυχαγωγία, επαγγελματικούς και άλλους λόγους».¹

Ο τουρισμός είναι υποσύνολο των ταξιδιών, όπου τα ταξίδια νοούνται με την ευρεία έννοια που σημαίνει μετακίνηση από έναν τόπο σε άλλον. Ο τουρισμός καλύπτει την παγκόσμια αγορά ταξιδιών στο γενικό πλαίσιο της κινητικότητας του πληθυσμού και την παροχή υπηρεσιών σε επισκέπτες. Τουρισμός σημαίνει την πράξη του ταξιδιού σε τόπο διαφορετικό από το σύνηθες περιβάλλον ενός ατόμου για οποιοδήποτε σκοπό. Ορισμένοι ακούσιοι σκοποί ταξιδιού εξαιρούνται συμβατικά: εξαιρούνται οι ακούσιες διαμονές σε νοσοκομείο και άλλες ιατρικές εγκαταστάσεις που παρέχουν κλινική/ιατρική περίθαλψη, η οποία γίνεται με εντολή γιατρού. Άλλες ακούσιες

¹ Απόφαση της επιτροπής της 9ης Δεκεμβρίου 1998 για τις διαδικασίες εφαρμογής της οδηγίας 95/57/ΕΚ του Συμβουλίου σχετικά με τη συλλογή στατιστικών στοιχείων στον τομέα του τουρισμού (Επίσημη Εφημερίδα της ΕΕ. L 009 της 15/01/1999 σ. 0023 – 0047)

διαμονές που εξαιρούνται περιλαμβάνουν τη φυλάκιση και τη στρατιωτική θητεία (θα πρέπει να σημειωθεί ότι οι άδειες από τα αντίστοιχα ιδρύματα μπορούν κατά κανόνα να συμπεριλαμβάνονται στον τουρισμό).

Σε σχέση με μια δεδομένη χώρα, διακρίνονται τρεις μορφές τουρισμού:

- i) Ο **εγχώριος τουρισμός**, ο οποίος περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των κατοίκων μιας δεδομένης χώρας που ταξιδεύουν και διαμένουν σε τόπους στο εσωτερικό της χώρας αλλά έξω από το σύνηθες περιβάλλον τους
- ii) Ο **εισερχόμενος τουρισμός**, ο οποίος περιλαμβάνει τις δραστηριότητες μη μονίμων κατοίκων μιας δεδομένης χώρας που ταξιδεύουν και διαμένουν σε τόπους στο εσωτερικό της χώρας αλλά έξω από το σύνηθες περιβάλλον τους, και
- iii) Ο **εξερχόμενος τουρισμός**, ο οποίος περιλαμβάνει τις δραστηριότητες μονίμων κατοίκων μιας δεδομένης χώρας που ταξιδεύουν και διαμένουν σε τόπους στο εξωτερικό της χώρας και έξω από το σύνηθες περιβάλλον τους.

Παρόμοιοι ορισμοί μπορούν να χρησιμοποιηθούν για άλλες περιοχές, περιφέρειες ή ομάδες χωρών αντικαθιστώντας τη «χώρα» με την περιοχή αναφοράς. Οι τρεις βασικές μορφές τουρισμού μπορούν να συνδυαστούν με τρεις τρόπους έτσι ώστε να προκύψουν οι ακόλουθες κατηγορίες τουρισμού:

- i) εσωτερικός τουρισμός, που περιλαμβάνει τον «εγχώριο τουρισμό» και τον «εισερχόμενο» τουρισμό
- ii) εθνικός τουρισμός, που περιλαμβάνει τον «εγχώριο τουρισμό» και τον «εξερχόμενο» τουρισμό
- iii) διεθνής τουρισμός, που περιλαμβάνει τον «εισερχόμενο τουρισμό» και τον «εξερχόμενο» τουρισμό.

1.2 Ιστορική ανασκόπηση

Η επιθυμία του ανθρώπου να βλέπει και να γνωρίζει διαρκώς νέα πράγματα, να ανανεώνεται και να εμπλουτίζεται είναι έμφυτη. Παράλληλα, βέβαια, με την επιθυμία λειτουργεί ως μέγιστο κίνητρο και η περιέργεια για την γνωριμία με νέους κόσμους. Ακόμα και το πιο παλιό κείμενο της ελληνικής λογοτεχνίας, η «Οδύσσεια», μιλάει από τους πρώτους κιόλας στίχους για το πόσα είδε ο πολυταξιδεμένος Οδυσσεύς στις (όχι τουριστικές βέβαια) περιπλανήσεις του.

Πρώτοι πρόδρομοι του σύγχρονου τουρισμού θα μπορούσαν να θεωρηθούν οι αρχαίοι Έλληνες, γιατί ταξίδευαν όχι μόνο για να εμπορευτούν αλλά και να δουν και να γνωρίσουν νέους τόπους, νέους ανθρώπους, «κατ'εμπορίαν και θεωρίαν» όπως αναφέρει ο Ηρόδοτος. Ο Οδυσσεύς είναι, όπως είδαμε, ο πρώτος που εκφράζει αυτό το ανήσυχο πνεύμα όπως και ο Σόλωνας, ο Ηρόδοτος, ο Λυκούργος, ο Πυθαγόρας, ο Πλάτωνας και ο Πausanias ο Περιηγητής. Φυσικά παράλληλα με αναπτύχθηκαν και οι εγκαταστάσεις για τους ταξιδιώτες – αναπόσπαστο κομμάτι του πρώιμου αρχαιοελληνικού τουρισμού με δεδομένη την πασίγνωστη φιλοξενία των Ελλήνων και την προστασία του Διός στους ξένους.

Ταξιδιώτες και τουρίστες υπήρχαν και στην μεσαιωνική Ευρώπη κυρίως με την μορφή των θρησκευτικών τουριστών που συνέδραμαν μαζικά σε πόλεις με ιερά προσκυνήματα (Λούρδη και Ρώμη, ή, όταν το επέτρεπαν οι συνθήκες και στους Αγίους Τόπους). Πρόδρομοι θα μπορούσαν επίσης να θεωρηθούν οι μεγάλοι εξερευνητές του 15^{ου} και 16^{ου} αιώνα. Στην εποχή της Αναγέννησης, των μεγάλων ταξιδιών και των περιηγητών μπήκαν οι βάσεις για την οργανωμένη φιλοξενία των ταξιδιωτών: τότε εμφανίζονται τα πρώτα καταλύματα για τους ταξιδιώτες.

Με τη σύγχρονη όμως έννοια ο τουρισμός αναπτύχθηκε στα τέλη του 19^{ου} και στις αρχές του 20^{ου} αιώνα όταν η αριστοκρατική και η εύπορη αστική τάξη άρχισαν να ταξιδεύουν με σκοπό την αναψυχή. Ο τουρισμός πήρε παγκόσμιες διαστάσεις μετά το Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, όταν η τελειοποίηση και παραπέρα ανάπτυξη του οδικού δικτύου και των μέσων συγκοινωνίας, καθώς και η ασφάλεια του ταξιδιού το

επέτρεψαν. Παράλληλα, οι εργαζόμενοι μετά από αγώνες κατέκτησαν το δικαίωμα σε θερινές διακοπές· επίσης πολλά κράτη ενέταξαν στην πολιτική τους προγράμματα κοινωνικού τουρισμού για ασθενέστερες οικονομικά ομάδες (συνταξιούχοι, πολύτεκνοι, νέοι). Η τουριστική βιομηχανία μπήκε σε νέες βάσεις και οργανώθηκε σε ένα τεράστιο σύμπλεγμα εξειδικευμένων κάθετα οργανωμένων γραφείων, μεσαζόντων και στελεχών αποκλειστικής απασχόλησης. Είναι αλήθεια ότι τον 20ο αιώνα ο τουρισμός αναδείχτηκε σαν τη μεγαλύτερη και πιο κερδοφόρα βιομηχανία του κόσμου.

1.3 Η διάκριση του Τουρισμού

Ο τουρισμός, σε αντίθεση με άλλους κλάδους, είναι μία λειτουργία / συνάρτηση της ζήτησης καταναλωτών για υπηρεσίες (προσέγγιση της πλευράς της ζήτησης) παρά μία στατική ταξινόμηση παραγωγικών κλάδων (προσέγγιση της πλευράς της προσφοράς). Ο τουρισμός δεν είναι μία απλή συναλλαγή, αλλά μία ευρεία ποικιλία αγαθών και υπηρεσιών για μεταφορές, κατάλυμα, τρόφιμα και ποτά, εισόδους σε μνημεία και αξιοθέατα και σουβενίρ.

Η τουριστική ανάπτυξη της χώρας συνδέεται άμεσα με την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού δηλαδή μορφών τουρισμού πέραν αυτού που κατά κύριο λόγο αναπτύχθηκε στην Ελλάδα και αφορά στον μαζικό καλοκαιρινό τουρισμό που έχει συνδυαστεί με τον ήλιο και τη θάλασσα. Οι κυριότερες κατηγορίες εναλλακτικών μορφών τουρισμού είναι:

- **Κοινωνικός τουρισμός:** Αφορά άτομα τρίτης ηλικίας, νέους, άτομα με χαμηλό εισόδημα και παρέχει την δυνατότητα σε αυτά τα άτομα να διανυκτερεύσουν σε μεγάλα ξενοδοχειακά συγκροτήματα με μικρό κόστος. Ο τομέας αυτός έχει αναπτυχθεί με την βοήθεια της πολιτείας.
- **Κοινωνικός τουρισμός και επαγγελματικές ή συνδικαλιστικές ενώσεις:** Αφορά ειδικές κατηγορίες πληθυσμού που επιθυμούν την γνωριμία και αλληλοπληροφόρηση με άτομα του ίδιου επαγγέλματος.

- Αγροτουρισμός: Αφορά συνδυασμένη μορφή άσκησης τουριστικού και αγροτικού επαγγέλματος
- Τουρισμός στην ύπαιθρο: Μια εξειδίκευση του αγροτουρισμού με περισσότερη παραμονή στην ύπαιθρο
- Συμπλέγματα αγροτουρισμού σε εγκαταλελειμμένους οικισμούς: Απαιτεί σημαντική υποδομή κυρίως όσον αφορά τουρίστες υψηλών εισοδημάτων
- Τουρισμός τρίτης ηλικίας: Απαιτεί υποδομή καλού επιπέδου και παράλληλη υποδομή κρατικών υπηρεσιών.
- Αθλητικός-ορειβατικός-περιηγητικός- πολιτιστικός τουρισμός: Προσφέρει την δυνατότητα εξοικείωσης με την τοπική κουλτούρα της χώρας. Σύμφωνα με το περιοδικό Τουρισμός & Οικονομία, ο Ευρωπαίος τουρίστας αλλάζει συνήθειες καταναλωτικής συμπεριφοράς, ανάπαυσης, διασκέδασης, κλπ. και αναζητεί ουσιαστικότερη γνωριμία με τους τουριστικούς προορισμούς, με τη γνήσια και αυθεντική εικόνα των τόπων και των ανθρώπων τους. Το πλαίσιο αυτό καλύπτει το τουριστικό αυτό προϊόν.
- Οικολογικός: Δεν απαιτεί ιδιαίτερη υποδομή αρκεί να υπάρχουν συγκεκριμένες προδιαγραφές. Απευθύνεται κατά κύριο λόγο στους φυσιολάτρες. Οι δραστηριότητες αλλά και τα καταλύματα που χρησιμοποιούνται έχουν σχεδιαστεί με σεβασμό στη φύση. Στη μορφή του τουρισμού αυτού περιλαμβάνονται οι Εθνικοί δρυμοί, οι παραδοσιακοί οικισμοί, τα σπήλαια, φαράγγια, μονοπάτια, βιότοποι κ.α. Σχετικές πρωτοβουλίες έχουν ήδη αναληφθεί από την Πολιτεία για την ανάπτυξη του οικοτουρισμού στην Ελλάδα. Μεταξύ αυτών των πρωτοβουλιών είναι και η χάραξη εθνικής στρατηγικής για τον οικοτουρισμό, με προτεραιότητα στις τέσσερις ολυμπικές πόλεις (Πάτρα, Ηράκλειο, Βόλος, Θεσσαλονίκη), η υλοποίηση έργων δράσεων οικοτουρισμού μέσα στα πλαίσια του Επιχειρησιακού Σχεδίου ύψους 30 εκατ. Ευρώ, η δημιουργία εθνικού συντονιστή-διαχειριστή του αγροτουρισμού, μέσω της Αγροτουριστικής Α.Ε., αλλά και πιλοτικές εφαρμογές, όπως η δημιουργία πιλοτικού προγράμματος

οικοτουρισμού Ελλάδος – Τουρκίας στο πλαίσιο του μνημονίου συνεργασίας των δύο χωρών.

- **Τουρισμός υγείας και ιαματικός τουρισμός:** Απαιτεί υποδομή, μπορεί να αναπτυχθεί σε ήδη υπάρχουσες περιοχές με ιαματικά λουτρά. Έχει σκοπό την αξιοποίηση και την εκμετάλλευση των πηγών καθώς και την αναβάθμιση αυτών που υπάρχουν ήδη. Το προϊόν αυτό απευθύνεται στον επισκέπτη που επιθυμεί να συνδυάσει διακοπές με πρόγραμμα υγείας, ξεκούρασης, γυμναστικής, υγιεινής διατροφής και φυσικής διαβίωσης. Στην Ελλάδα οι δυνατότητες θεωρούνται απεριόριστες αφού σύμφωνα με στοιχεία του ΙΓΜΕ ο αριθμός των ιαματικών πηγών είναι σημαντικός (752), υπάρχει σπάνια ποιότητα φυσικοχημικής σύστασης των πηγών και οι πηγές βρίσκονται σε περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους. Παράλληλα με την πλειάδα ιαματικών πηγών, στην χώρα μας υπάρχουν σε λειτουργία αρκετά υδροθεραπευτήρια τα οποία εξυπηρετούν πολλούς ενδιαφερόμενους. Παράλληλα λειτουργούν πολλά υδροθεραπευτήρια σε πηγές τοπικής σημασίας.
- **Θαλάσσιος τουρισμός:** Απευθύνεται σε ειδικές κατηγορίες τουριστών που θέλουν να ταξιδέψουν στα Ελληνικά νησιά. Ελκύει τουρίστες υψηλών εισοδημάτων. Έχει σκοπό την αξιοποίηση των θαλάσσιων πόρων της χώρας και προωθείται από την ανάπτυξη μαρίνων. Τα μέτρα που εφαρμόζονται για την προώθηση και ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού είναι η χρηματοδότηση των μαρίνων από τον αναπτυξιακό νόμο, η προώθηση των τουριστικών καταφυγίων ως δημόσιων επενδύσεων στο Γ'ΚΠΣ, ο εκσυγχρονισμός του ισχύοντος θεσμικού πλαισίου για ενθάρρυνση των επενδύσεων, και η προβολή του θαλάσσιου τουρισμού. Όσον αφορά τις κρουαζιέρες, η Ελλάδα κατατάσσεται μεταξύ των δημοφιλέστερων προορισμών. Μεγάλο μέρος των ταξιδιών αναψυχής στην Ελλάδα γίνεται από κρουαζιερόπλοια με ελληνική σημαία τα οποία πραγματοποιούν μονοήμερες, τριήμερες, τετραήμερες, επταήμερες και πολυήμερες κρουαζιέρες στα ελληνικά λιμάνια και σε αυτά γειτονικών χωρών.
- **Εκπαιδευτικός τουρισμός:** Δεν απαιτεί δημιουργία ειδικής υποδομής, συνδέεται όμως με αυτές του συνεδριακού, σε ορισμένες του πτυχές.

- **Επαγγελματικός τουρισμός:** Απαιτεί υποδομή υψηλού επιπέδου και παράλληλη υποδομή ψυχαγωγίας. Περιλαμβάνει μεμονωμένα επαγγελματικά ταξίδια, συνέδρια, ταξίδια κινήτρων, εμπορικές εκθέσεις και επαγγελματικές αποστολές. Η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού έχει μεγάλη προοπτική ανάπτυξης (όπως διαφαίνεται από την προσφορά και ζήτηση της αγοράς) αλλά και ευεργετικές επιδράσεις στην ανάπτυξη του κλάδου μια και που προσφέρει την δυνατότητα επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου στα παραθεριστικά κέντρα και στα ξενοδοχεία πόλεων. Μια τέτοια επιμήκυνση θα έχει ως αποτέλεσμα την ηπιότερη εποχικότητα που χαρακτηρίζει το ελληνικό τουριστικό προϊόν.
- **Εσωτερικός τουρισμός:** Απαιτεί αλλαγή πολιτικής τόσο των κρατικών φορέων όσο και της ιδιωτικής πρωτοβουλίας
- **Χειμερινός τουρισμός:** Η μορφή αυτή έχει αναπτυχθεί συστηματικά στη χώρα μας κατά τα τελευταία χρόνια. Όσον αφορά στο υποσύστημα του χιονοδρομικού τουρισμού, Σήμερα, λειτουργούν 19 χιονοδρομικά κέντρα στην ελληνική αγορά. Η διείσδυση του σπορ της χιονοδρομίας στην Ελλάδα είναι αρκετά χαμηλή. Εντούτοις, τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί μια γενικότερη τάση ανάπτυξης για χειμερινό τουρισμό στην ορεινή Ελλάδα, που συνδυάζει τη χιονοδρομία με την ορειβασία, ειδικά σε άτομα νεαρής ηλικίας. Αν και δεν υπάρχουν συγκεκριμένα στοιχεία για το συνολικό αριθμό των ατόμων που ασχολούνται με το άθλημα, η πλειονότητα των σκιέρ ανήκουν σε τοπικές ομοσπονδίες ή χιονοδρομικούς ομίλους. Ο τουρισμός χειμερινών σπορ είναι πιο απαιτητικός σε ποιότητα όσον αφορά τις υποδομές και τον προορισμό του ταξιδιού. Συνεπώς, για την επιτυχή προσέλκυση χειμερινού τουρισμού οι προσπάθειες πρέπει να επικεντρωθούν στην κατασκευή υποδομών υψηλής ποιότητας, καθώς και στην προσφορά υπηρεσιών υψηλού επιπέδου σε περιοχές που συνδυάζουν τη φυσική ομορφιά και την εύκολη πρόσβαση σε αρχαιολογικούς χώρους/ μνημεία.
- **Χρονομεριστικός τουρισμός (time sharing),** ο οποίος δίνει την δυνατότητα στον τουρίστα να είναι ο ιδιοκτήτης του καταλύματος στο οποίο μένει για την συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Η εξειδικευμένη αυτή μορφή τουρισμού είναι σχετικά νέα για την χώρα και ρυθμίζεται κυρίως από τον Νόμο 1652/86. Παρά το

γεγονός ότι παρέχει σημαντικά πλεονεκτήματα για τους αγοραστές όσο και για τους εμπλεκόμενους επιχειρηματίες, δεν έχει αναπτυχθεί επαρκώς. Σήμερα στην Ελλάδα είναι ενταγμένα στο σύστημα περί τα 35 ξενοδοχεία ενώ λειτουργούν 15 εταιρείες μάρκετινγκ και πώλησης χρονομεριδίων, γραφεία έχουν επίσης και οι δύο μεγαλύτερες διεθνείς εταιρείες ανταλλαγών. Τα οφέλη από την ανάπτυξη της χρονομεριστικής μίσθωσης στην Ελλάδα είναι πολλά και σχετίζονται όχι μόνο με την πληρότητα των καταλυμάτων, αλλά κυρίως με το ότι οι αγοραστές χρονομεριδίων είναι τουρίστες υψηλού εισοδηματικού και κοινωνικού επιπέδου.

- **Θρησκευτικός τουρισμός**, ο οποίος έχει άμεση σχέση με τους θρησκευτικούς προορισμούς της Ελλάδας και απευθύνεται κατά κύριο λόγο σε άτομα τρίτης ηλικίας. Σε συνεργασία πολιτείας και εκκλησίας μπορούν να αξιοποιηθούν οι θρησκευτικοί προορισμοί αφού εκπονηθεί και υλοποιηθεί ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα καταγραφής, επισήμανσης, προβολής και διαφήμισης όλων των θρησκευτικών τόπων. Συγκεκριμένα, μέσω της βοήθειας του ΕΟΤ και της Τοπικής Αυτοδιοίκησης μπορούν να διαμορφωθούν συγκεκριμένα προγράμματα για ορθόδοξους αλλοδαπούς αλλά και αλλοδαπούς άλλων θρησκειών, ενώ υπάρχουν σημαντικές προοπτικές βελτίωσης και αναμόρφωσης των χώρων υποδοχής των επισκεπτών και να προσφερθούν όλες οι ανέσεις στους χώρους διαμονής, εστίασης κλπ. με τη βοήθεια της εκκλησίας.
- **Φυσιολατρικός τουρισμός**: Επισκέψεις σε συγκεκριμένες διαφορετικές περιοχές
- **Γυμναστικός τουρισμός**: Παραθεριστικός τουρισμός σε απομονωμένες παραλίες.

Η σημειούμενη φθίνουσα ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας και κατά συνέπεια του ελληνικού τουριστικού προϊόντος επιβάλλει την έναρξη μιας συντονισμένης προσπάθειας για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Η προώθηση αυτών των τουριστικών προϊόντων καθώς και η δημιουργία εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής, θα συμβάλουν ουσιαστικά στην αύξηση του τουρισμού στη χώρα μας και στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Η αναβάθμιση του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος θα πρέπει να προσανατολιστεί σε τουριστικές δραστηριότητες οι οποίες θα εξασφαλίζουν θεματικές διακοπές,

αναψυχή, άθληση, βελτίωση της υγείας, εξερεύνηση της ενδοχώρας και περιπέτεια. Η ελληνική αγορά θα πρέπει να δημιουργήσει ένα προϊόν που να εξυπηρετεί ποικίλα ενδιαφέροντα και να απευθύνεται σε πιο εύρωστες οικονομικά τάξεις αλλοδαπών τουριστών. Τα έργα υποδομής που θα υποστηρίξουν την αναβάθμιση αυτή θα πρέπει να περιλαμβάνουν μαρίνες, κέντρα τουρισμού υγείας, συνεδριακά κέντρα, γήπεδα γκολφ καθώς και μεγάλες σύγχρονες και πολυτελείς ξενοδοχειακές μονάδες για να εξυπηρετήσουν τουρίστες υψηλότερου εισοδήματος.

1.4 Εναλλακτικές μορφές του Τουρισμού

Τα τελευταία χρόνια σε πολλές χώρες, λόγω του κορεσμού εξαιτίας του φαινομένου του μαζικού τουρισμού και για την αντιμετώπιση του προβλήματος της εποχικότητας, οι υπεύθυνοι στον δημόσιο και ιδιωτικό τομέα για την διαμόρφωση της τουριστικής πολιτικής αναπτύσσουν διάφορες εναλλακτικές τουρισμού.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, σε αντίθεση με τον κλασσικό τουρισμό, έχουν ως στόχο τον σεβασμό προς το περιβάλλον και την πολιτιστική κληρονομιά, την δημιουργία νέων τρόπων προέλευσης τουριστών. Η ανάπτυξη τους προϋποθέτει τη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και την δημιουργία ειδικών υποδομών.

