



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ
UNIVERSITY OF PATRAS

Τίτλος Μαθήματος : Εισαγωγή στον Τουρισμό και την Τουριστική Οικονομία

Ενότητα: Μελέτη περίπτωσης για τον τουρισμό της Καλύμνου

Όνομα Καθηγητή: Δημήτρης Κούτουλας

Τμήμα: Διοίκησης Επιχειρήσεων

ΑΝΟΙΚΤΑ ακαδημαϊκά **ΠΠ**
μαθήματα

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1.1	Αποτίμηση της Τουριστικής Κίνησης στην Κάλυμνο την Περίοδο 1996-2008 Βάσει των Στοιχείων της ΕΣΥΕ.....	3
1.1.1	Σχετικά με τα στοιχεία της ΕΣΥΕ	3
1.1.2	Διανυκτερεύσεις και εθνικότητα πελατών στα ξενοδοχειακά καταλύματα της Καλύμνου	4
1.1.3	Μέση παραμονή τουριστών στην Κάλυμνο.....	7
1.1.4	Πληρότητα ξενοδοχείων στην Κάλυμνο	9
1.1.5	Εποχικότητα.....	10
1.1.6	Συμπεράσματα από την επεξεργασία των στατιστικών στοιχείων της ΕΣΥΕ.....	13
1.2	Έρευνα για τον Κλάδο των Τουριστικών Καταλυμάτων της Καλύμνου	13
1.2.1	Ταυτότητα της έρευνας.....	13
1.2.2	Ευρήματα της έρευνας	14
1.2.3	Προτάσεις των ξενοδόχων για το μάρκετινγκ της Καλύμνου	15
1.3	Βασικά Σημεία της Διαβούλευσης με Φορείς, Επιχειρηματίες και Επαγγελματίες της Καλύμνου	17
1.4	Αποτίμηση της Τουριστικής Προσφοράς της Καλύμνου	18
1.4.1	Ταυτότητα της Καλύμνου, αξιοθέατα και επισκέψιμοι χώροι	18
1.4.2	Τουριστικές δραστηριότητες και ειδικές μορφές τουρισμού	19
1.4.3	Ξενοδοχειακό δυναμικό της Καλύμνου	21
1.4.4	Συγκοινωνιακή σύνδεση Καλύμνου	21
1.5	Ενέργειες Μάρκετινγκ για τον Τουρισμό της Καλύμνου	22
2.1	Στρατηγική Αντίληψη για το Τουριστικό Μάρκετινγκ της Καλύμνου	23

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΤΗΣ ΚΑΛΥΜΝΟΥ

[απόσπασμα από μελέτη του Δ. Κούτουλα]

Τα χρονίζοντα προβλήματα του καλύμνικου τουρισμού, ο οποίος γνώρισε σημαντική πτώση την τελευταία δεκαετία, αποτέλεσαν το λόγο για την εκπόνηση του παρόντος Σχεδίου Μάρκετινγκ. Η άνηση του αναρριχητικού τουρισμού δεν μπόρεσε να αντισταθμίσει τη μεγάλη κάμψη των τουριστών που διακινούν οι tour operators της Ευρώπης και που οδήγησε τόσο σε μείωση εσόδων όσο και σε συρρίκνωση της τουριστικής σεζόν. Επιπλέον, δεν υπάρχει μια διαμορφωμένη ελκυστική εικόνα της Καλύμνου στην ελληνική αγορά, γεγονός που δυσχέρανε την προσέλκυση αξιόλογου αριθμού παραθεριστών.

Η σταθερή υποχώρηση των τουριστικών μεγεθών και η αδυναμία επηρεασμού της αγοράς με τις εφαρμοζόμενες τα τελευταία χρόνια ενέργειες τουριστικής προβολής, ώθησε το Δήμο Καλύμνου και τις τουριστικές επιχειρήσεις του νησιού να αναζητήσουν πιο αποτελεσματικές μεθόδους προβολής μέσα από ένα συγκροτημένο Σχέδιο Μάρκετινγκ. Έτσι εκπονήθηκε το παρόν Σχέδιο με σκοπό να υποστηριχθεί σε τεχνοκρατικό και πρακτικό επίπεδο αυτή η προσπάθεια.

Το παρόν Σχέδιο Μάρκετινγκ βασίζεται στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και τις ειδικότερες ανάγκες του τουρισμού της Καλύμνου. Στην παρούσα εργασία επιχειρείται, συγκεκριμένα, να δοθεί απάντηση στα εξής τρία ερωτήματα:

- Που βρίσκεται σήμερα ο τουρισμός της Καλύμνου;
- Που θέλουμε να βρίσκεται ο τουρισμός της Καλύμνου μετά από τέσσερα χρόνια;
- Μέσα από ποιες ενέργειες Μάρκετινγκ θα επιτύχουμε τους στόχους μας και ποια μέσα θα χρειαστούμε για αυτό;

1.1 Αποτίμηση της Τουριστικής Κίνησης στην Κάλυμνο την Περίοδο 1996-2008 Βάσει των Στοιχείων της ΕΣΥΕ

1.1.1 Σχετικά με τα στοιχεία της ΕΣΥΕ

Η Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδας (ΕΣΥΕ) συλλέγει και δημοσιοποιεί στατιστικά στοιχεία για τον ελληνικό τουρισμό. Τα στοιχεία που χρησιμοποιούνται στο παρόν κεφάλαιο αναφέρονται στις αφίξεις και διανυκτερεύσεις πελατών στα ξενοδοχειακά καταλύματα της Καλύμνου, ωστόσο υπόκεινται στον εξής περιορισμό: το βαθμό στον οποίο οι ίδιοι οι ξενοδόχοι αποστέλλουν τα εν λόγω δεδομένα στην ΕΣΥΕ.

Όπως προκύπτει από τα στοιχεία της τελευταίας δωδεκαετίας, υπάρχει μεγάλη διακύμανση όσον αφορά την ανταπόκριση των ξενοδόχων να στείλουν το συμπληρωμένο στατιστικό δελτίο στην ΕΣΥΕ. Πριν το 2000 έστειλαν πάνω από τους μισούς ξενοδόχους τα στοιχεία τους στην ΕΣΥΕ, ενώ το 2006 εκπροσωπήθηκαν στις στατιστικές της ΕΣΥΕ 483 κλίνες, δηλ. μόλις το ένα τέταρτο των συνολικών ξενοδοχειακών κλινών που λειτούργησαν εκείνη τη χρονιά στην Κάλυμνο (βλ. Πίνακα 1.1.1-1). Το 2008 οι μετέχουσες στη στατιστική καταγραφή της ΕΣΥΕ κλίνες των καλυμνιώτικων ξενοδοχείων αντιστοιχούσαν στο 55% των συνολικών κλινών (861 κλίνες επί συνόλου 1.561 κλινών).

Αυτή η διαφοροποίηση από έτος σε έτος δεν επιτρέπει τη διαχρονική σύγκριση μεγεθών όπως οι συνολικές διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα. Για να γίνουν συγκρίσιμα αυτά τα στοιχεία, έγινε η **αναγωγή τους ανά κλίνη**. Κατ' αυτόν τον τρόπο μπορεί να αναλυθεί με ασφάλεια η διαχρονική πορεία του καλύμνικου τουρισμού. Εξάλλου, ακριβή εικόνα δίνουν τα στοιχεία της ΕΣΥΕ σε σχέση με την ποσοστιαία σύνθεση της πελατείας των ξενοδοχείων ως προς την εθνικότητα των τουριστών, τη μέση παραμονή και την εποχικότητα.

Σε κάθε περίπτωση, τα στοιχεία της ΕΣΥΕ αποτελούν την ασφαλέστερη ένδειξη για την εξέλιξη της τουριστικής κίνησης στην Καλύμνο, αφού συγκριτικά με κάθε άλλη πηγή στοιχείων αντιπροσωπεύουν το μεγαλύτερο διαθέσιμο δείγμα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων της Καλύμνου.

Πίνακας 1.1.1-1: Κλίνες που αντιστοιχούν στα ξενοδοχεία της Καλύμνου, τα οποία απέστειλαν στατιστικό δελτίο στην ΕΣΥΕ την περίοδο 1996-2008

Έτος	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Κλίνες	999	892	870	846	728	825	847	847	764	610	483	581	861

1.1.2 Διανυκτερεύσεις και εθνικότητα πελατών στα ξενοδοχειακά καταλύματα της Καλύμνου

Σύμφωνα με τις δηλώσεις των ξενοδοχείων που αντιπροσωπεύουν το 55% του συνολικού ξενοδοχειακού δυναμικού της Καλύμνου, το νησί επισκέφτηκαν 12.177 τουρίστες που πραγματοποίησαν 46.235 διανυκτερεύσεις το 2008. Όπως φαίνεται στον πίνακα 1.1.2-1, τη σημαντικότερη εθνικότητα μεταξύ των τουριστών αποτελούν οι Έλληνες, ακολουθούμενοι από τους Ολλανδούς, τους Δανούς, τους Βρετανούς και τους Ιταλούς. Παρότι οι Έλληνες αντιστοιχούν στα δύο τρίτα των αφιχθέντων τουριστών, εντούτοις πραγματοποίησαν μόνο το 42% των συνολικών διανυκτερεύσεων, λόγω της πολύ μικρής μέσης παραμονής τους συγκρινόμενοι με τους αλλοδαπούς επισκέπτες του νησιού.

Προκειμένου να εξαχθούν ασφαλή συμπεράσματα και να γίνουν **ακριβείς διαχρονικές συγκρίσεις**, έγινε **αναγωγή των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων ανά κλίνη**, αφού χρόνο με το χρόνο διαφοροποιείται ο αριθμός των ξενοδοχείων που δηλώνουν τις διανυκτερεύσεις στην ΕΣΥΕ. Ο δείκτης των διανυκτερεύσεων ανά κλίνη προκύπτει από τη διαίρεση των συνολικών ετησίων διανυκτερεύσεων δια του συνόλου των ξενοδοχειακών κλινών που λειτούργησαν εκάστοτε έτος (για τη διαίρεση χρησιμοποιείται ο αριθμός κλινών που δηλώθηκε για το μήνα Αύγουστο). Με αντίστοιχο τρόπο υπολογίζονται οι αφίξεις ανά κλίνη.

Το ρεκόρ των αφίξεων καταγράφηκε το 1999, όταν για κάθε ξενοδοχειακή κλίνη της Καλύμνου πραγματοποιήθηκαν 18 αφίξεις (βλ. Σχήμα 1.1.2-1). Αυτή η επίδοση μειώθηκε στο μισό τέσσερα χρόνια αργότερα, για να ακολουθήσει μια μεγάλη ανάκαμψη στις αφίξεις το 2007, χωρίς ωστόσο αξιόλογο αντίκρουσμα στις διανυκτερεύσεις λόγω της μειωμένης μέσης παραμονής. Πλέον έχει αντιστραφεί η αναλογία του 1999, όταν δηλ. ήταν διπλάσιες οι αφίξεις ξένων τουριστών έναντι των Ελλήνων στα ξενοδοχεία της Καλύμνου, αφού πλέον είναι διπλάσιοι οι Έλληνες πελάτες βάσει των στοιχείων του 2007.

Οι υψηλότερες επιδόσεις ως προς τις διανυκτερεύσεις κατεγράφησαν τη διετία 1999-2000 με 103 διανυκτερεύσεις ανά κλίνη (βλ. Σχήμα 1.1.2-2). Μια συνεχής πτώση οδήγησε σε μείωση άνω του 50% με μόλις 45 διανυκτερεύσεις ανά κλίνη το 2005. Η πρόσφατη μικρή ανάκαμψη οφείλεται κυρίως στην αύξηση Ελλήνων επισκεπτών, οι οποίοι μεταξύ 2003 και 2008 υπερδιπλασίασαν τις διανυκτερεύσεις που πραγματοποιούν στο νησί (από 10 στις 23 διανυκτερεύσεις ανά κλίνη). Ωστόσο η συνεισφορά των ξένων σταθεροποιήθηκαν την τελευταία τριετία στο επίπεδο των 30-31 διανυκτερεύσεων ανά κλίνη, το οποίο αποτελεί αρνητικό ρεκόρ και αντιστοιχεί μόλις στο ένα τρίτο της επίδοσης του 2000.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα δεδομένα του Πίνακα 1.1.2-2. Σε αυτόν απεικονίζονται οι επιδόσεις κάθε εθνικότητας την περίοδο 1996-2008 και η συνεισφορά τους στην πορεία του καλύμνικου τουρισμού. Με κόκκινο χρώμα σημειώνεται ο υψηλότερος αριθμός διανυκτερεύσεων ανά κλίνη που πραγματοποίησε εκάστοτε εθνικότητα κατά την εξεταζόμενη δωδεκαετία.

Επίδοση-ρεκόρ σημείωσαν το 2008 οι **Έλληνες** επισκέπτες του νησιού, συνεισφέροντας 22,5 διανυκτερεύσεις για κάθε ξενοδοχειακή κλίνη. Πλέον, αποτελούν τη μακράν σημαντικότερη αγορά για τον τουρισμό της Καλύμνου. Αξιοσημείωτη είναι η συμμετοχή των **Ολλανδών** με 5 διανυκτερεύσεις και των **Δανών** με 4,8 διανυκτερεύσεις, ενώ οι 51,1 διανυκτερεύσεις των **Βρετανών** το 2000 έπεσαν σε μόλις 3,7 το 2007 και σε 4,5 το 2008. Επίσης εξανεμίστηκαν οι αλλοτινές υψηλές επιδόσεις των

Σουηδών (16,1 διανυκτερεύσεις ανά κλίνη το 1999), των **Γερμανών** (13,5 διανυκτερεύσεις το 1996) και των **Νορβηγών** (10,2 διανυκτερεύσεις το 2002), αν και υπήρξε πρόσφατα μια μικρή ανάκαμψη στην τουριστική κίνηση από αυτές τις χώρες. Αυτές οι ραγδαίες μειώσεις αντανακλούν την αποχώρηση των μεγάλων tour operators από την Κάλυμνο, ενώ ευκαιριακά επανεμφανίζονται ορισμένες εταιρίες εντάσσοντας την Κάλυμνο στα προγράμματά τους για κάποια χρονιά.

