

ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΑΡΙΛΛΑ ΚΕΡΚΥΡΑΣ Σ.Ε.Α.Κ 2013

**ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΚΑΙ
ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΑΡΙΛΛΑ ΚΕΡΚΥΡΑΣ**



Περιεχόμενα

	Εισαγωγή	3
	Πρόλογος	2
1.	Η διαχρονική εξέλιξη του τουρισμού στον Αρίλλα	6
1.1	Ποσοτική έρευνα για τον αλλοδαπό τουρίστα στην περιοχή Αρίλλα	13
1.2	Δημογραφικά χαρακτηριστικά	15
1.3	Χαρακτηριστικά της τουριστικής αγοράς	17
1.4	Κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά	26
1.5	Αξιολόγηση παρεχομένων τουριστικών υπηρεσιών	30
1.6	Συμπεράσματα	40
2.	Αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της έρευνας	42
2.1	Δυνατά σημεία - πλεονεκτήματα του Αρίλλα	42
2.2	Αδύνατα σημεία - μειονεκτήματα του Αρίλλα	40
2.3	Ευκαιρίες για την περιοχή	48
2.4	Απειλές για την περιοχή	49
3.	Έρευνα σε λειτουργούς / εκπροσώπους του τουριστικού προϊόντος “Αρίλλας”	51
3.1	Αρνητικές επισημάνσεις των επιχειρηματιών του τουρισμού στην περιοχή Αρίλλα	61
4.	Προτάσεις για βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στον Αρίλλα	62
4.1	Δημιουργία τουριστικού προϊόντος με τοπική ταυτότητα	62
4.2	Άξονες προτεραιότητας	63
5.	Επίλογος	71
6.	Παραρτήματα	73

Χαιρετισμός του Συνδέσμου Επιχειρηματιών Αρίλλα Κέρκυρας Σ.Ε.Α.Κ

Αγαπητοί Συντοπίτες, Επιχειρηματίες, Τοπικοί φορείς και Αρχές του Τόπου,

Η παρακάτω έρευνα έχει άμεση σχέση με την τουριστική αναπτυξιακή πολιτική των επιχειρηματιών και κατοίκων του Αρίλλα. Είναι η πρώτη φορά που επιχειρούμε εκτεταμένα να προσεγγίσουμε και εν συνεχεία να αναλύσουμε τις απόψεις και εντυπώσεις των επισκεπτών μας με επιστημονική προσέγγιση. Ο βασικός στόχος της έρευνας είναι να συνδράμει βοηθώντας συγχρόνως στην περαιτέρω πολιτισμική, οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της ευρύτερης περιοχής.

Τα επιστημονικά ευρήματα της έρευνας βασίζονται στη συλλογή πληροφοριών από αλλοδαπούς επισκέπτες στην ευρύτερη περιοχή και στις απόψεις τους σχετικά με την ποιοτική εξυπηρέτηση. Ένα σημαντικό μέρος της έρευνας είναι και οι απόψεις των επιχειρηματιών της περιοχής και η δική τους αντίληψη για την ποιοτική εξυπηρέτηση και τα προβλήματα του Αρίλλα ως επιχειρηματική περιοχή.

Τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας θα αναδείξουν το επίπεδο ικανοποίησης των επισκεπτών στην περιοχή του Αρίλλα και τελικά θα μας βοηθήσουν να αναγνωρίσουμε τα σημεία εκείνα στα οποία θα πρέπει να εστιάσουμε με συζήτηση και ανάλογη πράξη έτσι ώστε να φτάσουμε στα καλύτερα δυνατά αποτελέσματα .

Αυτά τα συμπεράσματα θα μας βοηθήσουν να ανάγουμε τον Αρίλλα ως ποιοτικό τουριστικό προορισμό, έλκοντας Ταξιδιώτες-Περιηγητές με μεγαλύτερες απαιτήσεις που θα' ναι πρόθυμοι και οικονομικά να καλύψει ,θέτοντας νέες βάσεις στο Πελατειακό προφίλ που θέλουμε για την περιοχή μας.