Οι κυριότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού αναλύονται συνοπτικά παρακάτω:

- Γενικός τουρισμός
- Μορφωτικός τουρισμός
- Τουρισμός εκθέσεων
- Τουρισμός υγείας
- Τουρισμός άθλησης
- Τουρισμός πόλης
- Συνεδριακός τουρισμός
- Τουρισμός περιπέτειας
- Οικογενειακός τουρισμός
- Τουρισμός τρίτης ηλικίας
- Τουρισμός χειμερινών σπορ

- Τουρισμός παραχείμασης (χειμερινός τουρισμός)
- Ορεινός τουρισμός
- Αγροτικός τουρισμός
- Θαλάσσιος τουρισμός
- Χρονομεριστικός τουρισμός (time sharing)
- Θρησκευτικός τουρισμός
- Επιλεκτικός τουρισμός
- Τουρισμός κινήτρων
- Οικολογικός τουρισμός
- Λαϊκός τουρισμός
- Κοσμοπολίτικος τουρισμός
- Κοινωνικός τουρισμός
- Τουρισμός ατόμων περιορισμένης κινητικότητας
- Θεματικός τουρισμός

1.5 Η Τουριστική ανάπτυξη

1.5.1 Παράγοντες ανάπτυξης του Τουρισμού

Οι παράγοντες που ευνόησαν μέσα στον 20ο αιώνα την ανάπτυξη του τουρισμού και την ανάδειξή του σε σύνθετο κοινωνικό φαινόμενο υπήρξαν οι εξής:

- *Η ανάπτυξη και τελειοποίηση των συγκοινωνιακών μέσων.* Είναι πολύ σημαντικό να γίνονται ταξίδια με τρόπο άνετο για τους επιβάτες. Η διαδικασία μετάβασης, όσες αλλαγές μέσων μεταφοράς και αν απαιτεί, δεν θα πρέπει στην ιδανική περίπτωση να προκαλεί αδικαιολόγητη κόπωση σε έναν άνθρωπο, γιατί διαφορετικά θα μειώσει την απόλαυση του ταξιδιού και ίσως θα τον καθηλώσει στο δωμάτιό του περισσότερο από όσο θα έπρεπε για να αναπαυθεί.

- *Η άνοδος του βιοτικού επιπέδου, με τη βελτίωση των εισοδημάτων των εργαζομένων.* Οι προσιτές τιμές είναι ένας εξίσου σημαντικός παράγοντας απόφασης για το αν ένα πρόσωπο ή μία ομάδα θα κάνουν διακοπές ή όχι για τον λόγο αυτό η άνοδος στα κατά κεφαλήν εισοδήματα που παρατηρήθηκε μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο συνέτεινε καθοριστικά. (Ένας επιχειρηματίας συνήθως ταξιδεύει με έξοδα της εταιρίας του).
- *Η διερεύνηση των πολιτιστικών ενδιαφερόντων ως αποτέλεσμα της πνευματικής καλλιέργειας των ατόμων. Ακόμη: Η επιδίωξη μόρφωσης σε συνδυασμό με την ψυχαγωγία ως αποτέλεσμα της γενίκευσης της παιδείας.* Οι λόγοι που αναφέραμε μόλις παραπάνω ωθούν χιλιάδες ανθρώπους στο να ταξιδέψουν εντός ή εκτός της χώρας τους για να συμμετάσχουν σε πολιτιστικά γεγονότα. Οι νεότεροι προτιμούν τα μουσικά γεγονότα ενώ οι πιο ώριμοι ή οι οικογενειάρχες συρρέουν σε μουσεία και τους χώρους ιστορικού ενδιαφέροντος.
- *Η οργάνωση του τουρισμού μέσω των κρατικών φορέων και των τουριστικών γραφείων.* Και αυτός ο λόγος υπήρξε καθοριστικός γιατί ο πελάτης απαλλάσσεται από την αναζήτηση πληροφοριών για τις λεπτομέρειες του ταξιδιού και κρατά ακέραη την απόλαυση των διακοπών. Δημιουργείται όμως η υποχρέωση να είναι ιδιαίτερα προσεκτικός ώστε να μην πέσει θύμα απάτης από το ιδιωτικό γραφείο ταξιδιών, όπως, δυστυχώς, συχνά συμβαίνει. Όσον αφορά τις κρατικά οργανωμένες διακοπές, στις δαπάνες για το κοινωνικό κράτος που οικοδομήθηκε στην Ευρώπη κυρίως μετά τον πόλεμο, προβλέπονταν κονδύλια για τον κοινωνικό τουρισμό –αφορούσαν κυρίως κατώτερα οικονομικά στρώματα (συνταξιούχοι, πολύτεκνοι εργαζόμενοι και άλλοι).
- *Διάφοροι θεραπευτικοί και οικονομικοί-επαγγελματικοί λόγοι.* Τα τελευταία χρόνια ιδιαίτερη διάδοση έχουν πακέτα διακοπών, ατομικά ή ομαδικά, με σκοπό να εξερευνήσουν οι άνθρωποι την φύση, ή να ασχοληθούν με την περιποίηση του εαυτού τους (spa και θεραπευτικός τουρισμός). Επίσης, διευρύνεται η απήχηση μίας τάσης που θέλει το συνδυασμό του τερπνού με το ωφέλιμο και όσον αφορά τον συνεδριακό τουρισμό: δεν είναι σπάνιο να διοργανώνονται συνέδρια σε τουριστικές – πολυσύχναστες περιοχές.

Την ανάπτυξη του τουρισμού σε μία συγκεκριμένη περιοχή ευνοούν ακόμη:

- το κατάλληλο κλίμα, οι (πολυδιαφημισμένες) φυσικές καλλονές και η ιστορία ενός τόπου, η οργανωμένη, δηλαδή, διαφήμιση των πλεονεκτημάτων των διαφόρων τόπων τόσο στο εξωτερικό όσο και, κυρίως στο εξωτερικό
- η παράλληλη ύπαρξη αρχαιολογικών χώρων και αρχαιολογικών μνημείων
- η οργάνωση λαογραφικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων
- η πρόθυμη εξυπηρέτηση, η παροχή διευκολύνσεων εκ μέρους του κράτους αλλά και εκ μέρους του λαού
- η φήμη για την ευγένεια της συμπεριφοράς που συνόδευε τους κατοίκους ενός τόπου
- Φυσικά, οι κύριες αιτίες ανάπτυξης του τουρισμού υπήρξαν και συνεχίζουν να υφίστανται ως σήμερα:
- η ανάγκη για εκτόνωση και ψυχαγωγία σε συνδυασμό με την επιθυμία απαλλαγής από την ανία, τη μονοτονία αλλά και το άγχος της καθημερινής ζωής.
- άλλο ένα βασικό αίτιο είναι η ανάγκη του ανθρώπου για μόρφωση ενώ εξίσου σημαντικά αίτια θεωρούνται η ανάπτυξη του εμπορίου και οι οικονομικές συναλλαγές αλλά και οι διάφορες επαγγελματικές ανάγκες (επιστημονικές, οικονομικές...).

1.5.2 Πλεονεκτήματα της τουριστικής ανάπτυξης

Στη συνέχεια, όσον αφορά στις ωφέλειες από τον τουρισμό αυτές αφορούν κυρίως ωφέλειες για τα άτομα και ωφέλειες για τη χώρα και τα ευρύτερα κοινωνικά σύνολα, μπορούμε να παρατηρήσουμε τα εξής:

1. Μέσω του τουρισμού και πιο συγκεκριμένα από την επίσκεψη τοπίων, αρχαιολογικών και ιστορικών χωρών:

- ο άνθρωπος εκτονώνεται ψυχικά, αποκτά πλούτο γνώσεων και εμπειριών αλλά και επαφή και επικοινωνία με άλλους ανθρώπους, γνωρίζει τα ήθη και τα έθιμά τους, τον πολιτισμό τους, τη νοοτροπία και την ευρύτερη κουλτούρα τους
- παρατηρείται ανάπτυξη σχέσεων και συνεπώς ανάπτυξη της κοινωνικότητας. Γενικά η σωματική και ψυχική ανανέωση κάνει τους ανθρώπους πιο χαρούμενους και πιο αποδοτικούς στην εργασία του ενώ η προσδοκία ενός νέου επόμενου ταξιδιού κάνει τη ζωή τους να κυλάει πιο όμορφα.

2. Παράλληλα, για τη χώρα που δέχεται ξένους τουρίστες οι οικονομικές ωφέλειες είναι μεγάλες μέσα από την εισροή ξένου συναλλάγματος και τη διακίνηση χρήματος.

- Τα τουριστικά επαγγέλματα (ξεναγοί, πωλητές, διερμηνείς) ανθίζουν όπως επίσης και οι τουριστικές επιχειρήσεις (ξενοδοχεία, εστιατόρια, ταξιδιωτικά γραφεία) με άμεση συνέπεια τη μείωση της ανεργίας. Ένα κράτος καλό θα είναι να φροντίζει η ανάπτυξη να γίνεται ισομερώς ανά την χώρα και να έχει δωδεκάμηνη διάρκεια.
- Επίσης, αναπτύσσεται το εμπόριο, η βιομηχανία, η γεωργία και η κτηνοτροφία ενισχύονται μέσω της αύξησης της κατανάλωσης αγροτικών προϊόντων, δημιουργούνται έργα υποδομής με αποτέλεσμα την άνοδο του ευρύτερου βιοτικού επιπέδου ενός λαού. Ο τουρισμός είναι από τις κορυφαίες συναλλαγατοφόρες δραστηριότητες για μία χώρα με ότι αυτό συνεπάγεται για το ΑΕΠ, το ισοζύγιο συναλλαγών και την οικονομική της θέση.
- Αναφορικά με τις πολιτιστικές ωφέλειες, μέσα από την επαφή των λαών και την ανταλλαγή πολιτιστικών προϊόντων, διαδίδεται ο πολιτισμός της χώρας που δέχεται τους τουρίστες, γίνονται γνωστά τα ήθη και τα έθιμα, η ιστορία και προβάλλεται έτσι ο εθνικός χαρακτήρας διεθνώς.
- Τέλος, οι λαοί αλληλογνωρίζονται, το πνεύμα καλλιεργείται, και τίθενται οι βάσεις για την επικράτηση της παγκόσμιας ειρήνης.

1.5.3 Μειονεκτήματα της τουριστικής ανάπτυξης

Παρ'όλα αυτά δε μπορεί κανείς να αμφισβητήσει ορισμένες δυσμενείς επιπτώσεις του τουρισμού:

- Πιο συγκεκριμένα, στις λιγότερο αναπτυγμένες χώρες, η διαφορετική νοοτροπία που φέρνουν οι τουρίστες από τις πατρίδες τους, οι άλλες αντιλήψεις για την ηθική, τα αρνητικά πρότυπα φέρνουν χαλάρωση των παραδοσιακών ηθών, αλλοιώνουν τον εθνικό χαρακτήρα και οδηγούν το λαό έξω από τη φυσική του πορεία, στην άκριτη αποδοχή οποιουδήποτε ξένου στοιχείου. Παρατηρούνται λοιπόν φαινόμενα ξενομανίας και μιμητισμού των ξένων.
- Συμβαίνει συχνά η παρουσία μεγάλου αριθμού τουριστών σε περιοχές με κοινότητες παραδοσιακές και κλειστές να προκαλεί παραβατικά φαινόμενα: διαδίδονται τα ναρκωτικά, αυξάνεται η διαφθορά, η εγκληματικότητα και οι αντικοινωνικές εκδηλώσεις. Πολύ πρόσφατες (καλοκαίρι του 2003 και παλαιότερα) είναι οι καταγγελίες των κατοίκων και ο πόλεμος δημοσιευμάτων μεταξύ του αγγλικού και του ελληνικού Τύπου για τη συμπεριφορά των βρετανών τουριστών στη Ρόδο και την Κέρκυρα.
- Επίσης, εισρέουν ξένα γλωσσικά στοιχεία που νοθεύουν τη γλώσσα της χώρας και σε συνδυασμό με τη διάδοση διαφόρων ηθικών θεωριών αμφιβόλου ποιότητας οδηγούν στην απώλεια της εθνικής ταυτότητας.
- Το κόστος ζωής αυξάνεται γιατί με την αυξημένη ζήτηση αυξάνονται οι τιμές των καταναλωτικών αγαθών με άμεση συνέπεια την ανάπτυξη της κερδοσκοπίας και της εκμετάλλευσης.
- Μακροχρόνια, βρίσκουν πρόσφορο έδαφος φαινόμενα εμπορευματοποίησης του πολιτισμού ή αισχροκέρδειας. Συναφή είναι τα φαινόμενα αλαζονείας του πολιτισμού, όπως οικειοποίηση των πολιτιστικών θησαυρών άλλων λαών (παρουσίαση αρχαιοελληνικών πόλεων στην Τουρκία χωρίς μνεία του ελληνικού προχριστιανικού παρελθόντος τους, Μάρμαρα του Παρθενώνα και άλλα).

- Καθόλου αμελητέα, τέλος, δεν είναι και η φθορά που υφίστανται από τους υπερβολικούς αριθμούς επισκεπτών πολλά ευαίσθητα μνημεία. Εξίσου ανησυχητική είναι η φθορά και μόλυνση του φυσικού περιβάλλοντος από την ανεξέλεγκτη τουριστική δραστηριότητα, την οποία φθορά εκφράζουν, μεταξύ άλλων, η άναρχη δόμηση, τα ξενοδοχειακά συγκροτήματα-μεγαθήρια που δεν συνάδουν το περιβάλλον όπου βρίσκονται.
- Κύριο μέλημα, λοιπόν, κάθε χώρας θα πρέπει να είναι η έντονη και προγραμματισμένη προσπάθεια δια μέσου της παιδείας προκειμένου να μειωθούν οι δυσμενείς αυτές επιπτώσεις. Με τον τρόπο αυτό θα επιταχυνθεί η πορεία προς την πρόοδο, θα τονωθεί το εθνικό χρώμα της παράδοσης, ώστε να μην υποδουλωθεί πολιτιστικά η χώρα στους ξένους και θα δοθεί προτεραιότητα στην ψυχική και ηθική ανάπτυξη του λαού. Τέλος, καλό θα ήταν να αξιοποιηθούν όλες οι πηγές πλούτου που διαθέτει η χώρα, ώστε να αποφευχθεί η οικονομική της εξάρτηση από τον τουρισμό.

1.6 Η διοίκηση των επισκεπτών: το εργαλείο του νέου τουρισμού

Σήμερα, οι χώρες, οι οργανισμοί, οι επιχειρήσεις και τα διοικητικά στελέχη που σχετίζονται άμεσα με τον τουρισμό έχουν να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις, τις ευκαιρίες, τις απειλές, τις πιέσεις και τους περιορισμούς ενός περιβάλλοντος που γίνεται ολοένα και περισσότερο πολύπλοκο, ανταγωνιστικό, δυναμικό και αβέβαιο. Σε αυτό το περιβάλλον, το μάνατζμεντ και πιο συγκεκριμένα η διοίκηση των επισκεπτών ως κουλτούρα, επιστήμη, συστήματα και ικανότητες αποτελεί την βασικότερη προϋπόθεση επιτυχίας.

Η διοίκηση των επισκεπτών αποτελεί ένα πραγματικό εργαλείο του λεγόμενου νέου τουρισμού. Και αυτό γιατί διασφαλίζει την ολοένα και αυξανόμενη θετική εμπειρία υψηλής ποιότητας που εισπράττει κάθε επισκέπτης ε σκοπό την μελλοντική προσέλκυση επανάληψη.

Σε γενικές γραμμές, η διοίκηση των επισκεπτών πρωτοεμφανίστηκε και αναπτύχθηκε ως προσέγγιση σε περιοχές φυσικής ομορφιάς όπου η ανάγκη προγραμματισμού και οργάνωσης των δεδομένων ήταν μεγάλη και επιτακτική. Η μοναδικότητα της έγκειται στη θετικότητα της σκέψης και στην προσπάθεια πρόβλεψης των αναγκών που αναπτύσσονται παρά σε αρνητικούς περιορισμούς και απαγορεύσεις. Ο κάθε επισκέπτης είναι μοναδικός και αντιμετωπίζεται ως ξεχωριστή οντότητα με ιδιαίτερες προτιμήσεις, ανάγκες και «θέλω».

Αναλυτικότερα, οι ωφέλειες της εφαρμογής της διοίκησης των επισκεπτών αφορούν στην πλευρά του επισκέπτη από τη μία αλλά και στο σημείο προορισμού του κάθε επισκέπτη. Επομένως, για τον επισκέπτη επιτυγχάνεται το μεγαλύτερο δυνατό όφελος από την επίσκεψή του, τίθενται οι βάσεις για επαναληπτικό τουρισμό ενώ προκαλείται μεγάλο ενδιαφέρον για την κατάσταση μίας τοποθεσίας (αρχαιολογικός τόπος,...). Από την άλλη πλευρά, για το μέρος του προορισμού επιτυγχάνεται σωστή διανομή των επισκεπτών στο χώρο, μεγαλύτερη διάρκεια διαμονής, σωστή στάση απέναντι στο περιβάλλον αλλά και διάδοση της ευρύτερης κουλτούρας μέσω της ζεστής φιλοξενίας.

Παρ όλο που οι ωφέλειες που προκύπτουν από την εφαρμογή ενός συστήματος διοίκησης επισκεπτών είναι απεριόριστες, οι ειδικοί τις περισσότερες φορές αμελούν να το οργανώσουν και να το εφαρμόσουν εξ' αρχής παρά μόνο όταν τα προβλήματα που έχουν δημιουργηθεί χρήζουν άμεσης λύσης.

Αν προσπαθήσουμε να προσεγγίσουμε τη διοίκηση των επισκεπτών ως ένα αναπόσπαστο κομμάτι του γενικότερου τουριστικού μανάτζμεντ, σημείο εκκίνησης της όλης διαδικασίας είναι ο εντοπισμός και ο προσδιορισμός του προβλήματος ή της ευκαιρίας για το οποίο απαιτείται απόφαση και το οποίο στην ουσία αποτελεί ουσιαστικά τη σύλληψη του ερεθίσματος του περιβάλλοντος από το άτομο για τη λήψη απόφασης και δράσης. Η διαδικασία της διοίκησης των επισκεπτών απαιτεί απόλυτη καθαρότητα των αντικειμενικών σκοπών της καθώς μέσω αυτών προκύπτει η όλη οργανωτική διαδικασία. Στη συνέχεια, το δεύτερο στάδιο έγκειται στον προσδιορισμό της ζήτησης όσον αφορά τον αριθμό αλλά και το προφίλ των

δυναμικών επισκεπτών. Στο σημείο αυτό η συνεργασία με τους υπεύθυνους marketing κρίνεται αναγκαία προκειμένου να αποφευχθούν λάθη όπως η προσέλκυση ακατάλληλων τουριστών. Κατόπιν προσδιορίζεται από τους αρμόδιους σχεδιαστές η δυναμικότητα σε χωρητικότητα επισκεπτών ενός μέρους αλλά και η πρόβλεψη για αποφυγή συγκρούσεων μεταξύ των επισκεπτών με γνώμονα πάντα την ευχαρίστηση αυτών αλλά και την προστασία της όποιας τοποθεσίας.

Στη συνέχεια ο έλεγχος των επισκεπτών κρίνεται αναγκαίος είτε με hard visitor management είτε soft visitor management αν και ο δεύτερος τρόπος επιφέρει τα καλύτερα αποτελέσματα και για τις δύο πλευρές. Τέλος, υπάρχει μία πληθώρα τρόπων και μεθόδων μέτρησης των αποτελεσμάτων μίας ακολουθούμενης στρατηγικής στα πλαίσια αξιολόγησης και πιθανής τροποποίησης του συστήματος προς όφελος όλων.

Αναμφισβήτητα, σήμερα, η βιομηχανία των υπηρεσιών αποτελεί το μεγαλύτερο μέρος της Οικονομίας των ανεπτυγμένων χωρών. Η αύξηση του μέσου όρου ζωής του ανθρώπου, η μεγέθυνση των πόλεων, η διεύρυνση του διαθέσιμου εισοδήματος και της κατανάλωσης, η συνεχώς αυξανόμενη συμμετοχή της γυναίκας στην παραγωγική διαδικασία, η κατάργηση των οικονομικών συνόρων, η εντυπωσιακή ανάπτυξη της τεχνολογίας καθώς επίσης και η παγκοσμιοποίηση συνετέλεσαν στην έκρηξη της ζήτησης για παροχή υπηρεσιών υγείας, ασφάλισης, εκπαίδευσης, εστίασης αλλά και τραπεζικών, νομικών, τουριστικών.

Παρ' όλα αυτά, η βιβλιογραφία που αναφέρεται σήμερα σε στρατηγικές μάνατζμεντ για τον τομέα των υπηρεσιών και πιο συγκεκριμένα για την τουριστική βιομηχανία είναι πολύ μικρή².

Αναφορικά με τον τουρισμό, σε γενικές γραμμές η παλιά βιομηχανία μετατρέπεται σήμερα σε μία νέα βιομηχανία παγκόσμιου τουρισμού, η οποία χαρακτηρίζεται από μία σειρά διαστάσεων όπως η ασφάλεια, η αξιοπιστία, η ικανότητα των εργαζομένων,

² M. D. Olsen, STRATEGIC MANAGEMENT IN THE HOSPITALITY INDUSTRY: A LITERATURE REVIEW

η ευγένεια στην εξυπηρέτηση, η προσβασιμότητα, η ανταπόκριση, η αντιληπτότητα και η φερεγγυότητα. Σύμφωνα με τον A. Poon ο παγκόσμιος τουρισμός μεταμορφώνεται. Ο ίδιος διακρίνει τον τουρισμό σε παλιό και νέο. Παλιός ονομάζεται ο τουρισμός του 1950, του 1960 και 1970 ενώ νέος καλείται ο τουρισμός του μέλλοντος. Ενώ ο παλιός είναι μαζικός, συγκεκριμενοποιημένος και αυστηρά καθορισμένος χωρίς επιλογές του καταναλωτή, ο νέος αποκτά μία νέα μορφή³. Πιο συγκεκριμένα ο καλούμενος νέος τουρισμός είναι πιο ευέλικτος, περισσότερο τμηματοποιημένος και εξειδικευμένος, προσαρμοσμένος στις εκάστοτε ανάγκες και διαγώνια ολοκληρωμένος. Σημαντικό ρόλο σε αυτήν την αλλαγή παίζει η ανάπτυξη της τεχνολογίας η οποία συνετέλεσε σε μεγάλο βαθμό στην αποτελεσματικότητα και στην ποιότητα των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών αλλά και στην εισαγωγή νέων ακόμη πιο καινοτόμων και δραστικών⁴.

Στη συνέχεια, σύμφωνα με τον M.D. Olsen η βιομηχανία της φιλοξενίας απαρτίζεται από τρία βασικά συστατικά: το σχεδιασμό της στρατηγικής, το περιεχόμενό της και την εφαρμογή και τη λειτουργία της στο περιβάλλον. Όσον αφορά το σχεδιασμό των βημάτων μίας στρατηγικής, ένα από τα πρώτα μοντέλα που παρουσιάστηκαν ήταν εκείνο των επτά βημάτων των Reid και Olsen (1981). Στην πορεία εμφανίστηκαν και άλλοι όπως ο Richel, οι Sirkis και Race (1982), ο Gregg (1986) και τέλος ο Tse (1988). Κατόπιν, οι Miles, Snow και Porter ανέπτυξαν θεωρίες βάσει συγκεκριμένων αναλύσεων για το περιεχόμενο της στρατηγικής ενώ ακόμη λιγότερες είναι οι μελέτες σχετικά με την εφαρμογή της στρατηγικής.

Σε γενικές γραμμές η βιβλιογραφία παραμένει πολύ περιορισμένη και συνεπώς αμέτρητα ερωτήματα αναπάντητα. Ωστόσο, στην πραγματικότητα, η πρόοδος που έχει σημειωθεί στον τομέα του τουρισμού είναι σε πολλές των περιπτώσεων αξιοσημείωτη.

Σε γενικές γραμμές, σήμερα η ανάπτυξη του μάνατζμεντ και η εφαρμογή του στον τομέα του τουρισμού έχει αποφέρει την καλύτερη πιθανή οργάνωση και

³ A. Poon, COMPETITIVE STRATEGIES FOR A "NEW TOURISM"

⁴ A. Poon, COMPETITIVE STRATEGIES FOR A "NEW TOURISM"

προγραμματισμό. Πλέον, ο τουρισμός διοικείται σωστά και οδεύει ανοδικά με ό, τι αυτό συνεπάγεται. Ωστόσο, όπως κάθε φορά που ξεπροβάλλει κάτι καινοτόμο και προοδευτικό, παρατηρούνται αρκετές αντιδράσεις όσον αφορά τα οφέλη που προκύπτουν και κατά πόσο αυτή η λεπτομερής προσέγγιση λειτουργεί μόνο θετικά.

