



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ



ΕΝΑ ΧΙΟΥ Α.Ε.

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ Ν. ΧΙΟΥ

Ετήσια έκθεση τουριστικής κατάστασης Ν. Χίου 2004-2006

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

Μυτιλήνη
Μάρτιος 2007

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	5
1.1 Σκοπός της έκθεσης	5
1.2 Διάρθρωση εργασίας	6
1.3 Μεθοδολογικό πλαίσιο	6
1.4 Συλλογή δεδομένων	12
2. Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ	13
2.1 Τα Γενικά χαρακτηριστικά του τόπου	13
2.2. Η Τουριστική Προσφορά	13
2.2.1. Φυσικοί πόροι	14
2.2.2. Πολιτιστικοί πόροι	15
2.2.3. Τουριστικές υποδομές	17
2.2.4. Γενικές Υποδομές	18
2.2.5 Τα καταλύματα	22
2.2.6 Λοιπές τουριστικές επιχειρήσεις	27
2.2.7. Απασχόληση – εργατικό δυναμικό	28
3. Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ	31
3.1 Αφίξεις σε λιμάνι και αεροδρόμιο	31
3.2 Χαρακτηριστικά της ζήτησης σε ξενοδοχειακά καταλύματα	36
3.3. Υπολογισμός αριθμού τουριστών & παραθεριστών και των διανυκτερεύσεων που πραγματοποιούν στη Χίο	44
3.4 Χαρακτηριστικά, συμπεριφορά και ικανοποίηση τουριστών	47
3.4.1 Χαρακτηριστικά των τουριστών	47
3.4.2 Συμπεριφορά τουριστών	48
3.4.3. Τουριστική δαπάνη	53
3.4.4. Ικανοποίηση τουριστών	55
3.5 Επισκέψεις σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους	63
4. Η ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	64
4.1 Οι κύριοι εμπλεκόμενοι φορείς στον Τουρισμό	64
4.2. Δράσεις Τουριστικής προβολής	67
4.3. Η οργάνωση της τουριστικής αγοράς	71
5. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ Ν. ΧΙΟΥ	72
5.1. Τουριστική δαπάνη και οικονομικές επιπτώσεις	73
5.2 Απασχόληση – Εργατικό δυναμικό	75
5.3. Περιβαλλοντικές πιέσεις και κατάσταση περιβάλλοντος	79
6. ANTI ΕΠΙΛΟΓΟΥ: ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ	83

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΣΧΗΜΑΤΩΝ

ΣΧΗΜΑ 1. Μεθοδολογικό Πλαίσιο Λειτουργίας Τουριστικού Παρατηρητηρίου	7
ΣΧΗΜΑ 2. Αναπαράσταση των σταδίων της διαδικασίας παραγωγής και διάθεσης του τουριστικού προϊόντος	8
ΣΧΗΜΑ 3. Απόδοση – επιπτώσεις τουρισμού	10

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

ΓΡΑΦΗΜΑ 1: Διαχρονική εξέλιξη κλινών στην Περιφέρεια Β. Αιγαίου	22
ΓΡΑΦΗΜΑ 2: Διαχρονική εξέλιξη κλινών ανά κατηγορία ξενοδοχειακού καταλύματος	23
ΓΡΑΦΗΜΑ 3: Χωρική κατανομή Ξενοδοχειακών Κλινών στο Ν. Χίου (2003)	24
ΓΡΑΦΗΜΑ 4: Χωρική κατανομή κλινών Ενοικ. Δωματίων στο Ν. Χίου (2004)	25
ΓΡΑΦΗΜΑ 5: Διαχρονικής εξέλιξης αφίξεων ανά μέσο μεταφοράς	32
ΓΡΑΦΗΜΑ 6: Διαχρονική εξέλιξη αφίξεων Charter, ανά εθνικότητα	34
ΓΡΑΦΗΜΑ 7: Εποχικότητα αφίξεων ανά μέσο μεταφοράς, 2005	35
ΓΡΑΦΗΜΑ 8: Διαχρονική εξέλιξη Αφίξεων στα Ξενοδοχειακά Καταλύματα	36
ΓΡΑΦΗΜΑ 9: Διαχρονική εξέλιξη διανυκτερεύσεων στα Ξενοδοχειακά Καταλύματα	37
ΓΡΑΦΗΜΑ 10: Εποχικότητα διανυκτερεύσεων τουριστών, 2004	38
ΓΡΑΦΗΜΑ 11: Μέση διάρκεια παραμονής Ελλήνων και αλλοδαπών τουριστών	38
ΓΡΑΦΗΜΑ 12: Κυρίαρχες εθνικότητες στις διανυκτερεύσεις των ξενοδοχειακών καταλυμάτων, 2004	41
ΓΡΑΦΗΜΑ 13: Διαχρονική εξέλιξη πληροτήτων στην Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου	42
ΓΡΑΦΗΜΑ 14: Πληρότητες ανά μήνα στα ξενοδοχειακά καταλύματα, 2004	42
ΓΡΑΦΗΜΑ 15: Μέση πληρότητα ανά μήνα για την περίοδο 2002-2004	43
ΓΡΑΦΗΜΑ 16: Επισκέπτες μουσείων ανά μήνα, 2004 και 2005	63
ΓΡΑΦΗΜΑ 17: Κατανομή εξόδων του Προγράμματος της Ν.Ε.Τ.Π	68

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

ΠΙΝΑΚΑΣ 1: Βασικοί δείκτες τουριστικής πίεσης	23
ΠΙΝΑΚΑΣ 2: Αριθμός κλινών σε ξενοδοχειακά καταλύματα, ανά κατηγορία και μέση δυναμικότητα, 2005	24
ΠΙΝΑΚΑΣ 3: Κατάταξη ξενοδοχειακών καταλυμάτων με το σύστημα των αστεριών.	25
ΠΙΝΑΚΑΣ 4: Πραγματικός αριθμός κλινών σε ενοικιαζόμενα δωμάτια ανά κατηγορία και μέση δυναμικότητα, 2004	26
ΠΙΝΑΚΑΣ 5: Κλίνες σε αγροτουριστικά καταλύματα 2005	26
ΠΙΝΑΚΑΣ 6: Επιχειρήσεις συναφείς με τουρισμό	27
ΠΙΝΑΚΑΣ 7: Βασικοί Κλάδοι παραγωγικής δραστηριότητας στο Νομό Χίου και Τζίρος αυτών (σε εκ. €)	28
ΠΙΝΑΚΑΣ 8: Επίπεδο Εκπαίδευσης στο Νομό Χίου	29
ΠΙΝΑΚΑΣ 9: Απασχολούμενοι ανά ομάδες ατομικών επαγγελματιών και θέση.	29
ΠΙΝΑΚΑΣ 10: Απασχολούμενοι στους κλάδους της οικονομίας ανά Δήμο, στο Νομό Χίου	30
ΠΙΝΑΚΑΣ 11: Διαχρονική εξέλιξη αφίξεων στις πύλες εισόδου της Χίου, ανά μέσο μεταφοράς.	31
ΠΙΝΑΚΑΣ 12: Αφίξεις επιβατών πτήσεων charter (ανά εθνικότητα) και εσωτερικού ανά μήνα, 2005	33
ΠΙΝΑΚΑΣ 13: Κατανομή αφίξεων ανά μήνα και μέσο μεταφοράς, 2005	34
ΠΙΝΑΚΑΣ 14: Μέση διάρκεια παραμονής ανά μήνα 2004	39
ΠΙΝΑΚΑΣ 15: Αφίξεις και διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα ανά εθνικότητα.	40
ΠΙΝΑΚΑΣ 16: Εκτίμηση διαρροής αλλοδαπών τουριστών charter, ανά εθνικότητα σε μη ξενοδοχειακά καταλύματα.	44
ΠΙΝΑΚΑΣ 17: Εκτίμηση ελάχιστων αφίξεων – διανυκτερεύσεων σε ΕΔ από τουρίστες charter	45
ΠΙΝΑΚΑΣ 18: Εκτίμηση αφίξεων και διανυκτερεύσεων τουριστών και παραθεριστών	46
ΠΙΝΑΚΑΣ 19: Κατανομή ηλικιών του δείγματος τουριστών 2004, 2006.	47
ΠΙΝΑΚΑΣ 20: Εισόδημα τουριστών του δείγματος 2004, 2006.	48
ΠΙΝΑΚΑΣ 21: Κίνητρα ταξιδιού των τουριστών του δείγματος 2004, 2006.	49
ΠΙΝΑΚΑΣ 22: Πληροφόρηση για το νησί από διάφορες πηγές των τουριστών του δείγματος 2004, 2006.	49

ΠΙΝΑΚΑΣ 23: Άτομα στην παρέα των τουριστών του δείγματος 2004, 2006.	50
ΠΙΝΑΚΑΣ 24: Επαναληψιμότητα ταξιδιών των τουριστών του δείγματος 2004, 2006.	50
ΠΙΝΑΚΑΣ 25: Περιοχές διαμονής των τουριστών του δείγματος 2004, 2006.	50
ΠΙΝΑΚΑΣ 26: Διάρκεια διαμονής των τουριστών του δείγματος 2004, 2006.	50
ΠΙΝΑΚΑΣ 27: Τύπος καταλύματος που επέλεξαν οι τουρίστες του δείγματος 2004, 2006.	51
ΠΙΝΑΚΑΣ 28: Τρόπος οργάνωσης των τουριστών του δείγματος 2004, 2006.	52
ΠΙΝΑΚΑΣ 29: Μέσο άφιξης των τουριστών του δείγματος 2004, 2006.	52
ΠΙΝΑΚΑΣ 30: Τύπος κράτησης των τουριστών του δείγματος 2004, 2006.	52
ΠΙΝΑΚΑΣ 31: Μέσο μεταφοράς που επέλεξαν οι τουρίστες του δείγματος 2006.	53
ΠΙΝΑΚΑΣ 32: Ατομικά ημερήσια έξοδα τουριστών του δείγματος 2004.	54
ΠΙΝΑΚΑΣ 33: Ατομικά ημερήσια έξοδα τουριστών του δείγματος 2006.	55
ΠΙΝΑΚΑΣ 34: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από το κατάλυμα 2004, 2006.	56
ΠΙΝΑΚΑΣ 35: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από τα εστιατόρια 2006.	57
ΠΙΝΑΚΑΣ 36: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους 2006.	57
ΠΙΝΑΚΑΣ 37: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από την παρεχόμενη πληροφόρηση 2004, 2006.	57
ΠΙΝΑΚΑΣ 38: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από κέντρα διασκέδασης και ψυχαγωγίας 2006.	58
ΠΙΝΑΚΑΣ 39: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από τα ταξί 2006.	58
ΠΙΝΑΚΑΣ 40: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από τα λεωφορεία 2006.	58
ΠΙΝΑΚΑΣ 41: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από την καθαριότητα των δημόσιων χώρων 2004, 2006.	58
ΠΙΝΑΚΑΣ 42: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από την καθαριότητα των θαλασσών και των παραλιών 2004, 2006.	59
ΠΙΝΑΚΑΣ 43: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από το οδικό δίκτυο 2006.	59
ΠΙΝΑΚΑΣ 44: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από τη σήμανση 2006.	59
ΠΙΝΑΚΑΣ 45: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από το αεροδρόμιο 2006.	59
ΠΙΝΑΚΑΣ 46: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από το λιμάνι 2006.	60
ΠΙΝΑΚΑΣ 47: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από τις γενικές υποδομές 2004, 2006.	60
ΠΙΝΑΚΑΣ 48: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από τη φιλοξενία των ντόπιων 2004, 2006.	60
ΠΙΝΑΚΑΣ 49: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από τον προορισμό, πόσο ανταποκρίθηκε στις προσδοκίες των τουριστών 2006.	61
ΠΙΝΑΚΑΣ 50: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από τις διακοπές τους, πόσο άξιζαν τα χρήματα που ξόδεψαν 2006.	61
ΠΙΝΑΚΑΣ 51: Επανάληψη ταξιδιού στο μέλλον	61
ΠΙΝΑΚΑΣ 52: Πρόταση σε φίλους	62
ΠΙΝΑΚΑΣ 53: Επισκέπτες μουσείων στο Νομό Χίου	63
ΠΙΝΑΚΑΣ 54: Ετήσιο κόστος Προγράμματος Ν.Ε.Τ.Π	67
ΠΙΝΑΚΑΣ 55: Ιστοσελίδες προβολής του Νομού και αξιολόγηση επισκεψιμότητας	69
ΠΙΝΑΚΑΣ 56: Εκτιμώμενη απασχόληση στον ξενοδοχειακό κλάδο, 1993.	78
ΠΙΝΑΚΑΣ 57: Εκτιμώμενη κατανομή της απασχόλησης στον ξενοδοχειακό κλάδο κατά κατηγορίες καταλυμάτων και βαθμό ειδίκευσης, 1993.	78
ΠΙΝΑΚΑΣ 58: Κατανομή της άμεσης απασχόλησης του τουριστικού τομέα κατά ειδικευμένο και μη προσωπικό.	79
ΠΙΝΑΚΑΣ 59: Άμεση απασχόληση στον τουρισμό, 1993.	79
ΠΙΝΑΚΑΣ 60: Εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος ανά νησί και μορφή τουρισμού	86

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Σκοπός της έκθεσης

Η παρούσα έκθεση αποτελεί την πρώτη προσπάθεια για την καταγραφή και αξιολόγηση της κατάστασης του τουρισμού στο Ν. Χίου καθώς και εκτίμηση των επιπτώσεών του στην ανάπτυξή του με βάση τη μεθοδολογία που αναπτύσσει το Εργαστήριο Τοπικής και Νησιωτικής Ανάπτυξης του Πανεπιστημίου Αιγαίου.

Η έκθεση αυτή αποτελεί τμήμα σειράς παραδοτέων που αποτελούν τη βάση για τη λειτουργία του Τουριστικού Παρατηρητηρίου του Ν. Χίου και βασίζεται κυρίως σε δεδομένα που συγκεντρώνονται στο πλαίσιο αυτό αλλά και σε παλαιότερες εργασίες του Εργαστηρίου¹.

Ο τουρισμός, ως πολυσύνθετο φαινόμενο, αποτελεί βασική δραστηριότητα για τις τοπικές κοινωνίες πολλών περιοχών. Οι επιπτώσεις που προκαλούνται στη βιώσιμη ανάπτυξη των κοινωνιών υποδοχής χρήζουν εξέτασης σε βάθος και στις τρεις διαστάσεις της: την οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον. Οι παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν τις επιδόσεις στις τρεις αυτές διαστάσεις αφορούν στη ζήτηση, την προσφορά και την οργάνωση του τουρισμού της περιοχής.

Η ανάγκη, η οποία προκύπτει λόγω της συνθετότητας του φαινομένου, για σχεδιασμό και άσκησης τουριστικής πολιτικής σε ένα προορισμό, οδηγεί στη χρήση ενός οργάνου, του Διαχειριστή Προορισμού, αρμοδίου για τη συνεχή παρακολούθηση της τουριστικής κατάστασης. Προϋπόθεση αποτελεί, η συλλογή, ανάλυση και επεξεργασία των στοιχείων εκείνων με στόχο τον εντοπισμό των προβλημάτων και των αιτιών τους, και την υποβολή προτάσεων για χάραξη τουριστικής πολιτικής, με απώτερο σκοπό τη βιώσιμη ανάπτυξη, σε τοπικό ή περιφερειακό επίπεδο.

Συνεπώς, η λειτουργία του Τουριστικού Παρατηρητηρίου οφείλει να ενσωματώνει το καταλληλότερο σύστημα για τη συγκέντρωση και επεξεργασία των πληροφοριών. Η δυσκολία έγκειται στην επιλογή των κατάλληλων δεικτών και μεταβλητών για τη συλλογή των σημαντικών δεδομένων, τα οποία αφορούν στη ζήτηση, την προσφορά και στην οργάνωση, τόσο από δευτερογενή έρευνα, όσο και από πρωτογενή, τα οποία να αποδίδουν και ποσοτικά, αλλά και ποιοτικά χαρακτηριστικά. Δεδομένου ότι τα στοιχεία απευθύνονται σε τοπικούς φορείς άσκησης πολιτικής, οι δείκτες και οι μεταβλητές που θα επιλεγθούν οφείλουν να είναι απλοί και κατανοητοί.

¹ Ειδικότερα χρησιμοποιούνται οι μεταπτυχιακές εργασίες των: Καράμπελα Σοφία, Συράκη Γιάννη και Κόβα Μαρία που εκπονήθηκαν στο πλαίσιο του ΔΠΜΣ «Σχεδιασμός, Διοίκηση και Πολιτική του Τουρισμού».

Η ολιστική ανάλυση της προσφοράς, της ζήτησης, της οργάνωσης και των επιπτώσεών τους στην ανάπτυξη, αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για την άντληση ασφαλών συμπερασμάτων.

1.2 Διάρθρωση εργασίας

Η παρούσα έκθεση αποτελείται από 5 μέρη:

- Στο 1^ο κεφάλαιο γίνεται παρουσίαση της δομής της έκθεσης και σύντομη παρουσίαση των μεθοδολογικών εργαλείων που χρησιμοποιήθηκαν.
- Στο 2^ο κεφάλαιο αναλύεται η τουριστική προσφορά του Νομού με περιγραφή των υπάρχοντων πόρων και του βαθμού αξιοποίησής τους, των τουριστικών υποδομών και ανοδωμών, των υφιστάμενων τουριστικών υπηρεσιών, καθώς και των γενικών υποδομών του Νομού.
- Στο 3^ο κεφάλαιο καταγράφεται και αναλύεται η τουριστική ζήτηση με κύριο στόχο τον υπολογισμό του αριθμού των τουριστών που επισκέπτονται τον Νομό και του αριθμού των διανυκτερεύσεων που πραγματοποιούν στα κύρια και βοηθητικά καταλύματα. Επίσης, με βάση τα στοιχεία των ερευνών τουριστών που έγιναν από την ΕΝΑ Χίου τα έτη 2004-6 γίνεται παρουσίαση των χαρακτηριστικών, της συμπεριφοράς και του βαθμού ικανοποίησης των τουριστών.
- Στο 4^ο κεφάλαιο αναλύεται η οργάνωση της τουριστικής αγοράς με έμφαση στο ρόλο των τοπικών φορέων στην οργάνωση, την προβολή και την προώθηση του τουριστικού προϊόντος της περιοχής και στο ρόλο των θεσμοποιημένων φορέων (Τ.Ο).
- Στο 5^ο κεφάλαιο, γίνεται μία πρώτη προσπάθεια καταγραφής και αξιολόγησης τόσο των επιδόσεων του τουρισμού, όσο και των επιπτώσεών του στη βιώσιμη ανάπτυξη του Νομού.
- Τέλος στο 6^ο κεφάλαιο γίνεται μία προσπάθεια κωδικοποιημένης παρουσίασης προτάσεων πολιτικής.

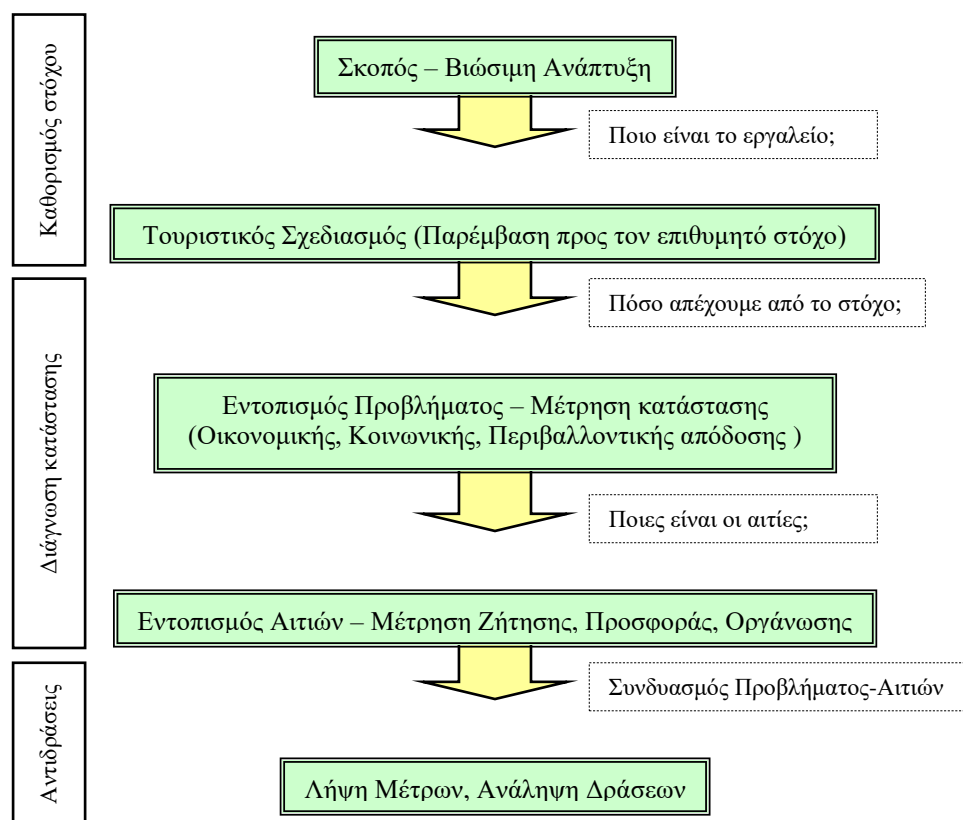
1.3 Μεθοδολογικό πλαίσιο

Στόχος της παρούσας μελέτης αποτελεί η ανάλυση της κατάστασης του τουρισμού της Χίου, ώστε να υπάρξει η επαρκής πληροφόρηση πάνω στην οποία θα στηριχθεί ο σχεδιασμός τουριστικής πολιτικής. Ο τουριστικός σχεδιασμός αποτελεί την παρέμβαση προς τον επιθυμητό στόχο, ο οποίος αποβλέπει στις αρχές της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και ευρύτερα της βιώσιμης ανάπτυξης του προορισμού. Για την εφαρμογή σχεδιασμού πρέπει να γίνει εντοπισμός του προβλήματος, το οποίο πρόβλημα αντικατοπτρίζεται στις τρεις διαστάσεις της βιώσιμης ανάπτυξης και ουσιαστικά την απόκλιση από αυτήν. Για τις ανάγκες της μελέτης ήταν αναγκαία η δημιουργία ενός πλαισίου ανάλυσης της κατάστασης του τουρισμού για την εφαρμογή τουριστικού σχεδιασμού, και η δημιουργία ενός εργαλείου συγκέντρωσης και ανάλυσης πληροφορίας που ονομάζεται «Τουριστικό Παρατηρητήριο».

Στη συνέχεια, για τον προσδιορισμό των αιτιών, γίνεται ανάλυση του τουριστικού συστήματος και μέτρηση των τριών μερών του, τη ζήτηση, την προσφορά και την οργάνωση, στην εξεταζόμενη περιοχή. Το τρίπτυχο αυτό μελετάται ως παράγοντες, οι οποίοι ασκούν επιρροή στην απόδοση του τουρισμού σε έναν προορισμό και αφορούν στην οικονομία (τουριστική δαπάνη), στην κοινωνία (απασχόληση) και στο περιβάλλον (κατανάλωση πόρων και παραγωγή αποβλήτων). Η απόδοση του τουρισμού αποτελεί το απαραίτητο βήμα πριν την εκτίμηση των επιπτώσεων του τουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής μελέτης.

Το μεθοδολογικό πλαίσιο λειτουργίας που ακολουθεί το τουριστικό παρατηρητήριο λαμβάνει την παρακάτω σχηματική απεικόνιση (Σχήμα 1).

ΣΧΗΜΑ 1. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟΥ

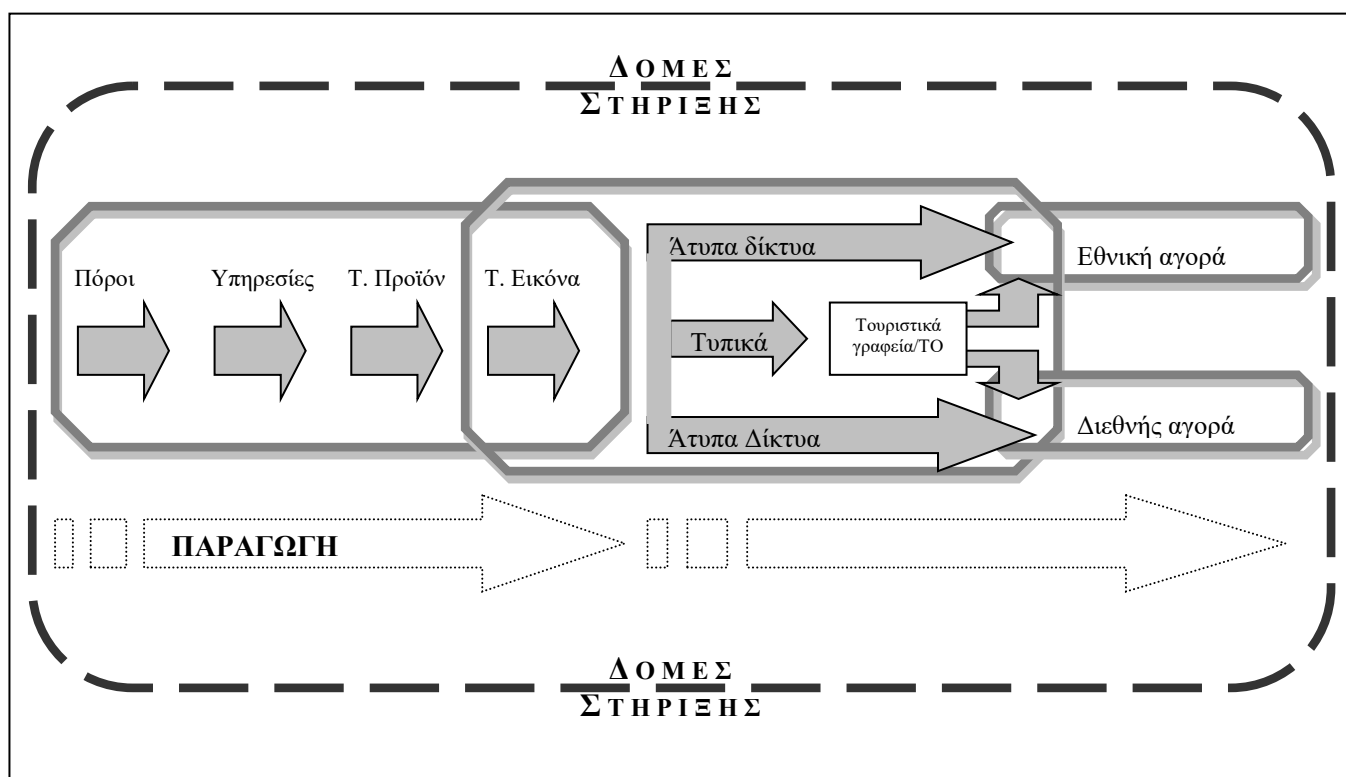


Για τις ανάγκες της συγκεκριμένης έκθεσης αποτελεί προϋπόθεση να γίνει ανάλυση όλων των σταδίων της παραγωγικής διαδικασίας του τουριστικού προϊόντος, με στόχο να αναδειχθεί η αναγκαιότητα για τη συνολική αποτίμηση της κατάστασης. Η συνολική παραγωγική διαδικασία παρουσιάζεται σχηματικά στο Σχήμα 2.

Οι **διαδικασίες παραγωγής**, αναφέρονται στους τρόπους και τις μεθόδους παραγωγής του τουριστικού προϊόντος. Η διαδικασία ξεκινά από τους

τουριστικούς πόρους (είναι πρώτες ύλες για την παραγωγή του τουριστικού προϊόντος), που χρησιμοποιούνται άμεσα ή έμμεσα για την παραγωγή του μέσα από τις διαφορετικές υπηρεσίες βάσης που το συνθέτουν. Ως υπηρεσίες βάσης ορίζουμε όλες εκείνες τις υπηρεσίες που παράγονται από μεμονωμένες επιχειρήσεις, όπως τα ξενοδοχεία και άλλες επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών διανυκτέρευσης, τα εστιατόρια, τα γραφεία ταξιδίων και ενοικιάσεων αυτοκινήτων, τα bar και τα άλλα καταστήματα ψυχαγωγίας, οι υπηρεσίες ξενάγησης και πολιτισμού, τα καταστήματα εμπορίου, οι επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών αναψυχής (θαλάσσια σπορ, κ.λπ.).

ΣΧΗΜΑ 2. ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ ΤΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΘΕΣΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ



Ως τουριστικό προϊόν ορίζουμε το συνδυασμό πόρων και υπηρεσιών βάσης που προσφέρονται ως ένα προϊόν στον τελικό καταναλωτή: για παράδειγμα το προϊόν των 3S συντίθεται από «υπηρεσίες» ήλιου και παραλίας, από υπηρεσίες ύπνου, εστίασης, μετακίνησης, πιθανόν υπηρεσίες ξενάγησης, κ.λπ. Το τελικό προϊόν δεν είναι αποτέλεσμα της δράσης ενός παραγωγού, αλλά συνδυασμός περισσότερων, ενώ καθοριστική είναι η συμβολή της διοίκησης και της αυτοδιοίκησης. **Αυτή η ιδιαιτερότητα του τουριστικού προϊόντος είναι που καθιστά απαραίτητη την ενεργοποίηση δομών στήριξης και ιδιαίτερα του διαχειριστή προορισμού.** Η δημιουργία της τουριστικής εικόνας μίας περιοχής αν και αποτελεί αντικείμενο του marketing διαφοροποιείται στην περίπτωση του τουρισμού από εκείνη των «κλασικών» προϊόντων και υπηρεσιών γιατί δεν αποτελεί αντικείμενο των ίδιων

παραγωγών, αλλά είτε των δομών στήριξης (Νομαρχιακές Αυτοδιοικήσεις, Οργανισμοί Τουρισμού, Αναπτυξιακές Εταιρείες), είτε των δικτύων διακίνησης (τουριστικά γραφεία και tour-operators), είτε και των δύο, ο καθένας εξυπηρετώντας τους δικούς του στόχους. Οι μεμονωμένοι παραγωγοί προωθούν τις επιχειρήσεις τους και έμμεσα τον προορισμό και τα προϊόντα του.

Τα **δίκτυα διακίνησης**, αναφέρονται στη συνέχεια της διαδικασίας παραγωγής και στη διάθεση των προϊόντων στην εθνική και τη διεθνή αγορά. Ως δίκτυα διακίνησης έτσι, μπορούν να οριστούν οι αλυσίδες μέσω των οποίων διακινούνται τα προϊόντα. Τα δίκτυα μπορούν να διαχωριστούν σε *τυπικά* και *άτυπα δίκτυα*. Τα τυπικά δίκτυα αναφέρονται σε αλυσίδες που περιλαμβάνουν τους επίσημους εμπορικούς φορείς διακίνησης (λιανικούς εμπόρους ή τουριστικά γραφεία, χονδρεμπόρους ή tour-operators, μεταφορείς όπως π.χ. εταιρείες charters κ.λπ.). Τα άτυπα δίκτυα είναι τα δίκτυα όπου ο παραγωγός ή η ομάδα παραγωγών διαθέτει τα προϊόντα κατευθείαν σε καταναλωτές, χωρίς τη μεσολάβηση του τυπικού εμπορικού κυκλώματος π.χ. μέσα από το διαδίκτυο. Έτσι, μία προσπάθεια ανασυγκρότησης των διαφόρων δικτύων διακίνησης μπορεί να προσφέρει πολύτιμες πληροφορίες για τις διαφορές μεταξύ των τυπικών και άτυπων δικτύων διακίνησης, ιδίως στο τμήμα της προστιθέμενης αξίας του προϊόντος ή της υπηρεσίας που τελικά καρπώνονται οι παραγωγοί και σε εκείνο που καρπώνονται οι διακινητές, που είναι χρήσιμες για τη χάραξη της στρατηγικής προώθησης.

Η **απόδοση του τουρισμού** (Σχ. 3) χρησιμοποιείται προκειμένου να εντοπιστεί η θέση του προορισμού στο ανταγωνιστικό περιβάλλον της τουριστικής αγοράς. Στόχος είναι να εντοπιστούν τα ισχυρά σημεία, τα οποία χρήζουν ανάδειξης και προβολής, αλλά και τα αδύναμα σημεία, τα οποία πρέπει να διορθωθούν. Για τη μέτρηση της απόδοσης του τουρισμού θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη τόσο τα άμεσα αποτελέσματα της εφαρμογής της δραστηριότητας σε μία περιοχή, όσο και τα έμμεσα και παράγωγα αποτελέσματα. Με τον όρο απόδοση (ή επίδοση) αναφερόμαστε μόνο στα άμεσα αποτελέσματα που παρουσιάζονται στον προορισμό. Ο όρος επίπτωση είναι όμως διαφορετικός και σχετίζεται με τα δευτερογενή και συνολικά αποτελέσματα της δραστηριότητας στην περιοχή. Για παράδειγμα, ένα άμεσο αποτέλεσμα της τουριστικής δραστηριότητας μετράται με την αύξηση της ημερήσιας δαπάνης ανά τουρίστα ή της συνολικής τουριστικής δαπάνης στον προορισμό, ενώ το έμμεσο αποτέλεσμα, δηλαδή η περαιτέρω επίπτωση είναι η μεταβολή της συμμετοχής του τουρισμού στο ΑΕΠ του προορισμού. Τα άμεσα και έμμεσα αποτελέσματα του τουρισμού απεικονίζονται σχηματικά στο ακόλουθο σχήμα, με τις παραμέτρους και τους δείκτες μέτρησής τους, καθώς επίσης και ενδεικτικές ενέργειες πολιτικής προκειμένου να αμβλυνθούν τα προβλήματα όπου εντοπίζονται.

Απαραίτητο αρχικό στάδιο είναι η καταγραφή των γενικών υποδομών του προορισμού (πύλες εισόδου, οδικό δίκτυο, μεταφορές κ.λπ.) και των τουριστικών υποδομών που προσφέρουν αντίστοιχες υπηρεσίες (συνεδριακά κέντρα, ξενοδοχειακό δυναμικό κ.λπ.), δηλαδή η τουριστική προσφορά. Οι

υποδομές αυτές επηρεάζουν από την κατασκευή τους τις υφιστάμενες χρήσεις γης της περιοχής και επιφέρουν αλλαγές σε αυτές. Σε ό,τι αφορά στην εκτίμηση των συνεπειών του τουρισμού σημαντικές παράμετροι είναι ο αριθμός κλινών ανά τύπο και κατηγορία καταλύματος, όπως επίσης και ο αριθμός διανυκτερεύσεων που πραγματοποιούνται σε αυτές.

Η οικονομική απόδοση των τουριστών που επισκέπτονται τον προορισμό καταγράφεται μέσα από τη δαπάνη που οι τουρίστες αυτοί πραγματοποιούν κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους. Το μέγεθος της δαπάνης αυτής μπορεί να προκύψει από δειγματοληπτική έρευνα με χρήση ερωτηματολογίων στους τουρίστες. Η δαπάνη αναλύεται σε έξοδα για διαμονή, διατροφή, μετακινήσεις, διασκέδαση, αγορές κ.λπ. Η τουριστική δαπάνη επηρεάζεται από τον αριθμό των διανυκτερεύσεων, τον τύπο του τουρίστα ανά είδος τουριστικού προϊόντος (βάσει των κινήτρων των ταξιδιών), τη διάρκεια διαμονής κ.λπ. Η κατά κεφαλή δαπάνη αποτελεί ένα σημαντικό δείκτη απόδοσης του τουρισμού, όπως επίσης –σε ό,τι αφορά στα καταλύματα- η πληρότητα των τουριστικών καταλυμάτων, αλλά και τα έσοδα ανά τουριστική κλίνη.

ΣΧΗΜΑ 3. ΑΠΟΔΟΣΗ – ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ



Ένα άλλο στοιχείο της απόδοσης αποτελεί ο τομέας της απασχόλησης (κοινωνική απόδοση). Η απασχόληση αφορά τόσο σε ποσοτικά δεδομένα (αριθμός εργαζομένων), όσο και σε ποιοτικά (επίπεδο εκπαίδευσης, φύλο κ.λπ.) και εξαρτάται από το είδος των τουριστικών προϊόντων που

αναπτύσσονται, το βαθμό συνθετότητάς τους, το μέγεθος της δραστηριότητας κ.λπ.

Εκτός από την οικονομική και την κοινωνική απόδοση μία πολύ σημαντική παράμετρος για την αξιολόγηση του τουρισμού σε έναν προορισμό είναι η απόδοση της δραστηριότητας στον τομέα του περιβάλλοντος. Ο τουρισμός, όπως και όλες οι ανθρώπινες δραστηριότητες, καταναλώνει περιβαλλοντικούς πόρους (νερό, ενέργεια) και παράγει απόβλητα (υγρά, στερεά, αέρια), τα οποία αποτελούν πίεση για το περιβάλλον του προορισμού. Η κατά κεφαλή, αλλά και η συνολική κατανάλωση πόρων και παραγωγή αποβλήτων αποτελούν σημαντικούς περιβαλλοντικούς δείκτες που χρειάζεται έρευνα για να αποτυπωθούν, ενώ ο δείκτης τουριστικές κλίνες/km² του προορισμού αποτελεί ένα κοινό αποδεκτό δείκτη περιβαλλοντικής πίεσης, που όμως δεν μπορεί να μας δώσει πληροφορίες, π.χ. για το νερό στην περιοχή. Παράλληλα, οι αλλαγές στις χρήσεις γης (αστικοποίηση) που επιφέρει η κατασκευή νέων υποδομών και ανωδομών, αποτελούν έναν άλλο δείκτη περιβαλλοντικής πίεσης.

Η άσκηση όμως της τουριστικής δραστηριότητας, ανάλογα με το ειδικό της βάρος αλλά και τη στρατηγική ανάπτυξης που έχει ακολουθηθεί, έχει και έμμεσα αποτελέσματα στον προορισμό, τα οποία σχετίζονται και πάλι με την οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον της περιοχής. Στον οικονομικό τομέα, η τουριστική δαπάνη επηρεάζει την εξέλιξη του ΑΕΠ και το βαθμό συμμετοχής του ΑΕΠ του τουρισμού στο συνολικό ΑΕΠ, το βαθμό εξειδίκευσης του προορισμού στον τουριστικό τομέα, αλλά και τους ανταγωνιστικούς τομείς. Η απασχόληση, μέσα από τη βελτίωση των εισοδημάτων, επηρεάζει την πληθυσμιακή εξέλιξη και την κοινωνική δομή, τη διανομή των εισοδημάτων και την προσδοκώμενη διάρκεια ζωής. Τέλος, καταγράφονται οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις σε όλους τους τομείς. Για παράδειγμα, η κατανάλωση νερού επηρεάζει τα διαθέσιμα αποθέματα του πόσιμου νερού, αλλά και την ποιότητά του, η παραγωγή αποβλήτων επηρεάζει την ποιότητα του θαλάσσιου και χερσαίου περιβάλλοντος, αλλά και του αέρα, οι κατασκευές επηρεάζουν την ποιότητα του τοπίου, του αστικού περιβάλλοντος, του εδάφους κ.λπ.

Η αξιολόγηση των αποδόσεων και των επιπτώσεων βοηθάει στο να προσδιοριστούν τα ενδεχόμενα προβλήματα που παρουσιάζονται και οι παράγοντες στους οποίους οφείλονται, ώστε να επιλεγεί η κατάλληλη πολιτική για την άμβλυση των προβλημάτων αυτών. Η πολιτική επομένως αποτελεί την απάντηση στα προβλήματα, καθώς δρα εκεί όπου εμφανίζεται η αδυναμία. Έτσι, εάν διαπιστωθεί έλλειψη τουριστικών υποδομών, η πολιτική θα πρέπει να ενθαρρύνει τις επενδύσεις, μέσω της παροχής οικονομικών κινήτρων, για παράδειγμα. Εάν το πρόβλημα εντοπίζεται στις γενικές υποδομές, τότε οι πολιτικές θα πρέπει να στοχεύουν στη βελτίωση της πρόσβασης. Εάν διαπιστωθούν περιβαλλοντικά προβλήματα, τότε θα πρέπει να ασκηθούν πολιτικές για τη βελτίωση των περιβαλλοντικών αποδόσεων, π.χ. μέσω της εφαρμογής περιβαλλοντικών σημάτων ποιότητας, ή την περαιτέρω επεξεργασία των αποβλήτων κ.λπ.