Την πιο σταθερή παρουσία από όλες τις εθνικότητες έχουν οι επισκέπτες από την **Αυστρία**, ενώ είναι αυξητική η πορεία των **Ιταλών** και των **Γάλλων** με επιδόσεις-ρεκόρ το 2008 και το 2007 αντίστοιχα.

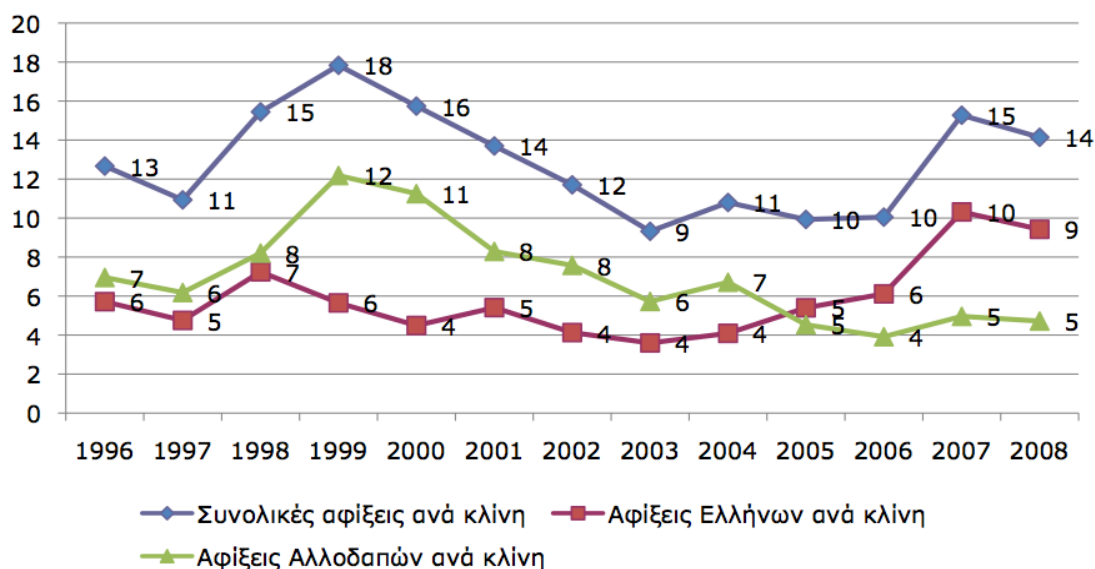
Με εξαίρεση τους Έλληνες και δευτερευόντως τους Ολλανδούς, τους Δανούς και τους Βρετανούς, δεν υπάρχει πλέον άλλη κυρίαρχη πηγή προέλευσης τουριστών.

Πίνακας 1.1.2-1: Κίνηση στα ξενοδοχειακά καταλύματα της Καλύμνου το 2008 (στοιχεία ΕΣΥΕ από το 55% του συνολικού ξενοδοχειακού δυναμικού)

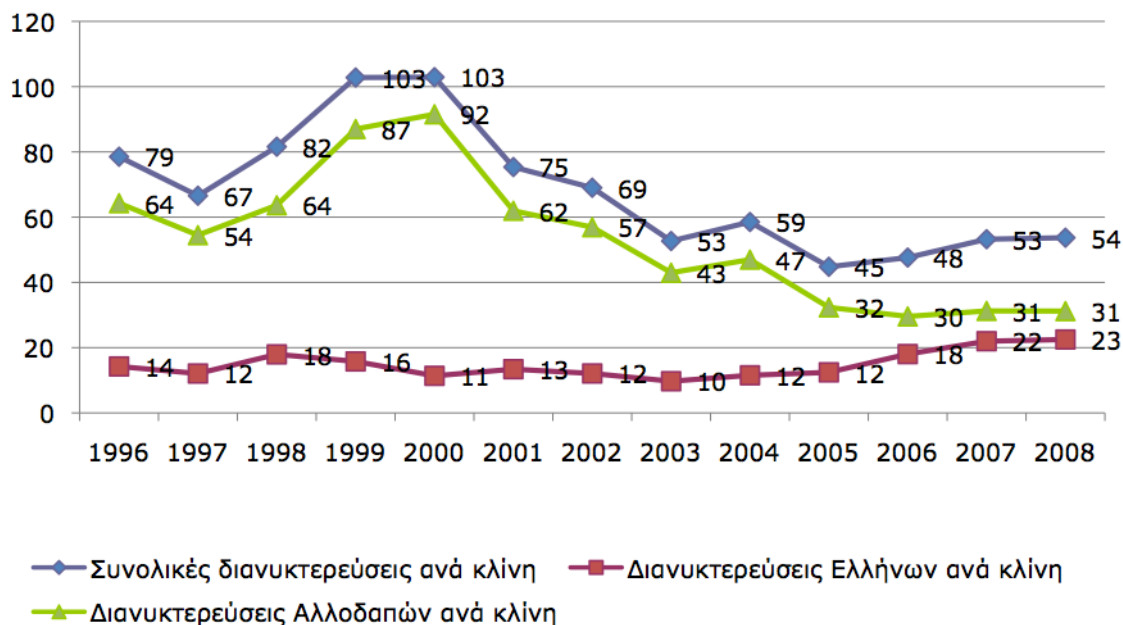
	Αφίξεις	Διανυκτερεύσεις (Μερίδιο)	Μέση Παραμονή*
Σύνολο τουριστών	12.177	46.235 (100,0%)	3,8
Έλληνες	8.114	19.393 (41,9%)	2,4
Σύνολο αλλοδαπών	4.063	26.842 (58,1%)	6,6
Ολλανδοί	806	4.269 (9,2%)	5,3
Δανοί	496	4.112 (8,9%)	8,3
Βρετανοί	485	3.863 (8,4%)	8,0
Ιταλοί	536	2.775 (6,0%)	5,2
Αυστριακοί	241	2.109 (4,6%)	8,8
Νορβηγοί	194	1.668 (3,6%)	8,6
Σουηδοί	174	1.595 (3,5%)	9,2
Γάλλοι	242	1.324 (2,9%)	5,5
Γερμανοί	222	1.249 (2,7%)	5,6
Ελβετοί	153	983 (2,1%)	6,4
Φινλανδοί	80	487 (1,1%)	6,1
Τσέχοι	41	406 (0,9%)	9,9
Σλοβάκοι	44	278 (0,6%)	6,3
Νεοζηλανδοί	23	243 (0,5%)	10,6
Αμερικανοί	63	227 (0,5%)	3,6
Αυστραλοί	66	198 (0,4%)	3,0
Ισπανοί	29	179 (0,4%)	6,2

* μετρούμενη σε αριθμό διανυκτερεύσεων ανά τουρίστα

Σχήμα 1.1.2-1: Αφίξεις ανά κλίνη στα ξενοδοχειακά καταλύματα της Καλύμνου για την περίοδο 1996-2008 (υπολογισμός βάσει στοιχείων της ΕΣΥΕ)



Σχήμα 1.1.2-2: Διανυκτερεύσεις ανά κλίνη στα ξενοδοχειακά καταλύματα της Καλύμνου για την περίοδο 1996-2008 (υπολογισμός βάσει στοιχείων της ΕΣΥΕ)



Πίνακας 1.1.2-2: Διανυκτερεύσεις ανά κλίνη και ανά εθνικότητα τουριστών στα ξενοδοχειακά καταλύματα της Καλύμνου για την περίοδο 1996-2008 (υπολογισμός βάσει στοιχείων της ΕΣΥΕ)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Γενικό Σύνολο	78,5	66,6	81,6	102,8	102,9	75,4	69,0	52,7	58,5	44,8	47,6	53,2	53,7
Ελλάδα	14,2	12,1	17,9	15,8	11,4	13,4	12,1	9,7	11,5	12,4	18,0	22,0	22,5
Ολλανδία	2,0	2,2	4,3	6,1	3,2	2,3	2,4	2,8	1,5	1,8	2,1	2,9	5,0
Δανία	4,5	6,4	8,8	9,7	12,9	8,6	8,0	5,0	9,9	8,2	3,1	7,6	4,8
Βρετανία	34,1	30,3	35,9	47,8	51,1	16,9	14,9	12,5	14,0	9,1	9,1	3,7	4,5
Ιταλία	0,8	0,9	0,9	0,6	0,9	0,9	0,6	1,2	0,5	2,0	2,1	3,0	3,2
Αυστρία	1,6	0,4	0,6	1,3	1,5	3,0	2,6	2,8	2,6	1,2	1,4	2,7	2,4
Νορβηγία	1,2	0,1	0,2	1,0	4,6	8,8	10,2	5,1	3,2	0,8	0,3	0,1	1,9
Σουηδία	2,5	4,3	5,4	16,1	10,4	13,5	11,5	7,8	9,7	3,3	1,1	0,2	1,9
Γαλλία	0,5	0,3	1,0	0,7	1,8	0,9	1,0	0,6	0,5	1,1	1,4	2,3	1,5

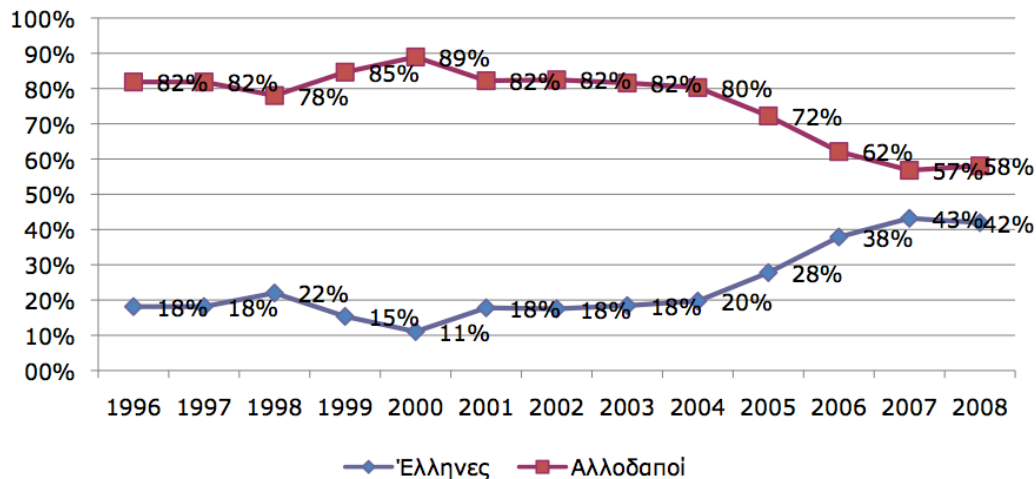
Γερμανία	13,5	4,7	3,0	0,5	1,5	1,7	1,5	1,8	0,5	0,6	0,4	1,5	1,5
Ελβετία	0,1	0,8	0,5	0,6	0,2	0,2	0,3	0,2	1,0	1,2	2,1	1,2	1,1
ΗΠΑ	0,1	0,2	0,2	0,3	0,2	0,4	0,6	0,3	0,3	0,2	0,3	0,8	0,3
Φινλανδία	1,5	1,3	0,1	0,6	0,6	1,1	0,5	0,6	1,0	0,6	0,1	0,5	0,6
Τσεχία	0,3	1,0	0,6	0,6	0,3	0,1	0,2	0,5	0,3	0,4	1,9	0,4	0,5
Σλοβακία	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,5	0,0	1,1	0,2	0,3
Βέλγιο-Λουξεμβούργο	0,9	0,5	0,8	0,2	0,2	0,1	0,0	0,0	0,3	0,2	0,5	0,3	0,2
Αυστραλία-Νέα Ζηλανδία	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,4	0,2	0,2	0,3	0,2
Πρ. Σοβιετική Ένωση	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	1,4	0,5	0,3	0,4	0,1	0,6	0,2
Πρ. Γιουγκοσλαβία	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3	0,1	0,0	0,1
Κύπρος	0,0	0,0	0,5	0,0	0,1	0,0	0,3	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0
Πολωνία	0,0	0,0	0,0	0,0	1,5	2,3	0,3	0,3	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0

Σημείωση: Με κόκκινο χρώμα σημειώνεται ο υψηλότερος αριθμός διανυκτερεύσεων ανά κλίνη που επέτυχε η εκάστοτε εθνικότητα.

Από το 2000 μειώνεται σταθερά η συμμετοχή των ξένων επισκεπτών στις συνολικές ξενοδοχειακές διανυκτερεύσεις. Όπως προκύπτει από το Σχήμα 1.1.2-3, το αλλοτινό μερίδιο 89% έπεσε το 2007 στο 57%, με τους **Έλληνες** πελάτες να αποκτούν μια διαρκώς σημαντικότερη βαρύτητα για τα ξενοδοχεία της Καλύμνου.

Ιδιαίτερα μεγάλη πτώση παρουσίασε το μερίδιο των **Βρετανών**. Το 2000 πραγματοποίησαν το 50% από τις συνολικές διανυκτερεύσεις εκείνης της χρονιάς στην Κάλυμνο, για να πέσει το μερίδιό τους στο 7% το 2007. Σε μόλις τρία χρόνια κατακρημνίστηκε επίσης το υψηλό μερίδιο των **Γερμανών** το 1996, το οποίο έκτοτε ανέκαμψε σε μικρό βαθμό.

Σχήμα 1.1.2-3: Μερίδιο Ελλήνων και ξένων τουριστών στις συνολικές διανυκτερεύσεις της Καλύμνου (υπολογισμός βάσει στοιχείων της ΕΣΥΕ)



1.1.3 Μέση παραμονή τουριστών στην Κάλυμνο

Από τα στοιχεία της ΕΣΥΕ προκύπτει η μέση διάρκεια παραμονής των τουριστών που επισκέπτονται την Κάλυμνο, μετρούμενη σε διανυκτερεύσεις που αντιστοιχούν σε κάθε ξενοδοχειακό πελάτη. Αυτή υπήρξε σταθερά πτωτική μετά το 2000, όταν σημειώθηκε η υψηλότερη επίδοση με 6,5 διανυκτερεύσεις ανά τουρίστα, για να φτάσει το 2007 σε μόλις 3,5 διανυκτερεύσεις και να ανακάμψει λίγο το 2008 με 3,8 διανυκτερεύσεις (βλ. Σχήμα 1.1.3-1).