Όλα αυτά θα μας βοηθήσουν να καθιερώσουμε μια στρατηγική η οποία θα μπορεί να εφαρμοστεί μέσα από ένα «Σχέδιο διαχείρισης Ποιότητας». Αυτό το σχέδιο θα περιλαμβάνει μια συνεχή αναζήτηση για 'εσωτερική' αλλά και 'εξωτερική' ποιότητα. Εσωτερική, ως προς την ικανοποίηση των επισκεπτών με τα παρεχόμενα προϊόντα και υπηρεσίες και εξωτερική, ως προς την επίτευξη της καλύτερης δυνατής ανάπτυξης και διατήρησης των φυσικών πόρων της περιοχής, αλλά και της πολιτισμικής και πολιτιστικής κληρονομιάς μας. Είναι ακριβώς αυτό που αναζητά ο ποιοτικός Ταξιδιώτης-Περιηγητής στον οποίο πιστεύουμε όλοι θα θέλαμε να απευθυνθούμε .

Αυτό είναι κάτι που μπορούμε να επιτύχουμε μόνο ΣΥΛΛΟΓΙΚΑ καθότι η έννοια της φιλοξενίας ξεκινά από τη μεταφορά του επισκέπτη και συνεχίζεται με τον ύπνο τη σίτιση ,το μπάνιο του στην παραλία ,το πότο του, και την κάθε είδους εξυπηρέτηση που θα τον κάνουν να αισθανθεί «σαν στο σπίτι του» και θα του χαράξουν στη μνήμη του τον Αρίλλα σαν περιοχή υψίστου αξίας όχι μόνο όσον αφορά τη φύση του άλλα και τους ανθρώπους του, τις Υπηρεσίες του και τον σεβασμό σε αυτό που προσδοκά από εμάς.

Παρ' όλα αυτά, ο σχεδιασμός θα πρέπει να περιλαμβάνει πρόβλεψη για την μμέγιστη δυνατή ισορροπία μεταξύ των αρχών, της τοπικής κοινωνίας, του περιβάλλοντος, των τοπικών επιχειρήσεων αλλά και του εργατικού δυναμικού της περιοχής.

Πρόλογος

Ο Σύνδεσμος επιχειρηματιών Αρίλλα Κέρκυρας κατά την Τουριστική περίοδο 2012 πήρε την πρωτοβουλία να διαμορφώνει ένα ερωτηματολόγιο και ζήτησε μέσω του διαδικτύου κυρίως να συμπληρωθεί από τους επισκέπτες της περιοχής ώστε να διερευνηθούν τα χαρακτηριστικά των επισκεπτών και οι παρεχόμενες υπηρεσίες στην περιοχή τους. Από την Π.Υ.Τ. Ιονίων Νήσων ζητήθηκε να συνδράμει στην επεξεργασία, την κωδικοποίηση-πινακοποίηση και την ανάλυση των αποτελεσμάτων και τέλος να κατατεθούν προτάσεις για μια βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη του Αρίλλα.

Η Π.Υ.Τ. Ιονίων Νήσων ανταποκρίθηκε άμεσα σε αυτή την πρόσκληση των επιχειρηματιών του Αρίλλα, που συνάμα είναι και μια πρόκληση τόσο για την τοπική κοινωνία όσο και για όλους τους εμπλεκόμενους φορείς να συνεργαστούν προς τον κοινό στόχο που είναι η βελτίωση των υποδομών και της εικόνας της περιοχής στους επισκέπτες τους.

Τα ευρήματα της έρευνας είναι πολύ ενθαρρυντικά. Η περιοχή Αρίλλα διαθέτει ένα πλέγμα πλεονεκτημάτων που μπορεί και διατηρεί ένα σημαντικό αριθμό επαναλαμβανομένων επισκεπτών οι οποίοι αισθάνονται «σαν στο σπίτι τους». Θεωρώ ότι τέτοιου είδους πρωτοβουλίες των τοπικών κοινωνιών είναι φωτεινό παράδειγμα και απάντηση στο δύσκολο πολιτικό, οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον που βρίσκεται η χώρα μας.

Η Π.Υ.Τ. Ιονίων Νήσων και εγώ προσωπικά και με την ιδιότητα του ερευνητή, συγχαίρουμε αυτή την προσπάθεια και θα ήμαστε αρωγοί και συμπαραστάτες κάθε πρωτοβουλίας που υπηρετεί τη βελτίωση της τουριστικής εικόνας της περιοχής και κατ'επέκταση στην ευημερία των κατοίκων της.