Με δεδομένο ότι απώτερος στόχος από την ανάπτυξη κάθε δραστηριότητας είναι η βελτίωση του επιπέδου ανάπτυξης κάθε περιοχής είναι απαραίτητο οι φορείς σχεδιασμού να έχουν μία όσο πιο σαφή εικόνα γίνεται σε ό,τι αφορά στην απόδοση του τουρισμού, τις επιπτώσεις του στον προορισμό, αλλά και τις παραμέτρους που τις επηρεάζουν. Μέσα από την καταγραφή και παρακολούθηση των μεγεθών, όπως αποτυπώνονται στο ανωτέρω σχήμα είναι δυνατό να εντοπιστούν έγκαιρα τα προβλήματα και οι αδυναμίες της τουριστικής ανάπτυξης, ώστε οι πολιτικές να είναι απολύτως στοχευμένες και περισσότερο αποδοτικές. Παράλληλα, μέσα από την παρακολούθηση της συμπεριφοράς και της ικανοποίησης των τουριστών είναι δυνατό να εντοπιστούν και τα ισχυρά σημεία του προορισμού και να αναδειχθούν κατάλληλα.

1.4 Συλλογή δεδομένων

Στο υποκεφάλαιο που προηγήθηκε, επεξηγήθηκε το μεθοδολογικό πλαίσιο με βάση το οποίο θα γίνουν τόσο η καταγραφή της κατάστασης όσο και οι προτάσεις πολιτικής. Έτσι, στη συνέχεια της μελέτης, με βάση τα στοιχεία που θα συγκεντρωθούν, θα δοθεί αφενός μια γενική εικόνα της κατάστασης του τουρισμού και αφετέρου, η περαιτέρω ανάλυση των χαρακτηριστικών των τουριστών και του προορισμού θα μας δώσει μία πιο πρακτική/ ρεαλιστική περιγραφή της απόδοσης του τουρισμού.

Για τη συλλογή των δευτερογενών δεδομένων, οι υπηρεσίες που χρησιμοποιήθηκαν είναι οι παρακάτω:

- Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος (Ε.Σ.Υ.Ε.)
- Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.)
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (Ξ.Ε.Ε.)
- Ανώνυμη Αναπτυξιακή Εταιρία Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Χίου (ΕΝΑ Χίου Α.Ε.)
- Υπουργείο Εμπορικής Ναυτιλίας (Υ.Ε.Ν.)
- Λιμεναρχείο Χίου
- Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας (Υ.Π.Α.)
- Επιμελητήριο Χίου.

Επίσης, η παρούσα μελέτη εμπεριέχει και στοιχεία από πρωτογενείς έρευνες τουριστών, με ερωτηματολόγια, για τα έτη 2004, 2005 και 2006.

2. Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

2.1 Τα Γενικά χαρακτηριστικά του τόπου

Ο Νομός Χίου αποτελείται από τρία κατοικήσιμα νησιά, τη Χίο, τις Οινούσες και τα Ψαρά με συνολικό (πραγματικό) πληθυσμό 53.408 κατοίκους, εκ των οποίων 1.050 είναι κάτοικοι Οινουσσών και 422 κάτοικοι Ψαρών (απογραφή 2001). Η συνολική έκταση του Νομού είναι 904km² και κατατάσσει το νησί της Χίου πέμπτο σε έκταση στην Ελλάδα. Διοικητικά αποτελείται από 10 δήμους και 60 δημοτικά διαμερίσματα. Οι μεγαλύτεροι, πληθυσμιακά, δήμοι είναι ο Δήμος Χίου (23.779), ο Δήμος Ομηρούπολης (7.335), ο Δήμος Μαστιχοχωρίων (4.774) και ο Δήμος Ιωνίας (4.650).

Ο πληθυσμός μπορεί να χαρακτηριστεί αστικός, μιας και περισσότερο από το 44% αυτού είναι κάτοικοι της πόλης της Χίου, ενώ δήμοι όπως Ψαρών, Οινουσσών και χωριά, κυρίως στα βόρεια του νησιού, έχουν ιδιαίτερα χαμηλά πληθυσμιακά επίπεδα. Επιπλέον, υπάρχει υψηλή συμμετοχή μεγάλων ηλικιών (45 και άνω) στο σύνολο του πληθυσμού (43%), ενώ η ηλικιακή ομάδα 15-44 καταλαμβάνει το 42% αυτού. Τα παραπάνω ποσοστά βέβαια είναι ανάλογα της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου (περίπου 43% και 42% αντίστοιχα).

Ο οικονομικά ενεργός πληθυσμός φτάνει τις 17.573 (2.059 άνεργοι, 11,7%), εκ των οποίων το 57% απασχολείται στον τριτογενή τομέα, με ιδιαίτερα μικρά ποσοστά στον πρωτογενή και δευτερογενή κλάδο. Όσον αφορά την πρωτογενή παραγωγή θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ισχνή, με εξαίρεση την παραγωγή μαστίχας, που αποτελεί προϊόν με μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης, και τον κλάδο της ιχθυοκαλλιέργειας, όπου και σημειώνεται έντονη δραστηριότητα τα τελευταία είκοσι χρόνια. Ο δευτερογενής τομέας παρουσιάζει εντονότερη δραστηριότητα, αλλά όχι ικανοποιητική, ώστε να συμβάλει στην ανάπτυξη. Αντιθέτως, έντονη δραστηριότητα σημειώνεται στον τομέα των υπηρεσιών, ο οποίος συμμετέχει κατά 78,8% περίπου στο συνολικό προϊόν του Νομού, γεγονός που μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι η οικονομία του νησιού εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από αυτόν. Στην πορεία της μελέτης θα γίνει εκτενέστερη αναφορά τόσο για την απασχόληση, όσο και την παραγωγή στον τριτογενή τομέα.

2.2. Η Τουριστική Προσφορά

Η ποσότητα ή ποικιλία και η ποιότητα των στοιχείων της τουριστικής προσφοράς αποτελούν βασικούς παράγοντες, οι οποίοι συμβάλουν στην επιτυχία του τουριστικού προϊόντος μιας περιοχής. Συνεπώς, η καταγραφή των τουριστικών πόρων του νομού (φύση-περιβάλλον, πολιτισμός-ιστορία, ανωδομές-υποδομές, ανθρωπίνος πόρος) αποτελεί βασική προϋπόθεση, ώστε να εξεταστεί η συνολική τουριστική προσφορά.

Όμως δεν αρκεί η απλή καταγραφή. Χρειάζεται τόσο η αξιολόγησή τους (βαθμός σημαντικότητας²) γιατί αυτό καθορίζει την ελκυστικότητα του πόρου, αλλά και ο βαθμός αξιοποίησής του. Ένας πόρος δεν μπορεί να προσελκύει τουρίστες όταν π.χ. δεν είναι προσπελάσιμος, ενώ υπάρχουν και άλλα στοιχεία τα οποία επηρεάζουν την ελκυστικότητά του, όπως η σήμανση, η ύπαρξη υλικού πληροφόρησης και μουσειακού χώρου, η δυνατότητα ξενάγησης, η δυνατότητα δραστηριοτήτων στο χώρο, η δυνατότητα αγοράς αναμνηστικών κ.λπ. Η ανάδειξη των πόρων δεν αποτελεί απλά τρόπο προσέλκυσης τουριστών, αλλά και τρόπο δημιουργίας πρόσθετης δαπάνης, άμεσης και έμμεσης απασχόλησης (και μάλιστα απασχόλησης εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού). Τέλος σημαντικό στοιχείο αποτελεί η περίοδος του χρόνου κατά την οποία ο συγκεκριμένος χώρος είναι προσβάσιμος.

2.2.1. Φυσικοί πόροι

Η Χίος ανήκει στην κλιματολογική ζώνη του Αιγαίου, το κλίμα της είναι μεσογειακό, με ήπιους σχετικά χειμώνες και ανομβρία κατά τη θερινή περίοδο. Ενδεικτικά, η μέση θερμοκρασία είναι 17°C, με θερμοκρασίες που τον χειμώνα πλησιάζουν ορισμένες φορές τους 0°C, ενώ το καλοκαίρι, σε περιόδους καύσωνα, αγγίζουν και τους 40°C. Η μέση σχετική υγρασία φτάνει το 68,3%, ενώ η μέση ετήσια τιμή των βροχοπτώσεων είναι 526,2mm (Εθνική Μετεωρολογική Υπηρεσία Ελλάδος 2005).

Όσον αφορά στη βλάστηση, είναι γεγονός ότι υπάρχει μεγαλύτερη συγκέντρωση στο νότιο τμήμα της Χίου, σε σχέση με το βόρειο, και ιδιαίτερα μικρά ποσοστά βλάστησης στις Οινούσες και τα Ψαρά (με 300 και 700 στρέμματα καλλιεργήσιμων εκτάσεων αντίστοιχα). Βασικό παράγοντα αυτού αποτελεί η ύπαρξη 14.266 στρεμμάτων με μαστιχόδενδρα (Διεύθυνση Γεωργίας Νομαρχίας Χίου, στοιχεία 2004), τα οποία ευδοκιμούν μόνο στο νότιο τμήμα της Χίου. Η δημιουργία «Βοτανικού Κήπου» αναμένεται να αναδείξει τη χλωρίδα και την πανίδα του νησιού.

Ένα θέμα το οποίο αφορά άμεσα τον τουρισμό είναι τα οικοσυστήματα. Οι περιοχές στο Νομό Χίου οι οποίες έχουν καταγραφεί στη βάση Ελληνικών Υγροτόπων του ΕΚΒΥ είναι το Έλος Μεσόκαμπου, το Έλος Λαγκάδας, ο Ποταμός Νάγος (ΕΚΒΥ - Ελληνικό Κέντρο Υγρότοπων, Βιότοπων, www.ekby.gr, 2005), ενώ στο δίκτυο των περιοχών ΦΥΣΗ 2000 περιλαμβάνεται όλη η Βόρεια Χίος και οι Νήσοι Οινούσες, με συνολική έκταση 32.200 Ha (Υπουργείο ΠΕ.ΧΩ.ΔΕ. Δικτυακό τόπος www.minenv.gr, 2005). Ιδιαίτερα μεγάλη προσοχή πρέπει να δοθεί στην ύπαρξη ειδών χλωρίδας, όπως οι ορχιδέες, που αριθμούν περίπου 100 διαφορετικά είδη στο νησί, και οι τουλίπες, είδη αυτοφυή και μεγάλου ενδιαφέροντος, τα οποία προσελκύουν μικρές προς το παρόν ομάδες οικοτουριστών και επιστημόνων.

² Ο βαθμός σπουδαιότητας μπορεί να μεταβάλλεται από το 1 (τοπικής σημασίας πόρος) μέχρι το 4 (παγκόσμιας σημασίας).

Η διοργάνωση διεθνούς συνεδρίου πρόσφατα έδειξε τη δυναμική που μπορεί να έχει η ανάδειξη του πόρου αυτού.

Επιπρόσθετα, πρέπει να ληφθούν υπόψη και τα περιπατητικά μονοπάτια που διαθέτει το νησί. Από το μεγάλο αριθμό μονοπατιών που υπάρχουν στο νησί όπως και στις περισσότερες αγροτικές περιοχές της χώρας, οι επτά περιπατητικές διαδρομές, στο νησί της Χίου αποτελούν στοιχείο που εμπλουτίζει το συνολικό τουριστικό προϊόν.

Ο νομός Χίου αριθμεί ένα αξιοσημείωτο αριθμό γεωλογικών μνημείων. Τα 4 σπήλαια, δύο εκ των οποίων είναι αξιοποιημένα και προσβάσιμα στο κοινό, το σπήλαιο των Ολύμπων και το πρόσφατα διαμορφωμένο σπήλαιο του Αγίου Γάλακτος, αποτελούν πόλο έλξης για διάφορες ομάδες τουριστών. Στα γεωλογικά μνημεία προστίθενται η ιαματική πηγή Αγιασμάτων Κέρμου, τα διάφορα απολιθώματα, το ρήγμα Ραγά στο Θολό ποτάμι, το οποίο αποτελεί ενδιαφέρον αναρριχητικό πεδίο υψηλής δυσκολίας και ο ηφαιστειακός κρατήρας Εμπορειού.

Βασικό πόρο για τα νησιά αποτελούν και οι παραλίες. Ο Νομός Χίου έχει 309 χιλιόμετρα ακτογραμμής (45 χιλ. Ψαρά, 35 χιλ. Οινούσσες) και αριθμεί 72 προσβάσιμες (οδικώς) παραλίες, εκ των οποίων ελάχιστες (5) είναι οργανωμένες. Βέβαια, η διατήρηση της προσπελασιμότητας και της καθαριότητας αποτελούν κρίσιμους παράγοντες, ώστε να θεωρηθούν αξιοποιήσιμοι πόροι. Πρέπει να σημειωθεί ότι για το έτος 2005 μόνο 4 παραλίες (Αγία Ερμιόνη, Καρφάς, Μέγας Λιμιώνας, Όρμος Λω) είχαν Γαλάζια Σημαία, το διεθνώς αναγνωρισμένο σύμβολο ποιότητας για παραλίες, ενώ για το 2006 μειώθηκαν στις 2 (Καρφάς, Όρμος Λω) (Πηγή: www.blueflag.org).

Συμπερασματικά, μπορούμε να πούμε ότι η αξιοποίηση των φυσικών πόρων του νησιού είναι ελλιπέστατη. Ειδικότερα, αυτό αφορά στη μαστίχα, που αποτελεί στοιχείο μοναδικότητας για το νησί και αφορά όχι μόνο στο φυσικό, αλλά και στο πολιτιστικό περιβάλλον του νησιού (ήθη, έθιμα, οικισμοί, ιστορία κ.λπ.), καθώς και την οικονομία του νησιού μέχρι σήμερα. Περίπου τα ίδια ισχύουν και για τα υπόλοιπα στοιχεία του νησιού εκτός από τις 7 περιπατητικές διαδρομές και τα 2 σπήλαια που έχουν αναδειχθεί και αξιοποιούνται χάρη στις πρωτοβουλίες της ΕΝΑ Χίου.

2.2.2. Πολιτιστικοί πόροι

Η Χίος περιλαμβάνει ιδιαίτερα μεγάλο αριθμό **πολιτιστικών πόρων**. Στο νομό βρίσκονται συνολικά 14 μουσεία, με σημαντικότερα και περισσότερο αξιοποιημένα, το Αρχαιολογικό Μουσείο Χίου, το Βυζαντινό Μουσείο, το Μουσείο της Νέας Μονής, το Παλατάκι Ιουστινιάνι, το Μουσείο Μαστίχας, τα Ναυτικά Μουσεία Χίου και Οινουσσών, το Λαογραφικό Μουσείο Καλλιμασιάς και το Λαογραφικό Μουσείο στα Λεπτόποδα. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου έχει προβεί ήδη σε ενέργειες

χρηματοδότησης ενός πιο πλήρους και συγχρόνου θεματικού μουσείου το οποίο θα αφορά τη μαστίχα, που όμως ακόμη δεν έχει ολοκληρωθεί.

Υψίστης σημασίας πολιτιστικοί πόροι θεωρούνται και οι βυζαντινές εκκλησίες του νησιού, με σπουδαιότερη τη Νέα Μονή, η οποία έχει χαρακτηριστεί από την Unesco ως μνημείο Παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς. Ανάλογου ενδιαφέροντος, λόγω βυζαντινής αρχιτεκτονικής, ψηφιδωτών και διακόσμησης αποτελούν η Παναγιά η Κρίνα, οι Άγιοι Απόστολοι, η Μονή Ταξιαρχών και ο Άγιος Ισίδωρος, ενώ ιστορικής σημασίας (Σφαγή της Χίου) αποτελούν το Μοναστήρι Αγίου Μηνά, η Μονή Πλακιδιώτισσας και η Αγία Μαρκέλλα, που δέχεται πολλούς επισκέπτες ετησίως. Βέβαια, δεν πρέπει να εξαιρεθούν, λόγω αρχιτεκτονικού κάλλους, ο Ταξιάρχης Μεστών, ο Άγιος Ευστράτιος Θυμιανών.

Η Χίος αριθμεί επίσης και μεγάλο αριθμό μνημείων και αρχαιολογικών ευρημάτων. Το βυζαντινό κάστρο της Χίου, το Κάστρο Βολισσού, το Κάστρο των Απολίχων στα Αρμόλια, ο Πύργος Δοτιών είναι τα πιο γνωστά, αλλά και σε μικρό βαθμό αξιοποιημένα. Εξίσου σημαντικά, προσβάσιμα και σε ένα βαθμό αξιοποιημένα είναι ο Ναός της Αθηνάς στον Εμπορειό και οι Μεσαιωνικές Βίγλες που δεσπόζουν κυρίως στα δυτικά παράλια του νησιού.

Μεγάλης σπουδαιότητας θεωρούνται και οι παραδοσιακοί και μεσαιωνικοί οικισμοί. Ο ΕΟΤ έχει ανακηρύξει συνολικά 32 οικισμούς ως παραδοσιακούς. Ως πιο αξιοσημείωτοι βέβαια, θεωρούνται τα Μεστά, οι Ολύμποι, το Πυργί, ο Ανάβατος, τα Αυγώνυμα, η Βέσσα, η Βολισσός και η Σιδηρούντα, όπως επίσης και όλος ο Κάμπος με τα αναρίθμητα παραδοσιακά αρχοντικά και τους πετρόχτιστους τοίχους. Άλλο ένα στοιχείο που πρέπει να αναφερθεί είναι οι εγκαταλειμμένοι οικισμοί, όπως ο Παλιός Καταράκτης ή η Παλαιά Ποταμιά, που αποτελούν με τη σειρά τους σημεία ενδιαφέροντος, δίχως βέβαια να έχουν αξιοποιηθεί.

Στα ήθη και τα έθιμα του Νομού περιλαμβάνονται τα καλοκαιρινά Πανηγύρια, ο Πασχαλινός Ρουκετοπόλεμος, τα Αγιοβασιλιάτικα Βαποράκια, η Πασχαλινή Μόστρα των Θυμιανών, η Γιορτή Μαστίχας (Φιλοπρόοδος Όμιλος Εμπορείου), το Ολοκαύτωμα των Ψαρών, όπου καθένα από αυτά προβάλλει παραδόσεις που σχετίζεται με την ιστορία του νησιού.

Κομμάτι της τοπικής παράδοσης αποτελούν και η αγγειοπλαστική (Αρμόλια), τα γλυκά κουταλιού, το τοπικό ούζο, το κρασί (Αριούσιος Οίνος), όπως επίσης και τα είδη λαϊκής τέχνης του Συνεταιρισμού Καλλιμασιάς, που προσελκύουν το ενδιαφέρον των επισκεπτών.

Τέλος, άξια αναφοράς αποτελεί η βιβλιοθήκη του Κοραή, η οποία στεγάζεται σε ένα νεοκλασικό κτήριο στην πόλη της Χίου και περιέχει πληθώρα παλαιών εγγράφων, βιβλίων και έντυπου υλικού, μοναδικές συλλογές από σπάνιους τόμους και χειρόγραφα ανεκτίμητης ιστορικής και εκπαιδευτικής αξίας, μια συλλογή περίπου 130.000 τόμων.

Και στην περίπτωση των πολιτιστικών πόρων ο βαθμός αξιοποίησής τους είναι ελάχιστος, αν εξαιρεθούν τα μουσεία: πολλά από τα μνημεία είναι αφύλακτα ή έχουν ελεύθερη είσοδο χωρίς πληροφόρηση ή άλλες υπηρεσίες. Η μόνη σχετικά οργανωμένη προβολή που έχει επιχειρηθεί είναι αυτή του Κάμπου με την έκδοση εντύπου και τη δημιουργία σχετικής διαδρομής, αλλά και αυτήν η προσπάθεια δεν έχει ολοκληρωθεί.

Αν και η Χίος χαρακτηρίζεται από έντονη παρουσία βυζαντινών και μεταβυζαντινών μνημείων που είναι διάσπαρτα σε ολόκληρο το νησί, ελάχιστη σημασία έχει δοθεί στην ανάδειξη της μεσαιωνικής φυσιογνωμίας του νησιού.

Η ανάδειξη του εθίμου του ρουκετοπόλεμου σε τουριστικό πόρο, δείχνει το δρόμο πως «άυλα» στοιχεία του κάθε τόπου μπορούν να αναδειχθούν και να αποτελέσουν τον δρόμο για ανάπτυξη άλλου τουριστικού μοντέλου.

2.2.3. Τουριστικές υποδομές

Οι υποδομές που αφορούν **συνέδρια** και **χώρους εκδηλώσεων** είναι ένα θέμα που άπτεται της τουριστικής δραστηριότητας. Ως επί το πλείστον, στη Χίο μπορούν να φιλοξενηθούν συνεδριακές δραστηριότητες μικρής και μεσαίας κλίμακας. Συγκεκριμένα, στον νησί της Χίου υπάρχουν έξι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις με υποδομές για πραγματοποίηση συνεδρίου, δυναμικότητας 30 έως και 250 ατόμων, που φιλοξενούν κυρίως εκδηλώσεις και έχουν μικρή δράση στον χώρο των συνεδρίων. Ιδιαίτερα αξιοσημείωτη προσπάθεια έχει γίνει στη Βολισσό, όπου οι εγκαταστάσεις του Pyrgos Village, αμιγώς συνεδριακού χαρακτήρα, μπορούν να φιλοξενήσουν 130 και 160 άτομα στις δύο αίθουσες, και αποτελούν τις πιο σύγχρονες συνεδριακές υποδομές στο νησί. Στις υποδομές αυτές προστίθενται και το Ομήρειο Πνευματικό Κέντρο, με δύο αίθουσες, 462 και 172 ατόμων αντίστοιχα, το οποίο φιλοξενεί εδώ και πολλά χρόνια το μεγαλύτερο μέρος της συνεδριακής δραστηριότητας στον νησί, ο συνεδριακός χώρος του Πανεπιστημίου Αιγαίου, δυναμικότητας 100 ατόμων, και η πολυ-χρηστική αίθουσα του Εκθεσιακού κέντρου «Γ. Καλουτά».

Όσον αφορά στις **αθλητικές εγκαταστάσεις**, οι οποίες μπορούν να χαρακτηριστούν ως υποδομές με αντίκτυπο στον τουρισμό, καταγράφονται το Ιωνικό Κολυμβητήριο Χίου (Ολυμπιακών διαστάσεων), στο οποίο διεξάγονται εθνικοί αγώνες πρωταθλήματος πόλο και το Εθνικό Στάδιο Χίο, το γήπεδο Καλλιμασιάς, το Κλειστό γήπεδο Χίου και το Κλειστό Γήπεδο Λιβαδίων, τα οποία φιλοξενούν αγώνες τοπικού πρωταθλήματος και περιστασιακά αγώνες πανελλαδικού χαρακτήρα (Αγώνες στίβου Αιγαίου, Γ' εθνική μπάσκετ ανδρών, Α2 μπάσκετ γυναικών, Α' εθνική Βόλεϊ γυναικών, Πανεπιστημιάδα κ.ά.) ή την προσέλκυση ομάδων για διαμονή προπονητικού χαρακτήρα, όπως το αθλητικό κέντρο «Αίπος».

Τέλος η **μαρίνα** της Χίου αν και τα λιμενικά έργα κατασκευάστηκαν πριν από χρόνια δεν έχει ολοκληρωθεί με αποτέλεσμα τα σκάφη που επισκέπτονται το νησί να ελλιμενίζονται στο κεντρικό λιμάνι.

Αν και λείπουν τα στοιχεία που να δείχνουν τον βαθμό αξιοποίησης των υποδομών αυτών, είναι γνωστό ότι χρησιμοποιούνται κύρια για τοπικού χαρακτήρα δραστηριότητες. Επομένως ο τουριστικός τους αντίκτυπος είναι εξαιρετικά περιορισμένος. Η προσέλκυση συνεδρίων και αθλητικών ομάδων ή/ και γεγονότων, απαιτεί οργάνωση των αντίστοιχων προϊόντων και σχετική στοχευμένη προβολή.

2.2.4. Γενικές Υποδομές

Βασική προϋπόθεση της τουριστικής ανάπτυξης αποτελούν οι υποδομές, οι οποίες πρέπει να είναι επαρκείς και κατάλληλες για τον τουριστικό τομέα. Οι υποδομές σχετίζονται με την προσπελασιμότητα (αεροδρόμια, λιμάνι, οδικό δίκτυο κ.λπ.), με την ενέργεια, το νερό, τη διαχείριση αποβλήτων, την υγεία, τις τηλεπικοινωνίες ή τα καταλύματα και τις υπόλοιπες υπηρεσίες (τουριστικά γραφεία, λοιπές σχετικές με τον τουρισμό επιχειρήσεις).

Η Χίος διαθέτει ένα επιβατικό **αεροδρόμιο**, με αεροδιάδρομο μήκους 1511m, ενώ τόσο στα Ψαρά, όσο και στις Οινούσες υπάρχουν ελικοδρόμια. Στον Κρατικό Αερολιμένα Χίου έχουν προβλεφθεί προδιαγραφές για ΑΜΕΑ και περιλαμβάνει συνολικά 200 καθίσματα στα 350m² των χώρων αναμονής των επιβατών και 50 θέσεις στάθμευσης αυτοκινήτων. Για την καλοκαιρινή περίοδο του 2005 οι απευθείας πτήσεις από χώρες του εξωτερικού προς την Χίο ήταν από το Βέλγιο, την Ολλανδία, την Αυστρία και την Νορβηγία, με επτά δρομολόγια την εβδομάδα, ενώ οι πτήσεις εσωτερικού ήταν πέντε με έξι ημερησίως. Για το 2006, έχουμε προσθήκη της πτήσης από Σλοβενία (Λιουμπλιάνα). Ενδεικτικά, το έτος 2005 το αεροδρόμιο δέχτηκε 4.728 πτήσεις εσωτερικού και 320 charter, εκ των οποίων οι 1372 εσωτερικού και 180 charter πραγματοποιήθηκαν κατά την περίοδο Ιουνίου – Αυγούστου (Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας Χίου, 2005). Το 2006 ο αριθμός των ναυλωμένων πτήσεων περιορίστηκε σε πτήσεις από 4 χώρες.

Παρ' όλες τις βελτιώσεις των υποδομών που έγιναν τα τελευταία χρόνια και τη μείωση των πτήσεων charter, οι εγκαταστάσεις του αεροδρομίου δεν κρίνονται επαρκείς. Δημιουργείται αφενός πρόβλημα με τα μεγαλύτερα αεροσκάφη, λόγω μήκους αεροδιάδρομου και αφετέρου πρόβλημα συνωστισμού την περίοδο των καλοκαιρινών μηνών, λόγω της ταυτόχρονης άφιξης πτήσεων, charter και προγραμματισμένων εσωτερικού, εξ αιτίας των περιορισμένων χώρων επιβατών και στάθμευσης αεροσκαφών και αυτοκινήτων.

Το κεντρικό επιβατικό και εμπορικό **λιμάνι** της Χίου βρίσκεται στο κέντρο της πόλης της Χίου το οποίο εξυπηρετεί το σύνολο των δρομολογίων εσωτερικού (εκτός Νομού Χίου) για Πειραιά, Λέσβο, Καβάλα, Αλεξανδρούπολη,

Θεσσαλονίκη, Σάμο, Λήμνο, Μύκονο, Κω και Ρόδο. Πιο αναλυτικά, η Χίος δέχεται 17 δρομολόγια εβδομαδιαίως από Πειραιά και 21 δρομολόγια από υπόλοιπους προορισμούς εσωτερικού (εκτός Νομού Χίου), ενώ υπάρχει καθημερινή σύνδεση με Τουρκία (Τσεσμέ).

Το νησί περιλαμβάνει και δευτερεύοντα λιμάνια, όπως αυτό των Μεστών, το οποίο χρησιμοποιείται κατά κύριο λόγο για εμπορικούς και αλιευτικούς σκοπούς, της Λαγκάδας και των Καρδαμύλων, ενώ τα Ψαρά και οι Οινούσες διαθέτουν λιμένες μικρότερου μεγέθους, η σύνδεση των οποίων γίνεται καθημερινά με δρομολόγια από το λιμάνι της Χίου και της Λαγκάδας για τις Οινούσες και μία φορά της εβδομάδα για τα Ψαρά.

Η δραστηριοποίηση περισσότερων ναυτιλιακών εταιρειών, και ιδιαίτερα της Hellenic Seaways, οδήγησε στην άρση του μονοπωλίου και δημιούργησε νέες προοπτικές για τις ακτοπλοϊκές μεταφορές στη Χίο, αφενός ταχύτερες και αφετέρου με φθηνότερο ναύλο. Πρέπει να σημειωθεί ότι υπό κατασκευή βρίσκεται το πλοίο «Νήσος Χίος», της εταιρείας Hellenic Seaways, το οποίο θα παραδοθεί τον Ιούνιο του 2007, και αναμένεται να διαμορφώσει εκ νέου το τοπίο των μεταφορών.

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι υπό σχεδιασμό είναι ένα νέο λιμάνι που θα εξυπηρετεί της ακτοπλοϊκή κίνηση, σε θέση που έχει υποδειχθεί από τη μελέτη χωροθέτησης λιμενικών εγκαταστάσεων Ν. Χίου, λίγα χιλιόμετρα νότια της πόλης της Χίου, ενώ σε συνεχή βελτίωση βρίσκονται τα υπόλοιπα λιμάνια του νομού, και κυρίως των Μεστών, για το οποίο υπάρχει προοπτική σύνδεσης με την Αττική.

Τέλος, το λιμάνι της Χίου συνδέεται και με το Τσεσμέ στην Τουρκία. Τα στατιστικά στοιχεία του Λιμεναρχείου Χίου δείχνουν ότι υπάρχει μια κινητικότητα, τόσο Ελλήνων, όσο και αλλοδαπών τουριστών, ιδιαίτερα κατά τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο. Η κινητικότητα τουριστών από και προς Τσεσμέ, υποδηλώνει την ύπαρξη της διεθνούς τάσης για τουρισμό που συνδυάζει δύο διαφορετικούς προορισμούς (Two Center Holiday). Βέβαια, υπάρχει μια δυσκολία εκτίμησης του πραγματικού αριθμού των τουριστών, μιας και πολλά από τα ταξίδια αφορούν ημερήσια εκδρομή είτε ντόπιων, είτε αλλοδαπών τουριστών που αποφασίζουν να επισκεφθούν αυθημερόν την απέναντι πόλη, ή ακόμη και Τούρκων εκδρομέων. Για τους λόγους αυτούς, δεν θα γίνει περαιτέρω ανάλυση.

Σήμερα το λιμάνι της Χίου δεν μπορεί να προσφέρει υπηρεσίες ανεκτού επιπέδου κυρίως γιατί δεν διαθέτει τους ελάχιστους χερσαίους χώρους και τις κτιριακές εγκαταστάσεις που είναι απαραίτητες για τη λειτουργία του. Η δημιουργία του σταθμού επιβατών βελτίωσε οριακά την κατάσταση αυτή. Δεδομένου ότι είναι πλήρως ενταγμένο στον ιστό της πόλης και μάλιστα στο όριο του Κάστρου της πόλης, με αποτέλεσμα να μην είναι δυνατή η εξεύρεση χώρου για τις αναγκαίες εγκαταστάσεις και έτσι δημιουργείται κυκλοφοριακή συμφόρηση με κάθε άφιξη πλοίου. Επιπλέον το λιμάνι

δεν διαθέτει τους κατάλληλους χώρους για να λειτουργεί ως πύλη εισόδου της Ε.Ε.

Το **οδικό δίκτυο** της Χίου βελτιώνεται συνεχώς. Ο οδικός άξονας Χίου – Μεστών αναμένεται να παραδοθεί μέσα στο 2007, ενώ υπό κατασκευή βρίσκεται και ο περιφερικός δρόμος της πόλης της Χίου, ο οποίος θα ενώνει το βόρειο και νότιο τμήμα του νησιού, απόσυμφορίζοντας τους δρόμους της πόλης, όπου παρατηρείται έντονος συνωστισμός, κυρίως κατά τις ώρες λειτουργίας των καταστημάτων και τις ώρες άφιξης των πλοίων. Το γεγονός αυτό οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στο μεγάλο αριθμό οχημάτων (19.480 Ι.Χ.), με αναλογία 36 αυτοκίνητα ανά 100 κατοίκους (στοιχεία Υπουργείου Μεταφορών, 2004), που κατατάσσει τη Χίο στην τρίτη θέση πανελληνίως. Η δημιουργία περιφερειακών χώρων στάθμευσης και η δωρεάν μετακίνηση των επιβατών στο κέντρο της πόλης με λεωφορεία αποτελεί ένα ακόμη μέτρο βελτίωσης.

Ο αριθμός των ταξί και των αγοραίων σε κυκλοφορία παραμένει τα τελευταία χρόνια σταθερός (περίπου 95), ενώ ο αριθμός των λεωφορείων κρίνεται ικανοποιητικός για τα δεδομένα του νησιού (19 αστικά λεωφορεία και 16 υπεραστικά) και τα δρομολόγια πραγματοποιούνται σε τακτικά χρονικά διαστήματα (περίπου ανά 30' για τα αστικά και ανά 45' για τα υπεραστικά). Η πρόσφατη απόσυρση των παλαιών αστικών και υπεραστικών λεωφορείων και η αντικατάστασή τους με νέα, άλλαξε το τοπίο στις τοπικές συγκοινωνίες.

Η συνεχής αναβάθμιση του αστικού και υπεραστικού οδικού δικτύου της Χίου εμφανίζεται ως αναγκαία για την κάλυψη των συνεχώς αυξανόμενων αναγκών των κατοίκων και του αριθμού των αυτοκινήτων στην πόλη της Χίου και στην ευρύτερη τουριστική περιοχή. Αριθμός που αυξάνεται κατά τη διάρκεια της θερινής περιόδου με τα αυτοκίνητα των τουριστών και των παραθεριστών. Όμως με δεδομένο το ανάγλυφο του νησιού και τους υπάρχοντες οικισμούς, οι δυνατότητες βελτίωσης δεν είναι απεριόριστες (π.χ. διέλευση μεγάλων αυτοκινήτων από τον Κάμπο, νέο δίκτυο στον ορεινό όγκο της Β. Χίου) και επομένως πρέπει να αναζητηθούν λύσεις προς άλλη κατεύθυνση.

Επιπλέον οι ανάγκες των τουριστών (ειδικά των αλλοδαπών) δεν είναι ίδιες με εκείνες των μονίμων κατοίκων: δίνουν βέβαια ιδιαίτερη σημασία στην ασφάλεια της μετακίνησης, όμως έχουν χρόνο στη διάθεση τους, έχουν μάθει να κινούνται και με τα πόδια αρκεί να μην κινδυνεύει η σωματική τους ακεραιότητα, δίνουν σημασία στο αστικό και αγροτικό τοπίο που διασχίζουν, δεν έχουν «δουλειές» στην πόλη κ.λπ. Επομένως, η εξυπηρέτηση των αναγκών των τουριστών δεν ταυτίζεται με εκείνη των μονίμων κατοίκων και άρα θα πρέπει να προσεγγισθεί διαφορετικά.

Η **διαχείριση των λυμάτων**, ζήτημα το οποίο σχετίζεται με τον τουρισμό, γίνεται από το βιολογικό καθαρισμό στο κέντρο του νησιού, στον οποίο είναι

συνδεδεμένες οι περιοχές του δήμου Ομηρούπολης, Χίου και Αγίου Μηνά (περιοχές οι οποίες δέχονται και περισσότερο τουρισμό), ενώ υπό κατασκευή βρίσκεται το έργο σύνδεσης και της νότιας πλευράς του Νησιού (Δήμοι Ιωνίας και Μαστιχοχωρίων).

Καίριας σημασίας είναι το γεγονός ότι στον νησί δεν υπάρχουν χώροι υγειονομικής ταφής απορριμμάτων (ΧΥΤΑ), έργο απαραίτητο για τη βιώσιμη ανάπτυξη του νομού. **Άλλωστε το πρόβλημα των σκουπιδιών αποτελεί το πρόβλημα που επισημαίνουν ως το σημαντικότερο οι αλλοδαποί τουρίστες στις έρευνες ικανοποίησης.**

Σημαντικές προσπάθειες έχουν γίνει στο θέμα **ύδρευσης**, ώστε να καταπολεμηθεί η έλλειψη νερού. Το νησί τις Χίου διαθέτει τρία φράγματα (Ζηφιά, Βικίου, Καριών) και 8 φράγματα και 5 λιμνοδεξαμενές υπό κατασκευή, ενώ το έργο σύνδεσης των πηγών του Ναγού με τη Χίο, μετά την αποτυχημένη και δαπανηρή προσπάθεια του παρελθόντος, είναι υπό κατασκευή και αναμένεται να παραδοθεί μέσα στο 2006. Βέβαια, στις Οινούσσες, και ακόμη περισσότερο στα Ψαρά, η κατάσταση διαφέρει, λόγω της πολύ μικρότερης έκτασής τους, της ανομβρίας και της έλλειψης έργων τόσο ύδρευσης όσο αποχέτευσης και διαχείρισης λυμάτων.

Πάντως, μέχρι σήμερα η ποιότητα του προσφερόμενου πόσιμου νερού δεν καλύπτει τα standards όχι μόνο για τον τουρισμό (που ως σημειωθεί καταναλώνει λιγότερο από το 1% του νερού), αλλά ούτε για τον μόνιμο πληθυσμό. Το υπάρχον πρόβλημα πρέπει να αντιμετωπιστεί όχι μόνο με έργα αύξησης της προσφοράς, αλλά και με μέτρα διαχείρισης της κατανάλωσης νερού.

Στον τομέα της **ενέργειας**, η Χίος διαθέτει εργοστάσιο παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας της Δ.Ε.Η., ισχύος περίπου 50 MW και το οποίο καλύπτει το σύνολο των ενεργειακών αναγκών του Νομού (η τροφοδοσία ρεύματος για τις Οινούσσες και τα Ψαρά γίνεται με υποβρύχιο καλώδιο). Στο Νομό έχουν γίνει σημαντικές προσπάθειες χρήσης της αιολικής ενέργειας, με εγκαταστάσεις στο βόρειο (Αμανή και Μελανιός) και κεντρικό τμήμα (Προφήτη Ηλίας και Αίπος) της Χίου, συνολικής ισχύος 5,8 MW, και στη δυτική πλευρά των Ψαρών συνολικής ισχύος 345 KW. Υπό κατασκευή βρίσκονται, με ιδιωτική πρωτοβουλία, πέντε ακόμη αιολικά πάρκα, συνολικής ισχύος 2,93 MW (Ροδόκλινα, Ροχιάδες Κεράμου, Μύλος, Μελανιός στο Δήμος Αμανής και ένα στο Δήμο Καρδαμύλων).

Η συνεχώς αυξανόμενη ζήτηση για ενέργεια δημιουργεί προβλήματα επάρκειας της προσφοράς που συνήθως επιλύονται με την εγκατάσταση μεγαλύτερων μονάδων και ποτέ με καλύτερη διαχείριση (βλέπε μείωση) των αναγκών. Αν και ο τουρισμός ελάχιστα επηρεάζει την κατανάλωση ενέργειας, όμως η ζήτηση που δημιουργείται ταυτόχρονα με τον παραθερισμό επιβάλλει την αντιμετώπιση του θέματος.

