

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ



Διπλωματική Εργασία

Ανάλυση τουριστικής κίνησης Ρόδου. Προβλέψεις

Ματσίγκος Σ. Ευστάθιος

Πτυχίο Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας

Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Υποβληθείσα για το μεταπτυχιακό δίπλωμα Διοίκησης Επιχειρήσεων
Μάνατζμεντ Τουρισμού

Τμήμα Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων

Πανεπιστήμιο Πειραιώς

2013

Στην οικογένεια μου για την
υλική και ψυχολογική υποστήριξη,
όλα αυτά τα χρόνια των σπουδών μου.

Περίληψη

A. Αντικείμενο και στόχοι της διπλωματικής εργασίας

Η συγκεκριμένη διπλωματική εργασία έχει ως αντικείμενο την παρουσίαση του νησιού της Ρόδου ως τουριστικού προορισμού, καθώς και της εικόνας που παρουσιάζει η τουριστική του κίνηση τα τελευταία χρόνια. Ξεκινώντας από τις βασικές έννοιες τουρισμού, προχωράμε στην σημασία του για την ελληνική οικονομία, ενώ στη συνέχεια επικεντρωνόμαστε στο νησί της Ρόδου, παρουσιάζοντας την ιστορία του καθώς και τα αξιοθέατα αρχαιολογικά, πολιτιστικά και φυσικά που διαθέτει. Ακολουθούν πίνακες και στατιστικά στοιχεία οι οποίοι αναλύουν την τουριστική κίνηση της Ρόδου, και μέσω των στοιχείων αυτών γίνεται μια προσπάθεια πρόβλεψης του συνολικού αριθμού τουριστών που αναμένεται να αφιχθούν τα έτη 2013-2020. Τέλος, καταλήγουμε σε κάποιες προτάσεις για την περαιτέρω ενίσχυση της τουριστικής εικόνας του νησιού.

B. Δομή της διπλωματικής εργασίας

Η παρούσα διπλωματική εργασία αποτελείται από έξι κεφάλαια.

Στο **πρώτο** κεφάλαιο γίνεται μία σύντομη αναφορά στις έννοιες του τουρισμού, στις μορφές του και στην ιστορική του αναδρομή.

Στο **δεύτερο** κεφάλαιο παρουσιάζεται η σπουδαιότητα του τουρισμού για την ελληνική οικονομία. Παράλληλα γίνεται αναφορά στα χαρακτηριστικά, στα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού. Τέλος αναλύονται η ζήτηση και η προσφορά του καθώς επίσης και επενδυτικές ευκαιρίες που προκύπτουν με βάση την υφιστάμενη κατάσταση.

Στο **τρίτο** κεφάλαιο γίνεται η ιστορική αναδρομή του νησιού της Ρόδου από την μυθολογία, την αρχαιότητα ως και τις μέρες μας. Ακολουθεί η παρουσίαση του νησιού ως τουριστικό προϊόν. Έτσι έχουμε την ευκαιρία να αναφερθούμε σε αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία, ναούς, φυσικές ομορφιές. Παράλληλα αναφερόμαστε στις υποδομές του νησιού όσον αφορά τις μετακινήσεις, τη διαμονή και τις τουριστικές εγκαταστάσεις. Έπειτα ακολουθεί SWOT analysis για το νησί της Ρόδου.

Στο **τέταρτο** κεφάλαιο αναλύεται η τουριστική κίνηση της Ρόδου μέσω στοιχείων ,πινάκων και διαγραμμάτων που αφορούν αφίξεις τουριστών, δαπάνες (ανά εθνικότητα, κατά κεφαλήν, ανά είδος) και διάφορα άλλα στατιστικά στοιχεία.

Στο **πέμπτο** κεφάλαιο γίνονται οι προβλέψεις αφίξεων τουριστών για τα έτη 2013 - 2020. Η πρόβλεψη έγινε μέσω του προγράμματος Statgraphics, αφού χρησιμοποιήθηκαν μηνιαία στατιστικά στοιχεία από το έτος 2003 έως το έτος 2012.

Τέλος, στο **έκτο** κεφάλαιο καταλήγουμε σε συμπεράσματα και προτάσεις για περαιτέρω έρευνα.

Ευχαριστίες

Θέλω να ευχαριστήσω την οικογένεια μου και τους φίλους μου για την συμπαράσταση τους στις κρίσιμες αποφάσεις μου.

Τέλος θέλω να ευχαριστήσω όλους τους καθηγητές μου, τόσο από το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών όσο και από το Πανεπιστήμιο Πειραιώς για τις πολύτιμες γνώσεις και εμπειρίες που μου παρείχαν.

Κατάσταση Πινάκων

Πίνακας 4.1 Κατανομή αφίξεων κατά χώρα προέλευσης (έτος 2005).....	89
Πίνακας 4.2 Κατανομή αφίξεων κατά χώρα προέλευσης (έτος 2006).....	90
Πίνακας 4.3 Κατανομή αφίξεων κατά χώρα προέλευσης (έτος 2007).....	91
Πίνακας 4.4 Κατανομή αφίξεων κατά χώρα προέλευσης (έτος 2008).....	93
Πίνακας 4.5 Κατανομή αφίξεων κατά χώρα προέλευσης (έτος 2009).....	94
Πίνακας 4.6 Κατανομή αφίξεων κατά χώρα προέλευσης (έτος 2010).....	95
Πίνακας 4.7 Κατανομή αφίξεων κατά χώρα προέλευσης (έτος 2011).....	95
Πίνακας 4.8 Κατανομή αφίξεων κατά χώρα προέλευσης (έτος 2012).....	98
Πίνακας 4.9 Συγκ/κά ποσοστά τουριστών ανά χώρα την περίοδο 2005-2012.....	100
Πίνακας 5.1 Σύνοψη εκθετικού μοντέλου ARIMA.....	117
Πίνακας 5.2 Εκτιμώμενη περίοδος.....	117
Πίνακας 5.3 Αφίξεις τουριστών στη Ρόδο (2003-2012.....	120
Πίνακας 5.4 Προβλέψεις μηνιαίων αφίξεων (2013-2020).....	123
Πίνακας 5.5. Συνολικές αφίξεις τουριστών την περίοδο 2003-2020.....	125

Κατάσταση Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 4.1. Ποσοστό αφίξεων ανά χώρα (έτος 2005).....	90
Διάγραμμα 4.2. Ποσοστό αφίξεων ανά χώρα (έτος 2006).....	91
Διάγραμμα 4.3. Ποσοστό αφίξεων ανά χώρα (έτος 2007).....	92
Διάγραμμα 4.4. Ποσοστό αφίξεων ανά χώρα (έτος 2008).....	94
Διάγραμμα 4.5. Ποσοστό αφίξεων ανά χώρα (έτος 2009).....	95
Διάγραμμα 4.6. Ποσοστό αφίξεων ανά χώρα (έτος 2010).....	97
Διάγραμμα 4.7. Ποσοστό αφίξεων ανά χώρα (έτος 2011).....	98
Διάγραμμα 4.8. Ποσοστό αφίξεων ανά χώρα (έτος 2012).....	99
Διάγραμμα 4.9. Διαχρονική πορεία τουριστικής κίνησης την περίοδο 2005-2012.....	100
Διάγραμμα 4.10. Δαπάνες (σε δις ευρώ).....	102
Διάγραμμα 4.11. Διανυκτερεύσεις (σε εκατομμύρια).....	102
Διάγραμμα 4.12. Επισκέψεις (σε εκατομμύρια).....	103
Διάγραμμα 4.13. Ποσοστά Ρόδου (%) επί του συνόλου της Ελλάδας.....	103
Διάγραμμα 4.14. Δαπάνες (σε εκατομ. ευρώ).....	103
Διάγραμμα 4.15. Διανυκτερεύσεις (χιλιάδες).....	105
Διάγραμμα 4.16. Επισκέψεις (χιλιάδες).....	105
Διάγραμμα 4.17. Δαπάνες ανά διανυκτέρευση (ευρώ).....	106
Διάγραμμα 4.18. Δαπάνες ανά επίσκεψη (ευρώ).....	107
Διάγραμμα 4.19. Δαπάνες ανά εθνικότητα ανά διανυκτέρευση.....	108
Διάγραμμα 4.20. Δαπάνες ανά επίσκεψη ανά εθνικότητα.....	108
Διάγραμμα 4.21. Κατανομή δαπανών ανά είδος δαπάνης.....	109
Διάγραμμα 4.22. Κατανομή δαπανών ανά λόγο ταξιδιού.....	110
Διάγραμμα 4.23. Κατανομή δαπανών ανά είδος καταλύματος.....	111
Διάγραμμα 5.1. Αυτό-συσχετίσεις των καταλοίπων.....	119
Διάγραμμα 5.2. Μερική αυτό-συσχέτιση των καταλοίπων.....	120
Διάγραμμα 5.3. Γράφημα χρονοσειράς.....	125
Διάγραμμα 5.4. Γράφημα συνολικών αφίξεων ετών 2003-2020.....	126

Περιεχόμενα

Περίληψη	5
A. Αντικείμενο και στόχοι της διπλωματικής εργασίας	5
B. Δομή της διπλωματικής εργασίας	5
Κεφάλαιο 1. Γενικά για τον τουρισμό	
1.1. Εισαγωγή.....	11
1.2. Η έννοια του τουρισμού.....	12
1.3 Ιστορική αναδρομή.....	13
1.4 Είδη τουρισμού	15
1.4.1 Ο Μαζικός τουρισμός και οι επιπτώσεις του.	16
1.4.2. Ο Εναλλακτικός τουρισμός.....	20
1.5. Η τουριστική αγορά.....	20
1.6. Προϋποθέσεις ανάπτυξης του τουρισμού	21
1.7. Παράγοντες που επηρεάζουν τον τουρισμό	22
1.8.Τάσεις Τουρισμού.....	25
Βιβλιογραφία 1 ^{ου} Κεφαλαίου	29
Κεφάλαιο 2. Ο τουρισμός στην Ελλάδα	
2.1 Η οικονομική παράμετρος του τουρισμού στην Ελλάδα.	31
2.2. Ανάπτυξη τουρισμού στην Ελλάδα.....	33
2.3. Τα είδη του τουρισμού στην Ελλάδα	34
2.4. Η τουριστική ζήτηση.....	36
2.4.1 Κοινωνικό-οικονομικοί παράγοντες	37
2.4.2 Οι υποκειμενικοί παράγοντες ή κοινωνικο-ψυχολογικοί παράγοντες.....	38
2.4.3 Οι παράγοντες που σχετίζονται με το τουριστικό προϊόν.....	39
2.5. Η τουριστική προσφορά.....	39
2.5.1 Η πρωτογενής προσφορά.....	40
2.5.2 Η δευτερογενής ή απορρέουσα προσφορά.....	40

2.6. Τουριστικές υποδομές.....	42
2.7. Χαρακτηριστικά, πλεονεκτήματα και αδυναμίες του ελληνικού τουρισμού	43
2.8 Τουριστικές πολιτικές των ανταγωνιστικών χωρών	45
2.9. Παράγοντες Ανάπτυξης	50
2.10. Επενδυτικές ευκαιρίες.....	51
Βιβλιογραφία 2 ^{ου} Κεφαλαίου	54

Κεφάλαιο 3. Το τουριστικό προϊόν της Ρόδου

3.1. Γενικά για τη Ρόδο	56
3.2. Ιστορία της πόλης της Ρόδου.....	57
3.3. Μυθολογία	60
3.4. Ο κολοσσός της Ρόδου.....	62
3.5. Μουσεία.....	63
3.6. Αρχαιολογικοί χώροι	65
3.7. Μνημεία	69
3.8. Περιοχές Φυσικού κάλλους.....	72
3.9. Παραλίες.....	74
3.10. Κάστρα	75
3.11. Δρομολόγια.....	77
3.12. Ρόδος και Τουρισμός	77
3.13. Τουριστικές εγκαταστάσεις.....	78
3.14. SWOT analysis	79
Βιβλιογραφία 3 ^{ου} Κεφαλαίου	88

Κεφάλαιο 4. Ανάλυση τουριστικής κίνησης Ρόδου

4.1. Κατανομή αφίξεων κατά χώρα προέλευσης	89
4.2. Διαχρονικά στατιστικά τουριστών	102
4.3. Μηνιαία στατιστικά (για το 2012).....	104

4.4. Κατά κεφαλήν δαπάνες – Διαχρονική εξέλιξη	106
4.5. Κατά κεφαλήν δαπάνη για τις κύριες εθνικότητες	108
4.6. Κατανομή δαπανών	109
Κεφάλαιο 5. Πρόβλεψη αφίξεων τουριστών στη Ρόδο τα έτη 2013 – 2020	
5.1. Μεθοδολογία.....	112
5.2. Προβλέψεις τουριστικών αφίξεων	116
Κεφάλαιο 6. Συμπεράσματα και προτάσεις για περαιτέρω έρευνα	129
Βιβλιογραφία.....	142

Κεφάλαιο 1. Γενικά για τον τουρισμό

1.1. Εισαγωγή

Ο τουρισμός είναι ένας από τους κυριότερους αλλά και πιο δυναμικούς κλάδους της παγκόσμιας οικονομίας. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, οι παγκόσμιες συναλλαγματικές εισπράξεις από τον τουρισμό είναι αυξητικές. (Vincent, Webster, 2013).

Ο τουρισμός πρόκειται για ένα φαινόμενο το οποίο αφορά πολλά πεδία της οικονομίας, της κοινωνιολογίας και της ψυχολογίας. Τόσο οι ειδικές όσο και οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχουν κάνει πλέον την εμφάνιση τους. Ο τουρισμός λειτουργεί ως μια μορφή «αντιδότη» σε ένα μεγάλο μέρος του πληθυσμού ο οποίος κάνει διακοπές. Μπορεί να ενεργήσει θετικά στην μείωση, στην ελαχιστοποίηση, αλλά ακόμη και στην εξάλειψη ουσιαστών ψυχολογικών επιβαρύνσεων όπως είναι το στρες και ιδίως το εργασιακό στρες, η ρουτίνα της καθημερινότητας, οι αλληλεπιδράσεις εναλλαγής σε ημερήσια βάση πολλών και κοινωνικών ρόλων αλλά ακόμα και η ανάπτυξη κάποιων νευρωσικών φόβων και φοβιών. (Vincent, Webster, 2013).

Η σημερινή ψυχαγωγία, η άθληση πελατών στο τουρισμό συμβάλλει από ψυχολογικής πλευράς στην υποβοήθηση πολλών ψυχολογικών επιβαρύνσεων. Όσον αφορά τις τάσεις του τουρισμού διαφέρουν από χώρα σε χώρα ενώ παράλληλα μεταβάλλονται με την πάροδο των ετών. Κατά συνέπεια υφίστανται χώρες πολύ αναπτυγμένες τουριστικά, ενώ άλλες λιγότερο ενώ υπάρχουν και κάποιες χώρες οι οποίες δεν δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στην ανάπτυξη του κλάδου. Ο τουρισμός έχει αποκτήσει πλέον μια συνεχώς αυξανόμενη σημασία, τόσο για τις αναπτυγμένες όσο και για τις αναπτυσσόμενες χώρες και είναι πλέον ζωτικής σημασίας για την οικονομία των χωρών αυτών. (Hsieh, Chiu, Wei, Yen, Yu-Chun Cheng, 2013)

Ο τουρισμός και η Ελλάδα είναι δύο έννοιες οι οποίες είναι ταυτόσημες. Η θέση της Ελλάδας στον πίνακα της παγκόσμιας κατάταξης του δείκτη ανταγωνιστικότητας του παγκόσμιου οργανισμού του τουρισμού υποχώρησε ελαφρά το 2013. Έτσι η Ελλάδα ενώ το 2012 κατείχε την 29^η θέση, το 2013 έφθασε την 32^η θέση παγκοσμίως. Σύμφωνα με τον παγκόσμιο οργανισμό τουρισμού WEF, η υποχώρηση αυτή οφείλεται στο ότι οι αποφάσεις στην Ελλάδα για τον τουρισμό βρίσκονται σε χαμηλή προτεραιότητα.

Όσον αφορά τις τουριστικές υποδομές η Ελλάδα κατέλαβε την 3^η θέση μετά την Αυστρία και την Ιταλία. Η Ελλάδα είναι ένας τουριστικός προορισμός ο οποίος παρέχει στον επισκέπτη του πολλές επιλογές προκειμένου ο επισκέπτης να εξασφαλίσει μια άνετη διαμονή. (<http://www.weforum.org/issues/travel-and-tourism-competitiveness>, 25/05/2013)

1.2. Η έννοια του τουρισμού

Η λέξη «τουρίστας» προηγήθηκε της λέξης τουρισμός. Οι πρώτοι οι οποίοι χρησιμοποίησαν την λέξη «τουρισμός» ήταν οι Άγγλοι οι οποίοι χρησιμοποίησαν τον όρο “the tour” από τον 18^ο αιώνα. Ο όρος αυτός προέρχεται από την γαλλική λέξη “tour” το οποίο σημαίνει γύρος ή ταξίδι. (Mehmetoglu, 2004).

Στην συνέχεια, από τα τέλη του 19^{ου} αιώνα οι λέξεις «τουρισμός» αλλά και τουρίστας χρησιμοποιούνται σε όλες τις γλώσσες αλλά δεν αποδίδεται η ίδια σημασία στις διεθνείς σχέσεις. Μάλιστα, υπήρξε ορισμός της έννοιας του «τουρίστα» από την κοινωνία των Εθνών. Η κοινωνία των Εθνών όρισε ως «τουρίστα» το άτομο εκείνο το οποίο απομακρύνεται περισσότερο από 24 ώρες και λιγότερο από ένα χρόνο από το συνηθισμένο τόπο κατοικίας του για την δική του ευχαρίστηση. Η Συνδιάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για τον τουρισμό και τα Διεθνή ταξίδια πρότεινε το 1963 έναν διαφορετικό ορισμό για τον τουρισμό. Ο ορισμός αυτός όριζε τον τουρίστα ως τον εποχιακό επισκέπτη ο οποίος παραμένει τουλάχιστον για 24 ώρες στην χώρα στην οποία επισκέπτεται και έχει ως σκοπό:

- Την αναψυχή.
- Τις διακοπές.
- Την υγεία.
- Την μόρφωση.
- Την θρησκεία.
- Τον πολιτισμό.
- Τις επιχειρήσεις.
- Κάποια συνάντηση.

Υπάρχουν όμως και διαφοροποιήσεις σχετικά με τον ορισμό του τουρισμού και ανάλογα την γεωγραφική περιοχή. Στις σκανδιναβικές χώρες αλλά και στην Ισπανία αναφέρονται ως τουρίστες όλοι οι αλλοδαποί οι οποίοι περνούν τα σύνορα. Διαφορετική αντίληψη για τον ορισμό του τουρίστα υπάρχει στο Βέλγιο. Στο Βέλγιο

θεωρείται ως τουρίστας οποιοδήποτε άτομο ο οποίος περνά μια νύχτα τουλάχιστον μακριά από τον τόπο που διαμένει. (Κολτσιδόπουλος,2005)

Ένας ακόμη ς ορισμός για τον τουρισμό αναφέρει ότι ο τουρισμός είναι η μετακίνηση των ανθρώπων από μία γεωγραφική θέση σε μία άλλη για περίοδο μικρή ή μεγάλη. Με άλλα λόγια ο τουρισμός έχει να κάνει με τις μετακινήσεις προσώπων από τόπο σε τόπο, είτε στο εσωτερικό είτε στο εξωτερικό με σκοπό την αναψυχή.

Τουριστικές εισπράξεις ορίζονται τα έσοδα από:

- Τα ομαδικά και τα οργανωμένα ταξίδια.
- Τις διακοπές.
- Τις εκδρομές.
- Την διαμονή σε ξενοδοχεία και άλλα καταλύματα.
- Τα φαγητά και τα ποτά.
- Τις μεταφορές.
- Την ψυχαγωγία και τις πολιτιστικές και αθλητικές εκδηλώσεις.
- Τις αγορές

Ιδιαίτερη ανάπτυξη παρουσιάζει τις τελευταίες δεκαετίες ο μαζικός τουρισμός. Σημαντικοί παράγοντες αυτής της αλλαγής ήταν αφενός η τεχνολογική ανάπτυξη η οποία μείωσε τις αποστάσεις, αφετέρου η ανάγκη για τη βελτίωση της ποιότητας της ζωής των εργαζομένων στον αναπτυγμένο κόσμο¹.

1.3 Ιστορική αναδρομή

Ο τουρισμός δεν είναι μια πρόσφατη δραστηριότητα αλλά μία δραστηριότητα η οποία υφίσταται από τα αρχαία χρόνια και εξελισσόταν ανάλογα με την κάθε εποχή.² Ο εντοπισμός των πρώτων μορφών τουριστικής μετακίνησης εντοπίζεται από τότε που ο άνθρωπος άρχισε να διακινείται από το μόνιμο τόπο διαμονής του σε άλλους τόπους για πολλούς και διάφορους σκοπούς, όπως εμπόρια , συμμετοχή σε θρησκευτικές γιορτές, αθλητικές εκδηλώσεις, ικανοποίηση της έμφυτης περιέργειας του κ.α.

¹ World Tourism Organisation, (1993), Recommendations on Tourism Statistics, WTO

² Βαρβαρέσος Σ., (2000) «Τουρισμός, Έννοιες, μεγέθη, δομές (σσ 53-70)», Προπομπός Β' έκδοση

Το φαινόμενο του τουρισμού κατά την αρχαιότητα είχε διαφορετική μορφή από την σημερινή, αλλά τα βασικά στοιχεία του ήταν σχεδόν τα ίδια. Οι κύριοι λόγοι των μετακινήσεων ήταν θρησκευτικοί, αθλητικοί, υγείας καθώς και εμπορικοί. Η μεγάλη ανάπτυξη του τουρισμού αρχίζει μετά τον Α΄ Παγκόσμιο πόλεμο και ιδιαίτερα μετά τον Β΄. Οι μεγάλες κοινωνικές μεταβολές που έγιναν μετά τον πόλεμο αυτό ήταν η βασική τονωτική ένεση στον τουρισμό, για να φθάσουμε στη σημερινή του μορφή. Τα οικονομικά οφέλη από την εξάπλωση του τουρισμού σε όλο το κόσμο, είναι τεράστια και γι' αυτό τον λόγο τόσο οι ιδιωτικοί όσο και οι κρατικοί φορείς των διαφόρων χωρών έχουν αναλάβει μεγάλες δραστηριότητες τουριστικού περιεχομένου, για να ικανοποιήσουν τα εκατομμύρια των τουριστών που διακινούνται καθημερινά σ' όλα τα μήκη και πλάτη του κόσμου. (Κολτσιδόπουλος,2005)

Ο 19ος αιώνας αποτελεί τη χρονική περίοδο – σταθμό για τη μεταγενέστερη εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου. Οι θεσμικές, οικονομικές, κοινωνικές και τεχνολογικές ανακατατάξεις που επιτελούνται στα πλαίσια της βιομηχανικής επανάστασης προσδιορίζουν όχι μόνο τη μελλοντική μορφολογία του Τουρισμού, αλλά συμβάλλουν επίσης στην εξαφάνιση των πρώτων τάσεων της μαζικοποίησης και της εμπορευματοποίησης του.

Μέχρι και τα μέσα της 10ετίας του 1950 ο διεθνής τουρισμός περιοριζόταν κατά κύριο λόγο σε τρεις ευρωπαϊκές χώρες ,την Ελβετία, την Ιταλία και την Αυστρία. Ο τουρισμός την εποχή αυτή έχει την μορφή του ατομικού τουρισμού. Στην 10ετία του 1960 η τουριστική αγορά άρχισε να περιλαμβάνει και άλλες χώρες. Μια από αυτές ήταν και η χώρα μας, που διέθετε ορισμένα συγκριτικά πλεονεκτήματα, έναντι άλλων χωρών. Έτσι άρχισε να αυξάνεται ο αριθμός των επισκεπτών και να δημιουργούνται οι προϋποθέσεις μιας νέας συναλλαγματοφόρας πηγής για την οικονομία μας. Για να επιτευχθεί μια σωστή ανάπτυξη του τουρισμού, πέρα από τις αποφάσεις των διαφόρων αρμόδιων κέντρων, απαραίτητο στοιχείο είναι τα άτομα, που εργάζονται άμεσα ή έμμεσα στην τουριστική αγορά να έχουν αναπτυγμένη την τουριστική συνείδηση. (Κολτσιδόπουλος,2005)

Η ύπαρξη της τουριστικής συνείδησης αποτελεί βασικό προσόν του λαού της χώρας υποδοχής τουριστών. Η απόκτησή της γίνεται με την σωστή παιδεία και την τόνωση της σημασίας του τουρισμού τόσο από οικονομικοκοινωνική όσο και από πολιτιστική άποψη.

Στις αρχές του 20ου αιώνα, το τουριστικό φαινόμενο μεταβάλλεται. Σ' αυτό συμβάλλουν οι ακόλουθοι λόγοι:

- Η οικονομική συγκυρία της περιόδου 1905 – 1914.
- Ο Α΄ Παγκόσμιος Πόλεμος (1914 – 1918).
- Οι πληθωριστικές τάσεις που αφανίζουν ολοκληρωτικά τους εισοδηματίες, που αποτελούσαν την *touristy society* του 19ου αιώνα. (Ηγουμενάκης, 2004).

Μέχρι και το 1914 είχε αναπτυχθεί μια αξιόλογη υποδομή όσον αφορά τα τουριστικά θέρετρα της Ευρώπης τα οποία ως τότε εξυπηρετούσαν από τον σιδηρόδρομο. Το πλήθος των τουριστών αυξήθηκε ραγδαία με την από το 1945 και μετά. Τόσο η τεχνολογική επανάσταση που ακολούθησε όσο και η αύξηση των εισοδημάτων συνέβαλαν στο να θεωρείται ο τουρισμός ένας από τους σημαντικότερους οικονομικούς τομείς σε παγκόσμιο επίπεδο.

Παράγοντες όπως η διάδοση της τηλεόρασης και των τουριστικών οδηγιών συνέβαλαν στην αύξηση του τουρισμού. Επίσης, η τεχνολογική επανάσταση, η αύξηση των εισοδημάτων, η δημιουργία τουριστικής νομοθεσίας αλλά και η αύξηση του αριθμού των ιδιοκτητών οχημάτων ήταν καθοριστικοί παράγοντες για την μαζικοποίηση του τουρισμού. Ο τουρισμός σήμερα αποτελεί πλέον έναν από τους σημαντικότερους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας ο οποίος μάλιστα συμμετέχει σε σημαντικό βαθμό στον ΑΕΠ των χωρών. (Ηγουμενάκης, 2004)

1.4 Είδη τουρισμού

Μπορούμε να διακρίνουμε τον τουρισμό σε διάφορες κατηγορίες ανάλογα με τις απαντήσεις τις οποίες λαμβάνουμε σε ερωτήματα όπως το ποιος είναι ο λόγος για τον οποίο κάνουμε τουρισμό, ποιες είναι οι δραστηριότητες και ποιες είναι οι δραστηριότητες που ακολουθούμε.

Μάλιστα οι λόγοι για τους οποίους πραγματοποιείται ο τουρισμός μεταβάλλεται τόσο ανάλογα με τις συνθήκες της εποχής, τα κίνητρα και την χρονική περίοδο την οποία εξετάζουμε. Οι επενδύσεις στον κλάδο του τουρισμού εναρμονίζονται με την έκταση και την ποιότητα των τουριστικών έργων ή εγκαταστάσεων, καθώς και τα αναγκαία επενδυτικά κίνητρα τα οποία χορηγεί το δημόσιο. Κοινωνικοοικονομικοί παράγοντες όπως είναι η έλλειψη επενδυτικών κεφαλαίων, απροθυμία των ιδιωτών για ορισμένες επενδύσεις, έλλειψη εξειδικευμένου στα τουριστικά επαγγέλματα προσωπικού, αλλά και οικολογικοί παράγοντες όπως η ρύπανση του περιβάλλοντος, η καταστροφή της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς, φτωχά αποθέματα πόσιμου νερού, επιβάλλουν τουλάχιστον στα πρώτα στάδια της τουριστικής ανάπτυξης, σημαντικούς περιορισμούς

σε τέτοιες προθέσεις. Ο τουρισμός μπορεί να χωριστεί σε δύο μεγάλες κατηγορίες:

- Στον μαζικό τουρισμό ο οποίος αναφέρεται σε μεγάλο αριθμό τουριστών.
- Στον εναλλακτικό τουρισμό ο οποίος αναφέρεται κυρίως σε μικρότερο αριθμό τουριστών και θεωρείται ήπιας ανάπτυξης. (Λαζάνα, 2003)

1.4.1 Ο Μαζικός τουρισμός και οι επιπτώσεις του.

Ο μαζικός τουρισμός αναφέρεται σε εκείνο το είδος του τουρισμού στον οποίο ο επισκέπτης απολαμβάνει παθητικά αυτά τα οποία του προσφέρουν οι οργανωμένες διακοπές.

Μάλιστα, η τεχνολογική ανάπτυξη στον τομέα των μεταφορών ήταν το εύνασμα για την ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας. Η αστικοποίηση, η βελτίωση των συνθηκών εργασίας, η παροχή του χρηματικού ποσού της άδειας στον μισθό συνέβαλαν στο να μην θεωρείται πλέον ο τουρισμός προνόμιο των προνομιούχων τάξεων.

Ο μαζικός τουρισμός εκφράζεται στην παγκόσμια βιβλιογραφία με τέσσερα s:

- Sun (ήλιος)
- Sea (θάλασσα).
- Sand (άμμος).
- Service (υπηρεσίες).

Ο Λαγός (2005) αναφέρει ότι ο μαζικός τουρισμός εκφράζει την κλασική μορφή τουρισμού η οποία συνδέεται με την έννοια της αναψυχής και περιλαμβάνει μια σειρά από δραστηριότητες οι οποίες αναπτύσσονται κατά την διάρκεια των διακοπών και έχουν ως κύρια χαρακτηριστικά την ξεκούραση αλλά και την διασκέδαση. Τα άτομα τα οποία ασπάζονται την μορφή του μαζικού τουρισμού αποτελούν και το μεγαλύτερο τμήμα των τουριστών και διαμένουν σε ξενοδοχεία κυρίως σε παράκτιες περιοχές.

Η μορφή του μαζικού τουρισμού έχει συνδεθεί πλέον με πολύ γνωστούς ταξιδιωτικούς προορισμούς οι οποίοι αποτελούν πόλους έλξης των τουριστών. Στην υλοποίηση του μαζικού τουρισμού βοήθησε η ανάπτυξη

Στην υλοποίηση του μαζικού τουρισμού βοήθησε η ανάπτυξη ειδικής υποδομής αλλά και τουριστικών εγκαταστάσεων, καθώς και στους χώρους εστίασης και αναψυχής για

ΤΟΥΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ.

Ο μαζικός τουρισμός γνώρισε ταχεία ανάπτυξη στην Ελλάδα μετά τον Β παγκόσμιο πόλεμο και πλέον έλαβε οργανωμένο χαρακτήρα. Έτσι δημιουργήθηκαν νέες υποδομές και αναπτύχθηκαν συναφείς βιομηχανίες οι οποίες μάλιστα συνέβαλαν στην μαζική και οργανωμένη μετακίνηση των τουριστών. Η ανάπτυξη του τουρισμού συνέβαλε:

- Στην βελτίωση των όρων εργασίας και αμοιβής των εργαζομένων.
- Στην αύξηση του ελεύθερου χρόνου των εργαζομένων.
- Στην εξέλιξη των συγκοινωνιακών μέσων. Π.χ. τρένα ταχεία κυκλοφορίας και αεροσκάφη.
- Στην οργάνωση των ταξιδιών με το σύστημα των ναυλωμένων πτήσεων.
- Στην ανάπτυξη των τουριστικών πακέτων.
- Στην μαζική τουριστική παραγωγή, στην κατανάλωση αλλά και στην διαφήμιση.
- Στην απελευθέρωση των περιορισμών στις αερομεταφορές.

Ο μαζικός τουρισμός έχει οδηγήσει πολλές απομακρυσμένες και σχετικά υποανάπτυκτες περιοχές στην αναβάθμιση τους, ώστε να αποτελέσουν δημοφιλή τουριστικά κέντρα.

Ο μαζικός τουρισμός έχει οδηγήσει σε αλλαγές τόσο στην οικονομία όσο στην κοινωνία αλλά και το περιβάλλον στις περιοχές στις οποίες αναπτύσσεται.

Οι θετικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού όσον αφορά την οικονομία είναι:

- Αύξηση του εισοδήματος. Με τον μαζικό τουρισμό πραγματοποιούνται επενδύσεις οι οποίες αφορούν άμεσα και έμμεσα τον τουρισμό. Για παράδειγμα η κατασκευή ενός αεροδρομίου, ενός λιμανιού και η παροχή του εξοπλισμού της οικονομίας αυξάνει το βιοτικό επίπεδο της περιοχής.
- Δημιουργία θέσεων εργασίας. Μια ιδιαίτερα σημαντική παράμετρος ιδιαίτερα στην περίοδο οικονομικής κρίσης την οποία διανύουμε είναι η καταπολέμηση της ανεργίας μέσω του τουρισμού. Ο τουρισμός είναι ένας από τους λίγους κλάδους της παγκόσμιας οικονομίας στην οποία δεν μπορεί να γίνει

υποκατάσταση της εργασίας με μηχανήματα. Οι θέσεις εργασίας δημιουργούνται είτε άμεσα με την απασχόληση στην ξενοδοχειακή μονάδα είτε έμμεσα με τις υποστηρικτικές υπηρεσίες για το ξενοδοχείο π.χ. αγορά τροφίμων σε καθημερινή βάση για τους πελάτες, παροχή και συντήρηση του εξοπλισμού, διαφήμιση, μετακινήσεις.

- Περιφερειακή ανάπτυξη. Ο τουρισμός βοηθάει στην περιοχή που αναπτύσσεται προκειμένου να αξιοποιηθούν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της. Αυτό έχει ως συνέπεια την δημιουργία θέσεων απασχόλησης και το σταμάτημα της πληθυσμιακής μετανάστευσης.
- Δημιουργία και βελτίωση έργων υποδομής. Δημιουργούνται νέες εγκαταστάσεις όπως είναι λιμάνια, αεροδρόμια, οδικό δίκτυο, σιδηρόδρομοι κλπ. Επίσης βελτιώνονται τομείς στην περιοχή όπως είναι υδροδότηση, φωτισμός, τηλεπικοινωνίες.
- Βελτίωση του ισοζυγίου πληρωμών. Οι εισπράξεις από τον μαζικό τουρισμό συντελούν στην κάλυψη ενός μεγάλου τμήματος του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου.

Όμως ο μαζικός τουρισμός έχει και αρνητικές επιπτώσεις οι οποίες είναι:

- Οικονομική εξάρτηση. Οι τουριστικοί προορισμοί των οποίων η οικονομία στηρίζεται κυρίως στον μαζικό τουρισμό τείνουν να εγκαταλείπουν του άλλους τομείς. Για παράδειγμα δεν είναι λίγες η περιοχές της Ελλάδας τα προηγούμενα χρόνια στις οποίες εγκαταλείφθηκε η γεωργία και η κτηνοτροφία εστιάζοντας η τοπική οικονομία αποκλειστικά στον τουρισμό.
- Διαρροές. Πολλές φορές οι δαπάνες τις οποίες πραγματοποιούν οι τουρίστες διαρρέουν σε άλλες περιοχές. Οι δαπάνες των ξένων τουριστών οι οποίοι επισκέπτονται την Ελλάδα για παράδειγμα δεν υφίσταται συναλλαγματική είσπραξη είτε λόγω ότι ένα σημαντικό μέρος των δαπανών αυτών εισπράττεται ως έσοδα από ξένες επιχειρήσεις π.χ. αεροπορικές εταιρίες Επίσης μέρος των δαπανών τις οποίες πραγματοποιούν οι τουρίστες αφορούν εισαγόμενα προϊόντα.
- Εποχικές διακυμάνσεις. Οι εποχικές διακυμάνσεις τις οποίες συντελούν στην ερημοποίηση των περιοχών αυτών σε συγκεκριμένη περίοδο του χρόνου και

την υπερσυγκέντρωση κόσμου σε μια άλλη. Οι εποχικές διακυμάνσεις έχουν άμεσο αντίκτυπο στις θέσεις εργασίας στην περιοχή γιατί όχι μόνο οι θέσεις εργασίας στον τουριστικό τομέα αλλά και σε τομείς που εξαρτώνται από αυτόν δοκιμάζονται από την εποχιακή ανεργία.

- Περιφερειακές ανισότητες. Είναι σύνηθες το φαινόμενο ορισμένοι τουριστικοί προορισμοί να σφύζουν από κόσμο ενώ άλλοι να παρουσιάζουν ερήμωση. Αυτό οδηγεί σε κοινωνικά αλλά και περιβαλλοντικά προβλήματα μέσω των ανισοτήτων στην κατανομή του εθνικού εισοδήματος ανά περιφέρειες. (Γιαννίσης, 2013)
- Άνοδος των τιμών. Στις τουριστικές περιοχές παρατηρείται άνοδος των τιμών γιατί παρατηρείται πολύ αυξημένη ζήτηση. Αυτό έχει άμεσο αντίκτυπο στον μόνιμο πληθυσμό της περιοχής.
- Αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Ο τουρίστας καταναλώνει υπηρεσίες διανυκτέρευσης εστίασης και διασκέδασης υπηρεσίες οι οποίες καταπονούν το περιβάλλον όπως είναι η ρύπανση.

(Κολτσιδόπουλος,2005)

1.4.2. Ο Εναλλακτικός τουρισμός.

Ο εναλλακτικός τουρισμός αναφέρεται σε ένα πλήθος επιμέρους μορφών τουρισμού στις οποίες οι άνθρωποι αναζητούν έναν διαφορετικό τρόπο διακοπών ο οποίος σχετίζεται με την προστασία του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος και την αναζήτηση νέων αξιών και τρόπων ζωής. Ο εναλλακτικός τουρισμός έχει άμεση σχέση με τον ίδιο τον τουρίστα. (Κολτσιδόπουλος ,2005).

Ο σύγχρονος τουρίστας πλέον έχει μεγαλύτερη οικονομική ευκαιρία, περισσότερο ελεύθερο χρόνο αλλά και περισσότερες επιλογές για τις διακοπές του. Είναι απαιτητικός όσον αφορά την ποιότητα, το περιβάλλον, τις ανθρώπινες σχέσεις και ζητά να ικανοποιήσει τα ενδιαφέροντα και τις ανησυχίες του.

Η φιλοσοφία του εναλλακτικού τουρισμού στηρίζεται κυρίως στην διαφύλαξη του περιβάλλοντος αλλά και των πόρων του τουριστικού προορισμού, στην ικανοποίηση των αναγκών του τοπικού πληθυσμού. Ο εναλλακτικός τουρισμός προωθείται πλέον γιατί οδηγεί στην αειφόρα ανάπτυξη της τουριστικής περιοχής μιας και αναδεικνύει τα

ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του τόπου χωρίς να τον καταστρέφει. . (Κολτσιδόπουλος, 2005)

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού παρέχουν μεγαλύτερη ποικιλία στις επιλογές του επισκέπτη και του δίνουν την δυνατότητα εναλλαγής παραστάσεων, τρόπου αναψυχής αλλά και εκπαίδευσης. Κύριες μορφές εναλλακτικού τουρισμού είναι ο τουρισμός υπαίθρου, ο τουρισμός υγείας – θεραπευτικός τουρισμός, επαγγελματικός τουρισμός, οικοτουρισμός, αθλητικός τουρισμός, κοινωνικός τουρισμός (για ανθρώπους τρίτης ηλικίας, αθλητικός τουρισμός και πολιτισμικός τουρισμός. (Ευσταθίου, 2004)

1.5. Η τουριστική αγορά

Ως τουριστική αγορά θεωρείται το μέρος εκείνο στο οποίο η επιχείρηση αναπτύσσει τη συναλλακτική της δραστηριότητα, με σκοπό την επικερδή διάθεση των προϊόντων της. Ο όρος τουριστική αγορά, ανάλογα με το πως χρησιμοποιείται, μπορεί βασικά να υποδηλώνει τα εξής:

- Μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή: έναν ορισμένο τόπο στον οποίο αναπτύσσεται μια συναλλακτική δραστηριότητα μεταξύ πωλητών και αγοραστών τουριστικών προϊόντων. Τα όρια τα οποία μπεινούν σε μια τέτοια αγορά και η έκταση που αντιστοιχεί σε αυτήν κάθε άλλο παρά συγκεκριμένα μπορεί να είναι. Αυτό σημαίνει ότι μπορεί να γίνεται λόγος για τουριστική αγορά του Μονάχου, της Γερμανίας, της Δυτικής Ευρώπης, της Ευρωπαϊκής Ένωσης κ.λπ.
- Ένα ορισμένο τουριστικό προϊόν ή μια κατηγορία ομοειδών τουριστικών προϊόντων: Σε αυτήν την περίπτωση υποδηλώνεται η συνολική ζήτηση για ένα τουριστικό προϊόν ή μια κατηγορία ομοειδών τουριστικών προϊόντων. Αυτό σημαίνει ότι μπορεί να γίνεται λόγος για την αγορά υπηρεσιών φιλοξενίας, πακέτων διακοπών, τουριστικών πακέτων γενικά κ.λπ.

Ο όρος τουριστική αγορά μπορεί να συνδεθεί με την επιχειρηματική δραστηριότητα που αναπτύσσουν οι τουριστικές επιχειρήσεις, αποκτά ένα δυναμικότερο χαρακτήρα και τείνει να ταυτισθεί με την προσπάθεια που γίνεται εκ μέρους τους για την επικερδή διάθεση των προϊόντων τους. (Αποστολόπουλος, 2009).

Κατά συνέπεια ο όρος τουριστική αγορά σημαίνει προσφορά και ζήτηση τουριστικών προϊόντων. Σε ότι αφορά στην προσφορά τουριστικών προϊόντων, αυτή θα πρέπει να

πληροί ορισμένες βασικές προϋποθέσεις και συγκεκριμένα την ύπαρξη παραγωγών τουριστικών προϊόντων και όχι μόνο, που επιδιώκουν να τα διαθέσουν επικερδώς, καθώς επίσης να ικανοποιήσουν ποσοτικά και ποιοτικά τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των ανθρώπων. Σε ότι πάλι αφορά στη ζήτηση τουριστικών προϊόντων και αυτή με τη σειρά της θα πρέπει να ζητεί ορισμένες προϋποθέσεις και συγκεκριμένα της ύπαρξης ανθρώπων με τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες, με αγοραστική δύναμη και καταναλωτική συμπεριφορά. (Σταθόπουλος, 2006)

Συνοψίζοντας, μπορούμε να αναφέρουμε ως τουριστική αγορά το σύνολο των δυνάμεων και συνθηκών που οδηγούν πωλητές και αγοραστές τουριστικών προϊόντων σε αποφάσεις που ικανοποιούν τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των δεύτερων, δηλαδή των αγοραστών τουριστικών προϊόντων, με την επικερδή διάθεση σε αυτούς εκ μέρους των πρώτων δηλαδή των πωλητών τουριστικών προϊόντων, τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών. (Ανδριώτης, 2009).

1.6. Προϋποθέσεις ανάπτυξης του τουρισμού

Προκειμένου να μπορέσει να αναπτυχθεί μια περιοχή τουριστικά είναι απαραίτητη η ύπαρξη μιας σειράς προϋποθέσεων οι οποίες συνοψίζονται παρακάτω:

- Πρόσβαση: Για να είναι βιώσιμος καταναλωτικά ένας προορισμός για τους τουρίστες, πρέπει να υπάρξει κάποιος τρόπος να φτάσουν σε αυτόν. Η πρόσβαση κατά γενικό κανόνα συσχετίζεται με τη μεταφορά
- Η πολυμορφία στις Ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις: Είναι σημαντικό να προσφέρεται ποικίλη ποιότητα στέγασης σε ανάλογες ανταγωνιστικές τιμές. Μερικές φορές η στέγαση είναι ουσιαστικά ο κύριος παράγων στην επιλογή προορισμού (Λύτρας, 2004).
- Η έλξη: Οι τουρίστες ταξιδεύουν σπάνια σε έναν προορισμό απλά χάριν του ή απλά για να μείνουν σε ένα ξενοδοχείο. Τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα που προσελκύουν ένα πρόσωπο σε έναν ιδιαίτερο προορισμό είναι γνωστά ως «έλξη». Η έλξη μπορεί να οφείλεται σε ειδικά γεγονότα, πολιτιστικές ή ιστορικές περιοχές, αθλητισμός, μουσική ή χορός, ασυνήθιστη ή μοναδική χλωρίδα και πανίδα, νυχτερινή ζωή, ή ακόμα και ακριβώς η πιθανότητα χαλάρωσης. Επομένως όσο ευρύτερη είναι η προσφερόμενη ποικιλία, τόσο μεγαλύτερες οι πιθανότητες του προορισμού να επιλεχθεί από μεγάλο αριθμό τουριστών.

- Υποδομή και οργάνωση: Περιλαμβάνει ως στοιχεία όλους τους παράγοντες που εξασφαλίζουν μία ασφαλή παραμονή, όπως είναι η ηλεκτρική ενέργεια, το ασφαλές πόσιμο νερό, οι υγειονομικές εγκαταστάσεις, οι δρόμους, η αστυνομία, οι υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης, οι ταχυδρομικές εγκαταστάσεις και οι εγκαταστάσεις τηλεπικοινωνιών, το ραδιόφωνο και η τηλεόραση. (Μανώλογλου, 1999).

Οπότε στην περίπτωση που ο τουριστικός προορισμός διαθέτει και καλύπτει τα παραπάνω στοιχεία, σε συνδυασμό με τη σωστή στρατηγική και διαχείριση, μπορεί να επιτευχθεί σημαντική τουριστική ανάπτυξη. (Ακριβός, 2007).

1.7. Παράγοντες που επηρεάζουν τον τουρισμό

Η κατανόηση των παραγόντων οι οποίοι επηρεάζουν τον τουρισμό κρίνεται ως μείζονος σημασίας. Ο τουρισμός ως μία εμπορική και οικονομική δραστηριότητα έχει προσελκύσει την αυξανόμενη προσοχή καθώς οι επιλογές των τουριστών διαμορφώνονται μέσα από την επιρροή μιας ποικιλίας παραγόντων. Η επιθυμία των ανθρώπων να ταξιδέψουν σε μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο σε μια άλλη χώρα είναι η κύρια παράμετρος του τουρισμού. Επίσης η τουριστική ζήτηση αντιπροσωπεύει το σύνολο των αγαθών και υπηρεσιών που οι επισκέπτες αποκτούν κατά τη διάρκεια της συγκεκριμένης χρονικής περιόδου της παραμονής τους στην χώρα υποδοχής. (Γιαννόπουλος, Διακομιχάλης, 2012).

Ο τουρισμός επηρεάζεται από ένα σύνολο παραγόντων, όπου μεταβάλλονται πολλές φορές ανάλογα με την περιοχή, ενώ παράλληλα επηρεάζουν και διαμορφώνουν το είδος και τον τύπο τουρισμού. Για το λόγο αυτό επεξηγούνται οι ακόλουθοι παράγοντες:

Το κλίμα: Ο καιρός θεωρείται ένας από τους κύριους παράγοντες στην επιλογή του προορισμού των τουριστών. Είναι επίσης ένας σημαντικός λόγος για τον οποίο οι τουρίστες αποφασίζουν να αφήσουν την χώρα προέλευσής τους σε αναζήτηση άλλων προορισμών. Υπάρχουν επίσης μερικές τοποθεσίες στον κόσμο όπου ο καιρός είναι ιδανικός για τον τουρισμό καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, όπως η Καραϊβική, το Μεξικό, και η Αίγυπτος. Το κλίμα είναι σημαντικό για δύο λόγους: ο ήλιος και η θερμότητα το καλοκαίρι μπορούν να προσελκύσουν τους ανθρώπους για τις διακοπές τους
το χιόνι προσελκύει επίσης τους επισκέπτες για τις διακοπές τους.

Τα ποσοστά οικονομικής ανάπτυξης: Ο ισχυρότερος περιοριστικός παράγοντας στην επιλογή τουριστικού προορισμού είναι, στις περισσότερες περιπτώσεις, τα χρήματα. Υπάρχει σαφής ένδειξη ότι τα στοιχεία της μακροπρόθεσμης σχέσης μεταξύ της οικονομικής ανάπτυξης και της απαίτησης για τον τουρισμό, είναι αλληλένδετα.

Η πολιτική σταθερότητα: Αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους εξωτερικούς παράγοντες που επηρεάζουν τον τουρισμό. Οι τουρίστες στις διακοπές τους αναζητούν την ευχαρίστηση και τη χαλάρωση. Οι κυβερνήσεις οφείλουν να βεβαιώνουν τους επισκέπτες τους για την ειρήνη και την ηρεμία των χωρών τους. Έχουν υπάρξει διάφορες σημαντικές κρίσεις τα τελευταία χρόνια, οι οποίες παρουσιάζουν ως αποτέλεσμα την αστάθεια στον τομέα του τουρισμού. Η πρώτη σημαντική κρίση αυτού του είδους εμφανίστηκε το 1986 μετά από τη σύγκρουση ΗΠΑ – Λιβύη με συνέπεια οι αφίξεις των αμερικανών πολιτών στην Ευρώπη και τη Μεσόγειο να μειωθούν κατά 20% το 1986 έναντι του 1985 (από 6,5 σε 5,12 εκατομμύρια επισκέπτες). Ο πόλεμος του Κόλπου στις αρχές του 1991 άσκησε πολύ ξαφνική και σοβαρή επίδραση στον παγκόσμιο τουρισμό αφού οι κρατήσεις δωματίων στα ξενοδοχεία των κέντρων των πόλεων μειώθηκε κατά 50%. Επίσης, η τρομοκρατία σε μερικές χώρες, όπως την Αίγυπτο και την Τουρκία, είχε σοβαρή αρνητική επίδραση στον τομέα του τουρισμού. Ένα πιο πρόσφατο παράδειγμα είναι η ραγδαία πτώση του τουρισμού της Αιγύπτου τόσο στους μήνες των αντικαθεστωτικών εξεγέρσεων όσο και στην συνέχεια το 2011. Οι εξεγέρσεις αυτές επηρέασαν καθοριστικά την τουριστική βιομηχανία της χώρας. Από τους 14 Από τους 14 εκατομμύρια τουρίστες που δεχόταν η Αίγυπτος ετησίως, ένα μεγάλο μέρος θα κατευθυνθεί φέτος σε άλλους μεσογειακούς προορισμούς. (Μυλωνόπουλος, 2005).

