



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ



ΕΝΑ ΧΙΟΥ Α.Ε.

## **ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ Ν. ΧΙΟΥ**

*Λειτουργία Τουριστικού Παρατηρητηρίου*

*Βάση δεδομένων προσφοράς – ζήτησης*

*Καλές πρακτικές επιχειρήσεων – προορισμών*

*Σήμα Υπευθυνότητας και Τοπικής Ποιότητας*

Συντάκτες: Ιωάννης Σπιλάνης, Επ. Καθηγητής Παν. Αιγαίου  
Ελένη Βαγιάννη, Υπ. Διδάκτορας Παν. Αιγαίου  
Σοφία Καραμπελα, Υπ. Διδάκτορας Παν. Αιγαίου  
Παναγιώτης Σπυρόπουλος, Υπ. Διδάκτορας Παν. Αιγαίου

Η παρούσα έκθεση συντάσσεται στα πλαίσια των συμβατικών υποχρεώσεων του Πανεπιστημίου Αιγαίου με την ΕΝΑ Χίου Α.Ε. Αποτελεί τμήμα σειράς παραδοτέων.

Τα παραδοτέα που ακολουθούν περιλαμβάνουν στο πρώτο μέρος την Περιγραφή και Λειτουργία του Τουριστικού Παρατηρητηρίου, στο δεύτερο μέρος τη δομή και διαχείριση της Βάσης Δεδομένων και στο τρίτο μέρος το Σύστημα Υπευθυνότητας και Τοπικής Ποιότητας.

Ένα ακόμα παραδοτέο αποτελεί και η έκθεση με την αξιολόγηση της κατάστασης του τουρισμού για το Νομό Χίου τα τελευταία χρόνια μέχρι το 2006. Η έκθεση αυτή αποτελεί χωριστό κείμενο.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>Λειτουργία Τουριστικού Παρατηρητηρίου</b>	<b>5</b>
<b>Εισαγωγή</b>	<b>5</b>
<b>Πρωτογενή δεδομένα</b>	<b>6</b>
Ερωτηματολόγια τουριστών	6
Κατάρτιση ερωτηματολογίων	6
Οδηγίες προς τους συνεντευκτές	7
Δειγματοληψία	11
Ερωτηματολόγια καταλυμάτων - επιχειρήσεων	13
<b>Δευτερογενή δεδομένα</b>	<b>16</b>
<b>Απαιτούμενο προσωπικό</b>	<b>16</b>
<b>Άμεσες ενέργειες</b>	<b>19</b>
<b>Βάση Δεδομένων</b>	<b>21</b>
<b>Εισαγωγή</b>	<b>21</b>
<b>Προσφορά</b>	<b>22</b>
Πρωτογενή δεδομένα	22
Δευτερογενή δεδομένα	24
<b>Ζήτηση</b>	<b>25</b>
Πρωτογενή δεδομένα	25
Βάση δεδομένων ερωτηματολογίων τουριστών	26
Δευτερογενή δεδομένα	32
<b>Άμεσες ενέργειες</b>	<b>33</b>
<b>Σύστημα ποιότητας</b>	<b>34</b>
<b>Εισαγωγή</b>	<b>34</b>
<b>Διεθνείς κώδικες ορθής πρακτικής και συμπεριφοράς</b>	<b>34</b>
<b>Διεθνή συστήματα πιστοποίησης</b>	<b>37</b>
<b>Ελληνικές καλές πρακτικές επιχειρήσεων</b>	<b>40</b>
<b>Ελληνικές καλές πρακτικές προορισμών</b>	<b>44</b>
<b>Αξιολόγηση συστημάτων πιστοποίησης</b>	<b>46</b>
<b>Προτεινόμενο Σήμα Υπευθυνότητας και Τοπικής Ποιότητας</b>	<b>47</b>
Εισαγωγή	47
Περιγραφή Σήματος – διαδικασία απονομής	49
Βαθμολογία - κόστος	51
Γενικές αρχές επιχειρήσεων	52
Γενικές αρχές φορέων	53
Άξονες δράσης – Κριτήρια απονομής σήματος ανά άξονα δράσης	54
Πίνακας βαθμολόγησης κριτηρίων επιχειρήσεων – καλές πρακτικές	56
Πίνακας βαθμολόγησης κριτηρίων φορέων – καλές πρακτικές	60
<b>Μελλοντικές ενέργειες</b>	<b>62</b>
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ</b>	<b>63</b>
<b>Ερωτηματολόγιο καταλυμάτων</b>	<b>63</b>
<b>Ερωτηματολόγιο λοιπών τουριστικών επιχειρήσεων</b>	<b>67</b>
<b>Ερωτηματολόγιο τουριστών ελληνικό</b>	<b>69</b>

<b>Ερωτηματολόγιο τουριστών αγγλικό</b>	<b>71</b>
<b>Ερωτηματολόγιο πελατών καταλυμάτων</b>	<b>73</b>

## Λειτουργία Τουριστικού Παρατηρητηρίου

### Εισαγωγή

Το Τουριστικό Παρατηρητήριο (Τ.Π.) αποτελεί βασικό εργαλείο των σχεδιαστών σε τοπικό επίπεδο για τα θέματα που αφορούν στον τουρισμό κάθε προορισμού, έτσι ώστε να μπορούν να τεκμηριώνουν τις εισηγήσεις τους προς τους λήπτες των αποφάσεων. **Στόχος** είναι: α) η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των νησιωτικών επιχειρήσεων μέσω της αύξησης των εσόδων, της μείωσης των δαπανών και της βελτίωσης της εικόνας σε πελάτες και προμηθευτές, β) η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των νησιωτικών οικονομιών και γ) η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, η συγκράτηση του πληθυσμού, η αύξηση των εισοδημάτων, η δημιουργία νέων εισοδημάτων και η καλύτερη διανομή τους και εν τέλει η ευημερία και ανάπτυξη του προορισμού.

Η **βελτίωση της ανταγωνιστικότητας** των επιχειρήσεων επιτυγχάνεται με βελτίωση των οικονομικών αποδόσεων, μέσω της παρακολούθησης εσόδων και εξόδων, της ποιοτικής αναβάθμισης, της διαφοροποίησης και παραγωγής νέων προϊόντων και υπηρεσιών, των οργανωτικών αλλαγών, του τρόπου προώθησης κ.λπ. Η διαφοροποίηση του παραγόμενου προϊόντος και η αυξημένη συνεισφορά στην ανάπτυξη του προορισμού μπορεί να επιτευχθούν μέσα από τη χρήση τοπικών πόρων, ώστε να αξιοποιούνται οι τοπικές πρώτες ύλες, οι πόροι και τα προϊόντα με τη χρησιμοποίηση της τοπικής τεχνογνωσίας και την παραγωγή νέας. Η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας επιτυγχάνεται επίσης μέσω της ικανοποίησης των πελατών της, τόσο με την αυξημένη δαπάνη, όσο και με τη διαφήμιση του τόπου μετά το πέρας του ταξιδιού τους. Σημαντικό στοιχείο είναι και η ικανοποίηση του εργαζόμενου, ώστε να είναι πιο αποδοτικός (αμοιβές, ασφάλεια, εκπαίδευση κ.λπ.). Τέλος, μέσω της προστασίας το φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος επιτυγχάνεται ποιοτικότερο και ελκυστικότερο προϊόν.

Ένα από τα βασικά εργαλεία του Τ.Π. αφορά στην εθελοντική δικτύωση των επιχειρήσεων και των φορέων (ιδιωτικός και δημόσιος τομέας), στη συμμετοχή τους σε ένα Σήμα Υπευθυνότητας και σε παροχή πληροφοριών προς τους συνεργαζόμενους φορείς. Η **εθελοντική δικτύωση** και συνεργασία με στόχο τη συνεχή βελτίωση αφορά όλες τις επιχειρήσεις του τουριστικού τομέα (καταλύματα, καταστήματα εστίασης και αναψυχής, τουριστικά γραφεία, γραφεία ενοικίασεως αυτοκινήτων, καταστήματα τουριστικών ειδών, άλλες επιχειρήσεις τουριστικών υπηρεσιών. Το **Σήμα Υπευθυνότητας και Τοπικής Ποιότητας** είναι μία διαδικασία συνεχούς βελτίωσης των επιχειρήσεων και των φορέων. Περιλαμβάνει τη συμβουλευτική υποστήριξη των επιχειρήσεων, την ανάδειξη και προώθηση της τοπικής ιδιαιτερότητας του τουριστικού προϊόντος, τη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών, τη μείωση του κόστους λειτουργίας και την προβολή των επιχειρήσεων που διακρίνονται. Η **παροχή πληροφοριών** γίνεται με στόχο να εντοπιστούν τα ισχυρά σημεία και οι αδυναμίες των τουριστικών επιχειρήσεων, έτσι ώστε οι πολιτικές που προτείνονται να είναι στοχευμένες και αποτελεσματικές. Οι πληροφορίες αφορούν σε οικονομικά στοιχεία, ώστε να εκτιμηθεί η απόδοση των επιχειρήσεων και οι δυνατότητες βελτίωσής της, στοιχεία απασχόλησης και περιβαλλοντικά στοιχεία κατανάλωσης νερού, ενέργειας και παραγωγής υγρών και στερεών αποβλήτων.

Το Τ.Π. πρέπει να περιλαμβάνει πληροφορίες με τέτοια μορφή που να είναι άμεσα προσβάσιμες και αξιοποιήσιμες από τους ενδιαφερόμενους. Οι πληροφορίες συλλέγονται από πολλαπλές πηγές και κωδικοποιούνται, εισάγονται σε μία βάση δεδομένων (Β.Δ.), γίνεται η κατάλληλη επεξεργασία και εξάγονται συμπεράσματα σε ότι αφορά στην απόδοση του τουρισμού, τους παράγοντες που την επηρεάζουν, καθώς και τις επιπτώσεις της ανάπτυξης του τουρισμού στον προορισμό. Τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την ανάλυση των δεδομένων του Τ.Π. τεκμηριώνουν τις ενέργειες και τις αποφάσεις για τον προορισμό. Οι αποφάσεις αυτές στηρίζονται εκτός από τα δεδομένα του συγκεκριμένου προορισμού, σε συγκριτικά στοιχεία με άλλες περιοχές, αλλά και σε καλές πρακτικές άλλων προορισμών. Κάθε χρόνο συντάσσεται έκθεση για την κατάσταση του προορισμού, καταγράφονται οι εξελίξεις και συγκρίνονται οι επιδόσεις με εκείνες των προηγούμενων χρόνων και αξιολογείται η ενδεχόμενη εφαρμοσθείσα πολιτική, έτσι ώστε να σχεδιάζονται καλύτερα οι ενέργειες του επόμενου έτους, να διορθώνονται κάποια ενδεχόμενα λάθη και να προγραμματίζονται οι επόμενες επενδύσεις.

Για τη λειτουργία του Τ.Π. είναι απαραίτητο να συμπληρώνονται κάθε έτος κάποια δεδομένα και να εισάγονται στη Β.Δ., όπως αναλύεται στη συνέχεια. Το κόστος λειτουργίας του Τ.Π. εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το μέγεθος του αριθμού των δεδομένων αυτών. Έτσι, προκειμένου να μειωθεί το κόστος, γίνεται επιλογή των μεταβλητών που πρέπει να παρακολουθούνται, ώστε χωρίς να μειώνονται οι πληροφορίες που απαιτούνται άμεσα, να αριστοποιείται το κόστος λειτουργίας του Τ.Π. Το ίδιο κριτήριο επικρατεί και για την επιλογή του μεγέθους του δείγματος στις πρωτογενείς έρευνες.

### Πρωτογενή δεδομένα

#### *Ερωτηματολόγια τουριστών*

#### Κατάρτιση ερωτηματολογίων

Για την κατάρτιση του ερωτηματολογίου λήφθηκαν υπόψη προηγούμενες έρευνες του Πανεπιστημίου Αιγαίου, η εμπειρία της ομάδας εργασίας και οι ανάγκες του Παρατηρητηρίου. Έγινε κάθε δυνατή προσπάθεια, ώστε το ερωτηματολόγιο να είναι μικρό. Αυτό έχει πολλά πλεονεκτήματα: α) δεν κουράζει τους ερωτώμενους, β) δεν χρειάζεται πολύς χρόνος για τη συμπλήρωσή του και γ) μειώνει το κόστος της έρευνας αλλά και της επεξεργασίας των δεδομένων. Από την άλλη μεριά, δεν θα έπρεπε να αποκλειστούν ερωτήσεις που δίνουν σημαντικές πληροφορίες. Έτσι, έγινε μία επιλογή των ερωτήσεων, ώστε να εξαχθούν οι απαραίτητες πληροφορίες για το Παρατηρητήριο, με το μικρότερο δυνατό κόστος. Επίσης, η μορφή του ερωτηματολογίου επιλέχθηκε με τέτοιο τρόπο, ώστε να είναι εύκολη η εκτύπωση και αναπαραγωγή του. Στο μέλλον θα πρέπει να εξεταστεί η δυνατότητα για χρήση ηλεκτρονικού τρόπου διεξαγωγής της έρευνας.

Το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει ομάδα ερωτήσεων για να εντοπιστεί το προφίλ των τουριστών, η συμπεριφορά τους και οι προτιμήσεις τους πριν το ταξίδι, αλλά και κατά τη διάρκειά του και ο βαθμός ικανοποίησής των απαιτήσεών τους από τον προορισμό. Η ομάδα των προσωπικών ερωτήσεων βρίσκεται στο τέλος του ερωτηματολογίου, έτσι ώστε να έχει ήδη αποκτηθεί μία οικειότητα και εμπιστοσύνη ανάμεσα στον συνεντευκτή και τον ερωτώμενο, πριν τις απαντήσεις.

### Οδηγίες προς τους συνεντευκτές

#### Γενικές οδηγίες

Οι συνεντευκτές θα πρέπει να είναι ευγενικοί, ευχάριστοι και ευδιάθετοι, αλλά παράλληλα και σοβαροί, ώστε να δίνουν το κατάλληλο κλίμα στη μικρή αυτή συνέντευξη και να κάνουν το ερωτώμενο να αισθάνεται άνετα. Αρχικά τους πλησιάζουν, δηλώνουν την ταυτότητά τους και το σκοπό της έρευνας, το φορέα που τη διεξάγει και τους ρωτάνε ευγενικά εάν θέλουν να συμμετέχουν στην έρευνα. Δεν τους πιέζουν για θετική απάντηση. Σε περίπτωση που κάποιος δεν θέλει να συμμετέχει, τότε ευχαριστούν τον τουρίστα και αποχωρούν. Όταν επιλέγεται κάποιο άτομο για να ερωτηθεί δεν γίνεται καμία διάκριση (ηλικία, φύλο, εθνικότητα κ.λπ.). Ερωτώνται όλα τα άτομα που μπορούν να αποτελέσουν το δείγμα της έρευνας. Για να είναι εύκολα αναγνωρίσιμη η ταυτότητα των συνεντευκτών, θα πρέπει να φοράνε καρτέλες – κονκάρδες με το όνομά τους και το φορέα διεξαγωγής της έρευνας, στα ελληνικά και τα αγγλικά. Θα πρέπει να γίνεται κατανοητό ότι τα στοιχεία αυτά θα χρησιμοποιηθούν για ερευνητικούς σκοπούς και μόνο για τις ανάγκες της παρούσας έρευνας και ότι τα ερωτηματολόγια θα είναι ανώνυμα.

Οι συνεντευκτές πηγαίνουν στο αεροδρόμιο ή το λιμάνι κατά τις μέρες και ώρες που θα τους υποδείξει ο διαχειριστής της έρευνας και σύμφωνα με το πρόγραμμα που θα καταρτιστεί. Θα πρέπει να βρίσκεται στο σημείο της έρευνας αρκετή ώρα πριν την αναχώρηση του πλοίου ή του αεροπλάνου, ώστε να είναι δυνατή η συμπλήρωση ενός σημαντικού αριθμού ερωτηματολογίων κάθε φορά.

Κατά τη διεξαγωγή του ερωτηματολογίου γίνεται προσπάθεια να συμπληρωθούν όλες οι ερωτήσεις με σαφή και αντικειμενικό τρόπο. Σε περίπτωση που διαπιστώνεται ότι ένας ερωτώμενος δυσκολεύεται να απαντήσει κάποια ερώτηση, θα πρέπει να γίνονται διευκρινιστικά σχόλια ή να δίνονται παραδείγματα, ώστε να γίνεται πιο κατανοητή η ερώτηση. Στην περίπτωση αυτή δεν θα πρέπει να καθοδηγείται η απάντηση.

Θα πρέπει επίσης να γίνεται προσπάθεια, ώστε να μην συμπληρώνεται το απαιτούμενο μέγεθος κάθε δείγματος από μία και μόνο πτήση ή από ένα και μόνο δρομολόγιο. Για παράδειγμα αν από μία εθνικότητα θα πρέπει να συμπληρωθούν 100 ερωτηματολόγια, τα οποία κατανέμονται και στους διάφορους μήνες διεξαγωγής της έρευνας, έτσι ώστε σε κάθε μήνα να χρειάζονται 20-30 ερωτηματολόγια, τότε θα πρέπει αυτό να γίνει από 4 τουλάχιστον πτήσεις (μία κάθε εβδομάδα, σε διαφορετική ημέρα και από διαφορετική πόλη προέλευσης εφόσον είναι δυνατόν).

Από κάθε οικογένεια θα πρέπει να συμπληρώνεται ένα μόνο ερωτηματολόγιο και όχι από όλα τα μέλη της οικογένειας.

#### Ειδικές οδηγίες

Τα ερωτηματολόγια είναι δίγλωσσα. Για το λόγο αυτό οι συνεντευκτές θα πρέπει να ομιλούν ελληνικά και αγγλικά. Όταν πλησιάζουν έναν ταξιδιώτη ρωτάνε πρώτα εάν είναι **μόνιμος κάτοικος του προορισμού**. Σε περίπτωση καταφατικής απάντησης δεν συμπληρώνεται το ερωτηματολόγιο. Μόνιμοι κάτοικοι θεωρούνται και οι φοιτητές και οι φαντάροι. Ερωτηματολόγια συμπληρώνονται μόνο σε τουρίστες και σε παραθεριστές – επισκέπτες του προορισμού. Στους τελευταίους περιλαμβάνονται και οι καταγόμενοι από την περιοχή που όμως δεν κατοικούν μόνιμα σ' αυτήν. Επίσης, ερωτηματολόγια δεν γίνονται σε πολύ μικρά παιδιά, καθώς δεν είναι σε θέση να

απατήσουν σε όλες τις ερωτήσεις, ιδιαίτερα όταν δεν ταξιδεύουν μόνο τους. Έτσι, η **ηλικία** που επιλέχθηκε είναι να είναι οι ερωτώμενοι τουλάχιστον 15 ετών.

Συμπληρώνονται αρχικά τα στοιχεία του **πρώτου πίνακα** με την ημερομηνία, το όνομα του συνεντευκτή και σε περίπτωση που τα ερωτηματολόγια συμπληρώνονται στο αεροδρόμιο σημειώνεται η πτήση και σε περίπτωση που τα ερωτηματολόγια συμπληρώνονται στο λιμάνι, το δρομολόγιο. Το πεδίο «**α/α ερωτηματολογίου**» δεν συμπληρώνεται από τους συνεντευκτές κατά τη διάρκεια της συνέντευξης, αλλά από το διαχειριστή της βάσης, όταν εισάγονται τα δεδομένα των ερωτηματολογίων στο SPSS.

Στο πεδίο της **προέλευσης** για τους Έλληνες συμπληρώνεται η πόλη από την οποία έρχονται, στους αλλοδαπούς συμπληρώνεται η χώρα από την οποία προέρχονται.

Στον πίνακα της **ερώτησης 2**, σημειώνεται η ομάδα με την οποία ταξιδεύει μαζί ο κάθε τουρίστας. Για την πρώτη στήλη δεν απαιτείται να σημειωθεί ο αριθμός των ατόμων. Για τη δεύτερη στήλη, θα πρέπει να σημειωθούν τα άτομα που απαρτίζουν την οικογένεια ή την παρέα.

Σε κάθε ερώτηση που υπάρχει η **επιλογή «Άλλο»**, θα πρέπει να σημειώνεται η απάντηση του ερωτώμενου ολογράφως και να διευκρινίζεται η απάντηση, εφόσον δεν υπάρχει ως επιλογή.

Στην τρίτη ερώτηση για το **σκοπό του ταξιδιού** ο κάθε τουρίστας μπορεί να επιλέξει έως τρεις απαντήσεις. Θα πρέπει όμως να τις αριθμήσει κατά σειρά προτεραιότητας, βάζοντας το νούμερο 1 στην απάντηση για το βασικό κίνητρο του ταξιδιού και τις επιλογές 2 και 3 για άλλους λόγους που συνδύασε το ταξίδι του και με άλλους σκοπούς. Εάν η επιλογή του δεν περιέχεται στις απαντήσεις, τότε στη θέση «άλλο» συμπληρώνει την απάντησή του.

Στην **ερώτηση 4**, ερωτάται ο τουρίστας εάν έχει έρθει ξανά στο νησί και σε περίπτωση καταφατικής απάντησης, σημειώνεται και ο αριθμός των προηγούμενων επισκέψεων. Εφόσον ο ερωτώμενος είναι παραθεριστής ή επισκέπτης σημειώνεται πόσες φορές τον χρόνο έρχεται στο νησί και το διευκρινίζετε με τη σημείωση «... φορές το χρόνο».

Στην ερώτηση 5, σημειώνεται το μέσο με τον οποίο έφτασε ο τουρίστας στο νησί. Εάν δεν έχει φθάσει με κάποιο από τα μέσα που σημειώνονται, τότε θα πρέπει να σημειωθεί το **μέσο άφιξης**.

Στην επόμενη **ερώτηση (6<sup>η</sup>)** θα πρέπει να σημειωθούν οι περιοχές του νησιού στις οποίες ο τουρίστας πραγματοποίησε διανυκτέρευση και ποιες άλλες περιοχές επισκέφτηκε.

Στην **7<sup>η</sup> ερώτηση** μας ενδιαφέρει ο αριθμός των διανυκτερεύσεων που πραγματοποίησε ο τουρίστας και όχι πόσες μέρες έμεινε. Συνήθως, ο αριθμός των διανυκτερεύσεων διαφέρει κατά 1 από τις ημέρες διαμονής. Αυτό θα πρέπει να διευκρινίζεται κατά τη συμπλήρωση της ερώτησης αυτής.



Για τον **τύπο του καταλύματος**, σε περίπτωση που η απάντηση είναι το ξενοδοχείο, θα πρέπει να σημειώνεται η κατηγορία του. Εάν ο τουρίστας δεν τη γνωρίζει μπορεί εναλλακτικά να σημειωθεί το όνομα του ξενοδοχείου, ώστε ο διαχειριστής της βάσης, να γνωρίζει την κατηγορία, κατά την εισαγωγή των δεδομένων στη βάση. Εάν το τουρίστας χρειαστεί διευκρινίσεις σχετικά με τις διαφορές των καταλυμάτων θα πρέπει να τους δοθούν, ώστε να κατανοήσουν τις απαντήσεις και να δώσουν την ορθή επιλογή. Εάν δεν έχουν μείνει σε κανένα από τα καταλύματα που αναφέρονται, τότε θα πρέπει να σημειωθεί η άλλη επιλογή.

Το **είδος της κράτησης** αναφέρεται στο εάν ο τουρίστας πλήρωσε για υπηρεσίες διανυκτέρευσης μόνο, ή εάν περιλαμβανόταν και το πρωινό ή και άλλα γεύματα στο πακέτο που πλήρωσε ή στην τιμή του καταλύματος. Τα πακέτα all inclusive αναφέρονται σε όλες τις υπηρεσίες που παρέχει το κατάλυμα και προπληρώνει ο τουρίστας στο πακέτο που αγοράζει. Τέτοιες υπηρεσίες μπορεί να είναι τα ποτά, τα αναψυκτικά, τα παγωτά, τα οποία ο τουρίστας μπορεί να καταναλώσει σε όποιες ποσότητες θέλει, χωρίς να μεταβάλλεται η τιμή που έχει ήδη προπληρώσει. Επίσης, σε ένα πακέτο all inclusive, μπορούν να περιλαμβάνονται και άλλες υπηρεσίες, όπως η ελεύθερη χρήση της σάουνας, του τζακούζι, των γηπέδων, του γυμναστηρίου, του κομμωτηρίου που ενδεχομένως να διαθέτει το κατάλυμα κ.λπ.

Στη **10<sup>η</sup> ερώτηση**, ο τουρίστας σημειώνει το μέσο με το οποίο μετακινήθηκε στον προορισμό. Εάν χρησιμοποίησε πολλά μέσα, τότε σημειώνει τα 3 πιο σημαντικά. Ανάλογα με τα μέσα που σημείωσε θα πρέπει να σημειωθούν και οι αντίστοιχες δαπάνες στην επόμενη ερώτηση.

Η 11<sup>η</sup> ερώτηση αφορά στις **δαπάνες** του τουρίστα, είναι η πιο σημαντική αλλά και δύσκολη ερώτηση του ερωτηματολογίου και πρέπει να συμπληρώνεται με μεγάλη επιμέλεια. Αρχικά, ρωτάται ο ερωτώμενος για το συνολικό κόστος του ταξιδιού του εάν το γνωρίζει ή εάν μπορεί να το εκτιμήσει και σε πόσα άτομα αντιστοιχεί το ποσό αυτό. Τα άτομα αναφέρονται σε περίπτωση που δεν πρόκειται για ατομικό κόστος, δηλαδή σε περίπτωση ζευγαριού ή οικογένειας. Στη συνέχεια, ερωτάται εάν οργάνωσε μόνος του το ταξίδι του ή εάν αγόρασε τις υπηρεσίες των διακοπών του συνολικά από κάποιο πράκτορα ή το internet. Δηλαδή με λίγα λόγια εάν αγόρασε κάποιο πακέτο, στο οποίο περιλαμβανόταν τουλάχιστον τα εισιτήρια και η διαμονή και πιθανά και άλλες υπηρεσίες (π.χ. εκδρομές), γεύματα, και άλλα. Αν αγόρασε μόνο το εισιτήριο από ταξιδιωτικό πρακτορείο τότε αναφερόμαστε στη δεύτερη περίπτωση ατομικής οργάνωσης ταξιδιού.

Στην περίπτωση που αγόρασε πακέτο, θα πρέπει να σημειωθεί το κόστος του πακέτου. Σημαντικό στο σημείο αυτό είναι οι δαπάνες να αφορούν ατομικά στοιχεία και όχι ομαδικά. Εάν αναφερθεί σε ομαδικά στοιχεία, θα πρέπει να διευκρινισθεί αυτό και να σημειωθεί και ο αριθμός των ατόμων, ώστε κατά την εισαγωγή των δεδομένων να είναι δυνατόν να γίνει η αναγωγή στις ατομικές δαπάνες. Όταν ο τουρίστας έχει αγοράσει ένα πακέτο διακοπών, θα πρέπει να σημειώσει τι υπηρεσίες περιλαμβανόταν σε αυτό.

Στην περίπτωση που ο τουρίστας δεν αγόρασε πακέτο διακοπών, αλλά οργάνωσε το ταξίδι του μόνος του και πλήρωσε χωριστά όλες τις υπηρεσίες που χρειάστηκε, συμπληρώνεται η δεύτερη στήλη. Στην περίπτωση αυτή, για κάθε μία υπηρεσία θα πρέπει να σημειωθεί το κόστος των δαπανών του χωριστά. Οι επιμέρους υπηρεσίες

για τις οποίες ο τουρίστας θα πρέπει να σημειώσει τις δαπάνες που έκανε είναι τα εισιτήριά του, το κόστος της διαμονής του, τι ξόδεψε για το φαγητό, για διασκέδαση, για τις μετακινήσεις του και για ενδεχόμενες άλλες δραστηριότητες που έκανε (π.χ. ιαματικά, wind surfing, καταδύσεις κ.λπ.). Τέλος, σημειώνει πόσα ευρώ ξόδεψε σε αγορές. Και στην περίπτωση αυτή θα πρέπει όταν δεν αναφέρεται σε ατομικά έξοδα, αλλά σε οικογενειακά αυτό πρέπει να σημειώνεται.

Και η επόμενη ερώτηση αφορά στις δαπάνες, όπου καλείται ο τουρίστας να εκτιμήσει σε μία κλίμακα 1-5, το πόσο άξιζαν τα χρήματα που ξόδεψε, όπου 1 είναι η χαμηλότερη απόδοση των χρημάτων και 5 η μεγαλύτερη.

Στην **ερώτηση 12**, ζητάτε από τον τουρίστα να σημειώσει τον τρόπο με τον οποίο πληροφορήθηκε για τον προορισμό. Το πρώτο μέρος της ερώτησης αφορά τον τρόπο με τον οποίο έμαθε ο τουρίστας για το νησί. Εδώ θα πρέπει να σημειωθεί ότι η επιλογή δημοσίευμα διαφέρει από την επιλογή διαφήμιση. Το δημοσίευμα είναι ένα αφιέρωμα που κάνει κάποιο μέσο (εφημερίδα, περιοδικό κ.λπ.), ενώ η διαφήμιση αναφέρεται μόνο σε μία καταχώριση, χωρίς επιπλέον πληροφορίες. Η διαφήμιση μπορεί να γίνεται σε τηλεόραση, ραδιόφωνο ή σε έντυπα μέσα (εφημερίδες, περιοδικά), αλλά είναι διαφορετική από το δημοσίευμα. Αυτό θα πρέπει να διευκρινίζεται στους ερωτώμενους, εάν χρειαστεί.

Από τη στιγμή που θα διευκρινιστεί ο τρόπος με τον οποίο πληροφορήθηκε ο τουρίστας για τον προορισμό, του ζητάται να διευκρινίσει γιατί τελικά επέλεξε το συγκεκριμένο προορισμό, βάσει ποιών από τα στοιχεία των πληροφοριών που πήρε, δηλαδή.

Τέλος, αναφορικά με τις πληροφορίες, σημαντικό στοιχείο θεωρείται η χρήση του διαδικτύου και για το λόγο αυτό ερωτάται εάν χρησιμοποίησε το διαδίκτυο είτε για να πάρει κάποιες πληροφορίες για τον προορισμό που επέλεξε να επισκεφτεί, είτε για να κάνει κάποιες κρατήσεις.

Η ερώτηση 13 αναφέρεται στο **βαθμό ικανοποίησης** των τουριστών από τον τόπο. Περιέχει 16 επιμέρους ερωτήματα σχετικά με τις υποδομές, τις ανωδομές και τις υπηρεσίες του προορισμού. Ο τουρίστας σημειώνει σε μία κλίμακα 1-5 το βαθμό της ικανοποίησής του, με 1 το χαμηλότερο βαθμό και 5 το μέγιστο. Εάν θέλει, μπορεί να δικαιολογήσει την κάθε επιλογή του σημειώνοντας κάποιο σχόλιο, δίπλα σε αυτήν.

Οι επόμενες 3 ερωτήσεις είναι ανοιχτές. Σε αυτές μπορεί να σημειώσει ο τουρίστας ό,τι θέλει και δεν υπάρχει προτεινόμενη λίστα επιλογών. Αρχικά η ερώτηση αναφέρεται στην καλή και κακή **εντύπωση** που αποκόμισε από τον προορισμό. Εδώ το πεδίο για τη συμπλήρωση της ερώτησης είναι μικρό και αυτό γίνεται επίτηδες. Δεν θέλουμε να αφήσουμε τον τουρίστα να γράψει χιλιάδες πράγματα, αλλά να αναφέρει τα 3 στοιχεία που τον εντυπωσίασαν, θετικά ή αρνητικά. Ζητάμε δηλαδή λέξεις και όχι ολόκληρες φράσεις. Εάν το ερωτώμενος αρχίσει να λέει μία ιστορία προκειμένου να δικαιολογήσει την επιλογή του, τότε ο συνεντευκτής επιλέγει το κύριο σημείο που εστιάζεται και γράφει την αντίστοιχη απάντηση. Για παράδειγμα, μπορεί ο τουρίστας να αναφερθεί σε μία ιστορία για το ότι επισκέφτηκε ένα χωριό που είχε πολύ κόσμο και αφού έκανε πολύ ώρα να βρει να παρκάρει, μετά δεν μπορούσε να βρει τραπέζι να καθίσει και όταν τελικά βρήκε, άργησε να φάει και στο τέλος πλήρωσε πολύ ακριβά. Στην περίπτωση αυτή οι απαντήσεις στην κακή εντύπωση κωδικοποιούνται

σε: πολυκοσμία, κακό σέρβις, ακριβές τιμές, έλλειψη χώρου στάθμευσης. Το ίδιο ισχύει και για το εάν θα επέλεγε ξανά το νησί για ένα ταξίδι του και εάν θα το πρότεινε σε φίλους του. Και στις περιπτώσεις αυτές οι απαντήσεις κωδικοποιούνται όπως αναφέρθηκε παραπάνω.