Στον τομέα των **τηλεπικοινωνιών**, υπάρχει πλήρης κάλυψη των οικισμών του νομού όσον αφορά στην τηλεφωνία. Δυστυχώς όμως, στην παρούσα φάση, δεν υπάρχει πλήρης κάλυψη του Νομού σε υπηρεσίες παροχής γρήγορου internet (ADSL), ενώ οι τουριστικές περιοχές (Καρφάς, Αγία Ερμιόνη, Μέγας Λιμνιώνας) απέκτησαν μέσα στο 2006.

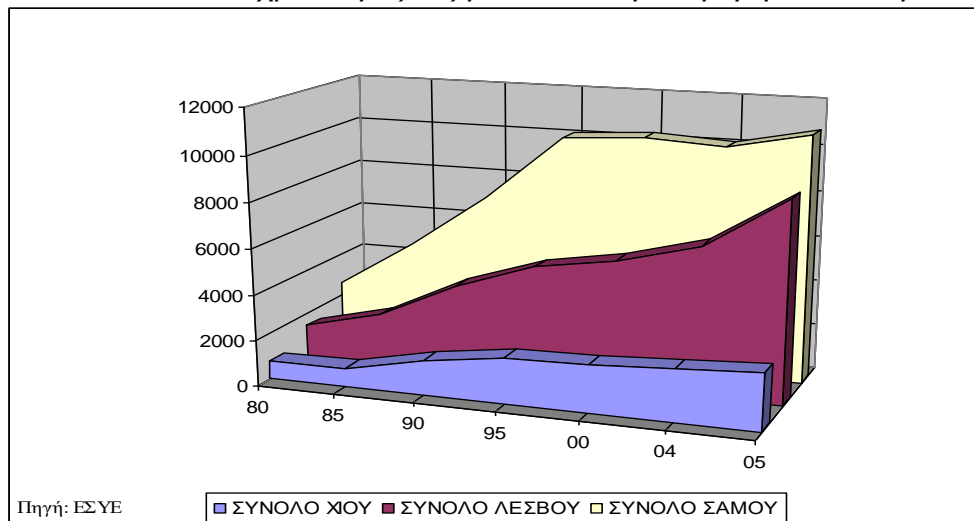
Οι παροχή **υπηρεσιών υγείας** γίνεται από το «Σκυλήτσειο» Νοσοκομείο Χίου, το Κέντρο Υγείας Πυργίου, τα 3 περιφερειακά ιατρεία και τα 8 αγροτικά ιατρεία, το ΙΚΑ Χίου και από 3 ιδιωτικές κλινικές, καθώς επίσης και τους ιδιώτες ιατρούς. Οι νοσοκομειακές κλίνες στο Νομό είναι περίπου 180, η δε αναλογία κλίνης ανά κάτοικο αντιστοιχεί σε 298,2, όταν ο αντίστοιχος μέσος όρος για την Ελλάδα είναι 211,8 (Απογραφή Κέντρων Υγείας και Θεραπευτηρίων, ΕΣΥΕ 2003). Επίσης στο νομό Χίου υπάρχουν 30 φαρμακεία, από τα οποία μόνο έξι λειτουργούν στα χωριά της Χίου.

Η γενική εντύπωση που επικρατεί είναι ότι οι παρεχόμενες υπηρεσίες από τις υπάρχουσες υποδομές δεν είναι στο επιθυμητό επίπεδο. Αυτό αφορά ιδιαίτερα τις υπηρεσίες στις πύλες εισόδου. Όμως οι περιορισμοί που θέτει το νησιωτικό περιβάλλον, οι περιορισμένοι οικονομικοί πόροι, αλλά και η ανάγκη για διερεύνηση εναλλακτικού μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης, υπαγορεύουν την αναγκαιότητα διαφορετικής προσέγγισης στην επίλυση των προβλημάτων, από την λογική της άκριτης επέκτασης των υποδομών.

2.2.5 Τα καταλύματα

Στο Γράφημα 1 παρουσιάζεται η διαχρονική εξέλιξη των κλινών στο Νομό Χίου, σε σύγκριση με τους άλλους δύο νομούς της Περιφέρειας, από το 1985 έως και το 2005. Είναι εμφανής η διαφορά στην εξέλιξη του αριθμού, καθώς κατά τα τέλη της δεκαετίας του '80 με αρχές '90, ο αριθμός των κλινών, ιδιαίτερα στο Νομό Σάμου, εκτοξεύεται, ενώ στη Χίο ο αριθμός παραμένει χαμηλός.

ΓΡΑΦΗΜΑ 1: Διαχρονική εξέλιξη κλινών στην Περιφέρεια Β. Αιγαίου



Ο Νομός Χίου καταλαμβάνει μόνο το 11,2% του συνόλου των κλινών της Περιφέρειας, ενώ οι Οινούσσες και τα Ψαρά διαθέτουν ελάχιστο δυναμικό σε σχέση με αυτό της Χίου. Εάν συγκρίνει κανείς τα δεδομένα του Πίνακα 1, όπου παρουσιάζονται κάποιοι βασικοί δείκτες τουριστικής πίεσης, είναι εμφανές ότι ο Νομός Χίου δέχεται σαφώς μικρότερη πίεση από την τουριστική προσφορά, τόσο όσον αφορά τις κλίνες ανά έκταση, όσο και τις κλίνες ανά πληθυσμό, γεγονός που επιβεβαιώνει ότι ο τουρισμός στο νησί έχει περιορισμένη ανάπτυξη.

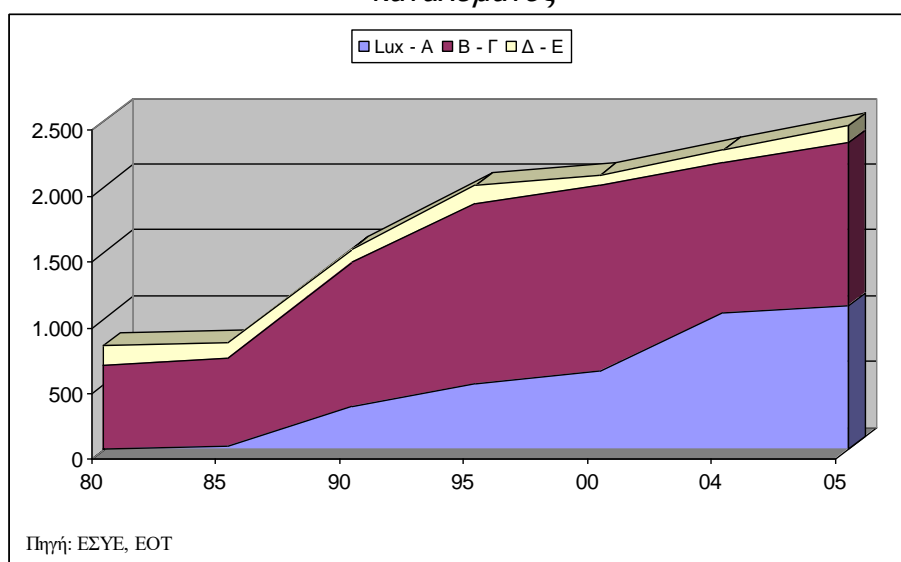
ΠΙΝΑΚΑΣ 1: Βασικοί δείκτες τουριστικής πίεσης

Γεωγραφική Ενότητα	Συνολική έκταση-Km ²	Συνολικός πληθυσμός- Άτομα (2001)	Ξενοδοχειακές/ μη ξενοδοχειακές κλίνες	Σύνολο κλινών/ Έκταση	Σύνολο κλινών/ Πληθυσμό
Βόρειο Αιγαίο	3836	200.066	0,87	12,26	0,24
Ν. Λέσβου	2154	108.294	0,69	9,73	0,19
Ν. Σάμου	778	43.574	1,12	26,52	0,47
Ν. Χίου	904	52.290	0,84	6,00	0,10

Πηγή: ΕΣΥΕ, επεξεργασία στοιχείων

Στη συνέχεια, αν παρατηρήσουμε τη διαχρονική εξέλιξη του αριθμού των ξενοδοχειακών κλινών (βλ. Γράφημα 2), ανά κατηγορία, φαίνεται ότι η πλειοψηφία αυτών ανήκουν σε μονάδες Β' ή Γ' κατηγορίας. Όμως η παρουσία κλινών στην ανώτερες κατηγορίες είναι πολύ υψηλή συγκρινόμενη με σημαντικές τουριστικές περιοχές της χώρας (στοιχεία 2005).

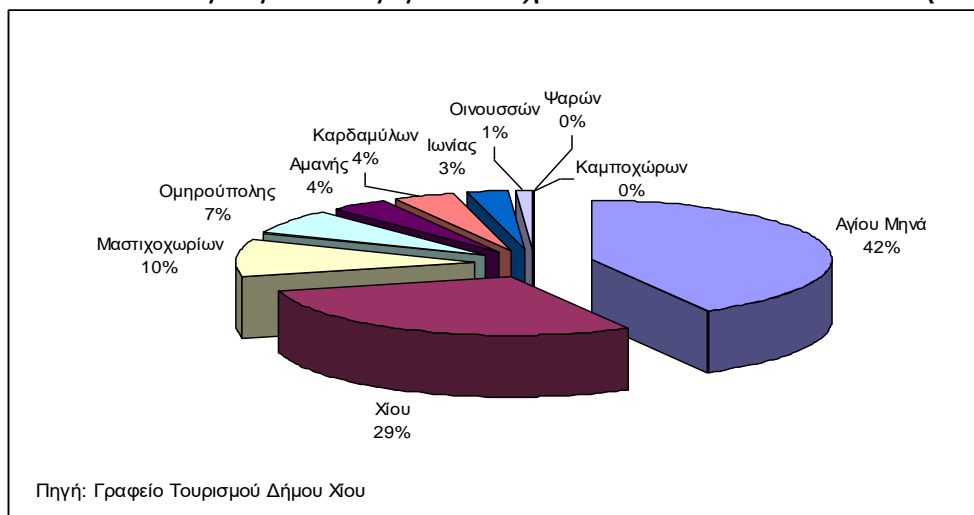
ΓΡΑΦΗΜΑ 2: Διαχρονική εξέλιξη κλινών ανά κατηγορία ξενοδοχειακού καταλύματος



Ένας τρόπος να μετρήσει κανείς την τουριστική πίεση είναι να μελετήσει τη χωρική κατανομή των κλινών, στους Δήμους του Νομού. Στα παρακάτω γραφήματα (Γράφημα 3 και 4), φαίνεται η ποσοστιαία κατανομή των ξενοδοχειακών κλινών και των κλινών των ενοικιαζόμενων δωματίων, στο

Νομό Χίου. Και στις δύο περιπτώσεις είναι εμφανές ότι το μεγαλύτερο μέρος των κλινών (42% και 53% αντίστοιχα) βρίσκεται στο Δήμο Αγίου Μηνά, στον οποίο έχουμε τα δημοτικά διαμερίσματα του Καρφά, της Αγίας Ερμιόνης και του Μέγα Λιμνιώνα, κατεξοχήν τουριστικές περιοχές της Χίου.

ΓΡΑΦΗΜΑ 3: Χωρική κατανομή Ξενοδοχειακών Κλινών στο Ν. Χίου (2003)



Το αμέσως μεγαλύτερο ποσοστό κλινών ξενοδοχειακών καταλυμάτων βρίσκεται στην πόλη της Χίου (29%), ενώ αξιόλογο ποσοστό κλινών καταλαμβάνει και ο Δήμος Μαστιχοχωρίων (Μεστά, Πυργί, Ολύμποι κ.λπ.).

Στον Πίνακα 2, αναλύεται ο αριθμός των ξενοδοχειακών μονάδων και η αντίστοιχη δυναμικότητά τους, για το έτος 2005. Η μέση δυναμικότητα είναι 46,3 κλίνες ανά επιχείρηση για το σύνολο, και το 2004 ήταν 52 ενώ βλέπουμε ότι οι επιχειρήσεις Α' κατηγορίας έχουν μέση δυναμικότητα 96,4 κλίνες (104,4 κλίνες για το 2004), ενώ για τις υπόλοιπες κατηγορίες, η μέση δυναμικότητα είναι λιγότερο από 42 κλίνες ανά επιχείρηση.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2: Αριθμός κλινών σε ξενοδοχειακά καταλύματα, ανά κατηγορία και δυναμικότητα, 2005

	Χίος			Οιουσσές			Ψαρά			Σύνολο Νομού			
	Αριθμός Ξενοδοχείων	Κλίνες	Μέση Δυναμικότητα	Αριθμός Ξενοδοχείων	Κλίνες	Μέση Δυναμικότητα	Αριθμός Ξενοδοχείων	Κλίνες	Μέση Δυναμικότητα	Αριθμός Ξενοδοχείων	Κλίνες	Μέση Δυναμικότητα	Ποσοστό κατηγορίας
Πολυτελείας	1	31	31,0	0	0	-	0	0	-	1	31	31,0	1,3
Α' κατηγορίας	11	1060	96,4	0	0	-	0	0	-	11	1060	96,4	43,1
Β' κατηγορίας	20	859	43,0	0	0	-	1	6	6,0	21	865	41,2	35,2
Γ' κατηγορίας	6	320	53,3	0	0	-	3	56	18,7	9	376	41,8	15,3
Δ' κατηγορίας	5	104	20,8	1	23	23,0	0	0	-	6	127	21,2	5,2
Σύνολο Νομού	43	2374	55,2	1	23	23,0	4	62	15,5	48	2459	46,3	100,0

Πηγή: ΕΣΥΕ

Στον ίδιο πίνακα αναλύεται και το ποσοστό που κατέχει κάθε κατηγορία, στο σύνολο του νομού. Οι κλίνες Α' κατηγορίες, που είναι και οι περισσότερες, καταλαμβάνουν 43,1% του συνόλου και ακολουθούν οι κλίνες Β' κατηγορίας (35,3%). Το μικρότερο ποσοστό του συνόλου καταλαμβάνουν οι κλίνες Γ' και Δ' κατηγορίας (15,3% και 5,2% αντίστοιχα), αλλά και οι κλίνες σε πολυτελή ξενοδοχεία με ποσοστό μόλις 1,3%.

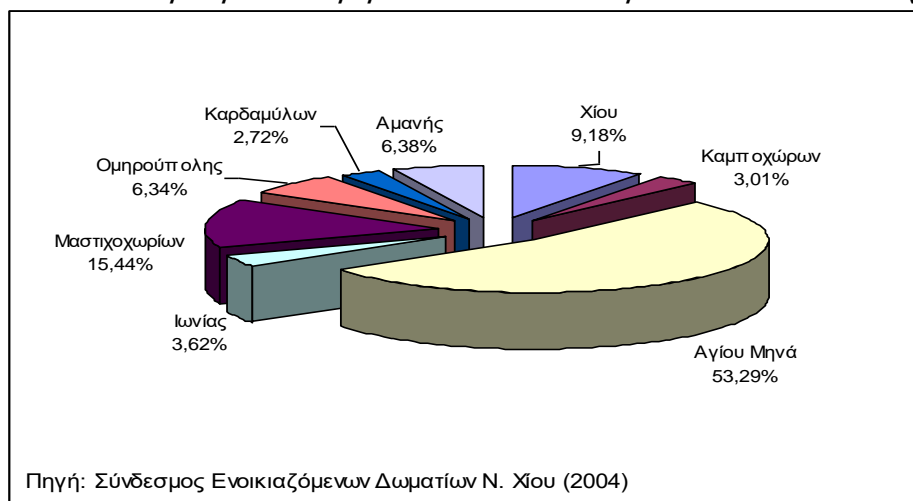
Με βάση το σύστημα των αστεριών που εφαρμόστηκε το 2006 η κατάσταση είναι η ακόλουθη³:

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: Κατάταξη ξενοδοχειακών καταλυμάτων με το σύστημα των αστεριών.

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΔΩΜΑΤΙΑ	ΚΛΙΝΕΣ
ΑΑ ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑΣ	64	119
4 ΑΣΤΕΡΩΝ	457	897
3 ΑΣΤΕΡΩΝ	330	686
2 ΑΣΤΕΡΩΝ	51	98
1 ΑΣΤΕΡΙ	19	38
ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟΣ ΞΕΝΩΝΑΣ Α ΚΑΤΗΓΟΡΙΑΣ	9	17
ΣΥΝΟΛΟ	930	1855

Από τις υπάρχουσες κλίνες το 55% (9 μονάδες στις 20) λειτουργεί μόνο 6 μήνες το χρόνο. Παρατηρείται επίσης μεγάλη διάθεση κλινών κατά το μήνα Δεκέμβρη, ενώ η υψηλή περίοδος ξεκινά από τα το Μάιο και τελειώνει τον Οκτώβριο, περίοδος κατά την οποία δραστηριοποιούνται οι εταιρείες charter.

ΓΡΑΦΗΜΑ 4: Χωρική κατανομή κλινών Ενοικ. Δωματίων στο Ν. Χίου (2004)



Ιδιαίτερα όσον αφορά στα ενοικιαζόμενα δωμάτια το ποσοστό είναι αξιοσημείωτο. Από τα στοιχεία του Συλλόγου Ενοικιαζόμενων Δωματίων Χίου, για το έτος 2004, προκύπτει ότι ο πραγματικός αριθμός κλινών στα

³ Πιθανόν η μη ολοκλήρωση της κατάταξης όλων των μονάδων έχει ως αποτέλεσμα το σύνολο των κλινών σύμφωνα με τα στοιχεία αυτά να υπολείπονται σημαντικά εκείνων με το παλιό σύστημα (1855 έναντι 2374 για τη Χίο και 2459 για τον Νομό)

ενοικιαζόμενα δωμάτια, ή τουλάχιστον αυτός που ανταποκρίνεται περισσότερο στην πραγματικότητα, όπως φαίνεται στον Πίνακα 4, είναι 2.329 κλίνες. Πρόσφατα στοιχεία (2006) του Συλλόγου ανεβάζουν τον αριθμό των κλινών σε 2.606 και των επιχειρήσεων σε 155. Στον παρακάτω πίνακα φαίνεται επίσης ο αριθμός επιχειρήσεων ανά κατηγορία και το σύνολο των κλινών, από όπου προκύπτει η μέση δυναμικότητα των επιχειρήσεων, 15,95 κλίνες, οι οποίες στις συντριπτική τους πλειοψηφία είχαν καταταγεί ως Α' κατηγορίας, ενώ στην νέα ταξινόμηση των κλειδιών κατατάχθηκαν στην κατηγορία 2 & 3.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4: Πραγματικός αριθμός κλινών σε ενοικιαζόμενα δωμάτια ανά κατηγορία και μέση δυναμικότητα, 2004

	Αριθμός επιχειρήσεων	Σύνολο κλινών	Μέση δυναμικότητα επιχειρήσεων
Σύνολο Α Κατηγορίας	118	1.919	16,26
Σύνολο Β Κατηγορίας	24	334	13,92
Σύνολο Γ Κατηγορίας	4	76	19
Σύνολο Κλινών	146	2.329	15,95

Πηγή: Σύλλογος Ενοικιαζόμενων Δωματίων Χίου

Τέλος, χρήσιμο είναι να καταγραφούν τα αγροτουριστικά καταλύματα του Νομού, ως βαθμός εμπλουτισμένης τουριστικής προσφοράς. Ο Πίνακας 5 παρουσιάζει το σύνολο των αγροτουριστικών καταλυμάτων στους τρεις νομούς της Περιφέρειας, το σύνολο των κλινών και τη μέση δυναμικότητα. Είναι εμφανές ότι η Χίος υστερεί σημαντικά ως προς τη Λέσβο και τη Σάμο στο σύνολο των επιχειρήσεων, ενώ η μέση δυναμικότητα είναι στα ίδια σχεδόν επίπεδα. Από το σύνολο των 16 αγροτουριστικών καταλυμάτων της Χίου τα 4 είναι Α' κατηγορίας, τα 10 Β' κατηγορίας και τα 2 είναι Γ' κατηγορίας, με αντίστοιχο αριθμό κλινών, 44 κλίνες, 83 και 14. Πέρα από τα αγροτουριστικά καταλύματα, στη Χίο υπάρχει και ένας αγροτουριστικός συνεταιρισμός (Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Χίου), ο οποίος εδρεύει στο Πυργί και διαθέτει 60 δωμάτια με 100 συνολικά κρεβάτια στα σπίτια των μελών του.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5: Κλίνες σε αγροτουριστικά καταλύματα 2005

	Αριθμός επιχειρήσεων	Σύνολο Κλινών	Μέση Δυναμικότητα
Ν. Χίου	16	141	8,81
Ν. Λέσβου	56	502	8,96
Ν. Σάμου	39	312	8,00
Σύνολο Περιφέρειας	111	955	8,60

Πηγή: Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, κατάλογος αγροτουριστικών καταλυμάτων, www.minagric.gr (2006)

Αν και η αλλαγή στο σύστημα ταξινόμησης των καταλυμάτων δεν επιτρέπει απόλυτες συγκρίσεις των στοιχείων του 2006 με εκείνα των προηγούμενων ετών, υπάρχουν ορισμένες βασικές επισημάνσεις:

- η ύπαρξη σημαντικού αριθμού κλινών σε ξενοδοχειακές μονάδες υψηλών κατηγοριών (4 & 5*) σε σχέση με το ότι συμβαίνει στην υπόλοιπη περιφέρεια και τους νησιωτικούς προορισμούς (44%, έναντι 20% στο Β. Αιγαίο, 29% στο Ιόνιο, 43% στο Ν. Αιγαίο και 40% στην Κρήτη) δίνει τη δυνατότητα για παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας.
- η ταχεία αύξηση των βοηθητικών καταλυμάτων που έχουν ξεπεράσει τις υπάρχουσες κλίνες σε ξενοδοχεία (1:0,9) και η κατάταξή τους στις μεσαίες κατηγορίες του νέου συστήματος κατάταξης με κλειδιά, δεν συμβάλει στη βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών. Ας σημειωθεί ότι η αναλογία που καταγράφεται στο Νομό μεταξύ ξενοδοχειακών κλινών προς μη ξενοδοχειακές υπολείπεται εκείνης που σημειώνεται στις Κυκλάδες και στα Ιόνια. Παρ' όλα αυτά η δημιουργία καταλυμάτων με «χαρακτήρα», αξιοποιώντας υφιστάμενα κτίρια, δίνουν άλλες προοπτικές στον προορισμό. Η ύπαρξη αγροτουριστικών καταλυμάτων δίνει τη δυνατότητα για ανάπτυξη τουρισμού υπαίθρου με την αξιοποίηση των αντίστοιχων πόρων.
- η μεγάλη πλειοψηφία των κλινών συγκεντρώνεται στην πόλη της Χίου και στην παραλιακή ζώνη του Δ. Θυμιανών.
- η εποχικότητα λειτουργίας των ξενοδοχειακών μονάδων είναι ιδιαίτερα χαμηλή συγκρινόμενη με τουριστικές περιοχές δεδομένου ότι περίπου 40% των κλινών λειτουργούν ολόκληρο το χρόνο.
- το μέσο μέγεθος των μονάδων είναι μικρό (50,7 στον Νομό και 55,7 στο νησί) παρά την παρουσία πολλών μονάδων υψηλών κατηγοριών.
- η τουριστική πίεση στον Νομό είναι ιδιαίτερα χαμηλή: σε 1 κλίνη αντιστοιχούν περίπου 10 κάτοικοι, όταν υπάρχουν νησιά όπου η αναλογία είναι 1:1 ή και υψηλότερη.

2.2.6 Λοιπές τουριστικές επιχειρήσεις

Στον Πίνακα 6 παρουσιάζεται το σύνολο των επιχειρήσεων που σχετίζονται με τον τουρισμό (πλην καταλυμάτων). Όπως μπορεί να παρατηρήσει κανείς, το σύνολο των επιχειρήσεων εστίασης και οι καφετέριες-μπαρ καταλαμβάνουν τις δυο πρώτες θέσεις με διαφορά. Οι υπόλοιπες επιχειρήσεις, και κυρίως αυτές που μπορούν να εμπλουτίσουν το τουριστικό προϊόν (π.χ. ενοικιάσεις σκαφών, ενοικίαση ομπρελών και πλωτών μέσων εκμεταλλεύσεις παραλίας) εκλείπουν.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6: Επιχειρήσεις συναφείς με τουρισμό

Κατηγορία Επιχείρησης	Πλήθος
Ενοικίαση αυτοκινήτων και μοτοσικλετών	37
Ενοικίαση ομπρελών και πλωτών μέσων	1
Εκμετάλλευση παραλίας	1
Ενοικίαση σκαφών	2
Εκμετάλλευση σκαφών ψυχαγωγίας	2

Τουριστικά Γραφεία	18
Εστιατόρια, ψησταριές, ουζερί, οβελιστήρια, ταβέρνες	152
Καφετέριες- Μπαρ	220
Βιομηχανία τροφίμων και ποτών	91
Ψυχαγωγικές, πολιτιστικές και αθλητικές δραστηριότητες (Καταδύσεις: 1 επιχείρηση)	90
Αγγειοπλαστείο, Είδη Λαϊκής τέχνης-χειροτεχνία	34
Τουριστικά γραφεία	18
Παροχή υπηρεσιών σε τουριστικές επιχειρήσεις	22
Κοσμηματοπωλεία	30
Επιχειρήσεις έρευνας και ανάπτυξης	15
Σύνολο	634

Πηγή: Επιμελητήριο Νομού Χίου, ΕΣΥΕ 2003

Χρήσιμο είναι να εξεταστεί και η θέση του κλάδου ξενοδοχείων και εστιατορίων, σε σχέση με τους άλλους κλάδους, στο σύνολο των επιχειρήσεων και στον τζίρο αυτών. Ο Πίνακας 7 παρουσιάζει τους επτά πρώτους κλάδους της παραγωγικής δραστηριότητας στο Νομό Χίου, τον αριθμό επιχειρήσεων και τον τζίρο αυτών. Όπως προαναφέρθηκε, ο κλάδος του εμπορίου καταλαμβάνει το μεγαλύτερο τμήμα της επιχειρηματικής δραστηριότητας στο νησί, ενώ ακολουθεί ο κλάδος ο οποίος περιλαμβάνει τις ιχθυοκαλλιέργειες. Ο κλάδος των ξενοδοχείων και εστιατορίων βρίσκεται στην έκτη θέση, με ιδιαίτερα χαμηλό τζίρο σε σχέση με τους τρεις πρώτους κλάδους. Είναι προφανές ότι ο τουρισμός δεν είναι η κύρια ασχολία των κατοίκων του νησιού, αλλά ούτε και αποτελεί σημαντική δραστηριότητα για την τοπική οικονομία.

ΠΙΝΑΚΑΣ 7: Βασικοί Κλάδοι παραγωγικής δραστηριότητας στο Νομό Χίου και Τζίρος αυτών (σε εκ. €)

Κλάδος	Αρ. επιχ.	Τζίρος
Λιανικό εμπόριο, εκτός από το εμπόριο αυτοκινήτων οχημάτων και μοτοσικλετών: επισκευή ειδών ατομικής και οικιακής χρήσης	842	118,83
Χονδρικό εμπόριο και εμπόριο με προμήθεια, εκτός από το εμπόριο αυτοκινήτων οχημάτων και μοτοσικλετών	198	91,52
Αλιεία, ιχθυοκαλλιέργεια και συναφείς βοηθητικές δραστηριότητες	29	73,66
Εμπόριο, συντήρηση και επισκευή αυτοκινήτων οχημάτων και μοτοσικλετών. Λιανική πώληση καυσίμων οχημάτων	198	30,75
Κατασκευές	517	29,54
Ξενοδοχεία και εστιατόρια	459	26,33
Βιομηχανία τροφίμων και ποτών	85	20,29

Πηγή: ΕΣΥΕ, Μητρώο επιχειρήσεων 2003

Η σημαντικότερη επισήμανση αφορά στην απουσία άλλων υπηρεσιών και δραστηριοτήτων πέρα από τις «συμβατικές», ενώ επιβεβαιώνεται η χαμηλή βαρύτητα του κλάδου στην τοπική οικονομία.

2.2.7. Απασχόληση – εργατικό δυναμικό

Όπως προαναφέρθηκε, ο πρωτογενής και δευτερογενής τομέας δεν έχουν ιδιαίτερα μεγάλη δραστηριότητα στο Νομό Χίου. Αντίθετα, υπάρχει έντονη

δραστηριότητα στον τριτογενή τομέα, αλλά με μικρή συμμετοχή του τουρισμού.

Το επίπεδο εκπαίδευσης του ανθρωπίνου δυναμικού στο νησί φαίνεται στον Πίνακα 8. Το 64,11% του συνολικού πληθυσμού του Νομού έχει κατώτερης κλίμακας εκπαίδευση (ΤΕΛ, ΤΕΣ, Γυμνάσιο, Δημοτικό κοκ.), ενώ το 8,05% είναι κάτοχοι πτυχίου ανωτέρας και ανώτατης σχολής.

Ειδικότερα για την απασχόληση στον τουριστικό τομέα, στον Πίνακα 9, παρουσιάζεται η απασχόληση, ανά ομάδες ατομικών επαγγελματιών και θέση στο επάγγελμα, για τον κλάδο «ξενοδοχεία και εστιατόρια» σε σύγκριση με το σύνολο των απασχολούμενων. Παρατηρείται ότι ο κλάδος του τουρισμού απασχολεί το 5,82% του συνόλου (με μέσο όρο Ελλάδας 5,71%), ενώ σχεδόν το 56% αυτών είναι μισθωτοί και το 33,5% είναι εργοδότες.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8: Επίπεδο Εκπαίδευσης στο Νομό Χίου

Κάτοχοι διδακτορικού τίτλου	56
Κάτοχοι Μάστερ	183
Πτυχιούχοι Ανωτάτων Σχολών	2.897
Πτυχιούχοι ΤΕΙ (ΚΑΤΕ, ΚΑΤΕΕ)	1.142
Πτυχιούχοι Ανωτέρων Σχολών	873
Πτυχιούχοι μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης	1.508
Απόφοιτοι Μέσης εκπαίδευσης	11.337
Εκπαίδευση κατώτερης κλίμακας	32.151
Σύνολο	50.147

Πηγή: ΕΣΥΕ, Απογραφή 2001

ΠΙΝΑΚΑΣ 9: Απασχολούμενοι ανά ομάδες ατομικών επαγγελματιών και θέση.

	Σύνολο Κλάδων	Ξενοδοχεία & εστιατόρια
Σύνολο απασχολούμενων	15.514	904
Ομάδες ατομικών επαγγελματιών		
Μέλη των βουλευόμενων σωμάτων, ανώτερα διοικητικά και διευθυντικά στελέχη του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα	1.418	249
Πρόσωπα που ασκούν επιστημονικά, καλλιτεχνικά και συναφή επαγγέλματα	1.707	0
Τεχνολόγοι τεχνικοί βοηθοί και ασκούντες συναφή επαγγέλματα	1.681	28
Υπάλληλοι γραφείου και ασκούντες συναφή επαγγέλματα	1.211	52
Απασχολούμενοι στην παροχή υπηρεσιών και πωλητές σε καταστήματα και υπαίθριες αγορές	2.599	475
Ειδικευμένοι γεωργοί, κτηνοτρόφοι δασοκόμοι και αλιείς	1.587	0
Ειδικευμένοι τεχνίτες και ασκούντες συναφή τεχνικά επαγγέλματα	2.582	51
Χειριστές σταθερών βιομηχανικών εγκαταστάσεων, μηχανημάτων και εξοπλισμού και συναρμολογητές	924	6
Ανειδίκευτοι εργάτες, χειρώνακτες και μικροεπαγγελματίες	1.123	35
Δήλωσαν ανεπαρκώς ή ασαφώς το επάγγελμά τους ή δε	682	8

δήλωσαν επάγγελμα		
Θέση		
Εργοδότες	2.284	303
Εργαζόμενοι για δικό τους λογαριασμό	2.647	63
Μισθωτοί	10.159	506
Συμβοηθούντα και μη αμειβόμενα μέλη νοικοκυριού	424	32

Πηγή: ΕΣΥΕ, Απογραφή 2001

Ο Πίνακας 10, δίνει μια γενική εικόνα της κατανομή της απασχόλησης στους τρεις τομείς της οικονομίας στους Δήμους του Νομού.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10: Απασχολούμενοι στους κλάδους της οικονομίας ανά Δήμο, στο Νομό Χίου

Δήμοι	Οικονομικώς ενεργοί						Οικονομικώς μη ενεργοί	
	Σύνολο	Απασχολούμενοι					Άνεργοι	Μη ενεργοί
		Σύνολο	Πρωτογενής Τομέας	Δευτερογενής Τομέας	Τριτογενής Τομέας	Δε δήλωσαν κλάδο οικονομικής δραστηριότητας	Σύνολο	
ΧΙΟΥ	9.368	8.411	433	1.634	5.915	429	957	16.303
ΑΓΙΟΥ ΜΗΝΑ	879	791	39	196	531	25	88	1.799
ΑΜΑΝΗΣ	422	370	122	70	161	17	52	1.107
ΙΩΝΙΑΣ	1.579	1.355	338	239	732	46	224	2.895
ΚΑΜΠΟΧΩΡΩΝ	794	725	121	174	406	24	69	2.076
ΚΑΡΔΑΜΥΛΩΝ	785	616	165	54	369	28	169	1.973
ΜΑΣΤΙΧΟΧΩΡΙΩΝ	1.190	1.035	360	159	446	70	155	3.132
ΟΙΝΟΥΣΣΩΝ	259	190	25	25	118	22	69	596
ΟΜΗΡΟΥΠΟΛΗΣ	2.184	1.925	165	355	1.279	126	259	5.287
ΨΑΡΩΝ	113	96	14	28	50	4	17	365
ΣΥΝΟΛΟ ΝΟΜΟΥ	17.573	15.514	1.782	2.934	10.007	791	2.059	35.533

Πηγή: ΕΣΥΕ, Απογραφή 2001

Επιπλέον, στον παραπάνω πίνακα φαίνονται και το ποσοστό ανεργίας, που στο σύνολο του νομού φτάνει το 11,71%, ενώ ο δήμος Καρδαμύλων κατέχει το μεγαλύτερο ποσοστό ανέργων (21,52%) και ακολουθούν ο Δήμος Ιωνίας (14,18%) και Δήμος Ομηρούπολης (1,85%). Να υπογραμμιστεί ιδιαίτερα ότι ο ενεργός πληθυσμός ως ποσοστό του συνολικού πληθυσμού του Νομού είναι ιδιαίτερα χαμηλός.

3. Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ

Για τη μέτρησή της, οφείλει κανείς να εκτιμήσει τον αριθμό των τουριστών (αφίξεις, διανυκτερεύσεις) και των παραθεριστών, τα χαρακτηριστικά τους, τα κίνητρά τους και τη συμπεριφορά τους στον τόπο προορισμού. Στα υποκεφάλαια που ακολουθούν θα εξεταστούν όλα τα παραπάνω σε βάθος, ώστε να σχηματιστεί μία εικόνα για την υφισταμένη κατάσταση της ζήτησης στο Νομό Χίου.

3.1 Αφίξεις σε λιμάνι και αεροδρόμιο

Στον πίνακα που ακολουθεί συγκεντρώνονται οι διαχρονικές αφίξεις στις πύλες εισόδου της Χίου, λιμάνι και αεροδρόμιο.

Οι πτήσεις charter, που ξεκίνησαν το 1990 – αργότερα από ότι συνέβη σε Σάμο και Λέσβο – παρουσίασαν αυξητική τάση μέχρι το 2002, ενώ στη συνέχεια σημειώνουν απότομη πτώση, για να σταθεροποιηθούν γύρω στις 15.000 περίπου τουρίστες.

Σε ό,τι αφορά στις αφίξεις με πλοίο και με πτήσεις εσωτερικού σημειώνονται διαχρονικά αυξομειώσεις για να ξεπεράσει για πρώτη φορά το 2000 τις 300.000 αφίξεις, ενώ μετά από κάμψη τα έτη 2001-2004 ξεπέρασε το επίπεδο αυτό και πάλι το 2005. Αύξηση αναμένεται να καταγραφεί και στο 2006, τα στοιχεία του οποίου δεν είναι ακόμη διαθέσιμα.

Να σημειωθεί ότι η αύξηση των διαθέσιμων θέσεων σε πλοία (από το 2005) και αεροπλάνα (από το 2004) με την ενεργοποίηση και νέων εταιρειών δημιουργεί θετικές προϋποθέσεις για αύξηση της κίνησης που όμως δεν σημαίνει ότι αυτή είναι στο σύνολό της τουριστική, αλλά επηρεάζει τόσο την κινητικότητα των μονίμων κατοίκων και των φοιτητών, αλλά και των επισκεπτών-παραθεριστών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11: Διαχρονική εξέλιξη αφίξεων στις πύλες εισόδου της Χίου, ανά μέσο μεταφοράς.

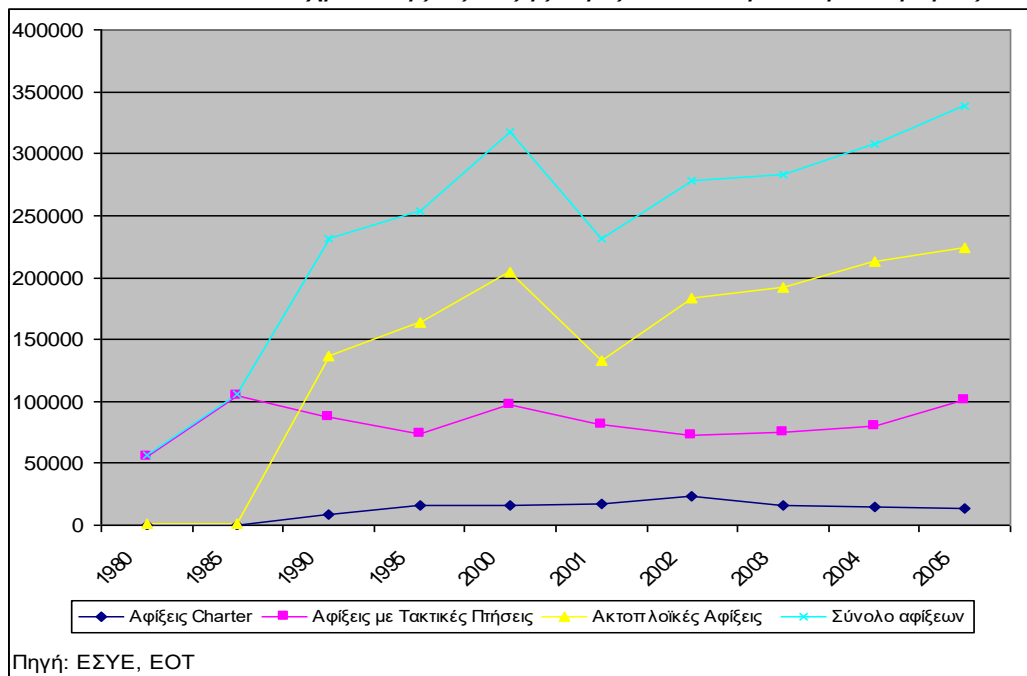
	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006 (Σεπτ)
Charter	8014	15739	15907	17484	23402	15773	14956	13389	14958
Τακτικές Πτήσεις	86838	74161	96621	80652	72350	74804	79629	101383	74368
Ακτ/κές	136845	163366	204427	133000	182950	192488	212911	223671	211153
Σύνολο	231697	253266	316955	231136	278702	283065	307496	338443	300479

Πηγές: ΕΣΥΕ, ΥΠΑ Χίου, Λιμεναρχείο Χίου

Στο Γράφημα 5, είναι εμφανής η εξέλιξη του συνολικού αριθμού των αφίξεων, αλλά και το μερίδιο των αφίξεων που καταλαμβάνει το κάθε μέσον

μεταφοράς. Οι αφίξεις ακολούθησαν μια σταδιακή αύξηση έως το 2001, όπου σημειώθηκε μια μείωση της τάξεως του 29,2%, και οφείλεται κυρίως στη μείωση των ακτοπλοϊκών αφίξεων.