Η μεγάλη αυτή πτώση στη συνολική μέση παραμονή οφείλεται σε δύο παράγοντες:

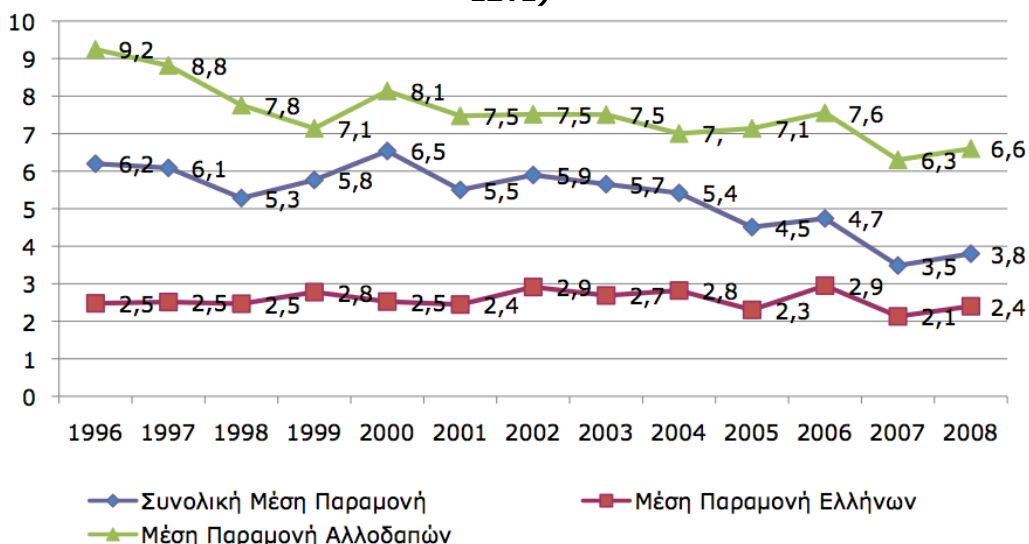
- Αφενός οφείλεται στην **αύξηση του μεριδίου των Ελλήνων τουριστών**, οι οποίοι έχουν μέση παραμονή κατά πολύ μικρότερη των αλλοδαπών. Η παραμονή των Ελλήνων στην Κάλυμνο κυμαίνεται παραδοσιακά μεταξύ 2 και 3 διανυκτερεύσεων, γεγονός που δείχνει ότι δεν επισκέπτονται το νησί για να πραγματοποιήσουν τις κύριες διακοπές τους. Αντιθέτως, πρόκειται κυρίως για άτομα που έρχονται στην Κάλυμνο για επαγγελματικούς ή προσωπικούς λόγους ή για ένα ολιγοήμερο ταξίδι αναψυχής.
- Αφετέρου σχετίζεται με τη σταθερή πτώση της διάρκειας στα ταξίδια διακοπών που πραγματοποιούν οι Ευρωπαίοι τουρίστες. Αυτή η πτώση δεν αφορά μόνο την Κάλυμνο· παρατηρείται συνολικά σε όλους τους μεσογειακούς προορισμούς και αντανakλά την **τάση για συντομότερες κύριες διακοπές** σε συνδυασμό με την πραγματοποίηση περισσότερων ολιγοήμερων αποδράσεων (short breaks). Σε μία δωδεκαετία υποχώρησε η μέση διάρκεια παραμονής των ξένων επισκεπτών της Καλύμνου από τις 9,2 στις 6,6 διανυκτερεύσεις.

Πολλές από τις εθνικότητες που αποτέλεσαν παραδοσιακά σημαντική πηγή τουριστών για την Κάλυμνο επέτυχαν την υψηλότερη μέση παραμονή τους τη δεκαετία του 1990, όπως στην περίπτωση των Βρετανών, των Γερμανών, των Ολλανδών, των Αυστριακών και των Ελβετών. Όπως φαίνεται στον Πίνακα 1.1.3-1, συνολικά κατά την εξεταζόμενη περίοδο είχαν τη μεγαλύτερη μέση παραμονή οι εξής εθνικότητες (μέσος όρος δωδεκαετίας):

- Γερμανοί (8,9 διανυκτερεύσεις)
- Βρετανοί (8,7 διανυκτερεύσεις)
- Αυστριακοί (8,6 διανυκτερεύσεις)
- Τσέχοι (8,4 διανυκτερεύσεις)
- Νορβηγοί (8,1 διανυκτερεύσεις)
- Δανοί (7 διανυκτερεύσεις)
- Ελβετοί (7 διανυκτερεύσεις)
- Σουηδοί (7 διανυκτερεύσεις)

Μεταξύ των ξένων επισκεπτών έχουν συγκριτικά μικρή μέση παραμονή όσοι προέρχονται από άλλες ηπείρους (ιδίως Αυστραλοί, Καναδοί, Αμερικανοί), οι Κύπριοι και οι Τούρκοι.

Σχήμα 1.1.3-1: Μέση παραμονή Ελλήνων και ξένων τουριστών στα ξενοδοχεία της Καλύμνου – μετρούμενη σε διανυκτερεύσεις – για την περίοδο 1996-2008 (υπολογισμός βάσει στοιχείων της ΕΣΥΕ)



Πίνακας 1.1.3-1: Μέση παραμονή ανά εθνικότητα τουριστών στα ξενοδοχεία της Καλύμνου – μετρούμενη σε διανυκτερεύσεις – για την περίοδο 1996-2008 (υπολογισμός βάσει στοιχείων της ΕΣΥΕ)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Σταθμισμ
Σύνολο τουριστών	6,2	6,1	5,3	5,8	6,5	5,5	5,9	5,7	5,4	4,5	4,7	3,5	3,8	

Ελλάδα	2,5	2,5	2,5	2,8	2,5	2,4	2,9	2,7	2,8	2,3	2,9	2,1	2,4
Αλλοδαποί	9,2	8,8	7,8	7,1	8,1	7,5	7,5	7,5	7,0	7,1	7,6	6,3	6,6
Βρετανοί	9,8	10,0	9,0	7,7	9,0	7,3	8,8	8,9	8,2	8,9	10,2	6,5	8,0
Αυστριακοί	10,4	12,1	9,8	7,5	7,9	9,6	7,5	8,1	9,9	7,6	9,0	7,8	8,8
Γάλλοι	5,2	3,9	4,4	5,0	6,5	5,3	5,7	5,2	4,9	6,7	5,9	7,0	5,5
Γερμανοί	11,8	11,2	7,4	8,7	10,1	5,2	6,3	6,9	6,6	6,6	3,0	6,2	5,6
Δανοί	6,5	7,3	7,5	6,7	6,7	7,3	7,0	7,0	6,5	7,1	7,3	6,8	8,3
Ελβετοί	4,4	9,6	6,2	8,9	6,1	5,7	7,6	6,9	8,5	6,6	7,2	5,7	6,4
Ιταλοί	7,3	6,4	5,9	6,2	6,7	6,9	5,7	6,5	4,7	6,5	6,1	5,5	5,2
Ολλανδοί	8,5	8,8	6,4	6,2	6,4	7,5	6,4	6,1	6,9	7,1	6,4	4,5	5,3
Σουηδοί	7,6	7,0	6,3	6,6	7,9	7,7	6,9	7,2	6,2	8,9	4,5	2,9	9,2
Φινλανδοί	5,1	4,7	3,9	7,3	5,3	6,5	6,8	6,0	6,9	3,5	7,6	7,0	6,1
Νορβηγία	8,9	9,5	7,6	7,4	7,9	8,5	8,3	7,7	7,4	7,0	7,4	9,4	8,6
Τσεχία	6,5	7,8	8,2	7,4	10,1	7,4	8,8	8,1	21,6	6,0	9,8	6,8	9,9
Αμερικανοί	5,7	2,7	4,1	6,8	6,4	4,1	4,8	6,9	5,4	3,2	6,9	4,3	3,6

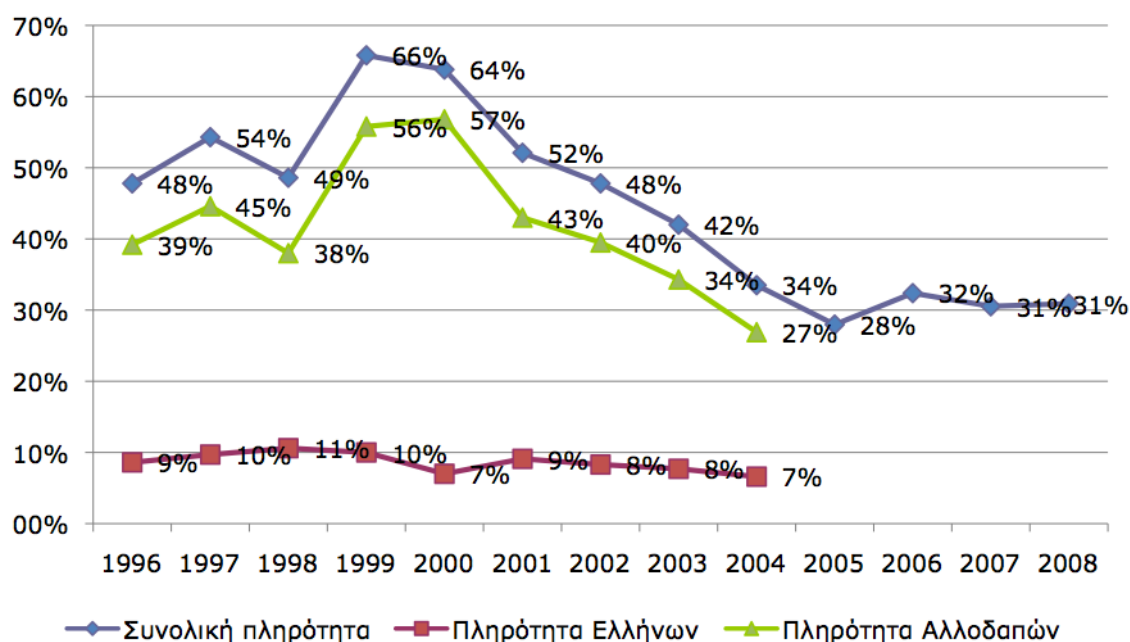
Σημείωση: Με κόκκινο χρώμα σημειώνεται η υψηλότερη μέση παραμονή που επέτυχε η εκάστοτε εθνικότητα.

1.1.4 Πληρότητα Ξενοδοχείων στην Κάλυμνο

Σύμφωνα με την ΕΣΥΕ, την υψηλότερη πληρότητα επέτυχαν τα ξενοδοχεία της Καλύμνου το 1999 με 66% (βλ. Σχήμα 1.1.4-1). Την επόμενη εξαετία κατακρημνίστηκε η πληρότητα, για να πέσει σε μόλις 28% το 2005 και να κυμαίνεται έκτοτε γύρω στο 30%. Η υποχώρηση στην πληρότητα οφείλεται κυρίως στη μεγάλη μείωση μεταξύ των ξένων επισκεπτών του νησιού.

Είναι αξιοσημείωτο ότι ακόμη και τους μήνες αιχμής δεν γεμίζουν τα ξενοδοχεία της Καλύμνου, όπως προκύπτει από τα δεδομένα του Πίνακα 1.1.4-1. Η πληρότητα ανήλθε τον Αύγουστο του 2008 μόλις στο 52,4%, γεγονός που διαφοροποιεί την Κάλυμνο από τα άλλα ελληνικά νησιά. Αξίζει επίσης να επισημανθεί ότι τα έτη 2001, 2003 και 2004 υπήρχε περισσότερη κίνηση στα ξενοδοχεία της Καλύμνου τους μήνες Ιούνιο ή Ιούλιο παρά το μήνα Αύγουστο.

Σχήμα 1.1.4-1: Πληρότητα των Ξενοδοχείων της Καλύμνου για την περίοδο 1996-2008 (στοιχεία ΕΣΥΕ)



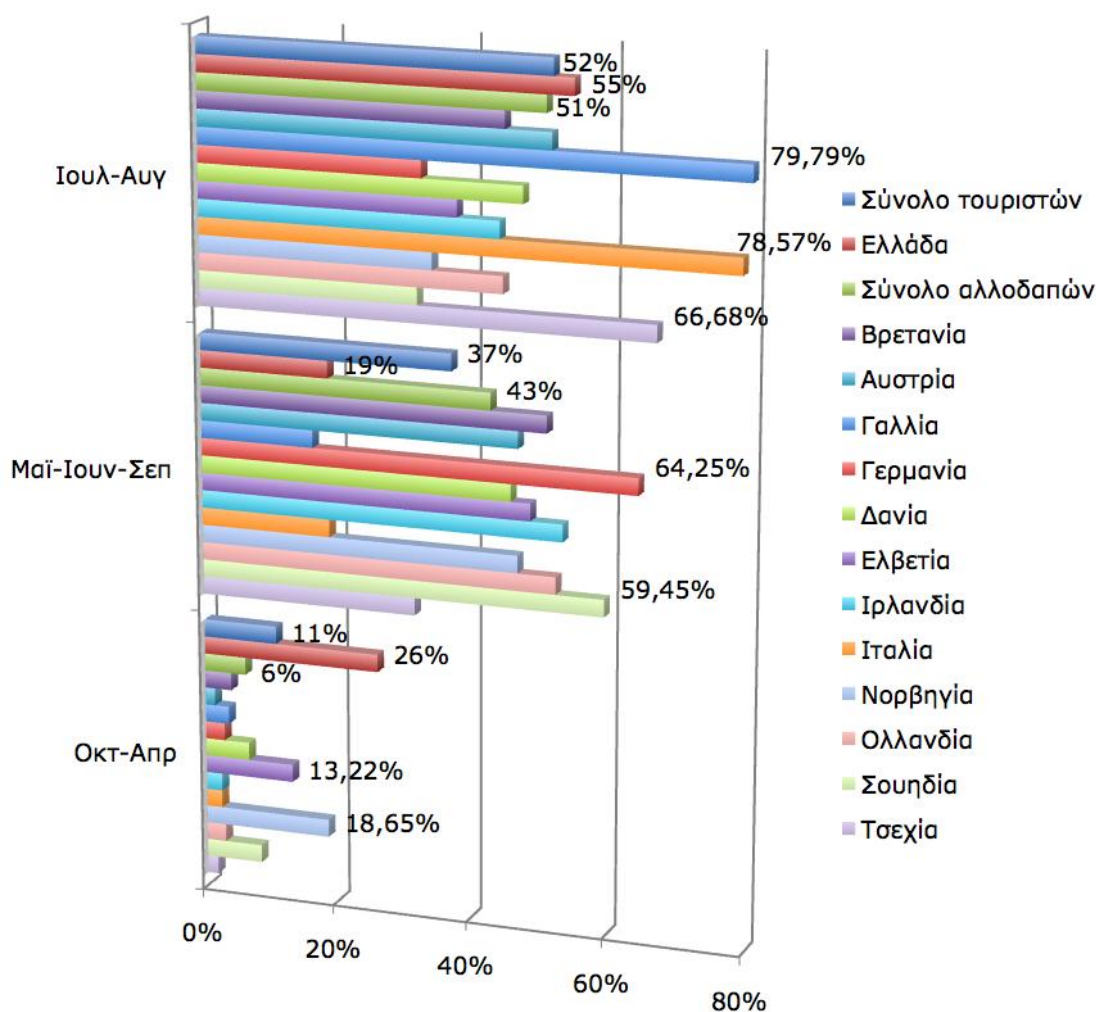
Πίνακας 1.1.4-1: Μήνας με την υψηλότερη πληρότητα στα ξενοδοχεία της Καλύμνου για την περίοδο 1998-2008 (στοιχεία ΕΣΥΕ)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Μέγιστη μηνιαία πληρότητα	67,7%	79,6%	88,8%	69,7%	65,8%	62,3%	54,0%	38,3%	53,7%	53,4%	52,4%
Μήνας με υψηλότερη πληρότητα	Αυγ	Αυγ	Αυγ	Ιουν	Αυγ	Ιουλ	Ιουλ	Αυγ	Αυγ	Αυγ	Αυγ

