

ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδος

Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας

Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων

Πτυχιακή: Τουριστική Ανάπτυξη Της Σάμου. Συγκριτική Μελέτη (2010 – 2016).



Όνομα Σπουδάστριάς: Κούλα Ναταλία

Επόπτης Καθηγητής: Αναστάσιος Παναγόπουλος

ΠΑΤΡΑ 2018

Πίνακας Περιεχομένων

Ευχαριστίες	Σελίδα 4
Περίληψη.....	Σελίδα 4
Summary	Σελίδα 5
Εισαγωγή	Σελίδες 6-7
Κεφάλαιο 1. Έννοιες.....	Σελίδες 7-
1.1.Τουρισμός	Σελίδα 7
1.2. Τουριστική ανάπτυξη	Σελίδες 8-10
1.2.1. Τουριστικά πρότυπα	Σελίδες 10-14
1.3. Σημαντικές έννοιες	Σελίδες 14-15
1.4. Είδη–Μορφές τουρισμού	Σελίδες 15-19
1.5. Τουριστικές επιχειρήσεις	Σελίδες 19-20
1.6. Ταξιδιωτικοί/Τουριστικοί πράκτορες	Σελίδες 20-21
1.7. Tour operators	Σελίδες 21-24
1.8. Συμβόλαια και Ξενοδοχεία	Σελίδες 24-26
1.9. Μεταφορές	Σελίδες 26-27
1.10. Η Ελλάδα ως τουριστικό προϊόν	Σελίδες 27-28
1.11. Το μέλλον του τουρισμού	Σελίδες 28-30
Κεφάλαιο 2. Σάμος.....	Σελίδες 30-
2.1. Γεωγραφία	Σελίδες 31-32
2.2. Φυσικοί-τεχνητοί πόροι	Σελίδα 32
2.3. Αξιοθέατα	Σελίδα 33-
2.3.1. Αρχαία Σάμος (Πυθαγόρειο)	Σελίδα 33
2.3.2. Αρχαιολογικό μουσείο Πυθαγορείου	Σελίδα 34
2.3.3. Αρχαιολογικό μουσείο Σάμου (Βαθέως)	Σελίδα 35
2.3.4 Ηραίον Σάμου	Σελίδα 36
2.3.5. Ευπαλίνειο όρυγμα (Πυθαγόρειο)	Σελίδα 37
2.3.6. Αρχαιολογικός χώρος Θερμών	Σελίδες 38-39
2.3.7. Λαογραφικό Μουσείο Καρλοβάσου	Σελίδα 39
2.3.8. Λαογραφικό μουσείο Ιδρύματος Δημητρίου	Σελίδα 40

2.4. Ιστορία της Σάμου	Σελίδα 41
2.5. Οικονομία της Σάμου	Σελίδες 41-42
2.6. Σάμος και τουρισμός	Σελίδες 42-45

Κεφάλαιο 3. Ερευνητικό Κομμάτι..... Σελίδες 45-

3.1. Ερευνητική Μέθοδος	Σελίδες 45-46
3.2. Δείγμα	Σελίδα 46
3.3. Ερευνητικό Υλικό-Εργαλεία	Σελίδα 46
3.4. Ερευνητική Διαδικασία	Σελίδα 46-47
3.5. Αποτελέσματα	Σελίδες 47-70
3.6. Σχόλια	Σελίδα 70
3.7 Συμπεράσματα	Σελίδες 70-71
3.8. Προτάσεις ανάπτυξης τουρισμού	Σελίδες 71-72
3.8.1 Βραχυπρόθεσμοι στόχοι	Σελίδες 72-73
3.8.2 Μακροπρόθεσμοι στόχοι	Σελίδα 73

Παράρτημα 1. (Ερωτηματολόγιο στα Αγγλικά Σελίδα 1, 2 και 3) **Σελίδες 74-77**

Βιβλιογραφία **Σελίδα 78**

Ευχαριστίες

Ευχαριστώ για τις διευκολύνσεις στην διεξαγωγή της έρευνας την Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας και το Προϊστάμενο της Fraport για τη χορήγηση άδειας πρόσβασης στην αίθουσα αναχωρήσεων του αερολιμένα. Την υπάλληλο του γραφείου τουρισμού για τη παροχή πληροφοριών και τον επιβλέποντα καθηγητή κ. Αναστάσιο Παναγόπουλο για τη βοήθειά του καθ' όλη τη διάρκεια συγγραφής της πτυχιακής αυτής.

Περίληψη

Η συγκεκριμένη πτυχιακή αποσκοπεί:

- α. στη καλύτερη κατανόηση σημαντικών όρων που εμπλέκονται με τον τουρισμό,
- β. στη καταγραφή και ανάλυση της ανάπτυξης του τουρισμού στην Ελλάδα σε πρώτη φάση και της Σάμου σε δεύτερη,
- γ. στη παρουσίαση και σύγκριση των αποτελεσμάτων των δύο ερευνών που διεξήχθησαν για τις ανάγκες της εργασίας αυτής και τέλος
- δ. στη προτροπή δημιουργίας ενός σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης για την πλήρη αξιοποίηση του τουριστικού προϊόντος που αποτελεί το νησί της Σάμου.

Χωρίστηκε σε τρία κεφάλαια.

Στο πρώτο κεφάλαιο με το τίτλο "Έννοιες" σκιαγραφείται το θεωρητικό υπόβαθρο στο οποίο και στηρίζεται η εργασία, εξηγείται τι είναι τουρισμός, από τί εξαρτάται, ποια είναι η σημασία του για την Ελληνική οικονομία καθώς και πολλές άλλες έννοιες σχετικές με τη λέξη τουρισμός.

Στο δεύτερο κεφάλαιο το οποίο λέγεται "Σάμος" ξεκινάει η θεωρητική πλευρά του νησιού όπου αναφέρονται τα πιο σημαντικά αξιοθέατα και δίνεται έμφαση στην ιστορία, οικονομία και φυσικά την γενική κλίση του τουρισμού ανά τα χρόνια.

Στο τρίτο και τελευταίο κεφάλαιο ονομαζόμενο "Ερευνητικό κομμάτι" περιγράφεται ο τρόπος με τον οποίο έγιναν οι δύο έρευνες, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα αναλυτικά και δίνονται τυχόν παρατηρήσεις και ιδέες για τη μελλοντική αύξηση του τουρισμού στο νησί της Σάμου.

Summary

This thesis aims for:

- a. a better understanding of important terms involved with tourism,
- b. the recording and analysis of tourism development in Greece in first glance and Samos in second glance,
- c. presenting and comparing the results of the two surveys carried out for the needs of this assignment and finally
- d. encouraging the creation of a tourism development plan for the full exploitation of the tourism product that constitutes the island of Samos.

It was divided into three chapters.

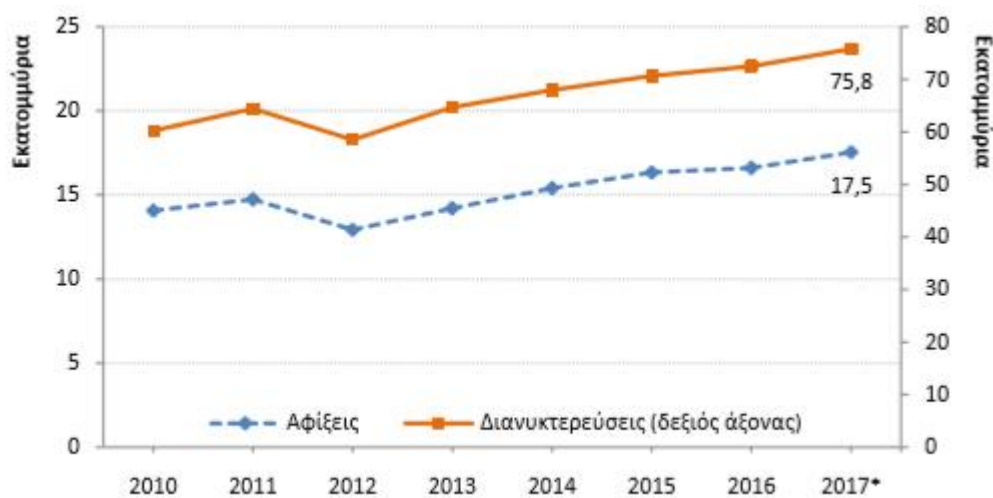
The first chapter titled "Concepts" outlines the theoretical background on which work is based, explaining what tourism is, what it depends on, what is its significance for the Greek economy and many other concepts related to the word tourism.

In the second chapter, which is called "Samos", begins the theoretical side of the island where the most important sights are mentioned, with emphasis on history, economy and, of course, the general inclination of tourism over the years.

The third and concluding chapter entitled "Research piece" describes the way in which the two surveys were conducted, the results are presented in detail and any observations and ideas for the future growth of tourism on the island of Samos are provided.

Εισαγωγή

Ο τουρισμός είναι μια σημαντική δύναμη σε οποιαδήποτε οικονομία στον κόσμο, είναι ένας τομέας της οικονομίας που έχει παγκόσμια σημασία. Σε αυτόν τον κόσμο της παγκοσμιοποίησης, όπου η αλλαγή είναι σταθερή, ο τουρισμός τείνει να βελτιώσει την οικονομία των χωρών του τρίτου κόσμου και να έχει επίσης ένα αντίκτυπο στην κοινωνία όπου υποδέχεται επισκέπτες. Ο τουρισμός είναι ο μεγαλύτερος και ταχύτερα αναπτυσσόμενος κλάδο στον κόσμο. Οι διεθνείς οργανισμοί υποστηρίζουν τον τουρισμό για τη συμβολή του στον κόσμο την ειρήνη, την ανακούφιση από τη φτώχεια και επίσης τη συνύπαρξη ανθρώπων και πολιτισμού.



Γράφημα Α. Αφίξεις και διανυκτερεύσεις σε καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ, 9μηνο Ιανουαρίου – Σεπτεμβρίου 2010 – 2017 (Πηγή: Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία)

Η Ελλάδα, που χαρακτηρίζεται ως ανεπτυγμένη χώρα, ευλογείται με μεγάλη ιστορική κληρονομιά και τουριστικές δυνατότητες, είναι αληθινή ευλογημένη με τη φύση και αυτό μπορεί να ωφελήσει τη χώρα και να βελτιώσει το πρότυπο της διαβίωσης του πληθυσμού. Ο τουρισμός δημιουργεί θέσεις εργασίας και πηγή εσωτερικών εσόδων για τις κοινότητες υποδοχής μέσω χρημάτων που παράγονται από την εισροή τουριστών από το εξωτερικό.

Το ερευνητικό μέρος αυτής της εργασίας περιλαμβάνει τη χρήση ποσοτικών ερευνητικών μεθόδων, οι οποίες περιλαμβάνουν ερωτηματολόγια και παρατηρήσεις. Τα ευρήματα αυτής της μελέτης αποκάλυψαν ότι το νησί της Σάμου ως τουριστικό αξιοθέατο έχει θετικές οικονομικές επιπτώσεις στους κατοίκους της περιοχής όσον αφορά τη δημιουργία θέσεων απασχόλησης, τη δημιουργία εισοδήματος, την ανάπτυξη υποδομών και άλλα θετικά

στοιχεία. Παρ' όλα αυτά, φαίνεται ότι υπάρχουν προβλήματα στην περιοχή και για τους λόγους αυτούς, διατυπώνονται λίγες συστάσεις για να δοθούν πιθανές λύσεις. Π.χ. παροχή υποδομών για την ενίσχυση της ανάπτυξης στην περιοχή) μπορεί να βοηθήσει στην επίτευξη του αναπτυξιακού σχεδίου του τουρισμού. Εάν μπορούν να ακολουθηθούν αυτές οι συστάσεις, το νησί της Σάμου θα αποτελέσει ελκυστικό τουριστικό προορισμό για πολλά ακόμα χρόνια.

Κεφάλαιο 1.

1.1. Τουρισμός

Πολλές έννοιες έχουν αποδοθεί κατά καιρούς στην λέξη τουρισμός ενώ η ρίζα χρησιμοποιείται σε πάρα πολλές γλώσσες. Η λέξη τουρισμός προέρχεται από τη γαλλική και αγγλική λέξη που σημαίνει γύρος, περιήγηση. Μια από τις πρώτες προσπάθειες για τον ορισμό του τουρισμού ήταν αυτή των δύο Ελβετών ακαδημαϊκών, καθηγητών Hunziker και Krapf του Πανεπιστημίου της Βέρνης. Ορίζουν τον τουρισμό σε μια μελέτη του 1942 ως ένα σύνολο περιβαλλοντικών επιπτώσεων: «το άθροισμα των φαινομένων και των σχέσεων που προκύπτουν από το ταξίδι και τη διαμονή μη κατοίκων, εφόσον δεν οδηγούν σε μόνιμη κατοικία και δεν συνδέονται με καμία κερδοφόρα δραστηριότητα». Ο ορισμός αυτός έχει αναγνωριστεί από πολλές διεθνείς ενώσεις, όπως η Διεθνής Ένωση Επιστημονικών Εμπειρογνομώνων στον Τουρισμό (AIEST). Τα πλεονεκτήματα αυτού του ορισμού είναι η αναγνώριση ευρύτερων επιπτώσεων. βασίζει ένα πολύ μεγάλο αριθμό ζητημάτων που μελετάται με την ονομασία «τουρισμός». Επιπλέον, ο ορισμός του Krapf και του Hunziker είναι ιδιαίτερα διανοητικός, καθώς καταφέρνουν να διακρίνουν τον τουρισμό από τη μετανάστευση. η θεωρία της βασίζεται στο "ταξίδι και παραμονή", υποθέτοντας ότι αυτό είναι απαραίτητο για τον τουρισμό, αποτρέποντας έτσι τις ημερήσιες εκδρομές. Ενώ η προσέγγιση του ορισμού είναι λογική, ο ορισμός είναι αισθητά "πολύ ασαφής", καθώς περιλαμβάνει ένα τεράστιο όγκο ανθρώπινης δραστηριότητας που λίγοι θα θεωρούσαν ότι εμπίπτουν στο πεδίο του τουρισμού. Λόγω του ευρέως προσδιορισμού του τουρισμού, οι κρατούμενοι, οι νοσοκομειακοί ασθενείς, οι φοιτητές και οι στρατιώτες που βρίσκονται σε πόλεμο μπορούν εύκολα να ενταχθούν στον ορισμό, εκθέτοντας έτσι ένα σημαντικό ελάττωμα.

1.2. Τουριστική ανάπτυξη

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

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

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

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

διαδικασία αλλαγής ή ως μια πολύπλοκη διαδικασία που είναι εν μέρει θεμιτή ή τουλάχιστον επαρκής (σελ. 4).

Ο Ingham (1993) έχει προσεγγίσει την ανάπτυξη με έναν παρόμοιο τρόπο με τον Friedman μιλώντας για την διπλή της φύση, τόσο ως η διαδικασία όσο και ως στόχο. Ο Todaro (1994) έχει αναφερθεί σε τρεις βασικούς στόχους της ανάπτυξης: αυτούς της ανάγκης για την καλύτερη επιβίωση των ανθρώπων (μέσω της σίτισης και την εξασφάλιση καταλύματος), της καλυτέρευσης του επιπέδου διαβίωσης (μέσω της εκπαίδευσης και της υγείας) και της εξασφάλισης των ανθρωπίνων δικαιωμάτων (μέσω της κοινωνικής δικαιοσύνης και της πολιτικής ανεξαρτησίας).

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

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

Αν και το μοντέλο του Rostow δεν επικεντρώνεται στην τουριστική ανάπτυξη, αλλά γενικότερα στην οικονομική, από οποιαδήποτε μορφή δραστηριότητας, αποτελεί ένα χρήσιμο εργαλείο για την εξήγηση της οικονομικής αναζωογόνησης μέσω του τουρισμού. Ο τουρισμός έχει την δυνατότητα να προσφέρει σ' έναν προορισμό μια φυσική διέξοδο οικονομικής ανάπτυξης περνώντας διάφορα στάδια, που ξεκινούν από την παραδοσιακή μη

τουριστική φάση κατά την οποία κανένας τουρίστας δεν επισκέπτεται τον προορισμό, τη δημιουργία των προϋποθέσεων της «απογείωσης» με τους πρώτους εξερευνητές και περιηγητές να κάνουν την εμφάνισή τους, το στάδιο της ωριμότητας με τους μαζικούς μεμονωμένους τουρίστες να επισκέπτονται τον προορισμό και το τελικό στάδιο της μαζικής κατανάλωσης όπου ο προορισμός να απευθύνεται στον οργανωμένο μαζικό τουρισμό.

1.2.1. Πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης

Τα πρότυπα της Τουριστικής Ανάπτυξης δημιουργήθηκαν από την αλληλεπίδραση πολλών παραγόντων που συνδέονται τόσο με την ζήτηση όσο και με την προσφορά ενός τουριστικού προϊόντος, σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό και διεθνείς επίπεδο. Στις περισσότερες τουριστικές περιοχές είναι συνηθισμένο να επικρατεί ένα συγκεκριμένο πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης. Σε αρκετές όμως περιπτώσεις στην ίδια περιοχή μπορούν να συνδυάζονται δύο η και περισσότερα πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης.

Σύμφωνα με τους Κοκκώση & Τσάρτα (1999), τα κυριότερα πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης είναι:

- **Πρότυπο οργανωμένου μαζικού τουρισμού διακοπών**

Είναι το πρότυπο το οποίο επιλέγουν συνήθως οι tour operators γνωστό ως ‘τουριστικά πακέτα’. Είναι το πιο γνωστό πρότυπο οργανωμένου τουρισμού χάρη του οποίου έχουν αναπτυχθεί πολλές περιοχές ακόμα και κράτη, και έχει επικρατήσει παγκοσμίως μετά το 1970. Περιοχές που υιοθετούν αυτό το πρότυπο έχουν πλούσιους πολιτισμικούς και περιβαλλοντικούς πόρους. Το πρότυπο αυτό επέφερε σταδιακά πολλά προβλήματα στους τόπους που το υιοθέτησαν δημιουργώντας ρύπανση του αέρα του εδάφους και τον υδάτων, καταστροφές στο περιβάλλον από καταπατήσεις εκτάσεων ακτών και δασών για οικοδόμηση, υπερβολική σπατάλη νερού ενεργείας και φυσικών πόρων, υποβάθμιση των κοινωνικών και πολιτιστικών δομών και υποβάθμιση της οικονομίας κτλ. Πρέπει να τονίσουμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των οικονομικών οφελών από αυτού του είδους τουρισμού τον επικαρπώνονται οι τουριστικές επιχειρήσεις που οργανώνουν τα πακέτα όπως οι tour operator οι εταιρίες charter κτλ. ενώ τα οικονομικά οφέλη για τις περιοχές και τις επιχειρήσεις σε αυτές που αναπτύσσονται με αυτό το πρότυπο τουρισμού είναι ελάχιστα. Τα βασικά χαρακτηριστικά αυτού του προτύπου είναι τα εξής: (Cazew,1989; Turner-Ash,1975)

- Οι πολύ καλά οργανωμένες και εκτεταμένες προσφερόμενες υπηρεσίες και
- υποδομές

- Η σταδιακή εξάρτηση του συνόλου της οικονομικής δραστηριότητας της
 - περιοχής από τον τουρισμό
 - Οι συχνά πολύ δυσμενείς επιπτώσεις του στην τοπική κοινωνία, οικονομία
 - και περιβάλλον και
 - Η αδυναμία ελέγχου της ανάπτυξης.
- **Αστικός τουρισμός και τουρισμός υπαίθρου**

Το πρότυπο αυτό αναπτύσσεται σύμφωνα με τα δεδομένα των τοπικών παραγωγικών δομών των περιοχών των οποίων ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους βασικότερους τομείς ανάπτυξης αυτών. Στον αστικό τουρισμό το πρότυπο συνδέεται με την ανάπτυξη υπηρεσιών και υποδομών που θα μπορούν να εξυπηρετήσουν τον πολιτιστικό τουρισμό, επαγγελματικό τουρισμό, τον εκπαιδευτικό τουρισμό καθώς επίσης και αυτούς που επιθυμούν ταυτόχρονα με το ταξίδι τους να γνωρίσουν την περιοχή που διαμένουν. Οι υποδομές λειτουργούν ως τμήμα της ευρύτερης υποδομής της περιοχής. (Law, 1993; Cazes-Potier, 1996). Ο τουρισμός υπαίθρου συνδέεται με την ανάπτυξη υπηρεσιών και υποδομών του τουρισμού διακοπών και του εναλλακτικού-ειδικού τουρισμού. Οι υποδομές είναι μικρής κλίμακας όπως πανδοχεία, μικρές ξενοδοχειακές μονάδες, τουριστικά πρακτορεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια κ.α. Στις περιοχές που αναπτύσσετε αυτό το πρότυπο οι τουριστικές δραστηριότητες δεν υπερισχύουν των βασικών επαγγελμάτων του αγροτικού χώρου αλλά λειτουργούν σαν συμπλήρωμα τους (Lane, 1993; Texeraud-Daumas, 1986).

· **Πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης σε θύλακες**

Στις περιοχές που αναπτύσσεται αυτό το πρότυπο τουρισμού υπάρχουν υπηρεσίες και υποδομές που καλύπτουν όλες τις ανάγκες των τουριστών. Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό αυτής της μορφής είναι ότι αναπτύσσεται σε περιοχές που δέχονται οργανωμένο τουρισμό και τουρισμό παραθερισμού (τουριστικά χωριά, θεματικά πάρκα όπως λ.χ. Ντίσνευλαντ, σε μεγάλα ξενοδοχεία). Το πρότυπο παρουσιάζει μεγάλη ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια και μπορεί να λειτουργήσει ως μοχλός ανάπτυξης της περιοχής αλλά μπορεί να προκαλέσει όμως και όλα τα προβλήματα που προκύπτουν από τον οργανωμένο τουρισμό διακοπών (εποχικότητα, κοινωνικές εντάσεις). (Baud-Bovy-Lawson, 1997). Τα Χαρακτηριστικά αυτού του προτύπου ανάπτυξης είναι η οργανωμένη ανάπτυξη τουριστικών συμπλεγμάτων ή ολόκληρων χωριών σε περιοχές με τουριστικούς πόρους η σχετική αυτονομία της

λειτουργίας αυτών των οργανωμένων υποδομών από την τοπική κοινωνική και οικονομική δομή διαφορετικής έντασης και έκτασης επιπτώσεις εξαρτώμενες από την πολιτική των παραγόντων που επηρεάζουν την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής

- **Πρότυπο παραθεριστικού τουρισμού**

Το πρότυπο αυτό στηρίζεται στην ραγδαία αύξηση των εξοχικών κατοικιών σε πολλές τουριστικές περιοχές και περιμετρικά των αστικών κέντρων, και ενισχύεται σταθερά, ιδιαίτερα στις αναπτυγμένες χώρες. Παρουσιάζει πολλές ομοιότητες με το πρότυπο του οργανωμένου τουρισμού και του τουρισμού σε θύλακες ως προς τις υποδομές, τον τρόπο οργάνωσης των περιοχών, τους πόρους των περιοχών που αναπτύσσονται και τα κίνητρα των παραθεριστών, και δυστυχώς η αλματώδης ανάπτυξη του μπορεί να προκαλέσει τα ίδια προβλήματα που δημιουργούνται από το πρότυπο του μαζικό τουρισμό. (Baud-Bovy-Lawson, 1997)

- **Πρότυπο ειδικού εναλλακτικού τουρισμού**

Το συγκεκριμένο πρότυπο έχει να κάνει με τις ειδικές μορφές τουρισμού (συνέδρια κ.α.) και εναλλακτικές μορφές τουρισμού (περιήγηση στο περιβάλλον, φυσιολατρία, ταξίδια περιπέτειας, κτλ) οι οποίες χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη ενός κυριάρχου και ειδικού κινήτρου στη ζήτηση, και από την ανάπτυξη μιας ειδικής υποδομής που έχει ως στόχο την εξυπηρέτηση των τουριστών και είναι αντίστοιχη των ειδικών κινήτρων στην ζήτηση. Τα τελευταία χρόνια το πρότυπό αυτό έχει μεγάλη ανάπτυξη παγκοσμίως κυρίως σε περιοχές με μεγάλες περιβαλλοντικές και πολιτιστικές δυνατότητες. (Κοκκώσης & Τσάρτας, 1999) Οι περιοχές αυτές επιλέγουν την ανάπτυξη μίας μορφής ειδικού, εναλλακτικού τουρισμού η και περισσότερες, και εξελίσσουν τις υπηρεσίες και τις υποδομές τους για την ανάπτυξη των μορφών αυτών που επιλέγουν. Στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού κυριαρχεί τις περισσότερες φορές η αυτονομία κατά την οποία οι ίδιοι οι τουρίστες επιλέγουν τον τρόπο οργάνωσης και διεξαγωγής του ταξιδιού και της περιήγησης και η χρήση υπηρεσιών οργανωμένου τουρισμού είναι ελάχιστη. Η ανάπτυξη αυτών των μορφών τουρισμού πρέπει να είναι σχεδιασμένη με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι προσαρμοσμένη και να διαφέρει ανάλογα με τις ιδιαιτερότητες και τα ειδικά χαρακτηριστικά της κάθε περιοχής. Για να αναπτυχθούν σωστά και να διαφέρουν από τον μαζικό τουρισμό θα πρέπει να έχουν α) ποικιλία δραστηριοτήτων σε ατομική βάση β) να ενισχύουν οικονομικά και κοινωνικά τις τοπικές κοινωνίες γ) να είναι μικρής, ελεγχόμενης και ρυθμιζόμενης κλίμακας δ) να

ελαχιστοποιούν τις αρνητικές επιδράσεις στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον ε) να στηρίζονται σε βιώσιμα πρότυπα ανάπτυξης.

· **Πρότυπο αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης**

Η τουριστική βιομηχανία όπως γνωρίζουμε και έχουμε αναφέρει αποτελεί μία από τις πιο σημαντικές οικονομικές δραστηριότητες παγκοσμίως και επιδρά τόσο θετικά όσο και αρνητικά στην ζωή των ανθρώπων και το περιβάλλον. Αντλεί τη δύναμη της τόσο από το περιβάλλον όσο και από την ιστορία και τον πολιτισμό των περιοχών και των χωρών στον οποίων αναπτύσσετε. Η ανεξέλεγκτη όμως ανάπτυξη του τουρισμού και η υπερβολική χρήση των υποδομών χωρίς την κατάλληλη σχεδίαση και προγραμματισμό είχαν σοβαρές επιπτώσεις στο περιβάλλον το οικοσύστημα, στον πολιτισμό και στις κοινωνίες των περιοχών-χωρών αυτών. Όλο αυτό είχε σαν αποτέλεσμα το τουριστικό προϊόν των περιοχών αυτών να χάσει την αξία του και να καταστεί σιγά σιγά οικονομικά και κοινωνικά μη βιώσιμο. Αυτό δημιούργησε την ανάγκη για ένα νέο μοντέλο ανάπτυξης που θα πρόσφερε σεβασμό προς το περιβάλλον, ποιότητα και υψηλό επίπεδο υπηρεσιών. Η αναζήτηση ώστε να βρεθούν αποτελεσματικές λύσεις για το χτίσιμό μιας υγιούς τουριστικής υποδομής με σεβασμό στο περιβάλλον και την μεγιστοποίηση των μακροπρόθεσμων οφελών από την τουριστική ανάπτυξη στις τοπικές κοινωνίες, οδήγησε τελικώς στην στρατηγική της αειφόρου ανάπτυξης

Σύμφωνα με την WCED (World Commission on Environment and Development) η αειφόρος ανάπτυξη είναι η ανάπτυξη που καλύπτει τις ανάγκες του παρόντος χωρίς να θέτει σε κίνδυνο τη δυνατότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες.

Σύμφωνα με τον Σπιλάνη (2000) όταν αναφερόμαστε στον όρο αειφόρος ανάπτυξη εννοούμε τον συνδυασμό οικονομικοκοινωνικών και περιβαλλοντολογικών παραμέτρων που επιτρέπει σε μια δραστηριότητα η περιοχή να αναπτύσσεται να εξελίσσεται, να προσαρμόζεται στις καινούργιες συνθήκες και να ανταποκρίνεται στις νέες προκλήσεις έτσι ώστε να είναι βιώσιμη σε βάθος χρόνου.

Το 1992 στο Ρίο στην συνδιάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για το περιβάλλον και την ανάπτυξη, δημιουργήθηκε ένα ολοκληρωμένο και ευρύ πρόγραμμα δραστηριοτήτων που απαιτεί νέους τρόπους προσέγγισης της ανάπτυξης στο μέλλον και ονομάστηκε AGENDA 21. Αυτό το πρόγραμμα απευθύνεται στις κυβερνήσεις, στους εθνικούς οργανισμούς τουρισμού, στις ταξιδιωτικές και τουριστικές επιχειρήσεις και παράλληλα στο ταξιδιωτικό και τουριστικό κοινό και τους προτείνει μέτρα που πρέπει να λάβουν για την προστασία των

φυσικών και πολιτιστικών πόρων που αποτελούν το υπόβαθρο των επιχειρήσεων τους. Προετοιμάζει και ενσωματώνει πλήρως την αειφόρο ανάπτυξη στην τουριστική βιομηχανία με σκοπό την αξιοπιστία, την αυθεντικότητα και την ανταγωνιστικότητα του κλάδου.