Οι μεταφορές: Οι εξελίξεις στη τουριστική βιομηχανία είναι συχνά μια αντανάκλαση των εξελίξεων στον τομέα των μεταφορών, με κύρια τάση στα τελευταία χρόνια την αυξανόμενη χρήση των οδικών, θαλάσσιων και αεροπορικών μεταφορών από τους τουρίστες. Το δίκτυο μεταφορών αποτελείται από τις διαδρομές εδάφους, ύδατος και αέρα, συμπεριλαμβανομένου των κύριων σταθμών λεωφορείων και τρένων, των λιμένων, και των αερολιμένων. Μια χώρα για να είναι ικανή να λαμβάνει έναν μεγάλο αριθμό τουριστών, χρειάζεται να έχει άριστο σύστημα αερομεταφορών με μεγάλους και σύγχρονους αερολιμένες καθώς επίσης και ένα οδικό δίκτυο υψηλών προδιαγραφών. (Νικητιάδης, 2007).

Οι τουριστικές εγκαταστάσεις: είναι πολύ σημαντικές στην επιτυχία των

διακοπών. Τα ξενοδοχεία μπορούν να διαιρεθούν κατά προσέγγιση σε μικρού μεγέθους 10 δωματίων ή και λιγότερο, μεσαίου μέγεθος με 11-50 δωμάτια, και μεγάλου μεγέθους με περισσότερα από 50 δωμάτια. Εάν ο προορισμός μπορεί να προσφέρει νεόδμητα ξενοδοχεία με ιδιαίτερα εξελιγμένες υπηρεσίες, εγκαταστάσεις, νέα τεχνολογία και επομένως με βελτιωμένη αποδοτικότητα λειτουργίας τους, και μια ομάδα επαγγελματιών να εποπτεύει την εργασία όλων των μελών του προσωπικού προκειμένου να λειτουργήσει το ξενοδοχείο ομαλά, είναι βέβαιο ότι θα υπάρξει μια αύξηση του τουρισμού σε αυτόν τον προορισμό. Οι παράγοντες που επηρεάζουν τη διαδικασία επιλογής της διαμονής είναι οι ακόλουθοι: η διαμονή πρέπει να παρέχεται όπου υπάρχει η απαίτηση. Πρέπει να είναι κοντά σε σημαντικές διαδρομές μεταφορών και κοντά στα σημαντικότερα κέντρα της δραστηριότητας των τουριστών.

Η τροφοδοσία: Δυο βασικές ανάγκες για τον τουρισμό είναι η παροχή τροφίμων και ποτών. Για πολλούς ταξιδιώτες η κατανάλωση τροφίμων και ποτών συνιστά ένα σημαντικό μέρος της εμπειρίας του ταξιδιού και δεν είναι ασυνήθιστη η αλλαγή των διατροφικών συνηθειών των ταξιδιωτών κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Τα υψηλά πρότυπα του γαλλικού μαγειρέματος, γνωστά σε όλο τον κόσμο, είναι ένας από τους λόγους για τους οποίους η Γαλλία είναι ένας δημοφιλής προορισμός τουριστών, μια κατάσταση που εμφανίζεται επίσης σε μερικές άλλες χώρες όπως τη Μεγάλη Βρετανία και την Ελλάδα.

Οι χώροι ενδιαίτησης: Τα εστιατόρια και οι καφετέριες, είναι επίσης σημαντικοί παράγοντες επιλογής της περιοχής υποδοχής για τους τουρίστες, επειδή τους παρέχουν εκτός των άλλων, και μια ευκαιρία να αναμιχθούν με το τοπικό πληθυσμό ενώ λαμβάνουν ένα γεύμα. Στους δημοφιλείς διεθνείς τουριστικούς προορισμούς οι επιλογές είναι συχνά τυπωμένες στη γλώσσα των κύριων ομάδων τουριστών. Οι ανάγκες των τουριστών ποικίλλουν: μερικοί επιθυμούν να δοκιμάσουν τα τοπικά πιάτα, άλλοι μπορεί να προτιμήσουν κάτι γνώριμο σε αυτούς και μερικοί άλλοι μπορεί να έχουν μια ειδική απαίτηση, όπως την χορτοφαγία. (Σιτάρας, 2007)

Οι χώροι νυκτερινής διασκέδασης: Οι περισσότεροι τουρίστες στις διακοπές τους επιθυμούν συχνά να χαλαρώσουν με ένα ποτό και να ακούν μουσική. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα για τους νέους. Επομένως ο προορισμός τους πρέπει να παρέχει χώρους νυκτερινής διασκέδασης.

Το φυσικό περιβάλλον: τα φυτά και τα ζώα αλλά και το προκαλούμενο από τον άνθρωπο περιβάλλον που περιλαμβάνει τα κτίρια και τις οδούς είναι καθοριστικά για την επιλογή του τουριστικού προορισμού. Οποιαδήποτε κωμόπολη ή πόλη που

ελπίζει να προσελκύσει τους επισκέπτες θα πρέπει να λάβει μέτρα να βελτιώσει την εικόνα της.

Η τοπική κουλτούρα: είναι συχνά ένας σημαντικός παράγοντας στην έλξη των τουριστών. Πολλοί τουρίστες ενδιαφέρονται να γνωρίσουν έναν πολιτισμό που διαφέρει σημαντικά από τον δικό τους. Αυτό αφορά τις τέχνες, τους τοπικούς χώρους, τα χειροποίητα αντικείμενα, τα κοστούμια και άλλες δραστηριότητες κάθε ημέρας όπως τα φεστιβάλ κλπ.

1.8. Τάσεις τουρισμού.^{3 4}

Ο τουρισμός, διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και τους πολίτες, έχει αυξηθεί σημαντικά κατά τις τελευταίες δεκαετίες. Μάλιστα, σύμφωνα με εκτιμήσεις της Γενικής Διεύθυνσης Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, ο τουρισμός αντιπροσωπεύει ποσοστό μεγαλύτερο από το 5 % του ΑΕΠ της Ευρώπης των 27. (Γιαννοπούλου, 2004)

Μάλιστα, οι μόνιμοι κάτοικοι της ΕΕ (εξαιρουμένης της Μάλτας) πραγματοποίησαν περισσότερα από 1 000 εκατομμύρια ταξίδια διακοπών το 2010. Τα σύντομα ταξίδια (με μία έως τρεις διανυκτερεύσεις) ήταν ελαφρώς περισσότερα από τα μισά (55,5 %) των ταξιδιών που πραγματοποιήθηκαν ενώ περίπου τα τρία τέταρτα (76,6 %) των ταξιδιών που πραγματοποιήθηκαν είχαν εγχώριους προορισμούς και το 23,4 % είχαν προορισμούς στο εξωτερικό.

Από το 2008 και την εμφάνιση της οικονομικής κρίσης το μεγαλύτερο μέρος του βιομηχανικού κόσμου εισήλθε σε μία σε μία βαθιά ύφεση.

που εξελίχτηκε σε οικονομική κρίση. Η συγκεκριμένη κρίση διαφέρει από προηγούμενες στο γεγονός ότι ο τουρίστας αντιμετωπίζει οικονομικό πρόβλημα για να χρηματοδοτήσει τις διακοπές του, ενώ στις προηγούμενες τον κυριαρχούσε ο φόβος για την ακεραιότητά του. Έτσι δημιουργούνται έτσι νέες τάσεις, που αφορούν στη μείωση της απόστασης του προορισμού από τον τόπο μόνιμης κατοικίας και της διάρκειας του ταξιδιού και στην ανάδειξη προορισμών με καλή σχέση ποιότητας – τιμής.

³ Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, Εξέλιξη Τουριστικής Κίνησης 2003

⁴ Egon Smeral, Andrea Weber; Forecasting international tourism trends to 2010

Η εξέλιξη του διεθνούς τουρισμού, παρά τις πιέσεις που δέχεται από την οικονομική κρίση, παρουσιάζει μια σταθερή ανοδική τάση, όπως δείχνουν τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού τουρισμού (WTO). Εκτιμάται ότι η τάση αυτή δεν πρόκειται να μεταβληθεί, και ο τουρισμός θα εξακολουθήσει να αποτελεί βασικό καταλύτη των οικονομιών των περισσότερων χωρών και αυτόν τον αιώνα.

Η ιστορική εξέλιξη της τάσης του τουρισμού είναι η εξής:

- Από το **1952 ως το 2005** ο αριθμός των διεθνών τουριστικών αφίξεων αυξήθηκε με ρυθμό 6,5% κατ'έτος, με αποτέλεσμα ο συνολικός αριθμός των ταξιδιωτών να εκτιναχθεί από τα 25 στα 806 εκατομμύρια.

- Ο ρυθμός αύξησης του εισοδήματος που προέκυψε από αυτές τις αφίξεις ήταν ιδιαίτερα μεγάλος, αγγίζοντας το 11,2% για την προαναφερθείσα περίοδο, γιγαντώνοντας την παγκόσμια οικονομία και αγγίζοντας τα 680 δις δολάρια το 2005.

- **Ως το 1950**, οι 15 κορυφαίοι προορισμοί απορροφούσαν το 88% των παγκόσμιων αφίξεων, με το ποσοστό να μειώνεται στο 75% για το 1970 και στο 57% για το 2005, με αποτέλεσμα την πιο ομοιόμορφη κατανομή των οφελών του παγκόσμιου τουρισμού, συμπεριλαμβανομένων πλέον και νέων προορισμών, πολλοί εκ των οποίων βρίσκονται στις αναπτυσσόμενες χώρες.

- Το **2006** οι παγκόσμιες αφίξεις άγγιξαν τα 842 εκατομμύρια, σημειώνοντας αύξηση της τάξης του 4,6% σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

- Το **2007** παρουσιάζεται ως το τέταρτο συνεχόμενο έτος σταθερής μεγέθυνσης της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας, η οποία παρουσιάζεται συνολικά ευπροσάρμοστη στις ποικίλες κρίσεις που ενδεχομένως προκύπτουν.

- Το **2008** ήταν το έτος που ο παγκόσμιος τουρισμός επλήγει σημαντικά από την παγκόσμια οικονομική κρίση και άρχισε μια αντίστροφη πορεία που συνεχίστηκε και το πρώτο μισό του 2009.

- Το **2009** οι παγκόσμιες αφίξεις μειώθηκαν κατά 4,2% σε σχέση με το 2008, φτάνοντας τα 880 εκατομμύρια.

- Το **2010** οι παγκόσμιες αφίξεις άγγιξαν τα 940 εκατομμύρια, σημειώνοντας αύξηση της τάξης του 6,6% σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

- Το **2011** οι παγκόσμιες αφίξεις σημείωσαν άνοδο κατά 4,6% σε σχέση με το 2010, φθάνοντας τα 983 εκατομμύρια.
- Το **2012** ο τουρισμός συνεχίζει την ανάκαμψή του και αναμένεται να σημειώσει θετικά αποτελέσματα, με τις διεθνείς αφίξεις να ξεπερνούν για πρώτη φορά το 1 δισ.

Οι νέες βασικές τάσεις τουρισμού που αναδύονται είναι οι ακόλουθες:

- Αυξανόμενο ενδιαφέρον για την ασφάλεια.
- Συντομότερα και συχνότερα ταξίδια διακοπών, αλλά λιγότερα ολιγόημερα διαλείμματα σαββατοκύριακου.
- Μεταστροφή από τα μακρινά και υπερπόντια ταξίδια προς τα εσωτερικά και ενδοπεριφερειακά ταξίδια.
- Μεταστροφή από τις εναέριες στις επίγειες μεταφορές, παρά την παράλληλη αύξηση της ζήτησης για χαμηλού κόστους αερομεταφορές.
- Συνεχιζόμενη τάση προς όψιμες κρατήσεις και αυξανόμενη χρήση του διαδικτύου για αγορές ταξιδιών.
- Αυξανόμενη ζήτηση για μερικώς “καθετοποιημένες” ή ανεξάρτητα και ατομικά διαμορφωμένες διακοπές, σε βάρος των παραδοσιακών συνολικών πακέτων.
- Μεγαλύτερο ενδιαφέρον για διακοπές που προσφέρουν εμπειρίες που περιλαμβάνουν τοπικό πολιτισμό και επαφή με τη φύση.
- Επικράτηση και αναμονή προσφορών και ευκαιριών τελευταίας στιγμής.

Οι παράγοντες συνεπώς οι οποίοι θα διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη των νέων αυτών τάσεων τουρισμού είναι:

- Η τεχνολογία.

Η εξέλιξη της τεχνολογίας έχει πάρει τρομακτικές διαστάσεις και ο τουρισμός αποτελεί τομέα στον οποίο η εξέλιξη αυτή βρίσκει απόλυτη εφαρμογή.

- Νέα μέσα επικοινωνίας όπως κινητή τηλεφωνία, υπολογιστές παλάμης, συνδυασμένες συσκευές, αμφίδρομη τηλεόραση, κτλ. θα συνδέουν ευκολότερα και ταχύτερα τους τουρίστες με τις υπηρεσίες των προορισμών.(e-booking κτλ)

- Νέες εκσυγχρονισμένες υποδομές
- Και βέβαια, ο παγκόσμιος ιστός του διαδικτύου.

Οι εξελίξεις αυτές θα κάνουν την πληροφόρηση και την παροχή υπηρεσιών ευκολότερη και ταχύτερη προς τους καταναλωτές και θα αλλάξουν σε μεγάλο βαθμό τον τρόπο κρατήσεων και το συνολικό δίκτυο πωλήσεων των ταξιδιών και του τουρισμού.

- Η σχέση εργασίας- ελεύθερου χρόνου.

Πλέον, στις μέρες μας η αύξηση του χρόνου εργασίας και η μείωση του ελεύθερου χρόνου αποτελεί δυστυχώς πραγματικότητα. Παρόλα αυτά μέσα από την κατάσταση αυτή αναδύονται νέες μορφές αξιοποίησης του ελεύθερου χρόνου, με διαρκή ανανέωση και διαφοροποίηση. Αυτές περιλαμβάνουν : ταξίδια για απόκτηση εμπειριών στις διακοπές, δραστηριότητες υπαίθρου, πολιτιστική ενημέρωση, επιμόρφωση και ανάπτυξη νέων δεξιοτήτων, εθελοντισμός κτλ. Ο τουρισμός θα είναι ασφαλώς ο μεγάλος ωφελημένος από την τάση αυτή. Θα πρέπει όμως να αναδειχθούν αντίστοιχα και νέες μορφές τουριστικών προϊόντων με πολλή φαντασία και επινοητικότητα, που θα είναι σε θέση να ανταποκριθούν στις καινούριες απαιτήσεις της ζήτησης, δίνοντας έμφαση στην εξατομίκευση και την εξειδίκευση αντί στη μαζική προσφορά και την τυποποίηση.

- Η ασφάλεια

Τέλος η αναζήτηση συνθηκών ασφαλείας για τη ζωή και την υγεία θα καταλάβει ίσως την πρώτη θέση στις προτεραιότητες των τουριστών. Οι απειλές από ένοπλες συρράξεις αλλά και από “ασύμμετρα” κτυπήματα, οι κίνδυνοι φυσικών καταστροφών και μάλιστα εκείνων που ενδέχεται να προκληθούν από τις κλιματολογικές μεταβολές, οι επιδημίες και οι “άγνωστοι” ιοί, θα προκαλούν αίσθημα ανησυχίας και αβεβαιότητας και θα αποτελέσουν εμπόδια για τον τουρισμό για τον αιώνα που διανύουμε. Χρέος όλων των κρατών είναι να κάνουν ότι μπορούν ώστε να εξαλείψουν, με την ανάπτυξη της διεθνούς συνεργασίας, κάθε απειλή για την ειρήνη και την επιβίωση της ανθρωπότητας για το καλό όχι μόνο του τουρισμού, αλλά βέβαια και των επόμενων γενεών⁵

⁵ Πηγή: General Guidelines for National Tourism Administrations (NTAs) relative to the development of the Tourism Satellite Account (TSA.)

Βιβλιογραφία 1^{ου} Κεφαλαίου

- Ανδριώτης, Κ. . (2009) Αειφορία και Εναλλακτικός τουρισμός, Αθήνα: Σταμούλη.
- Ακριβός, Χ. (2007) Τουρισμός. Εισαγωγικές Εισαγωγικές έννοιες, τουριστική συνείδηση, τουριστική συμπεριφορά. Αθήνα: Interbooks.
- Αποστολόπουλος, Κ. (2009) Εναλλακτικός και ήπιος τουρισμός της υπαίθρου. Αθήνα: Ελληνοεκδοτική
- Βαρβαρέσος Σ., Τουρισμός (Έννοιες, μεγέθη, δομές), Η Ελληνική Πραγματικότητα, Αθήνα, Προπομπός, 2000
- Γιαννίσης, Τ. (2013) Η Ελλάδα στην κρίση. Αθήνα: Πόλις
- Γιαννόπουλος, Κ., Διακομιχάλης, Μ (2012) Δορυφόρος Λογαριασμός Τουρισμού. Η εθνική λογιστική του τουρισμού και μία εμπειρική εφαρμογή στην Ελλάδα: Με βάση τα IRTS 2008 και TSA: RMF 2008. Αθήνα: Παπαζήση.
- Γιαννοπούλου, Γ. (2004) Η ολική ποιότητα στον τουρισμό Η διοίκηση ολικής ποιότητας και οι εφαρμογές της σε τουριστικές επιχειρήσεις. Αθήνα: Έλλην.
- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, Εξέλιξη Τουριστικής Κίνησης 2003
- Ηγουμενάκης, Ν. Γ. (1996). «Το εννοιολογικό περιεχόμενο της τουριστικής αγοράς στο Τουριστικό Μάρκετινγκ» (σσ. 168-169, 171). Αθήνα: Interbooks.
- Ηγουμενάκης, Ν. (1996) Τουριστικό Μάρκετινγκ. Αθήνα: Interbooks.
- Ηγουμενάκης, Ν. (2004) Τουρισμός . Βασικές έννοιες. Αθήνα: Interbooks.
- Ι.Τ.Ε.Π., «Ελληνική Οικονομία και Τουρισμός», 2006
- Καραθάνος, Γ., (1996), Ελληνικός Τουρισμός : Ο ρόλος των δημοσίων σχέσεων, Anubis. Αθήνα
- Κολτσιδόπουλος, Γ. (2005) Τουρισμός Θεωρητική Προσέγγιση. Εκδόσεις Έλλην. Αθήνα.
- Λαζάνα, Φ. (2003) Εισαγωγή στον επαγγελματικό τουρισμό. Αθήνα: Interbooks
- Νικητιάδης, Γ. (2007) Τουρισμός: Δώδεκα θέσεις. Δωδεκάνησος: Δώδεκα όνειρα, Αθήνα: Λιβάνη.
- Σιτάρας, Θ. (2007) Εισαγωγή στη θεωρία του τουρισμού. Αθήνα: Interbooks.
- Σταθόπουλος, Δ. (2006, Οκτώβριος 2). Travel Daily News. Ανάκτηση Σεπτέμβριος 25, 2008, από www.traveldailynews.gr:
http://www.traveldailynews.gr/makeof.asp?central_id=1244&permanent_id=1
- Bernecker, P. (1962). Grundlagenlehre des Fremdenverkehrs. Wien.

- Egon Smeral, Andrea Weber; Forecasting international tourism trends to 2010
- Fennell, D. (1999). Ecotourism: An introduction. London: Routledge
- General Guidelines for National Tourism Administrations (NTAs) relative to the development of the Tourism Satellite Account (TSA.)
- Kaspar, C. (1975). Die Fremdenverkehrslehre. Bern-Stuttgart.
- World Tourism Organisation, (1993), Recommendations on Tourism Statistics, WTO
- Gartner. C. W. (2001) Τουριστική ανάπτυξη, Αρχές, Διαδικασίες και πολιτικές Εκδόσεις Έλλην.
- Vincent, N., Webster, C (2013) "Exploring Relationship Marketing in Membership Associations", European Journal of Marketing, Vol. 47 Iss: 10
- Hsieh, Chiu, Wei, Yen, Yu-Chun Cheng, (2013) "A practical perspective on the classification of service innovations", Journal of Services Marketing, Vol. 27 Iss: 5
- <http://www.weforum.org/issues/travel-and-tourism-competitiveness>, 25/05/2013
- Mehmetoglu, M. (2004) "Tourist or traveller? A typological approach", Tourism Review, Vol. 59 Iss: 3, pp.33 – 39

Κεφάλαιο 2. Ο τουρισμός στην Ελλάδα

2.1 Η οικονομική παράμετρος του τουρισμού στην Ελλάδα.

Η Ελλάδα είναι μια χώρα η οποία θεωρείται ως ένας κορυφαίος τουριστικός προορισμός παγκοσμίως. Μάλιστα το τελευταίο χρονικό διάστημα ο αριθμός των τουριστών οι οποίοι επισκέπτονται την Ελλάδα αυξάνει ραγδαία. Ο τουρισμός για την Ελλάδα αποτελεί έναν πολύ σημαντικό κλάδο της οικονομίας καθότι καταφέρει να ενισχύσει την οικονομική ανάπτυξη αυτής αλλά και την απασχόληση. (Lickorish, Jenkins, 2004).

Ο τουρισμός αποτελεί παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης και προόδου. Οι διάφορες απόψεις για την προσφορά του τουρισμού δίστανται. Θεωρείται ότι συμβάλλει θετικά στην οικονομία μιας χώρας, δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας, ενισχύει την περιφέρεια και αναπτύσσει την επιχειρηματικότητα σε τομείς που σχετίζονται με τον τουριστικό κλάδο. Αντίθετα, η άποψη όλων εκείνων που είναι αντίθετοι με τον τουρισμό είναι ότι αποπροσανατολίζει την επενδυτική δραστηριότητα προκαλώντας προβλήματα και στους κλάδους που σχετίζονται με τον τουρισμό, προκαλεί βλάβες στο περιβάλλον και χαλαρώνει τα ήθη και τα έθιμα. (Κολτσιδόπουλος, 2005)

Για να είναι θετική η επίδραση του τουριστικού κλάδου σε μια χώρα θα πρέπει να μην αναπτύσσεται μονόπλευρα. Ιδιαίτερα στην περίπτωση κατά την οποία μια χώρα βρίσκεται στο στάδιο της ανάπτυξης, η μονόπλευρη ανάπτυξη του τουρισμού μπορεί να προκαλέσει σοβαρά προβλήματα σε άλλους οικονομικούς κλάδους. Για αυτό το λόγο η ανάπτυξη του τουρισμού θα πρέπει να προωθείται ταυτόχρονα με την ανάπτυξη και άλλων κλάδων οικονομικής δραστηριότητας, με μια αρμονική και προγραμματισμένη συνύπαρξη. (Κολτσιδόπουλος, 2005).

Η συμβολή της τουριστικής οικονομίας το 2012 στο ΑΕΠ της Ελλάδας φτάνει το 16,4%, ενώ η συνολική απασχόληση στην τουριστική οικονομία (688.800 θέσεις εργασίας) αντιστοιχεί στο 18,3% των απασχολουμένων. Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία του παγκόσμιου οργανισμού τουρισμού η Ελλάδα για το έτος 2012 ήταν 17^η σε επίπεδο διεθνών αφίξεων και 23η σε επίπεδο εσόδων.

Σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (WEF) το 2013, η Ελλάδα καταλαμβάνει την 32η θέση μεταξύ 140 χωρών στο Δείκτη Ταξιδιωτικής και

Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας, ενώ στο Γενικό Δείκτη Ανταγωνιστικότητας καταλαμβάνει μόλις την 96η. Τα στοιχεία αυτά αποδεικνύουν ότι ο ελληνικός τουρισμός είναι ένας από τους ελάχιστους τομείς της εθνικής οικονομίας, ο οποίος είναι ανταγωνιστικός σε παγκόσμιο επίπεδο. Την σπουδαιότητα του τουρισμού για την Ελληνική οικονομία καταδεικνύει το γεγονός ότι ο τουρισμός αποτελεί το 18% του ΑΕΠ της Ελλάδας, απασχολεί περισσότερα από 900.000 άτομα στα περίπου 9.000 ξενοδοχεία αλλά και στις διάφορες τουριστικές επιχειρήσεις και είναι η μεγαλύτερη πηγή άδηλων πόρων της χώρας.

(<http://www.weforum.org/search/google/greece?query=greece&cx=005374784487575532108%3Azwr8u4lxoba&cof=FORID%3A11&sitesearch=>, 26/05/2013).

Το γεγονός ότι η Ελλάδα διαθέτει πάνω από 6.000 μεγάλα και μικρότερα νησιά δίνει την δυνατότητα της επιλογής μεταξύ ποικίλων τουριστικών προορισμών μεγάλωνοντας έτσι το γεωγραφικό του εύρος. Επιπλέον, ο μεγάλος αριθμός φυσικών τοπίων, ιστορικών μνημείων και χωριών, και η δυνατότητα πολλών δραστηριοτήτων υποδηλώνουν ότι οι ευκαιρίες ουσιαστικά είναι απεριόριστες. Σύμφωνα με έρευνα του Ινστιτούτου τουριστικών ερευνών και προβλέψεων η οποία διεξήχθη το 2008 μεταξύ 1.912 τουριστών που αναχώρησαν από τα αεροδρόμια Ελ. Βενιζέλος, Μακεδονία, Ηρακλείου, Κέρκυρας και Ρόδου κατά την περίοδο 10 Αυγούστου - 10 Σεπτεμβρίου 2008 οι τουρίστες που επισκέπτονται την Ελλάδα είναι κατά κανόνα νεαρής ηλικίας, μεσαίας και κατώτερης κοινωνικής και εισοδηματικής τάξης, που ξοδεύουν κατά μέσο όρο από €74 έως €83 ημερησίως. (<http://www.itep.gr/gr/>, 27/05/2013).

Το 85% περίπου των επισκεπτών έρχονται από τη Δυτική Ευρώπη: 21,2% από το Ηνωμένο Βασίλειο, 17,5% από τη Γερμανία, 8,8% από την Ιταλία, 5,3% από τη Γαλλία, 5,2% από την Ολλανδία και 7,5% από σκανδιναβικές χώρες. Τα τελευταία χρόνια ωστόσο παρατηρείται αύξηση στο ποσοστό των τουριστών από την Ανατολική Ευρώπη και την Κίνα.⁶

Υπεύθυνος για τον κλάδο του τουρισμού στην Ελλάδα είναι ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ). Ότι σχετίζεται με τον τουρισμό, όπως ξενοδοχειακά καταλύματα, τουριστικοί προορισμοί και δημόσιες και τουριστικές εγκαταστάσεις είναι υπό την διαχείριση του Ε.Ο.Τ. Δημόσιες σχολές που εκπαιδεύουν ξενοδοχοϋπαλλήλους καθώς και προσωπικό το οποίο θα εργαστεί σε άλλες τουριστικές επιχειρήσεις ανήκουν στον ίδιο οργανισμό. Για την εκπαίδευση υπάρχουν επίσης και άλλες σχολές τριτοβάθμιας εκπαίδευσης που ανήκουν στο υπουργείο Παιδείας.

⁶ Πηγή: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού και Ελληνική Στατιστική Αρχή

2.2. Ανάπτυξη τουρισμού στην Ελλάδα

Η Ελλάδα, από τα πρώτα κίολας μεταπολεμικά χρόνια, βρίσκεται ανάμεσα στις πιο τουριστικές χώρες της Ευρώπης. Το φυσικό περιβάλλον, η πολιτιστική κληρονομιά και η πλούσια ιστορία της αποτέλεσαν και αποτελούν ακόμη τα πλεονεκτήματα της Ελλάδας ως χώρας υποδοχής. Μάλιστα για το 2013 οι αφίξεις ξένων τουριστών σημείωσαν 4,6% αύξηση σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα πέρσι,. Συγκεκριμένα επισκέφθηκαν την Ελλάδα 1,023 εκατ. τουρίστες έναντι 978.600 επισκεπτών το 2012, σύμφωνα με στοιχεία από το Ταξιδιωτικό Ισοζύγιο Πληρωμών της Τράπεζας της Ελλάδος. Έτσι το Ταξιδιωτικό Ισοζύγιο την περίοδο Ιανουαρίου - Μαρτίου 2013 παρουσίασε πλεόνασμα 66 εκατ. ευρώ έναντι ελλείμματος 7 εκατ. ευρώ σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2012, καθώς οι εισπράξεις μειώθηκαν 3,7% και οι πληρωμές κατά 21,3)

Η Ελλάδα είναι ένας τόπος διακοπών για καλοκαιρινό, χειμερινό, καθώς και οικολογικό τουρισμό υψηλής ποιότητας. Τα φυσικά πλεονεκτήματα της χώρας προσδιορίζονται από το εντυπωσιακό μεσογειακό της τοπίο και τις ήπιες κλιματολογικές συνθήκες που παρέχουν μεγάλες δυνατότητες για ανάπτυξη του τουρισμού σε όλη τη διάρκεια του έτους. Τα παγκοσμίως γνωστά θερινά θέρετρα διακοπών της Ελλάδας των 13.700 χλμ. βραβευμένων κρυστάλλινων ακτών γοητεύουν τον επισκέπτη με την ηρεμία του τοπίου, και την χαλάρωση που προσφέρει αυτή, ενώ ταυτόχρονα αποτελούν πόλο έλξης για πάνω από 15.000.000 τουρίστες κάθε χρόνο. (Γιαννοπούλου, 2004).

Η Ελλάδα έχει για το 2013 , 393 βραβευμένες ακτές, και κατέχει τη 2η θέση παγκοσμίως ανάμεσα σε 49 χώρες, οι οποίες συμπληρώνονται με ιδανικό τρόπο από αναρίθμητα ηπειρωτικά φυσικά συγκροτήματα, τουριστικά θέρετρα και καταφύγια. Η “Γαλάζια Σημαία” είναι διεθνές σύμβολο ποιότητας, θεωρούμενο το πιο γνωστό περιβαλλοντικό σύμβολο στον κόσμο. Μάλιστα δεν είναι κάτι καινούριο αλλά απονέμεται από το 1987, στις ακτές και μαρίνες οι οποίες πληρούν τις αυστηρές προϋποθέσεις του. Οι ακτές δεν αρκεί να διαθέτουν μόνο την απαιτούμενη εξαιρετική ποιότητα νερών κολύμβησης. Πρέπει επί πλέον να τηρούνται και τα υπόλοιπα 31 αυστηρά κριτήρια, που αναφέρονται σε καθαριότητα, οργάνωση, πληροφόρηση, ασφάλεια λουομένων και επισκεπτών, προστασία του φυσικού πλούτου της ακτής και του παράκτιου χώρου και ταυτόχρονα περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση. Θα πρέπει να σημειώσουμε ότι τα μεγάλα ταξιδιωτικά γραφεία του εξωτερικού δίνουν ιδιαίτερη σημασία στη “Γαλάζια Σημαία” όταν επιλέγουν τους προορισμούς που προτείνουν στους πελάτες τους, επιμένοντας στις καλές υπηρεσίες που προσφέρονται στην ακτή, αλλά και στην προστασία του περιβάλλοντος.

<http://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Statistics/externalsector/balance/commercial.aspx>, 27/05/2013).

Ο επισκέπτης στην Ελλάδα μπορεί να κινηθεί σε διάφορα επίπεδα δραστηριοτήτων όπως επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, θαλασσινά μπάνια, επισκέψεις σε παρθένα ορεινά τοπία, παρατήρηση άγριας φύσης στα Εθνικά Πάρκα της χώρας, όπως επίσης και κάθε είδους ορεινές και θαλάσσιες δραστηριότητες (σπορ). Διαθέτει σε αφθονία σημαντικές φυσικές και ιστορικές-πολιτιστικές πλουτοπαραγωγικές πηγές, των οποίων η αξία αυξάνει με την πάροδο του χρόνου. Οι πηγές αυτές δίδουν τη δυνατότητα προσφοράς ενός σημαντικά διαφοροποιημένου-ελκυστικού τουριστικού προϊόντος υψηλής ποιότητας σε δωδεκάμηνη βάση και σε πολύ ανταγωνιστικούς συνδυασμούς ποιότητας-τιμής έναντι άλλων χωρών. Τα Χιονοδρομικά Κέντρα της Ελλάδος και το πλούσιο σε βλάστηση ορεινό τοπίο αποτελούν πόλο έλξης για χιλιάδες αθλητές, ορειβάτες και επισκέπτες, κάθε χρόνο. (Κολτσιδόπουλος, 2005).

2.3. Τα είδη του τουρισμού στην Ελλάδα⁷

Θαλάσσιος Τουρισμός:

Ο θαλάσσιος τουρισμός αποτελεί μια ειδική μορφή του τουρισμού η οποία έχει ιδιαίτερη σημασία για την Ελλάδα. Στην έννοια του θαλάσσιου τουρισμού εντάσσεται κάθε είδους ανθρώπινη δραστηριότητα που έχει ως πεδίο δράσης το θαλάσσιο χώρο και ως σκοπό την αναψυχή και την πολιτισμική επικοινωνία. Μάλιστα, ο θαλάσσιος τουρισμός θεωρείται ως μία από τις δυναμικότερες μορφές του σύγχρονου τουρισμού. (Διακομιχάλης, 2009)

Δεν είναι υπερβολή η άποψη ότι τα ελληνικά νησιά αποτελούν το βαρύ 'χαρτί' της τουριστικής μας βιομηχανίας καθώς κάθε χρόνο συγκεντρώνουν εκατομμύρια επισκεπτών υψηλού εισοδηματικού αλλά και ποιοτικού επιπέδου, ιδιαίτερα κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Αυτός ο τουριστικός πλούτος της Ελλάδας είναι μοναδικός στη Μεσόγειο και ετησίως αποφέρει τα περισσότερα έσοδα από κάθε άλλο είδος τουρισμού στη χώρα.

⁷ Πηγή: Ραφαήλ, Μ., 2001 , «Θέματα Τουριστικής Πολιτικής», Εκδόσεις Αντ. Ν. Σακκούλα

Ενδημικός Τουρισμός:

Ο ενδημικός τουρισμός αφορά κυρίως την τρίτη ηλικία τουριστών όπως για παράδειγμα συνταξιούχους αλλά και νεότερους που δεν έχουν δεσμεύσεις εργασίας στη χώρα τους και έχουν ανάγκη να ζήσουν σε καλύτερο κλίμα. Η Ελλάδα διαθέτει πολύ καλό κλίμα και ορισμένες περιοχές της χώρας μας είναι παραδείγματα τόπων όπου διαμένουν ξένοι για μακρές περιόδους ή έχουν κάνει τη δεύτερη κατοικία τους. Αυτό το είδος του τουρισμού είναι συνάρτηση του επιπέδου των υπηρεσιών υγείας, του επιπέδου της ψυχαγωγίας και της αποτελεσματικής προστασίας του περιβάλλοντος.

Εσωτερικός Τουρισμός:

Ο εσωτερικός τουρισμός αποτελεί τη βάση της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής και ανταποκρίνεται σε ζωτικές ανάγκες του πληθυσμού. Στην Ελλάδα αναπτύσσεται με τη βοήθεια των διαφόρων τουριστικών οργανώσεων. Ο εσωτερικός τουρισμός στην Ελλάδα έχει υποστεί σημαντική μείωση λόγω της οικονομικής κρίσης. Ο εσωτερικός τουρισμός έχει χαθεί την τελευταία πενταετία προκαλώντας μείωση στα έσοδα τα οποία φθάνουν ακόμα και το 50%.

Κοινωνικός Τουρισμός:

Ο κοινωνικός τουρισμός, ορίζεται ως το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων τουριστικού χαρακτήρα οι οποίες διευκολύνουν τη συμμετοχή στον τουρισμό των ασθενέστερων οικονομικών τάξεων. Ο κοινωνικός τουρισμός αποτελεί το είδος εκείνο του τουρισμού το οποίο χαρακτηρίζεται από το γεγονός ότι πραγματοποιείται από μέλη του κοινωνικού συνόλου τα οποία αντιμετωπίζουν οικονομικές δυσκολίες.

Ο κοινωνικός τουρισμός επιδιώκει την ενίσχυση από το κράτος, από τους εργοδότες, από τα συνδικάτα και από τα ασφαλιστικά ταμεία, των εργαζομένων και των οικογενειών τους που δεν έχουν τα οικονομικά μέσα εκείνα τα οποία θα τους βοηθήσουν να πραγματοποιήσουν ευχάριστες και φθηνές διακοπές. Η ενίσχυση αυτή πραγματοποιείται με διάφορους τρόπους όπως δημιουργία και λειτουργία κατάλληλων τουριστικών εγκαταστάσεων με χαμηλό κόστος, οικονομικές παροχές, εξασφάλιση καλύτερων τιμών μέσω ομαδικών κρατήσεων κ.λπ..

Εναλλακτικός Τουρισμός:

Η Ελλάδα προσφέρει ελκυστικά πακέτα και υπηρεσίες εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

. Οι πρώτες προσπάθειες ξεκίνησαν από το τέλος της δεκαετίας του 1980. Τα κοινωνικά στρώματα που συμμετέχουν σε αυτό το τουρισμό είναι μέσης και άνω μόρφωσης αλλά και εισοδήματος. Τα σημαντικότερα είδη εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα είναι:

- Αγροτουρισμός
- Οικοτουρισμός
- Επαγγελματικός τουρισμός
- Πολιτιστικός τουρισμός
- Μαθησιακός τουρισμός
- Θρησκευτικός τουρισμός
- Τουρισμός υγείας
- Κοινωνικός τουρισμός
- Θαλάσσιος τουρισμός
- Αθλητικός τουρισμός
- Γεωτουρισμός
- Ορεινός-ορειβατικός τουρισμός
- Χιονοδρομικός τουρισμός και τουρισμός χειμερινών αθλημάτων
- Περιπατητικός τουρισμός

2.4. Η τουριστική ζήτηση.

Η τουριστική ζήτηση αντιπροσωπεύει την τουριστική αγορά και αποτελείται από τα άτομα τα οποία ταξιδεύουν για τουρισμό. Η τουριστική ζήτηση θεωρείται η ποσότητα των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που τα άτομα θέλουν και μπορούν να αγοράσουν σε συγκεκριμένες τιμές, σε δεδομένη αγορά αλλά και σε συγκεκριμένο χρόνο. Η ζήτηση δηλαδή προέρχεται από την πλευρά των τουριστών και εξαρτάται για το κάθε άτομο από το εισόδημα του, το ελεύθερο διαθέσιμο χρόνο, την ηλικία, το επίπεδο τιμών της κάθε χώρας υποδοχής .

Οι παράγοντες οι οποίοι διαμορφώνουν την τουριστική ζήτηση, επηρεάζοντας σημαντικά τα ποσοστά αναχώρησης για διακοπές είναι οι παρακάτω σύμφωνα με τον

Baretje⁸

1. Οι κοινωνικό-οικονομικοί παράγοντες, τους οποίους τα άτομα ελάχιστα μπορούν να επηρεάσουν, ακόμα και όταν σχετίζονται με την κοινωνική τους διαστρωμάτωση.
2. Οι κοινωνικό-ψυχολογικοί, ή υποκειμενικοί παράγοντες, οι οποίοι σχετίζονται με την προσωπικότητα των ατόμων και τις βαθύτερες ανάγκες τους.
3. Η επίδραση των παραγόντων που σχετίζονται με το τουριστικό προϊόν της χώρας υποδοχής και οι οποίοι χαρακτηρίζονται ως δυναμικοί (προβολή, σχεδιασμός κ.λπ.) ή παθητικοί.

2.4.1 Κοινωνικό-οικονομικοί παράγοντες

- **Το εισόδημα:** Η σύνθεση, ο τρόπος κατανομής και οι διακυμάνσεις του εισοδήματος επηρεάζουν την εμφάνιση της τουριστικής ζήτησης σε μικρότερο βαθμό απ' ό τι πριν, λόγω των σταδίων που διάνυσε το τουριστικό φαινόμενο και του μεγάλου βαθμού εκδημοκρατισμού του, περνώντας από τα αγαθά πολυτελείας στα αγαθά της πρώτης ανάγκης
- **Οι τιμές:** Ο παράγοντας “τιμή” (Vellas, 1985)⁹ επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό την τουριστική ζήτηση. Μια διπλή παράμετρος θα πρέπει ωστόσο να ληφθεί σοβαρά υπόψη, αφενός μεν το επίπεδο των τιμών, αφετέρου δε οι διακυμάνσεις τους σε σχέση με τη συγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας.
- **Η επιμήκυνση της διάρκειας των διακοπών:** Η αύξηση της διάρκειας των “διακοπών μετ’ αποδοχών” και η εξέλιξη της τεχνολογίας είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση της παραγωγικότητας και κατ’ επέκταση του διαθέσιμου χρόνου για μεγαλύτερη συμμετοχή των ατόμων στις τουριστικές μετακινήσεις.
- **Η δημογραφική εξέλιξη:** Η αύξηση του πληθυσμού, η γήρανση του πληθυσμού και η αύξηση του ενεργού πληθυσμού είναι στενά συνδεδεμένη με τα ποσοστά αναχώρησης για διακοπές.

⁸Baretje, R., & Deffert, P. (1972). Les aspects économiques du tourisme. Paris: Berger-Levrault

⁹ Vellas, F. (1985). Economie et politique du tourisme international. Paris: Economica.

- **Η αστικοποίηση:** Η συνεχιζόμενη συγκέντρωση μεγάλων τμημάτων του πληθυσμού σε αστικά κέντρα και ο αυξανόμενος βαθμός αστικοποίησης επιδρά στη μεγαλύτερη μαζικοποίηση του τουριστικού φαινομένου.
- **Οι τεχνολογικοί παράγοντες-Τα μεταφορικά μέσα:** Η μείωση του κόστους του αυτοκινήτου και του αεροπλάνου, καθώς και η συνεχής αύξηση της μηχανοκίνησης και της κινητικότητας, βοήθησαν σε σημαντικό βαθμό την ανάπτυξη του τουρισμού και συνέβαλαν ουσιαστικά στον εκδημοκρατισμό του.

2.4.2 Οι υποκειμενικοί παράγοντες ή κοινωνικο-ψυχολογικοί παράγοντες

Οι κοινωνικο ψυχολογικοί παράγοντες επηρεάζουν σημαντικά την τουριστική ζήτηση.

- **Οι κοινωνικοί παράγοντες:** Ερμηνεύοντας το τουριστικό φαινόμενο δίνεται μεγαλύτερη σημασία στις αιτίες οι οποίες προωθούν ένα άτομο για διακοπές και πολύ λιγότερο στο σκοπό. Τόσο η βιομηχανική κοινωνία, όσο και η γραφειοκρατία και ο τρόπος ζωής προβάλλουν την τάση φυγής και δραπέτευσης από ένα άσχημο περιβάλλον πολύ έντονα.
- **Οι προσωπικοί παράγοντες:** Τα ο φαινόμενο των διακοπών έχει τις ρίζες του στην εξέλιξη του ανθρώπινου είδους και, επιδιώκει την ικανοποίηση αρχαϊκών, ή διαφορετικά, πανανθρώπινων αναγκών και επιθήλιων. Αυτές οι ανάγκες, οι οποίες ορίζουν εν μέρει την τουριστική ζήτηση και συνεπώς τις τουριστικές ροές, είναι η ανάγκη της φύσης και η ανάγκη του παιχνιδιού.
- **Η ανάγκη της επικοινωνίας και της γιορτής:** Στις διακοπές μπορούν τα άτομα να ικανοποιήσουν την ανάγκη τους για επικοινωνία. Τα περισσότερα άτομα αντιλαμβάνονται τις διακοπές σαν μια περίοδο γιορτής, η οποία βρίσκεται σε πλήρη αντίθεση με τους υπόλοιπους έντεκα μήνες μιας μέτριας συνηθισμένης επαναλαμβανόμενης και στατικής ζωής.

2.4.3 Οι παράγοντες που σχετίζονται με το τουριστικό προϊόν

- Η ικανοποίηση των βαθύτερων αναγκών και επιθυμιών των τουριστών οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στο ίδιο το τουριστικό προϊόν της ζώνης υποδοχής.

- Η επιλογή του τύπου υποδοχής από τους τουρίστες πραγματοποιείται σε συσχετισμό με μια αράδα παραγόντων που χαρακτηρίζουν την τουριστική προσφορά. Αυτοί οι παράγοντες είναι:
- Η απόσταση και η προσπελασιμότητα
- Οι σχέσεις μεταξύ των χωρών προέλευσης και υποδοχής των τουριστών (πολιτιστικές, εθνικές, ιστορικές, γλωσσικές, πολιτιστικές διπλωματικές κ.λπ.).
- Ο βαθμός αποτελεσματικότητας της πληροφορικής και της προβολής-προώθησης της χώρας υποδοχής στις χώρες προέλευσης των τουριστών.
- Οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι, καθώς και οι τουριστικές υπηρεσίες (τουριστική υποδομή και τουριστική ανωδομή), δηλαδή η τουριστική προσφορά της χώρας

2.5. Η τουριστική προσφορά

Η τουριστική προσφορά επικεντρώνει τον χαρακτήρα της στον τόπο προορισμού. Η προσφορά λαμβάνει τα στοιχεία εκείνα τα οποία θα μπορούν να επηρεάσουν τον τουρίστα στη χώρα υποδοχής. Η εικόνα η οποία θα σχηματίσει ο κάθε επισκέπτης εξαρτάται από τα δίκτυα μεταφοράς, τις υποδομές και το περιβάλλον. Ως τουριστική προσφορά θεωρείται η ποσότητα των τουριστικών προϊόντων που οι πωλητές είναι διατεθειμένοι να πουλήσουν στην τουριστική αγορά, σε συγκεκριμένη τιμή μάλιστα κατά την διάρκεια μιας συγκεκριμένης χρονικής περιόδου. Η τουριστική προσφορά προσαρμόζεται στην ζήτηση μέσω της ανάπτυξης και κοστολόγησης προϊόντων τα οποία ικανοποιούν τις προτιμήσεις των τουριστών.

Η τουριστική προσφορά αντιπροσωπεύει το τουριστικό προϊόν των τουριστικών προορισμών το οποίο προσφέρεται στους επισκέπτες για κατανάλωση. Η τουριστική προσφορά αντιπροσωπεύει το σύνολο των αγαθών και των υπηρεσιών που προτείνονται στον καταναλωτή, για να ικανοποιήσει μια σειρά αναγκών που χαρακτηρίζονται ως τουριστικές..

Διακρίνονται (Stavrakis, 1979)¹⁰:

1. Την πρωτογενή τουριστική προσφορά και
2. Την δευτερεύουσα ή απορρέουσα τουριστική προσφορά.

¹⁰ Stavrakis στο Βαρβαρέσος 2000, σελ. 150-152

2.5.1 Η πρωτογενής προσφορά

Αποτελείται από τους φυσικούς και ανθρώπινους πόρους και καθορίζει κατ' εξοχήν τον βαθμό ελκυστικότητας ορισμένων περιοχών μιας χώρας, καθώς και τη δυνατότητα τους να αναπτυχθούν τουριστικά. Ο εννοιολογικός προσδιορισμός των τουριστικών πόρων μπορεί να περιλαμβάνει κάθε φυσικό στοιχείο, κάθε ανθρώπινη δραστηριότητα ή κάθε προϊόν της ανθρώπινης δραστηριότητας που είναι σε θέση να προκαλέσουν την τουριστική μετακίνηση.

- **Οι φυσικοί πόροι:** Οι φυσικοί πόροι, όπως θάλασσα-ακτές, κλίμα, φυσικό φως, τοπικά προϊόντα κ.λπ., αποτελούν τα κύρια στοιχεία που προσελκύουν τους τουρίστες να περάσουν τις διακοπές τους σε έναν τουριστικό προορισμό.

Οι πόροι που δημιούργησε ο άνθρωπος, οι οποίοι διακρίνονται σε δύο επιμέρους κατηγορίες:

- **Τα μνημεία** και γενικότερα οτιδήποτε ενδιαφέρον κατασκεύασμα δημιούργησε ο άνθρωπος και μπορεί να προκαλέσει μερικά ή ολικά τη μετακίνηση των ατόμων σε έναν τόπο (μουσεία, πανεπιστήμια, παραδοσιακοί οικισμοί, αθλητικά χωριά, κ.λπ.).
- **Οι ανθρώπινες δραστηριότητες** που σχετίζονται με την ανθρώπινη ύπαρξη (πολιτισμός, γλώσσα, ήθη και έθιμα, κουλτούρα, φολκλόρ, κ.λπ.).

2.5.2 Η δευτερογενής ή απορρέουσα προσφορά

Οι φυσικοί πόροι, καθώς και οι πόροι που οφείλονται στην ανθρώπινη δραστηριότητα θα στερούνταν τουριστικής χρησιμότητας, εάν τα άτομα δεν είχαν τη δυνατότητα αφενός μεν να μετακινηθούν προς αυτούς, αφετέρου δε να παραμείνουν πλησίον αυτών.

Η δευτερογενή τουριστική προσφορά σε δύο μεγάλες κατηγορίες:

- Το γενικό εξοπλισμό, ή γενικές εγκαταστάσεις και
- Τις τουριστικές εγκαταστάσεις.

Ο γενικός εξοπλισμός ή γενικές εγκαταστάσεις: αφορούν όλες εκείνες τις

εγκαταστάσεις και τους οργανισμούς, δημόσιους και ιδιωτικούς, οι οποίοι συμβάλλουν στη βελτίωση της ζωής των κατοίκων μιας χώρας, χωρίς να αναφερόμαστε στην τουριστική δραστηριότητα.