1.1.5 Εποχικότητα

Περίπου οι μισές διανυκτερεύσεις όλου του έτους (52%) πραγματοποιούνται στα ξενοδοχεία της Καλύμνου το δίμηνο Ιουλίου-Αυγούστου. Αυτή η υψηλή εποχικότητα χαρακτηρίζει συνολικά τα ελληνικά νησιά και είναι σε αρκετές περιπτώσεις ακόμα πιο έντονη απ' ό,τι στην Κάλυμνο. Η εποχικότητα των Ελλήνων είναι ελαφρώς πιο έντονη από αυτήν των ξένων επισκεπτών της Καλύμνου, με το 55% των διανυκτερεύσεων από πλευράς Ελλήνων έναντι 51% των διανυκτερεύσεων από πλευράς των αλλοδαπών να πραγματοποιούνται το θερινό δίμηνο (βλ. Σχήμα 1.1.5-1). Ιδιαίτερα έντονη είναι η εποχικότητα των Γάλλων και Ιταλών επισκεπτών, των οποίων οι διανυκτερεύσεις συγκεντρώνονται σχεδόν σε ποσοστό 80% την περίοδο Ιουλίου-Αυγούστου, ακολουθούμενοι από τους Τσέχους που πραγματοποιούν τα δύο τρίτα όλων των διανυκτερεύσεων του έτους στο εν λόγω δίμηνο.

Σχήμα 1.1.5-1: Μέση εποχιακή κατανομή διανυκτερεύσεων για επιλεγμένες εθνικότητες στα ξενοδοχεία της Καλύμνου κατά την περίοδο 1997-2007 (υπολογισμός βάσει στοιχείων της ΕΣΥΕ)

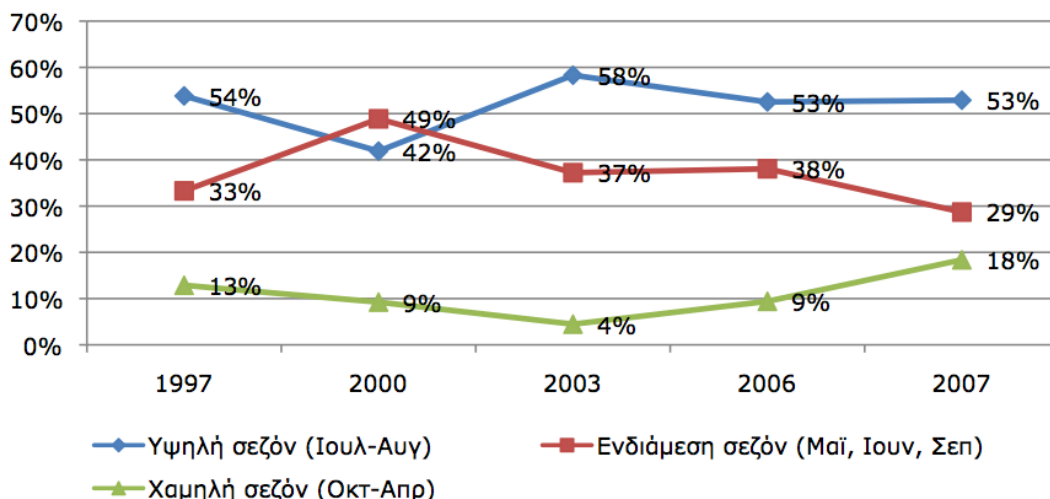


Οι Γερμανοί και οι Σουηδοί έχουν την υψηλότερη αναλογία διανυκτερεύσεων τους πλάγιους μήνες (Μάιος, Ιούνιος, Σεπτέμβριος) με ποσοστό περί το 60%, ενώ οι Νορβηγοί και οι Ελβετοί έχουν μια αξιοπρόσεκτη παρουσία κατά τη χαμηλή περίοδο. «Πρωταθλητές χειμώνα» είναι ωστόσο οι Έλληνες, με το ένα τέταρτο όλων των διανυκτερεύσεών τους να καταγράφονται την περίοδο Οκτωβρίου-

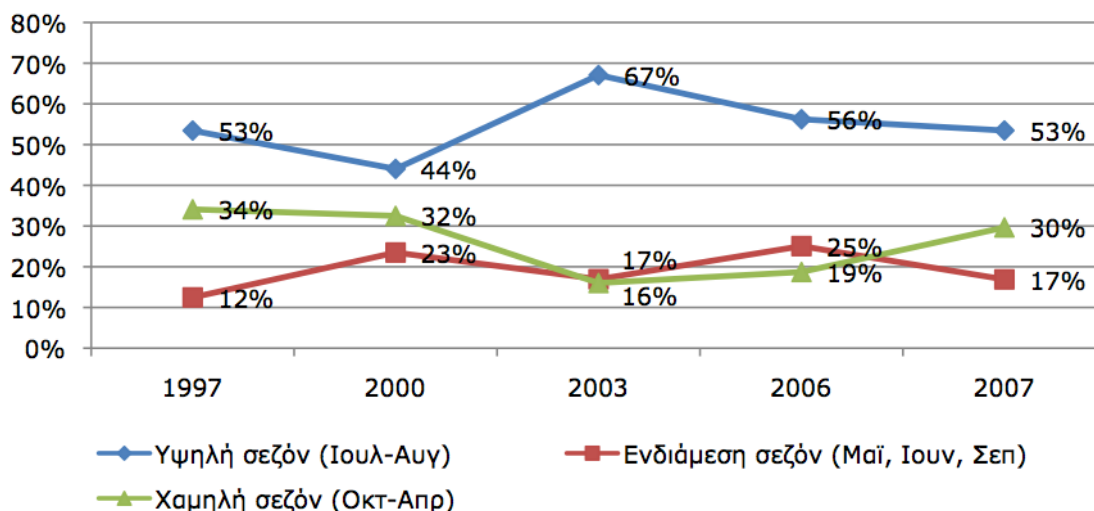
Απριλίου. Αυτό – σε συνδυασμό με τη μικρή μέση παραμονή τους στο νησί – δείχνει ότι οι Έλληνες επισκέπτες της Καλύμνου ταξιδεύουν σε μεγάλο βαθμό για επαγγελματικούς ή προσωπικούς λόγους και όχι για διακοπές.

Η διαχρονική εξέταση της εποχικότητας δείχνει ότι η υψηλή σεζόν Ιουλίου-Αυγούστου έχει τα τελευταία χρόνια ένα μερίδιο ελαφρά άνω του 50% επί του συνόλου των ετήσιων διανυκτερεύσεων (βλ. Σχήμα 1.1.5-2). Σημαντική κάμψη υπάρχει στις διανυκτερεύσεις της ενδιάμεσης περιόδου (το μερίδιό της υποχώρησε το 2007 στο 29%), ενώ τη χαμηλή περίοδο πραγματοποιούνται τα τελευταία χρόνια ολοένα και περισσότερες διανυκτερεύσεις (18% όλων των διανυκτερεύσεων του έτους για το 2007). Το αυξανόμενο μερίδιο της χαμηλής σεζόν οφείλεται τόσο στους ξένους επισκέπτες (βλ. Σχήμα 1.1.5-4) όσο κυρίως στους Έλληνες, στους οποίους το 2007 αναλογούσαν σχεδόν διπλάσιες διανυκτερεύσεις τη χαμηλή απ' ό,τι την ενδιάμεση σεζόν (βλ. Σχήμα 1.1.5-3).

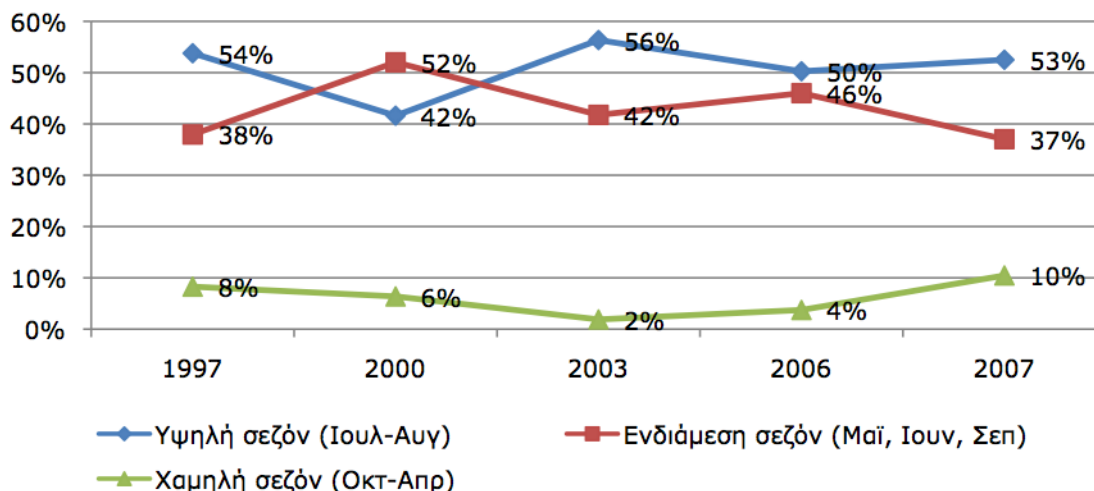
Σχήμα 1.1.5-2: Εποχιακή κατανομή διανυκτερεύσεων του συνόλου των τουριστών στα ξενοδοχεία της Καλύμνου για επιλεγμένα έτη (υπολογισμός βάσει στοιχείων της ΕΣΥΕ)



Σχήμα 1.1.5-3: Εποχιακή κατανομή διανυκτερεύσεων των Ελλήνων τουριστών στα ξενοδοχεία της Καλύμνου για επιλεγμένα έτη (υπολογισμός βάσει στοιχείων της ΕΣΥΕ)



Σχήμα 1.1.5-4: Εποχιακή κατανομή διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών τουριστών στα ξενοδοχεία της Καλύμνου για επιλεγμένα έτη (υπολογισμός βάσει στοιχείων της ΕΣΥΕ)



1.1.6 Συμπεράσματα από την επεξεργασία των στατιστικών στοιχείων της ΕΣΥΕ

Τα ξενοδοχεία της Καλύμνου αντιμετώπισαν μια μεγάλη πτώση στην **πληρότητα** των κλινών τους που ξεκίνησε το 1999, όταν η πληρότητα ανήλθε στο 66%. Πλέον η πληρότητα έχει σταθεροποιηθεί σε πολύ χαμηλά επίπεδα (της τάξης του 30%).

Αυτή η πτώση οφείλεται στη **μεγάλη υποχώρηση του τουριστικού ρεύματος από το εξωτερικό**. Το 2008 πραγματοποιήθηκε μόλις το ένα τρίτο των διανυκτερεύσεων που έκαναν το 2000 οι ξένοι τουρίστες στην Κάλυμνο. Η αύξηση των Ελλήνων επισκεπτών εν μέρει αναπλήρωσε και σταθεροποίησε τα τελευταία χρόνια τις διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα του νησιού.

Το πρόβλημα του καλύμνικου τουρισμού δεν είναι η υψηλή **εποχικότητα** όπως συμβαίνει σε άλλους ελληνικούς προορισμούς. Σαφώς και υπάρχει έντονη εποχικότητα (με το 53% των συνολικών διανυκτερεύσεων να πραγματοποιούνται το δίμηνο Ιουλίου-Αυγούστου το 2007). Ωστόσο, είναι τόσο χαμηλή η πληρότητα ακόμη και την περίοδο αιχμής (52,4% τον Αύγουστο του 2008), ώστε να είναι αναγκαία η προσέλκυση τουριστών ανεξαρτήτως της εποχής του έτους.

Σε αντίθεση με ό,τι συμβαίνει στα περισσότερα ελληνικά νησιά, η Κάλυμνος **δεν εξαρτάται από κάποια συγκεκριμένη χώρα του εξωτερικού** για την εξασφάλιση υψηλού μεριδίου των τουριστών της. Η μεγαλύτερη εθνικότητα ξένων τουριστών στην Κάλυμνο για το 2008 ήταν οι Ολλανδοί με μερίδιο μόλις 9,2% στις συνολικές διανυκτερεύσεις, ενώ άλλες αγορές που στο παρελθόν είχαν μερίδιο στις διανυκτερεύσεις της Καλύμνου σε ποσοστό άνω του 10% (Γερμανία, Δανία, Σουηδία, Νορβηγία) πλέον εισφέρουν πολύ μικρότερο ποσοστό. Ακόμη και η βρετανική αγορά που το 2000 εισέφερε το 50% όλων των διανυκτερεύσεων στην Κάλυμνο, πλέον περιορίζεται σε μερίδιο 8,4% για το 2008.