Κατά τον Swarbrooke (1999) ευρέως αποδεκτός ορισμός του όρου «αειφόρος τουρισμός» δεν υφίσταται. Εάν επιχειρούσαμε να τον ορίσουμε θα λέγαμε ότι είναι «οικονομικά βιώσιμος τουρισμός, ο οποίος δεν καταστρέφει τους πόρους από τους οποίους θα εξαρτηθεί το μέλλον του τουρισμού, ειδικότερα το φυσικό περιβάλλον και τον κοινωνικό ιστό της κοινότητας υποδοχής».

Στις μέρες μας θεωρείται πλέον απαραίτητη η ανάπτυξη του τουρισμού με βάση το πρότυπο της αειφόρου ανάπτυξης για την ανανέωση, βελτίωση και αύξηση της προστιθέμενης αξίας του τουριστικού προϊόντος.

1.3. Σημαντικές έννοιες

Κάτοικος

Μια θεσμική μονάδα είναι κάτοικος μιας χώρας όταν έχει ένα κέντρο οικονομικού ενδιαφέροντος στην οικονομική επικράτεια της εν λόγω χώρας.

Εισερχόμενος τουρισμός

Πρόκειται για τον τουρισμό επισκεπτών μη μόνιμων κατοίκων εντός του οικονομικού εδάφους του.

Εξερχόμενος Τουρισμός

Τουρισμός των επισκεπτών που διαμένουν εκτός του οικονομικού εδάφους του.

Εγχώριος Τουρισμός

Τουρισμός των επισκεπτών στο εσωτερικό της οικονομικής επικράτειας του

Επισκέπτης

Κάθε άτομο που ταξιδεύει σε τόπο διαφορετικό από εκείνο της συνηθισμένου περιβάλλοντός του για λιγότερο από 12 μήνες και του οποίου ο κύριος σκοπός του ταξιδιού είναι άλλος από την άσκηση αμειβόμενης δραστηριότητας από τον τόπο στον οποίο πραγματοποιήθηκε επίσκεψη.

Τουρίστας

Επισκέπτης που μένει μία ή περισσότερες νύχτες στον επισκέπτη.

Επισκέπτης της ίδιας ημέρας

Επισκέπτης που δεν ξοδεύει τη νύχτα σε συλλογικό ή ιδιωτικό κατάλυμα στον τόπο που επισκέφθηκε.

Συνηθισμένο Περιβάλλον

Αντιστοιχεί στα γεωγραφικά όρια μέσα στα οποία ένα άτομο βάζει τον εαυτό του στην τακτική ρουτίνα της ζωής. Αποτελείται από την άμεση εγγύτητα της κατοικίας του και του τόπου εργασίας ή σπουδών του και άλλα τα μέρη επισκέπτεται συχνά.

1.4. Είδη-Μορφές τουρισμού

Οι χώρες ή οι ιδιωτικοί φορείς λήψεων αποφάσεων μπορούν να έχουν προτιμήσεις μεταξύ των διαφόρων τύπων παραγωγής σε έναν τομέα, επειδή αναμένουν διαφορετικά συνολικά αποτελέσματα και συνεπώς επίπεδα εσόδων, διότι οι δομές παραγωγής σε διάφορους τομείς αναμένεται να οδηγήσουν σε διαφορετικές διανομές του εισοδήματος, είτε ανά ομάδα εισοδήματος, περιοχή, είτε πληθυσμιακή ομάδα, και υπάρχουν εμπόδια αναδιανομής ή επειδή αναμένουν διαφορετικές έμμεσες επιπτώσεις στην οικονομία. Το πρώτο μπορεί κανονικά να παραμείνει στις δυνάμεις της αγοράς (εκτός αν υπάρχουν αναποτελεσματικότητες). Οι άλλοι μπορεί να συνεπάγουν πολιτική παρέμβαση. Οι έμμεσες επιπτώσεις θα περιλαμβάνουν επιπτώσεις στους προμηθευτές ή στους συμπληρωματικούς τομείς, καθώς και στην περίπτωση του τουρισμού, οι δυνητικές μη οικονομικές επιπτώσεις, για παράδειγμα στο περιβάλλον, μπορεί επίσης να είναι σημαντικές και μπορεί να αναμένονται μακροπρόθεσμα αποτελέσματα καθώς και άμεσες συνέπειες. Αυτό το τμήμα θα εξετάσει τους διάφορους τύπους τουρισμού.

Ο τουρισμός μπορεί να ταξινομηθεί σύμφωνα με ποικίλα κριτήρια: Σύμφωνα με τον τόπο διαμονής, μπορεί να είναι εγχώριος ή διεθνής, με βάση το χρονικό διάστημα που διανύουμε εκεί, διαφοροποιούμε μια βραχυπρόθεσμη διαμονή και μια μακροχρόνια διαμονή. Σύμφωνα με τον τρόπο οργάνωσης, μπορεί να είναι ομαδική ή ατομική, ανάλογα με την προσβασιμότητα, ελεύθερη ή δεσμευμένη κλπ. Δύο σημαντικά στοιχεία των ταξιδιών που δεν θεωρούνται "τουρισμός" επειδή είναι πολύ σύντομα ή πολύ μεγάλα, αλλά μοιράζονται πολλές από τις ίδιες εισροές και δραστηριότητες, και συνεπώς επιπτώσεις στην οικονομία εξαγωγής, είναι οι ημερήσιες εκδρομές και η συνταξιοδότηση σε άλλη χώρα. Ως βασικό

κριτήριο μπορεί να θεωρηθεί η ταξινόμηση με βάση το σκοπό (κίνητρο, στόχοι). Γι' αυτό θα ξεκινήσουμε με αυτή τη διάκριση και θα διαφοροποιήσουμε μεταξύ των ακόλουθων τύπων:

- Αναψυχής, που πραγματοποιείται στο κατάλληλο φυσικό περιβάλλον με στόχο τη χαλάρωση, αναπαραγωγή και βελτίωση της σωματικής και ψυχικής κατάστασης του ατόμου, περιλαμβάνει επίσης και προαστιακές αναψυχές, συνήθως βραχυπρόθεσμα (σαββατοκύριακο) σε καλοκαιρινές κατοικίες, εξοχικές κατοικίες και κήπους,
- Πολιτιστικών αξιοθέατων, με επίκεντρο την εξοικείωση με την ιστορία, τον πολιτισμό, τις παραδόσεις και τις συνήθειες των ίδιων και άλλων εθνών, με βάση τα ιερά και κοσμικά αρχιτεκτονικά μνημεία, έργα τέχνης, φυσικά αξιοθέατα (σπήλαια, καταρράκτες, δάση, ερήμους), κοινωνικές εκδηλώσεις (φεστιβάλ, τελετές), αλλά και παραγωγή και κατανάλωση τοπικών ειδών διατροφής,
- Κοινωνικός, όταν συναντώνται συγγενείς, σχηματίζονται νέες φιλίες και γνωριμίες μεταξύ ανθρώπων με ίδια συμφέροντα στην κοινωνική ζωή. Μπορούμε επίσης να συμπεριλάβουμε διάφορες αναμνηστικές εκδηλώσεις για βετεράνους ή ανθρώπους που ενδιαφέρονται για σημαντικά ιστορικά γεγονότα
- Θεραπευτικός, συμπεριλαμβανομένης όχι μόνο της πρόληψης, της αποκατάστασης, της αναρρόφησης και της θεραπείας των επιπτώσεων της ασθένειας σε ιαματικές πηγές και σε άλλες ιατρικές εγκαταστάσεις, αλλά πρόσφατα και για την υγεία και την ευεξία.
- Αθλητικών δραστηριοτήτων, που αφορούν όχι μόνο αθλητικές δραστηριότητες συμπεριλαμβανομένου του λεγόμενου κυνηγετικού τουρισμού, αλλά και της θεαματικότητας σε αθλητικές εκδηλώσεις,
- Εξερεύνησης της φύσης (χλωρίδα και πανίδα) μέσω επισκέψεων στις προστατευόμενες περιοχές, ένας ειδικός τύπος είναι ο οικοτουρισμός, που οδηγεί σε μια τέτοια συμπεριφορά στο φυσικό περιβάλλον που το θέτει σε κίνδυνο όσο το δυνατόν λιγότερο, αν εξετάσουμε τα κίνητρα,
- Περιπέτειας (αθλητική αδρεναλίνη), που συνδέεται με τον κίνδυνο, δοκιμάζοντας τις φυσικές και ψυχικές ικανότητες των συμμετεχόντων. Τα πιο γνωστά είδη είναι το rafting και το άλμα bungee-jumping,
- Επαγγελματικός τουρισμός, συμπεριλαμβανομένων επιχειρηματικών, επαγγελματικών ταξιδιών, συμμετοχής σε συνέδρια (συνεδριακός τουρισμός), επίσκεψης εκθέσεων και εκθέσεων, καθώς και του τουρισμού (επιβράβευση, ενθάρρυνση) με στόχο τη βελτίωση των σχέσεων με τους εργοδότες ή τους πελάτες,

- Πολιτικός, συμπεριλαμβανομένων των διαδηλώσεων και των συνεδριάσεων των πολιτικών κομμάτων,
- Εμπορικός, δηλαδή όταν κάποιος ταξιδεύει κάπου για να αγοράσει κάτι,
- Συγκεκριμένος τουρισμός, όπως ο τουρισμός για μία αναπηρική καρέκλα.

Οι παραπάνω τύποι τουρισμού μπορούν να επεκταθούν περαιτέρω. Για παράδειγμα, στη Σάμο, ο αγροτικός τουρισμός θα μπορούσε να προσφέρει καλές προοπτικές. Ειδικά στην αγροτουριστική της μορφή, συνδυάζει την αναψυχή με την προσφορά διαφόρων δυνατοτήτων στην ύπαιθρο όχι μόνο στον τομέα των υπηρεσιών διαμονής, αλλά και σε τέτοιες μοναδικές δραστηριότητες όπως τα μαθήματα εκτροφής ζώων ή ιππασίας, θέσεις εργασίας στο νοικοκυριό, όπως η καλλιέργεια αμπέλου και η παραγωγή κρασιού κλπ. Η κύρια μη οικονομική σημασία του αγροτουρισμού είναι η εξής:

- Διατήρηση των τοπικών παραδόσεων και εθίμων,
- Συγκέντρωση ανθρώπων από τη χώρα και από την πόλη
- Προστασία του τοπίου και δημιουργία υγιούς περιβάλλοντος.

Αναμφισβήτητα, συμβάλλει επίσης στη διατήρηση των παραδοσιακών διαδικασιών εργασίας και εργαλείων αγροτικής ανάπτυξης που δεν χρησιμοποιούνται πλέον σήμερα. Επιπλέον, οι επισκέπτες (παραθεριστές) μπορούν να επωφεληθούν από διάφορες ευκαιρίες απασχόλησης και εισοδήματος.

Ορισμένοι τύποι τουρισμού δεν αναφέρονται συνήθως στη βιβλιογραφία. Για παράδειγμα, τέτοιος τουρισμός έχει πολλές αρνητικές κοινωνικές επιπτώσεις και είναι επίσης πολύ προβληματικός από μόνος του. Μπορούμε επομένως να τον αναφέρουμε ως κοινωνικά ανεπιθύμητο. Επικεντρώνεται στην ευκολότερη πρόσβαση στο αλκοόλ, τα ναρκωτικά, τα τυχερά παιχνίδια και την πορνεία. Επωφελείται από τοπικά "προνόμια", που προέρχονται από τοπικές ελλείψεις, είτε είναι οικονομικές (υψηλή ζήτηση, χαμηλές τιμές), κοινωνική (φτώχεια, ανεργία), νομοθετική (ελάχιστες ή ελάχιστες) ή διοικητική (ανεπαρκής εργασία τελωνειακών υπαλλήλων, αστυνομίας).

Ανάλογα με τον τόπο

- Εσωτερικός τουρισμός (εντός της χώρας, των οποίων είμαστε κάτοικοι)
- Εξωτερικός τουρισμός (ταξιδεύοντας στο εξωτερικό). Σύμφωνα με τη συνεισφορά σε συνάλλαγμα, μπορεί να χωριστεί σε ενεργή (εισερχόμενη) και παθητική (εξερχόμενη).

Ανάλογα με τη διάρκεια της διαμονής

- Βραχυπρόθεσμος (συνήθως έως τρεις ημέρες)
- Μακροπρόθεσμος (συνήθως περισσότερο από τρεις ημέρες)

Ανάλογα με τον αριθμό των συμμετεχόντων

- Ατομικός (άτομο, οικογένεια),
- Ομαδικός (ομάδες, εκδρομές),
- Μαζικός (μαζικές εκδηλώσεις όπως προσκυνήματα, αθλητικές εκδηλώσεις).

Ανάλογα με τον τρόπο οργάνωσης (ρύθμισης)

- Οργανωμένος (οργανωμένο από εξειδικευμένα θέματα)
- Μη οργανωμένος.

Ανάλογα με τον τρόπο μεταφοράς

- δρόμο (αυτοκίνητα, λεωφορεία, μοτοσικλέτες),
- σιδηροδρομικές γραμμές (κανονικές και ακανόνιστες συνδέσεις),
- αέρα (κανονικές και ακανόνιστες συνδέσεις),
- νερό (ποτάμι και θάλασσα),
- άλλα (πεζοπορία, ποδηλασία, θαλάσσιος τουρισμός).

Ανάλογα με τον τρόπο πληρωμής

- Εμπορικός (πλήρης πληρωμή από τον πελάτη, άμεσα διαθέσιμη),
- Δεσμευμένος (ορισμένες προϋποθέσεις πρέπει να πληρούνται, όπως η συμμετοχή σε έναν οργανισμό, ο πελάτης πληρώνει μόνο ένα μέρος του κόστους ή ακόμα και δωρεάν).

Ανάλογα με τον τρόπο της συμφωνίας, διαφοροποιούμε τον οργανωμένο τουρισμό που παρέχεται από εξειδικευμένους φορείς και άτομα, τα οποία οργανώνουν τα πάντα από μόνα τους. Οι εξειδικευμένοι φορείς που αναφέρονται παραπάνω είναι τα ταξιδιωτικά γραφεία και οι εταιρείες μεταφορών. Αλλά μπορεί να προκύψει μια κατάσταση όπου ένας άλλος ενδιαμέσος βαδίζει μεταξύ του τουριστικού και του ταξιδιωτικού γραφείου. Πρόκειται για πρόσωπο ή τμήμα της οργάνωσης, όπου απασχολείται, υπεύθυνος για τη φροντίδα των ρυθμίσεων του επαγγελματικού ταξιδιού του, είτε στο σπίτι είτε στο εξωτερικό. Αυτός ή αυτή κλείνει καταλύματα, τη μεταφορά και ασχολείται με τις αναγκαίες διατυπώσεις. Αυτά

τα τμήματα και οι υπάλληλοί τους αντιπροσωπεύουν πολλά υποσχόμενες ομάδες-στόχους για ταξιδιωτικά γραφεία και εταιρείες μεταφορών.

Σε σχέση με τον αριθμό των συμμετεχόντων και την έκταση της οργάνωσης, διαφοροποιούμε την ατομική και την ομαδική (οργανωμένη) παραμονή. Ο εγχώριος τουρισμός νοείται ως ταξίδι στη χώρα, των οποίων οι υπήκοοι είμαστε και όπου έχουμε μόνιμη διεύθυνση. Ο διεθνής τουρισμός σημαίνει ότι ταξίδι στο εξωτερικό. Μπορεί να είναι ενεργός τουρισμός (εισερχόμενος), όταν ξένοι επισκέπτες έρχονται στη χώρα μας ή παθητικοί (εξερχόμενοι), όπου οι άνθρωποι από τη χώρα μας ταξιδεύουν στο εξωτερικό. Στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης υπάρχει διαφοροποίηση μεταξύ του διοργανωτή ταξιδιών, διαμονών και εκδρομών και τον έμπορο τους. Ο έμπορος πουλάει μόνο την πλήρη προσφορά ενός διοργανωτή, ενώ ο διοργανωτής όχι μόνο συναρμολογεί την προσφορά, αλλά μπορεί επίσης να τη πουλήσει.

Στην ΕΕ, η συναρμολόγηση νοείται ως ο συνδυασμός τουλάχιστον δύο από τις τρεις ακόλουθες υπηρεσίες (μεταφορές, διαμονή και άλλες τουριστικές υπηρεσίες) που προσφέρονται σε συνολική τιμή και παρέχονται περισσότερο από είκοσι τέσσερις ώρες (διαμονή με διανυκτέρευση).

Παραγωγικές, ενδιάμεσες και οργανωτικές δραστηριότητες των χονδρεμπόρων στον τουρισμό διεξάγονται από τους λεγόμενους tour-operators. Αποστολή τους είναι η σύνδεση της αγοράς πελατών, των ταξιδιωτικών γραφείων λιανικής, των μεταφορέων, των καταλυμάτων και των υπηρεσιών τροφοδοσίας και των τοπικών δραστηριοτήτων ψυχαγωγίας, αναψυχής και άλλων συμπληρωματικών υπηρεσιών με τα εισερχόμενα ταξιδιωτικά γραφεία, το περιβάλλον και τον ανταγωνισμό. Λόγω του δημιουργικού, ενδιάμεσου και οργανωτικού χαρακτήρα του έργου τους, οι τουριστικοί πράκτορες αντιπροσωπεύουν ένα πολύ σημαντικό τμήμα της τοπικής διοίκησης, με το οποίο θα πρέπει να συνεργάζεται και να επικοινωνεί όσο το δυνατόν περισσότερο.

1.5. Τουριστικές επιχειρήσεις

Οι τουριστικές επιχειρήσεις είναι παραγωγικές μονάδες με νομικό ή χωρίς πρόσωπο, στις οποίες ένας ή περισσότερα άτομα παίρνουν αποφάσεις σχετικά με την παραγωγή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών με άμεσο σκοπό τη μεγιστοποίηση τους κέρδους.

Οι Τουριστικές επιχειρήσεις προσδιορίζουν τι τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες θα παραχθούν εκ μέρους τους, με ποιες παραγωγικές διαδικασίες, σε τι ποσότητες ποιότητες και ποικιλίες, σε τι τιμή θα πουληθούν κ.τ.λ.

Οι Κυριότερες μορφές τουριστικών επιχειρήσεων που έχουν νομική

προσωπικότητα είναι:

- η ομόρρυθμη,
- η ετερόρρυθμη,
- η ανώνυμη,
- η τουριστική εταιρεία περιορισμένης ευθύνης
- και ο τουριστικός συνεταιρισμός.

1.6. Ταξιδιωτικοί/Τουριστικοί πράκτορες

Ένα πολύ σημαντικό κομμάτι στο τουριστικό κύκλωμα είναι οι ταξιδιωτικοί πράκτορες οι οποίοι πραγματοποιούν πωλήσεις για λογαριασμό διαφόρων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών και των tour operators έναντι συνήθως κάποιας προμήθειας η οποία σπανίως υπερβαίνει το 10% στον κύκλο εργασιών τους. Είναι αυτοί που από την μια έρχονται σε άμεση επαφή με τους υποψήφιους αγοραστές δίνοντας τους πληροφορίες και καθοδηγώντας για τις συνθήκες και τα πιθανά προβλήματα ενός ταξιδιού τους, λειτουργούν δηλαδή σαν σύμβουλοι ταξιδιών, και από την άλλη λειτουργούν σαν μια από τις σημαντικότερες πηγές πληροφόρησης των παραγωγών, βοηθώντας τους να προσαρμόζουν την παραγωγή τους στις ανάγκες τις επιθυμίες και στις αλλαγές προτιμήσεων των τουριστών. Είναι στη ουσία οι μεσολαβητές ανάμεσα στους παραγωγούς και στους τουρίστες.

Οι ταξιδιωτικοί πράκτορες δεν παράγουν ένα τουριστικό ταξίδι ούτε διαθέτουν αποθέματα τουριστικών προϊόντων αλλά αναλαμβάνουν την διαμονή και διάθεση όλων των επιμέρους στοιχείων ενός ταξιδιού όπως πωλήσεις εισιτηρίων, κρατήσεις δωματίων και αν ζητηθεί η διευθέτηση προγράμματος ψυχαγωγίας. Για το λόγο αυτό λοιπόν οι ταξιδιωτικοί πράκτορες βρίσκονται σε στενή επαφή και συνεργασία και με τις επιχειρήσεις συγκοινωνιακών μέσων με τις οποίες συνεργάζονται για:

A)την πρακτόρευση των διαφόρων συγκοινωνιακών μέσων

B)την έκδοση εισιτηρίων με προμήθεια

Γ)την ενοικίαση διαφόρων συγκοινωνιακών μέσων.

Και με τις επιχειρήσεις καταλύματος (ξενοδοχειακές μονάδες, motels, campings κλπ.) με τις οποίες η συνεργασία τους είναι:

- I. Για κράτηση δωματίων με διατροφή ή χωρίς για λογαριασμό των πελατών τους με παράλληλη έκδοση δελτίου κράτησης (voucher). Στη περίπτωση αυτή η εξόφληση των τιμολογίων γίνεται από τον πελάτη στο ξενοδοχείο και αυτό στη συνέχεια στέλνει την συμφωνημένη προμήθεια στο γραφείο ταξιδιών. Στην αντίθετη περίπτωση που ο πελάτης πληρώσει στο γραφείο που εκδίδει το voucher, τότε το γραφείο στέλνει την αξία των vouchers στο ξενοδοχείο αφού πρώτα έχει κρατήσει την προμήθειά του.
- II. Σε κρατήσεις δωματίων που ο πελάτης πληρώνει ένα ορισμένο χρηματικό ποσό στο γραφείο και παίρνει ένα deposit voucher. Στη περίπτωση αυτή ο πελάτης εξοφλεί το λογαριασμό του χρησιμοποιώντας το deposit voucher και αν δε φτάσει να καλύψει το λογαριασμό τότε πληρώνει το υπόλοιπο στο ξενοδοχείο. Αν όμως περισσεύει παίρνει το υπόλοιπο ποσό πίσω.
- III. Σε κρατήσεις κατ' αποκοπή (allotment) ενός αριθμού δωματίων σε συμφωνημένη τιμή. Η προμήθεια υπολογίζεται στις πραγματοποιούμενες διανυκτερεύσεις. Ο τρόπος αμοιβής των τουριστικών πρακτόρων είναι με: Προμήθεια από τις πραγματοποιούμενες πωλήσεις τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών. Προμήθεια από βοηθητικές υπηρεσίες όπως travel cheques, travel insurance. Εισόδημα από βραχυπρόθεσμη τοποθέτηση χρημάτων που λαμβάνονται από πελάτες σαν deposit και γενικά όλες τις προπληρωμές. Κέρδη από τις οργανώσεις των δικών τους εκδρομών, αν ενεργούν και σαν οργανωτές ταξιδιών.

Με πιο απλά λόγια οι τουριστικοί πράκτορες λειτουργούν σαν λιανέμποροι αγοράζοντας ήδη υπάρχοντα τουριστικά πακέτα και μεμονωμένες τουριστικές υπηρεσίες τα οποία στην συνέχεια τα θέτουν στην διάθεση τους και τα χρησιμοποιούν για ικανοποιήσουν τις τουριστικές ανάγκες και επιθυμίες των μελλοντικών αγοραστών.

Οι τουριστικοί πράκτορες διακρίνονται σε δύο τύπους: Σε αυτούς που αναπτύσσουν την επαγγελματική τους δραστηριότητα μόνο στο εσωτερικό της χώρας στην οποία είναι εγκατεστημένοι. Σε αυτούς που αναπτύσσουν την επαγγελματική τους δραστηριότητα τόσο στο εσωτερικό της χώρας στην οποία είναι εγκατεστημένοι όσο και εκτός αυτής.

1.7. Tour operators

Οι tour operators αποτελούν ένα σημαντικό συντελεστή (ίσως τον σημαντικότερο) της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας. Σύμφωνα με τον U.I.O.O.T. (Διεθνής Ένωση Εθνικών Οργανισμών Τουρισμού) ο tour operator ή διαφορετικά ο οργανωτής παραγωγός ταξιδιών είναι:

«Μια επιχείρηση υπηρεσιών, η οποία προετοιμάζει, πριν εκδηλωθεί η ζήτηση, τα ταξίδια και την παραμονή των τουριστών οργανώνοντας τα μεταφορικά μέσα, πραγματοποιώντας τις κρατήσεις στα διάφορα τουριστικά καταλύματα και φροντίζοντας για όλες τις άλλες υπηρεσίες (εκδρομές, αναψυχή) που απαιτούνται στον τόπο του τουριστικού προορισμού. Αυτή η επιχείρηση προσφέρει μια σειρά υπηρεσιών (τουριστικό πακέτο) προορισμένων να πουληθούν, είτε άμεσα από τα ίδια της τα γραφεία ταξιδιών είτε έμμεσα με τη μεσολάβηση ανεξαρτήτων γραφείων ταξιδιών, σε ομάδες ή μεμονωμένα άτομα σε μια σταθερή τιμή και με ημερομηνίες αναχώρησης και επιστροφής καθορισμένες εκ των προτέρων».

Συγκεκριμένα οι tour operators αγοράζουν συνήθως σε μεγάλες ποσότητες μια σειρά ποικίλων τουριστικών υπηρεσιών, όπως για παράδειγμα θέσεις σε μεταφορικά μέσα, δωμάτια σε καταλύματα, καθώς επίσης και διάφορες άλλες υπηρεσίες και αφού τις συνδυάσουν σε ένα «πακέτο», τις πουλούν στη συνέχεια άμεσα ή έμμεσα στους διάφορους χρήστες, στους τουρίστες δηλαδή.

Οι εργασίες, που πρέπει ο tour operator να προβεί για την σύνθεση και εκτέλεση των τουριστικών πακέτων, μπορούν να διακριθούν σε πέντε φάσεις (Κατσιώνης & Μαδαρός, 2001):

1. Ανάλυση Αγοράς: Προσδιορισμός Ζήτησης. Ο tour operator προκειμένου να διακρίνει τους διαφορετικούς τύπους διακοπών που επιθυμεί να καταναλώσει μια δυνητική τουριστική πελατεία σε συσχέτισμό με το προτεινόμενο προϊόν, επιχειρεί μια έρευνα αγοράς, την οποία πραγματοποιεί στο ευρύ κοινό, στους πελάτες του, στα τουριστικά γραφεία, στους εθνικούς και διεθνείς τουριστικούς οργανισμούς.
2. Στάδιο της Παραγωγής: Εξασφάλιση Προϋποθέσεων και Υπηρεσιών. Ο tour operator κινείται σε ευρύ φάσμα επιχειρήσεων, όπως αεροπορικών εταιριών, άλλων μεταφορικών μέσων, ξενοδοχείων, γραφείων ενοικίασης αυτοκινήτων. Επιλέγει τις καταλληλότερες επιχειρήσεις και συνάπτει συμβάσεις συνεργασίας. Αναλαμβάνει την προετοιμασία των προγραμμάτων, την κοστολόγηση και την τιμολόγηση των προϊόντων. Η προετοιμασία των προγραμμάτων αρχίζει περίπου ένα χρόνο πριν από την ημερομηνία της πρώτης αναχώρησης. Υπολογίζεται το κόστος και προσδιορίζεται η τιμή πώλησης του τουριστικού πακέτου.
3. Παραγωγή Διαφημιστικού Φυλλαδίου. Παράγεται και εκτυπώνεται διαφημιστικό φυλλάδιο που περιέχει όλα τα στοιχεία που μπορούν να βοηθήσουν στην προβολή και προώθηση του προϊόντος. Οι πληροφορίες που εμπεριέχονται στο φυλλάδιο, είναι

απαραίτητο, να είναι ακριβείς. Το κόστος παραγωγής των διαφημιστικών φυλλαδίων είναι ιδιαίτερα σημαντικό.

4. Προβολή και Προώθηση Τουριστικού Πακέτου. Μετά την ολοκλήρωση της έκδοσης του καταλόγου, πραγματοποιείται η επίσημη παρουσίαση του σχεδιασμένου τουριστικού πακέτου και αρχίζει η διαφημιστική του υποστήριξη. Οργανώνονται από τον tour operator πληροφοριακά ταξίδια (info group) για επίσκεψη των κοινωνιών υποδοχής και απόκτηση καλύτερης και ευρύτερης γνώσης των προϊόντων που είναι προς πώληση.
5. Πώληση. Η πώληση του τουριστικού πακέτου, ουσιαστικά, αρχίζει με την έκδοση του καταλόγου.

Οι προαναφερόμενες εργασίες του tour operating έχουν κυκλική δομή. Σε κάθε χρονική περίοδο, ο οργανωτής έχει την χρονική ευχέρεια να ετοιμάζει τον κατάλογο της επόμενης περιόδου, ενώ ταυτόχρονα διαφημίζει και πουλά τα τρέχοντα προϊόντα.

Υπάρχουν τέσσερις βασικοί τύποι tour operators:

A) Αυτοί που υπηρετούν τη μαζική τουριστική αγορά: Τα τουριστικά πακέτα που πουλούν έχουν κυρίως σαν προορισμούς δημοφιλή διεθνή θέρετρα, η δε μετακίνηση της πελατείας τους πραγματοποιείται είτε με ιδιόκτητα αεροπλάνα, είτε με ναυλωμένα αεροπλάνα, είτε με αεροπλάνα που πραγματοποιούν προγραμματισμένες πτήσεις.

