

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ
Ι Δ Ρ Υ Μ Α



ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ: ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**« Η επίδραση της οικονομικής κρίσης στις τουριστικές
επιχειρήσεις της Ρόδου »**



Φοιτήτρια : Κυριακάκη Άννα

Επόπτης καθηγητής: Λυγγίτσος Αλέξανδρος

Καλαμάτα, Απρίλιος 2016

Ευχαριστίες

Θα ήθελα πρώτα απ' όλα να ευχαριστήσω τον επόπτη καθηγητή μου Λυγγίτσο Αλέξανδρο για την υπέροχη συνεργασία και την πολύτιμη βοήθεια του καθώς και την εμπιστοσύνη που μου έδειξε αναθέτοντας μου αυτήν την εργασία. Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω όσα ξενοδοχεία με βοήθησαν με την συμπλήρωση στα ξένα ερωτηματολόγια καθώς θα εκφράσω και ένα μεγάλο ευχαριστώ σε όσους ελεύθερους επαγγελματίες με βοήθησαν συμπληρώνοντας τα ερωτηματολόγια.

Την πτυχιακή μου εργασία την αφιερώνω στους γονείς μου και θα ήθελα να τους ευχαριστήσω που με στήριξαν σε όλη την διάρκεια των σπουδών μου μέχρι και σήμερα.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην παρακάτω εργασία μας δίνεται η ευκαιρία να γνωρίσουμε τον τουρισμό της Ρόδου, από το πώς ξεκίνησε και σε ποια επίπεδα έχει φτάσει λόγω της οικονομικής κρίσης. Επίσης θα δούμε κατά πόσο επηρεάστηκαν οι επιχειρήσεις από την οικονομική κρίση και από το all inclusive. Θα αναλύσουμε το πότε έκανε την εμφάνιση του το all inclusive και τι είναι. Στη συνέχεια θα γνωρίσουμε κάποια από τα πανέμορφα τοπία και μέρη που ο κάθε τουρίστας επισκέπτεται κατά την διαμονή του στην Ρόδο. Θα εξετάσουμε την δυναμική του τουρισμού στη Ρόδο, επίσης θα μιλήσουμε για το επίπεδο που βρίσκεται τα τελευταία χρόνια και γενικότερα τις μορφές τουρισμών που υπάρχουν.

Ακολουθεί μια ερευνητική μεθοδολογία βασισμένη σε ερωτηματολόγια σε δύο γλώσσες, αγγλικά και γερμανικά προκειμένου να μπορούν όλοι οι τουρίστες να απαντήσουν στα ερωτηματολόγια καθώς θα υπάρξουν και ξεχωριστά ερωτηματολόγια για τους επιχειρηματίες και καταστηματάρχες για το πόσο επηρεάστηκαν οι επιχειρήσεις και τα καταστήματα τους από την οικονομική κρίση και το all inclusive.

Σκοπός της εργασίας αυτής είναι η προώθηση της γνώσης γύρω από το θέμα του τουρισμού και τις οικονομικής κρίσης που υπάρχει στην Ρόδο. Όσον αφορά τον επιχειρηματικό κόσμο της Ρόδου, συμπεραίνουμε πως παρόλο που η τουριστική κίνηση στο νησί δεν έχει μειωθεί λόγω της κρίσης, έχει μειωθεί όμως σημαντικά η κερδοφορία των επιχειρήσεων. Στην συνέχεια ακολουθεί μείωση των κερδών και η μείωση του προσωπικού των επιχειρήσεων.

Για την διεξαγωγή της έρευνας μου χρησιμοποίησα το διαδίκτυο και κάποιες δίκες μου γνώσεις πάνω στο θέμα λόγω του ότι ζω εδώ στην Ρόδο και βιώνω καταστάσεις. Έτσι λοιπόν, ελπίζω η παρακάτω εργασία να συμβάλλει στην ενημέρωση για τον τουρισμό και μέσα από την έρευνα που έχω κάνει να δούμε πόσο έχει επηρεάσει η κρίση της τουριστικές επιχειρήσεις της Ρόδου.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Εξώφυλλο	1
Ευχαριστίες	2
Περίληψη	3
Πίνακας Περιεχομένων	4-5
Κεφάλαιο 1 : Βιβλιογραφική Ανασκόπηση	
1.1 Εισαγωγή	6
1.2 Ορισμός του τουρισμού	6
1.3 Μορφές του τουρισμού	7
1.4 Ο τουρισμός στην Ελλάδα	8-10
1.5 Ο τουρισμός στην Ρόδο	11
1.6 Το νησί της Ρόδου	12-13
1.6.1 Ιστορική αναδρομή της Ρόδου	13-16
1.7 Τουριστικοί προορισμοί της Ρόδου	16
1.7.1 Παλιά πόλη	16-17
1.7.2 Κάμειρος	18
1.7.3 Επτά πηγές	18
1.7.4 Λίνδος	18-19
1.7.5 Καλλιθέα	19
1.7.6 Ιαλυσός	19
1.7.7 Ακρόπολη της Ρόδου (Μόντε Σμιθ)	20-21
1.7.8 Η κοιλάδα των πεταλούδων	21-22
1.8 Παράγοντες που επηρεάζουν αρνητικά την ανταγωνιστικότητα των ξενοδοχειακών μονάδων	22
1.9 Τουριστική εποχικότητα	23
1.10 Το πρόβλημα της τουριστικής εποχικότητας στην Ρόδο	24
1.10.1 Σύστημα all inclusive	24-26
1.11 Ο χειμερινός τουρισμός της Ρόδου	26
1.12 Πολιτικές και μέτρα	27-29
1.13 Τουρισμός και οικονομική κρίση	29-30
1.14 Επίδραση της οικονομικής κρίσης στις τουριστικές επιχειρήσεις της Ρόδου	30-32

Κεφάλαιο 2 : Ερευνητική Μεθοδολογία	
2.1 Εισαγωγή	33
2.2 Σχεδιασμός της έρευνας	33-34
2.3 Σχεδιασμός των ερωτηματολογίων	35
2.3.1 Ερωτηματολόγια για τους τουρίστες	35
2.3.2 Ερωτηματολόγια για τις τουριστικές επιχειρήσεις	35-36
2.4 Συλλογή δεδομένων	36
2.5 Μέθοδος ανάλυσης δεδομένων	36
Κεφάλαιο 3: Αποτελέσματα	
3.1 Εισαγωγή	37
3.2 Τουρίστες	37
3.2.1 Ανάλυση γραφημάτων για τους τουρίστες	37-47
3.3 Επιχειρήσεις	48
3.3.1 Ανάλυση γραφημάτων για τις επιχειρήσεις	48-57
Κεφάλαιο 4 : Συμπεράσματα	
4.1 Εισαγωγή	58
4.2 Γενικό συμπέρασμα για τους τουρίστες	58
4.3 Γενικό συμπέρασμα για τους επιχειρηματίες	59
4.4 Τουριστική περίοδος	59-60
Βιβλιογραφία	61
Παραρτήματα	62-74

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο παρόν κεφάλαιο γίνεται μία βιβλιογραφική ανασκόπηση για τον τουρισμό. Έπειτα παρουσιάζονται αναλυτικά στοιχεία για τον τουρισμό στην Ελλάδα. Πιο αναλυτικά:

- Αρχικά θα δώσουμε τον ορισμό του τουρισμού και ποιες μορφές τουρισμού υπάρχουν καθώς τονίζεται και ο ρόλος του τουρισμού στην εθνική οικονομία.
- Έπειτα, προβάλλεται η οικονομική και κοινωνική επίδραση του τουρισμού στην Ελλάδα και ειδικότερα στο νησί της Ρόδου.
- Στην συνέχεια προβάλλονται τα τουριστικά θέρετρα της Ρόδου καθώς διευκρινίζονται οι παράγοντες που ευνόησαν την τουριστική ανάπτυξη του νησιού και την εξέλιξη στον τουρισμό.
- Ακολούθως θα αναφερθούμε στα προβλήματα της τουριστικής εποχικότητας και οι επιπτώσεις της.
- Τέλος στο τελευταίο μέρος παρουσιάζονται τα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο τουρισμός από την οικονομική κρίση και τι επίδραση έχει στο νησί της Ρόδου.

1.2 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός είναι ένα κοινωνικό, ψυχολογικό και οικονομικό φαινόμενο που προκύπτει από την δράση και την αντίδραση των παραγόντων:

- Τουρίστας
- Επισκέπτης
- Κοινωνία
- Προορισμό
- Τουριστική επιχείρηση
- Κράτος

(Makintosh & Goeldner, 1990)

1.3 ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ενδεικτικά, μορφές τουρισμού αποτελούν: (Makintosh & Goeldner, 1990)

- Ο αγροτουρισμός είναι μία μορφή τουρισμού όπου ο τουρίστας μένει σε αγρόκτημα και παράλληλα συμμετέχει σε αγροτικές δραστηριότητες :
 1. Αγροτικές δραστηριότητες (συμμετοχή σε εργασίες).
 2. Αθλήματα περιπέτειας (πεζοπορία και ράφτινγκ).
 3. Διάφορα μαθήματα (μαθήματα παραδοσιακών χορών ,γαστρονομία, οινοποιΐα).
 4. Πολιτιστικές περιηγήσεις (εκκλησίες, μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους.
 5. Παρατήρηση οικοσυστήματος (πουλιών, πανίδας, χλωρίδας).
- Θαλάσσιος τουρισμός είναι το σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται στον θαλάσσιο χώρο και στις ακτές περιοχής υποδοχής τουριστών. Στον θαλάσσιο τουρισμό νοούνται οι κρουαζιέρες, οι θαλάσσιες περιηγήσεις, υποβρύχιο ψάρεμα και οι καταδύσεις.
- Οικολογικός τουρισμός είναι μία μορφή τουρισμού που εμπνέεται κυρίως από την φυσική Ιστορία μιας περιοχής, αλλά και τις πολιτιστικές και τοπικές παραδόσεις. Ο τουρίστας κάνει συχνά χρήση των φυσικών πόρων και της άγριας ζωής.
- Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού όπου φέρνει τους πιστούς πιο κοντά με την θρησκεία τους.
 1. Μοναστήρια
 2. Εκκλησίες
 3. Ιεροί τόποι
 4. Προσκυνήματα
- Ο τουρισμός κινήτρων είναι μία μορφή δραστηριότητας που αναπτύσσεται γρήγορα και υπόσχεται οικονομικά οφέληματα για τις χώρες εκείνες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών που θέλουν και έχουν τις προϋποθέσεις να τον αναπτύξουν. Ο τουρισμός κινήτρων έχει βραχυχρόνιο χαρακτήρα 4 με 5 ημέρες συνήθως για τον λόγο ότι σκοπός των tour operator είναι να φτιάξει το τουριστικό οικονομικό πακέτο και να το δώσει στον χρήστη ώστε να του δοθεί η ευκαιρία να το απολαύσει, κάτι που ο ίδιος δεν έχει την δυνατότητα να ζήσει (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας, 1998).

1.4 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

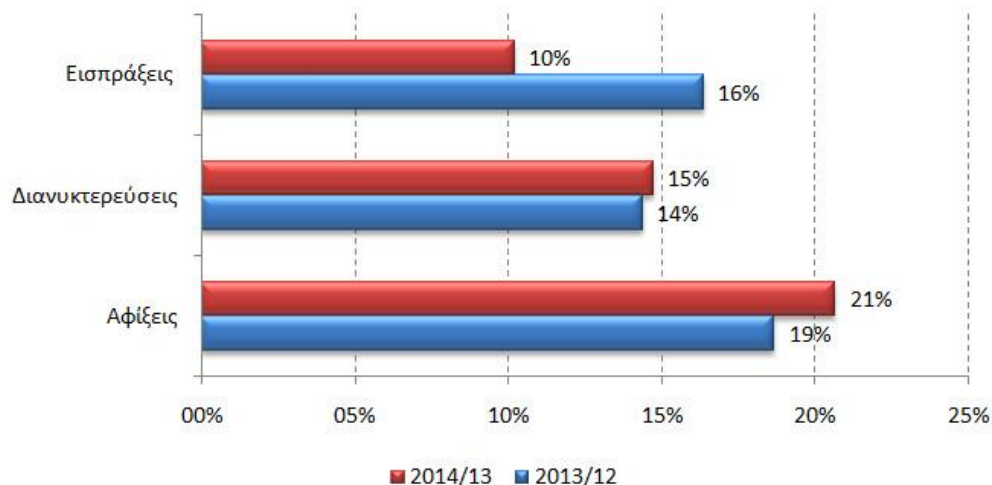
Ο τουρισμός στην Ελλάδα έκανε την εμφάνιση του από την δεκαετία του 1920 ως συγκροτημένο οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο. Όμως άρχισε να γίνεται αισθητός την δεκαετία του 1960 όπου η αύξηση των αφίξεων ήταν 1.098% προσεγγίζοντας τις 399.400. Από το 1967 και 1991 ο τουρισμός άρχισε να επικρατεί στην Ελλάδα, έκαναν την εμφάνιση τους μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες καθώς τα επόμενα χρόνια εισάγονται σταδιακά το μάρκετινγκ, μανάτζμεντ και πληροφορική. Το προσωπικό άρχισε να εκπαιδεύεται, ξεχωριστά ο κάθε ένας ανάλογα το πόστο που θα αναλάμβανε ώστε να μπορεί να ανταπεξέλθει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Οι αφίξεις το 2000 έφτασαν τα 13 εκατ. στην Ελλάδα και τα 684 εκατ. παγκοσμίως. Το 1990 η τουριστική ανάπτυξη στην Ελλάδα ήταν ταχύτερη από ότι στην Ευρώπη και παγκοσμίως, ενώ από τη δεκαετία του 1990-2000 η μείωση του ρυθμού αύξησης των αφίξεων ήταν μεγαλύτερη από τη αντίστοιχη ευρωπαϊκή και παγκόσμια.

Και κάπως έτσι, φτάνουμε στο 2012, η συμμετοχή του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας διαμορφώθηκε στο 16,4%, έναντι 16,5% το 2011 και 16,9% το 2001, με την άμεση και έμμεση απασχόληση στον κλάδο να φτάνει τα 688.800 άτομα πρόπερσι, έναντι 789.700 το 2001. Ωστόσο, τα θεαματικά βήματα που τελεί η αύξηση των αεροπορικών αφίξεων στην χώρα όπως και η ενισχυμένη κίνηση του εγχώριου τουρισμού, δεν επαρκούν ώστε να καλύψουν τις μεγάλες απώλειες που υπέστη κατά την τριετία 2010-2012 όπου ο ελληνικός τουρισμός χαρακτηρίζοντας από μια αδράνεια και η χώρα είχε υποπέσει στις βαριές συνέπειες της οικονομικής κρίσης. Οι επαναλαμβανόμενοι πελάτες (repeaters) παρουσιάζουν αύξηση το 2013 έναντι του 2008, +17,86% (από 23% το 2008 σε 28% το 2013).

Το all inclusive παρουσιάζει +20% έναντι του 2008 (από 40% το 2008 σε 50% το 2013). Οι τουρίστες με εισοδηματικό επίπεδο τον 70.000 παρουσιάζουν σημαντική μείωση (-41,18) για το 2013. Μετά το 2013 που υπήρξε για την Ελλάδα μια εξαιρετικά καλή τουριστική χρονιά, οι θετικές επιδόσεις του ελληνικού τουρισμού συνεχίστηκαν και το 2014. Σύμφωνα με τα οριστικά στοιχεία της Έρευνας Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος, οι αφίξεις αλλοδαπών τουριστών αυξήθηκαν κατά 20,7%, οι διανυκτερεύσεις κατά 14,7% και οι τουριστικές εισπράξεις κατά 10,2% (περιλαμβάνονται και στοιχεία από τις κρουαζιέρες, πέρα από αυτά που περιλαμβάνονται στην Έρευνα Συνόρων).

Παρά την αύξηση, όμως, του αριθμού των αφίξεων το 2014, παρατηρείται μια επιβράδυνση στο ρυθμό αύξησης των τουριστικών εισπράξεων και μια στασιμότητα στο ρυθμό αύξησης των διανυκτερεύσεων.

Διάγραμμα 2.1
Εξέλιξη του Ελληνικού Τουρισμού 2013 - 2014



Πηγή: Έρευνα Συνόρων, Τράπεζα της Ελλάδος. Έχουν ενσωματωθεί στατιστικά στοιχεία από κρουαζιέρες επιπλέον της Έρευνας Συνόρων. Επεξεργασία ΙΤΕΠ.

Οι ενδείξεις από την πορεία του ελληνικού τουρισμού μέχρι το πρώτο 5μηνο του έτους ήταν αρκετά ενθαρρυντικές και προμήνυαν μια ακόμα καλή τουριστική χρονιά. Οι ρυθμοί αύξησης τόσο των αφίξεων όσο και των τουριστικών εισπράξεων υπερέβαιναν κατά πολύ τους αντίστοιχους ρυθμούς του 5μηνου του 2014. Οι πρόσφατες, όμως, οικονομικές εξελίξεις με την επιβολή των κεφαλαιακών ελέγχων (capital controls) επέφεραν μεγάλη αναστάτωση στην τουριστική αγορά, όπου παρατηρήθηκε κύμα ακυρώσεων μέσα στο μήνα αιχμής (τον Ιούλιο) του ελληνικού τουρισμού. Η κατάσταση αντιστράφηκε, όταν ξεκαθάρισε το θέμα ότι οι ξένοι τουρίστες με πιστωτικές/χρεωστικές κάρτες της αλλοδαπής δεν θα υπόκειντο στους κεφαλαιακούς περιορισμούς και έτσι οι αφίξεις από το εξωτερικό ανέκαμψαν με τον Αύγουστο, αλλά και το Σεπτέμβριο, να εξελίσσονται σε πολύ καλούς τουριστικά μήνες.

Από τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος απεικονίζεται ανάγλυφα η επιβράδυνση της πορείας του τουρισμού μεταξύ του 5μηνου και του 6μηνου του 2015. Έτσι, ενώ οι συνολικές αφίξεις αλλοδαπών τουριστών το α' 5μηνο του 2015

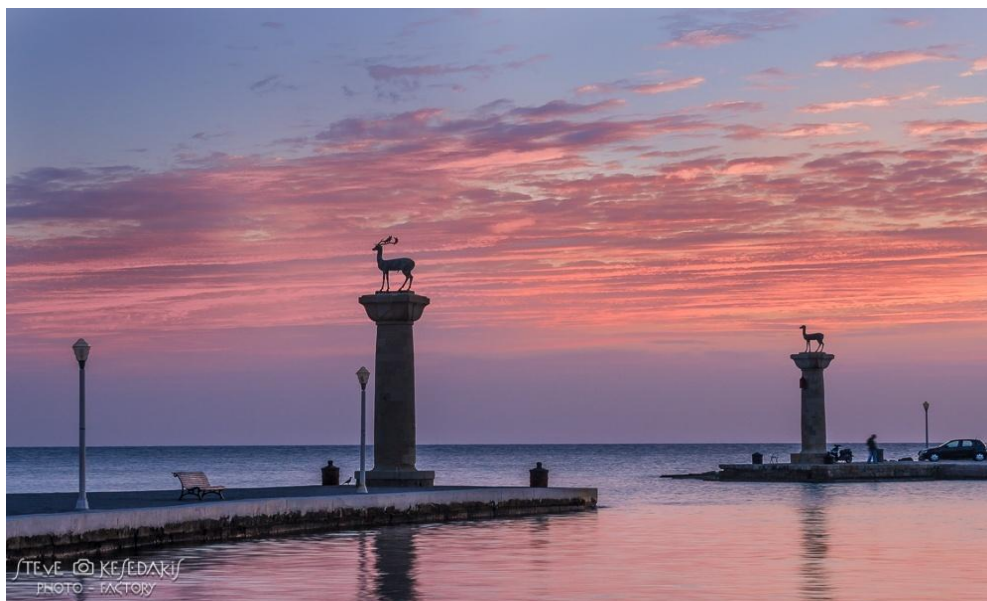
αυξήθηκαν κατά 27,1% (5μηνο 2014: 17,0%), το α' 6μηνο του αυξήθηκαν κατά 20,8% (6μηνο 2014: 15,6%). Το 5μηνο του 2015 οι αφίξεις τουριστών από την ΕΕ-28 αυξήθηκαν κατά 41,2% (5μηνο 2014: 18,7%) έναντι 32,4% του 6μηνου του 2015 (6μηνο 2014: 17,6%). Παρά την επιβράδυνση, όμως, που παρατηρήθηκε το α' 6μηνο του 2015 σε σχέση με το 5μηνο του 2015, ο ρυθμός αύξησης των αφίξεων είναι σημαντικά υψηλότερος από αυτόν της αντίστοιχης περιόδου του 2014.

1.5 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΡΟΔΟ

Ο τουρισμός της Ρόδου αναπτύχθηκε με ραγδαίους ρυθμούς την δεκαετία του 1990 φθάνοντας από 8,1 εκατ. διανυκτερεύσεις το 1990 σε 10,8 εκατ. το 1999 . Αυτό συνέβη όχι γιατί επέτυχαν οι τουριστικοί φορείς με τις ενέργειες τους, αλλά επειδή αυτή ήταν η επιλογή των tour operators (Κούτουλας, 2005). Ο θαλάσσιος περιηγητικός τουρισμός, γνωστός ως τουρισμός της κρουαζιέρας, με μακρά παράδοση στη Ρόδο, τα τελευταία χρόνια παρουσιάζει μεγάλη μείωση που πρέπει να μας προβληματίσει. Το 2009 οι αφίξεις επιβατών κρουαζιέρας ήταν 734.734 για να μειωθούν σε 304.646 το 2014 σημειώνοντας μείωση 58.6%, όταν ο γενικός εθνικός δείκτης παρουσίασε μείωση μικρότερη του 10%. Τα αποτελέσματα αυτά εκτόπισαν τη Ρόδο από τη δεύτερη θέση που είχε μετά τον Πειραιά στην έκτη θέση μετά και τη Σαντορίνη, την Κέρκυρα, την Μύκονο και το Κατάκολο (αρχαία Ολυμπία).

Μια άλλη εναλλακτική μορφή τουρισμού με αυτόνομη λειτουργία και ενεργό ζήτηση (αγορά) για την Ρόδο είναι ο αθλητικός τουρισμός της ιστιοσανίδας (windsurfing) και αετοσανίδας (kitesurfing) που αντιπροσωπεύει μερικές δεκάδες χιλιάδες επισκέπτες, οι οποίοι επιλέγουν την Ρόδο για να επιδοθούν στο αγαπημένο τους άθλημα. Οι ενεργοί αυτοί αθλητικοί τουρίστες μαζί με τους συνοδούς διακινούνται όπως και οι παραδοσιακοί μέσω των Τ.Ο., που τους προσφέρουν και κάποια κίνητρα (δωρεάν μεταφορά αθλητικής αποσκευής) και διαμένουν σε ξενοδοχεία του όρμου της Ιαλυσού και της ευρύτερης περιοχής μέχρι τα Καλαβάρδα και του Πρασονησίου, περιοχές, που οι πνέοντες σ' αυτές άνεμοι, τις καθιστούν ιδανικές για την άσκηση του αθλήματος. Τα τελευταία χρόνια το άθλημα παρουσίασε εντυπωσιακή ανάπτυξη χάρη στις διεθνείς διοργανώσεις, που οργανώθηκαν στον όρμο της Ιαλυσού με πρωτοβουλία του Rhodes windsurfing-kitesurfing και την υποστήριξη του Δήμου Ιαλυσού, του Υπουργείου Αιγαίου και της Περιφέρειας. Συναφή κατηγορία είναι και ο καταδυτικός τουρισμός που παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον λόγω της πλούσιας πανίδας και χλωρίδας και των καθαρών νερών των παράκτιων θαλάσσιων ζωνών του νησιού και συνεχώς διευρύνεται η πελατεία του (Λογοθέτης, 2005).