Αναμφισβήτητα, η διοίκηση των επισκεπτών έχει αναχθεί σε μία σύγχρονη επιστήμη της οποίας οι γνώστες είναι λίγοι. Η εφαρμογή της στη καθημερινότητα του τουρισμού όμως δε συνεπάγεται σε καμία περίπτωση ότι οι υπεύθυνοι έχουν γίνει υπερβολικοί με αποτέλεσμα όλα να πραγματοποιούνται με μία ενοχλητική λεπτομέρεια και στο τέλος να χάνεται η μαγεία του τουρισμού, της εξερεύνησης, της αναζήτησης, του νέου, του διαφορετικού. Άλλωστε, η διοίκηση των επισκεπτών, αντιμετωπίζει τον καθένα ως μία ξεχωριστή οντότητα με διαφορετικές ανάγκες και προτιμήσεις και για το λόγο αυτό οι εκάστοτε ενέργειες προσαρμόζονται κάθε φορά ανάλογα. Στην συνέχεια η κωδικοποίηση όλων, κάθε άλλο παρά αρνητική θα μπορούσε να χαρακτηριστεί. Με άλλα λόγια, ένας τουρίστας που ταξιδεύει από πολύ μακριά, δε γνωρίζει τη γλώσσα της χώρας που σημαίνει ότι δεν είναι σε θέση να επικοινωνήσει με το σύνολο, δεν έχει την ανάγκη ενός μεταφραστή προκειμένου πέρα από την οπτική επαφή να γίνεται γνώστης της ιστορίας του κάθε αξιοθέατου, της κουλτούρας που κουβαλά αλλά και των ανθρώπων και της εποχής που χαρακτηρίζει; Η μετάφραση και γενικότερα η διερμηνεία, σε καμία περίπτωση δεν αφαιρεί τον αυθορμητισμό και την διάθεση ανακάλυψης του διαφορετικού παρά μόνο δίνει τις σωστές κατευθύνσεις, ενημερώνει και δίνει ερεθίσματα προς ανάλυση.

Βέβαια, η επιστήμη του management δεν προσφέρει συνταγές και απόλυτες αλήθειες, αποτελεί όμως θεμέλιο για μία διαρκή επιτυχία των επιχειρήσεων. Η διαφήμιση και η προώθηση τοποθεσιών για παράδειγμα μερικές φορές μπορεί να είναι υπερβολική, ωστόσο η πάροδος του χρόνου θα αποδείξει την αξία του, αν αξίζει ή όχι. Παράλληλα, καλό θα ήταν η κάθε τοπική κοινωνία να αναμειγνύεται ως ένα βαθμό στις τουριστικές δραστηριότητες που αναπτύσσονται προκειμένου να προωθεί την ευρύτερη κουλτούρα της περιοχής αλλά και να επιβλέπει τις όλες διαδικασίες που ακολουθούνται και να επεμβαίνει όπου εκείνη θεωρεί σκόπιμο.

Συμπερασματικά, θα λέγαμε πως ο τουρισμός έχει τις ρίζες του στην αρχαιότητα και συνεχίζει να υφίσταται μέχρι σήμερα για μία πληθώρα λόγων με ανοδικές τάσεις. Η διοίκηση και η διαχείριση, λοιπόν, του τουρισμού και όλων όσων τον πλαισιώνουν κρίνεται αναγκαία για πολλούς λόγους και συντελεί στην ομαλότερη διεξαγωγή πολλών καταστάσεων. Εδώ, βέβαια, θα πρέπει να τονιστεί πως στοιχεία υπερβολής μπορούν να αμαυρώσουν την έννοια του Μάνατζμεντ και πιο συγκεκριμένα της διοίκησης των επισκεπτών. Όταν επικρατεί η έννοια του μέτρου και της σύνεσης, τότε οι θετικές ωφέλειες που προκύπτουν πολλαπλασιάζονται και ο τουρισμός εξυπηρετεί το λόγο της ύπαρξής του.

Κεφάλαιο 2^ο

Υποδομές και τουριστική ανάπτυξη

2.1 Η έννοια της υποδομής

Οι υποδομές είναι μία έννοια που δύσκολα προσδιορίζεται στην οικονομική θεωρία. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι δεν υπάρχει καμιά αυτοτελής "θεωρία υποδομών" που να ερμηνεύει επακριβώς τις σχετικές επιπτώσεις στους πολλαπλούς τομείς της κοινωνικοοικονομικής πραγματικότητας και τη συμβολή τους στην αναπτυξιακή διαδικασία.

Οι υποδομές σχετίζονται με αναπτυξιακά χαρακτηριστικά, δεδομένου ότι :

- Αποτελούν προϋπόθεση για την παραγωγική διαδικασία.
- Προκαλούν εξωτερικές οικονομίες.
- Επηρεάζουν την κοινωνική ζωή.

Περαιτέρω, οι υποδομές διακρίνονται σε παραδοσιακές που βασίζονται στον τομέα των κατασκευών και σε νέες που βασίζονται στον συνδυασμό των τηλεπικοινωνιών και της πληροφορικής, οι οποίες είναι και κυρίαρχες στο υφιστάμενο μοντέλο ανάπτυξης.

Οι παραδοσιακές προσεγγίσεις στο ζήτημα των υποδομών προέρχονται από τις αναπτυξιακές θεωρίες που αναφέρονται κυρίως στις αναπτυσσόμενες χώρες. Οι νεότερες προσεγγίσεις που αναφέρονται στις "νέες υποδομές" υποστηρίζουν ότι αυτές είναι δημιούργημα της μετα - φορντιστικής καπιταλιστικής κοινωνίας και στηρίζονται στις τεχνολογίες πληροφόρησης (information technology). Η μελέτη των νέων υποδομών αποτελεί αναγκαία συνθήκη για την αναπτυξιακή διαδικασία, καθ' ότι

δημιουργούν πληθώρα εξωτερικών οικονομιών και αποτελούν εισροή για το σύνολο των οικονομικών δραστηριοτήτων.

Ειδικότερα στον τουρισμό, όπου οι υποδομές έχουν ιδιαίτερη σημασία, η γνώση των χαρακτηριστικών τους στοιχείων μπορούν να συμβάλλουν ουσιαστικά στον αρτιότερο σχεδιασμό και στον προγραμματισμό της τουριστικής ανάπτυξης. Η δημιουργία δικτύου γενικών και ειδικών τουριστικών υποδομών διαφοροποιεί το τουριστικό προϊόν, βελτώνει την τουριστική εικόνα της χώρας / περιοχής προορισμού και προωθεί τη διαδικασία της τουριστικής ανάπτυξης.

Τα τελευταία χρόνια, η προσπάθεια ποιοτικής βελτίωσής των τουριστικών υποδομών, μέσω των λοιπών προγραμμάτων στήριξης της υπαίθρου, διευρύνεται σημαντικά, λόγω εισροών χρηματοδοτικών πόρων από την Ευρωπαϊκή Ένωση.

2.2 Υποδομές και διαδικασία οικονομικής ανάπτυξης

Είναι γενικά αποδεκτό ότι ένα ολοκληρωμένο και σύγχρονο δίκτυο υποδομών αυξάνει το εύρος των δυνατοτήτων για υψηλότερους ρυθμούς οικονομικής ανάπτυξης (Aschauer 1989, Munnell 1990, Tatom 1991). Τα οικονομικά αποτελέσματα που δύνανται να επιφέρουν οι υποδομές δεν είναι εκ των προτέρων καθορισμένα, ούτε επέρχονται κατά πανομοιότυπο τρόπο σε κάθε περιοχή ή/και σε κάθε χρονική περίοδο. Αυτά οφείλονται σε διάφορους παράγοντες που επηρεάζουν την έκταση των εξωτερικών οικονομιών και το μέγεθος των πολλαπλασιαστικών αποτελεσμάτων που προκαλούνται σε μια δεδομένη περιοχή (ή περιφέρεια ή χώρα). Οι κυριότεροι από αυτούς τους παράγοντες είναι οι ακόλουθοι:

- Οι υφιστάμενοι φυσικοί πόροι.
- Οι γεωγραφικές και μορφολογικές δυσκολίες που υπάρχουν σε κάθε περιοχή.
- Οι διαθέσιμοι συντελεστές παραγωγής.
- Η γεωγραφική θέση της περιοχής.

- Οι συντελεστές παραγωγής των γειτονικών περιοχών.
- Η προϋπάρχουσα υποδομή.
- Το είδος και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των "νέων υποδομών", καθώς και η τεχνολογία που αυτές ενσωματώνουν.
- Η σωστή συντήρηση των έργων, εγκαταστάσεων και δικτύων υποδομών.

Για την αξιολόγηση της συμβολής ενός έργου υποδομής στην αναπτυξιακή διαδικασία πρέπει να λαμβάνονται υπόψη τα δύο ακόλουθα βασικά «κατώφλια». Το πρώτο «κατώφλι» που είναι ο ελάχιστος αριθμός των χρηστών που θα χρησιμοποιήσουν το συγκεκριμένο έργο υποδομής, το οποίο θα πρέπει να ξεπερασθεί. Το δεύτερο «κατώφλι» που είναι ο καθορισμός του μέγιστου αριθμού των χρηστών της συγκεκριμένης υποδομής, το οποίο δεν πρέπει να ξεπερασθεί για να μην προκληθεί συμφόρηση και κατά συνέπεια δυσχέρεια στην αξιοποίησή της.

Είναι γενικά αποδεκτό ότι μια ισχυρή οικονομία μπορεί να δημιουργήσει ευκολότερα ένα δίκτυο υποδομών που να δίνει προοπτική επίτευξης υψηλών ρυθμών ανάπτυξης της. Όμως, η τελική αξιοποίηση του δικτύου των υποδομών εξαρτάται από την αποτελεσματικότητα και την ικανότητα των υπολοίπων συντελεστών παραγωγής, οι οποίοι και καθορίζουν το ποσοστό εκμετάλλευσης των δυνατοτήτων που οριοθετείται από το συγκεκριμένο δίκτυο υποδομών.

Οι υποδομές αποτελούν βασικό συντελεστή παραγωγής που εισέρχεται ως εισροή στη διαδικασία παραγωγής αρκετών οικονομικών αγαθών, διαμορφώνοντας κατά αυτόν τον τρόπο την τελική τιμή διάθεσής τους. Κάθε μείωση στο κόστος αυτού του συντελεστή μπορεί να συμπαρασύρει την τελική τιμή του προϊόντος, να αυξήσει τα περιθώρια κερδοφορίας και να δημιουργήσει τις προϋποθέσεις για αύξηση της παραγωγής και της απασχόλησης. Παρόμοια αποτελέσματα δημιουργούνται και στις υπηρεσίες που χρησιμοποιούν τις υποδομές ως εισροή τους. Ο σημαντικός αυτός ρόλος των υποδομών δημιουργεί αναπτυξιακές συνθήκες. Ειδικότερα, τα έργα υποδομής αυξάνουν την παραγωγικότητα κατά άμεσο τρόπο (μειώνοντας τα κόστη παραγωγής) και κατά έμμεσο τρόπο (βελτιώνοντας την ποιότητα ζωής, την υγεία και τη διάρκεια ζωής των ανθρώπινων συντελεστών). Δημιουργούν, λοιπόν, τις

προϋποθέσεις για ποιοτική αναβάθμιση και αύξηση της παραγωγικότητας της εργασίας.

Από τα παραπάνω, προκύπτει ότι η δημιουργία υποδομών (π.χ. έργων, εγκαταστάσεων, δικτύων) τροφοδοτεί την αναπτυξιακή διαδικασία και ενισχύει την επιχειρηματικότητα. Όμως, η κατασκευή νέων υποδομών δεν είναι ανεξάρτητη της ευρύτερης οικονομικής και κοινωνικής κυβερνητικής πολιτικής, η οποία εστιάζεται κυρίως στην οικονομική μεγέθυνση και ανάπτυξη.

2.3 Οι επιπτώσεις των υποδομών στην τουριστική ανάπτυξη

Στην τουριστική οικονομία η σημασία των τουριστικών επενδύσεων είναι μεγάλη, αφού το επενδύμενο κεφάλαιο (ιδιωτικό ή δημόσιο) είναι ένας από τους σημαντικότερους συντελεστές της τουριστικής παραγωγής. Η παραγωγή κεφαλαιουχικών αγαθών (π.χ. τουριστικά καταλύματα, τουριστικά μεταφορικά μέσα κ.λπ.) γίνεται με τη βοήθεια της τουριστικής επενδυτικής δαπάνης. Είναι εύλογο, λοιπόν, οι αυξομειώσεις της τουριστικής επενδυτικής δαπάνης να προκαλούν ανάλογες μεταβολές στην παραγωγική ικανότητα της τουριστικής οικονομίας. Ένα θέμα που αποτελεί αντικείμενο ευρείας συζήτησης και επιστημονικής έρευνας είναι το είδος και η έκταση των επιπτώσεων που δημιουργούν οι τουριστικές υποδομές στον τουριστικό τομέα και στην ανάπτυξή του. Η έκταση των επιπτώσεων στη διαδικασία της τουριστικής ανάπτυξης εξαρτάται από τη φύση, το μέγεθος και την ποιότητα των υποδομών που πραγματοποιούνται στην τουριστική οικονομία, μέσω των τουριστικών επενδύσεων (ιδιωτικών και δημοσίων).

Τα κυριότερα χαρακτηριστικά των τουριστικών επενδύσεων είναι:

- Οι επενδύσεις στον τουριστικό τομέα είναι ένα μίγμα ιδιωτικών και δημοσίων πόρων που δημιουργεί δυσκολίες στην αξιολόγηση των οικονομικών επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης και στη χάραξη κατάλληλης στρατηγικής οικονομικού προγραμματισμού της.

- Η συμμετοχή του δημόσιου τομέα στο τουριστικό γίνεσθαι που περιλαμβάνει επενδύσεις τόσο για τουριστική υποδομή όσο και για υπηρεσίες δημόσιας ωφέλειας συνεπάγεται δυσκολίες στην εκτίμηση και απόδοση του κόστους και των ωφελειών της τουριστικής δραστηριότητας.
- Η συμπληρωματικότητα των τουριστικών επενδύσεων σε σχέση με τις επενδύσεις των άλλων τομέων της οικονομικής δραστηριότητας προσδίδει ένα βαθμό δυσκολίας στην διάκριση των επενδύσεων για τουρισμό και εμπλέκει έναν αριθμό τομέων οικονομικής δραστηριότητας πέραν του τουριστικού.

Οι κυριότερες θετικές επιπτώσεις που προκαλεί η δημιουργία των τουριστικών υποδομών στην οικονομική και κοινωνική ζωή μιας χώρας/περιοχής είναι οι εξής:

- 1) Προσφέρουν νέες ευκαιρίες απασχόλησης.
- 2) Αξιοποιούν τους αδρανείς τουριστικούς πλουτοπαραγωγικούς πόρους.
- 3) Επιταχύνουν τη διαδικασία της τουριστικής οικονομικής ανάπτυξης.
- 4) Προκαλούν πολυσχιδείς προωθητικές επιδράσεις στον παραγωγικό μηχανισμό της τουριστικής οικονομίας.
- 5) Ενισχύουν την προσφορά τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών.
- 6) Βελτιώνουν την τουριστική παραγωγικότητα και ανταγωνιστικότητα.
- 7) Προκαλούν αναδιανεμητικές επιπτώσεις στις παραγωγικές τάξεις και τις διάφορες περιοχές.
- 8) Επεκτείνουν τον κύκλο εργασιών της τουριστικής οικονομικής δραστηριότητας και δημιουργούν δυνητικές πηγές αύξησης των δημόσιων εσόδων.
- 9) Ενισχύουν την οικονομική δραστηριότητα σε περιόδους ύφεσης.
- 10) Συμβάλλουν στην προαγωγή της τεχνολογικής προόδου, δεδομένου ότι οι τουριστικές υποδομές ενσωματώνουν στην παραγωγική διαδικασία και προχωρημένη τεχνολογία.

Ο βαθμός και η έκταση των παραπάνω δυνητικών επιπτώσεων των υποδομών εξαρτάται από πολλούς παράγοντες, οι οποίοι διαφοροποιούνται από περιοχή σε περιοχή ή από χώρα σε χώρα. Οι κυριότεροι από αυτούς είναι:

- Το στάδιο της τουριστικής ανάπτυξης, που βρίσκεται η χώρα/περιοχή.
- Τη γενικότερη στρατηγική και το πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης.
- Τα μέτρα της τουριστικής ανάπτυξης (π.χ. χρηματοδότηση τουριστικών επιχειρήσεων, ενίσχυση της τουριστικής επιχειρηματικότητας).
- Το θεσμικό πλαίσιο της τουριστικής ανάπτυξης.
- Την πολιτική της εθνικής και περιφερειακής τουριστικής ανάπτυξης.

Η τουριστική ανάπτυξη είναι μία διαδικασία που προσδιορίζεται από ένα πλήθος χαρακτηριστικών, τα οποία είναι καθοριστικά και απαιτούν την ακριβή κατανόησή τους για την εκτίμηση της φύσης των προβλημάτων της. Δύο από αυτά τα χαρακτηριστικά είναι ιδιαίτερος θεμελιώδη:

Πρώτον, ο τουριστικός τομέας περιλαμβάνει την παραγωγή και κατανάλωση ή τη χρήση μίας ευρείας έκτασης αγαθών δηλ. προϊόντων και υπηρεσιών, τα οποία παράγονται και προσφέρονται από διαφορετικούς παραγωγούς και οικονομικούς τομείς ή κλάδους της παραγωγικής δραστηριότητας.

Δεύτερο, οι επενδύσεις στον τουριστικό τομέα περιλαμβάνουν τρεις διαφορετικές κατηγορίες στοιχείων:

α) Τις άμεσες παραγωγικές επενδύσεις (π.χ. για μέσα διανομής, για τουριστικά μεταφορικά μέσα κ.λπ.), που είναι μια μίξη ιδιωτικών και δημόσιων πόρων.

β) Τις επενδύσεις σε βοηθητικές υπηρεσίες.

γ) Τις επενδύσεις σε κοινωνική υποδομή (μουσεία, μαρίνες, τουριστικά αξιοθέατα κ.λπ.), που αναλαμβάνονται, κύρια, από την κρατική πρωτοβουλία.

Η γνώση και η ταξινόμηση των παραπάνω αναπτυξιακών χαρακτηριστικών της τουριστικής δραστηριότητας είναι αναγκαία προϋπόθεση για την εκτίμηση του κόστους και του οφέλους που συνεπάγεται η τουριστική ανάπτυξη και των επιπτώσεων που δημιουργεί στην οικονομία και κοινωνία. Η εκτίμηση αυτή μπορεί, μεθοδολογικά, να γίνει μέσω της τουριστικής (καταναλωτικής και επενδυτικής) δαπάνης και συνεπώς στο θεωρητικό πλαίσιο της τουριστικής κατανάλωσης.

Με βάση τα δύο παραπάνω χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης, οι τουριστικές υποδομές δημιουργούν οικονομικές ροές από τους διάφορους τομείς (νοικοκυριών, παραγωγικός, δημόσιος), της οικονομικής δραστηριότητας και παράγουν οικονομικά αποτελέσματα (άμεσα ή έμμεσα) σε δύο στάδια: Το κατασκευαστικό στάδιο και το στάδιο της λειτουργίας και συντήρησης αυτών.

Στο κατασκευαστικό στάδιο το επενδυτικό κεφάλαιο περιλαμβάνει την κατασκευή βασικών τουριστικών έργων, όπου οι αρχικές εισροές (κόστος), που προέρχονται από τους συντελεστές τουριστικής παραγωγής, ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας, μετασχηματίζονται σε εκροές και δημιουργείται η παραγωγή τουριστικών αγαθών (όφελος). Στο στάδιο αυτό δημιουργείται η τουριστική υποδομή (προσφορά) για την παροχή τουριστικών αγαθών στην τουριστική αγορά.

Στο δεύτερο στάδιο λειτουργίας και συντήρησης, προκαλούνται διάφορα οικονομικά αποτελέσματα στην τουριστική ανάπτυξη και η χρησιμοποίηση της υποδομής αποσκοπεί στην κάλυψη της τουριστικής ζήτησης (εγχώριας και αλλοδαπής). Στο στάδιο αυτό θα πρέπει να επισημανθεί ότι είναι αναγκαία η μεταβίβαση αρμοδιοτήτων και πόρων από το επίπεδο της κεντρικής εξουσίας προς την τοπική αυτοδιοίκηση, ώστε το συγκεκριμένο έργο να επιτελεσθεί κατά το βέλτιστο δυνατόν τρόπο. Στους πόρους που συνιστάται να εκχωρηθούν, περιλαμβάνονται τα απαραίτητα οικονομικά μέσα, ο κατάλληλος εξοπλισμός και το ανάλογα εκπαιδευμένο ανθρώπινο δυναμικό.

Οι υποδομές, ωστόσο, δεν μπορούν να οδηγήσουν αυτόματα σε οικονομική ευημερία, ούτε να παράσχουν με βεβαιότητα συγκριτικά πλεονεκτήματα. Απαιτούν

συμπληρωματικές κλαδικές πολιτικές οι οποίες θα πρέπει να συνδέονται και με την εισαγωγή των νέων τεχνολογιών που θα εξασφαλίζουν διάφορες μορφές ευελιξίας και θα ενισχύουν την κερδοφορία των επιχειρήσεων και την τουριστική αστικοποίηση.

Τέλος, επισημαίνεται ότι οι επενδύσεις σε έργα, εγκαταστάσεις και δίκτυα υποδομών δεν είναι μία εφάπαξ δημόσια ή ιδιωτική επένδυση. Πέρα από το κόστος λειτουργίας και συντήρησης, οι υποδομές θα πρέπει να εκσυγχρονίζονται και να συμπληρώνονται, ανάλογα με τις διακυμάνσεις της τουριστικής ζήτησης, τις τεχνολογικές εξελίξεις και τις αλλαγές που τυχόν προκαλούνται στη δομή της οικονομίας. Με βάση τα παρακάτω αναδεικνύεται ο πολύ σημαντικός ρόλος που καλείται να διαδραματίσει η Τοπική Αυτοδιοίκηση σε συνεργασία με την Κεντρική Κυβέρνηση και τους αρμόδιους φορείς τουριστικής ανάπτυξης.

Το επίπεδο ανάπτυξης των τουριστικών υποδομών είναι συνάρτηση των ιδιαιτεροτήτων που παρουσιάζει ο τουριστικός τομέας στην Ελλάδα. Οι ιδιαιτερότητες αυτές εντοπίζονται κυρίως στην ύπαρξη πληθώρας επιχειρήσεων μικρού μεγέθους που χρήζουν της αναγκαιότητας για κρατική προώθηση των δημοσίων επενδύσεων, με σκοπό τη δημιουργία έργων, εγκαταστάσεων και δικτύων τουριστικών υποδομών.

Οι τουριστικές υποδομές μπορούν να διακριθούν στις γενικές και στις ειδικές. Στις γενικές υποδομές περιλαμβάνονται, μεταφορικά δίκτυα, δίκτυα υδροδότησης, δίκτυα τηλεπικοινωνιών, υπηρεσιών μεταφοράς, εγκαταστάσεις υγείας κ.λπ. Οι γενικές υποδομές, όπως είναι ευνόητο, εξυπηρετούν και άλλους τομείς της οικονομικής δραστηριότητας. Στις ειδικές υποδομές περιλαμβάνονται, μαρίνες, εγκαταστάσεις για σκι, γκολφ κ.λπ. Στις τουριστικές ανωδομές περιλαμβάνονται εγκαταστάσεις άμεσα επιχειρηματικού χαρακτήρα (π.χ. ξενοδοχειακά καταλύματα, ταξιδιωτικά γραφεία, γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων).

Κεφάλαιο 3^ο

Ο Τουρισμός στην Ελλάδα

3.1 Η πορεία του Τουρισμού στην Ελλάδα

Η Ελλάδα είναι ήδη ένας από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς για τουρίστες απ' όλο τον κόσμο και γι αυτό ο τουρισμός κατέχει το 18% του ελληνικού ΑΕΠ(2006).