ΓΡΑΦΗΜΑ 5: Διαχρονικής εξέλιξης αφίξεων ανά μέσο μεταφοράς



Τα τελευταία χρόνια οι αφίξεις ακολουθούν μια αυξητική τάση, κυρίως λόγω της καλύτερης εικόνας των ακτοπλοϊκών αφίξεων που μετά το 2001 αυξάνονται κάθε χρόνο.

Όσον αφορά στις εθνικότητες των αλλοδαπών τουριστών των πτήσεων charter, φαίνεται ότι οι χώρες προέλευσης των πτήσεων έχουν μειωθεί το 2005 σε 4 (με σειρά σπουδαιότητας Ολλανδία, Νορβηγία, Βέλγιο και Αυστρία), ενώ λείπουν εντελώς οι δύο χώρες που αποτελούν τις κυριότερες χώρες προέλευσης τουριστών της Ελλάδας: η Μ. Βρετανία και η Γερμανία (από το 1997 και μετά).

Το μεγαλύτερο ποσοστό στις συνολικές αφίξεις του 2005 κατέλαβαν οι Ολλανδοί (43,95%), ποσοστό το οποίο δείχνει ότι αποτελούν την κυρίαρχη εθνικότητα αλλοδαπών τουριστών που δέχεται το νησί τα τελευταία χρόνια. Ακολουθούν οι Νορβηγοί, με ποσοστό 30,97% που όμως παρουσιάζουν σημαντικές αυξομειώσεις τα τελευταία χρόνια (μέγιστος αριθμός οι 8000 το 2002 και ελάχιστος οι 3000 το 2004).

Τα στατιστικά στοιχεία για τις εθνικότητες των τουριστών που έρχονται στη Χίο με πτήσεις charter ανά μήνα επιβεβαιώνουν ότι οι πτήσεις charter ξεκινούν στα μέσα Απριλίου και συνεχίζουν έως και τα μέσα Οκτωβρίου. Ενδιαφέρον είναι το γεγονός ότι οι περισσότερες αφίξεις charter γίνονται το μήνα Ιούνιο (18,86%), ακολουθούμενο από τον Ιούλιο και τον Μάιο (18,79% και 18,38% αντίστοιχα), ενώ τον Αύγουστο οι αφίξεις ήταν λιγότερες ακόμη και από τον

Σεπτέμβρη. Αν και οι ποσοστιαίες διαφορές είναι μικρές, υποδεικνύουν ότι οι αλλοδαποί τουρίστες που ταξιδεύουν με charter, προτιμούν σχεδόν εξ ίσου όλους τους καλοκαιρινούς μήνες (χαμηλότερη εποχικότητα), σε αντίθεση με τις πτήσεις εσωτερικού, όπου τα ποσοστά για τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο είναι σαφώς υψηλότερα (13,33 και% 10,77% αντίστοιχα).

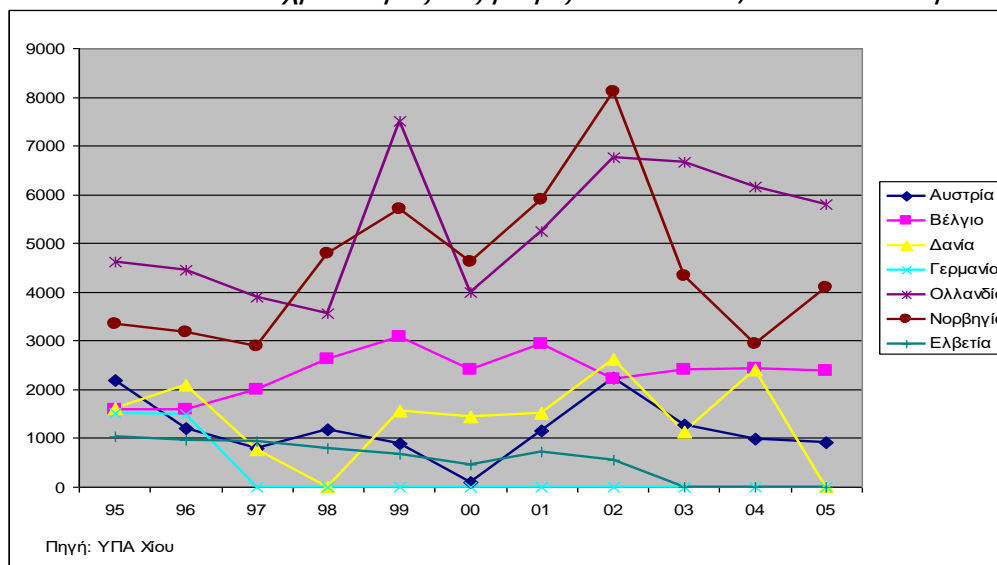
ΠΙΝΑΚΑΣ 12: Αφίξεις επιβατών πτήσεων charter (ανά εθνικότητα) και εσωτερ 2005

	Αυστριακοί	Βέλγοι	Ολλανδοί	Νορβηγοί	Σύνολο Charter	% Μήνα	Πτήσεις Εσωτερικού	% Μήνα
Ιανουάριος	0	0	0	0	0	0,00	7149	7,05
Φεβρουάριος	0	0	0	0	0	0,00	6590	6,50
Μάρτιος	0	0	0	0	0	0,00	8496	8,38
Απρίλιος	0	0	259	280	539	4,09	9049	8,93
Μάιος	38	545	1031	808	2422	18,38	8053	7,94
Ιούνιος	272	347	1116	751	2486	18,86	9516	9,39
Ιούλιος	173	458	920	925	2476	18,79	13513	13,33
Αύγουστος	217	608	1028	456	2309	17,52	10918	10,77
Σεπτέμβριος	217	429	1249	508	2403	18,23	8299	8,19
Οκτώβριος	0	1	190	354	545	4,14	6896	6,80
Νοέμβριος	0	0	0	0	0	0,00	6259	6,17
Δεκέμβριος	0	0	0	0	0	0,00	6645	6,55
Σύνολο	917	2388	5793	4082	13180	100,00	101383	100,00
Ποσοστό εθνικότητας	6,96	18,12	43,95	30,97	100,00	0,76		

Πηγή: Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας Χίου

Μια διαχρονική εικόνα των αφίξεων ανά εθνικότητα στο αεροδρόμιο της Χίου είναι εμφανής στο Γράφημα 6. Οι Ολλανδοί και οι Νορβηγοί ήταν ανέκαθεν κυρίαρχες εθνικότητες στο τουρισμό του νησιού, βέβαια με σημαντικές διακυμάνσεις κυρίως για τα έτη 1999 και 2002. Οι δεύτεροι μάλιστα έκτοτε παρέμειναν σε χαμηλότερα επίπεδα. Οι Βέλγοι είναι η τρίτη εθνικότητα σε αφίξεις, με σχετικά σταθερό αριθμό ανά τα έτη. Ιδιαίτερες διακυμάνσεις υπήρχαν στις αφίξεις των Δανών και των Αυστριακών, χωρίς να καταλαμβάνουν ιδιαίτερο μερίδιο των συνολικών αφίξεων. Παρατηρείται επίσης ότι οι αφίξεις των Γερμανών, για τη τριετία 1995-1997, παρέμειναν σε ιδιαίτερα χαμηλά επίπεδα ενώ όπως αναφέρθηκε προηγούμενα στη συνέχεια διακόπηκαν οι αφίξεις charter από Γερμανία.

ΓΡΑΦΗΜΑ 6: Διαχρονική εξέλιξη αφίξεων Charter, ανά εθνικότητα



Συγκρίνοντας τις συνολικές αφίξεις (βλ. Πίνακα 13), και το ποσοστό που καταλαμβάνουν οι αφίξεις ανά μέσο μεταφοράς για το 2005 (charter, πτήσεις εσωτερικού, πλοίο) βλέπουμε ότι το μεγαλύτερο μέρος των τουριστών ταξιδεύει στη Χίο με πλοίο (66,09%), ενώ με πτήσεις charter μόνο 3,96%. Οι συνολικές αφίξεις είναι 338.443 άτομα και οι μήνες Ιούλιο και Αύγουστος καταλαμβάνουν το μεγαλύτερο μέρος αυτών (30,91%). Ο βαθμός εποχικότητας φαίνεται και στο Γράφημα 7, για καθένα από το μέσα μεταφοράς και το σύνολο αυτών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 13: Κατανομή αφίξεων ανά μήνα και μέσο μεταφοράς, 2005

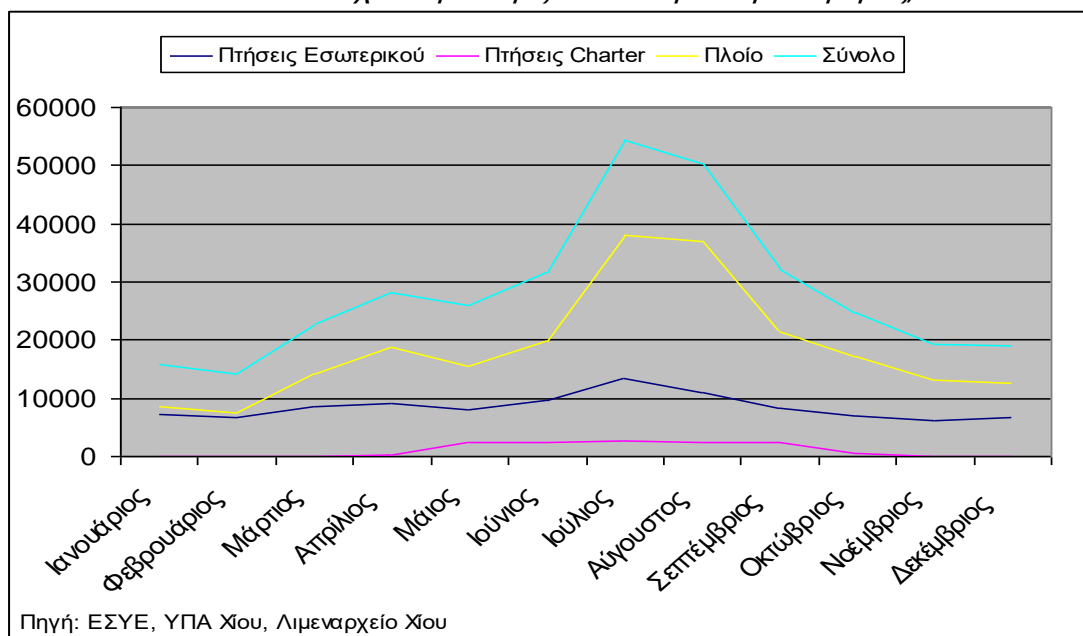
Μήνας	Πτήσεις Εσωτερικού	Πτήσεις Charter	Πλοίο	Σύνολο Αφίξεων	% μήνα
Ιανουάριος	7.149	0	8.597	15.746	4,65
Φεβρουάριος	6.590	0	7.622	14.212	4,20
Μάρτιος	8.496	0	14.217	22.713	6,71
Απρίλιος	9.049	394	18.788	28.231	8,34
Μάιος	8.053	2.422	15.426	25.901	7,65
Ιούνιος	9.516	2.486	19.708	31.710	9,37
Ιούλιος	13.513	2.607	38.141	54.261	16,03
Αύγουστος	10.918	2.532	36.903	50.353	14,88
Σεπτέμβριος	8.299	2.403	21.491	32.193	9,51
Οκτώβριος	6.896	545	17.129	24.570	7,26
Νοέμβριος	6.259	0	13.146	19.405	5,73
Δεκέμβριος	6.645	0	12.503	19.148	5,66
Σύνολο	101.383	13.389	223.671	338.443	100
% μέσου μεταφοράς	29,96	3,96	66,09		

Πηγή: ΥΠΑ Χίου, Λιμεναρχείο Χίου

Μελετώντας την καμπύλη αφίξεων των πλοίων (βλ. Γράφημα 7), συμπεραίνουμε ότι έχουμε συγκέντρωση κατά τους μήνες του καλοκαιριού, γεγονός λιγότερο έντονο στην καμπύλη με τις αεροπορικές αφίξεις. Αυτό

πιθανά οφείλεται στο γεγονός ότι μεγαλύτερο ποσοστό των επιβατών πλοίου είναι Έλληνες, οι οποίοι ταξιδεύουν πολύ περισσότερο κατά τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο. Επίσης, παρατηρείται ότι η κίνηση των charter παραμένει σταθερή από το Μάιο έως και τον Οκτώβριο, περίοδος κατά την οποία πραγματοποιούνται πτήσεις από όλες τις εταιρείες.

ΓΡΑΦΗΜΑ 7: Εποχικότητα αφίξεων ανά μέσο μεταφοράς, 2005



Σε μια προσπάθεια εκτίμησης του αριθμού των τουριστών και παραθεριστών που επισκέπτονται τη Χίο υποθέτουμε ότι ο αριθμός επιβατών πτήσεων εσωτερικού και πλοίων του Φεβρουαρίου (που είναι ο χαμηλότερος του χρόνου) αποτελεί το μέσο ετήσιο όρο των κατοίκων της Χίου (σ' αυτούς συνυπολογίζονται τόσο οι φοιτητές όσο και οι στρατιώτες) που μετακινούνται ανά μήνα εκτός νησιού. Αυτή η υπόθεση μας οδηγεί σε ένα αριθμό τουριστών και παραθεριστών $[101.383 - (6.590 * 12)^4 + 13.389^5 + 223.671 - (7.622 * 12)^6] = 167.899$ ετησίως, που αναλύεται σε 22303 αφίξεις με αεροπλάνο, 13389 με charter και 132207 με πλοίο. Αντίστοιχα, για τα προηγούμενα έτη έχουμε συνολικές αφίξεις 152.924 για το 2004 και 136.993 για το 2003.

Η χαμηλή κίνηση σε συνδυασμό με την πτωτική τάση που σημειώθηκε στις αρχές του 21^{ου} αιώνα, η σχετικά υψηλή εποχικότητα (κυρίως εξ αιτίας των Ελλήνων) και η σχεδόν παντελής απουσία της Χίου από τις δύο σημαντικότερες αγορές εισερχόμενου τουρισμού για τη χώρα μας (Μ. Βρετανία και Γερμανία), αποτελούν τα χαρακτηριστικά των αφίξεων στον προορισμό.

⁴ Αφίξεις με τακτικές πτήσεις: σύνολο αφίξεων μείον αφίξεις Φεβρουαρίου ως οι μηνιαίες μετακινήσεις των κατοίκων Χίου * 12 μήνες

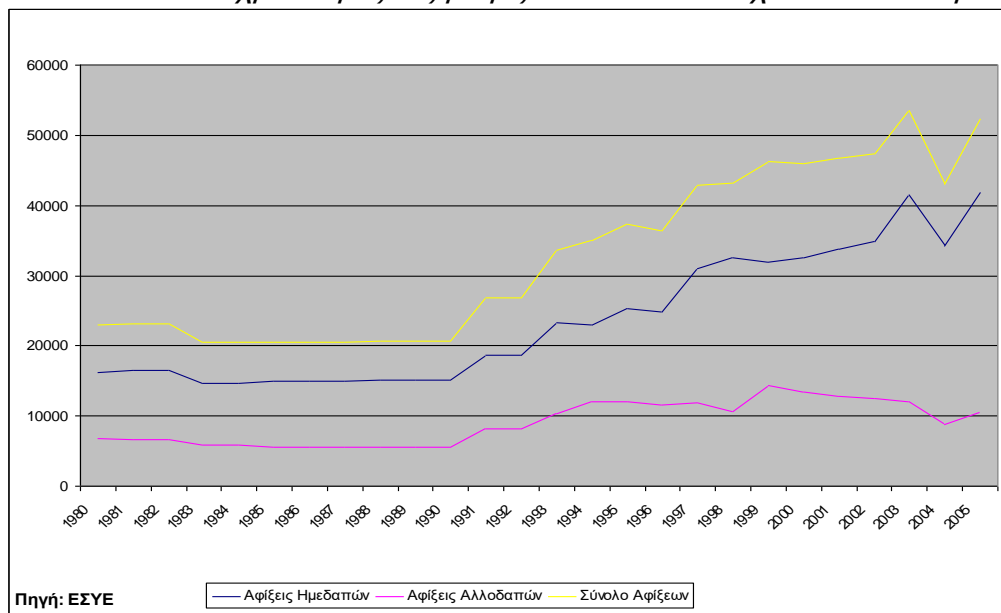
⁵ Αφίξεις με πτήσεις charter: το σύνολο

⁶ Αφίξεις με πλοίο: σύνολο αφίξεων μείον αφίξεις Φεβρουαρίου ως οι μηνιαίες μετακινήσεις των κατοίκων Χίου * 12 μήνες

3.2 Χαρακτηριστικά της ζήτησης σε ξενοδοχειακά καταλύματα

Στα δύο παρακάτω γραφήματα (Γραφήματα 8 και 9) παραθέτονται τα στοιχεία των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων στα πάσης φύσεως ξενοδοχειακά καταλύματα, από το 1980 έως και το 2005, έτσι ώστε να γίνει μια εκτίμηση της διαχρονικής εξέλιξης του τουρισμού στο νομό.

ΓΡΑΦΗΜΑ 8: Διαχρονική εξέλιξη Αφίξεων στα Ξενοδοχειακά Καταλύματα



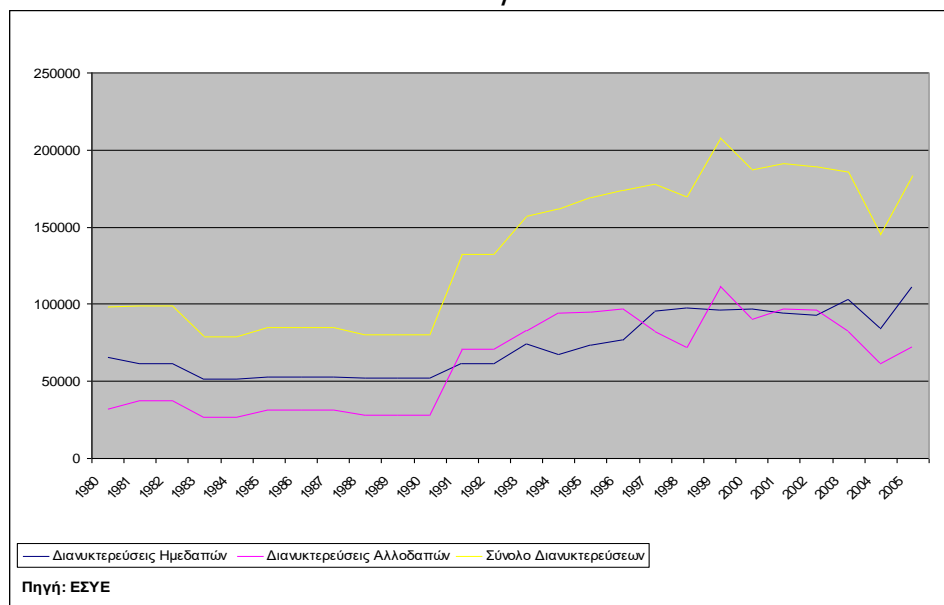
Οι συνολικές αφίξεις ακολούθησαν μία αυξητική πορεία από τις αρχές της δεκαετίας του '90 έως και το 2004, όπου και υπήρχε μια σχετικά απότομη μείωση (-19,64%). Η μείωση αυτή επιβαρύνθηκε ιδιαίτερα από τη σημαντική μείωση των αφίξεων των Ελλήνων τουριστών (-27,27%), ενώ η αλλοδαποί μειώθηκαν κατά 17,44%. Το ίδιο έτος, οι διανυκτερεύσεις μειώθηκαν κατά 21,76%, αλλά αυτή τη φορά λόγω της μεγάλης μείωσης των διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών τουριστών. Την χρονιά που ακολούθησε (2005) η κατάσταση βελτιώθηκε, τόσο για τις αφίξεις, όσο και για τις διανυκτερεύσεις. Οι συνολικές αφίξεις αυξήθηκαν κατά 21,9% (22,4 για τους Έλληνες και 20% για τους αλλοδαπούς) και οι διανυκτερεύσεις αυξήθηκαν 26,5% (33,2 για τους Έλληνες και 17,5% για τους αλλοδαπούς).

Είναι χαρακτηριστικό ότι οι αφίξεις των Ελλήνων στα ξενοδοχειακά καταλύματα ήταν και παραμένουν υψηλότερες από εκείνες των αλλοδαπών. Η διαφορά αυτή αυξάνεται σημαντικά από το 1991 και μετά, με αποτέλεσμα το 2005 οι αφίξεις των πρώτων να ξεπεράσουν τις 40.000, ενώ εκείνες των δεύτερων, μετά από μια άνοδο τα έτη 2000 -2002 στις 12.000-14.000, να είναι περίπου 10.000.

Σε ό,τι αφορά στις διανυκτερεύσεις, η κατάσταση είναι σημαντικά διαφορετική: από το 1991 και μετά ο αριθμός διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών αυξήθηκε σημαντικά και πολλές χρονιές ξεπέρασε εκείνον των ημεδαπών, παρά το γεγονός ότι και εκείνες διπλασιάστηκαν την ίδια περίοδο.

Συγκρίνοντας τα στοιχεία αυτά με εκείνα των αφίξεων στο νησί διαπιστώνουμε ότι από την ίδια περίοδο σημειώνεται σημαντική αύξηση των αφίξεων με charter. Η μείωση των αφίξεων των charter μετά το 2001 έφερε τις διανυκτερεύσεις των αλλοδαπών κάτω από εκείνες των ημεδαπών.

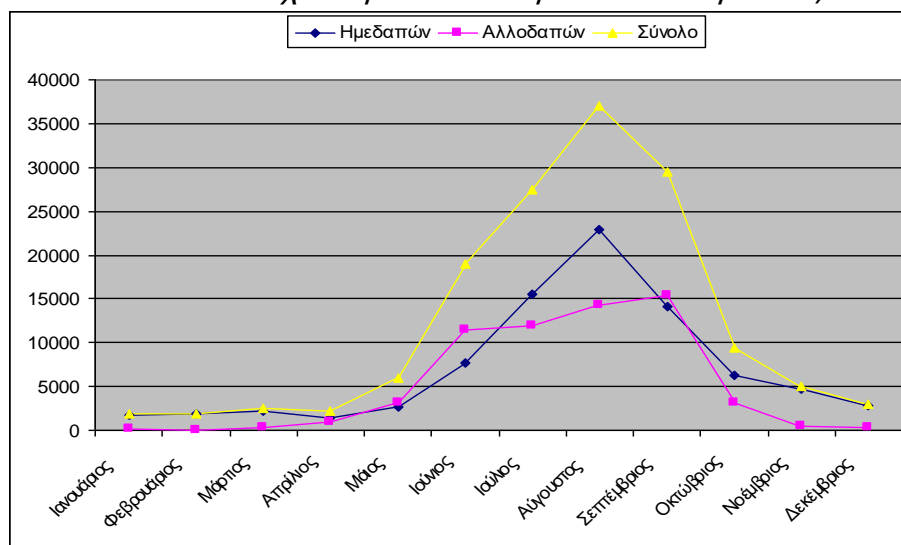
ΓΡΑΦΗΜΑ 9: Διαχρονική εξέλιξη διανυκτερεύσεων στα Ξενοδοχειακά Καταλύματα



Στο Γράφημα 10, παραθέτονται οι διανυκτερεύσεις Ελλήνων και αλλοδαπών τουριστών, στα ξενοδοχειακά τουριστικά καταλύματα, ανά μήνα, για το έτος 2004. Είναι εμφανές ότι η εποχικότητα που παρατηρείται στις αφίξεις σε λιμάνι και αεροδρόμιο, ακολουθεί ανάλογη πορεία και στις διανυκτερεύσεις του έτους 2004. Σημειώνεται συνεπώς, έντονη εποχικότητα κατά τους μήνες Ιούλιο, Αύγουστο και Σεπτέμβριο. Η κατανομή των διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών τουριστών κατά την περίοδο Ιουνίου – Σεπτεμβρίου είναι σχετικά ομοιόμορφη. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι πτήσεις charter πραγματοποιούνται, όπως, προαναφέρθηκε, κατά την περίοδο Μαΐου - Οκτωβρίου, μέσον με το οποίο ταξιδεύει ένας μεγάλος όγκος των αλλοδαπών τουριστών. Η συγκέντρωση των διανυκτερεύσεων των Ελλήνων για τους αντίστοιχους μήνες παρουσιάζει πολύ πιο έντονη συγκέντρωση κατά το μήνα Αύγουστο, τόσο ως ποσοστό όσο και ως απόλυτο αριθμό.

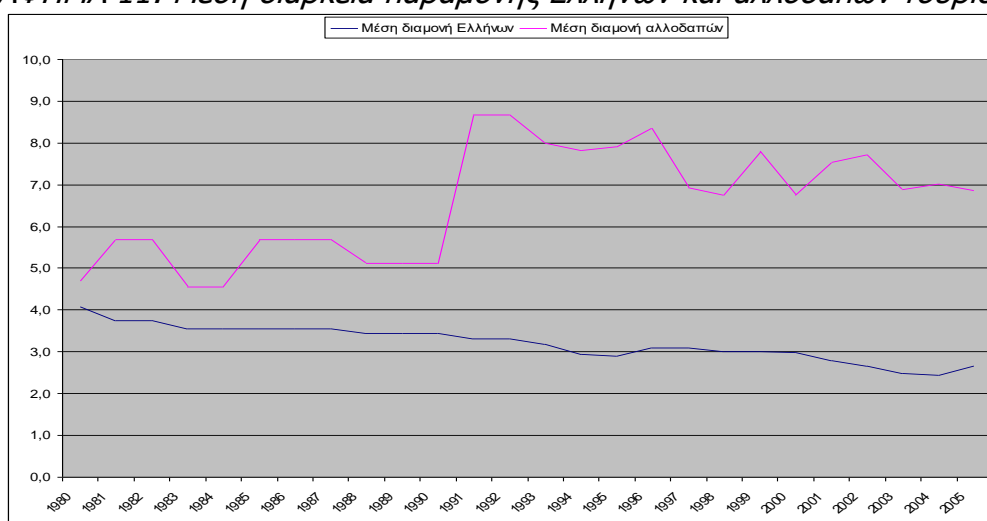
Συνεπώς, παρατηρείται σημαντικά άνιση ζήτηση στα ξενοδοχειακά καταλύματα, καθώς το σύνολο των διανυκτερεύσεων των μηνών Ιουλίου και Αυγούστου αποτελεί το 45% των συνολικών διανυκτερεύσεων του έτους (43% των συνολικών διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών και 46% των Ελλήνων). Ας σημειωθεί ότι οι διανυκτερεύσεις αλλοδαπών είναι πρακτικά μηδενικές για τους 5 χειμερινούς μήνες (Νοέμβριο – Μάρτιο) και ότι εκείνες των Ελλήνων τους μήνες Οκτώβριο - Δεκέμβριο είναι περισσότερες από εκείνες της περιόδου Ιανουαρίου - Μαΐου.

ΓΡΑΦΗΜΑ 10: Εποχικότητα διανυκτερεύσεων τουριστών, 2004



Στο Γράφημα 11, βλέπουμε τη σύγκριση αλλοδαπών και Ελλήνων ως προς τη μέση διάρκεια παραμονής τους στη Χίο. Είναι εμφανές ότι οι αλλοδαποί τουρίστες έχουν μεγαλύτερο μέσο όρο ημερών παραμονής, διαφορά η οποία έγινε ιδιαίτερα έντονη στις αρχές της δεκαετίας '90, όπου και σημειώθηκαν οι πρώτες αφίξεις πτήσεων charter.

ΓΡΑΦΗΜΑ 11: Μέση διάρκεια παραμονής Ελλήνων και αλλοδαπών τουριστών



Ως γνωστόν, ο παράγοντας απόσταση παίζει καταλυτικό ρόλο στην μέση διάρκεια παραμονής για τους ξένους τουρίστες, αλλά ο παράγοντας charter είναι ακόμη ισχυρότερος, διότι «κρατάει» έναν τουρίστα σε μία περιοχή, συνήθως για περίοδο μιας ή δύο εβδομάδων, αφού μαζί με το εισιτήριο του αεροπλάνου αγοράζεται «πακέτο» και το κατάλυμα. Αντίθετα, όσοι αλλοδαποί κινούνται με τακτικές πτήσεις συνήθως επισκέπτονται περισσότερους από έναν προορισμό στον οποίον και μένουν μικρότερο διάστημα.

Η μέση διάρκεια παραμονής (ΜΔΠ) των Ελλήνων ακολουθεί μια συνεχή πτωτική τάση έως το 2004, όπου ο μέσος όρος διαμονής ήταν 2,36 ημέρες,

ενώ την περίοδο 1994-2000 ήταν περίπου 3 ημέρες και το 1980 περίπου 4. Ο μέσος όρος παραμονής των Ελλήνων είναι ιδιαίτερα χαμηλός αν αναλογιστεί κανείς ότι οι αλλοδαποί έχουν μέσο όρο διαμονής 6,8 και 7 ημέρες, αντίστοιχα. Βέβαια, και ο μέσος όρος παραμονής των αλλοδαπών ακολουθεί μια σχετικά πτωτική τάση από το 1990 και μετά: από 8,7 ημέρες στην αρχή της περιόδου έφτασε για το 2005 να είναι 6,9 ημέρες.

Στον πίνακα που ακολουθεί, συγκεντρώνονται τα στοιχεία που αφορούν τη μέση διάρκεια παραμονής των Ελλήνων και αλλοδαπών τουριστών, για το 2004.

ΠΙΝΑΚΑΣ 14: Μέση διάρκεια παραμονής ανά μήνα 2004

	Έλληνες	Αλλοδαποί	Σύνολο
Ιανουάριος	2,28	2,30	2,29
Φεβρουάριος	2,57	2,58	2,58
Μάρτιος	2,32	2,86	2,59
Απρίλιος	3,06	4,96	4,01
Μάιος	2,41	5,85	4,13
Ιούνιος	1,86	8,28	5,07
Ιούλιος	2,55	7,13	4,84
Αύγουστος	3,50	7,46	5,48
Σεπτέμβριος	2,62	7,78	5,20
Οκτώβριος	1,72	5,85	3,79
Νοέμβριος	1,64	1,86	1,75
Δεκέμβριος	1,73	3,72	2,73

Πηγή: ΕΣΥΕ

Από τα δεδομένα του πίνακα επιβεβαιώνεται το γεγονός ότι κατά τη διάρκεια του έτους, κυρίως πλην της περιόδου άφιξης των οργανωμένων αλλοδαπών τουριστών, η διάρκεια παραμονής είναι χαμηλή: 4-5 ημέρες Απρίλιο-Μάιο και Οκτώβριο και 2-3,5 για τους 5 μήνες του χειμώνα, έναντι 7,13-8,28 τους 4 μήνες της υψηλής περιόδου.

Η ΜΔΠ των Ελλήνων είναι σαφώς μικρότερη, αφού δεν ξεπερνά ποτέ τις 4 ημέρες (3,5 τον Αύγουστο και 3 τον Απρίλιο-Πάσχα), ενώ κατεβαίνει κάτω από τις 2 ημέρες τη περίοδο Οκτώβριο-Δεκέμβριο. Συνεπώς, η ύπαρξη Ελλήνων επαγγελματιών τουριστών, κρατά τη μέση διάρκεια παραμονής σε χαμηλά επίπεδα. Αυτός είναι άλλωστε και ο λόγος που ο συνολικός μέσος όρος, παρά τις μεγαλύτερες τιμές των αλλοδαπών, παραμένει σε χαμηλά επίπεδα.

Στον Πίνακα 15 συγκεντρώνονται τα στοιχεία για τις αφίξεις και τις διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχειακά καταλύματα ανά εθνικότητα για την περίοδο 2002-2004. Κυρίαρχη εθνικότητα, μετά τους Έλληνες (57,8% του συνόλου των διανυκτερεύσεων), είναι οι Ολλανδοί (13%). Ακολουθούν οι Βέλγοι και οι Νορβηγοί με 7,8% και 4,4%, αντίστοιχα. Βέβαια, παρατηρείται μια σημαντική μείωση τόσο στις αφίξεις, όσο και στις διανυκτερεύσεις (36% και 33% αντίστοιχα), για το ολυμπιακό 2004 που για όλη σχεδόν την Ελλάδα πλην της

Αθήνας ήταν μια κακή χρονιά. Στο παρακάτω γράφημα είναι εμφανής η κατανομή των διανυκτερεύσεων ανά εθνικότητα για τους αλλοδαπούς τουρίστες, που όπως και στις αεροπορικές αφίξεις, κυριαρχούν οι Ολλανδοί, οι Νορβηγοί και οι Βέλγοι.

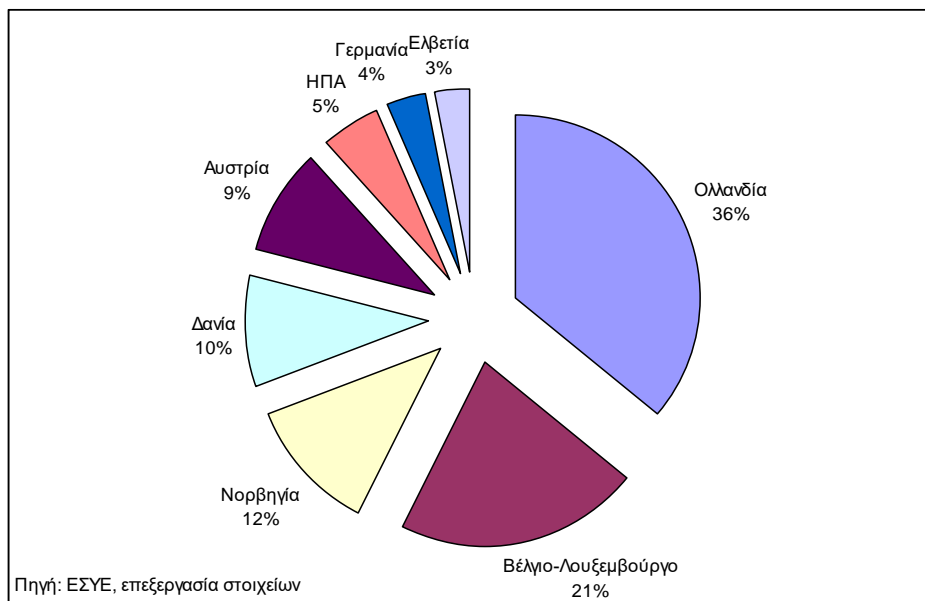
ΠΙΝΑΚΑΣ 15: Αφίξεις και διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα ανά εθνικότητα.

	2002			2003			2004		
	Αφίξεις	Διαν/σεις	ΜΔΠ	Αφίξεις	Διαν/σεις	ΜΔΠ	Αφίξεις	Διαν/σεις	ΜΔΠ
Ελλάδα	34.914	92.795	2,66	41.543	102.995	2,48	34.297	83.915	2,45
Ολλανδία	2.720	26.765	9,84	3.073	28.616	9,31	1.954	18.908	9,68
Βέλγιο-Λουξεύγο	1.672	15.264	9,13	1.673	13.759	8,22	1.324	11.348	8,57
Νορβηγία	1.689	16.011	9,48	947	7.779	8,21	652	6.377	9,78
Δανία	604	5.674	9,39	534	3.823	7,16	655	5.136	7,84
Αυστρία	1.306	13.669	10,47	701	7.980	11,38	518	5.011	9,67
ΗΠΑ	843	3.383	4,01	878	3.466	3,95	681	2.692	3,95
Γερμανία	556	2.870	5,16	492	2.480	5,04	314	1.859	5,92
Ελβετία	435	3.277	7,53	354	2.494	7,05	174	1.566	9,00
Τουρκία	471	822	1,75	565	936	1,66	724	1.080	1,49
Γαλλία	327	1.195	3,65	380	1.558	4,10	178	1.056	5,93
Ιταλία	442	1.591	3,60	601	2.361	3,93	294	1.028	3,50
Αγγλία	463	1.815	3,92	399	1.964	4,92	259	949	3,66
Κύπρος	111	386	3,48	114	388	3,40	173	652	3,77
Χώρες πρώην ΕΣΣΔ	102	1.331	13,05	71	430	6,06	43	578	13,44
Λοιπές Χώρες	747	2.385	3,19	1.218	4.481	3,68	794	3.005	3,78
Σύνολο	47.402	189.233	3,99	53.543	185.510	3,46	43.034	145.160	3,37

Πηγή: ΕΣΥΕ

Ενδιαφέρον παρουσιάζει η διαφοροποίηση της μέσης διάρκειας παραμονής (ΜΔΠ) ανά εθνικότητα: οι Αυστριακοί παρουσιάζουν την υψηλότερη, έχοντας υπερβεί το 2003 τις 11 ημέρες, ενώ οι Ολλανδοί ξεπερνούν σταθερά τις 9. Εντύπωση προκαλεί η υψηλή ΜΔΠ των Ελβετών (7-9), που δεν έρχονται οργανωμένοι, ενώ οι Γερμανοί ξεπερνούν τις 5.

ΓΡΑΦΗΜΑ 12: Κυρίαρχες εθνικότητες στις διανυκτερεύσεις των ξενοδοχειακών καταλυμάτων, 2004



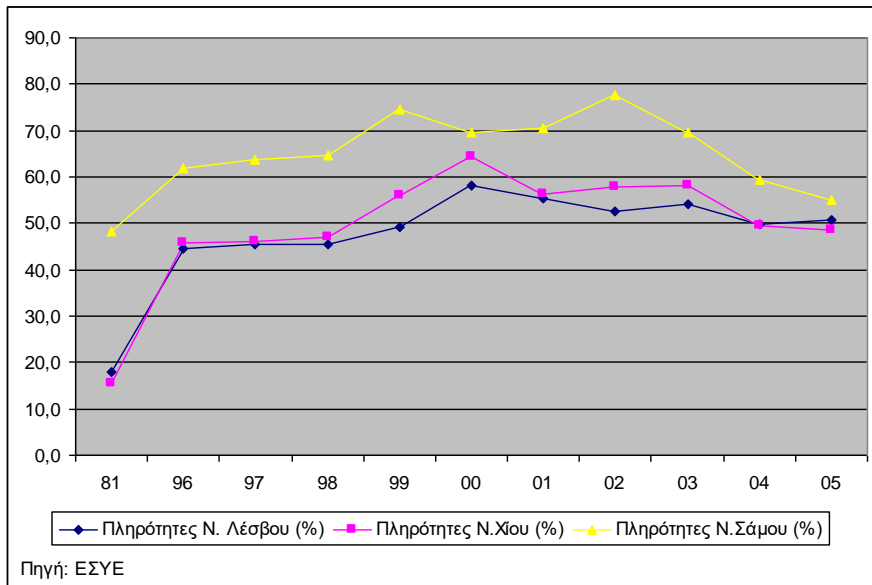
Από τα στοιχεία της ΕΣΥΕ, για το 2004, προκύπτει επίσης ο αριθμός των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων στα κάμπινγκ⁷. Το σύνολο των αφίξεων ήταν 279 (202 Έλληνες, 77 αλλοδαποί) και οι διανυκτερεύσεις ήταν 1.669 (1.066 Έλληνες, 603 αλλοδαποί), ενώ το 2005 το κάμπινγκ δεν λειτούργησε.

Όσον αφορά στις πληρότητες των ξενοδοχειακών καταλυμάτων, στο Γράφημα 13 παραθέτονται τα διαχρονικά στοιχεία της ΕΣΥΕ για τους νομούς της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου. Είναι φανερό, ότι από τις αρχές του '80 η Σάμος είχε είδη «καλλιεργήσει» τον τουρισμό, κάτι που δεν ίσχυε για τη Λέσβο και τη Χίο.