1.6 ΤΟ ΝΗΣΙ ΤΗΣ ΡΟΔΟΥ



Η Ρόδος είναι το μεγαλύτερο νησί των Δωδεκανήσων και από τα μεγαλύτερα της Ελλάδας. Βρίσκεται στα νοτιοανατολικά του Αιγαίου πελάγους και σε μικρή απόσταση περί 11 μίλια από τις ακτές της Τουρκίας. Μετά από μία μακρά και παραγμένη ιστορία, σήμερα γνωρίζει και πάλι την αρχαία της ευημερία και αίγλη και προσφέρει στους επισκέπτες της πολλές υπηρεσίες υψηλού επιπέδου. Είναι ίσως το σημαντικότερο θέρετρο της Ελλάδας, με αποτέλεσμα η πλειοψηφία των κατοίκων της να ασχολούνται με τον τουρισμό. Η νυχτερινή ζωή της έχει αποκτήσει παγκόσμια φήμη και πολλοί επισκέπτες έρχονται για να ζήσουν την διασκέδαση κάθε είδους για κάθε γούστο. Στο βορειοανατολικό άκρο του νησιού βρίσκεται η πρωτεύουσα του, η πόλη της Ρόδου που με πληθυσμό 55.000 κατοίκους αποτελεί και το μεγαλύτερο οικισμό του. Εντός των ορίων της πόλης της Ρόδου, βρίσκεται η μεσαιωνική πόλη της Ρόδου, μια από τις καλύτερα διατηρημένες μεσαιωνικές πόλεις του κόσμου, η οποία έχει ενταχθεί από το 1988 στα μνημεία παγκόσμιας κληρονομιάς της UNESCO.

Η Ρόδος φημίζεται για τις παραλίες της, μία παραλία στην Λίνδο διακρίθηκε στις 10 καλύτερες της Ευρώπης, για τα κρασιά της, κυρίως στο χωριό Έμπωνα υπάρχουν διεθνείς διακρίσεις. Επίσης φημίζεται για τα σύκα της από την αρχαιότητα, όπως επίσης και για το θυμαρίσιο μέλι που παράγει καθώς και την κατασκευή καραβιών από την αρχαιότητα.

Σύμφωνα με μια παράδοση κάποτε στη θέση των ελαφιών στο λιμάνι στεκόταν ο Κολοσσός. Τα πλοία έπλεαν κάτω από τα πόδια του και το πέρασμα έκλεινε τα βράδια με αλυσίδα. Σαν βρεθείς στην Ρόδο, θαρρείς και ο μύθος αυτός δεν θα μπορούσε να είναι πιο εύστοχος. Είναι τόπος ευλογημένος από την φύση, με μοναδική ποικιλία τοπίων και χρωμάτων, το χρυσό στ' ακρογιάλια, στο γαλάζιο στην θάλασσα και τον ουρανό, το πράσινο στους ήρεμους λόφους και τις κοιλάδες της. Όσο γοητευτική είναι η φύση του νησιού, τόσο πολυτάραχη είναι η ιστορία του. Οι αλλεπάλληλη κατακτητές άφησαν έντονα τα ίχνη της κυριαρχίας του. Κάστρα και παλάτια, ναοί και δημόσια κτήρια, που συνθέτουν σήμερα ένα μοναδικό σε πλούτο αρχιτεκτονικό τοπίο, που επιτρέπει στον επισκέπτη να βιώσει με τις αισθήσεις και το νου του την μακραίωνη ιστορία του τόπου.

1.6.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΗΣ ΡΟΔΟΥ

Τον 17^ο αιώνα π.Χ. ο μινωικός πολιτισμός και στόλος κυριαρχούν στο Αιγαίο και οι κρητικοί Τελγίνες εγκαθίστανται στη Ρόδο. Δύο αιώνες αργότερα οι πρώτοι Μυκηναίοι (Αχαιοί και Δωριείς) εγκαθίστανται στην Ρόδο αρχικά ειρηνικά μα δεν αργούν οι έριδες. Οι Ροδιοί συμμετέχουν στον Τρωικό πόλεμο και αναφέρονται στην Ιλιάδα του Ομήρου. Ακροπόλεις και γύρω τους τείχη κτίζονται σε διάφορες πόλεις-κράτη στην αρχαία Ρόδο. Τον 7^ο αι. π.Χ. οι τρεις πόλεις κράτη της Ρόδου Λίνδος, Κάμειρος και Ιαλυσός μαζί με την Αλικαρνασσό της Κω και την Κνίδο συμμαχούν δημιουργώντας την Δωρική Εξάπολη. Τον 6^ο αι. π.Χ. στη Λίνδο βασιλεύει ο Κλεόβουλος, ένας από τους επτά σοφούς της Αρχαίας Ελλάδας, στον οποίο αποδίδεται και το ρητό «μέτρον άριστον». Στα τέλη του 5^{ου} αι. π.Χ. οι Ροδιοί αποχωρούν από την Αθηναϊκή Συμμαχία. Οι φόροι που επέβαλλαν οι Αθηναίοι ήταν δυσβάσταχτοι και η καταστροφική ήττα του Αθηναϊκού Στόλου στη Σικελική Εκστρατεία το 413 π.Χ. ήταν η τέλεια ευκαιρία που άρπαξε η Ρόδος.

Η πόλη Ρόδος ιδρύθηκε το 408 π.Χ. απ' τον στρατηγό Δωριέα, ολυμπιονίκης και μεγάλος πολιτικός, που μάλιστα ήταν γιος του Διαγόρα, του διάσημου Ροδιού ολυμπιονίκη. Ο Ιππόδαμος από την Μίλητο ήταν ο αρχιτέκτονας που ανέλαβε τα σχέδια που εφάρμοσε ο Ιππόδαμος στη Ρόδο, το χρησιμοποίησε και ο Μέγας Αλέξανδρος στην Αλεξάνδρεια της Αιγύπτου και όχι μόνο. Η Ρόδος βρίσκεται

σε ανοδική πορεία και είναι σε θέση να διαπραγματεύεται τη συμμαχία της πότε με τους Αθηναίους και πότε με τους Σπαρτιάτες, με ευνοϊκούς πάντα όρους και με διασφαλισμένοι την ανεξαρτησία της- στόχο που είχε πάντα η Ρόδος από εδώ και στο εξής.

Οι Ροδιοί μισθοφόροι πολεμιστές είναι περιζήτητοι - ανάμεσα τους ξεχώρισαν ο Μέντωρ και ο Μέμων που πολέμησε ενάντια στον Μέγα Αλέξανδρο ως στρατηγός των Περσών. Η Ρόδος είχε συμμαχήσει με τον Μέγα Αλέξανδρο, αλλά γίνεται για άλλη μια φορά το μήλο της Έριδος στους πολέμους των διαδόχων. Η Ρόδος αρνείται να συμμαχήσει με τον Αντίγονο τον Μονόφθαλμο ενάντια στον Πτολεμαίο της Αιγύπτου και ο γιος του πρώτου, ο μεγάλος Δημήτριος ο Πολιορκητής πολιορκεί για ένα χρόνο την Ρόδο. Φοβερές πολιορκητικές μηχανές, 400 πλοία στόλος, 4.000 ιππείς και μεγάλος αριθμός πεζικού δεν καταφέρνουν να κάμψουν την αντίσταση των κατοίκων της Ρόδου.

Ο Δημήτριος ο Πολιορκητής φεύγει άπρακτος ένα χρόνο μετά και αφήνει πίσω τους τις τεράστιες πολιορκητικές μηχανές. Οι Ροδιοί πουλώντας τις μηχανές συγκέντρωσαν 300 τάλαντα, πολύ μεγάλο χρηματικό ποσό, και ο αρχιτέκτονας Χάρης ο Λίνδιος ανέλαβε την κατασκευή του Κολοσσού της Ρόδου, ένα άγαλμα του θεού ήλιου. Ο Χάρης ήταν μαθητής του περίφημου Λυσίππου και χρειάστηκε 12 χρόνια για να ολοκληρώσει το έργο του. Από το 292 π.Χ. έως το 227 για 66 χρόνια έμεινε όρθιος στην πόλη της Ρόδου. Ο Κολοσσός είχε ύψος 32 μέτρα και ο Πλίνιος έγραφε αργότερα ότι λίγοι άντρες μπορούσαν να κλείσουν στην αγκαλιά τους τον αντίχειρα του αγάλματος. Ο μεγάλος σεισμός του 227 π.Χ έριξε τον κολοσσό. Ο Στράβων γράφει ότι έπεσε «περικλασθείς από των γονάτων» ενώ υπάρχει και η μαρτυρία ότι “πεσών πολλάς οικίας κατέσεισε” που καταδεικνύει ότι δεν πρέπει να ήταν στο λιμάνι, αλλά ψηλότερα της Ρόδου.

Ο Κολοσσός ένα από τα Επτά θαύματα του αρχαίου κόσμου έμεινε για 900 χρόνια στο έδαφος. Οι Ροδιοί παρά την προσφορά του Πτολεμαίου αποφάσισαν να μην ασχοληθούν με ένα κακό που είχε τελειώσει. Το 653 μ.Χ. οι Άραβες καταλαμβάνουν την Ρόδο και πωλούν τον κολοσσό σε κομμάτια σε κάποιο Εβραίο έμπορο από την Έδεσσα της Μέσης Ανατολής και για να τον κουβαλήσουν χρειάστηκαν 900 καμήλες. Τον 2^ο αι. π.Χ. η Ρόδος συμμαχεί με τους Ρωμαίους. Το Πρώτο συμμαχικό χτύπημα ήταν η ρωμαϊκή ανακήρυξη της Δήλου σε λιμάνι ελεύθερο δασμών. Το 42 π.Χ. η Ρόδος καταλαμβάνεται και λεηλατείται από τον Στρατηγό Κάσιο, στη διάρκεια ενός Ρωμαϊκού εμφυλίου πολέμου. Το τέλος της

Δημοκρατίας και η κυριαρχία της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας οδηγούν τελικά την Ρόδο σε ύφεση. Η Ρόδος αναφέρεται στο 21^ο κεφάλαιο των πράξεων των Αποστόλων και οι Ροδιοί γίνονται Χριστιανοί ήδη από τον 1^ο αι. μ.Χ. Το 269 μ.Χ. οι Γότθοι λεηλατούν την Ρόδο και το 395 μ.Χ. η Ρόδος κατακτιέται από τους Άραβες. Το 1046 καταλαμβάνουν τη Ρόδο οι Γενοβέζοι. Την επανακτά ο Αλέξιος ο Κομνηνός τον 11^ο αι. μ.Χ. ο οποίος έδωσε και στους Βένετους εμπορικά δικαιώματα στο νησί. Το 1101 μ.Χ. ο Ριχάρδος ο Λεοντόκαρδος περνάει από την Ρόδο και παίρνει μαζί του στη Σταυροφορία Ρόδιους μισθοφόρους.

Η Άλωση της Πόλης το 1204 μ.Χ. από τους Δυτικούς, φέρνει τα Δωδεκάνησα και τη Ρόδο στη κυριαρχία της Αυτοκρατορίας της Νίκαιας. Το 1309 μ.Χ. οι Ιωαννίτες Ιππότες εγκαθίστανται στην Ρόδο. Το τάγμα των ιπποτών έχοντας αποχωρήσει από την Κύπρο, χρησιμοποιούν τη Ρόδο ως στρατιωτική βάση για τα ταξίδια τους στην Ιερουσαλήμ και στους Αγίους τόπους. Οι Ιππότες της Ρόδου βελτίωσαν τα τείχη και τις οχυρώσεις και μεγάλωσαν λίγο την πόλη της Ρόδου, η οποία όμως είναι περίπου 25% μικρότερη από τη Ρόδο κατά την Ελληνιστική εποχή. Το 1522 μ.Χ. η Ρόδος κατακτήθηκε από τους Τούρκους και έπεσε πάλι σε ύφεση. Είχαν προηγηθεί αποτυχημένες πολιορκίες και το 1480.

Οι Ροδιοί στράφηκαν πάλι στην αγροτική ζωή καθώς δεν μπορούσαν να είναι πια έμποροι. Κάθε λίγες δεκαετίες οι Έλληνες προχωρούσαν σε εξεγέρσεις, αλλά το ποθούμενο ήταν μακριά ακόμη. Οι Δωδεκανήσιοι συμμετέχουν ενεργά στην επανάσταση του 1821 και αποκτούν για λίγο την ελευθερία τους, αλλά δυστυχώς παραχωρούνται στην Οθωμανική Αυτοκρατορία με το πρωτόκολλο του Λονδίνου από τις μεγάλες δυνάμεις, σαν αντάλλαγμα για την Εύβοια.

Οι Ιταλοί κατείχαν τη Ρόδο από το 1912. Η Ιταλική κατοχή συνδέθηκε με πάρα πολλά έργα: το υδραγωγείο, την ηλεκτροδότηση του νησιού, το λιμάνι, το ενυδρείο αλλά και ανασυλώσεις στην Παλιά πόλη και στο παλάτι του Μεγάλου Μαγίστρου. Από την άλλη ενώ οι Ιταλοί διατείνονταν ότι θα επιτρέψουν στα Δωδεκάνησα να ενωθούν με την Ελλάδα, στην πραγματικότητα δεν είχαν κανένα τέτοιο σκοπό. Οι Δωδεκανήσιοι δημιουργούν την Πολιτεία του Αιγαίου και διεκδικούν την ένωση με την Ελλάδα. Μία από τις κορυφαίες στιγμές αντίστασης ήταν το αιματηρό Πάσχα του 1919. Το 1920 οι Ιταλοί συμφωνούν να παραχωρηθούν τα Δωδεκάνησα στην Ελλάδα και να παραμείνει η Ρόδος υπό Ιταλική Κατοχή, αλλά εκμεταλλεύονται τη Μικρασιατική καταστροφή του 1922 και πετυχαίνουν να τα

κρατήσουν με τη Συνθήκη της Λοζάνης. Με την άνοδο του φασισμού επιχειρείται και εξιταλισμός των Ελλήνων αλλά χωρίς επιτυχία.

Η Ιταλία κατείχε για σχεδόν τρεις δεκαετίες τα Δωδεκάνησα. Στον Δεύτερο Παγκόσμιο πόλεμο Δωδεκανήσιοι εθελοντές πολεμούν στη Φλώρινα στο Ρίμινι, στο Αλαμίν και αλλού. Ο ανθυπολοχαγός Αλέξανδρος Διάκος είναι ο πρώτος Έλληνας που έπεσε πολεμώντας στον λόφο της Τσούκας και οροσειρά την Πίνδου. Με τη λήξη του Δεύτερου Παγκοσμίου πολέμου ο Γερμανός στρατηγός Wagener υπέγραψε στις 8 Μαΐου 1945 την άνευ όρων παράδοση των Δωδεκανήσων στους Βρετανούς και στον Συνταγματάρχη Χριστόδουλο Τσιγάντε, διοικητή του Ιερού Λόχου, Στις 31 Μαρτίου 1947 ο Βρετανός Ταξίαρχος A.S Parker υπογράφει την παράδοση των Δωδεκανήσων στην Ελληνική Στρατιωτική Διοίκηση υπό τον Αντιναύαρχο Περικλή Ιωαννίδη και το 1948 έγινε επίσημα η ένωση με την Ελλάδα. Ο Έλληνας στρατιωτικός διοικητής της Ρόδου είχε ανακηρύξει το παλάτι του Μεγάλου Μαγίστρου Ιστορικό μνημείο το 1947. Το 1960 το Ελληνικό υπουργείο πολιτισμού χαρακτήρισε την παλιά πόλη της Ρόδου Μνημείο Πολιτιστικής Κληρονομιάς. Το 1988 η παλιά πόλη της Ρόδου ανακηρύχθηκε Μνημείο Παγκόσμιας Κληρονομιάς της Unesco.

1.7 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΡΟΔΟΥ

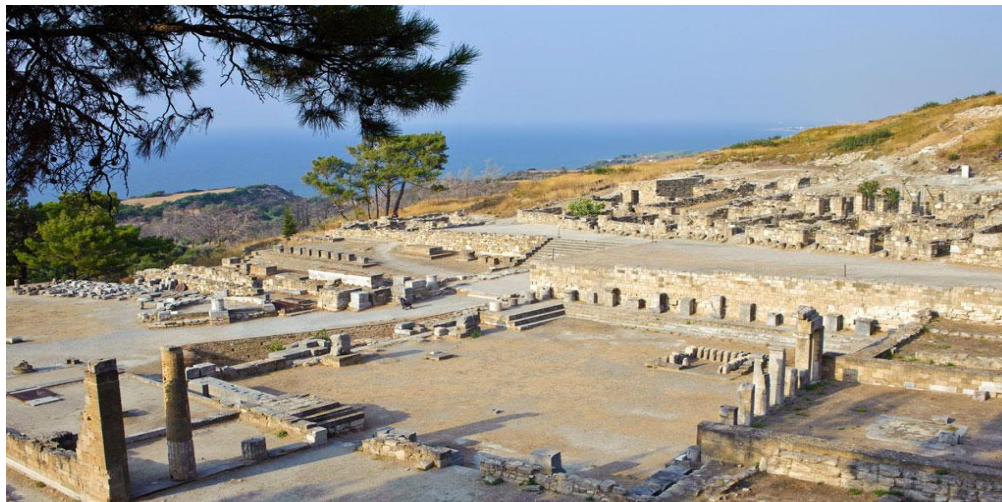
1.7.1 ΠΑΛΙΑ ΠΟΛΗ



Η παλιά πόλη είναι ανεκτίμητη παγκόσμια κληρονομιά καλά διατηρημένη μεσαιωνική πόλη η οποία έχει ενταχθεί στον κατάλογο των πόλεων της

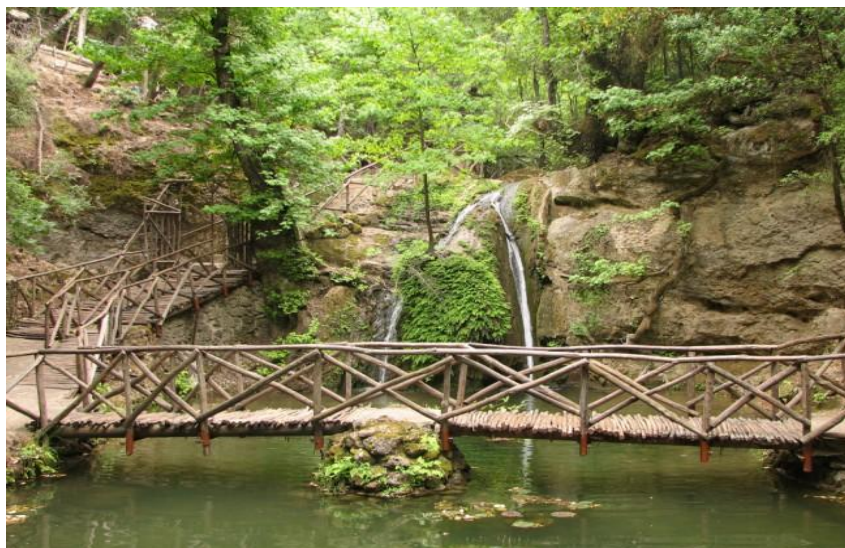
παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς (World Heritage Towns) της UNESCO. Η μεσαιωνική αυτή πόλη είναι το οικόσημο του νησιού όπως επίσης είναι η καλύτερη συντηρημένη μεσαιωνική πόλη του 14^{ου} αιώνα. Είναι ένα μεγάλο αρχιτεκτονικό αριστούργημα με γοτθική, βυζαντινή και οθωμανική επιρροή που ο καθένας μπορεί να θαυμάσει. Η απίστευτη κληρονομιά που άφησαν οι πολιτισμοί που πέρασαν όπως τα αγάλματα, τζαμιά και χαμάμ, μαρμάρινα οικόσημα, το παλάτι του μεγάλου Μαγίστρου, ο πύργος του ρολογιού με την απίστευτη θέα και οι κρήνες είναι από τα πρώτα μέρη που ο κάθε ένας μπορεί να απολαύσει και να ζήσει από κοντά την μεσαιωνική ιστορία. Η είσοδος από μία από της εννιά μεγαλοπρεπείς γοτθικές πύλες είναι μία είσοδος στη βυζαντινή εποχή με της αναρίθμητες εκκλησίες.

1.7.2 ΚΑΜΕΙΡΟΣ



Η αρχαία Κάμειρος είναι χτισμένη αμφιθεατρικά με θέα την θάλασσα και δεν ήταν οχυρωμένη. Αποτελούσε μία από τις σημαντικότερες πόλεις του νησιού στην οποία βρέθηκαν ερειπωμένα σπίτια, η αρχαία αγορά, ένας δωρικός ναός, ερείπια του υδραγωγείου και ερείπια του ναού της Αθηνάς. Η Κάμειρος ιδρύθηκε από τον Ηρακλείδη Τριπόλεμο, ήταν μία από τις τρεις πόλεις - κράτη, και είναι χτισμένη στα βορειοδυτικά παράλια της νήσου.

1.7.3 ΕΠΤΑ ΠΗΓΕΣ



Η Ρόδος διαθέτει έναν παράδεισο με πανύψηλα πεύκα, πλατάνια τα οποία ρίχνουν την θερμοκρασία και προκαλούν δροσιά και μην ξεχνάμε και τα δροσερά τρεχούμενα νερά. Αυτός δεν είναι άλλος από της Επτά πηγές που βρίσκονται σε 30 χιλιόμετρα απόσταση από το κέντρο της Ρόδου. Πήρε το όνομα του από τις φυσικές πηγές που βρίσκονται εκεί.

1.7.4 ΛΙΝΔΟΣ



Φτάνοντας στην περιοχή Λίνδος συναντάς την ατελείωτη θάλασσα με τα καταγάλανα νερά που την περιβάλλει. Είναι ένα υπέροχο τοπίο και μοιάζει σαν ένα βράχο ριγμένο στο πέλαγος που στέκει μόνος λούζεται από τα κύματα και συνδέεται κατά τύχη με την στεριά, την κορυφή καταλαμβάνει ο σπουδαιότερος αρχαιολογικός χώρος του νησιού, η ακρόπολη της Λίνδου. Η ακρόπολη της Λίνδου είναι προσβάσιμη με τα

πόδια ή και με γαϊδούρι και έχει χαρακτηριστεί ως προστατευόμενο μνημείο. Ένα βασικό χαρακτηριστικό την Λίνδου είναι τα λευκά σπίτια που απλώνονται κάτω από την ακρόπολη.

1.7.5 ΚΑΛΛΙΘΕΑ



Είναι δημιούργημα των Ιταλών το 1929. Κυρίως το επισκέπτονταν ασθενείς και επιστήμονες για τα ιαματικά λουτρά του. Ωστόσο υπάρχει και μία καταγάλανη παραλία που μπορεί ο κάθε επισκέπτης να απολαύσει κάνοντας το μπάνιο του.