Ωστόσο, η ύπαρξη τους και η λειτουργία τους διευκολύνει, και σε μεγάλο βαθμό επιτρέπει, την ύπαρξη τουριστικών δραστηριοτήτων. Σ' αυτήν την κατηγορία μπορούμε να συμπεριλάβουμε:

Οι τουριστικές εγκαταστάσεις: Αυτές δημιουργήθηκαν ειδικά για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες της τουριστικής ζήτησης και αποτελούν κατεξοχήν τη δευτερογενή τουριστική προσφορά. Σ' αυτή την κατηγορία περιλαμβάνονται τα τουριστικά καταλύματα, οι εγκαταστάσεις εστίασης, ψυχαγωγίας αναψυχής, κ.λπ.

Τουριστικά καταλύματα: Τουριστικά καταλύματα (CNUCED, 1973)¹¹ είναι οι επιχειρήσεις υποδοχής οι οποίες κανονικά ή περιοδικά προσφέρουν στους πελάτες υπηρεσίες διαμονής, καθώς και άλλες συναφείς προς τη διαμονή υπηρεσίες όπως εστίαση, ψυχαγωγία, άθληση κ.λπ.

Οι εγκαταστάσεις αναψυχής: Ο τουρίστας μετακινείται πλέον μ' ένα συγκεκριμένο σκοπό, αφενός μεν να επωφεληθεί των τουριστικών πόρων που χαρακτηρίζουν τον τύπο υποδοχής και αφετέρου δε να πραγματοποιήσει μια σειρά από δραστηριότητες (ΕΟΤ, 1993). Η πραγματοποίηση των δραστηριοτήτων αυτών προϋποθέτει, τουλάχιστον σ' ένα αρχικό στάδιο, την υιοθέτηση τους ως τμήματος του τουριστικού προϊόντος και σ' ένα δεύτερο, τη δημιουργία των κατάλληλων εγκαταστάσεων και την οργάνωση των υπαρχόντων πόρων. Τις εγκαταστάσεις αναψυχής μπορούμε να τις διακρίνουμε σε τέσσερις μεγάλες ομάδες:

- Τις εγκαταστάσεις που σχετίζονται με τη φύση
- Τις αθλητικές εγκαταστάσεις
- Τις πολιτιστικές εγκαταστάσεις
- Τις εγκαταστάσεις αναψυχής¹²

¹¹ C.N.U.C.E.D. (1973). Les elements de la politique du tourisme dans les pays en voie de development. New York: Nations Unies. σ.σ. 44-49.

¹² Βαρβαρέσος, ό. π, σελ. 9

2.6. Τουριστικές υποδομές¹³

Η Ελλάδα τα τελευταία χρόνια έχει αναπτύξει αξιόλογες υποδομές οι οποίες βοηθούν τον τουρισμό. Σημείο καμπής για την ανάπτυξη των υποδομών αυτών ήταν οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004. Μετά την επιτυχή διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, η Ελλάδα έγινε το επίκεντρο της τουριστικής αγοράς, σημειώνοντας αλματώδη αύξηση στις επισκέψεις τουριστών.. Ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών έχει αναγνωριστεί ως ένα από τα καλύτερα αεροδρόμια του κόσμου. Το 2009, ήταν το μοναδικό ευρωπαϊκό αεροδρόμιο που παρουσίασε αύξηση στον αριθμό πτήσεων. Επίσης, τα προγράμματα marketing που υλοποίησε προσέλκυσαν 12 νέες αεροπορικές εταιρείες στην Αθήνα.

Τα αεροδρόμια της Ελλάδας, 40 στο σύνολο, εκ των οποίων τα 15 είναι διεθνή, αναβαθμίζονται για να εξυπηρετήσουν τους επισκέπτες και τις πτήσεις τσάρτερ που έχουν πλέον αυξηθεί σημαντικά. Επιπλέον, πρώην στρατιωτικά αεροδρόμια ανά τη χώρα ανακατασκευάζονται για πολιτική χρήση.

Το εθνικό οδικό σύστημα συνδέει το Βορρά με το Νότο, την Ανατολή και τη Δύση με ένα ενιαίο και άρτια σχεδιασμένο δίκτυο. Η πρόσφατα ολοκληρωμένη Εγνατία Οδός, που συνδέει την Ηγουμενίτσα με τα Τουρκικά σύνορα, αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα έργα μεταφοράς στην Ευρωπαϊκή Ένωση την τελευταία δεκαετία. Η Ιόνια Οδός που συνδέει την Πάτρα με την Ηγουμενίτσα, συμπληρώνει την αναβάθμιση του συστήματος. Η Αττική Οδός, η οποία βρίσκεται κοντά στην πρωτεύουσα, άλλαξε τον τρόπο μεταφοράς στην ευρύτερη περιοχή της Αθήνας και αποτελεί μια σημαντική οδική αρτηρία για την εφοδιαστική αλυσίδα (logistics) που συνδέει το αεροδρόμιο με εφοδιαστικά κέντρα, λιμάνια και σιδηροδρομικούς σταθμούς.

Το σχετικά νέο μετρό της Αθήνας, το πρώτο της χώρας, παρουσιάζει ιδιαίτερη επιτυχία και συνέβαλε σημαντικά στη βελτίωση των αστικών μεταφορών. Το Μετρό της Αθήνας επεκτείνει τις γραμμές του καθώς και το ωράριο λειτουργίας του, προκειμένου να ανταποκριθεί στην αυξημένη ζήτηση των επιβατών. Νέο Μετρό είναι υπό κατασκευή στη Θεσσαλονίκη, το οποίο προγραμματίζεται να τεθεί σε λειτουργία το 2013.

Το ανεπτυγμένο δίκτυο των ταχύπλων πλοίων της Ελλάδας συμπληρώνει τη μεταφορική υποδομή της χώρας. Επιπλέον, μία νέα υπηρεσία υδροπλάνων ξεκίνησε να λειτουργεί στην Ελλάδα, ενώνοντας τα αναρίθμητα Ελληνικά νησιά.

¹³ <http://www.investingreece.gov.gr/>

2.7. Χαρακτηριστικά, πλεονεκτήματα και αδυναμίες του ελληνικού τουρισμού

Οι αφίξεις των τουριστών στην Ελλάδα έχουν σημειώσει αυξητική τάση και έχουν σημειωθεί διακυμάνσεις εξαιτίας της ιδιαιτερότητας που παρουσιάζει το τουριστικό προϊόν χωρίς όμως να διακόπτεται η ανοδική του πορεία. Σήμερα, το 70% των επισκέψεων λαμβάνει χώρα κατά την περίοδο μεταξύ Μαΐου και Οκτωβρίου, ενώ οι επισκέπτες συγκεντρώνονται κυρίως στην Κρήτη (21% των συνολικών κλινών), στα Δωδεκάνησα (17%), στα Επτάνησα (12%), στην Αττική (9%), στη Χαλκιδική (6,5%) και στις Κυκλάδες (6%).

Τα βασικά χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού είναι τα παρακάτω¹⁴:

- Ανοδική τάση αφίξεων αλλοδαπών τουριστών με συνέπεια την δημιουργία νέων τουριστικών υποδομών για την προσέλκυση της αυξανόμενης πελατείας.
- Σημαντική μείωση του μεριδίου των Αμερικανών τουριστών με αποτέλεσμα την απώλεια υψηλού τουριστικού εισοδήματος και την αναζήτηση νέων αγορών.
- Αυξανόμενη συμμετοχή εσωτερικού τουρισμού με συνέπεια την δυνατότητα χρονικής κατανομής της ζήτησης.
- Μικρή διάρκεια τουριστικής περιόδου με συνέπεια την θερινή επιβάρυνση των υποδομών και την υπολειτουργία εκτός σεζόν γεγονός που κάνει αναγκαία την ανάπτυξη άλλων μορφών τουρισμού για τους υπόλοιπους μήνες.
- Μονοδιάστατο τουριστικό προϊόν: “Ήλιος – θάλασσα”, με συνέπεια την εύκολη υποκατάσταση από άλλες μεσογειακές χώρες.
- Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού είναι κυρίως κληρονομημένα όπως για παράδειγμα το φυσικό περιβάλλον και η πολιτισμική κληρονομιά με συνέπεια να υπάρχει σημαντικό περιθώριο ποιοτικής βελτίωσης με την δημιουργία υποδομών
- Υψηλή γεωγραφική συγκέντρωση τουριστικής υποδομής με αποτέλεσμα την άριστη ανάπτυξη των τουριστικών υποδομών.
- Περιορισμένη διάρθρωση τουριστικής ζήτησης με λίγους τουριστικούς πράκτορες με αποτέλεσμα την ύπαρξη ισχυρών πιέσεων για χαμηλές τιμές
- Ξενοδοχειακές μονάδες και καταλύματα τα οποία είναι μικρού ή μεσαίου μεγέθους και προσφέρουν χαμηλή ποιότητα υπηρεσιών με αποτέλεσμα την αδυναμία διαπραγμάτευσης με τους ισχυρούς ταξιδιωτικούς πράκτορες

¹⁴ Πηγή: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 2001, «Τουριστική Πολιτική 2002 –2006», ΕΟΤ

- Διοικητικά εμπόδια εισόδου νέων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων σε ανεπτυγμένες τουριστικές περιοχές με συνέπεια την έλλειψη κινήτρων αναβάθμισης καταλυμάτων.
- Μικρό μέγεθος των μη – ξενοδοχειακών τουριστικών επιχειρήσεων με αποτέλεσμα την δημιουργία προβλημάτων βιωσιμότητας και δυσκολία προσαρμογής στα νέα τεχνολογικά δεδομένα.

Τα πλεονεκτήματα της χώρας μας είναι τα εξής¹⁵:

- Η αφθονία και ποικιλομορφία των φυσικών πόρων που επιτρέπουν τουρισμό 12μηνιαίας βάσης.
- Η ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά που διαθέτει
- Ο σημαντικός ρόλος του Τουρισμού στην Περιφερειακή Ανάπτυξη
- Η θετική συνεισφορά του Αναπτυξιακού Νόμου στην αναβάθμιση των ξενοδοχειακών και τουριστικών υποδομών γενικότερα
- Η δημιουργία κατά την τελευταία 15ετία σημαντικών επιχειρήσεων που προσφέρουν εμπλουτισμένο προϊόν για την προσέλκυση τουριστών ειδικών ενδιαφερόντων.
- Η πλούσια παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων πρωτογενούς και δευτερογενούς παραγωγής.

Ο τουρισμός μας έχει τις εξής αδυναμίες¹⁶:

- Η εμφάνιση της οικονομικής κρίσης στερεί την Ελλάδα από πρωτοβουλία για ανάπτυξη υποδομών.
- Ο έντονος εποχικός χαρακτήρας
- Η επιβάρυνση του φυσικού περιβάλλοντος λόγω των τουριστικών δραστηριοτήτων αφού δεν τηρούνται οι περιβαλλοντικοί όροι.
- Η μείωση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος εξαιτίας της ανάπτυξης νέων αγορών όπως είναι της Τουρκίας
- Η αλλοίωση των πολιτιστικών χαρακτηριστικών στις τοπικές κοινωνίες
- Η μη διαφοροποίηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.
- Η άνιση τουριστική ανάπτυξη των Περιφερειών της χώρας.
- Οι σημαντικές ελλείψεις σε υποδομές και ανωδομές όπως είναι οι μεταφορές, οι ξενοδοχειακές υποδομές και οι συνεδριακοί χώροι

¹⁵ Πηγή: Υπουργείο Ανάπτυξης, 2005

¹⁶ Πηγή: Υπουργείο Ανάπτυξης, 2005

- Η συντριπτική πλειοψηφία των τουριστικών μονάδων είναι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις με περιορισμένη ικανότητα προώθησης, αξιοποίησης και αποτελεσματικής οικονομικής διαχείρισης

2.8 Τουριστικές πολιτικές των ανταγωνιστικών χωρών ¹⁷

Τα τελευταία χρόνια σημειώνονται μεταβολές στις τουριστικές ροές, οι οποίες οδηγούν σε μεταβολές στα μερίδια συμμετοχής των χωρών υποδοχής, στο σύνολο του διεθνούς τουρισμού. Στον τουριστικό ορίζοντα παρουσιάζονται νέοι προορισμοί οι οποίοι αξιοποιούν τη μεταστροφή των τουριστών προς αυτούς που διεκδικούν και αποκτούν μερίδιο στο διεθνή τουρισμό με αποτέλεσμα τη μείωση του μεριδίου των παραδοσιακών τουριστικών αγορών παρά την αύξηση η οποία σημειώνεται στις τουριστικές ροές. Όσον αφορά τις διεθνείς μεταβολές η Ευρώπη και η Αμερική παρακολουθούν την μείωση των μεριδίων τους στις διεθνείς τουριστικές ροές ενώ αυξάνονται τα μερίδια της Ανατολικής Ασίας και της Αφρικής.

Αποτελεί αναμφισβήτητο γεγονός, ότι καμιά προβολή και διαφήμιση, όσο αποτελεσματική και αν είναι, δεν μπορεί να αποτελέσει υποκατάστατο της καλής ποιότητας των υπηρεσιών που μπορεί να διαθέσει μια τουριστική μονάδα. Είναι, όμως, εξίσου αναμφισβήτητο, ότι ο τρόπος οργάνωσης της διακίνησης των τουριστικών ρευμάτων επιτρέπει, ακόμη και για οριακές διαφορές σε ποιότητα-τιμή μεταξύ ανταγωνιστριών χωρών, επηρεάζει σε υψηλό βαθμό της κατευθύνσεως των τουριστικών ροών προς προορισμούς που εξυπηρετούν σε μέγιστο βαθμό τα συμφέροντα των διακινητών. Πέρα των ανωτέρω, η τουριστική Ελλάδα, παρά τις πολλές ανεπιθύμητες καταστάσεις που μειώνουν την ποιότητα του συνολικού τουριστικού προϊόντος, καταστάσεις που βρίσκονται κυρίως στο εξωτερικό περιβάλλον, διαθέτει μοναδικότητες φυσικές και πολιτισμικές ομορφιές, ικανές να ασκούν έλξη σε πάρα πολλές ομάδες τουριστών. Η έλξη, όμως, αυτή προαπαιτεί γνώση και υποκίνηση, η γνώση δε αυτή και υποκίνηση μπορεί να προκληθεί, τουλάχιστον όσον αφορά στο νέο επισκέπτη, από το σύνολο των ενεργειών που χαρακτηρίζονται ως προβολή και διαφήμιση.

Βεβαίως, η ελκυστικότητα του τουριστικού προϊόντος αυξάνεται και από το γενικότερο κλίμα σε μια τουριστική χώρα που επιστρατεύει ένα σύνολο πολιτικών προκειμένου να επιτύχει αναβάθμιση και ανάδειξη του τουριστικού προϊόντος της σ' όλες αυτού τις

¹⁷ Πατσουράτης Β., (2002), «Η ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού τουριστικού τομέα, Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων», εκδοτική παραγωγή Επτάλοφος

εκφάνσεις. Για αυτό το λόγο επιχειρείται , μια παρουσίαση του φάσματος των τουριστικών πολιτικών που εφαρμόζονται στις ανταγωνίστριες χώρες ώστε να έχουμε μια περιεκτική συγκριτική εικόνα αυτών των προσπαθειών.

Ισπανία

Η Ισπανία ακολούθησε στρατηγική η οποία είχε ως στόχο το παραθεριστικό τμήμα της αγοράς που στηρίζεται στον ήλιο, τη θάλασσα και την αμμουδιά. Παρόλα αυτά όμως έγιναν προσπάθειες για βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών που προσφέρει.

1. Επενδυτικά Κίνητρα. Παρέχει επενδυτικά κίνητρα στις τουριστικές της επιχειρήσεις, τα οποία χαρακτηρίζονται ως ιδιαίτερα αποτελεσματικά. Το ποσοστό της κρατικής συμμετοχής στη χρηματοδότηση των τουριστικών επενδύσεων ανέρχεται κατά μέσον όρο στο 30%. Όλες οι επενδύσεις χρηματοδοτούνται με ποσοστό που κυμαίνεται από 10% έως 50% ανάλογα με την περιοχή. Ελάχιστες είναι οι περιοχές στις οποίες δεν επιδοτούνται οι τουριστικές επενδύσεις.
2. Αναβαθμίζει τον τουρισμό της εναρμονιζόμενη με τα ευρωπαϊκά και διεθνή πρότυπα (ISO και EMAS). Σκοπός είναι να δημιουργήσει περιβαλλοντικά αναβαθμισμένες επιχειρήσεις και περιοχές ώστε να ενισχύσει περαιτέρω την προτίμηση του ισπανικού τουριστικού προϊόντος από τους Οργανωτές Ταξιδιών(Tour operators).
3. Προωθεί τη δημιουργία νέων μορφών τουρισμού αλλά και την αναβάθμιση του ήδη υπάρχοντος προϊόντος μέσα από προγράμματα καινοτομιών και εκπαίδευσης του ανθρώπινου δυναμικού.
4. Προωθεί τη «διεθνοποίηση» των επιχειρήσεων της τόσο με ενθάρρυνση των συνεργασιών (εγχώριων με ξένες επιχειρήσεις) όσο και με στρατηγικές Marketing και Διαφήμισης,
5. Ανάθεσε στην ιδιωτική πρωτοβουλία τη διαχείριση του τουρισμού σε ένα νησιωτικό σύμπλεγμα (Κανάριοι Νήσοι) και στη συνέχεια διαφημίζει αυτό το προϊόν μέσα από ιδιαίτερο τηλεοπτικό σταθμό που δημιουργήθηκε ειδικά γι' αυτό το σκοπό.

Πορτογαλία

Η προσπάθεια της Πορτογαλίας συγκεντρώνεται στο να πείσει τους τουρίστες και τους τουριστικούς πράκτορες ότι το προϊόν που προσφέρει είναι διαφορετικό από αυτό που προσφέρει η Ισπανία. Στη θέση ότι οι δύο χώρες προσφέρουν το ίδιο προϊόν και μάλιστα η Ισπανία το προσφέρει σε χαμηλότερη τιμή και επιπλέον γεωγραφικά είναι πιο κοντά στις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες της δίνει ένα πλεονέκτημα, η Πορτογαλία απαντά ότι η ποιότητα του δικού της προϊόν είναι υψηλότερη.

1. Η τουριστική πολιτική υλοποιείται βασικά μέσα από το Σύνδεσμο Εμπορικών και Τουριστικών Επιχειρήσεων (ICEP), το Ινστιτούτο Τουριστικής Χρηματοδότησης (IFT), τον ENA TOUR και το Εθνικό Ινστιτούτο Εκπαίδευσης για τον Τουρισμό με σκοπό την προώθηση της εκπαίδευσης στον τουρισμό ως μέσου ποιοτικής αναβάθμισης του τουριστικού προϊόντος.

2. Έχει δημιουργηθεί Οργανισμός που υποδέχεται τις ξένες επενδύσεις στον Τουρισμό και υποβοηθάει την εγκατάσταση και λειτουργία τους στη χώρα.

3. Όσον αφορά στα επενδυτικά κίνητρα, επιδοτούνται οι άνω των 50 εκ. ευρώ επενδύσεις, με το σκεπτικό ότι η μεγάλη μονάδα συμβάλλει περισσότερο στην αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος.

4. Επιδίδεται στην προώθηση του προϊόντος και τη «δημιουργία τουριστικής εικόνας», είτε οργανώνοντας επισκέψεις στην Πορτογαλία ξένων επιχειρηματιών (ξενοδόχων και Tour Operators), είτε διαφημίζοντας έντονα το προϊόν της στο εξωτερικό.

5. Προσπαθεί να προσελκύσει τους ομογενείς του εξωτερικού και προωθεί τον τουρισμό πόλεων δημιουργώντας πολιτιστικά δρώμενα, «πράσινες πόλεις-Green Cities», «πολιτιστικές πόλεις-Cultural Cities», δημιουργία Golfs. Τέλος, ενθαρρύνει τη δημιουργία σχέσεων των εγχώριων επιχειρήσεων με Golf Tour Operators του εξωτερικού.

Τουρκία

Η Τουρκία προσφέρει διακοπές φθηνών πακέτων. Το γεγονός αυτό οφείλεται τόσο στο χαμηλό κόστος ζωής που έχει η Τουρκία σε σχέση με τις χώρες προέλευσης των τουριστών της, όσο και στη συναλλαγματική πολιτική που ακολούθησε η οποία αντιστάθμισε τα υψηλά επίπεδα πληθωρισμού που σημειώθηκαν στην Ελλάδα.

1. Η Τουρκία έχοντας αναγνωρίσει ότι ο ιδιωτικός τομέας είναι πιο αποτελεσματικός από το δημόσιο προωθεί με γοργό ρυθμό την αποκρατικοποίηση και στον τουρισμό.

2. Επίσης επιδίδεται στην καταπολέμηση της τρομοκρατίας με κάθε πρόσφορο τρόπο.
3. Προσπαθεί να αξιοποιήσει τα ιστορικά μνημεία και τοπία και να προωθήσει τον ορεινό και ιαματικό τουρισμό.
4. Λόγω της δυσχερούς οικονομικής κατάστασης στην οποία έχει ήδη περιέλθει, μείωσε μετά το 1992, τα επενδυτικά της κίνητρα στο ελάχιστο. Το μόνο σημαντικό κίνητρο που έχει απομείνει για τις τουριστικές επιχειρήσεις είναι η παραχώρηση με ευνοϊκούς όρους δημοσίων εκτάσεων στις ιδιωτικές επιχειρήσεις, αδιακρίτως εθνικότητας, επί 49 χρόνια για τη δημιουργία τουριστικών μονάδων.
5. Δίνει ιδιαίτερη έμφαση στις πολιτικές προώθησης και διαφήμισης, και ιδιαίτερος στις σχέσεις της με τους Tour Operators του τουριστικού τομέα και ειδικότερα της τουριστικής της υποδομής. Προβαίνει σε οργάνωση εκδηλώσεων και προωθεί δημοσιεύματα στον τύπο.
6. Τέλος, προωθεί τις ειδικές μορφές τουρισμού (θρησκευτικό τουρισμό, τουρισμό υγείας, κ.τ.λ.), με σκοπό τόσο την αύξηση του τουριστικού ρεύματος όσο και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Τυνησία

Η χώρα αυτή:

1. Έχει δημιουργήσει ένα συλλογικό όργανο, εκπρόσωπο των ευρωπαϊκών Tour Operators (T-O), που συνδέει τις εγχώριες τουριστικές μονάδες με τους T-O της Ευρώπης.
2. Έχει δημιουργήσει Παρατηρητήριο Τουρισμού (Tourism Observatory) για παρακολούθηση και μελέτη του τομέα και υποβοήθηση της διαμόρφωσης πολιτικής για τον τουρισμό.
3. Έχει προωθήσει τη δημιουργία μαρινών, καθώς και το θαλάσσιο τουρισμό (θαλασσοθεραπεία, καταδύσεις, οργάνωση αγώνων γιώτινγκ (TransMediterranean Ragatas), καθώς και τον πολιτιστικό τουρισμό.

Αίγυπτος

1. Βασικά στοιχεία της ασκούμενης τουριστικής πολιτικής αποτελούν η μείωση του κρατισμού και η προστασία του περιβάλλοντος και των μνημείων από τη ρύπανση του περιβάλλοντος αλλά και τη φυσική φθορά.

2. Καθώς έχει καταταγεί στις χώρες υψηλού κινδύνου στον τομέα της τρομοκρατίας, πήρε μέτρα πάταξης της τρομοκρατίας αλλά και αποζημίωσης των επιχειρήσεων που βλάπτονται από αυτόν τον παράγοντα.

3. Προωθεί τον θρησκευτικό τουρισμό με ενέργειες, όπως είναι η δημιουργία της ειδικής τουριστικής διαδρομής: «Αναβίωση του Οδοιπορικού της Ιερής Οικογένειας της Αιγύπτου», και άλλες.

4. Παρέχει επενδυτικά κίνητρα που αναφέρονται σε μη φορολόγηση των νέων τουριστικών μονάδων για ένα σημαντικό χρονικό διάστημα (περί τα 10 έτη) ώστε οι επιχειρήσεις να ανακτήσουν εύκολα τα κεφάλαια που έχουν επενδύσει.

Κύπρος

1. Η κυπριακή τουριστική πολιτική σχεδιάζεται και υλοποιείται από τον Κυπριακό Οργανισμό Τουρισμού. Η σχετική πολιτική περιλαμβάνει ένα μεγάλο αριθμό δράσεων (προβολή μέσω συμμετοχών σε Εκθέσεις και ισχυρών διαφημιστικών εκστρατειών, δημιουργία και προώθηση νέων μορφών τουρισμού, δημιουργία σύγχρονων μαρίνων, αναβάθμιση ποιότητας μέσα από προγράμματα κατάρτισης των εργαζομένων, κ.τ.λ.). Η τουριστική εκπαίδευση σχεδιάζεται και υλοποιείται τόσο από το Υπ. Παιδείας όσο και από το Ξενοδοχειακό Ινστιτούτο Κύπρου με πολύ αποτελεσματικό τρόπο, καθώς υπάρχει συνεργασία μεταξύ των δύο αυτών φορέων.

2. Επενδυτικά κίνητρα στον Τουρισμό: Το κράτος ενισχύει τουριστικές επενδύσεις εφόσον το ύψος της επένδυσης υπερβαίνει το \$1εκ. Σκοπός είναι η δημιουργία νέων, σύγχρονων επενδύσεων με σκοπό την αναβάθμιση του προϊόντος. Το σχετικό κίνητρο αναφέρεται σε απαλλαγή από τη φορολογία εισοδήματος για ένα

σημαντικό χρονικό διάστημα (10 χρόνια) και θεωρείται ως ιδιαίτερα σημαντικό. Επίσης το κράτος επιδοτεί και τις σχετικές μελέτες (Feasibility Studies).

3. Μεγάλη σημασία δίνει η Κύπρος στην Προώθηση και Διαφήμιση του τουρισμού.

4. Τελευταία προωθείται έντονα ο χειμερινός τουρισμός αλλά και ο συνεδριακός. Ισραήλ

Ισραήλ

1. Το Ισραήλ επικεντρώνει την τουριστική πολιτική του στη δημιουργία σχέσεων με Tour Operators και αεροπορικές εταιρείες.

2. Προωθεί το θρησκευτικό τουρισμό.

3. Παρέχει σημαντικά επενδυτικά κίνητρα στον τουρισμό.

Κροατία

1. Η Κροατία για να προσελκύσει τουρίστες που έχουν απαιτήσεις και θέλουν να γνωρίζουν ποιές υπηρεσίες θα λάβουν με τα χρήματα που πληρώνουν γι αυτές, εφαρμόζει ήδη το σύστημα του Star rating στα ξενοδοχεία της.

2. Προωθεί τη δημιουργία γενικότερων υποδομών αλλά και ειδικότερων υποδομών για τον τουρισμό.

3. Πάντως, προωθεί παραλλήλως την ανάπτυξη οικογενειακού τύπου ξενοδοχειακής υποδομής, η οποία δεν συμπορεύεται κατά βάση με την αναβάθμιση της ποιότητας.

2.9. Παράγοντες Ανάπτυξης

Η τουριστική βιομηχανία αντλεί την δύναμή της από εύθραυστες πηγές όπως το περιβάλλον, η ιστορία και ο πολιτισμός και συχνά χαρακτηρίζεται ως νόμισμα με δύο όψεις. Από τη μία, συνεισφέρει στην οικονομική άνθιση μιας περιοχής δημιουργώντας θέσεις εργασίας και εισροή συναλλάγματος ενώ από την άλλη, είναι παράγοντας περιβαλλοντικών και κοινωνικών επιβαρύνσεων που συχνά εμποδίζουν την ομαλή λειτουργία της τοπικής κοινωνίας και του τοπικού τουρισμού.

Ο τουρισμός έχει αναχθεί σε σημαντική παγκόσμια βιομηχανία και μάλιστα από το 1945. αναπτύχθηκε ταχύτατα. Αυτή όμως η ανάπτυξη συνεπάγεται και υψηλή εξειδίκευση η οποία εκφράζεται μέσω της οριζόντιας και της κάθετης ολοκλήρωσης των τουριστικών επιχειρήσεων, η οποία οδήγησε σε διαφορετικό επίπεδο δραστηριοποίησης για κάθε μερίδιο της αγοράς.

Προς αυτή την κατεύθυνση τουριστικής ανάπτυξης συμβάλλουν οι ακόλουθες ενέργειες^{18 19}

- ΣΔΙΤ: Οι Συμπράξεις Δημοσίου και Ιδιωτικού Τομέα παρέχουν σημαντικές ευκαιρίες σε επενδυτές να συμμετέχουν σε έργα νέων υποδομών συμπεριλαμβάνοντας μαρίνες και εκμετάλλευση ιαματικών πηγών
- ΕΣΠΑ. Η υποστήριξη του ΕΣΠΑ εστιάζεται σε:

¹⁸ Πηγή: <http://www.investingreece.gov.gr>

¹⁹ Πηγή: Τσάρτας Π., (2010). Ελληνική τουριστική ανάπτυξη: Εξέλιξη, χαρακτηριστικά, προοπτικές. (Κεφάλαιο 1 Β' μέρους). Αθήνα: Κριτική

- Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου σε όλη την Ελλάδα και μείωση της εποχικότητας
- Προβολή της χώρας σε παγκόσμιο επίπεδο ως ασφαλή και ελκυστικό τουριστικό προορισμό
- Αύξηση του αριθμού των διεθνών επισκεπτών
- Ενίσχυση του εγχώριου τουρισμού

Οι παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν την κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη στο μέλλον είναι και αυτοί οι οποίοι θα επηρεάσουν και την τουριστική ανάπτυξη. Η αναπτυξιακή φάση στην οποία βρίσκεται ο κάθε τουριστικός προορισμός, σε συνδυασμό με τη γενικότερη ανταγωνιστικότητα της οικονομίας που τον περιβάλλει, διαμορφώνουν διαφορετική ένταση και μορφή επιρροής. Σε κάθε περίπτωση όμως, υπάρχει ένα ελάχιστο πλήθος παραγόντων που θα επηρεάσουν στο μέλλον όλους τους τουριστικούς προορισμούς.

Σύμφωνα με το νέο Επενδυτικό Νόμο, οι επενδύσεις στον Τομέα του Τουρισμού θα συμπεριλαμβάνουν την αναβάθμιση μαρίνων, την προώθηση ειδικών μορφών τουρισμού, την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού, την αναβάθμιση υποδομών χειμερινού τουρισμού και την επιδότηση ιδιωτικών επενδύσεων. Εκτιμάται ότι συνολικά 95.000 κλίνες θα αναβαθμιστούν με σκοπό την παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου μέσω της ενίσχυσης νέων μορφών τουρισμού. (Stephen, 2006).

2.10. Επενδυτικές ευκαιρίες²⁰

Υποτομείς του τουρισμού οι οποίοι παρουσιάζουν επενδυτικό ενδιαφέρον είναι τα θέρετρα ολοκληρωμένης τουριστικής ανάπτυξης κατοικιών δεύτερης κατοικίας, γήπεδα γκολφ, ο αθλητικός τουρισμός, ο τουρισμός υγείας και ευεξίας, η αναβάθμιση και κατασκευή νέων μαρίνων, τα συνεδριακά κέντρα, η ανάπτυξη αγροτουριστικών προϊόντων, ο θρησκευτικός τουρισμός, τα ιαματικά κέντρα και κέντρα θαλασσοθεραπείας, ο γαστρονομικός τουρισμός και πλήθος θεματικών επιλογών σχετικά με την πολιτισμική και ιστορική κληρονομιά της Ελλάδας.

²⁰ Πηγή: <http://www.investingreece.gov.gr>

Πιο συγκεκριμένα

Συνεδριακά Κέντρα

Η γεωγραφική θέση, οι θαυμάσιες τοποθεσίες και τα ποικίλα θεάματα της Ελλάδας, την καθιστούν ιδανικό προορισμό για τη διεξαγωγή συνεδρίων. Σύμφωνα με την κατάταξη του Διεθνούς Συνδέσμου Συνεδρίων, το 2011, η Αθήνα κατατάχθηκε 15η, 10 θέσεις υψηλότερα από το 2010.

Γκολφ

Οι προοπτικές ανάπτυξης του γκολφ στην Ελλάδα είναι μεγάλες. Σήμερα, στην Ελλάδα υπάρχουν πέντε γήπεδα γκολφ 18 οπών, σε σύγκριση με τα 250 γήπεδα γκολφ στην Ισπανία και τα 50 περίπου γήπεδα γκολφ στην Πορτογαλία.

Ιαματικά κέντρα και κέντρα θαλασσοθεραπείας

Η Ελλάδα διαθέτει περισσότερες από 700 θερμομεταλλικές πηγές, πολλές με θεραπευτικές ιδιότητες. Υπάρχουν μεγάλες προοπτικές για τη δημιουργία κέντρων ευεξίας καθώς και ιαματικών κέντρων.

Μαρίνες

Η Ελλάδα αποτελεί φυσικό προορισμό για θαλασσολάτρες, διαθέτοντας περισσότερα από 6.000 μεγάλα και μικρότερα νησιά και παραλία έκτασης 15.000 χιλιομέτρων. Η ανάγκη για την αναβάθμιση των μαρίνων και την κατασκευή νέων αποτελεί ελκυστική ευκαιρία για επενδύσεις.

Θέρετρα ολοκληρωμένης τουριστικής ανάπτυξης

Οι επενδυτές που ενδιαφέρονται για την ανάπτυξη θέρετρων ολοκληρωμένης τουριστικής ανάπτυξης, θα ανακαλύψουν μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης και ιδανικές τοποθεσίες.

Θεματικός Τουρισμός

Οι άφθονοι φυσικοί πόροι της Ελλάδας, ο ιστορικός πλούτος και η παραδοσιακή κληρονομιά της αποτελούν τη βάση για την δημιουργία μορφών εναλλακτικού τουρισμού, συμπεριλαμβανομένου του θρησκευτικού τουρισμού, των ταξιδιών περιπέτειας, του αρχαιολογικού τουρισμού, του γαστρονομικού και οινικού τουρισμού.

Οικοτουρισμός

Η Ελλάδα διαθέτει από τις πιο ποικίλες χλωρίδες και πανίδες στην Ευρώπη, μοναδικά οικοσυστήματα, προστατευόμενες περιοχές άγριας φύσης, επιβλητικά βουνά, μοναδικά δάση και θαλάσσια πάρκα. Επιπλέον, ιστορικά χωριά, ορεινά καταφύγια, πλούσιες καλλιέργειες και γαστρονομική παράδοση αποτελούν ιδανικές και ποικίλες επιλογές για την δημιουργία προϊόντων οικότουρισμού.

Το ποσοστό εταιρικής φορολογίας στην Ελλάδα είναι 25%, ενώ οι διαδικασίες αδειοδότησης για τουριστικές επενδύσεις έχουν αναδιαμορφωθεί και απλοποιηθεί. Ιδιαίτερα ελκυστικές εκτάσεις, εκ των οποίων πολλές ανήκουν στο Κράτος και προορίζονται για επενδύσεις, είναι διαθέσιμες ενώ παράλληλα αναδεικνύονται τουριστικές αγορές που προσφέρουν ευκαιρίες ανάπτυξης.

Κατοικίες Διακοπών

Η νέα νομοθεσία που διέπει την κατασκευή κατοικιών διακοπών είναι σε στάδιο αναθεώρησης, προσφέροντας μεγάλες προοπτικές στην αγορά. Οι ειδικοί εκτιμούν ότι περισσότεροι από ένα εκατομμύριο Ευρωπαίοι θεωρούν την Ελλάδα ως υποψήφιο προορισμό δεύτερης εξοχικής κατοικίας. Πλήθος μεγάλων και ελκυστικών εκτάσεων γης προσφέρονται για ανάπτυξη σχεδόν σε όλη τη χώρα.

Κρατικά Ακίνητα

Το Ελληνικό Κράτος προωθεί ενεργά, κτηματομεσιτικά προϊόντα που του ανήκουν, συμπεριλαμβανομένων των ξενοδοχείων Xenia, εκτάσεων που διαχειρίζεται η Κτηματική Εταιρεία του Δημοσίου (ΚΕΔ), καθώς και μαρίνων που χρήζουν αναβάθμισης. Αυτές οι εκτάσεις θα προσφέρονται στους επενδυτές μέσω ανοιχτών διεθνών διαγωνισμών. (Ανδριώτης, 2009).

Βιβλιογραφία 2^{ου} Κεφαλαίου

- Βαρβαρέσος, Τουρισμός (Έννοιες, μεγέθη, δομές), Η Ελληνική Πραγματικότητα, Αθήνα, Προπομπός, 2000
- Βαρβαρέσος Σ., (1999), «Τουρισμός, οικονομικές προσεγγίσεις», εκδόσεις Προπομπός
- Βασιλάκη Φαλάνη-Μουτάφη (2002), «Έρευνες για τον τουρισμό στην Ελλάδα και στην Κύπρο», Α έκδοση Κρητική Α.Ε
- Διακομιχάλης, Μ. (2009) Ο θαλάσσιος τουρισμός και οι οικονομικές επιδράσεις του. Αθήνα: Σταμούλη.
- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 2001, «Τουριστική Πολιτική 2002 –2006»,
- Ελληνική Στατιστική Αρχή www.statistics.gr
- Ευσταθίου, Π. (2004) Αναψυχή και τουρισμός. Αθήνα: Παπαζήση.
- Ηγουμενάκης, Ν.Γ. (1996) «Τουριστικό Μάρκετινγκ» , Αθήνα: Interbooks.
- Ηγουμενάκης, Ν. Γ. «Τουριστική οικονομία (σ. 62)», Αθήνα: Interbooks
- Καραγιάννης Στ., Εξαρχος Γ., «Τουρισμός – τουριστική οικονομία, Ανάπτυξη, Πολιτική», (2006), εκδόσεις Κέντρο Τεχνολογικής Έρευνας Κρήτης, Ηράκλειο
- Καραθάνος, Γ. (1996). Ελληνικός Τουρισμός: Ο ρόλος των δημοσίων σχέσεων, Αθήνα: Εκδόσεις Anubis.
- Κουζέλης Α.Κ., Παυλόπουλος Π.Γ., «Περιφερειακή ανάπτυξη της Ελλάδας και Τουρισμός»,
- Λύτρας, Π. (2004) Κοινωνιολογία και ψυχολογία του τουρισμού. Αθήνα: Interbooks
- Λύτρας, Π. (2004) Κοινωνιολογία και ψυχολογία του τουρισμού. Αθήνα: Interbooks
- Μανώλογλου, Ε. (1999) Ο τουρισμός ως παράγοντας κοινωνικής αλλαγής. Αθήνα: Εξάντας.
- Μυλωνόπουλος, Δ. (2005) Θαλάσσιος τουρισμός. Αθήνα: Interbooks.
- Παυλόπουλος Π.Γ «Το μέγεθος και η Δυναμική του τουριστικού τομέα » Αθήνα : ΙΤΕΠ
- Πατσουράτης Β., (2002), «Η ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού τουριστικού τομέα, Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων», εκδοτική παραγωγή Επτάλοφος
- Κομίλης Π., (1986), «Τουριστικές δραστηριότητες», Κ.Ε.Π.Ε, Αθήνα 1986

- Ραφαήλ, Μ., 2001 , «Θέματα Τουριστικής Πολιτικής», Εκδόσεις Αντ. Ν. Σακκούλα
- Τσάρτας Π., (2010). Ελληνική τουριστική ανάπτυξη: Εξέλιξη, χαρακτηριστικά, προοπτικές. (Κεφάλαιο 1 Β' μέρους). Αθήνα: Κριτική
- Baretje, R., & Deffert, P. (1972). Les aspects économiques du tourisme. Paris: Berger-Levrault
- C.N.U.C.E.D. (1973). Les elements de la politique du tourisme dans les pays en voie de development. New York: Nations Unies. σ.σ. 44-49.
- General Guidelines for National Tourism Administrations (NTAs) relative to the development of the Tourism Satellite Account (TSA.)
- Sarath Divisekera, A model of demand for international tourism
- Salah Wahab and John L. Pigram (1997), Tourism Development and Growth: the challenge of sustainability, London: Routledge
- Laurent, A. (1973). Libérer les vacances, Seuil. Στο Peuple et Culture (σσ. 32-41). Paris.
- Lickorish, L. J., & Jenkins, C. L. (2004). Οι επιπτώσεις του τουρισμού. Στο Μια εισαγωγή στον Τουρισμό (σσ. 137-141). Αθήνα: ΚΡΙΤΙΚΗ.
- Mitchell F., The impact of tourism on national income, Staff paper, Institute for Development Studies, University College, Nairobi
- Vellas, F. (1985). Economie et politique du tourisme international. Paris: Economica.
- <http://www.investingreece.gov.gr>

Κεφάλαιο 3. Το τουριστικό προϊόν της Ρόδου^{21 22 23 24 25 26 27}

3.1. Γενικά για τη Ρόδο

Η Ρόδος, με έκταση 1400,68 km², είναι το μεγαλύτερο νησί των Δωδεκανήσων και το τέταρτο σε έκταση νησί της Ελλάδας. Ο πληθυσμός της ανέρχεται σε 115.290 κατοίκους, σύμφωνα με απογραφή που έγινε το 2011, και την καθιστά το πολυπληθέστερο ελληνικό νησί -εκτός της Κρήτης και της Εύβοιας. Βρίσκεται περίπου 350 χιλιόμετρα νοτιοανατολικά της Αθήνας και 18 χιλιόμετρα νοτιοδυτικά της Τουρκίας.

Η Ρόδος αποτελεί έδρα της ομώνυμης Περιφερειακής Ενότητας, η οποία περιλαμβάνει επίσης και τα νησιά Χάλκη, Σύμη, Τήλος και Καστελλόριζο. Πρωτεύουσα του νησιού είναι η πόλη της Ρόδου με πληθυσμό περίπου 55.000 κατοίκων. Έχει μήκος 77 χιλιόμετρα, πλάτος 37 και ακτογραμμές μήκους 253 χιλιομέτρων.

Το νησί μπορεί να χαρακτηριστεί ημιορεινό με ψηλότερα βουνά τον Ατάβυρο (1.210 μέτρα), τον Αρταμύτη (825 μέτρα) και τον Προφήτη Ηλία (800 μέτρα).

Το νησί της Ρόδου βρίσκεται στο σταυροδρόμι δυο μεγάλων θαλάσσιων διαδρομών της Μεσογείου, ανάμεσα στο Αιγαίο πέλαγος και των ακτών της Μέσης Ανατολής όπως είναι η Κύπρος και η Αίγυπτος. Ως σημείο συνάντησης τριών πολιτισμών, η Ρόδος έχει γνωρίσει πολλούς πολιτισμούς.

Μέσω της μακραίωνης της ιστορίας, όλοι οι διαφορετικοί λαοί που κατοίκησαν στη Ρόδο έχουν αφήσει το σημάδι τους σε όλες τις πλευρές του πολιτισμού του νησιού: στην τέχνη, τη γλώσσα, την αρχιτεκτονική. Η στρατηγική του θέση απέφερε στο νησί μεγάλο πλούτο και κατέστησε την πόλη της Ρόδου μια από τις εξέχουσες πόλεις της αρχαίας Ελλάδας.

²¹ Πηγή: Κόλλιας Η. 'Η μεσαιωνική πόλη της Ρόδου και το παλάτι του μεγάλου Μαγίστρου', 2005

²² Πηγή: Μπογιάννος Θ. 'Τραγουδώντας τα Δωδεκάνησα'

²³ Πηγή: Μπελέζος Δ. 'Οι ιππότες της Ρόδου', Γνώμων εκδοτική, 2011

²⁴ Πηγή: Πλάτων Λ. – Κεφαλά Κ. 'Ρόδος. Η απόρθητη πόλη', 1999

²⁵ Πηγή: Berthold R. 'Η Ρόδος στην ελληνιστική εποχή', Εκδόσεις Παπαζήση, 2010

²⁶ Πηγή: www.rhodes.gr

²⁷ Πηγή: www.rodosislandinfo.gr

3.2. Ιστορία της πόλης της Ρόδου

Κλασική Περίοδος

Το νησί κατοικήθηκε στα τέλη της Νεολιθικής περιόδου (4000 π.Χ.). Το 408 π.Χ. οι τρεις μεγάλες πόλεις του νησιού, Ιαλυσός, Κάμιρος και Λίνδος, ίδρυσαν την πόλη της Ρόδου. Οι τρεις αιώνες που ακολούθησαν αποτέλεσαν την «χρυσή περίοδο» της Ρόδου. Το θαλάσσιο εμπόριο, η ναυσιπλοΐα καθώς και οι συνετές και προοδευτικές πολιτικές και διπλωματικές κινήσεις διατήρησαν την πόλη δυνατή και ακμάζουσα μέχρι τους Ρωμαϊκούς χρόνους.

Το πολεοδομικό σχέδιο της αρχαίας πόλης της Ρόδου βασίστηκε στις πολεοδομικές και φιλοσοφικές ιδέες του διάσημου αρχαίου Έλληνα πολεοδόμου Ιππόδαμου. Το σχέδιο των δρόμων της αρχαίας πόλης είναι γνωστό χάρη σε αρχαιολογικές ανασκαφές δεκαετιών.

Ρωμαϊκή Περίοδος

Η ανεξαρτησία της πόλης τερματίστηκε το 164 π.Χ. όταν η Ρόδος έγινε επαρχία της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας. Ωστόσο μέχρι τον 1ο αιώνα μ.Χ., η Ρόδος διατήρησε σε μεγάλο βαθμό το μεγαλείο της και εξελίχθηκε σε ένα από τα σημαντικότερα κέντρα γνώσης, επιστήμης και τέχνης.

Πέρα από τις γραπτές πηγές που διασώζονται έως τις μέρες μας, οι αρχαιολογικές ανασκαφές που συνεχίζονται ακόμη δίνουν μια ξεκάθαρη εικόνα του πολιτισμού που άκμασε την περίοδο αυτή.

Βυζαντινή Περίοδος

Κατά την πρώιμη Χριστιανική περίοδο (330-650 μ.Χ), η Ρόδος αποτελούσε κομμάτι της εκχριστιανισμένης Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας που είναι ευρύτερα γνωστή ως Βυζαντινή Αυτοκρατορία.

Μολονότι λιγότερο σημαντική και ακμάζουσα απ' ότι στο παρελθόν, η πόλη της Ρόδου ήταν επισκοπική έδρα και είχε σημαντικό αριθμό εκκλησιών ανάμεσα στις οποίες υπήρχαν κάποιες βασιλικές εντυπωσιακών διαστάσεων. Παράλληλα ήταν σημαντική στρατιωτική βάση.

Οι Άραβες που πρωτοέκαναν την εμφάνιση τους στην Μεσόγειο τον 7ο αιώνα επιτέθηκαν στη Ρόδο και την κατέλαβαν για μερικές δεκαετίες.

Στους αιώνες που ακολούθησαν, η πόλη συρρικνώθηκε σε μέγεθος και οχυρώθηκε με νέα τείχη. Ταυτόχρονα, χωρίστηκε σε δύο ζώνες, μια για την πολιτική και στρατιωτική ηγεσία και μια για τους «λαϊκούς». Η ζώνη αυτή αντανάκλα την κοινωνική πραγματικότητα των μεσαιωνικών χρόνων.

Ιπποτική Περίοδος

Το 1309 το νησί πουλήθηκε στο τάγμα των Ιπποτών του Αγίου Ιωάννη της Ιερουσαλήμ. Το τάγμα ιδρύθηκε τον 12ο αιώνα στην Ιερουσαλήμ με στόχο την νοσηλεία και περίθαλψη των προσκυνητών και σταυροφόρων αλλά πολύ σύντομα μετεξελίχθηκε σε μάχιμη στρατιωτική μονάδα η οποία απέκτησε μεγάλες εκτάσεις γης.

Έχοντας οπισθοχωρήσει από την Ιερουσαλήμ και αργότερα από την Κύπρο, το τάγμα ίδρυσε την έδρα του στη Ρόδο και απέκτησε κατά την χρονική περίοδο αυτή ηγετικό ρόλο στην Ανατολική Μεσόγειο.

Κατά την διάρκεια της παραμονής των Ιπποτών στη Ρόδο, οι οχυρώσεις επεκτάθηκαν, εκσυγχρονίσθηκαν και συνεχώς ενισχύονταν. Ένα νοσοκομείο, ένα παλάτι, αρκετές εκκλησίες ήταν ορισμένα από τα πολλά δημόσια κτίρια τα οποία αναγέρθηκαν την εποχή αυτή. Παρ όλες τις προστριβές που υπήρχαν με την Οθωμανική Αυτοκρατορία, το θαλάσσιο εμπόριο αποτελούσε πηγή πλούτου και οι αγορές της πόλης ήταν ακμάζουσες. Την περίοδο της κατοχής των Ιπποτών το νησί της Ρόδου διήγε περίοδο ακμής και οι σχέσεις μεταξύ των Ιπποτών και των ντόπιων χαρακτηρίζονταν από ανοχή και συχνά από στενή συνεργασία.

Η πόλη είχε διαιρεθεί σε δύο ζώνες με ένα εσωτερικό τείχος. Το βόρειο τμήμα το οποίο ήταν γνωστό ως Chastel, Chateau, Castrum, Castellum ή Conventus, όπου βρισκόταν το παλάτι του Μεγάλου Μαγίστρου, ο καθολικός καθεδρικός ναός και η κατοικία του καθολικού επισκόπου, τα καλύμματα των «γλωσσών», οι κατοικίες των Ιπποτών, ένα νοσοκομείο κ.α. Το νότιο τμήμα γνωστό ως ville, burgus ή burgum ήταν η περιοχή όπου ζούσαν οι λαϊκοί και περιλάμβανε την αγορά, συναγωγές, εκκλησίες καθώς και δημόσια και εμπορικά κτίρια.

Οθωμανική Περίοδος

Το 1522 οι Οθωμανοί Τούρκοι κατέκτησαν την πόλη μετά από μια δεύτερη μακρά πολιορκία. Νέα κτίρια κατασκευάστηκαν: Τζαμιά, δημόσια λουτρά και κατοικίες για τους νέους κατακτητές. Οι Έλληνες υποχρεώθηκαν να εγκαταλείψουν την οχυρωμένη πόλη και να μετοικήσουν σε περιοχές εκτός των τειχών.