Στο τέλος του ερωτηματολογίου, και εφόσον έχουμε ήδη αποκτήσει μία οικειότητα με τον ερωτώμενο, ακολουθούν οι **προσωπικές ερωτήσεις**. Αυτές αφορούν στο φύλο, την ηλικία, το εισόδημα, το επίπεδο εκπαίδευσης και την οικογενειακή του κατάσταση. Η ηλικία και η οικογενειακή κατάσταση είναι ανοιχτές ερωτήσεις, οι οποίες θα κωδικοποιηθούν στη συνέχεια, κατά το στάδιο την επεξεργασίας. Οι υπόλοιπες ερωτήσεις είναι κλειστές και ο τουρίστας επιλέγει από τη λίστα που του προτείνεται.

### Δειγματοληψία

Ένα αναπόσπαστο κομμάτι της δειγματοληψίας είναι ο καθορισμός του μεγέθους του δείγματος που πρέπει να χρησιμοποιηθεί στην έρευνα. Μια δειγματοληπτική έρευνα με ερωτηματολόγιο θα πρέπει:

- α) να αναφέρεται σ' έναν πληθυσμό όσο το δυνατόν ευρύτερο για να έχουν τα ευρήματα της έρευνας μεγαλύτερη δυνατότητα γενίκευσης σε ολόκληρο τον πληθυσμό, ενώ συγχρόνως,
- β) να είναι το μέγεθος του δείγματος, αφενός μεν όσο το δυνατόν μικρότερο για να είναι εφικτή η εκτέλεση της έρευνας και αφετέρου όσο το δυνατόν ομοιότερο του πληθυσμού, ώστε να εξασφαλίζεται ικανοποιητική προσέγγιση των πραγματικών τιμών του πληθυσμού.

Μέσα από μια έρευνα τουριστών επιδιώκεται η μελέτη της συμπεριφοράς τους στον προορισμό (δαπάνη, κατάλυμα, τρόπος μετακίνησης κλπ) και κρίνεται απαραίτητη η ομαδοποίησή τους με κάποια γενικά αποδεκτά κριτήρια. Κρίθηκε, λοιπόν, αναγκαίο να καθοριστεί το μέγεθος του δείγματος με κριτήριο το μέσο άφιξης/ αναχώρησης των τουριστών σε συνδυασμό με την εθνικότητά τους, ώστε το δείγμα να είναι το πλέον αντιπροσωπευτικό του συνολικού πληθυσμού. Επιπλέον, ένας σημαντικός παράγοντας είναι κατανομή αφίξεων των τουριστών στο χρόνο, επομένως θα πρέπει να υπολογιστεί το μέγεθος του δείγματος ανάλογα με την περίοδο αφίξεων των τουριστών συμπεριλαμβανομένου και του κριτηρίου της εθνικότητας. Επομένως, οι επιδιωκόμενοι στόχοι από την παρούσα εργασία είναι οι εξής:

- Καθορισμός Συνολικού Μεγέθους Δείγματος
- Καθορισμός Μεγέθους Δείγματος ανά Πύλη Εισόδου
- Καθορισμός Μεγέθους Δείγματος ανά Εθνικότητα
- Καθορισμός Μεγέθους Δείγματος ανά περίοδο αφίξεως (εποχικότητα).

Σε πρώτο επίπεδο θα πρέπει να εντοπίσουμε τις βασικές πύλες εξόδου τουριστών στον προορισμό, οι οποίες είναι το **αεροδρόμιο** και το **λιμάνι**. Όμως, θα πρέπει να κάνουμε έναν επιπλέον διαχωρισμό, αφού μας ενδιαφέρει και η ομαδοποίηση των τουριστών (ανά εθνικότητα) και για αυτό το λόγο οι πτήσεις εσωτερικού με τις πτήσεις charter θα θεωρηθούν ως ξεχωριστές πύλες τουριστών. Επομένως, οι βασικές πύλες τουριστών για τις ανάγκες τις έρευνάς μας είναι:

- Λιμάνι
- Αεροδρόμιο – πτήσεις charter
- Αεροδρόμιο – πτήσεις εσωτερικού.

Εν συνεχεία, υπολογίστηκε προσεγγιστικά ο (συνολικός) **πληθυσμός** τον οποίο αφορά η έρευνά μας. Για το σκοπό αυτό υπολογίστηκαν οι σταθμισμένοι μέσοι όροι αφίξεων τουριστών σε λιμάνια και αεροδρόμια (2000-2005). Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε για τον υπολογισμό του μεγέθους του δείγματος είναι η μέθοδος βάσει των αρχών της στατιστικής επιστήμης για έρευνα αγοράς και έρευνα με ερωτηματολόγιο, διότι κρίθηκε η πλέον κατάλληλη για καθορισμό δείγματος από μεγάλο πληθυσμό, έναντι άλλων μεθόδων, όπως η μέθοδος του εφικτού, η μέθοδος τεχνικής ανάλυσης στοιχείων κ.λπ. Στη συνέχεια, υπολογίστηκε βάσει της μεθόδου αυτής το συνολικό **μέγεθος του δείγματος** και το μέγεθος του δείγματος ανά πύλη εξόδου. Για τον υπολογισμό του μεγέθους του δείγματος, ένα σημαντικό στοιχείο που λήφθηκε υπόψη είναι ότι επειδή κατά την επεξεργασία θα γίνουν πολλές κατηγοριοποιήσεις, θα πρέπει το τελικό μέγεθος για κάθε κατηγορία να είναι τέτοιο, ώστε να μπορεί να γίνει στατιστική ανάλυση.

Σημειώνουμε στο σημείο αυτό ότι τα μεγέθη που αναφέρονται αφορούν στον ελάχιστο αριθμό των ερωτηματολογίων που πρέπει να συμπληρώνονται και όχι στο μέγιστο. Αν θεωρηθεί απαραίτητο να αποκτηθούν περισσότερα και αναλυτικότερα στοιχεία (π.χ. ανά βασική εθνικότητα) για τους μεμονωμένους τουρίστες τότε το δείγμα από το λιμάνι και τις πτήσεις εσωτερικού θα πρέπει να αυξηθεί.

#### Μέγεθος Δείγματος Έρευνας ανά πύλη αναχώρησης τουριστών

Πύλη αναχώρησης	Λιμάνια	Πτήσεις Charter	Πτήσεις εσωτερικού	Σύνολο Δείγματος
Μέγεθος Δείγματος	<b>400</b>	<b>650</b>	<b>350</b>	<b>1400</b>

Για τις πτήσεις εσωτερικού και τα λιμάνια δεν υπάρχουν στοιχεία **εθνικότητων**. Επομένως, ο διαχωρισμός αυτός θα γίνει μόνο για τα charter. Αυτός είναι εξάλλου και ο λόγος για το ότι αν και ο αριθμός των τουριστών που καταφθάνουν με charter είναι μικρότερος από τους υπόλοιπους, χρειαζόμαστε μεγάλο μέγεθος δείγματος.

Από τα στοιχεία της Υπηρεσίας Πολιτικής Αεροπορίας για το 2005, γνωρίζουμε ότι με charters φθάνουν τουρίστες από Αυστρία, Βέλγιο, Ολλανδία και Νορβηγία. Σύμφωνα με το ποσοστό της κάθε εθνικότητας στο σύνολο των charter τουριστών, χωρίζεται το δείγμα όπως αναφέρεται στον παρακάτω πίνακα.

#### Μέγεθος Δείγματος Ανά Εθνικότητα στις πτήσεις Charter

Χώρα Προέλευσης	Μέγεθος Δείγματος
Αυστρία	<b>100</b>
Βέλγιο	<b>150</b>
Ολλανδία	<b>200</b>
Νορβηγία	<b>200</b>

Σε περίπτωση που τις επόμενες χρονιές προσγειωθούν charters και από άλλες χώρες, θα πρέπει να αναπροσαρμοστεί το δείγμα, ώστε να περιληφθούν τουρίστες και από τις πτήσεις αυτές.

Μια επιπλέον παράμετρος που θα πρέπει να εξετάσουμε είναι πώς κατανέμεται ο πληθυσμός κάθε εθνικότητας στο χρόνο κι ανάλογα να καταναίμουμε και το δείγμα,

υπολογίζοντας πάλι τις αφίξεις ανά μήνα για κάθε εθνικότητα (2005), που αφορούν τις πτήσεις charter.

Κατανομή Δείγματος ανά μήνα για διάφορες εθνικότητες

	Απρίλιος	Μάιος	Ιούνιος	Ιούλιος	Αύγουστος	Σεπτέμβριος	Οκτώβριος	Σύνολο
Αυστρία	0	4	29	19	24	24	0	<b>100</b>
Βέλγιο	0	34	22	29	38	27	0	<b>150</b>
Ολλανδία	9	36	39	32	35	42	7	<b>200</b>
Νορβηγία	14	40	37	45	22	25	17	<b>200</b>
<b>Σύνολο</b>	<b>23</b>	<b>114</b>	<b>127</b>	<b>125</b>	<b>119</b>	<b>118</b>	<b>24</b>	<b>650</b>

Τέλος, όσον αφορά τα δείγματα για τις πτήσεις εσωτερικού και τα λιμάνια του νομού, κρίνεται προτιμότερη η τυχαία δειγματοληψία, χωρίς κάποιο επιπλέον κριτήριο (όπως στην περίπτωση των πτήσεων charter), αλλά εφόσον ο διαχειριστής της βάσης επιθυμεί να αναλύσει κάποια συγκεκριμένα χαρακτηριστικά του πληθυσμού θα μπορούσε να σταθμίσει επιπλέον στοιχεία.

*Ερωτηματολόγια καταλυμάτων - επιχειρήσεων*

Για τα ερωτηματολόγια των καταλυμάτων και των επιχειρήσεων θεωρείται ότι θα πρέπει να γίνεται απογραφική καταγραφή και όχι δειγματοληπτική. Αυτό μπορεί να γίνει στις περιπτώσεις που ο πληθυσμός είναι μικρός και δεν είναι αποτρεπτικός, καθώς δεν αυξάνεται πολύ το κόστος της έρευνας. Στις περιπτώσεις που ο πληθυσμός αυξάνεται πολύ, τότε μπορεί να γίνει δειγματοληπτική έρευνα. Στην περίπτωση αυτή, θα πρέπει η δειγματοληψία να γίνεται βάσει της χωρικής κατανομής των καταλυμάτων και λοιπών επιχειρήσεων, αλλά και βάση της κατηγορίας και του είδους του καταλύματος. Θα πρέπει δηλαδή να λαμβάνεται αντιπροσωπευτικό δείγμα για όλα τα είδη καταλυμάτων, βάσει του ποσοστού τους στον πληθυσμό, αλλά και από κάθε κατηγορία. Επειδή όμως κάποιες περιοχές θεωρούνται περισσότερο τουριστικές και συγκεντρώνουν μεγάλο αριθμό καταλυμάτων, θα πρέπει από τις περιοχές αυτές το δείγμα να είναι εξίσου μεγάλο. Τα παρακάτω δεδομένα βασίζονται σε στοιχεία του ΕΟΤ Περιφερειακό Τμήμα Βορείου Αιγαίου, για το 2005.

Για τα **ξενοδοχειακά καταλύματα** και τα παραδοσιακά ξενοδοχεία, η κατανομή τους σε κατηγορίες έχει ως εξής:

Κατανομή ξενοδοχειακών καταλυμάτων ανά κατηγορία

ΤΑΞΗ	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ	%	ΚΛΙΝΕΣ	%
A	10	26,32	984	44,40
B	17	44,74	808	36,46
Γ	6	15,79	320	14,44
Δ	5	13,16	104	4,69
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>38</b>	<b>100,00</b>	<b>2216</b>	<b>100,00</b>

Για τη χωρική κατανομή των καταλυμάτων αυτών, τα στοιχεία έχουν ως εξής:

Χωρική κατανομή ξενοδοχειακών καταλυμάτων

ΠΕΡΙΟΧΗ	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ	%	ΚΛΙΝΕΣ	%
ΑΓ. ΜΗΝΑΣ	8	21,05	368	16,61
ΑΜΑΝΗ	1	2,63	55	2,48
ΟΛΥΜΠΟΙ	1	2,63	6	0,27
ΙΩΝΙΑ	2	5,26	55	2,48
ΚΑΡΔΑΜΥΛΑ	2	5,26	96	4,33
ΚΑΡΦΑΣ	4	10,53	457	20,62
ΚΟΝΤΑΡΙ	2	5,26	185	8,35
ΜΑΣΤΙΧΟΧΩΡΙΑ	2	5,26	10	0,45
ΜΕΣΤΑ	2	5,26	27	1,22
ΟΜΗΡΟΥΠΟΛΗ	3	7,89	284	12,82
ΧΙΟΣ	11	28,95	673	30,37
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>38</b>	<b>100,00</b>	<b>2216</b>	<b>100,00</b>

Από τα στοιχεία που αναφέρθηκαν παραπάνω γίνεται αντιληπτό ότι ο πληθυσμός των 38 ξενοδοχείων δεν είναι απαγορευτικός ώστε να γίνει απογραφική καταγραφή και όχι δειγματοληπτική.

Τα **ενοικιαζόμενα δωμάτια** είναι σαφώς περισσότερα. Για την κατηγορία αυτή, θα χρειαστεί δειγματοληψία. Η δειγματοληψία θα γίνει με κριτήρια την κατηγορία και την περιοχή που βρίσκονται οι μονάδες αυτές. Έτσι, τα δεδομένα της κατανομής των ενοικιαζομένων δωματίων ανά κατηγορία παρουσιάζονται στον ακόλουθο πίνακα.

Κατανομή ενοικιαζομένων δωματίων ανά κατηγορία

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ ΚΛΙΝΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ
A	1406	48,65
B	836	28,93
Γ	25	0,87
Δ	8	0,28
1K	59	2,04
2K	471	16,30
3K	85	2,94
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>2890</b>	<b>100,00</b>

Η χωρική κατανομή των καταλυμάτων αυτών παρουσιάζεται στον ακόλουθο πίνακα.

Χωρική κατανομή ενοικιαζομένων δωματίων

ΔΗΜΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΜΟΝΑΔΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΚΛΙΝΩΝ
ΟΜΗΡΟΥΠΟΛΗ	16	19,34
ΑΜΑΝΗΣ	9,33	6,44
ΜΑΣΤΙΧΟΧΩΡΙΩΝ	25,78	14,6
ΑΓ. ΜΗΝΑ	44	54,15
ΚΑΡΔΑΜΥΛΑ	4,89	5,47
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Από τις μονάδες αυτές θα πρέπει να γίνει μία καταγραφή σε τουλάχιστον 50 μονάδες. Από τα στοιχεία που παρουσιάστηκαν εδώ γίνεται αντιληπτό ότι το μεγαλύτερο μέρος των καταλυμάτων ανήκει στην Α και Β κατηγορία, όπως επίσης και στην κατηγορία 2 κλειδιών. Επίσης, το μεγαλύτερο μέρος των καταλυμάτων συγκεντρώνεται στο Δήμο Αγ. Μηνά και Ομηρούπολης. Σε αυτά τα καταλύματα επομένως θα στραφεί και η έρευνα.

#### Προτεινόμενο δείγμα ενοικιαζομένων δωματίων

<b>ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ</b>	<b>ΜΕΓΕΘΟΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ</b>	<b>ΔΗΜΟΣ</b>	<b>ΜΕΓΕΘΟΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΒΑΣΕΙ ΤΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ</b>	<b>ΜΕΓΕΘΟΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΒΑΣΕΙ ΤΩΝ ΚΛΙΝΩΝ</b>
A	24			
B	14	ΟΜΗΡΟΥΠΟΛΗΣ	8	10
Γ	0	ΑΜΑΝΗΣ	5	3
Δ	0	ΜΑΣΤΙΧΟΧΩΡΙΩΝ	13	7
1Κ	1	ΑΓ. ΜΗΝΑ	22	27
2Κ	8	ΚΑΡΔΑΜΥΛΑ	2	3
3Κ	1	<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>50</b>	<b>50</b>

Όσον αφορά στις **τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες**, αυτές είναι πολύ λίγες και η καταγραφή τους μπορεί να είναι απογραφική. Η Χίος διαθέτει 11 τέτοιες μονάδες με 48 δωμάτια συνολικά και 77 κλίνες.

Για τις υπόλοιπες **τουριστικές επιχειρήσεις** θα πρέπει επίσης να γίνει δειγματοληψία. Συνολικά υπάρχουν οι εξής επιχειρήσεις, αναλυτικά δεδομένα για τις οποίες δεν υπάρχουν, καθώς δεν ήταν διαθέσιμα από το Επιμελητήριο.

#### Τουριστικές επιχειρήσεις

<b>ΕΙΔΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ</b>	<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>
ΕΝΟΙΚΙΑΣΗ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ - ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΩΝ	37
ΕΝΟΙΚΙΑΣΗ ΟΜΠΡΕΛΩΝ ΚΑΙ ΠΛΩΤΩΝ ΜΕΣΩΝ	1
ΕΝΟΙΚΙΑΣΗ ΣΚΑΦΩΝ	2
ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ΣΚΑΦΩΝ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑΣ	1
ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ, ΨΗΣΤΑΡΙΕΣ, ΟΥΖΕΡΙ, ΟΒΕΛΙΣΤΗΡΙΑ, ΤΑΒΕΡΝΕΣ	152
ΚΑΦΕΤΕΡΙΕΣ - ΜΠΑΡ	220
ΑΓΓΕΙΟΠΛΑΣΤΕΙΟ - ΕΙΔΗ ΛΑΪΚΗΣ ΤΕΧΝΗΣ - ΧΕΙΡΟΤΕΧΝΙΑ	34
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ	18
ΚΟΣΜΗΜΑΤΟΠΩΛΕΙΑ	30

Για τις ανάγκες του παρατηρητηρίου, κρίνεται αναγκαίο να καταγραφούν δεδομένα από τουριστικά γραφεία, επιχειρήσεις ενοικίασης αυτοκινήτων και μοτοσικλετών, από επιχειρήσεις εστίασης και από καφετέριες και μπαρ. Σε επόμενη φάση μπορεί το τουριστικό παρατηρητήριο να επεκταθεί και στις υπόλοιπες κατηγορίες επιχειρήσεων. Για τις τουριστικές επιχειρήσεις αυτές κρίνεται απαραίτητο ένα δείγμα, όπως παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα.

Δείγμα τουριστικών επιχειρήσεων

ΕΙΔΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	ΔΕΙΓΜΑ
ΕΝΟΙΚΙΑΣΗ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ - ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΩΝ	10
ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ, ΨΗΣΤΑΡΙΕΣ, ΟΥΖΕΡΙ, ΟΒΕΛΙΣΤΗΡΙΑ, ΤΑΒΕΡΝΕΣ	40
ΚΑΦΕΤΕΡΙΕΣ - ΜΠΑΡ	60
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ	18
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>115</b>

Προτεινόμενη περίοδος διεξαγωγής της έρευνας είναι η αρχή της τουριστικής περιόδου, γιατί τότε δεν υπάρχει φόρτος εργασίας και κυρίως γιατί τότε μπορούν να δώσουν ολοκληρωμένα στοιχεία για την προηγούμενη χρονιά.

Δευτερογενή δεδομένα

Για τα δευτερογενή δεδομένα δεν μπορεί να γίνει άλλη επιλογή, πέρα από αυτή που έχει ήδη γίνει. Η επιλογή αυτή παρουσιάζεται στις μεταβλητές που περιέχονται στη βάση. Όλες οι μεταβλητές αυτές θα πρέπει να συμπληρώνονται σε ετήσια βάση. Δεδομένα συλλέγονται από την ΥΠΑ, Λιμεναρχείο, ΕΟΤ, ΕΣΥΕ κ.λπ. Τα δεδομένα αυτά συλλέγονται, κωδικοποιούνται σε μεταβλητές και εισάγονται στη βάση δεδομένων κατά τη διάρκεια του χειμώνα. Αυτό προτείνεται επειδή κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού διεξάγεται η έρευνα των τουριστών.

Απαιτούμενο προσωπικό

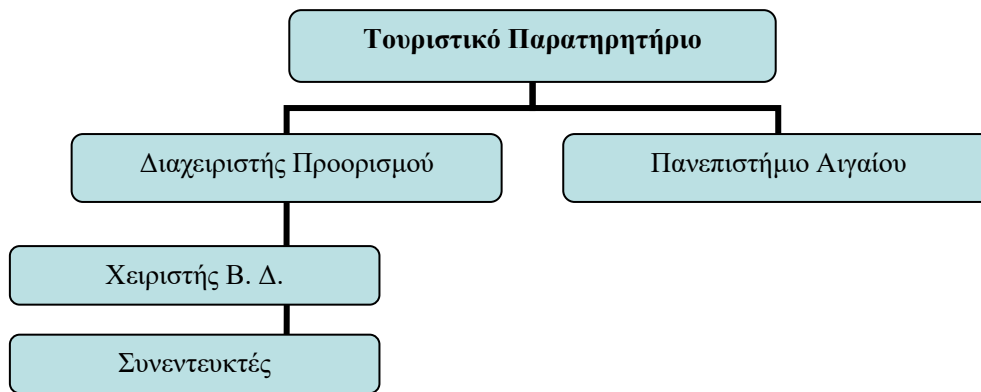
Από τον αριθμό των μεταβλητών και το μέγεθος των στοιχείων που αναφέρθηκαν παραπάνω, γίνεται αντιληπτός και ο αριθμός των ανθρώπων που πρέπει να εργάζονται, ώστε το Τ.Π. να παραμένει «ζωντανό» και χρήσιμο κάθε χρόνο. Οι θέσεις εργασίας προδιαγράφονται από τη φύση του έργου. Έτσι, αν ομαδοποιηθούν οι ενέργειες ανά θεματικό αντικείμενο προκύπτουν οι ακόλουθες εργασίες με τις αντίστοιχες θέσεις.

Σε μια προσπάθεια κωδικοποίησης των εργασιών προκύπτει ο παρακάτω κατάλογος:

- έρευνα τουριστών: διεξαγωγή έρευνας / εισαγωγή & επεξεργασία δεδομένων / εισαγωγή στοιχείων στη Β.Δ./ εξαγωγή συμπερασμάτων
- έρευνα επιχειρήσεων: διεξαγωγή έρευνας / εισαγωγή & επεξεργασία δεδομένων / εισαγωγή στοιχείων στη Β.Δ. / εξαγωγή συμπερασμάτων / συμβουλευτική επιχειρήσεων
- στοιχεία προορισμού (δευτερογενή δεδομένα): συγκέντρωση, εισαγωγή & επεξεργασία δεδομένων / εισαγωγή στοιχείων στη Β.Δ./ εξαγωγή συμπερασμάτων / συμβουλευτική φορέων και ΟΤΑ
- έκθεση προορισμού: ανάλυση δεδομένων / αξιολόγηση κατάστασης / προτάσεις πολιτικής
- ημερίδες: ενημέρωσης / επικοινωνίας αποτελεσμάτων / συμβουλευτικής φορέων και επιχειρήσεων.

Με βάση τα παραπάνω, προτείνεται η παρακάτω κατανομή εργασιών. Προφανώς ο Διαχειριστής του Τ.Π. μπορεί να οργανώσει τη δουλειά και το ανθρώπινο δυναμικό με άλλο τρόπο.





**Διαχειριστής Προορισμού:** το άτομο αυτό είναι υπεύθυνο για τη λειτουργία του Τ.Π., επιβλέπει τις ενέργειες που πρέπει να γίνουν και τα άτομα που εργάζονται για αυτό. Το άτομο αυτό επιτηρεί το χειριστή της Β.Δ. και έχει τη γενική εποπτεία και την ευθύνη για τα δεδομένα που εισάγονται, ώστε να είναι σωστά. Ο διαχειριστής κρίνει πότε πρέπει να γίνουν συναντήσεις ενημέρωσης με τους εμπλεκόμενους φορείς και τις οργανώνει. Επίσης, το άτομο αυτό θα έχει ως αντικείμενο την εφαρμογή του Σήματος Υπευθυνότητας από τις επιχειρήσεις και τους φορείς. Το άτομο αυτό θα συμβουλεύει τα μέλη για τις πρακτικές και τις ενέργειες που προτίθενται να λάβουν. Θα παρακολουθεί τα μέλη και θα επεμβαίνει προκειμένου να διορθωθούν λανθασμένες ενέργειες, ούτως ώστε όταν φτάνει το μέλος να ελεγχθεί να έχει λίγες πιθανότητες να απορριφθεί. Επειδή το άτομο αυτό μπορεί να μην έχει όλες τις απαιτούμενες γνώσεις (οικονομικών, περιβαλλοντικών κ.λπ.), θα πρέπει να απευθύνεται και σε ειδικούς και εμπειρογνώμονες. Επίσης, θα πρέπει να ψάχνει και βιβλιογραφικά για τις απαντήσεις.

Ο Διαχειριστής ενημερώνει τους επιχειρηματίες για το πώς πρέπει να συλλέγουν και να κρατούν τα στοιχεία που τους ζητούνται. Τους ενημερώνει για τον τρόπο ηλεκτρονικής καταγραφής τους και για τον τρόπο που δουλεύει το αρχείο που έχει δημιουργηθεί στα πλαίσια της συλλογής δεδομένων για το Τ.Π. Ο τρόπος αυτός περιγράφεται στη συνέχεια στο κεφάλαιο των πρωτογενών δεδομένων της προσφοράς.

Το άτομο αυτό εργάζεται καθ' όλη τη διάρκεια του έτους part time (4 ώρες/ ημέρα), εξαιτίας του γεγονότος ότι η Χίος έχει λίγο τουρισμό με λίγες επιχειρήσεις και επομένως και τα δείγματα των ερωτηματολογίων είναι μικρότερα. Κάνει τις απαραίτητες επαφές με τους επιχειρηματίες, τους ΟΤΑ και τους υπόλοιπους φορείς, οι οποίοι εμπλέκονται στο τουριστικό σύστημα και στοιχεία από τους οποίους χρησιμοποιούνται στις Β.Δ. του Τ.Π. Βάσει των στοιχείων της Β.Δ. συντάσσει έκθεση με την τουριστική κατάσταση του Νομού στο τέλος κάθε χρόνου. Επίσης, αξιολογεί τα στοιχεία του Τ.Π. και μπορεί οποιαδήποτε στιγμή του ζητηθεί να εισηγηθεί βάσει των δεδομένων αυτό για όποιο θέμα του ζητηθεί που σχετίζεται με: σχεδιασμό νέων προϊόντων, βελτίωση υφιστάμενων προϊόντων, βελτίωση παρεχόμενων υπηρεσιών, προβολή και προώθηση των τουριστικών προϊόντων του προορισμού και γενικότερα με τη χάραξη στρατηγικής και τον καθορισμό των στόχων για την τουριστική ανάπτυξη του προορισμού.

Το **Πανεπιστήμιο Αιγαίου** παρέχει την απαραίτητη τεχνογνωσία για τη λειτουργία του Τ.Π. Κατά την πρώτη φάση έχει σχεδιάσει το όλο σύστημα. Μετά την

ολοκλήρωση της φάσης αυτής, συμβουλεύει το Διαχειριστή Προορισμού όπου κριθεί απαραίτητο, εάν απαιτούνται εξειδικευμένες γνώσεις και όταν του ζητηθεί.

**Χειριστής Β.Δ.:** Ο Χειριστής της Β.Δ. συλλέγει συνεχώς δεδομένα και τα εισάγει στη βάση. Χειρίζεται τόσο τη βάση της ζήτησης, όσο και τη βάση της προσφοράς. Οργανώνει τη βάση του SPSS και της προσφοράς (EXCEL), εισάγει τα δεδομένα σε αυτήν, τα επεξεργάζεται και εξάγει τα αποτελέσματα. Είναι υπεύθυνος για την ορθότητα των δεδομένων των ερωτηματολογίων. Για τα ερωτηματολόγια των τουριστών θα οργανώνει το πρόγραμμα των δειγματοληψιών και τους συνεντευκτές. Καθορίζει τις απαραίτητες συναντήσεις που πρέπει να γίνουν με τους συνεντευκτές και του εκπαιδεύει. Το άτομο αυτό επίσης ελέγχει τους συνεντευκτές ώστε να ακολουθούν το πρόγραμμα δειγματοληψιών και να κάνουν τη σωστή καταγραφή στα ερωτηματολόγια.

Ο Χειριστής της Β.Δ. εργάζεται επίσης για τη συλλογή των δεδομένων από τις τουριστικές επιχειρήσεις. Συλλέγει τα βιβλία κρατήσεων και τα ερωτηματολόγια, ομαδοποιεί τα δεδομένα από αυτά και τα εισάγει στη Β.Δ., μαζί με τα δευτερογενή δεδομένα από τις υπηρεσίες που τα καταγράφουν. Ο Χειριστής οργανώνει τις εργασίες που πρέπει να γίνουν για τη συμπλήρωση της Β.Δ.

Ο χειριστής της βάσης εργάζεται καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου, εκπαιδεύοντας τους συνεντευκτές, παρακολουθώντας την πορεία της έρευνας και λύνοντας τα ενδεχόμενα προβλήματα που θα παρουσιαστούν. Παρακολουθεί το πρόγραμμα δειγματοληψιών και το διαμορφώνει, εάν γίνουν αλλαγές στα δρομολόγια των μέσων (πλοία, αεροπλάνα, charter). Κατά την ίδια χρονική διάρκεια γίνεται και η εισαγωγή των δεδομένων, ώστε να είναι πρόσφατη η συμπλήρωσή τους να δυνατή η διόρθωση των δεδομένων, εάν απαιτηθεί. Μετά το πέρας της τουριστικής περιόδου το άτομο αυτό εργάζεται ώστε να ολοκληρωθεί η εισαγωγή των δεδομένων των ερωτηματολογίων με προσοχή στη Β.Δ., ώστε να μην γίνουν λάθη κατά την εισαγωγή. Σε περίπτωση που εντοπιστούν προβλήματα συνεργάζεται με το αντίστοιχο συνεντευκτή, ώστε να αντιμετωπιστούν οι ασάφειες και να καταγραφούν τα δεδομένα με τον ορθότερο δυνατό τρόπο. Μόλις ολοκληρωθεί η εισαγωγή των δεδομένων, ξεκινάει η επεξεργασία τους και η εξαγωγή των αποτελεσμάτων. Εκτός της τουριστικής περιόδου, το άτομο αυτό συλλέγει, εισάγει και επεξεργάζεται τα υπόλοιπα δεδομένα του Τ.Π.

**Συνεντευκτές:** οι συνεντευκτές είναι τα άτομα που διεξάγουν την έρευνα των τουριστών, συμπληρώνουν τα ερωτηματολόγια στις πύλες εξόδου (λιμάνια, αεροδρόμια) κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου. Παίρνουν οδηγίες από το χειριστή της Β.Δ. και τις ακολουθούν κατά γράμμα. Όταν προκύπτουν προβλήματα απευθύνονται στο χειριστή. Τα άτομα αυτά εργάζονται μόνο κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου, κατά την οποία διεξάγεται η έρευνα των τουριστών. Ξεκινούν τις συνεντεύξεις αφού προηγουμένως έχουν εκπαιδευτεί από το χειριστή της Β.Δ.

Ο αριθμός των ατόμων που θα εργαστούν για τη συμπλήρωση των ερωτηματολογίων εξαρτάται από το μέγεθος του δείγματος. Όπως έχει εκτιμηθεί ο αριθμός αυτός θα πρέπει να είναι τουλάχιστον 1400 ερωτηματολόγια, καταναμημένα, όπως έχει ήδη αναλυθεί. Το μέγεθος του ερωτηματολογίου συνεπάγεται ότι ο χρόνος που χρειάζεται για τη συμπλήρωσή του είναι μικρός και σε καμία περίπτωση δεν ξεπερνά τα 10 λεπτά της ώρας. Εάν συμπεριλάβουμε και το χρόνο μέχρι ο συνεντευκτής να

προσεγγίσει τον ερωτώμενο, να δηλώσει την ταυτότητά του και το σκοπό της έρευνας, ώστε να τον πείσει να συμμετέχει, τότε ο χρόνος αυτό αγγίζει το 15λεπτο. Αυτό σημαίνει ότι ένα άτομο μπορεί να συμπληρώσει έως 4 ερωτηματολόγια την ώρα, και επομένως 32 ερωτηματολόγια σε ένα πλήρες ωράριο 8 ωρών. Άρα, προκειμένου να συμπληρωθούν τα 1400 ερωτηματολόγια, απαιτούνται 44 ημέρες πλήρους απασχόλησης, δηλαδή 2 πλήρεις ανθρωπομήνες, με 5θήμερη εργασία (22 ημέρες/ μήνα).

Επειδή όμως είναι τέτοια η φύση της εργασίας και η διάρκεια διεξαγωγής της έρευνας (Απρίλιος – Οκτώβριος) δεν είναι δυνατόν να εργαστεί κάποιος με πλήρες ωράριο. Κρίνεται επομένως αποδοτικότερο να εργαστούν 4 άτομα τουλάχιστον για το χρονικό διάστημα αυτό, με σπαστό ωράριο. Τα άτομα αυτά προτείνεται να αμείβονται ανάλογα με τον αριθμό των ερωτηματολογίων που θα συμπληρώνουν (π.χ. 1,5€/ ερωτηματολόγιο).

Προκειμένου να συμπληρωθούν τα ερωτηματολόγια των τουριστών στα λιμάνια, ενδεχομένως να απαιτηθεί οι συνεντευκτές να ταξιδέψουν με το πλοίο και να συμπληρώσουν τα ερωτηματολόγια κατά τη διάρκεια του ταξιδιού. Στην περίπτωση αυτή τα έξοδα του ταξιδιού θα καλύπτονται χωριστά.