1.7.6 ΙΑΛΥΣΟΣ



Η Ιαλυσός αποικίστηκε από Μινωίτες και αργότερα από Μυκηναίους. Ερείπια της καθώς και παλαιοχριστιανικά και μεσαιωνικά μνημεία σώζονται στην τοποθεσία της Φιλήρημου.

1.7.7 ΑΚΡΟΠΟΛΗ ΤΗΣ ΡΟΔΟΥ (ΜΟΝΤΕ ΣΜΙΘ)

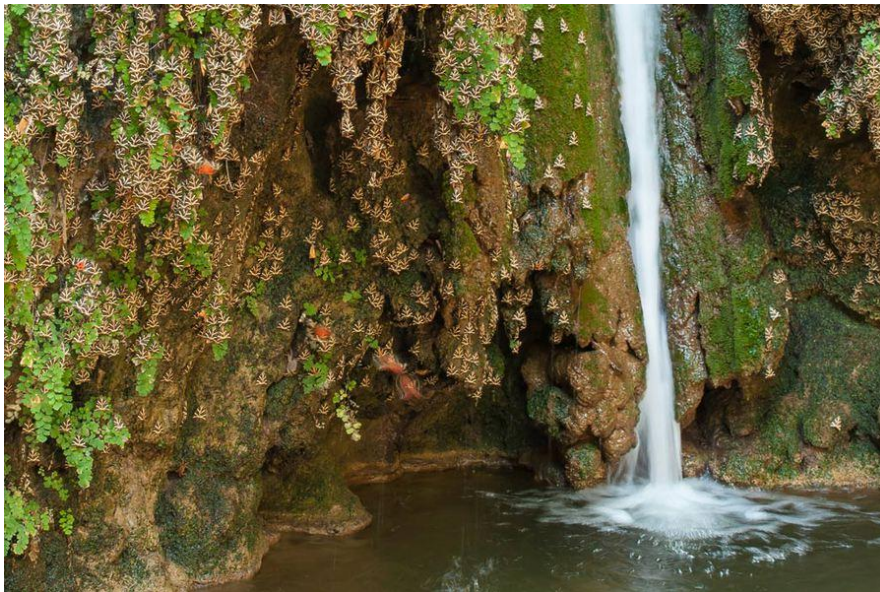


Για όσους είναι εραστές των αρχαιολατρικών περιπάτων μια βόλτα στο Μόντε Σμιθ θα αποτελέσει σίγουρα μια καταληκτική εμπειρία, καθώς στην κορυφή του λόφου δεσπόζουν τα ερείπια της αρχαίας Ακρόπολης της Ρόδου ενώ στη νότια πλευρά του σώζονται τα λείψανα σημαντικών αρχαιοτήτων, μέσα σ' ένα πανέμορφο και κατάφυτο αρχαιολογικό πάρκο. Στο αρχαιολογικό πάρκο, που «φιλοξενείται» μέσα σ' ένα φυσικό βαθούλωμα, διασώζεται το Στάδιο, που είναι γνωστό κι ως Στάδιο του Διαγόρα, ένα έργο της ελληνιστικής περιόδου του 3ου ή 2ου αι. π.Χ., όπου διεξάγονταν οι αθλητικοί αγώνες των Αλίων, της μεγάλης γιορτής των αρχαίων Ροδίων προς τιμήν του θεού Ήλιου.

Το Στάδιο, που έχει ανοικοδομηθεί σε μεγάλο ποσοστό, έχει μήκος 200 μ. και πλάτος 35 μ. Δίπλα ακριβώς στο Στάδιο σώζεται το μικρό μαρμάρινο υπαίθριο Θέατρο όπου δίνονται και σήμερα μουσικές παραστάσεις, όπως και στην αρχαιότητα. Κάποιοι βέβαια πιστεύουν ότι το Θέατρο αποτελούσε τμήμα της περίφημης Ρητορικής Σχολής του Αισχίνη, όπου μαθήτευσαν κορυφαίοι ρήτορες της εποχής όπως ο Ιούλιος Καίσαρας και ο Κικέρωνας παρά ότι χρησίμευε για μουσικές ή θεατρικές παραστάσεις. Τα ελάχιστα αρχαία σπάργανα επέτρεψαν να ανασυσταθεί το σχέδιο του Θεάτρου και να αναστηλωθεί πλήρως με την χρήση λευκού μαρμάρου.

Στην κορυφή του Λόφου, όπου δεσπόζει η Άνω Ακρόπολη της αρχαίας πόλης της Ρόδου διασώζονται ερείπια, όπως τρεις κίονες, από το ναό του Πυθίου Απόλλωνα, προστάτη της πόλης ενώ σώζονται επίσης τμήματα από τους ναούς της Πολιάδας Αθηνάς και του Δία. Ο Λόφος του Μόντε Σμιθ δεσπόζει πάνω από την πόλη της Ρόδου, η οποία είναι αμφιθεατρικά χτισμένη στα πόδια του. Η παλιά ονομασία του είναι Λόφος του Αγίου Στεφάνου κι εδώ βρισκόταν η Άνω Ακρόπολη της αρχαίας Ρόδου. Η Κάτω Ακρόπολη βρισκόταν στη θέση που ορθώνεται σήμερα το Παλάτι των Μεγάλων Μαγίστρων των Ιωαννιτών Ιπποτών ή Καστέλο. Η καλύτερη ώρα για να ανέβει κάποιος στο Λόφο είναι το απόγευμα. Η θέα τόσο προς τη θάλασσα όσο και προς την πόλη είναι μαγευτική ενώ οι ρομαντικοί θα απολαύσουν ένα ανεπανάληπτο ηλιοβασίλεμα.

1.7.8 Η ΚΟΙΛΑΔΑ ΤΩΝ ΠΕΤΑΛΟΥΔΩΝ



Από τα μέσα Ιουνίου έως τα τέλη Σεπτεμβρίου, ένα πολύχρωμο «πεταλουδοσύννεφο» σκεπάζει κυριολεκτικά την όμορφη κοιλάδα. Το διασημότερο ίσως δείγμα φυσικού κάλλους στο νησί της Ρόδου, που αναμφίβολα αξίζει να επισκεφθείτε, είναι η κοιλάδα με τις πεταλούδες. Ένας από τους σπάνιους βιότοπους της Ευρώπης αποτελεί το θερινό καταφύγιο της νυχτοπεταλούδας *Panaxia Quadripunctaria* (Πεταλούδα η Τετραγωνόστικτος), όπως είναι η επιστημονική της ονομασία. Χιλιάδες απλοί επισκέπτες αλλά και ερευνητές έρχονται εδώ για να απολαύσουν και να μελετήσουν

το μοναδικό αυτό φαινόμενο. Οι «πεταλούδες της Ρόδου» ταξιδεύοντας μέσα στη νύχτα με οδηγό τους δρόμους του νερού κατακλύζουν σταδιακά την καταπράσινη περιοχή. Εδώ, οι κλιματολογικές συνθήκες και το φυσικό περιβάλλον προσφέρουν τις ιδανικές συνθήκες για το ζευγάρι και την καλοκαιρινή τους παραμονή.

Το τοπίο είναι πράγματι συγκλονιστικό! Λιμνούλες με νούφαρα, σκιερά μονοπάτια, ξύλινα γεφυράκια, κελαριστά ρυάκια αλλά και μικροί καταρράκτες. Αμέτρητα δέντρα, πλατάνια, κουμαριές, μυρτιές, αγριελιές αλλά και θυμάρι, πικροδάφνες και κισσοί συνθέτουν μια τροπική μαγεία προσφέροντας δροσιά, υγρασία και τροφή στις πεταλούδες.

Στην κοιλάδα, μάλιστα, ευδοκμεί ένα σπάνιο είδος πλατάνου, η υγράμβαρη ή ζητιά στην ύπαρξη της οποίας οφείλεται εν μέρει και το θαυμαστό φαινόμενο της συγκέντρωσης πεταλούδων σε τεράστιο αριθμό, καθ' ότι η βανιλένια αρωματική ρητίνη που ρέει από το φλοιό της φαίνεται ότι «ξετρελαίνει» τις ροδίτικες πεταλούδες.

1.8 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΑΡΝΗΤΙΚΑ ΤΗΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ

Οι παράγοντες που επηρεάζουν αρνητικά την ανταγωνιστικότητα των ξενοδοχειακών βιομηχανιών είναι :

1. Η μείωση σε σταθερές τιμές της τουριστικής δαπάνης των επισκεπτών συνέπεια της συνεχιζόμενης διεθνούς οικονομικής ύφεσης, που ανάγκαζε μια μεγάλη μερίδα της παραδοσιακής ξενοδοχειακής μας πελατείας ,κυρίως τους Άγγλους, να στραφεί σε παραξενοδοχειακά φτηνά καταλύματα με αποτέλεσμα, συναινούσης και της βαθμιαίας συρρίκνωσης της τουριστικής περιόδου, να πέσει η πληρότητα των ξενοδοχειακών μονάδων κατά 8 περίπου ποσοστιαίες μονάδες.
2. Η αύξηση της τουριστικής προσφοράς κατά την τελευταία 5ετία κατά 14% σε ξενοδοχειακές κλίνες, όταν η ζήτηση την αντίστοιχη περίοδο έμεινε σχεδόν στάσιμη. Ο υψηλός πληθωρισμός που έχουμε τα τελευταία χρόνια. Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις σε ένα αρκετά μεγάλο βαθμό αναγκάστηκαν να επωμισθούν και το τέλος των αεροδρομίων που τόσο επηρέασε την τουριστική ζήτηση, αφού οι οργανωτές ταξιδιών αρνούνται να το αποδεχτούν (Λογοθέτης, 2004).

3. Η στασιμότητα της τουριστικής κίνησης η οποία τα τελευταία 5 χρόνια όλο και χειροτερεύει.

1.9 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ

Η εποχικότητα αποτελεί το μεγαλύτερο πρόβλημα του τουρισμού στην Ελλάδα, πρόκειται για ζήτημα που σύμφωνα με τον πρόεδρο του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδας κ. Τσακίρης «υπονομεύει τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων». Ο κ. Τσακίρης τόνισε ότι καμιά επιχείρηση, όσο επιτυχημένη και να είναι η εκμετάλλευσή της δεν μπορεί να επιβιώσει 12 μήνες, δουλεύοντας τους 3 με 4 από αυτούς.

Το γεγονός ότι περίπου το 50% των επισκεπτών έρχεται στη χώρα μας μέσα στο τρίμηνο Ιούνιος-Αύγουστος φανερώνει πόσο σημαντικές συνέπειες έχει για την ανταγωνιστικότητα του τουρισμού μας, μια και επηρεάζει αρνητικά το κόστος και την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών. Τα κυριότερα προβλήματα που απορρέουν από την υψηλή εποχικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, αποτελούν :

- Η χαμηλότερη απόδοση των επενδυμένων κεφαλαίων στον τουρισμό και τα σημαντικά διαφεύγοντα κέρδη για τις τουριστικές επιχειρήσεις
- Η ποιοτική βελτίωση του εργατικού δυναμικού προσκρούει σημαντικά στην εποχικότητα της λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων.
- Η υποβάθμιση του περιβάλλοντος από την εντατική χρήση του φυσικού πλούτου που επιβαρύνει τις μελλοντικές γενιές, αφού θα χρειαστεί υψηλότερο κόστος αποκατάστασης με ταυτόχρονα μικρότερη απόδοση των πόρων αυτών.
- Η υποδομή πρόσβασης των τουριστών (αεροδρόμια, δρόμοι, δημόσιες υπηρεσίες) αποδεικνύεται ανεπαρκής.

Το σύνολο των προβλημάτων αυτών είναι φανερό ότι επιβαρύνει έντονα την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού στο σύνολο του, επιδεινώνοντας την ήδη βεβαρημένη κατάσταση του κατά τα τελευταία χρόνια, και μάλιστα σε σχέση με τις «κλασικές» αλλά και νέες ανταγωνίστριες χώρες.

1.10 ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΡΟΔΟ

Την τελευταία πενταετία ένα ποσοστό του αλλοδαπού τουρισμού που σταθερά ξεπερνά το 50% συγκεντρώνεται στο τρίμηνο της τουριστικής αιχμής που είναι από τον Ιούλιο μέχρι και το Σεπτέμβριο. Αυτό μάλιστα συνοδεύεται και με παράλληλη μείωση του μέσου όρου ημερών διαμονής. Συγκεκριμένα οι μήνες της τουριστικής αιχμής συγκεντρώνουν μέσο ετήσιο ποσοστό 55,6% με αυξητικές τάσεις ενώ οι υπόλοιποι μήνες συγκεντρώνουν το 43,8% από το οποίο ο Απρίλιος συμμετέχει με ποσοστό κάτω του 5%. Ο Απρίλιος έχει χαθεί σχεδόν για τη Ρόδο και η όποια κίνηση παρουσιάζει, οφείλεται στο μαθητικό τουρισμό και στον τουρισμό των εορτών του 16 Πάσχα των καθολικών, αφού τα τελευταία χρόνια τα θερινά προγράμματα των οργανωτών ταξιδιών αρχίζουν μια εβδομάδα πριν το Πάσχα, ενώ μεγάλοι αγγλικοί οργανισμοί θεωρούν τον Απρίλιο ότι ανήκει στους χειμερινούς μήνες από πλευράς κατάρτισης προγραμμάτων.

1.10.1 ΣΥΣΤΗΜΑ ALL INCLUSIVE

Με βραχιολάκια επιχειρούν να δέσουν τους ξένους και τους Έλληνες τουρίστες όλο και περισσότεροι ξενοδόχοι, γνωρίζοντας από την αρχή πόσο ακριβώς θα πληρώσουν. Τα ξενοδοχεία τεσσάρων και πέντε αστέρων που λειτουργούν πλέον με το σύστημα all inclusive, κυρίως στην Κρήτη, Ρόδο, τη Χαλκιδική, τις Κυκλάδες και τα νησιά του Ιονίου, ξεπερνούν τα 1.500, σε σύνολο 6.000 μονάδων σε όλη την Ελλάδα. Με τιμές που κυμαίνονται από 25 έως 100 ευρώ το άτομο ανά ημέρα, ο επισκέπτης απολαμβάνει μέσα στο ξενοδοχείο του πολλές ανέσεις συμπεριλαμβανομένων όλων των γευμάτων του, των ποτών, των καφέδων-αναψυκτικών, ακόμα και των σνακ που θα καταναλώσει. Με το σύστημα all inclusive προκλήθηκαν προβλήματα στις επιχειρήσεις με αποτέλεσμα να βάλουν λουκέτο πολλές από αυτές.

Σε αποκαλυπτικές διαπιστώσεις σχετικά με τις αρνητικές επιπτώσεις που προκαλεί η εφαρμογή του συστήματος all inclusive, διαπιστώνει το Διεθνές Συμβούλιο για την Ηθική και την Αειφορία στον Τουρισμό, που έχει έδρα τον Λονδίνο και παραρτήματα σε όλο τον κόσμο. Στην τελευταία έκθεση του παρουσίασε μεγάλη έρευνα όπου αποδεικνύει ότι με την εφαρμογή του all inclusive προκλήθηκαν πολλά προβλήματα. Οι επιπτώσεις στις τοπικές επιχειρήσεις, στους εργαζόμενους και

στην οικονομία του προορισμού φαίνονται από τα αποτελέσματα του διεθνές συμβουλίου:

1. Η υψηλή εξάρτηση στον τουρισμό σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις και οι πράκτορες εξαρτώνται απολύτως από τους τουριστικούς οργανισμούς και η σχέση αυτή είναι άνιση. Το συμβούλιο του τουρισμού έχει λάβει αρκετές αναφορές περί απογοήτευσης και καταστροφής από ξενοδόχους και δημάρχους της. Στις αναφορές αυτές περιγράφουν πόσο πιέζονται από τους τουριστικούς οργανισμούς για να κάνουν τα ξενοδοχεία τους σε all inclusive.
2. Οι υπόλοιπες τοπικές επιχειρήσεις, όπως είναι εστιατόρια, καταστήματα, τα μικρά καταλύματα είναι στο σύνολο τους καταδικασμένα. Σε πολλές περιοχές της Ελλάδας είναι αμέτρητες οι επιχειρήσεις που αναγκάστηκαν να κλείσουν καθώς το σύστημα κρεβάτι – πρωινό (bed-breakfast) δεν βρίσκονται πλέον στην επιλογή των τουριστών. Ντόπιοι επιχειρηματίες από την Γκάμπια μέχρι την Κένυα, από την Ισπανία μέχρι την Κρήτη και την Ρόδο, από την Σάντα Λούτσια μέχρι την Τζαμάικα διαπιστώνουν με παράπονο ότι είναι αδύνατον να κρατήσουν τις δραστηριότητες τους καθώς οι τουρίστες που εξέρχονται από τα ξενοδοχεία είναι ελάχιστοι.
3. Η συνολική έρευνα έγινε σε ξενοδοχεία που εφαρμόζουν το σύστημα all inclusive σε πέντε διαφορετικούς προορισμούς. Τα αποτελέσματα δείχνουν σε όλες τις περιοχές αποτυχία στην αναγνώριση των εργασιακών δικαιωμάτων των ξενοδοχοϋπαλλήλων. Οι εργαζόμενοι βρίσκονται υπό διαρκεί πίεση, χωρίς περιθώριο κάποιας εκπαίδευσης για εξέλιξη τους και χωρίς να τους αναγνωρίζονται και να αμείβονται οι υπερωρίες που κάνουν. Τα φιλοδορήματα μέσου του μοντέλου αυτού είναι ελάχιστα, οι αμοιβές περιορισμένες και έτσι οι υπάλληλοι αδυνατούν να συντηρήσουν τις οικογένειες τους.
4. Μια ανάλυση που έγινε σε ξενοδοχείο all inclusive στην περιοχή Φετιγιέ της Τουρκίας αποκάλυψε ότι μόνο το 10% των εσόδων από το τουριστικό ρεύμα κατέληξε προς την τοπική οικονομία της πόλης και ακόμα μικρότερο ήταν το ποσοστό των χρημάτων που κατέληξε στην ευρύτερη περιοχή.
5. Ο ανταγωνισμός μεταξύ των τουριστικών οργανισμών είναι τόσο έντονος, ώστε το αποτέλεσμα του καταλήγει σε πιέσεις στη βάση της επιχειρηματικής αλυσίδας. Αυτό σημαίνει ότι στο τέλος ο ξενοδόχος αμείβεται ελάχιστα για

κάθε δωμάτιο που έρχεται η στιγμή που αδυνατεί να πληρώσει ακόμα και το προσωπικό του. Από Ένωση ξενοδόχων μιας περιοχής της Τουρκίας λάβαμε αναφορά ότι ξενοδόχοι εισπράττουν μόνο 20€ για κάθε βράδυ, για κάθε άτομο all inclusive. Πως μπορεί αυτό να είναι βιώσιμο;

Όλα αυτά οδηγούν σε οικονομικά αδύναμες τοπικές επιχειρήσεις και αυτό με την σειρά του οδηγεί σε αρνητικές συμπεριφορές που μπορεί να μην είναι χαρακτηριστικό γνώρισμα μιας περιοχής. Όλο αυτό δημιουργεί στον τουρίστα μια εσφαλμένη εικόνα για τον προορισμό και αυτό θα έχει μακροχρόνια αρνητικές επιπτώσεις.

1.11 Ο ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΡΟΔΟΥ

Η Ρόδος λόγω της συγκεντρωτικότητας του ξενοδοχειακού της δυναμικού στη πόλη, διαθέτει βασικές προϋποθέσεις όπως κλίμα φυσικό και τουριστικό περιβάλλον, ξενοδοχεία κ.ά. για ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού, όμως υστερούν στις ειδικές τουριστικές υποδομές και στην οργάνωση, που ευνοούν τη διαμόρφωση ειδικών χειμερινών τουριστικών προϊόντων, που να απευθύνονται σε συγκεκριμένες καταναλωτικές ομάδες. Η αντιμετώπιση των αδυναμιών αυτών, που θα οδηγήσει στη δημιουργία τουριστικών προϊόντων ελκυστικών και ανταγωνιστικών, είναι βέβαιο ότι θα προκαλέσει το ενδιαφέρον των tour operators να συμπεριλάβουν τους προορισμούς αυτούς στα χειμερινά προγράμματα. Η μέχρι τώρα εμπειρία έχει αποδείξει ότι ο τουρισμός με τη σύμπραξη των tour operators, αποτελεί μονόδρομο για την ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού σε ανεπτυγμένες τουριστικές περιοχές, που σήμερα τους χειμερινούς μήνες δέχονται 1,5%-2% αλλοδαπού τουρισμού. Μια αύξηση της τάξης του 5% στη περίπτωση της Ρόδου θα φέρει 50000 παραπάνω τουρίστες τους 5 μήνες του χειμώνα (Λογοθέτης, 2004).

1.12 ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΜΕΤΡΑ

A) ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ

Η τουριστική εποχικότητα είναι ένα πρόβλημα που υπάρχει και όσο περνάει ο καιρός γίνεται όλο και πιο αισθητό με τις επιπτώσεις που προκαλεί σε ολόκληρο τον

τουριστικό κλάδο. Είναι ένας λόγος για να συνειδητοποιήσουμε όλοι την σοβαρότητα της κατάστασης και να κινητοποιηθεί όλο το τουριστικό κύκλωμα για τον προγραμματισμό της υλοποίησης των κατάλληλων πολιτικών δράσεων. Έτσι όσο περνάει ο καιρός θα ελαττωθεί η εποχικότητα με στόχο την ανάπτυξη του τουρισμού.

B) ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ

Ο τουρισμός είναι μία αγορά που προσφέρει σε πολύ μεγάλο βαθμό στο ΑΕΠ, αυτό αποτελεί οικονομικό ατόπημα η μη διενέργεια στη χώρα μας με την ευθύνη του κράτους. Μέσο της διαφήμισης η Ελλάδα προσπαθεί να προβάλλει την ομορφιά της και με αυτό τον τρόπο να προσελκύσει όλο και περισσότερους τουρίστες, με αποτέλεσμα να δαπανά ένα τεράστιο ποσό μη γνωρίζοντας αν θα της επιστραφούν ποτέ. Αν το κράτος και ειδικότερα το υπουργείο τουριστικής ανάπτυξης δεν κάνει σωστή έρευνα αγοράς για να εντοπίσει που υπάρχει πρόβλημα, τότε το all inclusive θα αυξάνεται όλο και περισσότερο και η αγορά θα αφανιστεί. Όπως είπαμε και πριν η τουριστική αγορά προσφέρει πολύ στο ΑΕΠ της χώρας μας και αν δεν γίνει κάποια ενέργεια άμεσα, όσες τοπικές επιχειρήσεις κατάφεραν να παραμείνουν ζωντανές θα βάλουν λουκέτο και αυτές με αποτέλεσμα την ολική καταστροφή της Ελλάδας.

Γ) TOUR OPERATORS

Η καλύτερη ερμηνεία του tour operator είναι «διαμεσολαβητής για την ολοκλήρωση ενός τουριστικού ταξιδιού». Ωστόσο ο ρόλος αυτός περιορίζει κατά πολύ τη σημερινή εικόνα ενός μεγάλου τουριστικού οργανισμού, που ασχολείται με τη διανομή του τουριστικού προϊόντος. Ένας τουριστικός οργανισμός σήμερα όχι απλώς διαμεσολαβεί, αλλά πολλές φορές δημιουργεί ο ίδιος αγορές, στις οποίες προσανατολίζει τον τουρίστα, έχοντας σε άλλες περιπτώσεις υπό τον έλεγχο ή την κυριότητα του και τα μέσα μεταφοράς και τα καταλύματα για τους τουρίστες. Ο tour operator για να επιβιώσει σήμερα, χρειάζεται γραφεία, διαφήμιση, προβολή, καταλύματα, προορισμούς και ένα σωρό άλλες υπηρεσίες και υποδομές, που θα επιτρέψουν να κατακτήσει ένα κομμάτι της τουριστικής αγοράς. Η απελευθέρωση

των αγορών και η παγκοσμιοποίηση επιτρέπουν σήμερα ευκολότερα σε ένα tour operator να εξελιχθεί σε γιγαντιαίο οργανισμό.