Η ταχύτατα αναπτυσσόμενη τουριστική μας βιομηχανία αποτελεί μια από τις πιο ισχυρές «μηχανές ανάπτυξης» της ελληνικής οικονομίας. Το 2006 ήταν το έτος με τις περισσότερες αφίξεις στην ιστορία του ελληνικού τουρισμού και το τουριστικό συνάλλαγμα ανήλθε περίπου στα 11,4 δισεκατομμύρια ευρώ. Τα στοιχεία από τους πρώτους δύο μήνες του 2007 δείχνουν ότι φέτος θα ξεπεράσει και τα επίπεδα του 2006. Η νέα εποχή για τον ελληνικό τουρισμό ξεκίνησε το 2004 χάρη στην διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων. Με τους Ολυμπιακούς Αγώνες διαμορφώθηκε και στάλθηκε σε όλο τον κόσμο την εικόνα και την πραγματικότητα μίας σύγχρονης προηγμένης και ασφαλούς χώρας η οποία μπορεί και παρέχει υψηλότατης ποιότητας υπηρεσίες.

Σήμερα προωθείται μια φιλόδοξη προσπάθεια να εκσυγχρονιστεί ο τομέας του τουρισμού μέσα από έναν συνδυασμό νέων νόμων και νέων μεγάλων επενδύσεων. Έχουν αναγνωριστεί οι μεγάλες δυνατότητες της Ελλάδας να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στο διεθνές τουριστικό στερέωμα και γι αυτό ενθαρρύνεται ο εκσυγχρονισμός του τομέα μέσα από την διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος. Ήδη έχουν επιτευχθεί πολλά. Από τα νέα δημόσια έργα έως τα τουριστικά θέρετρα υψηλότατων προδιαγραφών η Ελλάδα μπορεί σήμερα να συγκριθεί με τους πιο προηγμένους τουριστικούς προορισμούς. Το κλειδί της μελλοντικής επιτυχίας είναι να επιτυγχάνεται σε αυτή την κατεύθυνση.

Γι αυτό:

- Προωθείται μια σειρά από αποφάσεις και νομοθετικές πρωτοβουλίες, που μειώνουν την γραφειοκρατία και δημιουργούν ένα απλό και σταθερό θεσμικό περιβάλλον.
- Δρομολογείται η κατασκευή 39 καταφυγίων τουριστικών σκαφών, δυναμικότητας 3,000 θέσεων ενώ σύμφωνα με στοιχεία του ΕΟΤ, στην περίοδο 2005-2006, εγκρίθηκαν αρχιτεκτονικά σχέδια τουριστικών εγκαταστάσεων για 22 συνεδριακά κέντρα, 2 γήπεδα γκολφ, 1 χιονοδρομικό κέντρο και 8 κέντρα θαλασσοθεραπείας. Τα στοιχεία αυτά αποτελούν ένα ενδεικτικό παράδειγμα της νέας στρατηγικής τουριστικής ανάπτυξης η οποία επικεντρώνει στην διαφοροποίηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.
- Προωθούνται όλες οι απαραίτητες πρωτοβουλίες ώστε το νέο Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης και τα Επιχειρησιακά Προγράμματα της περιόδου 2007-2013 να ενδυναμώσουν και να προωθήσουν συνολικά την τουριστική ανάπτυξη. Στο πλαίσιο αυτό, προγραμματίζουμε την υλοποίηση ενός προγράμματος προβολής που θα στοχεύει στην ανάδειξη των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών και σημαντικών στοιχείων κάθε περιοχής, γιατί κάθε περιφέρεια και κάθε προορισμός πρέπει να προβάλλει και να ενισχύσει τη δική του ταυτότητα. Επιπλέον, με τις επενδύσεις που βρίσκονται σε εξέλιξη σήμερα, αλλά και με όλες εκείνες που προγραμματίζονται για τα επόμενα χρόνια επιδιώκεται η διαρκή ενίσχυση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών. Η Ελλάδα ήδη σήμερα κερδίζει το στοίχημα της ποιότητας, ωστόσο η διπλή προσπάθεια για την διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος και τη διαρκή αναβάθμιση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών βρίσκεται στον πυρήνα της εθνικής στρατηγικής για την τουριστική ανάπτυξη.
- Αναβαθμίζεται ολόπλευρα η παγκόσμια παρουσία της χώρας, μέσα από το μεγαλύτερο πρόγραμμα προβολής του ελληνικού τουρισμού που έχει ποτέ γίνει. Η καμπάνια «Explore Your Senses In Greece» στέλνει σε όλο τον κόσμο το μήνυμα ότι η «Εμπειρία Ελλάδας» μένει ανεξίτηλη σε όλες τις αισθήσεις. Πιστεύεται και υπογραμμίζεται η άποψη ότι η καλύτερη διαφήμιση για την Ελλάδα είναι η ίδια η Ελλάδα. Η νέα διαφημιστική εκστρατεία είναι προϋπολογισμού περίπου 40 εκατ. Ευρώ, ενώ παράλληλα υλοποιείται και ένα δυναμικό πρόγραμμα προβολής και δημοσίων σχέσεων, συμμετοχών σε

εκθέσεις και εκδηλώσεις διεθνούς ενδιαφέροντος. Στο πλαίσιο αυτό θα αξιοποιούνται οι ευκαιρίες προβολής που δίνονται μέσω μεγάλων διοργανώσεων που φιλοξενεί φέτος η Ελλάδα, όπως το final four Της Euroleague στο Μπάσκετ και ο τελικός ποδοσφαίρου του Champion League.

Πρωθείται ο τουρισμός πόλεων. Τα city breaks αποτελούν μια διεθνή τάση, η οποία ελπίζεται να αξιοποιηθεί. Η Αθήνα κέρδισε τη διοργάνωση της διεθνούς έκθεσης τουρισμού City break Expo 2007, καθώς και τη διοργάνωση του ετήσιου συνεδρίου του Ευρωπαϊκού Δικτύου Τουριστικών οργανισμών πόλεων, του European Cities Tourism, τον Ιούνιο 2007. Πρόκειται για μια σημαντική επιτυχία, για μια ευκαιρία να αναδειχθεί η Αθήνα, η Θεσσαλονίκη και οι άλλες μεγάλες χώρες.

Ο τουρισμός μπορεί να αποτελέσει κινητήριο μοχλό προς την αιεφόρο ανάπτυξη. Η βιωσιμότητα οφείλει να αποτελεί τον πρώτο και πρωταρχικό στόχο μίας σύγχρονης τουριστικής πολιτικής που συνυπολογίζει όλες τις παραμέτρους- και όχι μόνο την οικονομική- και προσμετρά τα οποία κέρδη τόσο μεσοπρόθεσμα όσο και μακροπρόθεσμα. Είναι επιτακτική ανάγκη ο τουριστικός κλάδος να στραφεί δυναμικά προς την αναζήτηση μεθόδων και πρακτικών που θα του επιτρέψουν να εξασφαλίσει τη ίδια την βιωσιμότητα του. Στην κατεύθυνση αυτή, στρέφουμε τις δυνάμεις μας και τις προσπάθειες στην εγκαθίδρυση ενός τουριστικού μοντέλου που « εξυπηρετεί τις ανάγκες του σήμερα, χωρίς ωστόσο να θυσιάζει την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να εξυπηρετούν τις δικές τους ανάγκες ». και αυτή η αρχή αποτελεί τον άξονα πάνω στον οποίο αναπτύσσουμε τις πρωτοβουλίες μας, την πολιτική μας, ενθαρρύνουν τον εκσυγχρονισμό των τουριστικών μονάδων, την αναβάθμιση των υποδομών, τις φιλικές προς το περιβάλλον επενδύσεις, ενώ παράλληλα πριμοδοτούν τη χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας.

Οι προβλέψεις είναι ότι ο ελληνικός τουρισμός μπορεί να πετύχει διαρκώς αυξανόμενους ρυθμούς ανάπτυξης τα επόμενα χρόνια. Το όραμα είναι μια Ελλάδα που αναδεικνύεται σε κορυφαίο προορισμό όλες τις εποχές του χρόνου.

Το όραμα είναι μια Ελλάδα που προσφέρει τις πλέον ποιοτικές υπηρεσίες σε όλες τις μορφές τουρισμού, μια Ελλάδα με σύγχρονη τουριστικές εγκαταστάσεις σε όλη τη χώρα.

3.2 Φορείς στήριξης του Ελληνικού Τουρισμού

3.2.1 Το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης

Η Ελληνική Πολιτεία έχει αναθέσει στο επανασυσταθέν Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης τη συνολική ευθύνη της διαχείρισης του Τουρισμού στην Ελλάδα. Πιο συγκεκριμένα, στο νέο υπουργείο ανατίθενται, μεταξύ άλλων, οι εξής αρμοδιότητες:

- ο προγραμματισμός και η χάραξη της τουριστικής πολιτικής,
- ο σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης στα πλαίσια της κυβερνητικής πολιτικής
- η διαμόρφωση και προώθηση των αναγκαίων θεσμικών ρυθμίσεων
- η έρευνα και μελέτη των επιπτώσεων του τουρισμού στην εθνική οικονομία
- οι κατευθύνσεις για τη μελέτη και κατάρτιση προγραμμάτων τουριστικής υποδομής και ανάπτυξης
- η ευθύνη της προβολής των ελληνικών θέσεων σε τουριστικά θέματα στο εξωτερικό
- η ανάπτυξη πρωτοβουλιών συνεργασίας με λοιπούς συναρμόδιους φορείς (υπουργεία τοπική αυτοδιοίκηση κλπ) για την προσέλκυση ιδιωτικών κεφαλαίων στην επένδυση τουριστικών υποδομών και γενικότερα στην ποιοτική αναβάθμιση του τουριστικού τομέα.

Παράλληλα, με την επανασύσταση του υπουργείου θεσμοθετήθηκε και η λειτουργία μιας νέας Επιτροπής στην οποία μετέχουν ο Υπουργός και στελέχη του υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης, καθώς και εκπρόσωποι της Κεντρικής Ένωσης Δήμων & Κοινοτήτων Ελλάδος (ΚΕΔΚΕ) και της Ένωσης Νομαρχιακών Αυτοδιοικήσεων Ελλάδας (ΕΝΑΕ) με σκοπό την ανάδειξη, επισήμανση και αντιμετώπιση των προβλημάτων που συνδέονται αρνητικά με τον τουρισμό σε τοπικό και νομαρχιακό επίπεδο. Τέλος, το υπουργείο εποπτεύει τους εξής οργανισμούς, υπεύθυνους για

σχετικά τουριστικά θέματα, όπως πχ ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ) , το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας (ΞΕΕ), ο Οργανισμός Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης (ΟΤΕΚ), η Εταιρία Τουριστικής Ανάπτυξης ΕΤΑ ΑΕ καθώς και λοιπά νομικά πρόσωπα σχετικής αρμοδιότητας. Πιο αναλυτικά:

3.2.2 Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ)

Ο Ε.Ο.Τ ιδρύθηκε το 1950 και αποτελεί τον βασικό κρατικό φορέα του τουριστικού τομέα της χώρας κυρίως σε θέματα προβολής και προώθησης το ελληνικού τουρισμού μέσω διεθνών εκθέσεων, συνεδρίων και λοιπών εκδηλώσεων. Χορηγεί άδειες σε τουριστικές επιχειρήσεις , ενώ αναλαμβάνει οποιαδήποτε δραστηριότητα που έχει σχέση με την οργάνωση, προώθηση και στήριξη του τουρισμού, ενώ συνεργάζεται στενά με συλλογικούς φορείς, οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης και λοιπούς οργανισμούς του δημόσιου για τη σχεδίαση, επεξεργασία και εκτέλεση διαφημιστικών προγραμμάτων προβολής της χώρας, τουριστικών περιοχών ή κλάδων τουριστικών επιχειρήσεων. Από 1-1- 2005 σε κάθε περιφέρεια της χώρας συστήνονται Περιφερειακές Υπηρεσίες (Π.Υ.Τ) του ΕΟΤ οι οποίες διαδέχονται στην ουσία τις αρμοδιότητες των γραφείων υποστήριξης τουρισμού κάθε περιφέρειας.

3.2.3 Ο Οργανισμός Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης (ΟΤΕΚ)

Ο Οργανισμός Τουριστικής Εκπαίδευσης & Κατάρτισης ιδρύθηκε το 1937 και αποτελεί τον εξειδικευμένο κρατικό φορέα παροχής τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης στην Ελλάδα. Εποπτεύεται από το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης και έχει τη μορφή του Ν.Π.Δ.Δ. Ο Ο.Τ.Ε.Κ. περιλαμβάνει σήμερα τις πρώην Σχολές Τουριστικών Επαγγελματιών και τις Σχολές Ξεναγών .Η νέα μορφή των Σχολών σηματοδοτεί και το σύγχρονο ρόλο τους για την αναδιοργάνωση και τον εκσυγχρονισμό της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης στη χώρα μας και τη δημιουργία ενός σύγχρονου συστήματος πιστοποίησης των επαγγελματιών

προσόντων στον τουριστικό τομέα . Σήμερα υπό την ευθύνη του Ο.Τ.Ε.Κ. λειτουργούν :

- 21 σύγχρονες εκπαιδευτικές μονάδες σε 18 πόλεις της Ελλάδας
- 3 Ξενοδοχειακές μονάδες που λειτουργούν κατά τη θερινή περίοδο
- Σύγχρονα εργαστήρια για πρακτική άσκηση – Εργαστήρια πληροφορικής – Δανειστική βιβλιοθήκη .
- Γραφείο Διασύνδεσης – Σταδιοδρομίας σε άμεση επαφή με την αγορά εργασίας για την προώθηση της απασχόλησης των αποφοίτων

3.2.4 Το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος (ΞΕΕ)

Το Ξ.Ε.Ε λειτουργεί από το 1935 ως Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου, είναι ο νομοθετημένος σύμβουλος της Πολιτείας σε θέματα τουρισμού και έχει εκ του νόμου ως μέλη όλα τα ξενοδοχειακά καταλύματα και τις οργανωμένες τουριστικές κατασκηνώσεις της χώρας. Διοικείται από Διοικητικό Συμβούλιο αιρετών αντιπροσώπων των ξενοδοχείων και των οργανωμένων τουριστικών κατασκηνώσεων όλης της χώρας και εκπροσώπων του κράτους. Είναι μέλος της Συνομοσπονδίας των Εθνικών Ενώσεων Ξενοδοχίας Εστίασης και Αναψυχής των κρατών- μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Hotrec).

Οι κυριότεροι τομείς δραστηριοτήτων είναι:

- η μελέτη, υπόδειξη και εφαρμογή κάθε μέτρου που συντελεί στην ανάπτυξη της ξενοδοχειακής βιομηχανίας της χώρας
- η συμβουλευτική στήριξη όλων των μελών του σε θέματα οικονομικά, νομικά και εργασιακά
- η εκπόνηση μελετών
- η παροχή πληροφοριών και στατιστικών δελτίων

- η χορήγηση συντάξεων
- η έκδοση και δωρεάν διανομή σε όλα τα μέλη του μηνιαίου ενημερωτικού δελτίου «ΞΕΝΙΑ»
- η έκδοση του ετήσιου Οδηγού των Ελληνικών Ξενοδοχείων
- η συμμετοχή σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις, και
- η πραγματοποίηση κρατήσεων σε όλα τα ξενοδοχεία της χώρας

3.3 Στρατηγικό σχέδιο ανάπτυξης του Ελληνικού Τουρισμού 2004 - 2010

Το Σχέδιο Ανάπτυξης του Ελληνικού Τουρισμού παρουσιάζει, συνοπτικά και συνεκτικά, την πολιτική και τις δεσμεύσεις σε κατευθύνσεις, στόχους, άξονες δράσης και παρεμβάσεις πολιτικής για την ανάπτυξη του Ελληνικού Τουρισμού με ορίζοντα το 2010. Σύμφωνα με την Χάρτα Σύγκλισης καθώς και το Σχέδιο Υπανάπτυξης 2004 - 2008 για την Ανταγωνιστικότητα και την Ανάπτυξη, κεντρικός στόχος στην τρέχουσα δεκαετία είναι η επιτάχυνση της διαρκούς, μετρούμενης με ποσοτικούς και ποιοτικούς στόχους βελτίωσης του βιοτικού επιπέδου όλων των Ελλήνων Πολιτών. Για την επίτευξη του στόχου, πρέπει να ενισχυθούν οι τομείς εκείνοι που έχουν συγκριτικά πλεονεκτήματα και προοπτικές ανάπτυξης. Ο τουρισμός είναι ο δυναμικότερος και ανταγωνιστικότερος κλάδος της ελληνικής οικονομίας σε διεθνές επίπεδο ενώ παράλληλα παρουσιάζει σημαντικές δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης στην τρέχουσα δεκαετία. Η αντίληψη για τον τουρισμό είναι ευρύτερη από την κλασική αντίληψη της βιομηχανίας (πλευρά της προσφοράς), και περισσότερο σύνθετη από την εστίαση στην άμεση συνεισφορά στο προϊόν και την απασχόληση. Ο τουρισμός είναι ένας οριζόντιος τομέας, εξετάζεται κυρίως από την πλευρά της ζήτησης, ως μια πηγή ζήτησης εγχωρίων και διεθνών καταναλωτών για αγαθά και υπηρεσίες μεταφοράς, στέγασης, διατροφής, ένδυσης, ψυχαγωγίας, καθώς και πολιτισμικά αγαθά.

Αναφερόμενος στον Τουρισμό, στη χώρα μας, σήμερα, στην πραγματικότητα εννοούμε τα 13-14 εκατομμύρια τουρίστες - καταναλωτές (έναντι 10-11 εκατ. εγχωρίων καταναλωτών) οι οποίοι δαπανούν για μεταφορά (αεροπορικά, πλοίων, οδικά και άλλα), διαμονή (ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα, κάμπινγκ,) διατροφή (εστιατόρια, βιομηχανία και μικρές επιχειρήσεις τροφίμων, και άλλα) αναψυχή (διασκέδαση, καφέ, κλαμπ, και άλλα) επίσκεψη σε χώρους (μουσεία, πάρκα, και άλλα). Με βάση αυτά τα δεδομένα είναι δυνατόν να γίνει αντιληπτό το «σφάλμα» στον προσδιορισμό του τουρισμού ως απλά και μονοδιάστατα «βιομηχανίας» ή «τομέα υπηρεσιών» και όχι στις πραγματικές οικονομικές του διαστάσεις, ως μιας ετησίως ιδιαίτερα διαμορφούμενης ιδιωτικής κατανάλωσης. Πρόκειται, δηλαδή, για τον οικονομικό και πολιτικό προσδιορισμό του τουρισμού ως βασικού πλέον συντελεστή της συνολικής τελικής ζήτησης για εγχωρίως παραγόμενα προϊόντα και υπηρεσίες και επομένως βασικού συντελεστή της βιωσιμότητας και της ανταγωνιστικότητας του συνόλου της ελληνικής οικονομίας.

Στο συγκεκριμένο σχέδιο αντί της Ανάπτυξης της Τουριστικής Βιομηχανίας ή των Υπηρεσιών Τουρισμού, στόχο αποτελεί η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και η Ανάπτυξη της Τουριστικής Οικονομίας. Η αντίληψη και αποδοχή αυτής της θέσης (που υιοθετήθηκε από τους κοινωνικούς εταίρους στα πλαίσια λειτουργίας του Εθνικού Συμβουλίου Ανταγωνιστικότητας και Ανάπτυξης) είναι καθοριστική για την χάραξη και την εφαρμογή της τουριστικής πολιτικής ως μέρους της ευρύτερης πολιτικής για την ανταγωνιστικότητα την ανάπτυξη και την πραγματική οικονομική και κοινωνική σύγκλιση. Με τον τουριστικό τομέα, - εκτός από το Υπουργείο Ανάπτυξης, που καθορίζει και εφαρμόζει την ακολουθούμενη πολιτική, λόγω του οριζόντιου χαρακτήρα του - εμπλέκονται μια σειρά από υπουργεία, όπως το ΥΠΕΧΩΔΕ. Στα πλαίσια αυτά, για τον καλύτερο συντονισμό στην εφαρμογή της πολιτικής, απαραίτητη είναι η λειτουργία της Διυπουργικής Επιτροπής. Έτσι, στο Στρατηγικό Σχέδιο περιγράφονται οι στόχοι και οι κατευθύνσεις της πολιτικής, οι βραχυπρόθεσμες και μεσοπρόθεσμες δράσεις για τον Τουρισμό, και εντοπίζονται τομείς όπου προκύπτει ανάγκη καλύτερου συντονισμού και κοινής - Διυπουργικής - δράσης για τη μεγιστοποίηση των αποτελεσμάτων και την επίτευξη των στόχων. Επιπλέον, το Στρατηγικό Σχέδιο Δράσης, αρχικά, αξιολογεί το πού βρισκόμαστε σήμερα σε σχέση με τις εξελίξεις στο διεθνές περιβάλλον και τους ανταγωνιστές μας. Οι προοπτικές ανάπτυξης του Τομέα είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικές. Σύμφωνα με την

εκτίμηση του Παγκόσμιου Συμβουλίου Τουρισμού και Ταξιδιών, η οποία στηρίζεται στην μέθοδο κατάρτισης των δορυφόρων λογαριασμών του Oxford Economic Forecasting, τα επόμενα δέκα χρόνια, πρόκειται να γνωρίσει σημαντικούς (ετήσιους) ρυθμούς ανάπτυξης μετρούμενης σύμφωνα με τους ακόλουθους δείκτες:

- 5% στην ζήτηση για αγαθά και υπηρεσίες
- 4,6% συμβολή στο ΑΕΠ του τομέα (άμεση επίδραση) όπου ανεβάζει τον αριθμό των επισκεπτών σε περίπου 19,7 εκατ .
- 2,1% στην απασχόληση (άμεση) στον τομέα
- 2,2% στη συνολική απασχόληση της χώρας
- 4,8% στις επενδύσεις.

Οι ποσοτικοί στόχοι του σχεδίου δράσης που τίθενται με ορίζοντα επίτευξης το 2010 είναι οι ακόλουθοι:

- Αύξηση των αφίξεων σε 20 εκ.
- Αύξηση των εισπράξεων από τον Τουρισμό σε 20 δις. €
- Αύξηση της Μέσης κατά κεφαλήν δαπάνης σε 1020 € (ποιοτικός τουρισμός).
- Αύξηση της συμμετοχής του Τουρισμού στο ΑΕΠ κατά 3 τουλάχιστον ποσοστιαίες μονάδες.
- Αύξηση του απασχολούμενου στον Τουρισμό εργατικού δυναμικού τουλάχιστον κατά 16%.
- Αύξηση των διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχεία σε 87 εκ.
- Αύξηση των πληροτήτων των ξενοδοχείων των ανεπτυγμένων περιοχών κατά 10 ποσοστιαίες μονάδες⁵

Οι ποιοτικοί στόχοι που τίθενται με ορίζοντα επίτευξης το 2010 είναι οι ακόλουθοι:

- Καλύτερος συντονισμός όλων των φορέων της «τουριστικής αλυσίδας» και αναβάθμιση της τριμερούς συνεργασίας (κυβέρνηση και τοπική αυτοδιοίκηση, επιχειρήσεις και εργαζόμενοι).

⁵ Υπουργείο Τουρισμού

- Βελτίωση (της ανταγωνιστικότητας) της εικόνας και της θέσης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στις διεθνείς αγορές.
- Πλήρης τουριστική επιτυχία των μεγαλύτερων τουριστικών γεγονότων.
- Αναβάθμιση και διαφοροποίηση της τουριστικής προσφοράς.
- Αναβάθμιση του συνόλου των εγκαταστάσεων και υπηρεσιών που απαρτίζουν την «τουριστική αλυσίδα».
- Προώθηση των εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής καθώς και των οργανωτικών υποδομών.
- Ενίσχυση της «επιχειρηματικής κουλτούρας» και της επιχειρηματικότητας.
- Συστηματική ενίσχυση του τουριστικού προϊόντος με το συγκριτικό πλεονέκτημα του πολιτιστικού μας αποθέματος.
- Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου των ανεπτυγμένων κυρίως περιοχών

Οι άξονες Δράσης, η εξειδίκευση των Στόχων και τα Μέτρα του στρατηγικού σχεδίου

Για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού πρέπει αφενός το ελληνικό τουριστικό προϊόν να κερδίζει όλο και μεγαλύτερο μερίδιο από τη διεθνή τουριστική αγορά (δράσεις ενίσχυσης της ζήτησης) και αφετέρου να αναβαθμίζεται η ποιότητα της προσφοράς του (δράσεις ενίσχυσης της προσφοράς), να εμπλουτίζεται και να διαφοροποιείται (σε σχέση με τα προϊόντα των ανταγωνιστών), να ενσωματώνει ένα όλο και μεγαλύτερο μέρος της εγχώριας παραγωγής προϊόντων και υπηρεσιών μέσα από την ενίσχυση του ρόλου του ανθρώπινου δυναμικού και της επιχειρηματικότητας και τον εκσυγχρονισμό των δομών της δημόσιας διοίκησης καθώς και των μηχανισμών άσκησης της τουριστικής πολιτικής.