Θέση εργασίας	Αντικείμενο/ Προσόντα	Πλήρεις ανθρωπομήνες	Αμοιβές σε €
Διαχειριστής Προορισμού	Γνώσεις λειτουργίας τουριστικών επιχειρήσεων, οργάνωση, γνώσεις Η/Υ, επικοινωνία, διαχείριση προσωπικού, δυνατότητα μετακινήσεων, μεταφορικό μέσο	6	12000
Χειριστής Β. Δ.	Οργάνωση, επικοινωνία, γνώσεις Η/Υ, SPSS	12	15000
Συνεντευκτές	Επικοινωνία, αγγλικά, ευγένεια, δυνατότητα μετακινήσεων, μεταφορικό μέσο	2	2500
Εξωτερικοί συνεργάτες	Εμπειρογνώμονες, ειδικοί επιστήμονες	(ανάλογα με τις απαιτήσεις και τις ανάγκες)	

Εκτός από τις αμοιβές υπάρχουν και άλλα έξοδα για τη λειτουργία του Τουριστικού Παρατηρητηρίου (π.χ. αγορά δεδομένων από υπηρεσίες). Εφόσον το Τ.Π. στεγάζεται στα γραφεία της ΕΝΑ Χίου Α.Ε., καλύπτει κάποια λειτουργικά έξοδα από το γεγονός αυτό (π.χ. στέγαση, Η/Υ). Χρειάζονται όμως και επιπλέον έξοδα, όπως η αναπαραγωγή του υλικού (έντυπου και ηλεκτρονικού), η επικοινωνία με τους φορείς και τις επιχειρήσεις (τηλεφωνικά, ηλεκτρονικά, ταχυδρομικά κ.λπ.). Προκειμένου, λοιπόν να εκτιμηθεί το συνολικό κόστος της λειτουργίας του Τ.Π., θα πρέπει να διευκρινισθεί ποια από τα έξοδα αυτά μπορεί να καλυφθούν από τη συστέγαση με την ΕΝΑ και ποια όχι, ώστε να εκτιμηθεί το επιπλέον κόστος, εκτός των αμοιβών που περιγράφηκε παραπάνω.

### Άμεσες ενέργειες

Οι ενέργειες που πρέπει να γίνουν άμεσα είναι:

1. να δημιουργηθεί η ομάδα εργασία από το Διαχειριστή του Τ.Π., να επιλεγεί ο χειριστής της Β.Δ. και οι συνεντευκτές. Και αφού εκπαιδευτούν, να ακολουθήσουν οι ενέργειες που περιγράφονται στο κεφάλαιο της Β.Δ.
2. να αξιολογηθούν τα αποτελέσματα των προηγούμενων ετών, μέσα από την ετήσια έκθεση της κατάστασης του τουρισμού για το 2006.

3. να οργανωθεί συνάντηση εργασίας με όλους τους εμπλεκόμενους φορείς και τους ενδιαφερόμενους, στην οποία θα παρουσιαστούν τα αποτελέσματα και η αξιολόγησή τους και θα γίνουν προτάσεις για τις ενέργειες της επόμενης τουριστικής περιόδου.
4. να ενημερωθούν οι επιχειρηματίες για το Τ.Π., τις λειτουργίες του, τη χρησιμότητά του και το ρόλο τους μέσα σε αυτό. Για τους επιχειρηματίες που θα συμφωνήσουν να συμμετέχουν και να βοηθήσουν στο Τ.Π., θα ακολουθήσουν οι ενέργειες που περιγράφονται στο κεφάλαιο της Β.Δ. Οι επιχειρηματίες αυτοί θα πρέπει να ελέγξουν ποια από τα ζητούμενα στοιχεία μπορούν να παρέχουν από τη μέχρι σήμερα λειτουργία τους και από την τουριστική αυτή περίοδο (2007) να ξεκινήσουν να καταγράφουν τα δεδομένα που τους λείπουν.
5. να γίνουν οι απαραίτητες συναντήσεις εργασίας ώστε να ξεκινήσει η διαβούλευση για το σύστημα ποιότητας και η εφαρμογή του. Για τους επιχειρηματίες που θα συμφωνήσουν να συμμετέχουν και να βοηθήσουν στο Σ.Π., θα ακολουθήσουν οι ενέργειες που περιγράφονται στο σχετικό κεφάλαιο. Οι επιχειρηματίες αυτοί θα πρέπει από την τουριστική αυτή περίοδο (2007) να ξεκινήσουν να καταγράφουν τα δεδομένα που τους ζητούνται.

## **Βάση Δεδομένων**

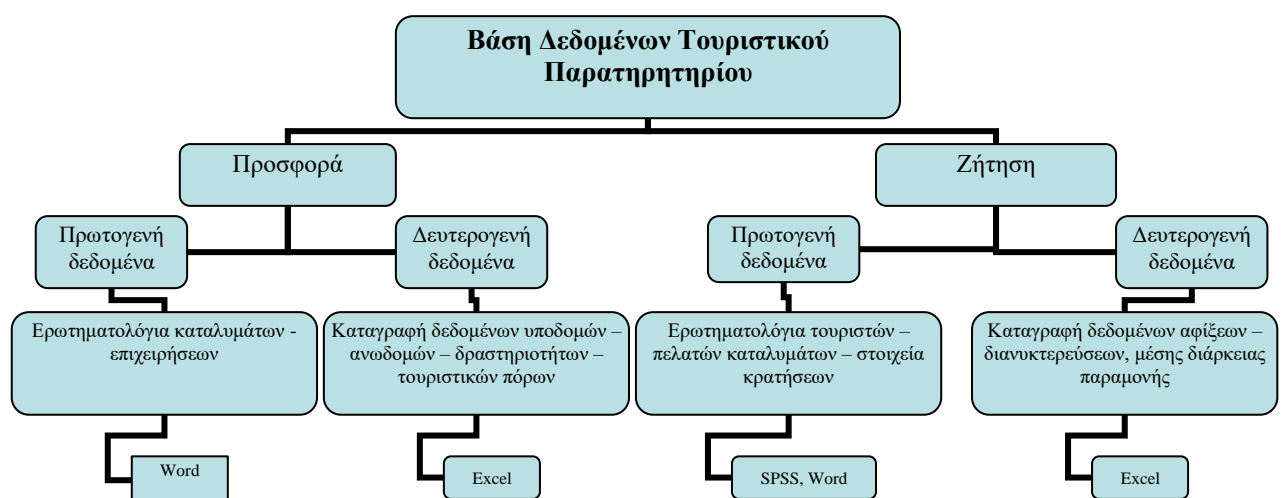
### **Εισαγωγή**

Η βάση δεδομένων (Β.Δ.) αποτελεί ένα εργαλείο το οποίο είναι απαραίτητο κατά το σχεδιασμό και τη λήψη αποφάσεων των χωρικών πολιτικών. Σκοπός της βάσης είναι η καταγραφή πληροφοριών με συστηματικό τρόπο, έτσι ώστε να είναι εύκολα διαθέσιμα ανά πάσα στιγμή. Οι πληροφορίες αυτές μπορεί να είναι χρήσιμες, εκτός από τους σχεδιαστές πολιτικών και τους λήπτες αποφάσεων, και στους επενδυτές και τους εμπλεκόμενους στο τοπικό κοινωνικοοικονομικό σύστημα. Συγκεκριμένα, η βάση δεδομένων του τουριστικού παρατηρητηρίου μπορεί να φανεί χρήσιμη όχι μόνο στους επιχειρηματίες του τουριστικού τομέα, αλλά και σε επιχειρηματίες άλλων κλάδων, των οποίων τα προϊόντα και οι υπηρεσίες συνδέονται έμμεσα με τον τουρισμό και άρα ένα μέρος της αγοράς τους εξαρτάται από αυτόν.

Στη βάση δεδομένων εισάγονται πρωτογενή και δευτερογενή δεδομένα. Τα πρωτογενή δεδομένα αφορούν τις πληροφορίες που συλλέγονται σε ετήσια βάση από τοπικές έρευνες, τόσο σε επιχειρηματίες της περιοχής, όσο και στους τουρίστες που την επισκέπτονται. Τα δευτερογενή δεδομένα αφορούν σε στοιχεία που συλλέγονται από διάφορους επίσημους φορείς (ΕΣΥΕ, ΥΠΑ, Λιμεναρχείο κ.λπ.), τα οποία είναι διαθέσιμα σε όλους τους χρήστες. Ο διαχωρισμός αυτός των δεδομένων οδηγεί μοιραία και σε ένα διαχωρισμό της βάσης. Έτσι, η βάση χωρίζεται στη βάση που περιέχει τα πρωτογενή και σε αυτήν που περιέχει τα δευτερογενή δεδομένα. Ένας επιπλέον διαχωρισμός της βάσης γίνεται ώστε να διαχωριστούν οι μεταβλητές της προσφοράς από αυτές της ζήτησης. Οι μεταβλητές της προσφοράς αφορούν σε στοιχεία του προορισμού, στους πόρους του, στις υποδομές και τις ανωδομές του. Οι μεταβλητές της ζήτησης αφορούν στους τουρίστες που επισκέπτονται τον προορισμό, στον αριθμό τους, τη συμπεριφορά τους, τις προτιμήσεις τους, την ικανοποίησή τους από τον τόπο κ.λπ.

Για τη βάση δεδομένων χρησιμοποιούνται διαφορετικά προγράμματα Η/Υ. Προκειμένου η βάση να μην είναι δύσχρηστη από το ευρύ φάσμα των χρηστών, επιλέχθηκαν προγράμματα τα οποία είναι ευρέως διαδεδομένα, εύκολα και φιλικά στους χρήστες.

Σχήμα 1. Δομή βάσης δεδομένων



## **Προσφορά**

### *Πρωτογενή δεδομένα*

Τα πρωτογενή δεδομένα της προσφοράς αφορούν σε στοιχεία που συλλέγονται από τις επιχειρήσεις του προορισμού. Για το σκοπό αυτό έχουν δημιουργηθεί ερωτηματολόγια: α) για τα καταλύματα και β) για τις υπόλοιπες τουριστικές επιχειρήσεις. Τα ερωτηματολόγια αυτά επισυνάπτονται στο Παράρτημα. Τα δεδομένα που καταγράφονται αφορούν σε:

1. Γενικά στοιχεία της επιχείρησης, για το μέγεθός της, και για το χρόνο και την περίοδο λειτουργίας της.
2. Στοιχεία για τους εργαζόμενους στην επιχείρηση (αριθμός, περίοδος απασχόλησης, φύλο, τόπος κατοικίας, επίπεδο εκπαίδευσης/ κατάρτισης).
3. Οικονομικά στοιχεία για τα έσοδα της επιχείρησης.
4. Περιβαλλοντικά στοιχεία για την κατανάλωση νερού, ενέργειας και για την παραγωγή αποβλήτων, όπως επίσης και στοιχεία για την χρησιμοποίηση εναλλακτικών πηγών ενέργειας και για την ανακύκλωση των απορριμμάτων. Επίσης, υπάρχει και ερώτηση όπου δηλώνεται η πρόθεση ή μη του ιδιοκτήτη για συμμετοχή σε εθελοντικό σύστημα πιστοποίησης ποιότητας.

Ιδιαίτερα για τα καταλύματα, εκτός από τα ανωτέρω, ζητούνται και επιπλέον στοιχεία που αφορούν:

1. Τις αφίξεις και διανυκτερεύσεις τουριστών ανά μήνα και εθνικότητα.
2. Τα είδη των συμβολαίων με τους πράκτορες και το ποσοστό των κλινών και διανυκτερεύσεων που καταλαμβάνουν αυτά, έτσι ώστε να εκτιμηθεί ο βαθμός εξάρτησης της επιχείρησης από τους πράκτορες.
3. Τις τιμές στις οποίες προσφέρουν τις υπηρεσίες τους για κάθε κατηγορία πελάτη.

Τα δεδομένα αυτά μπορούν να τα παρέχουν οι επιχειρηματίες ηλεκτρονικά, παραδίδοντας στο Τ.Π. το βιβλίο κρατήσεων τους (RESERVATION-BOOK.xls), όπως αυτό περιγράφεται στη συνέχεια.

Τα στοιχεία αυτά είναι προσωπικά της κάθε επιχείρησης και καταγράφονται σε ετήσια βάση. Στόχος είναι η παρακολούθηση των επιδόσεων (οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών) της κάθε επιχείρησης, έτσι ώστε στα πλαίσια της παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών να είναι δυνατή και τεκμηριωμένη κάθε απόφαση. Η συγκριτική αξιολόγηση (benchmarking) επιχειρήσεων έχει ως στόχο την επισήμανση των αιτιών που οδηγούν σε διαφορετική απόδοσή τους, ώστε να τους προταθούν από τον διαχειριστή καλές πρακτικές, που θα στοχεύουν στη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Το Benchmarking αξιολογεί μεγάλο μέρος των λειτουργικών δομών με στόχο τον εντοπισμό των δυνατών και αδύνατων σημείων στη διαχείριση και λειτουργίας της σε σχέση με τις σημαντικότερες επιχειρήσεις στο αντίστοιχο πεδίο. Η αξιολόγηση πραγματοποιείται με τη βοήθεια επιλεγμένων δεικτών και αφορά στις επιδόσεις της επιχείρησης. Η ανάπτυξη της τεχνικής αποτελεί μια επαναληπτική και συνεχή διαδικασία που προϋποθέτει πιθανότατα την ανταλλαγή πληροφοριών με άλλους οργανισμούς, έτσι ώστε σε συνεργασία μαζί τους να διαμορφωθεί ένα αποδεκτό σύστημα μέτρησης.

Στη φάση αυτή δεν σχεδιάστηκε κάποια βάση δεδομένων για τα πρωτογενή δεδομένα των επιχειρήσεων. Κατά τη φάση αυτή θα μοιραστούν τα ερωτηματολόγια στις επιχειρήσεις του νομού. Στόχος είναι να καταγραφούν ενδεχόμενα προβλήματα που θα παρουσιαστούν και να διορθωθούν στη συνέχεια. Όταν τα ερωτηματολόγια και εφόσον θα υπάρχει προθυμία από τους επιχειρηματίες για τη συμμετοχή τους στο Τ.Π., τότε τα ερωτηματολόγια θα οριστικοποιηθούν ύστερα από δικές τους προτάσεις και θα δημιουργηθεί ενιαία βάση δεδομένων για τη συστηματική καταγραφή τους. Τα στοιχεία της βάσης αυτής θα είναι απόρρητα και δεν θα δίνονται σε κάθε ενδιαφερόμενο, αλλά θα υπάρχει κωδικός που θα αντιστοιχεί σε κάθε επιχείρηση και τα δεδομένα θα εξάγονται συνολικά για όλες τις επιχειρήσεις και όχι μεμονωμένα.

Επειδή τα μη κύρια τουριστικά καταλύματα δεν είναι υποχρεωμένα από την κείμενη νομοθεσία να παραδίδουν στοιχεία στον ΕΟΤ για τις αφίξεις και τις διανυκτερεύσεις που πραγματοποιούνται σε αυτά αναλυτικά ανά μήνα και εθνικότητα, έχει δημιουργηθεί ένα σύστημα σε Excel, στο οποίο τα καταλύματα αυτά μπορούν να καταχωρούν τα στοιχεία των πελατών τους, προκειμένου να είναι ανά πάσα στιγμή διαθέσιμα να χρησιμοποιηθούν από το Τουριστικό Παρατηρητήριο (RESERVATION-BOOK.xls). Το σύστημα αυτό βοηθάει τόσο τους επιχειρηματίες να παρακολουθούν την πορεία του καταλύματός τους, όσο και τους διαχειριστές της βάσης, ώστε να εξάγουν εύκολα και γρήγορα τα δεδομένα που χρειάζονται. Το σύστημα αυτό δίνει πληροφορία για τη διαθεσιμότητα των δωματίων και καταγράφει τις κρατήσεις, τις εθνικότητες, τις διανυκτερεύσεις και τα έσοδα της επιχείρησης. Ο επιχειρηματίας με τον τρόπο αυτό μπορεί να έχει έλεγχο του καταλύματός του και να γνωρίζει ανά πάσα στιγμή τα έσοδά του από κάθε δωμάτιο, για κάθε μήνα, αλλά και συνολικά στοιχεία για όλα τα δωμάτια και για κάθε έτος λειτουργίας. Έτσι, είναι δυνατόν να εξαχθούν στοιχεία για την πληρότητα του καταλύματος, την εποχικότητα των διανυκτερεύσεων κ.λπ. Το σύστημα αυτό έχει προγραμματισθεί σε Excel, το οποίο είναι ένα πρόγραμμα που διαθέτουν τα περισσότερα καταλύματα, είναι εύκολο στη χρήση και δεν απαιτεί εξειδικευμένες γνώσεις Η/Υ. Περιέχει φίλτρα για την ομαδοποίηση των δεδομένων. Έχει σχεδιαστεί για μία δυναμικότητα 15 δωματίων, κάτι το οποίο μπορεί να τροποποιηθεί σε επόμενη φάση, εάν κριθεί απαραίτητο για μεγαλύτερα καταλύματα. Όταν καταγράφεται μία κράτηση στο φύλλο κρατήσεων, αυτομάτως ενημερώνεται το φύλλο της διαθεσιμότητας, ώστε ο επιχειρηματίας να γνωρίζει ποια δωμάτια είναι διαθέσιμα και ποια όχι. Το πεδίο για το ονοματεπώνυμο πρέπει να συμπληρώνεται για το σύνολο των διανυκτερεύσεων που θα πραγματοποιήσει ο πελάτης. Τα υπόλοιπα πεδία (τιμή, εθνικότητα, αριθμός ατόμων στο δωμάτιο, αριθμός διανυκτερεύσεων, είδος κράτησης, όνομα πρακτορείου μέσω του οποίου πραγματοποιήθηκε η κράτηση) συμπληρώνονται μία μόνο φορά, μόνο την πρώτη μέρα της κράτησης. Τα πεδία των καθαρών εσόδων και του ΦΠΑ συμπληρώνονται αυτόματα, μετά την εισαγωγή της τιμής του δωματίου και δεν χρειάζονται ενημέρωση. Στην επόμενη στήλη καταγράφεται αυτόματα το συνολικό ποσό που θα πληρώσει ο τουρίστας, πολλαπλασιάζοντας την ημερήσια τιμή του δωματίου με τον αριθμό των διανυκτερεύσεων. Το ίδιο συμβαίνει και με τα συνολικά δεδομένα, ανά μήνα και ανά δωμάτιο, όπου δεν χρειάζεται να συμπληρώνονται χωριστά, αλλά προκύπτουν από τα ανωτέρω δεδομένα. Η τελευταία στήλη στο φύλλο των κρατήσεων αφορά ενδεχόμενες παρατηρήσεις που θέλει να σημειώσει ο επιχειρηματίας για την κράτηση, π.χ. ότι έχει προπληρωθεί μέσω κάρτας, ότι έχει δοθεί προκαταβολή, ότι έχει ζητηθεί τιμολόγιο κ.λπ. Με τον τρόπο αυτό μπορούν να παρακολουθούνται οι αφίξεις και οι διανυκτερεύσεις μέσω των στηλών «άτομα», που δηλώνει τις αφίξεις, και «διανυκτερεύσεις».

Στο φύλλο της διαθεσιμότητας, όταν υπάρχουν κενά δωμάτια τις ημερομηνίες που ζητούνται, τότε αυτά φαίνονται με πράσινο χρώμα. Όταν πραγματοποιείται μία κράτηση για κάποιες ημερομηνίες σε ένα δωμάτιο, τότε τα αντίστοιχα κελιά χρωματίζονται με κόκκινο χρώμα, γεγονός που συνεπάγεται ότι το συγκεκριμένο δωμάτιο για τις ημέρες εκείνες δεν είναι διαθέσιμο. Επίσης, υπάρχει δυνατότητα περιοδικής εκτύπωσης του φύλλου της διαθεσιμότητας, σε περίπτωση που ο επιχειρηματίας βρίσκεται εκτός του καταλύματος, ώστε να μπορεί να δώσει τηλεφωνικά πληροφορίες για τη διαθεσιμότητα των δωματίων και να συμπληρώσει κάποια κράτηση χειρόγραφα. Οι κρατήσεις αυτές θα πρέπει στη συνέχεια να συμπληρωθούν και ηλεκτρονικά για να ενημερωθεί το βιβλίο κρατήσεων, πριν τη νέα εκτύπωση.

#### *Δευτερογενή δεδομένα*

Τα δευτερογενή δεδομένα της προσφοράς αφορούν σε στοιχεία που καταγράφονται από διάφορους φορείς, όπως ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ), το Εμποροβιοτεχνικό Επιμελητήριο, ο Οργανισμός Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού (ΟΑΕΔ), οι υπηρεσίες του Υπουργείου Πολιτισμού κ.λπ. Τα στοιχεία που συλλέγονται καταγράφονται στη Β.Δ. σε ένα αρχείο Excel (SUPPLY.xls), το οποίο είναι καταγεγραμμένο στο CD που επισυνάπτεται.

Τα στοιχεία αυτά είναι κυρίως ετήσια και αφορούν:

1. στα καταλύματα (κύρια και δευτερεύοντα) κατά κατηγορία και τάξη. Τα στοιχεία είναι ετήσια και αφορούν στον αριθμό των μονάδων και των κλινών τους. Πηγή για τα δεδομένα αυτά είναι η ΕΣΥΕ και ο ΕΟΤ. Η καταγραφή γίνεται σε επίπεδο Δήμου και εξάγονται συνολικά και αυτόματα αποτελέσματα και σε επίπεδο νησιού και νομού. Η βάση δουλεύει με φίλτρα στο Excel, τα οποία χρησιμοποιούνται για οποιαδήποτε ομαδοποίηση χρειαστεί ώστε οι τελικοί πίνακες να είναι εύκολα παρουσιάσιμοι και επεξεργάσιμοι.
2. στις λοιπές τουριστικές επιχειρήσεις. Τα στοιχεία αυτά είναι αντίστοιχα με αυτά των καταλυμάτων, εισάγονται και επεξεργάζονται με τον ίδιο τρόπο. Πηγή για τα στοιχεία αυτά αποτελεί το Επιμελητήριο. Αρχικά έχουν κατηγοριοποιηθεί κάποια είδη επιχειρήσεων, τα οποία μπορούν ανά πάσα στιγμή να τροποποιηθούν και να αυξομειώνονται ανάλογα με τις ανάγκες του χειριστή της βάσης. Οι κατηγορίες των επιχειρήσεων είναι: γραφεία ενοικίασεως αυτοκινήτων και μοτοσικλετών ή μοτοποδηλάτων, γραφεία ενοικίασης εκδρομικών λεωφορείων, επιχειρήσεις ενοικίασης ομπρελών και πλωτών μέσων σε παραλίες, εκμετάλλευσης παραλίων και σκαφών ψυχαγωγίας, επιχειρήσεις εστίασης, καφετέριες και μπαρ, καταστήματα πώλησης τουριστικών ειδών, κεραμικών, κοσμημάτων κ.λπ., τουριστικά γραφεία και γραφεία παροχής υπηρεσιών σε τουριστικές επιχειρήσεις και λοιπές τουριστικές δραστηριότητες. Οι κατηγορίες αυτές μπορούν να διαφοροποιηθούν αν διαπιστωθούν προβλήματα ή σύμφωνα με τις ανάγκες του διαχειριστή του προορισμού..
3. σε υποδομές που σχετίζονται με την προσπελασιμότητα του προορισμού, όπως λιμάνια, αεροδρόμια και ελικοδρόμια. Για τις εγκαταστάσεις αυτές ενδιαφέρον παρουσιάζει το είδος τους και το μέγεθός τους, ώστε να διαπιστωθεί πόσο μεγάλα πλοία ή αεροπλάνα μπορούν να καταφθάσουν. Σημαντικά στοιχεία για την προσπελασιμότητα, εκτός από τις υποδομές, αποτελούν και ο αριθμός των εταιρειών που φθάνουν στον προορισμό, ο οποίος σχετίζεται με την ύπαρξη ή μη



μονοπωλίου και άρα και με τις τιμές των εισιτηρίων, όπως επίσης και η συχνότητα των δρομολογίων και η σύνδεση του προορισμού με άλλους προορισμούς και την κεντρική χώρα.

4. σε διάφορες υποδομές και υπηρεσίες που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τουριστικούς σκοπούς και μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για την ανάπτυξη ειδικών τουριστικών προϊόντων. Αυτά είναι: συνεδριακά κέντρα, ιαματικές πηγές, αθλητικά κέντρα, μαρίνες, μνημεία και αξιοθέατα, παραδοσιακοί οικισμοί, προστατευόμενες περιοχές, μονοπάτια, γιορτές και άλλες δραστηριότητες. Για τις υποδομές αυτές ενδιαφέρει αρχικά το μέγεθός τους, η χωρητικότητά τους και στη συνέχεια ο βαθμός αξιοποίησής τους. Αρχικά γίνεται μία μικρή περιγραφή του χώρου. Καταγράφονται στοιχεία που αφορούν στις εκδόσεις και τις πληροφορίες που ενδεχομένως να προσφέρονται από κάθε ένα διαχειριστή των χώρων αυτών. Σημαντικό στοιχείο είναι εάν είναι ο χώρος επισκέψιμος και εάν υπάρχει εισιτήριο εισόδου. Επίσης, πληροφορίες σχετικά με το αν οργανώνονται περιηγήσεις και ξεναγήσεις. Τέλος, χρειάζονται και πληροφορίες σχετικά με άλλες υπηρεσίες που παρέχονται όπως είναι η ύπαρξη WC, καταστήματος πώλησης προϊόντων για τουρίστες, καταστήματος πώλησης ενθυμίων, εάν υπάρχει καφετέρια ή μπαρ κ.λπ. Τέλος, θα πρέπει να αναφέρονται η περίοδος λειτουργίας και ο αριθμός των εργαζομένων.
5. στα τοπικά προϊόντα, την πιστοποίησή τους και τους συνεταιρισμούς που υπάρχουν για την οργάνωση της παραγωγής και την προώθηση των προϊόντων αυτών.

## Ζήτηση

### *Πρωτογενή δεδομένα*

Τα πρωτογενή δεδομένα της ζήτησης αφορούν τους τουρίστες και χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες. Τα **πρώτα** αφορούν τους πελάτες των καταλυμάτων. Τα ερωτηματολόγια αυτά (guest-quest.doc) υπάρχουν μέσα στα δωμάτια και σε αυτά καταγράφει ο επισκέπτης τις απόψεις του σχετικά με το κατάλυμα και τις υπηρεσίες που παρέχει. Σκοπός του ερωτηματολογίου αυτού είναι να βοηθηθεί ο επιχειρηματίας, εντοπίζοντας τις ελλείψεις του καταλύματός του και τα στοιχεία που πρέπει να βελτιωθούν, προκειμένου να σχεδιάσει καλύτερα τις μελλοντικές του επενδύσεις. Κατά τη φάση αυτή τα ερωτηματολόγια αυτά αποτελούν ένα εργαλείο στα χέρια του επιχειρηματία και δεν καταγράφονται στο Τ.Π. Αφορούν το συγκεκριμένο κατάλυμα, δεν παραδίδονται στο Τ.Π., διότι για την ικανοποίηση των τουριστών από το κατάλυμα υπάρχει χωριστή ερώτηση στο ερωτηματολόγιο των τουριστών. Βέβαια το ερωτηματολόγιο για την ικανοποίηση των πελατών είναι πιο αναλυτικό και αναφέρεται σε όλες τις υπηρεσίες του καταλύματος. Σε επόμενη φάση τα ερωτηματολόγια αυτά μπορεί να αποτελέσουν στοιχείο τεκμηρίωσης της ικανοποίησης των τουριστών για τα καταλύματα που θα ενταχθούν στο Σήμα Υπευθυνότητας. Για το λόγο αυτό δεν πρέπει να τηρείται αρχείο με αυτά, τα οποία θα υπάρχουν στην επιχείρηση και θα είναι διαθέσιμα σε κάθε έλεγχο.

Τα **δεύτερα** αφορούν στα στοιχεία της ζήτησης, όπως αυτά καταγράφονται από τα τουριστικά καταλύματα μέσα στο βιβλίο κρατήσεών τους.

Η **τρίτη** κατηγορία των δεδομένων αυτών αφορούν στα ερωτηματολόγια που διεξάγονται στις πύλες εξόδου των τουριστών κατά την αναχώρησή τους. Σκοπός είναι να καταγραφούν τα χαρακτηριστικά των τουριστών που επισκέπτονται τον

προορισμό, η συμπεριφορά τους, οι προτιμήσεις τους και η ικανοποίησή τους από τον προορισμό συνολικά. Τα ερωτηματολόγια αυτά σε δύο γλώσσες (ελληνικά και αγγλικά) επισυνάπτονται στο Παράρτημα και περιέχονται και με την κατάλληλη μορφοποίηση και στο CD που επισυνάπτεται. Οι πληροφορίες που συλλέγονται από τα ερωτηματολόγια κωδικοποιούνται και συστηματικοποιούνται έτσι ώστε να καταχωρηθούν σε αρχείο SPSS (DATABASE\_TOUR.sav), προκειμένου να είναι δυνατή η επεξεργασία τους και η εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων.

#### Βάση δεδομένων ερωτηματολογίων τουριστών

Οι στήλες της βάσης δεδομένων των ερωτηματολογίων των τουριστών έχουν δημιουργηθεί ακολουθώντας τη σειρά και την ονοματολογία των ερωτήσεων όπως υπάρχουν στο ερωτηματολόγιο. Με τον τρόπο αυτό διευκολύνεται η εισαγωγή των δεδομένων και μειώνεται σημαντικά ο απαιτούμενος χρόνος.

Αρχικά, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι, συνήθως κατά τη διάρκεια εισαγωγής των δεδομένων των ερωτηματολογίων στο SPSS και την κωδικοποίησή τους γίνονται λάθη, τα οποία διαπιστώνονται κατά την επεξεργασία (αυτό έχει διαπιστωθεί και από τις έρευνες των προηγούμενων ετών). Πριν λοιπόν ξεκινήσει η εισαγωγή, είναι απαραίτητο να αριθμούνται τα ερωτηματολόγια με αύξων αριθμό στο πεδίο α/α του κάθε ερωτηματολογίου - που στη συνέχεια θα περαστούν στην 1<sup>η</sup> στήλη της βάσης η οποία ονομάζεται: no - ούτως ώστε αν χρειαστεί για κάποιο λόγο να είναι εύκολο να βρεθεί ένα ερωτηματολόγιο, να ελεγχθούν ξανά τα δεδομένα και να διορθωθούν τυχόν λάθη.

Η εισαγωγή των δεδομένων ξεκινάει με την *ημερομηνία* συμπλήρωσης του κάθε ερωτηματολογίου (2<sup>η</sup> στήλη βάσης η οποία ονομάζεται date). Η ημερομηνία πρέπει να έχει μία συγκεκριμένη μορφή: ημ.μην.έτος (π.χ. 01.06.07).

Στη συνέχεια συμπληρώνεται το *όνομα του συνεντευκτή* (3<sup>η</sup> στήλη βάσης: Interviewer) που καταχωρείται με γράμματα, συγκεκριμένα με ελληνικούς χαρακτήρες (μη αριθμητική - ποιοτική μεταβλητή - string). Είναι απαραίτητο να δοθεί προσοχή στις περιπτώσεις καταχώρησης μη αριθμητικών μεταβλητών – ποιοτικών, ώστε να υπάρχει ομοιομορφία ιδιαίτερα όταν η καταχώρηση δεν γίνεται από ένα άτομο, αποφεύγοντας διορθώσεις κατά την επεξεργασία των δεδομένων. Για παράδειγμα, το όνομα Παπαδόπουλος λαμβάνεται διαφορετικά από το SPSS από ότι το Παππαδόπουλος, με αποτέλεσμα να μην επιτυγχάνεται η ομοιογένεια των δεδομένων η οποία είναι απαραίτητη για την εξαγωγή έγκυρων αποτελεσμάτων. Προτείνεται για την αποφυγή των παραπάνω και την διευκόλυνση των ερευνητών να ελέγχεται η ορθότητα των καταχωρήσεων κατά τη διάρκεια της εισαγωγής καθώς και μετά την ολοκλήρωσή της.

Στη στήλη place της βάσης σημειώνεται τον *τόπο της συνέντευξης*. Στην περίπτωση που ο τόπος διεξαγωγής της συνέντευξης είναι το αεροδρόμιο σημειώνεται 1 καθώς και την πτήση στην επόμενη στήλη της βάσης: flight\_airport. Όταν ο τόπος είναι το λιμάνι σημειώνεται 2 και συμπληρώνεται την στήλη Itinerary\_port με το δρομολόγιο του πλοίου αφήνοντας κενή τη στήλη flight\_airport.

Στη συνέχεια, στη στήλη greeks\_foreigners της βάσης εισάγεται η εθνικότητα του τουρίστα 1: Έλληνες και 2: αλλοδαποί. Στην επόμενη στήλη της βάσης q1, η οποία αφορά την ερώτηση 1 του ερωτηματολογίου, όταν η απάντηση είναι 1 (Έλληνες)

συμπληρώνεται ολογράφως με ελληνικούς χαρακτήρες η πόλη από την οποία έρχονται, ενώ όταν η απάντηση είναι 2 (Αλλοδαποί) συμπληρώνεται η χώρα από την οποία προέρχονται.