B) Αυτοί που χαρακτηρίζονται σαν σπεσιαλίστες: είναι λιγότερο γνωστοί απ' ό,τι οι προηγούμενοι, αλλά αριθμητικά υπερέχουν σημαντικά από αυτούς. Βασικά διακρίνονται σε πέντε κατηγορίες:

1. Σε αυτούς που προσφέρουν τουριστικά πακέτα και απευθύνονται σε μια συγκεκριμένη κατηγορία πελατείας, όπως για παράδειγμα νέους, εργένηδες, οικογενειάρχες, επαγγελματίες.
2. Σε αυτούς που προσφέρουν τουριστικά πακέτα σε συγκεκριμένους προορισμούς, όπως για παράδειγμα Αγγλία, Γαλλία, Ουγγαρία, Ελβετία, Αυστρία.

3. Σε αυτούς που χρησιμοποιούν για τα τουριστικά τους πακέτα συγκεκριμένες μορφές καταλυμάτων, όπως για παράδειγμα παραθεριστικά χωριά, κέντρα διακοπών.
4. Σε αυτούς που χρησιμοποιούν συγκεκριμένα μεταφορικά μέσα για τα τουριστικά τους πακέτα, όπως για παράδειγμα πλοία, τρένα, αεροπλάνα, πούλμαν.
5. Σε αυτούς που προσφέρουν τουριστικά πακέτα ειδικών ενδιαφερόντων, όπως για παράδειγμα φωτογραφικό σαφάρι στην Κένυα, ορειβασία στο όρος Κιλιμάντζαρο.

Γ) Αυτοί που υπηρετούν την ντόπια τουριστική αγορά: είναι εκείνοι που μοντάρουν και πουλούν τα τουριστικά τους πακέτα στη χώρα που κατοικούν μόνιμα οι τουρίστες, που σημαίνει ότι όλοι οι προορισμοί βρίσκονται στο εσωτερικό της χώρας.

Δ) Αυτοί που υπηρετούν ξένους τουρίστες στους τουριστικούς προορισμούς: είναι εκείνοι που είναι εγκατεστημένοι στους τουριστικούς προορισμούς και μοντάρουν πακέτα αποκλειστικά γι' αυτούς, τα οποία πωλούν στη συνέχεια σε διάφορες χώρες και κυρίως σε αυτές από τις οποίες δέχονται μεγάλο αριθμό τουριστών.

1.8. Συμβόλαια και Ξενοδοχεία

Πρέπει να διευκρινιστεί ότι κατά το σύνηθες, στην υπογραφή των συμβολαίων, λόγω του ότι ο tour operator είναι αυτός που έχει συνθέσει, αξιολογήσει, κοστολογήσει, προωθήσει και πωλήσει το τουριστικό πακέτο, είναι σε πλεονεκτικότερη θέση από το ξενοδόχο όσον αφορά τις διαπραγματεύσεις των τελικών συμβολαίων. Εξαιρετικά σπάνια ενδέχεται ο ξενοδόχος να βρίσκεται σε ευνοϊκότερη θέση από τον tour operator.

Τα συμβόλαια που υπογράφονται μεταξύ του tour operator και των ξενοδόχων διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες (Κατσιώνης & Μαδαρός, 2001).

Συμβόλαιο Guarantee

Στο συμβόλαιο guarantee ένας συγκεκριμένος αριθμός δωματίων ή όλο το κατάλυμα είναι αποκλειστικά στη διάθεση του tour operator έναντι μιας ετήσιας αμοιβής.

Στο συμβόλαιο εκτός από τον αριθμό και τον τύπο των δωματίων, δεν αναγράφονται ημερήσιες τιμές, αλλά το σύνολο της συμφωνηθείσας τιμής που δεν καταβάλλεται εφ' άπαξ αλλά σε συγκεκριμένες ημερομηνίες και δόσεις.

Σε συμβόλαια αυτού του είδους, η περίοδος αποδέσμευσης είναι πάντα μηδενική για να έχει τη δυνατότητα ο tour operator να κάνει πωλήσεις μέχρι την τελευταία στιγμή. Ο ξενοδόχος δεν έχει δικαίωμα να εκμεταλλεύεται τα κενά δωμάτια, που πρέπει ανά πάσα στιγμή να είναι στη διάθεση του tour operator.

Συμβόλαιο Allotment

Πρόκειται για ένα ιδιωτικό συμφωνητικό που υπογράφεται μεταξύ του ξενοδοχείου και του tour operator. Το συμβόλαιο αναφέρεται σε ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα κατά το οποίο το ξενοδοχείο αναλαμβάνει να διαθέτει καθημερινά, για λογαριασμό του tour operator, ένα συγκεκριμένο αριθμό δωματίων με σαφή προσδιορισμό του τύπου και των ανέσεων που προσφέρουν.

Οι όροι που περιλαμβάνονται στα συμβόλαια είναι οι παρακάτω:

- Διάρκεια συνεργασίας (για μια περίοδο ή ετήσια), που εξαρτάται από την τουριστική εποχικότητα κάθε περιοχής.
- Διαχωρισμός της περιόδου συνεργασίας σε υποπεριόδους (χαμηλή, μέση και υψηλή), που χαρακτηρίζεται ανάλογα από το μέγεθος της τουριστικής κίνησης.
- Ακριβής αριθμός δωματίων και κλινών καθώς και σαφή προσδιορισμό του τύπου των δωματίων.
- Σε κάθε τύπο δωματίων εκτός από τη θέα που έχει, αναφέρονται και άλλες διευκολύνσεις (μπαλκόνι, κλιματισμός, τηλεόραση, mini bar κλπ).
- Τιμή του ατόμου (net) ανάλογα τον τύπο δωματίου (μονόκλινο, δίκλινο, τρίκλινο, σουίτα), όρο συμφωνίας και τουριστική περίοδο.
- Περίοδος αποδέσμευσης (release period)
- Πόσες μέρες, δηλαδή, πριν την άφιξη των πελατών υποχρεούται ο tour operator να στείλει τελικές ονομαστικές καταστάσεις στο ξενοδοχείο και ταυτόχρονα μέχρι πόσες μέρες πριν τη συγκεκριμένη ημερομηνία δεσμεύεται το ξενοδοχείο να διαθέτει δωμάτια του συμβολαίου για λογαριασμό του tour operator.
- Ποσό της προκαταβολής που έχει συμφωνηθεί να καταβληθεί στο ξενοδοχείο σε συγκεκριμένη ημερομηνία πριν την έναρξη της περιόδου.
- Επιπλέον όροι που αφορούν τρόπο πληρωμής, παροχές υπηρεσιών εκ μέρους του ξενοδοχείου προς τους αντιπροσώπους του tour operator, τυχόν εγγυήσεις πληρότητας όπως και ειδικές προφορές που μπορεί να έχουν συμφωνηθεί.

Συμβόλαιο On Request

Έχει την ίδια μορφή με κανονικό συμβόλαιο χωρίς όμως να γίνεται αναφορά σε αριθμό δωματίων και περίοδο αποδέσμευσης. Το συγκεκριμένο είδος συμβολαίου δεσμεύει το ξενοδοχείο ως προς τις τιμές αλλά όχι στη διάθεση των δωματίων. Μια κράτηση γίνεται αποδεκτή μόνο εάν και εφ' όσον υπάρχουν κενά δωμάτια στο κατάλυμα.

1.9. Μεταφορές

Τουρισμός και μεταφορικά μέσα

Η επέκταση του μαζικού τουρισμού μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην τεράστια ανάπτυξη της τεχνολογίας των μεταφορικών μέσων .

Οι μεταφορές αποτελούν ένα σύστημα που είναι συνυφασμένο με τον ανθρώπινο πολιτισμό. Μέχρι τις αρχές του 20ού αιώνα τα τουριστικά ταξίδια ήταν περιορισμένα εξαιτίας μη επαρκούς ανταπόκρισης τω μέσων μεταφοράς στο μαζικό τουρισμό.

Τα σύγχρονα μεταφορικά μέσα επέτρεψαν την ικανοποίηση των τεχνικών αναγκών της τουριστικής μετακίνησης. Η τουριστική μετακίνηση απαιτεί:

- Δυνατότητα πρόσβασης
- Μεταφορική ικανότητα
- Ταχύτητα μετακίνησης

Οι μεταφορές καταλαμβάνουν σημαντική θέση όσο αφορά στους στόχους της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η ζήτηση για τις υπηρεσίες αεροδρομίων έχει παρουσιάσει εντυπωσιακή άνοδο τα τελευταία έτη. Ο στόλος της πολιτικής εμπορικής αεροπορίας στην ΕΕ αυξήθηκε κατά 72% το 2005 έναντι του 1990, στα 4.970 αεροσκάφη το 2005 από 2.891 το 1995. Η μεγάλη αυτή αύξηση του αριθμού των αεροσκαφών σε συνδυασμό με την αύξηση της χωρητικότητας τους, αντικατοπτρίζει το αυξανόμενο μερίδιο των αερομεταφορών στις συνολικές μεταφορές. Οι αεροπορικές μεταφορές προσελκύουν πολύ περισσότερο την επιβατική κίνηση, ενώ σημαντική είναι και η διεύρυσή τους στις μεταφορές εμπορευμάτων. Η συμβολή των αεροπορικών μεταφορών στις μεταφορές είναι ακόμη πολύ χαμηλή ενώ στις μεταφορές επιβατών το μερίδιο των μεταφορών αυξήθηκε. Η αύξηση της μεταφορικής ικανότητας του αεροπλάνου και παράλληλα η οικονομική του εκμετάλλευση μέσω εταιρειών ναυλωμένων πτήσεων συνέβαλαν στη μαζικοποίηση και διεθνοποίηση του τουρισμού.

Οι αερομεταφορές συμβάλλουν:

- Στην αύξηση των κρατικών εσόδων και του εθνικού εισοδήματος.
- Στην απασχόληση μεγάλου ποσοστού εργατικού δυναμικού και συνεπώς στην αντιμετώπιση της ανεργίας.
- Τη μεταφορά επιβατών προς όλα τα μήκη και πλάτη της γης.
- Στη μεταφορά εμπορεύματος και ταχυδρομείου.

Είναι επίσης σημαντικό να λαμβάνει κανείς υπόψη τα άυλα οφέλη που παρέχονται στην οικονομία από τη χρήση των αεροσκαφών. Η γενική αεροπορία είναι σημαντική σε καταστάσεις ανάγκης, φυσικών καταστροφών, για την εθνική άμυνα κ.α. Τέλος αξίζει να σημειωθεί η συμβολή της στη μόρφωση, εκπαίδευση και κατάρτιση αφού μέσω αυτής επιτυγχάνονται αεροφωτογραφίες, χαρτογραφήσεις κ.α.

1.10. Η Ελλάδα ως τουριστικό προϊόν

Όπως προαναφέραμε τα ελκυστικά στοιχεία του τουριστικού προϊόντος που μπορεί να προσφέρει μία χώρα είναι οι φυσικές ομορφιές, τα τοπία, η αλλαγή του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, η διασκέδαση, οι χαμηλές τιμές αγαθών και υπηρεσιών, η ξενοδοχειακή άνεση, τα σπορ κ.α.

Η Ελλάδα αποτελεί ένα ισχυρό τουριστικό προϊόν/τόπο που προσελκύει εκατομμύρια τουρίστες κάθε χρόνο λόγο κυρίως της αφθονίας και της ποικιλομορφίας των φυσικών πόρων που διαθέτει όπως επίσης και της πλούσιας πολιτιστικής και θρησκευτικής της κληρονομιάς.

Είναι μια χώρα γνωστή για την φιλοξενία της και έχει πάνω από 6.000 νησιά, νησίδες και βραχονησίδες (117 εκ των οποίων κατοικούνται) και εκτεταμένες παραλίες που αντιπροσωπεύουν περίπου 16,300 χιλιόμετρα ακτογραμμής και εκ των οποίων πολλές βραβευμένες παραλίες με γαλάζιες σημαίες (Η Ελλάδα είναι στην τρίτη θέση κατάταξης σε παραλίες με γαλάζια σημαία το 2015). Τα κρυστάλλινα νερά της Ελλάδας βρίθκει από θαλάσσια ζωή και υπάρχουν μερικές θεαματικές σπηλιές και ναυάγια, κάτι το οποίο έχει σαν αποτέλεσμα την απότομη αύξηση των καταδυτικών κέντρων τα τελευταία χρόνια στις περισσότερες νησιώτικες περιοχές. Τα καλοκαίρια της είναι ζεστά και διαρκούν 5 μήνες το χρόνο ενώ οι χειμώνες είναι σύντομοι και ήπιοι.

Τα αρχαιολογικά και πολιτιστικά της μνημεία είναι απaráμιλλα και καλύπτουν πολλές χιλιετίες. Τα κύρια πολιτιστικά αξιοθέατα είναι η κληρονομιά του ελληνικού πολιτισμού με περίπου 25.000 ονομαστικά και προστατευόμενα μνημεία και τους αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία.

Διαθέτει καλή γεωγραφική θέση στις Δυτικοευρωπαϊκές και Ανατολικοευρωπαϊκές αγορές και είναι ένας αναγνωρίσιμος τόπος προορισμού για τους δυνητικούς τουρίστες η οποία είναι γνωστή σε όλον τον κόσμο για την φιλοξενία της.

Ο Ελληνικός τουρισμός είναι κυρίως τουρισμός αναψυχής που πραγματοποιείται τους θερινούς μήνες και έχει μαζικό χαρακτήρα «πακέτου». Αντλεί σε ποσοστό 90% ταξιδιώτες από την Ευρώπη αν και τα τελευταία χρόνια γίνονται προσπάθειες διεύρυνσης και προς άλλες αγορές. Ο τύπος του τουρισμού που διαθέτει η Ελλάδα είναι ο τουρισμός ήλιου και θάλασσας που καλύπτει το 60%, τον τουρισμό πολιτισμό και θρησκείας με ποσοστό 14%, τον περιηγητικό με 10%, τον τουρισμό πόλεων 5%, οικολογικό, αθλητικό, συνεδριακό κ.α. 8%. (ΣΕΤΕ, 2015, European Travel Monitor).

Όπως βλέπουμε η συντριπτική πλειοψηφία των τουριστών επισκέπτονται την χώρα μας για τον ήλιο, τη θάλασσα, τις ακρογιαλιές, και τους αρχαιολογικούς μας θησαυρούς.

Παρά τα πλεονεκτήματα και τις ευκαιρίες που έχει το ελληνικό προϊόν/τουρισμός, υπάρχουν και αρκετές απειλές και αδυναμίες για το τουριστικό προϊόν της Ελλάδος. Ο διεθνής αυξανόμενος ανταγωνισμός στην τουριστική αγορά (υπάρχει αυξανόμενος ανταγωνισμός και μεγαλύτερη προσφορά σε συνδυασμό με χαμηλότερες τιμές), η απαίτηση των καταναλωτών για περισσότερες και καλύτερες υπηρεσίες αλλά και για τουριστικά προϊόντα σε χαμηλότερες τιμές και η καθοριστική επιρροή των tour operators είναι κάποια από αυτά.

1.11. Το μέλλον του τουρισμού

Η ιστορία του τουρισμού χαρακτηρίζεται από ακανόνιστη ανάπτυξη και περιόδους μαζικής αύξησης, οι οποίες διακόπτονται από περιόδους ύφεσης και στασιμότητας. Εξίσου επικίνδυνη, τουλάχιστον σε βραχυπρόθεσμο επίπεδο, είναι η συνηθισμένη έλλειψη συντονισμού και συνεργασίας στα αναπτυξιακά προγράμματα, ειδικά η ύπαρξη χρονικού κενού ανάμεσα στη βελτίωση των συγκοινωνιών και του επιπέδου της στέγασης.

Για παράδειγμα, στην περίοδο της πρώτης επαναστατικής ανάπτυξης στις αερομεταφορές, με την εισαγωγή των αεριωθούμενων αεροσκαφών μεγάλης χωρητικότητας, η φέρουσα ικανότητα των ξενοδοχείων σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες αποδείχθηκε ανεπαρκής, καθώς είχε αναπτυχθεί σε μεγάλο βαθμό για να καλύψει τις ανάγκες της κίνησης με πλοία και σιδηρόδρομους. Το πρόβλημα μπορούσε να επιλυθεί πολύ ευκολότερα, χάρη στις μεγάλες τεχνικές προόδους στις κατασκευές, τις μεθόδους ανάπτυξης και διαχείρισης. Στις

αναπτυσσόμενες χώρες, η αύξηση στον τομέα των καταλυμάτων μπορεί να είναι μεγαλύτερη απ' ό,τι, σε εκείνη του τομέα των μεταφορών.

Η ταχεία αύξηση του τουρισμού στην Κίνα εμποδίστηκε από την έλλειψη καλών συγκοινωνιών στη χώρα. Το ίδιο ίσχυε και στην Ινδία, όπου η χωρητικότητα των εγχώριων αερογραμμών είχε μειωθεί σημαντικά για κάποια περίοδο.

Για την ανάπτυξη κάθε κλάδου του τουριστικού τομέα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη η κατάσταση του, τα διεθνή αλλά και τα εθνικά δεδομένα του κράτους στο οποίο αναπτύσσεται. Οι τρεις αυτοί παράγοντες παρέχουν τις απαιτούμενες υπηρεσίες προς τους επισκέπτες. Στην ουσία, συνεργάζονται μεταξύ τους, όντας ανεξάρτητοι και αλληλένδετοι ταυτόχρονα. Ακόμα και στις πλήρως ανταγωνιστικές οικονομίες που είναι προσανατολισμένες προς την αγορά, υπάρχει σημαντική θέση για τον τουρισμό, ο οποίος μπορεί να παίζει ανταγωνιστικό ρόλο τόσο στον ιδιωτικό όσο και στον δημόσιο τομέα. Ωστόσο, ο μηχανισμός συντονισμού δεν είναι ικανοποιητικός.

Αυτό είναι αναγκαίο για τη συνεργασία μεταξύ των κυβερνητικών υπηρεσιών, για παράδειγμα, οι οποίες ευθύνονται για σημαντικές διαστάσεις της τουριστικής δραστηριότητας. Αντίστοιχα, οι φορείς του τουρισμού, όταν κάνουν προβλέψεις για μαζική μελλοντική ανάπτυξη, πρέπει να λαμβάνουν υπόψη την υποδομή, και ειδικά την υποδομή στον τομέα των μεταφορών.

Στην Ευρώπη, η υποδομή των οδικών και αεροπορικών μεταφορών αποτελεί σημαντικό τρέχον ζήτημα, καθώς δεν έχει επαρκή προετοιμασία ώστε να εξυπηρετήσει τον προβλεπόμενο διπλασιασμό των μετακινήσεων την επόμενη δεκαετία.

Οι περισσότερες προβλέψεις αναμένουν ότι ο δημόσιος τομέας θα συνεχίσει ικανοποιητικά τις δραστηριότητες του και ότι θα συντελέσει στη δημιουργία των κατάλληλων προϋποθέσεων για ανάπτυξη των δραστηριοτήτων της τουριστικής βιομηχανίας. Η σημαντική διεθνής προοπτική για ανάπτυξη του τουρισμού, ιδιαίτερα του διεθνούς, φαίνεται να είναι σωστά τεκμηριωμένη. Οι βασικοί καθοριστικοί παράγοντες της ζήτησης είναι εξαιρετικά ευνοϊκοί.

Από την πλευρά της προσφοράς, οι τουριστικές επιχειρήσεις, μέσω της βελτίωσης της τεχνολογίας και της λειτουργικής τους ικανότητας, έχουν τη δυνατότητα να μειώσουν τις τιμές σε πραγματικούς όρους και να “διευκολύνουν τις αγορές”, να ικανοποιήσουν τη ζήτηση και να συμβάλουν στην αύξηση της κίνησης. Ωστόσο, όπως πάντα, υπάρχουν

περιοχές όπου παρουσιάζονται προβλήματα και προκλήσεις, οι οποίες απειλούν την αύξηση. Οι προβλέψεις αποτελούν το καλύτερο μέτρο εκτίμησης της πιθανής ζήτησης.

Οι οικονομικές, τεχνολογικές και κοινωνικές πιέσεις δεν αυξάνονται μόνο με πρωτοφανή ρυθμό, αλλά και η αύξηση τους έχει δώσει ώθηση στην αστάθεια. Τα παραδοσιακά πρότυπα συμπεριφοράς των τουριστών δεν μπορούν να θεωρούνται πλέον αξιόπιστα. Τα μέχρι σήμερα άγνωστα αποτελέσματα των οικονομικών διαρθρωτικών αλλαγών, που έλαβαν χώρα σε μεγάλη κλίμακα, θα μπορούσαν να μεταβάλλουν σημαντικά το αποτέλεσμα των προβλέψεων. Οι συμπεριφορές των καταναλωτών, οι δαπάνες αντί για την εξοικονόμηση ή η διαβίωση με πίστωση αποτελούν τάσεις που μπορούν να μεταβληθούν ταχύτατα, έχοντας μεγάλες επιπτώσεις σε μια οικονομία η οποία προσανατολίζεται προς την αγορά.

Οι κυβερνήσεις τα τελευταία χρόνια έχουν την τάση να αποσύρονται από την παρέμβαση στον τουρισμό, αφήνοντας μεγάλο περιθώριο για δράση στις δυνάμεις της αγοράς. Η μελλοντική ανάπτυξη αποτελεί ήδη πρόκληση, καθώς απαιτεί υψηλό επίπεδο σχεδιασμού και καλές διοικητικές ικανότητες τόσο στον δημόσιο όσο και στον ιδιωτικό τομέα, καθώς και βελτιώσεις στο μάρκετινγκ και στις υπηρεσίες υποδοχής. Ο συντονισμός των ποικίλων συμφερόντων τόσο της κυβέρνησης όσο και του ιδιωτικού τομέα, ειδικά όσον αφορά στις στρατηγικές τουριστικής ανάπτυξης, είναι αναγκαίος προκειμένου να καθιερωθεί ένας επικερδής βιώσιμος τουρισμός, με τα τεράστια πλεονεκτήματα που μπορεί να επιφέρει.

Σημαντικός παράγοντας στην καθιέρωση του θα είναι η αναγνώριση από τις κυβερνήσεις του αναπτυγμένου κόσμου ότι ο μεγαλύτερος τομέας της οικονομίας τους, ο οποίος απασχολεί τους περισσότερους εργαζόμενους, αξίζει προτεραιότητα αντίστοιχη με τα οφέλη που παρέχει. Παράλληλα, ο ιδιωτικός τομέας - οι επιχειρηματίες του τουρισμού-έχουν καθήκον να συγκροτήσουν μέτωπο για την προώθηση των συμφερόντων του τουρισμού, καθώς και συστήματα για συλλογική και για ανταγωνιστική δράση, όσο προετοιμάζονται για το μέλλον.

Κεφάλαιο 2. Σάμος

Γενικές πληροφορίες για το νησί της Σάμου

Για την καλύτερη κατανόηση του εργασιακού περιβάλλοντος και των βασικών προϋποθέσεων αυτής της μελέτης, στο επόμενο κεφάλαιο θα δώσω μια σύντομη εισαγωγή στη γεωγραφία, την ιστορία, την οικονομία και τον τουρισμό της Σάμου.

2.1. Γεωγραφία

Η Σάμος βρίσκεται στο τμήμα του ανατολικού Αιγαίου πελάγους, ανατολικά του Ικάριου πελάγους κοντά στα παράλια της Μικράς Ασίας. Από την Ικαρία απέχει 10 μίλια, ενώ από τη Μικρασιατική ακτή χωρίζεται με διάυλο πλάτους μόλις 1300 μέτρα. Το μέγιστο του νησιού από δυτικά προς ανατολικά είναι 26 μίλια και το μέγιστο πλάτος της από βόρεια προς νότια είναι 11 μίλια ενώ το μέγιστο υψόμετρο φτάνει τα 1443 μέτρα (κορυφή του όρους Κέρκη). Η περίμετρος της ακτογραμμής της φθάνει τα 86 ναυτικά μίλια και η συνολική της επιφάνεια τα 477,395 τετραγωνικά χιλιόμετρα.



Το νησί έχει στο σύνολο του 32.977 κατοίκους με βάση την απογραφή του 2011, διοικητικά η Σάμος ανήκει στην Περιφερειακή Ενότητα Σάμου και αποτελείται από έναν ενιαίο δήμο, τον Δήμο Σάμου. Ο Δήμος Σάμου χωρίζεται στις εξής τέσσερις δημοτικές ενότητες:

Τη δημοτική Ενότητα Βαθούς, με πληθυσμό 12.517 κατοίκους με πρωτεύουσα το Βαθύ (8.079 κάτοικοι) η οποία είναι και η πρωτεύουσα της Σάμου.

Τη δημοτική Ενότητα Καρλοβασιών που έχει πληθυσμό 9.855 κατοίκους και πρωτεύουσα το Καρλόβασι (6.869 κάτοικοι), την κωμόπολη που είναι γνωστή και ως "συμπρωτεύουσα" της Σάμου μιας που είναι δεύτερη σε πληθυσμό μετά την πόλη της Σάμου (Βαθύ).

Τη Δημοτική Ενότητα Πυθαγορείου η οποία έχει πληθυσμό 7.996 κατοίκους (βάση απογραφής 2011) και πρωτεύουσα το Πυθαγόρειο, το πιο τουριστικό χωριό στο νησί.

Τη Δημοτική Ενότητα Μαραθοκάμπου με πληθυσμό 2.609 κατοίκους (απογραφή 2011) και πρωτεύουσα το Μαραθόκαμπο.

2.2. Φυσικοί-Τεχνητοί πόροι

Φυσικοί πόροι

Η βλάστηση του νησιού είναι εξαιρετικά πυκνή και ποικίλη, πράγμα που καθιστά τη Σάμο μοναδική μεταξύ άλλων νησιών του Αιγαίου.

Τα πευκοδάση καλύπτουν το 20% της επιφάνειας του νησιού. Στο βουνό του Καρβούνη, από υψόμετρο 700 μέτρων και άνω συναντάμε το μαύρο πεύκο, το οποίο γίνεται το κυρίαρχο είδος σε υψόμετρο 850 μέτρων και πάνω. Πρόκειται για σπάνιο είδος πεύκου που χρησιμοποιείται για την κατασκευή θαλάσσιων σκαφών. Το Μαύρο Πεύκο αποτελεί το 15% της δασικής περιοχής της Σάμου.

Η βλάστηση της Μεσογειακής θάλασσας (ύψος 1 με 3 μέτρα) βρίσκεται από τη στάθμη της θάλασσας μέχρι υψόμετρο 600-700 μέτρων. Τα κυριότερα είδη είναι: το άγριο ελαιόδεντρο, το κέδρο, το χαρούπι, το φλόμος και άλλα.

Η βραχώδης βλάστηση της Μεσογειακής βλάστησης (ύψους μέχρι 0,50 μ.) Βρίσκεται σε βραχώδεις πλαγιές βουνού ή σε δάση. Τα κυριότερα είδη είναι: το θυμάρι και μια ποικιλία από αγκάθια. Η παρουσία σπάνιων άγριων ορχιδεών είναι επίσης αξιοσημείωτη.

Τεχνητοί πόροι

	5*	4*	3*	2*	1*	
Μονάδες	2	5	35	98	17	157
Δωμάτια	402	332	1.594	2.438	225	4.991
Κλίνες	845	609	3.022	4.575	433	9.484

Διάγραμμα Β. Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος. Επεξεργασία ΙΤΕΠ.

Με βάση τα στοιχεία από το ξενοδοχειακό επιμελητήριο Ελλάδος του 2016, όπως βλέπουμε και παραπάνω, το νησί διαθέτει στο σύνολο 157 κλίνες, εκ των οποίων 2 είναι 5 αστέρων (5*), 5 είναι τεσσάρων αστέρων (4*), ενώ οι υπόλοιπες 150 είναι ίσες ή κατώτερες των τριών αστέρων (3*).

Τα δωμάτια υπολογίζονται σε 4.991 και η συνολική χωρητικότητα φτάνει τα 9.484 άτομα.

2.3. Αξιοθέατα

2.3.1. Αρχαία Σάμος (Πυθαγόρειο)



Η πατρίδα του Πυθαγόρα, η σημαντικότερη πόλη του κόσμου σύμφωνα με τον Ηρόδοτο, ήκμασε κυρίως τον 6^ο αι. π.Χ. Η θέση της Σάμου στο σταυροδρόμι των θαλάσσιων δρόμων που συνδέουν την Ελλάδα με την Ανατολή και την Αφρική την ευνόησε, ώστε να γίνει σπουδαίο εμπορικό, οικονομικό και πνευματικό κέντρο. Οι ανασκαφές φέρνουν στο φως τα λείψανα μιας οργανωμένης πόλης με μεγαλοπρεπή τείχη, πλακόστρωτους δρόμους, πλατείες, σπίτια και καταστήματα, επαύλεις με θαυμάσια ψηφιδωτά, ναούς, αγορά εργαστήρια, νεκροπόλεις, αθλητικές εγκαταστάσεις και λουτρά.

2.3.2. Αρχαιολογικό μουσείο Πυθαγορείου



Το νέο Μουσείο, που εγκαινιάστηκε μόλις το 2010, είναι κτισμένο στο κέντρο της αρχαίας Σάμου δίπλα σε έναν πολύ σημαντικό αρχαιολογικό χώρο. Φιλοξενεί περίπου 3.000 εκθέματα από την αρχαία πόλη, τη γύρω περιοχή και τα νεκροταφεία της. Μέσα από αυτά παρουσιάζεται η ιστορική πορεία της αρχαίας Σάμου από την 5^η χιλιετία π.Χ. μέχρι και τον 7^ο αιώνα μ.Χ., αλλά και η σημασία του νησιού κατά την αρχαιότητα.