Στο πλαίσιο αυτό, για την περίοδο 2004 - 2010, η στρατηγική θα υλοποιηθεί μέσα από έξι βασικούς άξονες:

- ❖ την αναβάθμιση της ποιότητας της προσφοράς,
- ❖ τον εμπλουτισμό και τη διαφοροποίηση του συνολικού τουριστικού προϊόντος,
- ❖ την εκπαίδευση και την κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού,

- ❖ την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας,
- ❖ την προώθηση και την προβολή της χώρας με νέα εργαλεία και σύγχρονες μεθόδους, και
- ❖ τον εκσυγχρονισμό των δομών της δημόσιας διοίκησης και των μηχανισμών άσκησης της τουριστικής πολιτικής⁶.

3.4 Στατιστικά στοιχεία για τον Τουρισμό στην Ελλάδα

Σύμφωνα με τα πρόσφατα στοιχεία της ΕΣΥΕ και τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, το 2002 η Ελλάδα με 14.179.999 αφίξεις αλλοδαπών ταξιδιωτών στα σύνορα καταλαμβάνει την 15η θέση στην παγκόσμια κατάταξη των χωρών υποδοχής, σημειώνοντας αύξηση +0,87% έναντι του 2001.

Οι αεροπορικές αφίξεις αλλοδαπών το 2002 ήταν μειωμένες κατά -3,72% έναντι του 2001 και αποτέλεσαν το 73,61% του συνόλου των αφίξεων. Επίσης μειωμένες εμφανίστηκαν οι αφίξεις θαλασσίως κατά -1,38%, ενώ οι αφίξεις οδικώς παρουσίασαν αύξηση κατά +16,52%, οφειλόμενη σε μεγάλο βαθμό στους ταξιδιώτες προερχόμενους από την Αλβανία.

Σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα διαθέσιμα στοιχεία της ΕΣΥΕ για τις διανυκτερεύσεις στις ξενοδοχειακές μονάδες, το 2001 πραγματοποιήθηκαν συνολικά 61.567.209 διανυκτερεύσεις αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών (αύξηση 0,43% έναντι του 2000). Οι έλληνες εξακολουθούν να αποτελούν σημαντικό μέγεθος της ζήτησης, δεδομένου ότι πραγματοποίησαν 14.983.243 διανυκτερεύσεις, ενώ οι αλλοδαποί 46.636.293.

Οι εισπράξεις από τουριστικές υπηρεσίες κατά το 2002 έφθασαν τα 10.285 εκ. ευρώ, παρουσιάζοντας ελαφρά μείωση κατά -2,8% έναντι του 2001, σύμφωνα με τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος. Με βάση τον σχετικό πίνακα του Παγκόσμιου

⁶ Υπουργείο Ανάπτυξης

Οργανισμού Τουρισμού, η Ελλάδα κατατάσσεται έτσι στην 10η θέση από άποψη τουριστικών εισπράξεων.

Το ενεργό ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας το 2003 είναι 628.170 κλίνες σε 330.970 δωμάτια που ανήκουν συνολικά σε 8.550 ξενοδοχειακές μονάδες. Υπάρχουν ακόμη 30.241 θέσεις κατασκήνωσης και 1.005 οικίσκοι σε 352 κάμπινγκ, που μπορούν να φιλοξενήσουν άλλα 93.738 άτομα.

Η απασχόληση στον τουριστικό τομέα εκτιμάται ότι ανέρχεται περίπου στο 10% της συνολικής απασχόλησης (6,1% άμεση - 3,9 έμμεση).

Κεφάλαιο 4^ο

Γενικές Πληροφορίες της νήσου Ρόδου



4.1 Διοικητική διαίρεση της Ρόδου

Η Ρόδος χωρίζεται διοικητικά στους Δήμους:

1. Ρόδου
2. Αρχαγγέλου
3. Ατταβύρου
4. Αφάντου
5. Ιαλυσού
6. Καλλιθέας
7. Καμείρου
8. Λινδίων
9. Νότιας Ρόδου
10. Πεταλούδων

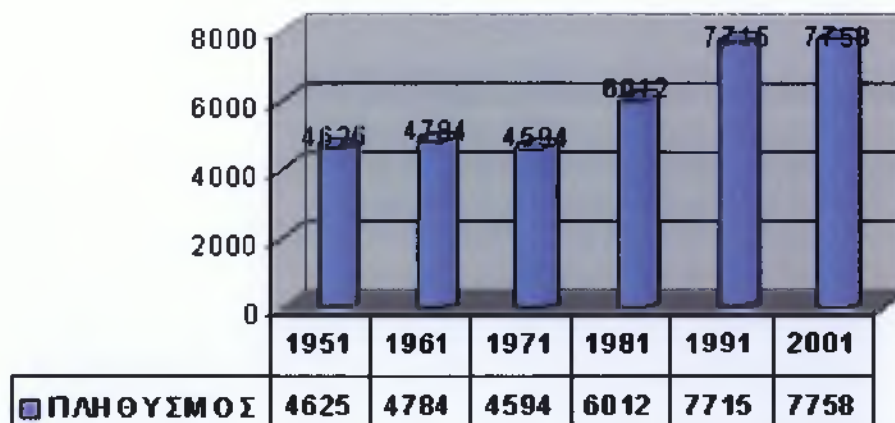
4.2 Δήμος Αργαγγέλλου

4.2.1 Μορφολογία

	ΑΝΑΓΛΥΦΟ	ΚΑΛΛΙΕΡΓ. Κ' ΑΓΡΑΝΑΠ	ΚΟΙΝΟΤ ΒΟΣΚΟΤ	ΙΔΙΩΤ ΒΟΣΚΟΤ					ΣΥΝΟΛΟ ΕΚΤΑΣΕ ΩΝ
					ΔΑΣΗ	ΥΔΑΤΑ	ΟΙΚΙΣΜΟΙ	ΑΛΛΕΣ	
ΑΡΧΑΓΓΕΛΟΣ	ΠΕΔΙΝΟ	11.0	14.4	0.0	14.0	0.2	2.5	6.3	48.4
ΜΑΛΩΝΑ	ΗΜΙΟΡΕΙΝΟ	6.8	5.5	0.0	26.4	2.1	2.6	0.0	43.4
ΜΑΣΑΡΗ	ΠΕΔΙΝΟ	13.9	0.0	2.0	2.8	2.9	2.0	0.0	23.6
ΔΗΜΟΣ ΑΡΧΑΓΓΕΛΟΥ		31,7	19,9	2	43,2	5,2	7,1	6,3	115,4

Πηγή : ΕΣΥΕ 1991 (σε χιλ. στρέμματα)

4.2.2 Δημογραφία



Πηγή : Απογραφές Πληθυσμού ΕΣΥΕ

4.2.3 Στοιχεία απασχόλησης

	Α' ΓΕΝΗΣ	Β' ΓΕΝΗΣ	Γ' ΓΕΝΗΣ	ΔΕΝ ΔΗΛΩΣΑΝ	ΣΥΝΟΛΟ	ΟΙΚΟΝ. ΕΝΕΡΓΟΙ	ΟΙΚ. ΕΝΕΡΓΟΙ ΚΑΤΩ ΤΩΝ 25	ΑΝΕΡΓΟΙ
ΑΡΧΑΓΓΕΛΟΥ	68	760	1146	166	2140	2205	386	65
ΜΑΛΩΝΑΣ	155	57	124	49	385	395	78	10
ΜΑΣΑΡΩΝ	24	86	234	8	352	363	70	11
ΔΗΜΟΣ ΑΡΧΑΓΕΛΛΟΥ	247	903	1504	223	2877	2963	534	86

Πηγή : ΕΣΥΕ 1991

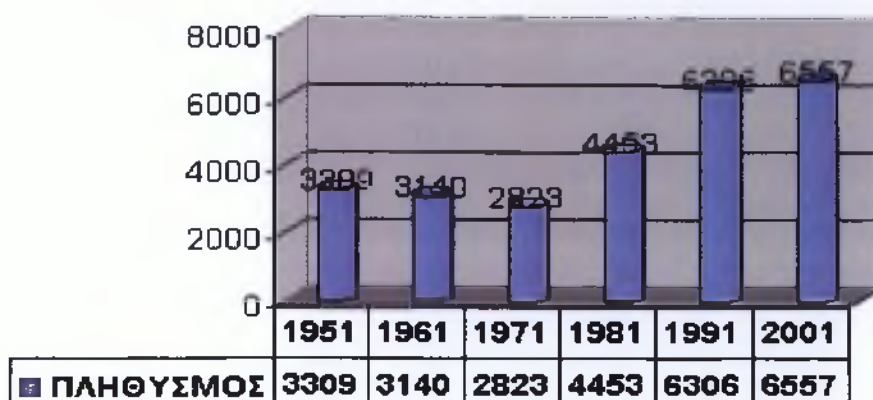
4.3 Δήμος Αφαντού

4.3.1 Μορφολογία

	ΑΝΑΓΛΥΦΟ	ΚΑΛΛΙΕΡΓ, Κ' ΑΓΡΑΝΑΠ	ΚΟΙΝΟΤ ΒΟΣΚΟΤ	ΙΔΙΩΤ ΒΟΣΚΟΤ	ΔΑΣΗ	ΥΔΑΤΑ	ΟΙΚΙΣΜΟΙ	ΑΛΛΕΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΕΚΤΑΣΕ ΩΝ
ΑΦΑΝΤΟΥ	ΠΕΔΙΝΟ	12	6,7	0,5	6,7	0,6	1,2	0,8	28,5
ΑΡΧΙΠΟΛΗ	ΗΜΙΟΡΕΙΝΟ	3,8	3,7	0	9,1	0,2	0,7	0,1	17,6
ΣΥΝΟΛΟ		15,8	10,4	0,5	15,8	0,8	1,9	0,9	46,1

Πηγή : ΕΣΥΕ 1991 (σε χιλ. στρέμματα)

4.3.2 Δημογραφία



Πηγή : Απογραφές Πληθυσμού ΕΣΥΕ

4.4 Δήμος Ιαλυσού

Ο Δήμος Ιαλυσού βρίσκεται στο Βόρειο - Δυτικό τμήμα της Νήσου Ρόδου, σε απόσταση 8 χλμ από το Νομαρχιακό Μέγαρο. Εκτείνεται κατά μήκος του βασικού οδικού άξονα Ρόδου- Αεροδρομίου- Καμείρου.

Στο βόρειο σύνορό του βρίσκεται ο Δήμος Ρόδου, στο Νότιο ο Δήμος Πεταλουδών, ανατολικά ο Δήμος Καλλιθέας και δυτικά η θάλασσα (Κόλπος των Τριαντών).

Γεωγραφικά αλλά και από οικιστική άποψη μπορούμε να διακρίνουμε στο δήμο Ιαλυσού τέσσερις ενότητες:

Η πρώτη περιλαμβάνει τον πυρήνα του οικισμού, με πυκνή δόμηση όπου βρίσκονται συγκεντρωμένες οι παραδοσιακές δραστηριότητες του Δήμου, οι οποίες κατά κύριο λόγο εξυπηρετούν τις ανάγκες των κατοίκων του οικισμού. Γύρω από τον οικισμό, η δόμηση αραιώνει και βρίσκει κανείς κατοικίες – επαύλεις προς τις οποίες «εκτονώνεται» οικιστικά τόσο ο δήμος Ρόδου όσο και ο Δήμος Ιαλυσού.

Η δεύτερη εκτείνεται κατά μήκος της οδού Ρόδου- αεροδρομίου. Εδώ οι κατοικίες διακόπτονται συχνά από μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες οι οποίες αποτέλεσαν χρονικά τις πρώτες τουριστικές μονάδες «εκτός Ρόδου».

Η τρίτη περιλαμβάνει την παραθαλάσσια περιοχή που έχει κατά μήκος της μεγάλα και μετρίου μεγέθους τουριστικά συγκροτήματα και μικρές μονάδες βοηθητικές των ξενοδοχείων (εστιατόρια κλπ).

Τέλος η ενδοχώρα (στην ανατολική πλευρά του οικισμού) χαρακτηρίζεται από το λόφο του Φιλερήμου (χώρο αρχαιολογικού και οικολογικού ενδιαφέροντος) και από αραιή δόμηση ανάμεσα σε εκτάσεις που άλλοτε καλλιεργούνταν αλλά σήμερα προορίζονται για οικιστική χρήση.

4.5 Δήμος Καλλιθέας

Ο Δήμος Καλλιθέας, στο βορειοανατολικό τμήμα του νησιού και νότια της πόλης της Ρόδου, περιλαμβάνει τρία δημοτικά διαμερίσματα: τις Καλυθιές, τα Κοσκινού και την Ψίνθο.

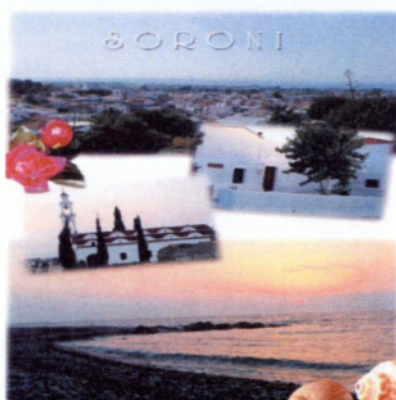
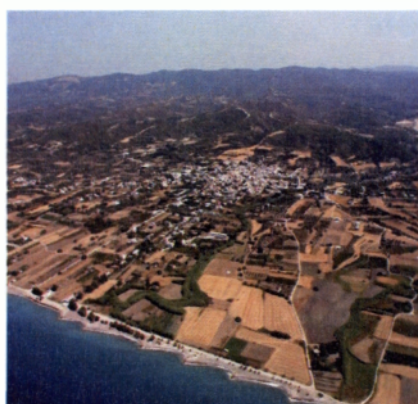
Το Φαληράκι, από τα πλέον πολυσύχναστα θέρετρα του νησιού, φημίζεται για την μήκους πέντε χιλιομέτρων αμμώδη ακτή του, όπου μπορεί κανείς να απολαύσει το λαμπρό ροδίτικο ήλιο και την καταγάλανη θάλασσα και να επιδοθεί σε θαλάσσια σπορ. Οι κάθε κατηγορίας και μεγέθους ξενοδοχειακές μονάδες, προσφέρουν την εγγύηση μιας θερμής φιλοξενίας σε περισσότερους από 25.000 επισκέπτες, ενώ τα πολυάριθμα εστιατόρια και μπαρ καλύπτουν κάθε είδους νυχτερινή διασκέδαση.

4.6 Δήμος Καμείρου

Η Σορωνή αποτελεί την έδρα του δήμου Καμείρου. Βρίσκεται σε απόσταση 25 χιλιομέτρων από την πόλη της Ρόδου. Πήρε το όνομά της, από το δάσος των «Δρυών» που υπήρχε στην περιοχή. Σόρων σημαίνει δάσος δρυών και χώρος με βελανιδιές.

Το χωριό είναι κτισμένο πολύ κοντά στην παραλία και κατοικείται από 1236 κατοίκους. Έχει έκταση 13.675 στρεμμάτων. Διαθέτει πλούσια βλάστηση και γόνιμο έδαφος, το οποίο καλλιεργείται από τους κατοίκους με ελαιόδεντρα, αμπέλια εσπεριδοειδή και άλλα γεωργικά προϊόντα.

Σε απόσταση 3 χιλιομέτρων βρίσκεται η περιοχή του Αγίου Σουλά, όπου κάθε χρόνο στο τέλος Ιουλίου, γίνεται ένα από τα μεγαλύτερα πανηγύρια του νησιού, το οποίο συγκεντρώνει δεκάδες χιλιάδες επισκέπτες.



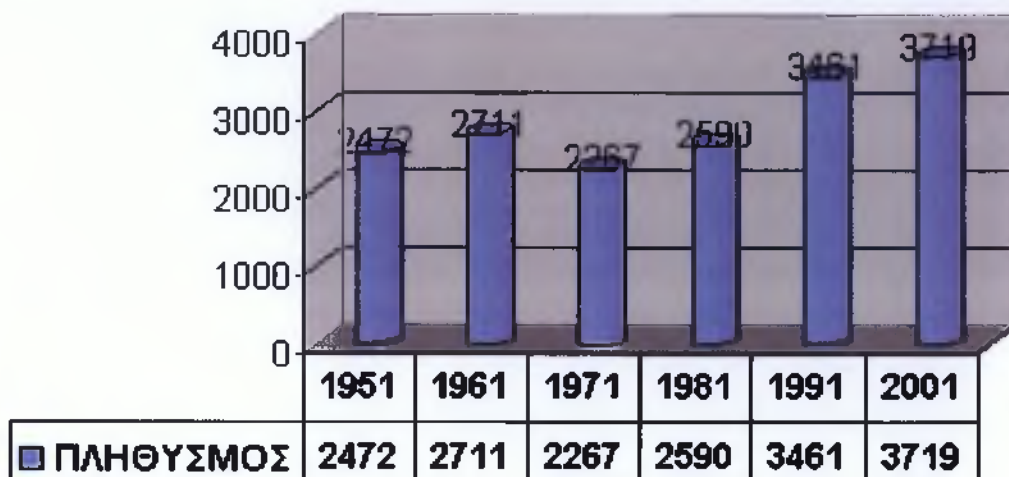
4.7 Δήμος Λινδίων

4.7.1 Μορφολογία

	ΑΝΑΓΛΥΦΟ	ΚΑΛΛΙΕΡΓ, κ' ΑΓΡΑΝΑΠ	ΚΟΙΝΟΤ ΒΟΣΚΟΤ	ΙΔΙΩΤ ΒΟΣΚΟΤ	ΔΑΣΗ	ΥΔΑΤΑ	ΟΙΚΙΣΜΟΙ	ΑΛΛΕΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΕΚΤΑΣΕΩΝ
ΑΛΑΘΟΣ	ΗΜΙΟΡΕΙΝΟ	1,2	3,7	0	10,3	0,1	0,4	1,9	17,5
ΑΕΡΜΑ	ΗΜΙΟΡΕΙΝΟ	7,2	0	34	43,5	2,3	0,5	0	87,4
ΑΡΔΟΣ	ΠΕΔΙΝΟ	3,5	8	12,1	16,5	1	0,5	0,3	41,8
ΑΝΔΟΣ	ΠΕΔΙΝΟ	0,9	6,3	3,1	3,5	0	1,1	1,8	16,6
ΑΛΩΝΑΣ	ΗΜΙΟΡΕΙΝΟ	1	4,5	0,2	9,4	0	0,1	0,5	15,7
ΑΝΟΛΟ		13,8	22,5	49,4	83,2	3,4	2,6	4,5	179

Πηγή : ΕΣΥΕ 1991 (σε χιλ. στρέμματα)

4.7.2 Δημογραφία



Πηγή : Απογραφές Πληθυσμού ΕΣΥΕ

Κεφάλαιο 5^ο

Η Τουριστική Ανάπτυξη του Δήμου Ρόδου

5.1 Πληροφορίες για το νησί της Ρόδου



Πρωτεύουσα του νησιωτικού συμπλέγματος των Δωδεκανήσων προικισμένη από τη φύση και ευλογημένη από την ιστορία, δεν απορεί κανείς γιατί η Ρόδος θεωρείται ένας ιδανικός προορισμός για διακοπές και ένα πολυσύχναστο θέρετρο που σφύζει από τουρισμό.

Ένα ιστορικά ενδιαφέρον νησί και ένα τοπίο μοναδικής φυσικής ομορφιάς. Η ιδιαίτερος οργανωμένη τουριστική υποδομή και το μοντέρνος τρόπος ζωής σε συνδυασμό με το παραδοσιακό προφίλ και τη φυσική ομορφιά του νησιού συνθέτουν μια ακαταμάχητη εικόνα έλξης που είναι βέβαιο πως θα σας μαγέψει.

Η Ρόδος ανήκει στο σύμπλεγμα των Δωδεκανήσων, το οποίο βρίσκεται σε κοντινή απόσταση από την ακτογραμμή της Τουρκίας. Επιπροσθέτως, η Ρόδος καλύπτει μια έκταση 1.398 τ. χλμ., έχει ακτογραμμή μήκους 220 χλμ. και έχει περίπου 100.000 κατοίκους.

Η Ρόδος σφύζει με καταπράσινες περιοχές, εκτεταμένες αμμουδιές και παραλίες με βότσαλα και κρυστάλλινα καθαρά νερά, ενώ αναρίθμητοι υπέροχοι οικισμοί

σκορπισμένοι ολόγυρα στο προικισμένο τοπίο ομορφαίνουν το σκηνικό με μοναδικό τρόπο. Ακόμη, σημαντικοί αρχαιολογικοί χώροι και συναρπαστικές ανθρώπινες δημιουργίες ολοκληρώνουν την ασύγκριτη γοητεία της Ρόδου.

Στην ομώνυμη πρωτεύουσα της Ρόδου, η γραφική μεσαιωνική πόλη με τα εκπληκτικά ιστορικά κτίρια καθώς και η μοντέρνα πόλη με τα αρχαιολογικά ευρήματα που βρίσκονται διάσπαρτα, κυριαρχούν συνθέτοντας ένα υπέροχο σκηνικό. Επιπροσθέτως, ποικίλοι άλλοι οικισμοί απλωμένοι σε όλο το νησί ολοκληρώνουν την ομορφιά της Ρόδου.

Λέγεται ότι η πρωτεύουσα της Ρόδου είναι μία από τις πιο ενδιαφέρουσες πόλεις του κόσμου καθώς στην άκρη του λιμανιού της η **παλιά πόλη**, η οποία περιβάλλεται από ένα εντυπωσιακό τείχος, προεξάρχει. Το εντυπωσιακό **κάστρο των ιπποτών**, ποικίλα **μεσαιωνικά κτίρια**, η πλακόστρωτη οδός την οποία οι ιπότες κατέβαιναν με τα αλόγά τους, εκκλησίες, μουσεία, μνημεία, παλαιές βιβλιοθήκες και αρχαιολογικά ευρήματα αποπνέουν την αίσθηση μιας άλλης εποχής. Επίσης, μικρά ξενοδοχεία, παραδοσιακά σπίτια και μεγάλες πλατείες καθώς και εστιατόρια, ταβέρνες, καφετέριες, μπαρ και καταστήματα στη γνωστή οδό Σωκράτους θα σας περιμένουν.

Στο νησί της Ρόδου συναντάει κανείς αμέτρητους οικισμούς που αξίζουν να τους επισκεφθεί. Η **διάσημη κοιλάδα με τις πεταλούδες**, που αποτελεί μια φυσική περιοχή με πυκνή βλάστηση, τρεχούμενα νερά και ένα μοναδικό είδος πεταλούδας που πετά ολόγυρα, είναι μια από τις πιο γνωστές **φυσικές ομορφιές της Ρόδου**. Ακόμη, το **Πρασονήσι**, η πλέον εκπληκτική φυσική περιοχή του νησιού, διαθέτει την καλύτερη αμμουδιά του νησιού, η οποία το χειμώνα καλύπτεται από τη θάλασσα. Επίσης, η Λίνδος είναι ένας ξεχωριστός παραδοσιακός οικισμός που περιβάλλει τη γνωστή ακροβολισμένη σε λόφο ακρόπολη (όπου μπορείτε να πάτε με τα πόδια ή με γαϊδουράκι) και σφύζει από ενδιαφέροντα μουσεία, το **σμιλεμένο σε βράχο αμφιθέατρο**, απόμακρες παραλίες, μεσαιωνικά σπίτια, δαιδαλώδη πλακόστρωτα δρομάκια και αμέτρητα εστιατόρια, ταβέρνες, καφετέριες και καταστήματα.