Οι πληρότητες της Χίου βρίσκονται στο 50% στο ίδιο επίπεδο σε σχέση με τους δύο άλλους νομούς. Αυτό οφείλεται κατάσταση η οποία φαίνεται να αλλάζει, λόγω της καθόδου της μέσης πληρότητας στη Χίο (από το 63% το 2000) ενώ ταυτόχρονα σημειώνεται σχετική σταθερότητα στο Νομό Λέσβου και έντονη πτώση στο νομό Σάμου (από πληρότητες υψηλότερες του 70% περίπου στο 55%). Η κατάσταση αυτή είναι ακόμα χειρότερη συγκρινόμενη, με ότι συμβαίνει στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου, όπου η μέση πληρότητα για το 2005 ήταν 73,5%, έναντι 52,2% στο Β. Αιγαίο. Αυτό οφείλεται στην πολύ υψηλή πληρότητα των μονάδων σε λίγα ιδιαίτερα τουριστικά νησιά (Ρόδος, Κω, Κέρκυρα, Κρήτη, Ζάκυνθος, Κέρκυρα). Αντίθετα στα λιγότερο τουριστικά νησιά η πληρότητα είναι πολλές φορές χαμηλότερη δεδομένου ότι εκεί τα ξενοδοχεία λειτουργούν ανεξάρτητα από υπάρχουσες κρατήσεις από πλευράς ΤΟ.

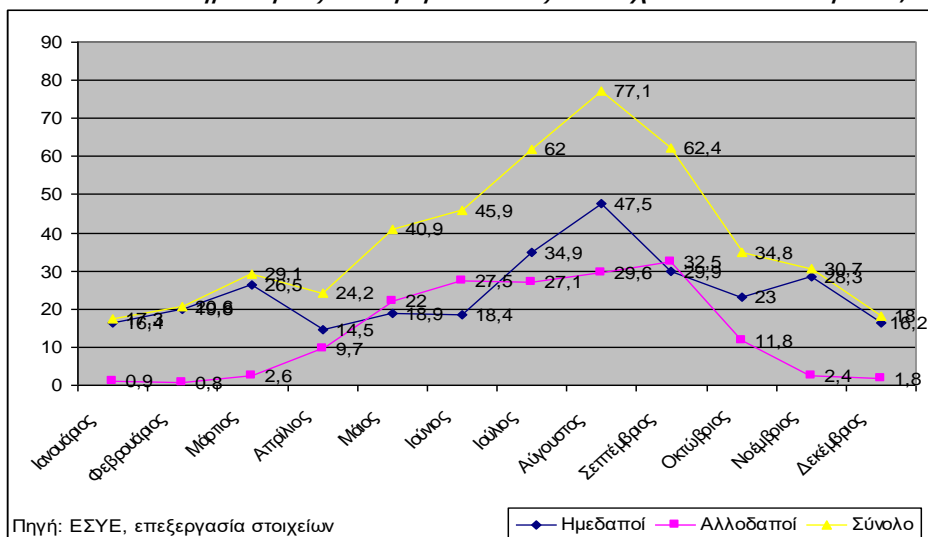
⁷ Στο Νομό Χίου το ένα και μοναδικό κάμπινγκ δεν λειτουργεί κάθε χρόνο και καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

ΓΡΑΦΗΜΑ 13: Διαχρονική εξέλιξη πληροτήτων στην Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου



Στο Γράφημα 14, παρουσιάζονται οι πληρότητες ανά μήνα για το έτος 2004, από τα πιο πρόσφατα στοιχεία της ΕΣΥΕ. Συγκρίνοντας τις πληρότητες των αλλοδαπών με των Ελλήνων, βλέπουμε, για άλλη μια φορά, ότι τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο, υπάρχει μεγάλο ποσοστό των δεύτερων. Η εποχικότητα δεν είναι τόσο έντονη για τους αλλοδαπούς, όπου η πληρότητες παραμένουν στα ίδια σχεδόν επίπεδα καθ' όλη τη διάρκεια της θερινής περιόδου.

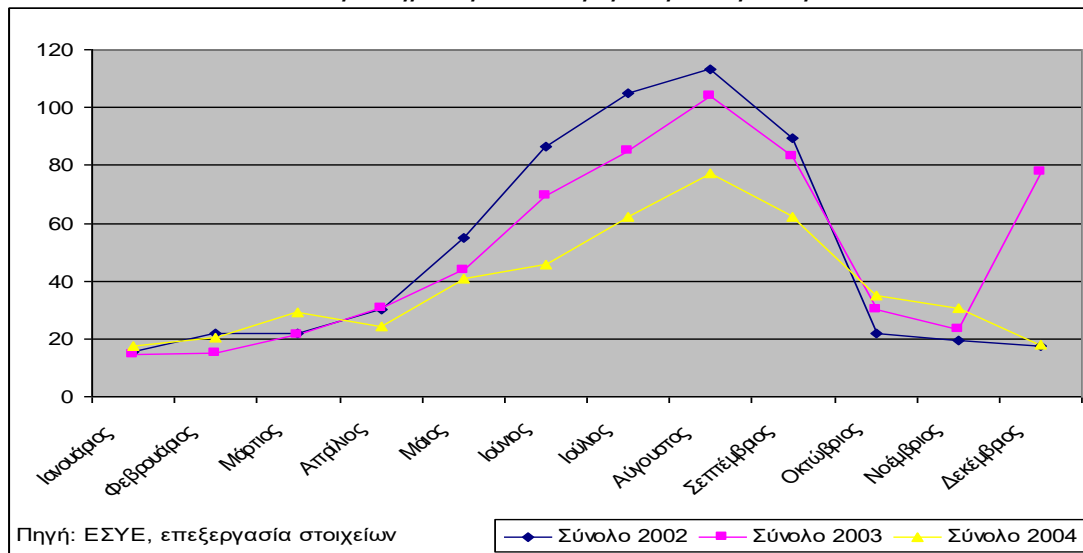
ΓΡΑΦΗΜΑ 14: Πληρότητες ανά μήνα στα ξενοδοχειακά καταλύματα, 2004



Κάνοντας μια σύγκριση των πληροτήτων των προηγούμενων ετών (βλ. Γράφημα 15), βλέπουμε ότι υπάρχει μια σταδιακή μείωση αυτών. Η μείωση αυτή οφείλεται σχεδόν αποκλειστικά στις πληρότητες των θερινών μηνών. Αντίθετα, βελτίωση σημειώθηκε κατά τους τρεις τελευταίους μήνες του έτους

2004, σε σχέση με τα δύο προηγούμενα έτη. Πάντως η πληρότητα για τους χειμερινούς μήνες (Νοέμβριο – Απρίλιο) παραμένει πολύ χαμηλή (κάτω του 30%) γεγονός που δημιουργεί προβλήματα στην κερδοφορία των μονάδων.

ΓΡΑΦΗΜΑ 15: Μέση πληρότητα ανά μήνα για την περίοδο 2002-2004



Σε ό,τι αφορά στη ζήτηση, όπως αυτή καταγράφεται στα ξενοδοχεία:
- δεν σημειώνεται υψηλή εποχικότητα σε σύγκριση με ό,τι συμβαίνει σε άλλους νησιωτικούς προορισμούς (περίπου οι μισές κλίνες λειτουργούν όλο το χρόνο) και το ποσοστό διανυκτερεύσεων σε Ιούλιο – Αύγουστο είναι το χαμηλότερο των νησιωτικών περιοχών (περίπου 36% έναντι 42% του μέσου όρου). Η εποχικότητα είναι περισσότερο έντονη σε ό,τι αφορά στους Έλληνες, ενώ οι αλλοδαποί κατανέμονται ικανοποιητικά μεταξύ των 4 μηνών της υψηλής περιόδου.

Η ΜΔΠ των οργανωμένων ξένων τουριστών βαίνει μειούμενη, ενώ των Ελλήνων παραμένει χαμηλή και κατά την τουριστική περίοδο.

Τέλος, η πληρότητα των ξενοδοχειακών μονάδων είναι χαμηλή και μειούμενη. Η πολύ αυξημένη πληρότητα τον Αύγουστο και σε ένα βαθμό τον Ιούλιο, για τα έτη 2002 & 2003 αλλά όχι και 2004, δείχνει τα όρια της προσφοράς κλινών. Όμως, η αύξηση του αριθμού των κλινών, χωρίς αντίστοιχη πολιτική για αύξηση της πληρότητάς τους υπόλοιπους μήνες, κινδυνεύει να αποδειχθεί boomerang για τις μονάδες.

Εξ αιτίας της περιορισμένης τουριστικής ανάπτυξης οι δείκτες εποχικότητας και εξάρτησης από μία ή δύο εθνικότητες εμφανίζονται θετικοί, με αυτόν της πληρότητας των μονάδων να είναι αρνητικός.

3.3. Υπολογισμός αριθμού τουριστών & παραθεριστών και των διανυκτερεύσεων⁸ που πραγματοποιούν στη Χίο

Πέρα από τον αριθμό των τουριστών που χρησιμοποιούν τα ξενοδοχειακά καταλύματα, υπάρχει σημαντικός αριθμός που χρησιμοποιεί τα βοηθητικά καταλύματα (που όπως αναφέρθηκε υπερέχουν σε αριθμό), ενώ ένας άγνωστος αριθμός επισκεπτών δεν χρησιμοποιεί επαγγελματικά καταλύματα, είτε γιατί φιλοξενείται από συγγενείς και φίλους ή διαμένει σε ιδιόκτητη ή ενοικιαζόμενη παραθεριστική κατοικία. Στη συνέχεια, θα γίνει προσπάθεια εκτίμησης αυτού του αριθμού των επισκεπτών για το 2004, έτος για το οποίο υπάρχουν πλήρη δεδομένα.

Με βάση τα στοιχεία των αφίξεων στις πύλες εισόδου και την αρχική υπόθεση εργασίας για τον αριθμό των κατοίκων της Χίου που μετακινείται καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου παρατηρούνται τα κάτωθι.

Με βάση τα μόνα στοιχεία ανά εθνικότητα που είναι διαθέσιμα και αφορούν στις αφίξεις με charter και τις αφίξεις σε ξενοδοχειακά καταλύματα μπορούμε (με μια σειρά υποθέσεων) να κάνουμε καταρχήν μία εκτίμηση του ποσοστού διαρροής σε μη ξενοδοχειακά καταλύματα, ανά εθνικότητα. Αυτό μπορεί να γίνει εάν από τον αριθμό των αφιχθέντων αλλοδαπών μέσω charter στο αεροδρόμιο αφαιρεθεί ο αριθμός των αφιχθέντων αλλοδαπών στα ξενοδοχειακά καταλύματα. Ο υπολογισμός αυτός, που μπορεί να γίνει για το σύνολο των εθνικοτήτων που έρχονται με charter, αποτυπώνεται στον Πίνακα 16, για τα έτη 2002 έως και 2004. Δυστυχώς, τα στοιχεία ανά εθνικότητα, του 2005 για τα ξενοδοχεία δεν είναι διαθέσιμα, και έτσι η ανάλυση για το έτος αυτό δεν είναι ακόμη εφικτή.

Η εκτίμηση αυτή, αναγκαστικά, έχει κάποιο ποσοστό σφάλματος, αφού αλλοδαποί στα ξενοδοχειακά καταλύματα ενδέχεται να έχουν αφιχθεί είτε με πτήσεις εσωτερικού, είτε ακτοπλοϊκώς. Δηλαδή, η υπόθεση που γίνεται είναι ότι κανένας αλλοδαπός τουρίστας αυτών των εθνικοτήτων δεν έρχεται με άλλο τρόπο παρά με charter. Επομένως, η εκτίμηση που προκύπτει εκφράζει τον ελάχιστο δυνατό αριθμό αλλοδαπών που έρχονται με charter και οι οποίοι έχουν επιλέξει ως κατάλυμα τα ενοικιαζόμενα δωμάτια. Παρόλα αυτά, το αποτέλεσμα αρκεί για μια πρώτη εκτίμηση των αφίξεων σε μη ξενοδοχειακά καταλύματα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 16: Εκτίμηση διαρροής αλλοδαπών τουριστών charter, ανά εθνικότητα σε μη ξενοδοχειακά καταλύματα.

⁸ Αν και οι παραθεριστές διαφοροποιούνται από τους τουρίστες ότι είναι επαναλαμβανόμενοι και «σταθεροί» πελάτες και ότι δεν χρησιμοποιούν τουριστικά καταλύματα, όμως κατά τα άλλα συμβάλλουν στην τοπική οικονομία, αλλά και στην κατανάλωση πόρων με αντίστοιχο τρόπο, ενώ χρησιμοποιούν ανταγωνιστικά με τους τουρίστες τις υποδομές και ιδιαίτερα τα μέσα μεταφοράς από και προς το νησί. Παράλληλα, η εκτίμηση του αριθμού των παραθεριστών μάς είναι απαραίτητη για την εκτίμηση του αριθμού των τουριστών και των διανυκτερεύσεων που πραγματοποιούν.

Εθνικότητα	Αφίξεις Charter			Αφίξεις σε ξενοδοχεία			Διαρροή σε μη ξενοδοχειακά καταλύματα		
	2002	2003	2004	2002	2003	2004	2002	2003	2004
Ολλανδία	6.766	6.664	6.163	2.720	3.073	1.954	59,8	53,9	68,3
Νορβηγία	8.112	4.026	2.932	1.689	947	652	79,2	76,5	77,8
Δανία	2.628	1.053	2.397	604	534	655	77,0	49,3	72,7
Βέλγιο/Λουξ.	2.215	2.402	2.430	1.672	1.673	1.324	24,5	30,3	45,5
Αυστρία	2.236	1.264	986	1.306	701	518	41,6	44,5	47,5
Ελβετία	551	0	0	435	354	174	21,1	0,0	0,0
Σύνολο	22.508	15.409	14.908	8.426	7.282	5.277	62,6	52,8	63,6

Πηγές: ΕΣΥΕ, ΥΠΑ Χίου, επεξεργασία στοιχείων

Το μεγαλύτερο μέρος των Δανών και έπειτα των Νορβηγών, προτιμούν την παραμονή σε μη ξενοδοχειακά καταλύματα, σε ποσοστά μεγαλύτερα του 70-75% (εκτός από το 2003 για τους Δανούς). Για το 2004, ακολουθούν οι Ολλανδοί, οι οποίοι τα δύο προηγούμενα είχαν μικρότερα ποσοστά, αλλά πάντως μεγαλύτερα του 50%. Οι Αυστριακοί και οι Βέλγοι αποτελούν τις μοναδικές εθνικότητες που προτιμούν σε μεγαλύτερο βαθμό τα ξενοδοχειακά καταλύματα, ποσοστό που όμως μειώνεται σταδιακά μεταξύ 2002 και 2004. Συνολικά για τις προαναφερθείσες εθνικότητες, για το 2004, το 48% των αλλοδαπών τουριστών προτίμησε τα ξενοδοχεία, ενώ για το 2003 και το 2002 τα ποσοστά είναι 57,6% και 49,5%, αντίστοιχα. Τα στοιχεία της έρευνας τουριστών υποστηρίζουν ότι περίπου τα 2/3 των οργανωμένων τουριστών καταλήγει σε βοηθητικά καταλύματα και επομένως η παραπάνω υπόθεση είναι «συντηρητική».

Με βάση την «διαρροή» των τουριστών charter προς τα βοηθητικά καταλύματα και την ΜΔΠ που καταγράφεται στα ξενοδοχεία για τις ίδιες εθνικότητες μπορεί να υπολογιστεί ένας αριθμός αφίξεων / διανυκτερεύσεων σ' αυτά.

ΠΙΝΑΚΑΣ 17: Εκτίμηση ελάχιστων αφίξεων – διανυκτερεύσεων σε ΕΔ από τουρίστες charter

Εθνικότητες	Αφίξεις charter	Αφίξεις σε ξενοδοχεία	Αφίξεις σε Ε.Δ.	ΜΔΠ	Διανυκτερεύσεις σε ΕΔ
Ολλανδία	6.163	1.954	4.209	9,68	40743
Νορβηγία	2.932	652	2.280	9,78	22298
Δανία	2.397	655	1.742	7,84	13657
Βέλγιο/Λουξ.	2.430	1.324	1.106	8,57	9478
Αυστρία	986	518	468	9,67	4526
Σύνολο	14.908	5.103	9.805		90703

Στους παραπάνω θα πρέπει να προστεθούν και οι διανυκτερεύσεις που πραγματοποιούν στα βοηθητικά καταλύματα όσοι (Έλληνες και Αλλοδαποί) έρχονται στη Χίο με πλοίο και πτήσεις εσωτερικού. Η παντελής έλλειψη δεδομένων αυτής της μορφής μας υποχρεώνει να κάνουμε ορισμένες

υποθέσεις που πρέπει να επιβεβαιωθούν από τις έρευνες που θα γίνουν τα επόμενα χρόνια.

Η πρώτη υπόθεση αφορά τους παραθεριστές: με βάση τις καταγεγραμμένες παραθεριστικές κατοικίες, υποθέτουμε ότι κατά μέσο όρο υπάρχουν 3 κλίνες/ανά κατοικία, ότι χρησιμοποιούνται 30 ημέρες το χρόνο και ότι οι ένοικοι τους έρχονται στη Χίο 2 φορές το χρόνο. Αυτές οι υποθέσεις μας οδηγούν σε 46.300 κλίνες, σε 92.600 αφίξεις με πλοίο ή αεροπλάνο και συνολικά 1.389.000 διανυκτερεύσεις, δηλαδή αριθμό πολλαπλάσιο των τουριστικών διανυκτερεύσεων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 18: Εκτίμηση αφίξεων και διανυκτερεύσεων τουριστών και παραθεριστών

	Κλίνες	Αφίξεις	Διανυκτερεύσεις	Παρατηρήσεις
Ξενοδοχειακά καταλύματα και διαμερίσματα	2459	43034	145160	Δεδομένα
Εν. Δωμάτια και διαμερίσματα	2606	32266	167300	Αφίξεις ΕΔ/Δ: Σύνολο αφίξεων -(αφίξεις σε Ξενοδοχ + αφίξεις Παρ)
(Σύνολο Τουριστών)		75300	312460	
2 ^η κατοικία - Παραθεριστές	46300	92600	1389000	Υποθέσεις: 2 αφίξεις/έτος + 30ημέρες παραμονή
Σύνολο		167900	1701460	

Με βάση την προηγούμενη υπόθεση οι αφίξεις με πλοίο/ αεροπλάνο που καταλήγουν σε βοηθητικά καταλύματα είναι 22.300. Υποθέτοντας ότι 60% των αφίξεων αφορά Έλληνες με 5,8 ΜΔΠ και το 40% Αλλοδαπούς με 7,0 ΜΔΠ, τότε οι εκτιμώμενες διανυκτερεύσεις είναι 141.055. Σε αυτές θα πρέπει να προστεθούν και οι 90.703 διανυκτερεύσεις που πραγματοποιούν οι τουρίστες charter σε ΕΔ/Δ, δίνοντας ένα άθροισμα 231.758 διανυκτερεύσεων. Οι διανυκτερεύσεις αυτές δίνουν μια πληρότητα στα ΕΔ/Δ της τάξεως των 88,9 ημερών, δηλαδή πρακτικά 3 μηνών. Επειδή ο αριθμός αυτός φαίνεται πολύ υψηλός, τρία ενδεχόμενα υπάρχουν:

- να υπάρχουν πολλά μη δηλωμένα καταλύματα που απορροφούν μέρος αυτών των διανυκτερεύσεων
- τα στοιχεία των ξενοδοχείων να είναι υποεκτιμημένα
- οι υποθέσεις σε ό,τι αφορά στους παραθεριστές να είναι υποεκτιμημένες.

Από την προσέγγιση που προηγήθηκε καταλήξαμε ότι ο αριθμός τουριστών στη Χίο για το 2004 ήταν 75300 και πραγματοποίησαν 312460 διανυκτερεύσεις. Από αυτές 46,5% έγιναν σε ξενοδοχεία και 53,5% σε ενοικιαζόμενα δωμάτια και διαμερίσματα.

Οι έρευνες των επόμενων ετών θα πρέπει να επιβεβαιώσουν, να βελτιώσουν ή να διαψεύσουν τα παραπάνω σενάρια.

3.4 Χαρακτηριστικά, συμπεριφορά και ικανοποίηση τουριστών

Στην ενότητα αυτή, θα καταγραφούν και θα σχολιαστούν στοιχεία που αφορούν:

- τα χαρακτηριστικά των τουριστών: δηλαδή στοιχεία που αφορούν τους επισκέπτες του νησιού, όπως είναι η ηλικία, το φύλο, η οικογενειακή κατάσταση, το επίπεδο εκπαίδευσης και το εισόδημά τους,
- τη συμπεριφορά των τουριστών: δηλαδή στοιχεία που αφορούν στο σκοπό (κίνητρο) του ταξιδιού και την επιλογή της Χίου ως προορισμού, την επιλογή περιοχής διαμονής και καταλύματος, τον τρόπο μετακίνησης και τις τυχόν δραστηριότητες που έκαναν στον προορισμό,
- την ικανοποίηση των τουριστών: με την αποτύπωση των θετικών και αρνητικών στοιχείων που συνάντησαν στον προορισμό.

Τα στοιχεία για να απαντηθούν τα παραπάνω ερωτήματα θα αντληθούν από τα ερωτηματολόγια τουριστών που έγιναν από την ΕΝΑ Χίου τα έτη 2004-6. Το 2004 έγιναν 203 ερωτηματολόγια σε Έλληνες και 244 σε αλλοδαπούς, το 2005 έγιναν 224 ερωτηματολόγια συνολικά (83 σε Έλληνες και 141 σε αλλοδαπούς), ενώ το 2006 έγιναν 242 ερωτηματολόγια σε Έλληνες και 860 σε αλλοδαπούς. Το σχετικά μικρό και άνισα κατανομημένο δείγμα δεν επιτρέπει να βγουν συμπεράσματα επί του συνόλου των τουριστών που επισκέπτονται τη Χίο. Δίνει όμως τη δυνατότητα για μία σειρά από επισημάνσεις με αντιπροσωπευτικότερες αυτές που αφορούν στους αλλοδαπούς που ταξιδεύουν με charter. Επειδή το δείγμα του 2005 είναι σχετικά μικρό και τα συμπεράσματα που θα βγουν από αυτό δεν είναι ασφαλή, η ανάλυση θα επικεντρωθεί στα έτη 2004 και 2006 και όπου κρίνεται απαραίτητο θα αναφέρονται και τα στοιχεία του 2005.

3.4.1 Χαρακτηριστικά των τουριστών

Από τους Έλληνες που ρωτήθηκαν τα άτομα που είναι κάτω των 25 ετών φαίνεται να υπερτερούν εκείνων που ήρθαν το 2006 στη Χίο για διακοπές ενώ το 2004 υπερτερούσαν τα άτομα ηλικίας 26-35. Αντίθετα σε ό,τι αφορά στους αλλοδαπούς κυριαρχούν και στις δύο χρονιές οι ηλικίες 46-60 (32,8 και 36,4% αντίστοιχα) ακολουθούμενοι από εκείνους με ηλικία 36-45 (27 και 29% αντίστοιχα).

ΠΙΝΑΚΑΣ 19: Κατανομή ηλικιών του δείγματος τουριστών 2004, 2006.

	Έλληνες				Αλλοδαποί			
	2004		2006		2004		2006	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
18 έως 25	45	22,2%	76	31,4%	38	15,6%	54	6,3%
26 έως 34	55	27,1%	52	21,5%	42	17,2%	137	15,9%

36 έως 45	39	19,2%	53	21,9%	66	27,0%	249	29,0%
46 έως 60	45	22,2%	47	19,4%	80	32,8%	313	36,4%
60 & άνω	17	8,4%	9	3,7%	8	3,3%	57	6,6%
Δεν απάντησαν	2	1,0%	5	2,1%	10	4,1%	50	5,8%
Σύνολο	203	100,0%	242	100,0%	244	100,0%	860	100,0%

Σε ό,τι αφορά στο εισόδημα τους οι Έλληνες εμφανίζονται περισσότεροι (περίπου τα 2/3 αυτών που απάντησαν) στις μεσαίες και χαμηλές εισοδηματικές κλίμακες (κάτω των 30.000€), ενώ στην περίπτωση των αλλοδαπών (που δεν απάντησαν στην ερώτηση αυτή σε ποσοστό περίπου 50%) οι έχοντες εισοδήματα περισσότερα από 30.000€ αποτελούν την πλειοψηφία των επισκεπτών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 20: Εισόδημα τουριστών του δείγματος 2004, 2006.

	Έλληνες				Αλλοδαποί			
	2004		2006		2004		2006	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Έως 15.000	52	25,6%	59	24,4%	6	2,5%	73	8,5%
15.000 < € < 30.000	59	29,1%	72	29,8%	23	9,4%	141	16,4%
30.000 < € < 60.000	35	17,2%	44	18,2%	53	21,7%	219	25,5%
60.000 και άνω	16	7,9%	9	3,7%	40	16,4%	65	7,6%
Δεν απάντησαν	41	20,2%	58	24,0%	122	50,0%	362	42,1%
Σύνολο	203	100,0%	242	100,0%	244	100,0%	860	100,0%

3.4.2 Συμπεριφορά τουριστών

Μια πρώτη εικόνα της **συμπεριφοράς** των τουριστών μπορεί να αποκτηθεί από το πώς και γιατί επιλέγουν τον προορισμό και το πώς ταξιδεύουν. Οι αλλοδαποί έρχονται στη συντριπτική τους πλειοψηφία (πάνω από 95%) για αναψυχή, έρχονται για πρώτη φορά κατά 75%, ενώ ήρθαν το 2006 κατά 52,4% σε ζευγάρια (ενώ το 2004 το 46,3% ήρθε οικογενειακά). Ο βασικός λόγος επιλογής της Χίου είναι οι φυσικές της ομορφιές και δευτερευόντως (συμπληρωματικά) τα αξιοθέατα και η ιστορία του νησιού. Μαθαίνουν για τη Χίο κυρίως από τους τουριστικούς πράκτορες, αλλά σημαντικές (και ισοδύναμες) πηγές πληροφόρησης είναι οι φίλοι και συγγενείς, οι τουριστικοί οδηγοί και τα βιβλία, αλλά και το internet. Τέλος, οι αλλοδαποί δεν προτίμησαν την πόλη της Χίου, αλλά μοιράστηκαν μεταξύ του Καρφά και του υπόλοιπου νησιού. Τα στοιχεία αυτά παρουσιάζονται στους πίνακες που ακολουθούν.

Οι Έλληνες παρουσιάζουν σημαντικές διαφορές: για αναψυχή και διασκέδαση ήρθε το 2006 το 56,6% (έναντι 73,4% το 2004), ενώ οι υπόλοιποι ήρθαν για να επισκεφθούν φίλους και συγγενείς ή για επαγγελματικούς λόγους σε ίσα

ποσοστά. Αυτό δικαιολογεί το ότι οι Έλληνες ταξιδεύουν σε υψηλό ποσοστό μόνοι (άνω του 30% και για τις δύο χρονιές) και ακολουθούν όσοι ταξιδεύουν με παρέα (περίπου 26%), ενώ υψηλό ποσοστό (πάνω από 50%) έχει ξαναέρθει στο νησί, όπως αναμένονταν. Οι βασικοί λόγοι επιλογής της Χίου ως προορισμός δεν ήταν καθαρά «τουριστικοί», ενώ οι πηγές πληροφόρησης είναι εντελώς διαφορετικές: η ίδια άποψη, οι συγγενείς και φίλοι αλλά και το «υποχρεωτικό» του ταξιδιού, διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο. Τέλος, οι Έλληνες δεν προτιμούν τον Καρφό, αλλά περισσότερο την πόλη και το υπόλοιπο νησί.

ΠΙΝΑΚΑΣ 21: Κίνητρα ταξιδιού των τουριστών του δείγματος 2004, 2006.

	Έλληνες				Αλλοδαποί			
	2004		2006		2004		2006	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Αναψυχή /διασκέδαση	149	73,4%	137	56,6%	230	94,3%	824	95,8%
Επαγγελματικό ταξίδι	25	12,3%	60	24,8%	2	0,8%	11	1,3%
Συμμετοχή σε Συνέδριο	0	0,0%	2	0,8%	0	0,0%	3	0,3%
Επίσκεψη φίλων/ συγγενών	28	13,8%	60	24,8%	13	5,3%	29	3,4%
Άλλο	6	3,0%	4	1,7%	0	0,0%	3	0,3%
Δεν απάντησαν	0	0,0%	1	0,4%	0	0,0%	3	0,3%
Σύνολο	208	102,5%	264	109,1%	245	100,4%	873	101,5%

ΠΙΝΑΚΑΣ 22: Πληροφόρηση για το νησί από διάφορες πηγές των τουριστών του δείγματος 2004, 2006.

	Έλληνες				Αλλοδαποί			
	2004		2006		2004		2006	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Συγγενείς/ φίλους	71	38,6%	147	69,7%	36	17,7%	232	41,4%
Τουριστικό πράκτορα	1	0,5%	6	2,8%	24	11,8%	355	63,4%
Τουριστικό οδηγό /βιβλίο	8	4,3%	30	14,2%	23	11,3%	264	47,1%
Τουριστική έκθεση	0	0,0%	1	0,5%	0	0,0%	28	5,0%
Διαφήμιση	7	3,8%	2	0,9%	22	10,8%	0	0,0%
Διαφήμιση -TV	0	0,0%	3	1,4%	0	0,0%	2	0,4%
Διαφήμιση - Εφημερίδα	0	0,0%	1	0,5%	0	0,0%	3	0,5%
Διαφήμιση - Περιοδικό	0	0,0%	1	0,5%	0	0,0%	14	2,5%
Διαφήμιση - Ραδιόφωνο	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Διαδίκτυο (Internet)	10	5,4%	8	3,8%	53	26,1%	244	43,6%
Άλλο	55	29,9%	41	19,4%	33	16,3%	34	6,1%
Προσωπική γνώμη	84	45,7%			94	46,3%		
Δεν απάντησαν	1	0,5%	28	13,3%	2	1,0%	28	5,0%
Σύνολο	237	128,8%	268	127,0%	287	141,4%	1204	215,0%

ΠΙΝΑΚΑΣ 23: Άτομα στην παρέα των τουριστών του δείγματος 2004, 2006.

	Έλληνες				Αλλοδαποί			
	2004		2006		2004		2006	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Οικογένεια	46	22,7%	56	23,1%	113	46,3%	236	27,4%
Παρέα	53	26,1%	62	25,6%	39	16,0%	134	15,6%
Μόνος/η	62	30,5%	85	35,1%	9	3,7%	33	3,8%
Σύντροφος /Σύζυγος	40	19,7%	35	14,5%	77	31,6%	451	52,4%
Συνάδελφο	2	1,0%	0	0,0%	6	2,5%	4	0,5%
Άλλο			3	1,2%			3	0,3%
Δεν απάντησαν			1	0,4%			4	0,5%
Σύνολο	203	100,0%	242	100,0%	244	100,0%	865	100,1%

ΠΙΝΑΚΑΣ 24: Επαναληψιμότητα ταξιδιών των τουριστών του δείγματος 2004, 2006.

	Έλληνες				Αλλοδαποί			
	2004		2006		2004		2006	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Έχουν ξανάρθει	101	49,8%	144	59,5%	71	29,1%	215	25,0%
Πρώτη φορά	102	50,2%	95	39,3%	173	70,9%	642	74,7%
Δεν απάντησαν	0	0,0%	3	1,2%	0	0,0%	3	0,3%
Σύνολο	203	100,0%	242	100,0%	244	100,0%	860	100,0%

ΠΙΝΑΚΑΣ 25: Περιοχές διαμονής των τουριστών του δείγματος 2004, 2006.

	Έλληνες				Αλλοδαποί			
	2004		2006		2004		2006	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Πόλη της Χίου	71	35,0%	119	49,2%	17	7,0%	48	5,6%
Καρφάς	22	10,8%	20	8,3%	85	34,8%	402	46,7%
Λοιπές περιοχές	109	53,7%	98	40,5%	140	57,4%	401	46,6%
Δεν απάντησαν	1	0,5%	5	2,1%	2	0,8%	9	1,0%
Σύνολο	203	100,0%	242	100,0%	244	100,0%	860	100,0%

Τα στοιχεία που αναφέρθηκαν σχετικά με τη διάρκεια παραμονής, επιβεβαιώνονται και από τις έρευνες, όπου παρατηρούμε ότι η διάρκεια παραμονής των Ελλήνων είναι μικρότερη από αυτή των αλλοδαπών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 26: Διάρκεια διαμονής των τουριστών του δείγματος 2004, 2006.

	Έλληνες				Αλλοδαποί			
	2004		2006		2004		2006	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
1 - 7 ημέρες	128	63,7%	175	73,2%	90	36,9%	329	38,3%
8 - 15 ημέρες	49	24,4%	29	12,1%	115	47,1%	448	52,1%
16 - 30 ημέρες	13	6,5%	18	7,5%	27	11,1%	59	6,9%
πάνω από 30 ημέρες	9	4,5%	6	2,5%	6	2,5%	12	1,4%
δεν απάντησαν	2	1,0%	11	4,6%	6	2,5%	12	1,4%
ΣΥΝΟΛΟ	201	100,0%	239	100,0%	244	100,0%	860	100,0%

Από τους Έλληνες που ρωτήθηκαν, περίπου το 50% δεν καταλήγει σε τουριστικό **κατάλυμα**: το 37-39% ενώ περίπου 10% σε εξοχικό σπίτι. Από τους υπόλοιπους αυτοί που καταλήγουν σε βοηθητικό κατάλυμα (χωρίς άλλη υπηρεσία όπως π.χ. πρωινό) το 2006 ήταν περισσότεροι (28%) από αυτούς που πήγαν σε ξενοδοχείο (23,4%). Σε ό,τι αφορά στους αλλοδαπούς περισσότεροι από το 50% χρησιμοποιούν βοηθητικά καταλύματα, ανεξάρτητα με τον τρόπο οργάνωσης του ταξιδιού. Όμως, σε ό,τι αφορά τις υπόλοιπες επιλογές, υπάρχουν διαφοροποιήσεις: οι μη οργανωμένοι, που καταλήγουν σε μη τουριστικά καταλύματα, είναι περίπου 20%, ενώ για τους οργανωμένους το ποσοστό αυτό είναι αμελητέο (κάτω από 5%). Το 50% περίπου και των δύο κατηγοριών δεν αγοράζει ούτε υπηρεσία πρωινού, ενώ περίπου 25% αγοράζει και ημιδιατροφή.

ΠΙΝΑΚΑΣ 27: Τύπος καταλύματος που επέλεξαν οι τουρίστες του δείγματος 2004, 2006.

	Μη Οργανωμένοι				Οργανωμένοι			
	Έλληνες		Αλλοδαποί		Έλληνες		Αλλοδαποί	
	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006
Ξενοδοχείο	21,4%	23,4%	22,6%	30,7%	88,2%	57,1%	34,6%	41,4%
Ενοικιαζόμενα δωμάτια/ διαμερίσματα	21,4%	28,0%	13,2%	51,8%	0,0%	7,1%	2,1%	54,8%
Κάμπινγκ	1,0%	0,5%	1,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Βίλες/ σπίτια	2,6%	0,9%	11,3%	7,5%	5,9%	0,0%	58,6%	3,1%
Φιλοξενία σπίτι συγγενών φίλων	37,0%	39,0%	32,1%	8,0%	5,9%	21,4%	2,6%	1,4%
Εξοχικό (δεύτερη κατοικία)	10,9%	9,2%	11,3%	5,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,6%
Άλλο	4,7%	1,8%	3,8%	1,5%	0,0%	7,1%	1,6%	0,0%
Δεν απάντησαν	1,0%	0,9%	3,8%	1,5%	0,0%	7,1%	0,0%	0,5%
Σύνολο	100,0%	103,7%	100,0%	106,0%	100,0%	100,0%	100,0%	101,8%

Σε ό,τι αφορά στον **τρόπο οργάνωσης** του ταξιδιού σχεδόν όλοι οι Έλληνες ταξιδεύουν μεμονωμένα, ενώ το 76% των αλλοδαπών οργανωμένα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 28: Τρόπος οργάνωσης των τουριστών του δείγματος 2004, 2006.

	2006				2004			
	ΕΛΛΗΝΕΣ	%	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	%	ΕΛΛΗΝΕΣ	%	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	%
Μεμονωμένοι	218	90,08	139	16,16	188	92,61	53	21,72
Μέσω internet	5	2,07	66	7,67	0	0,00	0	0,00
Μέσω πρακτορείου	14	5,79	626	72,79	15	7,39	191	78,28
Δεν απάντησαν	5	2,07	29	3,37	0	0,00	0	0,00
Σύνολο	242	100,00	860	100,00	203	100,00	244	100,00

Με τον τρόπο οργάνωσης σχετίζεται και το **μέσο άφιξης**, το οποίο για τους τουρίστες του δείγματος παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 29: Μέσο άφιξης των τουριστών του δείγματος 2004, 2006.

	Έλληνες				Αλλοδαποί			
	2004		2006		2004		2006	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Αεροπλάνο	82	40,4%	116	47,9%	74	30,3%	244	28,4%
Πλοίο	121	59,6%	119	49,2%	10	4,1%	29	3,4%
Ναυλωμένη πτήση (charter)	0	0,0%	0	0,0%	158	64,8%	575	66,9%
Δεν απάντησαν	0	0,0%	7	2,9%	2	0,8%	12	1,4%
Σύνολο	203	100,0%	242	100,0%	244	100,0%	860	100,0%

Ο **τύπος κράτησης** επίσης παίζει σημαντικό ρόλο στη συμπεριφορά των τουριστών. Στους Έλληνες που ταξιδεύουν μεμονωμένα, επικρατεί η κράτηση μόνο του δωματίου για το 2004 και της ημιδιατροφής για το 2006. Στους αλλοδαπούς που ταξιδεύουν μεμονωμένα επικρατεί η κράτηση μόνο δωματίου και στις δύο περιπτώσεις.

Από τους τουρίστες που ταξιδεύουν οργανωμένα, διαπιστώνεται ότι στους Έλληνες επικρατεί η κράτηση δωματίου με πρωινό για το 2004 και με ημιδιατροφή το 2006. Στους αλλοδαπούς που ταξιδεύουν οργανωμένα, επικρατούν οι κρατήσεις δωματίου με πρωινό και για τις δύο χρονιές.

ΠΙΝΑΚΑΣ 30: Τύπος κράτησης των τουριστών του δείγματος 2004, 2006.

	Μη Οργανωμένοι				Οργανωμένοι			
	Έλληνες		Αλλοδαποί		Έλληνες		Αλλοδαποί	
	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006
Δωμάτιο (χωρίς πρωινό)	26,6%	20,2%	24,5%	51,7%	17,6%	14,3%	70,2%	52,4%
Με πρωινό	15,6%	2,2%	15,1%	6,3%	70,6%	0,0%	17,3%	16,5%

Ημιδιατροφή	2,6%	26,9%	1,9%	25,9%	5,9%	35,7%	8,4%	26,0%
Πλήρης Διατροφή	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	14,3%	0,5%	0,2%
Δεν απάντησαν	55,2%	50,7%	58,5%	16,1%	5,9%	35,7%	3,7%	5,0%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Σε ό,τι αφορά στον **τρόπο μετακίνησης** πάνω στο νησί το ιδιόκτητο και το ενοικιαζόμενο αυτοκίνητο αποτελούν τα προτιμώμενα μέσα από τους Έλληνες. Σε ό,τι αφορά στον τρόπο μετακίνησης των αλλοδαπών το ενοικιαζόμενο αυτοκίνητο ή μοτοποδήλατο αποτελούν το προσφιλέστερο μέσο. Τα Μαζικά Μέσα Μεταφοράς χρησιμοποιούν σε κάποιο βαθμό (ένας στους τρεις) οι οργανωμένοι τουρίστες; αυτό σημαίνει ότι δεν «προσελκύονται» ιδιαίτερα από τις οργανωμένες εκδρομές και προτιμούν να επισκέπτονται το νησί μεμονωμένα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 31: Μέσο μεταφοράς που επέλεξαν οι τουρίστες του δείγματος 2006.