Οι απαντήσεις στην ερώτηση 2 για την ομάδα με την οποία ταξιδεύει ο τουρίστας-ερωτώμενος σημειώνονται στην στήλη q2 της βάσης οι οποίες έχουν κωδικοποιηθεί ως εξής:

1	μόνος/ η
2	σύντροφος/ σύζυγος
3	συνεργάτης/ συνάδελφος
4	οικογένεια
5	παρέα
6	άλλο

Στη στήλη q2\_no\_of\_persons σημειώνεται ο αριθμός των ατόμων όταν έχει απαντηθεί το 4, 5 και 6 στην προηγούμενη στήλη, δηλαδή ο αριθμός των ατόμων της οικογένειας, της παρέας ή κάποια άλλης ομάδας. Στη στήλη q2\_other σημειώνεται ολογράφως με ελληνικούς χαρακτήρες η απάντηση που έδωσε ο ερωτώμενος στην περίπτωση 6: άλλο (προσοχή όπως προαναφέρθηκε στην ύπαρξη ομοιομορφίας των καταχωρούμενων χαρακτήρων διότι πρόκειται για μη αριθμητική – ποιοτική μεταβλητή).

Στην ερώτηση 3 για το σκοπό ταξιδιού πιθανότατα να υπάρχουν πολλαπλές απαντήσεις για αυτό έχουν γίνει 3 στήλες στη βάση (q3\_1, q3\_2, q3\_3), για μέχρι 3 απαντήσεις, ώστε να εισάγεται κάθε απάντηση σε χωριστή στήλη. Οι απαντήσεις κωδικοποιούνται ως εξής:

1	ξεκούραση
2	γνωριμία με τον τόπο
3	επαγγελματικές υποχρεώσεις
4	επίσκεψη συγγενών/ φίλων
5	καταδύσεις
6	περιπατητικός τουρισμός
7	προσκύνημα σε εκκλησίες/ μοναστήρια
8	συμμετοχή σε συνέδριο
9	άλλο

Για παράδειγμα όταν ο ερωτώμενος απαντάει τα 1, 4, 7 καταχωρείται στη στήλη q3\_1 το 1, στην q3\_2 το 4 και στην q3\_3 το 7 αντίστοιχα. Στη στήλη q3\_other σημειώνεται η απάντηση που έδωσε ο ερωτώμενος στην περίπτωση 9: άλλο, όπως προαναφέρθηκε.

Στη συνέχεια οι απαντήσεις της ερώτησης 4 για την επαναληψιμότητα της επίσκεψης καταχωρούνται στη στήλη q4 της βάσης όπου 1: ναι και 2: όχι. Στην περίπτωση που έχει δοθεί καταφατική απάντηση (1:ναι) στην επόμενη στήλη (q4\_number\_of\_visits) σημειώνεται ο αριθμός των επισκέψεων (εκτός της φετινής).

Για το μέσο άφιξης (ερώτηση 5) συμπληρώνεται τη στήλη q5 ως εξής:

<b>1</b>	αεροπλάνο - τακτική πτήση
<b>2</b>	αεροπλάνο - ναυλωμένη πτήση charter
<b>3</b>	πλοίο
<b>4</b>	ιδιωτικό μέσο
<b>5</b>	άλλο

Στην περίπτωση που η απάντηση είναι το άλλο μέσο (5), στην επόμενη στήλη (q5\_other) σημειώνεται ολογράφως με ελληνικούς χαρακτήρες το μέσο που απάντησε ο ερωτώμενος.

Η ερώτηση 6 (α και β) για τις περιοχές διαμονής και επίσκεψης μπορεί να έχει πολλαπλές απαντήσεις και γι' αυτό δημιουργήθηκαν 3 στήλες για την κάθε μία (q6.a\_1, q6.a\_2, q6.a\_3, και q6.b\_1, q6.b\_2, q6.b\_3 αντίστοιχα). Στις στήλες αυτές γράφονται κανονικά οι περιοχές με ιδιαίτερη προσοχή στα ορθογραφικά λάθη διότι συμβαίνει συχνά οι περιοχές να γράφονται με δύο τρόπους (για παράδειγμα Μαστιχοχώρια και Μαστιχοχόρια).

Η ερώτηση 7 που αφορά στον αριθμό των διανυκτερεύσεων καταχωρείται στη στήλη q7 της βάσης και πρόκειται για αριθμητική μεταβλητή.

Η ερώτηση 8 για τον τύπο καταλύματος μπορεί επίσης να έχει πολλαπλές επιλογές και κάποιος να έμεινε ορισμένες μέρες σε ξενοδοχείο και τις υπόλοιπες σε σπίτι συγγενών. Έτσι, δημιουργήθηκαν και πάλι 3 στήλες για τις επιλογές αυτές q8\_1, q8\_2, q8\_3. Η κωδικοποίηση που δόθηκε είναι η ακόλουθη:

<b>1</b>	ξενοδοχείο
<b>2</b>	αυτόνομη κατοικία (βίλα/ σπίτι)
<b>3</b>	ιδιόκτητη εξοχική κατοικία
<b>4</b>	φιλοξενία (σπίτι συγγενών/ φίλων)
<b>5</b>	ενοικιαζόμενο δωμάτιο/ διαμέρισμα
<b>6</b>	κάμπινγκ οργανωμένο
<b>7</b>	κάμπινγκ ελεύθερο
<b>8</b>	άλλο

Όταν ο ερωτώμενος απαντάει τα 1, 3 και 4 καταχωρείται στη στήλη q8\_1 το 1, στην q8\_2 το 3 και στην q8\_3 το 4 αντίστοιχα. Στη στήλη q8\_other σημειώνεται η απάντηση για άλλο κατάλυμα που έδωσε ο ερωτώμενος. Στην περίπτωση που έχει απαντηθεί το 1: ξενοδοχείο τότε στη στήλη της βάσης q8\_if\_1 συμπληρώνεται η κατηγορία του από 1 έως 5 αστέρια.

Στην ερώτηση 9 για το είδος της κράτησης οι απαντήσεις μπορεί να είναι:

<b>1</b>	μόνο δωμάτιο
<b>2</b>	με πρωινό
<b>3</b>	με ημιδιατροφή
<b>4</b>	πλήρης διατροφή

5	πλήρης κάλυψη (all inclusive)
6	άλλο

Αυτή η ερώτηση επειδή σχετίζεται και με τις δαπάνες που ακολουθούν θα πρέπει να εισαχθεί προσεκτικά ώστε να βγαίνει νόημα. Στη στήλη q9\_other της βάσης του SPSS καταχωρείται η άλλη απάντηση που δόθηκε για το είδος κράτησης.

Για το μέσο μετακίνησης (ερώτηση 10) θα ακολουθηθεί η διαδικασία πολλαπλών απαντήσεων και θα συμπληρωθούν αντίστοιχα οι στήλες q10\_1, q10\_2, και q10\_3 σύμφωνα με την ακόλουθη κωδικοποίηση. Για την απάντηση άλλο θα χρησιμοποιηθεί η επόμενη στήλη q10\_other.

1	ιδιωτικό αυτοκίνητο/ μηχανή
2	ενοικιαζόμενο αυτοκίνητο
3	ενοικιαζόμενο μοτοποδήλατο
4	λεωφορείο
5	πούλμαν
6	ταξί
7	άλλο

Η ερώτηση 11 αφορά στις δαπάνες του τουρίστα, είναι η πιο σημαντική αλλά και δύσκολη ερώτηση του ερωτηματολογίου και πρέπει να καταχωρείται με ιδιαίτερη προσοχή. Έτσι, στη στήλη q11.a της βάσης συμπληρώνεται η απάντηση του ερωτώμενου για το συνολικό ατομικό κόστος σε ευρώ €. Η απάντηση αυτή θα πρέπει να ταυτίζεται με το άθροισμα των απαντήσεων που δίνεται στη συνέχεια για τα επιμέρους κόστη. Εάν ο ερωτώμενος αναφερθεί σε ομαδικά στοιχεία, αυτό διευκρινίζεται στην επόμενη ερώτηση όπου αναφέρεται ο αριθμός των ατόμων που αντιστοιχεί το κόστος αυτό. Αυτός ο αριθμός συμπληρώνεται στην επόμενη στήλη της βάσης q11.a\_1, ώστε κατά την εισαγωγή των δεδομένων να είναι δυνατόν να γίνει η αναγωγή στις ατομικές δαπάνες.

Στη συνέχεια στην ερώτηση 11β σημειώνεται στη στήλη q11.b της βάσης 1:ναι εάν αγόρασε πακέτο και 2: όχι.

Στην περίπτωση απάντησης 1: ναι, που σημαίνει ότι αγόρασε πακέτο πρέπει να συμπληρωθεί η τιμή του που είναι αριθμητική και σε ευρώ στη στήλη package\_in\_euro της βάσης. Στις επόμενες στήλες της βάσης από q11.b\_package\_tickets έως q11.b\_package\_excursion συμπληρώνεται τι περιλάμβανε η τιμή του πακέτου, με 1:ναι και 2: όχι. Τέλος, για το πακέτο υπάρχει μία ακόμη ερώτηση η οποία αφορά στις επιπλέον δαπάνες που έγιναν σε ευρώ και καταχωρείται στη στήλη της βάσης q11.b\_package\_extra\_money.

Στην περίπτωση απάντησης 2: όχι που σημαίνει ότι πρόκειται για μεμονωμένο τουρίστα πρέπει να σημειωθεί το ατομικό ημερήσιο κόστος για κάποιες υπηρεσίες. Αυτές καταχωρούνται σε ευρώ στις στήλες από q11.b\_nopackage\_tickets έως q11.b\_nopackage\_other\_expenses.

Για την ερώτηση 11β είναι σημαντικό να τονιστεί ότι εάν ο τουρίστας αγόρασε πακέτο θα συμπληρωθούν μόνο οι στήλες της βάσης που αφορούν στο πακέτο από

package\_in\_euro έως q11.b\_package\_extra\_money ενώ οι επόμενες στήλες από q11.b\_nopackage\_tickets έως q11.b\_nopackage\_other\_expenses πρέπει να είναι κενές. Στην περίπτωση που πρόκειται για μεμονωμένο τουρίστα η βάση θα συμπληρωθεί αντίθετα.

Στην ερώτηση 11γ για την *αξία των χρημάτων* συμπληρώνεται η στήλη q11.c όπου οι απαντήσεις είναι απλές από 1 έως 5.

<b>1</b>	καθόλου
<b>2</b>	λίγο
<b>3</b>	μέτρια
<b>4</b>	πολύ
<b>5</b>	απόλυτα

Στην ερώτηση 12α, που αφορά στον *τρόπο πληροφόρησης για το νησί* μπορεί να έχουμε πάλι πολλαπλές επιλογές και γι' αυτό έγιναν 3 στήλες στη βάση q12.a\_1, q12.a\_2, q12.a\_3, καθώς και άλλη μία στήλη q12.a\_other για την επιλογή άλλο. Η κωδικοποίηση που χρησιμοποιήθηκε είναι η ακόλουθη:

<b>1</b>	συγγενείς/ φίλους
<b>2</b>	προσωπική γνώμη
<b>3</b>	δημοσίευμα σε MME
<b>4</b>	τουριστικό πράκτορα
<b>5</b>	τουριστική έκθεση
<b>6</b>	τουριστικό οδηγό/ βιβλίο
<b>7</b>	διαφήμιση
<b>8</b>	διαδίκτυο (internet)
<b>9</b>	άλλο

Στην περίπτωση που έχει δοθεί η απάντηση 2: δημοσίευμα σε MME τότε συμπληρώνεται επιπρόσθετα και η στήλη q12.a\_if\_2 της βάσης, με 1 όταν πρόκειται για δημοσίευμα στην εφημερίδα και 2 σε περιοδικό. Επίσης στην περίπτωση που απαντηθεί το 6: διαφήμιση τότε συμπληρώνεται και η στήλη q12.a\_if\_6 με 1 όταν η διαφήμιση είναι στην TV, 2 στο ραδιόφωνο και 3 στον τύπο.

Στην επόμενη ερώτηση 12β για το κριτήριο επιλογής ομοίως δημιουργήθηκαν 3 στήλες για τις πολλαπλές απαντήσεις q12.b\_1, q12.b\_2, q12.b\_3 και μία για την επιλογή άλλο q12.b\_other. Η καταχώρηση των δεδομένων πρέπει να γίνει ως εξής:

<b>1</b>	γιατί δεν είχα ξαναέρθει
<b>2</b>	φυσική ομορφιά
<b>3</b>	ιστορία/ πολιτισμός του τόπου
<b>4</b>	συγγενικά/ φιλικά πρόσωπα
<b>5</b>	αξιοθέατα
<b>6</b>	καταγωγή
<b>7</b>	επαγγελματικοί λόγοι
<b>8</b>	προσιτές τιμές
<b>9</b>	άλλο

Στη συνέχεια στην ερώτηση 12γ για τη *χρήση του διαδικτύου* με σκοπό την πληροφόρηση και την κράτηση συμπληρώνεται αντίστοιχα η στήλη q12.c\_1 και q12.c\_2 με 1 για ναι και 2 για όχι.

Η ερώτηση 13 για το *βαθμό ικανοποίησης* περιέχει 16 επιμέρους ερωτήματα σχετικά με τις υποδομές, τις αναδομές και τις υπηρεσίες του προορισμού. Έτσι έχουν δημιουργηθεί 16 στήλες από q13.1 έως q13.16 και μία επιπλέον στήλη για τα σχόλια (q13.1\_comments έως q13.16\_comments) για κάθε επιμέρους κατηγορία (κατάλυμα, εστιατόριο κ.λπ.). Οι πιθανές απαντήσεις στις ερωτήσεις 13.1 έως 13.16 είναι οι παρακάτω:

<b>1</b>	καθόλου
<b>2</b>	λίγο
<b>3</b>	μέτρια
<b>4</b>	πολύ
<b>5</b>	απόλυτα

Στις ερωτήσεις 13.1 έως 13.16 που ακολουθεί *\_comments* εισάγονται σχόλια με ελληνικούς χαρακτήρες.

Για τις επόμενες ερωτήσεις 14α και 14β καταχωρούνται με τη μορφή κειμένου (όσο το δυνατόν συνοπτικού, maximum 100 χαρακτήρες) έως 3 απαντήσεις στις αντίστοιχες στήλες της βάσης q14.a\_1 έως q14.a\_3 για την ερώτηση 14α και q14.b\_1 έως q14.b\_3 για την ερώτηση 14β.

Οι ερωτήσεις 15α και 16α για το εάν ο τουρίστας θα επέλεγε ξανά το νησί για ένα ταξίδι του και εάν θα το πρότεινε σε φίλους του αντιστοιχούν στις στήλες της βάσης q15.a και q16.a. Οι πιθανές απαντήσεις είναι 1: ναι και 2: όχι. Σε περίπτωση που η απάντηση είναι 2 τότε καταχωρείται με τη μορφή κειμένου το λόγο άρνησης στις στήλες q15.a\_if\_2 και q16.b\_if\_2 αντίστοιχα.

Η τελευταία ερώτηση 17 αφορά *προσωπικά στοιχεία* για το φύλο, την ηλικία, το ετήσιο εισόδημα, το επίπεδο εκπαίδευσης και την οικογενειακή κατάσταση του ερωτώμενου. Για το φύλο συμπληρώνεται η στήλη της βάσης q17.a η οποία έχει πιθανές απαντήσεις 1: άντρας, 2: γυναίκα. Για την ηλικία συμπληρώνεται η στήλη της βάσης q17.b η οποία είναι αριθμητική. Το ετήσιο εισόδημα καταχωρείται στη στήλη q17.c η οποία έχει 5 επιλογές και είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι σημειώνεται πάντα σε ευρώ (€). Ακολουθούν οι πιθανές απαντήσεις:

<b>1</b>	<15.000
<b>2</b>	15.000 – 30.000
<b>3</b>	30.000 – 45.000
<b>4</b>	45.000 – 60.000
<b>5</b>	>60.000

Για το επίπεδο εκπαίδευσης συμπληρώνεται η στήλη της βάσης q17.d η οποία έχει 5 επιλογές, τις παρακάτω:

1	βασική εκπαίδευση
2	λύκειο
3	ανώτερη/ ανώτατη
4	μεταπτυχιακό/ διδακτορικό
5	άλλο

Σε περίπτωση που η απάντηση είναι 5: άλλο αυτή διευκρινίζεται στη στήλη q17.d\_other.

Η οικογενειακή κατάσταση είναι ανοικτή ερώτηση και συμπληρώνεται στη στήλη της βάσης q17.e.

#### *Δευτερογενή δεδομένα*

Τα δευτερογενή δεδομένα της ζήτησης αφορούν σε στοιχεία που καταγράφονται από διάφορους φορείς, όπως η Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδας (ΕΣΥΕ), της Υπηρεσίας Πολιτικής Αεροπορίας (ΥΠΑ), το Λιμεναρχείο, το Τελωνείο κ.λπ. Τα στοιχεία που συλλέγονται καταγράφονται στη Β.Δ. σε ένα αρχείο Excel (DEMAND.xls), το οποίο είναι καταγεγραμμένο στο CD που επισυνάπτεται. Στο CD επίσης επισυνάπτεται αρχείο με δευτερογενή δεδομένα, τα οποία αποτελούν στοιχεία του Τ.Π. και πρέπει να εισαχθούν στη Β.Δ. (chios\_stats.zip).

Τα στοιχεία αυτά είναι κυρίως ετήσια και αφορούν:

1. στις αφίξεις επιβατών στα αεροδρόμια, όπως καταγράφονται από την ΥΠΑ. Οι επιβάτες κατηγοριοποιούνται σε επιβάτες εσωτερικού και charter και οι αφίξεις καταγράφονται ανά μήνα.
2. στους επιβάτες των λιμανιών, οι οποίοι καταγράφονται ως επιβιβασθέντες ή αποβιβασθέντες από τις κατά τόπους Λιμενικές Αρχές. Οι επιβάτες που έρχονται από την Τουρκία με μικρά πλοία καταγράφονται εκτός από το Λιμεναρχείο και από το Τελωνείο.
3. στις αφίξεις ανά μέσο άφιξης (ακτοπλοϊκές, πτήσεις εσωτερικού, πτήσεις charter, άλλες πτήσεις εξωτερικού), προκειμένου να εκτιμηθεί το σύνολο των επιβατών που φτάνουν στον προορισμό.
4. στις αφίξεις και διανυκτερεύσεις από τα ξενοδοχειακά καταλύματα, όπως καταγράφονται από τον ΕΟΤ και την ΕΣΥΕ. Τα στοιχεία αυτά χωρίζονται σε ημεδαπούς και αλλοδαπούς τουρίστες, καταγράφονται σε ετήσια βάση και ανά Δήμο. Από το συνδυασμό των μεταβλητών αυτών προκύπτει ο δείκτης της μέσης διάρκειας παραμονής (διανυκτερεύσεις/ αφίξεις), χωριστά για τους ημεδαπούς και τους αλλοδαπούς και για το σύνολο των τουριστών. Ένας άλλο χρήσιμος δείκτης που καταγράφεται και παρακολουθείται είναι η πληρότητα των ξενοδοχειακών μονάδων. Τα στοιχεία της πληρότητας είναι μηνιαία.
5. στην εποχικότητα των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχειακά καταλύματα. Τα στοιχεία αυτά είναι μηνιαία και αφορούν το σύνολο των πελατών (Ελληνες και ξένους).
6. Απασχόληση / ανεργία (ΙΚΑ, ΟΑΕΔ).



### Άμεσες ενέργειες

Οι ενέργειες που πρέπει να γίνουν στο εξής είναι:

- Επιχειρήσεις
  1. να αναπαραχθούν και να μοιραστούν τα ερωτηματολόγια ικανοποίησης πελατών στα καταλύματα.
  2. να αναπαραχθούν και να μοιραστούν τα ερωτηματολόγια απόδοσης στα καταλύματα.
  3. να αναπαραχθούν και να μοιραστούν τα ερωτηματολόγια απόδοσης στις επιχειρήσεις.
  4. να αναπαραχθεί και να μοιρασθεί το ηλεκτρονικό πρόγραμμα για το βιβλίο κρατήσεων.
- Τουρίστες
  1. να αναπαραχθούν τα ερωτηματολόγια των τουριστών.
  2. να εκπαιδευτούν οι συνεντευκτές.
  3. να ζητηθεί το πρόγραμμα πτήσεων από την ΥΠΑ και των αναχωρήσεων των πλοίων από το Λιμεναρχείο.
  4. να οργανωθεί το πρόγραμμα των δειγματοληψιών βάσει των πτήσεων και των δρομολογίων.
  5. να διεξαχθεί η έρευνα των τουριστών.
  6. να εισαχθούν τα αποτελέσματα των ερωτηματολογίων στη βάση.
  7. να γίνει επεξεργασία των αποτελεσμάτων της έρευνας 2007 και να εξαχθούν συμπεράσματα.

Τα ερωτηματολόγια των επιχειρήσεων και των καταλυμάτων, όπως και το ηλεκτρονικό σύστημα κρατήσεων, θα δοθούν για χρήση σε δοκιμαστική βάση. Προκειμένου να οριστικοποιηθούν θα πρέπει να ακολουθήσει δημόσια διαβούλευση. Οι επιχειρηματίες θα καταθέσουν τις απόψεις τους και θα επισημάνουν τα σημεία που πρέπει να αλλαχθούν, διότι είτε δεν γίνονται κατανοητά, είτε δημιουργούν άλλα προβλήματα στη χρήση. Όλες οι διορθώσεις που θα χρειαστεί να γίνουν, θα ακολουθήσουν στην επόμενη φάση. Επίσης, αλλαγές θα γίνουν και βάσει των αναγκών των επιχειρηματιών, οι οποίες δεν έχουν επισημανθεί στη φάση αυτή.

## **Σύστημα ποιότητας**

### **Εισαγωγή**

Τα Συστήματα Ποιότητας αναπτύσσονται τα τελευταία χρόνια προκειμένου να βελτιωθούν οι προσφερόμενες υπηρεσίες από τους τουριστικούς φορείς και τους προορισμούς. Τέτοια συστήματα έχουν αναπτυχθεί σε καταλύματα, καταστήματα εστίασης, αεροπορικές εταιρείες, τουριστικά γραφεία και πρακτορεία, αλλά και σε ολόκληρους προορισμούς. Χωρίζονται σε κώδικες ορθής πρακτικής και συμπεριφοράς και σε συστήματα πιστοποίησης. Ορισμένα από τα πιο γνωστά και διαδεδομένα συστήματα αναφέρονται συνοπτικά στη συνέχεια.

### **Διεθνείς κώδικες ορθής πρακτικής και συμπεριφοράς**

**Global Code of Ethics for Tourism (WTO):** Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού έχει συντάξει κείμενο αρχών που αναφέρονται στο σεβασμό των τοπικών κοινωνιών, στο μέγιστο βαθμό ικανοποίησης όλων των ενδιαφερομένων, στη συμβολή του τουρισμού στη βιώσιμη ανάπτυξη, στην προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς, στα οφέλη των τοπικών κοινωνιών και, τέλος, στις υποχρεώσεις και τα δικαιώματα των τουριστικών επιχειρήσεων και των επισκεπτών.

**Ecotourism Society Guidelines for Nature Tour Operators (TIES):** Οι οδηγίες της Ecotourism Society (1993) για τους τουριστικούς πράκτορες που δραστηριοποιούνται στη φύση.

**A Code of Ethics for Tourists (Ecumenical Coalition on Third World Tourism):** Ένας από τους πρώτους και πιο διαδεδομένους κώδικες ορθής συμπεριφοράς τουριστών. Ο κώδικας προτείνει αρχές και κανόνες για τη συμπεριφορά των τουριστών, προκειμένου να μην προκαλούνται τα ήθη και οι συνήθειες των τοπικών κοινωνιών.

**Travel Ethic for Environmentally Responsible Travel (The National Audubon Society):** Ένα από τα πιο ολοκληρωμένα κείμενα οδηγιών, που θίγει περιβαλλοντικά, κοινωνικά και οικονομικά θέματα. Το κείμενο αυτό ενθαρρύνει τους ταξιδιώτες, τους τουριστικούς πράκτορες και τους ξεναγούς να εντείνουν την προσπάθειά τους για υποστήριξη της προστασίας της φύσης στις χώρες στις οποίες δραστηριοποιούνται.

**Antarctica Tour Operator and Visitor Guidelines (Society Expeditions):** Τα δύο αυτά κείμενα οδηγιών συντάχθηκαν με πρωτοβουλία τριών τουριστικών πρακτορείων βάσει της Συνθήκης της Ανταρκτικής. Τα Tour Operator Guidelines προβλέπουν καλύτερο συντονισμό μεταξύ των πρακτορείων για την αποφυγή υπέρβασης της φέρουσας ικανότητας. Επίσης, δίνουν χρήσιμες συμβουλές για την επεξεργασία αποβλήτων και απορριμμάτων εν πλω. Τα Visitor Guidelines, που αφορούν στην ορθή συμπεριφορά των επισκεπτών, τα έχουν υιοθετήσει όλοι οι τουριστικοί πράκτορες των ΗΠΑ που δρουν στην Ανταρκτική.

**Gwaii Haanas Code of Conduct:** Οι Οδηγίες αυτές συντάχθηκαν από και για τουριστικά πρακτορεία, ξεναγούς και επισκέπτες για την προστασία του αρχιπελάγους Gwaii Haanas. Οι Οδηγίες συνιστούν ένα κείμενο κοινής συναίνεσης, εγκεκριμένο από τους τουριστικούς πράκτορες ως κώδικα συμπεριφοράς τόσο των ιδιωτικών επιχειρήσεων, όσο και των επισκεπτών. Το ολοκληρωμένο κείμενο οδηγιών περιλαμβάνει συμβουλές σχετικές με την επίσκεψη σε αρχαιολογικούς και

πολιτιστικούς χώρους, το ψάρεμα και την επίσκεψη σε χώρους φωλιάσματος πουλιών. Επίσης, οι οδηγίες ενθαρρύνουν την πρόσληψη ατόμων από την τοπική κοινωνία για την πλήρωση των θέσεων ξεναγών και, γενικότερα, του προσωπικού στον τουρισμό.

**Ecotravel Principles and Practices (Wildland Adventures):** Αυτές οι αρχές βασίζονται στον ορισμό του οικοτουρισμού που έχει δώσει η Ecotourism Society. Το κείμενο αυτό υπαγορεύει την κατανόηση και το σεβασμό των πολύπλοκων οικοσυστημάτων που δέχονται επισκέψεις, καθώς και το σεβασμό και τη φροντίδα για την ευημερία των τοπικών κοινωνιών.

**A Code of Environmental Ethics for Nature Travel (Association Tsuli, Tsuli, Costa Rica):** Ο κώδικας αυτός αποτελεί ένα επιτυχημένο παράδειγμα προσαρμογής του αντίστοιχου κώδικα του National Audubon Society στα δεδομένα μιας τροπικής χώρας.

**Code of Birding Ethics (National Audubon Society):** Αποτελεί σύνολο εξαιρετικών οδηγιών για όσους κάνουν παρατήρηση πουλιών. Αποδίδεται ιδιαίτερη βαρύτητα σε θέματα ευγένειας μεταξύ επισκεπτών, σε τεχνικές παρατήρησης και αναγνώρισης ειδών και στους όρους και κανόνες φωτογράφισης.

**Leave No Trace Land Ethics (US Forest Service):** Ίσως οι πιο περιεκτικές οδηγίες για ταξίδια στη φύση, έτσι ώστε να μη μείνει «ούτε ίχνος» της επίσκεψης. Περιλαμβάνουν συμβουλές για το σχεδιασμό εκδρομών στη φύση, αλλά και για τους όρους διεξαγωγής της κτηνοτροφίας.

**Talamanca Guidelines (Talamanca Association for Ecotourism and Conservation):** Πρόκειται για μία από τις ελάχιστες περιπτώσεις που μια τοπική ομάδα (στη συγκεκριμένη περίπτωση, μια κοινότητα στην ακτή της Καραϊβικής της Κόστα Ρίκα) εκφράζει τις προσδοκίες και τις απαιτήσεις της από τους επισκέπτες.

**Guidelines for Visitors to Mesa Country (Office of Public Relations, The Hopi Tribe):** Οι οδηγίες αυτές συντάχθηκαν όταν οι επισκέπτες είχαν πια υπερεκμεταλλευτεί τη φιλοξενία της φυλής Hopi. Κύριο στόχο των οδηγιών αποτελεί η υπενθύμιση στους επισκέπτες ότι είναι φιλοξενούμενοι και, επομένως, πρέπει να σέβονται τα ήθη και τα έθιμα του τόπου και των ανθρώπων που τους δέχονται στους κόλπους τους.

**Guide to Good Practice (The Countryside Commission):** Στη Μεγάλη Βρετανία η Countryside Commission έχει εκδώσει από το 1991 σχετικό οδηγό ορθής πρακτικής των τουριστικών πρακτορείων, από τον οποίο παρέχονται πληροφορίες και συμβουλές για τα τουριστικά πρακτορεία.

**Dartmoor Area Tourism Initiative (Dartmoor Tourism Association):** Αυτή η πρωτοβουλία της ένωσης τουριστικών πρακτόρων που δρουν στην περιοχή του Εθνικού Πάρκου Dartmoor στην Αγγλία αφορά στη λήψη κατάλληλων μέτρων και ρυθμίσεων από τους ίδιους τους πράκτορες. Οι ρυθμίσεις επεκτείνονται στην ευρύτερη περιοχή του Πάρκου, έτσι ώστε να εξασφαλίζεται η προστασία σε μια περιφερειακή ζώνη. Οι οδηγίες αναφέρονται και στη διάχυση του οικονομικού

οφέλους από την ίδρυση του Πάρκου και τον τουρισμό στις κοινότητες που το περιβάλλουν.

**Code of Conduct for Mediterranean Tourists και Code of Conduct for Industry (tour operators – hotels – airlines):** Το WWF Mediterranean Programme έχει εκδώσει το 1999 σχετικό οδηγό που περιλαμβάνει γενικό κείμενο αρχών για τον τουρισμό στη Μεσόγειο.

Εκτός από τους κώδικες αυτούς υπάρχουν και διάφορες άλλες **πρωτοβουλίες**, όπως η **VISIT (Voluntary Initiative for Sustainability in Tourism)**. Πρόκειται για ευρωπαϊκή πρωτοβουλία, που σχεδιάστηκε για να υποδείξει τον τρόπο με τον οποίο τα οικολογικά σήματα του τουρισμού στην Ευρώπη είναι δυνατό να συμπράξουν στην αειφορική ανάπτυξη του κλάδου.

Ένα σύστημα καλών πρακτικών που εφαρμόζεται από εστιατόρια αποτελεί το **PACE (Partners for A Clean Environment)**. Το σύστημα περιλαμβάνει υποχρεωτικά και προαιρετικά κριτήρια.

Τα υποχρεωτικά κριτήρια περιλαμβάνουν:

- Ανακύκλωση
- Επαναχρησιμοποίηση υλικών
- Χρήση συσκευασιών πολλών χρήσεων
- Χρήση περιβαλλοντικά φιλικών προϊόντων καθαρισμού
- Χρήση καθαριστικών πολλαπλής χρήσης
- Εκπαίδευση προσωπικού
- Διαχείριση λιπών
- Μείωση κατανάλωσης ενέργειας
- Μείωση κατανάλωσης νερού
- Μείωση εκπεμπόμενων ρύπων
- Λειτουργία επιχείρησης βάσει των εθνικών και τοπικών κανονισμών, νόμων και σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις.

Τα προαιρετικά κριτήρια περιλαμβάνουν:

- Χρήση μεγάλων συσκευασιών (π.χ. αλατιού, καρικευμάτων, σάλτσας κ.λπ.)
- Χρήση ανακυκλωμένων προϊόντων χαρτιού
- Χρήση ανακυκλωμένων προϊόντων πλαστικού
- Επαναχρησιμοποίηση προϊόντων υφασμάτων ((τραπεζομάντιλα κ.λπ.)
- Εκπτώσεις και κίνητρα στους πελάτες και το προσωπικό για χρήση επαναχρησιμοποιούμενων υλικών και όχι μιας χρήσης (π.χ. κούπες, ποτήρια, υλικά συσκευασίας κ.λπ.)
- Συλλογή των υπολειμμάτων τροφών από τους τοπικούς αγρότες για λιπασματοποίηση
- Διάθεση των μη διατιθέμενων τροφίμων σε πρόγραμμα ανακούφισης ατόμων που τα έχουν ανάγκη
- Πρόγραμμα επιβράβευσης προσωπικού για τη μείωση των αποβλήτων και για τις ιδέες τους για καλύτερη διαχείριση.
- Χρήση ανακυκλώσιμων εμπορευματοκιβωτίων.