Πιο κοσμοπολίτικες περιοχές με έντονη νυχτερινή ζωή και ατελείωτη διασκέδαση γενικότερα, θεωρούνται οι πολυσύχναστες περιοχές Ιαλυσός, Τριάντα, Ιξιά και πάνω από όλα το Φαληράκι, είναι τα ιδανικά μέρη, καθώς εκτός από τα κέντρα

διασκέδασης έχουν ακόμη απέραντες αμμουδιές με οργανωμένα θαλάσσια αθλήματα. Επίσης, η μοντέρνα πόλη της Ρόδου, ακολουθώντας το σύγχρονο τρόπο ζωής, είναι σίγουρα η απόλυτη επιλογή για διασκέδαση καθώς έχει ενδιαφέροντα αξιοθέατα όπως την ακρόπολη στο Μόντε Σμιθ και το **μυστηριώδες ενυδρείο**, αλλά και την απέραντη ακτή που την περιβάλλει.

5.1.1 Παραλίες

Στην πόλη της Ρόδου υπάρχει μία μεγάλη παραλία. Στους πανέμορφους κολπίσκους στο Φαληράκι υπάρχουν αμμουδερές παραλίες. Στην Λίνδο και στον όρμο των Βλυχών και στις παραλίες Χαράκι, Πεύκοι, Κάλαθος και Αγία Αγάθη. Επίσης στις παραλίες Στέγνα, Τσαμπίκα, Ιάλισσος, Αφάντου και Πρασονήσι.

5.1.2 Αξιοθέατα / Μουσεία

Μερικά από τα σημαντικότερα αξιοθέατα που αξίζει να επισκεφθείτε στη Ρόδο:

1. Μεσαιωνική Πόλη
2. Ερείπια Ναού Αφροδίτης
3. Παλάτι Μεγάλου Μαγίστρου
4. Οδός Ιπποτών
5. Τα λουτρά του Σουλεϊμάν
6. Τζαμιά του Ρετζέπ Πασά
7. Το Ενυδρείο
8. Το τζαμί του Μουράτ Ρέις
9. Ακρόπολη της Ρόδου
10. Οι Βυζαντινές Εκκλησίες
11. Τα κτίρια νεοαποικιακού και Ιταλικού Ρυθμού
12. Η εκκλησία της Ευαγγελίστριας
13. Το Ροδίσι

5.1.3 Φεστιβάλ/Γιορτές

Οι σημαντικότερες θρησκευτικές γιορτές - Δωδεκανησιακής εμβέλειας προσκύνημα στην Παναγιά της Κρεμαστής (πρώτο 15νθήμερο Αυγούστου) με πλούσιες εκδηλώσεις πολιτισμού, της Παναγιάς Τσαμπίκας (8/9), του Αγίου Σουλά σε μαγευτικό ορεινό περιβάλλον στην ομώνυμη Μονή στη Σορωνή (τέλος Ιουλίου), της Παναγιάς Σκιαδενης στο χωριό Μεσαναγρός (Σάββατο του Λαζάρου - Κυριακή του Θωμά) με λιτανεία εικόνας που γίνεται με τελετουργικό τρόπο θυμίζοντας αρχαίο δρώμενο περνώντας από τα γύρω χωριά και καταλήγοντας στο καθολικό της Μεσαναγρού με επιστροφή πάλι στο Σκιάδι, και της Παναγιάς Υψηλής στη Λάρδο.

5.1.4 Μουσεία / Εκθέσεις

Δημοτική Πινακοθήκη (Μεσαιωνική Πόλη Ρόδου, Πλατεία Σύμης): Φιλοξενούνται συλλογές χαρακτηριστικών και πινάκων και περιοδικές εκθέσεις γνωστών ζωγράφων.

Νεστορίδειον Μέλαθρον (Ρόδος, πλ. Χαρίτου): Ίσως το κομψότερο νεοκλασικό κτήριο της Ρόδου, αποτελεί το κεντρικό κτίριο της Δημοτικής Πινακοθήκης Ρόδου-Μουσείου Νεοελληνικής Τέχνης. Φιλοξενεί μία από τις πιο σημαντικές συλλογές ελληνικής τέχνης του 20ου αιώνα με 150 καλλιτέχνες.

Κέντρο Σύγχρονης Τέχνης (Μεσαιωνική Πόλη Ρόδου, οδός Σωκράτους, Αίθουσα Παλιού Συσσιτίου): Στεγάζει μόνιμα τη συλλογή με τους χάρτες και τις γκραβούρες της συλλογής της Δημοτικής Πινακοθήκης από το 1400 (και εκθέσεις μοντέρνας τέχνης).

Θέατρο Παλιάς Πόλης: Φιλοξενούνται ποικίλες πολιτιστικές εκδηλώσεις με έμφαση στους παραδοσιακούς χορούς και τραγούδια από όλη την Ελλάδα. Έχει χωρητικότητα

επτακοσίων θέσεων.

Αρχαιολογικό Μουσείο (Μεσαιωνική Πόλη Ρόδου): Ένα από τα πιο επιβλητικά κτήρια της Παλιάς Πόλης, άρχισε να κτίζεται το 1440 από τον Μεγάλο Μάγιστρο De Lastic και ολοκληρώθηκε το 1489 από τον Μεγάλο Μάγιστρο D' Aubusson. Λειτουργεί από το 1914 ως Μουσείο. Στο κέντρο του κτηρίου βρίσκεται η κεντρική είσοδος και ακριβώς από πάνω προβάλλει τρίπλευρη κόγχη με παράθυρα, μέρος του παρεκκλησίου του Νοσοκομείου των Ιπποτών. Υπάρχουν ευρήματα που εκτίνονται από τα μυκηναϊκά χρόνια μέχρι την πρωτοχριστιανική εποχή και την Ιπποτοκρατία: Ταφικά σύνολα από την αρχαία Ιαλυσό και αρχαία Κάμειρο, ψηφιδωτά, επιτύμβιες πλάκες, γλυπτά, αρχιτεκτονικά μέλη κ.ά.

Μουσείο Λαϊκής Κοσμητικής Τέχνης (Μεσαιωνική Πόλη Ρόδου): Στεγάζεται σε κτήριο της Ιπποτοκρατίας. Μικρό αλλά με εύστοχα συγκροτημένη και αντιπροσωπευτική συλλογή. Φιλοξενούνται αντικείμενα πολλών τεχνών: Κεραμική, κεντήματα, κιλίμια, χαλιά, ξυλόγλυπτα χωρίσματα δωματίων, παραδοσιακές φορεσιές και σκεύη, εργαλεία και έπιπλα.

Λαογραφικό Μουσείο (Απόλλωνα): Στεγάζονται αρχαιολογικοί θησαυροί (σαρκοφάγοι, σπόνδυλοι κιόνων, κιονόκρανα, κ.α.), μυλόπετρες, γεωργικά εργαλεία και σκεύη της καθημερινής ζωής, σχεδόν απaráλλακτης από το Μεσαίωνα έως σήμερα.

Μουσείο Ασκληπιού: Αποθησαυρίζει αρχαιολογικά κατάλοιπα, εκκλησιαστικά κειμήλια και λαογραφικές αναμνήσεις χρηστικών αντικειμένων της αγροτικής ζωής.

Παραδοσιακό ελαιοτριβείο (Διμυλιά): Έχει μετατραπεί σε μικρό μουσείο.

Μουσείο Κωνσταντάκη (Εμπωνας): Το πατρικό σπίτι ενός σημαντικού ντόπιου ποιητή.

Λαογραφικό Μουσείο (Κοσκινού): Παραδοσιακός μύλος από τους πολλούς που ακόμα σώζονται, που μετετράπη σε αξιόλογο μουσείο.

Μουσείο Λαϊκής Τέχνης (Κρητηνία, στον κεντρικό δρόμο): Εντυπωσιακό σε μέγεθος πολύ κοντά στο κάστρο.

Παραδοσιακό σπίτι Χατζηκωνσταντή (Λίνδος): Συλλογή παραδοσιακών πιάτων, παραδοσιακών στολών και παλαιών φωτογραφιών καθώς και Λαογραφικό Κέντρο.

Λαογραφικό σπίτι (Σάλακος): Στεγάζει αρχαία αντικείμενα από τη ζωή των ντόπιων.

Λαογραφικό Μουσείο (Σορωνή): Παλιό σπίτι που έχει μετατραπεί σε μουσείο. Με διακοσμητικά πιάτα στους τοίχους, παραδοσιακά έπιπλα και υφαντά.

5.2 Η τουριστική εικόνα της Ρόδου



5.2.1 Εντοπισμός των αγορών στόχων

Ο εντοπισμός των αγορών στόχων για την περιοχή, ενώ υπό κανονικές συνθήκες αποτελεί έργο μελέτης στην ιδιάζουσα όμως περίπτωση του τουριστικού προορισμού της Ρόδου, αποτελεί εύκολο συμπέρασμα αφού οι περισσότεροι επισκέπτες της περιοχής είναι μαζικοί οργανωμένοι τουρίστες. Στοιχεία που τεκμηριώνουν τον εντοπισμό και τον προσδιορισμό των αγορών στόχων παρατίθενται στην συνέχεια εκτενέστερα.

Μέσα από την σύγχρονη όμως καμπάνια προώθησης της Ρόδου επιχειρείται ο επαναπροσδιορισμός της εικόνας της Ρόδου ως ένας προορισμός που δεν έχει να προσφέρει μονάχα ήλιο, θάλασσα και παραλίες αλλά και πολλά ακόμα στοιχεία.

5.2.2 Τα χαρακτηριστικά της εικόνας της Ρόδου

Στην εποχή της πληροφορίας ο σύγχρονος άνθρωπος νιώθει εγκλωβισμένος στα τεράστια αστικά κέντρα που έχει δημιουργήσει και αναζητά διέξοδο σε επίγειους

Παραδείσους. Η τάση αυτή για φυγή έχει οδηγήσει σήμερα στην δημιουργία τουριστικών προορισμών γύρω από το όνομα των οποίων έχει πλασθεί ο μύθος του επίγειου παράδεισου. **Ένας τέτοιος προορισμός είναι και το νησί της Ρόδου.**

Το νησί της Ρόδου βρίσκεται στην ανατολική Μεσόγειο, συγκεκριμένα στο νοτιοανατολικό Αιγαίο. Η Ρόδος είναι το μεγαλύτερο νησί της Δωδεκανήσου και το τέταρτο στην Ελλάδα. Το νησί μπορεί να χαρακτηριστεί ημιορεινό με ψηλότερα βουνά τον Ατάβυρο (1.210μ.), τον Αρταμύτη (825μ.) και τον Προφήτη λία (800μ.). Είναι πλούσιο σε βλάστηση (σήμερα το 37% της έκτασης της νήσου Ρόδου δηλαδή 518.700 στρέμματα) χαρακτηρίζεται ως δασώδες ενώ είναι πλούσιο σε φυσικά νερά(1 και οι ακτές της έχουν μήκος περίπου 220 χλμ.

Η πόλη της Ρόδου βρίσκεται κτισμένη στο βόριο τμήμα του νησιού. Στην πόλη είναι εγκατεστημένο και το μεγαλύτερο λιμάνι του νησιού. Το αεροδρόμιο έχει εγκατασταθεί τα τελευταία χρόνια κοντά στην περιοχή Παραδείσι η οποία βρίσκεται 14 χλμ. νοτιότερα της πόλεως.

Είναι ευρέως γνωστό πως η Ρόδος μέχρι περίπου και τα μέσα της δεκαετίας του 1960 ήταν ένας ζηλευτός τουριστικός προορισμός. Αποτελούσε ίσως το σημαντικότερο τουριστικό προορισμό της Ελλάδας και έναν από τους πλέον αξιόλογους σε όλο τον κόσμο. Το περιβάλλον - φυσικό και ανθρωπογενές - είχε παραμείνει σχεδόν άθικτο, ο τουρισμός ήταν ποιοτικός και ελεγχόμενης κλίμακας και ο αριθμός των τουριστών χαμηλός και τέλος το ήπιο ακόμα επίπεδο ανάπτυξης δεν είχε ανατρέψει τις ισορροπίες του παρελθόντος. Η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά της Ρόδου αποτελούσε σημαντικό θέλγητρο μιας και το νησί της Ρόδου συχνά αποκαλούνταν ως

«Το Νησί των Ιπποτών» διοχετεύοντας μια αίσθηση μυστηρίου και μαγείας. Ρόδος αποτέλεσε θέρετρο διασημοτήτων και ατόμων των ανωτέρων εισοδηματικών τάξεων της εποχής εκείνης. Πέρα όμως από το γνωστά slogan πως η Ρόδος είναι το νησί των ιπποτών η Πόλη της Ρόδου αλλά και όλο το νησί έχει συνδεθεί και έχει προβληθεί χάρη στην ύπαρξη εκεί κατά των αρχαίων χρόνων ενός από τα Έπτά Θαύματα του Κόσμου που δεν είναι άλλο από τον Κολοσσό της Ρόδου γύρω από την εικόνα του οποίου έχουν αναπτυχθεί πολλοί μύθοι.

Σήμερα όμως τα δεδομένα έχουν διαφοροποιηθεί, η Ρόδος έπαψε να προβάλλει την πολιτισμική της κληρονομιά αλλά φαντάζει ως ιδανικός τουριστικός προορισμός για τους τουρίστες της κατηγορίας των 3S (Sea-Sun-Sand). Αποτέλεσμα της αλλαγής της εικόνας της Ρόδου ήταν να συρρέει πλέον στην περιοχή μεγάλος αριθμός μαζικών τουριστών γεγονός που επιφέρει και τις ανάλογες επιπτώσεις και στο περιβάλλον σε όλες του ης εκφάνσεις (φυσικό - οικονομικό - κοινωνικό).

Η Ρόδος λοιπόν δέχεται περίπου 1,3 εκατομμύρια επισκέπτες (18 φορές δηλαδή περισσότερους ανθρώπους από τον πληθυσμό της). Συγκρίνοντας τα νούμερα των πινάκων που παρατίθενται πιο κάτω και του συνολικού αριθμού επισκεπτών της περιοχής συμπεραίνεται πως το συντριπτικό ποσοστό των τουριστών που επισκέπτονται την περιοχή είναι μαζικοί οργανωμένοι τουρίστες.

Ο μαζικός τουρισμός είναι γνωστό πως προτιμάται από την πλευρά των τουριστών λόγω των ανταγωνιστικών τιμών που είναι σε θέση να προσφέρει διαρκώς διογκούμενη τουριστική προσφορά της περιοχής επιτρέπει στους Tour Operators να έχουν ηγεμονικό λόγο για το είδος των τουριστών που μεταφέρουν στη Ρόδο αλλά και την ευχέρεια να επιλέγουν τις αγορές στόχους. Στην περιοχή της Ρόδου υπολογίζεται πως υπάρχουν στη βόρεια και ανατολική ακτή του νησιού 79.581 κλίνες, εκ των οποίων 15.000 (19%) είναι σε ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια και 64.581 (81%) σε ξενοδοχεία διαφόρων κατηγοριών. Η κάλυψη ενός τόσο μεγάλου αριθμού κλινών σε συνδυασμό με την σχεδόν παντελή έλλειψη στρατηγικού marketing από την πλευρά των παραγωγών (ντόπιων επιχειρηματιών κ.α.) επιτρέπει στους Tour Operators να καταστρώνουν και να επιβάλουν την πολιτική τους.

5.2.3 Σημεία βελτίωσης της εικόνας

Οι επιπτώσεις της υπέρμετρης προσέλευσης μαζικών τουριστών και η σχεδόν ολοκληρωτική εξάρτηση του παραγόμενου προϊόντος της περιοχής από τους Tour Operators οδήγησε σταδιακά στην προσπάθεια μεταστροφής των δεδομένων και του επαναπροσδιορισμού της εικόνας του τόπου. Η εικόνα του νησιού πολύ αργά ομολογουμένως μεταβάλλεται αλλά οι αντιστάσεις από εκείνους που προτιμούν την παρούσα κατάσταση είναι εντονότερες. Γίνεται λοιπόν μια προσπάθεια γνωστοποίησης πολιτιστικών θέλγητρων που υπάρχουν στην περιοχή. Τα σημαντικότερα από αυτά αναφέρονται πιο πάνω (παρ. 4.1 Πληροφορίες για το νησί της Ρόδου).

Επιπροσθέτως γίνονται προσπάθειες ώστε η περιοχή να αποτελεί θέλγητρο και για νέες μορφές τουρισμού όπως για παράδειγμα ο αθλητικός τουρισμός, ο γαστρονομικός τουρισμός, ο ορειβατικός τουρισμός, ο συνεδριακός τουρισμός κ.α. Στα πλαίσια της προώθησης μιας νέας εικόνας για την περιοχή εντάσσονται και οι διοργανώσεις Διεθνών και μη αγώνων. Αξίζει στο σημείο αυτό να σημειωθεί πως η πόλη της Ρόδου έχει χριστεί ολυμπιακή πόλη αφού εκεί θα διεξάχθηκαν τρία ολυμπιακά αθλήματα των Παραολυμπιακών Αγώνων (καλαθοσφαίριση, κολύμβηση και ποδηλασία). Μερικές από τις διοργανώσεις που φιλοξενούνται στην Ρόδο είναι ο Διεθνής ποδηλατικός γύρος της Ρόδου, οι Διεθνείς αγώνες ιστιοσανίδας στην παραλία της Ιαλυσού, οι Διεθνείς αγώνες Beach Volley στα πλαίσια του παγκοσμίου πρωταθλήματος, τα "Διαγόρεια" που είναι αγώνες στίβου, ο Διεθνής Πολιτιστικός Μαραθώνιος, το Διεθνές Τουρνουά Τζούντο, το Διεθνές Τουρνουά Καράτε, οι αγώνες πυγμαχίας, οι αγώνες Μπριτζ κ.λ.π. Ακόμα στην πόλη της Ρόδου βρίσκεται το μεγαλύτερο συνεδριακό κέντρο της Μεσογείου, στο ξενοδοχείο Sofitel - Καψής όπου έχουν φιλοξενηθεί σημαντικά συνέδρια από όλη την Ευρώπη.

Με βάση την προσπάθεια προσέλκυσης εναλλακτικών μορφών τουρισμού έχουν εκπονηθεί μελέτες για την δημιουργία μονοπατιών για την εξυπηρέτηση κυρίως των αναγκών του ορειβατικού και περιηγητικού τουρισμού που όμως δεν έχουν

υλοποιηθεί ως σήμερα. Επίσης δεν υλοποιήθηκε και η πρόταση - μελέτη για την δημιουργία πίστας διεθνών αγώνων αυτοκίνητου και μοτοσικλέτας.

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

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

Ο στόχος όμως του αειφορικού τουρισμού είναι δυσπρόσιτος για την περιοχή της Ρόδου και γενικότερα για πολλές περιοχές ανά τον κόσμο και απαιτούν όχι μόνο θεωρητικές προσεγγίσεις αλλά και γενναίες πράξεις. Απαιτείται η υιοθέτηση μέτρων για την αναβάθμιση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος. αναβάθμιση αυτή είναι δυνατόν να προέλθει μέσω: α) της διαφοροποίησης των παρεχόμενων υπηρεσιών, β) της αναβάθμισης του φυσικού αλλά και του δομημένου περιβάλλοντος, γ) της κατάλληλης διαχείρισης της τουριστικής ροής ώστε να αποφευχθεί η υπερσυγκέντρωση των επισκεπτών. Το συμφέρον όμως των μεγάλων επιχειρήσεων, η νοοτροπία, η συμπεριφορά και οι στάσεις που κυριάρχησαν για 10ετίες αντιστέκονται

5.3 Ξενοδοχειακές μονάδες και κλίνες του Νομού Δωδεκανήσου

5.3.1 Ξενοδοχειακές μονάδες

	ΜΟΝΑΔΕΣ		
ΝΗΣΙΑ		*	ΣΥΝΟΛΟ
ΑΓΑΘΟΝΗΣΙ	0	0	0
ΑΣΤΥΠΑΛΛΑΙΑ	4	0	4
ΚΑΛΥΜΝΟΣ	42	5	47
ΚΑΡΠΑΘΟΣ	82	6	88
ΚΑΣΟΣ	2	0	2
ΚΩΣ	259	21	280
ΛΕΙΨΟΙ	2	0	2
ΛΕΡΟΣ	27	1	28
ΜΕΓΙΣΤΗ	1	0	1
ΝΙΣΥΡΟΣ	3	1	4
ΠΑΤΜΟΣ	41	2	43
ΡΟΔΟΣ	508	20	528
ΣΥΜΗ	14	0	14
ΤΕΛΕΝΔΟΣ	0	0	0
ΤΗΛΟΣ	4	2	6
ΧΑΛΚΗ	5	0	5
ΣΥΝΟΛΟ	994	58	1.052

*: Εκκρεμεί η χορήγηση Ειδικού Σήματος Λειτουργίας

Πηγή : ΕΟΤ
Διεύθυνση Τουρισμού Δωδεκανήσου

5.3.2 Δωμάτια

ΔΩΜΑΤΙΑ			
ΝΗΣΙΑ		*	ΣΥΝΟΛΟ
ΑΓΑΘΟΝΗΣΙ	0	0	0
ΑΣΤΥΠΑΛΛΙΑ	72	0	72
ΚΑΛΥΜΝΟΣ	949	104	1.053
ΚΑΡΠΑΘΟΣ	2.091	133	2.224
ΚΑΣΟΣ	17	0	17
ΚΩΣ	16.181	889	17.070
ΛΕΙΨΟΙ	45	0	45
ΛΕΡΟΣ	634	14	648
ΜΕΓΙΣΤΗ	17	0	17
ΝΙΣΥΡΟΣ	96	20	136
ΠΑΤΜΟΣ	944	11	955
ΡΟΔΟΣ	34.440	516	34.473
ΣΥΜΗ	243	0	243
ΤΕΛΕΝΔΟΣ	0	50	50
ΤΗΛΟΣ	91	75	166
ΧΑΛΚΗ	44	0	44
ΣΥΝΟΛΟ	55.864	1.812	57.213

*: Εκκρεμεί η χορήγηση Ειδικού Σήματος Λειτουργίας

Πηγή : ΕΟΤ
Διεύθυνση Τουρισμού Δωδεκανήσου

5.3.3 Κλίνες

ΚΛΙΝΕΣ			
ΝΗΣΙΑ		*	ΣΥΝΟΛΟ
ΑΓΑΘΟΝΗΣΙ	0	0	0
ΑΣΤΥΠΑΛΛΙΑ	126	0	126
ΚΑΛΥΜΝΟΣ	1.796	202	1.998
ΚΑΡΠΑΘΟΣ	3.830	258	4.088
ΚΑΣΟΣ	32	0	32
ΚΩΣ	30.815	1.650	32.465
ΛΕΙΨΟΙ	54	0	54
ΛΕΡΟΣ	1.159	30	1.189
ΜΕΓΙΣΤΗ	32	0	32
ΝΙΣΥΡΟΣ	188	43	231
ΠΑΤΜΟΣ	1.776	18	1.794
ΡΟΔΟΣ	65.411	955	66.366
ΣΥΜΗ	473	0	473
ΤΕΛΕΝΔΟΣ	0	96	96
ΤΗΛΟΣ	172	144	316
ΧΑΛΚΗ	88	0	88
ΣΥΝΟΛΟ	105.952	3.396	109.348

*: Εκκρεμεί η χορήγηση Ειδικού Σήματος Λειτουργίας

Πηγή : ΕΟΤ
Διεύθυνση Τουρισμού Δωδεκανήσου

5.3.4 Ενοικιαζόμενα δωμάτια

ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΔΩΜΑΤΙΑ		
	ΜΟΝΑΔΕΣ	ΚΛΙΝΕΣ
ΝΗΣΙΑ		
ΑΓΑΘΟΝΗΣΙ	3	36
ΑΣΤΥΠΑΛΛΙΑ	49	779
ΚΑΛΥΜΝΟΣ	88	1.416
ΚΑΡΠΑΘΟΣ	82	961
ΚΑΣΟΣ	3	34
ΚΩΣ	469	10.138
ΛΕΙΨΟΙ	13	136
ΛΕΡΟΣ	57	791
ΜΕΓΙΣΤΗ	17	186
ΝΙΣΥΡΟΣ	8	138
ΠΑΤΜΟΣ	87	963
ΡΟΔΟΣ	969	14.852
ΣΥΜΗ	73	502
ΤΕΛΕΝΔΟΣ	4	34
ΤΗΛΟΣ	34	378
ΧΑΛΚΗ	30	141
ΣΥΝΟΛΟ	1.986	31.485