2.3.3. Αρχαιολογικό μουσείο Σάμου (Βαθέος)



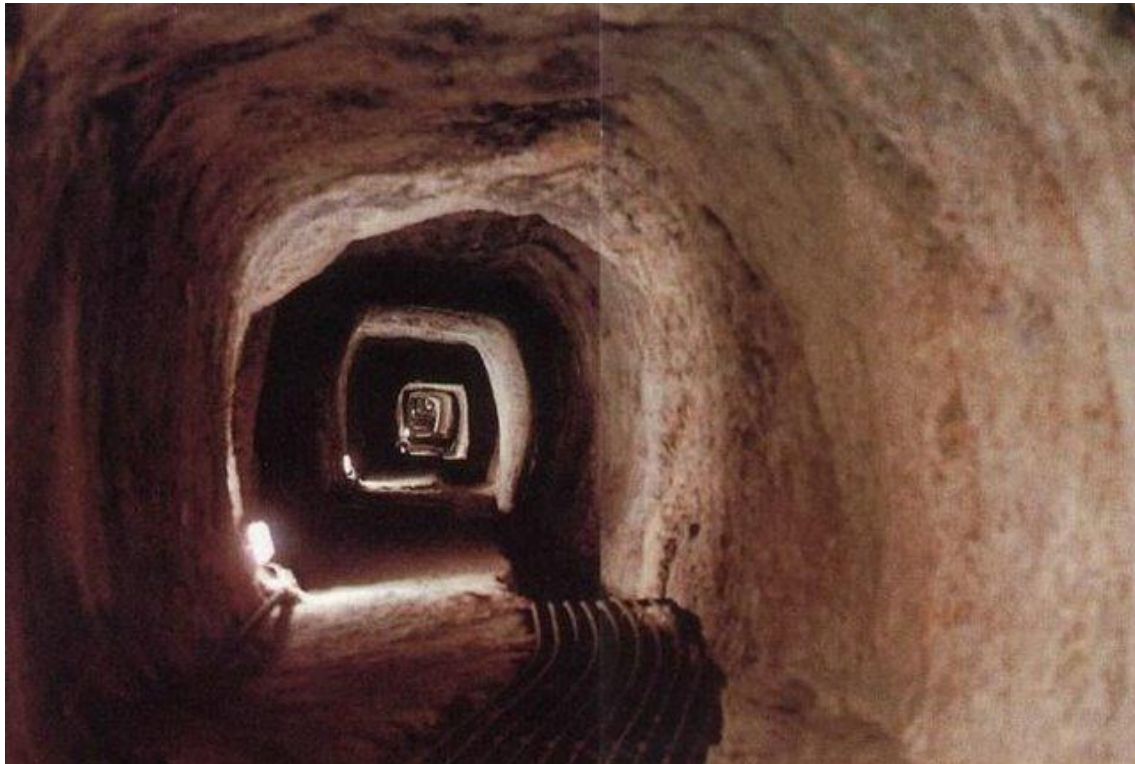
Εδώ φυλάσσονται οι ανεκτίμητοι θησαυροί που αφιέρωναν ευλαβείς προσκυνητές από τα πέρατα του κόσμου στον ιερό ναό της Ήρας. Ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να θαυμάσει τη μοναδική συλλογή ξύλινων αγαλματιδίων, ομοιωμάτων πλοίων, επίπλων, αγγείων και σκευών, τα πλούσια χάλκινα και ελεφαντοστέινα αναθήματα στη θεά, τα αριστουργήματα της γλυπτικής του 6^{ου} αι. π.Χ., όπως ο μεγαλοπρεπής κολοσσιακός Κούρος της Σάμου (580 π.χ.), ύψους 4,7 μ., που αποτελεί ένα από τα συγκλονιστικότερα δημιουργήματα της αρχαϊκής πλαστικής.

2.3.4. Ηραίον Σάμου



Ένα από τα σημαντικότερα ιερά της αρχαίας Ελλάδας, που ιδρύθηκε στο μυθικό τόπο γέννησης της Ήρας. Ο τεράστιος ναός της θεάς, που διαδέχθηκε στη ίδια θέση παλαιότερους ναούς από τον 8^ο και τον 7^ο αι. π.χ., ξεκίνησε να κτίζεται τον 6^ο. αι. π.χ., αλλά φαίνεται ότι δεν ολοκληρώθηκε ποτέ. Πλήθος αφιερωμάτων στόλιζαν το ιερό, όπως το περίφημο σύνταγμα του γλύπτη Γενελέω ή το πλοίο του θαλασσοπόρου Κωλαίου. Τα πολύτιμα αναθήματα που βρέθηκαν στις ανασκαφές προέρχονται από πολλές ελληνικές πόλεις, αλλά και από όλα τα μέρη του αρχαίου κόσμου, από την Αίγυπτο ως τη Μεσοποταμία και το Ιράν, και μαρτυρούν τη διεθνή ακτινοβολία του ιερού.

2.3.5. Ευπαλίνειο όρυγμα (Πυθαγόρειο)



Ένα πραγματικό μηχανικό επίτευγμα, το Ευπαλίνειο όρυγμα αποτελούσε τμήμα του υδραγωγείου της αρχαίας Σάμου. Πρόκειται για μία σήραγγα με μήκος 1.036 μέτρα που διαπερνά το όρος Κάστρο και μετέφερε νερό στην πόλη από μια πηγή. Κατασκευάστηκε σε διάστημα δέκα περίπου ετών, γύρω στο 550 π.χ., από το μηχανικό Ευπαλίνο. Το εκπληκτικό είναι ότι η διάνοιξη της σήραγγας ξεκίνησε ταυτόχρονα και στις δύο πλαγιές του βουνού και τα δύο συνεργεία λιθοξόων συναντήθηκαν με ελάχιστη απόκλιση από την ευθεία, χάρη στους σοφούς υπολογισμούς του Ευπαλίνου.

2.3.6. Αρχαιολογικός χώρος Θερμών



Ο αρχαιολογικός χώρος Θερμών βρίσκεται στα δυτικά της πόλης της, μέσα στο χώρο των αθλητικών εγκαταστάσεων της αρχαίας Σάμου. Πρόκειται για τα ερείπια των Θερμών που χρονολογούνται το δεύτερο μισό του 2ο μ. Χ. αιώνα. Παρ' όλα αυτά όμως σώζονται σε πολύ καλή κατάσταση.

Στην είσοδο του χώρου υπήρχαν τα αποδυτήρια για τους λουόμενους. Στο βόρειο μέρος των εγκαταστάσεων υπήρχαν οι χώροι για τα ψυχρά λουτρά και η οκταγωνική πισίνα, ενώ στο νότιο αίθουσες με υπόκαυστα για τα θερμά λουτρά. Στο χώρο υπήρχε επίσης ένα μικρό θολωτό δωμάτιο που χρησίμευε σαν χώρος σάουνας. Το δωμάτιο αυτό τον 5ο αι. μ.Χ. μετατράπηκε σε Βαπτιστήριο και εντάχθηκε στην τρίκλιτη Παλαιοχριστιανική Βασιλική, η οποία κατέλαβε το βόρειο μέρος των Θερμών. Το δάπεδο της Βασιλικής ήταν καλυμμένο από ψηφιδωτό.

Οι τοίχοι του συγκροτήματος των Θερμών ήταν διακοσμημένοι με ορθομαρμαρώσεις και εντοίχια ψηφιδωτά καθώς και μαρμαροθετήματα και ψηφιδωτά δάπεδα, όπως αποδεικνύεται από τα διατηρημένα λείψανα.

Οι Θέρμες εντάσσονται σε ένα ενιαίο οργανωμένο χώρο που περιλαμβάνει τις αθλητικές εγκαταστάσεις της πόλης και συγκεκριμένα Γυμνάσιο, στάδιο, παλαίστρα. Το Στάδιο είχε μήκος 190 - 200 μ. και πλάτος 40 - 50 μ. και εκτεινόταν στα νότια των Θερμών μεταξύ της Ιεράς Οδού και του θαλάσσιου τείχους, ήταν από τα μεγαλύτερα στάδια της αρχαίας Ελλάδας.

2.3.7. Λαογραφικό Μουσείο Καρλοβάσου



Το Ιστορικό και Λαογραφικό Μουσείο του Δήμου Καρλοβασιών ξεκίνησε να λειτουργεί το 1994.

Τα εκθέματά του καλύπτουν μια περίοδο που χρονολογικά εκτείνεται από το 1870 έως το 1955 και ουσιαστικά παντρεύουν στοιχεία της αγροτικής και αστικής λαογραφίας

Με δεδομένο ότι στο Καρλόβασι ήδη στις αρχές του 20ου αιώνα υπήρξε μια ακμάζουσα και πρωτοπόρα αστική τάξη που ξεπήδησε μέσα από την ανάπτυξη των ντόπιων βυρσοδευείων και των εργοστασίων καπνού, ενώ ταυτόχρονα τα στοιχεία της αγροτικής κουλτούρας παρέμεναν ζωντανά και λειτουργικά, ο επισκέπτης μπορεί να δει δίπλα στον αργαλειό τα υφαντά, το σοφρά, τη σκάφη για το ζύμωμα, τα αγροτικά εργαλεία και πορσελάνινα αντικείμενα μεγάλης αξίας, σκαλιστούς καθρέφτες και καναπέδες και εντυπωσιακά ενδύματα των πλουσίων κυριών της πόλης.

2.3.8. Λαογραφικό μουσείο Ιδρύματος Δημητρίου



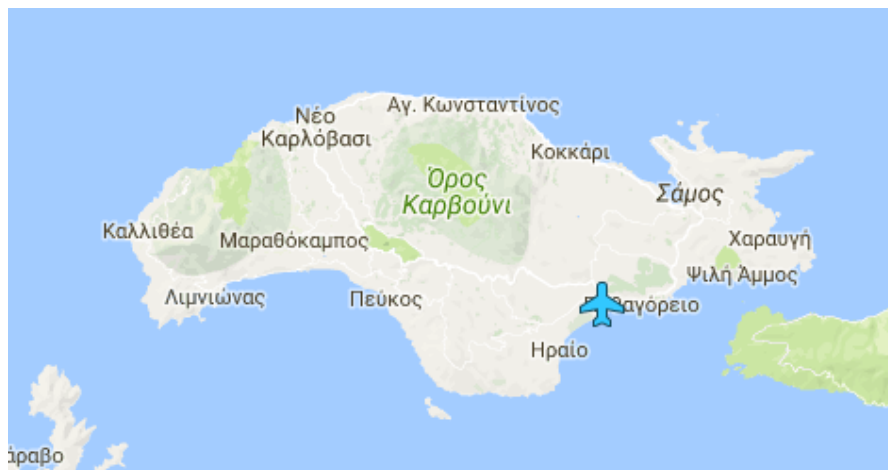
Το Λαογραφικό Μουσείο του Πνευματικού Ιδρύματος Νικολάου Δημητρίου, αναπαριστά τον καθημερινό τρόπο ζωής των κατοίκων της Σάμου πριν τον 2ο Παγκόσμιο Πόλεμο. Το μουσείο είναι χωρισμένο σε θεματικές ενότητες παρουσιάζοντας τα επαγγέλματα εκείνης της εποχής, όπως τον τσοπάνη, τον ψαρά, τον τσαγκάρη, με σημαντικότερο από όλα τον γεωργό και την γεωργική εργασία. Παράλληλα ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να γνωρίσει το Μονοκάμαρο σπίτι και το κατώι, δηλαδή την κατοικία των ανθρώπων της εποχής καθώς και την χρησιμότητα τους για την εξυπηρέτηση των καθημερινών τους αναγκών. Ποικιλία από υφαντά, ο αργαλειός, κομμάτια από τα ονομαστά ασπροκεντήματα της Σάμου, τμήματα αστικού σπιτιού, παραδοσιακές φορεσιές αντρικές και γυναικίες, η κούνια και τα μωρουδιακά είναι ακόμη κάποια από τα εκθέματα που συναντά κανείς επισκεπτόμενος το Λαογραφικό Μουσείο.

Κύριος στόχος του Λαογραφικού Μουσείου, είναι να δυνάμωσει τη μνήμη και να ξαναζωντανέψει τα συναισθημάτα των επισκεπτών για το χθες καθώς επίσης να διδάξει τους νέους τον Σαμιακό παραδοσιακό πολιτισμό. Η διατήρηση του παραδοσιακού πολιτισμού θα επιτευχθεί μέσω της διάσωσης και της προβολής των Σαμιακών παραδοσιακών αντικειμένων. Αυτοί που μόχθησαν να το στήσουν, επιδιώκουν να γίνει το Λαογραφικό Μουσείο Σάμου ένας ζωντανός παιδευτικός θεσμός για το νησί. Έτσι κατά το παρελθόν έγιναν κάποιες εκδηλώσεις αναβίωσης παραδοσιακών εθίμων της Σάμου και για το μέλλον σχεδιάζουν την πραγματοποίηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων για την Πρωτοβάθμια Εκπαίδευση, με θέμα "Τον Αγγειοπλάστη" και "Το Μονοκάμαρο". Στόχος αυτών των προγραμμάτων θα είναι να διδάξει τα παιδιά τον παραδοσιακό τρόπο ζωής των παππούδων και των γιαγιάδων τους, καθώς επίσης και τις συνήθειες τους.

2.4. Ιστορία της Σάμου

Η ιστορία του νησιού χρονολογείται από το 3.000 π.χ. Σε όλη του την ιστορία το νησί προβάδιζε στις τέχνες, στις επιστήμες, στην αρχιτεκτονική και στην μηχανολογία. Πολλοί από τους πιο σημαντικούς συγγραφείς, ποιητές, φιλόσοφους, αστρονόμους, καλλιτέχνες και ναυτίλους ήταν παιδιά της Σάμου. Μερικοί από αυτούς ήταν ο Πυθαγόρας, ο μέγας μαθηματικός και φιλόσοφος πατέρας του Πυθαγόρειου Θεωρήματος και ιδρυτής πολλαπλών σχολών, ο Αρίσταρχος μέγας αστρονόμος που πρώτος κατάλαβε ότι η γη κινείται γύρω από τον άξονα της και γύρω από τον ήλιο, ο Καλλίστρατος του οποίου το όνομα συνδέεται με την εισαγωγή των 24 γραμμάτων του ελληνικού αλφάβητου, ο Ροίκος αρχιτέκτονας και αρχηγός τεχνικής σχολής της Σάμου, που θεμελίωσε το ναό της Αρτέμιδας στην Έφεσο και οικοδόμησε τον ναό της Ήρας στη Σάμο. Τέλος ο Ευπαλίνος, μηχανικός κατασκεύασε το Ευπαλίνειο αμφίστομο όρυγμα, ένα από τα μεγάλα έργα της αρχαιότητας, με μήκος 1.350 μ. που χρησίμευε ως υδαταγωγός για την ύδρευση της πόλης.

2.5. Οικονομία της Σάμου



Η ανάπτυξη του τουρισμού άρχισε τη δεκαετία του 1960 κυρίως στις περιοχές Πυθαγορείου, Κοκκαρίου και Αγίου Κωνσταντίνου και συνέχισε να εξαπλώνεται σε όλο το νησί προς τα τέλη της δεκαετίας του 1980 με έμφαση στις παραθαλάσσιες περιοχές. Σήμερα, υπάρχουν αρκετά αξιόλογα καταλύματα και οι υπηρεσίες που παρέχονται αναβαθμίζονται συνεχώς ποιοτικά ακολουθώντας τις τάσεις και τα πρότυπα της εποχής.

Υπάρχουν μεγάλες δυνατότητες ως προς την τουριστική ανάπτυξη και σχέδια νέων επενδύσεων με σκοπό την προσέλκυση επισκεπτών δίνοντας προσοχή στον ορεινό τουρισμό, τον πολιτισμικό, τον γαστρονομικό αλλά και τον οικοτουρισμό. Συνεχίζει να αναπτύσσεται ο

τουρισμός κρουαζιέρας, ανοίγονται νέες αγορές και διασυνδέσεις με τα Μικρασιατικά παράλια με τον πρόσφατο ερχομό τούρκων επισκεπτών στο νησί.

Ο διεθνής αερολιμένας Σάμου αλλιώς και «Αρίσταρχος ο Σάμιος» βρίσκεται 5 χιλιόμετρα έξω από το πυθαγόρειο και εξυπηρετεί εγχώριες και διεθνείς πτήσεις.

Στο Πυθαγόρειο λειτουργεί μαρίνα χωρητικότητας 235 σκαφών με σύγχρονες υποδομές και υπηρεσίες ενώ τα δύο βασικά λιμάνια του νησιού, ένα στη Σάμο (Βαθύ) και ένα στο Καρλόβασι συνδέονται με την κεντρική και βόρεια Ελλάδα αλλά και τη Τουρκία. Το λιμάνι Πυθαγορείου συνδέεται με Δωδεκάνησα και Τουρκία και άλλα πιο μικρά λιμάνια μπορούν να βρεθούν στο Κοκκάρι, τον Άγιο Κωνσταντίνο και τον Όρμο Μαραθοκάμπου.

Για την εσωτερική μετακίνηση τα περισσότερα μέρη είναι συνδεδεμένα με λεωφορεία (ΚΤΕΛ) τα οποία εξυπηρετούν με βάση το εκάστοτε δρομολόγιο (χειμερινό, καλοκαιρινό) και υπηρεσία ραδιοταξί. Ακόμα, οι τουρίστες έχουν την δυνατότητα ενοικίασης οχήματος εκ των προτέρων ή σκάφους.

2.6. Σάμος και τουρισμός

Η Σάμος, νησί του Κεντρικού Αιγαίου βρίσκεται βόρεια του Αρχιπελάγους της Δωδεκανήσου κοντά στις ακτές της Μικράς Ασίας.

Η Σάμος έχει έκταση 475 τετρ. χιλιόμετρα και πληθυσμό 40.000 κατοίκους. Η φύση του νησιού είναι καταπράσινη, μια και το σύνολο του είναι γεμάτο πεύκα, έλατα, λεύκες, καστανιές, φτέρες, θάμνους και αρωματικά φυτά, ενώ στην παράκτια ζώνη σχηματίζονται κόλποι με αμμουδερές παραλίες δίπλα στο δάσος.

Η Σάμος είναι ένα από τα πιο πράσινα νησιά της Ελλάδας το μοναδικό περιβάλλον της είναι το κύριο τουριστικό της θέλγητρο. Ο επισκέπτης στη Σάμο θα δει πλούσιο περιβάλλον, όπως το μικρό και το μεγάλο Σεϊτάνι, πιο συγκεκριμένα βιοτόπους, σπηλιές, και ορύγματα όπως το Επαλίνειο υδραγωγείο. Αξιολογότερο είναι και το Αρχαίο Ηραιο.

Δυο αρχαιολογικά μουσεία υπάρχουν στη Σάμο, το ένα στο Βαθύ και ένα στο Πυθαγόρειο (παραδόθηκε το 2010- το πιο νέο στη χώρα), και τα δύο έχουν πολύ αξιόλογα εκθέματα.

Το νησί διαθέτει, ωραιότατες παραλίες. Τα ψηλά βουνά αποτελούν μοναδική αφορμή για ορειβασία και περπάτημα. Η ψηλότερη κορυφή του Κέρκη είναι 1.434 μέτρα ενώ της Άμπελου ή Καρβούνη είναι 1.150 μέτρα.

Ο αρχιτεκτονικός χαρακτήρας του νησιού διατηρείται σε ικανοποιητικό βαθμό σε χωριά αλλά και στο Πυθαγόρειο και στο Κοκκάρι που προστατεύονται αρχιτεκτονικά η αρχιτεκτονική παράδοση διατηρείται στο έπακρο.

Η πρωτεύουσα του νησιού το Βαθύ είναι μια σύγχρονη πόλη που διαθέτει όμως κάποια ενδιαφέροντα κτίρια, για την ιστορία όσο και την αρχιτεκτονική τους όπως το κτίριο της Βουλής Των Σαμίων. Χαρακτηριστικό μνημείο στην παραλία του Βαθέος το μαρμάρινο «Λιοντάρι» μεγέθους τουλάχιστον 2 μέτρων (χωρίς τη βάση) ακριβές αντίγραφο του λέοντα της Αμφίπολης και των άλλων λεόντων που κατασκεύασε ο Φίλιππος Β΄ ο Μακεδών.

Η παράδοση του νησιού είναι σημαντική, η μουσική του συνδυάζει νησιωτικά άλλα και ακούσματα της ηπειρωτικής χώρας. Βασικό προϊόν του νησιού το σαμιώτικο κρασί που εξάγεται μεγάλο μέρος του στο εξωτερικό.

Στο νησί λειτουργούσε τοπικός οργανισμός Διαχείρισης Τουριστικού Προορισμού με προσωπικό ειδικούς επιστήμονες προερχομένους από τη Δωδεκάνησο (Μ.Τοανόγλου- Δ. Προκοπίου). Ο οργανισμός αυτός καταργήθηκε παρά το ότι αποτελούσε πρότυπο οργανισμού διαχείρισης προορισμού.

Η τουριστική ανάπτυξη στο νησί εντάθηκε από τη δεκαετία του 80. Τα καταλύματα έχουν 14599 κλίνες, οι οποίες είναι μειωμένες κατά 14% σε σχέση με το 2002. Το ποσοστό μείωσης μεγάλο. Σχετικά με τη μείωση αυτή, τα αίτια της έγκεινται στην έντονη αστικοποίηση της πρωτεύουσας του νησιού και της μεταβολής της παραλιακής ζώνης σε συνδυασμό με την αργού ρυθμού τουριστική ανάπτυξη.

Να σημειωθεί ότι παλαιότερα η Σάμος θεωρήθηκε τουριστικά κορεσμένη (Sic) σύμφωνα με τουριστικούς παράγοντες του τόπου(τοπικές ενώσεις καταλυμάτων) και παράκτιες ζώνες χαρακτηρίστηκαν αγροτικές. Για το παραπάνω συμπέρασμα κορεσμού δεν προηγήθηκε μελέτη φέρουσας ικανότητας.

Λόγω όμως της μοναδικότητας του τόπου, νέες επενδύσεις έρχονται στο νησί μετατρέποντας το σε ιδανικό τόπο διακοπών και για τουρίστες υψηλών εισοδημάτων που επιδιώκουν διαμονή σε πεντάστερα ξενοδοχεία βρισκόμενοι σε ένα νησί που το περιβάλλον του είναι μοναδικό στη Μεσόγειο.

Σχετικά με την ποιότητα των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών υπάρχουν δυο πεντάστερα ξενοδοχεία. Τα υπόλοιπα εντάσσονται σε χαμηλότερες κατηγορίες. Υπάρχουν και κάποια πολύ αξιόλογα τετράστερα και τρίστερα. Πρέπει να σημειωθεί ότι στη Σάμο

λειτουργούν μόνο δυο ξενοδοχεία «club» που φιλοξενούν τουρίστες από μία μόνο συγκεκριμένη αγορά.

Σημαντικότερη είναι η ανάπτυξη του καταδυτικού τουρισμού και του περιπατητικού τουρισμού. Να σημειωθεί ότι οι περιπατητές έρχονται πρώτοι στη Σάμο στις αρχές Απριλίου και τα group τους φεύγουν τελευταία στα τέλη Οκτωβρίου. Ο μέσος όρος διαμονής είναι πάνω από 7 μέρες.

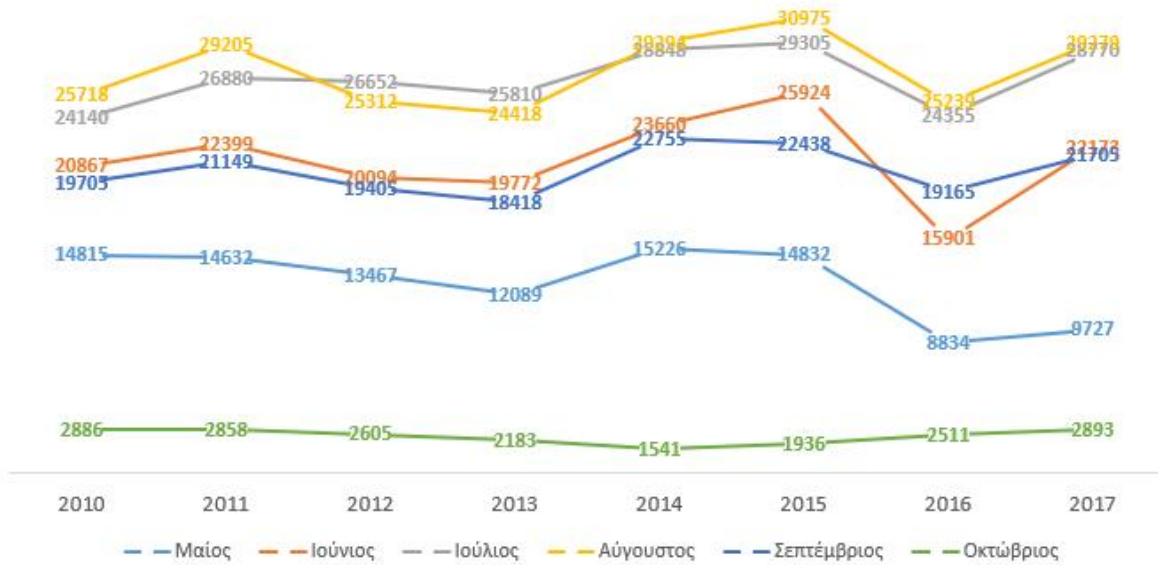
Η ποιότητα των καταλυμάτων είναι υψηλή μια και τα περισσότερα κατασκευάστηκαν μετά το 1990. Σε πολλά καταλύματα του νησιού η φιλοξενία είναι «οικογενειακή» μοναδικό πλεονέκτημα του νησιού. Πιο συγκεκριμένα η Σάμος έχει αριθμητικά τα ίδια ξενοδοχεία με την Κω (περίπου 250) με το ένα πέμπτο των κλινών. Η κύρια τουριστική περίοδος κυμαίνεται από το Μάιο ως το Σεπτέμβριο.

Οι αφίξεις τουριστών από το εξωτερικό κυμαίνεται μεταξύ 115 και 130 χιλιάδων. Πριν όμως το 2002 που και οι κλίνες ήταν περισσότερες, οι αφίξεις ήταν πάνω από 144 χιλιάδες.

Τα Διεθνή Αεροδρόμια Σάμου δέχεται πτήσεις από τα μεγαλύτερα αεροδρόμια της Δυτικής Ευρώπης (Γερμανία, Δανία, Σουηδία, Φινλανδία, Ιταλία, Νορβηγία, Ολλανδία και Βέλγιο όπως και επίσης από την Τσεχία και ενίοτε από την Κύπρο και το Ισραήλ), Γύρω στους 2000-2500 τούρκους υπηκόους επισκέπτονται το νησί ετησίως. Μαζί με πάνω από 10.000 επισκέπτες προερχόμενους από την Τουρκία ευρωπαίους.

Νησιά σαν τη Σάμο που διαθέτουν τρία αστικά κέντρα και τρεις τουριστικές ζώνες είναι μοναδικά στη χώρα αν σκεφτούμε ότι η έκταση της που είναι μόνο 475 τ.χλμ. Για αυτό έχουν και επαναλαμβανόμενους τουρίστες (ποσοστό 60%) που εκτιμούν το φυσικό και το ανθρώπινο περιβάλλον της.

ΑΦΙΞΕΙΣ ΕΠΙΒΑΤΩΝ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ (ΜΑΪΟΣ-ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2010-2017)



Γράφημα Γ. Αφίξεις εξωτερικού ανά μήνα (2010-2017) (Πηγή: Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας)

Όπως φαίνεται και στο γράφημα με τα στατιστικά στοιχεία από την ιστοσελίδα της υπηρεσίας πολιτικής αεροπορίας, παρατηρείται μία μικρή αλλά σταδιακά ανοδική πορεία στις αφίξεις από το εξωτερικό τα τελευταία χρόνια παρά τις κάποιες διακυμάνσεις που εμφανίζονται κατά διαστήματα. Ιδιαίτερα αισθητή γίνεται η μείωση στις αφίξεις την τουριστική περίοδο του 2016 σε σύγκριση με τις άλλες χρονιές, όπου σαφώς επηρεάστηκαν από τις μεταναστευτικές ροές που κατέκλυσαν τα νησιά του ανατολικού αιγαίου τη χρονιά εκείνη.

Κεφάλαιο 3. Ερευνητικό κομμάτι

Στην ενότητα αυτή γίνεται η εκτίμηση της ικανοποίησης των τουριστών της Σάμου κατά την καλοκαιρινή περίοδο του Ιουλίου του 2016 και 2017 (23/07-31/07/16), η σύγκριση των αποτελεσμάτων και εξαγωγή σημαντικών συμπερασμάτων με βάση τα στοιχεία που συλλέχτηκαν. Το ερωτηματολόγιο περιείχε πληροφορίες σε σχέση με τα προσωπικά στοιχεία του ερωτηθέντα, διάφορα στοιχεία για τα ταξίδια, την διαμονή, την ικανοποίηση σε σχέση με συγκεκριμένα κριτήρια, καθώς και άλλα στοιχεία.

3.1. Ερευνητική Μέθοδος

Η έρευνα αυτή αποσκοπεί στη καταγραφή του ποσοστού ικανοποίησης των τουριστών ως προς τα διάφορα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος.