Κατά την περίοδο της Οθωμανικής κυριαρχίας, η Ρόδος έχασε τον διεθνή της χαρακτήρα. Η πόλη διατήρησε την κύρια οικονομική της λειτουργία ως αγορά αγροτικών προϊόντων για το εσωτερικό τμήμα του νησιού καθώς και των τριγύρω μικρών νησιών.

Μετά την εγκαθίδρυση της κυριαρχίας τους στο νησί, οι Οθωμανοί Τούρκοι επιδιόρθωσαν τα τείχη που είχαν υποστεί ζημιές, μετέτρεψαν τις περισσότερες εκκλησίες σε τζαμιά και μεταρρύθμισαν τις μεγάλες κατοικίες σε ιδιωτικά ή δημόσια κτίρια. Οι παραπάνω μετατροπές αποτέλεσαν μια μακροχρόνια διαδικασία που είχε σαν στόχο να αναμορφώσουν και να προσομοιάσουν τα κτίρια έτσι ώστε να ταιριάζουν με τον Οθωμανικό τρόπο ζωής.

Τον 19ο αιώνα η παρακμή της Οθωμανικής Αυτοκρατορίας είχε σαν αποτέλεσμα την παραμέληση της πόλης και των κτιρίων της τα οποία υπέστησαν περαιτέρω φθορά λόγω των δυνατών σεισμών που συχνά πλήττουν την περιοχή.

Ιταλική Περίοδος

Τα ιταλικά στρατεύματα κατέλαβαν το νησί και την υπόλοιπη Δωδεκάνησο το 1912. Το 1923 η Ιταλία ίδρυσε μια αποικία, τα ιταλικά νησιά του Αιγαίου (Isole Italiane del Egeo).

Οι Ιταλοί κατεδάφισαν τα σπίτια που είχαν κτιστεί πάνω και παραπλεύρως των τειχών κατά την Οθωμανική περίοδο και μετέτρεψαν το Εβραϊκό και το Οθωμανικό νεκροταφείο σε μια «πράσινη ζώνη» που περιελάμβανε την Μεσαιωνική πόλη. Διατήρησαν τα εναπομείναντα στοιχεία της περιόδου των Ιπποτών ενώ αφαίρεσαν όλες τις Οθωμανικές προσθήκες. Ταυτόχρονα, επανοικοδόμησαν το παλάτι του Μεγάλου Μαγίστρου. Τέλος, ίδρυσαν ένα ινστιτούτο για την μελέτη της Ιστορίας και του Πολιτισμού της περιοχής.

Οι Ιταλοί υλοποίησαν σημαντικά έργα υποδομής (δρόμους, παροχή ηλεκτρισμού, λιμάνι κ.α.) και μεταμόρφωσαν σε σημαντικό βαθμό την πόλη της Ρόδου, η οποία

διέθετε πλέον ένα νέο πολεοδομικό σχέδιο, κανονισμούς δόμησης και πολλά νέα δημόσια και ιδιωτικά κτίρια.

Σύγχρονη Περίοδος

Οι βόμβες των Βρετανών που έπεσαν στην Μεσαιωνική πόλη το 1944 είχαν σαν αποτέλεσμα πολλά θύματα και την καταστροφή πολλών κτιρίων γεγονός που δημιούργησε πολλά κενά στον πολεοδομικό ιστό. Ένα από τα πρώτα διατάγματα της Ελληνικής κυβέρνησης-διοίκησης όρισαν τις περιοχές αυτές ως «περιοχές για μελλοντικές ανασκαφές» και ένα μεγάλο αριθμό κτιρίων ως «διατηρητέα κτίρια».

Το 1957, ένα νέο πολεοδομικό σχέδιο εγκρίθηκε με διάταγμα και το 1960 το σύνολο της Μεσαιωνικής Πόλης αναγνωρίστηκε από το Υπουργείο Πολιτισμού ως «προστατευόμενο μνημείο». Το 1961 και το 1963 εξεδόθησαν νέα διατάγματα σχετικά με το πολεοδομικό σχέδιο της πόλης. Τα διατάγματα αυτά προέβλεπαν την διαπλάτυνση των υπαρχόντων δρόμων και την διάνοιξη νέων. Αυτές οι αποφάσεις δεν υλοποιήθηκαν στην Μεσαιωνική Πόλη λόγω της σθεναρής αντίστασης της Αρχαιολογικής Υπηρεσίας.

3.3. Μυθολογία

Όταν οι θεοί μοίρασαν τη γη μεταξύ τους η Ρόδος δεν φαινόταν στην επιφάνεια της θάλασσας, ήταν βυθισμένη. Ο ήλιος έλειπε στο καθιερωμένο ταξίδι του και οι άλλοι θεοί ξέχασαν να του βγάλουν κλήρο. Ο Δίας όταν το άκουσε ήταν έτοιμος να κάνει νέα διανομή, ο Ήλιος όμως δεν τον άφησε, γιατί έβλεπε να ξεφυτρώνει από τη θάλασσα μια νέα χώρα και ζήτησε να του δώσουν αυτή. Ο Δίας λοιπόν κάλεσε την Λάχεση να δώσει όρκο ότι η νέα χώρα θα είναι ο κλήρος του Ήλιου. Βγήκε τότε το όμορφο νησί από τον αφρό της θάλασσας και το έδωσαν στον θεό Ήλιο.

Εκεί ο Ήλιος με τη Νύμφη Ρόδο γέννησε επτά γιούς τους Ηλιάδες: τον Όχιμο, τον Κέρκαφο, τον Μάκαρ, τον Ακτίονα, τον Τενάγη, τον Τριόπα, τον Κάνδαλο και μια κόρη την Ηλεκτρυώνη. Ο Κέρκαφος γέννησε τρεις γιούς, τον Κάμιρο, τον Ιάλυσο και τον Λίνδο, που μοίρασαν το νησί σε τρία μέρη και ο καθένας είχε τη δική του πόλη που της έδωσε το όνομα του.

Ο μύθος αυτός, βγαλμένος από τη φαντασία του λαού, προσπαθεί να δώσει ερμηνεία στα διάφορα γεγονότα. Η ανάδυση της Ρόδου από τη θάλασσα έχει σχέση με τις

ανιζήσεις και καθιζήσεις, για τις οποίες μιλά η Γεωλογία για τη διαμόρφωση της επιφάνειας της γης. Η αγάπη του Ήλιου για τη Ρόδο εξηγείται με την ηλιοφάνεια που έχει σχεδόν όλες τις μέρες του χρόνου. Γι' αυτό την ονόμασαν Νύμφη του Ήλιου και τη θεωρούν κόρη της Αφροδίτης που αναδύθηκε από τον αφρό της θάλασσας.

Τελχίνες – οι πρώτοι κάτοικοι

Πρώτοι κάτοικοι της Ρόδου θεωρούνται οι Τελχίνες, μια περίεργη φυλή ανθρώπων που τους παρομοιάζουν με δαίμονες. Το όνομα τους προέρχεται από το «θέλγω» δηλαδή γόητες, μάγοι. Παράγουν νέφη, βροχή, χαλάζι, αλλάζουν μορφή και είναι φοβεροί στις τέχνες. Αυτοί πρώτοι κατασκεύασαν αγάλματα θεών, στην Λίνδο τον «Απόλλωνα Τελχίνιον», στην Ιαλυσό την Ήρα και τις Νύμφες και στην Κάμιρο την «Ήρα Τελχινία». Όταν ανδρώθηκε ο Ποσειδώνας αγάπησε την αδελφή τους Αλία, την παντρεύτηκε και γέννησε έξι γιούς και μια κόρη, τη Ρόδο από την οποία θεωρούσαν ότι πήρε το όνομα το νησί.

Ήταν καλοί ναυτικοί αλλά κυρίως επιδέξιοι τεχνίτες στην μεταλλουργία. Ο Στράβωνας αναφέρει ότι ήρθαν από την Κρήτη και την Κύπρο, πράγμα που θυμίζει τις πρώιμες αποικίσεις στη Ρόδο. Η παράδοση τους παράστησε άγριους, μελαμψούς επειδή κατεργάζονταν τα μέταλλα, ενώ άλλοι τους έλεγαν «βάσκανους» και «γόητες» και ότι είχαν θεία καταγωγή. Θεωρούνταν ότι είχαν την εύνοια του Δία, όπου έστελνε σαν χρυσή βροχή τα πλούτη στη Ρόδο και την προστασία της Αθηνάς που τους έκανε πρώτους στις τέχνες και στόλισαν την Ρόδο με άφθονα και ωραία έργα τέχνης.

Το όνομα Ρόδος

Για το όνομα του νησιού από την αρχαία εποχή έχει επικρατήσει ο συσχετισμός του με το ομώνυμο λουλούδι, ιερό στον Ήλιο κι έτσι μέχρι σήμερα συνδυάζεται η Ρόδος με το νησί των ρόδων, τόσο στην Ελληνική γλώσσα όσο και σε άλλες γλώσσες. Γι' αυτό τα νομίσματα της Ρόδου παρίσταναν από το ένα μέρος το κεφάλι του Ήλιου και από το άλλο το Ρόδον. Το όνομα Ρόδος συναντιέται και στο αρχαιότερο ελληνικό φιλολογικό μνημείο την Ιλιάδα του Ομήρου.

Από μύθους και ιστορικές αναφορές το όνομα δεν το πήρε την ιστορική εποχή αλλά υπήρχε και στους προγενέστερους λαούς όπως και τα Σύμη, Κάλυμνος, Κάμιρος, Αττάβυρος κ.α. Αν λάβουμε υπόψη ότι και το όνομα Ρόδον του φυτού προέρχεται από

την ίδια εποχή όπως τα άμπελος, ελαία, ερέβινθος κ.α τότε συμπεραίνουμε ότι οι προγενέστεροι από τα ελληνικά φύλα λαοί, έδωσαν το όνομα στο νησί.

Παράλληλα είχε και άλλα ονόματα που σχετίζονται με την βλάστηση, το σχήμα και άλλες ιδιότητες του νησιού:

Οφιούσα: γιατί είχε πολλά φίδια

Αστερία: για τον έναστρο ουρανό της

Τρινακρία: γιατί το σχήμα της αποτελείται από δύο τρίγωνα

Κορυμβία: για το σχήμα κορύμβου που καταλήγει σε δυο κορυφές

Τελχινίς: από τους πρώτους κατοίκους της

Μακαρία: δηλαδή ευτυχισμένη

Ποντία: θαλασσινή

Αιθρία: για το ωραίο κλίμα της

Ποήεσσα: για την πλούσια βλάστηση της

Για τα ονόματα αυτά μιλούν αρχαίοι συγγραφείς: ο Ευκράτης, ο Διόδωρος, ο Πλίνιος, ο Πίνδαρος, ο Στράβωνας και η Σούδα.

3.4. Ο κολοσσός της Ρόδου

Κατά την κλασική περίοδο, η Ρόδος παράγει εξαιρετική τέχνη. Το αριστούργημα όμως όλων ήταν ο Κολοσσός. Φιλοτεχνήθηκε γύρω στα 293 από τον Λίνδιο Χάρη, μαθητή του Λυσίππου. Ήταν ένα τεράστιο χάλκινο άγαλμα του πολιούχου θεού Ηλίου, ψηλό 70 πήχες (31μ. περίπου). Οι Ρόδιοι πούλησαν (300 τάλαντα) τις πολιορκητικές μηχανές του Δημητρίου όταν έπαψε την πολιορκία και έφυγε ηττημένος και έκαμαν το άγαλμα που η κατασκευή του κράτησε 12 χρόνια. Για το άγαλμα μιλούν αρχαίοι αλλά και μεσαιωνικοί συγγραφείς. Έμεινε στη θέση του μόνο 66 χρόνια και έπεσε στο σεισμό του 227 δεν το ξαναέστησαν όμως φοβούμενοι κάποιο χρησμό σύμφωνα με τον Στράβωνα. Εννιά αιώνες έμεινε πεσμένος ο κολοσσός ώσπου το 653 μ.Χ τον πήρε ο χαλίφης Αράβων Μωαβίας, και το πούλησε για χαλκό σ' έναν Εβραίο από την Έδεσσα που χρειάστηκε 900 καμήλες για να τον μεταφέρει.

Το πρόβλημα που απασχολεί τους σημερινούς ερευνητές είναι πού ήταν στημένος ο κολοσσός. Παρεξηγώντας μια φράση του επιγράμματος, που ήταν χαραγμένο στη βάση του κολοσσού, κι έλεγε ότι τον τοποθέτησαν «όχι μόνο πάνω από το πέλαγος αλλά και στη ξηρά» φαντάστηκαν ότι στεκόταν στην είσοδο του λιμανιού με ανοιχτά τα σκέλη πατώντας με το ένα πόδι στο ένα άκρο του λιμανιού και με το άλλο στο απέναντι,

ενώ ψηλά με σηκωμένο χέρι κρατούσε φως σαν φάρος για τα καράβια που περνούσαν να μπουν στο λιμάνι. Από τον 16ο αιώνα παρουσιάστηκε μια τέτοια γκραβούρα που έχει επικρατήσει ως σήμερα

Νεώτεροι μελετητές όμως θεωρούν αδύνατο να βρισκόταν κοντά στη θάλασσα και καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι το μόνο σημείο που θα μπορούσε να στηθεί είναι ο περίβολος ενός ναού, και το πιο πιθανό στο Ιερό του Θεού Ήλιου όπου σήμερα βρίσκεται το παλάτι του μεγάλου Μαγίστρου των Ιπποτών. Εκεί κοντά άλλωστε βρέθηκε ένα ωραίο κεφάλι του Ηλίου, μαρμάρινο, με σπασμένες ακτίνες που σήμερα βρίσκεται στο Μουσείο της Ρόδου. Επίσης με τον τρόπο που τον περιγράφει ο Στράβωνας φαίνεται καθαρά ότι τον είδε στη στεριά: «βρίσκεται δε τώρα σπασμένος από τα γόνατα κι έπεσε από σεισμό». Αν ήταν στη θάλασσα θα χανόταν εντελώς ή θα φαινόταν μόνο ένα μέρος, πράγμα που θα ανέφερε ο συγγραφέας. Ο κολοσσός της Ρόδου ήταν ένας ύμνος στη Τέχνη και στην Ελευθερία.

3.5. Μουσεία

Το παλάτι του μεγάλου Μαγίστρου

Στο ψηλότερο σημείο του Κάστρου των Ιπποτών βρίσκεται το εντυπωσιακό Παλάτι των Μεγάλων Μαγίστρων, ο επιβλητικός όγκος του οποίου, καθώς δεσπόζει πάνω στην Παλιά Πόλη της Ρόδου μαγνητίζει τα βλέμματα απ' όποιο σημείο κι αν το κοιτάξεις.

Το Παλάτι των Μεγάλων Μαγίστρων ή Καστέλο βρίσκεται στη ΒΔ πλευρά του κάστρου, στο τέλος της Οδού των Ιπποτών, που αποτελεί τον πιο σημαντικό δρόμο της Παλιάς Πόλης αλλά και τον πλέον καλοδιατηρημένο λιθόστρωτο μεσαιωνικό δρόμο στην Ευρώπη, με μήκος 200 μέτρα και πλάτος έξι, ο οποίος έχει χαραχτεί πάνω στην αρχαία οδό που οδηγούσε στην Ακρόπολη του Κάστρου.

Το Καστέλο θεμελιώθηκε στα τέλη του 7ου αιώνα μ.Χ. από τους Βυζαντινούς και αποτελούσε την Ακρόπολη του Φρουρίου. Ο θρύλος θέλει να έχει χτιστεί πάνω στα θεμέλια του ναού του θεού Ήλιου

Το Παλάτι των Μεγάλων Μαγίστρων άντεξε σχεδόν σ' όλες τις επιθέσεις των εχθρών αλλά έπεσε σε μαρασμό κατά τη διάρκεια της Τουρκοκρατίας (1522-1912), όταν οι κατακτητές το μετέτρεψαν σε φυλακή κι αργότερα το άφησαν να ρημάξει.

Η ιστορία όμως του επεφύλασσε ακόμη χειρότερη μοίρα. Το έτος 1865 καταστράφηκε σχεδόν συθέμελα όταν ανατινάχτηκε μια πυριπιδαποθήκη, που βρισκόταν στα υπόγεια του διπλανού ναού του Αγίου Ιωάννη. Όρθιοι έμειναν μόνο οι πύργοι της εισόδου.

Το Παλάτι γνώρισε νέες δόξες όταν κατά τη διάρκεια της Ιταλοκρατίας στα Δωδεκάνησα (1912-1948) ο Ιταλός διοικητής Τσέζαρε Μαρία Ντε Βέκι (Cesare Maria De Vecchi) αποφάσισε να το ανακατασκευάσει με βάσει τα αρχικά σχέδια που κατάφεραν να ανακαλύψουν και να το μετατρέψουν σε επίσημη κατοικία του εκάστοτε Ιταλού Διοικητή αλλά και θερινό ανάκτορο για τον Ιταλό βασιλιά Βιτόριο Εμανουέλε τον Γ' και αργότερα τον Μπενίτο Μουσολίνι.

Στη θέση που βρίσκεται το παλάτι, σύμφωνα με τις ενδείξεις που υπάρχουν ήταν κτισμένο το αρχαίο ιερό του Ήλιου. Επίσης στο ίδιο σημείο βρισκόταν και η «Κάτω Ακρόπολη» της αρχαίας Ρόδου.

Αρχαιολογικό Μουσείο Ρόδου

Η μόνιμη συλλογή του Αρχαιολογικού Μουσείου της Ρόδου αποτελείται από ευρήματα ανασκαφών της ιταλοκρατίας κυρίως, στη Ρόδο και τα υπόλοιπα Δωδεκάνησα. Μυκηναϊκά κοσμήματα, αγγεία και μικροαντικείμενα από ταφικά σύνολα της Ιαλυσίας και της Καμίρου από τη Γεωμετρική ως την Κλασική περίοδο (9ος-4ος αιώνας π.Χ.), γλυπτά Κλασικής και Ελληνιστικής περιόδου και ροδιακά νομίσματα Ελληνιστικών χρόνων αποτελούν τα κύρια εκθέματα του Μουσείου. Στόχος της έκθεσης είναι η ανάδειξη των σημαντικότερων ευρημάτων από τη Ρόδο που βοηθούν στην πληρέστερη κατανόηση της αρχαίας ιστορίας του τόπου.

Το Αρχαιολογικό Μουσείο στεγάζεται στο μεσαιωνικό κτίριο του μεγάλου νοσοκομείου των Ιπποτών. Η οικοδόμησή του άρχισε το 1440 από τον Μεγάλο Μάγιστρο de Lastic (ντε Λαστίκ), με χρήματα που άφησε με το θάνατό του ο προκάτοχός του Fluvian (Φλουβιανός), αλλά ολοκληρώθηκε 49 χρόνια αργότερα από τον Μάγιστρο D' Aubusson.

Ενυδρείο Ρόδου

Το "Reale Istituto di Ricerche Biologiche di Rodi" (Βασιλικό Ινστιτούτο Θαλάσσιας Βιολογίας Ρόδου) άρχισε να κατασκευάζεται το 1934 και ολοκληρώθηκε ύστερα από ένα

χρόνο, μετά από απόφαση του Ιταλού Κυβερνήτη Mario Lago (τα Δωδεκάνησα ήταν υπό ιταλική κατοχή 1912-43).

Το κτίριο του Υδροβιολογικού Σταθμού Ρόδου έχει χαρακτηριστεί από το Υπουργείο Πολιτισμού, ως ιστορικό διατηρητέο μνημείο και ιδιαίτερα ξεχωριστό δείγμα αρχιτεκτονικής του "Διεθνούς Στυλ".

Η λειτουργία του Ινστιτούτου άρχισε το 1937 με αντικείμενο την μελέτη θεμάτων βιολογίας και υδρολογίας του Αιγαίου, προβλήματα της σπογγαλιείας, της αλιείας και γεωπονικής εντομολογίας. Σε χώρο του είχε εγκατασταθεί και το πρώτο ενυδρείο με δείγματα από τη θαλάσσια πανίδα της Μεσογείου.

Μετά την ενσωμάτωση της Δωδεκανήσου το 1948 και μέχρι το 1963, το Ινστιτούτο συνέχισε να λειτουργεί υπό την επίβλεψη της Ακαδημίας Αθηνών σαν Περιφερειακός Σταθμός του Ελληνικού Υδροβιολογικού Ινστιτούτου. Μετά το 1963 λειτουργεί σαν Ενυδρείο - Μουσείο με την επωνυμία Υδροβιολογικός Σταθμός Ρόδου, αποτελώντας παράλληλα και ερευνητική μονάδα του Ελληνικού Κέντρου Θαλασσίων Ερευνών.

3.6. Αρχαιολογικοί χώροι

Μεσαιωνική Πόλη της Ρόδου

Η πόλη της Ρόδου ιδρύθηκε το 408 π.Χ. στο βορειότερο άκρο του νησιού και οικοδομήθηκε με βάση ένα άρτιο πολεοδομικό σύστημα, σχεδιασμένο από τον Ιππόδαμο τον Μιλήσιο. Την αρχαία πόλη διαδέχθηκε η βυζαντινή, αρκετά πιο περιορισμένη σε μέγεθος και οχυρωμένη ήδη από τον 7ο αιώνα. Η πρώτη αυτή βυζαντινή οχύρωση περιέκλειε μόνο την περιοχή που ονομάστηκε από τους Ιππότες "Κολλάκιο". Στις αρχές του 12ου αιώνα, όμως, το τείχος επεκτάθηκε για να συμπεριλάβει μια έκταση 175.000 τ.μ. σχήματος ορθογωνίου παραλληλογράμμου. Αυτή την πόλη κατέκτησαν οι Ιππότες του Αγίου Ιωάννη το 1309.

Από το 1309 και για δύο περίπου αιώνες, η Ρόδος αποτέλεσε το διοικητικό και πολιτικό κέντρο του ιπποτικού κράτους, το οποίο περιλάμβανε τα περισσότερα από τα νησιά της Δωδεκανήσου και είχε να αντιμετωπίσει, εκτός από τα εσωτερικά του ζητήματα, τη διαρκή μουσουλμανική απειλή. Τα πανίσχυρα τείχη της πόλης αντιστάθηκαν ακόμα και στην πολιορκία του Μωάμεθ του Β' του Πορθητή, το 1480, η οποία κατέληξε στην ήττα της υπέρτερης αριθμητικά τουρκικής δύναμης.

Ορόσημο για την ιστορία της Ρόδου αποτελεί το έτος 1522, όταν ο Σουλεϊμάν ο Μεγαλοπρεπής κατόρθωσε, έπειτα από εξαντλητική για τον πληθυσμό πολιορκία, να συνθηκολογήσει με τους Ιππότες. Το ιπποτικό τάγμα υποχρέωθηκε να παραδώσει την πόλη στους Τούρκους, να εγκαταλείψει την έδρα του και να αποσυρθεί στη Μάλτα, αφήνοντας πίσω πλήθος μνημείων, ανεξίτηλα ίχνη της παρουσίας του στο νησί. Η περίοδος της Τουρκοκρατίας κράτησε ως το 1912 και την ακολούθησε η περίοδος της ιταλικής κατοχής (1912-1948). Μόλις το 1948 ενσωματώθηκε το νησί στο ελληνικό κράτος.

Το 1988, η Μεσαιωνική Πόλη αναγνωρίστηκε ως Πόλη Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς. Η Μεσαιωνική Πόλη είναι μείγμα διαφορετικών αρχιτεκτονικών από διάφορες ιστορικές περιόδους με δεσπόζουσα την περίοδο της παραμονής στο νησί του τάγματος των Ιπποτών του Αγίου Ιωάννη καθώς και αυτής των Οθωμανών. Σήμερα, αποτελεί ένα ζωντανό κομμάτι της σύγχρονης πόλης όπου αναπτύσσονται εμπορικές, τουριστικές και ψυχαγωγικές δραστηριότητες ενώ περιλαμβάνει και κατοικήσιμες περιοχές.

Ακρόπολη Ρόδου

Η ακρόπολη της Ρόδου δέσποζε στο δυτικό και ψηλότερο μέρος της πόλης. Δεν είχε οχυρωματικό χαρακτήρα όπως οι παλιές ακροπόλεις. Αποτελούσε μια μνημειακή ζώνη με Ιερά, μεγάλους ναούς, δημόσια κτίρια και υπόγειους χώρους λατρείας. Τα οικοδομήματα ήταν κτισμένα κλιμακωτά σε διαφορετικά επίπεδα, πάνω σε διαμορφωμένα πλατώματα που συγκροτούντο από δυνατούς αναλημματικούς τοίχους. Ήταν "πεδίων και αλσών μεστή" σύμφωνα με την περιγραφή του ρήτορα Αίλιου Αριστείδη (2ος αιώνας μ.Χ.).

Ακρόπολη Λίνδου

Στη νότια πλευρά της Ρόδου σε απόσταση 50 χλμ. από την πόλη βρίσκεται η Λίνδος. Η περίφημη Ακρόπολη της Λίνδου, και τα ερείπια του ναού της Λίνδιας Αθηνάς που ατενίζουν το πέλαγος, δεσπόζουν στην κορυφή του λόφου. Ενώ στις πλαγιές του είναι κτισμένος ο ομώνυμος οικισμός, που διατηρεί το χρώμα και την ατμόσφαιρα μιας άλλης εποχής. Τα παραδοσιακά σπίτια διακρίνονται από μια απόλυτη συμμετρία στους όγκους και στα υλικά τοιχοποιίας, δημιουργούν έναν οικισμό μοναδικό. Τα περίφημα αρχοντικά, τραβούν την προσοχή κάθε επισκέπτη. Μερικά από αυτά λειτουργούν σήμερα ως ενοικιαζόμενα δωμάτια, κάποια έχουν μετατραπεί σε εστιατόρια και καφετέριες, ενώ υπάρχουν και κάποια που πέρασαν από γενιά σε γενιά και στεγάζουν ακόμη τους απογόνους των ρομαντικών καπεταναίων.

Καζίνο

Η Ρόδος είναι από τους πιο κοσμοπολίτικους τουριστικούς προορισμούς στην Ελλάδα. Μάλιστα είναι από τις λίγες περιοχές στην Ελλάδα που διέθεταν τουρίστες πολύ πριν την έκρηξη του μαζικού τουρισμού. Αυτό δημιούργησε την ανάγκη παροχής υψηλού επιπέδου τουριστικών υπηρεσιών. Ήδη από την δεκαετία του 30 η Ιταλική διοίκηση βλέπει την ανάγκη αυτή. Έτσι χτίζεται το ξενοδοχείο Grande Albergo delle Rose. Στους χώρους του μάλιστα στεγάζεται και το πρώτο καζίνο. Τα επόμενα παραγμένα χρόνια το καζίνο παραμένει κλειστό η ανοίγει για σύντομα διαστήματα. Από το 1999 το καζίνο λειτουργεί κάτω από νέο ιδιοκτησιακό καθεστώς και με την σύγχρονη αδειοδότηση που έφερε επενδύσεις για ιδιωτικά καζίνο στην Ελλάδα.

Ιαλυσός

Η περιοχή της Ιαλυσίας καταλαμβάνει το βορειότερο τμήμα του νησιού. Είχε κατοικηθεί κατά την προϊστορική εποχή. Στο χωριό Τριάντα έχουν αποκαλυφθεί λείψανα μινωικού οικισμού ενώ μυκηναϊκά νεκροταφεία έχουν εντοπισθεί στους γύρω λόφους Μακριά Βουνάρα και Μόσχου Βουνάρα (1700-1400 π.Χ.)

Η αρχαία πόλη της Ιαλυσού εκτείνεται γύρω από το λόφο Φιλήρημο, όπου βρίσκεται η ακρόπολη με μνημεία της αρχαίας, βυζαντινής και ιπποτικής περιόδου. Ο ναός της Αθηνάς Πολιάδος χρονολογείται στον 3ο-2ο αιώνα π.Χ, αλλά κατέλαβε τη θέση παλαιότερου ναού της κλασικής εποχής, σύμφωνα με δάπεδο και πήλινα ακροκέραμα του 5ου αιώνα π.Χ. Σε επιγραφές του 3ου-2ου αιώνα π.Χ., εκτός από τη λατρεία της Αθηνάς Πολιάδος αναφέρεται και η λατρεία του Διός. Την παλαιοχριστιανική περίοδο (5ος-6ος αιώνας μ.Χ.) θεμελιώνεται επάνω στον αρχαίο ναό τρίκλιτη βασιλική με αίθριο, στο βόρειο κλίτος της οποίας θα κτιστεί το 10ο αιώνα μονόχωρη εκκλησία με τρούλο. Την περίοδο της Φραγκοκρατίας τη θέση αυτή καταλαμβάνουν μεσαιωνικό μοναστήρι και εκκλησία.

Κάμιρος

Η Κάμιρος, μαζί με τη Λίνδο και την Ιαλυσό, ήταν μία από τις τρεις πόλεις-κράτη, τις οποίες, σύμφωνα με τον Όμηρο, ίδρυσαν οι Δωριείς που εγκαταστάθηκαν στη Ρόδο. Στην Κάμιρο ανήκε το δυτικό και κεντρικό τμήμα του νησιού. Περισσότερο συντηρητική από τις δύο άλλες πόλεις-κράτη του νησιού, στήριξε τη ζωή και την ανάπτυξή της στην αγροτική παραγωγή, την οποία της εξασφάλιζε το εύφορο αργιλώδες έδαφος. Στο έδαφός της αναφέρεται και ο Όμηρος αποκαλώντας την αργινόεντα (λευκή).

Η Αρχαϊκή εποχή (680-480 π.Χ.) υπήρξε για την Κάμιρο, όπως και για τις άλλες πόλεις-κράτη του νησιού, περίοδος ακμής. Νέα νεκροταφεία κάνουν την εμφάνισή τους, από τα οποία τα σημαντικότερα, τόσο αυτή την περίοδο όσο και την κλασική, είναι τα Φικέλλουρα και το Μακρύ Λαγγόνι. Τα ευρήματα από τα νεκροταφεία και από τον αποθέτη της Αθηνάς μαρτυρούν ζωηρές εμπορικές σχέσεις της Καμίρου με την κυρίως Ελλάδα, τη Μικρά Ασία και τη Νοτιοανατολική Μεσόγειο, ενώ ακμαία, εκτός από την αγροτική παραγωγή, πρέπει να ήταν και η βιοτεχνική δραστηριότητα (ελεφαντόδοντο, χρυσοχοΐα, φαγεντιανή, μεταλλοτεχνία κ.α.). Κατά τον 6ο αι. π.Χ. η Κάμιρος, όπως και οι δύο άλλες πόλεις-κράτη, κόβει δικό της νόμισμα με σύμβολο το φύλλο συκής, ένα από τα αγροτικά της προϊόντα.

Στους κλασικούς χρόνους, η Κάμιρος, όπως και οι δύο άλλες πόλεις-κράτη του νησιού, συμμετέχει στην Α΄ Αθηναϊκή Συμμαχία. Το 412 π.Χ., κατά τη διάρκεια του Πελοποννησιακού πολέμου (431-404 π.Χ.), αποβιβάζεται στις ακτές της, μαζί με τον Σπαρτιατικό στόλο, ο Ιαλύσιος Δωριεύς, υιός του περίφημου ολυμπιονίκη Διαγόρα, και πείθει τον Ροδίους να ενωθούν σε ενιαίο κράτος. Στη νέα πρωτεύουσα του ροδιακού κράτους, την πόλη της Ρόδου, η οποία θα ιδρυθεί το 411 π.Χ. με συνοικισμό κατοίκων και από τις τρεις παλαιές πόλεις-κράτη, θα μεταφερθεί στο εξής το κέντρο της πολιτικής, οικονομικής και πολιτιστικής ζωής. Οι παλαιές πόλεις ωστόσο δεν έπαψαν να κατοικούνται, όπως έδειξε το παράδειγμα της Καμίρου, η οποία ανοικοδομήθηκε σε ευρεία έκταση μετά το μεγάλο σεισμό του 227/6 π.Χ. Επισκευές, κυρίως στην αγορά και στις οικίες, έγιναν και μετά το δεύτερο σεισμό γύρω στα μέσα του 2ου αι. μ.Χ., ενώ τα νεώτερα κτηριακά λείψανα χρονολογούνται στην ύστερη αρχαιότητα.

Λίνδος

Ο παράλιος οικισμός της Λίνδου βρίσκεται στη νοτιοανατολική πλευρά του νησιού και σε απόσταση 55 χιλ. από την πόλη της Ρόδου. Η αρχαία πόλη ήταν κτισμένη στη θέση του σημερινού χωριού, μεταξύ της ακρόπολης και του ακρωτηρίου Κράνα. Η Λίνδος είναι ο κυριότερος αρχαιολογικός χώρος της Ρόδου με κέντρο το βράχο της όπου δεσπόζει και η ακρόπολη της, και μια από τις πιο σημαντικές πόλεις του νησιού. Σύμφωνα με την παράδοση ιδρύθηκε από τις Δαναΐδες, τις 50 κόρες του επώνυμου ήρωα των Αργιών Δαναού, που έκτισαν στη Λίνδο ναό της Αθηνάς ερχόμενες στο νησί από την Αίγυπτο όπου ζούσαν. Ο ήρωας Δαναός είχε καταφύγει στην Αίγυπτο για να ξεφύγει από τη ζήλεια της θεάς Ήρας. Η περίοδος της μεγάλης ακμής της πόλης είναι η αρχαϊκή (7ος - 6ος αι. π.Χ.).

3.7. Μνημεία

Αμαράντειος Σχολή Ρόδου

Πρόκειται για ένα νεοκλασικό κτίσμα, ισόγειο με ημιυπόγειο, λιθόκτιστο με κεραμοσκεπή στέγη. Στο κέντρο της πρόσοψης μια μεγάλη εσοχή, σαν ανοικτός διάδρομος, ορίζεται από τέσσερις κίονες. Στην εσοχή αυτή διαμορφώνεται η κεντρική είσοδος του κτηρίου. Τα μορφολογικά στοιχεία των όψεων είναι: διακοσμητικές ταινίες, πεσσοί εντοιχισμένοι στην τοιχοποιία που περιβάλλουν τα παράθυρα κ.ά. Είναι κατασκευασμένο το 1911 μετά από δωρεά των Γ. και Δ. Αμάραντου.

Αρχοντικό Παυλίδη - Κτήριο Τεχνικού Επιμελητηρίου Ρόδου

Το αρχοντικό που στεγάζει το Τεχνικό Επιμελητήριο Ρόδου αποτελεί ένα από τα χαρακτηριστικότερα ροδίτικα νεοκλασικά κτίσματα. Οικοδομήθηκε ανάμεσα στα τέλη του 19ου και τις αρχές του 20ου αιώνα από τον ιατρό Παύλο Παυλίδη που καταγόταν από το Λιβίση της Μικράς Ασίας.

Το αξιόλογο αυτό κτήριο αποτελεί χαρακτηριστικό δείγμα νεοκλασικής αρχιτεκτονικής, με ισορροπία στη διάπλαση και αίσθημα αρμονίας και μεγαλοπρέπειας στον όγκο του. Το 1947 μετατράπηκε σε ανθοπωλείο και στη συνέχεια πάλι σε κατοικία. Αργότερα, λειτούργησε ως ιδιωτικό γυμνάσιο και δημοτικό και έπειτα έμεινε ακατοίκητο και εγκαταλελειμμένο. Σήμερα, μετά την πραγματοποίηση των απαιτούμενων επισκευών, στεγάζει τα γραφεία του Τεχνικού Επιμελητηρίου Ελλάδος-Τμήματος Δωδεκανήσου.

Βενετόκλειο Γυμνάσιο Ρόδου

ο Βενετόκλειο Γυμνάσιο βρίσκεται στην πόλη της Ρόδου, στην οδό Βενετοκλέων. Χτίστηκε το 1910, ύστερα από δωρεά των Μίνωα και Δημήτρη Βενετοκλή, στο μεγάλο κοινοτικό οικόπεδο που έφθανε ως την Αστική Σχολή και το Καζούλειο Παρθεναγωγείο.

Πρόκειται για νεοκλασικό ισόγειο κτήριο με ημιυπόγειο, λιθόκτιστο με κεραμοσκεπή στέγη. Στο κέντρο της πρόσοψης έξι μεγάλοι κίονες σχηματίζουν μια εσοχή όπου και βρίσκεται η κεντρική είσοδος του κτηρίου και δύο δευτερεύουσες. Μια επιβλητική σκάλα οδηγεί σε αυτήν την εσοχή και την κεντρική είσοδο. Άλλες δύο εισοδοί βρίσκονται στις πλαϊνές όψεις του κτίσματος.

Πλήθος μορφολογικών στοιχείων ζωγραφίζουν τις όψεις. Διακοσμητικές ταινίες διατρέχουν ολόγυρα το κτήριο, πεσσοί εντοιχισμένοι στην τοιχοποιία περιβάλλουν τα παράθυρα.

Το κτήριο διατηρείται σε καλή κατάσταση και στεγάζει σήμερα ένα από τα γυμνάσια και λύκεια της πόλης της Ρόδου.

Διοικητήριο Ρόδου

Ένα από τα σημαντικότερα κτήρια της Ιταλοκρατίας στη Ρόδο είναι το Διοικητήριο, όπου στεγάζεται σήμερα η Νομαρχία Δωδεκανήσου, στην παραλία Μανδρακίου, στην πόλη της Ρόδου. Χτίστηκε γύρω στο 1927 από τον αρχιτέκτονα Florestano Di Fausto, επικεφαλής αρχιτέκτονα του τότε διοικητή Mario Lago και δημιουργό πολλών σημαντικών δημοσίων κτηρίων, πολεοδομικών και αναστηλωτικών έργων κ.α.

Το Διοικητήριο είναι το καλύτερο σωζόμενο δείγμα εκλεκτισμού. Είναι ένα από τα αξιολογότερα Ιταλικά κτήρια των Δωδεκανήσων και καθότι βρίσκεται στην παραλία, αποτελεί μία από τις πρώτες εικόνες που έχει από την πόλη ο επισκέπτης που φθάνει από τη θάλασσα.

Εθνικό Θέατρο Ρόδου

Το Εθνικό Θέατρο Ρόδου κυριαρχεί με τον όγκο του στην Πλατεία Δημαρχείου και είναι μοναδικός συνδυασμός "διεθνούς στυλ" και "φασιστικού στυλ". Αποτελεί ένα από τα λαμπρότερα δείγματα κανναβικής τεχνολογίας (Finta pietra) και υαλοπλίνθων, σε ελληνικό έδαφος. Εντυπωσιακή είναι η σκηνή του με το μεγάλο βάθος και ύψος. Διαθέτει επίσης μεγάλη αίθουσα εξώστη, θεωρεία για επισήμους, φουαγιέ και μπαρ.

Κτίστηκε το 1937, από άγνωστο αρχιτέκτονα και ονομαζόταν "Teatro Ruccini". Το κτήριο στην εποχή του ήταν ένα από τα πιο σύγχρονα θέατρα, ικανό να φιλοξενεί ακόμα και όπερες (όπως και φιλοξένησε).

Ξενοδοχείο των Ρόδων

Το Ξενοδοχείο των Ρόδων έχει κτισθεί την εποχή της Ιταλοκρατίας στη Ρόδο. Έχει αρχιτεκτονικό και μορφολογικό ενδιαφέρον γιατί ο όγκος του διασπάται σε μικρότερους δίνοντας ποικιλία και κίνηση στη σύνθεση. Οι λιτές του γραμμές, τα τοξωτά ανοίγματα και ο κήπος του έχουν δεθεί αδιάσπαστα με την εικόνα της πόλης.

Το Ξενοδοχείο των Ρόδων έχει δύο αρχιτεκτονικές φάσεις:

-Στις αρχές της δεκαετίας του 1920, όταν σχεδιάστηκε, κτίστηκε σε μορφή ανατολίτικου εκλεκτικισμού από τον Ιταλό αρχιτέκτονα Michele Petracco.

- Με την επιβολή του φασισμού στην Ιταλία (1936) η κυρίαρχη αρχιτεκτονική ιδεολογία (Πιατσεντίνι) επηρεάζει τη μορφή του κτηρίου. Εξαφανίζονται τα ανατολίτικα στοιχεία (τόξα, θόλοι, αψίδες κ.τ.λ.) και το κτήριο παίρνει την σημερινή του μορφή.

Ξενοδοχειακό Συγκρότημα "Έλαφος και Ελαφίνα"

Στο κέντρο και προς τα δυτικά της νήσου Ρόδου βρίσκεται το ξενοδοχειακό συγκρότημα "Έλαφος και Ελαφίνα" ονομασία που οφείλει σε ένα είδος ελαφιού που ζει στα δάση της περιοχής., στην κορυφή του όρους του Προφήτη Ηλία.

Μορφολογικά, για λόγους προπαγανδιστικούς και επειδή το τοπίο δεν θυμίζει ελληνικό νησί, οι Ιταλοί προσπάθησαν να δώσουν στα κτήρια ένα αρχιτεκτονικό στυλ της Βόρειας Ευρώπης. Έτσι, δεν παρουσιάζουν καμία ομοιότητα με την Ροδίτικη ή την Ελληνική παραδοσιακή αρχιτεκτονική, αλλά αντιθέτως θυμίζουν chalet της Ελβετίας ή της Αυστρίας. Ξύλινα διακοσμητικά στοιχεία στολίζουν τις όψεις, κυλινδρικά γωνιακά μπαλκόνια με οξυκόρυφη στέγη και προστατευμένα με τζαμαρία, εμφανή λιθοδομή από ντόπιο λίθο στο ισόγειο και στο υπόγειο, ξύλινες κορνίζες στο γείσο της στέγης κ.α.

Είναι χαρακτηρισμένο ως ιστορικό διατηρητέο συγκρότημα μνημείων, ιδιαίτερος χρήσιμο για την μελέτη της ιταλικής αρχιτεκτονικής στα Δωδεκάνησα.

Συγκρότημα Ιαματικών Πηγών Καλλιθέας

Το σημαντικότερο αρχιτεκτονικό επίτευγμα στα Δωδεκάνησα κατά την διάρκεια της Ιταλοκρατίας είναι το συγκρότημα των Ιαματικών Πηγών της Καλλιθέας. Ο σχεδιασμός και η υλοποίηση του έργου πραγματοποιήθηκε την εποχή που διοικητής των Δωδεκανήσων ήταν ο Mario Lago (1924-1936). Αρχιτέκτονας του έργου ήταν ο Pietro Lombardi. Το συγκρότημα της Καλλιθέας είναι έργο συμβολικό, όχι μόνο γιατί χτίστηκε στην ίδια ακριβώς τοποθεσία που έγινε η απόβαση των πρώτων Ιταλικών δυνάμεων στο νησί (στην ανατολική πλευρά του νησιού και 10 χλμ. έξω από την πόλη), αλλά και γιατί συνδυάζει την φροντίδα για την υγεία, την αναψυχή, τον αλληλοσεβασμό ανθρώπου και φύσης, υποταγμένα στους κανόνες της Τέχνης.

Ταχυδρομείο Ρόδου

Το Ιταλικό κτήριο του Ταχυδρομείου της Ρόδου βρίσκεται στην Πλατεία Ελευθερίας. Μορφολογικά αποτελεί ένα εξαιρετο δείγμα αναγεννησιακού εκλεκτισμού και κανναβικής τεχνολογίας. Η πρόσοψή του χαρακτηρίζεται από πλήθος μορφολογικών στοιχείων, κατασκευασμένα από τοπικό πωρόλιθο. Έχει επιβλητική κεντρική είσοδο και συμμετρικά ανοίγματα.

Κτίσθηκε στα πρώτα χρόνια της Ιταλοκρατίας, γύρω στο 1926, από τον αρχιτέκτονα Florestano di Fausto και στέγαζε τα Ιταλικά Ταχυδρομεία (Palazzo delle Poste).

3.8. Περιοχές Φυσικού κάλλους

Το πάρκο του Ροδινού

Το πάρκο του Ροδινού είναι ένας επίγειος παράδεισος που βρίσκεται τρία χιλιόμετρα από την Πόλη της Ρόδου, κατά μήκος της λεωφόρου Ρόδου- Λίνδου. Πρόκειται για το αρχαιότερο πάρκο στον κόσμο και διακρίνεται για την πυκνή και ποικιλόμορφη βλάστησή του. Τα γεφυράκια, οι γεμάτες νούφαρα λιμνούλες και η τα υπέροχα μονοπάτια συνθέτουν το ειδυλλιακό τοπίο που συμπληρώνεται από σπάνια φυτά και έναν μικρό ζωολογικό κήπο. Τα παγόνια που φιλοξενεί ο κήπος κινούνται ελεύθερα στο πάρκο προσελκύνοντας την προσοχή των επισκεπτών.

Η Πηγή Φασούλι στην Ψίνθο

Βρίσκεται μέσα στον οικισμό του χωριού Ψίνθος, στο οποίο φθάνει κανείς οδικώς από την επαρχιακή οδό Ρόδου- Καλυθιών. Στον οικισμό Καλυθιών υπάρχει η διασταύρωση που οδηγεί στο χωριό Ψίνθος και στην Πηγή Φασούλι. Εκεί μπορεί να απολαύσει κανείς ένα φυσικό περιβάλλον γύρω από το χείμαρρο με πλούσια υδρόφιλη βλάστηση από ψηλά πλατάνια (*platanusorientalis*), μυρτιές (*myrtuscommunis*). Ένα μικρό φράγμα ενενήντα μέτρων ανάσχεσης της ροής σχηματίζει μία μικρή λίμνη η οποία φιλοξενεί το προστατευόμενο, μοναδικό στον κόσμο, ψαράκι Gizani. Οι πέτρινοι περίπατοι που κατασκευάστηκαν κατά μήκος του χειμάρρου καθιστούν επισκέψιμη ολόκληρη την περιοχή.

Η κοιλάδα των Πεταλούδων

Είναι ένας σπάνιος βιότοπος που φιλοξενεί την πεταλούδα *Panaxia Quadripunctaria* που κάνει την εμφάνισή της σε αυτό το μοναδικό φυσικό πάρκο στο διάστημα από τα μέσα Ιουνίου έως τα τέλη Σεπτεμβρίου. Κάποια από τα είδη που φιλοξενούνται στο πάρκο είναι ιδιαίτερα σπάνια και συναντώνται σε ελάχιστα μέρη σε ολόκληρο τον κόσμο. Απέχει δώδεκα χιλιόμετρα από την πόλη της Ρόδου κοντά στο χωριό Καλαμώνας. Διασχίζεται από το ποταμάκι Πελεκάνος. Ακολουθώντας τα ειδικά διαμορφωμένα μονοπάτια και τα ξύλινα γεφυράκια ανάμεσα στην απίστευτου κάλλους βλάστηση, τις λιμνούλες με τα νούφαρα, τους μικρούς καταρράκτες και τα γάργαρα νερά, απολαμβάνει ένα μοναδικό φυσικό φαινόμενο. Τα πέτρινα σκαλάκια που

συναντούν οι επισκέπτες της κοιλάδας οδηγούν στο Μοναστήρι της Παναγίας Καλόπετρας που χτίστηκε από τον Δημήτρη Υψηλάντη το 1782.

Στην είσοδο του μουσείου λειτουργεί το Μουσείο Φυσικής Ιστορίας της Ρόδου. Τα εκθέματα του μουσείου παρουσιάζονται σε προθήκες που αναπαριστούν τις συνθήκες του φυσικού περιβάλλοντος σύμφωνα με τις πλέον σύγχρονες μουσειολογικές αντιλήψεις. Στα εκθέματα περιλαμβάνονται ενδημικά και σπάνια είδη της ευρύτερης περιοχής της Κοιλάδας. Επίσης λειτουργεί εκκολαπτήριο- εκθετήριο πεταλούδων με ζωντανά εκθέματα, βιβλιοθήκη και ένα σύγχρονο εννοιολογικό και βοτανολογικό εργαστήριο.

Ο Προφήτης Ηλίας

Το όρος του Προφήτη Ηλία βρίσκεται σε υψόμετρο επτακοσίων μέτρων και πήρε το όνομά του από τη Μονή του Προφήτη Ηλία. Όταν οι Ιταλοί κατέλαβαν τα Δωδεκάνησα στις 5 Μαΐου 1912 ξεκίνησαν την ανοικοδόμηση του νησιού. Έτσι τη δεκαετία του 1930 δημιούργησαν στην Ελεούσα το χωριό Campo Ciaro και τα δύο μαγευτικά ξενοδοχεία «Έλαφος» το 1929 και «Ελαφίνα» το 1932 ή «Cervoe Cerna» στα ιταλικά με αρχιτεκτονική δυτικού Τυρόλου τύπου σαλέ. Τα ξενοδοχεία αυτά βελτιώθηκαν το 1950. Η περιοχή του Προφήτη Ηλία ήταν γεμάτη δάση όπου κατοικούσαν χιλιάδες ελάφια.

Οι Επτά Πηγές

Οι Επτά Πηγές είναι μια κοιλάδα με καθαρές πηγές, τεράστια πλατάνια και πεύκα. Βρίσκεται περίπου 27 χιλιόμετρα από την πόλη της Ρόδου στην ανατολική ακτή του νησιού. Τα νερά βγαίνουν από τις πηγές όλο το χρόνο και καταλήγουν σε μια μικρή λίμνη, κάνοντας την περιοχή ιδανική για περπάτημα σε ένα πανέμορφο τοπίο. Όλη αυτή η ομορφιά του τοπίου προσφέρει στον επισκέπτη μια ήρεμη και χαλαρωτική ατμόσφαιρα, με βρύσες, γεφύρια, ρυάκια, λουλούδια, πάπιες και παγώνια.

Το Πρασονήσι

Βρίσκεται στο νοτιότερο μέρος του νησιού, ενενήντα χιλιόμετρα από την πόλη της Ρόδου. Μικρή χερσόνησος το καλοκαίρι και νησίδα το χειμώνα, αποτελεί παράδεισο για τους surfers. Η δεξιά πλευρά του διακρίνεται για τα μεγάλα της κύματα και η αριστερή για την ηρεμία και την απομόνωσή της. Στην πλευρά των surfers υπάρχουν σημεία ενοικίασεως εξοπλισμού surfing και kites surfing. Η πεντακοσίων μέτρων λωρίδα που ενώνει το Πρασονήσι με τη Ρόδο ενδείκνυται για στιγμές χαλάρωσης.