	Μη Οργανωμένοι		Οργανωμένοι	
	Έλληνες	Αλλοδαποί	Έλληνες	Αλλοδαποί
	2006	2006	2006	2006
Ιδιόκτητο αυτοκίνητο	45,5%	16,0%	18,8%	6,2%
Ταξί	20,9%	17,1%	37,5%	16,9%
Λεωφορείο	7,3%	16,6%	18,8%	31,0%
Ενοικιαζόμενο αυτοκίνητο	36,6%	60,0%	12,5%	86,3%
Ενοικιαζόμενο μοτοποδήλατο	1,6%	18,3%	0,0%	26,5%
Άλλο	17,3%	10,9%	6,3%	7,9%
Δεν απάντησαν	3,1%	2,3%	6,3%	1,9%
Σύνολο	132,5%	141,1%	100,0%	176,7%

3.4.3. Τουριστική δαπάνη

Στις έρευνες που πραγματοποιήθηκαν, οι τουρίστες που συμμετείχαν διαπιστώνεται ότι οργάνωσαν το ταξίδι τους με τον τρόπο που αναφέρθηκε στον Πίνακα 28. Βάσει αυτού θα γίνει και η ανάλυση των δαπανών.

Η σύγκριση ανάμεσα στους μεμονωμένους και τους οργανωμένους τουρίστες δεν είναι εφικτή για δύο λόγους:

- το δείγμα των μεμονωμένων αποτελείται κυρίως από Έλληνες και των οργανωμένων από αλλοδαπούς. Έτσι, η σύγκριση θα γίνει ανά εθνικότητα και όχι ανά τύπο οργάνωσης και
- στις συνολικές περιλαμβάνεται και το κόστος του εισιτηρίου, το οποίο δεν ισχύει για τους μεμονωμένους τουρίστες.

Οπότε και οι συνολικές δαπάνες των οργανωμένων τουριστών φαίνονται μεγαλύτερες, χωρίς στην πραγματικότητα να είναι, αφού από το κόστος του

πακέτου μόνο ένα ποσοστό 30-33% αφορά τη διαμονή και το transfer, δαπάνες δηλαδή που παραμένουν στον προορισμό και όχι στον tour-operator.

Οι συνολικές δαπάνες προκύπτουν ως μέσος όρος των συνολικών δαπανών που δήλωσαν οι τουρίστες και όχι ως άθροισμα των μέσων όρων που αναφέρονται στις παραπάνω, αναλυτικές κατηγορίες.

Για το 2004 τα στοιχεία της έρευνας δείχνουν ότι για τις μεμονωμένες μετακινήσεις οι αλλοδαποί ξοδεύουν περισσότερα χρήματα στο κατάλυμα από τους Έλληνες, ενώ οι Έλληνες ξοδεύουν περισσότερα για άλλα έξοδα. Οι υπόλοιπες δαπάνες είναι λίγο – πολύ ίδιες, χωρίς να παρουσιάζουν ουσιαστικές διαφορές, όπως φαίνεται και στον Πίνακα 32.

Όσον αφορά στους οργανωμένους τουρίστες, φαίνεται ότι οι Έλληνες ξοδεύουν περισσότερα, τόσο στο σύνολο, όσο και στις επιμέρους κατηγορίες.

ΠΙΝΑΚΑΣ 32: Ατομικά ημερήσια έξοδα τουριστών του δείγματος 2004.

		ΕΛΛΗΝΕΣ	ΔΕΙΓΜΑ ΕΛΛΗΝΩΝ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΔΕΙΓΜΑ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ
Μεμονωμένοι	δωμάτιο	32,61	77	44,71	19
	φαγητό	18,72	122	19,76	20
	αναψυχή	13,07	89	16,15	11
	μετακινήσεις	12,08	70	7,97	17
	αγορές	14,04	87	12,42	18
	άλλο	21,11	15	7,50	2
		Συνολικά ατομικά ημερήσια έξοδα	55,61	150	51,33
Μέσω πρακτορείου	πακέτο	71,89	11	61,17	166
	φαγητό	28,70	6	23,87	78
	αναψυχή	25,00	2	8,76	28
	μετακινήσεις	16,70	4	8,42	65
	αγορές	12,80	3	8,62	50
	άλλο	5,07	3	9,49	18
		Συνολικά ατομικά ημερήσια έξοδα	94,45	12	78,42

Η έρευνα το 2006 έδειξε ότι οι Έλληνες δαπανούν περισσότερο από τους αλλοδαπούς, σχεδόν σε όλες τις κατηγορίες και για οποιαδήποτε τρόπο οργάνωσης. Βέβαια, στην οργάνωση μέσω διαδικτύου, το δείγμα είναι μικρό και επομένως τα αποτελέσματα είναι επισφαλής. Η υπεροχή αυτή είναι περισσότερο έντονη στους οργανωμένους τουρίστες, όπου παρουσιάζονται οι μεγαλύτερες διαφορές.

ΠΙΝΑΚΑΣ 33: Ατομικά ημερήσια έξοδα τουριστών του δείγματος 2006.

		ΕΛΛΗΝΕΣ	ΔΕΙΓΜΑ ΕΛΛΗΝΩΝ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΔΕΙΓΜΑ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ
Μεμονωμένοι	δωμάτιο	34,40	103	31,02	69
	φαγητό	21,69	90	20,96	39
	αναψυχή	14,62	72	5,08	16
	μετακινήσεις	17,91	72	12,07	33
	αγορές	16,96	64	13,47	18
	άλλο	8,08	11	12,01	11
	Συνολικά ατομικά ημερήσια έξοδα	62,41	146	45,78	81
Μέσω internet	δωμάτιο	34,38	4	32,75	43
	φαγητό	24,60	3	18,75	31
	αναψυχή	16,27	3	8,20	10
	μετακινήσεις	65,00	1	12,47	26
	αγορές	30,00	1	9,18	12
	άλλο	-	0	9,50	14
	Συνολικά ατομικά ημερήσια έξοδα	71,02	5	52,25	50
Μέσω πρακτορείου	πακέτο	172,23	3	68,66	417
	φαγητό	44,74	7	17,73	159
	αναψυχή	21,37	6	9,03	53
	μετακινήσεις	24,35	6	9,49	163
	αγορές	17,34	5	7,22	99
	άλλο	30,00	1	8,03	47
	Συνολικά ατομικά ημερήσια έξοδα	160,13	7	75,76	458

3.4.4. Ικανοποίηση τουριστών

Η ικανοποίηση των τουριστών προσεγγίσθηκε με δύο τρόπους:

- ένα σύνθετο, με δύο ερωτήσεις που αφορούν στη συνολική ικανοποίησή τους από τον προορισμό, σε σχέση με ό,τι προσδοκούσαν και με τα χρήματα που δαπάνησαν,
- έναν αναλυτικό, με σειρά ερωτήσεων σχετικά με τον βαθμό ικανοποίησής τους σε επιμέρους στοιχεία της τουριστικής προσφοράς.

Σε ό,τι αφορά στη συνολική αξιολόγηση του προορισμού από τους τουρίστες, οι απαντήσεις στις 2 σχετικές ερωτήσεις εμφανίζεται να έχουν παρεμφερή αποτελέσματα:

- το ποσοστό των Ελλήνων που ήταν πολύ και απόλυτα ικανοποιημένοι είναι της τάξεως του 66-67% και στις δύο ερωτήσεις σημειώνοντας σημαντική βελτίωση σε σχέση με το 2004, όπου το αντίστοιχο ποσοστό ήταν μόλις 42%.
- το ποσοστό των αλλοδαπών τουριστών που ήταν πολύ και απόλυτα ικανοποιημένοι είναι της τάξεως του 77-81%. Και σ' αυτήν την περίπτωση υπάρχει βελτίωση σε σχέση με το 2004 (55%).

Σε ό,τι αφορά στην αξιολόγηση των επιμέρους στοιχείων της προσφοράς καταγράφονται τα εξής:

- καταγράφεται σημαντική απόκλιση μεταξύ του συνολικού βαθμού ικανοποίησης των τουριστών και του βαθμού ικανοποίησης σε επιμέρους στοιχεία.
- ο βαθμός ικανοποίησης των αλλοδαπών είναι σε γενικές γραμμές υψηλότερος από εκείνον των Ελλήνων.
- σε αρκετές ερωτήσεις (π.χ. ικανοποίηση από μουσεία, από κέντρα διασκέδασης, από ταξί, από λεωφορεία) το ποσοστό των τουριστών που δεν απάντησαν ήταν υψηλό γεγονός που δείχνει ότι δεν χρησιμοποιήθηκαν.
- ο υψηλότερος βαθμός ικανοποίησης καταγράφηκε σε ότι αφορά στην φιλοξενία των κατοίκων (περίπου 80%) αν και σημειώνει μικρή κάμψη σε σχέση με το 2004.
- Η καθαριότητα των δημόσιων χώρων και των παραλιών, η σήμανση και το οδικό δίκτυο δίνουν το χαμηλότερο βαθμό ικανοποίησης τόσο για Έλληνες όσο και για αλλοδαπούς. Οι Έλληνες βαθμολογούν ιδιαίτερα αρνητικά το οδικό δίκτυο.
- Οι υπηρεσίες των καταλυμάτων και των εστιατορίων έχουν ενδιάμεση βαθμολογία (πολύ ή απλά ικανοποιημένοι).
- Η ικανοποίηση των τουριστών το 2006 σε σχέση με το 2004 είναι μικρότερη στην πλειοψηφία των ερωτήσεων.

Τα στοιχεία αυτά παρουσιάζονται αναλυτικά στους πίνακες που ακολουθούν.

ΠΙΝΑΚΑΣ 34: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από το κατάλυμα 2004, 2006.

	Έλληνες				Αλλοδαποί			
	2004		2006		2004		2006	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Καθόλου	6	3,0%	5	2,1%	2	0,8%	5	0,6%
Λίγο	8	3,9%	9	3,7%	8	3,3%	31	3,6%
Ικανοποιημένοι	43	21,2%	38	15,7%	39	16,0%	161	18,7%
Πολύ	34	16,7%	47	19,4%	107	43,9%	366	42,6%
Πλήρως	66	32,5%	30	12,4%	66	27,0%	221	25,7%
Δεν απάντησαν	46	22,7%	113	46,7%	22	9,0%	76	8,8%
Σύνολο	203	100,0%	242	100,0%	244	100,0%	860	100,0%

ΠΙΝΑΚΑΣ 35: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από τα εστιατόρια 2006.

	Έλληνες		Αλλοδαποί	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Καθόλου	6	2,5%	3	0,3%
Λίγο	6	2,5%	13	1,5%
Ικανοποιημένοι	82	33,9%	176	20,5%
Πολύ	112	46,3%	485	56,4%
Πλήρως	31	12,8%	162	18,8%
Δεν απάντησαν	5	2,1%	21	2,4%
Σύνολο	242	100,0%	860	100,0%

ΠΙΝΑΚΑΣ 36: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους 2006.

	Έλληνες		Αλλοδαποί	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Καθόλου	0	0,0%	12	1,4%
Λίγο	21	8,7%	55	6,4%
Ικανοποιημένοι	49	20,2%	216	25,1%
Πολύ	42	17,4%	151	17,6%
Πλήρως	22	9,1%	43	5,0%
Δεν απάντησαν	108	44,6%	383	44,5%
Σύνολο	242	100,0%	860	100,0%

ΠΙΝΑΚΑΣ 37: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από την παρεχόμενη πληροφόρηση 2004, 2006.

	Έλληνες				Αλλοδαποί			
	2004		2006		2004		2006	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Καθόλου	9	4,4%	2	0,8%	5	2,0%	12	1,4%
Λίγο	20	9,9%	43	17,8%	11	4,5%	45	5,2%
Ικανοποιημένοι	36	17,7%	54	22,3%	42	17,2%	250	29,1%
Πολύ	49	24,1%	54	22,3%	91	37,3%	284	33,0%
Πλήρως	51	25,1%	40	16,5%	41	16,8%	88	10,2%
Δεν απάντησαν	38	18,7%	49	20,2%	54	22,1%	181	21,0%
Σύνολο	203	100,0%	242	100,0%	244	100,0%	860	100,0%

ΠΙΝΑΚΑΣ 38: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από κέντρα διασκέδασης και ψυχαγωγίας 2006.

	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Καθόλου	4	1,7%	20	2,3%
Λίγο	19	7,9%	82	9,5%
Ικανοποιημένοι	71	29,3%	126	14,7%
Πολύ	70	28,9%	111	12,9%
Πλήρως	31	12,8%	31	3,6%
Δεν απάντησαν	47	19,4%	490	57,0%
Σύνολο	242	100,0%	860	100,0%

ΠΙΝΑΚΑΣ 39: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από τα ταξί 2006.

	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Καθόλου	37	15,3%	13	1,5%
Λίγο	44	18,2%	31	3,6%
Ικανοποιημένοι	28	11,6%	117	13,6%
Πολύ	35	14,5%	121	14,1%
Πλήρως	10	4,1%	52	6,0%
Δεν απάντησαν	88	36,4%	526	61,2%
Σύνολο	242	100,0%	860	100,0%

ΠΙΝΑΚΑΣ 40: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από τα λεωφορεία 2006.

	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Καθόλου	35	14,5%	15	1,7%
Λίγο	34	14,0%	38	4,4%
Ικανοποιημένοι	19	7,9%	117	13,6%
Πολύ	13	5,4%	129	15,0%
Πλήρως	1	0,4%	43	5,0%
Δεν απάντησαν	140	57,9%	518	60,2%
Σύνολο	242	100,0%	860	100,0%

ΠΙΝΑΚΑΣ 41: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από την καθαριότητα των δημόσιων χώρων 2004, 2006.

	Έλληνες				Αλλοδαποί			
	2004		2006		2004		2006	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Καθόλου	12	5,9%	8	3,3%	10	4,1%	32	3,7%
Λίγο	24	11,8%	51	21,1%	17	7,0%	143	16,6%
Ικανοποιημένοι	53	26,1%	80	33,1%	74	30,3%	323	37,6%
Πολύ	86	42,4%	77	31,8%	114	46,7%	242	28,1%
Πλήρως	26	12,8%	18	7,4%	29	11,9%	84	9,8%
Δεν απάντησαν	2	1,0%	8	3,3%	0	0,0%	36	4,2%
Σύνολο	203	100,0%	242	100,0%	244	100,0%	860	100,0%

ΠΙΝΑΚΑΣ 42: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από την καθαριότητα των θαλασσών και των παραλιών 2004, 2006.

	Έλληνες				Αλλοδαποί			
	2004		2006		2004		2006	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Καθόλου	31	15,3%	3	1,2%	6	2,5%	20	2,3%
Λίγο	48	23,6%	22	9,1%	27	11,1%	97	11,3%
Ικανοποιημένοι	56	27,6%	80	33,1%	78	32,0%	261	30,3%
Πολύ	48	23,6%	79	32,6%	99	40,6%	315	36,6%
Πλήρως	16	7,9%	38	15,7%	28	11,5%	140	16,3%
Δεν απάντησαν	4	2,0%	20	8,3%	6	2,5%	27	3,1%
Σύνολο	203	100,0%	242	100,0%	244	100,0%	860	100,0%

ΠΙΝΑΚΑΣ 43: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από το οδικό δίκτυο 2006.

	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Καθόλου	32	13,2%	16	1,9%
Λίγο	69	28,5%	122	14,2%
Ικανοποιημένοι	89	36,8%	329	38,3%
Πολύ	29	12,0%	276	32,1%
Πλήρως	7	2,9%	69	8,0%
Δεν απάντησαν	16	6,6%	48	5,6%
Σύνολο	242	100,0%	860	100,0%

ΠΙΝΑΚΑΣ 44: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από τη σήμανση 2006.

	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Καθόλου	39	16,1%	50	5,8%
Λίγο	76	31,4%	185	21,5%
Ικανοποιημένοι	68	28,1%	335	39,0%
Πολύ	28	11,6%	188	21,9%
Πλήρως	5	2,1%	44	5,1%
Δεν απάντησαν	26	10,7%	58	6,7%
Σύνολο	242	100,0%	860	100,0%

ΠΙΝΑΚΑΣ 45: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από το αεροδρόμιο 2006.

	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Καθόλου	6	2,5%	9	1,0%
Λίγο	23	9,5%	45	5,2%
Ικανοποιημένοι	92	38,0%	315	36,6%
Πολύ	41	16,9%	361	42,0%
Πλήρως	27	11,2%	95	11,0%
Δεν απάντησαν	53	21,9%	35	4,1%
Σύνολο	242	100,0%	860	100,0%

ΠΙΝΑΚΑΣ 46: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από το λιμάνι 2006.

	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Καθόλου	10	4,1%	3	0,3%
Λίγο	31	12,8%	33	3,8%
Ικανοποιημένοι	107	44,2%	237	27,6%
Πολύ	43	17,8%	175	20,3%
Πλήρως	11	4,5%	32	3,7%
Δεν απάντησαν	40	16,5%	380	44,2%
Σύνολο	242	100,0%	860	100,0%

ΠΙΝΑΚΑΣ 47: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από τις γενικές υποδομές 2004, 2006.

	Έλληνες				Αλλοδαποί			
	2004		2006		2004		2006	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Καθόλου	1	0,5%	4	1,7%	6	2,5%	4	0,5%
Λίγο	3	1,5%	27	11,2%	15	6,1%	32	3,7%
Ικανοποιημένοι	20	9,9%	86	35,5%	44	18,0%	253	29,4%
Πολύ	57	28,1%	67	27,7%	114	46,7%	421	49,0%
Πλήρως	107	52,7%	12	5,0%	61	25,0%	75	8,7%
Δεν απάντησαν	15	7,4%	46	19,0%	4	1,6%	75	8,7%
Σύνολο	203	100,0%	242	100,0%	244	100,0%	860	100,0%

ΠΙΝΑΚΑΣ 48: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από τη φιλοξενία των ντόπιων 2004, 2006.

	Έλληνες				Αλλοδαποί			
	2004		2006		2004		2006	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Καθόλου	6	3,0%	4	1,7%	2	0,8%	2	0,2%
Λίγο	9	4,4%	4	1,7%	3	1,2%	4	0,5%
Ικανοποιημένοι	11	5,4%	30	12,4%	12	4,9%	56	6,5%
Πολύ	53	26,1%	81	33,5%	77	31,6%	252	29,3%
Πλήρως	120	59,1%	115	47,5%	149	61,1%	444	51,6%
Δεν απάντησαν	4	2,0%	8	3,3%	1	0,4%	102	11,9%
Σύνολο	203	100,0%	242	100,0%	244	100,0%	860	100,0%

ΠΙΝΑΚΑΣ 49: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από τον προορισμό, πόσο ανταποκρίθηκε στις προσδοκίες των τουριστών 2006.

	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Καθόλου	1	0,4%	2	0,2%
Λίγο	5	2,1%	8	0,9%
Ικανοποιημένοι	46	19,0%	110	12,8%
Πολύ	91	37,6%	437	50,8%
Πλήρως	72	29,8%	264	30,7%
Δεν απάντησαν	27	11,2%	39	4,5%
Σύνολο	242	100,0%	860	100,0%

ΠΙΝΑΚΑΣ 50: Ικανοποίηση τουριστών δείγματος από τις διακοπές τους, πόσο άξιζαν τα χρήματα που ξόδεψαν 2006.

	Έλληνες				Αλλοδαποί			
	2004		2006		2004		2006	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Καθόλου	15	7,4%	3	1,2%	5	2,0%	2	0,2%
Λίγο	32	15,8%	8	3,3%	13	5,3%	19	2,2%
Ικανοποιημένοι	69	34,0%	45	18,6%	64	26,2%	136	15,8%
Πολύ	73	36,0%	83	34,3%	134	54,9%	400	46,5%
Πλήρως	12	5,9%	78	32,2%	25	10,2%	266	30,9%
Δεν απάντησαν	2	1,0%	25	10,3%	3	1,2%	37	4,3%
Σύνολο	203	100,0%	242	100,0%	244	100,0%	860	100,0%

Σημαντικές ερωτήσεις αναφορικά με την ικανοποίηση των τουριστών αποτελεί το γεγονός ότι **θα επέλεγαν ξανά το νησί** της Χίου για τις διακοπές τους ή ότι **θα το πρότειναν σε φίλους** τους. Από αυτούς που απάντησαν αρνητικά, σημαντικό ρόλο παίζει ότι:

- Δεν επισκέπτονται το ίδιο μέρος δεύτερη φορά, όχι τουλάχιστον στο άμεσο μέλλον.
- Δεν έμειναν ευχαριστημένοι από την καθαριότητα, την διασκέδαση ή γενικότερα από το νησί.
- Το νησί ήταν πολύ ήσυχο, για οικογενειακές διακοπές και για ζευγάρια.
- Υπάρχουν και ομορφότερα νησιά.

ΠΙΝΑΚΑΣ 51: Επανάληψη ταξιδιού στο μέλλον

	ΕΛΛΗΝΕΣ 2004		ΕΛΛΗΝΕΣ 2006		ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ 2004		ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ 2006	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
δεν απάντησαν	1	0,5%	5	2,1%	1	0,4%	60	7,0%
ναι	186	91,6%	225	93,0%	235	96,3%	642	74,7%
όχι	16	7,9%	12	5,0%	8	3,3%	158	18,4%
Σύνολο	203	100,0%	242	100,0%	244	100,0%	860	100,0%

ΠΙΝΑΚΑΣ 52: Πρόταση σε φίλους

	ΕΛΛΗΝΕΣ 2006		ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ 2006	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
δεν απάντησαν	3	1,2%	31	3,6%
ναι	232	95,9%	803	93,4%
όχι	7	2,9%	26	3,0%
	242	100,0%	860	100,0%

Εκτός από τις ερωτήσεις για την ικανοποίηση των τουριστών, υπήρχαν και δύο ανοιχτές ερωτήσεις σχετικά με το τι τους έκανε καλή και τι τους έκανε κακή εντύπωση στον προορισμό. Πολλές φορές το ίδιο γεγονός που έκανε καλή εντύπωση δεν κάποιους τουρίστες, αποτελεί στοιχείο κακής εντύπωσης για κάποιους άλλους.

Από τα σημεία που σημειώνουν οι τουρίστες ότι τους έκαναν **καλή εντύπωση** είναι ότι:

- Το νησί δεν έχει πολύ τουρισμό.
- Το φαγητό ήταν καλό.
- Ήταν καλή η φιλοξενία από τους ντόπιους.
- Το νησί ήταν ήσυχο, ασφαλές και ότι δεν είχε εγκληματικότητα.
- Το νησί έχει πολύ καλά τοπικά προϊόντα και ιδιαίτερα τα προϊόντα μαστίχας.
- Το νησί έχει ενδιαφέρον πολιτισμό, πολιτιστικά στοιχεία (ήθη, έθιμα κ.λπ.), ιστορία, αρχαιολογικούς και θρησκευτικούς χώρους.
- Υπάρχει πλούσιο φυσικό περιβάλλον.
- Υπάρχουν ωραίες παραλίες.
- Υπάρχουν ωραία χωριά.
- Το νησί είναι όμορφο για οικογενειακές, ήσυχες διακοπές.

Από τα σημεία που σημειώνουν οι τουρίστες ότι τους έκαναν **κακή εντύπωση** είναι ότι:

- Το νησί δεν έχει πολύ τουρισμό.
- Δεν ήταν καλή η κατάσταση στις τουαλέτες.
- Δεν ήταν καλή η φιλοξενία από τους ντόπιους.
- Δεν ήταν καθαροί οι δημόσιοι χώροι, υπήρχαν πολλά σκουπίδια.
- Δεν ήταν καλή η κατάσταση του οδικού δικτύου, οι δρόμοι, η σήμανση, οι θέσεις στάθμευσης.
- Το νησί έχει πολύ ηχορύπανση.
- Πολλοί αρχαιολογικοί χώροι ήταν κλειστοί.
- Δεν υπάρχουν αμμώδεις παραλίες.
- Ήταν ακριβές οι τιμές.
- Το νερό δεν ήταν καλό.

3.5 Επισκέψεις σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους

Στον Πίνακα 53 συγκεντρώνονται τα στατιστικά στοιχεία για τις επισκέψεις και τις εισπράξεις των μουσείων της Χίου. Όπως προαναφέρθηκε, στο Νομό Χίου υπάρχουν περισσότερα μουσεία από τα παρακάτω, για τα οποία δεν υπάρχουν στατιστικά στοιχεία λόγω της έλλειψης εισιτηρίου εισόδου (δωρεάν είσοδος) ή λόγω διαχείρισης από ιδιωτική πρωτοβουλία.

Τα στοιχεία δείχνουν ότι υπάρχει μια σταδιακή μείωση των επισκεπτών και των εισπράξεων. Βέβαια, σημαντικό ρόλο παίζει το γεγονός ότι το Βυζαντινό Μουσείο παραμένει κλειστό από τα τέλη του 2004 λόγω εργασιών ανακαίνισης και συνεπώς χάνετε μεγάλος αριθμός επισκεπτών και εισπράξεων.

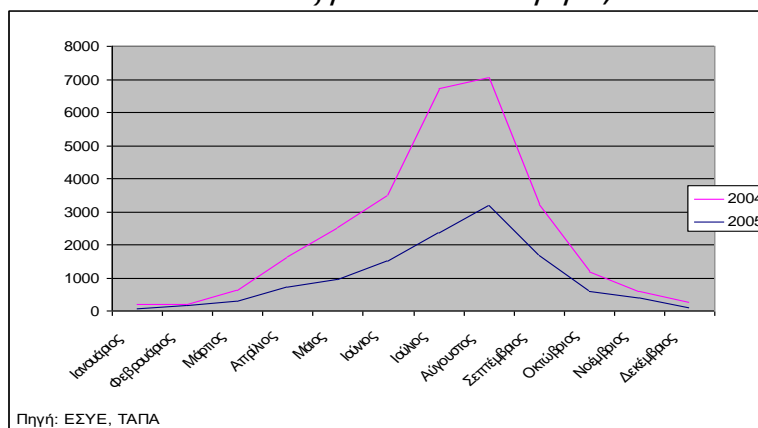
ΠΙΝΑΚΑΣ 53: Επισκέπτες μουσείων στο Νομό Χίου

Μουσείο	2001		2002		2003		2004		2005	
	Επισκέπτες	Εισπράξεις	Επισκέπτες	Εισπράξεις	Επισκέπτες	Εισπράξεις	Επισκέπτες	Εισπράξεις	Επισκέπτες	Εισπράξεις
Αρχαιολογικό Μουσείο Χίου	4.268	5.679	4.953	5.819	3.787	5.904	4.917	5.396	6.062	5.925
Βυζαντινό (Μετζιτιέ Τζαμί)	0	0	5.869	4.063	0	4.368	4.543	0	0	0
Νέας Μονής	2.761	3.594	4.137	5.819	3.861	6.615	3.670	5.823	2.915	4.040
Παλατάκι Ιουστινιάνι	2.910	3.866	3.376	6.754	2.292	5.904	2.551	2.883	3.031	3.143
Σύνολο	9.939	13.138	18.335	22.454	9.940	22.791	15.681	14.102	12.008	13.108

Πηγή: ΕΣΥΕ (2005), Στατιστική Πίνακες Αριθμού Επισκεπτών Μουσείων, Ταμείο Αρχαιολογικών Πόρων και Απαλλοτριώσεων (ΤΑΠΑ)

Εάν τώρα παρατηρήσουμε τις επισκέψεις των μουσείων ανά μήνα, για τα έτη 2004 και 2005 (βλ. Γράφημα 16), θα δούμε ότι η πλειοψηφία αυτών πραγματοποιούνται τη περίοδο Ιουνίου – Αυγούστου, αντίστοιχα και με τις αφίξεις των τουριστών.

ΓΡΑΦΗΜΑ 16: Επισκέπτες μουσείων ανά μήνα, 2004 και 2005



4. Η ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Η ενότητα αυτή καταγράφει:

- τις πρωτοβουλίες που αναλαμβάνονται τοπικά για τον σχεδιασμό, την προβολή και προώθηση του τουρισμού και γενικότερα τη διαχείριση του προορισμού
- την οργάνωση της τουριστικής αγοράς σε ό,τι αφορά στη διακίνηση τουριστών, προσπαθώντας να εκτιμήσουμε το βαθμό εξάρτησης του χιακού τουρισμού από θεσμοποιημένους φορείς και μάλιστα εξωγενείς.

4.1 Οι κύριοι εμπλεκόμενοι φορείς στον Τουρισμό

Ο τουρισμός αποτελεί μία οικονομική δραστηριότητα όπου η παρέμβαση του κεντρικού κράτους περιορίζεται σε θεσμικού τύπου παρεμβάσεις κεντρικού χαρακτήρα, ενώ οι αρμοδιότητες παραμένουν συγκεντρωμένες σε κεντρικό επίπεδο: στον ΕΟΤ που έχει περιφερειακή υπηρεσία και στο Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης που σε συνδυασμό με τα Υπουργεία Ανάπτυξης και ΥΠΟΙΟ, ασκεί τις όποιες αρμοδιότητές του.

Σε τοπικό επίπεδο υπάρχει ως θεσμοθετημένο όργανο η Νομαρχιακή Επιτροπή Τουριστικής Προβολής (Ν.Ε.Τ.Π.), με αποκλειστικό ρόλο τον σχεδιασμό, την χρηματοδότηση και την υλοποίηση του προγράμματος τουριστικής προβολής. Όμως, εξ αιτίας της έλλειψης άλλων φορέων / οργάνων με αρμοδιότητα τον τουριστικό σχεδιασμό σε τοπικό επίπεδο, έχει κατά καιρούς «επεκτείνει» τον ρόλο της σε όλα τα θέματα που αφορούν στην τουριστική ανάπτυξη, κυρίως μέσω της επισήμανσης προβλημάτων και της αναζήτησης λύσεων.

Οι φορείς που συμμετέχουν στην ΝΕΤΠ (Επιμελητήριο, Ένωση Ξενοδόχων, ΤΕΔΚ) αναλαμβάνουν κατά καιρούς πρωτοβουλίες ενημέρωσης και υποστήριξης των μελών τους. Ιδιαίτερα ο Δήμος Χίου λειτουργεί Γραφείο Τουριστικής Προβολής και Ενημέρωσης περισσότερα από 20 χρόνια που έχει συμβάλει με το έργο του (εκδόσεις, συμμετοχή σε εκθέσεις, προβολή σε ΜΜΕ, πληροφόρηση επαγγελματιών τουρισμού, πληροφόρηση κοινού) σημαντικά στην ανάπτυξη του τουρισμού του Νομού, συνολικά. Πρόσφατα έχει δημιουργηθεί και Γραφείο Τουρισμού του Δήμου Αγίου Μηνά με στόχο την πληροφόρηση των τουριστών.

Με τη θεσμοθέτηση της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης δόθηκε η δυνατότητα δημιουργίας Τμήματος Τουρισμού, στο οποίο όμως δεν παραχωρήθηκαν συγκεκριμένες αρμοδιότητες, ενώ οι γενικές αρμοδιότητες περί σχεδιασμού της τουριστικής ανάπτυξης δεν μπορούν να υλοποιηθούν με την υπάρχουσα στελέχωση. Η εστίαση της δράσης του στην οργάνωση της «Γιορτής του Αγροτουρισμού», όταν υπάρχουν τόσα εκκρεμή θέματα, δείχνει τις δυνατότητες παρέμβασης.

Ad hoc ρόλο στην τουριστική ανάπτυξη έχουν διαδραματίσει οι Αναπτυξιακές Εταιρείες, κυρίως μέσα από τη συμμετοχή σε διάφορα ευρωπαϊκά προγράμματα (π.χ. πρόγραμμα αγροτουρισμού). Ιδιαίτερο ρόλο έχει η Επιχείρηση Τουριστικής Ανάπτυξης Περιοχής Αίπους Δήμου Ομηρούπολης που λειτουργεί το Αθλητικό Κέντρο.

Όμως, η επιτυχία ενός σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης δεν εξαρτάται τόσο από την υλοποίηση μεμονωμένων δράσεων, όσο από τη συνεργασία δημόσιων φορέων, επιχειρήσεων, εργαζομένων και τοπικού πληθυσμού στην επίτευξη των κοινών στόχων. Αυτό οφείλεται στην ιδιομορφία του «τουριστικού προϊόντος», που αποτελεί άθροισμα υπηρεσιών και προϊόντων που προσφέρει ένας προορισμός και το οποίο πρέπει να ικανοποιεί τον τουρίστα-καταναλωτή. Το γεγονός ότι οι τουριστικές επιχειρήσεις της Χίου είναι ιδιαίτερα μικρές ενισχύει ακόμη περισσότερο την ανάγκη συνεργασίας. Επομένως, η ενεργή συμμετοχή όλων των εταίρων κατά τις φάσεις του σχεδιασμού και της υλοποίησης των έργων και των ενεργειών του σχεδίου, είναι απαραίτητη προϋπόθεση, ώστε να μεγιστοποιηθούν οι πιθανότητες για υλοποίηση των επιδιωκόμενων αποτελεσμάτων και επιπτώσεων.

Όμως, θα πρέπει να επιτευχθεί μία ισορροπία μεταξύ της ευρείας και ουσιαστικής συμμετοχής των εταίρων και της αποτελεσματικής διοίκησης του σχεδίου, ενώ η επίτευξη της τουριστικής ανάπτυξης έχει ανάγκη συντονισμού και άλλων δράσεων, πέρα αυτών που περιλαμβάνονται στο παρόν σχέδιο και χρηματοδοτούνται από άλλα προγράμματα: το ΠΕΠ, τα τομεακά προγράμματα, το πρόγραμμα ΘΗΣΕΑΣ, το ΕΠΠΕΡ, αλλά και τους ίδιους πόρους της Τ.Α. Παράλληλα, χρειάζεται και ο συντονισμός λειτουργίας υπηρεσιών με αρμοδιότητα στον τουρισμό όπως π.χ. υπηρεσίες υγιεινής, δημόσιας τάξης, περιβάλλοντος, πολεοδομίας. Τέλος, χρειάζεται κινητοποίηση εκπροσώπων επιχειρήσεων, επαγγελματικών συλλόγων, συλλόγων εργαζομένων, πολιτιστικών φορέων, ΜΚΟ, ερευνητών, μεμονωμένων πολιτών κ.λπ., που με τη δική τους συμμετοχή θα συμβάλλουν στην επίτευξη των στόχων. **Με αυτό γίνεται προφανές ότι η αποτελεσματική διακυβέρνηση του τουρισμού απαιτεί ένα συντονιστικό πολιτικό όργανο με αρμοδιότητα την τουριστική ανάπτυξη του Νομού που θα υποστηρίζεται στη λειτουργία του από ένα τεχνοκρατικό όργανο. Η λειτουργία του Νομαρχιακού Συμβουλίου Τουρισμού υποστηριζόμενου από ένα τεχνοκρατικό όργανο, που θα έχει ως στόχο την προετοιμασία – εισήγηση των προτάσεων πολιτικής και την παρακολούθηση της εκτέλεσής τους, αποτελεί απαραίτητο βήμα για τη βελτίωση των επιδόσεων του τουρισμού με γνώμονα πάντα τη βιώσιμη ανάπτυξη του Νομού.**

Αυτό σημαίνει ότι είναι απαραίτητη η δημιουργία **καινοτομικού μηχανισμού** ο οποίος, χωρίς να συγκρούεται με υφιστάμενες δομές και φορείς (με τις αρμοδιότητές τους), καλείται να καλύψει το υπάρχον κενό

διευκολύνοντας τη συνεργασία τους και να συμβάλλει στη χάραξη πολιτικής εξασφαλίζοντας τη συναίνεση των εμπλεκομένων. Ταυτόχρονα, θα διασφαλίζει την κινητοποίησή τους για την υλοποίηση της πολιτικής μέσα από αποκεντρωμένα όργανα. Ο μηχανισμός αυτός έχοντας τη γενική εποπτεία των όσων συμβαίνουν στον τουρισμό θα μπορεί να δίνει τη δυνατότητα συντονισμού των δράσεων -κυρίως των άυλων- που είναι απαραίτητες για την επιτυχία του στόχου.

Η ενεργός συμμετοχή των εταίρων στην επιτυχία των στόχων του σχεδίου - ακόμη και για εκείνους τους εταίρους που δεν θα επωφεληθούν άμεσα από αυτό- απαιτεί:

- την ευρύτερη δυνατή ενημέρωση του τοπικού πληθυσμού, ώστε να δημιουργηθεί συναντίληψη για τα προβλήματα του τουρισμού, τις αιτίες που τα δημιουργούν, τους στόχους που έχουν τεθεί και τις προτεινόμενες στρατηγικές και δράσεις για την υπέρβασή τους.
- τη δημιουργία μηχανισμού υποστήριξης των τουριστικών επιχειρήσεων για να ενημερωθούν σωστά για τους στόχους και το περιεχόμενο των δράσεων από τις υπάρχουσες δομές, όπως είναι το ΚΕΤΑ, οι Αναπτυξιακές Εταιρείες, τα ΚΥΕ, αλλά και ενεργοποιώντας προς την κατεύθυνση αυτή και τους ιδιώτες μελετητές και τους συμβούλους επιχειρήσεων.
- τη στήριξη των φορέων της αυτοδιοίκησης για την έγκαιρη και σωστή ωρίμανση των έργων και ενεργειών αρμοδιότητάς τους.
- το συντονισμό των δράσεων του σχεδίου, αλλά και των δράσεων άλλων προγραμμάτων ώστε να επιτευχθεί η μέγιστη δυνατή συνέργια.

Για την εξασφάλιση όλων των προηγούμενων και την κάλυψη του υπάρχοντος κενού στην τουριστική διακυβέρνηση, προτείνεται η δημιουργία μηχανισμού «Διαχείρισης Προορισμού». Ο Διαχειριστής Προορισμού αναλαμβάνει:

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

4.2. Δράσεις Τουριστικής προβολής

Το Πρόγραμμα Προβολής της ΝΕΤΠ Χίου που σήμερα ανέρχεται σε 180.000€ περίπου περιλαμβάνει επίσης εκδόσεις φυλλαδίων, αφισών και τσαντών, φιλοξενίες δημοσιογράφων από την Ελλάδα και το εξωτερικό, δημιουργία DVD, παραγωγή και προβολή τηλεοπτικών spot, συμμετοχή σε 8 εκθέσεις εξωτερικού κ.ά. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι προσπάθειες για στήριξη ενός προϊόντος με έντονα τα τοπικά χαρακτηριστικά, είτε πολιτιστικά με δωρεάν ξεναγήσεις με την κινητή μονάδα της Αναπτυξιακής Εταιρείας της Ν.Α (ΕΝΑ), είτε περιβαλλοντικά με έκδοση φυλλαδίων για διαδρομές στη Χίο και με παραγωγή σχετική με τη μαστίχα.

Να υπογραμμιστούν τρία άλλα στοιχεία που ξεχωρίζουν την Χίο από τα άλλα νησιά της Περιφέρειας σε ό,τι αφορά στην οργάνωση:

- Η λειτουργία εδώ και 20 χρόνια του Γραφείου Τουρισμού του Δήμου που όχι μόνο προβάλλει όλη τη Χίο με σειρά γενικών και θεματικών φυλλαδίων, αλλά και με παροχή πληροφοριών σε μεμονωμένους τουρίστες που ζητούν πληροφορίες για να οργανώσουν είτε το ταξίδι τους πριν έρθουν στη Χίο, είτε την παραμονή τους, όταν ήδη βρίσκονται στο νησί.
- Η λειτουργία της ιστοσελίδας που έχει επιμεληθεί η ΕΝΑ και έχει «προϊοντικό» χαρακτήρα προβάλλοντας δηλαδή τα ειδικά χαρακτηριστικά του νησιού και κατ' επέκταση τα ειδικά τουριστικά προϊόντα που προσφέρει.
- Ανέθεσε για πρώτη φορά το σχεδιασμό του marketing plan σε ειδικούς.