Παρακολουθώντας την τάση αυτή θα διαπιστώσουμε ότι επιδρά σε ολόκληρο το τουριστικό προϊόν, με όσες επικίνδυνες επιπτώσεις μπορεί αυτό να συνεπάγεται. Για την Ελλάδα το φαινόμενο καθίσταται ιδιαιτέρως ανησυχητικό αν σκεφτούμε ότι οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της χώρας, σε ποσοστό που ξεπερνάει το 90% είναι μικρομεσαίου μεγέθους, με συνέπεια να καθίστανται εντελώς αδύναμες όταν διαπραγματεύονται με οικονομικούς γίγαντες, οι οποίοι έχουν υπερπολλαπλάσια δύναμη και λιγότερες απαιτήσεις, προκειμένου να καταφέρει να διαπραγματευτεί καλύτερους όρους και καλύτερες τιμές. Οι tour operators είναι βέβαιοι ότι μας είναι απαραίτητοι.

Χωρίς αυτούς οι αφίξεις θα ήταν λιγότερες και η αγορά του τουρισμού πιο φτωχιά. Εκείνο που έχει σημασία για τη χώρα μας είναι να βρεθεί ο τρόπος που θα βοηθηθούν καλύτερα οι ξενοδόχοι μας, ώστε να κερδίζουν περισσότερα από τη θετική λειτουργία των τουριστικών οίκων και να χάνουν λιγότερα από την τάση των tour operators για καθετοποίηση της αγοράς και διαρκώς περισσότερα κέρδη για τους ίδιους. Η ενίσχυση των δυνατοτήτων για να έρχονται στη χώρα περισσότεροι τουρίστες μέσω του διαδικτύου και η ενίσχυση των προοπτικών για δημιουργία συνεταιρισμών ξενοδόχων με κοινή νομική αντιπροσώπευση, κοινή δράση στις πωλήσεις κλινών ή στην αγορά προϊόντων είναι βέβαιο ότι θα ήταν μια προοπτική που πρέπει να εξεταστεί.

Δ) ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Η διαφήμιση και η προβολή είναι ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες προώθησης του τουρισμού στη Ρόδο αρκεί να γίνεται σωστά. Όσο πιο ελκυστικό πρόσωπο εμφανίζει η πόλη στο εξωτερικό τόσο ευκολότερα θα προσελκύσει επενδυτές, τόσο ευκολότερα θα υπάρξει ενδιαφέρον για τον πολιτισμό και την ιστορία και βεβαίως τόσο ευκολότερα θα έρθει να μας επισκεφθεί και ο αλλοδαπός τουρίστας. Η προβολή και η διαφήμιση για κάθε περιοχή είναι υπόθεση του καθενός αρκεί να γίνεται σωστά και με επαγγελματισμό. Από εκεί και πέρα έρχεται το κεφάλαιο της εξειδικευμένης προβολής και διαφήμισης που θα πρέπει να γίνεται μόνο μετά από έρευνα αγοράς. Μετά την έρευνα θα μπορούμε να έχουμε ξεκάθαρους στόχους, θα καταφέρουμε να δούμε τι μας συμβαίνει καλύτερα και θα αντιληφθούμε

ποιες αγορές έχουν ενδιαφέρον και με ποιόν τρόπο και τι τμήμα τους θα διεκδικήσουμε.

1.13 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

Πολύ πριν ακόμα ξεσπάσει η παγκόσμια οικονομική κρίση, ο ελληνικός τουρισμός είχε ήδη έντονα σημεία παθογένειας με σοβαρά διαρθρωτικά προβλήματα που σταδιακά τον οδηγούσαν σε απώλεια του ανταγωνιστικού του πλεονεκτήματος από άποψη σχέσης αξίας-τιμής (value for money), συγκριτικά με τους νέους ανταγωνιστές στην περιοχή της Ανατολικής Μεσογείου που, για το ίδιο μαζικό παραθεριστικό (και κατά συνέπεια εποχικό) τουριστικό προϊόν, έχουν πολύ χαμηλότερο κόστος παραγωγής και πολύ χαμηλότερη τιμή.

Εμφανή συμπτώματα αυτής της παθογένειας είναι η συρρίκνωση της τουριστικής περιόδου, η μείωση της διαπραγματευτικής μας ικανότητας - που εκδηλώνεται με φαινόμενα όπως οι στάσιμες ή μειούμενες τιμές - η αυξανόμενη τάση για συμβόλαια «all inclusive» αλλά και η σταθερή υποβάθμιση του οικονομικού και κοινωνικού προφίλ του μέσου τουρίστα.

Ένα πρόσθετο πρόβλημα είναι η υποτίμηση των νομισμάτων πολλών από τις χώρες-μέλη της Ε.Ε, εκτός Ευρωζώνης και της Ανατολικής Ευρώπης καθώς και των ανταγωνιστών της Ελλάδας στην Ανατολική Μεσόγειο. Αυτό κάνει ακριβό το τουριστικό προϊόν της χώρας για τους πελάτες απ' αυτές τις χώρες και φθηνότερο το προϊόν των ανταγωνιστών. Ακόμη το συνολικό πακέτο των τουριστικών υπηρεσιών της χώρας επιβαρύνεται από μια σειρά από φόρους και τέλη που συνιστούν στην ουσία και αυτά φορολογία, αφού έχουν απωλέσει εδώ και χρόνια τον χαρακτήρα της ανταποδοτικότητας, δημιουργώντας ένα υψηλό δείκτη φορολογικών επιβαρύνσεων σε σχέση με τις ανταγωνίστριες χώρες.

Αξιοσημείωτο πρόβλημα αποτελούν τα υψηλά τέλη χρήσης των υπηρεσιών του αεροδρομίου «Ελευθέριος Βενιζέλος» αλλά και τα τέλη εκσυγχρονισμού του. Επιπλέον κύριο και βασικό πρόβλημα αποτελεί η ελλιπής πληροφόρηση για την τουριστική κίνηση καθώς τα στατιστικά στοιχεία δεν συλλέγονται και δεν αξιοποιούνται έγκαιρα με αποτέλεσμα την μη έγκαιρη παρουσίαση των αποτελεσμάτων και την αντιμετώπιση τους. Ένας ακόμη παράγων που οφείλουμε να λάβουμε υπόψη είναι ότι η ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών παρουσιάζει εξαιρετικά μεγάλη εισοδηματική ελαστικότητα και οι δαπάνες για τουριστικές υπηρεσίες δεν

αποτελούν την πρώτη προτεραιότητα διάθεσης του «διακριτικού» εισοδήματος (Σκουλάς, 2009). Μείζων πρόβλημα αποτελεί η έλλειψη οργανωμένων υποδομών φιλοξενίας σε εισόδους αρχαιολογικών χώρων και μουσείων όπως οι καντίνες και τα μικρό -καταστήματα πώλησης αναμνηστικών αντικειμένων, που λειτουργούν στεγαζόμενα σε πρόχειρες κατασκευές από λαμαρίνα ή παλαιά τροχόσπιτα, προκαλώντας μια δυσάρεστη αντίθεση στην εικόνα των χώρων που επισκέπτονται οι τουρίστες.

Ένα σημαντικό πρόβλημα επιπλέον αποτελεί το χαμηλό ποιοτικό κέντρο βάρους των καταλυμάτων και υπηρεσιών που προσφέρει η χώρα. Επιπροσθέτως δεν αξιοποιήθηκε το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για το μοναδικό φυσικό και πολιτιστικό πλούτο που διαθέτει η χώρα μας¹³. Παρόλο που η Ελλάδα διαθέτει πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, καλές τουριστικές υποδομές, το κράτος δίνει υψηλή προτεραιότητα στον τομέα του τουρισμού, υπάρχει μια σειρά από σοβαρούς ανασταλτικούς παράγοντες, που εμποδίζουν την επιχειρηματικότητα στη χώρα.

Το αυστηρό ρυθμιστικό περιβάλλον, τα εμπόδια στην ανάληψη ξένων επενδύσεων και οι περιορισμοί στην απόκτηση ιδιοκτησίας από ξένους αποτελούν τους ανασταλτικούς παράγοντες για την ανάπτυξη επιχειρηματικότητας στον τουρισμό στην Ελλάδα. Επιπλέον υστερεί σε σημαντικό βαθμό στη διαχείριση των πόρων του φυσικού περιβάλλοντος. Στον τομέα των υποδομών μεταφορών και τεχνολογιών πληροφορικής η Ελλάδα υστερεί σημαντικά, καθώς οι οδικοί άξονες χρειάζονται βελτίωση και οι αεροπορικές μεταφορές αναβάθμιση. Τέλος, οι ανθρώπινοι πόροι, που απασχολούνται στον τουρισμό, δεν έχουν την κατάλληλη εκπαίδευση και δεν επιμορφώνονται για να ανταποκριθούν στις υψηλές απαιτήσεις του έντονου ανταγωνισμού που επικρατεί διεθνώς (ΙΤΕΠ, 2010).

1.14 Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΗΣ ΡΟΔΟΥ.

Σε ένα νησί όπως η Ρόδος, όπου η κύρια οικονομική δραστηριότητά του είναι ο τουρισμός, είναι ιδιαίτερα ευάλωτο στα αποτελέσματα της οικονομικής κατάστασης που έχει διαμορφωθεί. Η δραματική μείωση της τουριστικής επιχειρηματικής δραστηριότητας, η έλλειψη ρευστότητας, η άνοδος του all inclusive, η αδυναμία ανταπόκρισης σε ταμειακές, φορολογικές και ασφαλιστικές υποχρεώσεις, η μεγάλη

μείωση της οικοδομικής δραστηριότητας, ο στραγγαλισμός των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, η ανεργία, η υπερχρέωση νοικοκυριών και επιχειρήσεων, είναι τα βασικά χαρακτηριστικά της κρίσης που έχουν δημιουργήσει ένα φαύλο κύκλο για την τοπική οικονομία, από τον οποίο κανένας δεν μπορεί να εκτιμήσει μετά βεβαιότητας πόσο θα διαρκέσει και πόσο ακόμη θα ενταθεί.

Πριν ξεσπάσει η πανελλήνια οικονομική κρίση το νησί τουλάχιστον 5 χρόνια πριν, αντιμετώπιζε μία εξίσου μεγάλη κρίση το all inclusive το οποίο είχε φέρει την μείωση του τζίρου των επιχειρήσεων που φτάνει σε πολλές περιπτώσεις το 40% έως το 2009, υπάρχει μεγάλη άγνοια γιατί κάποιος δεν ασχολήθηκε ποτέ σοβαρά για το τι είναι το all inclusive και τι αποτέλεσμα είχε. Μετά μπαίνουμε στο 2010 όπου ο προσθέτονται και αυξάνονται φόροι, μηδενίζεται το αφορολόγητο στους ελεύθερους επαγγελματίες, μειώνονται οι μισθοί και οι επιχειρήσεις του νησιού καλούνται να αντιμετωπίσουν δύο διαφορετικές κρίσεις φτάνοντας έτσι στο 80% μείωση του τζίρου της επιχειρήσεις.

Ένα παράδειγμα που έδωσε το οικονομικό επιμελητήριο στις 4/10/2016:

- Π.χ. ένας ελεύθερος επαγγελματίας με ετήσιο καθαρό κέρδος 24.000€.
 1. Ετήσιες ασφαλιστικές εισφορές (26,95%) 6.468,00€.
 2. Φόρος εισοδήματος 3.857,04€.
 3. Προκαταβολή φόρου (100%) 3.857,04€.
 4. Τέλος επιτηδεύματος 650,00€.
 5. Εισφορά αλληλεγγύης (5%) 121,68€.

Το τελικό εναπομείναν ετήσιο εισόδημα 9.046,24€.

Ποσοστό εισοδήματος που μένει έναντι αρχικού 37,69%.

Περίπου το 65% του εισοδήματος καταλήγουν σε εφορία και ασφαλιστικά ταμεία.

Ένα ακόμα παράδειγμα από φοροτεχνικούς που δημοσιεύτηκε στις 4/10/2016:

- Π.χ. Έστω ότι εκδίδεται απόδειξη 100 ευρώ, πλέον ΦΠΑ 24%. Σύνολο: 124 ευρώ.

Για καθαρά κέρδη έως 20.000 ευρώ ο επιχειρηματίας θα πληρώσει:

 - α) Ασφαλιστικές εισφορές->**26,95 ευρώ.**
 - β) Φόρο Εισοδήματος->**22,00 ευρώ.**

γ) Εισφορά αλληλεγγύης-> **2,2 ευρώ.**

δ) Προκαταβολή Φόρου->**22,00 ευρώ.**

Το υπόλοιπο ανέρχεται στα **26,85** ευρώ. Ποσό με το οποίο καλείται να ζήσει, είτε το έχει εισπράξει, είτε όχι. Αυτό σημαίνει πως για κάθε 100 ευρώ που εισπράττει θα πρέπει να πληρώσει στο κράτος τα **73,15** ευρώ για να καλύψει φόρους και ασφαλιστικές εισφορές. Το ποσό αυτό «ανεβαίνει» βεβαίως, αν τα κέρδη αυξάνονται.

Με όλα τα παραπάνω το κράτος είχε σαν αποτέλεσμα να λαμβάνει λιγότερο ΦΠΑ και σε πολλές περιπτώσεις την μη απόδοση του, όλο αυτό δεν προβλημάτισε κανέναν και απλά το ονόμασαν φοροδιαφυγή. Αν στα υφιστάμενα προβλήματα προσθέσει κανείς και την «παραλυτική» γραφειοκρατία, ακόμη και ένα παιδί μπορεί να καταλάβει ότι με τον τρόπο αυτόν η μόνη «ανάπτυξη» που θα γνωρίσει η Ελλάδα είναι αυτή της φοροδιαφυγής, φοροαποφυγής αλλά και λουκέτων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σε αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζεται η μεθοδολογία που επιλέχτηκε να ακολουθηθεί στην υπάρχουσα έρευνα, με αυτόν τον τρόπο να αξιολογηθεί και να μετρηθεί η τουριστική κίνηση στο νησί της Ρόδου και επίσης να δούμε πόσο πολύ έχει επηρεάσει η κρίση της τουριστικές επιχειρήσεις. Αναλυτικά:

- Αρχικά παρουσιάζεται η διαδικασία σχεδιασμού της έρευνας.
- Στην συνέχεια επιδεικνύεται ο τρόπος με τον οποίο πραγματοποιήθηκε ο σχεδιασμός των ερωτηματολογίων.
- Κατόπιν ακολουθεί μία παράθεση στη μέθοδο συλλογής των εμπειρικών δεδομένων.
- Τέλος, γίνεται αναλυτικότερα η περιγραφή των μεθόδων που χρησιμοποιήθηκαν για την ανάλυση των εμπειρικών δεδομένων.

2.2 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Σκοπός της έρευνας είναι να διερευνήσουμε πιο βαθιά την υπάρχουσα κρίση και να καταγράψουμε τις επιπτώσεις της τρέχουσας οικονομικής κρίσης στις τουριστικές επιχειρήσεις της Ρόδου συμπεριλαμβανομένου και τις ξενοδοχειακές μονάδες. Όπως επίσης ένα δεύτερο κομμάτι που θα διερευνηθεί είναι το all inclusive και κατά πόσο αυτό έχει επηρεάσει όλες τις τουριστικές επιχειρήσεις. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε μέσο δημοσκόπησης στην όποια συμπεριλαμβάνεται και η δειγματοληψία, τον σχεδιασμό των ερωτηματολογίων, την συμπλήρωση των ερωτηματολογίων και την ανάλυση των δεδομένων. Για την διεξαγωγή αυτής της έρευνας τέθηκαν ορισμένοι στόχοι:

- Η καταγραφή της εθνικότητας του τουρίστα.
- Η παρουσίαση των λόγων επιλογής του νησιού ως τουριστικό προορισμό.
- Ο προσδιορισμός της αγοραστικής κίνησης του νησιού.
- Η μέτρηση του ποσοστού επίδρασης της οικονομικής κρίσης στην τουριστική κίνηση του νησιού.
- Την οικονομική κατάσταση του τουρίστα.

Πρώτο βήμα δημοσκόπησης:

Ξεκινάμε από την δειγματοληψία διαλέγοντας του ερωτώμενους από τους όποιους θα συλλέξουμε τα στοιχεία. Θα δώσουμε βάση σε δύο ειδών ερωτηματολόγια. Το ένα θα συμπληρωθεί αποκλειστικά και μόνο από τις επιχειρήσεις και το άλλο θα συμπληρωθεί από τους τουρίστες. Αυτό γίνεται για μεγαλύτερη ακρίβεια σε ότι αφορά τα αποτελέσματα της έρευνας.

Δεύτερο βήμα δημοσκόπησης:

Σε αυτήν την φάση θα κοιτάζουμε με προσοχή πως θα συντάξουμε τα ερωτηματολόγια καθώς είναι ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες για την ποιότητα των στοιχείων που θα επιλεχθούν. Τα ερωτηματολόγια πρέπει να είναι σύντομα για να μπορούν όλοι να απαντήσουν. Πριν προχωρήσουμε στον σχεδιασμό των ερωτηματολογίων θα πρέπει να απαντήσουμε στις παρακάτω ερωτήσεις ούτως ώστε να γίνει πιο οργανωμένη έρευνα. Τα ερωτήματα λοιπόν είναι:

- ✓ Ποια θα είναι η διατύπωση των ερωτήσεων;
- ✓ Ποιο θα είναι το περιεχόμενο των ερωτήσεων;
- ✓ Με ποια σειρά θα μουν οι ερωτήσεις;
- ✓ Τι είδους πληροφορίες πρέπει να συλλεχτούν;
- ✓ Με ποια μέθοδο πρέπει να συλλεχτούν;

Τρίτο βήμα δημοσκόπησης:

Ο τρόπος συμπλήρωσης του θα είναι το τρίτο βήμα. Δηλαδή η συνέντευξη και η συμπλήρωση ερωτηματολογίων θα γίνεται πρόσωπο με πρόσωπο. Ο ερευνητής θα μπαίνει στο κατάστημα οποιουδήποτε ελεύθερου επαγγελματία εκείνη την στιγμή και θα συμπληρώνουν το ερωτηματολόγιο. Επιλέξαμε το πρόσωπο με πρόσωπο για πολλούς λόγους. Ένας από αυτούς είναι ότι μπορεί να θέλουν οποιαδήποτε διευκρίνιση σε κάποια ερώτηση έτσι ούτως ώστε να μπορούν να δοθούν σαφέστατες απαντήσεις.

2.3 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ

Για τον σχεδιασμό των ερωτηματολογίων επιλέχθηκαν απλοί όροι και λέξεις έτσι ώστε να είναι πιο κατανοητό και απλό στον οποιοδήποτε και ο χρόνος συμπλήρωσης να μην ξεπερνάει τα πέντε λεπτά.

2.3.1 ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Το ερωτηματολόγιο που δόθηκε στους ελεύθερους επαγγελματίες διακρίνεται σε 3 μέρη και σύνολο ερωτήσεων 20.

A) Το πρώτο μέρος είχε να κάνει με δημογραφικά στοιχεία δηλαδή την περιοχή του καταστήματος το οποίο πολλοί δεν μου το απάντησαν, την ηλικία, την οικογενειακή κατάσταση και το είδος καταστήματος. Επίσης υπάρχουν δύο ακόμα ερωτήσεις κλείνοντας το πρώτο μέρος που είχε να κάνει για άνεργους στο οικογενειακό τους περιβάλλον και πόσα άτομα απασχολεί η επιχείρησή τους.

B) Το δεύτερο μέρος περιλαμβάνονται πέντε ερωτήσεις που αφορούν το all inclusive, την αύξηση των φόρων στο νησί, λάθη και παραλείψεις για την περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού επίσης υπάρχει ερώτηση με πιθανές απαντήσεις Συμφωνώ ή διαφωνώ και γιατί, η οποία έχει να κάνει με μαθητές εξωτερικού που επιλέγουν ξενοδοχειακές μονάδες για να εργαστούν. Και η τελευταία ερώτηση που έχει να κάνει με την ποιότητα του τουρισμού με πιθανές απαντήσεις «καθόλου», «λίγο», «πολύ», «πάρα πολύ».

Γ) Και το τρίτο μέρος αποτελείται από 10 ερωτήσεις που έχει να κάνει με την ανάπτυξη της επιχείρησης, τα έσοδα της επιχείρησης, φόροι και εισφορές, ανταπόκριση των φορολογικών υποχρεώσεων, φοροδιαφυγή και παραοικονομία, εμφάνιση της κρίσης, εμπορικοί σύλλογοι και τραπεζικό σύστημα, οι οποίες είχαν πιθανές απαντήσεις «καθόλου», «λίγο», «πολύ», «πάρα πολύ» ή ναι/όχι ή μερικώς.

2.3.2 ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ

Το ερωτηματολόγιο για τους τουρίστες αποτελείται από 3 μέρη και σύνολο ερωτήσεων 20.

A) Το μέρος α αποτελείται από 4 ερωτήσεις που αφορούν ηλικία, εθνικότητα, φύλο και εισόδημα σε ευρώ.

B) Στο δεύτερο μέρος υπάρχουν 6 ερωτήσεις που κάποιες από αυτές είναι πολλαπλής επιλογής που αφορούν τις ημέρες διαμονής τους στο νησί, πόσες φορές έχουν επισκεφτεί την Ρόδο, πως έμαθαν για την Ρόδο, ο λόγος που επέλεξαν το νησί για

διακοπές και πόσα μέρη του νησιού έχουν επισκεφτεί. Επίσης υπάρχει ερώτηση πόσες φορές το χρόνο πάνε διακοπές.

Γ) Το μέρος γ αποτελείται από 10 ερωτήσεις που κάποιες από αυτές είναι πολλαπλής επιλογής που έχει να κάνει με το πακέτο all inclusive και τι θα προτιμούσαν, επίσης 2 ερωτήσεις από αυτές σχετίζονται με τα χρήματα που ξοδεύουν ημερησίως και τις ώρες που περνάνε στο ξενοδοχείο. Επίσης ερωτήθηκαν για την περιοχή που διαμένουν κατά τι γνώμη τους αν είναι μεγάλη η κίνηση στους δρόμους καθώς και αν η κρίση έχει επηρεάσει την χώρα τους. Στην συνέχεια οι ερωτήσεις έχουν να κάνουν με τα νέα φορολογικά μέτρα και κατά πόσο επηρεάστηκαν οι διακοπές τους, αν γνώρισαν πραγματικά την Ρόδο καθώς και αν θα ξανά επισκεφτούν το νησί.

2.4 ΣΥΛΛΟΓΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Η έρευνα μου διεξήχθη στο νησί της Ρόδου και η χρονική περίοδος που διήρκησε είναι από της 5-31 Αυγούστου του 2016 που θεωρείται η «κορυφή» της σεζόν. Η συνέντευξη κρατούσε από 3-5 λεπτά περίπου ενώ υπήρξαν και μεγάλες απώλειες ερωτηματολογίων που δόθηκαν σε αρκετά ξενοδοχεία και δεν επιστράφηκαν ποτέ πίσω, από τα 500 ερωτηματολόγια που εκτυπώθηκαν για ξένους μαζεύτηκαν τα 251 τα υπόλοιπα 249 ήταν οι απώλειες που είχα. Τα ερωτηματολόγια για τους επιχειρηματίες μαζεύτηκαν 166 και μου παρουσιάστηκαν κάποιες δυσκολίες καθώς πολλοί δεν δέχονταν να απαντήσουν βρίσκοντας το περιττό και η απάντηση που είχα ήταν ότι δεν θα τους προσφέρει τίποτα για να σώσουν την επιχείρησή τους. Ενώ σε πολλά μέρη της Ρόδου δεν κατάφερα να πάω λόγω πίεσης χρόνου.

2.5 ΜΕΘΟΔΟΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Συγκεντρώνοντας όλα τα ερωτηματολόγια προχώρησα στην ανάλυση τους με την βοήθεια του Excel το οποίο μας παρείχε την δυνατότητα εκτέλεσης των στατιστικών αναλύσεων που επιλέχθηκαν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 : ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

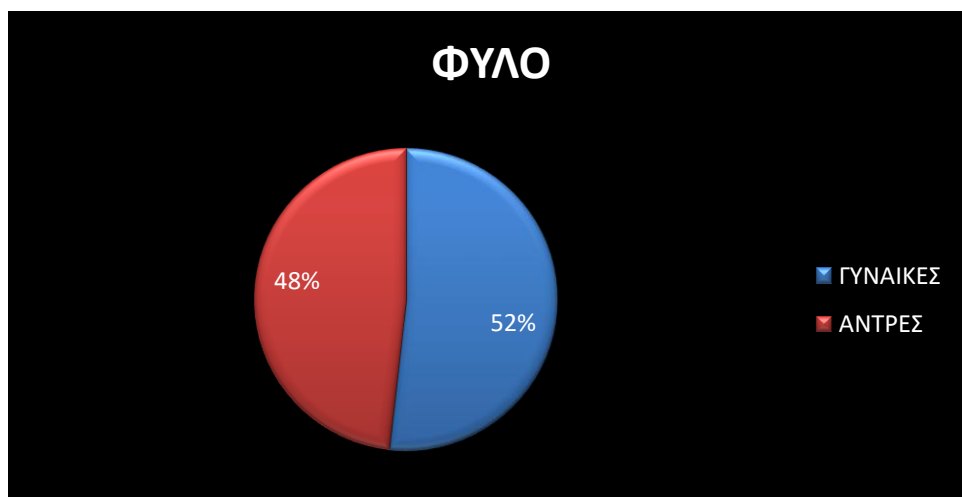
3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ:

Στην ενότητα αυτή θα παρουσιαστούν τα αποτελέσματα έρευνας με εργαλείο κλειστού τύπου και εργαλείο ανάλυσης Excel. Το δείγμα είναι διαφόρων ηλικιών και θα παρουσιαστούν τα δημογραφικά στοιχεία του δείγματος αρχικά των τουριστών και στην συνέχεια των ελεύθερων επαγγελματιών καθώς και κάποια συμπεράσματα που θα μπορούμε να βγάλουμε με βάση τα διαγράμματα.

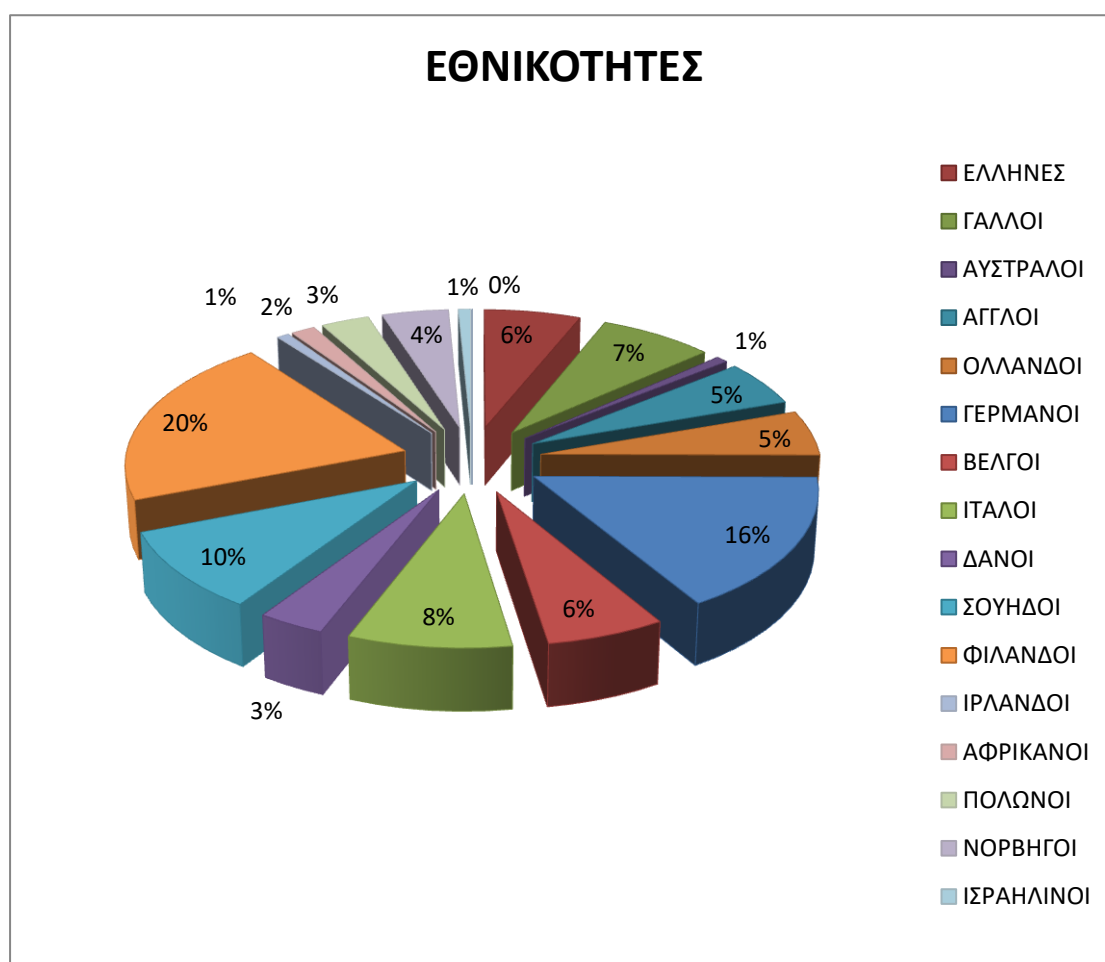
3.2 ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ

3.2.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ.

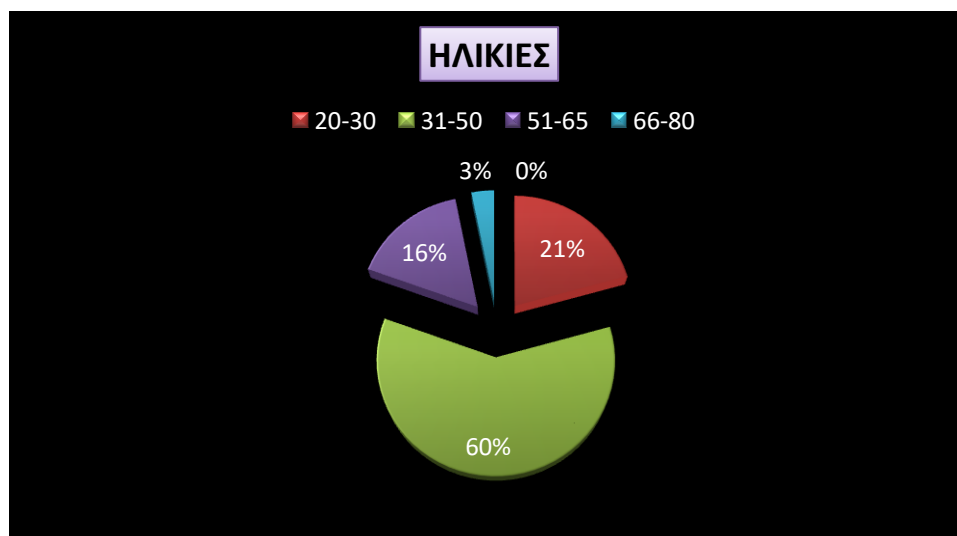
Φύλο ομάδας δείγματος: Το 52% των ερωτηθέντων ήταν γυναίκες και το 48% ήταν άντρες.



Εθνικότητα: Το μεγαλύτερο ποσοστό ανήκει στους Φιλανδούς με το 20% ακολουθούν οι Γερμανοί με 16% μετά σειρά έχουν οι Σουηδοί με 10%, αμέσως μετά ακολουθούν οι Ιταλοί με 8%. Το 7% ανήκει σε Γάλλους ακολουθούν οι Έλληνες με τους Βέλγους στο 6%, μετά βρίσκονται οι Ολλανδοί με τους Άγγλους στο 5%. Αμέσως μετά ακολουθεί το 4% των Νορβηγών. Έπονται οι Δανοί με τους Πολωνούς στο 3% μετά το 2% ανήκει στους Αφρικανούς και τέλος το 1% είναι των Ιρλανδών και Ισραηλινών.



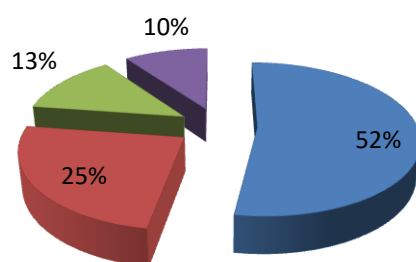
Ηλικίες: Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων είναι το 60% ηλικίας 31-50 μετά ακολουθούν οι ηλικίες 20-30 με ποσοστό 21% έπειτα έπονται οι ηλικίες 51-65 με το 16% και τέλος το 3% ηλικίας 66-80.



Εισόδημα σε ευρώ: Εδώ βλέπουμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων είναι ότι το εισόδημα τους κυμαίνεται από 5.000-10.000€. Αυτό σημαίνει ότι οι τουρίστες είναι χαμηλής ποιότητας και προφανώς έρχονται με πακέτα all inclusive που όπως θα δούμε και σε άλλο γράφημα το προτιμούν προκειμένου να κάνουν διακοπές. Έπειτα ακολουθούν τα εισοδήματα από 10.000-20.000€ με ποσοστό 25%, αμέσως μετά έπονται τα εισοδήματα από 20.000-30.000€ με ποσοστό 13% και τέλος ακολουθούν τα εισοδήματα άνω των 30.000€. Από αυτό καταλαβαίνουμε ότι είναι λίγοι εκείνοι που πραγματικά έχουν ένα αυξημένο εισόδημα και μπορούν να έχουν σε διαθεσιμότητα χρήμα για την τοπική αγορά.

ΕΙΣΟΔΗΜΑ ΣΕ ΕΥΡΩ

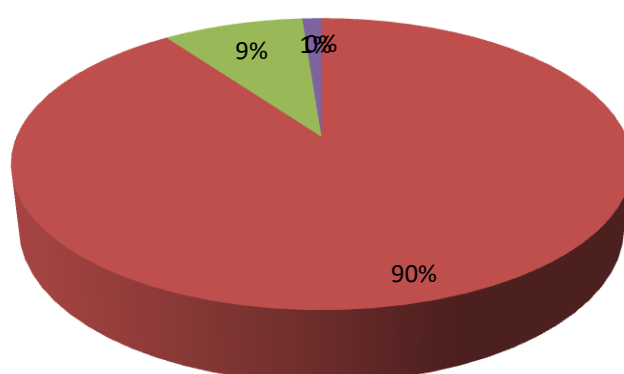
■ 5.000-10.000€ ■ 10.000-20.000€ ■ 20.000-30.000€ ■ >30.000€



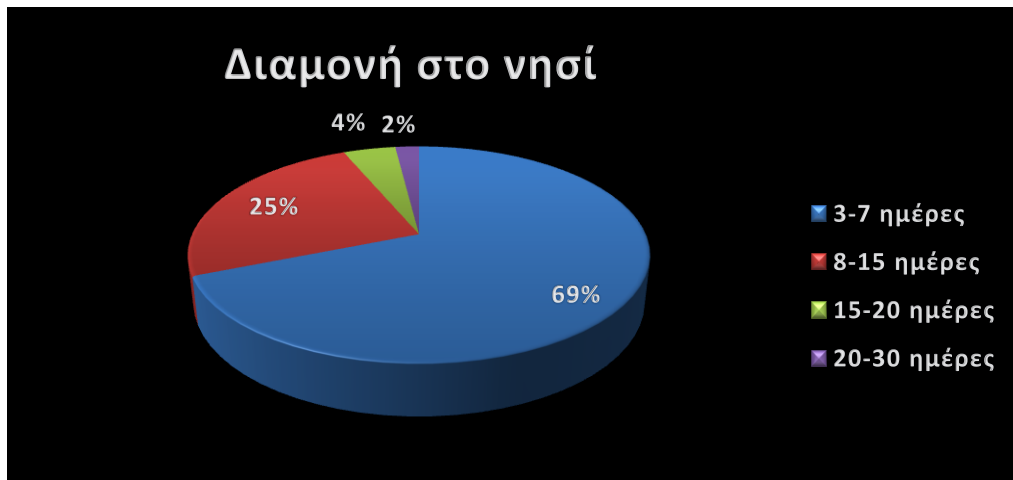
Διακοπές μέσα στο χρόνο: Σε αυτό το γράφημα βλέπουμε ότι το 90% πάει 1-2 φορές το χρόνο διακοπές. Στην συνέχεια ακολουθεί το 9% που μέσα στο χρόνο πάει 3-6 φορές διακοπές και τέλος υπάρχει και το 1% που πάει από 7-10 φορές διακοπές μέσα στο χρόνο.

ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΧΡΟΝΟ

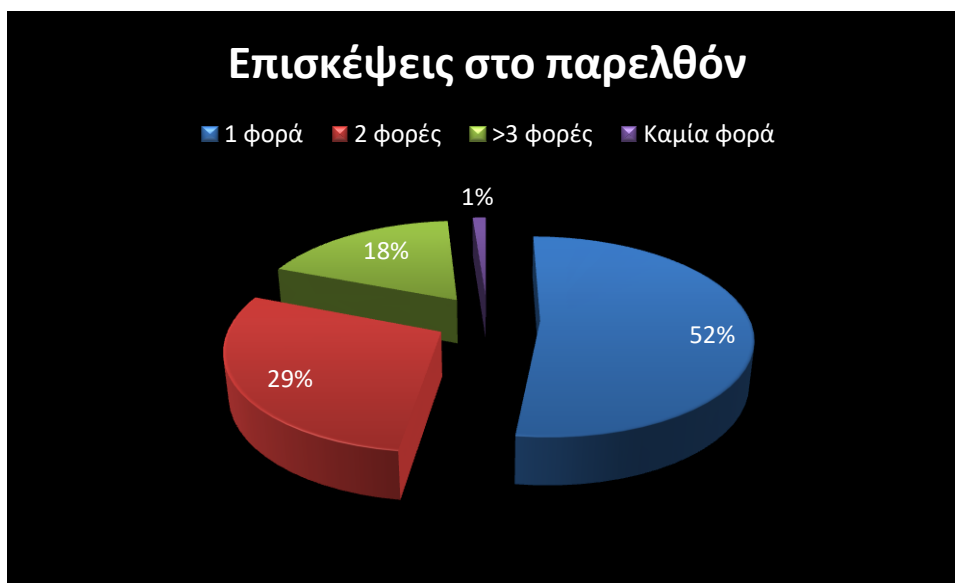
■ ΔΙΑΚΟΠΕΣ ■ 1-2 Φορές ■ 3-6 Φορές ■ 7-10 Φορές



Διαμονή στο νησί: Από τους ερωτηθέντες μόλις το 69% απάντησε ότι η διαμονή του στο νησί είναι από 3-7 ημέρες στην συνέχεια το 25% απάντησε ότι μένει 8-15 ημέρες, ακολουθεί το 4% με διαμονή 15-20 ημέρες και τέλος υπάρχει και το 2% που διαμένουν από 20-30 ημέρες. Με βάση αυτό το διάγραμμα και το παραπάνω με τα εισοδήματα τους μπορούμε να βγάλουμε ένα συμπέρασμα και να πούμε ότι από την στιγμή που το εισόδημα τους είναι ελάχιστο και έρχονται διακοπές για 3-7 ημέρες με πακέτο all inclusive οπότε δεν έχουν να δώσουν χρήμα για να κινηθεί η αγορά.



Επισκέψεις στο παρελθόν: στο παρακάτω διάγραμμα βλέπουμε πως το 52% έχει ξανά επισκεφτεί την Ρόδο 1 φορά στο παρελθόν, το 29% έχει ξανά επισκεφτεί το νησί 2 φορές στο παρελθόν στην συνέχεια βλέπουμε ότι το 18% έχει ξανά επισκεφτεί την Ρόδο από 3 φορές και πάνω. Τέλος υπάρχει και το 1% που δεν ξανά ήρθε στο νησί για διακοπές.



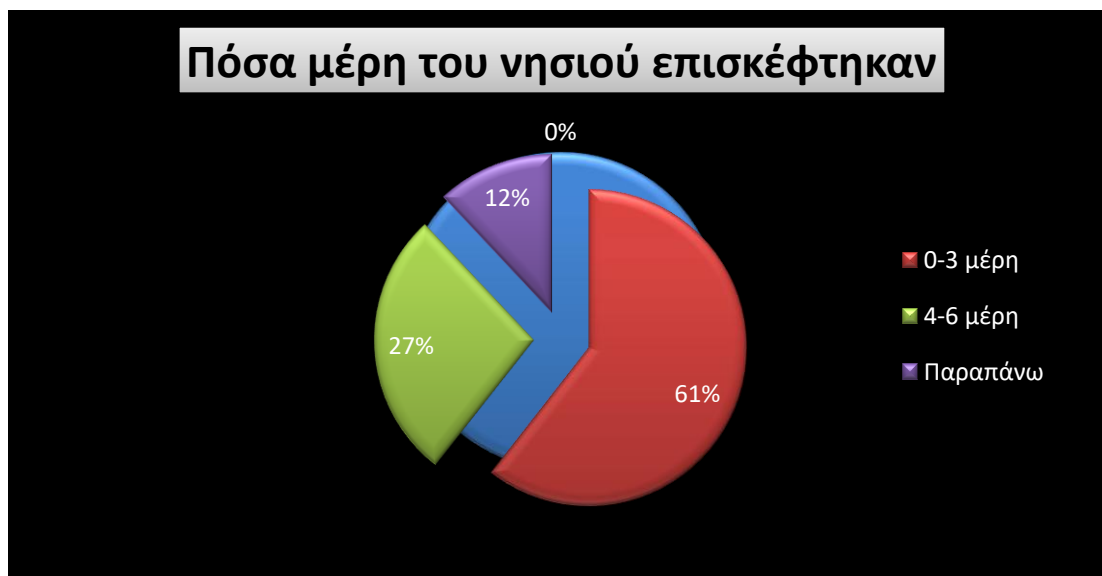
Τρόποι ενημέρωσης διακοπών: Μόλις το 52% ενημερώθηκαν για τις διακοπές τους από τα ταξιδιωτικά πρακτορεία. Στην συνέχεια έπεται το 26% που έμαθαν για το νησί από οικογένεια και φίλους μετά ακολουθεί το 10% που ενημερώθηκαν μέσω internet. Αμέσως μετά το 4% που έμαθαν για το νησί είναι η τηλεόραση και οι οδηγοί διακοπών. Και τέλος υπάρχει το 3% και το 1% που ενημερώθηκαν από εφημερίδες και περιοδικά όπως υπήρξαν και άλλοι τρόποι ενημέρωσης.



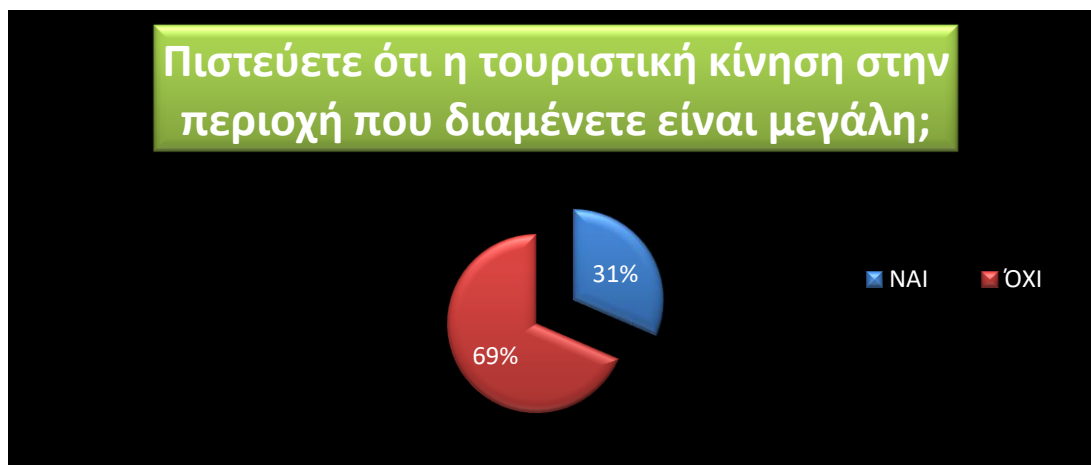
Λόγοι επιλογής της Ρόδου για διακοπές: Όπως βλέπουμε και στο παρακάτω διάγραμμα οι τουρίστες προτιμούν τις φτηνές διακοπές και από τους ερωτηθέντες μόλις το 40% επέλεξαν το νησί για τα φτηνές διακοπές δηλαδή πακέτα που τους προσφέρουν όπως π.χ. με μόνο 100€ μπορούν να τρώνε και να πίνουν στο ξενοδοχείο πρωί μεσημέρι βράδυ. Αμέσως μετά ακολουθεί το 29% που επέλεξαν την Ρόδο για τις παραλίες έπεται μετά το 15% που επέλεξαν την Ρόδο για τις πολιτιστικές τους διακοπές, στη συνέχεια το 8% επέλεξαν την ρόδο για άλλον λόγο καθώς πολλοί ήταν αυτοί που εξήγησαν ότι στο άλλο συμπεριλαμβάνουν το ξενοδοχείο και τέλος με ποσοστά 4% επέλεξαν το νησί για δραστηριότητες και την νυχτερινή ζωή.



Πόσα μέρη του νησιού επισκέφτηκαν: Μόλις το 61% επισκέφτηκε από κανένα μέχρι τρία μέρη του νησιού στην συνέχεια το 27% επισκέφτηκαν από 4-6 μέρη και τέλος το 12% επισκέφτηκαν πάνω από 6 μέρη.



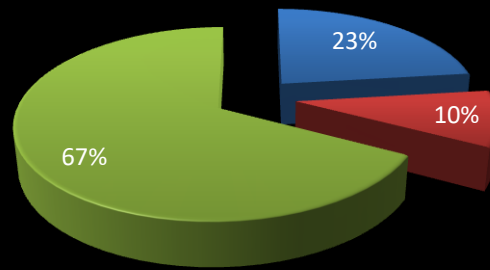
Τουριστική κίνηση: Στο διάγραμμα αυτό βλέπουμε ότι η τουριστική κίνηση στην περιοχή που διαμένουν απάντησαν ότι είναι μικρή μόλις το 69% και τέλος το 31% απάντησε πως είναι μεγάλη. Οπότε το συμπέρασμα που θα μπορούσαμε να βγάλουμε είναι ότι η τουριστική κίνηση έχει μειωθεί αρκετά στο νησί.