Η έρευνα έγινε στην αίθουσα αναχωρήσεων του κρατικού Αερολιμένα Σάμου «Αρίσταρχος ο Σάμιος», όνομα το οποίο πήρε από τον Αρίσταρχο τον Σάμιο, έναν αρχαίο Έλληνα αστρονόμο και μαθηματικό. Βρίσκεται 5 χιλιόμετρα από την πόλη του Πυθαγορείου και στο αεροδρόμιο υπάρχει ένας μόνο μικρός διάδρομος από τον οποίο εξυπηρετούνται και οι αναχωρήσεις και οι αφίξεις.

3.2. Δείγμα

Το μέγεθος του δείγματος ήταν 294 ερωτηματολόγια το καλοκαίρι του 2016 και 340 αντίστοιχα το καλοκαίρι του 2017 τα οποία συμπληρώθηκαν σχεδόν αποκλειστικά από αλλοδαπούς τουρίστες.

3.3. Ερευνητικό Υλικό-Εργαλεία

Για την σύνταξη του τελικού ερωτηματολογίου αφαιρέθηκαν από το αρχικό ερωτηματολόγιο τυχόν λάθη και περιττές ερωτήσεις και μετά χωρίστηκε στις παρακάτω ενότητες: δημογραφικά στοιχεία, ταξίδι, διαμονή, ικανοποίηση (με κλίμακα Likert) και άλλες πληροφορίες. Οι έρευνες διήρκεσαν από μία εβδομάδα συνολικά (23-07 έως 29-07 για το καλοκαίρι του 2016 και από 25-07 με 31-07 για το καλοκαίρι του 2017).

Χρειάστηκαν δύο ερευνητές και το συνολικό κόστος της έρευνας κυμάνθηκε στα 465 ευρώ, ποσό στο οποίο αντιστοιχούν οι εργατοώρες που χρειάστηκαν για να ολοκληρωθεί η έρευνα (215), το κόστος μετακίνησης (150) και η γραφική ύλη (100) που χρησιμοποιήθηκε για τη δημιουργία και διανομή των ερωτηματολογίων. Μετά την συλλογή των ερωτηματολογίων αφαιρέθηκαν τα ελλιπή λόγω έλλειψης χρόνου (πρόωρης αναχώρησης) από το σύνολο.

Τα στοιχεία που συλλέχθηκαν ήταν ένας συνδυασμός ποσοτικών και ποιοτικών στοιχείων. Στην συνέχεια έγινε η συγκέντρωση, ταξινόμηση και ανάλυση των στοιχείων αυτών στον υπολογιστή μέσω του Google docs και του προγράμματος excel έτσι ώστε να γίνει η απαραίτητη μελέτη ώστε να διεξαχθούν τα κατάλληλα συμπεράσματα.

3.4. Ερευνητική Διαδικασία

Πρόκειται για μία περιγραφική και ποσοτική έρευνα ενώ η συλλογή των πρωτογενών στοιχείων έγινε με προσωπική επαφή, μέσω ερωτηματολογίων τα οποία μοιράστηκαν μαζικά μέσω απλής τυχαίας δειγματοληψίας και συμπληρώθηκαν από τους ίδιους τους ερωτώμενους κατά την διάρκεια αναμονής για την αναχώρησή τους από το νησί.

Οι περιορισμοί της έρευνας ήταν:

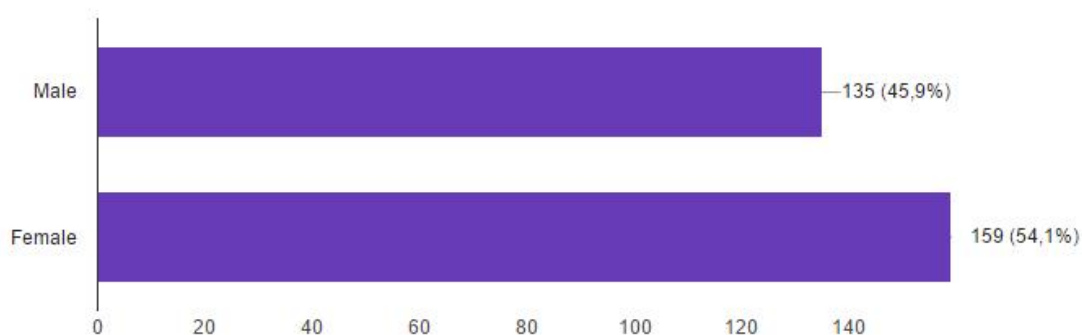
- Η αδυναμία συλλογής ερωτηματολογίων από όλες τις διαφορετικές πτήσεις εξωτερικού,
- η αλλαγές του προγράμματος,
- η πρόωρη αναχώρηση των πτήσεων γεγονός το οποίο οδήγησε σε ελλιπή συμπλήρωση κάποιων ερωτηματολογίων,
- η ιδιαίτερη δυσκολία στην επιλογή αντιπροσωπευτικού δείγματος ανά τελικό προορισμό λόγω επικαλυπτόμενων πτήσεων,
- η ανάγκη καλής γνώσης αγγλικών από τους ερωτώμενους όπου ανέτρεψε κάποιους από το να μπορέσουν να το κατανοήσουν και άρα να το συμπληρώσουν,
- η καθυστέρηση της ειδικής άδειας από το αεροδρόμιο,
- ο περιορισμός που τέθηκε ως προς μία επίσκεψη ανά ημέρα κατά την διάρκεια της διεξαγωγής της δεύτερης έρευνας το καλοκαίρι του 2017 όπου εμπόδισε την συλλογή στοιχείων από διάφορες πτήσεις κατά την διάρκεια της ημέρας.

3.5. Αποτελέσματα



Το τελικό δείγμα, μετά τον έλεγχο εγκυρότητας των ερωτηματολογίων, αποτελείται από 294 το καλοκαίρι του 2016 και 340 ερωτηματολόγια το καλοκαίρι του 2017 αντίστοιχα και είναι σχεδόν ισοκατανεμημένο στα 2 φύλα (54,1% και 59,4% γυναίκες, 45,9% και 40,6% άνδρες)

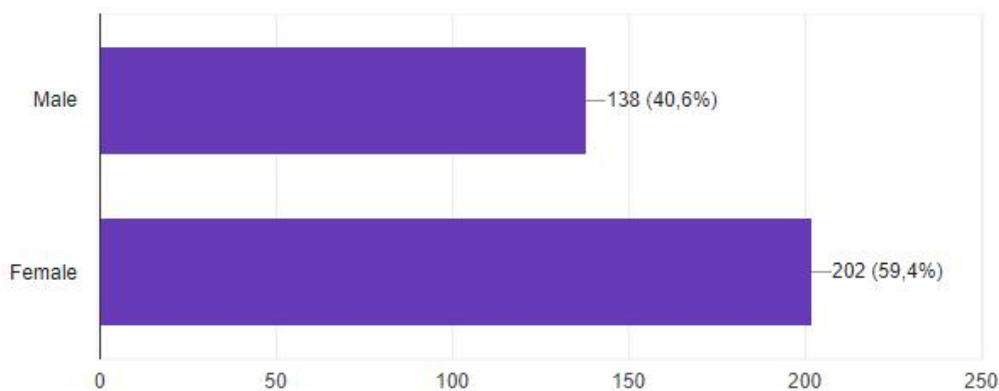
Gender (294 απαντήσεις)



Γράφημα 1. Φύλλο (2016)

Gender

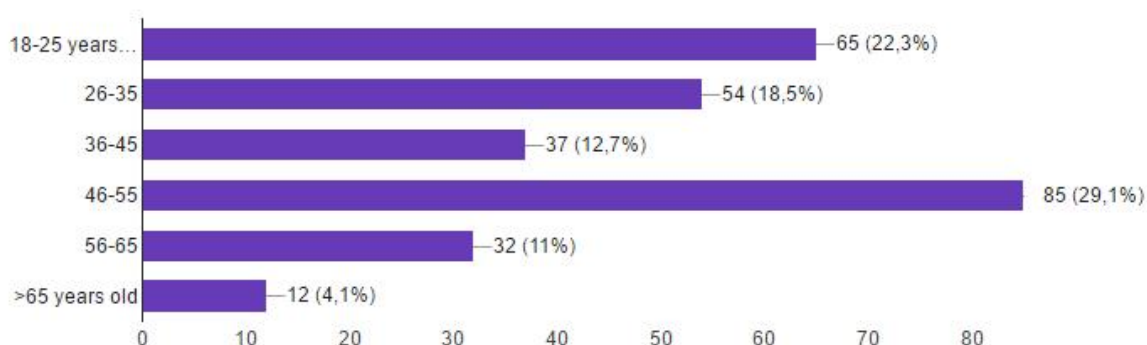
340 απαντήσεις



Γράφημα 2. Φύλλο (2017)

Η πλειοψηφία του δείγματος περιλαμβάνει τουρίστες ηλικίας 46-55 ετών (σχεδόν 30% του δείγματος), ενώ σημαντική είναι και η παρουσίαση τόσο μικρότερων ηλικιών (το 22,3% και 20,1% του δείγματος αφορά τουρίστες ως 25 ετών ενώ το 18,5% και 14,8% και το 12,7% και 19,8% αφορά τουρίστες ηλικίας από 26 έως 45 ετών), όσο και μεγαλύτερων ηλικιών (το 11% και 12,4% του δείγματος αφορά τουρίστες 56-65 ετών). Θα πρέπει να σημειωθεί ότι οι μεγαλύτερες ηλικίες (πάνω από 60 ετών) είναι ένα μικρό μόνο μέρος του δείγματος και στις δύο περιπτώσεις (λίγο περισσότερο από 3,5%)

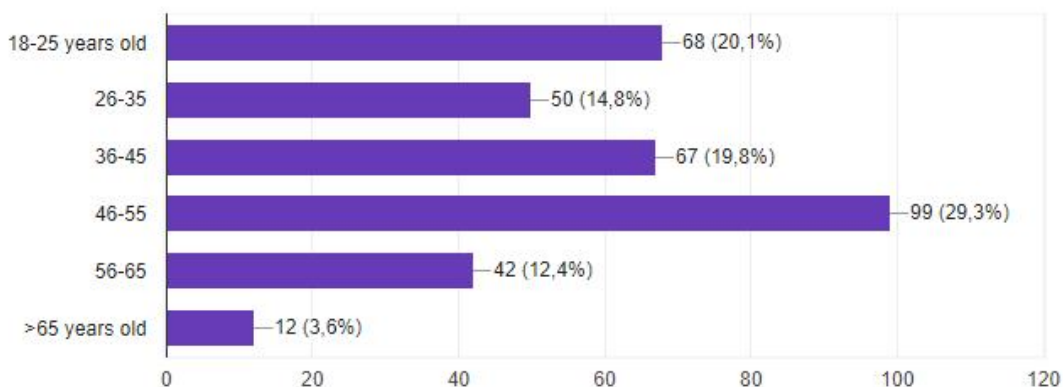
Age (292 απαντήσεις)



Γράφημα 3. Ηλικία (2016)

Age

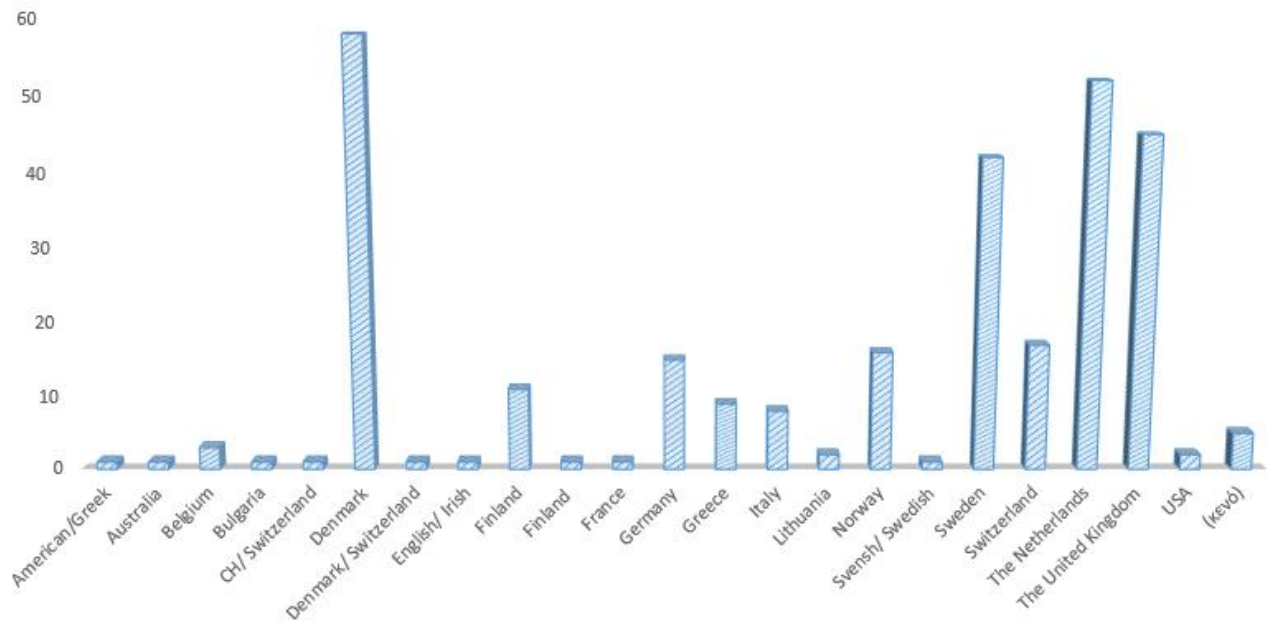
338 απαντήσεις



Γράφημα 4. Ηλικία (2017)

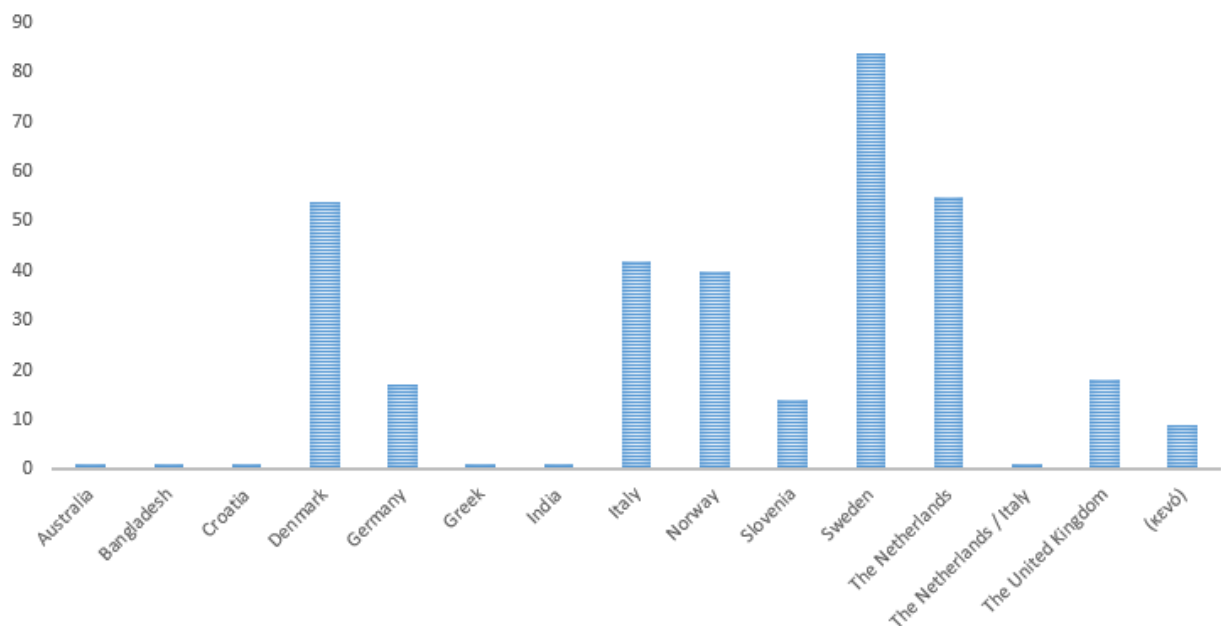
Σχετικά με την εθνικότητα, φαίνεται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος (60% περίπου) αφορά τους Δανούς, Ολλανδούς και Σουηδούς ενώ το υπόλοιπο άλλες εθνικότητες (Γράφημα 5 και 6). Θα πρέπει να τονισθεί ιδιαίτερα η μεγάλη διασπορά του δείγματος στις διαφορετικές εθνικότητες, οι πιο σημαντικές από τις οποίες αφορούν τουρίστες από Ηνωμένο Βασίλειο, Νορβηγία, Ελβετία, Ιταλία, κ.τ.λ.

ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ (2016)



Γράφημα 5. Χώρα Προέλευσης (2016)

ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ (2017)

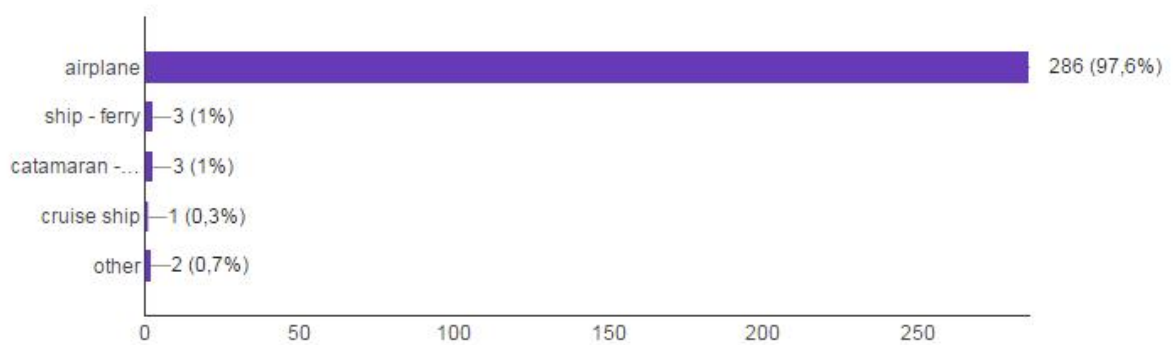


Γράφημα 6. Χώρα Προέλευσης (2017)

Ένα πρόσθετο σημαντικό στοιχείο που μετρήθηκε κατά τη διάρκεια της έρευνας αφορά τον τρόπο άφιξης των τουριστών, όπου φαίνεται ότι η πλειοψηφία έχει φτάσει στο νησί με αεροπλάνο (σε ποσοστό μεγαλύτερο από 97%). Επίσης, στο δείγμα περιλαμβάνονται και

τουρίστες που είτε έχουν χρησιμοποιήσει για την άφιξή τους πλοίο (1% και 0%), catamaran-δελφίνι (1% και 0,6%), κρουαζιερόπλοιο (0,3% και 0%) ή άλλο (0,7% και 0%)

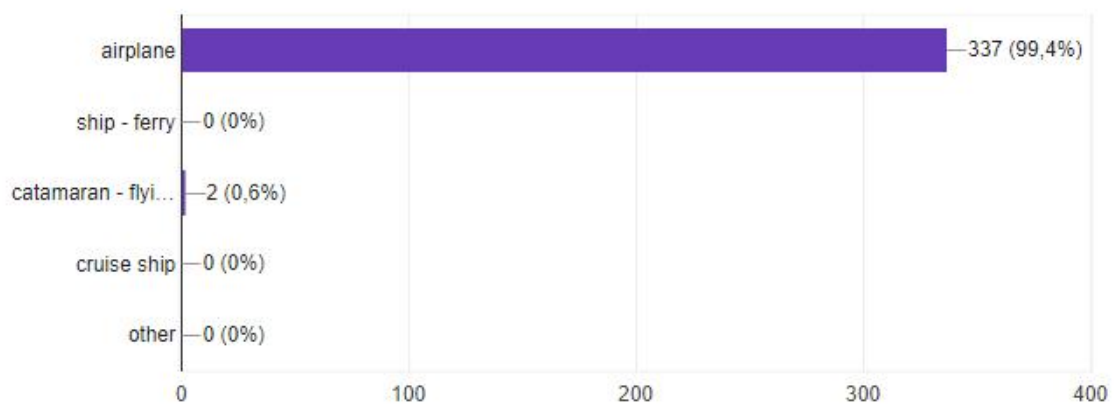
Arrival via: (293 απαντήσεις)



Γράφημα 7. Άφιξη μέσω (2016)

Arrival via:

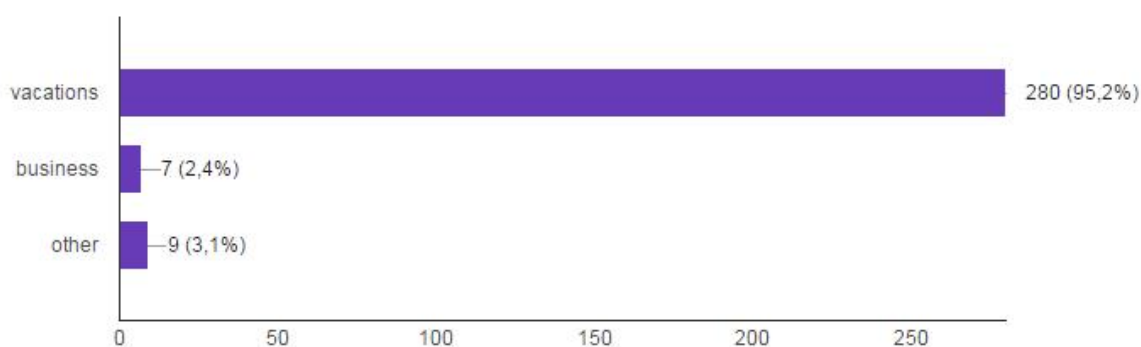
339 απαντήσεις



Γράφημα 8. Άφιξη μέσω (2017)

Τέλος, στο μέρος του ερωτηματολογίου που αφορούσε τα προσωπικά στοιχεία του ερωτώμενου, καταγράφεται ο λόγος ταξιδιού του επισκέπτη, όπου το σύνολο σχεδόν του δείγματος (95,2% και 99,4%) έχει δηλώσει ότι επισκέφτηκε το νησί λόγω διακοπών. Το υπόλοιπο 5,5% και 0,9% αντίστοιχα αφορούσε είτε επαγγελματικούς, είτε άλλους λόγους.

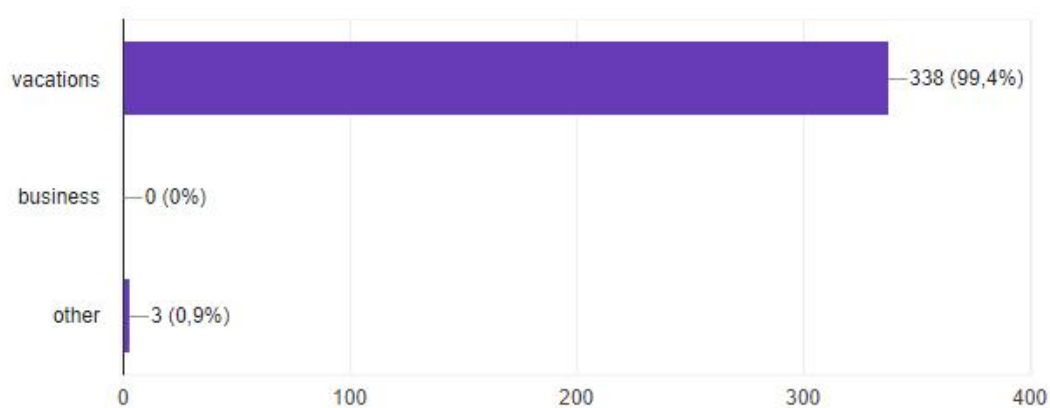
Purpose of the trip (294 απαντήσεις)



Γράφημα 9. Σκοπός ταξιδιού (2016)

Purpose of the trip

340 απαντήσεις

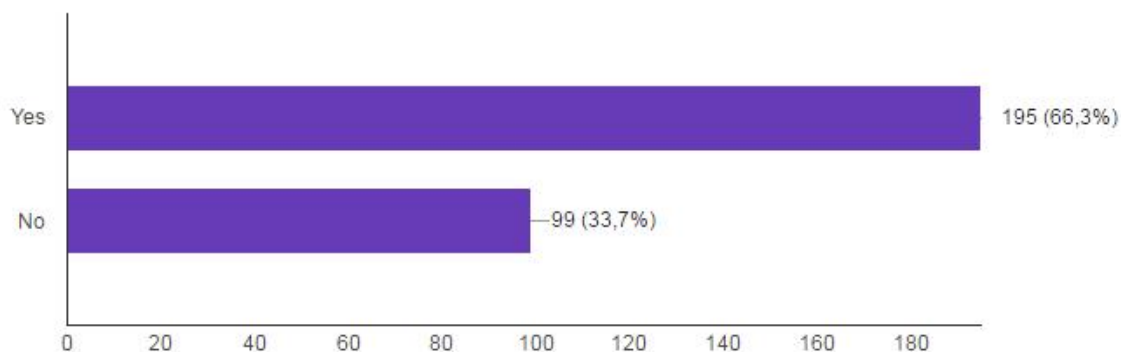


Γράφημα 10. Σκοπός ταξιδιού (2017)

Όσον αφορά την αφοσίωση των τουριστών, τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν ότι το 34% και 32% περίπου του δείγματος έχει επισκεφτεί ξανά τη Σάμο με το μεγαλύτερο

ποσοστό να επισκέπτεται για πρώτη φορά το νησί (66,3% και 68,8%).

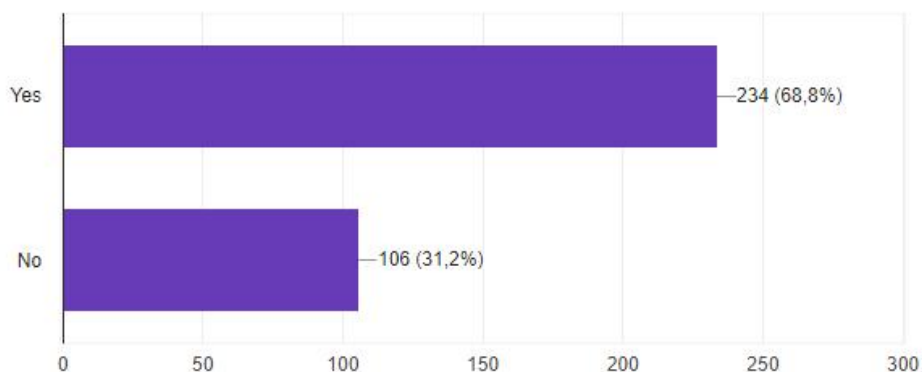
Are you visiting Samos for the first time? (294 απαντήσεις)



Γράφημα 11. Πρώτη φορά επίσκεψη (2016)

Are you visiting Samos for the first time?

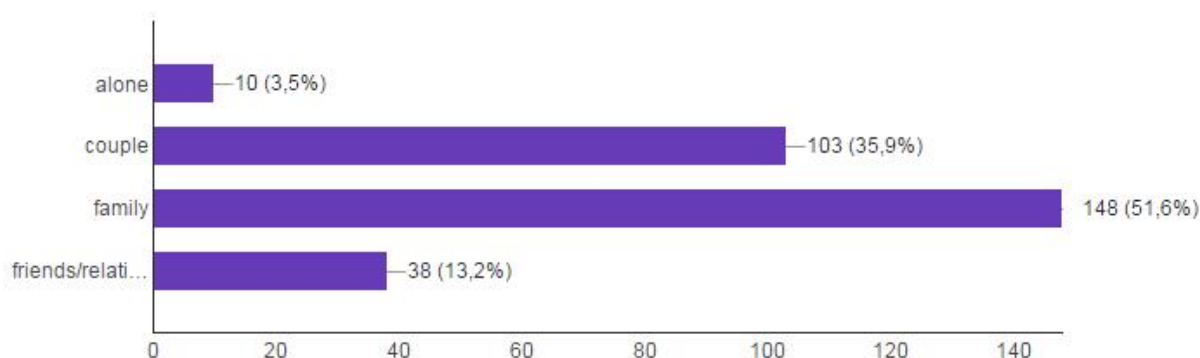
340 απαντήσεις



Γράφημα 12. Πρώτη φορά επίσκεψη (2017)

Όσον αφορά τη σύνθεση και το μέγεθος της ομάδας των τουριστών, η πλειοψηφία του δείγματος πραγματοποιεί διακοπές με την οικογένεια (51,6% και 50,3%) ή ως ζευγάρι (35,9% και 39,4%), ένα ποσοστό 14% και 14,7% κάνει τις διακοπές του με φίλους/συγγενείς με την επιλογή μόνος να διεκδικεί το μικρότερο ποσοστό (3,5% και 1,8%).