Τέλος να ευχαριστήσω θερμά όλους αυτούς τους κατοίκους του Αρίλλα που υποστήριξαν ώστε να διενεργηθεί η παρούσα έρευνα.

Δρ Κώστας Τσουμάνης Προϊστάμενος της Π.Υ.Τ. Ιονίων Νήσων.

Κώδικας Δεοντολογίας

Κατά τη διάρκεια όλης της έρευνας τηρήθηκαν πιστά όλοι οι κανόνες του Κώδικα Δεοντολογίας της Έρευνας Marketing και των:

A.M.S.O. (Association of Market Survey Organization)

E.S.O.M.A.R. (European Society of Opinion and Marketing Research)

I.C.C (International Chamber of Commerce)

Σύντομο Βιογραφικό Σημείωμα του Ερευνητή.

Ο Δρ. Κώστας Τσουμάνης είναι Διευθυντής του Ε.Ο.Τ. της Περιφερειακής Διεύθυνσης Τουρισμού Ιονίων Νήσων.

Αποφοίτησε από τη Σχολή Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων του Τ.Ε.Ι. Λάρισας, και συνέχισε τις σπουδές του στο Πανεπιστήμιο Paris VIII στη Γαλλία, με Ειδίκευση στο Τουριστικό Marketing και μετεκπαιδεύτηκε στο Πανεπιστήμιο Cornell της Αμερικής. Το 2006 αναγορεύτηκε διδάκτορας του τμήματος Ιστορίας του Ιονίου Πανεπιστημίου.

Εργάστηκε στο χώρο της εκπαίδευσης ως καθηγητής στα ΤΕΙ Ηπείρου, στη Σχολή Ξεναγών Κέρκυρας και σε Κέντρα Επαγγελματικής Κατάρτισης. Έχει διενεργήσει οκτώ (8) θεματικές έρευνες Περιφερειακής Τουριστικής Ανάπτυξης. Έχει εργαστεί για 15 χρόνια στον ιδιωτικό τομέα σε διάφορες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις.

Το επιστημονικό του έργο αποτελείται από ένα αριθμό δημοσιεύσεων σε περιοδικά και ανακοινώσεων σε διεθνή συνέδρια. Έχει συγγράψει δύο (2) βιβλία «Η κοινωνιολογία και η Ψυχολογία του Τουρισμού» ΤΕΕ ΥΠ. Παιδείας 2003 και « Η Κέρκυρα μέσα από τα μάτια των περιηγητών» εκδόσεις ΕΨΙΛΟΝ.

Από το 2007 ερευνά την διαχρονική εξέλιξη των ταξιδιών και της φιλοξενίας στον Ελλαδικό χώρο.

Ανήκει στα ιδρυτικά μέλη της Επιστημονικής Εταιρείας Τουρισμού Κέρκυρας της οποίας διετέλεσε ως Πρόεδρος και παραμένει ως Αντιπρόεδρος.

Το 2011 επελέγη ως εξειδικευμένος συνεργάτης (expert) από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού.

Συμμετέχει σε διάφορες Επιτροπές που αφορούν τον Τουρισμό, τον Πολιτισμό και το Περιβάλλον.

Στοιχεία Επικοινωνίας:

Τηλέφωνα : 2661046141 (γραφείο)

Κινητό : 6944718614

e-mail : ktsoumanis@gmail.com

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Η διαχρονική εξέλιξη του τουρισμού στον Αρίλλα. Από το στάδιο της ανακάλυψης έως το στάδιο ωρίμανσης

Του Δημήτρη Κούρκουλου

1^η περίοδος. Η 10ετία του “70” Η ανακάλυψη

Ο Αρίλλας άρχισε να δέχεται τους πρώτους αλλοδαπούς επισκέπτες από τις αρχές της δεκαετίας του 70. Αυτή την εποχή έφτασαν στον Αρίλλα οι πρώτες παροχές ρεύματος της ΔΕΗ και ανεγέρθηκαν τα πρώτα 2 ξενοδοχεία και 4 Ταβέρνες με χρήματα της ξενιτιάς και πολύ προσωπική εργασία από τους επιχειρηματίες.