Επιλογή του ξενοδοχείου: Η επιλογή του ξενοδοχείου με βάση το διάγραμμα το 67% έγινε με συνεισφορά των tour operator. Το 23% το επέλεξε με δική τους απαίτηση και τέλος το 10% από φίλους και οικογένεια. Οι tour operator επηρεάζουν πολύ την αγορά καθώς διαφημίζουν το νησί σαν φτηνό με αποτέλεσμα να κλείνουν φτηνά πακέτα σε άτομα χαμηλού εισοδήματος από 5.000€-10.000€ όπως είδαμε σε προηγούμενο διάγραμμα.

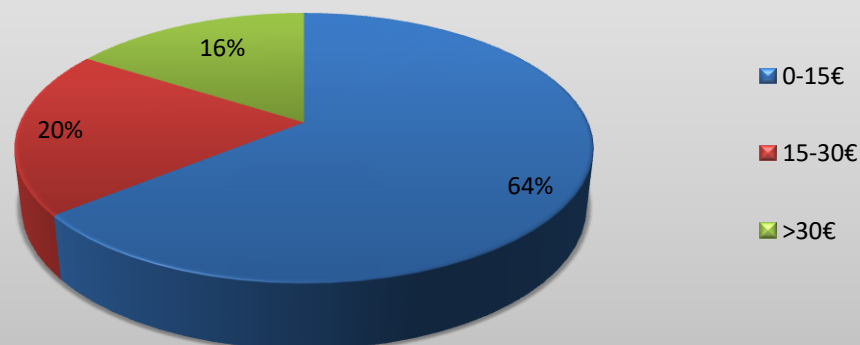
Επιλογή του ξενοδοχείου

- Με δική τους απαίτηση
- πρόταση από φίλους-οικογένεια
- Συνεισφορά των tour operator



Πόσα χρήματα ξοδεύουν ανά άτομο την ημέρα: Με βάση το διάγραμμα ανά άτομο την ημέρα με ποσοστό το 64% ξοδεύουν από 0-15€.Επειτα το 20% ξοδεύει από 15-30€ την ημέρα και τέλος από 30€ και πάνω ξοδεύει ένα ποσοστό το 16%. Όπως καταλαβαίνουμε οι τουρίστες που επισκέπτονται την Ρόδο κατά μεγάλο ποσοστό δεν είναι ποιοτικοί και με το να μην αφήνουν λεφτά στην τοπική αγορά, σιγά σιγά καταστρέφεται και πολλές από τις τοπικές επιχειρήσεις του νησιού έχουν κλείσει και άλλες παλεύουν ακόμα με τις δύο διαφορετικές κρίσης το all inclusive και την οικονομική κρίση που ανέφερα και στο προηγούμενο κεφάλαιο.

Πόσα χρήματα ξοδεύουν ανά άτομο την ημέρα.



Τι θα προτιμούσαν: Στο παρακάτω διάγραμμα βλέπουμε ένα ποσοστό του 76% το οποίο χωρίζεται σε δύο κατηγορίες: Το 73% όπου οι τουρίστες δείχνουν να προτιμούν κατά μεγάλο ποσοστό να περνάνε τις ώρες τους μέσα στο ξενοδοχείο με πακέτο και το 3% χωρίς πακέτο να περνάει την ώρα τους μέσα στο ξενοδοχείο αφού το all inclusive τους τα παρέχει όλα. Στη συνέχεια υπάρχουν και κάποιοι που

προτιμούν εκτός ξενοδοχείου πάλι με το πακέτο με ποσοστό του 15% και τέλος ένα εννιά τα εκατό που προτιμούν τον γύρο του νησιού χωρίς πακέτο οι οποίοι είναι και ποιοτικοί αλλά αυτό το ποσοστό δεν φτάνει για να σηκωθεί η αγορά στα πόδια της.



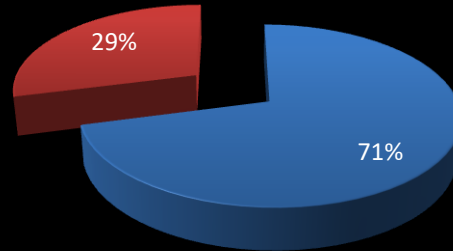
Η αύξηση της φορολογίας στην Ελλάδα: Το 90% των ερωτηθέντων απάντησε ότι πιστεύει ότι αύξηση της φορολογίας στην Ελλάδα έχει επηρεάσει την αγορά στο νησί και τέλος το 10% απάντησε ότι τα φορολογικά μέτρα δεν επηρέασαν την αγορά.



Νέα φορολογικά μέτρα: Σύμφωνα με το γράφημα το 71% απάντησε ότι τα νέα φορολογικά μέτρα έχουν επηρεάσει το κόστος των διακοπών τους και το 29% απάντησε ότι δεν επηρέασε το κόστος διακοπών τους. Άρα το γενικό συμπέρασμα κατά ένα μεγάλο ποσοστό βρίσκουν το πιο φτηνό πακέτο για να κάνουν διακοπές άσχετα αν το εισόδημα τους δεν είναι αρκετό για περεταίρω έξοδα.

Τα νέα φορολογικά μέτρα

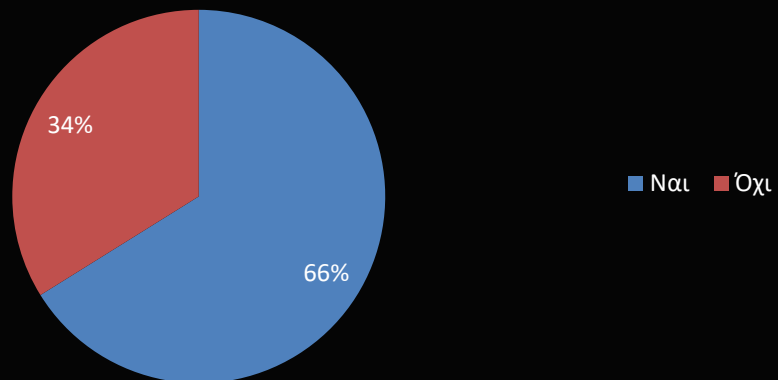
- ναι έχει επηρεάσει το κόστος διακοπών τους
- Όχι δεν έχει επηρεάσει το κόστος διακοπών τους



Η κρίση έχει επηρεάσει την χώρα τους;

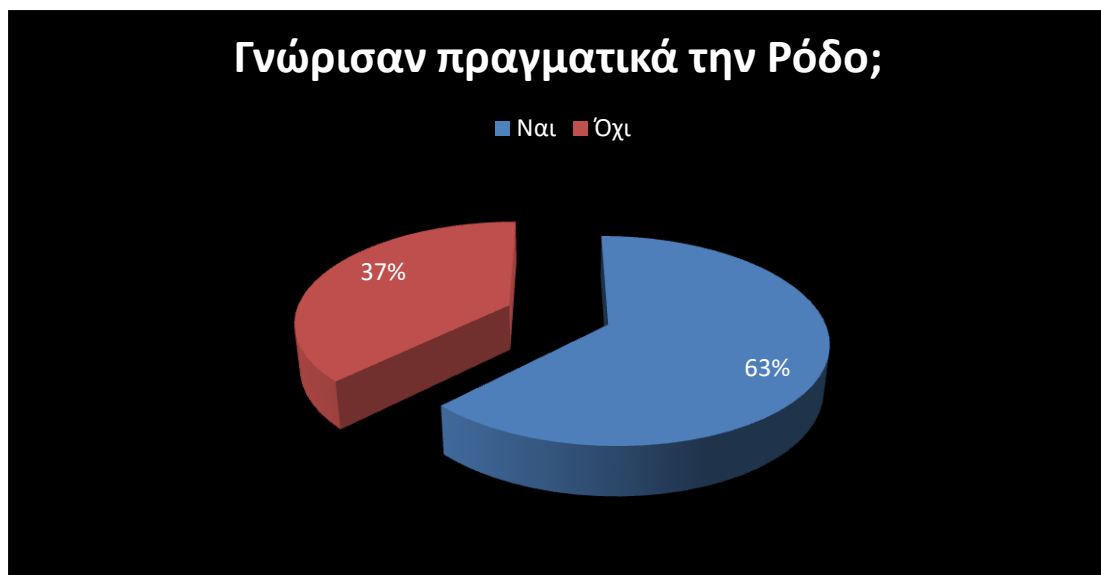
Ένα μεγάλο ποσοστό του 66% απάντησε ότι ναι έχει επηρεάσει την χώρα τους και το 34% δεν επηρέασε την χώρα τους.

Η κρίση έχει επηρεάσει την χώρα τους;



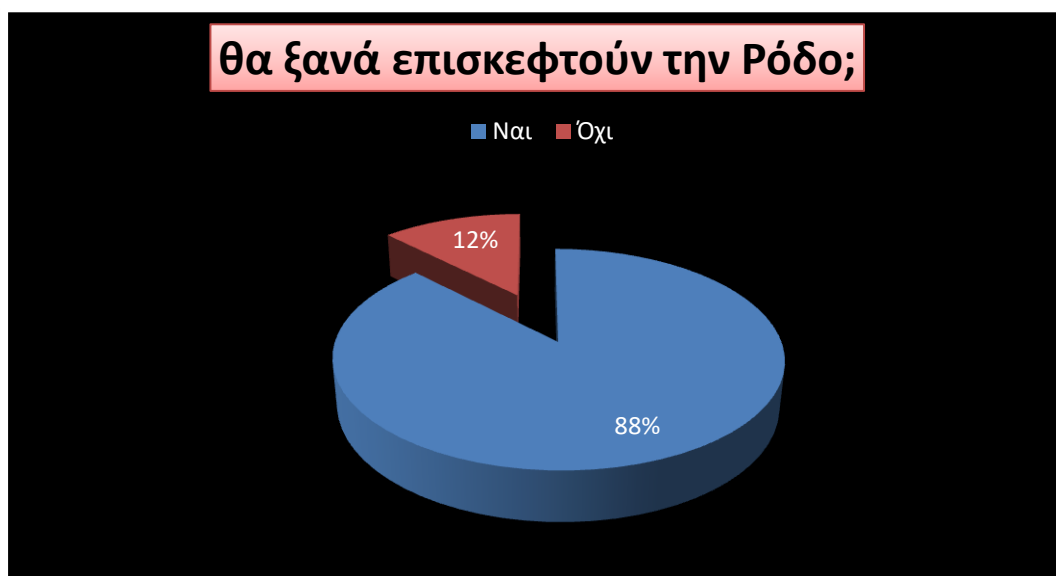
Γνώρισαν πραγματικά τη Ρόδο;

Το 63% απάντησε ότι γνώρισε πραγματικά την Ρόδο και το 37% ότι δεν την γνώρισε πραγματικά.



Θα ξαναεπισκεφτούν την Ρόδο;

Οι ερωτηθέντες κατά ένα μεγάλο ποσοστό του 88% θα την ξανά επισκεφτούν και το υπόλοιπο 12% δεν θα ξανά επισκεφτούν το νησί.



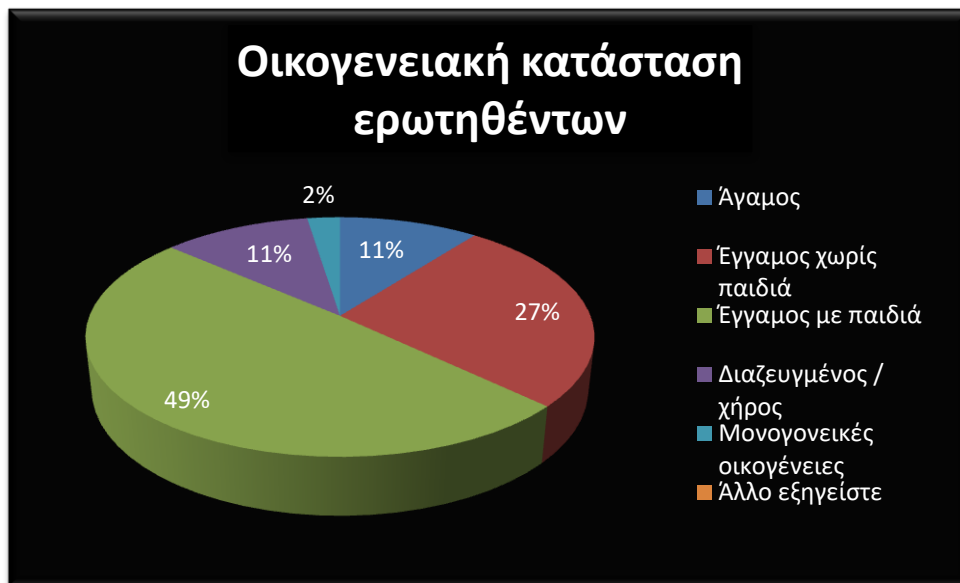
3.3 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

3.3.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ ΓΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.

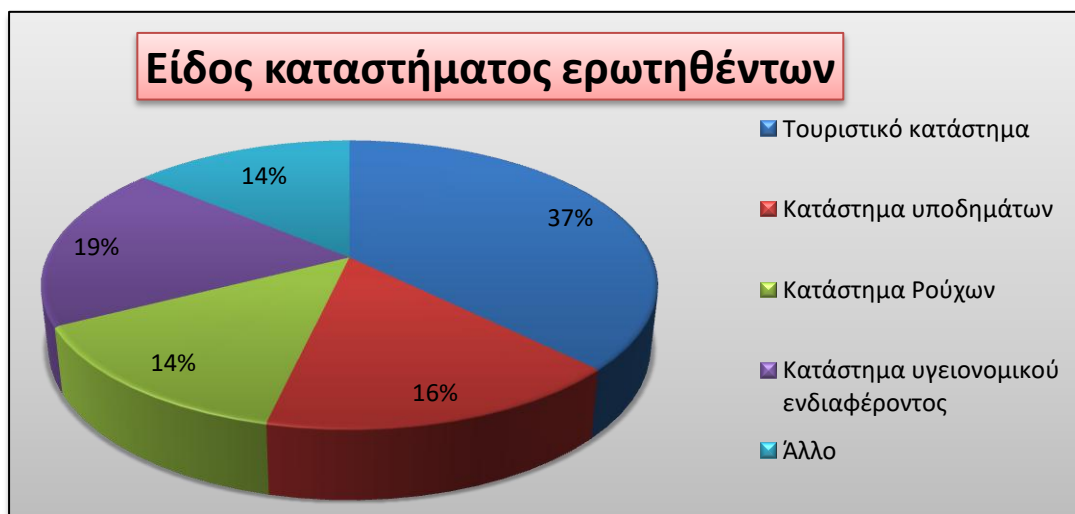
Ηλικίες που ερωτήθηκαν: Με βάση το διάγραμμα βλέπουμε ότι το 44% που ερωτήθηκαν ήταν από 41-50 χρονών. Έπονται στην συνέχεια ηλικιακές ομάδες από 51-65 έτη και 31-40 έτη καθώς βλέπουμε να έχουν το ίδιο ποσοστό του 20%. Αμέσως μετά έρχεται το 5% όπου σε αυτό το ποσοστό βρίσκεται η ηλικιακή ομάδα άνω των 66 χρόνων και τέλος υπάρχει και το 1% που είναι ηλικία των 25 χρόνων.



Οικογενειακή κατάσταση ερωτηθέντων: Το 51% που ερωτήθηκε μας απάντησε ότι είναι έγγαμος με παιδιά. Στην συνέχεια το 26% μας απάντησε ότι είναι έγγαμος χωρίς παιδιά. Ακολουθεί το ποσοστό του 11% που είναι διαζευγμένος / χήρος έπεται το 10% που είναι άγαμος και τέλος το 2% που συμπεριλαμβάνει τις μονογονεϊκές οικογένειες.



Είδος καταστήματος ερωτηθέντων: Σύμφωνα με το διάγραμμα το 37% είναι τουριστικά καταστήματα, το 19% ακολουθούν τα κατάστημα υγειονομικού ενδιαφέροντος. Στην δεύτερη θέση είναι τα καταστήματα υποδημάτων. Μετά βλέπουμε τα καταστήματα ρούχων και άλλο όπου «άλλο» στην πλειοψηφία ήταν οδηγοί ταξί με ποσοστό 14%.



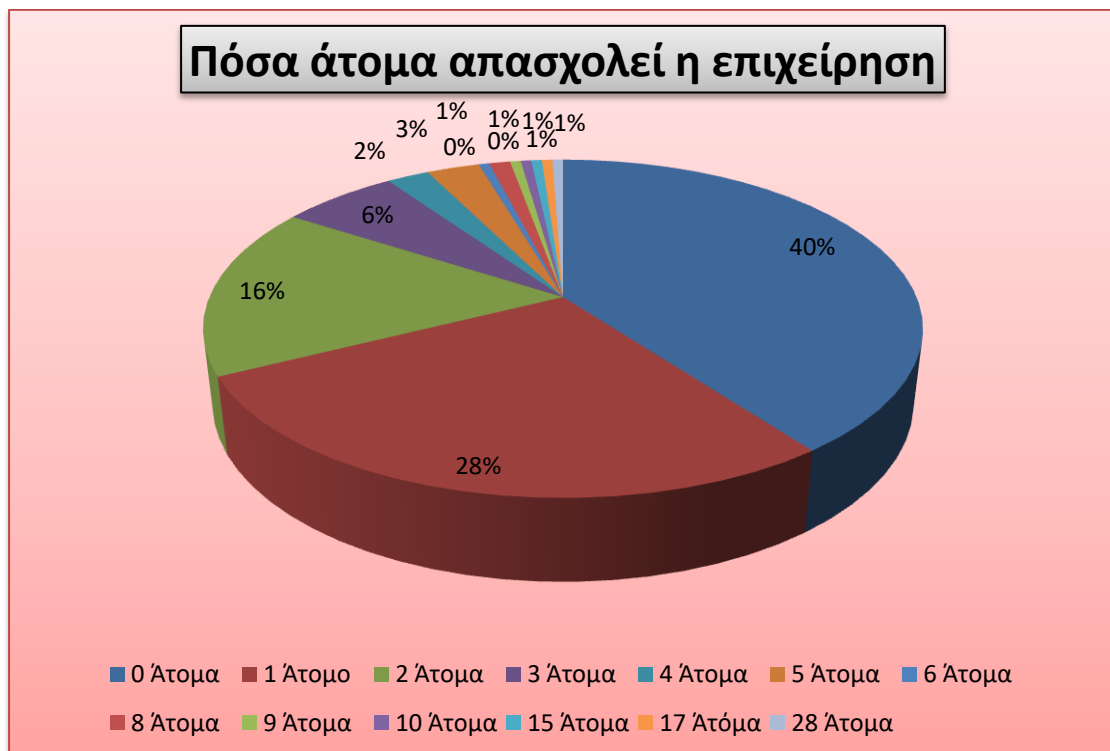
Ύπαρξη ανέργου στο οικογενειακό περιβάλλον των ερωτηθέντων.

Το υψηλότερο ποσοστό που φτάνει το 39% βλέπουμε ότι στο οικογενειακό περιβάλλον του επιχειρηματία υπάρχει ανέργος τουλάχιστον 2 έτη ακολουθούν άνεργοι στο 33% στο 1 έτος αμέσως μετά έρχεται το ποσοστό του 17% όπου υπάρχουν άνεργοι αλλά μερικούς μήνες και τέλος μένει το 11% που δεν έχουν άνεργους. Όπως καταλαβαίνουμε και από το διάγραμμα η κρίση έχει επηρεάσει πάρα

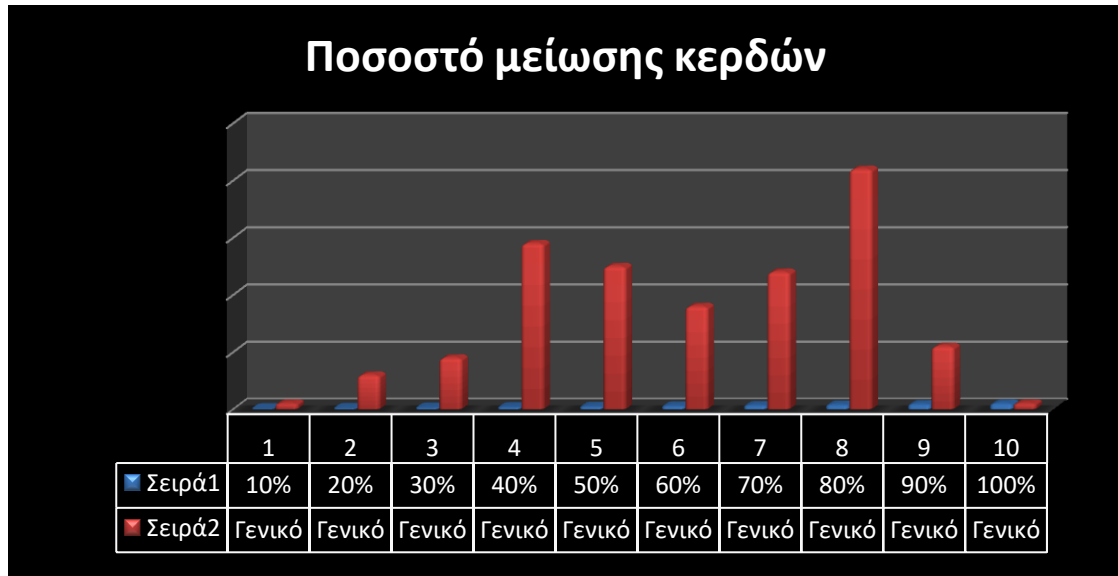
το οικογενειακό περιβάλλον των ελεύθερων επαγγελματιών και πόσο ακόμα τους ίδιους τους ελεύθερους επαγγελματίες που θα δούμε στα παρακάτω διαγράμματα.



Πόσα άτομα απασχολεί η επιχείρηση: Στο διάγραμμα μας βλέπουμε ότι το 40% απασχολεί 0 άτομα στην συνέχεια το 28% απασχολεί 1 άτομο. Αμέσως μετά το 16% απασχολεί δύο άτομα ενώ ένα 6% απασχολεί 3 άτομα. Το 3%, το 2% και το 1% απασχολούν πάνω από τρία άτομα και ήταν καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος.



Ποσοστό μείωσης κερδών των επιχειρήσεων: Όπως βλέπουμε και στο παρακάτω διάγραμμα 42 επιχειρήσεις απάντησαν ότι έχουν 80% μείωση στα κέρδη τους και αυτές οι επιχειρήσεις οδεύουν για λουκέτο αν δεν αλλάξει κάτι στην οικονομία.