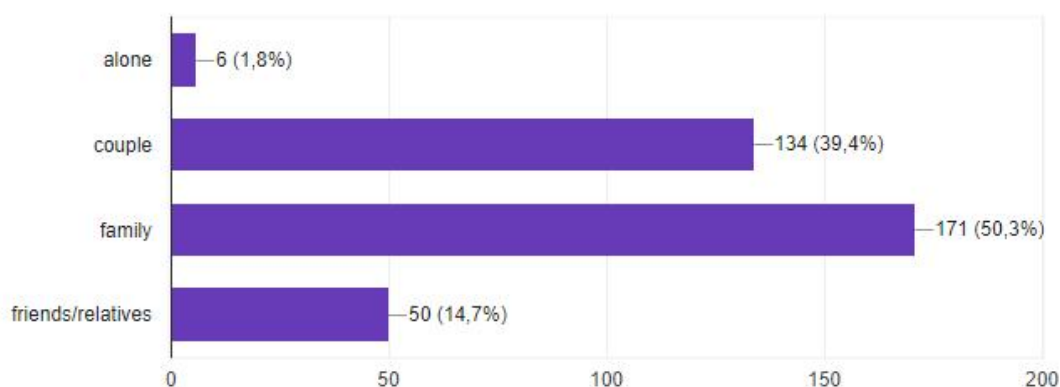
You spent your vacations with: (287 απαντήσεις)



Γράφημα 13. Διακοπές με (2016)

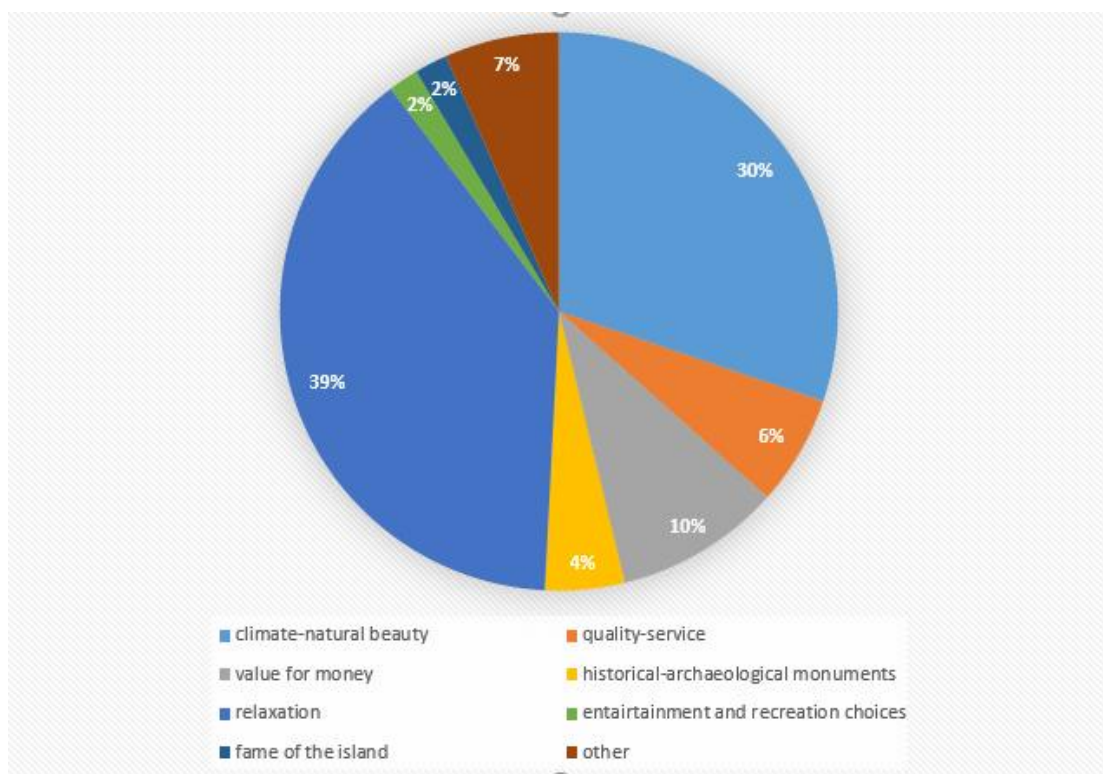
You spent your vacations with:

340 απαντήσεις

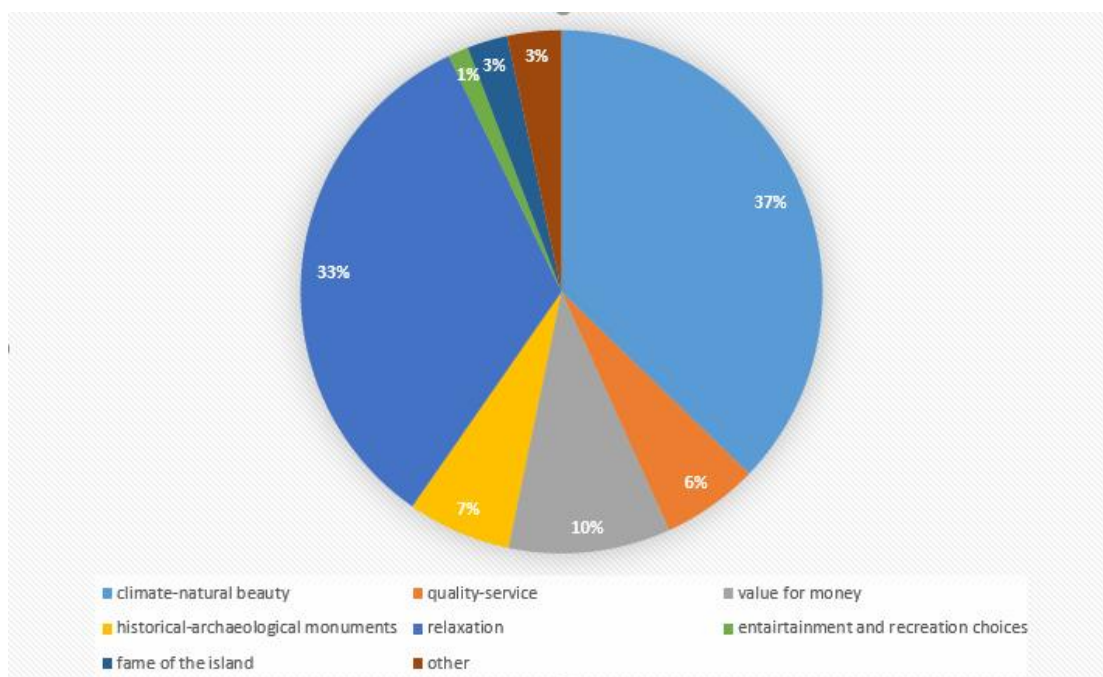


Γράφημα 14. Διακοπές με (2017)

Με βάση τα αποτελέσματα φαίνεται ότι το κλίμα-φυσικές ομορφιές του νησιού και η ξεκούραση αποτελούν τους δυο σημαντικότερους λόγους επιλογής της Σάμου (σε ποσοστά 39% και 33% και 30% και 37% αντίστοιχα). Αρκετά σημαντικοί φαίνεται να είναι και οι λόγοι επιλογής που σχετίζονται με τη σχέση τιμής-αξίας (24,7% και 10%), την παρεχόμενη ποιότητα-εξυπηρέτηση (36% και 6%), τα ιστορικά αρχαιολογικά μνημεία (4% και 7%), άλλους λόγους μεταξύ των οποίων φιλικότητα κατοίκων, καλό φαγητό και άλλα (7% και 3%) ενώ αντίθετα οι τουρίστες δεν φαίνεται να επιλέγουν σε μεγάλο βαθμό το νησί για τη διασκέδαση-ψυχαγωγία, ή τη φήμη του νησιού.



Γράφημα 15. Λόγος επίσκεψης (2016)



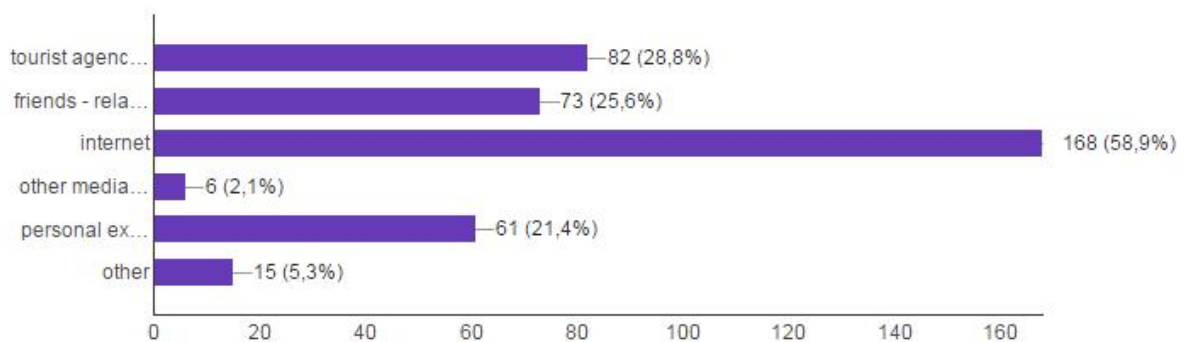
Γράφημα 16. Λόγος επίσκεψης (2017)

Όσον αφορά τον τρόπο ενημέρωσης, φαίνεται ότι η πλειοψηφία των τουριστών έχει χρησιμοποιήσει ως βασική πηγή πληροφόρησης το Internet (60% περίπου) ενώ σε ποσοστά

ακολουθούν η ενημέρωση από τα τουριστικά πρακτορεία (28,8% και 44,6%), από τους φίλους/συγγενείς τους (25,6% και 19,9%) και από προσωπική εμπειρία (21,4% και 15,4%). Σε μικρότερο βαθμό οι επισκέπτες έχουν αντλήσει πληροφορίες για την επιλογή τους από άλλα μέσα ενημέρωσης (εφημερίδες, περιοδικά, κλπ.) και μέσω άλλης πηγής (5,3% και 3,6%).

In making your choice, from whom did you get your main information from? (multiple choice)

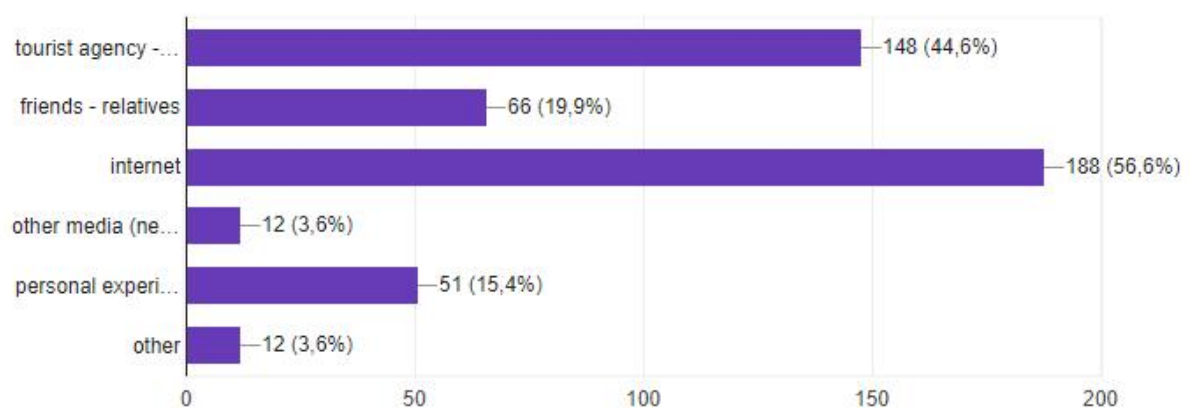
(285 απαντήσεις)



Γράφημα 17. Πηγή πληροφόρησης (2016)

In making your choice, from whom did you get your main information from? (multiple choice)

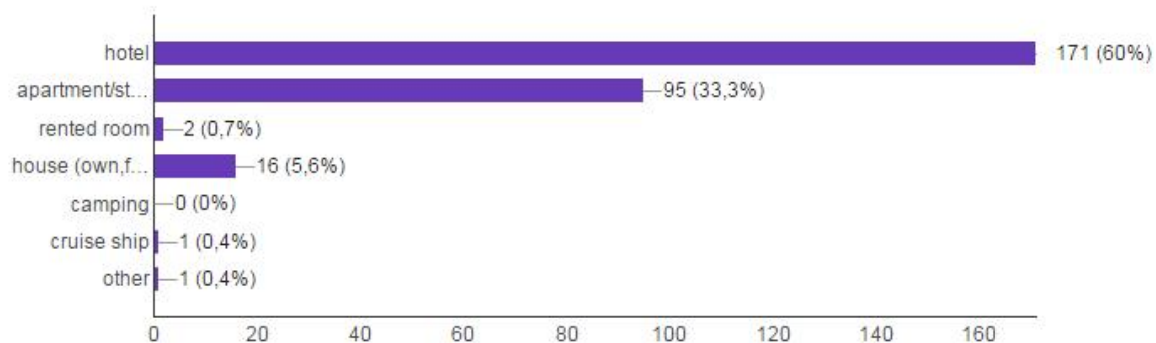
332 απαντήσεις



Γράφημα 18. Πηγή πληροφόρησης (2017)

Όπως φαίνεται παρακάτω το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος φαίνεται να διαμένει σε ξενοδοχείο (60% και 73,5%), ακολουθούμενο από ένα άλλο αρκετά μεγάλο ποσοστό το οποίο διαμένει σε διαμέρισμα/studio (33,3% και 23,5%) ενώ ελάχιστος είναι ο αριθμός των τουριστών που έχουν επιλέξει άλλες εναλλακτικές (ενοικιαζόμενο δωμάτιο, σπίτι συγγενών/φίλων, camping, κλπ.).

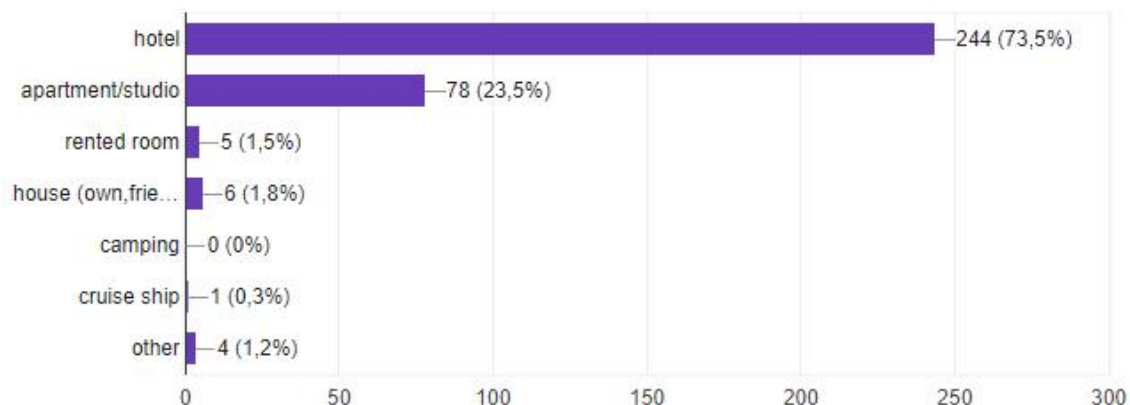
Accommodation in: (285 απαντήσεις)



Γράφημα 19. Διαμονή σε (2016)

Accommodation in:

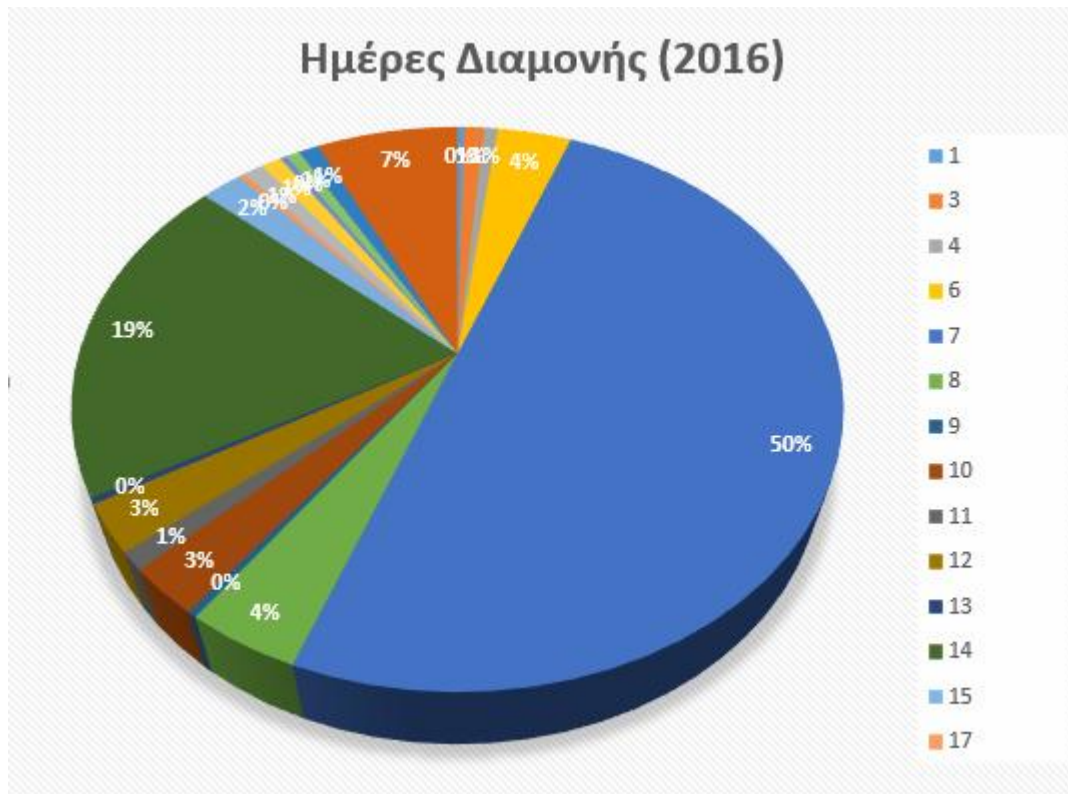
332 απαντήσεις



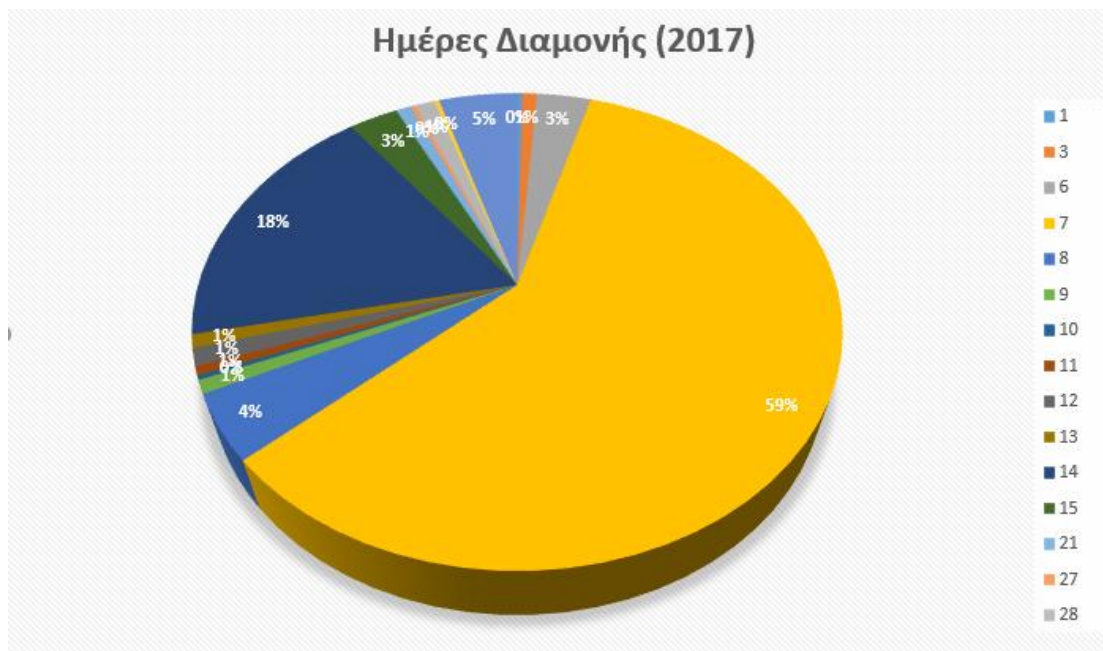
Γράφημα 20. Διαμονή σε (2017)

Όσον αφορά τις ημέρες παραμονής, φαίνεται ότι οι μισοί τουρίστες και παραπάνω από τους μισούς την επόμενη χρονιά επέλεξαν ως χρόνο διαμονής τους στο νησί την μία εβδομάδα

(50% και 59%) ενώ ένα σημαντικό ποσοστό επέλεξε να μείνει για 2 εβδομάδες (20% περίπου).



Γράφημα 21. Ημέρες διαμονής (2016)



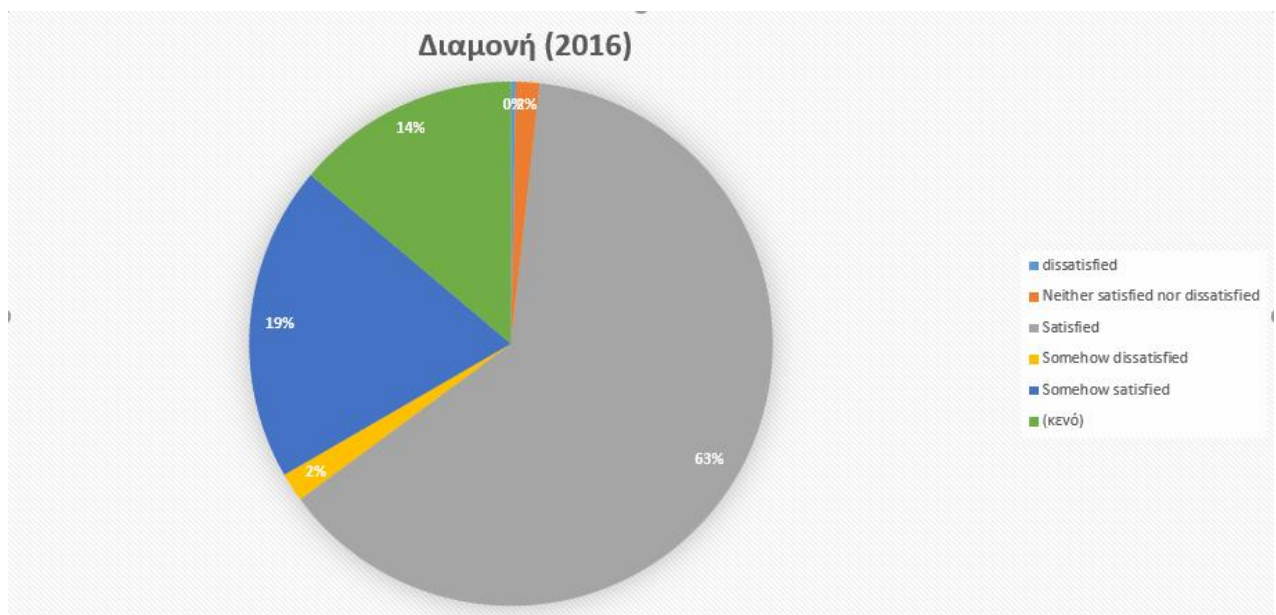
Γράφημα 22. Ημέρες διαμονής (2017)

Οι τουρίστες εμφανίζονται συνολικά αρκετά ικανοποιημένοι από την εμπειρία των διακοπών τους στη Σάμο (με το 82% και 93% να δηλώνει ικανοποιημένος ή κάπως ικανοποιημένος).

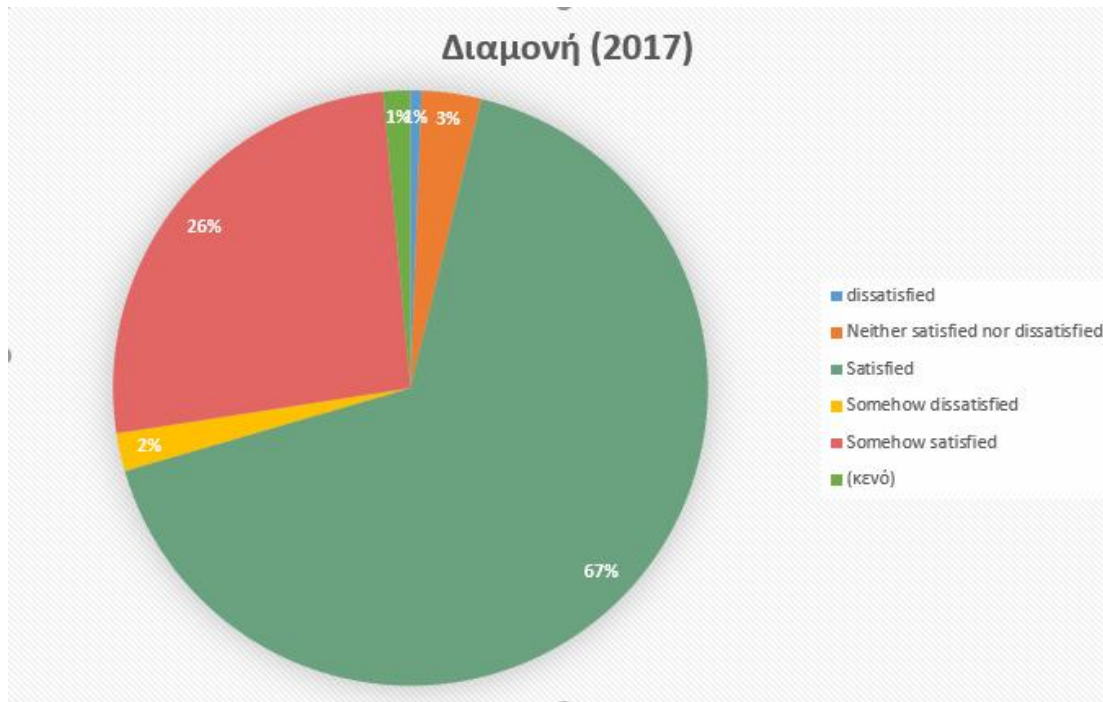
2. Ιδιαίτερα ικανοποιημένοι εμφανίζονται οι τουρίστες από τις φυσικές ομορφιές, το κλίμα και την τοπική αρχιτεκτονική (το 83% το 2016 και 96% το 2017 να δηλώνει ικανοποιημένος ή κάπως ικανοποιημένος), γεγονός που υποδεικνύει το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό ως ένα σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

3. Σχετικά υψηλή ικανοποίηση παρατηρείται και σε άλλα κριτήρια, όπως το κατάλυμα, η φιλοξενία, το φαγητό και η μεταφορά από και προς το νησί (δηλαδή τα λιμάνια και το αεροδρόμιο), όπου περίπου το 74%-93% των τουριστών δηλώνει ικανοποιημένος ή κάπως ικανοποιημένος.

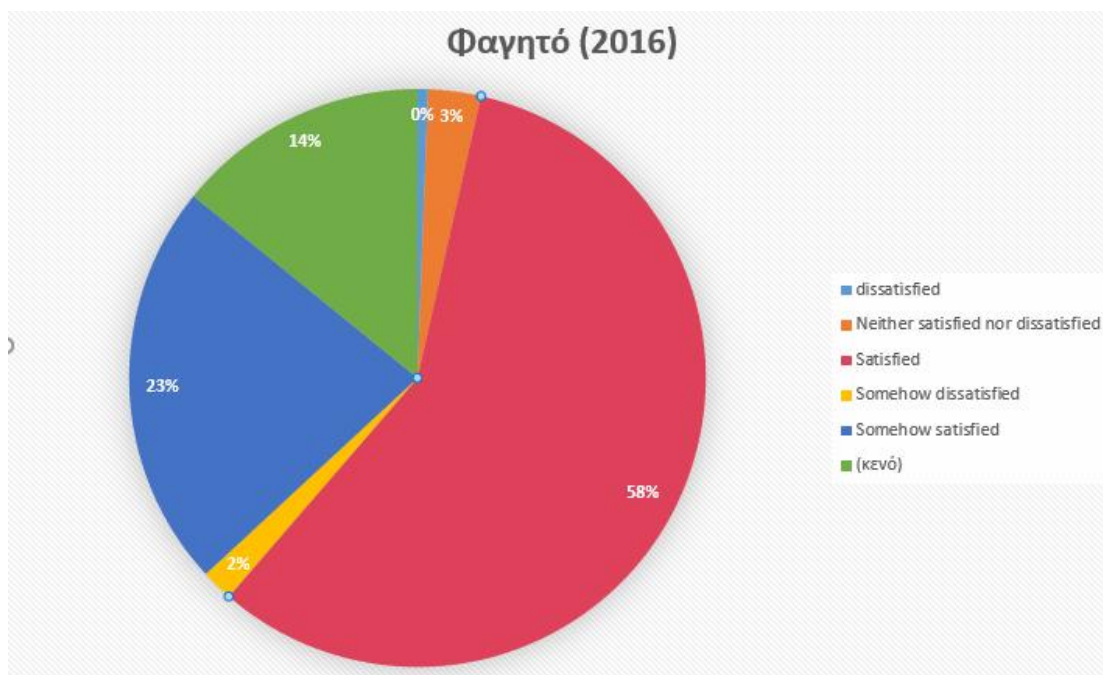
4. Οι τουρίστες φαίνεται να δηλώνουν ένα μικρότερο επίπεδο ικανοποίησης για τα υπόλοιπα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος. Έτσι, μερικοί φαίνονται κάπως δυσαρεστημένοι από το περιβάλλον του νησιού σχετικά με την κατάσταση του περιβάλλοντος και των κοινών χώρων (καθαριότητα των δημόσιων χώρων, την ηχορύπανση, το κυκλοφοριακό, τους χώρους στάθμευσης, κλπ.) (4% το 2016 και 5% το 2017 αντίστοιχα να δηλώνουν δυσαρεστημένος ή κάπως δυσαρεστημένος) τα τοπικά μεταφορικά μέσα (4% και 5%) και σε ένα ελάχιστο βαθμό από όλα τα υπόλοιπα (1%-4% δηλώνουν δυσαρεστημένος ή κάπως δυσαρεστημένος).