3.9. Παραλίες

Παραλία Καλλιθέα

Στη νοτιοανατολική πλευρά του νησιού βρίσκονται μερικά από τα δημοφιλέστερα τουριστικά θέρετρα της Ρόδου. Τόσο οι παραθαλάσσιοι οικισμοί τους όσο και οι εκπληκτικές παραλίες τους, με την άρτια οργάνωσή τους, προσελκύουν το ενδιαφέρον των επισκεπτών του νησιού.

Μία απ' αυτές είναι η Καλλιθέα με τον πανέμορφο όρμο με τα φοινικόδεντρα και τις περίφημες Θέρμες Καλλιθέας, τις εγκαταστάσεις των ιαματικών λουτρών, που κτίστηκαν την περίοδο της ιταλικής κατοχής. Παρόλο που σήμερα δεν λειτουργούν, αποτελούν πάντα ένα από τα μέρη που κάθε επισκέπτης της Ρόδου πρέπει να δει. Ο παραλιακός δρόμος οδηγεί στο φημισμένο Φαληράκι. Τα κοσμοπολίτικο θέρετρο του νησιού με τη διεθνή φήμη. Εδώ, τις εντυπώσεις κερδίζει η εκτεταμένη αμμουδιά του. Είναι μια από τις μεγαλύτερες και καλύτερα οργανωμένες παραλίες της Ελλάδας. Θαλάσσια και extreme σπορ, water park, διάσημα club και χιλιάδες ξένοι τουρίστες που κατακλύζουν την καλοκαιρινή περίοδο την περιοχή.

Παραλία Έλλη

Η παραλία Έλλη, είναι μία από τις πιο δημοφιλείς παραλίες στη Ρόδο και βρίσκεται στο πιο βόρειο άκρο της πόλης της Ρόδου και του νησιού. Η παραλία έχει μήκος περίπου 400 μέτρα, πλάτος 35 μέτρα και καθημερινά προσελκύει εκατοντάδες ντόπιους και τουρίστες. Πρόκειται για μια αμμώδη παραλία με λίγα ψιλά βότσαλα στην άκρη της θάλασσας και πεντακάθαρη και συνήθως ήρεμη θάλασσα. Η παραλία της Έλλης είναι πλήρως οργανωμένη με πολλές τουριστικές εγκαταστάσεις όπως ομπρέλες, ξαπλώστρες, θαλάσσια σπορ, γήπεδα beach volley και έναν μικρό βατήρα μέσα στη θάλασσα. Η πρόσβαση στην παραλία είναι πολύ εύκολη με τα πόδια ή το λεωφορείο, καθώς απέχει μόλις μερικές εκατοντάδες μέτρα μακριά από το κέντρο της πόλης Ρόδου.

Παραλία Ιξιά

Η παραλία της Ιξιάς βρίσκεται μπροστά στο ομώνυμο τουριστικό θέρετρο, σε απόσταση περίπου 5 χιλιομέτρων από την πόλη της Ρόδου. Πρόκειται για μια σειρά από μικρότερες παραλίες με άμμο και βότσαλα οι περισσότερες των οποίων είναι οργανωμένες με πολλές τουριστικές εγκαταστάσεις. Η Ιξιά είναι το αγαπημένο μέρος των windsurfers αλλά και των οπαδών άλλων θαλάσσιων σπορ, έχοντας στην περιοχή, δύο κέντρα ενοικίασης θαλάσσιων σπορ.

Παραλία Φαληράκι

Το Φαληράκι είναι ένα από τις πιο όμορφες και δημοφιλείς παραλίες του νησιού της Ρόδου. Βρίσκεται στο βορειοανατολικό τμήμα της Ρόδου, περίπου 14 χιλιόμετρα από την πόλη της Ρόδου και περίπου 10 χιλιόμετρα από το αεροδρόμιο. Η παραλία είναι μεγαλύτερη από 5 χιλιόμετρα πλάτος και άρτια οργανωμένη με πεντακάθαρη θάλασσα. Στο Φαληράκι επίσης, είναι το πολύ διάσημο πάρκο του νερού, το οποίο σήμερα είναι το μεγαλύτερο σε ολόκληρη την Ευρώπη.

Παραλία Τσαμπίκα

Η Τσαμπίκα είναι μία από τις πιο όμορφες παραλίες της Ρόδου, βρίσκεται 26 χιλιόμετρα νοτιοανατολικά της πόλης της Ρόδου, στην ανατολική ακτή του νησιού. Είναι μια μεγάλη οργανωμένη παραλία, με λεπτή, χρυσή άμμο και κρυστάλλινα νερά. Πάνω στην κορυφή του λόφου βρίσκεται το μοναστήρι της Παναγίας της Τσαμπίκας, από την οποία η παραλία έχει πάρει το όνομά της.

Παραλία Αγίος Παύλος - Λίνδος

Στους πρόποδες της Ακρόπολης και περίπου 56 χιλιόμετρα από την πόλη της Ρόδου, βρίσκεται ο κόλπος του Αγίου Παύλου, όπου είναι η δεύτερη παραλία της Λίνδου. Ο Άγιος Παύλος είναι μια μικρή παραλία με άμμο, βότσαλα και βράχια, έχει ρηχά κρυστάλλινα νερά και υπέροχη θέα στην Ακρόπολη της Λίνδου.

Παραλία Πρασονήσι

Το Πρασονήσι βρίσκεται στο νοτιότερο μέρος της Ρόδου, περίπου 95 χιλιόμετρα από την πόλη της Ρόδου. Κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, είναι μια μικρή χερσόνησος, ενώ το χειμώνα γίνεται ένα μικρό νησάκι. Αυτό γίνεται λόγω του γεγονότος ότι το νησάκι συνδέεται με το υπόλοιπο νησί με μια στενή λωρίδα άμμου που κατά τη διάρκεια του χειμώνα καλύπτεται εντελώς από τα μεγάλα κύματα της θάλασσας. Το Πρασονήσι είναι ο παράδεισος για τους λάτρεις της ιστιοσανίδας, ιδιαίτερα κατά τους μήνες του Ιουλίου και του Αυγούστου, όταν πνέουν οι βόρειοι άνεμοι, «μελτέμια»

3.10. Κάστρα

Το κάστρο της Αρχαγγέλου

Βρίσκεται σε υψόμετρο διακοσίων μέτρων από την επιφάνεια της θάλασσας στη θέση Κεραμί και είκοσι επτά χιλιόμετρα νότια της πόλης της Ρόδου, σε μικρή απόσταση από

την ακτή. Είναι κτισμένο πάνω σε ένα φυσικό βράχο, ύψους διακοσίων δεκαεπτά μέτρων, ανατολικά του χωριού Αρχαγγέλου και έχει σχήμα ελλειψοειδές.

Όπως αναφέρεται στο ιπποτικό διάταγμα χτίστηκε το 15ο αιώνα από το Μεγάλο Μάγιστρο Ντεμιλί ώστε να προστατεύει αποτελεσματικά τους Αρχαγγελίτες από κάθε κίνδυνο. Τα πιο πρώιμα ευρήματα ανάγονται στο 1.100 π.Χ. Σήμερα αποτελεί μνημείο και αναπαλαιώνεται.

Το κάστρο της Μονολίθου

Βρίσκεται στην κορυφή ενός τεράστιου μοναχικού βράχου που υψώνεται απόκρημνος κοντά στην ακτή.

Κτίστηκε τον 14ο αιώνα από τους Ιωαννίτες Ιππότες προκειμένου να έχουν τον έλεγχο της θάλασσας και να προστατεύουν τους κατοίκους από τις πειρατικές επιδρομές. Η θέα από το κάστρο είναι μαγευτική.

Μέσα στο κάστρο διασώζονται δεξαμενές και το μισοερειπωμένο άσπρο εκκλησάκι του Αγίου Παντελεήμονα.

Το μεσαιωνικό κάστρο της Κρητηνίας

Βρίσκεται δύο χιλιόμετρα βορειοδυτικά από το χωριό Κρητηνία και πενήντα πέντε χιλιόμετρα από την πόλη της Ρόδου.

Είναι ένα μείγμα Βυζαντινής και Μεσαιωνικής τεχνοτροπίας και είναι γνωστό και ως Κάστελλος.

Στο εσωτερικό του υπάρχουν τα ερείπια της καθολικής εκκλησίας του Αγίου Παύλου καθώς και νεότερα κτίσματα αφού το κάστρο χρησιμοποιήθηκε επί Ιταλοκρατίας σας Ναύσταθμος.

Το ιπποτικό κάστρο του Ασκληπειού

Βρίσκεται πάνω σε έναν λόφο διακοσίων πενήντα μέτρων στην περιοχή του χωριού Ασκληπειό. Κατασκευάστηκε το 15ο αιώνα σε δύο φάσεις: στην πρώτη οχυρώθηκε ο τετράγωνος πύργος και στη δεύτερη επισκευάστηκε ο πύργος της βορειοδυτικής γωνίας.

Το κάστρο οικοδομήθηκε για να προστατεύσει τον οικισμό του χωριού, καθώς η θέση του επέτρεπε την εποπτεία μεγάλου τμήματος της ακτογραμμής και των δρόμων της ενδοχώρας. Γύρω από αυτό υπάρχει εξωτερικό περιμετρικό τείχος πάχους 1.30- 1.50

μέτρων. Στο εσωτερικό της οχύρωσης υπάρχουν δύο κιστέρνες και κατάλοιπα αδιάγνωστων οικοδομημάτων.

3.11. Δρομολόγια

Η πρόσβαση στο νησί της Ρόδου πραγματοποιείται είτε ακτοπλοϊκώς ή αεροπορικώς. Καθημερινά εκτελούνται δρομολόγια πλοίων από τον Πειραιά στην Ρόδο, κάνοντας ενδιάμεσες στάσεις στα νησιά της Πάτμου, Λέρου, Καλύμνου και Κω, με το ταξίδι να διαρκεί περίπου 12 ώρες. Υπάρχουν επίσης ακτοπλοϊκές συνδέσεις με άλλα νησιά του συμπλέγματος των Δωδεκανήσων αλλά και την Κρήτη. Εναλλακτικά, διατίθεται καθημερινή απευθείας αεροπορική σύνδεση με προγραμματισμένες πτήσεις από Αθήνα για Ρόδο και διάρκεια περίπου 40 λεπτών.

Οι πτήσεις εκτελούνται από τις Ολυμπιακές Αερογραμμές και την Aegean Airlines. Από την Ρόδο εκτελούνται επίσης πτήσεις προς Κω, Κάρπαθο, Καστελλόριζο, Μύκονο, Σαντορίνη, Ηράκλειο Κρήτης και Θεσσαλονίκη. Όσον αφορά τις μετακινήσεις στο νησί, η υπεραστική συγκοινωνία της Ρόδου είναι αρκετά καλή με καθημερινά δρομολόγια, αυξημένης συχνότητας κατά την τουριστική περίοδο. Για μετακινήσεις εντός πόλεως, διατίθενται αστικά λεωφορεία του ΚΤΕΛ.

3.12. Ρόδος και Τουρισμός

Το νησί μπήκε στο χάρτη της τουριστικής βιομηχανίας δυναμικά κατά τη δεκαετία του 1960 και έκτοτε παραμένει ένα από τα σπουδαιότερα κοσμοπολίτικα τουριστικά κέντρα της Ευρώπης.

Η οικονομία της Ρόδου βασίζεται κατά κύριο λόγο στον τουρισμό με μερικές από τις καλύτερα οργανωμένες μονάδες να φιλοξενούνται κατά μήκος των ακτών της που θεωρούνται από τις καλύτερες στη Μεσόγειο. Εκτός από την ηπιότητα του κλίματος την ομορφιά του φυσικού περιβάλλοντος και τις θαυμάσιες παραλίες της η Ρόδος έχει να επιδείξει μεγάλο μνημειακό πλούτο όπως ήδη διαπιστώσαμε.

Σε αυτό το σημείο πρέπει να επισημανθεί ότι η Ρόδος έχει μεγάλη ιστορία στον αθλητισμό. Ήδη την πρώτη Ολυμπιάδα της αρχαιότητας διακρίθηκαν πολλοί Ρόδιοι αθλητές όπως ο ξακουστός Ολυμπιονίκης Διαγόρας και πολλά μέλη της οικογένειάς του όπως και ο Λεωνίδας ο Ρόδιος.

Η Ρόδος έχει σήμερα την υποδομή και την τεχνογνωσία να φιλοξενήσει και να υποστηρίξει μεγάλες αθλητικές διοργανώσεις αλλά και την προετοιμασία- προπόνηση ομάδων και μεμονωμένων αθλητών κάθε κατηγορίας σε πολλά αθλήματα, καθώς διαθέτει πλέον σύγχρονο στίβο 400 μέτρων και 8 διαδρόμων, σύγχρονα σκάφη ιστιοπλοΐας ολυμπιακών κατηγοριών, laser, κλειστά γυμναστήρια με ξύλινο δάπεδο, γήπεδα τένις με δάπεδο green set, εγκατάσταση τοξοβολίας με σύγχρονο εξοπλισμό συμπεριλαμβανομένου και χρονομέτρου τοξοβολίας, γήπεδα ποδοσφαίρου με φυσικό ή πλαστικό τάπητα, εξοπλισμό επιτραπέζιας αντισφαίρισης, σύγχρονο σκοπευτήριο αεροβόλων πηλίνων στόχων και άλλα καθώς και την τεχνογνωσία στη διοργάνωση μεγάλων εκδηλώσεων.

Εάν προστεθούν σε αυτό οι ιδανικές καιρικές συνθήκες, το ειδυλλιακό φυσικό περιβάλλον, η ιστορία και ο πολιτισμός του νησιού καθώς και το υψηλό επίπεδο φιλοξενίας με τις άριστες ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις, είναι αυτονόητο ότι η Ρόδος είναι ο ιδανικός τόπος για να φιλοξενήσει μεγάλες αθλητικές διοργανώσεις, αλλά και τη προετοιμασία και προπόνηση αθλητικών ομάδων και αθλητών.

3.13. Τουριστικές εγκαταστάσεις²⁸

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

Από την ίδρυση της μέχρι σήμερα η Ένωση Ξενοδόχων Ρόδου δεν περιορίστηκε μόνο στην επίλυση επαγγελματικών προβλημάτων των μελών της, αν και αυτός είναι ο κύριος ρόλος της, αλλά προχώρησε ένα βήμα πιο πέρα παίζοντας έναν πολύ

²⁸ Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας www.grhotels.gr

σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του τουρισμού στην Ρόδο, ειδικά την δεκαετία του 60' όταν η ξενοδοχειακή και τουριστική ανάπτυξη του νησιού άρχισε να ανθεί

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

3.14. SWOT analysis ^{29 30}

Η ανάλυση SWOT είναι ένα εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού το οποίο χρησιμοποιείται για την ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος μίας επιχείρησης, οργανισμού ή περιοχής όταν η αυτή πρέπει να λάβει μία απόφαση σε σχέση με τους στόχους που έχει θέσει ή με σκοπό την επίτευξή τους.

Κατά την ανάλυση SWOT μελετώνται τα δυνατά (Strengths) και αδύνατα (Weaknesses) σημεία καθώς και οι ευκαιρίες (Opportunities) και οι απειλές (Threats) που υπάρχουν.

Τα δυνατά και αδύνατα σημεία αφορούν το εσωτερικό περιβάλλον της περιοχής καθώς προκύπτουν από τους εσωτερικούς πόρους που αυτή κατέχει.

²⁹ Ινστιτούτο Περιφερειακής Ανάπτυξης, 2008, Μελέτη Στρατηγικού Σχεδίου Ανάπτυξης του Δήμου Ροδίων, Δήμος Ροδίων 2008

³⁰ Κόνσολας Ν, Παπαδασκαλόπουλος Α., Χριστοφάκης Μ., Στρατηγικός σχεδιασμός και τοπική ανάπτυξη: Στρατηγικό σχέδιο ανάπτυξης δήμου Ρόδου, Δήμος Ροδίων 2005

Αντιθέτως οι ευκαιρίες και οι απειλές αντανακλούν μεταβλητές του εξωτερικού περιβάλλοντος οι οποίες θα πρέπει να εντοπιστούν, να προσαρμοστεί σε αυτές ή ακόμα και να τις προσαρμόσει όπου κάτι τέτοιο είναι εφικτό

Σκοπός της ανάλυσης SWOT είναι να εντοπιστεί το συγκριτικό μας πλεονέκτημα σε σχέση με τον ανταγωνισμό καθώς και η προσπάθεια να το διατηρήσουμε (strengths), να βρεθεί και στη συνέχεια να διορθωθεί το συγκριτικό μας μειονέκτημα (weaknesses), να εκμεταλλευτούν οι τωρινές ευκαιρίες της αγοράς καθώς και αυτές που θα προκύψουν (opportunities) και τέλος να μειωθούν οι συνέπειες των τωρινών και μελλοντικών απειλών της αγοράς (threats).

Η παρουσίαση της ανάλυσης SWOT γίνεται παρακάτω σε κατηγορίες, οι οποίες αναφέρονται στα γεωγραφικά χαρακτηριστικά, στο περιβάλλον, στη δημόσια διοίκηση, στις μεταφορές, στον τουρισμό και τον πολιτισμό και στο λοιπό παραγωγικό δυναμικό, συμπεριλαμβανομένων και των ανθρώπινων πόρων.

Γεωγραφικά χαρακτηριστικά

Ισχυρά σημεία

- Γεωγραφική θέση: Τοποθετημένη στο σταυροδρόμι δυο μεγάλων θαλάσσιων διαδρομών της Μεσογείου, ανάμεσα στο Αιγαίο πέλαγος και των ακτών της Μέσης Ανατολής όπως είναι η Κύπρος και η Αίγυπτος αποτελεί σημείο συνάντησης τριών πολιτισμών. Επίσης διατηρεί το νησιωτικό της χαρακτήρα, διαθέτοντας πολλά χιλιόμετρα ακτογραμμής.
- Γεωμορφολογική ιδιαιτερότητα
- Εγγύτητα στην Τουρκία και στη Μέση Ανατολή

Αδύνατα σημεία

- Απόσταση από την ηπειρωτική χώρα και τις μεγάλες αγορές της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Ευκαιρίες

- Ιδιαίτερα αυξημένη επιβατική κίνηση στην ευρύτερη περιοχή της Ανατ. Μεσογείου, με την ανάπτυξη κυρίως του τουρισμού κρουαζιέρας. Η Ρόδος αποτελεί πέρασμα ενός μεγάλου αριθμού κρουαζιέρων

- Δυνατότητες διαπεριφερειακής και διασυνοριακής συνεργασίας με Τουρκία και λοιπές χώρες της Μέσης Ανατολής.
- Άνοιγμα νέων αγορών. Τα τελευταία χρόνια πέρα από τις παραδοσιακές αγορές (Μεγάλη Βρετανία, Γερμανία κτλ) έχουν δημιουργηθεί νέες αγορές όπως οι χώρες της Ανατολικής Ευρώπης, η Ρωσία οι οποίες μοιάζουν να είναι πολύ προσοδοφόρες

Απειλές

- Αδυναμία επίλυσης του μεταφορικού προβλήματος και της απομόνωσης.
- Δυσμενείς πολιτικές συγκυρίες στην ευρύτερη περιοχή (σχέσεις με Τουρκία)

Περιβάλλον

Ισχυρά σημεία

- Υψηλή ποιότητα φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος. Η Ρόδος διαθέτει μοναδικό φυσικό περιβάλλον (μεγάλος αριθμός προστατευόμενων περιοχών και περιοχών φυσικού κάλους) και πλούσιο ανθρωπογενές περιβάλλον (παγκόσμιας φήμης και σπουδαιότητας αρχαιολογικά μνημεία , ήθη, έθιμα, παραδόσεις, φιλόξενη ατμόσφαιρα)
- Μεσογειακό κλίμα: Διαθέτει άριστο κλίμα, απ τα υψηλότερα ποσοστά ηλιοφάνειας στην Ευρώπη (δεν είναι τυχαία η ονομασία 'Το Νησί του Ήλιου') με καλοκαίρι που ξεκινά από τον Απρίλιο και φτάνει μέχρι τον Οκτώβριο ενώ ο χειμώνας είναι ιδιαίτερα ήπιος.
- Ευνοϊκό φυσικό περιβάλλον για ανάπτυξη εναλλακτικών ενεργειακών πηγών (ηλιακή, αιολική ενέργεια)

Αδύνατα σημεία

- Ρύπανση και υψηλό επίπεδο οχλήσεων από την αυξημένη κυκλοφοριακή κίνηση, ιδιαίτερα κατά τους θερινούς μήνες

Ευκαιρίες

- Χρήση νέων μεθόδων διαχείρισης υδάτινων πόρων
- Χρήση νέων τεχνολογιών. Μέσω των νέων τεχνολογιών στον τομέα του τουρισμού (e-booking κτλ) δίνεται η δυνατότητα να μειωθεί η εξάρτηση των

ξενοδόχων και του τουρισμού γενικότερα από τους Tour Operators του εξωτερικού.

- Διεύρυνση της χρήσης ανανεώσιμων πηγών ενέργειας
- Εφαρμογή θεσμικού πλαισίου χρήσεων γης
- Διακρατική συνεργασία στη Μεσόγειο σε τομείς έρευνας και περιβάλλοντος

Απειλές

- Κλιματολογικές αλλαγές (άνοδος στάθμης θαλασσών-ξηρασία)
- Σεισμοί – κατολισθήσεις - πυρκαγιές - πλημμύρες - διάβρωση εδάφους. Μειώνουν τα έσοδα και κυρίως καταστρέφουν την καλή εικόνα της Ρόδου ως τουριστικού προορισμού.
- Έλλειψη χωροταξικού σχεδιασμού. Ευνοεί την αυθαιρεσία και την αισθητική υποβάθμιση που συνθέτουν την σημερινή εικόνα του οικιστικού περιβάλλοντος των περιοχών της Ρόδου

Δημόσια Διοίκηση

Ισχυρά σημεία

- Ικανοποιητική κάλυψη σε διοικητικές υποδομές, λόγω της θέσης της πόλης ως Πρωτεύουσας Νομού
- Ύπαρξη πιστοποιημένων φορέων για κατάρτιση – μετεκπαίδευση εργαζομένων

Αδύνατα σημεία

- Δυσλειτουργίες διοικητικών μηχανισμών (αδειοδοτήσεων, ελέγχου κλπ.)
- Ελλείψεις σε σύγχρονο τεχνολογικό εξοπλισμό
- Χαμηλός βαθμός αποκέντρωσης
- Μείωση πόρων την περίοδο 2007-2013

Ευκαιρίες

- Αναδιοργάνωση υπηρεσιών Δήμων
- Θεσμικές αλλαγές – αποκέντρωση αρμοδιοτήτων στους ΟΤΑ
- Διεύρυνση εφαρμογών νέων τεχνολογιών και μεθόδων διοίκησης

Απειλές

- Δυσχέρεια προσαρμογής σε νέες μεθόδους διοίκησης και χρήσης νέων τεχνολογιών

Μεταφορές

Ισχυρά σημεία

- Σημαντικός συγκοινωνιακός κόμβος: λιμένας - αεροδρόμιο
- Βελτιωμένες μεταφορικές υποδομές προς την ενδοχώρα και άλλα νησιά
- Θέση ως προς τους Θαλάσσιους Διαδρόμους Μεταφορών των Διευρωπαϊκών Δικτύων

Αδύνατα σημεία:

- Ανεπάρκεια οργάνωσης των ακτοπλοϊκών και αεροπορικών συνδέσεων και υψηλό κόστος μεταφορών
- Έλλειψη οργάνωσης και εξοπλισμού χερσαίας ζώνης λιμένων
- Προβλήματα κυκλοφορίας – ρύπανσης – στάθμευσης

Ευκαιρίες:

- Αναθεώρηση θεσμικού πλαισίου ακτοπλοϊκών συγκοινωνιών
- Αναδιοργάνωση συστήματος μεταφορικών συνδέσεων
- Αξιοποίηση των συνδυασμένων μεταφορών
- Αξιοποίηση Θαλάσσιων Διαδρόμων των Διευρωπαϊκών Δικτύων Μεταφορών

Απειλές

- Μειωμένος ανταγωνισμός στις αεροπορικές συνδέσεις – αύξηση τιμών

Τουρισμός – Πολιτισμός

Ισχυρά σημεία

- Παγκόσμια αναγνωρισιμότητα ως τουριστικός προορισμός Το τρίπτυχο ήλιος, θάλασσα, άμμος (γνωστό και ως 3S δηλαδή sun, sea, sand) βρίσκει απόλυτη εφαρμογή στο νησί της Ρόδου και αποτελεί ένας από τους βασικότερους λόγους που κατέχει πρωτεύουσα θέση στον τομέα του μαζικού τουριστικού προορισμού.
- Ιδιαίτεροι τουριστικοί πόροι – εναλλακτικές μορφές τουρισμού
- Ύπαρξη σημαντικών πολιτιστικών πόρων εθνικής και διεθνούς εμβέλειας (αρχαιολογικοί χώροι, μουσεία, μνημεία και στοιχεία αστικής κληρονομιάς)
- Επαρκής ξενοδοχειακή υποδομή : Η Ρόδος διαθέτει υψηλής ποιότητας και ποικιλία ξενοδοχείων και καταλυμάτων για τουρίστες όλων των κοινωνικών και

οικονομικών τάξεων γνωστά για το πολύ καλό επίπεδο υπηρεσιών που προσφέρουν.

- Λειτουργία Σχολών Τουριστικής Εκπαίδευσης

Αδύνατα σημεία

- Χωρική υπερσυγκέντρωση της τουριστικής κίνησης και δραστηριότητας
Παρατηρείται συγκέντρωση τουριστικών και υποστηρικτικών υποδομών σε παραθαλάσσιες κυρίως περιοχές. Έτσι παρατηρούνται περιορισμοί ανάπτυξης της ενδοχώρας.
- Εποχικότητα τουρισμού (και εποχική ανεργία). Η Ρόδος όπως και άλλοι Μεσογειακοί ταξιδιωτικοί προορισμοί αντιμετωπίζουν έντονα το πρόβλημα της εποχικότητας δηλαδή πρόβλημα στην επιμήκυνση του τουριστικού προϊόντος της. Αυτό οφείλεται στον μαζικό τουρισμό του ήλιου και της θάλασσας που περιορίζεται σε ένα διάστημα 7 μηνών περίπου τον χρόνο (Απρίλη με Οκτώβρη) , στο γεγονός ότι δεν αξιοποιούνται επαρκώς συγκρητικά πλεονεκτήματα του νησιού ικανά να απορροφήσουν τουρισμό όλη την διάρκεια του έτους και όχι μόνο το διάστημα το 7 μηνών όπως προαναφέρθηκε (όπως για παράδειγμα θρησκευτικός τουρισμός, αθλητικός τουρισμός κτλ) καθώς επίσης και στην έλλειψη υποδομών θεματικού τουρισμού.
- Περιορισμένη αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων και των καινοτομικών δράσεων προβολής και ανάδειξής τους
- Βαθμός εξάρτησης από τους μεγάλους Tour Operators του εξωτερικού. Το τουριστικό προϊόν της Ρόδου εξαρτάται σε πολύ μεγάλο βαθμό από τις εκάστοτε αποφάσεις των τουριστικών γραφείων του εξωτερικού. Αυτό οφείλεται στην έλλειψη στρατηγικού σχεδιασμού και προγραμματισμού , στην έλλειψη κεντρικής τουριστικής πολιτικής και στην εξάρτηση από τις πτήσεις charters οι οποίες ελέγχονται αποκλειστικά από Tour Operators
- Ανεπαρκής διασύνδεση τουρισμού με λοιπούς τομείς της οικονομίας (πρωτογενής τομέας, μεταποίηση)
- Χαμηλή ποιότητα ξενοδοχειακών κλινών και σχετικών υπηρεσιών

Ευκαιρίες

- Αξιοποίηση του πολιτισμού ως μοχλού αναγέννησης και περαιτέρω ανάπτυξης της πόλης
- Προσέλκυση επενδύσεων σε υποδομές ειδικών μορφών τουρισμού (συνεδριακός, πολιτιστικός, θαλάσσιος κλπ) Τα τελευταία χρόνια παρατηρούνται τάσεις ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού οι οποίες

αν αξιοποιηθούν κατάλληλα θα συμβάλουν στην ανάπτυξη αναξιοποίητων περιοχών και εγκαταστάσεων του νησιού μειώνοντας έτσι το πρόβλημα της εποχικότητας.

- Αξιοποίηση της γενικότερης τάσης ανόδου του ελληνικού τουρισμού
- Αξιοποίηση των νέων εξειδικευμένων πολιτικών της ΕΕ για τα αστικά κέντρα.
- Ίδρυση Διεθνούς Πανεπιστημίου
- Αξιοποίηση αρχιτεκτονικών συνόλων του κέντρου της πόλης

Απειλές

- Ανταγωνιστικοί τουριστικοί προορισμοί στην Ευρώπη και τη Μεσόγειο - Άνοδος του ευρώ σε σχέση με το δολάριο. Ο διεθνής ανταγωνισμός ολοένα και αυξάνεται και προέρχεται από τις αναπτυσσόμενες χώρες που προσφέρουν πολύ υψηλό επίπεδο τουριστικού προϊόντος , από τους ανερχόμενους τουριστικούς προορισμούς που διαθέτουν παρθένο φυσικό περιβάλλον και από άλλους προορισμούς της Μεσογείου οι οποίοι διαθέτουν παρόμοιο τουριστικό προφίλ αλλά με υψηλότερη ποιότητα υποδομών και υπηρεσιών.
- Επικράτηση μοντέλου «All Inclusive» και κορεσμός . Το μοντέλο All Inclusive έχει πλήξει ιδιαίτερα τις τουριστικές επιχειρήσεις πέρα των ξενοδοχείων (εστιατόρια, καφετέριες κτλ)
- Ανεπαρκής τουριστική προβολή
- Εγκατάλειψη παραδοσιακών κλάδων, τεχνών, δρώμενων, γαστρονομικών συνηθειών κλπ.
- Περαιτέρω επιβάρυνση της τουριστικά κορεσμένης περιοχής της πόλης

Παραγωγικό δυναμικό

Ισχυρά σημεία

- Πληθυσμιακή αύξηση τα τελευταία χρόνια και ευνοϊκή σύνθεση του πληθυσμού (μεγάλο ποσοστό παιδικού πληθυσμού και πληθυσμού εργάσιμης ηλικίας)
- Υψηλό ποσοστό οικονομικά ενεργών ατόμων και απασχολουμένων
- Τάση επιχειρηματικότητας του γηγενούς δυναμικού. Υπάρχει το κατάλληλο υπόβαθρο για την επίτευξη μιας προγραμματισμένης και καλά στοχευμένης τουριστικής ανάπτυξης
- Εγγύτητα στην αγορά της Τουρκίας
- Ιστορική παράδοση στην εξωστρέφεια

- Λειτουργία ακαδημαϊκών και ερευνητικών μονάδων στο πλαίσιο του Πανεπιστημίου Αιγαίου και της ΑΣΤΕΡ
- Διαθέσιμο επιστημονικό και επιχειρηματικό δυναμικό
- Δυνατότητα προσέλκυσης ξένων επιχειρήσεων (καινοτομίας, νέας και υψηλής τεχνολογίας, υπηρεσιών), λόγω των κλιματολογικών συνθηκών και του φυσικού περιβάλλοντος

Αδύνατα σημεία

- Μονοειδίκευση, λόγω τουρισμού και απουσία διαφοροποίησης της τοπικής οικονομίας
- Συρρίκνωση πρωτογενούς τομέα και αδυναμία παραγωγικής διαφοροποίησης του τομέα
- Ισχνός δευτερογενής τομέας και απουσία σύνδεσης με τον πρωτογενή τομέα
- Μικρή τοπική αγορά - Αδυναμία εκμετάλλευσης οικονομιών κλίμακας
- Διακυμάνσεις της ανεργίας. (υψηλότερη τον χειμώνα, σαφώς μικρότερη το καλοκαίρι).
- Χαμηλή εκμετάλλευση των δυνατοτήτων της πληροφορικής & επικοινωνιών και ελλιπής πληροφόρηση
- Έλλειψη κινήτρων και θεσμικού πλαισίου για συνεργασίες και δικτυώσεις (clustering)

Ευκαιρίες

- Αξιοποίηση των μέσων και ευκαιριών που παρέχονται από τις νέες τεχνολογίες της επικοινωνίας
- Αναθεώρηση επενδυτικών κινήτρων
- Αξιοποίηση της ζήτησης προϊόντων με ονομασία προέλευσης
- Εφαρμογές πληροφορικής (Εξοικείωση στη χρήση τηλεκατάρτισης, τηλεεκπαίδευσης και τηλεεργασίας)
- Κίνητρα για την προσέλκυση γυναικών στην αγορά εργασίας
- Κοινωνική ενσωμάτωση μεταναστών
- Αξιοποίηση των δυνατοτήτων του Πανεπιστημίου Αιγαίου, για τη σύνδεση της έρευνας με την παραγωγή
- Αξιοποίηση διαθέσιμων πόρων για έρευνα και τεχνολογία

- Αξιοποίηση νέων επιστημόνων και προσωπικοτήτων της περιοχής
- Ίδρυση Τεχνολογικού Πάρκου (Τεχνόπολη)

Απειλές

- Περαιτέρω αύξηση της ανεργίας
- Οικονομικά προβλήματα λόγω μονοειδίκευσης και ενδεχόμενης κρίσης στον τουριστικό κλάδο
- Ανταγωνισμός ξένων αγορών, με χαμηλό κόστος παραγωγής
- Περαιτέρω καθυστέρηση στην εφαρμογή χωροταξικών ρυθμίσεων
- Αδυναμία περαιτέρω ανάπτυξης και παραγωγικής αξιοποίησης ερευνητικών – εκπαιδευτικών υποδομών

Βιβλιογραφία 3^{ου} Κεφαλαίου

- Αίσθηση Δημιουργίας, 2002, Ρόδος: Λιμενικό Ταμείο Δωδεκανήσου
- Διπλωματική εργασία: «Σύγχρονες εφαρμογές Marketing ξενοδοχειακών και τουριστικών επιχειρήσεων της Ρόδου»
- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Διεύθυνση Τουρισμού Δωδεκανήσου)
<http://www.gnto.gov.gr/>
- Ινστιτούτο Περιφερειακής Ανάπτυξης, 2008, Μελέτη Στρατηγικού Σχεδίου Ανάπτυξης του Δήμου Ροδίων, Δήμος Ροδίων 2008
- Κόλλιας Η. 'Η μεσαιωνική πόλη της Ρόδου και το παλάτι του μεγάλου Μαγιστρου', 2005
- Κόνσολας Ν, Παπαδασκαλόπουλος Α., Χριστοφάκης Μ., Στρατηγικός σχεδιασμός και τοπική ανάπτυξη: Στρατηγικό σχέδιο ανάπτυξης δήμου Ρόδου, Δήμος Ροδίων 2005
- Μπελέζος Δ. 'Οι ιππότες της Ρόδου', Γνώμων Εκδοτική, 2011
- Μπογιάννος Θ. 'Τραγουδώντας τα Δωδεκάνησα'
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας www.grhotels.gr
- Πλάτων Λ.-Κεφαλά Κ. 1999, 'Ρόδος. Η απόρθητη πόλη'
- Ρόδος. 2004, Στο Εγκυκλοπαίδεια Δομή, τόμος 25 (σ. 391)
- Berthold R. 'Η Ρόδος στην Ελληνιστική εποχή', εκδόσεις Παπαζήση 2010
- www.ροδος.ws
- <http://plutontravel.com.cy>
- www.rhodes.gr/
- www.rodosislandinfo.gr

Κεφάλαιο 4. Ανάλυση τουριστικής κίνησης Ρόδου^{31 32 33}

4.1. Κατανομή αφίξεων κατά χώρα προέλευσης

Πηγή: Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας

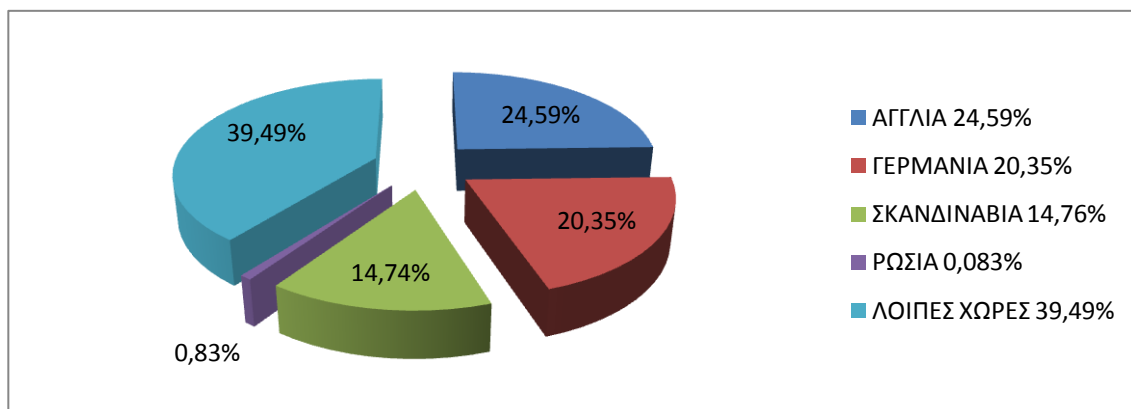
Χώρα	Αφίξεις
ΑΓΓΛΙΑ	299.119
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	247.589
ΙΤΑΛΙΑ	130.914
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	62.646
ΑΥΣΤΡΙΑ	62.063
ΣΟΥΗΔΙΑ	61.735
ΒΕΛΓΙΟ	43.289
ΦΙΛΛΑΝΔΙΑ	42.861
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	37.462
ΔΑΝΙΑ	37.213
ΠΟΛΩΝΙΑ	30.614
ΤΣΕΧΙΑ	29.114
ΙΣΡΑΗΛ	25.435
ΣΛΟΒΑΚΙΑ	20.809
ΕΛΒΕΤΙΑ	18.718
ΓΑΛΛΙΑ	14.413
ΟΥΓΓΑΡΙΑ	10.870
ΡΩΣΙΑ	9.834
ΣΛΟΒΕΝΙΑ	7.059
ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	5.789
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	4.145
ΓΙΟΥΓΚΟΣΛΑΒΙΑ	4.069
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	3.923
ΚΥΠΡΟΣ	2.325
ΛΙΒΑΝΟΣ	1.345
ΕΣΘΟΝΙΑ	1.328
ΙΣΠΑΝΙΑ	563
ΟΥΚΡΑΝΙΑ	493
ΜΑΛΤΑ	236
ΤΟΥΡΚΙΑ	226

³¹ Πηγή: Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος

³² Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

³³ Πηγή: Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας

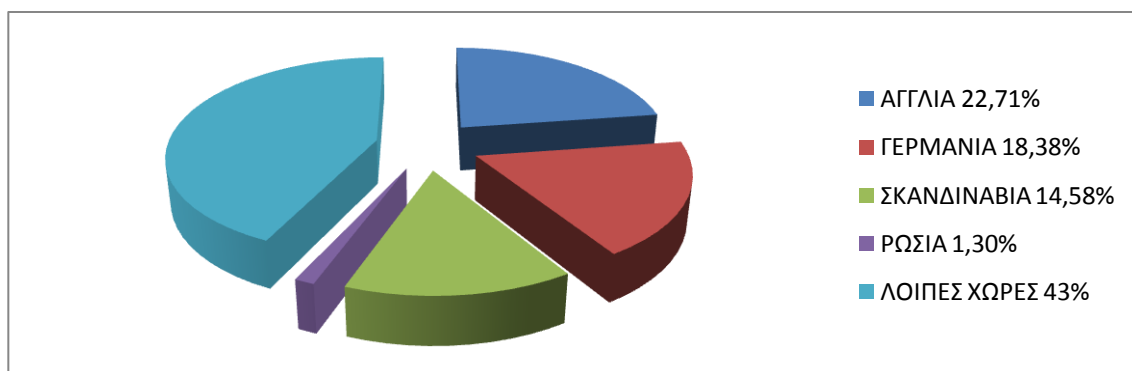
ΙΟΡΔΑΝΙΑ	132
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	125
ΑΙΓΥΠΤΟΣ	119
ΑΡΑΒ. ΕΜΙΡΑΤΑ	6
Σύνολο	1.216.581



Διάγραμμα 4.1. Ποσοστό αφίξεων ανά χώρα (έτος 2005)

Πίνακας 4.2 Κατανομή αφίξεων κατά χώρα προέλευσης (έτος 2006)	
Χώρα	Αφίξεις
ΑΓΓΛΙΑ	303.889
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	245.940
ΙΤΑΛΙΑ	150.598
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	80.815
ΑΥΣΤΡΙΑ	73.180
ΣΟΥΗΔΙΑ	64.484
ΔΑΝΙΑ	46.354
ΒΕΛΓΙΟ	45.679
ΠΟΛΩΝΙΑ	44.359
ΦΙΛΑΝΔΙΑ	43.753
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	40.489
ΤΣΕΧΙΑ	36.992
ΙΣΡΑΗΛ	26.989
ΣΛΟΒΑΚΙΑ	26.293
ΕΛΒΕΤΙΑ	24.827
ΡΩΣΙΑ	17.514
ΟΥΓΓΑΡΙΑ	16.071
ΓΑΛΛΙΑ	12.377
ΣΛΟΒΕΝΙΑ	9.548

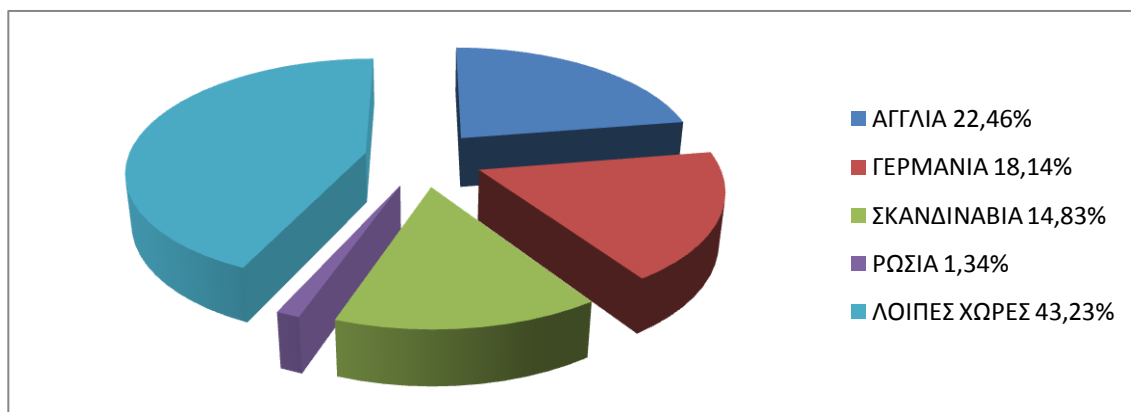
ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	6.514
ΓΙΟΥΓΚΟΣΛΑΒΙΑ	6.356
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	4.778
ΚΥΠΡΟΣ	2.699
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	1.722
ΕΣΘΟΝΙΑ	1.565
ΛΙΘΟΥΑΝΙΑ	1.216
ΟΥΚΡΑΝΙΑ	940
ΙΣΠΑΝΙΑ	772
ΛΙΒΑΝΟΣ	465
ΦΥΡΟΜ	462
ΛΕΤΟΝΙΑ	305
ΤΟΥΡΚΙΑ	149
ΑΙΓΥΠΤΟΣ	89
ΙΟΡΔΑΝΙΑ	42
ΑΡΑΒ. ΕΜΙΡΑΤΑ	10
ΣΥΝΟΛΟ	1.338.235



Διάγραμμα 4.2. Ποσοστό αφίξεων ανά χώρα (έτος 2006)

Πίνακας 4.3 Κατανομή αφίξεων κατά χώρα προέλευσης (έτος 2007)	
Χώρα	Αφίξεις
ΑΓΓΛΙΑ	312.996
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	252.814
ΙΤΑΛΙΑ	142.074
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	87.093
ΑΥΣΤΡΙΑ	63.824
ΣΟΥΗΔΙΑ	61.096
ΔΑΝΙΑ	56.572
ΒΕΛΓΙΟ	51.558
ΠΟΛΩΝΙΑ	50.541

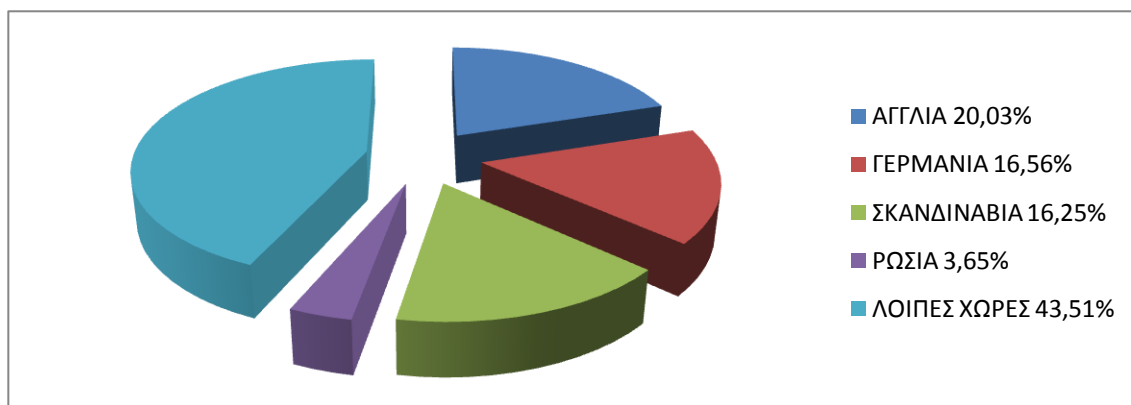
ΦΙΛΑΝΔΙΑ	46.718
ΤΣΕΧΙΑ	44.131
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	42.309
ΕΛΒΕΤΙΑ	30.010
ΙΣΡΑΗΛ	25.973
ΣΛΟΒΑΚΙΑ	22.952
ΟΥΓΓΑΡΙΑ	19.808
ΡΩΣΙΑ	18.739
ΚΥΠΡΟΣ	9.502
ΣΛΟΒΕΝΙΑ	9.252
ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	7.158
ΓΑΛΛΙΑ	7.148
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	7.118
ΓΙΟΥΓΚΟΣΛΑΒΙΑ	6.056
ΕΣΘΟΝΙΑ	3.555
ΛΕΤΟΝΙΑ	2.775
ΛΙΘΟΥΑΝΙΑ	2.656
ΙΣΛΑΝΔΙΑ	2.522
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	2.340
ΛΙΒΑΝΟΣ	1.139
ΟΥΚΡΑΝΙΑ	1.006
ΙΣΠΑΝΙΑ	669
FYROM	561
ΚΡΟΑΤΙΑ	213
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	200
ΤΟΥΡΚΙΑ	152
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	97
ΙΟΡΔΑΝΙΑ	39
ΜΑΡΟΚΟ	28
ΑΡΑΒ. ΕΜΙΡΑΤΑ	13
ΣΥΝΟΛΟ	1.393.407



Διάγραμμα 4.3. Ποσοστό αφίξεων ανά χώρα (έτος 2007)

Πίνακας 4.4 Κατανομή αφίξεων κατά χώρα προέλευσης (έτος 2008)	
Χώρα	Αφίξεις
ΑΓΓΛΙΑ	271.979
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	224.933
ΙΤΑΛΙΑ	131.629
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	83.049
ΣΟΥΗΔΙΑ	72.271
ΑΥΣΤΡΙΑ	61.441
ΠΟΛΩΝΙΑ	59.810
ΔΑΝΙΑ	57.823
ΒΕΛΓΙΟ	50.426
ΤΣΕΧΙΑ	49.956
ΦΙΛΑΝΔΙΑ	49.553
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	41.031
ΡΩΣΙΑ	40.114
ΙΣΡΑΗΛ	31.064
ΕΛΒΕΤΙΑ	29.070
ΣΛΟΒΑΚΙΑ	20.052
ΟΥΓΓΑΡΙΑ	16.306
ΓΑΛΛΙΑ	11.751
ΣΛΟΒΕΝΙΑ	9.217
ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	7.671
ΚΥΠΡΟΣ	7.352
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	6.707
ΓΙΟΥΓΚΟΣΛΑΒΙΑ	5.521
ΕΣΘΟΝΙΑ	4.110
ΛΙΘΟΥΑΝΙΑ	3.973
ΟΥΚΡΑΝΙΑ	2.370
ΙΣΛΑΝΔΙΑ	2.298
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	1.098
ΛΙΒΑΝΟΣ	1.080
ΛΕΤΟΝΙΑ	948
ΚΡΟΑΤΙΑ	926
ΙΣΠΑΝΙΑ	740
ΤΟΥΡΚΙΑ	714
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	639
ΙΡΑΚ	266
ΑΡΑΒ. ΕΜΙΡΑΤΑ	81

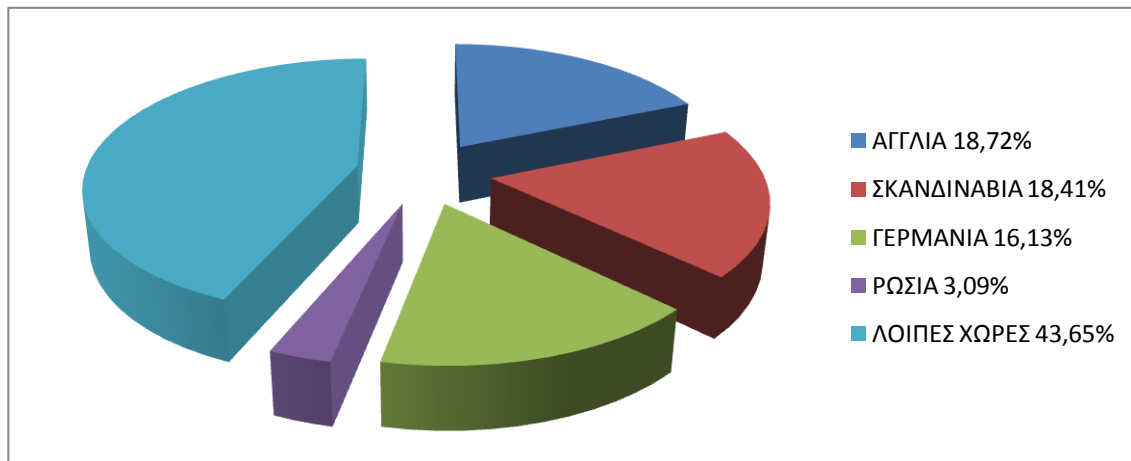
ΗΠΑ	37
ΙΟΡΔΑΝΙΑ	11
ΑΙΓΥΠΤΟΣ	7
ΣΥΝΟΛΟ	1.358.024