### Διεθνή συστήματα πιστοποίησης

**Europarc Federation και Pan Parks:** συστήματα που πιστοποιούν συγκεκριμένα προϊόντα (εκδρομή, προορισμούς όπως Εθνικά Πάρκα). Ο οργανισμός PAN (Protected Areas Network) Parks ξεκίνησε ως έργο του WWF σε συνεργασία με την εταιρία Dutch Leisure το 1997. Το 1999 εγκαθιδρύθηκε ως ένας ανεξάρτητος οργανισμός με σκοπό την ισορροπία στη διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος και του τουριστικού κλάδου για την προστασία της φυσικής κληρονομιάς της Ευρώπης. Ο οργανισμός αυτός μέσω ενός συστήματος επαλήθευσης απονέμει το πιστοποιητικό σε περιοχές που ικανοποιούν διαφορετικές ανάγκες μέσω της διαχείρισης προστατευόμενων περιοχών, με τη συνεργασία τοπικών ομάδων. Ο οργανισμός έχει δημιουργήσει 5 βασικές αρχές και κριτήρια στις οποίες πρέπει να συμμορφώνονται οι προστατευόμενες περιοχές ώστε τους απονεμηθεί το πιστοποιητικό. Οι αρχές αυτές είναι αφορούν φυσικές αξίες, διαχείριση οικισμών, διαχείριση επισκεπτών, στρατηγική ανάπτυξης αιεφόρου τουρισμού και συνεργασίες με τοπικές επιχειρήσεις.

Τα κριτήρια βασίζονται σε 5 αρχές:

- Φυσική κληρονομιά, νομική προστασία, διαχείριση και εξασφάλιση της διατήρησης της φυσικής αξίας των προστατευόμενων περιοχών.
- Διαχείριση ενδιατημάτων, παροχή λεπτομερών στοιχείων με σκοπό τη διαχείριση έργων και τη ζωνοποίηση της περιοχής.
- Διαχείριση επισκεπτών
- Δημιουργία κανόνων ανάπτυξης αιεφορικού τουρισμού με έμφαση στην αιεφορική χρήση των οικονομικών, κοινωνικών και πολιτιστικών πόρων των τοπικών κοινοτήτων που βρίσκονται στις προστατευόμενες περιοχές.
- Μέτοχοι, χορηγοί και επιχειρήσεις, ΜΚΟ και Υπηρεσίες Πάρκων.

**Green Globe 21:** πιστοποιείται η πρόθεση της επιχείρησης να βελτιώσει την περιβαλλοντική της απόδοση. Το Green Globe αποτελεί ένα από τα πλέον διαδεδομένα συστήματα πιστοποίησης. Είναι ένα διεθνές πρόγραμμα περιβαλλοντικής διαχείρισης και ευαισθητοποίησης του κοινού, που ξεκίνησε το 1992 με πρωτοβουλία του World Travel and Tourism Council. Στόχος του είναι η παροχή ενημέρωσης για χαμηλού κόστους τρόπους και μέσα, ώστε οι τουριστικές επιχειρήσεις να βελτιώσουν την περιβαλλοντική και πολιτιστική τους πρακτική. Τα μέλη του «δικτύου» Green Globe αριθμούν περί τα 500 διεθνώς και περιλαμβάνουν από μικρούς ταξιδιωτικούς πράκτορες, γραφεία ενοικίασεως αυτοκινήτων και σκαφών, εστιατόρια και αμπελώνες ως μεγάλες αλυσίδες ξενοδοχείων, μαρίνες, συνεδριακά κέντρα, αεροδρόμια και αεροπορικές εταιρείες. Αποβλέπουν στη διαρκή βελτίωση της τουριστικής τους συμπεριφοράς και στη βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού. Το τέλος εγγραφής σε διεθνές επίπεδο είναι περίπου US\$50. Τα τέλη αίτησης για τη συγκριτική αξιολόγηση και την πιστοποίηση κυμαίνονται από \$200 έως \$1,000, ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης. Τα ετήσια τέλη κυμαίνονται περίπου σε \$5,000. Τα τέλη πιστοποίησης είναι ανεξάρτητα από τα παραπάνω. Επίσης απαιτούνται και εθνικά τέλη, τα οποία συνήθως είναι λιγότερα από τα διεθνή τέλη.

**STEP (Sustainable Tourism Eco-certification Program):** εφαρμόζεται σε επιχειρήσεις, οργανισμούς και ινστιτούτα που δεσμεύονται στην προώθηση της προστασίας του περιβάλλοντος, της κοινωνικής και πολιτιστικής ευθύνης και της οικονομικής ευημερίας στον κλάδο του τουρισμού. Παραδείγματα επιχειρήσεων είναι: τέχνες, αξιοθέατα, παραλίες, καταλύματα, εστιατόρια, πάρκα, αεροπορικές

γραμμές, ενοικιάσεις σκαφών κλπ. Υπάρχει διαφορετική προσέγγιση για μικρές επιχειρήσεις και ομαδικό τουρισμό. Τα κριτήρια επίδοσης αφορούν σε: αειφορική πολιτική και επίδοση, περιβαλλοντικές επιπτώσεις, κοινωνικοοικονομικές επιδράσεις, οικονομικές επιπτώσεις και καινοτόμες - βέλτιστες πρακτικές. Η πιστοποίηση περιλαμβάνει 4 στάδια: συγκριτική αξιολόγηση, απαιτήσεις επίδοσης, επιθεώρηση τρίτου μέρους και αξιολόγηση. Υπάρχουν τέσσερα επίπεδα πιστοποίησης (πλατινένιο, χρυσό, αργυρό και χάλκινο).

Η Κόστα Ρίκα έχει αναπτύξει Σύστημα Πιστοποίησης Βιώσιμου Τουρισμού (**Certification for Sustainable Tourism**), που πιστοποιεί την υιοθέτηση τόσο του οικοτουρισμού, όσο και της προστασίας του περιβάλλοντος και του πολιτισμού της χώρας. Η πιστοποίηση δίνεται μόνο σε όσους τηρούν αυστηρά περιβαλλοντικά κριτήρια.

Το σύστημα **Ecotel** βασίζεται σε κριτήρια που έχουν αναπτύξει η Υπηρεσία Προστασίας Περιβάλλοντος των ΗΠΑ και το Rocky Mountain Institute. Είναι ένα από τα πιο πολύπλοκα συστήματα πιστοποίησης και παρέχει πέντε επίπεδα διαφοροποίησης, με λίγο διαφοροποιημένα κριτήρια το καθένα. Πιστοποιεί την πρόοδο σε θέματα περιβαλλοντικής δέσμευσης, διαχείρισης στερεών αποβλήτων, εξοικονόμησης ενέργειας, διαχείρισης νερού, περιβαλλοντικής κατάρτισης προσωπικού και εξασφάλισης της συμμετοχής της τοπικής κοινωνίας.

Το **Nature and Ecotourism Accreditation Programme** στην Αυστραλία πιστοποιεί συγκεκριμένα οικοτουριστικά προϊόντα, όπως εκδρομές, αξιοθέατα και καταλύματα. Λειτουργεί σε τοπικό και εθνικό επίπεδο και δίνει ιδιαίτερο βάρος στη γνώμη των επισκεπτών για την ποιότητα προϊόντων και υποδομών του οικοτουρισμού.

Το **Ecolabel for Hotels**, που λειτουργεί στις σκανδιναβικές χώρες, χρησιμοποιεί ως βάση το ISO 14024 και έτσι έχει αρκετά κοινά σημεία με το Green Globe, που βασίζεται στο ISO 14001. Ο κανονισμός για την απόκτηση του οικολογικού σήματος διασφαλίζει το περιβαλλοντολογικό αποτέλεσμα από την ανάπτυξη των τουριστικών δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων όπως η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, προμήθεια φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων, περιορισμό των ενεργειακών πόρων που δαπανώνται, θέματα ανακύκλωσης και διαχείρισης υδάτινων πόρων και χρήση βιολογικών καθαρισμών. Τα κύρια θεματικά αντικείμενα που καλύπτουν τα περιβαλλοντολογικά σήματα ποιότητας είναι:

- Προστασία του φυσικού περιβάλλοντος
- Προμήθεια φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων και βιολογιών προμηθειών τροφίμων και ποτών
- Μείωση της κατανάλωσης ενέργειας
- Βιολογικοί καθαρισμοί και ανακύκλωση νερού
- Χρήση καθαρών προς το περιβάλλον μεταφορικών μέσων.

Το **Green Tourism Business Scheme** στη Σκωτία ιδρύθηκε το 1998. Απευθύνεται σε συνεδριακά κέντρα, ξενοδοχεία και καταλύματα, εστιατόρια, αποστακτήρια, οινοποιεία και ταξιδιωτικά γραφεία, ξενώνες, ιστορικά κτίρια, πάρκα και φάρμες. Καλύπτει θέματα όπως αποδοτικότητα μίας επιχείρησης, περιβαλλοντική διαχείριση, διαχείριση αποβλήτων, μεταφορές, καθώς επίσης και θέματα όπως κοινωνική ευθύνη και βιοποικιλότητα. Το ετήσιο τέλος κυμαίνεται από £29.38 σε £176.25 και συμπεριλαμβάνει εγγραφή στους καταλόγους του σχήματος στην ιστοσελίδα του

διαδικτύου, τηλεφωνική και ηλεκτρονική υποστήριξη, έντυπη ενημέρωση και επαναληπτική επιθεώρηση μετά από δύο έτη καθώς επίσης και συνεχή ενημέρωση σχετικά με περιβαλλοντικά θέματα. Το τέλος εγγραφής κυμαίνεται από £88.13 σε £235.00 και συμπεριλαμβάνει την αρχική επιθεώρηση και την απονομή του πιστοποιητικού. Τα παραπάνω τέλη εξαρτώνται από τον είδος και το μέγεθος της επιχείρησης. Τα επίπεδα πιστοποίησης είναι τρία: χρυσό (άριστη περιβαλλοντική πρακτική), ασημένιο (πολύ καλή περιβαλλοντική πρακτική) και χάλκινο (καλή περιβαλλοντική πρακτική).

Το **Nordic Swan** (1980) εφαρμόζεται στις Σκανδιναβικές χώρες και απευθύνεται σε καταλύματα. Τα κριτήρια διακρίνονται σε κριτήρια επίδοσης (limit values) και σε απαιτήσεις υποχρεωτικές (ναι ή όχι) και σε απαιτήσεις επίδοσης και πιο συγκεκριμένα πρέπει να ισχύουν τα παρακάτω:

- 2 από τα 4 κριτήρια επίδοσης πρέπει να ικανοποιούνται
- Όλες οι υποχρεωτικές απαιτήσεις πρέπει να ικανοποιούνται
- Τουλάχιστον το 60% από τις απαιτήσεις επίδοσης στον τομέα λειτουργιών και συντήρησης πρέπει να ικανοποιούνται
- Τουλάχιστον το 65% από τις απαιτήσεις επίδοσης πρέπει να ικανοποιούνται
- Όλες οι απαιτήσεις περιβαλλοντικής διαχείρισης πρέπει να ικανοποιούνται
- Απαιτείται επιθεώρηση στην έδρα της επιχείρησης.

Το **La Clef Verte** εφαρμόστηκε αρχικά στη Δανία (1994) και έπειτα στη Γαλλία και απευθύνεται σε καταλύματα και κατασκηνώσεις. Για την κατηγορία των ξενοδοχείων υπάρχουν τριών ειδών κριτήρια (υποχρεωτικά, απαραίτητα και προαιρετικά) και αφορούν τα παρακάτω θέματα:

- Περιβαλλοντική διαχείριση
- Εμπλοκή του προσωπικού
- Πληροφορίες πελατών
- Διαχείριση νερού
- Διεργασίες καθαριότητας
- Διαχείριση αποβλήτων
- Διαχείριση ενέργειας
- Ασφάλεια τροφίμων
- Εσωτερικό περιβάλλον
- Πάρκα και χώροι στάθμευσης
- Οικολογικά θέματα
- Διοικητικά θέματα.

Διενεργείται συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατόπιν αίτησης και τα έξοδα πιστοποίησης ανέρχονται σε 230€/ έτος.

Ενδεικτικά, κάποια άλλα συστήματα πιστοποίησης που λειτουργούν στο εξωτερικό είναι:

- Το **Environmental Quality Seal** της Γερμανικής Ένωσης Ξενοδόχων και Ιδιοκτητών Ξενοδοχείων.
- Το **Blue Swallow of the Travel Compatibility Group**, που αφορά σε τουριστικούς πράκτορες.
- Το **Green Suitcase** της Ένωσης Οικολογικού Τουρισμού στην Ευρώπη.

### **Ελληνικές καλές πρακτικές επιχειρήσεων**

Το **ISO 14001:2004** είναι ένα διεθνές πρότυπο πιστοποίησης Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης. Αναφέρεται στις προδιαγραφές που θα πρέπει να πληροί ένα Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης ώστε να πιστοποιηθεί από ανεξάρτητο φορέα πιστοποίησης. Ένα Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης αποτελεί μία συστηματική μεθοδολογία και αφορά την περιβαλλοντική συμβατότητα της λειτουργίας ενός οργανισμού με στόχο την οικονομική της ανάπτυξη με ταυτόχρονη βελτίωση της περιβαλλοντικής της επίδοσης.

#### *Κίνητρα για την υιοθέτηση του ISO 14001:2004:*

- Συμμόρφωση με την περιβαλλοντική νομοθεσία. Η Ευρωπαϊκή νομοθεσία γίνεται ολοένα αυστηρότερη πιέζοντας τους οργανισμούς για την προστασία του περιβάλλοντος και επιβάλλοντας πρόστιμα στους παραβάτες.
- Ευαισθητοποίηση διαφόρων κοινωνικών ομάδων και καταναλωτών για την προστασία του περιβάλλοντος. Η λειτουργία, εγκατάσταση και επέκταση ενός οργανισμού η οποία προστατεύει το περιβάλλον είναι αποτελεσματικότερη, ενώ η προώθηση στην αγορά προϊόντων φιλικών προς το περιβάλλον είναι ευκολότερη.
- Μείωση του κόστους λειτουργίας της επιχείρησης. Η εφαρμογή νέων τεχνολογιών και μεθόδων διαχείρισης κατανάλωσης ενέργειας, νερού και φυσικών πόρων οδηγούν σε μείωση του κόστους λειτουργίας ενός οργανισμού βραχυπρόθεσμα και μεσοπρόθεσμα.

#### *Βασικά στοιχεία του ISO 14001:2004:*

- Αρχική Περιβαλλοντική Ανάλυση. Αποτελεί την παρουσίαση μία τεκμηριωμένης αναφοράς της τρέχουσας κατάστασης του οργανισμού σε συνδυασμό με αρχεία εισερχομένων και καταναλισκόμενων φυσικών πόρων και εξερχόμενων προϊόντων και αποβλήτων και με αρχεία περιβαλλοντικών κανονισμών.
- Περιβαλλοντική πολιτική, σκοποί και πρόγραμμα. Η περιβαλλοντική πολιτική αναφέρεται στους συνολικούς στόχους και αρχές δράσης του οργανισμού, ως προς το περιβάλλον. Οι περιβαλλοντικοί σκοποί αναφέρονται στους ποιοτικούς και ποσοτικούς στόχους του οργανισμού ως προς τις περιβαλλοντικές της επιδόσεις. Το περιβαλλοντικό πρόγραμμα καθορίζει τις οδηγίες και τα μέτρα που θα πρέπει να ληφθούν για την επίτευξη των στόχων της πολιτικής.
- Οργάνωση και ανθρώπινοι πόροι. Αφορά την οργανωτική δομή της περιβαλλοντικής διαχείρισης που θα πρέπει να περιλαμβάνει τις υπευθυνότητες, τις αρμοδιότητες και τις ανάγκες διαχείρισης του προσωπικού του οργανισμού (εκπαίδευση, αξιολογήσεις κ.λπ.).
- Διαδικασίες. Αφορά τεχνικές και διαχειριστικές διαδικασίες και οδηγίες εργασίας για το σύνολο του προσωπικού και τις θέσεις εργασίας που σχετίζονται με τις περιβαλλοντικές δραστηριότητες του οργανισμού.
- Έγγραφα και αρχεία. Αφορά την τεκμηρίωση των γενικών και επιμέρους στοιχείων του Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης.
- Περιβαλλοντικοί Έλεγχοι. Περιλαμβάνουν την αξιολόγηση της υφιστάμενης κατάστασης, τον καθορισμό της συμμόρφωσης προς τις προκαθορισμένες απαιτήσεις και την εξέταση της απόδοσης του εγκατεστημένου Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης.
- Ανασκόπηση. Αφορά την ανασκόπηση των περιβαλλοντικών σκοπών και προγραμμάτων σύμφωνα με τα αποτελέσματα των περιοδικών περιβαλλοντικών ελέγχων με γνώμονα την συνεχή βελτίωση των περιβαλλοντικών επιδόσεων του οργανισμού.



*Ωφέλειες από την εφαρμογή Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης:*

- Μείωση κόστους. Οι δαπάνες που μπορούν να μειωθούν περιλαμβάνουν την ενέργεια που καταναλώνεται, την επεξεργασία και τη διάθεση αποβλήτων, την κατανάλωση νερού, τις πρώτες ύλες και τα προϊόντα και τη μεταφορά.
- Αποφυγή κόστους. Τα έξοδα που μπορούν να αποφευχθούν συμπεριλαμβάνουν υψηλότερα ασφάλιστρα, φόρους μετά από απαλλαγές, έξοδα και ατυχήματα, πρόστιμα σε περιπτώσεις ατυχημάτων ή για τις παραβιάσεις των κανονισμών και γενικότερα της νομοθεσίας και υψηλότερο κόστος δανεισμού.
- Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Σε τομείς όπως αύξηση ανταγωνιστικότητας και του μεριδίου αγοράς μέσω δημόσιας αναγνώρισης των περιβαλλοντικών επιδόσεων του οργανισμού, βελτίωση της δημόσιας εικόνας, αύξηση της εμπιστοσύνης του πελάτη, βελτίωση δημοσίων σχέσεων και διευκόλυνση χρηματοδότησης.
- Περιορισμός κινδύνων. Λόγω ελέγχου των παρόντων κινδύνων και των μελλοντικών ευθυνών, επίγνωσης των εργαζομένων και δημιουργίας κινήτρων για μεγαλύτερη συμμετοχή και υπευθυνότητα τους.
- Τήρηση κανονισμών. Μέσω του ελέγχου των δεδομένων της περιβαλλοντικής νομοθεσίας και της πρόβλεψης των μελλοντικών νομοθετικών ρυθμίσεων.

Το **EMAS (Eco Management Audit Scheme)** είναι ένα Κοινοτικό Σύστημα Οικολογικής Διαχείρισης και Ελέγχου το οποίο υιοθέτησε η Ευρωπαϊκή Ένωση τον Ιούνιο 1993 με τον Κανονισμό 1836/93/ΕΟΚ και αναθεωρήθηκε το 2001 με τον Κανονισμό 761/2001 και σ' αυτό μπορούν να συμμετέχουν εθελοντικά οργανισμοί. Για την εφαρμογή του Κανονισμού ΕΚ 761/2001 και την καταχώρηση των επιχειρήσεων στο EMAS αρμόδιος φορέας είναι η Επιτροπή EMAS. Για να πιστοποιήσει ένας οργανισμός τις εγκαταστάσεις του κατά EMAS θα πρέπει αφού στήσει ένα σύστημα διαχείρισης σύμφωνα με τις προδιαγραφές του ISO 14001, να συντάξει περιβαλλοντική δήλωση την οποία θα υποβάλλει για επαλήθευση σε κάποιον περιβαλλοντικό επαληθευτή. Ο περιβαλλοντικός επαληθευτής θα επιβεβαιώσει και θα επικυρώσει την περιβαλλοντική δήλωση (μέσω επιθεωρήσεων, ελέγχων και άλλων μέσων). Η επικυρωμένη περιβαλλοντική δήλωση θα σταλεί στον αρμόδιο φορέα (Επιτροπή EMAS), ο οποίος θα χορηγήσει την πιστοποίηση κατά EMAS και θα προτείνει την καταχώρηση του οργανισμού στο ειδικό μητρώο.

Περιβαλλοντικοί στόχοι με σειρά προτεραιότητας που οδηγούν σε καλύτερα οικονομικά αποτελέσματα

- Μείωση αποβλήτων
- Μείωση της κατανάλωσης ενέργειας
- Μείωση μόλυνσης υδάτων
- Μείωση χρήσης α' υλών
- Μείωση αέριων εκπομπών
- Μείωση της κατανάλωσης νερού.

Εκτός από τα γνωστά συστήματα πιστοποίησης, όπως το EMAS (πιστοποίηση της αποτελεσματικότητας της περιβαλλοντικής πολιτικής μιας επιχείρησης) και το ISO 14001 (πιστοποιείται η διαδικασία που ακολουθεί η επιχείρηση) υπάρχουν και πολλά άλλα που απευθύνονται σε επιχειρήσεις. Οι τουριστικές επιχειρήσεις που εφαρμόζουν τέτοιες πρακτικές είναι κυρίως τα καταλύματα και τα εστιατόρια. Συστήματα που

βασίζονται στη βελτίωση των περιβαλλοντικών αποδόσεων των καταλυμάτων («οικολογικό κατάλυμα» - **ecolodge**) έχουν αναπτύξει σειρά κριτηρίων:

- Να είναι απόλυτα νόμιμο (ως προς τη χωροθέτηση, τους όρους δόμησης και λειτουργίας).
- Να λαμβάνει μέριμνα για τη διατήρηση του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος της γύρω περιοχής.
- Να αξιοποιεί υφιστάμενα κτίρια ή να έχει τις ελάχιστες δυνατές επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον κατά τη διάρκεια της ανέγερσης και της διαμόρφωσής του. Ιδίως στους παραδοσιακούς οικισμούς, πρέπει να αποφεύγεται η ανέγερση νέων κτιρίων.
- Να εντάσσεται αρμονικά στο φυσικό και δομημένο περιβάλλον, με κατάλληλη επιλογή αρχιτεκτονικής μορφής, εμπνευσμένης από την τοπική αρχιτεκτονική. Τον ίδιο σκοπό, την αρμονική ένταξη, πρέπει να υπηρετεί η αρχιτεκτονική τοπίου και η εσωτερική διακόσμηση.
- Να εφαρμόζει μέτρα εξοικονόμησης νερού.
- Να προβλέπει για την προσεκτική διάθεση των υγρών και στερεών αποβλήτων.
- Να εφαρμόζει τις αρχές της βιοκλιματικής αρχιτεκτονικής για εξοικονόμηση ενέργειας.
- Να επιδιώκει τη συνεργασία με την τοπική κοινωνία (στελέχωση του προσωπικού με ντόπιους).
- Να χρησιμοποιεί, όπου αυτό είναι εφικτό, ντόπια προϊόντα (υλικά, είδη διατροφής κ.λπ.) και τοπικές υπηρεσίες. Να αποφεύγεται, ιδιαίτερα, η χρήση τυποποιημένων προϊόντων σε ατομικές συσκευασίες (π.χ. βούτυρο, γάλα), που «κοστίζουν» σε παραγωγή απορριμμάτων και, επιπλέον, έχουν ακαλαίσθητη εμφάνιση και υποβαθμισμένη γεύση.
- Να προσφέρει στους πελάτες, αλλά και στο προσωπικό, ευκαιρίες ενημέρωσης για την αξία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος.
- Να παρέχει στους πελάτες ευκαιρίες εθελοντικής οικονομικής ενίσχυσης του φορέα διαχείρισης (εφόσον πρόκειται για εθνικό πάρκο), περιβαλλοντικών οργανώσεων με τοπική δράση ή συγκεκριμένων δράσεων προστασίας και ανάδειξης της περιοχής (π.χ. διάνοιξη μονοπατιών, κάτι που απευθύνεται μάλιστα στους ίδιους τους επισκέπτες).

Ένα επιτυχημένο παράδειγμα προγράμματος περιβαλλοντικής διαχείρισης σε ελληνικό ξενοδοχείο είναι το ακόλουθο. Αλυσίδα ξενοδοχείων έχει ξεκινήσει να εφαρμόζει περιβαλλοντικό πρόγραμμα από το 1981. Στόχος του προγράμματος είναι η βέλτιστη λειτουργία του ξενοδοχείου με το ελάχιστο δυνατό περιβαλλοντικό κόστος, καθώς και η περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση του προσωπικού, των πελατών και της τουριστικής βιομηχανίας.

Το πρόγραμμα έχει 7 βασικούς άξονες:

- Αγροτικές πρωτοβουλίες (βιολογική γεωργία, εναλλακτική κηποτεχνία, αγροτουριστικό πάρκο, κομποστοποίηση, χρήση τοπικών, παραδοσιακών και βιολογικών προϊόντων, μεταφορά τεχνογνωσίας σε τοπικούς παραγωγούς).
- Διαχείριση στερεών και υγρών αποβλήτων (μείωση όγκου απορριμμάτων, υλικών συσκευασίας, επανάχρηση, ανακύκλωση, κομποστοποίηση).

- Εξοικονόμηση νερού και ενέργειας (τακτική συντήρηση, τοποθέτηση συσκευών ρυθμιζόμενης ροής, επεξεργασία υγρών αποβλήτων και χρήση νερού για πότισμα, αυτόματο πότισμα, ενημέρωση πελατών, ηλιακοί θερμοσίφωνες, χρήση φυσικού αερίου, γενικός διακόπτης ρεύματος δωματίου).
- Έλεγχος της ρύπανσης (βιολογικός καθαρισμός, έλεγχος ποιότητας νερού, χρήση απορρυπαντικών «φιλικών προς το περιβάλλον» και άλλων προϊόντων κ.λπ.).
- Προτίμηση σε είδη φιλικά προς το περιβάλλον.
- Συμβολή στη βιώσιμη διαχείριση ακτών.
- Ευαισθητοποίηση του κοινού και επικοινωνία (προσωπικό, πελάτες, συνεργάτες, ΜΜΕ).

Η αλυσίδα έχει κερδίσει πλήθος βραβείων για την περιβαλλοντική της απόδοση από ενώσεις της διεθνούς τουριστικής βιομηχανίας και από διεθνείς οργανισμούς. Όσον αφορά στα πρακτικά αποτελέσματα: Το 60-70% της κατανάλωσης φρούτων και λαχανικών καλύπτεται από βιολογικά προϊόντα, παρατηρείται 30% μείωση της κατανάλωσης νερού, 86% μείωση των συσκευασιών μιας χρήσης και από το 1994 ως το 1999 εξοικονομήθηκε αρκετή ενέργεια για να τροφοδοτηθεί ένα ξενοδοχείο 600 κλινών για δύο τουριστικές σεζόν.

Το **ΕΛΟΤ ΠΡΔ 1417** αποτελεί πρότυπο πιστοποίησης ποιότητας στον αγροτουρισμό. Ξεκίνησε το 2003 από τον ΕΛΟΤ σε συνεργασία με την Αγροτουριστική Α.Ε. και τον ΕΟΤ. Αφορά σε αγροτουριστικές επιχειρήσεις που παρέχουν μία από τις παρακάτω υπηρεσίες: διαμονή, εστίαση, περιήγηση στη φύση, ευαισθητοποίηση, περιβαλλοντική εκπαίδευση, γνωριμία με τα πολιτισμικά στοιχεία μιας περιοχής, επίσκεψη στα ιστορικά και λοιπά αξιοθέατα, συμμετοχή σε υπαίθριες δραστηριότητες αναψυχής, γνωριμία με παραδοσιακά επαγγέλματα, αγροτικές μεθόδους παραγωγής και καλλιέργειας, καθώς και παραγωγικές διαδικασίες που έχουν εκλείψει.

Το πρότυπο περιλαμβάνει γενικές απαιτήσεις για την λειτουργία των αγροτουριστικών επιχειρήσεων. Οι απαιτήσεις αυτές σχετίζονται με επτά επιμέρους διακριτούς τομείς της λειτουργίας των επιχειρήσεων, που είναι οι παρακάτω:

- Νομοθετικό και κανονιστικό πλαίσιο λειτουργίας (άδειες λειτουργίας, περιορισμοί κ.λπ.)
- Κτιριοδομικοί και Λειτουργικοί Όροι (αρχιτεκτονικά χαρακτηριστικά, δομικά υλικά, εξοπλισμός, ασφάλεια κ.λπ.)
- Περιβάλλον (πρόγραμμα περιβαλλοντικής διαχείρισης, φιλοπεριβαλλοντικά μέτρα κ.λπ.)
- Τοπικά χαρακτηριστικά (προβολή και προώθηση των ιδιαίτερων πολιτισμικών και φυσικών χαρακτηριστικών της περιοχής, χρήση και προώθηση τοπικών προϊόντων κ.λπ.)
- Ανθρώπινο δυναμικό (θέσεις εργασίας, εκπαίδευση επιμόρφωση προσωπικού)
- Πελάτης (επικοινωνία, μέτρηση ικανοποίησης, συνεχής βελτίωση)
- Συνέργεια – Άμιλλα - Δικτύωση – Ανταγωνιστικότητα – Καινοτομία.

#### *Διαδικασίες Πιστοποίησης:*

1. Αρχικά η επιχείρηση συμπληρώνει το Έντυπο Εκδήλωσης Ενδιαφέροντος
2. Κατόπιν το αποστέλλει συμπληρωμένο στην ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ Α.Ε.
3. Με τη λήψη του Εντύπου Εκδήλωσης Ενδιαφέροντος, η επιχείρηση παραλαμβάνει έναν Ενημερωτικό Φάκελο ο οποίος περιέχει:

- τον Γενικό Κανονισμό Πιστοποίησης
  - τον Ειδικό Κανονισμό Πιστοποίησης
  - τις Διαδικασίες Πιστοποίησης Αγροτουριστικών Επιχειρήσεων
  - τον Τιμοκατάλογο Πιστοποίησης
  - το Συμβόλαιο Πιστοποίησης
  - Αίτηση Αρχικής Επιθεώρησης
4. Εφόσον γίνει αποδοχή της προσφοράς που περιγράφεται στο Συμβόλαιο Πιστοποίησης, η επιχείρηση αποστέλλει το Συμβόλαιο υπογεγραμμένο στην ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ.
  5. Κατόπιν ξεκινάει η προετοιμασία της επιχείρησης, έτσι ώστε η λειτουργία της να ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις της ΕΛΟΤ ΠΡΔ 1417.
  6. Όταν ολοκληρωθεί η προετοιμασία, η επιχείρηση αποστέλλει στην ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ την Αίτηση Αρχικής Επιθεώρησης, και εφόσον κριθεί ότι έχει φτάσει σε ένα ικανοποιητικό επίπεδο προετοιμασίας, η ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ορίζει την ομάδα αξιολόγησης.
  7. Η ομάδα αξιολόγησης της Αγροτουριστικής μεταβαίνει στις εγκαταστάσεις της επιχείρησης. Κατά τη διάρκεια της επιθεώρησης η ομάδα διαπιστώνει το κατά πόσο η επιχείρηση ανταποκρίνεται στις προδιαγραφές ΕΛΟΤ ΠΡΔ 1417.
  8. Με το τέλος της αξιολόγησης καταγράφονται οι τυχόν ελλείψεις, προσδιορίζονται οι απαιτούμενες διορθωτικές ενέργειες από την επιχείρηση και στη συνέχεια συντάσσεται η Έκθεση Επιθεώρησης, η οποία κοινοποιείται στην επιχείρηση.
  9. Την τελική απόφαση την παίρνει η Επιτροπή Πιστοποίησης της Αγροτουριστικής, εφόσον είναι θετική, εκδίδεται το Πιστοποιητικό Συμμόρφωσης και αποστέλλεται στην επιχείρηση Έξοδα Πιστοποίησης: Εξαρτάται από τον αριθμό των δωματίων της υπό πιστοποίηση επιχείρησης και κυμαίνεται από € 600 μέχρι € 1900.

*Επίπεδα Πιστοποίησης:* Ένα Επίπεδο. Η απονομή του πιστοποιητικού συμμόρφωσης. Το πιστοποιητικό διαρκεί 3 χρόνια. Για την επιβεβαίωση της τήρησης των απαιτήσεων για πιστοποίηση πραγματοποιούνται ετήσιες επιθεωρήσεις επιτήρησης

### **Ελληνικές καλές πρακτικές προορισμών**

Στην Ελλάδα έχουν αναπτυχθεί διάφορα συστήματα για τη βελτίωση των προσφερόμενων υπηρεσιών των προορισμών. Ένα τέτοιο σύστημα αποτελεί αυτό που αναπτύχθηκε από τις αναπτυξιακές εταιρείες των νομών της Πίνδου. Το σύστημα αυτό ήταν μία προσπάθεια διατοπικής – διαπεριφερειακής συνεργασίας για την ποιότητα του τουρισμού στην οροσειρά της Πίνδου. Το σύστημα αυτό (**Κέντρο Στρατηγικού Σχεδιασμού «Πίνδος»**) αναπτύχθηκε σε 12 Νομούς και 5 Περιφέρειες και ήταν ενταγμένο στο Πρόγραμμα LEADER II και ξεκίνησε το 1999. Το σύστημα περιλάμβανε παρατηρητήριο για την ανάπτυξη της Πίνδου, δημιουργία δικτύου φορέων, σήμα ποιότητα για τις υπηρεσίες και τα προϊόντα της Πίνδου, κοινή προβολή, προώθηση και εμπορία των υπηρεσιών και προϊόντων, δικτυακή οργάνωση της Εταιρείας που συστάθηκε. Οι κλάδοι που περιλαμβάνονταν στο σύστημα ήταν: αγροτουριστικά καταλύματα – ξενώνες, τυροκομεία, αλλαντοποιία, κρασιά – αποστάγματα, παραδοσιακά έπιπλα – ξυλόγλυπτα, δασικά προϊόντα, παραδοσιακά προϊόντα και οικολογικά προϊόντα.