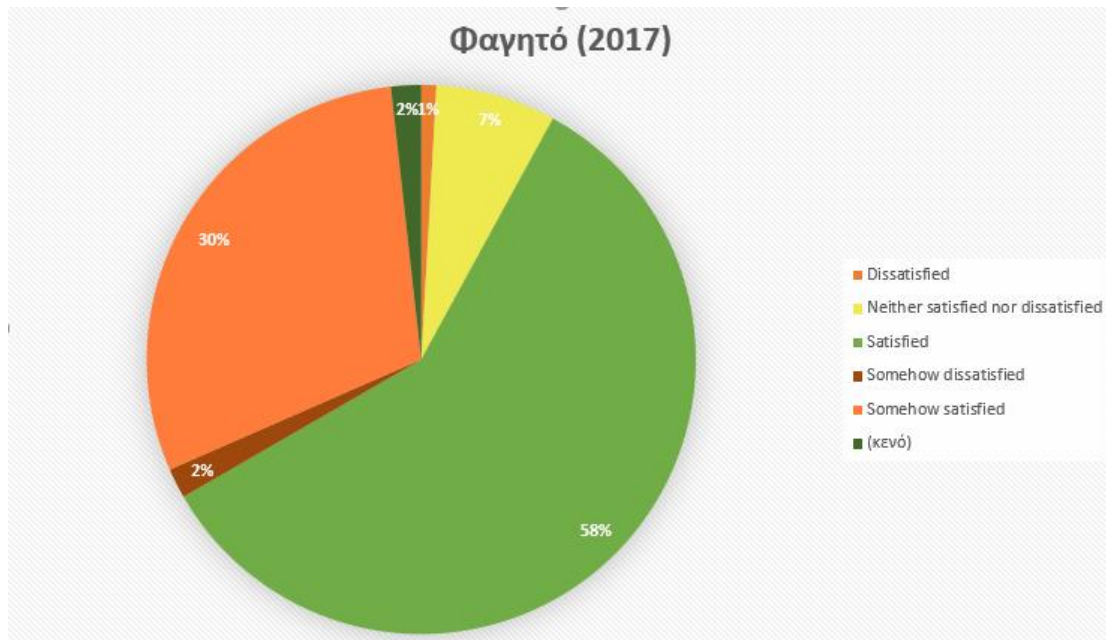
Γράφημα 23. Διαμονή (2016)



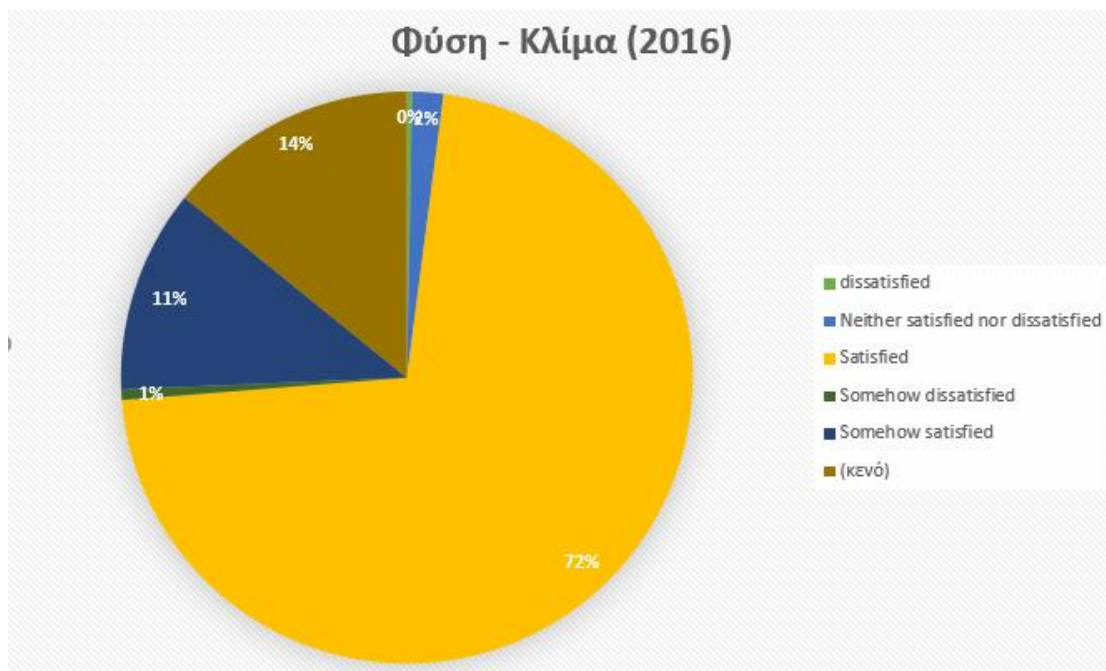
Γράφημα 24. Διαμονή (2017)



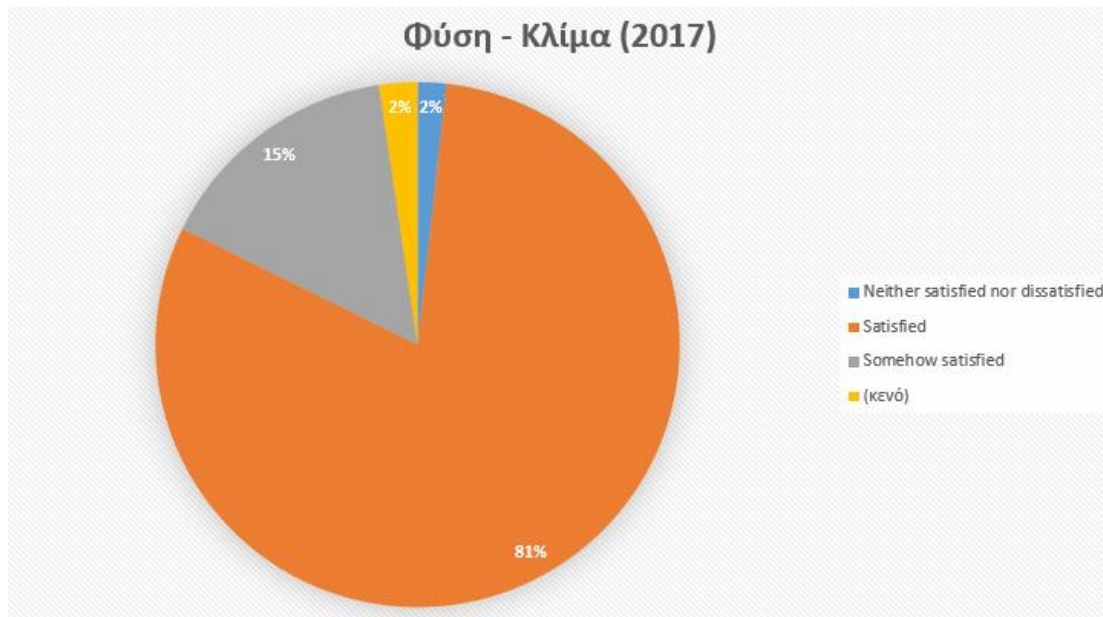
Γράφημα 25. Φαγητό (2016)



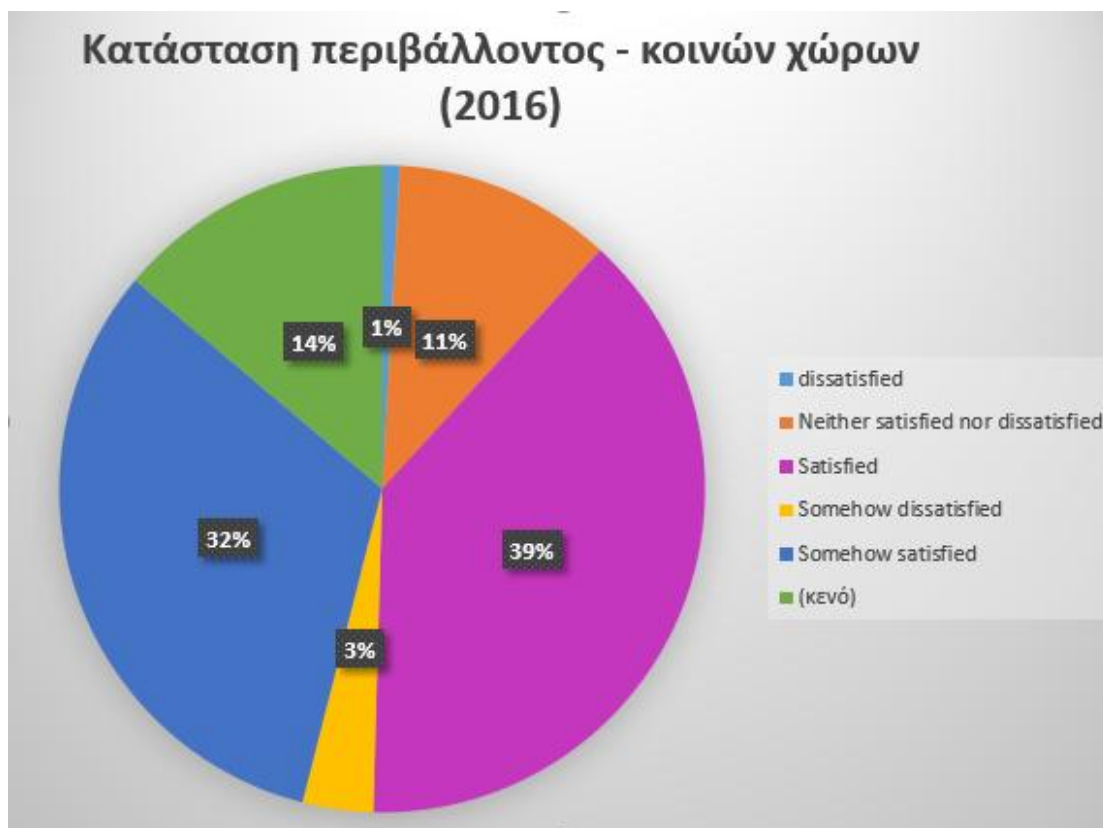
Γράφημα 26. Φαγητό (2017)



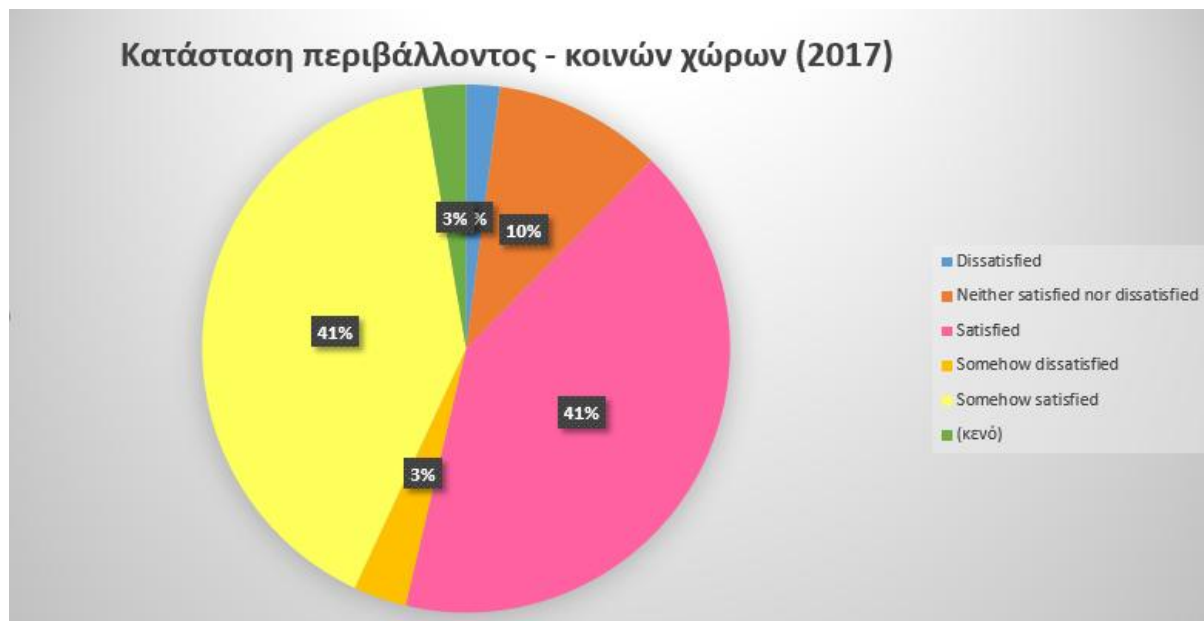
Γράφημα 27. Φύση (2016)



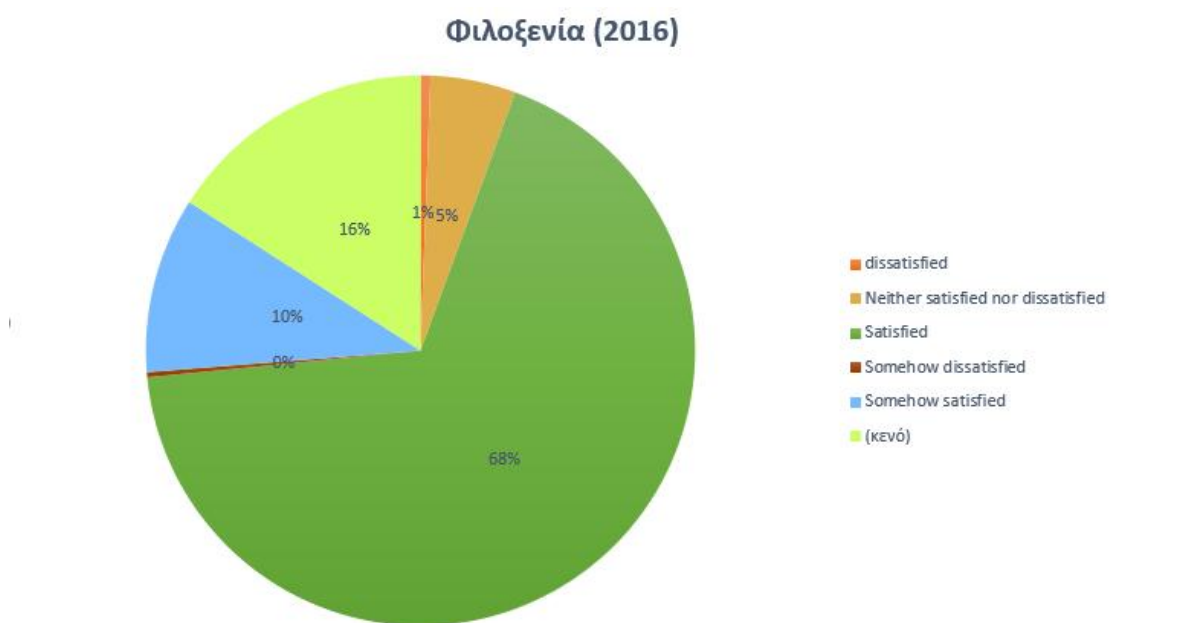
Γράφημα 28. Φύση (2017)



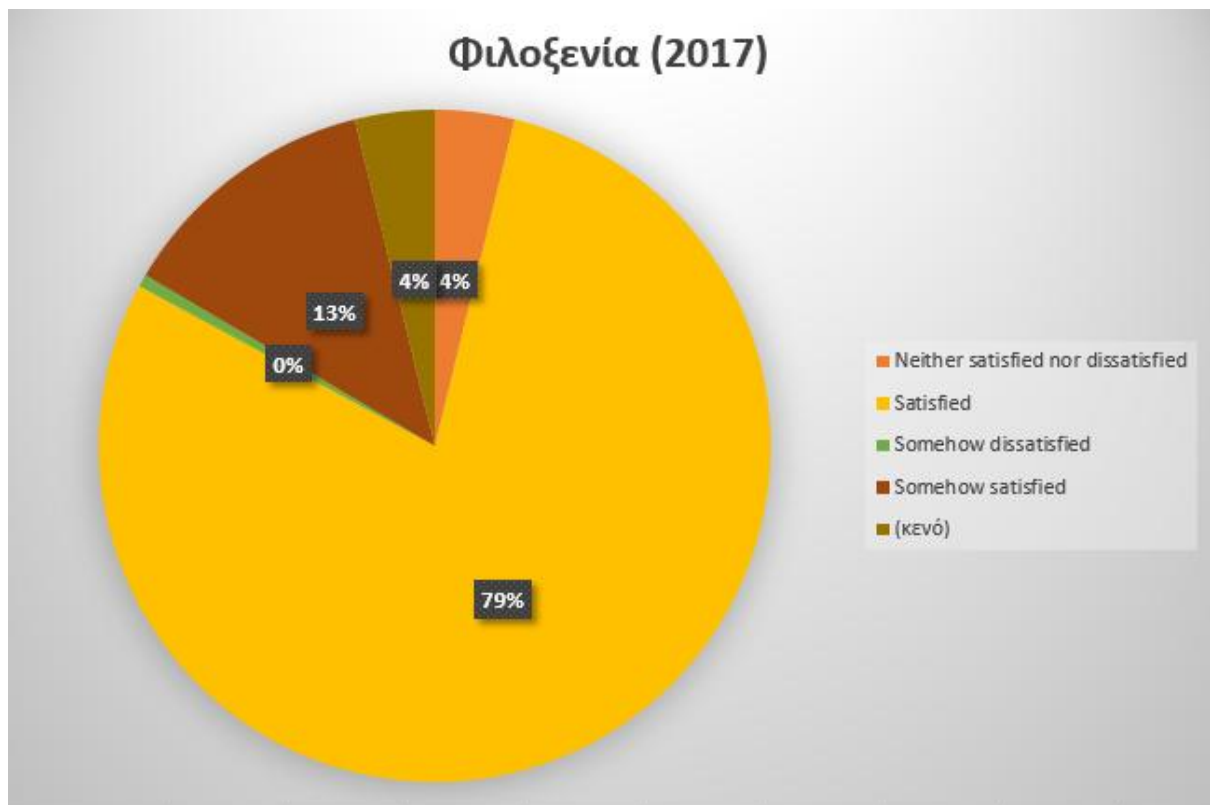
Γράφημα 29. Περιβάλλον (2016)



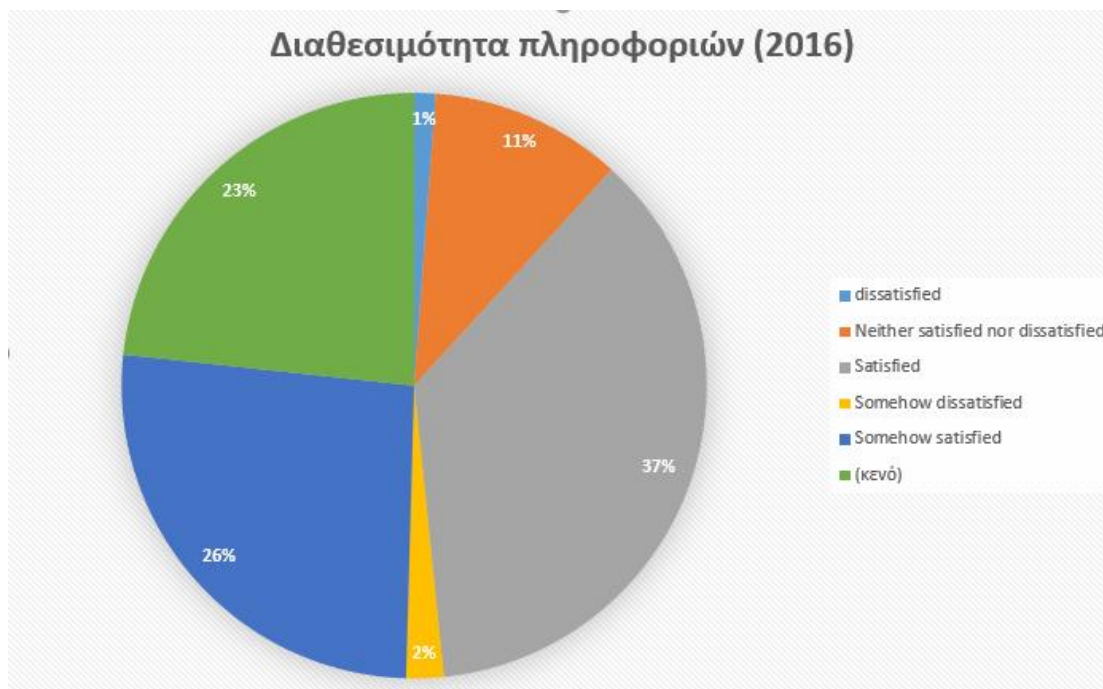
Γράφημα 30. Περιβάλλον (2017)



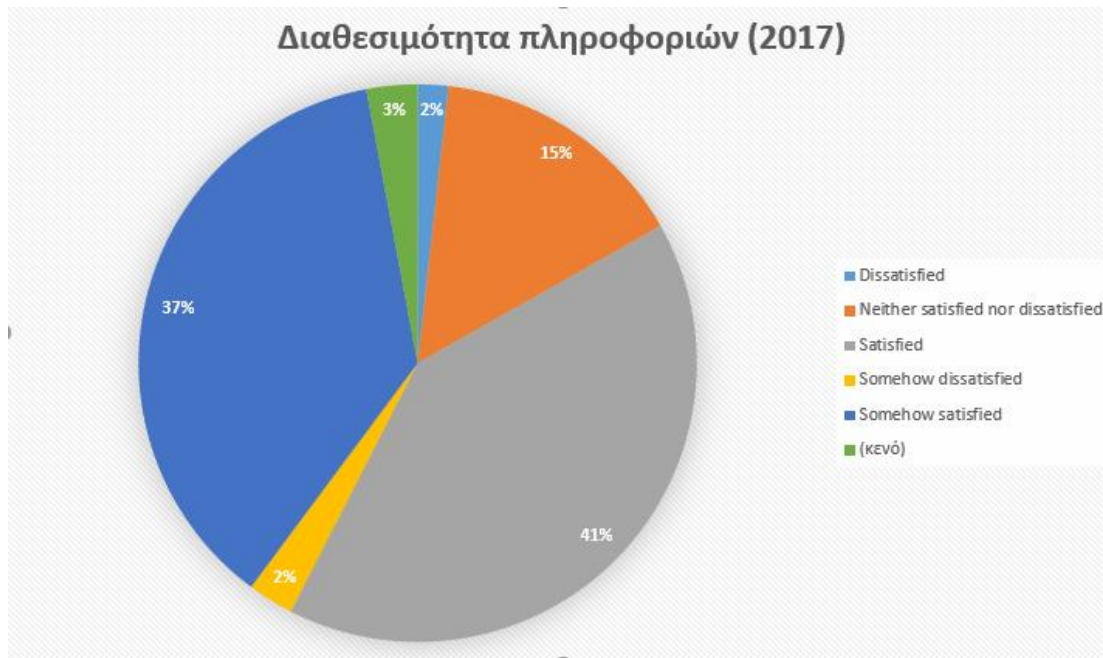
Γράφημα 31. Φιλοξενία (2016)



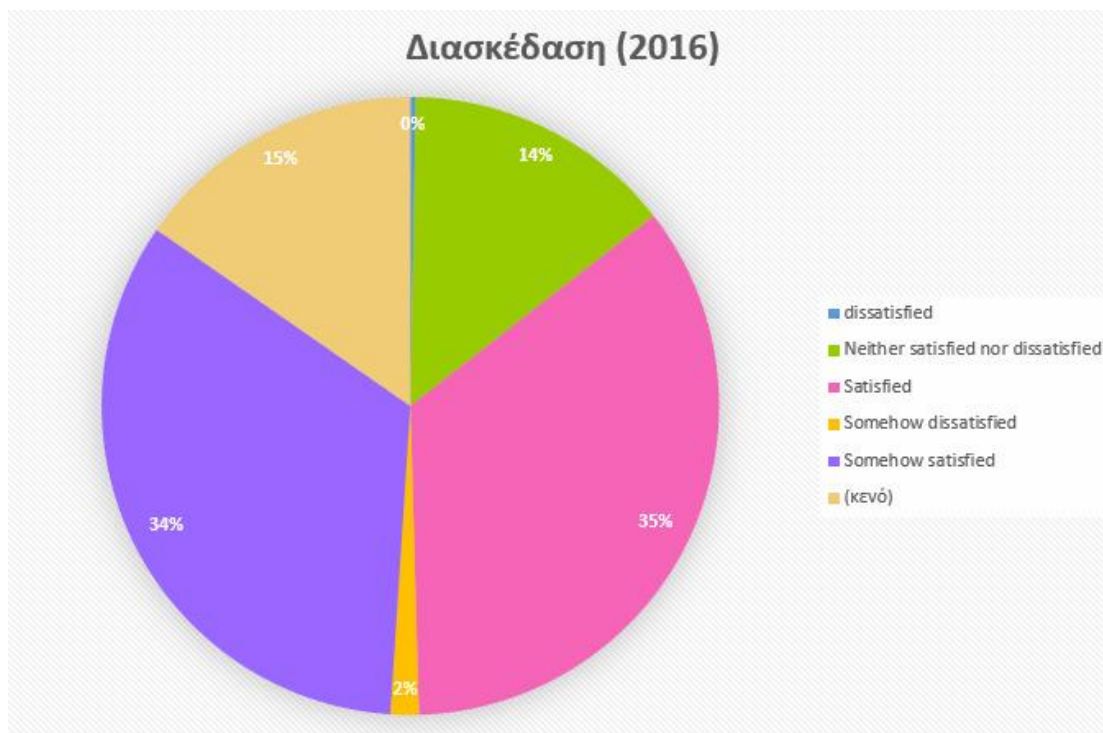
Γράφημα 32. Φιλοξενία (2017)



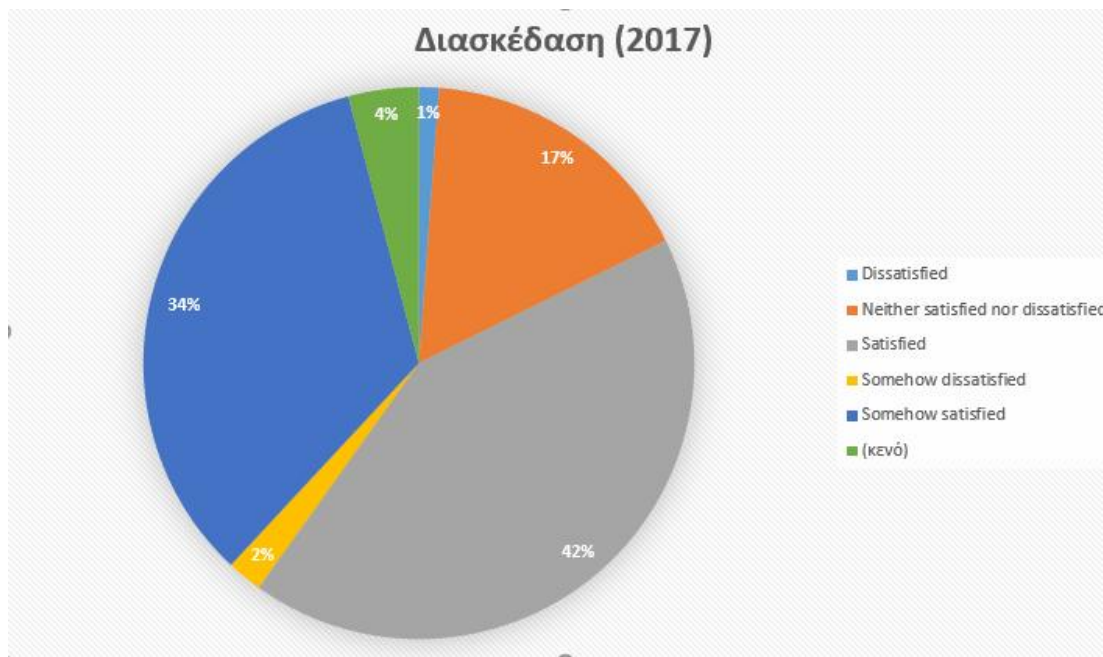
Γράφημα 33. Διαθεσιμότητα πληροφοριών (2016)



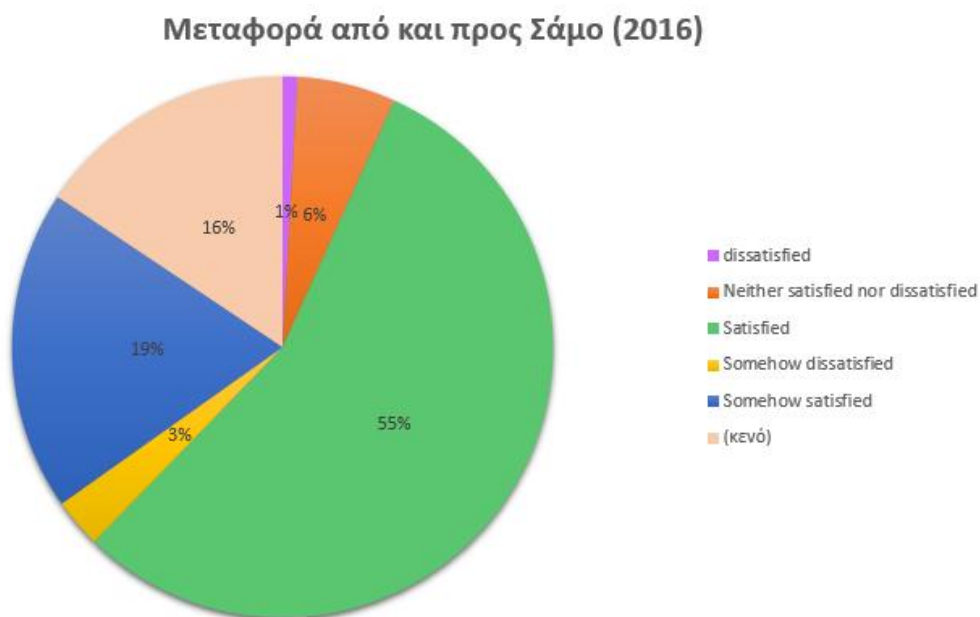
Γράφημα 34. Διαθεσιμότητα πληροφοριών (2017)