Πηγή : ΕΟΤ
Διεύθυνση Τουρισμού Δωδεκανήσου

5.4 Κίνηση Αερολιμένα Ρόδου “ΔΙΑΓΟΡΑΣ”

ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΑΦΙΞΕΩΝ ΚΑΤΑ ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ							
α.α	ΧΩΡΑ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ			ΑΕΡΟΣΚΑΦΗ (κινήσεις)		
		2006	2007	%	2006	2007	%
1	ΑΓΓΛΙΑ	303889	312996	3,00	3093	3168	2,42
2	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	245940	252814	2,79	2880	3169	10,03
3	ΙΤΑΛΙΑ	150598	142074	-5,66	2370	2349	-0,89
4	ΟΛΛΑΝΔΙΑ	80815	87093	7,77	953	1153	20,99
5	ΑΥΣΤΡΙΑ	73180	63824	-12,78	1048	874	-16,60
6	ΣΟΥΗΔΙΑ	64484	61096	-5,25	673	577	-14,26
7	ΔΑΝΙΑ	46354	56572	22,04	595	704	18,32
8	ΒΕΛΓΙΟ	45679	51558	12,87	687	738	7,42
9	ΠΟΛΩΝΙΑ	44359	50541	13,94	650	811	24,77
10	ΦΙΛΑΝΔΙΑ	43753	46718	6,78	426	502	17,84
11	ΤΣΕΧΙΑ	36992	44131	19,30	541	626	15,71
12	ΝΟΡΒΗΓΙΑ	40489	42309	4,50	405	439	8,40
13	ΕΛΒΕΤΙΑ	24827	30010	20,88	349	421	20,63
14	ΙΣΡΑΗΛ	26989	25973	-3,76	286	332	16,08
15	ΣΛΟΒΑΚΙΑ	26293	22952	-12,71	443	346	-21,90
16	ΟΥΓΓΑΡΙΑ	16071	19808	23,25	266	312	17,29
17	ΡΩΣΙΑ	17514	18739	6,99	304	328	7,89
18	ΚΥΠΡΟΣ	2699	9502	252,06	105	299	184,76
19	ΣΛΟΒΕΝΙΑ	9548	9252	-3,10	140	137	-2,14
20	ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	6514	7158	9,89	129	136	5,43
21	ΓΑΛΛΙΑ	12377	7148	-42,25	216	142	-34,26
22	ΡΟΥΜΑΝΙΑ	1722		313,36	40	167	317,50
23	ΓΙΟΥΓΚΟΣΛΑΒΙΑ	6356		-4,72	143	128	-10,49
24	ΕΣΘΟΝΙΑ	1565	7118	127,16	24	56	133,33
25	ΛΕΤΟΝΙΑ	305	6056	809,84	8	47	487,50

26	ΛΙΘΟΥΑΝΙΑ	1216	2656	118,42	25	53	112,00
27	ΙΣΛΑΝΔΙΑ		2522			32	
28	ΙΡΛΑΝΔΙΑ	4778	2340	-51,03	115	34	-70,43
29	ΛΙΒΑΝΟΣ	465	1139	144,95	11	19	72,73
30	ΟΥΚΡΑΝΙΑ	940	1006	7,02	22	29	31,82
31	ΙΣΠΑΝΙΑ	772	669	-13,34	66	61	-7,58
32	ΦΥΡΟΜ	462	561	21,43	15	14	-6,67
33	ΚΡΟΑΤΙΑ		213		14	12	-14,29
34	ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ		200			3	
35	ΤΟΥΡΚΙΑ	149	152	2,01	53	36	-32,08
36	ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ		97		11	7	-36,36
37	ΙΟΡΔΑΝΙΑ	42	39	-7,14	4	4	0,00
38	ΜΑΡΟΚΟ		28			2	
39	ΑΡΑΒ. ΕΜΙΡΑΤΑ	10	13	30,00	13	12	-7,69
40	ΑΙΓΥΠΤΟΣ	89			22	27	22,73
41	ΜΑΛΤΑ					5	
	ΣΥΝΟΛΟ	1338235	1393407	4,12	17145	18311	6,80
	ΕΛΛΑΔΑ	399820	413576	3,44	13503	14391	6,58
	ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	1738055	1806983	3,97	30648	32702	6,70

Πηγή: www.ando.gr

5.5 Αφίξεις – Διανυκτερεύσεις – Πληρότητα ανά κατηγορία καταλύματος

	ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑΣ	Α΄ ΤΑΞΕΩΣ	Β΄ ΤΑΞΕΩΣ	Γ΄ ΤΑΞΕΩΣ	Δ΄ ΤΑΞΕΩΣ	ΣΥΝΟΛΟ
ΑΦΙΞΕΙΣ	32874	41319	9690	5556	386	89825
ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ	161384	350579	92473	52499	3201	660136
ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ	103,31 %	121,38 %	122,56 %	99,44 %	80,67 %	114,36 %

Πηγή: www.ando.gr

Κεφάλαιο 6^ο

Αποτελέσματα της έρευνας

6.1 Μεθοδολογία έρευνας της τουριστικής ανάπτυξης της Ρόδου

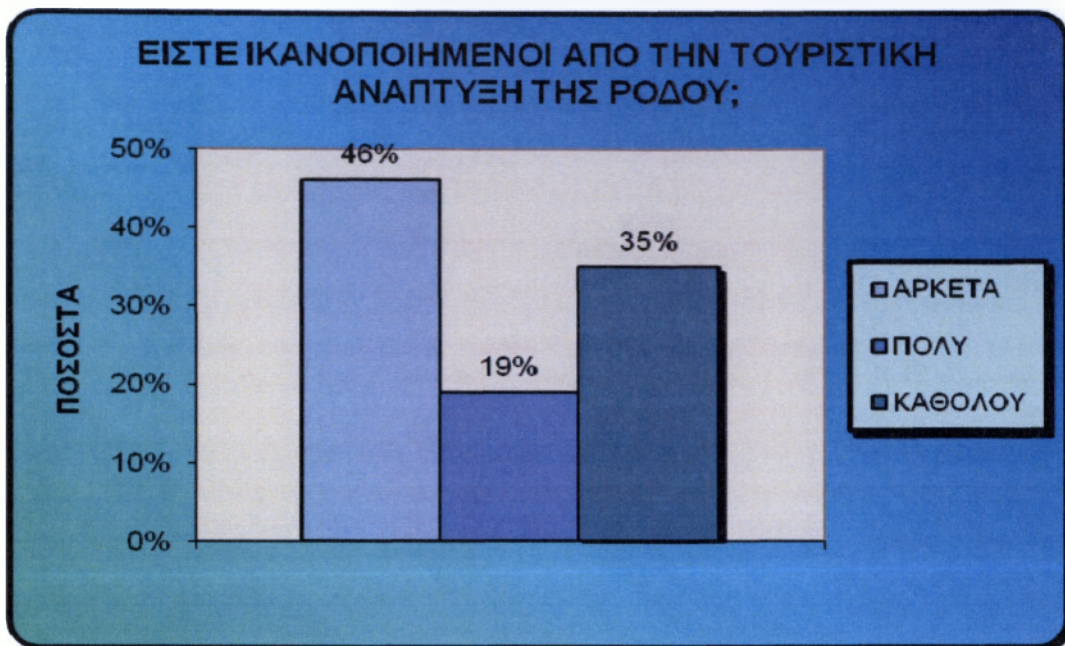
Στα πλαίσια της πτυχιακής εργασίας έγινε μια έρευνα (Μάρτιος – Απρίλιος 2008) για την τουριστική ανάπτυξη της Ρόδου με την μορφή ερωτηματολογίων. Συνολικά συμπληρώθηκαν 100 ερωτηματολόγια, των οποίων οι απαντήσεις έχουν δοθεί (α) από δημόσιους φορείς όπως, η Νομαρχία της Ρόδου, το Δημαρχείο της Ρόδου, η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου, η Πολεοδομία, η Ένωση Ξενοδόχων και, (β) Ιδιωτικές Τουριστικές Επιχειρήσεις και Ταξιδιωτικά Γραφεία Ευρωπαϊκού Ενδιαφέροντος.

6.2 Αποτελέσματα της έρευνας

Με την συμπλήρωση των 100 ερωτηματολογίων από δημόσιους φορείς της Ρόδου, προκύπτουν τα αποτελέσματα της έρευνας και θα εξετάσουμε αν τελικά είναι ικανοποιημένοι ή όχι με την τουριστική ανάπτυξη του νησιού.

Με την βοήθεια των διαγραμμάτων, όπως θα δούμε παρακάτω, θα βγάλουμε συμπεράσματα για κάθε μία ερώτηση ξεχωριστά .

ΕΡΩΤΗΣΗ 1^η

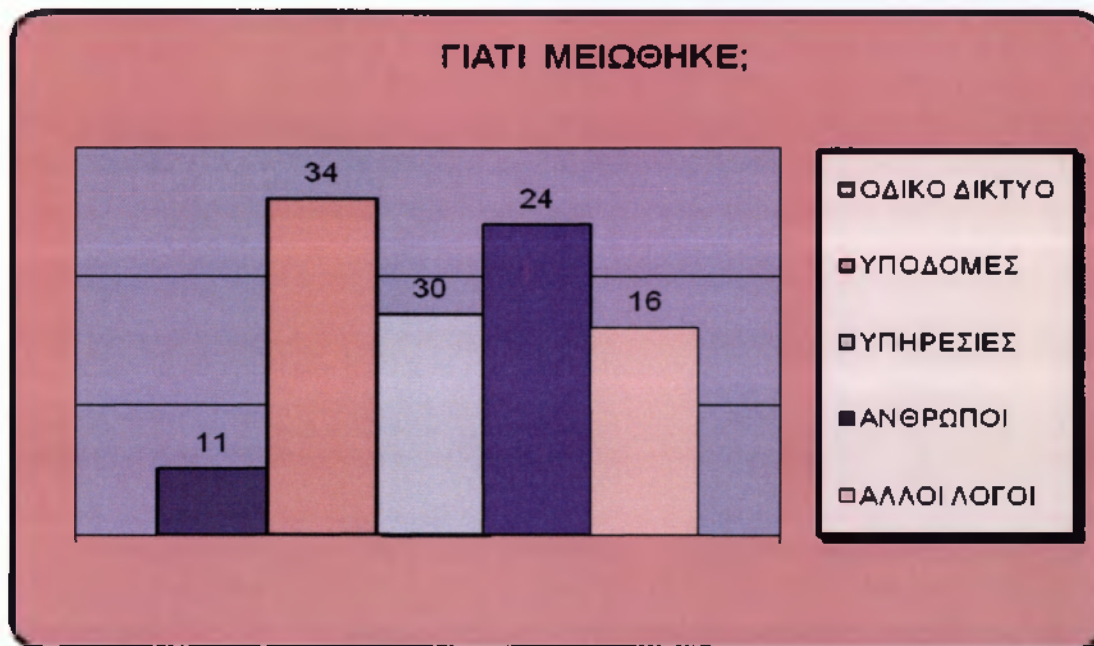


Σύμφωνα με την πρώτη ερώτηση παρατηρούμε πως το 46% των ερωτηθέντων είναι αρκετά ικανοποιημένοι με την τουριστική ανάπτυξη της Ρόδου. Το 19% των ερωτηθέντων είναι πολύ ικανοποιημένοι. Παρατηρούμε όμως ότι υπάρχει ένα μεγάλο ποσοστό των ερωτηθέντων, που αγγίζει το 35%, οι οποίοι δηλώνουν ότι δεν είναι καθόλου ικανοποιημένοι με την τουριστική ανάπτυξη της Ρόδου.

ΕΡΩΤΗΣΗ 2^η



Όσο αφορά την δεύτερη ερώτηση, το 57% των ερωτηθέντων πιστεύουν ότι ο τουρισμός στην Ρόδο μειώθηκε, ενώ το 43% πως αυξήθηκε.

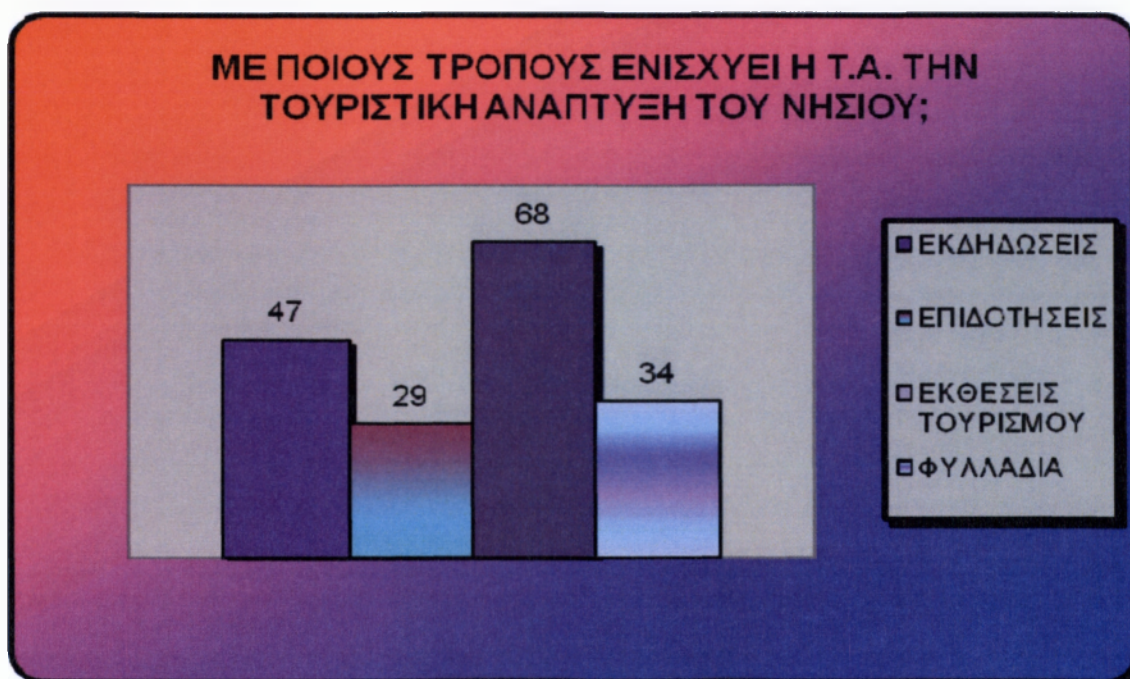


Στο ερώτημα γιατί μειώθηκε ο Τουρισμός στη Ρόδο, 11 από τους ερωτηθέντες πιστεύουν ότι μειώθηκε λόγω του οδικού δικτύου, 34 λόγω των υποδομών, 30 λόγω των υπηρεσιών, 24 λόγω των ανθρώπων και 16 θεωρούν αιτία για την μείωση του τουρισμού άλλους λόγους όπως: εκμετάλλευση ανθρώπων, ανταγωνισμό, οικονομικούς λόγους (κόστος), και ποιότητα.



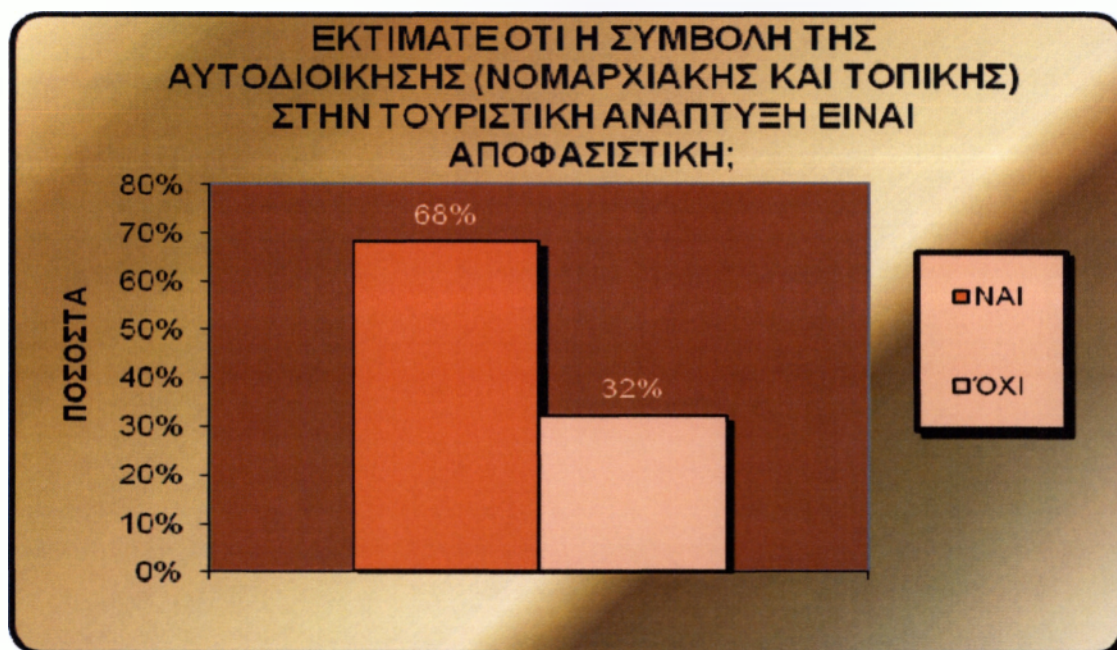
Στο ερώτημα γιατί αυξήθηκε ο Τουρισμός στη Ρόδο, 5 από τους ερωτηθέντες πιστεύουν ότι αυξήθηκε λόγω του οδικού δικτύου, 26 λόγω των υποδομών, 17 λόγω των υπηρεσιών, 9 λόγω των ανθρώπων και 11 θεωρούν αιτία για την αύξηση του τουρισμού άλλους λόγους όπως: αύξηση ξενοδοχείων, συμφωνία πρακτορείων με ξενοδοχειακές μονάδες και αύξηση του αριθμού των τουριστών τους μήνες υψηλής ζήτησης.

ΕΡΩΤΗΣΗ 3^η



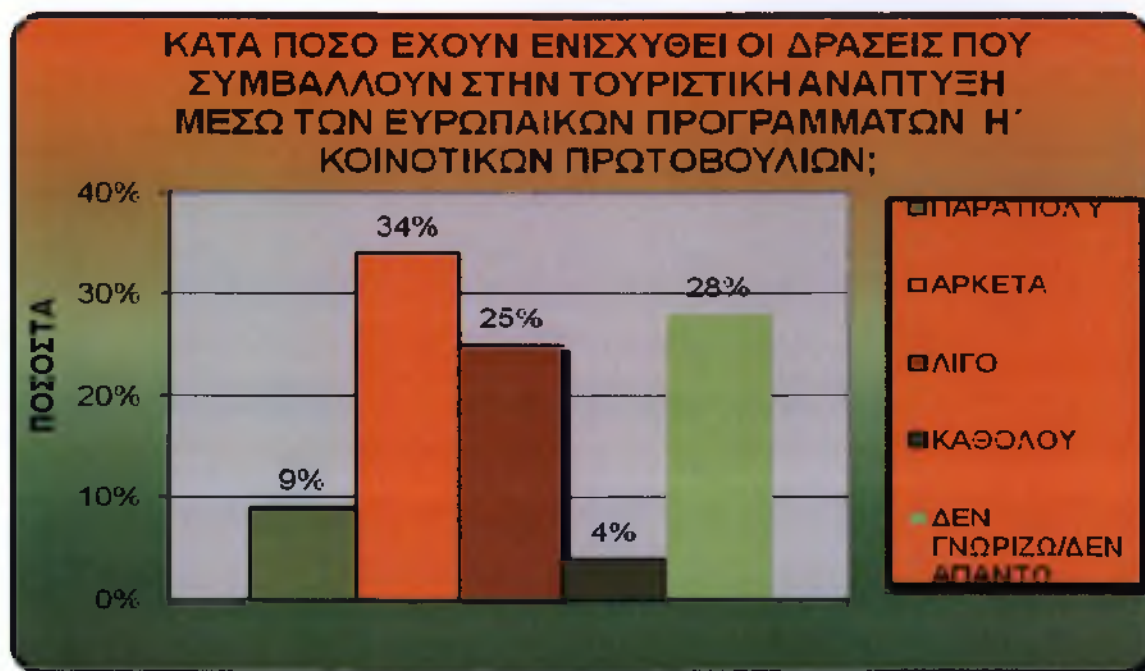
Στο ερώτημα με ποιους τρόπους ενισχύει η Τοπική Αυτοδιοίκηση την τουριστική ανάπτυξη του νησιού, 47 άτομα απάντησαν ότι την ενισχύει με εκδηλώσεις, 29 με επιδοτήσεις, 68 άτομα ότι την ενισχύει με εκθέσεις τουρισμού και 34 με φυλλάδια.

ΕΡΩΤΗΣΗ 4^η



Σύμφωνα με την τέταρτη ερώτηση, το 68% των ερωτηθέντων πιστεύει ότι η συμβολή της Αυτοδιοίκησης (Νομαρχιακής και Τοπικής) στην τουριστική ανάπτυξη είναι αποφασιστική, ενώ το 32% πιστεύει ότι δεν είναι αποφασιστική.

ΕΡΩΤΗΣΗ 5^η



Στο ερώτημα κατά πόσο έχουν ενισχυθεί οι δράσεις που συμβάλλουν στην τουριστική ανάπτυξη μέσω των Ευρωπαϊκών Προγραμμάτων ή των Κοινοτικών Πρωτοβουλιών, το 9% των ερωτηθέντων πιστεύει ότι έχουν ενισχυθεί πάρα πολύ, το 34% αρκετά, το 25% ότι έχουν ενισχυθεί λίγο, το 4% καθόλου και το 28% δεν γνωρίζει / δεν απαντά.