Αυτές οι μεγάλες αυξομειώσεις στον αριθμό των τουριστών από τις ευρωπαϊκές χώρες προς την Κάλυμνο αντανακλούν την επισφαλή θέση της Καλύμνου στα προγράμματα των tour operators. Οι εξελίξεις στο χώρο των tour operators ενδέχεται να κάνουν ακόμη πιο απρόβλεπτη τη ροή τουριστών μέσω αυτών των επιχειρήσεων, ωστόσο οι tour operators ήταν και θα συνεχίσουν να είναι βασικοί διακινητές τουριστών προς την Κάλυμνο.

Η Κάλυμνος δεν επιλέγεται από τους **Έλληνες επισκέπτες** της ως προορισμός για κύριες διακοπές. Αυτό προκύπτει από την εξαιρετικά μικρή μέση παραμονή των Ελλήνων στο νησί, η οποία ανήλθε την τελευταία δωδεκαετία στις 2,5 διανυκτερεύσεις ανά τουρίστα. Η μέση παραμονή των Ελλήνων είναι χαμηλή ακόμη και τη θερινή περίοδο. Π.χ. τον Αύγουστο του 2008 ανήλθε στις 3,6 διανυκτερεύσεις έναντι 6,5 διανυκτερεύσεις για τους ξένους επισκέπτες της Καλύμνου. Γίνεται, συνεπώς, εμφανές ένα **έλλειμμα προβολής της Καλύμνου ως ελκυστικού τόπου παραθερισμού στην ελληνική αγορά**, η οποία αποτελεί την πλέον προσιτή τουριστική αγορά για το νησί.

Οι Ευρωπαίοι που επισκέπτονται την Κάλυμνο έχουν σαφώς μεγαλύτερη **μέση παραμονή** που υπερβαίνει κατά μέσο όρο τις επτά διανυκτερεύσεις. Ωστόσο, με την αύξηση της ελληνικής πελατείας μειώθηκε η μέση παραμονή για το σύνολο των τουριστών της Καλύμνου.

1.2 Έρευνα για τον Κλάδο των Τουριστικών Καταλυμάτων της Καλύμνου

1.2.1 Ταυτότητα της έρευνας

Ερευνητικοί στόχοι

Για την απόκτηση πληρέστερης εικόνας αποφασίστηκε η διενέργεια μιας έρευνας στα τουριστικά καταλύματα της Καλύμνου. Οι στόχοι της έρευνας ήταν, συγκεκριμένα, οι εξής:

- Καταγραφή της σύνθεσης της πελατείας στα τουριστικά καταλύματα της Καλύμνου

- Καταγραφή βασικών δεικτών για τις επιδόσεις των τουριστικών καταλυμάτων της Καλύμνου
- Καταγραφή της εποχικότητας
- Εντοπισμός διαγραφόμενων τάσεων στην τουριστική κίνηση της Καλύμνου
- Καταγραφή προτάσεων από πλευράς επιχειρηματιών σε σχέση με την τουριστική προβολή της Καλύμνου

Ερευνητική μεθοδολογία

Για την υλοποίηση αυτών των ερευνητικών στόχων σχεδιάστηκε πρωτογενής ποσοτική έρευνα με την αποστολή ερωτηματολογίου – μέσω e-mail και φαξ – στα μέλη της Ένωσης Ξενοδόχων Καλύμνου.

Ερευνητικό εργαλείο

Εκπονήθηκε ένα δομημένο ερωτηματολόγιο 14 ερωτήσεων που περιέχει 12 κλειστές και δύο ανοικτές ερωτήσεις.

Δειγματοληπτικό πλαίσιο

Επελέγη η απογραφική προσέγγιση με την αποστολή του ερωτηματολογίου σε όλα τα μέλη της Ένωσης Ξενοδόχων Καλύμνου. Από τα 31 μέλη της Ένωσης έλαβαν το ερωτηματολόγιο τα 27. Τα τέσσερα μέλη που δεν διέθεταν ηλεκτρονικό ταχυδρομείο ή φαξ – ή που δεν λειτουργούσε το φαξ – δεν έλαβαν το ερωτηματολόγιο.

Τηλεφωνική επικοινωνία (Follow Up)

Μετά την αποστολή του ερωτηματολογίου με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και φαξ πραγματοποιήθηκε ένας κύκλος τηλεφωνημάτων σε πολλούς εκ των παραληπτών, προκειμένου να εξηγηθεί ο σκοπός της έρευνας και να δοθούν διευκρινίσεις.

Την περίοδο που διεξήχθη η έρευνα (Ιανουάριος-Φεβρουάριος 2009) υπήρχε δυσκολία επικοινωνίας με τους ιδιοκτήτες μερικών εκ των καταλυμάτων που ήταν κλειστά. Ωστόσο, η μεγάλη πλειοψηφία των ιδιοκτητών έλαβε το ερωτηματολόγιο.

Ανταπόκριση στην έρευνα

Στην έρευνα έλαβαν μέρος συνολικά 11 επιχειρήσεις συμπληρώνοντας το ερωτηματολόγιο που τους εστάλη. Το ποσοστό ανταπόκρισης ήταν ιδιαίτερα ικανοποιητικό, αφού ανήλθε στο 41% (11 στις 27 επιχειρήσεις).

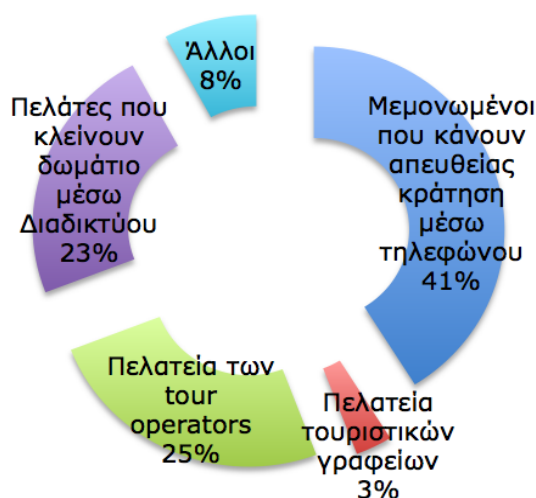
1.2.2 Ευρήματα της έρευνας

[αποσπάσματα]

Σύνθεση πελατείας

Οι απαντήσεις που δόθηκαν στο ερώτημα «Ποιο ποσοστό των συνολικών διανυκτερεύσεων που πραγματοποιήθηκαν το 2008 στο κατάλυμά σας αντιστοιχεί στις ακόλουθες κατηγορίες πελατών;» απεικονίζονται στα σχήματα 1.2.2-2 και 1.2.2-3. **Με βάση τις κρατήσεις** προκύπτει ότι τα δύο τρίτα της πελατείας στα καλύμνικα ξενοδοχεία είναι μεμονωμένοι ταξιδιώτες που κάνουν τις κρατήσεις τους είτε τηλεφωνικώς (αντιστοιχούν στο 41% των συνολικών διανυκτερεύσεων) είτε μέσω διαδικτύου (23%). Οι κρατήσεις μέσω τουριστικών γραφείων αντιστοιχούν μόλις στο 3% των συνολικών διανυκτερεύσεων, ενώ η συμμετοχή των διανυκτερεύσεων που προέρχονται από τους tour operators αναλογεί στο 25%.

Σχήμα 1.2.2-2: Ποσοστό των συνολικών διανυκτερεύσεων που αντιστοιχεί σε διαφορετικές κατηγορίες πελατών βάσει προέλευσης των κρατήσεων για το 2008



Όπως προκύπτει από τις απαντήσεις 10 καταλυμάτων, οι **αναρριχητές** αποτελούν κατά μέσο όρο το 20% τις πελατείας τους. Αυτό το ποσοστό φτάνει σε μερικές περιπτώσεις μέχρι και το 80%.

Έσοδα Ξενοδοχείων

Χαμηλές είναι οι χρεώσεις των ξενοδοχείων του δείγματος, αφού η μέση χρέωση για δίκλινο δωμάτιο στην Κάλυμνο ανήλθε το 2008 στα 37,23 Ευρώ (σύμφωνα με τις απαντήσεις έντεκα ξενοδοχείων). Η υψηλότερη μέση χρέωση που αναφέρθηκε είναι τα 55 Ευρώ.

Τα έσοδα των ξενοδοχείων του δείγματος αυξήθηκαν κατά μέσο όρο κατά 4,6% την τελευταία τριετία, δηλ. σε ποσοστό χαμηλότερο του πληθωρισμού. Όπως προκύπτει από τις απαντήσεις συνολικά δέκα ξενοδοχείων, δύο επιχειρήσεις είδαν τα έσοδα τους να μειώνονται μέχρι και κατά 30%, τρεις επιχειρήσεις αναφέρουν ότι τα έσοδά τους παρέμειναν σταθερά, ενώ πέντε ξενοδοχεία δηλώνουν αυξητική πορεία των εσόδων τους (με αύξηση έως 30%).

Τα ξενοδοχεία του δείγματος εμφανίζονται ιδιαίτερα απαισιόδοξα, αφού εννιά στα έντεκα αναμένουν μείωση των εσόδων τους την προσεχή διετία.

1.2.3 Προτάσεις των Ξενοδόχων για το μάρκετινγκ της Καλύμνου

Από τους ξενοδόχους που έλαβαν μέρος στην έρευνα ζητήθηκαν επίσης προτάσεις και γνώμες σε σχέση με δύο πτυχές του μάρκετινγκ.

Στο ερώτημα «Σε ποιες τουριστικές αγορές θα πρέπει κατά την εκτίμησή σας να στοχεύσει η Κάλυμνος;» υπήρξαν οι εξής απαντήσεις από συνολικά έντεκα ξενοδόχους:

- Ως προς τις **χώρες προέλευσης των τουριστών**, προτείνεται η στόχευση κυρίως στις παραδοσιακές αγορές της Δυτικής Ευρώπης (Βρετανία, Γερμανία, Ιταλία, Ολλανδία, Αυστρία, Ελβετία, Γαλλία, Σκανδιναβία) καθώς και σε ανατολικοευρωπαϊκές χώρες με παράδοση στις αθλητικές και υπαίθριες δραστηριότητες (π.χ. Τσεχία, Πολωνία, Ουγγαρία). Ως νέα αγορά προτείνεται κυρίως η Ρωσία και δευτερευόντως η Κίνα. Επίσης τονίζεται από πολλούς η σημασία της ελληνικής αγοράς (με ειδικότερη αναφορά στη Βόρεια Ελλάδα).
- Ως προς τις **επιμέρους μορφές τουρισμού**, υποστηρίζεται από αρκετούς ξενοδόχους η άποψη ότι θα πρέπει να επιδιωχθεί η ανάπτυξη εξίσου του μαζικού τουρισμού και των ειδικών μορφών τουρισμού (ιδίως του αναρριχητικού τουρισμού καθώς επίσης του θρησκευτικού και του καταδυτικού). Ο μεν μαζικός τουρισμός προορίζεται να καλύψει τη θερινή περίοδο, οι δε ειδικές μορφές θα εξασφαλίσουν τουριστική κίνηση καθόλη τη διάρκεια του έτους.

Μερικές χαρακτηριστικές απόψεις ξενοδόχων:

Αξιοποίηση εγχώριων συλλόγων, συνδέσμων, σωματείων εργαζομένων κλπ.

Ανάπτυξη εσωτερικού τουρισμού προβάλλοντας τις ιδιαιτερότητές μας. Εκτός από τις φυσικές ομορφιές μας και τις αθλητικές δραστηριότητες που συνδέονται με αυτές (αναρρίχηση, περιπάτοι, καταδύσεις, αλιευτικός τουρισμός κλπ.) πρέπει να βάλουμε στον τουριστικό χάρτη και τα μνημεία και μουσεία μας, τις εκκλησίες και τα μοναστήρια μας, την παράδοση και γαστρονομία μας κ.ά.

Θα πρέπει να στραφούμε σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού (θρησκευτικός-αθλητικός) καθώς η Κάλυμνος διαθέτει ανεκμετάλλετες φυσικές-παρθενικές ομορφιές και κατά συνέπεια σε αγορές που η φιλοσοφία τους είναι θεμελιωμένη με αυτόν τον τρόπο ζωής (Γερμανοί, Αυστριακοί, Ιταλοί).

Στόχευση στις αγορές που ήδη γνωρίζουν την Κάλυμνο για να σταθεροποιηθεί τουλάχιστον η παρουσία τους.

Στόχευση στις αγορές όπου α) οι tour operators ή/και αεροπορικές εταιρείες τους συμπεριλαμβάνουν στο πρόγραμμά τους την Κω, β) δεν προσβλέπουν σε διακοπές πολυτελείας ή all-inclusive αλλά μάλλον προτιμούν ένα μικρό ελληνικό νησί, γ) έχουν πολλούς αναρριχητές και αυτοδύτες, δ) παρουσιάζουν κινητικότητα στους μήνες της χαμηλής περιόδου (Μάιο, Ιούνιο, Σεπτέμβριο, Οκτώβριο).

Στόχευση σε οργανωμένα τουριστικά γραφεία σε Ευρώπη και Ελλάδα, στα οποία θα προσφέρει ο Δήμος προμήθεια ανά άτομο-επισκέπτη.

Στην τελευταία ερώτηση του ερωτηματολογίου ζητήθηκαν οι σκέψεις και προτάσεις των ξενοδόχων ως προς την τουριστική προβολή και ανάπτυξη της Καλύμνου. Τα συνολικά έντεκα σχόλια περιστράφησαν γύρω από τα εξής θέματα:

- Προτάσεις ως προς τις ενέργειες Μάρκετινγκ της Καλύμνου καθώς και τον τρόπο οργάνωσης και υλοποίησής τους
- Προβλήματα στην ποιότητα ζωής που επηρεάζουν και τον τουρισμό (καθαριότητα, ηχορρύπανση, κυκλοφοριακό, συγκοινωνίες)
- Προβλήματα στη συγκοινωνιακή σύνδεση της Καλύμνου με την υπόλοιπη χώρα
- Πραγματοποιούμενες εκδηλώσεις στην Κάλυμνο

Στη συνέχεια παρατίθενται αυτούσια μερικά από τα σχόλια των ξενοδόχων.

Επιδοτούμενη σύνδεση της νήσου με τα υπόλοιπα νησιά και την κεντρική και βόρεια Ελλάδα.