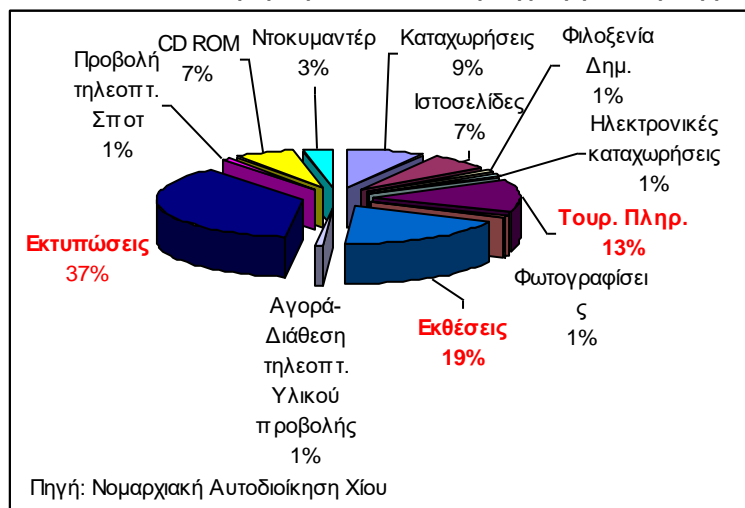
Στον παρακάτω πίνακα αναφέρονται τα ποσά που έχουν «επενδυθεί» από την Ν.Ε.Τ.Π για την προβολή του νομού, από το 2002 έως και το 2005. Η κατανομή των εξόδων που αφορούν το έτος 2005 παρουσιάζεται στο Γράφημα 17. Είναι εμφανές ότι μεγαλύτερο μέρος των εξόδων κατανέμονται στις εκτυπώσεις (τουριστικών οδηγών, έντυπου υλικού κτλ.) τις τουριστικές εκθέσεις (19%) και τα προγράμματα τουριστικής πληροφόρησης (γραφεία τουρισμού).

ΠΙΝΑΚΑΣ 54: Ετήσιο κόστος Προγράμματος Ν.Ε.Τ.Π

	Σύνολο	Συμμετοχή ΕΟΤ
2002	74.160,00	37.080
2003	103.072,00	51.536
2004	112.637,86	52.000
2005	140.000,00	70.000

Πηγή: Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Χίου

ΓΡΑΦΗΜΑ 17: Κατανομή εξόδων του Προγράμματος της Ν.Ε.Τ.Π



Από τους φορείς που προαναφέρθηκαν, μόνο η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Χίου, σε συνεργασία με την ΕΝΑ Χίου, ο Δήμος Χίου, η Ένωση Ξενοδόχων και ο Σύλλογος Ενοικιαζόμενων Δωματίων συμμετέχουν στην προβολή του νομού μέσω του internet. Η ιστοσελίδα αυτές δυστυχώς δεν αποτελούν αξιόλογες προσπάθειες, αφενός επειδή δεν ανανεώνονται και αφετέρου η διαμόρφωσή τους δεν είναι η βέλτιστη, ενώ η προβολή μέσω άλλων ιστοσελίδων προφανώς δεν είναι ικανοποιητική. Εξαιρεση αποτελεί η σελίδα της Νομαρχίας που διαχειρίζεται η ΕΝΑ Χίου όπου υπάρχει προσπάθεια για προβολή των χαρακτηριστικών του νησιού ως στοιχείων για την προσέλκυση τουριστών και όχι των υποδομών του.

Αντιθέτως, καλή προσπάθεια έχει γίνει από ιδιωτικούς φορείς, κυρίως μέσω ξένων ιστοσελίδων, γεγονός το οποίο είναι εμφανές από τα δεδομένα του παρακάτω πίνακα. Στον Πίνακα 55 παρουσιάζονται οι πιο γνωστές ιστοσελίδες που προβάλλουν το Νομό Χίου. Τα δεδομένα της δεξιάς στήλης προέρχονται από το site www.alexacom, όπου με κατάλληλη παρακολούθηση των δεδομένων των συνολικών επισκέψεων και του αριθμού σελίδων (sub links) που επισκέπτεται ο κάθε χρήστης στον συγκεκριμένο σύνδεσμο, σε περίοδο τριών μηνών, υπολογισμένα ώστε να προκύπτει ο αριθμός – δείκτης αξιολόγησης για τη χρήση της κάθε ιστοσελίδας. Έτσι, όσο μικρότερος είναι ο αριθμός, τότε ο δείκτης υποδηλώνει και καλύτερη αξιολόγηση ως προς τον αριθμό των επισκέψεων και του χρόνου που αφιερώνει ο κάθε χρήστης. Για παράδειγμα, η ιστοσελίδα της Yahoo (www.yahoo.com) έχει ως δείκτη αξιολόγησης τη μονάδα, μιας και δέχεται εκατομμύρια επισκέψεις ημερησίως.

Οι τρεις πρώτες θέσεις καταλαμβάνονται από ιδιωτικές σελίδες, ενώ ακολουθεί αυτή της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης. Από τις εξεταζόμενες του Νομού Χίου ιστοσελίδες, μόνο δύο έδιναν δυνατότητα στο χρήστη για on-line κράτηση, ενώ πέντε παρείχαν συνδέσμους για τις ηλεκτρονικές διευθύνσεις ή τις ιστοσελίδες των καταλυμάτων.

Στον πίνακα έχουν ενσωματωθεί και δεδομένα των δύο άλλων νομών της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου, καθώς επίσης και ιστοσελίδων της που θεωρούνται ως παραδείγματα καλής εφαρμογής, ώστε να σχηματιστεί μια εικόνα συγκριτική εικόνα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 55: Ιστοσελίδες προβολής του Νομού και αξιολόγηση επισκεψιμότητας

Διαδικτυακός Τόπος	Φορέας	Περιγραφή	Αξιολόγηση
www.travel-to-chios.com	Ιδιώτες	On-line κρατήσεις	448.786
www.chiosnet.gr	Ιδιώτες	Κράτηση μέσω e-mail	518.255
www.fragrant-chios.com	Ιδιώτες	On-line κρατήσεις	711.204
www.chios.gr	Νομαρχία Χίου, ΈΝΑ Χίου	Πληροφορίες	724.428
www.chiosonline.gr	Ιδιώτες	Σύνδεσμοι	738.230
www.chios.com	Ιδιώτες	Κράτηση μέσω e-mail	801.516
www.gummastic.gr	Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου	-	1.845.706
www.chioscity.gr	Δήμος Χίου	Πληροφορίες	1.967.364
chiosstrip.com	Σύλλογος Ενοικιαζόμενων Δωματίων	Πληροφορίες	2.405.178
www.chios-alacarte.com	Ιδιώτες	Κράτηση μέσω e-mail	3.823.885
www.chios-hotels.gr	Ένωση Ξενοδόχων	Πληροφορίες	3.860.332
www.pyrgi.net	Φιλοπρόοδος Όμιλος Εμπορείου	Πληροφορίες	4.292.413
www.amani.gr	Δήμος Αμανής	Σύνδεσμοι	5.021.219
www.kalamoti.net	Ιδιώτες	Πληροφορίες	5.762.951
www.mykonosgreece.com	Ιδιώτες	On-line κρατήσεις	162.897
www.visitacostadelsol.com	Διεύθυνση Τουρισμού της Costa del Sol	On-line κρατήσεις	34.862
www.mykonos-web.com	Ιδιώτες	Πληροφορίες, Σύνδεσμοι	215.483
www.mykonos.gr	Δήμος Μυκόνου	Πληροφορίες	384.523
www.lesvos.com	Ιδιώτες	Πληροφορίες	400.646
www.lesvos.gr	Νομαρχία Λέσβου	Πληροφορίες	807.099
www.samoshotels.net	Ένωση Ξενοδόχων Σάμου	On-line κρατήσεις	822.701
www.samos.gr	Νομαρχία Σάμου	Πληροφορίες	941.126

Πηγή: www.alexacom,

Μέχρι σήμερα δεν έχει γίνει αξιολόγηση της πολιτικής προβολής και προώθησης που γίνεται από την ΝΕΤΠ αλλά και μεμονωμένους φορείς. Η αδυναμία αυτή οφείλεται κύρια στο γεγονός ότι η πολιτική αυτή δεν έχει ποτέ αποτυπωθεί, έτσι ώστε να είναι γνωστή η στρατηγική η οποία ακολουθείται, ποιοι στόχοι είχαν τεθεί (π.χ. διατήρηση και ανάπτυξη υφιστάμενων αγορών, άνοιγμα νέων αγορών, έμφαση στην εσωτερική αγορά, ανάδειξη ιδιαίτερων

χαρακτηριστικών Χίου κ.λπ.) και ο απολογισμός των ενεργειών που υλοποιήθηκαν.

Αναλύοντας τις έρευνες που έχουν γίνει κατά καιρούς στους τουρίστες αναφορικά με τον τρόπο που επέλεξαν έναν προορισμό, οι απαντήσεις που δίδονται, αν και διαφοροποιούνται σε κάποιο βαθμό, συγκλίνουν σε ορισμένα στοιχεία τα οποία έχουν ήδη αναλυθεί στο marketing plan της Περιφέρειας Β. Αιγαίου. Αν τα στοιχεία αυτά αξιοποιηθούν συμπληρωθούν με βάση τα νέα δεδομένα που έχουν προκύψει, ενώ αξιοποιηθεί και το εθνικό σχέδιο προβολής προώθησης που εκπονείται αυτήν την περίοδο, μπορεί να δώσουν ένα νέο πλαίσιο στο οποίο θα πρέπει να κινηθεί και η νομαρχιακή πολιτική προβολής και προώθησης.

Ανεξάρτητα με το βαθμό διείσδυσης της κάθε ενέργειας επικοινωνίας και του καταλληλότερου μέσου / ή μείγματος μέσων που θα επιλεγούν, ένας προορισμός θα πρέπει να χρησιμοποιεί και τα τέσσερα είδη:

- **Προώθηση Ελκυστικής Εικόνας του προϊόντος**, με διαφήμιση, χρήση των ΜΜΕ, έκδοση μικρών διαφημιστικών φυλλαδίων.
- **Παροχή κατάλληλων, αξιόπιστων και εύκολα προσπελάσιμων Πληροφοριών για το προϊόν**, μέσα από πληροφοριακά έντυπα, βιβλία, internet, γραφεία πληροφοριών εξωτερικού ή στον προορισμό, τουριστικούς πράκτορες.
- **Ανάπτυξη ενός Συστήματος Κρατήσεων / Αγοράς του προϊόντος**, είτε άμεση από τον προορισμό για μεμονωμένους τουρίστες (παραγωγούς των υπηρεσιών, γραφεία τουρισμού, internet), είτε έμμεση από ενδιάμεσους πωλητές (τουριστικούς πράκτορες, ηλεκτρονικούς πράκτορες).
- **Παρακολούθηση του βαθμού ικανοποίησης τουριστών**, με την παροχή σωστών πληροφοριών και υπηρεσιών στον προορισμό, αλλά και καταγραφή του βαθμού ικανοποίησης των τουριστών, τόσο συνολικά με ετήσιες έρευνες, όσο και σε επίπεδο επιχειρήσεων που θα έχουν ως στόχο την διόρθωση των αδυναμιών.

Το μείγμα των ενεργειών επικοινωνίας που είναι σκόπιμο (αποδοτικό) να χρησιμοποιείται εξαρτάται από τη φάση στην οποία βρίσκεται ο κάθε ένας προορισμός ξεχωριστά (ανάδυση, γρήγορη ανάπτυξη, καθιέρωση στην αγορά, επιβράδυνση των ρυθμών αύξησης, σταθεροποίηση ή μείωση της ζήτησης). Έτσι, στην περίπτωση του Β. Αιγαίου θα πρέπει να υπάρχει διαφοροποίηση π.χ. μεταξύ Σάμου και Χίου, αφού την πρώτη έχουν επισκεφθεί πολλές εκατοντάδες χιλιάδες αλλοδαποί τουρίστες, ενώ τη δεύτερη πολύ λιγότεροι και επομένως χρειάζεται να γίνει γνωστός στην τουριστική αγορά. Το ερώτημα που τίθεται και πρέπει να απαντηθεί αφορά τη θέση που η Χίος θέλει να καταλάβει στην παγκόσμια αγορά.

4.3. Η οργάνωση της τουριστικής αγοράς

Όπως προαναφέρθηκε στο θεωρητικό μέρος, ο τρόπος οργάνωσης αφορά στη διακίνηση του τουριστικού προϊόντος, δηλαδή πως φτάνει από τον παραγωγό στον τουρίστα – καταναλωτή. Σε αυτό το κεφάλαιο θα εξεταστούν δύο στοιχεία τα οποία μας δίνουν μια εικόνα του τρόπου που διεξάγεται αυτή η διακίνηση: το πρώτο αφορά στον τρόπο ενημέρωσης των τουριστών για τον προορισμό και το δεύτερο στον τρόπο οργάνωσης του ταξιδιού.

Σε ό,τι αφορά στο πρώτο ερώτημα, ο τρόπος πληροφόρησης των τουριστών δείχνει και τα κανάλια μέσω των οποίων διαφημίζεται το τουριστικό προϊόν της Χίου. Διαχωρίζοντας τους αλλοδαπούς από τους Έλληνες προκύπτουν τα στοιχεία του Πίνακα 22. Το μεγαλύτερο ποσοστό των Ελλήνων τουριστών (69,7%), μαθαίνει για τον προορισμό μέσω συγγενών ή φίλων, αντίθετα με τους αλλοδαπούς που κύριο κανάλι πληροφόρησης αποτελούν οι τουριστικοί πράκτορες (63,4%), και αμέσως μετά οι τουριστικοί οδηγοί (47,1%) και οι συγγενείς ή φίλοι (41,4%). Τα ποσοστά που αφορούν τα υπόλοιπα κανάλια διαφήμισης για τους Έλληνες, καταλαμβάνουν μικρά ποσοστά. Ξεχωρίζουν ελαφρώς οι τουριστικοί οδηγοί (14,2%) και οι διαφημίσεις, κυρίως μέσω άρθρων σε περιοδικά, ή η ίδια η καταγωγή των τουριστών ως παράγοντας επιλογής του προορισμού (περιλαμβάνεται στο «Άλλο»). Σεβαστό ποσοστό για τους αλλοδαπούς, καταλαμβάνει ως μέσο διαφήμισης-πληροφόρησης του προορισμού, το internet (43,6%), παρά την περιορισμένη προσπάθεια και τις δαπάνες προώθησης, της τοπικής αυτοδιοίκησης. Οι δαπάνες για τουριστική προβολή κατανέμονται κατά 37% σε εκτυπώσεις, κατά 19% σε εκθέσεις και μόνο 7% και 1% αφορούν κατασκευή ιστοσελίδας και διαφημίσεις μέσω του διαδικτύου.

Σε ό,τι αφορά στο δεύτερο στοιχείο παρατηρείται ότι το ποσοστό αφίξεων πτήσεων charter επί του συνόλου των αεροπορικών αφίξεων υποδηλώνει το βαθμό τον οποίο οι τουρίστες ταξιδεύουν οργανωμένα. Έτσι, για τη Χίο το ποσοστό αυτό για το 2005 ήταν 11,7%. Βλέποντας τα στοιχεία διαχρονικά, το ποσοστό αυτό μειώνεται σταδιακά. Το 2004 και το 2003 ήταν 12,9% και 17,3% αντίστοιχα, ενώ το 2002 ήταν 24,4%. Επομένως ο αριθμός των οργανωμένων τουριστών σε σχέση με το σύνολο των αφίξεων φαίνεται να μειώνεται διαρκώς.

Με βάση τον υπολογισμό των αφίξεων των τουριστών στη Χίο (περίπου 75.300) που έγινε σε προηγούμενη παράγραφο προκύπτει ότι περίπου το 20% των τουριστών έρχονται οργανωμένοι (14.500) και αυτό αφορά στους αλλοδαπούς. Από τους υπόλοιπους, ένα σημαντικό τμήμα των Ελλήνων (ίσως το 15%) που έρχεται στη Χίο και διαμένει σε τουριστικά καταλύματα έρχεται «υποχρεωτικά», αφού αφορά επαγγελματικές μετακινήσεις. Ένα μικρό ποσοστό Ελλήνων που εμφανίζεται ότι έρχεται οργανωμένο αφορά θρησκευτικό τουρισμό μια και η Χίος με τα μνημεία της Νέας Μονής και της Αγ. Μαρκέλλας, σε συνδυασμό με τη Λέσβο (Αγ. Ραφαήλ, Ταξιάρχης Μανταμάδου, Παναγία Αγιάσου) αποτελούν ένα διπλό προορισμό.

5. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ Ν. ΧΙΟΥ

Σε μία προσπάθεια εκτίμησης της συνολικής **τουριστικής προσφοράς**, είναι εμφανές ότι υπάρχει μικρή διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος. Το προϊόν των τριών S φαίνεται να κυριαρχεί, κυρίως λόγω της μηδενικής αξιοποίησης των άφθονων τουριστικών πόρων του νησιού. Επιπλέον, ο προορισμός δεν δείχνει ικανός να ανταπεξέλθει στις ποιοτικές ανάγκες της τουριστικής ζήτησης, και παρέχει χαμηλή ποιότητα καταλυμάτων, με χαμηλά ποσοστά ξενοδοχειακών κλινών. Ο αριθμός των επιχειρήσεων που μπορούν να εμπλουτίσουν το τουριστικό προϊόν είναι σχεδόν ανύπαρκτος με αποτέλεσμα την υπάρχουσα συμβατική και ξεπερασμένη τουριστική εικόνα. Το εργατικό δυναμικό είναι στο μεγαλύτερο μέρος του ανειδίκευτο, με χαμηλά ποσοστά εκπαίδευσης.

Συμπληρωματικά, η μικρή συμμετοχή των εμπλεκομένων στην τουριστική διαδικασία, αποδίδει ελάχιστα αποτελέσματα ως προς την συνολική τουριστική προβολή, αλλά και στο σχηματισμό αμιγών τουριστικών προϊόντων, η δημιουργία των οποίων οφείλεται στην ιδιωτική πρωτοβουλία, και τα οποία να σχετίζονται με την αφθονία και την ιδιαιτερότητα των τοπικών τουριστικών πόρων του Νομού. Επιπλέον, η πιστοποίηση από διεθνούς οργανισμούς που παρέχουν σήματα ποιότητας είναι ανύπαρκτη. Τέλος, λόγω του φόρτου κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, η επιβάρυνση του οδικού δικτύου δυσχεραίνει τους τουρίστες, γεγονός το οποίο οφείλεται σε ένα βαθμό στην ανεπάρκεια ή την κακή λειτουργικότητα των υφιστάμενων υποδομών.

Η **τουριστική ζήτηση** χαρακτηρίζεται ασφαλώς από τον μικρό αριθμό των τουριστικών ροών. Οι συνολικές αφίξεις στο νησί είναι χαμηλές, ενώ παρουσιάζουν έντονη εποχικότητα κατά τους θερινούς μήνες, εξαντλώντας τις υποδομές, οι οποίες, όπως προαναφέρθηκε, δεν φαίνονται επαρκείς. Η σύνθεση των εθνικοτήτων αποτελείται κυρίως από Έλληνες τουρίστες, μεγάλο ποσοστό των οποίων είναι παραθεριστές (οι οποίοι δεν αφήνουν έσοδα από τη διανυκτέρευση στο κατάλυμα), και από Ολλανδούς και Νορβηγούς, οι οποίοι έρχονται σχεδόν αποκλειστικά με τις περιορισμένες κατά τη διάρκεια του έτους, πτήσεις charter. Επιπλέον, όσον αφορά τις αφίξεις και τις διανυκτερεύσεις στα καταλύματα, υπάρχει χαμηλή μέση πληρότητα κατά τη διάρκεια του έτους, και μεγαλύτερες συγκεντρώσεις κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, ιδιαίτερα από Έλληνες τουρίστες. Όλα αυτά, συνεπάγονται στη διαμόρφωση μικρής τουριστικής σεζόν, γεγονός που φαίνεται μελετώντας τα στοιχεία για τη μηνιαία διάθεση κλινών των ξενοδοχειακών καταλυμάτων.

Ως προς το κίνητρο των τουριστών, δεδομένης της μικρής ιδιοτυπίας της τουριστικής προσφοράς, και των συμπερασμάτων από τα ερωτηματολόγια, διαφαίνεται η «αναψυχή», και το συμβατικό προϊόν των 3S. Το γεγονός αυτό οδηγεί στην μικρή κατά κεφαλήν απόδοση των τουριστών, κυρίως των αλλοδαπών τουριστών, αφενός με λίγα έξοδα ανά κλίνη και αφετέρου με

μικρή ημερήσια δαπάνη, λόγω έλλειψης συμπληρωματικών δραστηριοτήτων, οι οποίες περιορίζονται ως επί το πλείστον σε ενοικίαση αυτοκινήτου. Ασφαλώς, η ζήτηση δέχεται επιρροή από την προσφορά, η οποία στην προκειμένη περίπτωση είναι αυτή που καθορίζει τους λόγους που επηρεάζουν τη δαπάνη, αλλά και την ποιότητα των τουριστών. Είναι προφανές ότι η προστιθέμενη κατά κεφαλήν αξία, αλλά και η συνολική οικονομική απόδοση, «κρύβεται», κατά κύριο λόγο, στην αξιοποίηση των τουριστικών πόρων, και όχι στην αύξηση των τουριστικών ροών.

Συμπληρωματικά, ως προς το βαθμό ικανοποίησης των τουριστών που επισκέπτονται τη Χίο, δεν υπάρχουν ικανοποιητικά αποτελέσματα. Συγκεκριμένα, θίγονται δύο βασικά προβλήματα, τα οποία αντικατοπτρίζουν την τουριστική προσφορά. Η ποιότητα φαίνεται να είναι χαμηλή στα καταλύματα και τις λοιπές υπηρεσίες, με εμφανή προβλήματα στην καθαριότητα και στην ανικανότητα εξυπηρέτησης. Επιπλέον, η πίεση που δέχεται το νησί κατά τους θερινούς μήνες υποδεικνύεται στην έρευνα ως αστικότητα και κίνηση στο οδικό δίκτυο.

Ως προς της **οργάνωση**, η διακίνηση του τουριστικού προϊόντος δεν δείχνει να έχει χαρακτηριστικά ιδιαίτερης εξάρτησης από μεγάλους τουριστικούς πράκτορες, στο βαθμό που συμβαίνει με άλλους προορισμούς στην Ελλάδα. Το τουριστικό προϊόν της Χίου, παρόλο που δεν έχει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, και το μεγαλύτερο μέρος της τουριστικής κίνησης αφορά τουρίστες αναψυχής, δε δείχνει να είναι αλλοιωμένο ως προς τους πόρους, κυρίως λόγω των μικρών τουριστικών ροών, οι οποίες εάν αυξηθούν θα επιδεινώσουν την κατάσταση. Η εξάρτηση από συγκεκριμένες εθνικότητες (Ολλανδοί και Νορβηγοί) που αφικνούνται σε συγκεκριμένη περίοδο, φαίνεται μακροχρόνια, ενώ οι νέες αγορές δεν φαίνεται να αναπτύσσονται. Επιπλέον, η μικρή διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος της Χίου από τους λοιπούς νησιωτικούς προορισμούς, που ανταγωνίζονται λόγω τιμών, δυσκολεύει της κατάσταση.

Το ποσοστό των οργανωμένων τουριστών δεν είναι ιδιαίτερα μεγάλο, αλλά δείχνει να έχει προτίμηση στα μη ξενοδοχειακά καταλύματα. Επιπλέον, διαφαίνεται και το ζήτημα των παράνομων καταλυμάτων, τα οποία απορροφούν μέρος της ζήτησης, κατέχοντας ένα σημαντικό ποσοστό των συνολικών κλινών. Αισιόδοξο είναι το γεγονός της μηδαμινής παρουσίας συμβολαίων All Inclusive, χαρακτηριστικό των τουριστών χαμηλής οικονομικής απόδοσης.

5.1. Τουριστική δαπάνη και οικονομικές επιπτώσεις

Από την έρευνα συνόρων για την ταξιδιωτική δαπάνη που διεξήχθη από την Τράπεζα της Ελλάδος προέκυψαν τα παρακάτω αποτελέσματα:

- Στο σύνολο των χωρών της ζώνης του ευρώ, η δαπάνη κατά ταξίδι ήταν 734€ για το 2003, 765€ για το 2004 και 781€ για το 2005, με μέση διάρκεια παραμονής τις 11,9, 11,8 και 11,9 ημέρες, αντίστοιχα, γεγονός

που σημαίνει ότι η δαπάνη ανά διανυκτέρευση είναι 61,7€ για το 2003, 65,0€ για το 2004 και 65,8€ για το 2005. Από τη ζώνη αυτή μεγαλύτερη ημερήσια δαπάνη αντιστοιχεί στους Ισπανούς (99,4€), έπειτα στους Γάλλους (79,8€) και τέλος στους Βέλγους (75,6€). Αντίθετα, χαμηλότερες ημερήσιες δαπάνες σημειώνουν οι Γερμανοί (57,1€) και οι Ολλανδοί (66,6€). Στο σημείο αυτό όμως αξίζει να σημειωθεί ότι οι Γερμανοί παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη μέση διάρκεια παραμονής, η οποία φτάνει τις 14 ημέρες (2005).

- Στο σύνολο των χωρών ΕΕ-15, η δαπάνη κατά ταξίδι ήταν 749€ για το 2003, 781€ για το 2004 και 785€ για το 2005, με μέση διάρκεια παραμονής τις 11,5, 11,3 και 11,4 ημέρες, αντίστοιχα, γεγονός που σημαίνει ότι η δαπάνη ανά διανυκτέρευση είναι 65,2€ για το 2003, 69,1€ για το 2004 και 69,0€ για το 2005. Από τη ζώνη αυτή μεγαλύτερη ημερήσια δαπάνη αντιστοιχεί στους Άγγλους (80,4€) και χαμηλότερη στους Σουηδούς (58,7€).
- Η ανά διανυκτέρευση δαπάνη στην Ελλάδα και την Ισπανία φτάνει τα 69,7€, ενώ συγκριτικά αναφέρεται ότι η αντίστοιχη δαπάνη στις υπόλοιπες ανταγωνίστριες χώρες είναι: στη Γαλλία είναι 55,4€, στην Ιταλία 81,1€ και στην Κύπρο 131,7€.
- Σημαντική διαφοροποίηση παρουσιάζεται στην τουριστική δαπάνη ανάλογα με το λόγο που ώθησε τον τουρίστα στο ταξίδι. Μεγαλύτερη συμβολή στο σύνολο των δαπανών έχουν τα ταξίδια αναψυχής και τα επαγγελματικά ταξίδια. Ακολουθούν η επίσκεψη σε οικογένεια/ φίλους, οι σπουδές και τέλος τα ταξίδια για λόγους υγείας. Τη μεγαλύτερη ημερήσια δαπάνη (2005) κατέχουν τουρίστες που ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους (86,8€, με ΜΔΠ 6 ημέρες), ακολουθούν τα ταξίδια για λόγους υγείας (77,5€, με ΜΔΠ 9 ημέρες), τα ταξίδια αναψυχής (72,0€, με ΜΔΠ 10,6 ημέρες), η επίσκεψη σε συγγενείς/ φίλους (54,4€, με ΜΔΠ 14,6 ημέρες) και τέλος τα ταξίδια για σπουδές (40,8€, με ΜΔΠ 31,1 ημέρες).
- Όσον αφορά στα πακέτα ταξιδιού, αυτά αντιπροσωπεύουν ποσοστό γύρω στο 1/3 επί της συνολικής ταξιδιωτικής δαπάνης των μη κατοίκων στην Ελλάδα την περίοδο 2003-2005, με το μεγαλύτερο ποσοστό να αντιστοιχεί σε χώρες ΕΕ-15 (35% το 2005). Η διάρκεια παραμονής των ταξιδιωτών με πακέτο είναι μικρότερη (9,9 ημέρες) από αυτή των μεμονωμένων ταξιδιωτών (10,9 ημέρες). Όσον αφορά στη δαπάνη μέσω τουριστικών πακέτων πρέπει να σημειωθεί ότι αυτή διαχωρίζεται στη δαπάνη που καταβάλλεται στη χώρα προέλευσης και καταχωρείται στη συνέχεια στη χώρα προορισμού (τεκμαρτή δαπάνη) και στη δαπάνη που γίνεται απευθείας στον προορισμό. Δηλαδή, πρέπει από το συνολικό κόστος του ταξιδιού να αφαιρεθούν τα έξοδα μεταφοράς (εισιτήρια) και η πληρωμή διαφόρων προμηθειών, το ποσοστό της οποίας φτάνει στο 10%. Έτσι, παρατηρείται ότι η ημερήσια δαπάνη των μεμονωμένων τουριστών στον προορισμό είναι 63€/ ημέρα, σε σχέση με τη τεκμαρτή δαπάνη των ταξιδιωτών με πακέτο (55,5€/ ημέρα) προστιθέμενη στη λοιπή δαπάνη 36€/ ημέρα (σύνολο 91,5€/ ημέρα). Η κατά ταξίδι δαπάνη είναι μεγαλύτερη στους τουρίστες που ταξιδεύουν με πακέτο συγκριτικά με των

μεμονωμένων τουριστών, ενώ η ΜΔΠ είναι 11 ημέρες για τους μεμονωμένους και 10 ημέρες για τους οργανωμένους τουρίστες.

- Τέλος, όσον αφορά στις δαπάνες (2005) ανά εθνικότητα παρατηρείται ότι στη ζώνη του ευρώ η ημερήσια δαπάνη των μεμονωμένων τουριστών είναι κατά μέσο όρο 59€ (ΜΔΠ 12,7 ημέρες), των Γερμανών 49,9€ (ΜΔΠ 15,6 ημέρες), των κατοίκων του Ηνωμένου Βασιλείου 71,3€ (ΜΔΠ 10,7 ημέρες) και των Ιταλών 68,7€ (ΜΔΠ 11 ημέρες). Παράλληλα, για τους οργανωμένους τουρίστες διαπιστώνεται ότι η ημερήσια δαπάνη των χωρών στις ζώνες του ευρώ είναι 84,3€ (τεκμαρτή 54€, λοιπή 30,3€) με ΜΔΠ 10,1 ημέρες, των Γερμανών 77,4€ (τεκμαρτή 51,3€, λοιπή 26,1€) με ΜΔΠ 11 ημέρες, των κατοίκων του Ηνωμένου Βασιλείου 94,3€ (τεκμαρτή 51,7€, λοιπή 42,6€) με ΜΔΠ 10,1 ημέρες και των Ιταλών 91,7€ (τεκμαρτή 61,6€, λοιπή 30,1€) με ΜΔΠ 8,9 ημέρες.

Από τα στοιχεία που προαναφέρθηκαν και αφορούν το σύνολο της Ελλάδας σε σύγκριση με τα αποτελέσματα των δαπανών της Χίου προκύπτει ότι οι μέσοι όροι των δαπανών δεν έχουν σημαντικές διαφορές, δηλαδή οι δαπάνες των τουριστών της Χίου, δεν απέχουν από αυτές των υπόλοιπων τουριστών της χώρας, κατά μέσο όρο. Παρόλα αυτά, η κατανομή του δείγματος είναι τέτοια, που δεν επιτρέπει τις περαιτέρω αναλύσεις για δαπάνες ανά εθνικότητα, ώστε να συγκριθούν με τις αναφερόμενες ανωτέρω. Μπορεί όμως εύκολα να διακρίνει κανείς ότι οι δύο εθνικότητες που δαπανούν περισσότερο (Γερμανοί και Άγγλοι), λείπουν από τους τουρίστες της Χίου, ενώ υπάρχουν πολλοί τουρίστες άλλων εθνικοτήτων, που δαπανούν όμως λιγότερο.

5.2 Απασχόληση – Εργατικό δυναμικό

Η αξιολόγηση της απασχόλησης στον τομέα του τουρισμού για τη Χίο δεν είναι εφικτή στη φάση αυτή, καθώς δεν έχει γίνει έρευνα στις επιχειρήσεις του Νομού. Αυτό μπορεί να γίνει τα επόμενα έτη τεκμηριωμένα, όταν θα δουλεύει το Τουριστικό Παρατηρητήριο σε πλήρη ανάπτυξη. Από τα δεδομένα άλλων ερευνών του Εργαστηρίου Τοπικής και Νησιωτικής Ανάπτυξης στους άλλους νομούς της Περιφέρειας Β. Αιγαίου, προκύπτει ότι η απασχόληση ανά κλίνη για τις διάφορες κατηγορίες ξενοδοχείων κυμαίνεται από 0,12-0,2 εργαζόμενοι. Αντίστοιχη μπορεί να θεωρηθεί και η απασχόληση στα συμπληρωματικά καταλύματα. Όμως, η απασχόληση αυτή θεωρείται χαμηλή. Παράλληλα, οι εργαζόμενοι αυτοί είναι χαμηλού μορφωτικού επιπέδου και απασχολούνται μόνο εποχικά. Βέβαια, το γεγονός ότι πολλά από τα ξενοδοχεία της Χίου συγκεντρώνονται στην πρωτεύουσα του νησιού και λειτουργούν όλο το χρόνο, μειώνει τα ποσοστά εποχικότητας. Όμως, δεν συμβαίνει το ίδιο για τα ξενοδοχεία εκτός πόλης και τα ενοικιαζόμενα δωμάτια.

Σημειώνουμε ότι έρευνα του ΣΕΤΕ για την απασχόληση στον τουριστικό κλάδο έδειξε ότι:

- Εάν συνυπολογιστούν οι διαφορετικοί τύποι απασχόλησης το ποσοστό των εργαζόμενων γυναικών στον Ελληνικό Τουρισμό είναι ίσο με αυτό των αντρών (50%-50%). Υπάρχουν όμως σαφείς ποιοτικές διαφορές σε ότι

αφορά: (α) τις θέσεις εργασίας όπου οι γυναίκες σπάνια καταλαμβάνουν τις υψηλότερες ιεραρχικά θέσεις (Ξενοδοχεία- Πρακτορεία). (β) Το είδος της απασχόλησης όπου οι άνδρες είναι περισσότεροι στην πλήρη απασχόληση σε Ξενοδοχεία και Πρακτορεία. (γ) Την μερική απασχόληση (κυρίως σε οικογενειακού τύπου επιχειρήσεις διαφόρων ειδών), όπου οι γυναίκες πλειοψηφούν. (δ) Την συγκρότηση ενός αριθμού «γυναικείων» επαγγελματών ή θέσεων εργασίας (ιδιαίτερα στα ξενοδοχεία) πχ. Ξεναγός, Ανιματέρ, Οροφοκόμος κ.λπ. (ε) Την σταθερότητα στην απασχόληση, όπου οικογενειακοί λόγοι, καθώς και η εποχικότητα των τουριστικών επαγγελματών σε συνδυασμό συχνά με τις σκληρές συνθήκες εργασίας οδηγούν πολλές γυναίκες (συχνά εκπαιδευμένες στα τουριστικά επαγγέλματα) σε άλλους κλάδους απασχόλησης.

- Η κατά ηλικία κατανομή των εργαζομένων δεν έχει διερευνηθεί συστηματικά στην χώρα μας. Με βάση τις απογραφές πληθυσμού (Χαρακτηριστικά απασχόλησης) του 1961, 1971, 1981, 1991, της ΕΣΥΕ εκτιμάται ότι η κατανομή αυτή σε ό,τι αφορά στους εργαζόμενους στο «Εμπόριο –Εστιατόρια –Ξενοδοχεία» (σύμφωνα με την κλαδική κατανομή της ΕΣΥΕ) έχει ως ακολούθως (διαχρονικά) για τρεις βασικές ομάδες ηλικιών: 18-35 ετών (35%-45% των απασχολούμενων), 36-55 ετών (30%-40%) των απασχολούμενων, και 56 ετών και άνω (15%-25% των απασχολούμενων). Η κατανομή αυτή μπορεί να θεωρηθεί απλώς ενδεικτική ορισμένων τάσεων σχετικών με την ηλικία των απασχολούμενων στον τουρισμό. Σε αυτό το πλαίσιο και σε συνδυασμό και με εκτιμήσεις από έρευνες σε τουριστικές περιοχές καταλήγουμε στις εξής επισημάνσεις: (α) Η ηλικιακή σύνθεση των άμεσα απασχολούμενων στον Τουρισμό εμφανίζεται –διαχρονικά- «νεανικότερη» από τους περισσότερους κλάδους του Πρωτογενή Τομέα (Γεωργο-κτηνοτροφία) και του Δευτερογενή Τομέα (Βιομηχανία). (β) Η δυναμική αυτή εικόνα –η οποία πιθανότατα είναι και δυναμικότερη εάν συνεκτιμηθεί και η έμμεση απασχόληση – επηρεάζεται βέβαια και από το γεγονός ότι ένα υψηλό ποσοστό απασχολούμενων στον Τουρισμό, όπως έχει επισημανθεί από μελέτες και έρευνες, εγκαταλείπει τον κλάδο (συνήθως στην μεσαία ομάδα ηλικιών) στρεφόμενο σε άλλα επαγγέλματα. (γ) Σε κάθε περίπτωση η ηλικιακή σύνθεση λαμβανομένων υπόψη και των ιδιομορφιών και απαιτήσεων των τουριστικών επαγγελματών κρίνεται ικανοποιητική.
- Η κατανομή της απασχόλησης κατά Νομούς και Περιφέρειες σχετίζεται άμεσα με παραμέτρους όπως: η ελκυστικότητα της περιοχής με βάση τους υπαρκτούς τουριστικούς της πόρους, η παράδοση της περιοχής ως τουριστικού προορισμού, η χωρική συγκέντρωση των υποδομών και υπηρεσιών, η κατανομή των επενδύσεων και η δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης, η σταθερότητα της ζήτησης των τουριστών. Συνεκτιμώντας και αυτούς τους παράγοντες η γεωγραφική κατανομή της απασχόλησης (άμεσης και έμμεσης στην περίοδο 1980-2000 έχει τα ακόλουθα χαρακτηριστικά: α) Σε ποσοστό που πλησιάζει και συχνά ξεπερνάει το 80% συγκεντρώνεται σε ένα σχετικό μικρό αριθμό παραθαλάσσιων και νησιωτικών Νομών καθώς και στους Νομούς με τα δυο μεγαλύτερα αστικά κέντρα (Αθήνα, Θεσσαλονίκη). Οι Νομοί αυτοί είναι: Αττικής,

Θεσσαλονίκης, Χαλκιδικής, Καβάλας, Πιερίας, Μαγνησίας, Κέρκυρας, Κεφαλονιάς, Ζακύνθου, Αργολίδας, Σάμου, Λέσβου, Κυκλάδων, Δωδεκανήσου, Χανίων, Ρεθύμνου, Λασιθίου, Ηρακλείου. β) Οι Νομοί με την υψηλότερη μέση ετήσια απασχόληση είναι αυτοί της Αττικής, Θεσσαλονίκης, Χαλκιδικής, Κέρκυρας, Δωδεκανήσου, Ηρακλείου, Λασιθίου, Ρεθύμνου, Χανίων και Κυκλάδων. γ) Την τελευταία ιδιαίτερα δεκαετία παρατηρείται ότι οι Νομοί στους οποίους συγκεντρώνεται και το μεγαλύτερο ποσοστό της απασχόλησης (Νομοί Κρήτης, Κέρκυρας, Κυκλάδες, Δωδεκάνησα, Χαλκιδικής κ.λπ.) μπορούν να καλύψουν σχεδόν εξ ολοκλήρου τις ανάγκες γι' αυτό το εργατικό δυναμικό από τον ίδιο τον Νομό από την ευρύτερη γεωγραφική περιφέρεια όπου ανήκουν. δ) Σε πολλούς τουριστικούς Νομούς πάντως παρατηρείται ότι το υψηλό ποσοστό της ειδικευμένης και εποχικής απασχόλησης καλύπτεται από εργατικό δυναμικό προερχόμενο από τα μεγάλα αστικά κέντρα. ε) Η απασχόληση στον Τουρισμό έχει συμβάλει άμεσα –σύμφωνα με πολλές έρευνες και μελέτες- στη δυναμική ανάπτυξη πολλών Νομών, ιδιαίτερα μετά το 1980.