Οι προδιαγραφές για κάθε τομέα αναφέρονται παρακάτω:

#### *Προδιαγραφές Αρχιτεκτονικής*

- Στοιχεία κτιρίου (επικάλυψη, όψεις, εξώστες, στηθαία, ανοίγματα, κουφώματα, περίφραξη, υλικά)

- Προδιαγραφές Εξοπλισμού
- Εξοπλισμός εσωτερικών χώρων (τραπέζια, διαρρύθμιση εσωτερικού χώρου, καθίσματα, εικαστικές προσεγγίσεις, κρεβάτια)
- Εξοπλισμός εξωτερικών χώρων (τραπέζια, διαρρύθμιση εξωτερικού χώρου, καθίσματα, εικαστικές προσεγγίσεις)
- Επικαλύψεις εξοπλισμού
- Υλικά ενημέρωσης, πληροφόρησης (για τους ξενώνες, εστιατόρια, ταβέρνες, κατάλογοι παρεχομένων προϊόντων ή υπηρεσιών, πινακίδες, κ.λπ.)
- Επιτρεπόμενα και μη υλικά

#### *Προδιαγραφές Υπηρεσιών*

- Υπηρεσίες ρεσεψιόν (επαγγελματικά προσόντα, υποδοχή επισκεπτών, ειδικές υπηρεσίες)
- Υπηρεσίες πρωινού (επαγγελματικά προσόντα, απαιτήσεις για την τραπεζαρία, οργάνωση πρωινού, ειδικές υπηρεσίες)
- Υπηρεσίες δωματίου (επαγγελματικά προσόντα, προϋποθέσεις για τις προσφερόμενες υπηρεσίες, αναγκαίος εξοπλισμός, ειδικές υπηρεσίες)
- Υπηρεσίες εστιατορίου (επαγγελματικά προσόντα, απαιτήσεις για την τραπεζαρία, υποδοχή επισκεπτών στο χώρο εστίασης, ειδικές προϋποθέσεις για τα προϊόντα, ειδικές προδιαγραφές σερβιρίσματος, ειδικές προδιαγραφές για τους χώρους παρασκευής, ειδικές προδιαγραφές για την επιχείρηση, προδιαγραφές για HACCP)
- Υπηρεσίες Μπαρ (επαγγελματικά προσόντα προσωπικού, απαιτήσεις για την αίθουσα)

#### *Προδιαγραφές Γεύσεων*

#### *Προδιαγραφές Περιβάλλοντος*

#### *Βασικές προδιαγραφές χώρων*

- Απαιτήσεις καθαριότητας
- Υγιεινή
- Ασφάλεια.

Ένα άλλο τέτοιο σύστημα αποτελεί ο «**Ξένιος Δίας**» **Κοζάνης**. Πρόκειται για ένα τοπικό σύμφωνο ποιότητας για υπηρεσίες τουρισμού, που προβάλλει όλη την Κοζάνη σαν τουριστικό προορισμό ποιότητας για τον εναλλακτικό – θεματικό τουρισμό (αγροτουρισμό). Το σύστημα αυτό είναι μία εθελοντική συμφωνία 17 ξενοδόχων, 3 εστιατόρων, 2 κελαριών και 2 κέντρων πληροφόρησης. Το σύμφωνο αυτό αξιοποιεί την τεχνογνωσία που δημιουργήθηκε στο ΚΣΣ Πίνδος. Στους σκοπούς του ΤΣΠ εντάσσονται:

- Η δημιουργία προϋποθέσεων για παροχή τουριστικών υπηρεσιών αναβαθμισμένης ποιότητας.
- Η διαφύλαξη των παραδοσιακών αισθητικών και καταναλωτικών προτύπων της περιοχής.
- Η διαφύλαξη της πολιτιστικής κληρονομιάς.
- Η προστασία του περιβάλλοντος από τις τουριστικές δραστηριότητες.
- Η προστασία καταναλωτών – επισκεπτών από κερδοσκοπικές πρακτικές.
- Η εξυπηρέτηση και η ενημέρωση τόσο των εταίρων του ΤΣΠ, όσο και των επισκεπτών.
- Η προστασία των εταίρων του ΤΣΠ από τον αθέμιτο ανταγωνισμό.
- Η διασφάλιση της αειφορικής ανάπτυξης της περιοχής.
- Η εκπαίδευση, κατάρτιση και ευαισθητοποίηση των εταίρων του ΤΣΠ και του προσωπικού που απασχολούν.

- Ο σχεδιασμός και η προώθηση ειδικού σήματος για τις παρεχόμενες από τους εταίρους – μέλη, υπηρεσίες αναβαθμισμένης ποιότητας.
- Η συνεργασία με ειδικούς σε θέματα τουρισμού για τη μεταφορά τεχνογνωσίας στην περιοχή.
- Η από κοινού προβολή των επιχειρήσεων του κλάδου, της περιοχής και των δυνατοτήτων που προσφέρει στον επισκέπτη (έντυπη και ηλεκτρονική).
- Η διεύρυνση των αγορών.
- Η ομοιομορφη, ποιοτική και οργανωμένη παροχή υπηρεσιών στους επισκέπτες.
- Η οργάνωση δραστηριοτήτων για τον ελεύθερο χρόνο των επισκεπτών, με σκοπό την παραμονή τους για όσο το δυνατόν μεγαλύτερο διάστημα στην περιοχή (μετακίνηση, ξενάγηση, δραστηριότητες κ.λπ).
- Η συνεργασία με στόχο την καλύτερη διαχείριση των πελατών – επισκεπτών.
- Η συνεργασία με επιχειρήσεις παραγωγής τοπικών προϊόντων διατροφής, για κάλυψη των αναγκών διατροφής των επισκεπτών στην περιοχή και κυρίως με γυναικείους συνεταιρισμούς.
- Η συνεργασία με επιχειρήσεις παραγωγής παραδοσιακών χειροτεχνημάτων και ειδών λαϊκής τέχνης, τόσο για τη διακόσμηση των καταλυμάτων, όσο και για την προώθησή τους στους επισκέπτες, ως ενθύμια της περιοχής.
- Η από κοινού συνεργασία με τουριστικά γραφεία και πράκτορες και η κατευθυνόμενη κίνηση των επισκεπτών.
- Η συνεργασία με το Δίκτυο των τυροκόμων και το Δίκτυο του κρασιού.
- Ο καθορισμός προγράμματος διαδρομών και προορισμού για τους επισκέπτες.
- Η διοργάνωση εκδηλώσεων (π.χ. γευσιγνωσίας) και συμμετοχή σε εκθέσεις.
- Η προώθηση εφαρμογής ποιοτικών σημάτων HACCP και ISO.
- Η προώθηση για υλοποίηση από την Αυτοδιοίκηση, έργων ανάδειξης του πολιτισμού και της φύσης, ως συμπληρωματικά έργα τουρισμού.

### Αξιολόγηση συστημάτων πιστοποίησης

Τα βασικά δυνατά σημεία και οι κύριες αδυναμίες των συστημάτων πιστοποίησης που συνδέονται με τον τουρισμό παρουσιάζονται στον ακόλουθο πίνακα.

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ
Στις περισσότερες περιπτώσεις η πιστοποίηση γίνεται από ανεξάρτητο φορέα.	Εστιάζουν κυρίως στις περιβαλλοντικές συνιστώσες του τουρισμού και, συνήθως, στις αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον.
Υπάρχει συνήθως τεχνικό δίκτυο υποστήριξης που παίζει συμβουλευτικό ρόλο.	Είναι ακριβά και, επομένως, εκτός από τις περιπτώσεις κατά τις οποίες παρέχεται κρατική υποστήριξη, δεν μπορούν να λάβουν μέρος μικρότερες επιχειρήσεις.
Για τα περισσότερα συστήματα είναι υποχρεωτική η παράδοση ετήσιας αναφοράς, οπότε επιδιώκεται και εξασφαλίζεται συνεχής επαναξιολόγηση και δυναμικότητα του συστήματος.	Χρειάζεται αρκετός χρόνος και ειδικές επιστημονικές γνώσεις για να συλλέξει κανείς όλα τα απαραίτητα στοιχεία για την πιστοποίηση. Συνήθως, τη δυνατότητα αυτή την έχουν μόνο οι μεγάλες επιχειρήσεις.
Η απονομή σήματος πιστοποίησης λειτουργεί ως αποδεικτικό, για τους πελάτες, της δέσμευσης της επιχείρησης να τηρεί στάνταρ προστασίας περιβάλλοντος και οικοτουρισμού.	Επικεντρώνονται στον οικοτουρισμό και σε άλλες μικρής κλίμακας εναλλακτικές μορφές τουρισμού και έτσι μένει εκτός ο μεγάλος όγκος της τουριστικής βιομηχανίας, που προκαλεί και τις μεγαλύτερες επιπτώσεις και, άρα, έχει και το μεγαλύτερο περιθώριο βελτίωσης.
Δίνονται λεπτομέρειες γραπτές οδηγίες στις επιχειρήσεις βάσει των οποίων αξιολογούνται τα προγράμματά τους.	Εστιάζουν σε καταλύματα, που αποτελούν ένα μέρος μόνο της τουριστικής βιομηχανίας.

Συνήθως, υπάρχουν ποσοτικά στοιχεία βάσει των οποίων μπορούν να αξιολογούνται οι βελτιώσεις όσον αφορά στην απόδοση των επιχειρήσεων.	Εμφανίζεται περιορισμένη η προσπάθεια διαφήμισης και προβολής της πιστοποίησης. Καθώς τα περισσότερα προγράμματα έχουν χαμηλό προϋπολογισμό, δεν εστιάζουν στην ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του κοινού.
Οι περισσότεροι επανεξετάζουν κάθε ένα ή δύο χρόνια τα κριτήρια πιστοποίησης, οπότε εξελίσσονται με το χρόνο.	Επικεντρώνονται περισσότερο στο διαδικασία διαχείρισης και λιγότερο ή καθόλου στην τελική απόδοση. Έτσι, μια επιχείρηση που είναι σχετικά ρυπογόνα αλλά διαθέτει ένα πολύ καλό σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης μπορεί να πάρει σήμα πιστοποίησης, ενώ μια άλλη, που έχει χαμηλά επίπεδα ρύπων αλλά δεν έχει στη διάθεσή της κάποιο επίσημο σύστημα διαχείρισης, μπορεί να μείνει εκτός.
Στις περισσότερες περιπτώσεις έχουν ληφθεί υπόψη τα σχόλια των ενδιαφερομένων ομάδων.	
Διεθνής αναγνωρισιμότητα συστημάτων πιστοποίησης	Κάθετη συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων και φορέων πιστοποίησης χωρίς τοπικές διασυνδέσεις απαραίτητες για βελτίωση επιδόσεων τουριστικού προορισμού

Όπως γίνεται φανερό από την παραπάνω ενδεικτική παρουσίαση, τα συστήματα πιστοποίησης παρουσιάζουν πλεονεκτήματα. Χαρακτηρίζονται όμως και από βασικές δυσκολίες στην ίδια τη διαδικασία πιστοποίησης, είναι ακριβά και ακατάλληλα για πολύ μικρές επιχειρήσεις συχνά εποχικής λειτουργίας, δεν είναι γνωστά στο τουριστικό κοινό, πιστοποιούν διαφορετικά πράγματα και άλλοτε δίνουν έμφαση στη διαδικασία περισσότερο παρά στα αποτελέσματα, άλλοτε δίνουν έμφαση στην επιχείρηση και όχι στον προορισμό και δεν αναδεικνύουν τοπικές ιδιαιτερότητες. Ανάλογα με τους στόχους που επιθυμεί να επιτύχει ο διαχειριστικός φορέας της προστατευόμενης περιοχής, μπορεί να επιλέξει να προωθήσει ένα σύστημα από τα υπάρχοντα ή να συνθέσει ένα νέο «δανειζόμενος» πετυχημένα στοιχεία από τα λειτουργούντα συστήματα και προσθέτοντας τα δικά του. Το πλεονέκτημα της υιοθέτησης ενός υπάρχοντος συστήματος/ σήματος ποιότητας είναι η εξασφαλισμένη τεχνογνωσία και η ήδη τυποποιημένη διαδικασία, αλλά και η εξωτερική αναγνωρισιμότητα, ενώ υπάρχει ακαμψία, ώστε να συμπεριλάβει τοπικά χαρακτηριστικά και δεν ενθαρρύνει την τοπική συνεργασία που είναι ένα από τα βασικά ζητούμενα. Επιπλέον θα πρέπει όμως να έχει βεβαιωθεί ότι μπορεί να εξασφαλίσει τη διαδικασία της πιστοποίησης (που πρέπει να γίνεται πάντα από εξωτερικό πιστοποιητή), ώστε να αποφευχθούν αμφισβητήσεις και εσωτερικές διαλυτικές δυνάμεις.

Αν διαπιστωθεί ότι οι ενδιαφερόμενοι, φορείς και επιχειρήσεις, δεν είναι ώριμοι να εμπλακούν σε μια τέτοια διαδικασία, ο Διαχειριστής Προορισμού μπορεί να χρησιμοποιήσει κατ' αρχήν κώδικες ορθής πρακτικής, δηλαδή συστήματα πιο χαλαρά που στηρίζονται στην εθελοντική δέσμευση αλλά όχι σε ελέγχους πιστοποίησης του αποτελέσματος, ώστε να «βάλει» τους εμπλεκόμενους στη φιλοσοφία της αυτογνωσίας και της προσπάθειας για συνεχή βελτίωση.

### **Προτεινόμενο Σήμα Υπευθυνότητας και Τοπικής Ποιότητας**

#### *Εισαγωγή*

Η ανάγκη να ικανοποιηθούν οι τοπικές απαιτήσεις και ιδιαιτερότητες, αλλά και το γεγονός ότι τα διεθνή πρότυπα δεν emπίπτουν πάντα στην ελληνική πραγματικότητα (διαφορετική νομοθεσία, διαφορετικό πλαίσιο κατηγοριοποίηση καταλυμάτων κ.λπ.) οδηγεί στην πρόταση για δημιουργία ενός νέου προτύπου και όχι στην υιοθέτηση

κάποιου από τα υφιστάμενα. Εξάλλου και από την αξιολόγηση που προηγήθηκε γίνεται αντιληπτό ότι υπάρχουν πολλές αδυναμίες, τις οποίες καλείται να καλύψει το προτεινόμενο σήμα, χωρίς βέβαια ταυτόχρονα να εξαλείφονται τα ισχυρά σημεία.

Το παρόν κείμενο αποτελεί το πλαίσιο διαβούλευσης με τους εμπλεκόμενους φορείς, προκειμένου να οριστικοποιηθούν τα κριτήρια και οι πρακτικές του συστήματος, πριν την τελική εφαρμογή τους. Το εν λόγω σύστημα είναι ένα Σήμα που πιστοποιεί την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών στον τουριστικό τομέα. Σκοπός του Σήματος είναι η βελτίωση των υφιστάμενων υπηρεσιών και προϊόντων. Οι συνεργαζόμενοι φορείς δρουν με γνώμονα το συνολικό και ατομικό όφελος.

**Στόχοι** του Σήματος είναι:

- Η ένταξη των φορέων και των επιχειρήσεων σε μια λογική θετικής αντιμετώπισης των προκλήσεων που αντιμετωπίζουν μέσα από τη συνεχή προσπάθεια για βελτίωση υιοθετώντας καινοτομίες σε όλες τις φάσεις της λειτουργίας τους.
- Η παροχή ενός αποτελεσματικού εργαλείου εσωτερικής βελτίωσης των επιχειρήσεων και φορέων.
- Η προώθηση των επιχειρήσεων που υιοθετούν οικονομικά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνες συμπεριφορές.
- Η συνολική ανάδειξη του τόπου μέσα από την συνεργασία δημόσιου και ιδιωτικού τομέα.
- Η ευρύτερη ενημέρωση και ευαισθητοποίηση της κοινωνίας -καταναλωτών, εργαζομένων, κατοίκων, επιχειρηματιών, δημόσιων λειτουργών κ.ά.- για περισσότερο υπεύθυνη συμπεριφορά.

Το Σήμα Ποιότητας **απευθύνεται**: α) σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τουριστικό τομέα (ξενοδοχεία, καταλύματα, εστιατόρια κ.λπ.), αλλά και β) σε φορείς, όπως οι Δήμοι, από τις υπηρεσίες των οποίων εξαρτάται η ποιότητα του προορισμού συνολικά. Οι επιχειρήσεις και οι φορείς θα πρέπει να έχουν έδρα και να δραστηριοποιούνται στο Νομό. Το μέγεθος των επιχειρήσεων δεν παίζει ρόλο για τη συμμετοχή, αλλά για το κόστος της πιστοποίησης.

Σημαντικά **οφέλη** αποτελούν:

- η εξοικονόμηση κόστους από την επιχείρηση ή τον φορέα, μέσω της μείωσης των χρησιμοποιούμενων πόρων, με άμεσο αντίκτυπο στη μείωση των λογαριασμών ύδρευσης, ρεύματος κ.λπ., πρώτων υλών, μείωση των μεταφορών κ.ά.
- η δημιουργία προστιθέμενης αξίας για τα προϊόντα τους, έτσι ώστε αυτά να εισέλθουν στην αγορά με καλύτερες συνθήκες και τελικά να πουληθούν σε καλύτερη τιμή (βελτίωση ανταγωνιστικότητας). Η προστιθέμενη αξία των προϊόντων μπορεί να δημιουργηθεί μέσω της νέας εικόνας τους, η οποία θα είναι πιο φιλική περιβαλλοντικά και κοινωνικά, αλλά και περισσότερο ποιοτική.
- η βελτίωση της επιχειρηματικής εικόνας και της φήμης είναι ένα πολύ σημαντικό θέμα, ιδιαίτερα για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε διεθνές επίπεδο και οι πελάτες τους είναι ευαίσθητοι σε θέματα ποιότητας και κοινωνικής και περιβαλλοντικής ευθύνης. Εξάλλου, στο χώρο του τουρισμού αυτό είναι πολύ σημαντικό, καθώς ικανοποιεί και τις απαιτήσεις όχι μόνο των πελατών, αλλά και των ενδιάμεσων, δηλαδή των tour-operator και των προμηθευτών.
- η βελτίωση της περιοχής προορισμού και των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών, έτσι ώστε αυτή να αναβαθμιστεί και να προσελκύσει τουρίστες που θα αποδώσουν περισσότερο στον τόπο.



- η χρήση του σήματος ως διαφημιστικού μέσου. Το Σήμα μπορεί να λειτουργήσει για την προσέλκυση των τουριστών και από τους πιστοποιημένους φορείς και επιχειρηματίες και μεμονωμένα. Το Σήμα μπορεί να χρησιμοποιείται σε έντυπο και ηλεκτρονικό υλικό για την προώθηση της επιχείρησης ή του φορέα. Παράλληλα οι πιστοποιημένοι φορείς και επιχειρήσεις θα προβάλλονται ξεχωριστά στα περίπτερα των τουριστικών εκθέσεων, στις οποίες θα συμμετέχει ο προορισμός, ενώ θα προβάλλονται και μέσω της ιστοσελίδας του προορισμού, αλλά και σε όλα τα έντυπα που εκδίδει.
- η πρόσβαση σε υποστηρικτικές υπηρεσίες για βελτίωση της λειτουργίας και των επιδόσεων.

Τα Δόκιμα και Κανονικά Μέλη του Σήματος **οφείλουν**:

- α) να σέβονται πλήρως όλες τις σχετικές νομοθετικές απαιτήσεις, καθώς και
- β) να υιοθετούν καθεστώς πλήρους διαφάνειας, σχετικά με τη συμμόρφωσή τους σε αυτές.

Συγκεκριμένα, η επιχείρηση πρέπει να λειτουργεί νόμιμα. Η νομιμότητα διαπιστώνεται προσκομίζοντας την άδεια λειτουργίας της επιχείρησης. Σε περιπτώσεις μη συμμόρφωσης με τις νομικές απαιτήσεις (π.χ. καθυστέρηση ανανέωσης των αδειών), το μέλος οφείλει να ειδοποιεί εγκαίρως και εγγράφως το Φορέα Πιστοποίησης του Σήματος, για το είδος και τους λόγους της μη συμμόρφωσης, τη Δημόσια Αρχή που χειρίζεται το θέμα, τις ενέργειες και το χρονοδιάγραμμα αποκατάστασης της συμμόρφωσης και τις ενέργειες για την αποφυγή επανάληψης παρόμοιων προβλημάτων στο μέλλον. Ο κάθε πιστοποιημένος φορέας **υποχρεώνεται** να ενημερώνει τους πελάτες του για το Σήμα Ποιότητας και να παρέχει το κατάλληλο ενημερωτικό υλικό. Επίσης, να διατηρεί σε ειδικό χώρο το ενημερωτικό υλικό και το Σήμα.

**Το Σήμα και ο Φορέας Διαχείρισης δεν έρχονται να υποκαταστήσουν τους κρατικούς φορείς ελέγχου που είναι οι μόνοι με αρμοδιότητα επιβολής προστίμων, έκδοσης και ανάκλησης των αδειών λειτουργίας των επιχειρήσεων. Έρχονται να επιβραβεύσουν τις επιχειρήσεις και τους φορείς του προορισμού που προσπαθούν και να βοηθήσουν όλους εκείνους που το επιθυμούν για να βελτιωθούν προς όφελος όλων.**

*Περιγραφή Σήματος – διαδικασία απονομής*

**Η συμμετοχή στο Σήμα είναι προαιρετική και εθελοντική.** Ο κάθε ένας (επιχείρηση ή φορέας) που θέλει να συμμετέχει στο Σήμα, δεσμεύεται να ακολουθεί τις αρχές του και να προσπαθεί συνεχώς για τη βελτίωση των υπηρεσιών που παρέχει, αλλά και για το γενικότερο όφελος του συνόλου μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται. Αρχικά, θα υπάρξει μία περίοδος μέσα στην οποία οι φορείς θα πρέπει να καταβάλουν κάθε προσπάθεια να ανταποκριθούν στις ελάχιστες απαιτήσεις του Σήματος. Οι **ελάχιστες απαιτήσεις** αποτελούν απαραίτητη προϋπόθεση προκειμένου να υποβάλει ένας φορέας αίτηση για να εισαχθεί στο Σήμα Ποιότητας. Πριν την υποβολή της αίτησης ο ενδιαφερόμενος για ένταξη στο Σήμα, ζητά από το Φορέα Πιστοποίησης ενημερωτικό φάκελο με την περιγραφή του Σήματος, τις υποχρεώσεις και τα δικαιώματα των συμμετεχόντων. Στην **αίτηση** θα επισυνάπτονται η δήλωση για την αποδοχή των αρχών του Σήματος και για τις επιχειρήσεις και η άδεια λειτουργίας. Στη συνέχεια, θα ακολουθεί η δοκιμαστική περίοδος, κατά την οποία ο

φορέας ή η επιχείρηση θα είναι δόκιμο και όχι μόνιμο μέλος του Σήματος. Η περίοδος αυτή θα είναι τουλάχιστον ένα έτος. Στη διάρκεια της δοκιμαστικής περιόδου ο υποψήφιος για ένταξη στο Σήμα θα λαμβάνει αναλυτική ενημέρωση για τα κριτήριά του. Ο υποψήφιος ξεκινάει να μετράει και να καταγράφει τα δεδομένα, για τα οποία θα χρειαστεί να παρέχει πληροφορίες στο Φορέα Πιστοποίησης.

Σε περίπτωση που διαπιστωθεί ότι ο υπό ένταξη φορέας δεν πληροί τα απαραίτητα κριτήρια, θα δίνεται μία παράταση της προθεσμίας κατά την οποία θα συνεχίσει να είναι δόκιμο μέλος. Εάν η προθεσμία αυτή παρέλθει άπρακτη, και ο φορέας δεν συμμορφωθεί με τις υποδείξεις του φορέα ελέγχου και τα κριτήρια του Σήματος, θα παύει να είναι δόκιμο μέλος και δεν έχει δικαίωμα να υποβάλει αίτηση για δόκιμο μέλος για το επόμενο έτος. Σε περίπτωση που ο υπό ένταξη φορέας/ επιχείρηση πληροί τα απαραίτητα κριτήρια, θα εντάσσεται στο Σήμα.

Για την εφαρμογή του Σήματος τα απαραίτητα **στάδια** περιγράφονται ως ακολούθως:

1. Υποβολή αίτησης – Δόκιμο μέλος
2. Καταγραφή μετρήσεων
3. Υποβολή αποτελεσμάτων μετρήσεων
4. Έλεγχος δικαιολογητικών φακέλου
5. Αξιολόγηση: σύνταξη παρατηρήσεων ή Απονομή Δόκιμου Σήματος
6. Υποβολή φακέλου από τα Δόκιμα μέλη με στοιχεία του προηγούμενου έτους
7. Τακτική Επιθεώρηση
8. Απονομή Σήματος ή σύνταξη έκθεσης ελέγχου
9. Έκτατοι έλεγχοι.

Μετά την πρώτη απονομή του Σήματος, επαναλαμβάνονται τα στάδια 2-7 κάθε χρόνο. Εάν το μέλος δεν βελτιώσει τις αποδόσεις του ή τις χειροτερέψει, τότε θα τίθεται σε επιτήρηση για ένα χρόνο. Μετά το χρόνο αυτό, εάν έχει επιτύχει τα κριτήρια θα συνεχίζει να απολαμβάνει τα οφέλη του Σήματος. Σε αντίθετη περίπτωση, θα τίθεται εκτός Σήματος.

Το Σήμα θα έχει τρία (3) **επίπεδα**. Το πρώτο επίπεδο περιλαμβάνει τα ελάχιστα κριτήρια για την είσοδο στο Σήμα. Στη συνέχεια, ανάλογα με τη βελτίωση που θα παρουσιάζει ο φορέας θα απονέμεται το δεύτερο επίπεδο και το τρίτο. Κάθε κριτήριο θα αντιστοιχεί με ένα ή περισσότερους βαθμούς, ανάλογα με τη σημαντικότητα και τη δυσκολία υλοποίησης του κάθε κριτηρίου. Η αλλαγή των επιπέδων θα βασίζεται στο σύνολο των βαθμών και όχι των κριτηρίων που θα πληρούνται. Τα επίπεδα θα καθοριστούν ανάλογα με το σύνολο των κριτηρίων που θα προκύψουν.

Το κάθε Σήμα θα απονέμεται κάθε χρόνο, ακόμα και όταν δεν αλλάζει το επίπεδο. Πάνω στο Σήμα θα αναγράφεται η χρονιά για την οποία ισχύει (προηγούμενη ή τρέχουσα). Αυτό γίνεται ώστε να μην μπορεί να χρησιμοποιείται το Σήμα εσαεί από τις επιχειρήσεις και να αποφεύγεται η παράνομη χρήση του σε περίπτωση που αφαιρείται από το φορέα πιστοποίησης ή αποχωρεί η επιχείρηση (ή ο φορέας) οικειοθελώς από το Σήμα Ποιότητας. Το χρώμα του Σήματος θα μαρτυρά το επίπεδό του και όχι τη χρονιά που αποδόθηκε, η οποία θα αναγράφεται πάνω στο σήμα με αριθμούς.

Οι αιτήσεις για την ένταξη στο Σήμα θα υποβάλλονται στο **Φορέα Πιστοποίησης**. Ειδικοί επιστήμονες του φορέα θα ελέγχουν τα δικαιολογητικά των υπό ένταξη

επιχειρήσεων ή φορέων και θα διενεργούν ελέγχους για την απονομή του Σήματος. Στην πρώτη φάση ως φορέας πιστοποίησης ορίζεται το Εργαστήριο Τοπικής και Νησιωτικής Ανάπτυξης του Πανεπιστημίου Αιγαίου. Σε επόμενη φάση ως φορέας ελέγχου προτείνεται να είναι κάποιος διαπιστευμένος φορέας (π.χ. TUV). Οι έλεγχοι που θα διενεργεί ο φορέας πιστοποίησης θα είναι τακτικοί και έκτακτοι. Οι τακτικοί έλεγχοι αφορούν στα στάδια απονομής των επιπέδων του Σήματος. Ο φορέας πιστοποίησης μπορεί να διενεργεί αιφνιδιαστικούς ελέγχους, οποτεδήποτε, προκειμένου να διαπιστώσει την ορθότητα της εφαρμογής των δηλώσεων της επιχείρησης ή του φορέα που πιστοποιείται.

Το Σήμα **απονέμεται** στον υποψήφιο για ένταξη όταν διαπιστωθεί ότι πληρούνται οι ελάχιστες προϋποθέσεις που θέτει, μετά από τον αντίστοιχο έλεγχο. Ο πιστοποιημένος φορέας ή επιχείρηση προκειμένου να **αποχωρήσει** από το Σήμα, υποβάλλει σχετική δήλωση. Από τη στιγμή που η δήλωση γίνει δεκτή και αποχωρήσει από το Σήμα, δεν έχει πλέον το δικαίωμα να χρησιμοποιεί το Σήμα για διαφημιστικούς ή άλλους λόγους. Το Σήμα κατατίθεται στο Φορέα Πιστοποίησης, μαζί με την αίτηση για αποχώρηση. Το Σήμα πρέπει άμεσα να απομακρυνθεί από όλα τα έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα προώθησης της επιχείρησης ή του φορέα (ενημερωτικά φυλλάδια, καταχωρήσεις στον τύπο, ιστοσελίδα κ.λπ.). Η αποχώρηση ενός μέλους από το Σήμα μπορεί να γίνει εφόσον αποστείλει στο Φορέα Πιστοποίησης εγγράφως οριστική και αμετάκλητη επιστολή αποχώρησης, υπογεγραμμένη από τη διοίκηση. Με την αποδοχή της αποχώρησης του μέλους από το Φορέα Πιστοποίησης, το μέλος υποχρεώνεται στα ακόλουθα μέτρα:

- Άμεση απόσυρση οποιουδήποτε υλικού που σχετίζεται με το Σήμα από τα προϊόντα, τις εγκαταστάσεις και τα σημεία πώλησης του μέλους και παράδοση στο Φορέα Πιστοποίησης με ευθύνη του μέλους (π.χ. πιστοποιητικό, ενημερωτικά φυλλάδια κ.λπ.).
- Ενημέρωση της τοπικής κοινωνίας με καταχώριση σε τουλάχιστον μία τοπική εφημερίδα που θα υποδείξει ο Φορέας Πιστοποίησης. Το κείμενο καταχώρισης θα πρέπει να υποβληθεί από το μέλος προς έγκριση από το Φορέα Πιστοποίησης μαζί με την επιστολή αποχώρησης.

Η Διοίκηση του μέλους δεν υποχρεώνεται να αιτιολογήσει τους λόγους αποχώρησης από το Σήμα. Ο Φορέας Πιστοποίησης μπορεί μονομερώς να λάβει περαιτέρω μέτρα ενημέρωσης των ενδιαφερομένων μερών του (π.χ. εργαζόμενοι, προμηθευτές, πελάτες κ.α.) για την αποχώρηση κάποιου μέλους (π.χ. δημοσίευση στην ιστοσελίδα του, κ.λπ.).

Ο Φορέας Πιστοποίησης μπορεί να **αποπέμψει** ένα μέλος από το Σήμα αν επιδείξει ανάρμοστη συμπεριφορά και αν αρνηθεί τις επιθεωρήσεις ή τη συμμόρφωση με τις υποδείξεις του Φορέα Πιστοποίησης.

Σε περίπτωση παράνομης χρήσης του Σήματος, είτε από φορείς που είχαν παλιότερα το Σήμα και τους αφαιρέθηκε, είτε από φορείς που δεν εντάχθηκαν ποτέ στο Σήμα, επιβάλλονται κυρώσεις.

#### *Βαθμολογία - κόστος*

Τα κριτήρια του Σήματος Υπευθυνότητας στοχεύουν στη βελτίωση των οικονομικών, των κοινωνικών και των περιβαλλοντικών αποδόσεων των επιχειρήσεων και των

φορέων που πιστοποιούνται. Όλα τα κριτήρια θα είναι **βαθμονομημένα**. Ο κάθε φορέας βαθμολογείται με το αριθμητικό άθροισμα των κριτηρίων που πληροί. Το Σήμα δίνεται βάσει του επιπέδου στο οποίο ανήκει το τελικό άθροισμα που συγκεντρώνεται.

Κάθε κριτήριο μπορεί να πληρωθεί μέσω διαφόρων τρόπων. Οι τρόποι αυτοί περιγράφονται ως πρακτικές. Όλες οι πρακτικές δεν έχουν το ίδιο κόστος, αλλά ούτε το ίδιο αποτέλεσμα. Έτσι, μπορεί κάποιος να εφαρμόσει πολλές πρακτικές και να μην έχει τα ίδια αποτελέσματα με κάποιον άλλο που θα εφαρμόσει μία και μόνο πρακτική, αλλά θα επιτύχει το επιδιωκόμενο κριτήριο. Για το λόγο αυτό και θα βαθμολογούνται χωριστά οι πρακτικές και χωριστά τα κριτήρια. Σε περίπτωση που κάποια πρακτική δεν περιλαμβάνεται στο Σήμα, αλλά έχει εφαρμοστεί και έχει δώσει αποτελέσματα, ο υποψήφιος θα καταθέτει αναλυτικά την πρακτική που ακολούθησε και θα τεκμηριώνει τα αποτελέσματα που έφερε, ώστε να βαθμολογηθεί και η πρακτική αυτή.