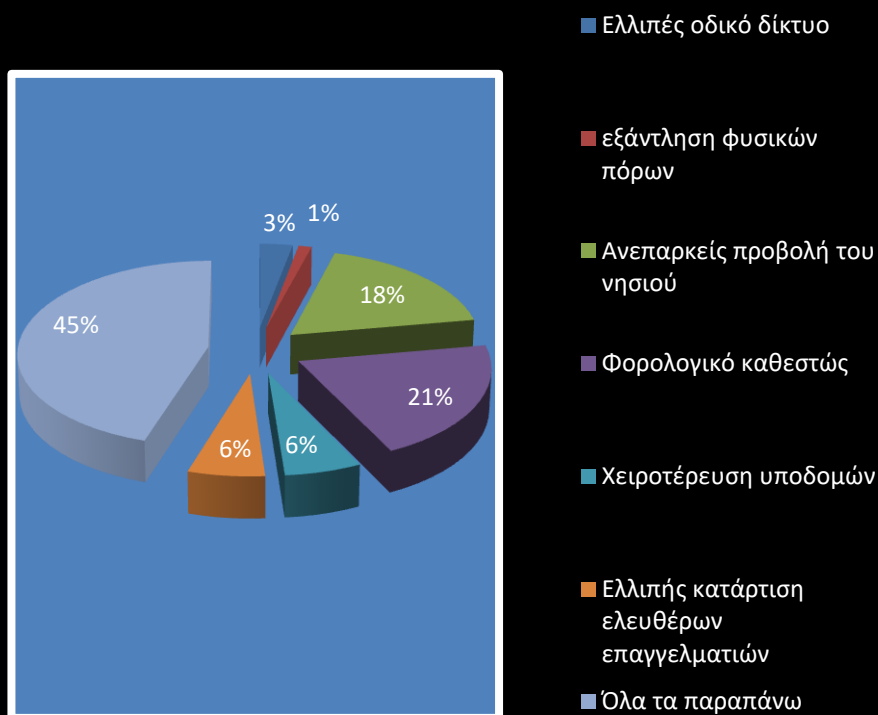


Αύξηση φόρων στο νησί και σε προϊόντα κατανάλωσης: Μόλις το 99% από τους ερωτηθέντες απάντησαν ότι η αύξηση φόρων στο νησί και σε προϊόντα κατανάλωσης έχουν αρνητικά αποτελέσματα υπάρχει και το 1% που απάντησε ότι έχει θετικά αποτελέσματα.



Λάθη και παραλείψεις για την ανάπτυξη του τουρισμού: Οι ερωτηθέντες απάντησαν ότι όλα τα παραπάνω είναι τα αίτια για την μείωση του τουρισμού με ποσοστό 45%, ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό.

Λάθη και παραλείψεις για την ανάπτυξη του τουρισμού



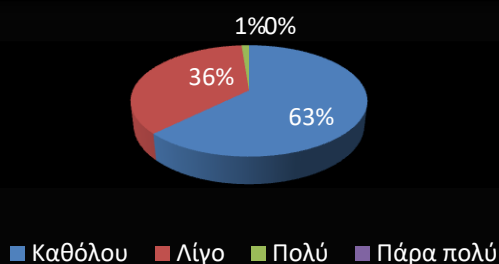
Βλέπουμε πως η πολιτική που ακολουθούν οι ξενοδοχειακές μονάδες επιλέγοντας μαθητές εξωτερικού για να εργαστούν στα ξενοδοχεία με το 93% των ερωτηθέντων να μην συμφωνεί σε αυτό με απαντήσεις που δόθηκαν όπως οι εξής: Οι Έλληνες μένουν χωρίς δουλειά οπότε μεγαλώνει η ανεργία, οι ξενοδοχειακές μονάδες επιλέγουν μαθητές εξωτερικού για να πληρώνουν μικρότερους μισθούς και αυτό αυξάνει την ανεργία κ.τ.λ. Και τέλος μένει ένα 7% που συμφωνεί με την πολιτική που εφαρμόζουν οι ξενοδοχειακές μονάδες. Ένας από αυτούς απάντησε συμφωνώ γιατί όλοι έχουν δικαίωμα στην εργασία.

Η απάντηση των ερωτηθέντων για την πολιτική που ακολουθούν οι ξενοδοχειακές μοναδες επιλέγοντας μαθητές εξωτερικού



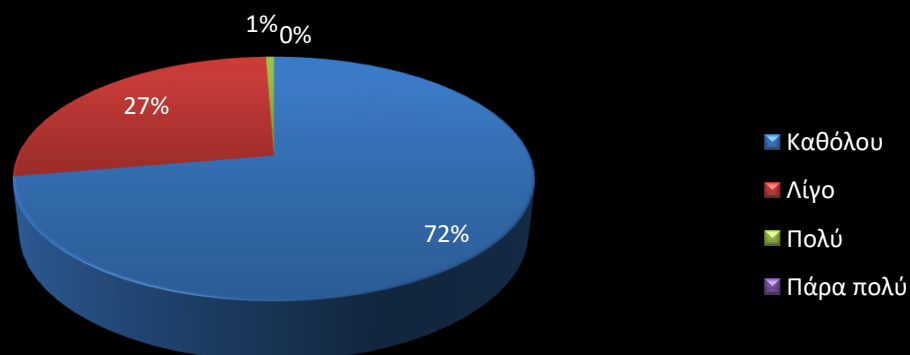
Σε αυτήν την ερώτηση το 63% απάντησε ότι ο τουρισμός δεν είναι καθόλου ποιοτικός που αυτό σημαίνει μείωση του τζίρου των επιχειρήσεων και όπως αναφέρθηκε σε προηγούμενο παράδειγμα ο τουρίστας προτιμά να μένει στο ξενοδοχείο με το πακέτο all inclusive καθώς του τα παρέχει όλα σε πολύ χαμηλή τιμή. Πρωινό, μεσημεριανό, βραδινό περιλαμβάνεται στο πακέτο αυτό με αποτέλεσμα να μην αφήνουν ευρώ στην αγορά. Το 36% πιστεύει ότι έχουμε λίγο ποιοτικό τουρισμό αλλά αυτό δεν βοηθά στο σύνολο των επιχειρήσεων. Το 1% πιστεύει ότι έχουμε ποιοτικό τουρισμό και το 0% που δεν υπάρχει κάποιος που να πιστεύει πως υπάρχει ποιοτικός τουρισμός.

Ο τουρισμός στο νησί μπορεί να θεωρηθεί ποιοτικός;



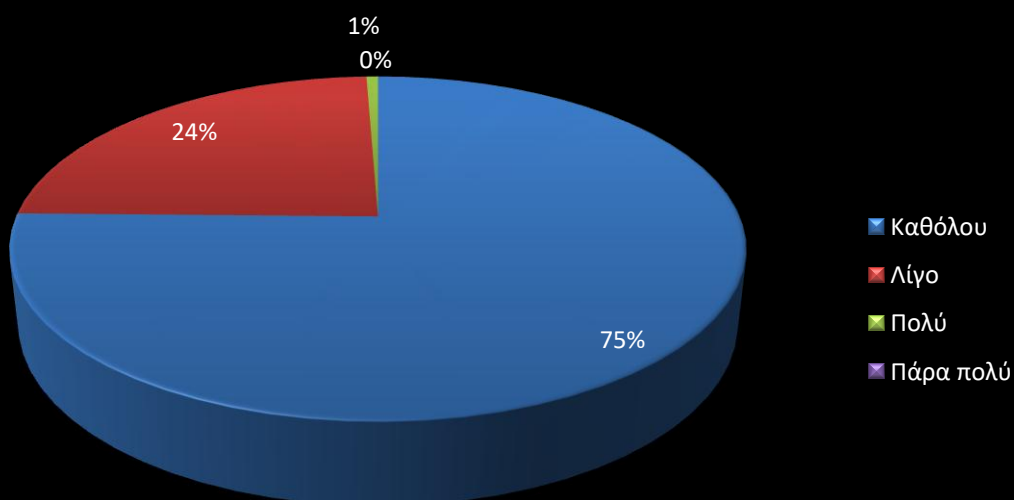
Μόλις το 72% απάντησε πως δεν έχει ικανοποιηθεί καθόλου με τα έσοδα τις φετινής σεζόν. Ένα 27% απάντησε ότι είναι λίγο ικανοποιημένοι ενώ το 1% είναι πολύ ευχαριστημένοι. Στο «πάρα πολύ» δεν απάντησε κανένας επιχειρηματίας γιατί όπως φαίνεται η κίνηση στους δρόμους πέφτει με αποτέλεσμα να μην υπάρχουν έσοδα.

Είστε ικανοποιημένοι με τα έσοδα της φετινής τουριστικής σεζόν;



Από τους ερωτηθέντες το 75% απάντησε ότι ο τζίρος δεν είναι καθόλου αρκετός για να φέρουν εμπόρευμα για την επιχείρησή τους. Το 24% απάντησε λίγο ενώ πολύ απάντησε το 1%. Και όπως είναι λογικό πάρα πολύ δεν υπάρχει.

Τα τελευταία χρόνια ο τζίρος σας είναι αρκετός για την περαιτέρω ανάπτυξη της επιχείρησής σας;

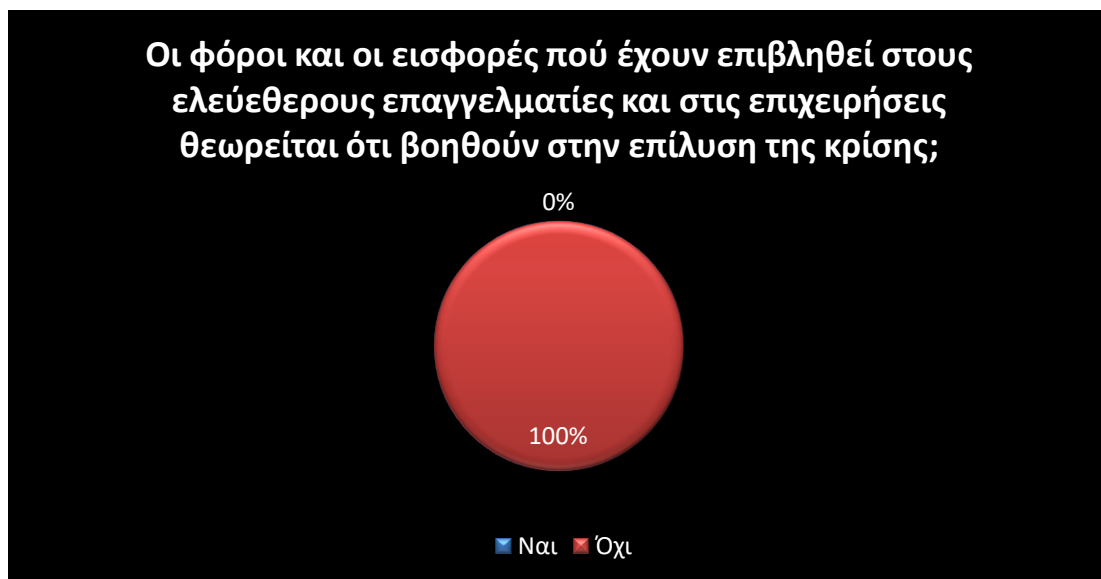


Όπως μπορείτε να δείτε και στο διάγραμμα το 75% απάντησε ότι τα έσοδα δεν τους φτάνουν για να περάσουν ένα 12 μήνες. Η τουριστική σεζόν είναι 6 μήνες οπότε θα πρέπει να ζήσουν με τα έσοδα που έβγαλαν την καλοκαιρινή σεζόν. Αυτό μας λένε δεν είναι εφικτό. Το 25% απάντησε τα έσοδα είναι λίγο αρκετά δηλαδή αυτό μπορεί να ερμηνευθεί ότι πάλι δεν τα βγάζουν ή ότι τα βγάζουν ίσα ίσα. Οπότε όπως

καταλαβαίνουμε από τα σχεδιαγράμματα οι επιχειρήσεις παλεύουν να σώσουν την επιχείρησή τους. Ο τουρισμός δεν είναι καθόλου ποιοτικός οπότε όπως καταλαβαίνουμε είναι λογικό τα έσοδα να μην είναι αρκετά για να περάσουν τους υπόλοιπους έξι μήνες.

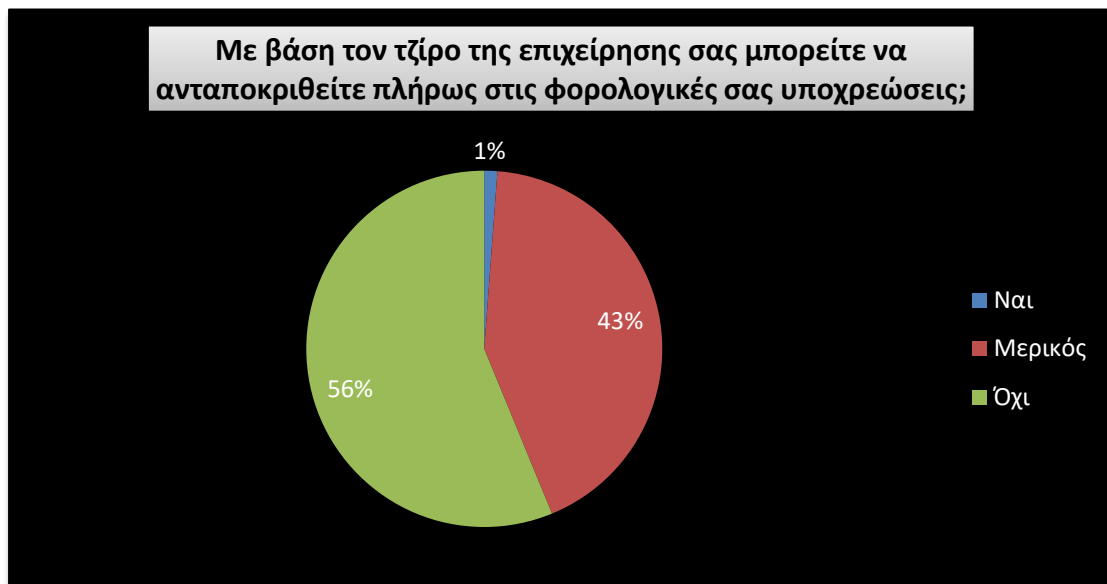


Το 100% των επιχειρηματιών μας απαντά ότι οι φόροι και οι εισφορές που τους έχουν επιβληθεί δεν βοηθούν την κρίση αλλά την αυξάνουν.

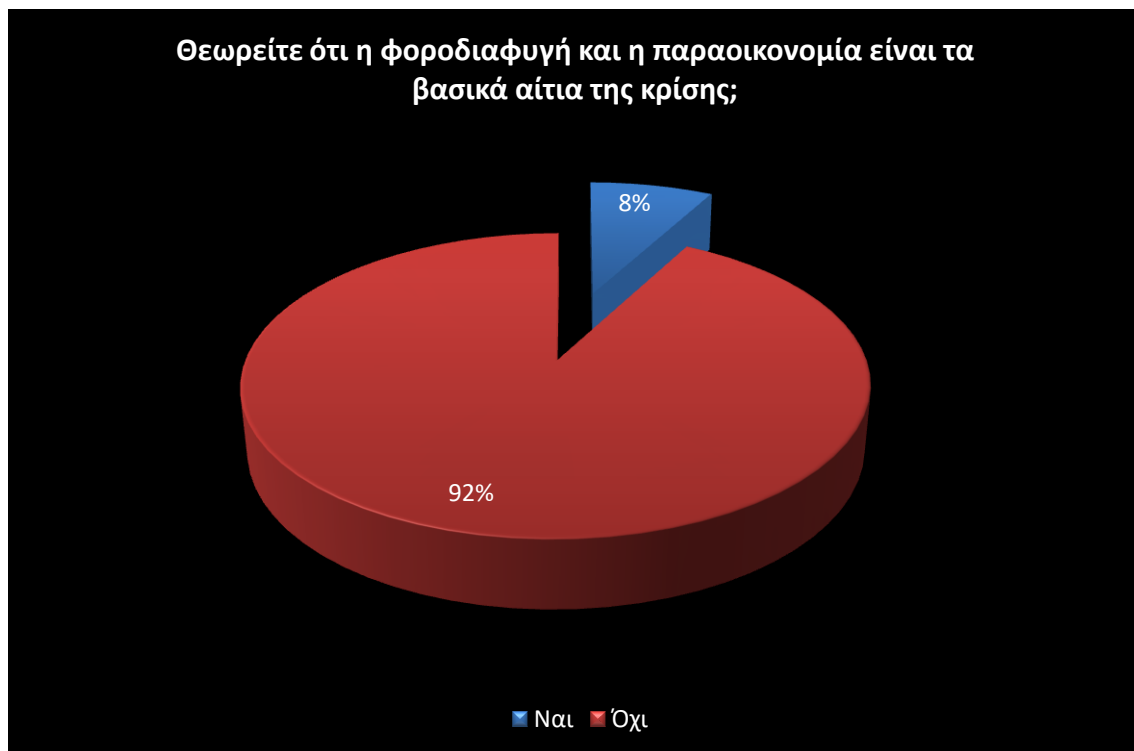


Οι ελεύθεροι επαγγελματίες εδώ μας απαντούν ότι δεν μπορούν να ανταποκριθούν στις φορολογικές τους υποχρεώσεις με ποσοστό το 57%, το 42%

απαντά ότι λίγο ανταποκρίνονται και τέλος το 1% απαντά πως μπορεί να καλύψει τις φορολογικές υποχρεώσεις.



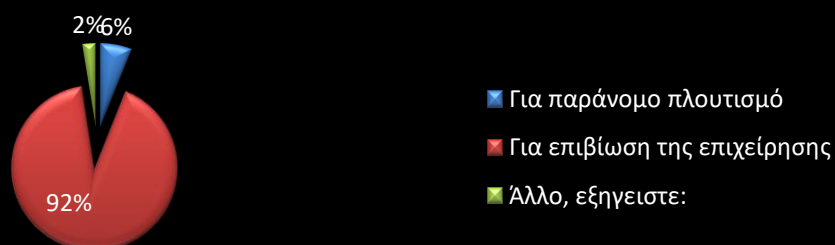
Εδώ οι επιχειρηματίες μας είπαν πως δεν θεωρούν την φοροδιαφυγή και την παραοικονομία βασικό αίτιο της κρίσης κατά ένα μεγάλο ποσοστό, μόλις το 92% και τέλος το 8% μας απαντά ότι το θεωρεί βασικό αίτιο. Στο παρακάτω διάγραμμα θα δούμε για ποιον λόγο δεν τα θεωρούν βασικά αίτια τις κρίσης.



Σε αυτό το διάγραμμα βλέπουμε για ποιο λόγο δεν θεωρούν την φοροδιαφυγή και την παραοικονομία βασικό αίτιο. Γιατί μας απάντησαν πως πλέον αυτό δεν

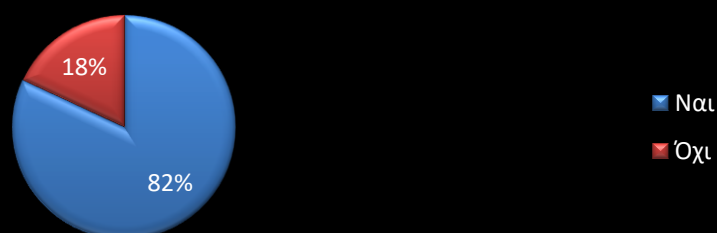
γίνεται για παράνομο πλουτισμό αλλά για επιβίωση της επιχείρησής τους, καθώς τα έσοδα τους δεν τους είναι αρκετά για να καλύψουν τις φορολογικές τους υποχρεώσεις και πως δυσκολεύονται και δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν. Και για να μην βάλουν λουκέτο στην επιχείρησή τους αναγκάζονται να φοροδιαφύγουν καθώς πλέον το κράτος δεν τους δίνει άλλη διέξοδο με τόσους φόρους που έχουν να καταβάλουν. Και όπως φαίνεται και παρακάτω το 92% απάντησε για επιβίωση της επιχείρησής και το 6% για παράνομο πλουτισμό και τέλος το άλλο, εξηγήστε μας απάντησε κάτι παρεμφερές με το πρώτο απλά με διαφορετικά λόγια με ποσοστό το 2%.

Για ποιους λόγους πιστεύετε ότι κάποιες μικρομεσαίες επιχειρήσεις φοροδιαφεύγουν τα τελευταία χρόνια;

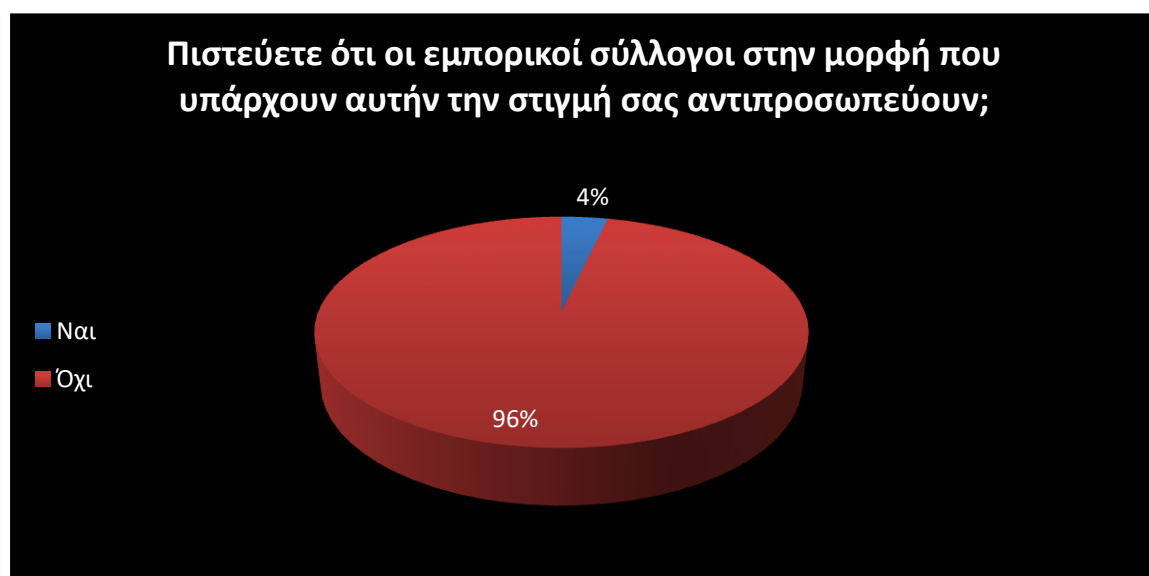


Το 82% απάντησε «ναι» ότι εμφανίστηκε πριν το 2010 και το 18% μετά το 2010. Είναι αυτό που ανέφερα σε προηγούμενο κεφάλαιο, ότι οι τοπικές επιχειρήσεις βιώνουν 2 διαφορετικές κρίσεις. Την κρίση του all inclusive και την παγκόσμια οικονομική κρίση. Το all inclusive έκανε την εμφάνισή του το 2004 με αποτέλεσμα να έχουν μείωση 40% και φτάνουμε στο σήμερα με 80% μείωση. Και έρχεται να τα ισοπεδώσει όλα η οικονομική κρίση και να μπαίνουν τα λουκέτα το ένα πίσω από το άλλο.