Κατά το ίδιο διάστημα στην περιοχή υπήρχε έντονη (για την χρονική εποχή) επισκεψιμότητα από Ελβετούς και Γερμανούς κυρίως τουρίστες ερχόμενοι με τις τότε πολύ αποτελεσματικές πτήσεις της ολυμπιακής από την Ελβετία και Γερμανία (πχ: Αθήνα- Κέρκυρα- Γενεύη και αντίστροφα)

Σε συνδυασμό και με τον ευρωπαϊκό σιδηρόδρομο και σύνδεση από την Ιταλία με τα φεριμπότ, αυτοί οι πρώτοι τουρίστες – «χίπηδες» όπως τους αποκαλούσαν οι τότε κάποιο καταστηματαρχες έδωσαν το εναρκτήριο λάκτισμα για μια νέα για τους κατοίκους μορφή ανάπτυξης . Τώρα πια δεν θα χρειαζόταν να ξενιτευτούν οι άντρες του χωριού. Αρκούσε μόνο να είχαν ένα καλό οικόπεδο κοντά σε θάλασσα και λίγα χρήματα. Αν δεν είχαν χρήματα μπορούσαν να πάνε για μερικά χρόνια να δουλέψουν στα τότε νεόχτιστα μεγάλα ξενοδοχεία στην Δασιά , Κοντόκαλι Πέραμα κτλ. Αρκετοί επαγγελματίες του Αρίλλα είχαν δουλέψει σε κάποια από αυτά τα μέρη. Με τα λίγα χρήματα που έβγαζαν τότε μπορούσε κάποιος να αρχίσει μια οικοδομή και πριν την τελειώσει τον έβρισκαν διάφοροι πράκτορες που έκαναν συμβόλαια για 2 έως 5 χρόνια και τα οποία πλήρωναν προκαταβολικά με την προϋπόθεση το κατάλυμα να είναι έτοιμο σε 6 μήνες το λιγότερο.

Πάντως τα περισσότερα καταλύματα και επιχειρήσεις στον Αρίλλα είναι χρηματοδοτημένα από κεφάλαια που αποκτήθηκαν εκτός της περιοχής, πχ: Από Αθήνα , από την πόλη της Κέρκυρας, και προ πάντως Αμερική, αλλά και μερικά από τις επιδοτήσεις για τον ελαιώνα.

Κάποια άλλα από το πρωταρχικό επάγγελμα του ιδιοκτήτη που με τον τουρισμό πήρε τα πάνω του πχ: ψαράδες, οικοδόμοι και αγρότες.

2η περίοδος. Η 10ετία του “80” Η ανάπτυξη

Αυτήν την χρονική περίοδο υπήρξε μια περίοδος πρωτοφανούς ευφορίας και μια μεγάλη εισροή τουριστών ερχόταν κατά 90% με τα διάφορα μικρά τότε βρετανικά τουριστικά γραφεία που ανταγωνιζόταν μεταξύ τους για το καλύτερο μερίδιο στην αγορά και για το ποιο θα μισθώσει τα καλύτερα καταλύματα στην κάθε περιοχή.

Μέσα σε αυτή την δεκαετία δεν υπήρχε δωμάτιο κενό στον Αρίλλα για τους περισσότερους μήνες της σαιζόν.

Ήταν πολύ δύσκολο να βρει κάποιος και να κλείσει μεμονωμένα την διαμονή του καθώς όλα τα καλά καταλύματα ήταν «παραδομένα» στους βρετανικούς Tour Operators .

Τον δεκαπενταύγουστο έκαναν παρέλαση οι Ιταλοί και οι αθηναίοι για να ψάξουν και να βρουν κάποιο μέρος να περάσουν τις διακοπές τους.

Έβγαιναν από το αμάξι, σου χτύπαγαν την πόρτα , έμπαιναν στο κατάλυμα και αν δεν τους άρεσε πήγαιναν στο παρακάτω ή τιμή ήταν γύρω στα 10.000 δραχμές την ημέρα για γκαρσονιέρα και 20.000 δραχμές το δωάρι. Σε Ευρώ το κόστος είναι ακόμη σήμερα στην ίδια τιμή 30,00 και 60,00 ανάλογα.