1) Καμπάνια προς tour operators να περιλάβουν την Κάλυμνο στο πρόγραμμά τους, με στόχο οι παλιοί να επανέλθουν και να προσελκυσθούν οι νέοι. 2) Να γίνει και να εφαρμοστεί ένα σοβαρό πρόγραμμα συντήρησης, ανάπτυξης, διασποράς και προβολής των αναρριχητικών πεδίων και διαδρομών. 3) Να δημιουργηθεί ένα πλήρως πληροφοριακό website για την αναρρίχηση, τις καταδύσεις και όλο το άλλο τουριστικό προϊόν της Καλύμνου. 4) Να δημιουργηθεί το απαραίτητο πληροφοριακό και προωθητικό υλικό (οδηγοί, μπροσούρες, φυλλάδια κλπ.). 5) Να γίνουν διαφημιστικές καμπάνιες και πρόγραμμα συμμετοχής σε εκθέσεις ή άλλου είδους παρουσιάσεις στις αγορές που μας ενδιαφέρουν. 6) Να επανασχεδιαστούν και να θεσμοθετηθούν τα φεστιβάλ (αναρριχητικό, καταδυτικό που σταμάτησε, Αγώνες σκανταλόπετρας που δε θα τους ξανακάνουμε). 7). Να εφαρμοστεί η μελέτη που θα συντάξετε.

1) Συμμετοχή σε εκθέσεις του εξωτερικού με συγκεκριμένο υπεύθυνο ανεξάρτητο από το Δήμο ή τους ξενοδόχους έτσι ώστε να υπάρχει εμπιστοσύνη (όπως η Κως). 2) Προσπάθεια διατήρησης ενιαίας οικονομικής πολιτικής στα ξενοδοχεία, έτσι ώστε να μην πλήττεται η ποιότητα λόγω των πολύ χαμηλών τιμών (μεγάλος ανταγωνισμός). 3) Δημιουργία τμήματος στο Δήμο για τον τουρισμό τον οποίο όμως να είναι ανεξάρτητο από το Δήμο και τους Δημοτικούς Συμβούλους με υπεύθυνο κάποιον σχετικό με το θέμα και όχι κάθε φορά άσχετους δημοτικούς συμβούλους. 4) Προώθηση πιο εντατικά της Καλύμνου σε έντυπα, ραδιόφωνο, τηλεόραση σαν εναλλακτικό προορισμό. 5) Μεγάλη έμφαση στην καθαριότητα από το Δήμο, η έλλειψη της οποίας είναι ένα από τα βασικότερα προβλήματα της Καλύμνου και οι τουρίστες το παρατηρούν.

Προβολή του νησιού με κάθε μορφή τύπου (ηλεκτρονική, μέσω περιοδικών, βίντεο, μέσω γραπτού λόγου) και αξιοποίηση έργων υποδομής με σκοπό τη διευκόλυνση των κατοίκων αλλά και των επισκεπτών μας.

α) καθημερινά ακτοπλοϊκά δρομολόγια Πειραιά-Κάλυμνο-Ρόδο, β) ακτοπλοϊκή σύνδεση με βόρεια Ελλάδα δύο φορές την εβδομάδα, γ) πύκνωση των δρομολογίων των λεωφορείων (ανά μισή ώρα) από Πόθια προς Εμποριό από 01/05 έως 15/11 δ) καθαριότητα δρόμων και παρόδων καθώς και των παραλιών ε) αποτελεσματική καταπολέμηση της ηχορρύπανσης (μουσική, μοτοσυκλέτες κλπ) στ) συχνές, επιμελημένες και προγραμματισμένες πολιτιστικές εκδηλώσεις καθαρά τοπικού χαρακτήρα (καλύμνικος γάμος, βραδιές κτλ.) και μείωση των εισαγόμενων εμπορικού χαρακτήρα, χωρίς τουριστικό ενδιαφέρον και πολυδάπανων υπαίθριων συναυλιών ζ) περισσότερος επαγγελματισμός και μηδενικός ερασιτεχνισμός των ξενοδόχων, εστιατόρων κλπ. η) διατήρηση των τιμών των ξενοδοχείων, εστιατορίων κλπ. σε ανεκτά αλλά αξιοπρεπή επίπεδα θ) δωρεάν ολοήμερες εκδρομές τουριστών από την Κω με ξενάγηση σε όλη την Κάλυμνο, πρόχειρο φαγητό και προσφορά δώρων παραγωγής μας, διανομή καλαισθητών διαφημιστικών εντύπων κλπ. ι) λιγότερη εκμετάλλευση των χώρων των παραλιών με την παραχώρηση μεγαλύτερων χώρων για τους λουόμενους, λιγότερες ομπρέλες και κατά συνέπεια μείωση του ενοικίου παραχώρησής τους από το Δήμο ια) παροχή ανέσεων και διευκολύνσεων στους αναρριχητές, όπως χημικές τουαλέτες στα πεδία αναρρίχησης, ειδικά και πυκνά δρομολόγια από Ελιές

α) συμμετοχή σε εκθέσεις, β) καλύτερη προβολή της Καλύμνου στο site του Δήμου, γ) διαφήμιση της Καλύμνου σε περιοδικά και εφημερίδες, δ) καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών στις νυκτερινές πτήσεις από Κω ε) πρόβλημα στην Κάλυμνο: δημοτική συγκοινωνία-καθαριότητα-θόρυβος

Περισσότερη προσπάθεια αλλά δυναμική του Δήμου, αλλά και μεγαλύτερη συλλογική προσπάθεια των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων στον τουρισμό.

Πρώτα πρέπει να λυθούν τα πολύ βαριά προβλήματα που αντιμετωπίζει ο τουρισμός στην Κάλυμνο και μετά να την προβάλλουμε, γιατί μόνο ρεζίλι γινόμαστε. Ηχορρύπανση, συγκοινωνία, ακάθαρτες παραλίες-τουαλέτες, άδειασμα βόθρων με βυτία, ακάθαρτοι δρόμοι, αποκομιδή σκουπιδιών και πολλά άλλα!!

Η ελληνική κυβέρνηση όπως αναφέρουν τα δημοσιεύματα θα αυξήσει φέτος τα έξοδα για την προβολή της Ελλάδος και θα πρέπει και ο Δήμος μας να πράξει το ίδιο προκειμένου να πάρει το μερίδιο που μας ανήκει/αξίζει από αυτήν την προσέλευση την τουριστικήν.

1.3 Βασικά Σημεία της Διαβούλευσης με Φορείς, Επιχειρηματίες και Επαγγελματίες της Καλύμνου

Στο πλαίσιο εκπόνησης του παρόντος σχεδίου μάρκετινγκ διενεργήθηκε ένας κύκλος συζητήσεων και συνεντεύξεων με εκπροσώπους της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και συλλογικών φορέων, επιχειρηματίες και επαγγελματίες με αντικείμενο την πορεία και τις προοπτικές του τουρισμού στην Κάλυμνο. Από τις απόψεις που καταγράφησαν στο πλαίσιο αυτής της διαβούλευσης προέκυψαν μια σειρά από συμπεράσματα και προτάσεις που παρατίθενται στη συνέχεια.

- **Συγκοινωνίες:** Ως το οξύτερο πρόβλημα του καλύμνικου τουρισμού αναφέρεται η ακτοπλοϊκή απομόνωση του νησιού και η απουσία διεθνούς αεροδρομίου.
- **Ποιότητα Ζωής:** Υπάρχουν σημαντικά προβλήματα ως προς την ποιότητα ζωής στην Κάλυμνο που επηρεάζουν τόσο τους κατοίκους του νησιού όσο και τους επισκέπτες του. Τα σημαντικότερα εξ αυτών είναι τα εξής:
 - ο Σκουπίδια και καθαριότητα των δημόσιων χώρων και των αναρριχητικών πεδίων
 - ο Ηχορρύπανση
 - ο Διακοπές στην υδροδότηση και ποιότητα ύδατος
 - ο Έλλειψη αποχέτευσης
 - ο Δρόμοι στενοί (δεν χωρούν να περάσουν τα λεωφορεία) και χωρίς φωτισμό
 - ο Μποτιλιάρισμα στο λιμάνι και εν γένει έντονο κυκλοφοριακό τους θερινούς μήνες
 - ο Έλλειψη χώρων στάθμευσης

Γύρω από τα παραπάνω θέματα υπάρχει έντονος προβληματισμός από τους περισσότερους εξ όσων έλαβαν μέρος στον κύκλο συζητήσεων.

- **Οργανωμένος τουρισμός:** Από το έτος 2000 σημειώνεται σταθερή πτώση στις αφίξεις τουριστών που διακινούν οι tour operators, ωστόσο ήταν και θα συνεχίσουν να είναι βασικοί διακινητές τουριστών προς την Κάλυμνο. Υπήρξαν σημαντικές ανακατατάξεις σε αυτόν τον κλάδο με εξαγορές μικρών tour operators και συγχωνεύσεις των μεγάλων εταιριών. Επίσης εντάθηκε ο ανταγωνισμός από νέους προορισμούς εκτός Ευρωζώνης στην περιοχή των Βαλκανίων και της Μεσογείου. Όσοι τουρίστες φτάνουν με νυκτερινή πτήση αναγκαστικά θα διανυκτερεύσουν στην Κω προτού μεταβούν στην Κάλυμνο.
- **Τουριστικά Λεωφορεία:** Ζήτημα προκύπτει από την απαγόρευση κυκλοφορίας μεγάλων πούλμαν των 50 θέσεων. Αυτή η απαγόρευση αποτελεί σημαντικότερο εμπόδιο για τον οργανωμένο τουρισμό.

- **Τιμές:** Οι τουριστικές επιχειρήσεις της Καλύμνου προσφέρουν ελκυστικές τιμές.
- **Ξενοδοχεία:** Έχουν γίνει ανακαινίσεις σε μερικά ξενοδοχεία, αλλά χρειάζεται περαιτέρω βελτίωση της ποιότητας στα καταλύματα της Καλύμνου.
- **Αστυνόμευση:** Αναφέρθηκε ως πρόβλημα η ελλιπής αστυνόμευση του νησιού.
- **«Selling Points» για την προβολή της Καλύμνου:**
 - Νησί ήσυχο, φτηνό και όχι τουριστικό
 - Τόπος με παράδοση
 - Τόπος όπου αναπτύσσονται νέες μορφές τουρισμού
- **Αγορές στις οποίες θα πρέπει να στοχεύσει η Κάλυμνος:**
 - Ρωσία
 - Βόρεια Ελλάδα
 - Σκανδιναβικές χώρες: έχουν φτάσει σε μια οροφή
 - Βρετανία και Γερμανία: έχουν δυναμικό για περαιτέρω αύξηση
- **Σκανταλόπετρα:** Πρέπει να επιδιωχθεί η τεχνική των καταδύσεων με σκανταλόπετρα να ταυτιστεί με την Κάλυμνο π.χ. με τη διοργάνωση ετήσιου αγώνα. Πρόκειται για ένα ισχυρό στοιχείο διαφοροποίησης της Καλύμνου στην αγορά των καταδύσεων.

1.4 Αποτίμηση της Τουριστικής Προσφοράς της Καλύμνου

1.4.1 Ταυτότητα της Καλύμνου, αξιοθέατα και επισκέψιμοι χώροι

Η Κάλυμνος διαφέρει από τα άλλα μεγάλα νησιά της Δωδεκανήσου που χαρακτηρίζονται από τουριστική ανάπτυξη μεγάλης κλίμακας, καθώς πρεσβεύει μια διαφορετική πρόταση διακοπών χωρίς μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες και έντονη νυχτερινή ζωή. Προσφέρει πιο ήρεμους ρυθμούς, έχει έναν περισσότερο οικογενειακό χαρακτήρα, ενώ και οι τιμές στις τοπικές επιχειρήσεις είναι πιο προσιτές για τους τουρίστες απ' ό,τι σε νησιά όπως η Κως και η Ρόδος.

Η Κάλυμνος διαθέτει ενδιαφέροντες οικισμούς και αξιόλογο αριθμό σημαντικών αξιοθεάτων. Όλα τους αντανakλούν τον ιδιαίτερο χαρακτήρα του νησιού και ανασυνθέτουν την πολυτάραχη ιστορική διαδρομή της Καλύμνου. Ωστόσο, κανένα από αυτά δεν είναι ευρύτερα γνωστό εκτός Καλύμνου.

Αντιθέτως, ιδιαίτερα γνωστή είναι η παράδοση της Καλύμνου ως τόπου των σφουγγαράδων. Πρόκειται για μια άυλη παράμετρο που δεν έχει μετουσιωθεί σε ένα πιο χειροπιαστό ελκυστικό θέλγητρο (με εξαίρεση την πολύ καλή αφηγηματική προσέγγιση που ακολουθείται στο Καλύμνικο Σπίτι), ενώ ελάχιστα έχει αξιοποιηθεί σε σχέση με τις καταδύσεις (βλ. λ.χ. την περίπτωση της σκανταλόπετρας).

Όπως όλα τα νησιά έτσι και η Κάλυμνος διαθέτει μια πλούσια λαϊκή παράδοση που εκφράζεται, μεταξύ άλλων, με τη μουσική, το χορό, τις τοπικές γιορτές κ.ά. Η Κάλυμνος έχει επίσης μια ιδιαίτερη γαστρονομική ταυτότητα με πολλές τοπικές συνταγές.