Μετά τη δοκιμαστική περίοδο, η οποία χρηματοδοτείται από τη Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Χίου, επιβάλλονται τέλη στο Σήμα. Τα τέλη ορίζονται σύμφωνα με το μέγεθος των επιχειρήσεων και φορέων που συμμετέχουν σε αυτό.

#### *Γενικές αρχές επιχειρήσεων*

1. **«Υπεύθυνη επιχείρηση»**. Τα μέλη θα πρέπει να εργάζονται με συστηματικό και συνεχή τρόπο για την υλοποίηση του κοινού οράματος που είναι **η βελτίωση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος της περιοχής και η διάχυση των ωφελειών σε όλη την κοινωνία**. Για το σκοπό αυτό, τα μέλη θα πρέπει να υιοθετούν, στη βάση των δυνατοτήτων και των προτεραιοτήτων τους, υπεύθυνη συμπεριφορά, έτσι ώστε η επιχείρηση να είναι ανταγωνιστική και βιώσιμη δημιουργώντας μακροχρόνια οικονομικά οφέλη και θέσεις εργασίας στην περιοχή, ενώ ταυτόχρονα θα χρησιμοποιεί ορθολογικά τους φυσικούς πόρους. Η κάθε επιχείρηση θα πρέπει να είναι υπεύθυνη προς τους καταναλωτές, τους εργαζόμενους, τις υπόλοιπες επιχειρήσεις με τις οποίες συνεργάζεται (π.χ. προμηθευτές), τον εαυτό της και την κοινωνία και το περιβάλλον της περιοχής στην οποία δραστηριοποιείται.
2. **«Νόμιμη Επιχείρηση»**. Για να λειτουργεί υπεύθυνα μια επιχείρηση πρέπει να λειτουργεί με βάση όλους τους κανόνες και τις διαδικασίες που έχει θεσπίσει το κράτος, όπως οικοδομικές άδειες, άδειες λειτουργίας, ασφάλειας, υγιεινής και περιβάλλοντος.
3. **Διαρκής βελτίωση επιδόσεων και ποιότητας υπηρεσιών**. Τα μέλη θα πρέπει με συστηματικό τρόπο να προωθούν, πραγματοποιούν και αξιολογούν ενέργειες διαρκούς βελτίωσης των επιδόσεων τους, τόσο στο εσωτερικό, όσο και στο εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησής τους.
4. **Διαφάνεια & σεβασμός ενδιαφερομένων μελών**. Τα μέλη θα πρέπει να λειτουργούν με διαφάνεια και σεβασμό προς τα ενδιαφερόμενα μέρη τους (πχ. προσωπικό, γειτονικοί πληθυσμοί, τοπική αυτοδιοίκηση, αρχές, ΜΜΕ, προμηθευτές, τράπεζες κλπ).

5. **Σεβασμός ανθρωπίνων δικαιωμάτων.** Τα μέλη θα πρέπει να υποστηρίζουν και να σέβονται τα διεθνώς αναγνωρισμένα ανθρώπινα δικαιώματα και να λαμβάνουν όλα τα απαραίτητα μέτρα, προκειμένου να διασφαλίζεται η τήρηση και ο σεβασμός τους. Τα μέλη θα πρέπει να μην κάνουν διακρίσεις στην εργασία σε ότι αφορά το φύλο, το χρώμα, τη θρησκεία ή όποιου άλλου ιδιαίτερου χαρακτηριστικού εκτός από την ικανότητα εκπλήρωσης της εργασίας.
6. **Σεβασμός εργασιακών δικαιωμάτων.** Τα μέλη θα πρέπει να σέβονται όλα τα δικαιώματα του προσωπικού, όπως της ασφάλισης, της άδειας, της ανάπαυσης, της οργάνωσης σε συνδικαλιστικούς φορείς, καθώς και της συλλογικής διαπραγμάτευσης.
7. **Καταπολέμηση καταναγκαστικής εργασίας.** Τα μέλη θα πρέπει να μην επιβάλλουν οποιασδήποτε μορφής καταναγκαστική και παιδική εργασία.
8. **Έμφαση στην πρόληψη περιβαλλοντικών προβλημάτων.** Τα μέλη θα πρέπει να δίνουν προτεραιότητα στην πρόληψη παρά στη θεραπεία των περιβαλλοντικών προβλημάτων.
9. **Ανάπτυξη & διάδοση των περιβαλλοντικών φιλικών τεχνολογιών και πρακτικών.** Τα μέλη θα πρέπει να υποστηρίζουν την ανάπτυξη και διάδοση των περιβαλλοντικά φιλικών τεχνολογιών και πρακτικών.
10. **Συνεργασία και Παροχή πληροφοριών:** α) προς κάθε ενδιαφερόμενο που να συμβάλλουν στην εδραίωση του σήματος και επίτευξη του κοινού σκοπού και β) προς τους διαχειριστές του σήματος και τη διευκόλυνση των ελέγχων που θα συμβάλλουν στην χάραξη της καλύτερης πολιτικής προς κοινό όφελος.

#### *Γενικές αρχές φορέων*

1. **«Υπεύθυνος Δήμος».** Τα μέλη θα πρέπει να εργάζονται με συστηματικό και συνεχή τρόπο για την υλοποίηση του κοινού οράματος που είναι **η βελτίωση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος της περιοχής και η διάχυση των ωφελειών σε όλη την κοινωνία.** Για το σκοπό αυτό, τα μέλη θα πρέπει να υιοθετούν, στη βάση των δυνατοτήτων και των προτεραιοτήτων τους, υπεύθυνη συμπεριφορά, έτσι ώστε ο Δήμος να είναι βιώσιμος, δημιουργώντας μακροχρόνια οικονομικά οφέλη και θέσεις εργασίας στην περιοχή, ενώ ταυτόχρονα θα χρησιμοποιεί ορθολογικά τους φυσικούς πόρους. Ο κάθε Δήμος θα πρέπει να είναι υπεύθυνος προς τους πολίτες του, τους εργαζόμενους, τους υπόλοιπους Δήμους, τον εαυτό του και την κοινωνία και το περιβάλλον της περιοχής στην οποία βρίσκεται.
2. **«Νόμιμος Δήμος».** Για να λειτουργεί υπεύθυνα ένας Δήμος πρέπει να λειτουργεί με βάση όλους τους κανόνες και τις διαδικασίες που έχει θεσπίσει το κράτος, όπως τήρηση περιβαλλοντικών όρων κατά τη διάρκεια εκτέλεσης έργων, τήρησης της νομοθεσίας κατά τη διαδικασία αδειοδότησης των καταστημάτων υγειονομικού ενδιαφέροντος και των κτηνοτροφικών εγκαταστάσεων, του ελέγχου ποιότητας πόσιμου νερού κ.λπ.

3. **Διαρκής βελτίωση επιδόσεων και ποιότητας υπηρεσιών.** Τα μέλη θα πρέπει με συστηματικό τρόπο να προωθούν, πραγματοποιούν και αξιολογούν ενέργειες διαρκούς βελτίωσης των επιδόσεων τους, τόσο στο εσωτερικό, όσο και στο εξωτερικό περιβάλλον του Δήμου τους.
4. **Διαφάνεια & σεβασμός ενδιαφερομένων μελών.** Τα μέλη θα πρέπει να λειτουργούν με διαφάνεια και σεβασμό προς τα ενδιαφερόμενα μέρη τους (π.χ. προσωπικό, γειτονικοί Δήμοι, άλλες Αρχές, ΜΜΕ, προμηθευτές, επιχειρήσεις που λειτουργούν στα διοικητικά τους όρια κ.λπ.).
5. **Σεβασμός ανθρωπίνων δικαιωμάτων.** Τα μέλη θα πρέπει να υποστηρίζουν και να σέβονται τα διεθνώς αναγνωρισμένα ανθρώπινα δικαιώματα και να λαμβάνουν όλα τα απαραίτητα μέτρα, προκειμένου να διασφαλίζεται η τήρηση και ο σεβασμός τους. Τα μέλη θα πρέπει να μην κάνουν διακρίσεις στους πολίτες τους σε ότι αφορά το φύλο, το χρώμα, τη θρησκεία ή όποιου άλλου ιδιαίτερου χαρακτηριστικού.
6. **Σεβασμός εργασιακών δικαιωμάτων.** Τα μέλη θα πρέπει να σέβονται όλα τα δικαιώματα του προσωπικού, όπως της ασφάλισης, της άδειας, της ανάπαυσης, της οργάνωσης σε συνδικαλιστικούς φορείς, καθώς και της συλλογικής διαπραγμάτευσης.
7. **Καταπολέμηση καταναγκαστικής εργασίας.** Τα μέλη θα πρέπει να μην επιβάλλουν οποιασδήποτε μορφής καταναγκαστική και παιδική εργασία.
8. **Έμφαση στην πρόληψη περιβαλλοντικών προβλημάτων.** Τα μέλη θα πρέπει να δίνουν προτεραιότητα στην πρόληψη παρά στη θεραπεία των περιβαλλοντικών προβλημάτων.
9. **Ανάπτυξη & διάδοση των περιβαλλοντικών φιλικών τεχνολογιών και πρακτικών.** Τα μέλη θα πρέπει να υποστηρίζουν την ανάπτυξη και διάδοση των περιβαλλοντικά φιλικών τεχνολογιών και πρακτικών.
10. **Συνεργασία και Παροχή πληροφοριών:** α) προς κάθε ενδιαφερόμενο που να συμβάλλουν στην εδραίωση του σήματος και επίτευξη του κοινού σκοπού και β) προς τους διαχειριστές του σήματος και τη διευκόλυνση των ελέγχων που θα συμβάλλουν στην χάραξη της καλύτερης πολιτικής προς κοινό όφελος.

*Άξονες δράσης – Κριτήρια απονομής σήματος ανά άξονα δράσης*

Οι άξονες δράσης της κάθε επιχείρησης ή φορέα προκειμένου να πιστοποιηθεί θα είναι σε θέματα:

1. Διοίκησης – Βιωσιμότητας επιχείρησης
2. Ποιότητας υπηρεσιών – Ικανοποίηση πελάτη (τουρίστα, καταναλωτή)
3. Υγιεινής, ασφάλειας & εκπαίδευσης – Ικανοποίηση εργαζομένων
4. Χρήσης – Αξιοποίησης τοπικών πόρων
5. Περιβάλλοντος – αισθητικής.

Για κάθε έναν από τους άξονες αυτούς υπάρχουν συγκεκριμένα κριτήρια και πρακτικές διοίκησης που πρέπει να εφαρμοστούν προκειμένου να απονεμηθεί το

Σήμα. Πριν οριστικοποιηθούν τα κριτήρια θα δοθούν σε δημόσια διαβούλευση και σε ομάδα ενδιαφερομένων, προκειμένου να τύχουν επεξεργασίας, επεξηγήσεων και εξειδίκευσης, να αναμορφωθούν, να προστεθούν νέα και αφαιρεθούν τα ακατάλληλα.

Τα **κριτήρια** αυτά πρέπει να είναι:

- αποτελεσματικά και αποδοτικά
- εφαρμόσιμα
- διαφανή και αδιάβλητα
- μετρήσιμα και με διακριτά αποτελέσματα.

Πίνακας βαθμολόγησης κριτηρίων επιχειρήσεων – καλές πρακτικές

Τομέας βελτίωσης	Άξονας δράσης	Κριτήρια	Βαθμολογία	Πρακτικές
Οικονομία	Διοίκηση	Αύξηση εσόδων ανά μονάδα (κλίνη, τραπέζι, αυτοκίνητο ...)		ενημέρωση προσωπικού, πελατών, προμηθευτών για το σήμα (ποιότητα, περιβαλλοντική διαχείριση, υγιεινή & ασφάλεια)
Οικονομία	Διοίκηση	Βελτίωση του βαθμού ικανοποίησης των πελατών – ποσοστό επαναλαμβανόμενων πελατών		πληροφόρηση τουριστών για την περιοχή
Οικονομία	Διοίκηση	Αύξηση εσόδων ανά μονάδα (κλίνη, τραπέζι, αυτοκίνητο ...)		χρήση Internet / mail / fax για προβολή, κρατήσεις & ενημέρωση
Οικονομία	Διοίκηση	Αύξηση εσόδων ανά μονάδα (κλίνη, τραπέζι, αυτοκίνητο ...)		συμμετοχή σε τοπικά δίκτυα πληροφόρησης / κρατήσεων
Οικονομία	Διοίκηση	Χρήση τοπικών πόρων		καταβολή τέλους παρεπιδημούντων
Οικονομία	Διοίκηση	Αύξηση εσόδων ανά μονάδα (κλίνη, τραπέζι, αυτοκίνητο ...)		δικτύωση επιχειρήσεων για κοινές προμήθειες
Οικονομία	Διοίκηση	Αύξηση εσόδων ανά μονάδα (κλίνη, τραπέζι, αυτοκίνητο ...)		δικτύωση επιχειρήσεων για κοινές υπηρεσίες
Οικονομία	Διοίκηση	Αύξηση εσόδων ανά μονάδα (κλίνη, τραπέζι, αυτοκίνητο ...)		παρακολούθηση απόδοσης επιχείρησης
Οικονομία	Διοίκηση	Αύξηση εσόδων ανά διανυκτέρευση		αξιοποίηση των παρατηρήσεων των πελατών
Οικονομία	Διοίκηση	Βελτίωση του δείκτη πωλήσεις/ εργαζόμενο		κατάρτιση / ενημέρωση επιχειρηματία και στελεχών επιχείρησης
Οικονομία	Διοίκηση	Αύξηση εσόδων ανά μονάδα (κλίνη, τραπέζι, αυτοκίνητο ...)		παρακολούθηση δομής κόστους της επιχείρησης
Οικονομία	Ικανοποίηση εργαζομένων - Ασφάλεια, υγιεινή, εκπαίδευση	Αύξηση εσόδων ανά μονάδα (κλίνη, τραπέζι, αυτοκίνητο ...)		τήρηση κανόνων υγιεινής
Κοινωνία	Ικανοποίηση εργαζομένων - Ασφάλεια, υγιεινή, εκπαίδευση	Βελτίωση του επιπέδου εκπαίδευσης / κατάρτισης των εργαζομένων		πρόσληψη ειδικευμένου προσωπικού



Λειτουργία Τουριστικού Παρατηρητηρίου – Οδηγίες χρήσης Βάσης Δεδομένων –  
Καλές πρακτικές – Σύστημα Υπευθυνότητας και Τοπικής Ποιότητας

Τομέας βελτίωσης	Αξονας δράσης	Κριτήρια	Βαθμολογία	Πρακτικές
Κοινωνία	Ικανοποίηση εργαζομένων - Ασφάλεια, υγιεινή, εκπαίδευση	Βελτίωση του επιπέδου εκπαίδευσης / κατάρτισης των εργαζομένων		κατάρτιση προσωπικού
Κοινωνία	Ικανοποίηση εργαζομένων - Ασφάλεια, υγιεινή, εκπαίδευση	Βελτίωση του επιπέδου εκπαίδευσης / κατάρτισης των εργαζομένων		σαφής κατανομή αρμοδιοτήτων - υπευθυνοτήτων
Κοινωνία	Ποιότητα υπηρεσιών - Ικανοποίηση πελατών	Εργαζόμενοι/ κλίνη, τραπέζι		τήρηση των αναλογιών μεταξύ χώρου / υπαλλήλων
Οικονομία	Ποιότητα υπηρεσιών - Ικανοποίηση πελατών	Αύξηση εσόδων ανά μονάδα (κλίνη, τραπέζι, αυτοκίνητο ...)		ανανέωση εξοπλισμού (έπιπλα, ματισμός)
Περιβάλλον	Ποιότητα υπηρεσιών - Ικανοποίηση πελατών	Βελτίωση του βαθμού ικανοποίησης των πελατών – ποσοστό επαναλαμβανόμενων πελατών		αισθητική εξωτερικών χώρων
Οικονομία	Ποιότητα υπηρεσιών - Ικανοποίηση πελατών	Αύξηση εσόδων ανά μονάδα (κλίνη, τραπέζι, αυτοκίνητο ...)		διακόσμηση εσωτερικών χώρων
Οικονομία	Ποιότητα υπηρεσιών - Ικανοποίηση πελατών	Αύξηση εσόδων ανά μονάδα (κλίνη, τραπέζι, αυτοκίνητο ...)		ερωτηματολόγιο ικανοποίησης πελατών
Οικονομία	Ποιότητα υπηρεσιών - Ικανοποίηση πελατών	Αύξηση εσόδων ανά μονάδα (κλίνη, τραπέζι, αυτοκίνητο ...)		δυνατότητα χρήσης internet από τους πελάτες
Οικονομία	Ποιότητα υπηρεσιών - Ικανοποίηση πελατών	Αύξηση εσόδων ανά μονάδα (κλίνη, τραπέζι, αυτοκίνητο ...)		χρήση τραπεζομάντιλων
Οικονομία	Ποιότητα υπηρεσιών - Ικανοποίηση πελατών	Αύξηση εσόδων ανά μονάδα (κλίνη, τραπέζι, αυτοκίνητο ...)		πρόσβαση σε AMEA
Οικονομία	Ποιότητα υπηρεσιών - Ικανοποίηση πελατών	Αύξηση εσόδων ανά μονάδα (κλίνη, τραπέζι, αυτοκίνητο ...)		χώροι για απασχόληση παιδιών (υπαίθριοι, στεγασμένοι)
Περιβάλλον	Ποιότητα υπηρεσιών - Ικανοποίηση πελατών	Βελτίωση του βαθμού ικανοποίησης των πελατών – ποσοστό επαναλαμβανόμενων πελατών		μη υπόγειοι κύριοι χώροι
Οικονομία	Ποιότητα υπηρεσιών - Ικανοποίηση πελατών	Αύξηση προστιθέμενης αξίας στο σύνολο των εσόδων		πρόσθετες δραστηριότητες
Οικονομία	Ποιότητα υπηρεσιών - Ικανοποίηση πελατών	Αύξηση εσόδων ανά μονάδα (κλίνη, τραπέζι, αυτοκίνητο ...)		πρόγραμμα καθαριότητας χώρων υγιεινής

Λειτουργία Τουριστικού Παρατηρητηρίου – Οδηγίες χρήσης Βάσης Δεδομένων –  
Καλές πρακτικές – Σύστημα Υπευθυνότητας και Τοπικής Ποιότητας

Τομέας βελτίωσης	Άξονας δράσης	Κριτήρια	Βαθμολογία	Πρακτικές
Οικονομία	Ποιότητα υπηρεσιών - Ικανοποίηση πελατών	Αύξηση εσόδων ανά μονάδα (κλίνη, τραπέζι, αυτοκίνητο ...)		τήρηση προδιαγραφών ΕΦΕΤ
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Βελτίωση του βαθμού ικανοποίησης των πελατών – ποσοστό επαναλαμβανόμενων πελατών		θέσεις parking για τους πελάτες της επιχείρησης
Περιβάλλον Οικονομία	Προστασία περιβάλλοντος	Μείωση κατανάλωσης ενέργειας		κάρτα διακοπής ρεύματος
Περιβάλλον Οικονομία	Προστασία περιβάλλοντος	Μείωση κατανάλωσης ενέργειας		χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, συντήρηση εγκαταστάσεων/ εξοπλισμού
Περιβάλλον Οικονομία	Προστασία περιβάλλοντος	Μείωση κατανάλωσης ενέργειας		χρήση συσκευών χαμηλής κατανάλωση ενέργειας
Περιβάλλον Οικονομία	Προστασία περιβάλλοντος	Μείωση κατανάλωσης ενέργειας		χρήση λαμπτήρων χαμηλής κατανάλωσης ενέργειας
Περιβάλλον Οικονομία	Προστασία περιβάλλοντος	Μείωση κατανάλωσης ενέργειας		αυτόματη διακοπή φωτισμού σε εξωτερικούς – εσωτερικούς χώρους
Περιβάλλον Οικονομία	Προστασία περιβάλλοντος	Μείωση κατανάλωσης ενέργειας		αισθητήρας στα κουφώματα για διακοπή λειτουργίας κλιματισμού
Περιβάλλον Οικονομία	Προστασία περιβάλλοντος	Μείωση κατανάλωσης νερού		εξοικονόμηση νερού (καζανάκι / βρύσες)
Περιβάλλον Οικονομία	Προστασία περιβάλλοντος	Μείωση κατανάλωσης νερού		επανάχρηση νερού για πότισμα κήπων
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Μείωση παραγωγής στερεών αποβλήτων		αγορά κάδων για απορρίμματα
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Μείωση παραγωγής στερεών αποβλήτων		περιορισμός χρήσης χημικών – χρήση βιοαποδομήσιμων υλικών
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Μείωση κατανάλωσης ενέργειας		συντήρηση εγκαταστάσεων/ εξοπλισμού
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Μείωση παραγωγής στερεών αποβλήτων		αποφυγή προϊόντων μιας χρήσης
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Μείωση παραγωγής στερεών αποβλήτων		αποφυγή χρήσης ατομικών συσκευασιών
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Μείωση κατανάλωσης ενέργειας		χρήση πρασίνου για σκίαση και απορρόφηση διοξειδίου του άνθρακα
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Μείωση εκπεμπόμενων ρύπων		αποφυγή χρήσης προϊόντων που περιέχουν CFCs

Λειτουργία Τουριστικού Παρατηρητηρίου – Οδηγίες χρήσης Βάσης Δεδομένων –  
Καλές πρακτικές – Σύστημα Υπευθυνότητας και Τοπικής Ποιότητας

Τομέας βελτίωσης	Αξονας δράσης	Κριτήρια	Βαθμολογία	Πρακτικές
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Καλύτερη διαχείριση υγρών αποβλήτων από την επιβαλλόμενη		αλλαγή ιματισμού μετά από αίτημα του πελάτη
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Μείωση παραγωγής στερεών αποβλήτων		προώθηση ανακύκλωσης απορριμμάτων
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Μείωση κατανάλωσης νερού		τοποθέτηση ντουζιέρων αντί για μπανιέρων στα μπάνια των δωματίων
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Μείωση κατανάλωσης νερού		τακτική συντήρηση στα καζανάκια, τις μπαταρίες κ.λπ. ώστε να μην στάζουν
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Μείωση κατανάλωσης νερού		χρήση σύντομου προγράμματος στα πλυντήρια
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Μείωση κατανάλωσης νερού		πλύσιμο μόνο όταν γεμίσει ο κάδος του πλυντηρίου
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Μείωση παραγωγής στερεών αποβλήτων		χρήση επαναφορτιζόμενων μπαταριών και συσκευασιών υγρού σαπουνιού
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Βελτίωση του βαθμού ικανοποίησης των πελατών – ποσοστό επαναλαμβανόμενων πελατών		ύπαρξη πρασίνου/ λουλουδιών
Περιβάλλον	Τοπικοί πόροι	Χρήση τοπικών πόρων		επανάχρηση κτηρίων
Περιβάλλον	Τοπικοί πόροι	Χρήση τοπικών πόρων		διατήρηση τοπικής αρχιτεκτονικής
Περιβάλλον	Τοπικοί πόροι	Χρήση τοπικών πόρων		διακόσμηση με ποιότητα και χαρακτήρα – ανάδειξη τοπικού χρώματος
Οικονομία	Τοπικοί πόροι	Χρήση τοπικών πόρων		προτίμηση τοπικών πρώτων υλών, τοπικών προϊόντων για εξοπλισμό
Κοινωνία	Τοπικοί πόροι	Χρήση τοπικών πόρων		προτίμηση τοπικών επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών
Οικονομία	Τοπικοί πόροι	Χρήση τοπικών πόρων		χρήση τοπικών / εθνικών προϊόντων (λάδι, κρασιά, τυριά, κλπ)
Οικονομία	Τοπικοί πόροι	Χρήση τοπικών πόρων		προώθηση τοπικής κουζίνας (μενού / ειδική σελίδα με τοπικές συνταγές – γλυκά)

Λειτουργία Τουριστικού Παρατηρητηρίου – Οδηγίες χρήσης Βάσης Δεδομένων –  
Καλές πρακτικές – Σύστημα Υπευθυνότητας και Τοπικής Ποιότητας

Πίνακας βαθμολόγησης κριτηρίων φορέων – καλές πρακτικές

Τομέας βελτίωσης	Αξονας δράσης	Κριτήρια	Βαθμολογία	Πρακτικές
Οικονομία	Διοίκηση	Βελτίωση του βαθμού ικανοποίησης τουριστών - πολιτών		πληροφόρηση τουριστών για την περιοχή, δημιουργία γραφείων πληροφόρησης και πληροφοριακού υλικού
Οικονομία	Διοίκηση	Βελτίωση του βαθμού ικανοποίησης τουριστών - πολιτών		οργάνωση εκδηλώσεων ανάδειξης τοπικών ηθών εθίμων, δραστηριοτήτων, γραμμάτων, τεχνών κλπ
Οικονομία	Διοίκηση	Βελτίωση του βαθμού ικανοποίησης τουριστών - πολιτών		ανάδειξη μνημείων, επισκέψιμων χώρων (πρόσβαση, σήμανση, επισκεψιμότητα, πληροφοριακό υλικό)
Οικονομία	Διοίκηση	Χρήση τοπικών πόρων		διαδικασία είσπραξης και απόδοσης/ χρήση τέλους παρεπιδημούντων
Κοινωνία	Ικανοποίηση εργαζομένων - Ασφάλεια, υγιεινή, εκπαίδευση	Βελτίωση του επιπέδου εκπαίδευσης / κατάρτισης των εργαζομένων		Πρόσληψη / χρησιμοποίηση ειδικευμένου προσωπικού
Κοινωνία	Ικανοποίηση εργαζομένων - Ασφάλεια, υγιεινή, εκπαίδευση	Βελτίωση του επιπέδου εκπαίδευσης / κατάρτισης των εργαζομένων		κατάρτιση προσωπικού
Κοινωνία	Ικανοποίηση εργαζομένων - Ασφάλεια, υγιεινή, εκπαίδευση	Βελτίωση του επιπέδου εκπαίδευσης / κατάρτισης των εργαζομένων		σαφής κατανομή αρμοδιοτήτων – υπευθυνοτήτων και έλεγχος απόδοσης υπηρεσιών
Κοινωνία	Ικανοποίηση εργαζομένων - Ασφάλεια, υγιεινή, εκπαίδευση	Βελτίωση του επιπέδου εκπαίδευσης / κατάρτισης των εργαζομένων		Οργάνωση προγραμμάτων κατάρτισης επιχειρηματιών, εργαζομένων
				Ενημέρωση – Εκπαίδευση κατοίκων
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Βελτίωση του βαθμού ικανοποίησης τουριστών - πολιτών		θέσεις parking και ρύθμιση κυκλοφοριακού
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Βελτίωση του βαθμού ικανοποίησης τουριστών - πολιτών		ύπαρξη πρασίνου/ λουλουδιών

Λειτουργία Τουριστικού Παρατηρητηρίου – Οδηγίες χρήσης Βάσης Δεδομένων –  
Καλές πρακτικές – Σύστημα Υπευθυνότητας και Τοπικής Ποιότητας

Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Μείωση κατανάλωσης ενέργειας		χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Μείωση κατανάλωσης ενέργειας		χρήση λαμπτήρων χαμηλής κατανάλωσης ενέργειας
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Μείωση κατανάλωσης νερού		επανάχρηση νερού για πότισμα κήπων
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Μείωση παραγωγής στερεών αποβλήτων		αγορά κάδων για απορρίμματα
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Μείωση παραγωγής στερεών αποβλήτων		περιορισμός χρήσης χημικών – χρήση βιοαποδομήσιμων
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Μείωση παραγωγής στερεών αποβλήτων		προώθηση ανακύκλωσης απορριμμάτων
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος			εφαρμογή συστήματος διαχείρισης στερεών αποβλήτων
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος			Προστασία, διαμόρφωση, συντήρηση και καθαριότητα δημόσιων χώρων
Περιβάλλον	Τοπικοί πόροι	Χρήση τοπικών πόρων		επανάχρηση κτηρίων
Περιβάλλον	Τοπικοί πόροι	Χρήση τοπικών πόρων		διατήρηση τοπικής αρχιτεκτονικής
Περιβάλλον	Τοπικοί πόροι	Χρήση τοπικών πόρων		διακόσμηση με ποιότητα και χαρακτήρα – ανάδειξη τοπικού χρώματος
Οικονομία	Τοπικοί πόροι	Χρήση τοπικών πόρων		προτίμηση τοπικών πρώτων υλών, τοπικών προϊόντων για εξοπλισμό
Κοινωνία	Τοπικοί πόροι	Χρήση τοπικών πόρων		προτίμηση τοπικών επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Διαχείριση υγρών αποβλήτων		ύπαρξη και λειτουργία βιολογικού καθαρισμού
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Μείωση κατανάλωσης νερού		δίκτυο ύδρευσης
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Διαχείριση υγρών αποβλήτων		δίκτυο αποχέτευσης
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Διαχείριση φυσικού περιβάλλοντος		απόκτηση γαλάζιων σημαιών
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Διαχείριση φυσικού περιβάλλοντος		διαχείριση προστατευόμενων περιοχών
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Διαχείριση φυσικού περιβάλλοντος		διαχείριση οχλουσών δραστηριοτήτων
Περιβάλλον	Προστασία περιβάλλοντος	Διαχείριση φυσικού περιβάλλοντος		εκπόνηση Τοπικού Σχεδίου Δράσης 21
Οικονομία	Διοίκηση			ενέργειες προβολής σήματος και των επιχειρήσεων

### Μελλοντικές ενέργειες

Το προτεινόμενο σύστημα Υπευθυνότητας – Τοπικής Ποιότητας θα πρέπει να δοθεί σε δημόσια διαβούλευση, ώστε να εντοπιστούν τα προβλήματα και οι ελλείψεις του. Θα πρέπει να γίνει κατανοητό από την τοπική κοινωνία και αποδεκτό από τους άμεσους χρήστες τους, ώστε να το εφαρμόσουν. Για το σκοπό αυτό θα πρέπει να γίνει αρχικά μία ημερίδα στην οποία θα πληροφορηθούν για το σύστημα ποιότητας όλοι οι άμεσα ενδιαφερόμενοι. Στη συνέχεια, θα μοιραστεί το κείμενο που το περιγράφει στους ενδιαφερόμενους (Δήμους και επιχειρηματίες). Αφού το μελετήσουν θα καταγράψουν τις ενστάσεις και τις προτάσεις τους. Στη συνέχεια θα ακολουθήσει νέα ημερίδα, όπου θα συζητηθούν οι προτάσεις των φορέων και των επιχειρηματιών του προορισμού. Οι σχεδιαστές του συστήματος, αφού λάβουν υπόψη τους τις προτάσεις, θα αναδιαμορφώσουν και θα βελτιώσουν το Σήμα. Έτσι οι μελλοντικές ενέργειες διακρίνονται σε 3 φάσεις, όπως έχει αναλυθεί και στη διαδικασία απονομής του Σήματος.

#### *A' φάση*

1. ενημέρωση για τις προδιαγραφές του Σήματος
2. ενημέρωση για τη διαδικασία απονομής
3. εκδήλωση ενδιαφέροντος από τις επιχειρήσεις και τους φορείς
4. υποβολή αίτησης
5. έναρξη δοκιμαστικής περιόδου.

#### *B' φάση*

1. αναλυτική ενημέρωση ενδιαφερομένων για τα κριτήρια του Σήματος που αφορούν: την εφαρμογή καλών πρακτικών, τους δείκτες απόδοσης (στοιχεία προηγούμενης χρονιάς)
2. υποβολή μετρήσεων και λίστας ελέγχου πρακτικών (check list)
3. έλεγχος του φακέλου του υποψήφιου
4. αξιολόγηση φακέλου, σύνταξη παρατηρήσεων και απονομή σήματος δόκιμου μέλους στις επιχειρήσεις και τους φορείς που πληρούν τα ελάχιστα κριτήρια.

#### *Γ' φάση (1 χρόνο μετά)*

1. υποβολή φακέλου από δόκιμα μέλη με τα στοιχεία του προηγούμενου έτους
2. επιτόπιος έλεγχος
3. σύνταξη έκθεσης
4. απονομή Σήματος στις επιχειρήσεις και φορείς που πληρούν τα κριτήρια.

Οι επιχειρήσεις που δεν πληρούν τα κριτήρια μπορούν να επανέλθουν μετά από 1 χρόνο.

Στην αρχή κάθε χρόνου κατατίθεται νέος φάκελος με στοιχεία του προηγούμενου έτους. Εάν διαπιστωθεί οπισθοδρόμηση στις αποδόσεις, τότε η επιχείρηση ή ο φορέας τίθεται σε επιτήρηση. Αν το επαναλάβει για μία ακόμη χρονιά, τότε τίθεται εκτός σήματος. Τις ίδιες κυρώσεις θα υφίσταται η επιχείρηση αν σε περίπτωση τακτικού ή έκτακτου ελέγχου διαπιστωθεί ότι δεν τηρεί τα όσα έχει δηλώσει. Η συνεχής βελτίωση θα συνεπάγεται την απονομή Σήματος ανώτερης βαθμίδας.