Διάγραμμα 4.4. Ποσοστό αφίξεων ανά χώρα (έτος 2008)

Πίνακας 4.5 Κατανομή αφίξεων κατά χώρα προέλευσης (έτος 2009)	
Χώρα	Αφίξεις
ΑΓΓΛΙΑ	248.388
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	213.965
ΙΤΑΛΙΑ	104.987
ΣΟΥΗΔΙΑ	80.048
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	62.986
ΔΑΝΙΑ	57.929
ΠΟΛΩΝΙΑ	57.287
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	54.320
ΤΣΕΧΙΑ	53.592
ΙΣΡΑΗΛ	52.575
ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	51.863
ΑΥΣΤΡΙΑ	47.591
ΒΕΛΓΙΟ	46.456
ΓΑΛΛΙΑ	42.160
ΡΩΣΙΑ	41.057
ΕΛΒΕΤΙΑ	30.965
ΣΛΟΒΑΚΙΑ	18.144
ΚΥΠΡΟΣ	14.885

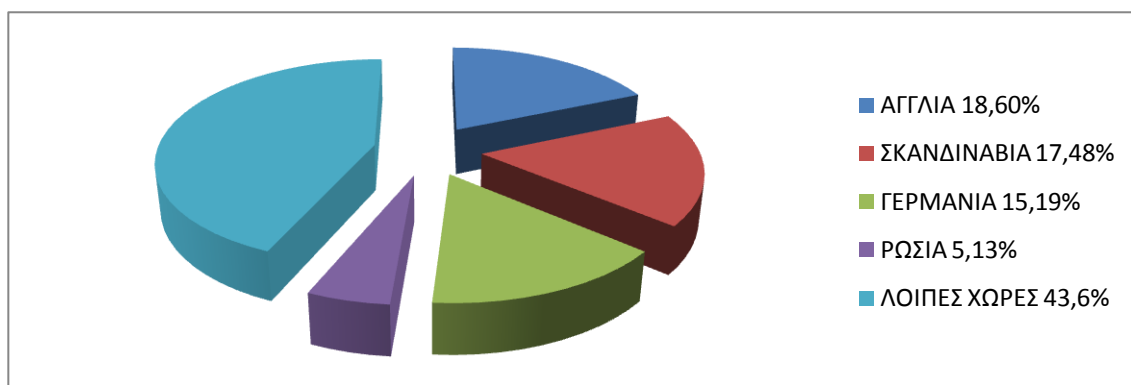
ΟΥΓΓΑΡΙΑ	10.983
ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	7.743
ΣΛΟΒΕΝΙΑ	7.492
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	6.904
ΓΙΟΥΓΚΟΣΛΑΒΙΑ	4.184
ΕΣΘΟΝΙΑ	2.215
ΛΙΒΑΝΟΣ	1.851
ΛΙΘΟΥΑΝΙΑ	1.754
ΛΕΥΚΟΡΩΣΙΑ	1.440
ΟΥΚΡΑΝΙΑ	1.315
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	514
ΙΣΠΑΝΙΑ	301
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	164
ΑΡΑΒ. ΕΜΙΡΑΤΑ	75
ΑΙΓΥΠΤΟΣ	60
ΜΑΡΟΚΟ	27
ΣΥΝΟΛΟ	1.326.220



Διάγραμμα 4.5. Ποσοστό αφίξεων ανά χώρα (έτος 2009)

Πίνακας 4.6 Κατανομή αφίξεων κατά χώρα προέλευσης (έτος 2010)	
Χώρα	Αφίξεις
ΑΓΓΛΙΑ	266.747
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	217.760
ΙΤΑΛΙΑ	118.698

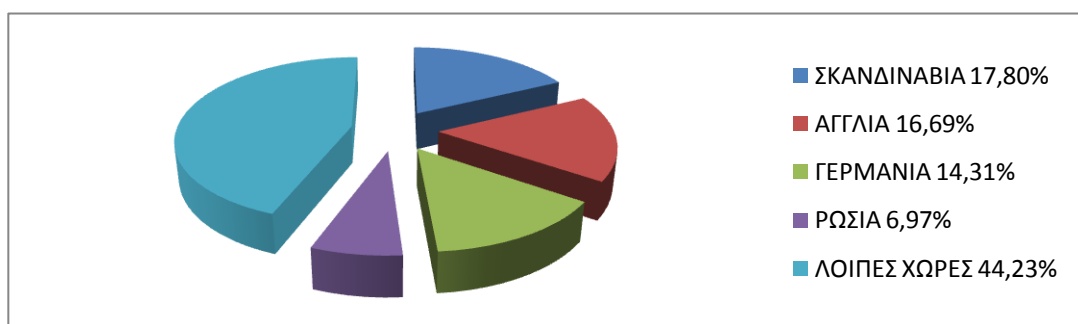
ΣΟΥΗΔΙΑ	91.347
ΙΣΡΑΗΛ	80.278
ΡΩΣΙΑ	73.554
ΓΑΛΛΙΑ	66.202
ΔΑΝΙΑ	60.345
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	56.694
ΠΟΛΩΝΙΑ	54.396
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	53.789
ΤΣΕΧΙΑ	51.747
ΑΥΣΤΡΙΑ	48.042
ΒΕΛΓΙΟ	45.300
ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	45.193
ΕΛΒΕΤΙΑ	28.885
ΣΛΟΒΑΚΙΑ	16.483
ΚΥΠΡΟΣ	13.230
ΟΥΓΓΑΡΙΑ	8.821
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	7.229
ΟΥΚΡΑΝΙΑ	6.580
ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	6.375
ΣΛΟΒΕΝΙΑ	4.617
ΓΙΟΥΓΚΟΣΛΑΒΙΑ	3.505
ΛΙΒΑΝΟΣ	2.395
ΛΕΥΚΟΡΩΣΙΑ	1.972
ΛΙΘΟΥΑΝΙΑ	1.340
ΕΣΘΟΝΙΑ	859
ΑΙΓΥΠΤΟΣ	354
ΤΑΥΛΑΝΔΗ	323
ΤΟΥΡΚΙΑ	193
ΙΣΠΑΝΙΑ	162
ΑΛΒΑΝΙΑ	112
ΗΠΑ	4
ΙΟΡΔΑΝΙΑ	2
ΣΥΝΟΛΟ	1.433.533



Διάγραμμα 4.6. Ποσοστό αφίξεων ανά χώρα (έτος 2010)

Πίνακας 4.7 Κατανομή αφίξεων κατά χώρα προέλευσης (έτος 2011)	
Χώρα	Αφίξεις
ΑΓΓΛΙΑ	289.719
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	248.317
ΙΤΑΛΙΑ	167.292
ΡΩΣΙΑ	121.023
ΣΟΥΗΔΙΑ	116.253
ΙΣΡΑΗΛ	94.573
ΓΑΛΛΙΑ	80.127
ΠΟΛΩΝΙΑ	79.747
ΔΑΝΙΑ	69.097
ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	65.533
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	63.621
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	58.023
ΒΕΛΓΙΟ	56.546
ΤΣΕΧΙΑ	53.899
ΑΥΣΤΡΙΑ	41.175
ΕΛΒΕΤΙΑ	31.477
ΣΛΟΒΑΚΙΑ	18.003
ΚΥΠΡΟΣ	15.578
ΛΙΘΟΥΑΝΙΑ	11.075
ΟΥΓΓΑΡΙΑ	10.358
ΟΥΚΡΑΝΙΑ	9.102
ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	8.601
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	7.860
ΣΛΟΒΕΝΙΑ	4.210
ΑΛΒΑΝΙΑ	4.169
ΓΙΟΥΓΚΟΣΛΑΒΙΑ	3.416
ΛΙΒΑΝΟΣ	2.612

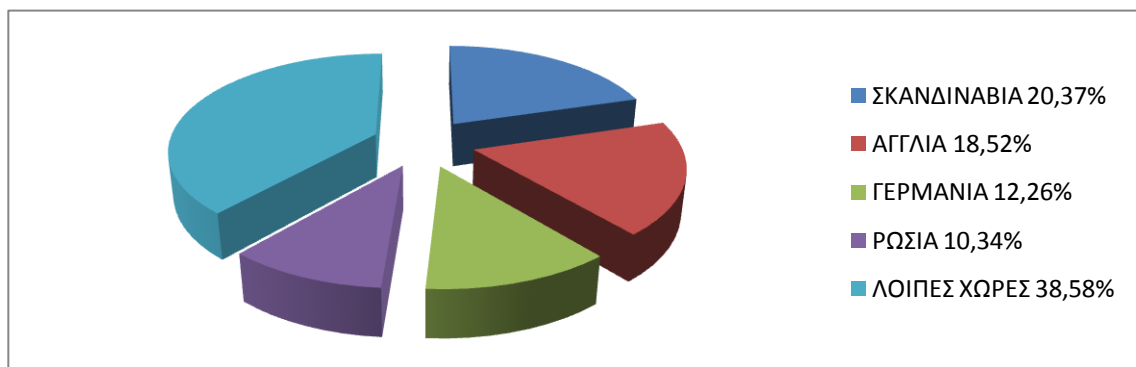
ΛΕΥΚΟΡΩΣΙΑ	1.818
ΕΣΘΟΝΙΑ	512
ΤΟΥΡΚΙΑ	420
ΑΙΓΥΠΤΟΣ	254
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	178
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	173
ΜΑΛΤΑ	168
ΤΥΝΗΣΙΑ	162
ΙΣΠΑΝΙΑ	73
ΣΥΝΟΛΟ	1.735.164



Διάγραμμα 4.7. Ποσοστό αφίξεων ανά χώρα (έτος 2011)

Πίνακας 4.8 Κατανομή αφίξεων κατά χώρα προέλευσης έτος (2012)	
Χώρα	Αφίξεις
ΑΓΓΛΙΑ	297.680
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	197.114
ΡΩΣΙΑ	166.230
ΣΟΥΗΔΙΑ	121.353
ΙΤΑΛΙΑ	99.459
ΙΣΡΑΗΛ	90.178
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	82.040
ΓΑΛΛΙΑ	78.019
ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	62.347
ΔΑΝΙΑ	61.666
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	58.483
ΤΣΕΧΙΑ	51.596
ΠΟΛΩΝΙΑ	48.536
ΒΕΛΓΙΟ	45.057

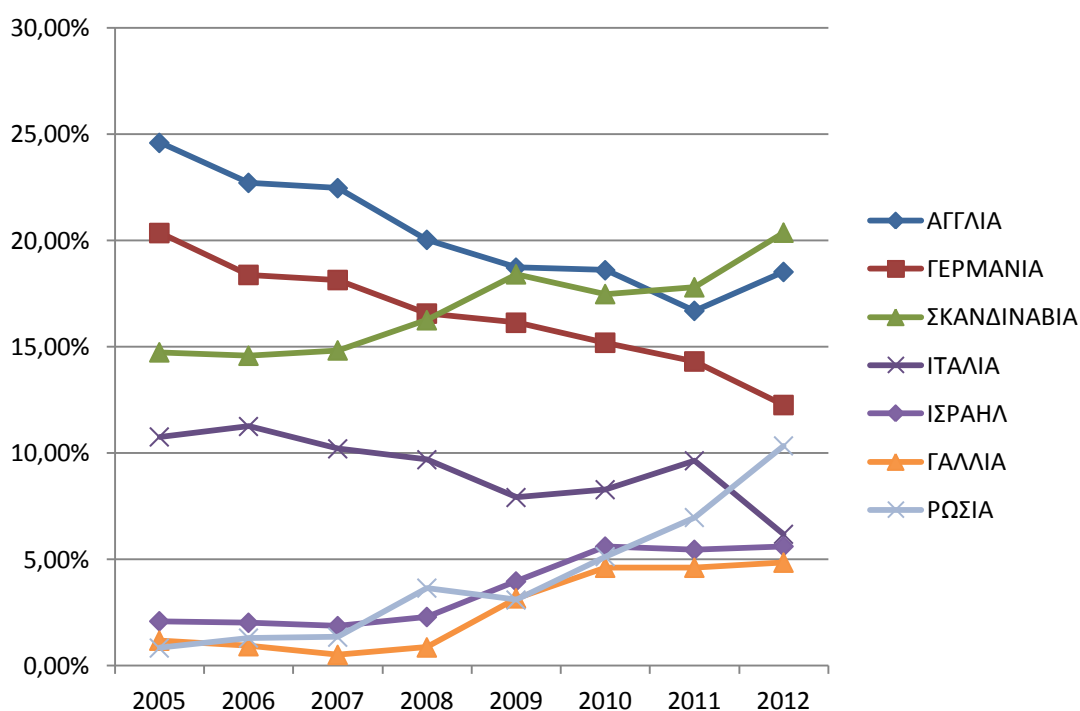
ΑΥΣΤΡΙΑ	36.348
ΕΛΒΕΤΙΑ	25.557
ΚΥΠΡΟΣ	13.552
ΣΛΟΒΑΚΙΑ	12.907
ΛΙΘΟΥΑΝΙΑ	10.520
ΟΥΚΡΑΝΙΑ	9.858
ΟΥΓΓΑΡΙΑ	8.116
ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	7.440
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	6.414
ΣΛΟΒΕΝΙΑ	4.071
ΓΙΟΥΓΚΟΣΛΑΒΙΑ	3.661
ΑΛΒΑΝΙΑ	3.509
ΛΕΥΚΟΡΩΣΙΑ	3.004
ΛΙΒΑΝΟΣ	1.989
ΕΣΘΟΝΙΑ	161
ΙΟΡΔΑΝΙΑ	66
ΑΙΓΥΠΤΟΣ	2
ΣΥΝΟΛΟ	1.606.933



Διάγραμμα 4.8. Ποσοστό αφίξεων ανά χώρα (έτος 2012)

Πίνακας 4.9 Συγκεντρωτικά ποσοστά τουριστών ανά χώρα την περίοδο 2005-2012

Χώρες	Έτη							
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
ΑΓΓΛΙΑ	24,59%	22,71%	22,46%	20,03%	18,72%	18,60%	16,69%	18,52%
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	20,35%	18,38%	18,14%	16,56%	16,13%	15,19%	14,31%	12,26%
ΣΚΑΝΔΙΝΑΒΙΑ	14,74%	14,58%	14,83%	16,25%	18,41%	17,48%	17,80%	20,37%
ΙΤΑΛΙΑ	10,76%	11,25%	10,20%	9,69%	7,91%	8,28%	9,64%	6,18%
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	5,12%	6,03%	6,25%	6,11%	4,74%	3,95%	3,66%	3,63%
ΑΥΣΤΡΙΑ	5,11%	5,49%	4,58%	4,52%	3,58%	3,35%	2,37%	2,26%
ΒΕΛΓΙΟ	3,55%	3,40%	3,72%	3,81%	3,50%	3,16%	3,25%	2,80%
ΠΟΛΩΝΙΑ	2,52%	3,31%	3,63%	4,47%	4,31%	3,79%	4,59%	2,85%
ΤΣΕΧΙΑ	2,39%	2,76%	3,17%	3,68%	4,12%	3,65%	3,10%	3,20%
ΙΣΡΑΗΛ	2,09%	2,02%	1,86%	2,29%	3,96%	5,60%	5,45%	5,61%
ΕΛΒΕΤΙΑ	1,53%	1,85%	2,15%	1,20%	2,33%	2,01%	1,81%	1,59%
ΓΑΛΛΙΑ	1,18%	0,92%	0,51%	0,86%	3,17%	4,61%	4,61%	4,85%
ΡΩΣΙΑ	0,83%	1,30%	1,34%	3,65%	3,09%	5,13%	6,97%	10,34%

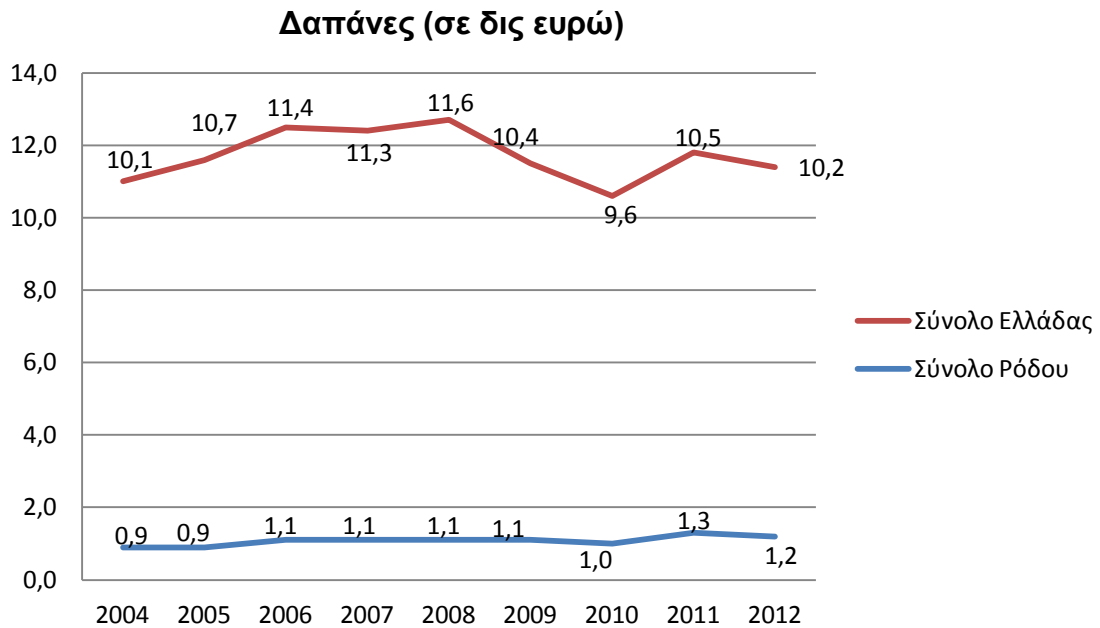


Διάγραμμα 4.9. Διαχρονική πορεία τουριστικής κίνησης την περίοδο 2005-2012

Παρατηρούμε ότι η Αγγλία, η Γερμανία, οι Σκανδιναβικές χώρες και η Ιταλία αποτελούν την κύρια πηγή τουριστών για το νησί της Ρόδου αφού το ποσοστό τους κυμαίνεται γύρω στο 56 με 65% του συνόλου. Πέρα της διαπίστωσης αυτής, ο παραπάνω πίνακας μας δίνει στοιχεία τα οποία έχουν ιδιαίτερη σημασία και πρέπει να ληφθούν πολύ σοβαρά υπόψη.

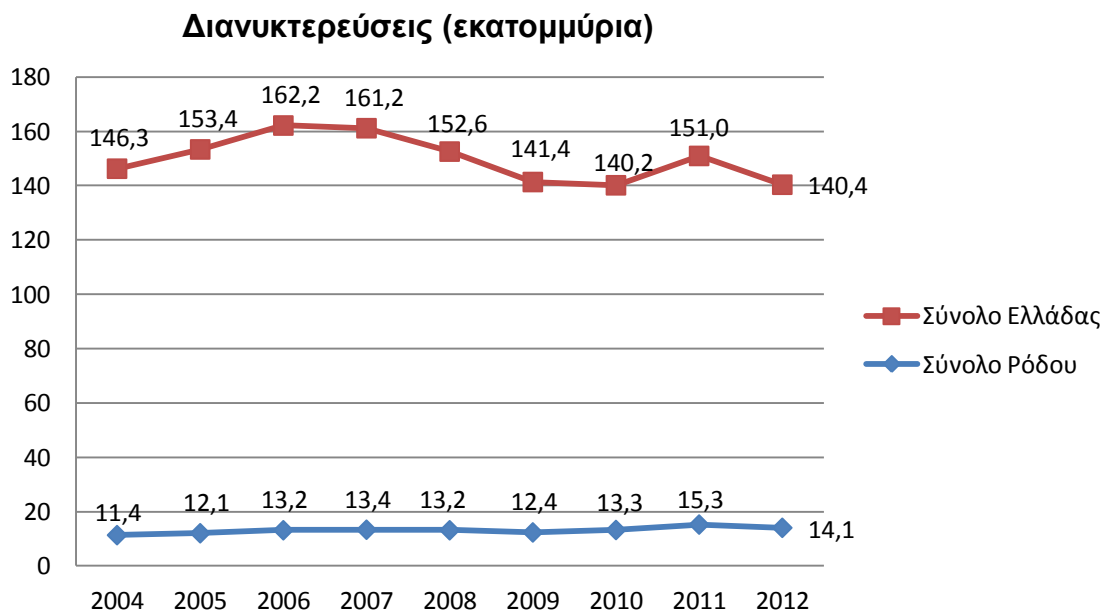
- Τόσο το ποσοστό των Άγγλων (με εξαίρεση το 2012) όσο και των Γερμανών τουριστών παρουσιάζει μια σταθερή καθοδική πορεία. Συγκεκριμένα το 24% των Άγγλων τουριστών το 2005 έγινε 18% το 2012 και αντίστοιχα το ποσοστό των Γερμανών τουριστών μειώθηκε από 20% το 2005 σε 12% το 2012,
- Αντίθετα, το ποσοστό των Σκανδιναβικών χωρών (Σουηδία, Νορβηγία, Δανία, Φινλανδία) παρουσιάζει ανοδική τάση.(Αύξηση από 14% το 2005 σε 20% ο 2012). Μάλιστα, οι Σκανδιναβικές χώρες τα τελευταία 2 χρόνια βρίσκονται στην πρώτη θέση σε ότι αφορά το σύνολο των επισκεπτών στη Ρόδο εκτοπίζοντας την Αγγλία και την Γερμανία.
- Ωστόσο, άξια αναφοράς και μελέτης είναι η διαχρονική πορεία των Ρώσων τουριστών. Όπως βλέπουμε οι Ρώσοι τουρίστες αποτελούσαν μόλις το 0,83% των τουριστών της Ρόδου το 2005. Το ποσοστό αυτό σήμερα υπερδεκαπλασιάστηκε (10,34%) και το σημαντικότερο είναι ότι αναμένεται να αυξηθεί ακόμα περισσότερο στο μέλλον. Πέρα από την πολύ σημαντική αυτή αύξηση, αν λάβουμε υπόψη μας και το γεγονός ότι οι Ρώσοι τουρίστες δαπανούν τα μεγαλύτερα ποσά στο νησί από οποιαδήποτε άλλη χώρα όπως θα δούμε παρακάτω, γίνεται κατανοητό ότι οι αρμόδιοι φορείς Τουρισμού πρέπει να εντείνουν τις προσπάθειες του ώστε το ποσοστό των Ρώσων τουριστών να αυξηθεί ακόμη περισσότερο τα προσεχή έτη.

4.2. Διαχρονικά στατιστικά τουριστών



Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

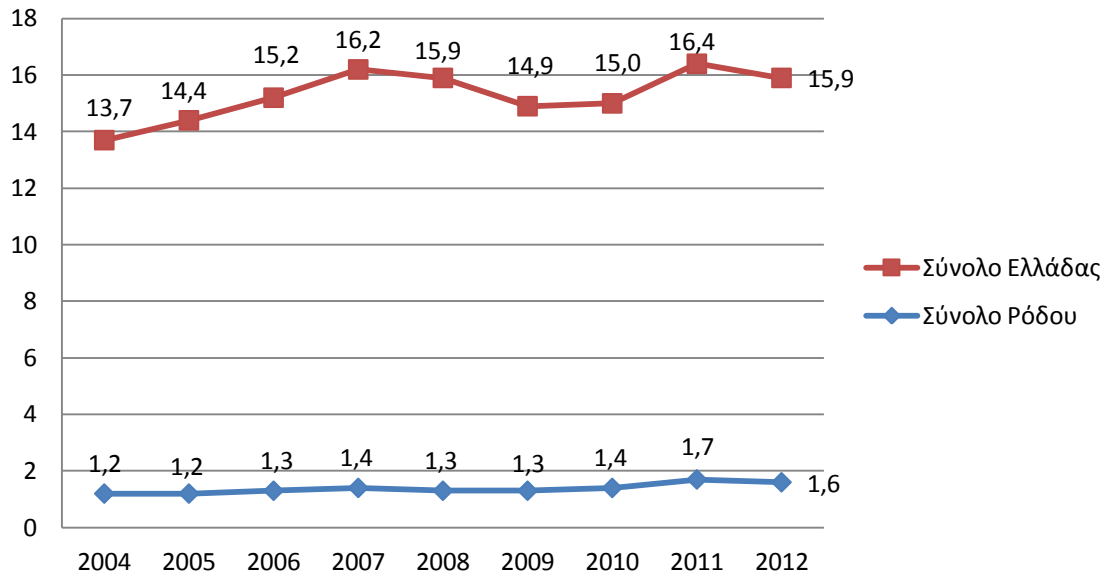
Διάγραμμα 4.10 Δαπάνες (σε δις ευρώ)



Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

Διάγραμμα 4.11 Διανυκτερεύσεις (εκατομμύρια)

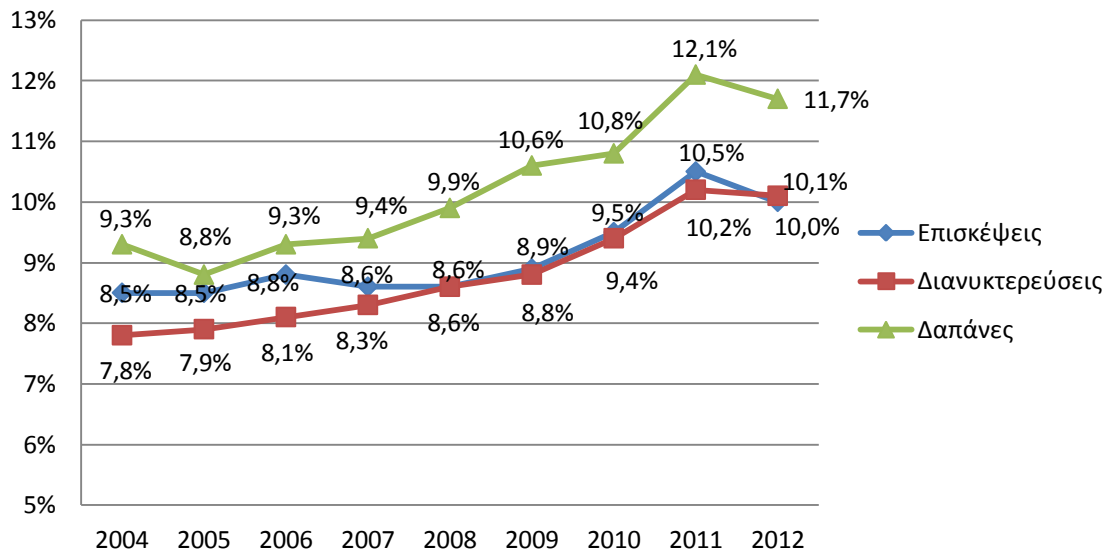
Επισκέψεις (εκατομμύρια)



Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

Διάγραμμα 4.12 Επισκέψεις (εκατομμύρια)

Ποσοστά Ρόδου (%) επί του συνόλου της Ελλάδας



Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

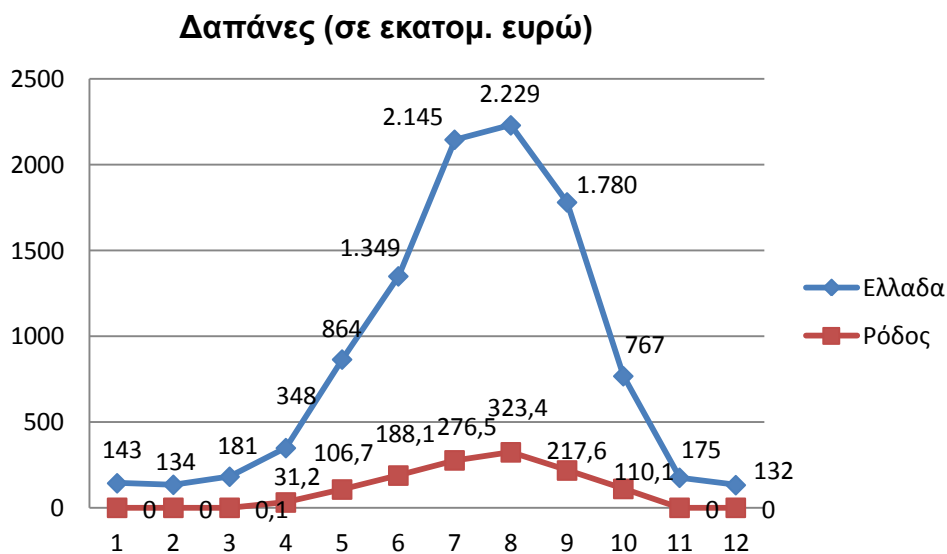
Διάγραμμα 4.13 Ποσοστά Ρόδου (%) επί του συνόλου της Ελλάδας

Το ποσοστό των τουριστικών δαπανών αλλοδαπών στην Ελλάδα που αντιστοιχεί στη Ρόδο παρουσιάζει μια αυξητική τάση μεταξύ των ετών 2004 και 2012. Πιο συγκεκριμένα αυξήθηκε από 9% - 9,5% (περίοδος 2004 – 2007) σε 11,7% το 2012

Αντίστοιχα αυξήθηκαν οι επισκέψεις αλλοδαπών τουριστών από 8,5% σε περίπου 10% επί του συνόλου της χώρας.

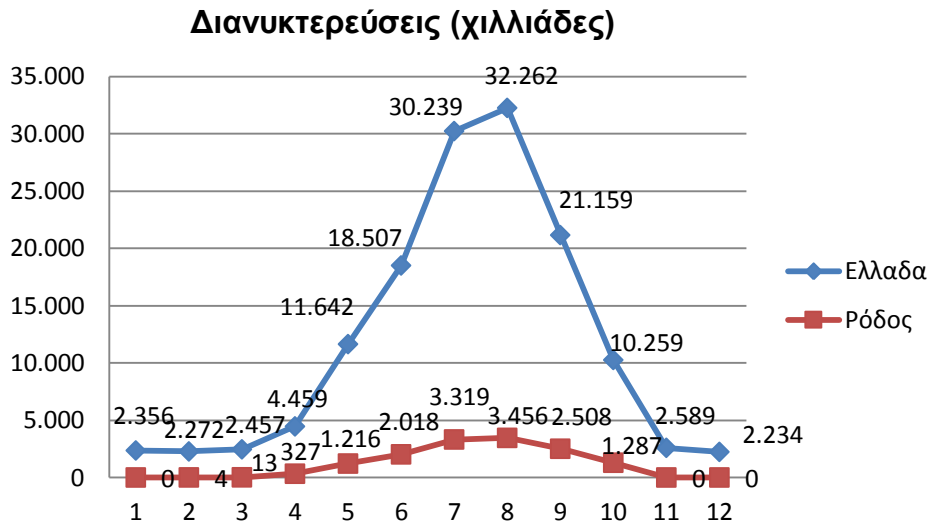
Οι διανυκτερεύσεις τους ομοίως αυξήθηκαν από 8% σε 10% (και πάλι επί συνόλου Ελλάδος) στο ίδιο διάστημα.

4.3. Μηνιαία στατιστικά (για το 2012)



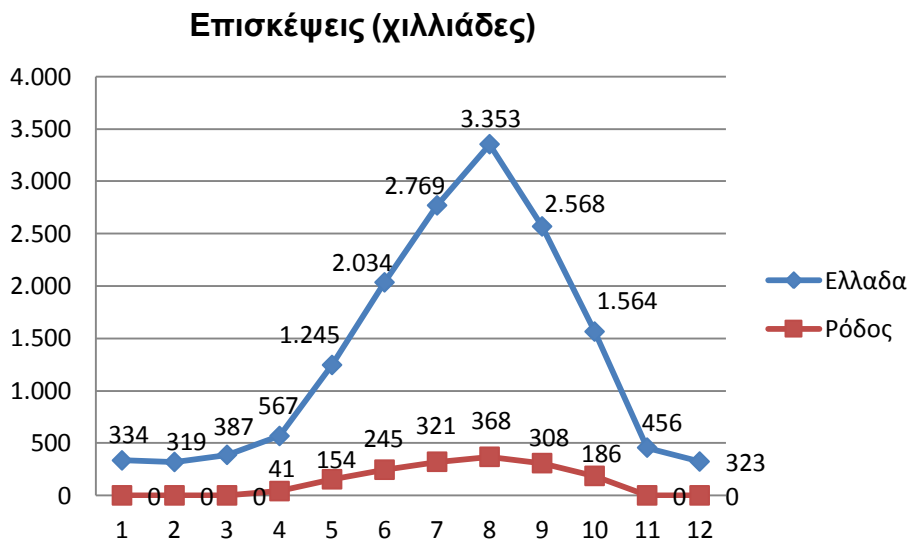
Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

Διάγραμμα 4.14 Δαπάνες (σε εκατομ. ευρώ)



Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

Διάγραμμα 4.15 Διανυκτερεύσεις (χιλιάδες)



Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

Διάγραμμα 4.16 Επισκέψεις (χιλιάδες)

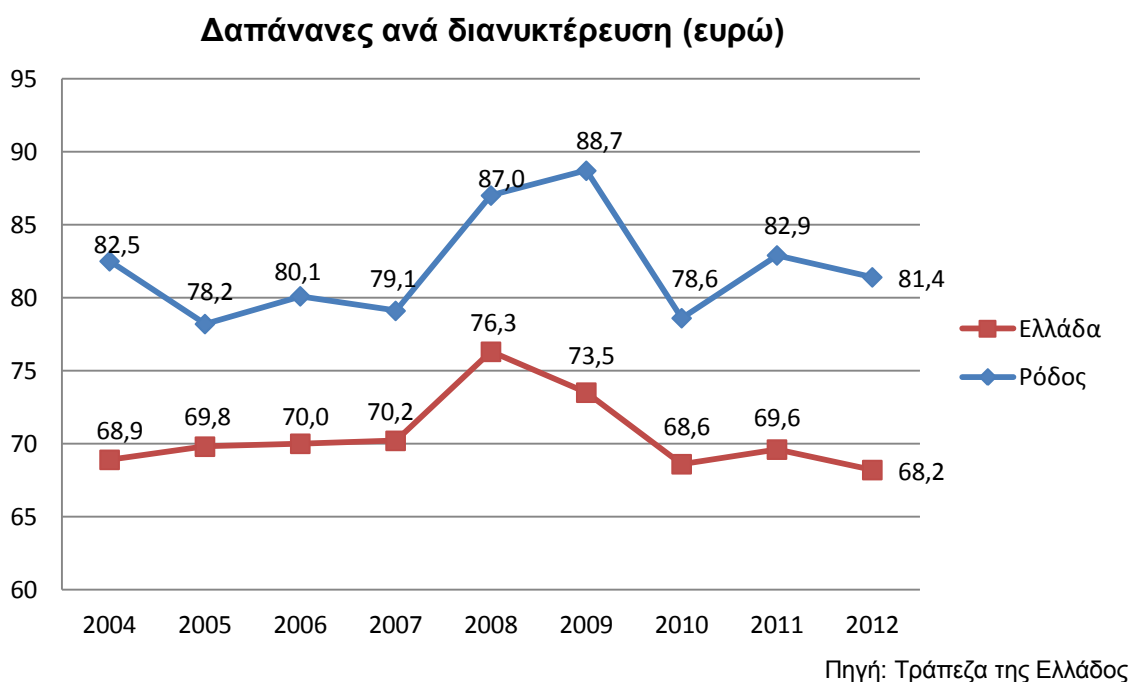
Όπως αναμενόταν τόσο οι δαπάνες όσο και οι διανυκτερεύσεις και οι επισκέψεις είναι αυξημένες κατά την θερινή περίοδο και ιδιαίτερα του μήνες Ιούλιο και Αύγουστο.

Σχεδόν 680 εκατ. ευρώ ήταν οι δαπάνες των τουριστών που επισκέφτηκαν τη Ρόδο

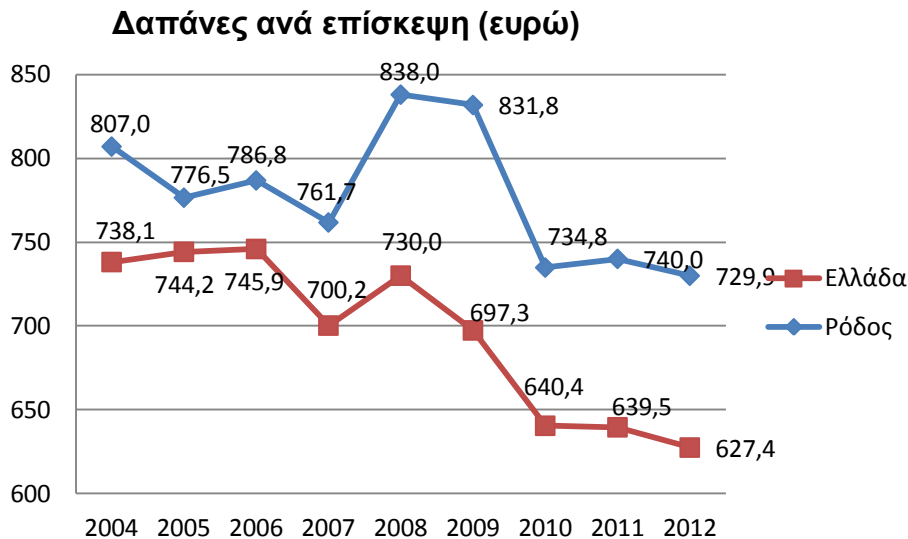
τους συγκεκριμένους μήνες.

Σε σύγκριση με την Ελλάδα που σημειώνει κατακόρυφη αύξηση στα μεγέθη της τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο, η τουριστική περίοδος στη Ρόδο εκτείνεται πιο ομαλά από Μάη μέχρι τον Οκτώβριο

4.4. Κατά κεφαλήν δαπάνες – Διαχρονική εξέλιξη



Διάγραμμα 4.17 Δαπάνες ανά διανυκτέρευση (ευρώ)



Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

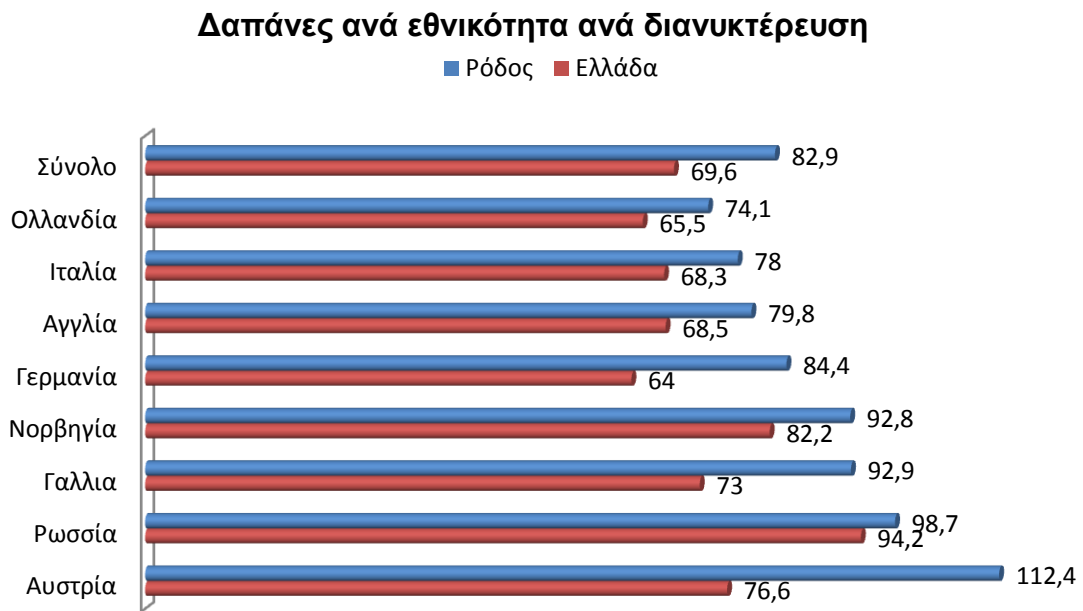
Διάγραμμα 4.18 Δαπάνες ανά επίσκεψη (ευρώ)

Η κατά κεφαλήν δαπάνη ανά ημέρα παραμονής είναι διαχρονικά μεγαλύτερη στη Ρόδο σε σύγκριση με την υπόλοιπη Ελλάδα (9-13 ευρώ / ημέρα).

Η συνολική κατά κεφαλήν δαπάνη για όλη τη διάρκεια παραμονής στη Ρόδο αυξάνει σε σύγκριση με το μ.ο. της Ελλάδας διαχρονικά (16,3% μεγαλύτερη το 2012).

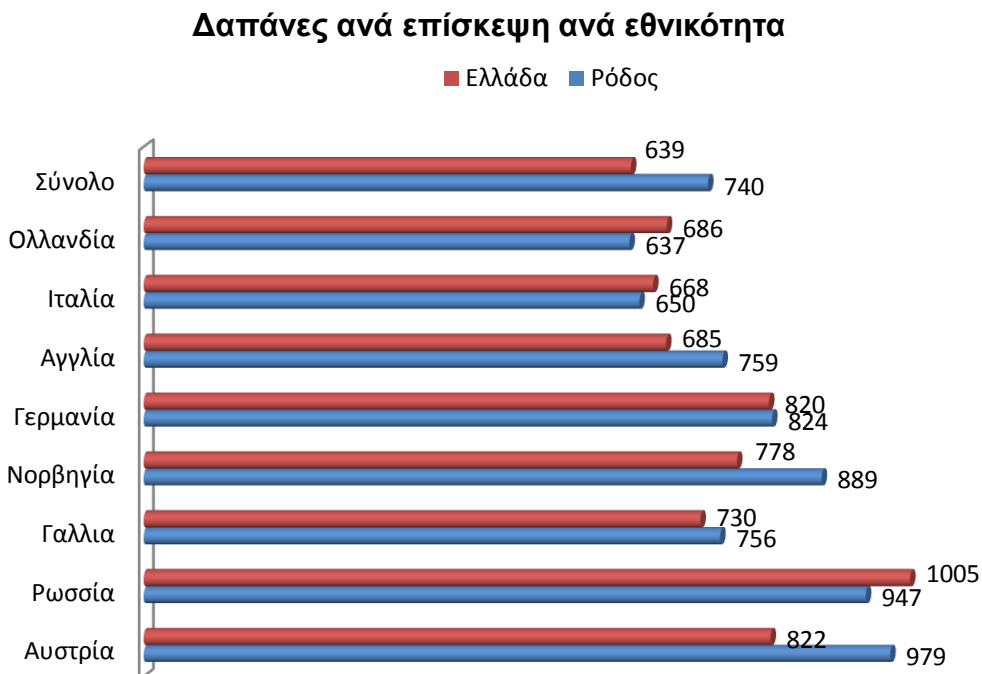
Η διαφορά αυτή μεταξύ της Ρόδου και της υπόλοιπης Ελλάδας μπορεί να ερμηνευτεί με 2 τρόπους. Σύμφωνα με τον πρώτο, οι τουρίστες της Ρόδου ξοδεύουν περισσότερα καθώς η Ρόδος προσελκύει ποιοτικότερους τουρίστες σε σχέση με την υπόλοιπη Ελλάδα, ενώ σύμφωνα με τον δεύτερο αυτό συμβαίνει διότι ο Ρόδος αποτελεί ακριβότερο τουριστικό προορισμό.

4.5. Κατά κεφαλήν δαπάνη για τις κύριες εθνικότητες



Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

Διάγραμμα 4.19 Δαπάνες ανά εθνικότητα ανά διανυκτέρευση



Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

Διάγραμμα 4.20 Δαπάνες ανά επίσκεψη ανά εθνικότητα

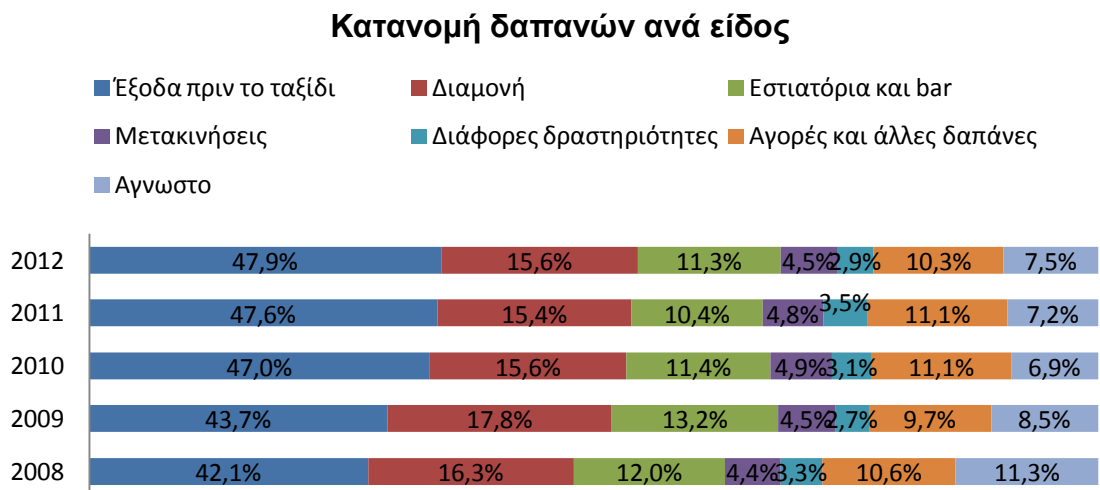
Αυστριακοί και Ρώσοι ξοδεύουν τα περισσότερα, σε σχέση με τους τουρίστες από τις υπόλοιπες χώρες. Συγκεκριμένα οι Αυστριακοί ξοδεύουν κατά μέσο όρο 979 και οι Ρώσοι 947 ευρώ για το σύνολο της παραμονής τους στη Ρόδο

Ειδικότερα, οι Αυστριακοί δαπανούν 112,4 ευρώ και οι Ρώσοι 98,7 ευρώ ανά ημέρα παραμονής επαληθεύοντας το συμπέρασμα που βγάλαμε ιδιαίτερα για τους Ρώσους ότι δηλαδή αναδεικνύονται σε πολύ σημαντική πηγή για τον τουρισμό της Ρόδου.

Παράλληλα παρατηρούμε οι παρόλο που τα ποσοστά των Άγγλων, των Ιταλών και των Ολλανδών τουριστών είναι ιδιαίτερα υψηλά, ωστόσο οι τουρίστες από τις συγκεκριμένες χώρες ξοδεύουν λιγότερα χρήματα σε σχέση με άλλων χωρών με πολύ μικρότερα ποσοστά.

Τέλος οι περισσότερες εθνικότητες ξοδεύουν σημαντικά μεγαλύτερα ποσά ανά ημέρα στη Ρόδο σε σύγκριση με το μ.ο. της Ελλάδας.

4.6. Κατανομή δαπανών



Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

Διάγραμμα 4.21 Κατανομή δαπανών ανά είδος δαπάνης

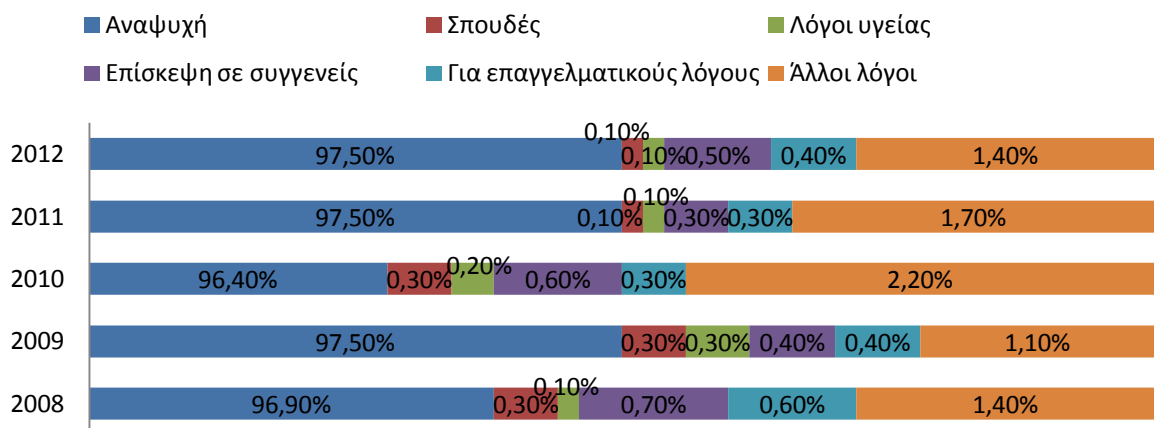
Το 47,9% των δαπανών των τουριστών που επισκέφτηκαν τη Ρόδο το 2012 αφορά

δαπάνες που πραγματοποιήθηκαν στη χώρα τους (μεταφορικά κ.τ.λ.), ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για το μ.ο. της Ελλάδας είναι 13% - 15% μικρότερο.

Ένα ποσοστό της τάξης περίπου του 15-17% δαπανάται για την διαμονή, ενώ τα έξοδα για φαγητό και ποτό καλύπτουν το 10-13% των συνολικών δαπανών.

Το χαμηλότερο ποσοστό παρατηρείται στις μετακινήσεις οι οποίες αποτελούν μόλις το 4% των δαπανών.