Τα σημαντικότερα αξιοθέατα της Καλύμνου περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, τα εξής:

- Μουσεία και μόνιμες εκθέσεις
 - Αρχαιολογικό Μουσείο Καλύμνου όπου εκτίθεται η «Κυρά της Καλύμνου» και άλλα ευρήματα
 - Το Καλύμνικο Σπίτι
 - Ναυτικό Μουσείο Καλύμνου
 - Λαογραφικό Μουσείο
 - Αρχοντικό Βουβάλη

- Μουσείο Θαλασσίων Ευρημάτων Βαλσαμίδη
- Ιστορικά μνημεία και αρχαιολογικοί χώροι
 - Μεγάλο Κάστρο Χώρας (βυζαντινός οικισμός του 11^{ου} αιώνα με σημαντικά μνημεία του 15^{ου} αιώνα)
 - Κάστρο Χρυσοχειριάς (του 15^{ου} αιώνα)
 - Αρχαιολογικός χώρος Ιερού Δήλιου Απόλλωνα - Χριστός της Ιερουσαλήμ
 - Παλαιοχριστιανικά μνημεία και οικισμός στο Βαθύ
 - Αρχαιολογικός χώρος Δάμου
 - Άλλα κάστρα και οχυρά

1.4.2 Τουριστικές δραστηριότητες και ειδικές μορφές τουρισμού

Ένα στοιχείο που διαφοροποιεί την Κάλυμνο από άλλα νησιά είναι οι δραστηριότητες που προσφέρει στους επισκέπτες της. Πέραν δηλ. των συνηθισμένων δραστηριοτήτων που συνδέονται με τη θάλασσα (μπάνια, θαλάσσια σπορ, ιστιοπλοΐα κοκ.) και τις επισκέψεις σε αξιοθέατα, η Κάλυμνος – μαζί με τα γειτονικά της νησιά της Ψερίμου και της Τελένδου – ενθαρρύνει την πραγματοποίηση ενεργητικών διακοπών. Στη συνέχεια απαριθμούνται ορισμένες τουριστικές δραστηριότητες και σχολιάζεται εν συντομία η ανταγωνιστική θέση της Καλύμνου, ο βαθμός ανάπτυξης και οι προοπτικές καθεμιάς εξ αυτών:

- **Διακοπές ηλίου και θάλασσας:** Η Κάλυμνος όπως και πολλά άλλα ελληνικά νησιά προσφέρει κλασικές παραθαλάσσιες διακοπές χάρη στις παραλίες και τα παραθαλάσσια ξενοδοχεία της. Για αυτήν τη μορφή τουρισμού η Κάλυμνος αποτελεί δευτερεύοντα προορισμό από πλευράς των μεγάλων tour operators, των οποίων η προτεραιότητα βρίσκεται σε νησιά με διεθνές αεροδρόμιο και μεγάλα οργανωμένα ξενοδοχειακά συγκροτήματα. Είναι χαρακτηριστικό ότι το μέσο μέγεθος των ξενοδοχείων στη μεν Κω είναι 152 κλίνες, στη δε Κάλυμνο είναι 42 κλίνες, ενώ το 57% των ξενοδοχειακών κλινών της Κω λειτουργεί σε ξενοδοχεία πέντε και τεσσάρων αστέρων όταν στην Κάλυμνο υπάρχουν σχεδόν μόνο ξενοδοχεία μεσαίων και μικρών κατηγοριών.
- **Αναρρίχηση:** Το νησί βιώνει εδώ και δεκατρία χρόνια την ταχεία διεθνή καθιέρωσή του ως κορυφαίος προορισμού για αναρριχητικό τουρισμό. Η επιτυχής πορεία οφείλεται στους εξής παράγοντες:
 - εξαιρετικός βράχος
 - πυκνό δίκτυο, ασφάλεια και καλή οργάνωση των αναρριχητικών πεδίων
 - ελκυστικές τιμές
 - κατάλληλο κλίμα
 - η μαγεία του τοπίου και ο χαρακτήρας του νησιού
 - οι προσπάθειες του Δήμου, της τοπικής κοινωνίας και των φίλων της Καλύμνου

Χάρη στον αναρριχητικό τουρισμό παρατάθηκε η διάρκεια της σεζόν και επιτυγχάνονται σημαντικά έσοδα για τις τοπικές τουριστικές επιχειρήσεις.

Το νησί εμφανίζεται να στέκεται καλά στο διεθνή ανταγωνισμό με αποτέλεσμα κανένας ελληνικός, ευρωπαϊκός ή άλλος προορισμός να μη στερεί επισκέπτες-αναρριχητές από την Κάλυμνο, οι οποίοι φτάνουν μέχρι και τα 3.000 άτομα ετησίως. Κύριες **χώρες προέλευσης των αναρριχητών** είναι οι μεγάλες χώρες της Δυτικής Ευρώπης (Γερμανία, Βρετανία, Γαλλία, Ιταλία) καθώς και οι χώρες των Άλπεων (Αυστρία, Ελβετία), ενώ υπάρχει αυξανόμενος αριθμός επισκεπτών και από άλλες χώρες εντός και εκτός Ευρώπης. Οι πλέον δημοφιλείς **προορισμοί των αναρριχητών** είναι περιοχές της Νότιας Γαλλίας, της Ισπανίας και ειδικότερα της Μαγιόρκα, της Σαρδινίας στην Ιταλία καθώς και της Ταϊλάνδης.

Οι μήνες της άνοιξης και του φθινοπώρου αποτελούν την περίοδο αιχμής για την αναρρίχηση, με τον αριθμό αναρριχητών να φτάνει τα 400 άτομα ημερησίως. Μάλιστα, το μήνα Οκτώβριο παρατηρείται κορεσμός στα αναρριχητικά πεδία της Καλύμνου. Απαιτείται να γίνουν προσπάθειες προσέλκυσης αναρριχητών την περίοδο Ιουνίου-Αυγούστου και Νοεμβρίου-Μαρτίου.

Το κόστος των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών είναι ελκυστικό για τους αναρριχητές που επιλέγουν την Κάλυμνο, ωστόσο όπως όλοι οι τουρίστες υφίστανται τη δύσκολη συγκοινωνιακή πρόσβαση στο νησί, ενώ είναι επίσης ελλιπής η πληροφόρηση που θα βρουν στο διαδίκτυο.

Αξίζει να αναφερθεί ότι ο Δήμος Καλύμνου επένδυσε σημαντικά στην ανάπτυξη του αναρριχητικού τουρισμού με τη σήμανση, τη συντήρηση και τη χαρτογράφηση των πολυάριθμων διαδρομών, τη λειτουργία περιπέτρου ενημέρωσης, την έκδοση αναλυτικού οδηγού, τη διοργάνωση του Αναρριχητικού Φεστιβάλ κοκ.

- **Καταδύσεις:** Παρά τη μεγάλη παράδοση της Καλύμνου στις καταδύσεις, ο καταδυτικός τουρισμός κάνει ακόμα τα πρώτα βήματά του. Τα δύο υφιστάμενα καταδυτικά κέντρα αξιοποιούν την ύπαρξη ενός ελκυστικού βυθού – με ενδιαφέροντες γεωλογικούς σχηματισμούς, ναυάγια, πανίδα κοκ. – καθώς και το γεγονός ότι κανένας ελληνικός προορισμός δεν έχει κυριαρχήσει σε αυτήν την αγορά (βεβαίως, οι μεσογειακοί προορισμοί δέχονται ισχυρό ανταγωνισμό από περιοχές της Ερυθράς Θάλασσας και του Ινδικού Ωκεανού που διαθέτουν πολύ πιο εντυπωσιακό βυθό και πανίδα). Η ολοκλήρωση του καταδυτικού πάρκου, η ξεχωριστή ταυτότητα της Καλύμνου ως νησιού των σφουγγαράδων και οι παραδόσεις που σχετίζονται με τη σκανταλόπετρα *εφόσον αξιοποιηθούν* – πράγμα που δεν έχει γίνει έως τώρα – μπορούν όχι μόνο να βάλουν την Κάλυμνο στο χάρτη του διεθνούς καταδυτικού τουρισμού αλλά και να τη διαφοροποιήσουν από οποιονδήποτε άλλο προορισμό.
- **Πεζοπορία:** Παρότι υπάρχει στο νησί ένα δίκτυο με χαρτογραφημένα και σηματοδοτημένα μονοπάτια, εντούτοις δεν αποτελεί καθιερωμένο προορισμό για ταξίδια πεζοπορίας. Αντιθέτως, άλλα ελληνικά νησιά – πρωτίστως η Κρήτη και δευτερευόντως νησιά όπως η Ρόδος, η Κως, η Σάμος και η Νάξος – προσελκύουν αξιόλογο αριθμό οργανωμένων ομάδων πεζοπόρων.
- **Εξερεύνηση σπηλαίων:** Η Κάλυμνος διαθέτει μερικά σημαντικά σπήλαια. Με την καλύτερη ανάδειξή τους θα εμπλουτίσουν την ταξιδιωτική εμπειρία της υφιστάμενης τουριστικής πελατείας της Καλύμνου, ενώ μπορούν να αποτελέσουν σημαντικό θέλγητρο για εκδρομείς από την Κω.
- **Προσκύνημα:** Ως προς το θρησκευτικό τουρισμό η Κάλυμνος διαθέτει το προσκύνημα του Αγίου Σάββα εν Καλύμνω που προσελκύει έναν αριθμό προσκυνητών κάθε χρόνο καθώς και άλλες ιστορικές εκκλησίες και μονές. Ωστόσο, η Κάλυμνος υπολείπεται κατά πολύ άλλων καθιερωμένων θρησκευτικών προορισμών στην περιοχή του Αιγαίου. Ανταγωνιστικά νησιά με πολύ μεγαλύτερο ρεύμα θρησκευτικού τουρισμού περιλαμβάνουν την Πάτμο, τη Σύμη, την Τήνο, την Πάρο και τη Λέσβο.
- **Περιηγήσεις:** Η Κάλυμνος εντάσσεται μόνο σποραδικά σε προγράμματα περιηγητικού τουρισμού. Σε αυτό συνετέλεσε αφενός η απουσία ενός ευρύτερα γνωστού ιστορικού μνημείου ή άλλου αξιοθέατου και αφετέρου η απαγόρευση χρήσης μεγάλων τουριστικών λεωφορείων, γεγονός που αποθαρρύνει τις επισκέψεις οργανωμένων γκρουπ από την Ελλάδα και το εξωτερικό.
- **Γιώτινγκ:** Η απουσία οργανωμένης μαρίνας απέτρεψε την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού στην Κάλυμνο και κράτησε σε χαμηλό επίπεδο τις επισκέψεις σκαφών αναψυχής. Οι υφιστάμενοι χώροι στο λιμάνι της Πόθιας δεν επαρκούν για να εξυπηρετηθεί όλη η ζήτηση για ελλιμενισμό σκαφών, ενώ και άλλα σημεία του νησιού μπορούν να δεχτούν μόνο περιορισμένο αριθμό σκαφών.
- **Κρουαζιέρες:** Η Κάλυμνος είχε συμπεριληφθεί τα έτη 2008 και 2009 στα δρομολόγια της εταιρίας κρουαζιέρων easyCruise με έναν περιορισμένο αριθμό προσεγγίσεων και επιβατών, όχι όμως και τη σεζόν του 2010. Άλλη εταιρία κρουαζιέρων δεν πραγματοποιεί τακτικές προσεγγίσεις στην Κάλυμνο. Εν αντιθέσει, η Ρόδος και η Πάτμος αποτελούν ιδιαίτερα δημοφιλείς προορισμούς για κρουαζιερόπλοια με πολλές χιλιάδες επισκέπτες ετησίως.
- **Ημερήσιες κρουαζιέρες:** Υπάρχει σημαντική κίνηση εκδρομέων που διακινούνται με ημερόπλοια τόσο προς όσο και από την Κάλυμνο. Οι μεν παραθεριστές της Καλύμνου έχουν τη δυνατότητα να εξερευνήσουν γειτονικά νησιά και τα παράλια της Τουρκίας, ενώ και πολλοί παραθεριστές άλλων νησιών – κυρίως της Κω – επισκέπτονται την Κάλυμνο. Απαιτείται

καλύτερη οργάνωση της παραμονής των εκδρομμένων στην Κάλυμνο, ώστε να αποκομίσουν μια πληρέστερη εικόνα του νησιού και να αναχωρήσουν με καλύτερες εντυπώσεις.

- **Αλιευτικός τουρισμός:** Από πλευράς των αλιέων γίνονται προσπάθειες για την ανάπτυξη αυτής της νέας μορφής τουρισμού.
- **Ιαματικά λουτρά:** Υπάρχουν ιαματικές πηγές στην Κάλυμνο που όμως δεν έχουν αξιοποιηθεί.

1.4.3 Ξενοδοχειακό δυναμικό της Καλύμνου

Το 2009 λειτούργησαν σύμφωνα με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (ΞΕΕ) 38 ξενοδοχειακά καταλύματα στην Κάλυμνο. Είναι στη μεγάλη τους πλειοψηφία μονάδες δύο αστέρων, με τρεις στις τέσσερις κλίνες να εντοπίζονται σε αυτήν την κατηγορία (βλ. Πίνακα 1.4.3-1). Η απουσία ξενοδοχείων πέντε και τεσσάρων αστέρων (με εξαίρεση έναν παραδοσιακό ξενώνα 10 δωματίων) διαφοροποιεί σημαντικά το ξενοδοχειακό δυναμικό της Καλύμνου από αυτό όλης της Δωδεκανήσου, αφού συνολικά στο Νόμο αντιστοιχούν πάνω από τις μισές κλίνες στις ανώτερες κατηγορίες.

Το ξενοδοχειακό δυναμικό της Καλύμνου κυμάνθηκε επί πολλά χρόνια στο επίπεδο των 1.700 κλινών (βλ. Πίνακα 1.4.3-2). Την τελευταία διετία υπήρξε, ωστόσο, μια μείωση 11% στις διαθέσιμες κλίνες, όταν συνολικά στη Δωδεκάνησο αυξήθηκε σχεδόν 5% η δυναμικότητα των ξενοδοχείων. Έτσι, το μερίδιο της Καλύμνου στις συνολικές ξενοδοχειακές κλίνες της Δωδεκανήσου παρουσίασε μια σταθερή κάμψη καθόλη τη δεκαετία του 2000, φτάνοντας το 2009 στο 1,25% από 1,63% το 1997.