Στο ίδιο ερώτημα, όσοι θεωρούν ότι έχουν ενισχυθεί οι δράσεις που συμβάλλουν στην τουριστική ανάπτυξη της Ρόδου, μέσω των Ευρωπαϊκών Προγραμμάτων ή των Κοινοτικών Πρωτοβουλιών, ερωτώμενοι με ποιους τρόπους πιστεύουν ότι έχουν ενισχυθεί, απαντούν με τους εξής τρόπους:

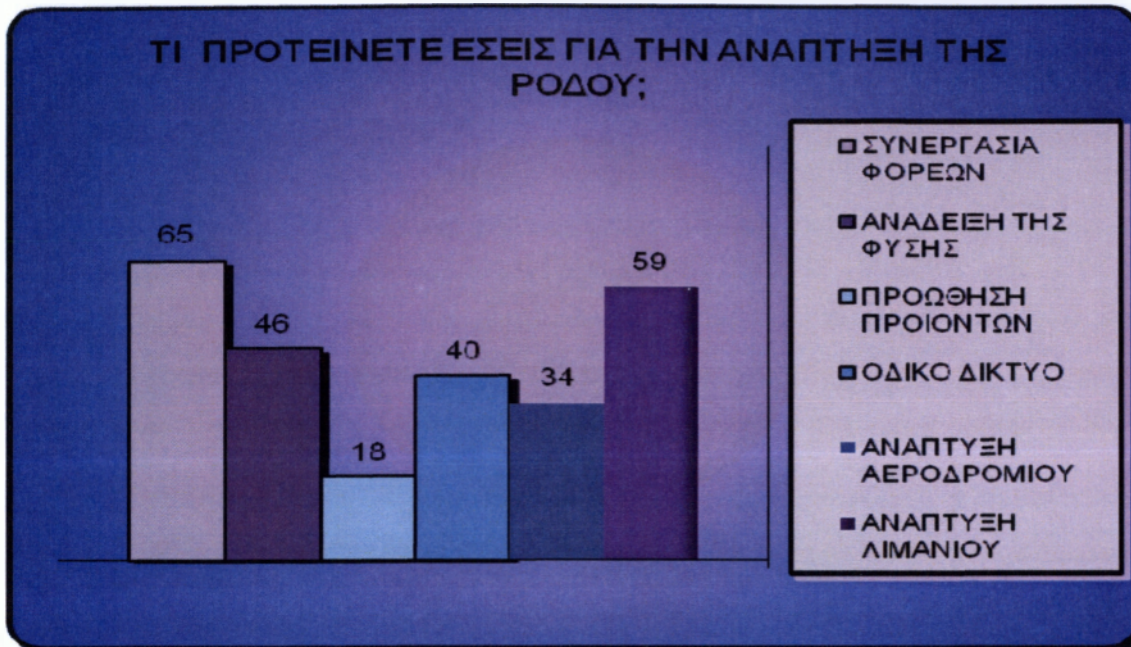
1. Ευρωπαϊκά προγράμματα (LEADER, INTERREG II & III, EQUAL, URBAN II, ΕΠΑΝ, ΘΗΣΕΑΣ κλπ)
2. Επιδοτήσεις
3. Internet
4. Διακρατικές σχέσεις
5. Εναλλακτικός τουρισμός
6. Περιφερειακά Ευρωπαϊκά Προγράμματα Π.Ε.Π.
7. Προγράμματα Υπουργείου

ΕΡΩΤΗΣΗ 6^η



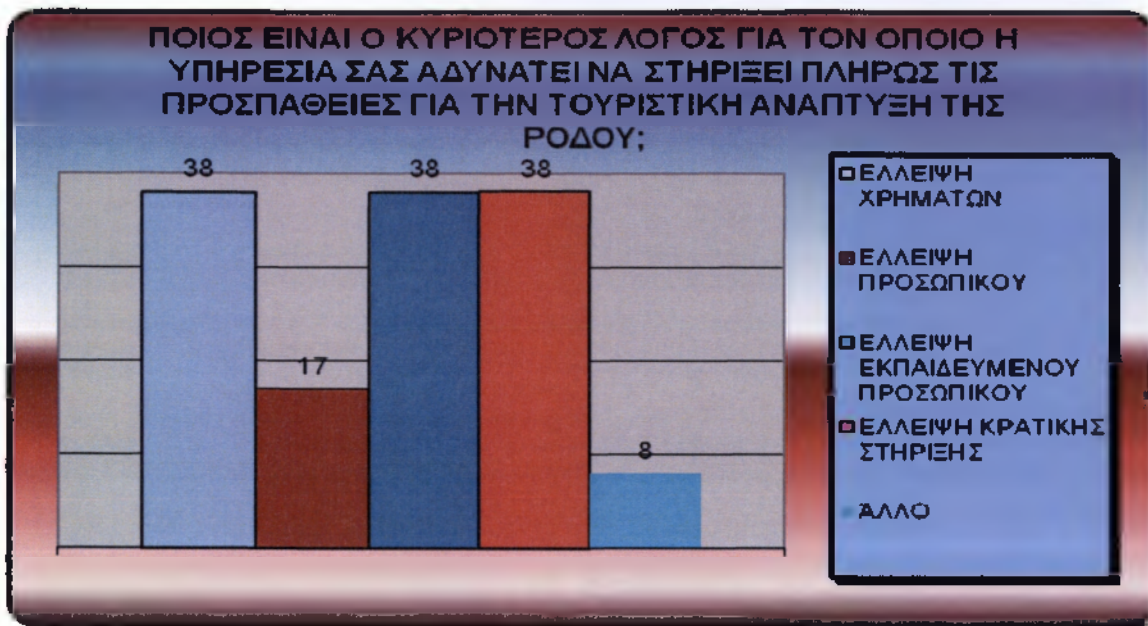
Σύμφωνα με την έκτη ερώτηση, οι 9 από τους ερωτηθέντες πιστεύουν ότι οι θρησκευτικές εκδηλώσεις είναι σημαντικές για την ενίσχυση του τουρισμού, οι 91 πιστεύουν ότι σημαντικές είναι οι πολιτιστικές εκδηλώσεις, οι 6 θεωρούν σημαντικές τις εθνικές εορτές και οι 27 από τους ερωτηθέντες πως είναι σημαντικές οι εκδηλώσεις για τον αγροτουρισμό.

ΕΡΩΤΗΣΗ 7^η



Στο ερώτημα τι προτείνουν οι ίδιοι για την ανάπτυξη της Ρόδου, 65 από τους ερωτηθέντες προτείνουν συνεργασία φορέων, 46 ανάδειξη της φύσης, 18 προτείνουν προώθηση των προϊόντων, 40 από τους ερωτηθέντες προτείνουν βελτίωση του οδικού δικτύου, 34 ανάπτυξη του αεροδρομίου και 59 ερωτηθέντες προτείνουν ανάπτυξη του λιμανιού.

ΕΡΩΤΗΣΗ 8^η



Σύμφωνα με το διάγραμμα παρατηρούμε πως 38 από τους ερωτηθέντες πιστεύουν πως ο κυριότερος λόγος για τον οποίο η υπηρεσία τους αδυνατεί να στηρίξει πλήρως τις προσπάθειες για την τουριστική ανάπτυξη της Ρόδου είναι η έλλειψη χρημάτων. 17 πιστεύουν πως ευθύνεται η έλλειψη προσωπικού, 38 ερωτηθέντες θεωρούν αιτία την έλλειψη εκπαιδευμένου προσωπικού, 38 πιστεύουν πως ευθύνεται η έλλειψη κρατικής στήριξης και 8 από τους ερωτηθέντες θεωρούν αιτία άλλους λόγους όπως: αναρμοδιότητα και έλλειψη συνεργασίας με ιδιωτικούς φορείς.

Κεφάλαιο 7^ο

Συμπεράσματα – Προτάσεις

7.1 Συμπεράσματα

παρούσα μελέτη διερεύνησε τη συμβολή των τοπικών φορέων της Ρόδου στην τουριστική πολιτική και ειδικότερα στις τουριστικές επενδύσεις. Οι τουριστικές υποδομές σε συνδυασμό με τα άλλα μεγάλα και σημαντικά δημόσια και ιδιωτικά έργα υποδομής συνεισφέρουν πολύ σημαντικό κομμάτι στην ανάπτυξη της περιοχής.

Σύμφωνα με την έρευνα που πραγματοποιήθηκε με την βοήθεια ερωτηματολογίου, παρατηρούμε πως το 46% των ερωτηθέντων είναι αρκετά ικανοποιημένοι με την τουριστική ανάπτυξη της Ρόδου. Το 19% των ερωτηθέντων είναι πολύ ικανοποιημένοι. Παρατηρούμε όμως ότι υπάρχει ένα σημαντικό ποσοστό των ερωτηθέντων, που αγγίζει το 35%, οι οποίοι δηλώνουν ότι δεν είναι καθόλου ικανοποιημένοι με την τουριστική ανάπτυξη της Ρόδου.

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων πιστεύουν ότι ο τουρισμός στην Ρόδο μειώθηκε, ενώ λίγοι είναι αυτοί που πιστεύουν πως αυξήθηκε. Οι λόγοι για τους οποίους πιστεύουν ότι ο τουρισμός στη Ρόδο μειώθηκε είναι λόγω του οδικού δικτύου, των υποδομών, των υπηρεσιών, λόγω των ανθρώπων, της εκμετάλλευσης των ανθρώπων, του ανταγωνισμού, οικονομικούς λόγους (κόστος), αλλά και λόγω της ποιότητας ζωής. Όσοι πιστεύουν ότι ο τουρισμός αυξήθηκε, θεωρούν αιτία για την αύξηση αυτή την αύξηση ξενοδοχείων, την συμφωνία πρακτορείων με ξενοδοχειακές μονάδες και την αύξηση του αριθμού των τουριστών τους μήνες υψηλής ζήτησης.

Στο ερώτημα με ποιους τρόπους ενισχύει η Τοπική Αυτοδιοίκηση την τουριστική ανάπτυξη του νησιού, ο μεγαλύτερος αριθμός των ερωτηθέντων θεωρεί ότι την ενισχύει με εκδηλώσεις και με εκθέσεις τουρισμού και λιγότερο με φυλλάδια και με επιδοτήσεις.

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων πιστεύει ότι η συμβολή της Αυτοδιοίκησης (Νομαρχιακής και Τοπικής) στην τουριστική ανάπτυξη είναι αποφασιστική, ενώ λίγοι είναι αυτοί που πιστεύει ότι δεν είναι αποφασιστική.

Στο ίδιο μήκος κύματος ήταν η ερώτηση του κατά πόσο έχουν ενισχυθεί οι δράσεις που συμβάλλουν στην τουριστική ανάπτυξη μέσω των Ευρωπαϊκών Προγραμμάτων ή των Κοινοτικών Πρωτοβουλιών. Στην ερώτηση αυτή λοιπόν, το 43% των ερωτηθέντων πιστεύει ότι τα Ευρωπαϊκά Προγράμματα έχουν ενισχύσει τον τουρισμό της περιοχής, το 29% ότι δεν έχουν βοηθήσει, ενώ ένα αρκετά σημαντικό ποσοστό που φτάνει το 28% δεν γνωρίζει επί του θέματος. Αυτό υποδηλώνει και μια αδυναμία του κρατικού μηχανισμού να ενημερώσει τους ενδιαφερόμενους για τις ευκαιρίες που υπάρχουν μέσω των Κοινοτικών Πρωτοβουλιών. Αυτό με τη σειρά του συνεπάγεται κόστος από τις χαμένες επενδυτικές ευκαιρίες που περνούν ανεκμετάλλευτες και οι οποίες θα συνέβαλλαν στην τουριστική ανάπτυξη της περιοχής.

Σύμφωνα με την έκτη ερώτηση, οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες πιστεύουν ότι είναι σημαντικές οι πολιτιστικές εκδηλώσεις για την ενίσχυση του τουρισμού, έπειτα οι εκδηλώσεις για τον αγροτουρισμό, οι θρησκευτικές εκδηλώσεις και τέλος οι εθνικές εορτές.

Στο ερώτημα τι προτείνουν οι ίδιοι για την ανάπτυξη της Ρόδου, πολλοί από τους ερωτηθέντες προτείνουν συνεργασία φορέων, βελτίωση του οδικού δικτύου, ανάπτυξη του αεροδρομίου και του λιμανιού, και έπειτα ανάδειξη της φύσης και τέλος προώθηση των προϊόντων.

Ο κυριότερος λόγος για τον οποίο οι δημόσιοι φορείς αδυνατούν να στηρίξουν πλήρως τις προσπάθειες για την τουριστική ανάπτυξη της Ρόδου είναι η έλλειψη χρημάτων, η έλλειψη προσωπικού, η έλλειψη εκπαιδευμένου προσωπικού και η έλλειψη κρατικής στήριξης.

Ωστόσο, παρά τα πολλά και θετικά βήματα προόδου υπάρχουν δυσκολίες που οφείλονται

κυρίως σε ελλείψεις, όπως η ανυπαρξία ειδικού χωροταξικού σχεδίου, στο έλλειμμα υποδομών στην ελληνική περιφέρεια, στη διεθνή οικονομική επιβράδυνση, στην πρωτοφανή αύξηση των τιμών του πετρελαίου που επιβαρύνει ιδιαίτερα το κόστος των κρίσιμων για τον ελληνικό τουρισμό ακτοποϊκών και αεροπορικών μεταφορών.

Υπάρχουν όμως σήμερα και νέες ευκαιρίες. Η Ελλάδα γενικότερα αλλά και η περίπτωση της Ρόδου έχουν μια τεράστια παρακαταθήκη πολιτισμού και ιστορίας. Το νησί της Ρόδου διακρίνεται για τον πολιτισμικό και μνημειακό πλούτο του, την απaráμιλλη φυσική ομορφιά του, το ήπιο κλίμα του, τον ήλιο και τη θάλασσα, που δίνει τη δυνατότητα να ξεχωρίζει ως τουριστικός προορισμός. Όμως ο παραδοσιακός τουρισμός δεν αρκεί πλέον. Η επέκταση της τουριστικής ζήτησης και ο εντεινόμενος ανταγωνισμός απαιτούν τη δημιουργία νέων διαφοροποιημένων τουριστικών προϊόντων, σύγχρονων αλλά και σε ανταγωνιστικές τιμές, που θα απευθύνονται πλέον σε νέες αγορές.

Ο Ελληνικός τουρισμός αποτελεί ένα από τους πιο σημαντικούς μοχλούς περιφερειακής και τοπικής ανάπτυξης, καθώς ανοίγει δρόμους ανάπτυξης σε δεκάδες χιλιάδες μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις, γεωγραφικά κατανεμημένες σε ολόκληρη τη χώρα. Σύμφωνα με εκτιμήσεις του Παγκόσμιου Συμβουλίου Τουρισμού & Ταξιδιών (WTTC) ο ελληνικός τουρισμός απασχολεί σύμφωνα το 15,9% του ενεργού δυναμικού της χώρας (699.000 θέσεις εργασίας για το έτος 2006) και επίσης σύμφωνα με εκτιμήσεις του WTTC μπορεί να δημιουργήσει μέχρι το 2016 επιπλέον 110.000 νέες θέσεις εργασίας και να απασχολεί συνολικά 809.000 άτομα, δηλαδή ποσοστό 17,3% του ενεργού δυναμικού.

Η επιπλέον αυτή προσφορά εργασίας είναι δυνατό, ύστερα από κατάλληλη δουλειά, μετεκπαίδευση και επιμόρφωση, να καλύψει το 1/4 περίπου της σημερινής ανεργίας. Με βάση τα παραπάνω στοιχεία ο τουρισμός κατέχει νευραλγική θέση στην αναπτυξιακή διαδικασία του τόπου μας, καθώς αποτελεί πεδίο σύνδεσης του πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα με τον τομέα των υπηρεσιών. Με άλλα λόγια, ο τουρισμός για τη χώρα μας αποτελεί εθνικό κεφάλαιο. Προσφέροντας πολύτιμα έσοδα αποτελεί καθοριστικό πυλώνα της οικονομικής ανάπτυξης και θεμέλιο για την περιφερειακή και κοινωνική συνοχή της χώρας μας.

Η τουριστική βιομηχανία μας σήμερα βρίσκεται σε μια νέα πορεία, μια πορεία ανάδειξης της μετα-ολυμπιακής Ελλάδας ως προορισμού υψηλής ποιότητας. Η μετα-ολυμπιακή Ελλάδα έχει στη διάθεση της τις υποδομές την τεχνογνωσία και το κεφάλαιο της αναγνωρισιμότητας για να κάνει τα απαραίτητα αναπτυξιακά άλματα.

Η δημιουργία νέων προϊόντων και υπηρεσιών σύμφωνα με τις μελλοντικές τάσεις της παγκόσμιας οικονομίας του τουρισμού. Η προσφορά κίνητρων και ευκαιριών για την αύξηση των τουριστικών επενδύσεων στην Ελλάδα, μεγιστοποιώντας την αξία των περιουσιακών στοιχείων της εθνικής μας τουριστικής οικονομίας. Η δημιουργία περισσότερων και καλύτερων θέσεων απασχόλησης στην τουριστική βιομηχανία αναμένεται να απελευθερώσει την αναπτυξιακή δυναμική των Δήμων, των Νομαρχιών και των Περιφερειών της χώρας μας.

Επιβάλλεται να δρομολογηθεί ενιαίος τρόπος προβολής της χώρας στο διεθνή χώρο, με συμμετοχή και της Περιφέρειας και των Νομαρχιακών Αυτοδιοικήσεων και των ΟΤΑ του Α' βαθμού και του ιδιωτικού τομέα. Πρέπει να αυξηθούν οι πόροι για την επικοινωνιακή πολιτική τουρισμού και να μεγιστοποιηθεί το πλεόνασμα που προέκυψε από τη θετική εικόνα που πέτυχε να δημιουργήσει η χώρα μας με την εκπληκτική διοργάνωση των Ολυμπιακών και Παρά-ολυμπιακών Αγώνων.

7.2 Προτάσεις

Με συστηματική συνεργασία και επικοινωνία τόσο με τους εκπροσώπους των τοπικών ιδιωτικών, κοινωνικών και λοιπών φορέων, όσο και με τους κρατικούς αρμόδιους φορείς, μπορεί να διαμορφώσει ολοκληρωμένα σχέδια νέων μορφών τοπικής τουριστικής ανάπτυξης, αναδεικνύοντας την τοπική ιδιαιτερότητα, τις φυσικές, γεωγραφικές, περιβαλλοντολογικές, πολιτισμικές και πολιτιστικές παραμέτρους, αξιοποιώντας ένα

θετικό επενδυτικό περιβάλλον που χαρακτηρίζεται από σταθερή οικονομική ανάπτυξη, άρση γραφειοκρατικών εμποδίων και κίνητρα για τοπικούς προορισμούς με έμφαση σε νησιώτικες και ορεινές περιοχές, καθώς και τα υφιστάμενα και υπό διαμόρφωση χρηματοδοτικά εργαλεία, προωθώντας συνεργασίες ανάμεσα στο δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα και εφαρμόζοντας από κοινού δράσεις της κεντρικής διοίκησης, των Περιφερειών και της Αυτοδιοίκησης Α' και Β' βαθμού.

Η ανάληψη πρωτοβουλιών από την Αυτοδιοίκηση με επισκέψεις σε νέες δημιουργούμενες τουριστικές αγορές ή σε υφιστάμενες με τη συμμετοχή σε εκθέσεις, ή με τη δημιουργία οικονομικών, πολιτιστικών, εμπορικών σχέσεων μεταξύ Περιφερειών, Νομαρχιών και Δήμων με τα αντίστοιχα αυτοδιοικητικά επίπεδα άλλων χωρών, ισχυροποιούν την προώθηση του τουριστικού προϊόντος. Η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση επιβάλλεται να γίνει ο συντονιστής της προώθησης της τουριστικής ταυτότητας κάθε περιοχής. Οι δημόσιοι φορείς της Ρόδου θα πρέπει να ενισχύσουν τις υποδομές μάρκετινγκ μέσω συνεχούς έρευνας αγοράς, δημιουργίας βάσεων δεδομένων για ΜΜΕ, βάσεων δεδομένων τουριστικής αγοράς, τράπεζα φωτογραφιών καθώς και αναλήψεων εναρμονισμένων δράσεων με τις τοπικές τουριστικές επιχειρήσεις και τους λοιπούς φορείς.

7.3 Επίλογος

Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε πως η εικόνα ενός τουριστικού προορισμού αποτελεί το κυρίαρχο σημείο της προβολής της και αποτελεί την πρώτη εντύπωση που έχουν οι υποψήφιοι αγοραστές της περιοχής. Το πλήθος και η πολυπλοκότητα της σύνθεσης των πληροφοριών και των στοιχείων που απαρτίζουν την εικόνα, την καθιστούν δυναμική μέσα στο δυναμικό και ανταγωνιστικό περιβάλλον της διαρκώς μεταβαλλόμενης τουριστικής αγοράς. Η εικόνα ενός τουριστικού προορισμού αποτελεί ίσως το σημαντικότερο τεκμήριο για την επιλογή ή απόρριψη ενός τουριστικού προορισμού επομένως είναι και το σημαντικότερο κομμάτι για την χάραξη στρατηγικού Marketing από την πλευρά των υπευθύνων. Οποιαδήποτε και αν είναι η εικόνα μιας περιοχής κατόπιν συστηματικής ερευνάς και σοβαρής δουλειάς, είναι δυνατόν να επαναδημιουργηθεί και να λειτουργεί ως έννοια πάντα ως προς το συμφέρον της φήμης ενός τουριστικού τόπου.

Βιβλιογραφία

1. **Ανώνυμος, (2006)**, «Τουρισμός – Κώδικας Συνεργασίας με Τοπική Αυτοδιοίκηση», *Τουρισμός & Οικονομία*, ΟΜΙΛΟΣ ΚΑΛΟΦΩΛΙΑ Α.Ε.
2. **Βαρβαρέσος, Σ., (1996)**, «*Τουρισμός / έννοιες μεγέθη δομές. ελληνική πραγματικότητα*», Αθήνα, εκδ. Προπομπός.
3. **Διάνα, Α., (1994)**, « Τ.Α. μπορεί να βοηθήσει τον τουρισμό», *Επιθεώρηση Τ.Α.*, μηνιαία έκδοση ΚΕΔΚΕ, τεύχος 67, Αύγουστος.
4. **Ηγουμενάκης, Ν., (1999)**, «*Τουριστική Πολιτική*», Έκδοση Β΄, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
5. **Λογοθέτης, Μ., (1992)**, «*Τουρισμός και βιώσιμη Ανάπτυξη*», εκδ. Επιμελητήριο Δωδεκανήσου.
6. **Μητρόπουλος, Κ., (2004)**, «Ποιόν Τουρισμό θέλουμε,» εφημερίδα *ΤΟ ΒΗΜΑ*, Αθήνα, Μάρτιος.
7. **Παλακωνσταντινίδης, Λ., (1997)**, «Τοπική Τουριστική Ανάπτυξη: Μια πρόταση» *Οικονομικά Χρονικά*, Αθήνα, Αύγουστος.

Πηγές

1. Αναπτυξιακή Ν. Δωδεκανήσου Α.Ε.
2. Εθνική Στατιστική Υπηρεσία
3. ΕΟΤ Διεύθυνση Τουρισμού Δωδεκανήσου
4. Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Δωδεκανήσου
5. www.ando.gr
6. www.gnto.gr
7. www.grhotels.gr
8. www.statistics.gr
9. www.traveldailynews.gr
10. www.ypoio.gr

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΡΟΔΟΥ

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

1) Είστε ικανοποιημένοι από την τουριστική ανάπτυξη της Ρόδου;

A) Αρκετά

B) Πολύ

Γ) Καθόλου

2) Ο τουρισμός στη Ρόδο μειώθηκε ή αυξήθηκε; Γιατί ;

A) Μειώθηκε

B) Αυξήθηκε

Λόγω:

- Οδικού Δικτύου
- Υποδομών
- Υπηρεσιών
- Ανθρώπων
- Άλλος λόγος

3) Με ποιους τρόπους ενισχύει η τοπική αυτοδιοίκηση την τουριστική ανάπτυξη του νησιού;

A) Εκδηλώσεις

B) Επιδοτήσεις

Γ) Εκθέσεις τουρισμού

Δ) Φυλλάδια

4) Εκτιμάτε ότι η συμβολή της αυτοδιοίκησης (νομαρχιακής και τοπικής) στην τουριστική ανάπτυξη είναι αποφασιστική;

A) Ναι

B) Όχι

5α) Κατά πόσο έχουν ενισχυθεί οι δράσεις που συμβάλλουν στην Τουριστική Ανάπτυξη μέσω των ευρωπαϊκών προγραμμάτων ή κοινοτικών πρωτοβουλιών;

Πάρα Πολύ

Αρκετά

Λίγο

Καθόλου

Δεν Γνωρίζω/
Δεν Απαντώ

5β) Αν ναι με ποιους τρόπους (πχ LEADER κλπ)

1.....

2.....

3.....

4.....

6) Από τις εκδηλώσεις που διοργανώνεται ποια θεωρείται εσείς πιο σημαντική για την ενίσχυση του τουρισμού;

A) Θρησκευτικές εκδηλώσεις

B) Πολιτιστικές εκδηλώσεις

Γ) Εθνικές Εορτές

Δ) Αγροτουρισμός

7) Τι προτείνετε εσείς για την ανάπτυξη της Ρόδου;

A) Συνεργασία Φορέων

B) Ανάδειξη της φύσης

Γ) Προώθηση Προϊόντων

Δ) Οδικό Δίκτυο

E) Ανάπτυξη Αεροδρομίου

Z) Ανάπτυξη Λιμανιού

ΣΤ) Άλλο

8) Ποιος είναι ο κυριότερος λόγος για τον οποίο η υπηρεσία σας αδυνατεί να στηρίξει πλήρως τις προσπάθειες για την τουριστική ανάπτυξη της Ρόδου;

A) Έλλειψη χρημάτων

B) Έλλειψη προσωπικού

Γ) Έλλειψη εκπαιδευμένου προσωπικού

Δ) Έλλειψη κρατικής στήριξης

E) Άλλο

Σας Ευχαριστώ