3η περίοδος. Η 10ετία του “90” Η ωρίμανση

Ξαφνικά όλοι οι ιδιοκτήτες βρέθηκαν συμβεβλημένοι με μια εταιρία που σε πολλές περιπτώσεις αντιπροσωπευόταν από τους γνωστούς Πράκτορες του βορείου συγκροτήματος . Τα συμβόλαια άρχισαν από πολυετές να γίνονται μονοετές, κανείς δεν γνώριζε πόσο θα πληρωνόταν την επόμενη χρονιά καθώς οι πράκτορες καλούσαν τους εκάστοτε ιδιοκτήτες και έκαναν την συμφωνία με τον καθένα χωριστά. Αμέσως άρχισαν και οι μειώσεις.! Κάθε χρονιά και λιγότερο!

Μεγάλο ρόλο έπαιξε σε αυτό και η παγκοσμιοποιημένη τουριστική αγορά στη Μεγάλη Βρετανία και Γερμανία η TUI και η Thomascook παρέμειναν μοναδικοί «έμποροι του τουρισμού» μονοπωλώντας τα πακέτα στους τουριστικούς καταναλωτές τους και απ’ την άλλη πλευρά πιέζοντας τους ιδιοκτήτες για μικρότερες τιμές και περισσότερες παροχές.

4η περίοδος. Η 10ετία του “2000” Ο κορεσμός, η ανανέωση ή παρακμή

Ένα μεγάλο μέρος των ιδιοκτητών κατάφερε έως και σήμερα να απεξαρτηθεί από τους Τ.Ο. ξεφυτρίζοντας στην αγορά δυναμικά με την επέκταση του διαδικτύου έχοντας μια καλή ποσότητα επαναλαμβανόμενων πελατών που τους είχε «αποσπάσει» στο παρελθόν από τους Τ.Ο και απευθείας πλέον κάνουν τις κρατήσεις τους με αποτέλεσμα ο επιχειρηματίας να έχει λιγότερες διανυκτερεύσεις μεν αλλά πολύ μεγαλύτερο ποσοστό κέρδους καθώς δεν υπάρχουν μεσάζοντες και τα λειτουργικά έξοδα είναι σαφώς λιγότερα.

Ένα μικρότερο μέρος ακόμη βρίσκεται υπό το καθεστώς των Τ.Ο. που μπορεί να «μην πληρώνει καλά το γραφείο» αλλά οι

επαναλαμβανόμενοι πελάτες που επισκέπτονται την μονάδα του καταναλώνουν ένα καλό ποσό ημερησίως στην πισίνα , μπαρ, κτλ. του καταλύματος, και έτσι ακόμη είναι βιώσιμη η επιχείρηση.

Άλλο ένα είδος καταλύματος που έκανε την εμφάνιση του στην περιοχή είναι οι λιγοστές αυτόνομες πολυτελής βίλες με πισίνα που από την πρώτη χρονιά λειτουργίας τους έχουν την περισσότερη πληρότητα σε σχέση με τα λοιπά καταλύματα.

Και ας μην ξεχνάμε και αυτούς που παρέμειναν πιστοί σε μικρά γραφεία από Γερμανία, Ελβετία και έως και σήμερα έχουν την συνεργασία που αναλογεί για να είναι βιώσιμη η δραστηριότητα τους.

Όσοι δεν μπόρεσαν να βγουν στην αγορά κατά αυτόν τον τρόπο για τους λόγους που: δεν γνώριζαν καμιά ξένη γλώσσα, δεν είχαν γνώση του διαδικτύου και δεν είχαν συνάψει καλές σχέσεις με παλιούς πελάτες, κατέφυγαν σε μικρές εταιρίες του που προσέγγιζαν τουρίστες από ευρωπο-ανατολικές χώρες χαμηλού εισοδήματος, οι οποίες αρχικά ζήτηγαν λίγες έως υποτυπώδεις παροχές και πλήρωναν ανάλογα.

Αυτό λειτούργησε για ένα με δύο χρόνια, αλλά και εκεί η αγορά ακολούθησε την στυγνή πορεία της ανοίγοντας νέους δρόμους για τους Τσέχους , Σλοβάκους , Ρουμάνους κλπ γιατί όντας πλέον έμπειροι τουρίστες αύξησαν τις απαιτήσεις τους και κινήθηκαν σε ανάλογους προορισμούς.