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

### Ερωτηματολόγιο καταλυμάτων

#### ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ

α/α ερωτηματολογίου: .....

ημερομηνία: .....

περιοχή: .....

συνεντευκτής: .....

#### A. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

##### 1. Γενικά στοιχεία της επιχείρησης:

Επωνυμία:	
Όνοματεπώνυμο ερωτώμενου:	
Δ/νση:	
Τηλ., Fax, e-mail, website:	

- 2α. Είναι ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης μόνιμος κάτοικος της περιοχής;  ΝΑΙ  ΟΧΙ  
 2β. Είναι ο διευθυντής της επιχείρησης μόνιμος κάτοικος της περιοχής;  ΝΑΙ  ΟΧΙ  
 2γ. Αποτελεί η επιχείρηση αυτή το κύριο επάγγελμα του ιδιοκτήτη;  ΝΑΙ  ΟΧΙ

##### 3. Είδος επιχείρησης:

- ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ  ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΑ  
 ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΔΩΜΑΤΙΑ  ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΛΩΜΕΝΕΣ ΚΑΤΟΙΚΙΕΣ  
 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΚΑΤΑΣΚΗΝΩΣΗ  ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟΣ ΞΕΝΩΝΑΣ  
 ΑΛΛΟ (διευκρινίστε)

4α. Από πότε (πόσα χρόνια) λειτουργεί η επιχείρηση;	
4β. Ποια είναι η ετήσια περίοδος λειτουργίας της επιχείρησης (σε μήνες, από – έως);	

##### 5. Μέγεθος επιχείρησης:

ΚΑΤΟΙΚΙΕΣ	ΔΩΜΑΤΙΑ
ΣΥΝΟΛΟ ΚΛΙΝΩΝ	Μονόκλινα
	Δίκλινα
ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	Τρίκλινα
Μονόχωρα	Σουίτες
Δίχωρα	Bungalows
Σουίτες	ΣΥΝΟΛΟ ΚΛΙΝΩΝ
ΣΥΝΟΛΟ ΚΛΙΝΩΝ	ΘΕΣΕΙΣ ΣΤΑ CAMPING
	ΑΤΟΜΑ ΣΤΑ CAMPING

##### 6. Το κατάλυμα:

α. είναι	<input type="checkbox"/> Εντός Οικισμού/ Πόλης	<input type="checkbox"/> Εκτός Οικισμού/ Πόλης
β. έχει έκταση γηπέδου/ οικοπέδου:		
γ. καταλαμβάνει επιφάνεια κάλυψης (m <sup>2</sup> ):		
δ. καταλαμβάνει επιφάνεια δόμησης (m <sup>2</sup> ):		
ε. είναι κατηγορίας (αστέρια, κλειδιά):		

##### 7. Βασικές υποδομές:

	ΑΡΙΘΜΟΣ	ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ/ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ
Εστιατόριο		
Μπαρ		
Πισίνα		

Αίθουσα συνεδρίων		
Γήπεδο τένις		
Γήπεδο μπάσκετ		
Γήπεδο 5*5		
Παιδική χαρά		
Κατάστημα		
Άλλο (διευκρινίστε)		

## **B. ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΟΙ**

**1. Πόσο προσωπικό απασχολείτε στην επιχείρησή σας και ποια η διάρκεια της απασχόλησής τους;**

	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ	ΜΗΝΕΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ
ΜΟΝΙΜΟ (καθ' όλη τη διάρκεια λειτουργίας της μονάδας)		
ΕΠΟΧΙΚΟ		
ΕΚΤΑΚΤΟ		
ΆΛΛΟ (διευκρινίστε)		

**2. Από το σύνολο των εργαζομένων πόσοι είναι:**

ΑΝΔΡΕΣ	ΜΟΝΙΜΟΙ ΚΑΤΟΙΚΟΙ ΝΗΣΙΟΥ
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	ΜΟΝΙΜΟΙ ΚΑΤΟΙΚΟΙ ΕΛΛΑΔΑΣ
	ΜΕΛΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΣ

**3. Ποιο είναι το επίπεδο εκπαίδευσης/ κατάρτισης του προσωπικού σας;**

ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΤΟΜΩΝ
ΒΑΣΙΚΗ (ΔΗΜΟΤΙΚΟ/ ΓΥΜΝΑΣΙΟ)	
ΜΕΣΗ (ΛΥΚΕΙΟ)	
ΑΝΩΤΕΡΗ/ ΑΝΩΤΑΤΗ	
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ	
ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ	
ΜΕΣΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ/ ΤΕΕ	
ΤΕΙ/ ΙΕΚ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	
ΆΛΛΟ (διευκρινίστε)	

**4. Πόσοι από τους εργαζόμενους της επιχείρησης έχουν παρακολουθήσει σεμινάρια κατάρτισης σχετικά με το αντικείμενο της εργασίας τους;**

## **Γ. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ**

**1. Ποιος είναι ο ετήσιος αριθμός αφίξεων και διανυκτερεύσεων στο κατάλυμά σας τα τελευταία δύο έτη; (αντί να απαντήσετε στην ερώτηση αυτή μπορείτε να προσκομίσετε τα μηνιαία δελτία για αφίξεις και διανυκτερεύσεις ανά εθνικότητα)**

	ΕΛΛΗΝΕΣ		ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	
	2005	2006	2005	2006
ΑΦΙΞΕΙΣ				
ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ				

**2. Ποιο ήταν το ποσοστό πληρότητας του καταλύματός σας τα τελευταία δύο έτη (%);**

	Ι	Φ	Μ	Α	Μ	Ι	Ι	Α	Σ	Ο	Ν	Δ
2005												
2006												

	2005	2006
<b>3α. Πόσα ήταν τα συνολικά μικτά σας έσοδα κατά τα τελευταία δύο έτη;</b>		



**3β. Ποια ήταν η τιμή για ένα standard (τυπικό) δίκλινο δωμάτιο στη χαμηλή και την υψηλή περίοδο για κάθε μια από τις παρακάτω κατηγορίες πελατών το προηγούμενο έτος;**

ΤΥΠΟΣ ΚΡΑΤΗΣΗΣ	ΧΑΜΗΛΗ	ΥΨΗΛΗ
Για μεμονωμένους πελάτες (τιμές πόρτας)		
Μέσω internet		
Για business ή σταθερούς πελάτες		
Μέσω πρακτορείου εσωτερικού		
Μέσω συμβολαίου allotment		
Μέσω συμβολαίου guarantee		
Άλλο (διευκρινίστε)		

**3γ. Με ποιους tour operator του εξωτερικού και τουριστικά γραφεία εσωτερικού συνεργάζεται η επιχείρησή σας, τι συμβόλαια έχετε με κάθε ένα από αυτούς (allotment, business, guarantee), ποιο είναι το ποσοστό έκπτωσης που δίνετε σε αυτούς, τι ποσοστό κλινών και διανυκτερεύσεων αναλογεί σε κάθε ένα από τα πρακτορεία αυτά;**

Πρακτορείο	Είδος συμβολαίου	Ποσοστό έκπτωσης	Ποσοστό κλινών	Ποσοστό διανυκ/σεων
		%	%	%
		%	%	%
		%	%	%
		%	%	%
		%	%	%
		%	%	%

#### **Δ. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ**

**1α. Ποιες πηγές ύδρευσης χρησιμοποιείτε στο κατάλυμά σας και για ποιες χρήσεις;**

	Υδρευση	Άρδευση	Πισίνα
Δημοτικό δίκτυο ύδρευσης			
Γεώτρηση			
Πηγάδι			
Επανάχρηση επεξεργασμένων λυμάτων βιολογικού καθαρισμού			
Θαλασσινό νερό			
Άλλο (διευκρινίστε)			

**1β. Πόση ήταν η κατανάλωση νερού της επιχείρησής σας κατά το προηγούμενο έτος (σε m<sup>3</sup>);**

**2α. Ποιες πηγές ενέργειας/ καύσιμα χρησιμοποιείτε στο κατάλυμά σας και ποια η αξία αυτών;**

	ΝΑΙ/ ΟΧΙ	ΑΞΙΑ
Δίκτυο ΔΕΗ		
Πετρέλαιο θέρμανσης		
Υγραέριο		
Άλλο (διευκρινίστε)		

**2β. Πόση ήταν η κατανάλωση ενέργειας της επιχείρησής σας κατά το προηγούμενο έτος (σε KWh);**

**3. Ποια συστήματα εξοικονόμησης ενέργειας χρησιμοποιείτε στο κατάλυμά σας;**

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Ηλιακοί θερμοσίφωνες		
Λαμπτήρες χαμηλής κατανάλωσης		
Κάρτες διακοπής ρεύματος συνδεδεμένες με το κλειδί του δωματίου		
Αισθητήρες κλιματιστικού στα παράθυρα/ μπαλκονόπορτες		
Φυσική σκίαση		
Άλλο (διευκρινίστε)		

4α. Έχετε ιδιόκτητους κάδους απορριμμάτων στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

4β. Τι χωρητικότητας συνολικά;

4γ. Ποια είναι η ημερήσια ποσότητα των απορριμμάτων που παράγει η επιχείρησή σας κατά την περίοδο αιχμής;

4δ. Ανακυκλώνετε κάποια από τα παρακάτω απορρίμματα;

Γυαλί

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Χαρτί

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αλουμίνιο

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Υλικά συσκευασίας

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Μπαταρίες

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Άλλο (διευκρινίστε)

ΝΑΙ

ΟΧΙ

5. Θα σας ενδιέφερε να συμμετέχετε σε ένα εθελοντικό σύστημα πιστοποίησης της ποιότητας του καταλύματός σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

6. Σχόλια/ παρατηρήσεις:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Ερωτηματολόγιο λοιπών τουριστικών επιχειρήσεων**

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

α/α ερωτηματολογίου: .....

ημερομηνία: .....

περιοχή: .....

συνεντευκτής: .....

**A. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

**1. Γενικά στοιχεία της επιχείρησης:**

Επωνυμία:	
Όνοματεπώνυμο ερωτώμενου:	
Δ/νση:	
Τηλ., Fax, e-mail, website:	

- 2α. Είναι ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης μόνιμος κάτοικος της περιοχής;  ΝΑΙ  ΟΧΙ  
 2β. Είναι ο διευθυντής της επιχείρησης μόνιμος κάτοικος της περιοχής;  ΝΑΙ  ΟΧΙ  
 2γ. Αποτελεί η επιχείρηση αυτή το κύριο επάγγελμα του ιδιοκτήτη;  ΝΑΙ  ΟΧΙ

**3. Είδος επιχείρησης:**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ                | <input type="checkbox"/> ΓΡΑΦΕΙΟ ΕΝΟΙΚΙΑΣΕΩΣ ΣΚΑΦΩΝ                                       |
| <input type="checkbox"/> ΓΡΑΦΕΙΟ ΕΝΟΙΚΙΑΣΕΩΣ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ   | <input type="checkbox"/> ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ ΠΑΡΑΛΙΑΣ (ΟΜΠΡΕΛΕΣ, ΣΠΟΡ, ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ) |
| <input type="checkbox"/> ΓΡΑΦΕΙΟ ΕΝΟΙΚΙΑΣΕΩΣ ΜΟΤΟΠΟΔΗΛΑΤΩΝ | <input type="checkbox"/> ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ                                   |
| <input type="checkbox"/> ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ                        | <input type="checkbox"/> ΚΑΦΕ – ΜΠΑΡ  |
| <input type="checkbox"/> ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ    | <input type="checkbox"/> ΑΛΛΟ (διευκρινίστε)  |

4α. Από πότε (πόσα χρόνια) λειτουργεί η επιχείρηση; \_\_\_\_\_

4β. Ποια είναι η ετήσια περίοδος λειτουργίας της επιχείρησης (σε μήνες, από – έως); \_\_\_\_\_

**5. Μέγεθος επιχείρησης (αριθμός μονάδων).**

ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΑ	ΤΡΑΠΕΖΟΚΑΘΙΣΜΑΤΑ
MINI BUS	m <sup>2</sup> στεγασμένου χώρου
ΜΟΤΟΠΟΔΗΛΑΤΑ	m <sup>2</sup> ελεύθερου χώρου
ΛΕΩΦΟΡΕΙΑ	m <sup>2</sup> δημοτ. νοικιασμ. χώρου
ΣΚΑΦΗ	ΑΛΛΟ (διευκρινίστε)

**B. ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΟΙ**

**1. Πόσο προσωπικό απασχολείτε στην επιχείρησή σας και ποια η διάρκεια της απασχόλησής τους;**

	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ	ΜΗΝΕΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ
ΜΟΝΙΜΟ (καθ' όλη τη διάρκεια λειτουργίας της μονάδας)		
ΕΠΟΧΙΑΚΟ		
ΕΚΤΑΚΤΟ		
ΑΛΛΟ (διευκρινίστε)		

**2. Από αυτούς πόσοι είναι:**

ΑΝΔΡΕΣ	ΜΟΝΙΜΟΙ ΚΑΤΟΙΚΟΙ ΝΗΣΙΟΥ
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	ΜΟΝΙΜΟΙ ΚΑΤΟΙΚΟΙ ΕΛΛΑΔΑΣ
	ΜΕΛΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΣ

**3. Ποιο είναι το επίπεδο εκπαίδευσης/ κατάρτισης του προσωπικού σας;**

ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΤΟΜΩΝ
ΒΑΣΙΚΗ (ΔΗΜΟΤΙΚΟ/ ΓΥΜΝΑΣΙΟ)	
ΜΕΣΗ (ΛΥΚΕΙΟ)	

ΑΝΩΤΕΡΗ/ ΑΝΩΤΑΤΗ	
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ	
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ</b>	
ΜΕΣΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ/ ΤΕΕ	
ΤΕΙ/ ΙΕΚ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	
ΆΛΛΟ (διευκρινίστε)	

**4. Πόσοι από τους εργαζόμενους της επιχείρησής σας έχουν παρακολουθήσει σεμινάρια σχετικά με το αντικείμενο της εργασίας τους;**

**Γ. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ**

**1. Πόσα ήταν τα συνολικά μικτά σας έσοδα κατά το προηγούμενο έτος;**

**Δ. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ**

**1. Πόση ήταν η κατανάλωση νερού της επιχείρησής σας κατά το προηγούμενο έτος (σε m<sup>3</sup>);**

**2α. Ποιες πηγές ενέργειας/ καύσιμα χρησιμοποιείτε στην επιχείρησή σας και ποια η αξία αυτών;**

	ΝΑΙ/ ΟΧΙ	ΑΞΙΑ
Δίκτυο ΔΕΗ		
Πετρέλαιο θέρμανσης		
Υγραέριο		
Άλλο (διευκρινίστε)		

**2β. Πόση ήταν η κατανάλωση ενέργειας της επιχείρησής σας κατά το προηγούμενο έτος (σε KWh);**

**3. Ποια συστήματα εξοικονόμησης ενέργειας χρησιμοποιείτε στην επιχείρησή σας;**

**4α. Έχετε ιδιόκτητους κάδους απορριμμάτων στην επιχείρησή σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**4β. Τι χωρητικότητας συνολικά;**

**4γ. Ποια είναι η ημερήσια ποσότητα των απορριμμάτων που παράγει η επιχείρησή σας κατά την περίοδο αιχμής;**

**4δ. Ανακυκλώνετε κάποια από τα παρακάτω απορρίμματα;**

Γυαλί  ΝΑΙ  ΟΧΙ

Χαρτί  ΝΑΙ  ΟΧΙ

Αλουμίνιο  ΝΑΙ  ΟΧΙ

Υλικά συσκευασίας  ΝΑΙ  ΟΧΙ

Μπαταρίες  ΝΑΙ  ΟΧΙ

Άλλο (διευκρινίστε)  ΝΑΙ  ΟΧΙ

**5. Θα σας ενδιέφερε να συμμετέχετε σε ένα εθελοντικό σύστημα πιστοποίησης της ποιότητας της επιχείρησής σας;**

ΝΑΙ

ΟΧΙ

**6. Σχόλια/ παρατηρήσεις:**

---



---



---



---



---



---



---



---

**Ερωτηματολόγιο τουριστών ελληνικό**

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ**

α/α ερωτηματολογίου: .....

- Αεροδρόμιο Πτήση  
 Λιμάνι Δρομολόγιο

Ημερομηνία: \_\_\_\_\_  
 Συνεντευκτής: \_\_\_\_\_

**1. Προέλευση (πόλη):**

**2. Ταξιδεύετε με:**

- Μόνος/ η  Οικογένεια  
 Σύντροφος/ Σύζυγος  Παρέα  
 Συνεργάτης/ συνάδελφος  Άλλο (διευκρινίστε)

Αριθμός ατόμων: \_\_\_\_\_

**3. Σκοπός ταξιδιού:**

- Ξεκούραση  Επίσκεψη συγγενών/ φίλων  Προσκύνημα σε εκκλησίες/ μοναστήρια  
 Γνωριμία με τον τόπο  Καταδύσεις  Συμμετοχή σε συνέδριο  
 Επαγγελματικές υποχρεώσεις  Περιπατητικός τουρισμός  Άλλο (διευκρινίστε)

**4. Έχετε επισκεφτεί ξανά το νησί στο παρελθόν;**  ΝΑΙ  
 ΟΧΙ

Εάν ΝΑΙ πόσες φορές; \_\_\_\_\_

**5. Με ποιο μέσο μεταφοράς φτάσατε στο νησί;**

- Αεροπλάνο (τακτική πτήση)  Πλοίο  Άλλο (διευκρινίστε)  
 Αεροπλάνο (ναυλωμένη πτήση charter)  Ιδιωτικό μέσο \_\_\_\_\_

**6α. Σε ποια περιοχή του νησιού διαμείνατε;**

**6β. Ποια αξιοθέατα του νησιού επισκεφτήκατε;**

**7. Πόσες διανυκτερεύσεις κάνατε στο νησί;**

**8. Τύπος καταλύματος:**

- Ξενοδοχείο  Κατηγορία  Φιλοξενία (σπίτι συγγενών/ φίλων)  Κάμπινγκ Οργανωμένο  
 Αυτόνομη κατοικία (Βίλα/ Σπίτι)  Ενοικιαζόμενο δωμάτιο/ διαμέρισμα  Κάμπινγκ Ελεύθερο  
 Ιδιόκτητη εξοχική κατοικία  Άλλο (διευκρινίστε)

**9. Είδος κράτησης:**

- Μόνο δωμάτιο  Με ημιδιατροφή  Πλήρης κάλυψη (all inclusive)  
 Με πρωινό  Πλήρης διατροφή  Άλλο (διευκρινίστε)

**10. Μέσο μετακίνησης:**

- Ιδιωτικό αυτοκίνητο/ μηχανή  Ενοικιαζόμενο μοτοποδήλατο  Πούλμαν  Άλλο (διευκρινίστε)  
 Ενοικιαζόμενο αυτοκίνητο  Λεωφορείο  Ταξί \_\_\_\_\_

**11α. Πόσο κόστισε το ταξίδι σας συνολικά (σε €); Σε πόσα άτομα αντιστοιχεί το κόστος αυτό;**

**11β. Αγοράσατε τουριστικό πακέτο;**

- Εάν ΝΑΙ αγνοήστε τη δίπλα στήλη

**Πόσο κόστισε το πακέτο (σε €);**

**Τι από τα παρακάτω περιλάμβανε;**

- Εισιτήρια  
 Διαμονή  
 Φαγητό  
 Μεταφορά προς το κατάλυμα  
 Ενοίκιαση αυτοκινήτου/ μοτοποδηλάτου  
 Εκδρομή

Εάν ΟΧΙ αγνοήστε τη δίπλα στήλη  
**Πόσο κόστισαν οι παρακάτω υπηρεσίες συνολικά (σε €);**  
 Εισιτήρια: \_\_\_\_\_  
 Διαμονή: \_\_\_\_\_  
 Φαγητό: \_\_\_\_\_  
 Διασκέδαση: \_\_\_\_\_  
 Μετακινήσεις: \_\_\_\_\_  
 Δραστηριότητες: \_\_\_\_\_

Πόσα επιπλέον έξοδα κάνατε (σε €); Άλλα έξοδα /αγορές:

**11γ. Πόσο άξιζαν τα χρήματα που ξοδέψατε;**

1.  Καθόλου      2.  Λίγο      3.  Μέτρια      4.  Πολύ      5.  Απόλυτα

**12α. Μάθατε για το νησί από:**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Συγγενείς/ φίλους  | <input type="checkbox"/> Τουριστικό οδηγό/ βιβλίο   |
| <input type="checkbox"/> Δημοσίευμα με ΜΜΕ ( <input type="checkbox"/> Εφημερίδα <input type="checkbox"/> Περιοδικό) | <input type="checkbox"/> Διαφήμιση ( <input type="checkbox"/> TV <input type="checkbox"/> Ραδιόφωνο <input type="checkbox"/> Τύπος) |
| <input type="checkbox"/> Τουριστικό πράκτορα  | <input type="checkbox"/> Διαδίκτυο (internet)   |
| <input type="checkbox"/> Τουριστική έκθεση  | <input type="checkbox"/> Άλλο (διευκρινίστε)  |

**12β. Για ποιόν από τους παρακάτω λόγους επιλέξατε αυτό το νησί;**

- |  |  |   |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> Γιατί δεν είχα ξαναέρθει      | <input type="checkbox"/> Συγγενικά/ φιλικά πρόσωπα | <input type="checkbox"/> Επαγγελματικοί λόγοι |
| <input type="checkbox"/> Φυσική ομορφιά                | <input type="checkbox"/> Αξιοθέατα                 | <input type="checkbox"/> Προσιτές τιμές       |
| <input type="checkbox"/> Ιστορία/ πολιτισμός του τόπου | <input type="checkbox"/> Καταγωγή                  | <input type="checkbox"/> Άλλο (διευκρινίστε)  |

- 12γ. Χρησιμοποίησατε το διαδίκτυο:** για να πληροφορηθείτε για το νησί;  ΝΑΙ  ΟΧΙ  
για να κάνετε κρατήσεις;  ΝΑΙ  ΟΧΙ

**13. Πόσο ικανοποιημένοι μείνατε από τα παρακάτω:**

(1: Καθόλου, 2: Λίγο, 3: Μέτρια, 4: Πολύ, 5: Απόλυτα)

	1	2	3	4	5	Σχόλια
1. Κατάλυμα						
2. Εστιατόρια						
3. Κέντρα διασκέδασης – ψυχαγωγίας						
4. Ταξί						
5. Λεωφορεία						
6. Τιμές						
7. Μουσεία – αρχαιολογικοί χώροι						
8. Καθαριότητα δημοσίων χώρων						
9. Καθαριότητα παραλιών/ θαλασσών						
10. Οδικό δίκτυο						
11. Αεροδρόμιο/ Λιμάνι						
12. Παρεχόμενη πληροφόρηση						
13. Σήμανση						
14. Φιλοξενία από τους ντόπιους						
15. Αίσθηση ασφάλειας						
16. Ανταποκρίθηκε ο τόπος στις προσδοκίες σας;						

**14α. Τι σας έκανε ιδιαίτερα ΚΑΛΗ εντύπωση;**

**14β. Τι σας έκανε ιδιαίτερα ΚΑΚΗ εντύπωση;**

- 15α. Θα επισκεπτόσασταν ξανά το νησί;**  ΝΑΙ  ΟΧΙ

**15β. Εάν ΟΧΙ, γιατί;**

- 16α. Θα προτείνατε σε φίλους σας να έρθουν για διακοπές στο νησί;**  ΝΑΙ  ΟΧΙ

**16β. Εάν ΟΧΙ, γιατί;**

**17. Πείτε μας λίγα πράγματα για το εαυτό σας:**

<b>17α. Φύλο:</b> <input type="checkbox"/> Άνδρας <input type="checkbox"/> Γυναίκα	<b>17β. Ηλικία:</b>	
<b>17γ. Ετήσιο εισόδημα (σε €):</b> <input type="checkbox"/> <15.000 <input type="checkbox"/> 15.000 – 30.000 <input type="checkbox"/> 30.000 – 45.000 <input type="checkbox"/> 45.000 – 60.000 <input type="checkbox"/> >60.000	<b>17δ. Επίπεδο εκπαίδευσης:</b> <input type="checkbox"/> Βασική εκπαίδευση <input type="checkbox"/> Λύκειο <input type="checkbox"/> Ανώτερη/ Ανώτατη <input type="checkbox"/> Μεταπτυχιακό/ Διδακτορικό <input type="checkbox"/> Άλλο (διευκρινίστε)	<b>17ε. Οικογενειακή κατάσταση:</b>

**Ερωτηματολόγιο τουριστών αγγλικό**

**TOURIST QUESTIONNAIRE**

No of questionnaire: .....

<input type="checkbox"/> Airport	Flight	<b>Date:</b>
<input type="checkbox"/> Port	Itinerary	<b>Interviewer:</b>

**1. Country of origin:**

**2. Do you travel with:**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Alone                   | <input type="checkbox"/> Family         |
| <input type="checkbox"/> Partner/ Spouse         | <input type="checkbox"/> Friends        |
| <input type="checkbox"/> Colleague/ Collaborator | <input type="checkbox"/> Other (define) |

**No of persons:**


**3. Aim/purpose of trip:**

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Relax                    | <input type="checkbox"/> Visiting friends/ relatives | <input type="checkbox"/> Visiting churches/ monasteries |
| <input type="checkbox"/> Getting to know the area | <input type="checkbox"/> Scuba diving                | <input type="checkbox"/> Congress                       |
| <input type="checkbox"/> Business                 | <input type="checkbox"/> Trekking                    | <input type="checkbox"/> Other (define)                 |

**4. Have you visited the area in the past?**

- YES  
 NO

**If YES, how many times?**

\_\_\_\_\_

**5. Means of transport by which you came?**

- |  |                                     |   |
|--|-------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Airplane (regular flight) | <input type="checkbox"/> Boat       | <input type="checkbox"/> Other (define) |
| <input type="checkbox"/> Airplane (charter flight) | <input type="checkbox"/> Car/ coach | _____                                   |

**6a. In which town of the area did you stay?**

**6b. What sightseeing did you visit?**

\_\_\_\_\_

**7. How many nights did you stay?**

\_\_\_\_\_

**8. Accommodation type:**

- |   |   |  |   |
|---|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Hotel                              | <input type="checkbox"/> Class                    | <input type="checkbox"/> House of friends/ relatives | <input type="checkbox"/> Organised camping site |
| <input type="checkbox"/> Independent house (Villas/ houses) | <input type="checkbox"/> Rented rooms/ apartments | <input type="checkbox"/> Free camping site           |   |
| <input type="checkbox"/> Personal country house             | <input type="checkbox"/> Other (define)           |  |   |

**9. Type of reservation:**

- |  |                                     |   |
|--|-------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Room only       | <input type="checkbox"/> Half board | <input type="checkbox"/> All inclusive  |
| <input type="checkbox"/> Bed & Breakfast | <input type="checkbox"/> Full board | <input type="checkbox"/> Other (define) |

**10. Means of local transport:**

- |   |                                      |                                |   |
|---|--------------------------------------|--------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Private car/ motorbike | <input type="checkbox"/> Rented bike | <input type="checkbox"/> Coach | <input type="checkbox"/> Other (define) |
| <input type="checkbox"/> Rented car             | <input type="checkbox"/> Bus         | <input type="checkbox"/> Taxi  | _____                                   |

**11a. How much did you spend for the whole trip? (in €)**

**To how many people this money corresponds?**

\_\_\_\_\_

**11b. Did you purchase a tourism package?**

- If YES please ignore the right column

- If NO please ignore the left column

**How much did you pay for the package (in €)?**

**How much did you pay for the following services (in €)?**

**What did the package include:**

- Tickets  
 Residence  
 Food  
 Transfer  
 Car/ motorbike rental  
 Excursion

Tickets: \_\_\_\_\_  
Residence: \_\_\_\_\_  
Food: \_\_\_\_\_  
Entertainment: \_\_\_\_\_  
Local transport: \_\_\_\_\_  
Activities: \_\_\_\_\_

How many extra money did you spend (in €)? Other expenses/ purchases:

**11c. Was the money you spend worth it (please note a number)?**

1.  Not at all    2.  Not so much    3.  Middle    4.  Much    5.  Absolutely

**12a. You have learned about the area from:**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Friends/ Relatives<br><input type="checkbox"/> Article ( <input type="checkbox"/> in a Newspaper <input type="checkbox"/> in a Magazine)<br><input type="checkbox"/> Travel Agency<br><input type="checkbox"/> Tourism exhibition | <input type="checkbox"/> Tourist guide/ book<br><input type="checkbox"/> Advertisement ( <input type="checkbox"/> TV <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Press)<br><input type="checkbox"/> Internet<br><input type="checkbox"/> Other (define) |
|--|---|

**12b. Why did you choose this particular area for your trip?**

- |   |   |   |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Never visited before | <input type="checkbox"/> Friends/ relatives | <input type="checkbox"/> Business       |
| <input type="checkbox"/> Natural beauty       | <input type="checkbox"/> Sightseeing        | <input type="checkbox"/> Reasonable     |
| <input type="checkbox"/> History/ culture     | <input type="checkbox"/> Origin             | <input type="checkbox"/> Other (define) |

- 12c. Did you use the internet in order to:**    get information about the area?     YES     NO  
 to make a reservation?     YES     NO

**13. Level of satisfaction received from:**  
**(1: Very poor, 2: Poor, 3: Satisfactory, 4: Good, 5: Excellent)**

	1	2	3	4	5	Comments
1. Accommodation						
2. Restaurants						
3. Nightlife – entertainment						
4. Taxis						
5. Buses						
6. Prices						
7. Museums/ archeological sites						
8. Cleanliness of public places						
9. Cleanliness of beaches/ sea						
10. Road network						
11. Airport/ Port						
12. Provided information						
13. Signs						
14. Local hospitality						
15. Safety						
16. Did the destination meet your expectations?						

**14a. What has made a GOOD impression to you?**

**14b. What has made a BAD impression to you?**

- 15a. Would you visit the area again?**     YES     NO

**15b. If NO, why?**

- 16a. Would you propose the are to your friends;**     YES     NO

**16b. If NO, why?**

**17. Tell us a few things about yourself:**

- 17a. Sex:**     Male     Female

**17b. Age:**

**17c. Annual income (in €):**

- <15.000  
 15.000 – 30.000  
 30.000 – 45.000  
 45.000 – 60.000  
 >60.000

**17d. Educational level:**

- Basic education  
 High school  
 University/ College  
 Master/ PhD  
 Other (define)

**17e. Marital status:**



**Ερωτηματολόγιο πελατών καταλυμάτων**

Ερωτηματολόγιο για τους πελάτες των ξενοδοχείων  
Questionnaire for the guests in the hotels

Αριθ. Δωματίου/ Room No:

Ημερομηνία/ Date:

**Για να μπορέσουμε να σας εξυπηρετήσουμε κατά τον καλύτερο τρόπο, παρακαλούμε να συμπληρώσετε τα παρακάτω. Ευχαριστούμε.  
In order to satisfy you better, please fill in this questionnaire. Thank you.**

**Πώς βαθμολογείτε τα παρακάτω;  
How would you rate the followings?**

1	2	3	4	5
Απαράδεκτη/ Rejected	Μη ικανοποιητική/ Poor	Μέτρια/ Middle	Καλή/ Good	Άριστη/ Excellent
<b>A. ΚΤΙΡΙΑΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ, ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΙ – ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΙ ΧΩΡΟΙ/ A. INSTALLATIONS, INSIDE – OUTSIDE AREAS</b>				
1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αρχιτεκτονική κτιρίου/ Architect style				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Εσωτερική διακόσμηση/ Inside decoration				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Εξωτερικό περιβάλλον, κήποι/ Outside environment, garden				
<b>B. ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ/ B. SERVICE</b>				
1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Υποδοχή/ Reception				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Καμαριέρα/ Housekeeping				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Εστιατόριο/ Restaurant				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μπαρ/ Bar				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης/ Speed of service				
<b>Γ. ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΤΡΟΦΩΝ/ ΠΟΤΩΝ/ C. QUALITY OF FOOD/ DRINKS</b>				
1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Πρωινό/ Breakfast				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Δείπνο/ Dinner				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μπουφές/ Buffets				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μπαρ/ Bar				
<b>Δ. ΤΙΜΕΣ/ D. PRICES</b>				
1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Διαμονή/ Residence				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Πρωινό/ Breakfast				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Εστιατόριο/ Restaurant				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μπαρ δωματίου/ Room bar				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Σνακ/ Snacks				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Υπηρεσίες επικοινωνιών (τηλέφωνο, διαδίκτυο)/ Communications (telephone, internet)				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Υπηρεσίες καθαριότητας (πλύσιμο, σιδέρωμα)/ Clothes cleaning				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Πώληση αναμνηστικών/ Souvenirs				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4	5
Ε. ΓΕΝΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ/ E. GENERAL EVALUATION					
Ξενοδοχείο/ Hotel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Θα προτιμήσετε ξανά το Ξενοδοχείο μας;  
Would you choose our Hotel again?**

Ναι/ Yes <input type="checkbox"/>	Ίσως/ Maybe <input type="checkbox"/>	Όχι/ No <input type="checkbox"/>
--------------------------------------	---	-------------------------------------

**Γιατί/ Why?**

---



---



---



---

**Σχόλια/ Προτάσεις - Comments/ Suggestions**

---



---



---



---



---



---



---



---

Σας ευχαριστούμε για το χρόνο που διαθέσατε.  
Thank you for the time you devoted.