Γράφημα 35. Διασκέδαση (2016)

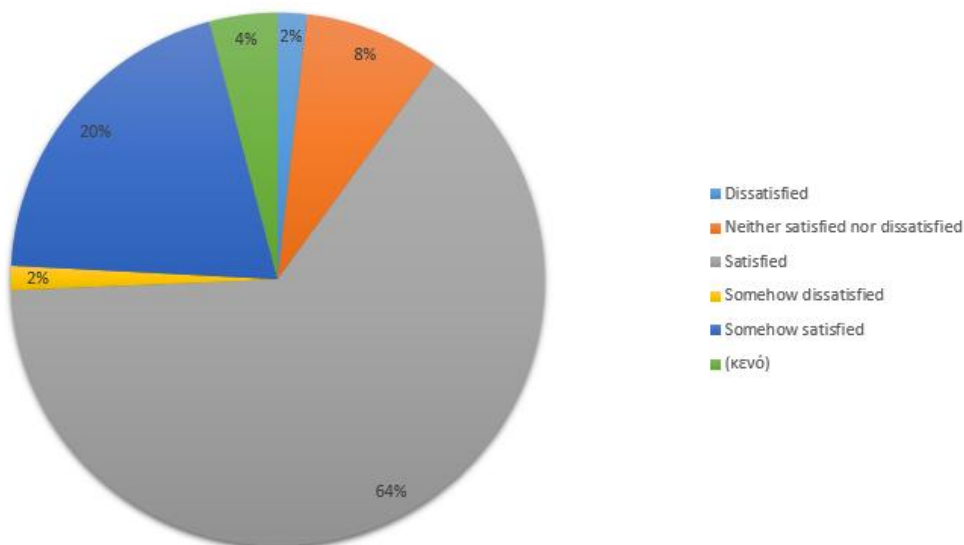


Γράφημα 36. Διασκέδαση (2017)

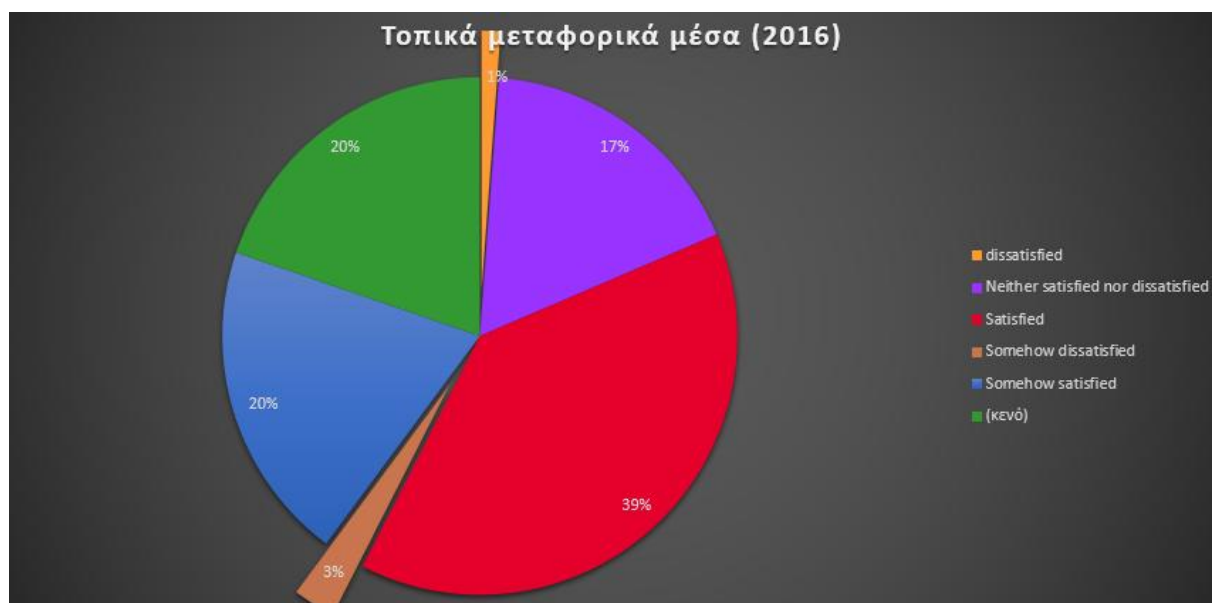


Γράφημα 37. Μεταφορά από και προς Σάμο (2016)

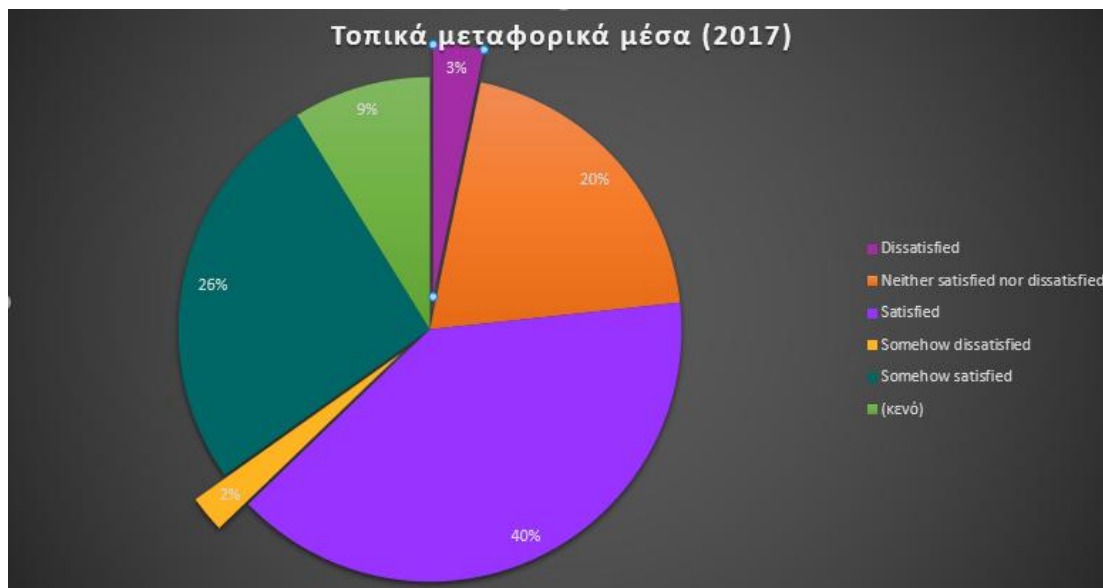
Μεταφορά από και προς Σάμο (2017)



Γράφημα 38. Μεταφορά από προς Σάμο (2017)



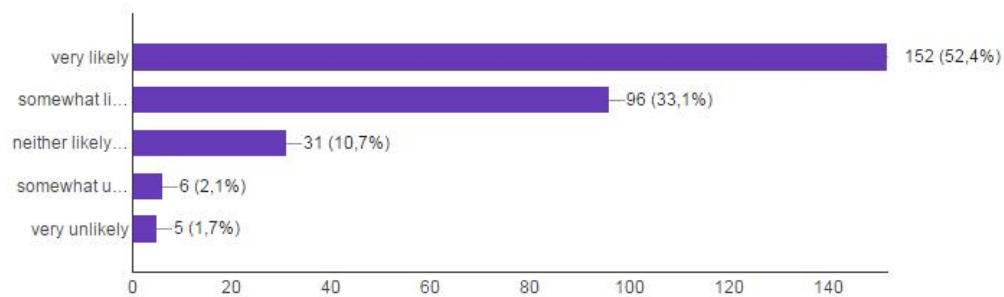
Γράφημα 39. Τοπικά μεταφορικά μέσα (2016)



Γράφημα 40. Τοπικά μεταφορικά μέσα (2017)

Η πρόθεση επανάληψης της επίσκεψης είναι πολύ υψηλή, μιας και το 85,5% το 2016 και 76,3% των τουριστών το 2017 δηλώνουν ότι είναι σίγουρο ή πολύ πιθανό να επισκεφτούν ξανά τη Σάμο, όπως φαίνεται παρακάτω.

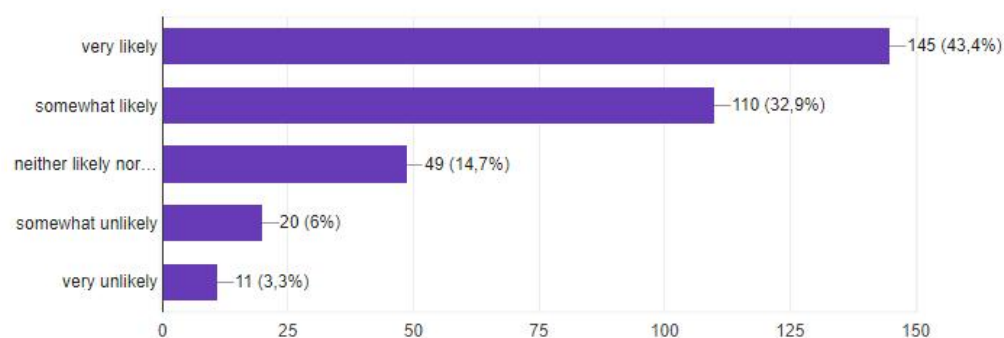
How likely is it that you will visit Samos again in the near future? (290 απαντήσεις)



Γράφημα 41. Επανάληψη επίσκεψης (2016)

How likely is it that you will visit Samos again in the near future?

334 απαντήσεις

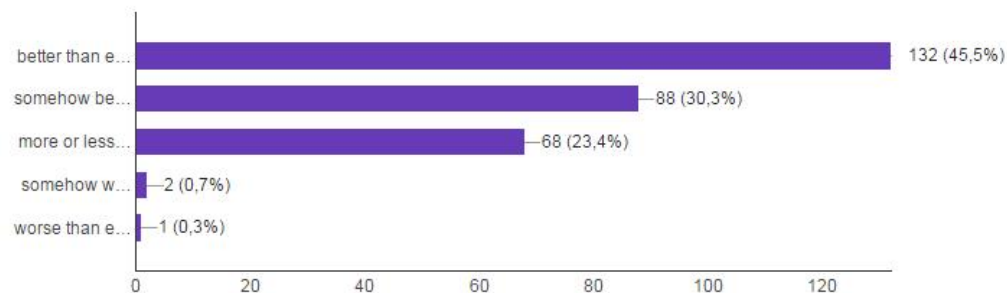


Γράφημα 42. Επανάληψη επίσκεψης (2017)

Τέλος, είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικό το γεγονός ότι ένας μεγάλος αριθμός τουριστών θεωρεί τις διακοπές του στο νησί καλύτερες ή κάπως καλύτερες σε σχέση με αυτό που προσδοκούσε (περισσότερο από το 75% του δείγματος και στις δύο περιπτώσεις), ενώ το 23% περίπου του δείγματος απάντησε ότι οι διακοπές του ήταν περίπου όπως περίμενε. Αντίθετα, το 1% τη πρώτη φορά και 1,6% του δείγματος την επόμενη, θεωρεί ότι το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν ήταν χειρότερο ή κάπως χειρότερο σε σχέση με αυτό που προσδοκούσε.

Compared to your expectations, what is your overall experience in Samos?

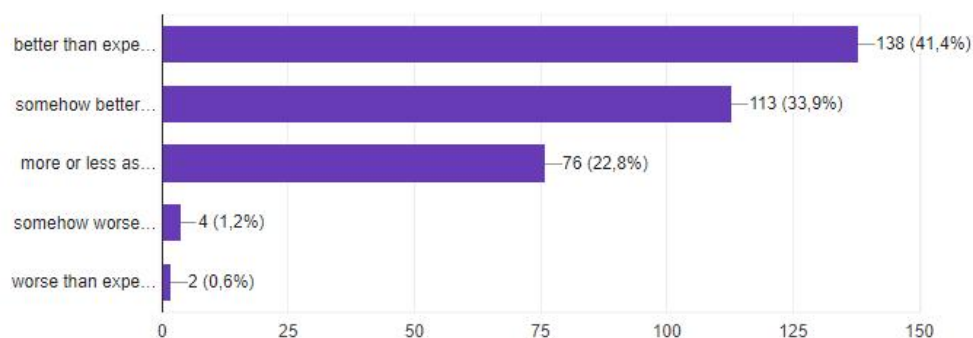
(290 απαντήσεις)



Γράφημα 43. Συνολική εμπειρία (2016)

Compared to your expectations, what is your overall experience in Samos?

333 απαντήσεις



Γράφημα 44. Συνολική ικανοποίηση (2017)

3.6. Σχόλια

Συγκλονιστικά μεγάλη μείωση υπήρξε στο ποσοστό του δείγματος από το Ηνωμένο Βασίλειο σε σύγκριση με τα αποτελέσματα των απαντήσεων της χρονιάς 2016.

Μικρή αύξηση παρατηρήθηκε στη φυσική ομορφιά-το κλίμα και στα αρχαιολογικά ιστορικά μνημεία ως λόγοι επίσκεψης ενώ μεγαλύτερη αύξηση είχαν τα τουριστικά γραφεία και το διαδίκτυο ως μέσα πληροφόρησης για τον τόπο ταξιδιού καθώς και τα ξενοδοχεία ως μέρος διαμονής.

Άνοδος εμφανίστηκε στην ικανοποίηση των τουριστών όσον αναφορά τις φυσικές ομορφιές-το κλίμα ως χαρακτηριστικό του νησιού ενώ παράλληλα μικρότερη αύξηση εκδηλώθηκε στους δυσαρεστημένους ή μάλλον δυσαρεστημένους σε σχέση με τη κατάσταση του περιβάλλοντος-δημόσιων χώρων αλλά και τα τοπικά μεταφορικά μέσα.

3.7. Συμπεράσματα

Η μελλοντική ζήτηση για τουρισμό στη Σάμο και σε οποιαδήποτε χώρα θα εξαρτηθεί όχι μόνο από τις δικές της δράσεις και τις φυσικές συνθήκες, αλλά από τη συνολική αύξηση της ζήτησης για ψυχαγωγικές δραστηριότητες, τον ρόλο του τουρισμού και του τουρισμού τα υπάρχοντα ή μελλοντικά υποκατάστατα σε αυτό, και τη σχετική αύξηση της ζήτησης από διαφορετικές χώρες.

Είναι σημαντικό να εξετάσουμε τον τουρισμό ως επενδυτές ή ως υπεύθυνοι για την χάραξη πολιτικής οποιοσδήποτε άλλου τομέα ή σύνολο επιχειρήσεων, να δεχτούμε ότι οι συμμετέχοντες θα μεγαλοποιήσουν τη σημασία του, αλλά επίσης να σημειωθεί ότι είναι εντατικής εργασίας, ευρέως παραγωγική μεταξύ χωρών και περιφερειών εντός των χωρών, έχει χαμηλά εμπόδια εισόδου και δεν είναι εντατική στην εισαγωγή. Είναι, συνεπώς, δυνητικά χρήσιμος παράγοντας για την οικονομία σε οποιαδήποτε χώρα, αλλά κυρίως στις

αναπτυσσόμενες χώρες που αναζητούν νέες εξαγωγικές δραστηριότητες χωρίς υψηλές επενδύσεις ή άλλες αρχικές απαιτήσεις.

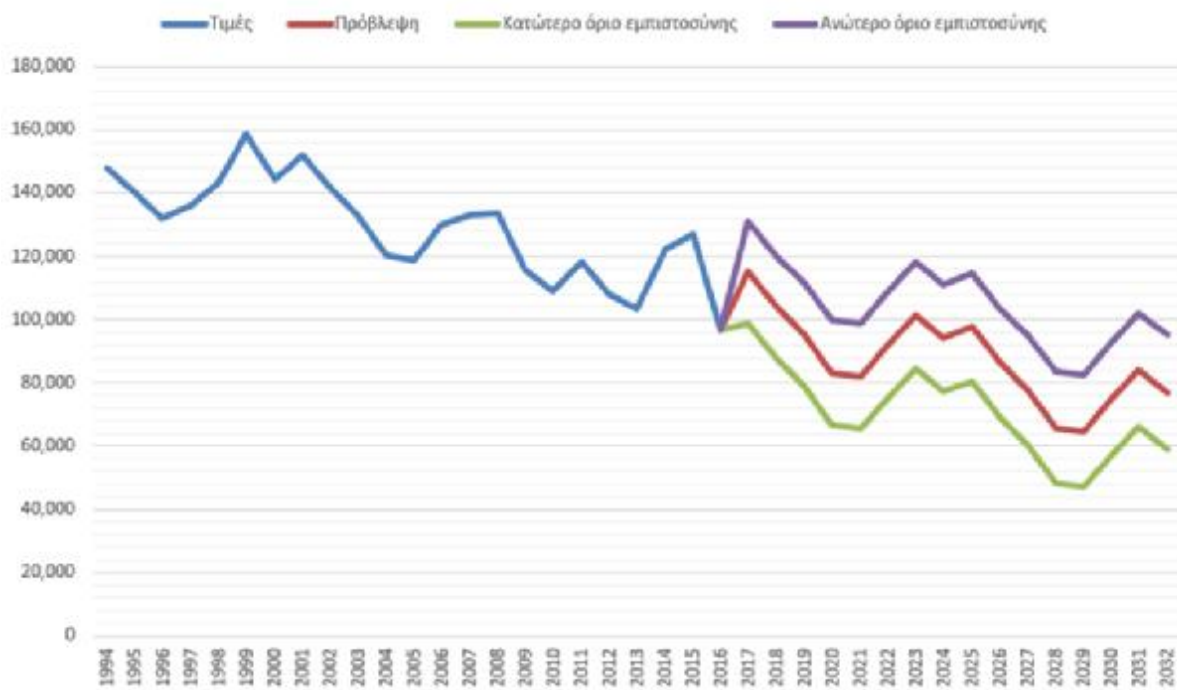
Η Σάμος έχει δυνητικά επιτυχημένες μεσοπρόθεσμες οδούς για τον τουρισμό, οι οποίες θα έχουν με την σειρά τους επιπτώσεις στη διανομή του εισοδήματος, στις περιφερειακές ανισότητες και στις στρατηγικές απασχόλησης καθώς και άμεσες επιπτώσεις στο εισόδημα. Ο τουρισμός έχει συμβάλει σημαντικά στην οικονομική αξιοποίηση του νησιού αλλά και σε άλλες πτυχές ανάπτυξης, ωστόσο, δεν έχουν αξιοποιηθεί αποτελεσματικά τα πλεονεκτήματά του.

3.8. Προτάσεις ανάπτυξης τουρισμού

Ο συντονισμός των ποικίλων συμφερόντων όσο της κυβέρνησης όσο και του ιδιωτικού τομέα, όσον αφορά στις στρατηγικές τουριστικής ανάπτυξης, είναι αναγκαίος προκειμένου να καθιερωθεί ένας επικερδής βιώσιμος τουρισμός, με τα τεράστια πλεονεκτήματα που μπορεί να επιφέρει. Σημαντικός παράγοντας στην καθιέρωση του θα είναι η αναγνώριση από τις κυβερνήσεις του αναπτυγμένου κόσμου ότι ο μεγαλύτερος τομέας της οικονομίας τους, ο οποίος απασχολεί τους περισσότερους εργαζόμενους, αξίζει προτεραιότητα αντίστοιχη με τα οφέλη που παρέχει. Παράλληλα, ο ιδιωτικός τομέας -οι επιχειρηματίες του τουρισμού- έχουν καθήκον να συγκροτήσουν μέτωπο για την προώθηση των συμφερόντων του τουρισμού, καθώς και συστήματα για συλλογική ανταγωνιστική δράση, όσο προετοιμάζονται για το μέλλον.

Ειδικότερα η Σάμος ως προορισμός έχει πολλές δυνατότητες σαν τουριστικό προϊόν και με κάποιες αλλαγές τόσο στις υποδομές όσο και στη προβολή της έχει την ικανότητα να δημιουργήσει μία αρκετά δυναμική εικόνα την οποία μπορούν να εκμεταλλευτούν στο μέγιστο οι κάτοικοι με σκοπό την ανάπτυξη του νησιού και την απόκτηση μιας ανθηρής οικονομίας.

Η μελλοντική τουριστική ζήτηση εξαρτάται και από παράγοντες όπως τη συνολική αύξηση της ζήτησης για διάφορες δραστηριότητες, από τα υπαρκτά ή μελλοντικά υποκατάστατα σε αυτό, και τη σχετική αύξηση της ζήτησης από διαφορετικές τάσεις.



Γράφημα 45. Πρόβλεψη αφίξεων από εξωτερικό (Πηγή: Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας)

Τα τελευταία χρόνια ανοίγονται νέες αγορές με πελάτες, όπως για παράδειγμα με την Τουρκία, γεγονός το οποίο θα είχε τη δυνατότητα να βοηθήσει στην ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού λόγω του υπερβολικού αριθμού μοναστηριών που βρίσκονται στο νησί. Επίσης, εφόσον έχει τέσσερα λιμάνια και μία μαρίνα διαθέσιμα, με δυο από αυτά να έχουν την δυνατότητα υποδοχής κρουαζιερόπλοιων, θα μπορούσε να λάβει ένα μερίδιο της αγοράς που σχετίζεται με τον θαλάσσιο τουρισμό και φυσικά μέσω από τα φυσικά πλούτη που διαθέτει και δίνοντας έμφαση στην ανάπτυξη του οικοτουρισμού/ πράσινου τουρισμού θα μπορούσε να επεκτείνει σημαντικά την τουριστική περίοδο κατά τους φθινοπωρινούς ακόμα και τους χειμερινούς μήνες.

Ένα κατάλληλα ολοκληρωμένο σχέδιο στρατηγικής θα πρέπει λοιπόν να περιλαμβάνει όχι μόνο βραχυπρόθεσμους στόχους ώστε να αυξηθούν σταδιακά οι αφίξεις και να δοθεί μία ώθηση για να μπορέσουν να επιτευχθούν αλλά και μακροπρόθεσμους στόχους που θα περιλαμβάνουν μεγαλύτερες επενδύσεις.

Προτεινόμενο σχέδιο ανάπτυξης

3.8.1 Βραχυπρόθεσμοι στόχοι

- Προώθηση στα ελληνικά και διεθνή μέσα ενημέρωσης και συμμετοχή σε εκθέσεις τουρισμού
- Μεταβολή σε μία πολιτική φιλική προς το περιβάλλον για την προστασία και διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος

- Βελτίωση των τοπικών συγκοινωνιών με προσθήκη νυχτερινών δρομολογίων αλλά και συγκοινωνιών από και προς την Σάμο για να εξυπηρετούνται καλύτερα όλοι οι επισκέπτες καθ' όλη την σεζόν.
- Αξιοποίηση των αρχαιολογικών χώρων: Δημιουργία εύκολα πρόσβασης στις εγκαταστάσεις για επισκέπτες μεγαλύτερων ηλικιών και για άτομα με ειδικές ανάγκες (Α.Μ.Ε.Α.)
- Περισυλλογή αδέσποτων ζώων που περιφέρονται ελεύθερα σε ειδικά διαμορφωμένους χώρους και χρηματοδότηση των χώρων αυτών για την απόκτηση των αναγκαίων υλικών, τροφών, φαρμάκων και ατόμων που χρειάζονται για την σωστή φροντίδα, προστασία, περίθαλψη, στείρωση, και πιθανή μετέπειτα υιοθεσία τους
- Δημιουργία σημαντικών δημόσιων χώρων υγιεινής σε παραλίες, σε αρχαιολογικούς χώρους και σε ιστορικά μνημεία
- Προβολή μουσειακών και εκθεσιακών χώρων, μέσω πολιτιστικών και καλλιτεχνικών εκδηλώσεων
- Ύπαρξη εξειδικευμένων σεμιναρίων με σκοπό την βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών και καλύτερη φιλοξενία των επισκεπτών
- Προώθηση του πολιτισμού και των τοπικών προϊόντων του νησιού σε χώρες του εξωτερικού με συμμετοχή σε εκθέσεις τροφίμων και ποτών, σε συνέδρια τουρισμού ή μέσω διαφημιστικής προβολής ιδιαίτερα στο διαδικτυακό χώρο

3.8.2 Μακροπρόθεσμοι στόχοι

- Επικέντρωση στον θαλάσσιο τουρισμό
- Έμφαση στην ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού και του αγροτουρισμού ώστε να υπάρξει επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου
- Λειτουργία σύγχρονων τουριστικών γραφείων με εύκολη πρόσβαση στο κοινό και διάθεση απαραίτητων πληροφοριών για το νησί
- Καθιέρωση πολιτιστικών εκδηλώσεων
- Δημιουργία ειδικά διαμορφωμένων χώρων κατασκήνωσης.

Παράρτημα 1. (Ερωτηματολόγιο στα Αγγλικά Σελίδα 1, 2 και 3)

A. Personal information

1. Gender

- Male
 Female

2. Age

- 18-25 years old
 26-35
 36-45
 46-55
 56-65
 >65 years old

3. Nationality

4. Arrival via:

- airplane
 ship - ferry
 catamaran - flying dolphin
 cruise ship
 other

5. Purpose of the trip

- vacations
 business
 other

B. Travel information

6. Are you visiting Samos for the first time?

- Yes
 No

7. You spent your vacations with:

- alone
 couple
 family
 friends/relatives

8. Why did you choose Samos for your holidays? (multiple choice)

- climate - natural beauty (sun, sea)
- quality -service
- value for money
- historical - archaeological monuments (e.g Traion)
- entertainment and recreation choices
- fame of the island
- relaxation
- other

9. In making your choice, from whom did you get your main information from? (multiple choice)

- tourist agency - tour operator
- friends - relatives
- internet
- other media (newspapers, magazines, television)
- personal experience (i have already been here)
- other

C. Accommodation

10. Accommodation in:

- hotel
- apartment/studio
- rented room
- house (own, friend's/relative's)
- camping
- cruise ship
- other

11. Length of stay (number of nights spent):

D. Satisfaction

12.

	Satisfied	Somehow satisfied	Neither satisfied nor dissatisfied	Somehow dissatisfied	Dissatisfied
a. Accommodation (service, facilities, price, etc)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b. Food - Cuisine (quality of food, variety of dishes, service, price, etc)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
c. Nature - Climate - Local architecture	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
d. Environment (cleanliness of public places, noise, roads, traffic, parking, etc)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
e. Hospitality - Friendliness of locals	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
f. Information (desks, kiosks, signs, maps, etc)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
g. Entertainment - recreation (choices, service, venues, prices, etc)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
h. Transportation from and to Samos (airport, ports)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
i. Local transportation means (availability, service, prices, etc)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
j. Overall satisfaction with your vacation experience in Samos (taking into account all of the above)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4 E. Other information

13. How likely is it that you will visit Samos again in the near future?

- very likely
- somewhat likely
- neither likely nor unlikely
- somewhat unlikely
- very unlikely

14. Compared to your expectations, what is your overall experience in Samos?

- better than expected
- somehow better than expected
- more or less as expected
- somehow worse than expected
- worse than expected

Βιβλιογραφία

Βιβλία

1. Leonard J. Lickorish – C. L. Jenkins (2004), Μια εισαγωγή στον Τουρισμό, Μετάφραση: Κατερίνα Κιτίδη, Εκδόσεις Κριτική
2. Ανδριώτης Κωνσταντίνος (2005), Τουριστική ανάπτυξη και σχεδιασμός, Εκδόσεις Σταμούλη
3. Αμπρατζάκη Αργυρή (2010), Τμήμα τουριστικών επιχειρήσεων, Πτυχιακή εργασία: Οι εναέριες μεταφορές και η συμβολή τους στον τουρισμό τη σύγχρονη εποχή, ΤΕΙ Κρήτης
4. Αγγελάκη Μαρία (2017), Τμήμα τουριστικών επιχειρήσεων, Η ανατομία του τουρισμού, ΤΕΙ Κρήτης

Διαδίκτυο

5. Βικιπαίδεια, <https://el.wikipedia.org/wiki/Σάμος#%CE%99%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%AF%CE%B1> (Πρόσβαση: 05/01/2018)
6. http://my-samos.blogspot.gr/p/blog-page_5708.html (Πρόσβαση: 05/01/2018)
7. Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας, <http://www.ypa.gr/our-airports/kratikos-aerolimenas-samoy-aristarxos-o-samios-kasm> (Πρόσβαση: 05/01/2018)
8. Ροδιακή, <http://www.rodiaki.gr/article/99042/samos-kai-toyrismos> (Πρόσβαση: 05/01/2018)
9. <https://www.spoudazo.gr/cityguide/samos/itemlist/category/847-mnhmeia-mouseia> (Πρόσβαση: 05/01/2018)
10. Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας, http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/Pages/studies.aspx?f=1&p=0&CAMLFilter=<Eq><FieldRef%20Name%3d%27_x039a__x03b1__x03c4__x03b7__x03b3__x03bf__x03c1__x03af__x03b1_%27%20LookupId%3d%27TRUE%27%2f><Value%20Type%3d%27Lookup%27>41<%2fValue><%2fEq>&fid=41 (Πρόσβαση 18/01/2018)