- Το εκπαιδευτικό επίπεδο των απασχολούμενων στον Ελληνικό τουρισμό αποτελεί έναν δείκτη ο οποίος συνδέεται άμεσα με την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Με βάση την ανάλυση μας για το κρίσιμο αυτό ζήτημα επισημαίνουμε τα ακόλουθα βασικά χαρακτηριστικά του εκπαιδευτικού επιπέδου των απασχολούμενων στον Τομέα: α) Ο συνολικός αριθμός των αποφοίτων διαφορετικών τύπων και βαθμίδων Σχολών Τουρισμού (ελληνικών και ξένων) στην περίοδο 1970- 2000 εκτιμάται ότι κυμαίνεται στις 30-35 χιλ. άτομα. Μια πλήρη πάντως και λεπτομερής καταγραφή του αριθμού των αποφοίτων αυτών των Σχολών δεν έχει γίνει με αποτέλεσμα να μην υπάρχει και μια σαφής εικόνα από ποιες Σχολές κυρίως προέρχονται αυτοί. Με βάση τον αριθμό των σπουδαστών και των σχολών μπορούμε να θεωρήσουμε σε κάθε περίπτωση ότι ένα ποσοστό περίπου 70% αυτού του αριθμού προέρχεται από τις ΣΤΕ (Δευτεροβάθμια και Τριτοβάθμια) και τα ΤΕΙ. β) Ένα υψηλό ποσοστό αυτών των αποφοίτων ετεροαπασχολείται όπως επισημαίνουν οι μελέτες για θέματα απασχόλησης και εκπαίδευσης. Το ποσοστό αυτό εκτιμάται σε 30% έως 40 % του συνόλου των αποφοίτων χωρίς να υπάρχουν επαρκή στοιχεία ως προς το αν αυξάνεται ή μειώνεται τα τελευταία χρόνια. γ) Το μεγάλο ποσοστό των αποφοίτων έχει αποκτήσει ειδικεύσεις σχετικά με θέσεις εργασίας στα Ξενοδοχεία και ένα μικρό ποσοστό στα Πρακτορεία. Υπάρχουν σύμφωνα και με διεθνείς έρευνες πολλές και σημαντικές ελλείψεις σε θέσεις εργασίας σχετικές τόσο με την λειτουργία του Ιδιωτικού Τομέα του Τουρισμού όσο και με την Σχεδίαση, τον Προγραμματισμό και τη Διαχείριση της Τουριστικής Ανάπτυξης. δ) Η συνολική απασχόληση -αποφοίτων τουριστικών σχολών- στον κλάδο των πάσης φύσεως καταλυμάτων και στα Πρακτορεία που λειτουργούν σε 12μηνη ή εποχιακή βάση εκτιμάται ότι κυμαίνεται στο 20% έως 30% των αναγκών σε ειδικευμένο προσωπικό. Το υπόλοιπο ποσοστό καλύπτεται από αποφοίτους Πανεπιστημιακών Τμημάτων ή άλλων μη Τουριστικών Σχολών (π.χ. Οικονομολόγοι, Διοίκησης Επιχειρήσεων κ.ά.), από εκπαιδευμένους σε

Τουριστικές Σχολές οι οποίοι κάνουν την πρακτική τους άσκηση, καθώς και από ανειδίκευτο προσωπικό. Είναι βέβαια προφανές ότι τα ξενοδοχεία των υψηλών κατηγοριών και τα οργανωμένα πρακτορεία έχουν τα υψηλότερα ποσοστά αποφοίτων τουριστικών σχολών. ε) Ο αριθμός όσων διαθέτουν μεταπτυχιακούς τίτλους σπουδών στον Τουρισμό είναι επίσης μικρός εκτιμάται ότι κυμαίνεται στα 250 με 300 άτομα η πλειοψηφία των οποίων έχει αποκτήσει την μεταπτυχιακή τους ειδίκευση σε Αγγλικά Πανεπιστήμια.

Τα αποτελέσματα αυτά προκύπτουν από την ανάλυση των παρακάτω δεδομένων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 56: Εκτιμώμενη απασχόληση στον ξενοδοχειακό κλάδο, 1993.

Κατηγορίες	Συνεχούς λειτουργίας		Εποχιακής λειτουργίας		Σύνολο		Κατανομή % απασχόλησης		
	Κλίνες	Απασχολούμενοι	Κλίνες	Απασχολούμενοι	Κλίνες	Απασχολούμενοι	Συνεχούς λειτουργίας	Εποχιακής λειτουργίας	Σύνολο
Ξενοδ. Πολυτελείας	9980	3780	12250	5930	22230	9710	38,9	61,1	100,0
Α΄ τάξης	21530	7700	86228	25400	107758	33100	23,3	76,7	100,0
Β΄ τάξης	28640	8140	86011	23530	114651	31670	25,7	74,3	100,0
Γ΄ τάξης	38880	9000	90754	21000	129634	30000	30,0	70,0	100,0
Δ-Ε΄ τάξης	21570	2500	26429	3080	47999	5580	44,8	55,2	100,0
Σύνολο	120600	31220	301672	78940	422272	110060	28,3	71,7	100,0
Λοιπά Καταλύματα	23110	2670	54224	6270	77334	8940	29,9	70,1	100,0
Γενικό Σύνολο	143710	33790	355896	85210	499606	119000	28,4	71,6	100,0

Πηγή: ΣΕΤΕ, 2001.

ΠΙΝΑΚΑΣ 57: Εκτιμώμενη κατανομή της απασχόλησης στον ξενοδοχειακό κλάδο κατά κατηγορίες καταλυμάτων και βαθμό ειδίκευσης, 1993.

Κατηγορία	Συνεχούς λειτουργίας				Εποχιακής λειτουργίας				Σύνολο			
	Σύνολο	Στελέχη	Ειδικευμένο προσωπικό	Βοηθητικό προσωπικό	Σύνολο	Στελέχη	Ειδικευμένο προσωπικό	Βοηθητικό προσωπικό	Σύνολο	Στελέχη	Ειδικευμένο προσωπικό	Βοηθητικό προσωπικό
Ξενοδ. Πολυτελείας	3780	1020	2000	760	5930	1600	1950	2380	9710	2620	3950	3140
Α΄ τάξης	7700	1690	4460	1550	25400	5580	9650	10170	33100	7270	14110	11720
Β΄ τάξης	8140	1700	4800	1640	23530	4940	9170	9420	31670	6640	13970	11060
Γ΄ τάξης	9000	1620	5580	1800	21000	3780	8820	8400	30000	5400	14400	10200
Δ-Ε΄ τάξης	2500	350	1650	500	3080	350	1350	1380	5580	700	3000	1880
Σύνολο	31120	6380	18490	6250	78940	16250	30940	31750	110060	22630	49430	38000
Λοιπά Καταλύματα	2670	370	1770	530	6270	700	2800	2770	8940	1070	4570	3300
Γεν. Σύνολο	33790	6750	20260	6780	85210	16950	33740	34520	119000	23700	4000	41300

Πηγή: ΣΕΤΕ, 2001.

ΠΙΝΑΚΑΣ 58: Κατανομή της άμεσης απασχόλησης του τουριστικού τομέα κατά ειδικευμένο και μη προσωπικό.

Κατηγορίες - φορείς	Σύνολο	Ειδικευμένα άτομα	ποσοστό %	Ανειδίκευτα άτομα	ποσοστό %
Ξενοδοχειακά καταλύματα	119000	77700	65,29	41300	34,71
Ενοικιαζόμενα δωμάτια	93000	13000	13,98	80000	86,02
Campings	4000	2200	55,00	1800	45,00
Κρουαζιερόπλοια	7500	4500	60,00	3000	40,00
Θαλαμηγά σκάφη	6500	6000	92,31	500	7,69
Λοιπά (Τουριστικά Ταξιδιωτικά γραφεία, Ενοικιάσεις αυτοκινήτων)	23000	20700	90,00	2300	10,00
Σύνολο	253000	124100	49,05	128900	50,95
Κατανομή %	100	49,1	49,10	50,9	50,90

Πηγή: ΣΕΤΕ, 2001.

ΠΙΝΑΚΑΣ 59: Άμεση απασχόληση στον τουρισμό, 1993.

Καταλύματα, φορείς	Κλίνες	Απασχολούμενοι	κλίνες/ απασχ.	ποσοστό %
Ξενοδοχειακά καταλύματα (ξενοδοχεία, επιπλ. διαμερίσματα, ξενώνες, οικοτροφεία)	499600	119000	4,20	41,3
Ενοικιαζόμενα δωμάτια (δηλωμένα και μη)	1100000	93000	11,83	32,07
Campings (θέσεις)	7500	4000	1,88	1,38
Κρουαζιερόπλοια	12200	7500	1,63	2,59
Θαλαμηγά σκάφη	32300	6500	4,97	2,24
Λοιπά (Τουρ. Γραφεία, μεταφορικά μέσα, Δημ. Υπηρεσίες)	-	60000		20,69
Σύνολο	1651000	290000	5,69	100

Πηγή: ΣΕΤΕ, 2001.

Τα στοιχεία της έκθεσης αυτής μπορούν να συγκριθούν με τα αποτελέσματα της έρευνας της Χίου, όταν θα είναι αυτά διαθέσιμα.

5.3. Περιβαλλοντικές πιέσεις και κατάσταση περιβάλλοντος

Οι περιβαλλοντικές πιέσεις που προέρχονται από τον τουρισμό είναι δύο ειδών:

- **οι μόνιμες που προέρχονται από τη δημιουργία υποδομών και ανωδομών τουριστικού χαρακτήρα, αλλά και των γενικών υποδομών που χρησιμοποιούνται από τον τουρισμό⁹.** Οι κατασκευές αυτές αλλάζουν τις χρήσεις γης «αστικοποιώντας» το περιβάλλον

⁹ Σε ό,τι αφορά στις γενικές υποδομές, ως πιέσεις προερχόμενες από τον τουρισμό θα πρέπει να θεωρούνται εκείνες που «επιβάλλονται» από την τουριστική ζήτηση. Πχ. η πιθανή επέκταση του αεροδρομίου δεν θα οφείλεται στην ικανοποίηση των αναγκών των ντόπιων, αλλά του τουρισμού.

δημιουργώντας επιπτώσεις τόσο στο τοπίο (σε ό,τι αφορά στις εκτός οικισμών περιοχές), όσο και στην ποιότητα του αστικού περιβάλλοντος (εντός οικισμού παρεμβάσεις).

- **τις εποχικές που προέρχονται από τη λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων κάθε φύσης και αφορούν στην κατανάλωση νερού και ενέργειας, την παραγωγή υγρών, στερεών και αέριων αποβλήτων.**

Σε ό,τι αφορά στις μόνιμες πιέσεις για περιβαλλοντικές αλλαγές η σημαντικότερη αφορά τις αλλαγές χρήσεων γης που έχουν ως συνέπεια η ανάπτυξη τουριστικών υποδομών και δραστηριοτήτων. Αυτή αφορά:

- **την κατασκευή τουριστικών ανωδομών** (καταλύματα, εστιατόρια...), που συνήθως γίνεται με ανέγερση νέων κτιρίων. Παρά την ύπαρξη πολλών κτισμάτων που δεν χρησιμοποιούνται, το γεγονός ότι ο τουρισμός της Χίου είναι ηλιοτροπικός (τύπου 3S) και αναπτύσσεται στην παράλια ζώνη που ήταν παραδοσιακά ακατοίκητη, δημιουργεί ανάγκη για νέα κτίσματα. Βέβαια, υπάρχουν και οι εξαιρέσεις με πιο σημαντικές αυτές στη Βολισσό, όπου αξιοποιήθηκε μεγάλο μέρος του εγκαταλειμμένου οικισμού του Κάστρου και στον Κάμπο με επανάχρηση των αρχοντικών, ενώ παρόμοιες κινήσεις - μικρότερης όμως κλίμακας - έχουν γίνει στα Αυγώνυμα και στα Καρδάμυλα.
- **την κατασκευή τουριστικών υποδομών** όπως π.χ. μαρίνα, συνεδριακά κέντρα. Στην περίπτωση της μαρίνας η αλλαγή αναφέρεται στην «τσιμενοτοποίηση» και αλλοίωση της παράκτιας ζώνης, όπως συμβαίνει σε μεγάλο τμήμα των βόρειων παραλίων της Μεσογείου σύμφωνα με έκθεση της UNEP/MAP.
- **την κατασκευή γενικών υποδομών** που έχουν άμεση συμβολή στην τουριστική ανάπτυξη, όπως είναι τα έργα βελτίωσης προσπελασιμότητας (λιμάνια, αεροδρόμιο, οδικό δίκτυο), τα έργα παραγωγής-διανομής ενέργειας και νερού, τα δίκτυα αποχέτευσης, τα έργα διαχείρισης στερεών αποβλήτων κ.λπ. Ιδιαίτερη συμμετοχή στην αλλαγή χρήσεων γης έχουν τα δίκτυα μεταφορών με πιέσεις ανάλογες με αυτές που αναφέρθηκαν προηγούμενα, ενώ η διάνοιξη νέου «παράνομου» οδικού δικτύου δημιουργεί νέα προβλήματα. Σε ό,τι αφορά στα συστήματα διαχείρισης στερεών και υγρών αποβλήτων, η σωστή τους λειτουργία συμβάλλει τελικά στην προστασία του περιβάλλοντος.
- **την κατασκευή παραθεριστικών κατοικιών.** Αν και η πλειοψηφία των παραθεριστικών κατοικιών αποτελεί επανάχρηση παλαιών μόνιμων κατοικιών, είναι σαφής η οικοδομική δραστηριότητα παραθεριστικής κατοικίας, κυρίως στις παράκτιες ζώνες του νότιο-ανατολικού τμήματος του νησιού.

Οι πιέσεις που αναφέρθηκαν προηγούμενα πρέπει να κατηγοριοποιηθούν:

- **σε αυτές που γίνονται εντός οικισμών** συντείνοντας στην πυκνώση της δόμησης (αύξηση ύψους οικοδομών, κάλυψη ελεύθερων χώρων) και στη μεταβολή (αλλοίωση) του δομημένου περιβάλλοντος. Η αύξηση του κυκλοφορίας (θόρυβος, ρύπανση), η μεταβολή του μικροκλίματος, η μείωση των ελεύθερων χώρων και η υποβάθμιση του αστικού τοπίου

καταγράφονται ως οι κυριότερες συνέπειες. Η τελευταία αποτελεί το σημαντικότερο πρόβλημα για τον τουρισμό, ιδιαίτερα όταν συμβαίνει σε οικισμούς που έχουν προσελκύσει επισκέπτες λόγω της αρχιτεκτονικής τους, όπως είναι οι παραδοσιακοί και διατηρητέοι οικισμοί.

- **σε αυτές που γίνονται εκτός οικισμών** και έχουν άμεσες ή έμμεσες επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον και στο τοπίο. Αν και ορισμένες επιπτώσεις στο περιβάλλον μπορεί να μην θεωρούνται σημαντικές και με άμεσες επιπτώσεις στον τουρισμό, αλλά και στην ίδια την ανάπτυξη της Χίου από εκείνους που ασχολούνται με τον τουρισμό ή λαμβάνουν τις αποφάσεις (π.χ. αλλοίωση-υποβάθμιση παραλιών, μείωση βιοποικιλότητας -εξαφάνιση ειδών χλωρίδας και πανίδας- από την κατάτμηση των οικοσυστημάτων και την αλλοίωση φυσικών ενδιαιτημάτων, ερημοποίηση εδαφών από τις αλλαγές στη βλάστηση, υποβάθμιση υδροφόρου ορίζοντα κ.ά.) δεν θα πρέπει να γίνει το ίδιο σε ό,τι αφορά στην αλλοίωση του τοπίου, το οποίο αποτελεί και στη Χίο έναν από τους βασικούς παράγοντες προσέλκυσης τουρισμού στην Ελλάδα.

Μέχρι στιγμής οι αλλοιώσεις που έχουν προκληθεί από τον τουρισμό είναι περιορισμένες και εστιασμένες στις περιοχές που καταγράφεται η σημαντικότερη τουριστική πίεση, δηλαδή τις παράκτιες περιοχές της νοτιοανατολικής Χίου και ειδικά του Δ. Θυμιανών (με ιδιαίτερη ένταση στον Καρφά), που θεωρείται το κέντρο του Χιώτικου τουρισμού. Σημαντικότερες αλλοιώσεις έχουν προκαλέσει κατοικίες και εξοχικές κατοικίες στην ίδια ζώνη αλλά και σε άλλες περιοχές του νησιού, όπως και πολλές κατασκευές για εμπορική-επαγγελματική χρήση που εντοπίζονται κυρίως στον Δ. Χίου.

Σε ό,τι αφορά στις περιοδικές πιέσεις αυτές είναι:

- **κατανάλωση νερού¹⁰**: Με βάση τον υπολογισμό που έχει γίνει σε ό,τι αφορά στον αριθμό διανυκτερεύσεων των τουριστών (75.300) και στα standards ημερήσιας κατανάλωσης νερού (200 λίτρα)¹¹, η εκτιμώμενη κατανάλωση νερού από τους τουρίστες είναι 15.060m³. Η κατανάλωση αυτή συγκρινόμενη με την κατανάλωση των παραθεριστών που εκτιμάται ότι είναι (1.389.000 διανυκτερεύσεις) 277.800 και των μόνιμων κατοίκων (19.440.265 διανυκτερεύσεις) 2.916.040 φαίνεται ότι είναι αμελητέα για να επηρεάσει την συνολική διαθεσιμότητα του νερού, που ως γνωστόν αποτελεί πρόβλημα στο νησί¹².

¹⁰ Οι πιέσεις θα εκτιμηθούν όχι με πραγματικά δεδομένα για τη συγκέντρωση των οποίων χρειάζεται έρευνα στις επιχειρήσεις που προτείνονται να διεξαχθούν τα επόμενα χρόνια, αλλά με βάση υπάρχοντα διεθνή πρότυπα.

¹¹ Με βάση και την ελληνική νομοθεσία η κατανάλωση νερού στα τουριστικά καταλύματα πρέπει να κυμαίνεται από 150 λίτρα ανά διανυκτέρευση στα καταλύματα κατώτερων κατηγοριών και φτάνει μέχρι 450 λίτρα στα καταλύματα πολυτελείας.

¹² Με βάση υπάρχουσες εκτιμήσεις (Ζαννίκου, 2004, Η Διαχείριση των Υδατικών Πόρων σε Μικρές Νήσους. Η Περίπτωση της Χίου) οι συνολικές ανάγκες σε νερό για ύδρευση και άρδευση ανέρχονται σε 4.395.168 m³ + 11.272.500 m³ = 15.667.668 m³.

- **κατανάλωση ενέργειας:** Με βάση το ίδιο σκεπτικό η κατανάλωση ενέργειας από τους τουρίστες εκτιμάται ότι είναι κατά μέσο όρο 1KW^{13} άρα η συνολική κατανάλωση των τουριστών θα είναι 75.300 KW , που συγκρινόμενη με την συνολική ετήσια κατανάλωση ενέργειας του νομού 121.500 MW (ΕΣΥΕ), είναι αμελητέα.
- **παραγωγή στερεών αποβλήτων:** Με βάση το ίδιο σκεπτικό, και η παραγωγή στερεών αποβλήτων, που εκτιμάται σε $1,5-2\text{ kg/ άτομο/ ημέρα}$, των τουριστών είναι πολύ μικρότερη από τις συνολικές, καθώς ο αριθμός των διανυκτερεύσεών τους, σε σχέση με των μόνιμων κατοίκων είναι πολύ μικρότερος.
- **παραγωγή υγρών αποβλήτων:** Με βάση τις διεθνείς παραδοχές, η παραγωγή υγρών αποβλήτων είναι αντίστοιχη της κατανάλωσης νερού και επομένως για την περίπτωση μας περιορισμένη. Η λειτουργία ΜΕΥΑ στην ευρύτερη τουριστική περιοχή και η προοπτική σταδιακής σύνδεσης όλης της περιοχής, μειώνει τις πιέσεις που ασ σημειωθεί και πάλι έχουν να κάνουν με την ευαίσθητη παράκτια ζώνη, αφού εκεί συγκεντρώνεται το μεγαλύτερο τμήμα του τουρισμού.
- **θόρυβος** (από λειτουργία καταστημάτων, από συνωστισμό, από κυκλοφοριακό φόρτο): περιορισμένος για τους λόγους που αναφέρθηκαν και προηγούμενα.

Οι πιέσεις που δημιουργεί ο τουρισμός σήμερα στη Χίο δεν μπορεί να χαρακτηριστούν ως σημαντικές, εξ αιτίας της περιορισμένης ανάπτυξής του, ενώ οι περιβαλλοντικές του επιπτώσεις είναι σαφώς υποδεέστερες από εκείνες που δημιουργεί ο παραθερισμός, οι μόνιμοι κάτοικοι και οι άλλες δραστηριότητες. Αυτό δεν σημαίνει ότι δεν πρέπει να υπάρξουν προσπάθειες για τη βελτίωση της περιβαλλοντικής απόδοσης του τουρισμού, μέσα από συγκεκριμένες πολιτικές, ώστε από την μία πλευρά η τουριστική ανάπτυξη να μην θέτει σε κίνδυνο την τουριστική ισορροπία του νησιού και από την άλλη πλευρά η περιβαλλοντική υπευθυνότητα του κλάδου να αποτελέσει τμήμα της εκστρατείας προώθησης του προορισμού.

¹³ Με βάση και την ελληνική νομοθεσία η κατανάλωση ενέργειας στα τουριστικά καταλύματα πρέπει να κυμαίνεται από $0,65\text{KW}$ ανά διανυκτέρευση στα καταλύματα κατώτερων κατηγοριών και φτάνει μέχρι $2,8\text{ KW}$ στα καταλύματα πολυτελείας.

6. ΑΝΤΙ ΕΠΙΛΟΓΟΥ: ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Οι προτάσεις πολιτικής δεν μπορεί παρά να βασίζονται στις ελλείψεις και τα προβλήματα που αναφέρθηκαν στην ανάλυση που προηγήθηκε. Η SWOT ανάλυση δίνει τη δυνατότητα τυποποίησης της ανάλυσης αυτής.

ΙΣΧΥΡΑ ΣΗΜΕΙΑ (STRENGTHS)

- Νησί – τόπος απόδρασης
- Καλό κλίμα και καιρικές συνθήκες για μεγάλη σχετική διάρκεια του χρόνου
- Αρχιτεκτονικό ενδιαφέρον πολλών οικισμών και κτηρίων πλην πόλης της Χίου και τουριστικής ζώνης Δ. Αγ. Μηνά
- Διατήρηση «ταυτότητας» και αυθεντικότητας του προορισμού σε μεγάλο βαθμό
- Σημαντική πολιτιστική και φυσική κληρονομιά. Υλικοί και άυλοι πόροι: μαστίχα, βυζαντινός χαρακτήρας, ναυτοσύνη, χλωρίδα
- Ύπαρξη πολλών τουριστικά αναξιοποίητων περιοχών στα παράλια και κυρίως στην ενδοχώρα που μπορούν να αναπτυχθούν με σύγχρονη λογική
- Ύπαρξη καταλυμάτων με χαρακτήρα (Βολισσός, Κάμπος...)
- Χαμηλός βαθμός εξάρτησης από ΤΟ
- Αίσθημα ασφάλειας των τουριστών
- Αίσθημα φιλοξενίας.

ΑΣΘΕΝΗ ΣΗΜΕΙΑ (WEAKNESSES)

- Χαμηλός βαθμός αξιοποίησης των υφιστάμενων πόρων
- Χαμηλός βαθμός πληρότητας καταλυμάτων
- Αύξηση του αριθμού των καταλυμάτων χαμηλών κατηγοριών
- Ελλείψεις σε βασικές υποδομές
- Έλλειψη δραστηριοτήτων για συγκρότηση εναλλακτικών τουριστικών προϊόντων
- Έλλειψη πληροφόρησης ιδιαίτερα για τον μεμονωμένο τουρίστα
- Αδυναμία δημιουργίας άλλων τουριστικών προϊόντων πλην τουρισμού ήλιου και θάλασσας (3S) παρά την ύπαρξη σχετικών πόρων
- Έλλειψη συντονισμένης διαχείρισης ως προορισμού (destination management) και γενικότερα επαγγελματιών που να ασχολούνται συνολικά με τον προορισμό – έλλειψη συνεργασίας τοπικά
- Ευκαιριακή προσέγγιση της τουριστικής ανάπτυξης σε μεγάλο βαθμό
- Έλλειψη πληροφοριών για στήριξη ανάλυσης της κατάστασης και χάραξη πολιτικής
- Χαμηλή ποιότητα και υψηλές τιμές στις προσφερόμενες υπηρεσίες από τις τουριστικές και μη επιχειρήσεις, ιδιαίτερα προς τον μεμονωμένο τουρίστα
- Μείωση της οικονομικής απόδοσης του τουρισμού εξ αιτίας της μείωσης

- των αφίξεων, αλλά και της χαμηλής τιμής των πακέτων
- Έλλειψη συστηματικής και στοχευμένης τουριστικής εκπαίδευσης
- Παραδοσιακές πρακτικές και κινήσεις τουριστικού marketing
- Χαμηλή ποιότητα στον περιβάλλοντα χώρο που υποβαθμίζουν την ποιότητα ζωής (καθαριότητα, σήμανση, δόμηση, κυκλοφοριακό, θόρυβος...) και στις υπηρεσίες των δημόσιων φορέων
- Γεωγραφική θέση μακριά από τη Δυτική Ευρώπη και τις μεγάλες ελληνικές αγορές δεν επιτρέπει ιδιαίτερα προσέλκυση μεμονωμένων τουριστών.

ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ (OPPORTUNITIES)

- Άνοιγμα νέων αγορών αλλά με σχετικά χαμηλή αγοραστική δύναμη
- «Νέα» ελληνική τουριστική πολιτική και ειδικά νέα πολιτική προβολής
- Συντονισμός με κεντρικές επιλογές στρατηγικής τουρισμού
- Διαφοροποίηση προτιμήσεων τουριστών και δημιουργία «μικρών» αγορών για ειδικά προϊόντα
- Αξιοποίηση των νέων συστημάτων πληροφορικής και επικοινωνίας για απευθείας ενημέρωση και πώληση στον καταναλωτή
- Αξιοποίηση της κρίσης που δημιουργεί ο ανταγωνισμός.

ΚΙΝΔΥΝΟΙ (THREATS)

- Ενίσχυση του ανταγωνισμού με τη συνεχή διεύρυνση της προσφοράς και των προορισμών χαμηλού κόστους
- Μείωση του αριθμού των ΤΟ με αποτέλεσμα τη δημιουργία μονοπωλιακών καταστάσεων, που ελέγχουν και κατευθύνουν την ζήτηση
- Ενίσχυση της οικονομικής κρίσης στις παραδοσιακές αγορές που έχουν υψηλό κατά κεφαλή ΑΕΠΜείωση των πόρων από εθνικά και ευρωπαϊκά προγράμματα
- Περιορισμένοι βαθμοί ελευθερίας περιφερειακών πρωτοβουλιών για διεθνή τουριστική ανάπτυξη
- Ευθυγράμμιση με κεντρικές επιλογές στρατηγικής τουριστικής ανάπτυξης.

Με βάση τα προηγούμενα η τουριστική πολιτική θα πρέπει να κινηθεί στους εξής άξονες:

- Διαφοροποίηση – εμπλουτισμό τουριστικού προϊόντος με στόχο την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού αξιοποιώντας τα ισχυρά σημεία του Νομού.
- Βελτίωση της ποιότητας παρεχόμενων υπηρεσιών των τουριστικών επιχειρήσεων με την εφαρμογή εθελοντικού τοπικού σήματος ποιότητας, καινοτόμων πρακτικών διοίκησης και αυξημένης συνεργασίας μεταξύ τους. Ενίσχυση και υποστήριξη της επιχειρηματικότητας και εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού (επιχειρηματιών και εργαζομένων).

- Αναβάθμιση παρεχόμενων υπηρεσιών της Αυτοδιοίκησης, τοπικής και νομαρχιακής προς τους επισκέπτες μέσα από καινοτόμες διαδικασίες διαχείρισης προορισμού και από ανάπτυξη άμιλλας μεταξύ τους. Αξιοποίηση-βελτίωση των υφιστάμενων υποδομών και υπηρεσιών και δημιουργία νέων.
- Βελτίωση της στρατηγικής προβολής στην κατεύθυνση της βελτίωσης της αναγνωρισιμότητας του Νομού (ανάδειξη της τουριστικής εικόνας του) και της στοχευμένης προώθησης των παραγόμενων τουριστικών προϊόντων.
- Δημιουργία Νομαρχιακού Μοντέλου Διακυβέρνησης στον Τουρισμό.

Ο **Άξονας 1** έχει ως στόχο **τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος και τη διαφοροποίησή του** αναδεικνύοντας και αξιοποιώντας τους υφιστάμενους τοπικούς πόρους, αλλά και τις υποδομές που έχουν κατασκευαστεί σε προηγούμενες προγραμματικές περιόδους (π.χ. συνεδριακοί χώροι, μαρίνα, μονοπάτια, βίγλες, κ.λπ.), ενώ θα δημιουργηθούν και νέες υποδομές. Σκοπός του άξονα είναι να δημιουργήσει ολοκληρωμένα τουριστικά προϊόντα, που να περιλαμβάνουν πέρα από τις βασικές υπηρεσίες διανυκτέρευσης, εστίασης και αναψυχής -που χαρακτηρίζουν την σημερινή πραγματικότητα- με την ανάπτυξη υποδομών ειδικών μορφών τουρισμού με έμφαση στον πολιτιστικό, τον ιαματικό, τον ναυταθλητικό, τον φυσιολατρικό, τον εκπαιδευτικό, τον θρησκευτικό και τον συνεδριακό τουρισμό, αλλά και την ανάπτυξη δραστηριοτήτων οι οποίες να συνδυάζονται με αυτές τις μορφές. Η κινητοποίηση των ιδιωτών για επενδύσεις σε ειδικά προϊόντα, αλλά και όλου του τοπικού δυναμικού (πολιτιστικών φορέων, περιβαλλοντικών οργανώσεων, αθλητικών συλλόγων, φορέων της αυτοδιοίκησης, ερευνητικών ομάδων, μεμονωμένων ιδιωτών κ.λπ.), για την παραγωγή υποστηρικτικού υλικού για τα προϊόντα αυτά είναι απαραίτητη. Ενδεικτικές προτάσεις-ιδέες με τις προτεινόμενες μορφές τουρισμού υπάρχουν στον πίνακα που ακολουθεί.

Ο **Άξονας 2** έχει ως στόχο **τη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών από τις τουριστικές επιχειρήσεις**, μέσα από την υιοθέτηση των αρχών της υπεύθυνης επιχείρησης, -όπως προκύπτει από την εφαρμογή της έννοιας της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης προσαρμοσμένη στις ανάγκες και τις δυνατότητες των ΜΜΕ- αλλά και συγκεκριμένων πρότυπων ποιότητας, με έμφαση στην ανάδειξη του τοπικού τους χαρακτήρα. Η βελτίωση των τουριστικών επιχειρήσεων κάθε είδους (καταλύματα, εστιατόρια, τουριστικά γραφεία, καταστήματα τουριστικών ειδών, γραφεία ενοικιάσεων αυτοκινήτων κ.λπ.) θα γίνει με βάση συγκεκριμένες κατευθύνσεις, που θα προκύψουν από τη μελέτη σκοπιμότητας και θα αφορούν αναβάθμιση υποδομών, εξοπλισμού και ανθρώπινου δυναμικού, δικτύωση με επιχειρήσεις άλλων κλάδων για χρήση τοπικών προϊόντων, δράσεις προστασίας περιβάλλοντος, αλλαγές στον τρόπο διοίκησης και προσέλκυσης πελατείας, δικτύωση με ομοειδείς επιχειρήσεις για απόκτηση και ανταλλαγή τεχνογνωσίας κ.λπ. Η αξιοποίηση του υπάρχοντος οικιστικού αποθέματος (κυρίως σε οικισμούς της ενδοχώρας), με τη μετατροπή του σε χώρους παροχής τουριστικών υπηρεσιών (ιδιαίτερα καταλυμάτων), θα αποτελέσει ειδική δράση που θα ενισχύσει την «τοπικότητα» του προϊόντος.

ΠΙΝΑΚΑΣ 60: Εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος ανά νησί και μορφή τουρισμού

Πολιτιστικός Τουρισμός	Ιαματικός Τουρισμός	Αθλητικός και Θαλάσσιος Τουρισμός
Ανάδειξη μεσαιωνικού χαρακτήρα Ανάδειξη Ναυτικού χαρακτήρα Το νησί της μαστίχας Το νησί του Ομήρου, της γνώσης, του πολιτισμού (Κοραής)	Αξιοποίηση ιαματικών πηγών Αγιασμάτων Αξιοποίηση Γεωθερμικού Πεδίου Νενήτων.	Αξιοποίηση μαρίνας Χίου. Αθλητικό Χωρίο Αίπους. Ιωνικό Κολυμβητήριο Αξιοποίηση υποδομών ναυταθλητισμού
Φυσιολατρικός Τουρισμός	Συνεδριακός – Εκπαιδευτικός Τουρισμός	Θρησκευτικός τουρισμός
Μαστίχα, ορχιδέες, τουλίπες Ιστορικές και φυσικές διαδρομές Βοτανικός Κήπος του Αιγαίου Σπήλαια Νομού Χίου.	Τεχνολογικά πρωτοποριακές εκπαιδευτικές και συνεδριακές εγκαταστάσεις και δράσεις σχετικές με τα τουριστικά προϊόντα (πχ. ναυτιλία)	Αποκαταστάσεις Βυζαντινών Μνημείων Θρησκευτικού ενδιαφέροντος (π.χ. Μονή Μουνδών, Νέα Μονή, Κρύνα, Σικελία) Πρόγραμμα προβολής και ανάδειξης θρησκευτικών μνημείων Δίκτυο Βυζαντινών Μνημείων

Ο **Άξονας 3** έχει ως στόχο την **αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών της αυτοδιοίκησης, τόσο προς τις τουριστικές επιχειρήσεις, όσο και προς τους επισκέπτες**. Οι δράσεις των φορέων Τοπικής Αυτοδιοίκησης θα ακολουθήσουν τις κατευθύνσεις που θα προκύψουν από τη σχετική προμελέτη σκοπιμότητας και θα αφορούν: την ανάδειξη της αρχιτεκτονικής φυσιογνωμίας των οικισμών, την αναβάθμιση των σημείων τουριστικού ενδιαφέροντος, με έργα βελτίωσης πρόσβασης, σηματοδότησης, καθαριότητας, κυκλοφοριακών ρυθμίσεων, αναβάθμιση παραλιών κ.λπ., την παροχή πληροφόρησης στους επισκέπτες με τη λειτουργία γραφείων και με σύγχρονη τεχνολογία, την ευαισθητοποίηση των τοπικών κοινωνιών, την πληροφόρηση των καταναλωτών με στόχο την προστασία τους και το συντονισμό των φορέων, που είναι αρμόδιες για θέματα τουρισμού. Τέλος, η δημιουργία προϋποθέσεων άμιλλας μεταξύ των Τ.Α. με την αξιολόγηση των παρεχόμενων υπηρεσιών αποτελεί ένα μέσο για τη συνεχή τους βελτίωση.

Ο **Άξονας 4** έχει ως στόχο τη **βελτίωση του μηχανισμού προβολής του Νομού** στην υπόλοιπη Ελλάδα και στο εξωτερικό. Αφορά: (α) την προώθηση της εικόνας ή της ανανεωμένης (νέας) εικόνας του προϊόντος με στόχο την βελτίωση της αναγνωρισιμότητας του κάθε προορισμού, (β) την παροχή πληροφοριών για τους προορισμούς και τα προσφερόμενα τουριστικά προϊόντα (με έμφαση στα νέα ειδικά προϊόντα), και (γ) τη λειτουργία ενός «φιλικού» και αξιόπιστου συστήματος κρατήσεων / πωλήσεων, που θα επιτρέπει την οργάνωση του ταξιδιού από μεμονωμένους επισκέπτες. Τα παραπάνω θα υλοποιηθούν χρησιμοποιώντας μείγμα «κλασσικών» εργαλείων προώθησης και προβολής (συμμετοχή σε εκθέσεις, δημοσιεύματα, διαφημίσεις) με «σύγχρονα» (internet, direct mail).

Ο **Άξονας 5** έχει ως στόχο τη **βελτίωση της Νομαρχιακής Τουριστικής Διακυβέρνησης** με την ανάπτυξη μηχανισμών υποστήριξης για την καλύτερη υλοποίηση των δράσεων του παρόντος σχεδίου, το συντονισμό με σχετικές δράσεις που υλοποιούνται από άλλους πόρους και την ανάπτυξη νέων πρωτοβουλιών προς την ίδια κατεύθυνση. Η δημιουργία θεσμού διαχείρισης προορισμού (δηλαδή θεσμού Νομαρχιακής Τουριστικής Διακυβέρνησης) αφορά το συντονισμό φορέων και υπηρεσιών, την κινητοποίηση του τοπικού ανθρώπινου δυναμικού για την καλύτερη υλοποίηση όλων των δράσεων του σχεδίου και γενικότερα την ανάπτυξη του τουρισμού. Η δημιουργία συστήματος ελέγχου και επιβράβευσης των τουριστικών επιχειρήσεων που υιοθετούν τα πρότυπα ποιότητας και εισάγουν καινοτομίες στη λειτουργία τους θα ενισχύσει την άμιλλα μεταξύ των επιχειρήσεων και τη διαδικασία συνεχούς βελτίωσής τους.

Η συστηματική τεκμηρίωση με την άρτια επιστημονική καταγραφή και ανάλυση της υπάρχουσας κατάστασης, την παρακολούθηση των στατιστικών μεγεθών και των εξελίξεων θα αποτελεί επίσης προϋπόθεση για τον ορθολογικό σχεδιασμό και υλοποίηση αποτελεσματικών πολιτικών στον τομέα του τουρισμού.

Τα αναμενόμενα αποτελέσματα αφορούν -μέσα από την άρση των αδυναμιών που αναφέρθηκαν προηγούμενα και την αξιοποίηση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του Νομού- στη βελτίωση των επιδόσεων του τουρισμού. Συγκεκριμένα αναφερόμαστε:

- στην **αύξηση της κατά κεφαλή και συνολικής τουριστικής δαπάνης,**
- στη **δημιουργία νέων ευκαιριών απασχόλησης,** ιδιαίτερα εκπαιδευμένου ανθρώπινου δυναμικού (κυρίως νέων και γυναικών),
- στη **μείωση των πιέσεων που δέχεται το φυσικό, το πολιτιστικό και το δομημένο περιβάλλον,** από την άναρχη τουριστική ανάπτυξη και ιδιαίτερα το πόσιμο και του θαλασσινό νερό, το έδαφος, η χλωρίδα και η πανίδα των νησιών, οι οικισμοί και τα μνημεία τους.

Η βελτίωση των επιδόσεων των επιμέρους δραστηριοτήτων και της επιχειρηματικότητας στον τομέα του τουρισμού (εξεταζόμενων μέσα στο

πλαίσιο της βιώσιμης ανάπτυξης), έχει προφανείς θετικές επιπτώσεις σε κάθε τουριστικό προορισμό:

- με την επίτευξη **υψηλών ρυθμών αύξησης του ΑΕΠ και ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της οικονομίας,**
- με την ανατροπή της **συνεχιζόμενης τάσης γήρανσης του τοπικού πληθυσμού** και με την αύξησης του δημιουργούμενου **εισοδήματος,**
- με τη **βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών και της ζωής των κατοίκων.**