Πίνακας 1.4.3-1: Ξενοδοχειακό δυναμικό της Καλύμνου ανά κατηγορία για το έτος 2009 (στοιχεία ΞΕΕ)

Κατηγορία	5*****	4****	3***	2**	1*	Σύνολο
Ξενοδοχειακές Μονάδες	-	1	5	31	1	38
Δωμάτια	-	10	187	623	14	834
Κλίνες	-	20	351	1.175	29	1.575
Μέσος Όρος Δωματίων	-	10,0	37,4	20,1	14,0	21,9
Μέσος Όρος Κλινών	-	20,0	70,2	37,9	29,0	41,4
Κατανομή κλινών Καλύμνου ανά κατηγορία (%)	0%	1,3%	22,3%	74,6%	1,8%	100%
Κατανομή κλινών Δωδεκανήσου ανά κατηγορία (%)	13,1%	42,8%	18,8%	23,4%	1,9%	100%

Πίνακας 1.4.3-2: Ξενοδοχειακές κλίνες της Καλύμνου και μερίδιο αυτών στις συνολικές κλίνες του Νομού Δωδεκανήσου (στοιχεία ΞΕΕ/ΕΣΥΕ)

Έτος	Κλίνες Καλύμνου	Κλίνες Δωδεκανήσου	Μερίδιο Καλύμνου
1997	1.704	104.306	1,63%
2003	1.742	112.332	1,55%
2004	1.742	112.990	1,54%
2005	1.742	115.471	1,51%
2006	1.769	120.156	1,47%
2007	1.577	120.540	1,31%
2008	1.561	122.985	1,27%
2009	1.575	125.861	1,25%

1.4.4 Συγκοινωνιακή σύνδεση Καλύμνου

Ένα από τα οξύτερα προβλήματα του τουρισμού στην Κάλυμνο είναι η εντεινόμενη συγκοινωνιακή απομόνωση του νησιού, πρόβλημα που αντιμετωπίζουν και πολλά άλλα νησιά του Αιγαίου. Άλλοτε υπήρχαν μέχρι τρία ακτοπλοϊκά δρομολόγια ημερησίως από το Πειραιά. Πλέον δεν υπάρχουν ούτε καν καθημερινά δρομολόγια. Αυτή η κατάσταση ώθησε το Δήμο και συνολικά την τοπική κοινωνία της

Καλύμνου να δραστηριοποιηθεί κατ' αρχήν στο πεδίο των τοπικών ενδοδωδεκανησιακών δρομολογίων (κυρίως για την απρόσκοπτη μεταφορά των επιβατών από το αεροδρόμιο της Κω στην Κάλυμνο) και να εξετάσει την προοπτική δρομολόγησης πλοίου για σύνδεση με τον Πειραιά. Όσο θα συνεχίσει να υπάρχει αβεβαιότητα ως προς την ακτοπλοϊκή σύνδεση, θα είναι επισφαλής η τουριστική ανάπτυξη του νησιού.

Η έναρξη λειτουργίας του αεροδρομίου δημιούργησε νέες προοπτικές, οι οποίες θα πρέπει να μετουσιωθούν σε χειροπιαστά οφέλη για τον καλύμνικο τουρισμό. Τη θερινή σεζόν του 2010 έχουν προγραμματιστεί 10 δρομολόγια της Ολυμπιακής εβδομαδιαίως. Επειδή χρησιμοποιούνται μικρά αεροσκάφη, είναι περιορισμένος ο αριθμός τουριστών που μεταφέρονται με αυτές τις πτήσεις. Ο περιορισμένος μήκος αεροδριάδρομος δεν επιτρέπει την προσγείωση αεροσκαφών τζετ, συνεπώς δεν μπορούν να προσεγγίσουν την Κάλυμνο πτήσεις τσάρτερ από το εξωτερικό. Ίσως υπάρξει περιορισμένος αριθμός πτήσεων τσάρτερ με μικρά αεροσκάφη.

Ο κύριος όγκος τουριστών θα συνεχίσει να διακινείται μέσω της Κω. Αυτή η ροή επισκεπτών εξυπηρετείται μέσω Μαστιχαρίου με πλοίο.

1.5 Ενέργειες Μάρκετινγκ για τον Τουρισμό της Καλύμνου

Ο Δήμος Καλύμνου ασχολείται εδώ και πολλά χρόνια με την τουριστική προβολή του νησιού. Αφενός διαθέτει ένα αξιόλογο κονδύλι για ενέργειες προβολής (περί τις 250.000 Ευρώ ετησίως) και αφετέρου ίδρυσε τον Δημοτικό Οργανισμό Τουρισμού το 2002.

Για το έτος 2009 υπήρξε η ακόλουθη κατανομή στα κονδύλια τουριστικής προβολής του Δήμου:

Αναρριχητικό Φεστιβάλ	65.000
Καταδυτικό Φεστιβάλ	65.000
Πανελλήνιο Πρωτάθλημα Beach Volley	80.000
Πολιτιστικό Καλοκαίρι	40.000
Συμμετοχή σε τουριστική έκθεση	10.000
Λοιπές δαπάνες	10.000
Σύνολο έτους 2009	270.000

Πέραν της χρηματοδότησης του Δήμου, ο οποίος φέρει το κύριο βάρος, υπάρχουν μικρές χορηγίες από άλλους φορείς (Νομαρχία, Επιμελητήριο, Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης/ΕΟΤ).

Όπως φαίνεται από την ανωτέρω κατανομή, από πλευράς του Δήμου δίνεται κυρίως έμφαση στην πραγματοποίηση εκδηλώσεων, ενώ δεν υλοποιούνται σχεδόν καθόλου εμπορικά προσανατολισμένες προωθητικές ενέργειες (π.χ. δημόσιες σχέσεις με tour operators) ή ενέργειες που να στοχεύουν στο ευρύτερο ταξιδιωτικό κοινό. Αντιθέτως, υπάρχει μια στενή στόχευση σε όσους ασχολούνται με τον αναρριχητικό και τον καταδυτικό τουρισμό.

Από τις τέσσερις διοργανώσεις που χρηματοδοτήθηκαν από τον προϋπολογισμό τουριστικής προβολής, την πλέον ουσιαστική συνεισφορά στην τουριστική ανάπτυξη έχει το **Αναρριχητικό Φεστιβάλ**. Αφενός προσελκύει έναν αξιόλογο αριθμό επισκεπτών (πάνω από 300 εγγεγραμμένοι συμμετέχοντες το 2009) και αφετέρου εξασφαλίζει εκτενή θετική δημοσιότητα και προβολή για την Κάλυμνο στο διεθνές κύκλωμα των αναρριχήσεων. Ο Δήμος έχει κάθε λόγο να στηρίξει τη συνέχιση του Φεστιβάλ και να εστιάσει σε θέματα καλύτερης οργάνωσης και εξεύρεσης χορηγιών.

Σε πολύ μικρότερο βαθμό συνεισέφεραν στον τουρισμό της Καλύμνου οι άλλες εκδηλώσεις που χρηματοδότησε ο Δήμος.

Πέραν των ανωτέρω ενεργειών του έτους 2009, ο Δήμος επένδυσε τα προηγούμενα χρόνια και σε άλλες ενέργειες τουριστικής προβολής παράγοντας, μεταξύ άλλων, τουριστικά έντυπα, χάρτες και DVD και αναπτύσσοντας μια ιστοσελίδα. Σε αυτά τα μέσα προβολής περιγράφονται με σχετική πληρότητα τα τουριστικά θέλγητρα της Καλύμνου, ωστόσο στην ιστοσελίδα του Δήμου υπάρχουν ελλείψεις σε πληροφορίες και σημαντική αναντιστοιχία δεδομένων μεταξύ ελληνικών και αγγλικών σελίδων. Πρόκειται για μια ιστοσελίδα πρώτης γενιάς με καλό εικαστικό σχεδιασμό που χρειάζεται να αναβαθμιστεί και να εμπλουτιστεί περαιτέρω.

Άλλες ενέργειες που έγιναν στο παρελθόν περιλαμβάνουν την επιδότηση των transfers από την Κω, φιλοξενία δημοσιογράφων και tour operators κοκ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΤΗΣ ΚΑΛΥΜΝΟΥ

[Αποσπάσματα]

2.1 Στρατηγική Αντίληψη για το Τουριστικό Μάρκετινγκ της Καλύμνου

Σύμφωνα με τα συμπεράσματα του προηγούμενου κεφαλαίου και τις παρατηρούμενες ανακατατάξεις στην ελληνική και διεθνή τουριστική «βιομηχανία», μπορεί να κωδικοποιηθεί η **θέση της Καλύμνου στην τουριστική αγορά** ως εξής:

Πίνακας 2.1-1: Ανάλυση SWOT (Πλεονεκτήματα, Μειονεκτήματα, Ευκαιρίες, Απειλές) για τον τουρισμό της Καλύμνου

Πλεονεκτήματα του τουρισμού της Καλύμνου
<ul style="list-style-type: none">• Ήπια τουριστική ανάπτυξη της Καλύμνου• Τοπίο, παραλίες και κοντινά νησιά• Ιδανικές συνθήκες για αναρρίχηση• Παραδόσεις σχετιζόμενες με τη σπογγαλιεία• Ανταγωνιστικές τιμές τουριστικών υπηρεσιών
Μειονεκτήματα του τουρισμού της Καλύμνου
<ul style="list-style-type: none">• Συγκοινωνιακή απομόνωση του νησιού• Ελλείψεις στις υποδομές και προβλήματα οικιστικής ανάπτυξης (π.χ. κυκλοφοριακό, ηχορρύπανση, σκουπίδια κοκ.) που προβληματίζουν πολύ τους επισκέπτες του νησιού με περιβαλλοντική συνείδηση (διαρκώς αυξάνεται το μερίδιό τους)• Έλλειψη ενός ευρύτερα γνωστού τουριστικού αξιοθεάτου• Απουσία ξενοδοχείων υψηλών κατηγοριών• Απουσία επαγγελματικά σχεδιασμένης τουριστικής προβολής
Ευκαιρίες για τον τουρισμό της Καλύμνου
<ul style="list-style-type: none">• Νέο τοπίο στον αεροπορικό κλάδο της Ελλάδας• Δυσανεμία των καταναλωτών από την υπερβολική τουριστική ανάπτυξη άλλων ελληνικών και μεσογειακών προορισμών• Ανάπτυξη της αγοράς των ανεξάρτητων ταξιδιών (με διαδικτυακές κρατήσεις και χρήση αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους)• Αυξανόμενη ενασχόληση του καταναλωτικού κοινού με ειδικές μορφές τουρισμού (αναρρίχηση, καταδύσεις, άλλες δραστηριότητες στη φύση)
Απειλές για τον τουρισμό της Καλύμνου
<ul style="list-style-type: none">• Ανακατατάξεις στον κλάδο των tour operators• Εξελίξεις στον κλάδο των ακτοπλοϊκών εταιριών

Υπό το πρίσμα αυτών των δεδομένων διατυπώνεται από πλευράς τόσο του τουριστικού κόσμου όσο και της τοπικής αυτοδιοίκησης της Καλύμνου το αίτημα για πιο αποτελεσματική προβολή του νησιού στην τουριστική αγορά. Υπάρχει μια ευρύτερη σύγκλιση απόψεων ως προς:

- τη σημασία που έχει ο τουρισμός για την τοπική οικονομία
- τις φτωχές επιδόσεις της Καλύμνου στην τουριστική αγορά
- την αναποτελεσματικότητα της εφαρμοζόμενης τουριστικής προβολής.

Στο παρόν σχέδιο θεωρείται σκόπιμη η συνέχιση εκείνων των δράσεων που κρίνονται ως επιτυχείς όπως το Αναρριχητικό Φεστιβάλ και η εισαγωγή νέων δράσεων που θα επιφέρουν καλύτερη αξιοποίηση των διαθέσιμων κονδυλίων μάρκετινγκ.

Γενικά δίδεται **έμφαση στις τεχνικές μάρκετινγκ που έχουν περιορισμένο κόστος και υψηλή αποτελεσματικότητα** (π.χ. ενέργειες δημοσιότητας και δημοσίων σχέσεων, προβολή μέσω διαδικτύου), ενώ οι δαπανηροί και λιγότερο αποτελεσματικοί τρόποι προβολής θα χρησιμοποιηθούν σε περιορισμένο βαθμό και μόνο με στοχευμένο τρόπο (π.χ. συμμετοχή σε τουριστικές εκθέσεις).

Επίσης είναι σημαντική η **ενεργή συμμετοχή των επιχειρήσεων** στην προσπάθεια προσέλκυσης περισσότερων τουριστών π.χ. με την παροχή φιλοξενίας στο πλαίσιο δημοσιογραφικών ταξιδιών ή fam trips για tour operators.

Σημειώματα

Σημείωμα Ιστορικού Εκδόσεων Έργου

Το παρόν έργο αποτελεί την έκδοση **1.0**.

Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Πανεπιστήμιο Πατρών, Δημήτρης Κούτουλας, 2015. «Εισαγωγή στον Τουρισμό και την Τουριστική Οικονομία. Μελέτη περίπτωσης για τον τουρισμό της Καλύμνου». Έκδοση: 1.0. Πάτρα 2015. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση: <https://eclass.upatras.gr/courses/BMA547/>.

Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά, Μη Εμπορική Χρήση Όχι Παράγωγα Έργα 4.0 [1] ή μεταγενέστερη, Διεθνής Έκδοση. Εξαιρούνται τα αυτοτελή έργα τρίτων π.χ. φωτογραφίες, διαγράμματα κ.λ.π., τα οποία εμπεριέχονται σε αυτό και τα οποία αναφέρονται μαζί με τους όρους χρήσης τους στο «Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων».



[1] <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Ως **Μη Εμπορική** ορίζεται η χρήση:

- που δεν περιλαμβάνει άμεσο ή έμμεσο οικονομικό όφελος από την χρήση του έργου, για το διανομέα του έργου και αδειοδόχο
- που δεν περιλαμβάνει οικονομική συναλλαγή ως προϋπόθεση για τη χρήση ή πρόσβαση στο έργο
- που δεν προσπορίζει στο διανομέα του έργου και αδειοδόχο έμμεσο οικονομικό όφελος (π.χ. διαφημίσεις) από την προβολή του έργου σε διαδικτυακό τόπο

Ο δικαιούχος μπορεί να παρέχει στον αδειοδόχο ξεχωριστή άδεια να χρησιμοποιεί το έργο για εμπορική χρήση, εφόσον αυτό του ζητηθεί.

Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων

Το Έργο αυτό κάνει χρήση του έργου:

- Κούτουλας, Δημήτρης (2001), *Ο Θεωρητικός Προσδιορισμός του Τουριστικού Προϊόντος ως Βασική Προϋπόθεση του Τουριστικού Μάρκετινγκ*, διδακτορική διατριβή (Χίος: Πανεπιστήμιο Αιγαίου)

Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στο πλαίσιο του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «**Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Πανεπιστήμιο Πατρών**» έχει χρηματοδοτήσει μόνο τη αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.