Κατανομή δαπανών ανά λόγο ταξιδιού



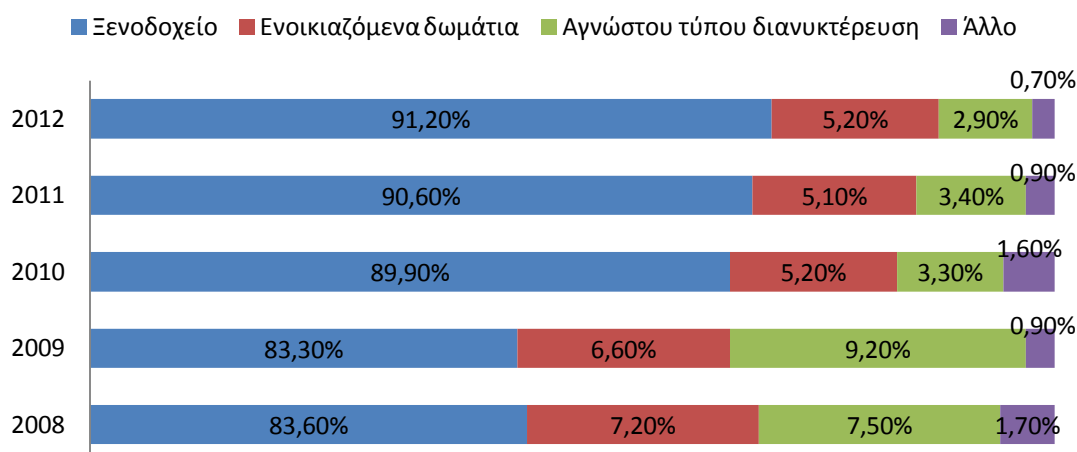
Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

Διάγραμμα 4.22 Κατανομή δαπανών ανά λόγο ταξιδιού

Το ποσοστό των δαπανών που αντιστοιχεί σε τουρίστες που προτίμησαν τη Ρόδο για αναψυχή (97,5% το 2012) είναι σημαντικά μεγαλύτερο σε σύγκριση με το μ.ο. της Ελλάδας (80,4%).

Σε επίπεδο χώρας παρατηρούνται υπολογίσιμα ποσοστά που αφορούν δαπάνες για επαγγελματικούς λόγους (6,8% για το 2012), ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τη Ρόδο είναι πολύ μικρό. (μόλις 0,4%)

Κατανομή δαπανών ανά είδος καταλύματος



Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

Διάγραμμα 4.23 Κατανομή δαπανών ανά είδος καταλύματος

Το ποσοστό των δαπανών που αντιστοιχεί σε τουρίστες που διέμειναν σε ξενοδοχεία είναι σημαντικά μεγαλύτερο για τη Ρόδο (91,2% το 2012) σε σύγκριση με το μ.ο. της Ελλάδας (63,7%).

Αυτό το πολύ υψηλό ποσοστό φανερώνει και το είδος τουρισμού στη Ρόδο ο οποίος δεν είναι άλλος από τον μαζικό τουρισμό.

Κεφάλαιο 5. Πρόβλεψη αφίξεων τουριστών στη Ρόδο τα έτη 2013 – 2020

5.1. Μεθοδολογία

Η μεθοδολογία της έρευνας συμπεριλαμβάνει μια σειρά ερευνητικών εργαλείων, τόσο ποσοτικών όσο ποιοτικών. Υπάρχουν πολλά κοινά μεταξύ ποιοτικών και ποσοτικών προσεγγίσεων. Τόσο οι ποιοτικές όσο και οι ποσοτικές προσεγγίσεις προσπαθούν να συλλέξουν ακριβείς πληροφορίες για τα μετρήσιμα φαινόμενα, έχουν όμως και διαφορές ως προς το είδος των πληροφοριών και τον τρόπο που τις συλλέγουν. Θα μπορούσαμε να αναφέρουμε ότι η ποσοτική έρευνα αφορά τον ποσοτικό καθορισμό μεταβλητών που σχετίζονται, ενώ η ποιοτική τον καθορισμό της ύπαρξης ή όχι σχέσεων μεταξύ ορισμένων μεταβλητών.

Η ποιοτική έρευνα είναι απαραίτητη για να ανιχνεύσει και να μελετήσει τις πτυχές του φαινομένου ή της κατάστασης, προβαίνοντας σε υποθέσεις για την περιγραφή της. Με άλλα λόγια με την ποιοτική έρευνα ψάχνει να βρει κανείς σχέσεις.

Αντίθετα, όταν ένα φαινόμενο (ή μία κατάσταση) έχει ήδη ερευνηθεί στο παρελθόν και είναι γνωστές οι διάφορες πτυχές του, είναι προτιμότερο να πραγματοποιηθεί ένα είδος ποσοτικής έρευνας, αφού αυτό που ενδιαφέρει σ' αυτή την περίπτωση είναι να εξετάσει κανείς σε τι βαθμό εμφανίζονται αυτές (οι πτυχές), μελετώντας ένα δείγμα πληθυσμού.

Οι παρατηρήσεις οι οποίες συλλέχτηκαν μέσω της Υπηρεσίας Πολιτικής Αεροπορίας και της Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας της Ελλάδας και αφορούν τον αριθμό αφίξεων τουριστών στη Ρόδο μπορούν να χρησιμεύσουν στην πρόβλεψη των αντίστοιχων στοιχείων για τους επόμενους μήνες και έτη.

Η μελέτη φαινομένου του τουρισμού της Ρόδου ξεκίνησε από ποιοτικές έρευνες που καθόρισε ορισμένες πτυχές του φαινομένου. Έτσι για παράδειγμα εντοπίστηκαν ποιοι παράγοντες ήταν χρήσιμοι να μελετηθούν όσον αφορά την κινητικότητα του τουρισμού στο νησί της Ρόδου. Αυτοί οι παράγοντες ήταν:

- Κατανομή αφίξεων κατά χώρα προέλευσης
- Ποσοστό αφίξεων ανά χώρα (έτος 2005-2012)
- Δαπάνες ανά εθνικότητα και ανά διανυκτέρευση.
- Δαπάνες ανά επίσκεψη και ανά Εθνικότητα.
- Κατανομή Δαπανών ανά είδος.
- Κατανομή δαπανών ανά είδος ταξιδιού.

- Κατανομή δαπανών ανά είδος καταλύματος.
- Διανυκτερεύσεις
- Επισκέψεις

Αφού λοιπόν καθορίστηκε η σημασία των παραπάνω παραγόντων τότε έγινε η εξέταση τους διαχρονικά. Χρησιμοποιήθηκε μια επαρκή χρονική περίοδο 2005-2012 η οποία μας επέτρεψε να αναλύσουμε επαρκώς την τουριστική κίνηση στο νησί της Ρόδου και να προχωρήσουμε στην συνέχεια σε ασφαλείς προβλέψεις. Θα πρέπει να σημειώσουμε ότι η χρονική περίοδο στην οποία εξετάζουμε χαρακτηρίζεται από έντονη μεταβλητότητα μιας και εξετάζουμε την τόσο την τουριστική κίνηση όσο και την τουριστική συμπεριφορά πριν αλλά και μετά την εμφάνιση της οικονομικής κρίσης το 2008-2009. Στην συνέχεια περάσαμε στην ποσοτική διερεύνηση των παραπάνω παραμέτρων.

Έτσι, αρχικά καταγράφηκε η ζήτηση των τουριστικών υπηρεσιών της Ρόδου διαχρονικά. Οι παράμετροι των:

- Δαπανών ανά επίσκεψη
- Δαπάνες ανά εθνικότητα.
- Του είδους καταλύματος.
- Του λόγου του ταξιδιού.
- Τα εθνικότητας.

Με την διακρίβωση και μελέτη των παραπάνω παραμέτρων επιτεύχθηκε η καταγραφή των χαρακτηριστικών της ζήτησης. Ιδιαίτερη σημασία παρουσιάζουν η παράμετρος των διανυκτερεύσεων μιας και αυτές οι παράμετροι αποτελούν τη μονάδα μέτρησης της «τουριστικής παραγωγής» και αποτελεί τη βάση της εκτίμησης του αποτελέσματος και των επιπτώσεων της τουριστικής δραστηριότητας.

Μετά τα αποτελέσματα της τουριστικής δραστηριότητας στο νησί της Ρόδου περάσαμε στην εκτίμηση των αποτελεσμάτων αυτών. Τα αποτελέσματα αυτά αφορούσαν την οικονομία (τουριστική δαπάνη), στην κοινωνία (απασχόληση), περιγράφοντας το αποτύπωμα (footprint) της τουριστικής δραστηριότητας στο προορισμό. Είναι πολύ σημαντικό ότι όσον αφορά τις δαπάνες, αυτές εξετάστηκαν αφού συγκρίθηκαν οι δαπάνες των τουριστών που επισκέπτονται τη Ρόδο σε σχέση με το σύνολο της χώρας, στοιχείο που μας βοηθά στην μελέτη της βιωσιμότητας του τουρισμού της Ρόδου.

Η μελέτη των παραπάνω παραμέτρων των δαπανών οδηγεί στην μελέτη της οικονομικής απόδοσης των τουριστών οι οποίοι επισκέπτονται την Ρόδο. Η οικονομική απόδοση των τουριστών άλλωστε καταγράφεται μέσα από τη δαπάνη που οι τουρίστες αυτοί πραγματοποιούν κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους.

Οι δαπάνες οι οποίες διερευνήθηκαν ήταν οι εξής:

- Μετακινήσεις.
- Διαμονή.
- Διάφορες δραστηριότητες.
- Εστιατόρια και Bar,
- Αγορές και άλλες δαπάνες.
- Άγνωστο.
- Έξοδα πριν το ταξίδι.

Έτσι ήταν εύκολη η ανάλυση των εξόδων των τουριστών λαμβάνοντας υπόψη όμως και τις δαπάνες τις οποίες πραγματοποίησαν ακόμα και πριν την μετακίνησή τους στην Ρόδο.

Θα πρέπει να σημειώσουμε ότι η παράμετρος της κατά κεφαλή δαπάνης είναι ιδιαίτερα σημαντική μιας και αποτελεί ένα σημαντικό δείκτη οικονομικής απόδοσης του τουρισμού. Η κατά κεφαλή δαπάνη μάλιστα έχει άμεση σχέση με την πληρότητα τους, αλλά και τα έσοδα ανά τουριστική κλίνη.

Το τελευταίο στάδιο της μεθοδολογίας της έρευνας μας αποτελούταν από την ανάλυση των επιπτώσεων της τουριστικής δραστηριότητας. Η ανάλυση των επιπτώσεων της τουριστικής δραστηριότητας . Μέσω της χρήσης στατιστικού πακέτου (Statgraphics) μπορέσαμε να προσεγγίσουμε την επίδραση του τουρισμού στην αποτελεσματικότητα και στη δομή της τοπικής οικονομίας. Με την χρήση του στατιστικού πακέτου θα προσπαθήσουμε να δώσουμε μια εικόνα σχετικά με το πώς αναμένονται να εξελιχθούν οι αφίξεις των τουριστών στην Ρόδο ως το 2020.

Η λειτουργία των στατιστικών πακέτων βασίζεται στη στατιστική ανάλυση δεδομένων, η οποία μόνη της δεν μπορεί να δώσει απάντηση στα ερωτήματα που τίθενται. Τα προγράμματα στατιστικής ανάλυσης έχουν την δυνατότητα να προτείνουν απαντήσεις με βάση τη δύναμη των σχέσεων των δεδομένων, να παρουσιάσουν γραφικά τη συσχέτιση δύο ή περισσότερων μεταβλητών που αφορούν τα υπό μελέτη στοιχεία και να βοηθήσουν τους χρήστες να εξαγάγουν ασφαλή συμπεράσματα για τη συμπεριφορά των στοιχείων.

Το στατιστικό πακέτο το οποίο θα χρησιμοποιηθεί για την επεξεργασία των δεδομένων ονομάζεται **Statgraphics**. Το Statgraphics ανήκει στην κατηγορία των

αλληλεπιδραστικών στατιστικών πακέτων, τα οποία είναι εύκολα στη χρήση και ιδιαίτερα κατανοητά στη λειτουργία, ενώ περιορίζονται όσον αφορά τον όγκο των δεδομένων που μπορούν να επεξεργαστούν. Είναι διεθνώς γνωστό λογισμικό και αποτελεί σύστημα ολοκληρωμένης στατιστικής ανάλυσης με κύρια χαρακτηριστικά την πληρότητα, την απλότητα και την ευελιξία. Περιλαμβάνει χειρισμό διαχείρισης δεδομένων ευρείας κλίμακας και υποστηρίζει αναλύσεις της κλασικής και της σύγχρονης στατιστικής μεθοδολογίας. (Καραγεώργος, 2002).

Η ανάλυση και η επεξεργασία των χρονοσειρών θα γίνει με τη χρήση της Box and Jenkins ARIMA modeling μεθοδολογίας. Η προσέγγιση των Box and Jenkins στην ανάλυση και πρόβλεψη χρονολογικών σειρών αναπτύχθηκε τη δεκαετία του 1960 και πήρε την τελική της μορφή τη δεκαετία του 1970. Η τεχνική Arima δίνει μορφή γενικευμένου υποδείγματος σε μια διακριτή χρονοσειρά. Η μορφή του μοντέλου για εποχικές χρονοσειρές είναι

$$\text{ARIMA}(p,d,q)(P,D,Q)_s$$

Όπου:

p: η τάξη αυτοπαλινδρόμησης του μη εποχικού παράγοντα

d: η τάξη των προς τα πίσω διαφορών του μη εποχικού παράγοντα

q: η τάξη κινούμενου μέσου του μη εποχικού παράγοντα

P: η τάξη αυτοπαλινδρόμησης του εποχικού παράγοντα

D: η τάξη των προς τα πίσω διαφορών του εποχικού παράγοντα

Q: η τάξη κινούμενου μέσου του εποχικού παράγοντα

s: η εποχικότητα της χρονοσειράς

Για να προσαρμόζεται σωστά ένα μοντέλο Arima στις παρατηρήσεις που μελετώνται θα πρέπει το μοντέλο να τηρεί κάποιες προϋποθέσεις. Αρχικά θα πρέπει η στατιστική σημαντικότητα (p-value) των παραμέτρων (AR, MA, SAR, SMA) να είναι μικρότερη του 5%. Αυτό σημαίνει ότι οι παράμετροι του μοντέλου που επιλέχθηκαν να είναι κατά 95% πραγματικές.

Το κάθε μοντέλο, μέσω του στατιστικού πακέτου Stagraphics, υποβάλλεται σε πέντε δοκιμασίες τις οποίες θα πρέπει να περνάει επιτυχώς. Αυτές είναι:

- RUNS= Δοκιμασία για υπερβολικές ακολουθίες πάνω και κάτω

- RUNM= Δοκιμασία για υπερβολικές ακολουθίες πάνω και κάτω από τη διάμεσο
- AUTO= Δοκιμασία BOX PIERCE για υπερβολική αυτοσυσχέτιση
- MEAN= Δοκιμασία για διαφορά στο μέσο του πρώτου μισού και του δεύτερου μισού
- VAR= Δοκιμασία για τη διαφορά στη διασπορά του πρώτου μισού και του δεύτερου μισού

Οι δοκιμασίες αυτές ελέγχονται στο Stagraphics και αν το μοντέλο περνάει τη δοκιμασία το πρόγραμμα επιστρέφει σε αυτές OK. Αν επιστρέφει ένα * τότε σημαίνει ότι η δοκιμασία αποτυγχάνει σε επίπεδο εμπιστοσύνης 95%. Αν επιστρέφει δύο * σημαίνει ότι η δοκιμασία αποτυγχάνει σε επίπεδο εμπιστοσύνης 99%. Τέλος, αν επιστρέφει τρία * σημαίνει ότι η δοκιμασία αποτυγχάνει σε επίπεδο εμπιστοσύνης 99,9%. (Κεκές, 2004)

Επιπλέον θα πρέπει να γίνει έλεγχος στην τιμή του κριτηρίου πληροφορίας του Akaike (AIC) του μοντέλου σε σχέση με άλλα μοντέλα του στατιστικού πακέτου και θα πρέπει να έχει τη μικρότερη τιμή.

Τέλος, θα πρέπει τα κατάλοιπα στα διαγράμματα αυτοσυσχετίσεων (Residual autocorrelations) και μερικών αυτοσυσχετίσεων (Residual partial autocorrelations) να είναι εντός ορίων.

5.2. Προβλέψεις τουριστικών αφίξεων

Η χρονοσειρά που θα χρησιμοποιηθεί για την πρόβλεψη των τουριστικών αφίξεων στη Ρόδο μέχρι και τον Δεκέμβριο του 2020 αποτελείται από παρατηρήσεις που συγκεντρώθηκαν από τον Ιανουάριο του έτους 2003 μέχρι και τον Δεκέμβριο του έτους 2012.

Οι μηνιαίες παρατηρήσεις στις οποίες βασίζεται η πρόβλεψη των μελλοντικών τουριστικών αφίξεων στη Ρόδο είναι συνολικά 120. Το **Arima (1,0,0)x(0,1,3)12** με σταθερά είναι το μοντέλο που προσαρμόζεται καλύτερα στη συγκεκριμένη χρονοσειρά. Αυτό σημαίνει ότι η τιμή της κάθε πρόβλεψης εξαρτάται από τα εξής:

- Από την τιμή του προηγούμενου μήνα του ίδιου έτους
- Από το σφάλμα στην εκτίμηση των τριών προηγούμενων μηνών του προηγούμενου έτους.

Για παράδειγμα η πρόβλεψη του αριθμού των τουριστικών αφίξεων για τον Ιούλιο του 2013 εξαρτάται από την τιμή των τουριστικών αφίξεων του Ιουνίου του έτους 2013, καθώς και από το σφάλμα στην εκτίμηση των τουριστικών αφίξεων του Απριλίου, του Μαΐου και του Ιουνίου του έτους 2012.

Το συγκεκριμένο μοντέλο επιλέχθηκε με βάση μια σειρά κριτηρίων. Αρχικά δόθηκε βάση στη στατιστική σημαντικότητα των παραμέτρων του μοντέλου (*p*-value). Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζεται αναλυτικά η στατιστική σημαντικότητα για τις παραμέτρους του μοντέλου.

Πίνακας 5.1. Σύνοψη εκθετικού μοντέλου ARIMA

Παράμετρος	Εκτιμήτρια	Τυπικό σφάλμα	Τιμή συνάρτησης (<i>t</i>)	Στατιστική σημαντικότητα (<i>p</i>)
AR(1)	0,737138	0,0663487	11,1101	0,000000
SMA(1)	0,48848	0,0588103	8,30603	0,028989
SMA(2)	0,398736	0,0586422	6,79947	0,000000
SMA(3)	-0,755569	0,0449243	-16,8187	0,000000

Στον πίνακα 5.1. παρατηρούμε ότι η στατιστική σημαντικότητα για κάθε παράμετρο του μοντέλου είναι μικρότερη του 5%. Αυτό σημαίνει ότι οι τιμές των παραμέτρων είναι κατά 95% πραγματικές.

Το μοντέλο Arima που επιλέχθηκε συγκρίθηκε με άλλα αντίστοιχα μοντέλα μέσω του Stagraphics. Συγκριτικά με τα υπόλοιπα μοντέλα θα έπρεπε να έχει τη μικρότερη τιμή του κριτηρίου πληροφορίας του Akaike (AIC). Ακόμη, ανεξάρτητα από την τιμή του AIC το μοντέλο θα πρέπει να περνάει επιτυχώς τις πέντε δοκιμασίες που αναφέραμε και προηγουμένως.

Στον πίνακα 5.2. που ακολουθεί παρουσιάζεται η τιμή AIC του μοντέλου που επιλέχθηκε σε σχέση με άλλα μοντέλα καθώς και οι δοκιμασίες για όλα τα μοντέλα.

Πίνακας 5.2. Εκτιμώμενη περίοδος

Model	RMSE	MAE	MAPE	ME	MPE	AIC
(D)	27545,0	14967,1	82,2261	-2750,49	-63,1062	20,6805
(E)	30231,1	17906,6	72,6793	16441,7	-38,2741	20,8499
(F)	29964,6	17993,4	73,1484	16628,6	-38,6494	20,8322
(H)	17718,0	9278,63	66,3014	-971,441	-43,6473	19,7647
(I)	27081,2	15407,9	74,1869	752,361	-39,1952	20,6132

(J)	18093,9	9361,89	66,87	-1781,12	-44,525	19,8233
(K)	63010,6	30966,7	83,7231	-5716,62	-57,5619	22,3021
(L)	14202,5	10027,4	1054,0	-3667,19	-1051,12	19,1723
(M)	9064,74	5552,72	147,984	1359,65	-40,626	18,291
(N)	9002,58	5733,92	307,313	125,51	-248,052	18,2939
(O)	8880,32	5910,28	329,53	82,8901	-158,85	18,2999
(P)	9008,38	5577,61	174,235	447,433	-64,8458	18,3118
(Q)	9104,73	5547,1	150,687	1421,68	-26,4008	18,3164

<i>Model</i>	<i>RMSE</i>	<i>RUNS</i>	<i>RUNM</i>	<i>AUTO</i>	<i>MEAN</i>	<i>VAR</i>
(D)	27545,0	*	***	***	OK	***
(E)	30231,1	*	***	***	OK	***
(F)	29964,6	*	***	***	OK	***
(H)	17718,0	OK	OK	*	OK	OK
(I)	27081,2	*	*	***	OK	OK
(J)	18093,9	OK	OK	**	OK	OK
(K)	63010,6	***	***	***	OK	**
(L)	14202,5	***	***	***	*	**
(M)	9064,74	OK	OK	OK	OK	OK
(N)	9002,58	OK	OK	OK	OK	OK
(O)	8880,32	OK	OK	OK	OK	OK
(P)	9008,38	OK	*	OK	OK	OK
(Q)	9104,73	OK	OK	OK	OK	OK

Όπου

(D) Τετραγωνική τάση = $5,6745E6 + -16672,2 t + 12,4499 t^2$

(E) Εκθετική τάση = $\exp(7,16918 + 0,00616959 t)$

(F) S-curve trend = $\exp(15,5992 + -2871,42 / t)$

(H) Απλό εκθετικό ομαλοποιημένο με $\alpha = 0,8606$

(I) Δευτεροβάθμιο εκθετικό του Brown με $\alpha = 0,466$

(J) Γραμμικό εκθετικό του Holts με απλοποιημένο $\alpha = 0,8667$ and $\beta = 0,0118$

(K) Δευτεροβάθμιο εκθετικό του Brown με απλοποιημένο $\alpha = 0,107$

(L) Εξομάλυνση του Winter με $\alpha = 0,0922$, $\beta = 0,005$, $\gamma = 0,1987$

(M) ARIMA(1,0,0)x(0,1,3)₁₂

(N) ARIMA(1,0,0)x(0,1,3)₁₂ with constant

(O) ARIMA(0,0,3)x(0,1,3)₁₂ with constant

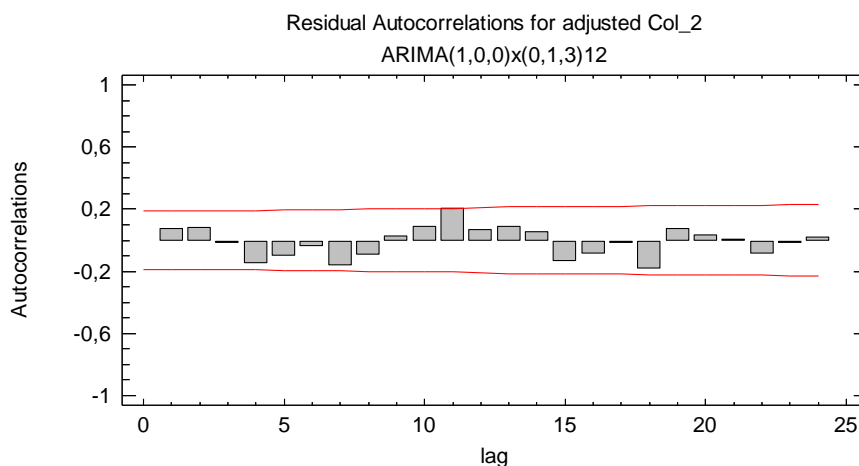
(P) ARIMA(1,0,0)x(2,1,3)₁₂

(Q) ARIMA(1,0,1)x(0,1,3)₁₂

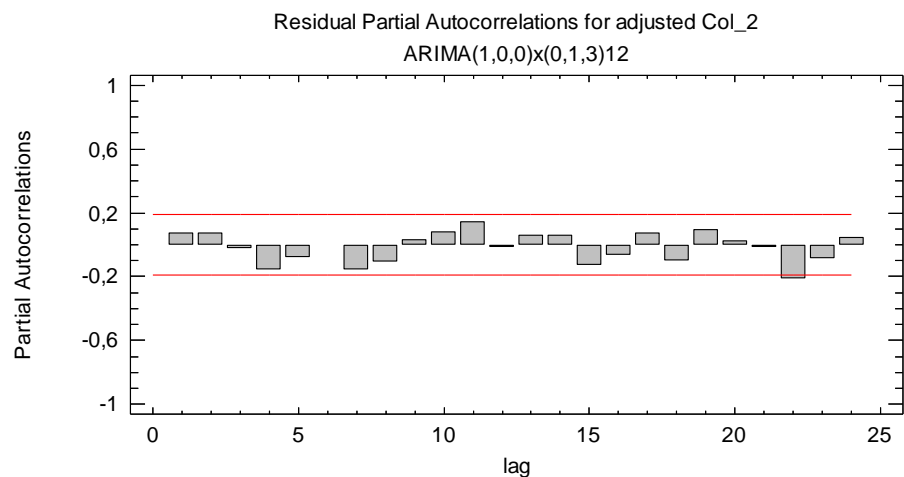
Ο πίνακας αυτός συγκρίνει τα αποτελέσματα της εφαρμογής διαφορετικών μοντέλων στα δεδομένα. Το μοντέλο με τη χαμηλότερη τιμή του κριτηρίου πληροφορίας του Akaike (AIC) είναι το **μοντέλο M**, το οποίο και χρησιμοποιήθηκε για την εκτέλεση των προβλέψεων.

Επίσης, ο πίνακας αυτός παρουσιάζει τα αποτελέσματα από 5 δοκιμασίες που έγιναν στα κατάλοιπα για να προσδιοριστεί αν κάθε μοντέλο είναι κατάλληλο για τα δεδομένα. Το μοντέλο που επιλέχθηκε, το μοντέλο M στη συγκεκριμένη περίπτωση περνάει 5 δοκιμασίες. Εφόσον καμία δοκιμασία δεν είναι στατιστικά σημαντική στο 95% ή υψηλότερο επίπεδο εμπιστοσύνης, το μοντέλο αυτό μπορεί να θεωρηθεί κατάλληλο για τα συγκεκριμένα δεδομένα.

Το τελευταίο κριτήριο που πρέπει να ληφθεί υπ όψιν είναι τα διαγράμματα αυτοσυσχετίσεων (Residual autocorrelations) και μερικών αυτοσυσχετίσεων (Residual partial autocorrelations). Τα κατάλοιπα στα διαγράμματα αυτά θα πρέπει να είναι εντός ορίων.



Διάγραμμα 5.1. Αυτό-συσχετίσεις των καταλοίπων



Διάγραμμα 5.2. Μερική αυτό-συσχέτιση των καταλοίπων

Στο παραπάνω διάγραμμα για το μοντέλο που επιλέχθηκε ένα κατάλοιπο είναι εκτός ορίων. Το ποσοστό ωστόσο είναι χαμηλό επομένως είναι αποδεκτό.

Πίνακας 5.3 Αφίξεις τουριστών στη Ρόδο (2003-2012)

Περίοδοι	Δεδομένα	Πρόβλεψη	Κατάλοιπα
1/03	2272,0		
2/03	1049,0		
3/03	1351,0		
4/03	56671,0		
5/03	150780,		
6/03	205503,		
7/03	246017,		
8/03	261021,		
9/03	194569,		
10/03	114935,		
11/03	1951,0		
12/03	757,0		
1/04	1207,0	1103,0	104,004
2/04	34,0	535,579	-501,579
3/04	1177,0	729,192	447,808
4/04	49999,0	37786,2	12212,8
5/04	156103,	148464,	7638,97

6/04	168563,	201338,	-32774,7
7/04	206230,	212787,	-6557,5
8/04	227825,	228710,	-884,895
9/04	189157,	178701,	10455,9
10/04	97713,0	105510,	-7797,39
11/04	568,0	-6233,44	6801,44
12/04	286,0	510,356	-224,356
1/05	381,0	491,47	-110,47
2/05	318,0	9,53294	308,467
3/05	2708,0	1211,45	1496,55
4/05	25621,0	35701,3	-10080,3
5/05	142964,	140019,	2945,46
6/05	203745,	186229,	17515,8
7/05	253375,	243182,	10193,1
8/05	257928,	266176,	-8247,77
9/05	222402,	200928,	21474,0
10/05	106331,	123442,	-17110,9
11/05	703,0	2897,04	-2194,04
12/05	105,0	398,315	-293,315
1/06	134,0	133,577	0,422738
2/06	182,0	151,229	30,7709
3/06	659,0	1755,66	-1096,66
4/06	36498,0	26317,5	10180,5
5/06	155211,	157803,	-2591,65
6/06	228822,	207844,	20978,5
7/06	289019,	271275,	17743,7
8/06	292034,	292645,	-611,045
9/06	226183,	230319,	-4135,76
10/06	108944,	114896,	-5952,36
11/06	104,0	4769,25	-4665,25
12/06	627,0	-168,417	795,417
1/07	223,0	443,074	-220,074
2/07	304,0	343,405	-39,4055
3/07	2880,0	1649,69	1230,31
4/07	37334,0	29849,2	7484,79
5/07	169395,	165162,	4232,58
6/07	230158,	229612,	546,358
7/07	295448,	282860,	12588,1
8/07	306556,	298995,	7560,81
9/07	247060,	238988,	8072,49
10/07	103745,	123333,	-19588,0
11/07	181,0	-847,406	1028,41
12/07	123,0	511,488	-388,488
1/08	117,0	-168,386	285,386
2/08	142,0	401,312	-259,312
3/08	2216,0	2280,29	-64,2903
4/08	32703,0	30478,9	2224,12
5/08	166769,	169786,	-3017,12
6/08	243740,	233066,	10674,4
7/08	291174,	304433,	-13259,3
8/08	300818,	298180,	2638,33
9/08	226625,	239513,	-12888,3

10/08	92664,0	93208,7	-544,665
11/08	434,0	-7916,21	8350,21
12/08	622,0	1043,53	-421,526
1/09	743,0	190,768	552,232
2/09	854,0	887,429	-33,4286
3/09	858,0	3019,45	-2161,45
4/09	42495,0	30493,9	12001,1
5/09	167986,	181798,	-13812,4
6/09	220438,	244651,	-24213,5
7/09	276940,	289119,	-12179,5
8/09	289845,	289472,	372,937
9/09	224459,	228579,	-4120,05
10/09	97961,0	83604,0	14357,0
11/09	1902,0	-669,355	2571,35
12/09	1739,0	1914,88	-175,883
1/10	1511,0	1139,23	371,774
2/10	1382,0	1500,73	-118,734
3/10	4284,0	2881,48	1402,52
4/10	29110,0	39276,9	-10166,9
5/10	180263,	170386,	9877,4
6/10	237516,	252611,	-15095,1
7/10	308536,	304776,	3760,45
8/10	316164,	315203,	961,288
9/10	249929,	248040,	1888,63
10/10	97272,0	98961,5	-1689,48
11/10	3861,0	-738,735	4599,73
12/10	3705,0	3493,53	211,471
1/11	3486,0	2738,91	747,088
2/11	2578,0	2948,14	-370,14
3/11	5146,0	4376,18	769,821
4/11	67692,0	38647,8	29044,2
5/11	210273,	206752,	3520,52
6/11	301641,	273923,	27717,9
7/11	372607,	359263,	13343,5
8/11	357394,	364971,	-7577,16
9/11	285144,	278265,	6879,13
10/11	126832,	117613,	9218,91
11/11	944,0	24470,1	-23526,1
12/11	1427,0	61,1253	1365,87
1/12	1079,0	1521,38	-442,383
2/12	718,0	995,188	-277,188
3/12	3380,0	3235,73	144,268
4/12	63124,0	51350,0	11774,0
5/12	197505,	205458,	-7953,22
6/12	271718,	275022,	-3304,33
7/12	346493,	343022,	3471,2
8/12	344276,	344333,	-57,2512
9/12	280876,	270717,	10159,2
10/12	96743,0	114358,	-17615,5
11/12	461,0	-5893,71	6354,71
12/12	560,0	1405,46	-845,461

Οι προβλέψεις που εξάγονται από το μοντέλο Arima (1,0,0)χ(0,1,3,)12 καθώς και τα διαστήματα εμπιστοσύνης για τα επόμενα οχτώ χρόνια (μέχρι και τον Δεκέμβριο του 2020) παρουσιάζονται στον πίνακα που ακολουθεί.

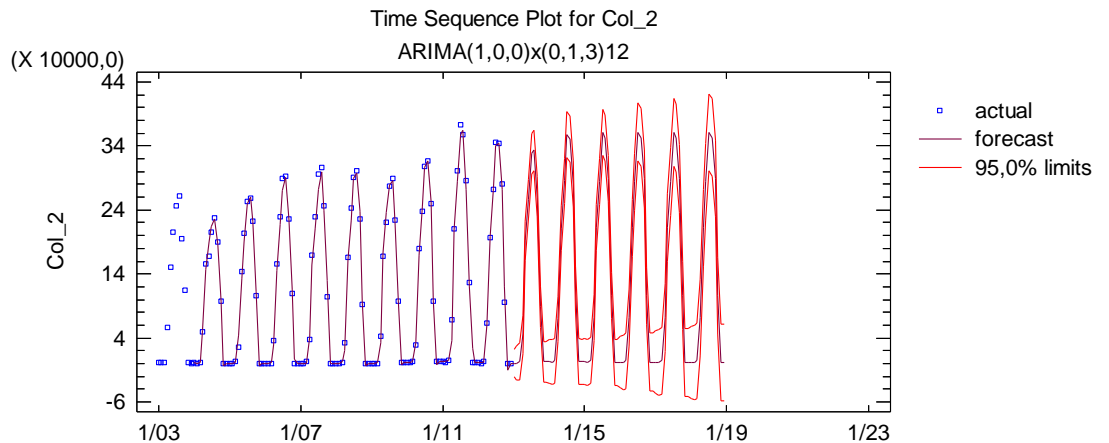
Πίνακας 5.4. Προβλέψεις μηνιαίων αφίξεων (2013-2020)

Περίοδοι	Πρόβλεψη	Κάτω όριο 95%	Πάνω όριο 95%
1/13	715,814	-20539,1	21970,7
2/13	546,332	-25859,2	26951,8
3/13	3408,44	-25412,4	32229,2
4/13	46024,4	15972,5	76076,3
5/13	192434,	161734,	223135,
6/13	257141,	226095,	288188,
7/13	327794,	296561,	359028,
8/13	333179,	301844,	364513,
9/13	260946,	229557,	292335,
10/13	88643,2	57224,4	120062,
11/13	3006,71	-28428,3	34441,7
12/13	3160,71	-28283,0	34604,4
1/14	3424,1	-30029,0	36877,2
2/14	2538,67	-31957,2	37034,6
3/14	4916,36	-30133,2	39965,9
4/14	69457,9	34111,2	104805,
5/14	211188,	175681,	246695,
6/14	285137,	249543,	320731,
7/14	358087,	322446,	393728,
8/14	350424,	314757,	386090,
9/14	280563,	244882,	316243,
10/14	117424,	81736,0	153112,
11/14	2943,89	-32748,4	38636,1
12/14	2875,95	-32818,5	38570,4
1/15	2893,73	-32902,1	38689,5
2/15	1863,87	-33986,8	37714,6
3/15	5027,26	-30853,3	40907,8
4/15	71786,5	35889,8	107683,
5/15	212259,	176353,	248164,
6/15	284323,	248412,	320233,
7/15	361713,	325800,	397625,
8/15	353342,	317428,	389256,
9/15	288859,	252944,	324774,
10/15	106026,	70110,8	141942,
11/15	2277,37	-33638,3	38193,1
12/15	2323,37	-33592,5	38239,2
1/16	2486,41	-37926,0	42898,8
2/16	1563,61	-41093,8	44221,0
3/16	4805,93	-39023,2	48635,0
4/16	71623,4	27170,6	116076,
5/16	212139,	167350,	256927,
6/16	284234,	239265,	329203,

7/16	361647,	316580,	406715,
8/16	353294,	308173,	398414,
9/16	288823,	243674,	333973,
10/16	106000,	60835,0	151165,
11/16	2258,08	-42915,6	47431,7
12/16	2309,14	-42869,1	47487,4
1/17	1904,45	-46509,4	51461,2
2/17	1267,23	-49378,8	52490,6
3/17	6187,43	-47163,1	56763,6
4/17	73547,2	19105,4	124133,
5/17	216539,	159325,	264946,
6/17	288563,	231261,	337203,
7/17	342478,	308588,	414704,
8/17	359635,	300187,	406398,
9/17	289643,	235692,	341953,
10/17	109542,	52854,6	159144,
11/17	2257,58	-50894,9	55410,0
12/17	2308,78	-50847,8	55465,3
1/18	2245,21	-53955,7	58907,0
2/18	1864,34	-56577,8	59689,2
3/18	4457,28	-54237,7	63837,9
4/18	72345,3	12095,6	131143,
5/18	210451,	152350,	271921,
6/18	288234,	224304,	344159,
7/18	356784,	301641,	421650,
8/18	365289,	293246,	413339,
9/18	285489,	228753,	348892,
10/18	109450,	45917,9	166081,
11/18	2259,49	-57830,6	62345,8
12/18	2423,22	-57783,1	62400,6
1/19	2115,65	-60531,7	65483,0
2/19	1346,68	-62980,6	66092,0
3/19	5200,09	-60552,0	70152,2
4/19	81325,1	5827,95	137410,
5/19	212135,	146107,	278164,
6/19	295472,	218075,	350389,
7/19	353762,	295419,	427872,
8/19	374239,	287028,	419557,
9/19	285235,	222537,	355108,
10/19	102459,	39703,0	172296,
11/19	2543,44	-64045,0	68560,1
12/19	2135,71	-63997,1	68614,6
1/20	2475,65	-66483,4	71434,7
2/20	1555,68	-68803,2	71914,5
3/20	4800,09	-66307,8	75908,0
4/20	71619,1	107,49	143131,
5/20	212135,	140405,	283865,
6/20	284232,	212383,	356080,
7/20	361646,	289733,	433558,
8/20	353292,	281345,	425240,
9/20	288822,	216856,	360789,

10/20	105999,	34022,6	177976,
11/20	2257,57	-69724,8	74240,0
12/20	2308,77	-69676,7	74294,2

Στη συνέχεια ακολουθεί το διάγραμμα χρονικής ακολουθίας των αφίξεων των τουριστών στη Ρόδο, το οποίο παρουσιάζει γραφικά τις παρατηρήσεις καθώς και τις προβλέψεις.



Διάγραμμα 5.3 Γράφημα χρονοσειράς

Πίνακας 5.5. Συνολικές αφίξεις τουριστών την περίοδο 2003-2020

Έτη	Συνολικές αφίξεις
2003	1.236.876
2004	1.098.962
2005	1.216.581
2006	1.338.417
2007	1.393.407
2008	1.358.024
2009	1.326.220
2010	1.433.533
2011	1.735.164
2012	1.606.933
2013	1.517.000
2014	1.688.980
2015	1.692.694
2016	1.691.184

2017	1.693.871
2018	1.701.290
2019	1.717.968
2020	1.691.143



Διάγραμμα 5.4. Γράφημα συνολικών αφίξεων ετών 2003-2020

Από τον παραπάνω πίνακα και το αντίστοιχο διάγραμμα διαπιστώνουμε ότι την περίοδο 2003-2010 η τουριστική κίνηση της Ρόδου παρουσίασε σταθερή πορεία καθώς οι αφίξεις κυμάνθηκαν στις 1.2 με 1.3 εκατομμύρια περίπου, με εξαίρεση το 2004 όπου κυρίως λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων οι τουρίστες προτίμησαν διαφορετικό προορισμό από τη Ρόδο.

Το έτος 2011 παρουσιάζεται ιδιαίτερα σημαντικό καθώς οι αφίξεις εκτοξεύονται ξεπερνώντας για πρώτη φορά το 1,7 εκατομμύρια.

Με βάση την ανάλυση που προηγήθηκε μέσω του στατιστικού προγράμματος Stagraphics, παρατηρούμε ότι το προσεχές έτος 2013 θα έχουμε μείωση στις αφίξεις τουριστών στη Ρόδο κατά 5,6% περίπου, συνεχίζοντας έτσι την καθοδική πορεία της προσέλευσης τουριστών που ξεκίνησε από το 2012.

Ωστόσο, στα επόμενα χρόνια οι συνολικές αφίξεις φαίνεται να παρουσιάζουν ανοδική πορεία φτάνοντας το 2019 στις 1.717.968 αφίξεις, γεγονός ιδιαίτερα ενθαρρυντικό καθώς πέρα από το 2011 ποτέ άλλοτε τα τελευταία 20 χρόνια οι συνολικές αφίξεις δεν έχουν ξεπεράσει τα 1,7 εκατομμύρια. Γενικά από το 2014 και μετά βλέπουμε ότι ο εισερχόμενος τουρισμός κυμαίνεται σταθερά πάνω από 1,6 εκατομμύρια.

Παράλληλα, σύμφωνα πάντα με τα αποτελέσματα των προβλέψεων για τα έτη 2013-2020 , με βάση τις αφίξεις την προηγούμενη δεκαετία , διαπιστώνουμε ότι οι μήνες με την μεγαλύτερη τουριστική κίνηση παραμένουν το εξάμηνο από Μάιο έως και Οκτώβριο καταδεικνύοντας τον εποχιακό χαρακτήρα του Ροδίτικου τουρισμού. Παρόλα αυτά, αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι από το 2014 και έπειτα, ο τουρισμός κατά τους χειμερινούς μήνες (Ιανουάριο, Φεβρουάριο, Νοέμβριο και Δεκέμβριο) παρουσιάζει αισθητή αύξηση η οποία σε ορισμένες περιπτώσεις μπορεί να φτάσει και το 146%.

Αξίζει να σημειωθεί ότι δεν έχουν ληφθεί απρόβλεπτοι παράγοντες όπως το ασταθές οικονομικό και πολιτικό περιβάλλον της χώρας, οι οποίοι καθορίζουν την πορεία του τουρισμού στην Ελλάδα γενικότερα αλλά και στη Ρόδο ειδικότερα. Αυτοί οι παράγοντες είναι πιθανόν να προκαλέσουν διαφορές ανάμεσα στον πραγματικό αριθμό των αφίξεων και αυτών που μας έδωσε το μοντέλο που προκρίθηκε.

Βιβλιογραφία Κεφαλαίου

Ελληνική βιβλιογραφία

- Γεωργαντάς Ζ., (1987), « Επιστημονικές μελέτες, η προσέγγιση Box-Jenkins στην ανάλυση και πρόβλεψη χρονολογικών σειρών», Κέντρο προγραμματισμού και οικονομικών ερευνών
- Θαλασσινός Ε., (1991), «Ανάλυση χρονολογικών σειρών: μεθοδολογία Box – Jenkins», εκδόσεις Σταμούλης
- Καραγεώργος, Δ. (2002) Μεθοδολογία έρευνας στις επιστήμες της αγωγής. Αθήνα: Σαβάλλας.
- Κεκές, Ι. (2004) Μεθοδολογία Επιστημονικής Εργασίας. Αθήνα: Ιδιωτική Έκδοση.
- Παπαδάκης Μ., Τσίμπος Κ., Μουρελάτος Α. (1997), «Στατιστική ανάλυση δεδομένων με το λογισμικό Stagraphics», εκδόσεις Α. Σταμούλης

- Σφακιανάκης Μ., (2003), «Εισαγωγή στην πληροφορική σκέψη», εκδόσεις Κλειδάριθμος
- Σφακιανάκης Μ., (2001), «Προσομοίωση και εφαρμογές», εκδόσεις Πατάκη
- Σφακιανάκης Μ., (2001), «Πρακτική πληροφορική και εφαρμογές», εκδόσεις Πατάκη

Κεφάλαιο 6. Συμπεράσματα και προτάσεις για περαιτέρω έρευνα

Η Ρόδος, αποτελεί ένα από τα πιο κοσμοπολίτικα νησιά της Ελλάδας το οποίο επισκέπτονται τουρίστες οι οποίοι φθάνουν στο νησί σε όλη την διάρκεια της άνοιξης και του καλοκαιριού από όλα τα μέρη του κόσμου. Το νησί της Ρόδου είναι ένα νησί του οποίου η τουριστική υποδομή είναι υποδειγματική για τα ελληνικά δεδομένα. Η υποδειγματική τουριστική υποδομή σε συνδυασμό με τις εντυπωσιακές φυσικές ομορφιές κάνουν την Ρόδο ένα πραγματικά πολύ ελκυστικό τουριστικό προορισμό.

Η περιφερειακή ανάπτυξη της Ελλάδας βασίζεται κυρίως στο κλάδο του τουρισμού. Δεν είναι τυχαίο ότι πολλές περιοχές της Ελλάδας ιδιαίτερα στην περιφέρεια γνώρισαν οικονομική άνθιση αναδεικνύοντας τα δικά τους μοναδικά χαρακτηριστικά μέσω του τουρισμού. Τόσο τα ξενοδοχεία αλλά και οι τουριστικές επιχειρήσεις οι οποίες ιδρύθηκαν στην περιοχή συνέβαλαν καθοριστικά στην οικονομική ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας.

Μάλιστα η μεγαλύτερη τουριστική κίνηση στην Ελλάδα εμφανίζεται στην περιφέρεια. Από ότι διαπιστώσαμε μάλιστα οι δαπάνες οι οποίες πραγματοποιούν οι τουρίστες στην Ρόδο υπερβαίνουν τις μέσες δαπάνες των τουριστών σε ολόκληρη την Ελλάδα.

Η τουριστική κίνηση σε συνδυασμό με τις αυξημένες μέσες δαπάνες των τουριστών στο νησί της Ρόδου επιφέρουν θέσεις εργασίας αλλά και ενίσχυση των έργων υποδομής, ψυχαγωγίας και παραγωγικών επενδύσεων.

Θα πρέπει να σημειώσουμε ότι τόσο οι προβλέψεις οι οποίες έχουν να κάνουν με τις αφίξεις των τουριστών όσο και τα έσοδα από τον κλάδο του τουρισμού αναδεικνύουν το γεγονός ότι δεν υπάρχει αναλογία αφίξεων και εξόδων. Πιο συγκεκριμένα παρατηρούμε ότι ενώ οι επισκέπτες από την Αυστρία έχουν ένα πολύ μικρό ποσοστό αφίξεων (2,36% το 2012) εν τούτοις είναι η εθνικότητα η οποία πραγματοποιεί τις μεγαλύτερες δαπάνες ανά διανυκτέρευση και καταλαμβάνει την δεύτερη θέση μετά τους Ρώσους επισκέπτες στις δαπάνες ανά επίσκεψη.

Η πορεία του τουρισμού της Ρόδου ακολούθησε την πορεία και τις τάσεις ανάπτυξης του Ελληνικού Τουρισμού, ο οποίος ξεκίνησε στη δεκαετία του '30, σαν οργανωμένος περιηγητικός τουρισμός, με αποκλειστικό σκοπό επίσκεψης τους αρχαιολογικούς χώρους και τα πολιτιστικά μνημεία.

Όπως παρατηρούμε από την εξαγωγή των αποτελεσμάτων της έρευνας μετά την επεξεργασία από το στατιστικό πακέτο statgraphics η τουριστική κίνηση στην Ρόδο θα παρουσιάσει αυξητικές τάσεις. Μάλιστα από τις 1.236.876 αφίξεις το 2003 θα φθάσουμε το 2020 τις 1.691.143 αφίξεις.

Παρόλα αυτά η χρόνια του 2020 θα έχει 44.021 αφίξεις λιγότερες σε σχέση με το 2011 (1.735.164 αφίξεις). Αυτό σημαίνει ότι θα πρέπει να ληφθεί μέριμνα για την τόνωση του τουρισμού στην περιοχή.

Θα πρέπει να αντιμετωπιστεί ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα του ελληνικού τουρισμού που δεν είναι άλλο από την έντονη εποχικότητα. Κατά τους χειμερινούς μήνες οι αφίξεις των τουριστών είναι ελάχιστες. Παρόλο που οι περισσότεροι επισκέπτες για το νησί στην Ρόδο επισκέπτονται το νησί για να απολαύσουν τον ήλιο και την θάλασσα εν τούτοις θα μπορούσε να αναδειχθεί ο μεσαιωνικός χαρακτήρας του νησιού αλλά και οι φυσικές ομορφιές του νησιού.

Επίσης λόγω της κοντινής απόστασης του νησιού της Ρόδου με τις ακτές της Τουρκίας το παραπάνω στοιχείο θα αποτελέσει και στοιχείο διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος της Ρόδου σε σχέση με το τουριστικό προϊόν των γειτόνων. Έτσι η Ρόδος θα αποκτήσει ένα σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα που θα μπορέσει να το αξιοποιήσει στο μέλλον.

Με την ανάπτυξη των κατάλληλων τουριστικών υποδομών θα μπορέσει να αντιμετωπιστεί το φαινόμενο της εποχικότητας ενισχύοντας όλους τους τομείς που εμπλέκονται άμεσα ή έμμεσα με τον τουρισμό στην Ρόδο.

Η αξιοποίηση σε μεγάλο βαθμό του φυσικού πλούτου της περιοχής ήταν το ξεκίνημα για την ολοκληρωμένη τουριστική ανάπτυξη και την ανάδειξη του νησιού ως ένα από τα πλέον δημοφιλέστερα τουριστικά θέρετρα της Ελλάδας. Ενώ ο μαζικός τουρισμός είναι κυρίαρχος στο νησί εν τούτοις το νησί έχει καταφέρει να διατηρήσει αλλά και να αναδείξει τους πόρους και τις δυνατότητες για την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Από τον περιορισμένο και περιηγητικό ή μορφωτικό - εκπαιδευτικό τουρισμό, όπως αυτός ονομάζεται σήμερα, ο τουρισμός της Ρόδου όπως άλλωστε και ολόκληρος ο Ελληνικός τουρισμός αλλά και ο Μεσογειακός, μετεξελίχθηκε σε μαζικό και προσανατολισμένο, κυρίως, προς τις θερινές διακοπές των Βορειοευρωπαίων. Ο τουρισμός ειδικότερα αποτελεί για την Ρόδο ένα δυναμικό παράγοντα που εδώ και μερικές δεκαετίες στηρίζει και προωθεί την τοπική ανάπτυξη. Τη δυναμική αυτή παρουσία του τουρισμού στην τοπική οικονομία επιβεβαιώνει η ευρεία συμμετοχή του

στην διαμόρφωση του Ακαθάριστου Περιφερειακού Προϊόντος και η μαζική προσφορά του στην εξασφάλιση ευκαιριών απασχόλησης, όχι μόνο για τον ντόπιο πληθυσμό, αλλά και σε εργατικό δυναμικό άλλων περιοχών της χώρας.