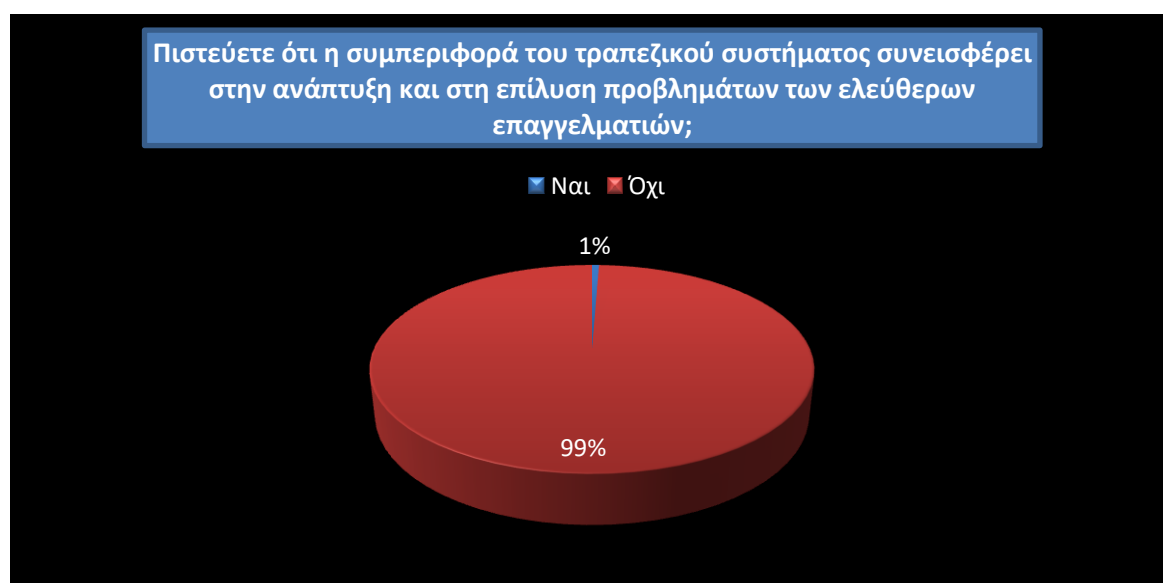
Πολυ πιστεύουν ότι η κρίση στο νησί εμφανίστηκε πριν το 2010.



Κοιτώντας το διάγραμμα βλέπουμε πώς οι εμπορικοί σύλλογοι δεν αντιπροσωπεύουν τους ελεύθερους επαγγελματίες κατά 96% γιατί όπως μου διευκρίνισαν βλέποντας την κατάσταση και προς τα πού οδεύουμε (καταστροφή) δεν κάνουν τίποτα είναι σαν να μην υπάρχουν. Και το 4% που απάντησε πως είναι «ευχαριστημένοι». Που αυτό πρέπει να μας προβληματίσει και να κάτσουμε να σκεφτούμε πως γίνεται να είναι ευχαριστημένοι αφού το 96% δηλώνει ότι δεν τους αντιπροσωπεύουν;



Και στο τελευταίο διάγραμμα βλέπουμε πως η συμπεριφορά του τραπεζικού συστήματος δεν βοηθά στην επίλυση των προβλημάτων των επιχειρηματιών. Κατά 99% αυτό απάντησαν. Υπάρχει και το 1% που απαντά πως συνεισφέρει στην επίλυση των προβλημάτων.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σε αυτό το κεφάλαιο θα δούμε συμπεράσματα από τα γραφήματα του προηγούμενου κεφαλαίου με βάση την έρευνα μου. Προσπάθησα να είμαι όσο απλή γίνεται προκειμένου να μπορούν όλοι να κατανοήσουν το τι συμβαίνει πραγματικά στην αγορά. Καθώς πλέον στον τουρισμό η ποσότητα δεν λέει κάτι αν δεν υπάρχει ποιότητα δηλαδή οι τουρίστες να ξοδεύουν όπως είναι φυσιολογικό αφού διάλεξαν να κάνουν διακοπές. Είναι λογικό να ξοδέψεις χρήματα για να κάνεις διακοπές και για να μάθεις πράγματα για το νησί. Οι τουρίστες όπως έχει γίνει κατανοητό δεν έχουν για να ξοδέψουν χρήματα. Ας ξεκινήσουμε να αναλύουμε τα συμπεράσματα μας προκειμένου να λυθούν και άλλες απορίες αν υπάρχουν.

4.2 ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ

Όπως είδαμε στα διαγράμματα η κρίση έχει επηρεάσει τα εισοδήματα αλλά και τις διακοπές τους με αποτέλεσμα προκειμένου να κάνουν διακοπές να κλείνουν πολύ φτηνά πακέτα μέσω πρακτορείων. Τα λεφτά για τις διακοπές τους τα πληρώνουν στην χώρα τους με αποτέλεσμα εδώ να έρχονται με λίγα έως και καθόλου χρήματα στην τσέπη αφού το πακέτο που πλήρωσαν για τις διακοπές τους, τους τα παρέχει όλα δηλαδή μπορούν να τρώνε πρωί, μεσημέρι, βράδυ μέσα στο ξενοδοχείο χωρίς να πληρώσουν κάτι έξτρα.

Ακόμα και οι ίδιοι προτιμούν να μένουν μέσα στο ξενοδοχείο κάνοντας απλά μια μικρή βόλτα στο νησί και την ώρα του φαγητού βλέπεις στις τουριστικές περιοχές να κυκλοφορούν ελάχιστοι. Με βάση τα διαγράμματα είδαμε ότι οι τουρίστες ξοδεύουν από 0-15 ευρώ ανά άτομο την ημέρα. Όπως καταλαβαίνετε αυτό δεν αφήνει κέρδος στην αγορά με αποτέλεσμα όταν αυτό γίνεται συνέχεια και κάθε χρόνο οι φόροι αυξάνονται τα έξοδα ενός επιχειρηματία είναι πιο μεγάλα από την προηγούμενη χρονιά και η ποιότητα κάθε χρόνο πέφτει καθώς το all inclusive αυξάνεται στα ξενοδοχεία και φτάνει από 90% έως και 100% στην πλειοψηφία των πεντάστερων από εκεί καταλαβαίνουμε ότι το all inclusive δεν βοηθά τις τοπικές επιχειρήσεις αλλά πρόβλημα υπάρχει και σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες καθώς

κάθε χρόνο κάποιες από αυτές αλλάζουν ιδιοκτήτη και άλλες αναγκάζονται από τους tour operator να ενταχθούν στο σύστημα αλλιώς θα μείνουν άδεια.

4.3 ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ.

Οι ελεύθεροι επαγγελματίες έχουν να αντιμετωπίσουν δύο διαφορετικές κρίσης. Την κρίση του all inclusive η οποία ξεκίνησε το 2004 δείχνοντας από την αρχή ότι αυτό το πακέτο ήταν ένα μεγάλο λάθος καθώς η μείωση του τζίρου των επιχειρήσεων έφτασε το 40% και φτάνοντας στο 2016 το ποσοστό μείωσης των κερδών τους φτάνει το 80%. Οπότε αυτό πως μπορεί να είναι βιώσιμο; Ξέροντας πως οι ελεύθεροι επαγγελματίες έχουν να πληρώσουν έξτρα φόρους που μέσα σε αυτό συμπεριλαμβάνεται το 24% ΦΠΑ. Σε προηγούμενα κεφάλαια αναφέρθηκα αναλυτικά τι ακριβώς φόρους πληρώνει και τι του μένει. Ο τουρισμός πλέον έπαψε να είναι ποιοτικός καθώς οι tour operator πέραν του ότι τους κλείνει φτηνά πακέτα όπως παράδειγμα με 100€ μπορεί να τρώει και να πίνει πρωί μεσημέρι βράδυ και αν ακόμα θέλει ενδιάμεσα κάτι να φάει ή να πιει ούτε αυτό το πληρώνει, επίσης την Ρόδο δεν την διαφημίζουν σαν νησί αλλά σαν έναν φτηνό προορισμό. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να ελκύουν κόσμο ο οποίος δεν είναι ποιοτικός δηλαδή δεν έχει λεφτά να ξοδέψει βγάζοντας τον χρόνο μισθό 5.000€-10.000€. Οι περισσότεροι έρχονται με τα επιδόματα που παίρνουν από τις πατρίδες τους και προκειμένου να κάνουν διακοπές τα χρησιμοποιούν.

Οπότε πως ένας ελεύθερος επαγγελματίας να είναι ευχαριστημένος αφού τα έσοδα τους είναι ελάχιστα και όπως μας απάντησαν δεν μπορούν να καλύψουν τις φορολογικές τους υποχρεώσεις και ούτε τις ανάγκες δώδεκα μηνών. Με αποτέλεσμα πολλές επιχειρήσεις κάθε χρόνο να βάζουν λουκέτο και άλλες να προσπαθούν να επιβιώσουν «φοροδιαφεύγοντας» όπως πολλοί το ονόμασαν έτσι χωρίς να γνωρίζουν το τι πληρώνουν οι επιχειρηματίες καθώς κάθε απόδειξη που κόβουν είναι ο θάνατος της επιχείρησής τους.

4.4 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ

Η τουριστική περίοδος στο νησί ξεκινάει από 1η Απριλίου έως και 31η Οκτωβρίου. Όπως είδαμε και από την έρευνα μου οι τουρίστες κατά ένα μεγάλο ποσοστό η διαμονή τους στο νησί κυμαίνεται από 3-7 ημέρες. Αυτό οφείλεται στο

πακέτο all inclusive που χρησιμοποιούν οι τουρίστες για να κάνουν διακοπές. Όπως επίσης ένα μεγάλο ποσοστό μας απάντησε ότι ήρθε στην Ρόδο για φτηνές διακοπές όλα αυτά μας παραπέμπουν στο ότι αυτό το σύστημα δεν αφήνει κέρδος και το μόνο που κάνει είναι να καταστρέφει τον τουρισμό. Οι επιχειρηματίες τώρα μας απάντησαν ότι ο τουρισμός δεν είναι ποιοτικός και δεν έχουν αρκετά έσοδα ώστε να καλύψουν τις ανάγκες αλλά και τις υποχρεώσεις τους με τόσους φόρους που πληρώνουν. Όπως επίσης ένα μεγάλο ποσοστό μας απάντησε πως πλέον η φοροδιαφυγή είναι για επιβίωση της επιχείρησής τους και πως προκειμένου να καταφέρουν να τις κρατήσουν και να μην βάλουν λουκέτο αυτό θα γίνεται.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ

Βαλσαμίδης, Αλέξανδρος (2016) Ελεύθεροι επαγγελματίες: Διαβάστε και...κλάψτε τι πληρώνουν στο κράτος. *Bangladesh News*, 15 Ιουνίου.

Αθανασίου, Γεώργιος (2016) Τι πληρώνουν οι ελεύθεροι επαγγελματίες (παραδείγματα). *Η Φωνή της Ενημέρωσης*, 11 Μαΐου.

Κωστοπούλου, Στέλλα (2014) Ο ελληνικός τουρισμός από το 1950. *News Beast*, 17 Φεβρουαρίου.

Κούτουλα, Δήμητρα (2005) Η πορεία του τουρισμού της Ρόδου. *Travel Daily News*, 24 Οκτωβρίου.

Λογοθέτης, Μιλτιάδης (2015) Οι απόψεις του Μ. Λογοθέτη, για τον τουρισμό της Ρόδου. *Black Monday*, 23 Οκτωβρίου.

Λουκαράς, Χαράλαμπος (2015) Συμπεράσματα για τις τάσεις των επισκεπτών της Ρόδου. *Ροδιακή*, 12 Απρίλιος.

Ανώνυμος (2014) Επτά πηγές, σημείο αναφοράς για τους λάτρεις της φύσης. *News Beast*, 09 Ιουλίου.

ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

Βλαστού, Φιλίππα (2014) Σαν βρεθείς στη Ρόδο. *Savoir Ville*, 29 Αυγούστου.

ΙΤΕΠ, (2015). Η πορεία του ελληνικού τουρισμού κατά έτος 2013, 2014, 2015 (Μελέτη ΙΤΕΠ). *Hotel magazine*, Οκτώβριος.

ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Βικιπαίδεια, (2014). Ρόδος, Τοποθετήθηκε στις 15 Ιουνίου 2014 από: <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A1%CF%8C%CE%B4%CE%BF%CF%82>

Βικιπαίδεια, (2013). Tour operator, Τοποθετήθηκε Απρίλιο του 2013 από: https://en.wikipedia.org/wiki/Tour_operator

LINK

<http://www.discovergreece.com/el/greek-islands/dodecanese/rhodes>

http://www.wondergreece.gr/v1/el/Perioxes/Rodos/Politismos/Arxaiologikoi_Xwroi/6277-Arxaia_Kameiros

<http://www.podos.com.gr/λινδος.html>

<http://www.rodosislandinfo.gr/rodostouristikosodigos/rodosaxiotheata/montesmith/index.html>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΤΕΙ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ ΤΜΗΜΑ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

Η επίδραση της κρίσης στους ελεύθερους επαγγελματίες

ΕΠΟΠΤΗΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Αλέξανδρος Λυγγίτσος

email:annakyriakaki70@gmail.com

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ: Κυριακάκη Άννα

Τηλ: 6940844651

1.Δημογραφικά στοιχεία:

Περιοχή καταστήματος :

Ηλικία		Οικογενειακή κατάσταση		Είδος καταστήματος	
<25		Άγαμος/η		Τουριστικό κατάστημα	
25-30		Έγγαμος χωρίς παιδιά		Κατάστημα υποδημάτων	
30-40		Έγγαμος με παιδιά		Κατάστημα ρούχων	
40-50		Μονογονεϊκές οικογένειες		Κατάστημα υγειονομικού ενδιαφέροντος	
50-65		Διαζευγμένος-η/χήρος-α		Άλλο:.....	
>65		Άλλο, Εξηγείστε			

1.α Υπάρχει κάποιος άνεργος στο οικογενειακό σας περιβάλλον και για τι διάστημα?

Μερικούς Μήνες	
Ένα έτος	
Πάνω από δύο έτη	

1.β Πόσα άτομα απασχολεί η επιχείρησή σας

ΜΕΡΟΣ Β

Ερώτηση 2.α

Με την άνοδο του all inclusive στο νησί το εισόδημά σας έχει παρουσιάσει αύξηση ή μείωση και πόσο της %;

Αύξηση και πόσο τα %?	Μείωση και πόσο τα %?

Ερώτηση 2.β

Η αύξηση των φόρων στο νησί και σε προϊόντα κατανάλωσης έχει θετικά η αρνητικά αποτελέσματα στην ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα του νησιού σε σχέση με διπλανούς προορισμούς;

Θετικά αποτελέσματα	
Αρνητικά αποτελέσματα	

Ερώτηση 2.γ

Ποια θεωρείται εσείς τα μεγαλύτερα λάθη και παραλείψεις που έχουν γίνει για την περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού στην Ρόδο ;

Ελλιπής οδικό δίκτυο	
Εξάντληση των φυσικών πόρων	
Ανεπαρκείς προβολή του νησιού	
Φορολογικό καθεστώς	
Χειροτέρευση υποδομών	
Όλα τα παραπάνω.	
Άλλο... Εξηγήστε :	

Ερώτηση 2.δ

Είστε σύμφωνοι με την πολιτική που ακολουθούν οι ξενοδοχειακές μονάδες επιλέγοντας ένα μεγάλο ποσοστό μαθητές εξωτερικού; Συμφωνείτε η διαφωνείτε και γιατί;

Συμφωνώ	
Διαφωνώ	

Γιατί:.....

Ερώτηση 2.ε

Ο τουρισμός του νησιού μπορεί να θεωρηθεί ως ποιοτικός;

Καθόλου Λίγο Πολύ Πάρα πολύ

--	--	--	--

ΜΕΡΟΣ Γ

Ερώτηση 1

Η περίοδος της έρευνας μου διεξάγεται τον μήνα Αύγουστο που θεωρείται η κορυφή. Είστε ικανοποιημένοι με τα έσοδα της φετινής τουριστικής σεζόν;

Καθόλου	Λίγο	Πολύ	Πάρα πολύ
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Ερώτηση 2

Τα τελευταία χρόνια ο τζίρος σας είναι αρκετό για την περαιτέρω ανάπτυξη της επιχείρησής σας;

Καθόλου	Λίγο	Πολύ	Πάρα πολύ
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Ερώτηση 3

Τα έσοδα σας είναι αρκετά ώστε να καλύψετε τις ανάγκες δώδεκα μηνών?

Καθόλου	Λίγο	Πολύ	Πάρα πολύ
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Ερώτηση 4

Οι φόροι και οι εισφορές που έχουν επιβληθεί στους ελεύθερους επαγγελματίες και στις επιχειρήσεις θεωρείτε ότι βοηθούν στην επίλυση της κρίσης;

Ναι	<input type="text"/>
Όχι	<input type="text"/>

Ερώτηση 5

Με βάση τον τζίρο της επιχείρησής σας μπορείτε να ανταποκριθείτε πλήρως στις φορολογικές σας υποχρεώσεις;

Ναι	
Μερικώς	
Όχι	

Ερώτηση 6

Θεωρείτε ότι η φοροδιαφυγή και η παραοικονομία είναι ένα από τα βασικά αίτια της κρίσης;

Ναι	
Όχι	

Ερώτηση 7

Για ποιους λόγους πιστεύετε ότι κάποιες μικρομεσαίες επιχειρήσεις φοροδιαφεύγουν τα τελευταία χρόνια;

Για παράνομο πλουτισμό	
Για επιβίωση της επιχείρησης	
Άλλο, εξηγήστε:	

Ερώτηση 8

Πολλοί πιστεύουν ότι η κρίση στο νησί εμφανίστηκε πριν το 2010.

Ναι	
Όχι	

Ερώτηση 9

Πιστεύετε ότι οι εμπορικοί σύλλογοι στην μορφή που υπάρχουν αυτήν την στιγμή σας αντιπροσωπεύουν;

Ναι	
Όχι	

Ερώτηση 10

Πιστεύετε ότι η συμπεριφορά του τραπεζικού συστήματος συνεισφέρει στην ανάπτυξη και στην επίλυση προβλημάτων των ελεύθερων επαγγελματιών;

Ναι	
Όχι	

ΤΗΡΕΙΤΑΙ ΑΠΟΛΥΤΑ Η ΑΝΩΝΥΜΙΑ

**Ευχαριστούμε για τον χρόνο που
διαθέσατε για την συμπλήρωση του
ερωτηματολογίου.**

Προπτυχιακή Φοιτήτρια του τμήματος
Χρηματοοικονομικής και Ελεγκτικής στο
ΤΕΙ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ

Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας

Ο επόπτης καθηγητής μου Αλέξανδρος
Λυγγίτσος

Τηλέφωνο:6940844651

annakyriakaki@gmail.com

**Εάν επιθυμείτε να σας στείλουμε τα
αποτελέσματα τις έρευνας στείλτε μου
ένα email η καλέστε με ένα τηλέφωνο.**

TEI PELOPONNESE DEPARTMENT FINANCIAL AND ACCOUNTING

The impact of the crisis on the island of Rhodes

DATA PROF: Alexander Lyngitsos
RESPONSIBLE RESEARCH: Kyriakaki Anna

Email: annakyrakaki@gmail.com
Tel: 6940844651

PART A

1. Genre

Female Male

2. Age

3. Nationality

4. Income (in Euros)

0-5.000	
5.000-10.000	
10.000-20.000	
20.000-30.000	
>30.000	

PART B

1. How many times a year you go on holiday?

2. How many days will be our stay on the island?

3-7 days	
7-15 days	
15-20	
20-30	

3. How many times in the past you have visited Rhodes?

One time	
Two times	
Three times or more :	

4. Which means we use to learn about the island?

Newspapers/ Magazines	
Internet	
Travel agencies	
Travel magazines	
Family/ Friends	
T.V	
Holiday guides	
Another :	

5. Why did you choose Rhodes for your vacation?

Nightlife	
Activities	
Beaches	
Cultural Tourism	
cheap vacation	
Another:	

6. How many places did you visit?

0-3	
4-6	
more	

PART C

1. It believes that the tourist traffic in the region living is great?

Yes	
No	

2. The choice of the hotel and how your vacation was made:

- a) with your own requirement
- b) proposal from advise friends/ family
- c) the contribution of the tour operator

3. Have you calculated how many hours you have to spend in the hotel?
And if you're not with package how many hours you are staying at hotel?

With package

None	
1-5	
5-10	
>12	

without package

None	
1-5	
5-10	
>12	

4. How much money you spend per person per day?

About 0 - 15 Euros	
About 15 – 30 Euros	
About 30 Euros or more	

5. what do you prefer?:

to spend more hours in the hotel or go around the island?
(CHOOSE by circling one of the two)

(MARK in the box if you are with or without package)

With package		without package	
---------------------	--	------------------------	--

6. Do you think that increased taxation that exists at the moment in Greece has affected the market on the island?

Yes	
No	

1. With the new tax measures taken by the Greece significantly affect the cost of your holiday?

Yes	
No	

2. The crisis has affected your country?

Yes	
No	

3. You think you really know Rhodes?

YES	
NO	

4. Do you intend to visit again the island in the future?

YES	
NO	

The questionnaire is anonymous

Thank you for your time

Universitaet Pelopones Abteilung Buchhaltung

Der Umfang der Krise auf der Insel Rhodos

Professor: Alexander Lyngitsos
Zustaendige der Umfrage: Anna Kyriakaki

Email: annakyriakaki@gmail.com
TEL: 6940844651

Teil A

1. Geschlecht

Weiblich maennlich

2. Alter

3. Nationalitaet

4. Einkommen (in Euro)

5.000-10.000	
10.000-20.000	
20.000-30000	
>30000	

Teil B

1. Wie oft im Jahr gehen Sie in den Urlaub?

2. Wieviele Tage ist Ihr Aufenthalt auf der Insel?

3-7 tage	
7-15 tage	
15-20 tage	
20-30 tage	

3. Wie oft haben Sie bereits die Insel Rhodos besucht?

Einmal	
zweimal	
Dreimal oder oefters	

4. Wie sind Sie auf die Insel aufmerksam geworden

Zeitungen/Zeitschriften	
internet	
Reisebuero	
Familien/Freunde	
Fresehen	
Reiseleitung	
Andere:	

5. Warum haben Sie Rhodos als Reiseziel gewaehlt:

Nachtleben	
Aktivitaeten	
Straende	
Kultusministerium	
Guenstiges Relseziel	
Andere Gruende	

6. Wieviele Orte haben Sie auf der Insel besucht?

0-3	
4-6	
Mehr	

Teil C

1. Glauben Sie, dass in der Ortschaft in der Sie sich befinden touristisch viel los ist?

ja	
Nein	

2. Die Wahl des Hotels und wie der Urlaub gestaltet wurde:

- a) wurde selbst organisiert
- b) Vorschlag von Freunden/Familie
- c) durch den Reiseveranstalter

3. Haben Sie berechnet wieviele Stunden Sie sich im Hotel aufhalten muessen, um die Kosten Ihres All Inclusive Pakets zu decken?
Und wenn Sie nicht mit All Inclusive da sind, wieviele Stunden halten Sie sich im Hotel auf ?

Mit All Inclusive

Ohne All Inclusive

Garnicht	Garnicht
1-5	1-5
5-12	5-12
>12	>12

4. Wieviel Geld geben sie taeglich pro person aus?

Ungefaehr 0-15 Euros	
Ungefaehr 15-30 Euros	
Ungefaehr 30 Euros und mehr	

5. Was bevorzugen Sie?

Mehr Stunden im Hotel oder auf der Insel zu verbrin

(Kreisen Sie bitte das Wort Hotel oder Insel ein

(Kreuzen Sie bitte im Kaestchen an ob Sie mit oder ohne All Inclusive da sind)

Mit Paket		Ohne Paket	
-----------	--	------------	--

6. Glauben Sie dass die momentane Steuererhoehung in Griechenland den Inselmarkt beeinflusst hat?

Ja	
Nein	

7. Haben die Steuermassnahmen in Griechenland die Kosten Ihres Urlaubs beeinflusst?

Ja	
Nein	

8. Hat die Krise Ihr Land beeinflusst?

Ja	
Nein	

9. Kennen Sie die Insel Rhodos gut?

Ja	
Nein	

10. Werden Sie die Insel wieder besuchen?

Ja	
Nein	

Der Fragebogen ist anonym

Vielen Dank für Ihre Zeit