Η Ρόδος σήμερα είναι το νησί που φιλοξενεί μέχρι και 100,000 τουρίστες ημερησίως. Τα τελευταία χρόνια το νησί το επισκέπτονται περίπου 1,5 εκατομμύρια τουρίστες. Το μεγαλύτερο ποσοστό των επισκεπτών συγκεντρώνεται κυρίως στα βορειανατολικά παράλια του νησιού γεγονός που έχει προκαλέσει σημαντικά προβλήματα στις περιοχές αυτές. Το περιβάλλον αντιμετωπίζει όντως προβλήματα λόγω της τουριστικής ανάπτυξης, ωστόσο αυτό δεν οφείλεται στην τουριστική δραστηριότητα αλλά στον άναρχο και απρογραμματιστό τρόπο ανάπτυξής της.

Η νέα εποχή έχει πολύ περισσότερες απαιτήσεις και πολύ περισσότερες προκλήσεις. Οι ποιοτικές απαιτήσεις τόσο του μαζικού τουρισμού όσο και των μεμονωμένων, ειδικών ενδιαφερόντων επισκεπτών έχουν αυξηθεί, ενώ ταυτόχρονα έχει αυξηθεί πολύ ο ανταγωνισμός ακόμα και από τουριστικούς προορισμούς που βρίσκονται σε πολύ μακρινές τοποθεσίες, ακόμη και σε άλλες ηπείρους.

Η Ρόδος στρέφεται με αργά αλλά σταθερά βήματα προς την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού με απώτερο σκοπό την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος αλλά και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού (αγροτουρισμός, οικοτουρισμός, αθλητικός τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός κ.λ.π.) βοηθούν στην ανάπτυξη της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης του νησιού καθώς είναι περιβαλλοντικά φιλικές και δεν λαμβάνουν εντατική μορφή.

Μετά το 1980 πληθαίνουν οι προσπάθειες να προωθηθεί ένα πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης του οποίου βασικό χαρακτηριστικό θα είναι η **βιώσιμη ανάπτυξη**. Οι περιοχές στόχοι είναι κυρίως δυο, αφενός αυτές που έχουν υιοθετήσει το πρότυπο του οργανωμένου μαζικού τουρισμού και αφετέρου εκείνες που βρίσκονται στα πρώτα στάδια της ανάπτυξης τους και μπορούν με τον ανάλογο προγραμματισμό να αποκτήσουν βιώσιμα αναπτυξιακά χαρακτηριστικά.

Με τον όρο «βιώσιμη» τουριστική ανάπτυξη περιγράφεται ο τύπος της τουριστικής ανάπτυξης που δραστηριοποιείται ισόρροπα στην τοπική, κοινωνική, οικονομική, πολιτισμική και περιβαλλοντική δομή της κάθε τουριστικής περιοχής, διαμορφώνοντας παράλληλα όρους (υπηρεσίες, υποδομές, τεχνογνωσία) για την συνεχή ανατροφοδότηση της.

Οι κυρίαρχες παράμετροι της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης είναι οι ακόλουθες:

- Ειδικός σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης, με στόχο την ισορροπία ανάμεσα στην κοινωνία, την οικονομία και το περιβάλλον.
- Ενίσχυση όλων των μέτρων (τοπικές αναπτυξιακές πρωτοβουλίες, λειτουργικές διασυνδέσεις ανάμεσα στους διαφορετικούς κλάδους της οικονομίας, έρευνα, εκπαίδευση, μάρκετινγκ) που συμβάλλουν στις διαδικασίες ανατροφοδότησης της ανάπτυξης.
- Ειδικό θεσμικό πλαίσιο που θα προωθή τις διαδικασίες της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και την τοπική συμμετοχή.
- Προώθηση μέτρων και πολιτικών που συμβάλλουν στην προστασία και την ανάδειξη του τοπικού φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος.
- Χρήση των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού ως βασικού άξονα της τοπικής τουριστικής ανάπτυξης.

Οι σημαντικές ελλείψεις που παρουσιάζει ο σχεδιασμός και προγραμματισμός της τουριστικής ανάπτυξης, ακόμη και σε αναπτυγμένες χώρες, έχει οδηγήσει στην εφαρμογή προγραμμάτων βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης με διαφορετικό βαθμό επιτυχίας. Σε άλλες περιπτώσεις το υιοθετούμενο πρότυπο έχει λίγα μόνο χαρακτηριστικά της αειφορίας, ενώ σε άλλες περιπτώσεις περισσότερα. Η υιοθέτηση και προώθηση αυτού του προτύπου από υπερεθνικούς και εθνικούς φορείς που σχετίζονται με την τουριστική ανάπτυξη, αποτελεί σημαντική ένδειξη ότι ο αειφορικός τουρισμός σταδιακά θα επεκτείνεται στο διεθνή χώρο.

Τη διαπίστωση αυτή ενισχύει και η παράλληλη δυναμική τάση ανάπτυξης των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού που συμβάλλουν στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

Στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές χρησιμοποιούνται στα πλαίσια ενός προγραμματισμού που έχει δύο στόχους:

- Την προσφορά μεγαλύτερου αριθμού εξειδικευμένων υπηρεσιών που καλύπτουν τη ζήτηση ειδικών ομάδων τουριστών.
- Την συγκρότηση ενός προτύπου ανάπτυξης που εντάσσεται ισόρροπα στην υπάρχουσα δομή, είτε βελτιώνοντας την προϋπάρχουσα κατάσταση. (π.χ. στις περιοχές με οργανωμένο τουρισμό διακοπών), είτε διαμορφώνοντας μια νέα παραγωγική δομή στον τουριστικό τομέα όπου κυριαρχούν οι υποδομές και οι υπηρεσίες των ειδικών και εναλλακτικών μορφών. Στο πλαίσιο αυτό ενισχύεται η συγκροτημένη ανάπτυξη αυτών των μορφών κατά ομάδες. Στόχος είναι η διαμόρφωση μιας υποδομής προσφοράς που θα ανταποκρίνεται σε

διαφορετικούς τύπους ζήτησης και θα συμβάλλει στη βασική αρχή της αειφορίας: την ανατροφοδότηση της ανάπτυξης. Σκόπιμο είναι αυτά τα πλέγματα των ειδικών και εναλλακτικών μορφών να συγκροτούνται με βάση κάποια κοινά χαρακτηριστικά των κινήτρων των τουριστών. Τα χαρακτηριστικά συγκροτούν και τις ανάλογες «ομάδες – στόχους» του μάρκετινγκ της περιοχής. Βασική παράμετρος επιτυχίας αυτής της πολιτικής αποτελεί η τήρηση των αρχών της αειφορίας και ο μακροχρόνιος προγραμματισμός.

Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη που θα μπορούσε να δρομολογηθεί στην Ρόδο πρέπει να στηριχτεί στην ποιοτική αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος, στον εμπλουτισμό και την διαφοροποίηση του και στην ανάπτυξη νέων μορφών τουρισμού. Η τουριστική ανάπτυξη της Περιφέρειας της Ρόδου έως σήμερα:

- Έχει αφήσει περιοχές αναξιοποίητες,
- Έχει δημιουργήσει ώριμες τουριστικά περιοχές
- Έχει οδηγήσει περιοχές σε κρίση έχοντας υπερβεί τη φέρουσα ικανότητα τους.

Για όλες αυτές, το μοντέλο της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης προβάλλει ως το πλέον κατάλληλο για τη διαμόρφωση μιας μεσομακροπρόθεσμης αποτελεσματικής στρατηγικής και όλα τα σενάρια και οι στόχοι λειτουργούν προς την κατεύθυνση αυτή. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού (αγροτουρισμός, οικοτουρισμός, αθλητικός τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός κ.λ.π.) εξ' ορισμού συνάδουν με το μοντέλο της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, καθόσον είναι δραστηριότητες που δεν λαμβάνουν εντατική μορφή και είναι κατεξοχήν φιλικές προς το περιβάλλον.

Η Ρόδος παραμένει ένας παραδοσιακός προορισμός αναψυχής που προσφέρει ήλιο, θάλασσα, παραλίες και πολιτισμικά μνημεία. Η ζήτηση αυτού του είδους τουριστικών πακέτων εξακολουθεί να αυξάνεται, αλλά με χαμηλούς ρυθμούς. Ο τομέας του τουρισμού είναι ο βασικός τομέας της οικονομίας του νησιού. Γενικά έχει μια ικανοποιητική απόδοση τα τελευταία χρόνια παρά την διαπίστωση ότι οι παρεχόμενες υπηρεσίες δεν έχουν πάντα το απαιτούμενο επίπεδο ποιότητας το οποίο θα πρέπει και να προβληματίσει. Η Ρόδος δέχτηκε περίπου 1,6 εκατομμύρια τουρίστες το έτος 2012. Οι τιμές αυτές αντιπροσωπεύουν περίπου το 10% του συνολικού αριθμού των επισκεπτών στην Ελλάδα. Οι επισκέπτες που προέρχονται από τις Σκανδιναβικές χώρες αποτελούν το 20% των αφίξεων με μισθωμένες πτήσεις, από το Ηνωμένο Βασίλειο αποτελούν το 18% και από τη Γερμανία το 12%. Οι επισκέπτες από τη Ρωσία αποτελούν το 10% αλλά όπως διαπιστώσαμε παρατηρείται μια ιδιαίτερα μεγάλη

αυξητική τάση τα τελευταία χρόνια η οποία αναμένεται να συνεχιστεί και στο μέλλον. Η Ρόδος προσελκύει τουρίστες υψηλής εισοδηματικής στάθμης και μορφωτικού επιπέδου, που την επισκέπτονται την καλοκαιρινή περίοδο με μέση διάρκεια ταξιδιού 1-2 εβδομάδες, διάρκεια που εμφανίζει τα τελευταία χρόνια πτωτική τάση.

Μεγάλη μερίδα του μαζικού τουρισμού της Ρόδου θα πρέπει να οδηγηθεί στο μέλλον σε χώρους με καινούργιες εγκαταστάσεις και ελκυστικό φυσικό περιβάλλον. Οι εγκαταστάσεις τέτοιων χώρων θα περιλαμβάνουν για παράδειγμα, γήπεδα γκολφ, κέντρα παροχής υπηρεσιών σε θέματα υγείας, και γενικά διάφορες εγκαταστάσεις αναψυχής και παροχής υπηρεσιών (υπαίθριες ή μη).

Η ανάπτυξη του τουρισμού δεν είναι ισόρροπη μεταξύ της βόρειας και νότιας ακτής του νησιού. Ο ρυθμός ανάπτυξης είναι υψηλός στη βόρεια πλευρά και σε λίγα διάσπαρτα σημεία της νότιας. Το επίπεδο της τουριστικής προσφοράς διαφέρει από περιοχή σε περιοχή, όπως επίσης και το επίπεδο της τουριστικής ζήτησης. Η συγκεκριμένη τουριστική δραστηριότητα έχει οδηγήσει ορισμένες περιοχές στην υπέρβαση της αντοχής του συστήματος (φέρουσας ικανότητας) με αποτέλεσμα να έχουν δημιουργηθεί δυσμενείς επιπτώσεις τόσο στο φυσικό όσο και στο ανθρωπογενές περιβάλλον. Πρέπει να ληφθούν μέτρα για την αντιμετώπιση των προβλημάτων αυτών αλλά και να προστατευτούν και οι υπόλοιπες περιοχές προκειμένου να μην φτάσουν σε αυτό το σημείο.

Το βέλτιστο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης για το νησί της Ρόδου, με γνώμονα τις ιδιαιτερότητες, τις ανάγκες και τις αδυναμίες του ροδίτικου τουριστικού προϊόντος είναι η Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη. Βασίζεται σε παρεμβάσεις και δραστηριότητες μη εντατικές και θέτει ως προτεραιότητα την ποιότητα έναντι της ποσότητας. Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη επιδιώκει τη χωροχρονική ισοκατανομή της τουριστικής δραστηριότητας τρόπον ώστε να ελαχιστοποιούνται δυσμενείς επιπτώσεις(περιβαλλοντικές, κοινωνικές κ.α.) από την υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας του εκάστοτε τουριστικού πόλου και παράλληλα να διασφαλίζεται η ύπαρξη ή και δημιουργία κρίσιμων πυρήνων- κέντρων εξυπηρέτησης και διάχυσης της τουριστικής κίνησης. Για την υλοποίηση της βιώσιμης ανάπτυξης υιοθετούνται οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού που δεν έχουν εντατική μορφή και είναι περιβαλλοντικά φιλικές. Τα τελευταία χρόνια γίνεται προσπάθεια για μεταβολή της εικόνας αυτής που θέλει την Ρόδο να προσφέρει αποκλειστικά ήλιο και παραλίες, επιδιώκοντας να αναπτύξει και άλλες δραστηριότητες που να εντάσσονται στα πλαίσια της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Αυτό απαιτεί εντατικοποίηση της προσπάθειας για μια πολύπλευρη ανάπτυξη του τουρισμού, ένας συντονισμός και μια λειτουργική

αποτελεσματικότητα.

Μέσα στα πλαίσια αυτά, η βασική αναπτυξιακή στρατηγική στοχεύει στη μεταβολή της τουριστικής φυσιογνωμίας της Ρόδου εν γένει. Στρατηγικός στόχος είναι η μεταβολή της διεθνούς εικόνας ότι η Ρόδος δεν είναι κατάλληλη μόνο για παραθεριστικό τουρισμό και να προβληθεί το γεγονός ότι προσφέρεται για επισκέψεις κατά τη διάρκεια όλου του έτους, κυρίως λόγω των πολιτιστικών της πόρων, αλλά και των υπόλοιπων φυσικών της καλλονών.

Η στρατηγική ανάπτυξη του τουρισμού στην Ρόδο πρέπει να γίνει αποδεκτή από όλους τους φορείς και να υπηρετηθεί με συνέπεια, με στόχο την ικανότητα της Ρόδου να καθορίζει την αναπτυξιακή της πορεία και την επανένταξη της στην αγορά θερινού και χειμερινού τουρισμού, με τη μορφή ενός πακέτου τουριστικών προϊόντων υψηλής ποιότητας.

Οι βασικοί άξονες για την ανάπτυξη ενός τέτοιου σχεδίου τουρισμού είναι οι εξής:

Ειδικές και γενικές υποδομές

- Επενδύσεις σε ειδικές υποδομές χώρων αναψυχής και αθλητισμού (μονοπάτια για πεζοπορία, για ποδηλασία, για ιππασία, ανάπτυξη μαρίνων, αθλητικών κέντρων, πισίνες, κτλ.) με στόχο την βελτίωση της ποιότητας ζωής των πολιτών και την προσέλκυση υψηλού εισοδήματος επισκεπτών του νησιού.
- Επενδύσεις σε βασική υποδομή όπως αεροδρόμια, ύδρευση, αποχετευτικό σύστημα, παροχή ηλεκτρικής ενέργειας (ανανεώσιμες πηγές), τηλεπικοινωνίες, και μερικές βελτιώσεις στο οδικό δίκτυο του νησιού.
- Λήψη μέτρων, ώστε να καθιερωθεί ένα πλαίσιο κανόνων αρχιτεκτονικής η οποία να στοχεύει στην ανάδειξη της παράδοσης και της ξεχωριστής προσωπικότητας της Ρόδου, προκειμένου να αποφεύγεται η “νόθευση” της ομοιομορφίας του τοπίου.
- Η βελτίωση του οδικού δικτύου του νησιού και η κατασκευή νέου όπου κρίνεται απαραίτητο για την ελαχιστοποίηση των αποστάσεων. Η δημιουργία εθνικής οδού περιφερειακά του νησιού για να συνδέονται όλες οι παραθαλάσσιες περιοχές του νησιού μεταξύ τους, με τις περιοχές της ενδοχώρας του νησιού και με τα σημαντικότερα αξιοθέατα
- Να αυξηθεί η συχνότητα των δρομολογίων των λεωφορείων που συνδέουν την πόλη της Ρόδου με το υπόλοιπο νησί (ιδιαίτερα κατά την διάρκεια της τουριστικής περιόδου) για την καλύτερη εξυπηρέτηση των επισκεπτών και των κατοίκων του νησιού, με παράλληλη ενίσχυση και συντήρηση του στόλου των

αστικών και υπεραστικών λεωφορείων

- Η βελτίωση των υπηρεσιών στο αεροδρόμιο και το λιμάνι της Ρόδου παρέχοντας όλες τις απαραίτητες τουριστικές πληροφορίες και καλωσορίζοντας τους επισκέπτες του νησιού, με τρόπο που θα δίνει μια γεύση της εμπειρίας που πρόκειται να ζήσουν στο νησί

Καταλύματα

- Επένδυση σε μικρό αριθμό υψηλής ποιότητας καταλυμάτων σε επιλεγμένες περιοχές π.χ. σε ορεινές περιοχές, περιοχές λιγότερο αναπτυγμένες όπου προωθείται και η κατασκευή συμπληρωματικών χώρων αναψυχής. Θεσμοθέτηση κινήτρων για την προώθηση των παραπάνω επενδύσεων.
- Έλεγχος της ποιότητας των καταλυμάτων που λειτουργούν.
- Δημιουργία ενός αξιόπιστου καταλόγου που θα κατηγοριοποιεί τα καταλύματα διαμονής επισκεπτών (ξενοδοχεία, διαμερίσματα), που θα στηριχτεί σε επιτόπιους ελέγχους των αρμόδιων οργάνων.

Υπηρεσίες

- Ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων υψηλής ποιότητας που στηρίζονται στην αξιοποίηση δεξιοτήτων και καινοτομικών πρακτικών που έχουν αναπτυχθεί στο νησί της Ρόδου(πχ. ιατρικός τουρισμός, αθλητικό τουρισμός κλπ).
- Προώθηση των τουριστικών προϊόντων με σύγχρονες μεθόδους marketing.
- Η προσπάθεια περαιτέρω ενίσχυσης της τουριστικής εικόνας του νησιού σε χώρες όπως η Ρωσία και οι Αυστρία, καθώς οι τουρίστες των συγκεκριμένων χωρών πέρα του γεγονότος ότι το ποσοστό τους αυξάνεται με θεαματικό ρυθμό, αποτελούν όπως είδαμε νωρίτερα τους 'ποιοτικότερους' πελάτες του νησιού
- Η λήψη νομοθετικών μέτρων για την κατάργηση του συστήματος «ολικής φιλοξενίας» (all inclusive) ή έστω τον περιορισμό της εφαρμογής του σ' ένα μέγιστο επιτρεπτό ποσοστό για κάθε ξενοδοχείο σύμφωνα με κάποια κριτήρια, όπως το είδος τουρισμού που προωθεί κάθε περιοχή, η κατηγορία του ξενοδοχείου, η χρονική περίοδος και η περιοχή στην οποία βρίσκεται το ξενοδοχείο
- Βελτίωση της έντυπης ή άλλης μορφής παρουσίασης και περιγραφής των αρχαιολογικών και ιστορικών χώρων του νησιού ώστε ο επισκέπτης να έχει

εύκολη πρόσβαση και πιο ολοκληρωμένη εικόνα της ιστορίας του νησιού.

- Αξιοποίηση των επιτυχημένων παραδειγμάτων που επιδεικνύει σήμερα ο τουριστικός τομέας της Ρόδου - ειδικά αυτών που στοχεύουν στην βελτίωση της ποιότητας τροφίμων και ποτών που διατίθενται από τα καταστήματα, στην εξυπηρέτηση πελατών, στην περιβαλλοντική διαχείριση, στην ορθολογική διαχείριση ακτών, κτλ.
- Οργάνωση μικρού αριθμού υψηλής ποιότητας και διεθνούς εμβέλειας καλλιτεχνικών, αθλητικών και πολιτισμικών εκδηλώσεων καθ' όλη την διάρκεια του έτους.
- Αύξηση των επενδύσεων στην εκπαίδευση των εργαζομένων στο τομέα του τουρισμού αλλά και στην ενημέρωση των πολιτών για τα έμμεσα και άμεσα αποτελέσματα της ανάπτυξης του τομέα του τουρισμού.
- Η μείωση της εξάρτησης τουρ operators με πρωτοβουλίες του ιδιωτικού τομέα για ανάπτυξη τους είτε μέσω εξαγορών και συγχωνεύσεων, είτε μέσω στρατηγικών συμμαχιών ασχολούμενοι οι ίδιοι με την προώθηση του τουρισμού και την προσέλκυση των τουριστών.
- Η εκμετάλλευση στο έπακρο των δυνατοτήτων που δίνει το Internet για την προώθηση των τουριστικών επιχειρήσεων και ενός τουριστικού προορισμού απευθυνόμενες απευθείας στους υποψήφιους επισκέπτες μειώνοντας το κόστος διανομής και δίνοντας την ευκαιρία να προσεγγίσει ευκολότερα τους τουρίστες που επιλέγουν τις τελευταίες στιγμές (last minute) διακοπές προσφέροντας τους τουριστικά πακέτα σε χαμηλές και ανταγωνιστικές τιμές.
- Οι διεθνείς και ελληνικές κινηματογραφικές ταινίες που γυρίστηκαν και γυρίζονται στο νησί να αξιοποιηθούν για την καλύτερη και αποτελεσματικότερη προώθηση του νησιού. Ο κινηματογράφος και ειδικά το Hollywood αποτελεί μια τεράστια παγκόσμια βιομηχανία με πολύ μεγάλη επιρροή στην διαμόρφωση εντυπώσεων για τα μέρη στα οποία γυρίζονται οι ταινίες αυτές.
- Σημαντική θεωρείται η εντατικοποίηση των προσπαθειών για προσέλκυση μεγαλύτερου αριθμού κρουαζιέρων. Επιπλέον αναγκαία είναι η διασύνδεση της Ρόδου με άλλα λιμάνια της Μεσογείου.

Περιβάλλον

- Η ανάδειξη της τεράστιας πολιτιστικής κληρονομιάς της Ρόδου (παραδοσιακά έθιμα και εκδηλώσεις) μέσα από τις συντονισμένες δράσεις των τουριστικών φορέων και των πολιτιστικών συλλόγων του νησιού.

- Προστασία και ανάδειξη του φυσικού περιβάλλοντος (ακτές και περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, ορεινές περιοχές, κτλ.) του νησιού, βελτίωση της πρόσβασης σε αυτούς τους χώρους (μονοπάτια, ποδηλατο-διαδρομές, ειδικές διαδρομές για άλογα, κτλ.), και παραγωγή των κατάλληλων ενημερωτικών εντύπων και χαρτών που υποστηρίζουν τον επισκέπτη
- Επίλυση του σημαντικότερου προβλήματος της διαχείρισης των στερεών απορριμμάτων στην Ρόδο και της άναρχης οικιστικής ανάπτυξης. Βελτίωση της εικόνας που παρουσιάζει το νησί στον επισκέπτη.
- Ο έλεγχος του ρυθμού αύξησης κατασκευής νέων ξενοδοχειακών μονάδων ή επέκτασης των υπαρχουσών, με βάση τις προβλέψεις και τις προοπτικές του τουρισμού
- Η προστασία των δασικών εκτάσεων του νησιού μέσω ενός οργανωμένου και αποτελεσματικού δικτύου δασοπροστασίας για την ελαχιστοποίηση ή και αποφυγή των πυρκαγιών.

Η προσπάθεια αναπροσανατολισμού του τουρισμού πρέπει να πραγματοποιηθεί σε τοπικό επίπεδο, στη μάχη της βελτίωσης των υποδομών και της δημιουργίας νέων προκλήσεων για τους ξένους επισκέπτες. Η επιτυχία του εγχειρήματος δεν είναι πάντα συνάρτηση του μεγέθους των επενδύσεων που πραγματοποιούνται. Σε αρκετές περιπτώσεις απαιτείται περισσότερο καλή οργάνωση και συντονισμός, ως επίσης και πρακτική προσέγγιση των θεμάτων

Όλα τα παραπάνω χρειάζονται άμεση υποστήριξη από τον δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα με στόχο την δημιουργία υποδομών υψηλής ποιότητας που θα συμβάλει στον σχεδιασμό και την υλοποίηση μιας στρατηγικής για τον τουρισμό της Ρόδου. Είναι αναγκαίο να υιοθετηθούν προτεραιότητες σχετικά με τα έργα που θα υλοποιηθούν και γενικότερα με τις δράσεις που θα αναληφθούν ή εφαρμόζονται ήδη με στόχο τη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος της Ρόδου.

Η Ρόδος εμφάνισε ραγδαία τουριστική ανάπτυξη, η οποία σε σχέση με άλλες περιοχές της Ελλάδος συντελέστηκε σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα. Σημαντικό ρόλο σε αυτό έπαιξε η εθνική πολιτική που από τα τέλη της δεκαετίας του '70 ενθάρρυνε την τουριστική ανάπτυξη με σειρά οικονομικών ενισχύσεων που χορηγήθηκαν σε επιχειρήσεις για τη δημιουργία τουριστικών εγκαταστάσεων. Ο ήλιος, η θάλασσα και οι παραλίες αποδείχθηκαν οι πρώτοι ισχυροί πόλοι έλξης αλλοδαπών τουριστών, δημιουργώντας την εικόνα ενός προορισμού μαζικού τουρισμού.

Για την αντιμετώπιση με τον καλύτερο δυνατό τρόπο αυτών των νέων συνθηκών η Ρόδος οφείλει να υιοθετήσει το σχέδιο της Βιώσιμης Τουριστικής Ανάπτυξης. Το μοντέλο αυτό βασίζεται στην εναρμόνιση των στρατηγικών στόχων και μέσων τουριστικής ανάπτυξης με βάση τον ιδιαίτερο χαρακτήρα της Περιφέρειας το οποίο λαμβάνει υπόψη, τους περιορισμούς (οικολογικούς, κοινωνικούς, πολιτικούς κ.λ.π.) του τόπου υποδοχής με στόχο τη βιωσιμότητα και τη διατηρησιμότητα του τουριστικού προϊόντος (τουριστικών πόρων). Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού θεωρούνται περιβαλλοντικά φιλικές και επομένως πιο βιώσιμες από τον μαζικό τουρισμό. Η συγκροτημένη βιώσιμη ανάπτυξη με τη βοήθεια εργαλείων όπως αυτό της φέρουσας ικανότητας για τον τουρισμό (Sustainable Development) πρέπει να αποτελεί την κατευθυντήρια πολιτική, καθώς παράλληλα με την επιδιωκόμενη προστασία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος (προϋπόθεση ύπαρξης και ιδιαίτερα του τουρισμού) επιτυγχάνεται ταυτόχρονα η συνέχιση και του περιβάλλοντος.

Οι ανάγκες της σύγχρονης τουριστικής ζήτησης οδηγούν στην ανάπτυξη πολιτικών ενίσχυσης και προώθησης ενός πλέγματος εναλλακτικών μορφών τουρισμού που αφορούν τον αγροτουρισμό, τον αθλητικό τουρισμό, τον πολιτιστικό, τον τουρισμό περιπέτειας κ.α.

Απέναντι στις νέες προκλήσεις και νέες απαιτήσεις, πρέπει να εφαρμοστεί μία πολιτική η οποία να εκτείνεται όχι μόνο στην Ρόδο αλλά και σε όλη τη χώρα, να σέβεται τον πολιτισμό και το περιβάλλον και να ενισχύει την οικονομική ανάπτυξη με έναν τρόπο βιώσιμο, ο οποίος αντέχει και στις αξίες και στην αισθητική και στον χρόνο. Μια πολιτική που χαρακτηρίζεται από την πολυμορφία, την ποιότητα και τη βιωσιμότητα του τουριστικού προϊόντος.

Η προσπάθεια διαφύλαξης του περιβάλλοντος, που έλκει και αναπτύσσει τον τουρισμό, δεν μπορεί παρά να αποτελεί αποκλειστική φροντίδα, συνεχή και επίμονη, προκειμένου να διασφαλιστεί η διάρκεια (βιώσιμη ανάπτυξη) και οι θετικές επιπτώσεις από τη διεύρυνσή του. Το βάρος κατά συνέπεια, εντοπίζεται στη διαμόρφωση σωστής πολιτικής διαχείρισης του τουριστικού προϊόντος, που να μεγιστοποιεί τις ωφέλειες και να ελαχιστοποιεί τις αρνητικές επιπτώσεις, κάτι βέβαια που η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη διασφαλίζει. Ανάμεσα στα χρήσιμα εργαλεία σχεδίασης της ζητούμενης πολιτικής για την Κρήτη αλλά και για την Ελλάδα, είναι η σε νέες κατευθύνσεις αναζήτηση των ποιοτικών και ποσοτικών παραμέτρων και συντελεστών που θα εμπλουτίσουν την εμπειρία (ντόπια και διεθνή) και θα υποβοηθήσουν τη λήψη αποφάσεων.

Αναμφίβολα η τουριστική δραστηριότητα είναι μία συνιστώσα παραγωγικών δράσεων

που μπορεί να συμβάλει στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη πόλεων και τοποθεσιών ιστορικού, φυσικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος.

Πριν απ' αυτά όμως:

- Βασική προϋπόθεση για αιφορική ανάπτυξη είναι η εκπόνηση στρατηγικών σχεδίων για την τουριστική ανάπτυξη σε κλίμακα περιφέρειας και κράτους.
- Επιβάλλεται να εντοπιστούν οι πραγματικές δυνατότητες και η χωρητικότητα του τουριστικού υποδοχέα σε σχέση με το μέγεθος του, το φυσικό, ιστορικό και πολιτιστικό περιβάλλον του.
- Η κατανόηση και αξιολόγηση με κριτήρια αιφορίας της δυνατότητας τουριστικής ανάπτυξης
- Η ενθάρρυνση και υποστήριξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού οι οποίες είναι περισσότερο φιλικές στο περιβάλλον ως «Αντίδοτο» στις αρνητικές επιδράσεις του μαζικού τουρισμού
- Απαραίτητη βασική προϋπόθεση για την υποστήριξη και καθιέρωση εναλλακτικών μορφών τουρισμού είναι ο προσδιορισμός ορθολογιστικών κριτηρίων
- Η προσβασιμότητα για τα ΑΜΕΑ στις τουριστικές δραστηριότητες χρειάζεται να γίνει στόχος πρώτης προτεραιότητας για όλους όσοι εμπλέκονται στον τουρισμό.
- Ανάγκη υπάρχει για δικτύωση των μικρών ξενοδοχειακών μονάδων.
- Διασύνδεση του τουρισμού με τον πρωτογενή τομέα και προώθηση της πιστοποίησης τοπικών προϊόντων και τοπικής διατροφής
- Δράσεις προβολής του τουριστικού προϊόντος σε στοχευμένες αγορές.
- Ποιοτική αναβάθμιση της εκπαίδευσης τουριστικών στελεχών
- Χρηματοδότηση ενός περιφερειακού δικτύου προώθησης των θεματικών μορφών τουρισμού με τη συμμετοχή τουριστικών επιχειρήσεων, εκπαιδευτικών και ερευνητικών ιδρυμάτων, ιδρυμάτων υγείας, πολιτιστικών φορέων και οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης
- Η ανάληψη πρωτοβουλιών για την ενίσχυση της τουριστικής συνείδησης όσων απασχολούνται στον τουριστικό τομέα, αλλά και των κατοίκων από τους αρμόδιους τουριστικούς φορείς. Αυτές θα περιλαμβάνουν εκστρατείες ενημέρωσης, εκδηλώσεις και ημερίδες.
- Και βέβαια οι αρχές που σχεδιάζουν και προγραμματίζουν την τουριστική δραστηριότητα, πρέπει να αντιληφθούν την ανάγκη ανταλλαγής απόψεων και εκπόνησης ερευνών από περισσότερες ειδικότητες εμπειρογνομόνων στον τομέα του τουρισμού, με βάση την τουριστική εμπειρία

- Είναι τέλος απαραίτητη η συμμετοχή αρχιτεκτόνων πολεοδόμων και περιβαντολλόγων σε κάθε επίπεδο σχεδιασμού της τουριστικής δραστηριότητας
- Και τέλος έργα υποδομής (για ασφαλείς και γρήγορες μεταφορές και κυρίες προς και από τις πύλες εισόδου (Α/Δ, Λιμάνια) που εκτός από τον ασαφή χαρακτηρισμό τους, το ουσιαστικό είναι η επέκταση και ολοκλήρωση των απαραίτητων εγκαταστάσεών τους. Οπωσδήποτε βέβαια τα έργα περιβάλλοντος, βιολογικοί καθαρισμοί, ορθολογική διαχείρισης στερεών απορριμμάτων κλπ)

Με τις παραπάνω ενέργειες θα μπορέσει ένας τόπος ιστορικός αλλά γεμάτος φυσικές ομορφιές να αποτελέσει ένα από τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς στο χώρο της Ανατολικής Μεσογείου αλλά και σε ολόκληρη την Ευρώπη.

Βιβλιογραφία

Ελληνική βιβλιογραφία

1. Ακριβός, Χ. (2007) Τουρισμός. Εισαγωγικές Εισαγωγικές έννοιες, τουριστική συνείδηση, τουριστική συμπεριφορά. Αθήνα: Interbooks.
2. Ανδριώτης, Κ. . (2009) Αειφορία και Εναλλακτικός τουρισμός, Αθήνα: Σταμούλη.
3. Αποστολόπουλος, Κ. (2009) Εναλλακτικός και ήπιος τουρισμός της υπαίθρου. Αθήνα: Ελληνοεκδοτική
4. Βαρβαρέσος Σ., (2000) «Τουρισμός, Έννοιες, μεγέθη, δομές (σσ 53-70)», Προπομπός Β΄ έκδοση
5. Βαρβαρέσος Σ., (1999), «Τουρισμός, οικονομικές προσεγγίσεις», εκδόσεις Προπομπός
6. Βασιλάκη Φαλάνη-Μουτάφη (2002), «Έρευνες για τον τουρισμό στην Ελλάδα και στην Κύπρο», Α έκδοση Κρητική Α.Ε
7. Γεωργαντάς Ζ., (1987), « Επιστημονικές μελέτες, η προσέγγιση Box-Jenkins στην ανάλυση και πρόβλεψη χρονολογικών σειρών», Κέντρο προγραμματισμού και οικονομικών ερευνών
8. Γιαννίτσης, Τ. (2013) Η Ελλάδα στην κρίση. Αθήνα: Πόλις
9. Γιαννόπουλος, Κ., Διακομιχάλης, Μ (2012) Δορυφόρος Λογαριασμός Τουρισμού. Η εθνική λογιστική του τουρισμού και μία εμπειρική εφαρμογή στην Ελλάδα: Με βάση τα IRTS 2008 και TSA: RMF 2008. Αθήνα: Παπαζήση.
10. Γιαννοπούλου, Γ. (2004) Η ολική ποιότητα στον τουρισμό Η διοίκηση ολικής ποιότητας και οι εφαρμογές της σε τουριστικές επιχειρήσεις. Αθήνα: Έλλην.
11. Διακομιχάλης, Μ. (2009) Ο θαλάσσιος τουρισμός και οι οικονομικές επιδράσεις του. Αθήνα: Σταμούλη.
12. Διπλωματική εργασία: «Ανάλυση εσόδων και αφίξεων από τον τουρισμό στην Ελλάδα-Προβλέψεις» Παπαδογιωργάκης Γ.
13. Διπλωματική εργασία: «Σύγχρονες εφαρμογές Marketing ξενοδοχειακών και τουριστικών επιχειρήσεων της Ρόδου»
14. Διπλωματική Εργασία: «Τεχνικές Προβλέψεων στην Τουριστική ζήτηση – Σύγκριση Μεθόδων για την πρόβλεψη της Ολυμπιακής ζήτησης», Αικατερίνη Δ. Καραφλού
15. Διπλωματική εργασία: «Τουριστική ανάπτυξη των Χανίων-Προβλέψεις» Κοκκινάκης Π.
16. Ευρωπαϊκή επιτροπή, 1998, Αειφόρες πόλεις της Ευρώπης, Έκθεση ομάδας εμπειρογνομόνων για το Αστικό περιβάλλον, Λουξεμβούργο

17. Ευσταθίου, Π. (2004) Αναψυχή και τουρισμός. Αθήνα: Παπαζήση.
18. Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Ν., Λύτρας Π., (1999) «Εισαγωγή στον τουρισμό, Τουριστική πολιτική (σσ. 24-26,33)», Αθήνα Interbooks
19. Ηγουμενάκης, Ν. Γ. (1996). «Το εννοιολογικό περιεχόμενο της τουριστικής αγοράς στο Τουριστικό Μάρκετινγκ» (σσ. 168-169, 171). Αθήνα: Interbooks.
20. Ηγουμενάκης, Ν.Γ. (1996) «Τουριστικό Μάρκετινγκ» , Αθήνα: Interbooks.
21. Ηγουμενάκης, Ν. Γ. «Τουριστική οικονομία (σ. 62)», Αθήνα: Interbooks
22. Ηγουμενάκης, Ν. Γ. «Τουρισμός και Ανάπτυξη (σσ. 33-36 και 84-87)», Αθήνα: Interbooks
23. Ηγουμενάκης, Ν. (2004) Τουρισμός . Βασικές έννοιες. Αθήνα: Interbooks.
24. Θαλασσινός Ε., (1991), «Ανάλυση χρονολογικών σειρών: μεθοδολογία Box – Jenkins», εκδόσεις Σταμούλης
25. Ινστιτούτο Περιφερειακής Ανάπτυξης, 2008, Μελέτη Στρατηγικού Σχεδίου
26. Ι.Τ.Ε.Π., «Ελληνική Οικονομία και Τουρισμός», διάφορα τεύχη
27. Καραγιάννης Στ., Εξαρχος Γ., «Τουρισμός – τουριστική οικονομία, Ανάπτυξη, Πολιτική», (2006), εκδόσεις Κέντρο Τεχνολογικής Έρευνας Κρήτης, Ηράκλειο
28. Καραθάνος, Γ. (1996). Ελληνικός Τουρισμός: Ο ρόλος των δημοσίων σχέσεων, Αθήνα: Εκδόσεις Anubis.
29. Καραγεώργος, Δ. (2002) Μεθοδολογία έρευνας στις επιστήμες της αγωγής. Αθήνα: Σαβάλλας.
30. Κεκές, Ι. (2004) Μεθοδολογία Επιστημονικής Εργασίας. Αθήνα: Ιδιωτική Έκδοση.
31. Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π., (2001), «Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον», εκδόσεις Κριτική
32. Κόλλιας Η.(2005) 'Η μεσαιωνική πόλη της Ρόδου και το παλάτι του μεγάλου Μαγιστρου' .
33. Κολτσιδόπουλος, Γ. (2005) Τουρισμός Θεωρητική Προσέγγιση. Εκδόσεις Έλλην. Αθήνα.
34. Κομίλης Π., (1986), «Τουριστικές δραστηριότητες», Κ.Ε.Π.Ε, Αθήνα 1986
35. Κόνσολας Ν, Παπαδασκαλόπουλος Α., Χριστοφάκης Μ., Στρατηγικός σχεδιασμός και τοπική ανάπτυξη: Στρατηγικό σχέδιο ανάπτυξης δήμου Ρόδου, Δήμος Ροδίων 2005
36. Κουζέλης Α.Κ., Παυλόπουλος Π.Γ., «Περιφερειακή ανάπτυξη της Ελλάδας και Τουρισμός»,

37. Λογοθέτης, Μ. (2004) Η οργανωτική δομή του τουρισμού στη Δωδεκάνησο: Ρόδος
Ινστιτούτο Τουριστικών και Ξενοδοχειακών μελετών
38. Λύτρας, Π. (2004) Κοινωνιολογία και ψυχολογία του τουρισμού. Αθήνα: Interbooks
39. Μανώλογλου, Ε. (1999) Ο τουρισμός ως παράγοντας κοινωνικής αλλαγής. Αθήνα:
Εξάντας.
40. Μπελέζος Δ. 'Οι ιππότες της Ρόδου', Γνώμων Εκδοτική, 2011
41. Μπογιάννος Θ. 'Τραγουδώντας τα Δωδεκάνησα'
42. Μυλωνόπουλος, Δ. (2005) Θαλάσσιος τουρισμός. Αθήνα: Interbooks.
43. Νικόλας Βαγιονής Σ.Τ.Ε, 20 Απριλίου 2000, «Στόχοι, Πολιτικές και Μέσα
Προώθησης του τουρισμού στην Ελλάδα», Ρόδος
44. Νικητιάδης, Γ. (2007) Τουρισμός: Δώδεκα θέσεις. Δωδεκάνησος: Δώδεκα όνειρα,
Αθήνα: Λιβάνη.
45. Παπαδάκης Μ., Τσίμπος Κ., Μουρελάτος Α. (1997), «Στατιστική ανάλυση
δεδομένων με το λογισμικό Stagraphics», εκδόσεις Α.Σταμούλης
46. Παπαδόπουλος, Δ. (2005). Συντονισμένη προβολή της Δωδεκανήσου από τους
αρμόδιους φορείς. Ρόδος
47. Παρπαίρης Α, (2000), «Τουρισμός και Περιβάλλον», Σημειώσεις για το
Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα, Σχεδιασμός, Διοίκηση και Πολιτική του τουρισμού, στα
πλαίσια του μαθήματος Τουρισμός και Περιβάλλον
48. Παυλόπουλος Π.Γ «Το μέγεθος και η Δυναμική του τουριστικού τομέα » Αθήνα :
ΙΤΕΠ
49. Πατσουράτης Β., (2002), «Η ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού τουριστικού τομέα,
Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων», εκδοτική παραγωγή
Επτάλοφος
50. Πλάτων Λ.-Κεφαλά Κ. 1999, 'Ρόδος. Η απόρθητη πόλη'
51. Ραφαήλ, Μ., 2001, «Θέματα Τουριστικής Πολιτικής», Εκδόσεις Αντ. Ν. Σακκούλα
52. Ρόδος. 2004, Στο Εγκυκλοπαίδεια Δομή, τόμος 25 (σ. 391)
53. Σιτάρας, Θ. (2007) Εισαγωγή στη θεωρία του τουρισμού. Αθήνα: Interbooks.
54. Σφακιανάκης Μ., (2003), «Εισαγωγή στην πληροφορική σκέψη», εκδόσεις
Κλειδάριθμος
55. Σφακιανάκης Μ., (2001), «Προσομοίωση και εφαρμογές», εκδόσεις Πατάκη
56. Σφακιανάκης Μ., (2001), «Πρακτική πληροφορική και εφαρμογές», εκδόσεις
Πατάκη
57. Σφακιανάκης Μ., (2000), «Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», εκδόσεις Έλλην

58. Τσαλουχίδης Ι. (1986), «Αναπτυξιακός τουρισμός», Αθήνα Προπομπός
59. Τσάρτας Π., (2010). Ελληνική τουριστική ανάπτυξη: Εξέλιξη, χαρακτηριστικά, προοπτικές. (Κεφάλαιο 1 Β' μέρους). Αθήνα: Κριτική
60. Τσάρτας Π., (1996), «Τουρίστες, ταξίδια, τόποι. Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό», εκδόσεις Εξάντας
61. Χατζιμηγάλης Κ, 1992, Περιφερειακή Ανάπτυξη και Πολιτική, Κείμενα από τη Διεθνή Εμπειρία, Έξαντας Αθήνα
62. Ακαδημία Αθηνών, 2004, « Οικονομικά χαρακτηριστικά και στρατηγική ανάπτυξη της νησιωτικής Ελλάδας», Αθήνα
63. Ανάπτυξης του Δήμου Ροδίων, Δήμος Ροδίων 2008
64. Αίσθηση Δημιουργίας, 2002, Ρόδος: Λιμενικό Ταμείο Δωδεκανήσου
65. Η “μερική ανάκαμψη” στις τουριστικές αγορές δημιουργεί αισθήματα αισιοδοξίας. Ελπίδες για καλύτερο αύριο.(2009) Η ΡΟΔΙΑΚΗ

Ξενόγλωσση βιβλιογραφία

1. Andriotis, K. (2008). Integrated Resort Development – The case of Cavo Sidero, Crete. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(4): 428-444.
2. Baretje, R., & Deffert, P. (1972). *Les aspects économiques du tourisme*. Paris: Berger-Levrault
3. Barquero V.A., 1991, Τοπική ανάπτυξη. Μια στρατηγική για τη δημιουργία απασχόλησης, Παπαζήσης, Αθήνα
4. Barsky J. D., 1992, Customer Satisfaction in the Hotel Industry: Meaning and Measurement στο *Hospitality Research Journal*, Vol 16, σς. 51-73
5. Bengo G., Dunford M., Heurley J., 1997. *Districnts industriels: vingt ans de recherché, Espaces et Societes*, 88/89, pp. 305-327
6. Bernecker, P. (1962). *Grundlagenlehre des Fremdenverkehrs*. Wien.
7. Berthold R. ‘Η Ρόδος στην Ελληνιστική εποχή’, εκδόσεις Παπαζήση 2010
8. Buchalis, D. (2000). *Marketing the Competitive destination of the future*. Στο *Tourism*
9. Boniface, Priscilla. *Managing Quality Cultural Tourism*. London: Routledge, 1995 (127 pp.)
10. C.N.U.C.E.D. (1973). *Les elements de la politique du tourisme dans les pays en voie de development*. New York: Nations Unies. σ.σ. 44-49.
11. Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., & Wanhill, S. (1998). *Tourism Principle and*

- Practise, Shepherd Rebeqa, Longman.
12. Edgell, David L. *Managing Sustainable Tourism: A Legacy for the Future*. Binghamton, NY: The Haworth Press, 2006
 13. Egon Smeral, Andrea Weber, *Forecasting international tourism trends to 2010*
 14. Fennell, D. (1999). *Ecotourism: An introduction*. London: Routledge.
 15. *General Guidelines for National Tourism Administrations (NTAs) relative to the development of the Tourism Satellite Account (TSA.)*
 16. Gouttebel Jean-Yves, 2001, *Strategies de developement territorial*, Economica, Paris
 17. Hall, T. (1998). *Urban Geography*
 18. Harvey, D. (1999). *Urban Geography*. N. Y.: Routledge
 19. Hope, C. A., & Klemm, M.S. (2001) *Tourism in difficult areas revisited: the case of Bradford*, *Tourism Management*, 22, σς. 629-635
 20. Hsieh, Chiu, Wei, Yen, Yu-Chun Cheng, (2013) "A practical perspective on the classification of service innovations", *Journal of Services Marketing*, Vol. 27 Iss:5
 21. Jouran, L. (1984). *Quality Control Handbook*. New York: McGraw Hill
 22. Jourmard, I. and Mylonas, P. (1999) *Reforming Greeces public enterprises*. *The OECD Observer*. 216(Mar), pp.10-12.
 23. Kaspar, C. (1975). *Die Fremdenverkehrslehre*. Bern-Stuttgart.
 24. Kotler, P. (1986). *Principles of Marketing*. Englewood: Prentice Hall
 25. Laurent, A. (1973). *Liberer les vacances, Seuil*. Στο *Peuple et Culture* (σσ. 32-41). Paris.
 26. Lickorish, L. J., & Jenkins, C. L. (2004). *Οι επιπτώσεις του τουρισμού*. Στο *Μια εισαγωγή στον Τουρισμό* (σσ. 137-141). Αθήνα: ΚΡΙΤΙΚΗ
 27. Mehmetoglu, M. (2004) "Tourist or traveller? A typological approach", *Tourism Review*, Vol. 59 Iss: 3, pp.33 – 39
 28. Mills, M. and Rob Law (Editors), 2005, *Handbook of Consumer Behaviour, Tourism and the Internet* Haworth Press Inc., U.S
 29. Mitchell F., *The impact of tourism on national income*, Staff paper, Institute for Development studies, University College, Nairobi
 30. Middleton, V. T. (1998), *Marketing in Travel and Tourism*. Oxford: Heinemann Professional Publishing
 31. Poon, A., 1993, *Tourism, technology and competitive strategies*, Oxford: CAB International.
 32. Sarath Divisekera, *A model of demand for international tourism*

33. Salah Wahab and John L. Pigram (1997), *Tourism Development and Growth: the challenge of sustainability*, London: Routledge
34. Sheldon, P., 1997, *Tourism Information Technology*, CAB, Oxford
35. Terkenli, T. (2001). Local Perceptions of Tourism Impacts on Place Identity: The Case of Northern Crete. *Tourism*. 49 (3), pp. 229-240
36. Vellas, F. (1985). *Economie et politique du tourisme international*. Paris: Economica.
37. Vincent, N., Webster, C (2013) "Exploring Relationship Marketing in Membership Associations", *European Journal of Marketing*, Vol. 47 Iss: 10
38. Weaver, David. *Sustainable Tourism*. Oxford: Elsevier, 2006
39. Ward, S. (1998). *Selling Cities: The marketing and promotion of towns and cities 1850-2000*
40. World Tourism Organization, 1993, "Recommendations on Tourism statistics", WTO

Ιστοσελίδες

1. Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος www.statistics.gr
2. Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Διεύθυνση Τουρισμού Δωδεκανήσου) <http://www.gnto.gov.gr/>
3. Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων www.itep.gr
4. Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας www.grhotels.gr
5. Σταθόπουλος, Δ. (2006, Οκτώβριος 2). *Travel Daily News*. Ανάκτηση Σεπτέμβριος 25, 2008, από www.traveldailynews.gr:
http://www.traveldailynews.gr/makeof.asp?central_id=1244&permanent_id=1
6. Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων www.sete.gr
7. Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας www.hcaa.gr
8. Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων, Πολιτισμού και Αθλητισμού <http://odysseus.culture.gr/>
9. www.traveldaynews.gr
10. www.world-tourism.org
11. www.investingreece.gov.gr
12. www.rhodes.gr/
13. www.rodosislandinfo.gr

14. <http://plutontravel.com.cy>
15. www.ροδος.ws
16. www.bankofgreece.gr/Pages/el/Statistics
17. www.icap.gr
18. <http://www.weforum.org/issues/travel-and-tourism-competitiveness>, 25/05/2013