Στην επόμενη φάση ο εκάστοτε επιχειρηματίας στην καλύτερη περίπτωση έχει καταθέσει την άδειά του και έχει μεταβάλει το ηρωικό του κατά την δεκαετία 1980-90 κατάλυμα σε ακίνητο αστικής μίσθωσης νοικιασμένο σε αλλοδαπούς οικονομικούς μετανάστες. Κάποιοι προσπαθούν να πουλήσουν τα ακίνητα τους και αρκετοί έχουν καταφέρει να πουλήσουν ακίνητα ή οικόπεδα σε αλλοδαπούς επενδυτές ή ιδιώτες συνταξιούχους που ψάχνουν να μετοικήσουν στην περιοχή μας.

Στον Αρίλλα ανάμεσα σε περίπου 70 ενεργών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην περιοχή, υπάρχουν ήδη περίπου 40 με 50 σχετικά νεόχτιστα κτίρια ή χώροι κτιρίων που δεν χρησιμοποιούνται.

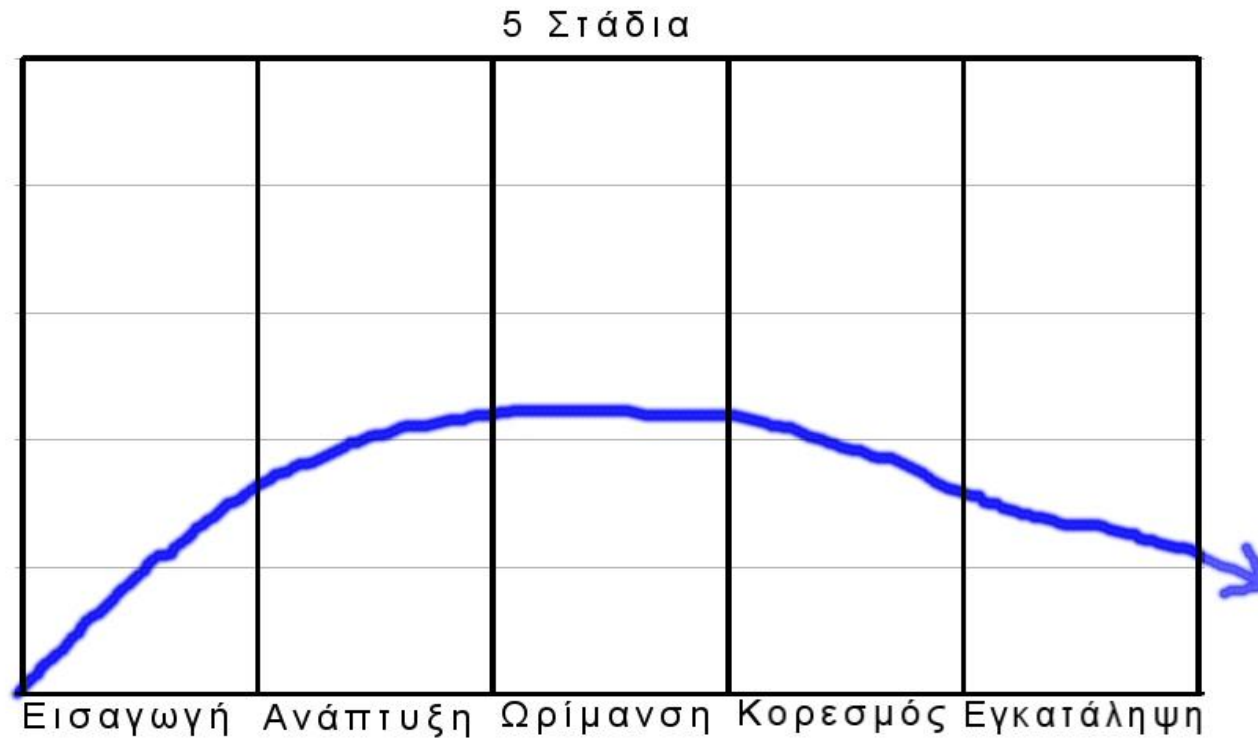
Ο πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει αναλυτικά την οικονομική δραστηριότητα της περιοχής Αρίλλα.

Πίνακας Επιχειρήσεων στον Αρίλλα Κέρκυρας

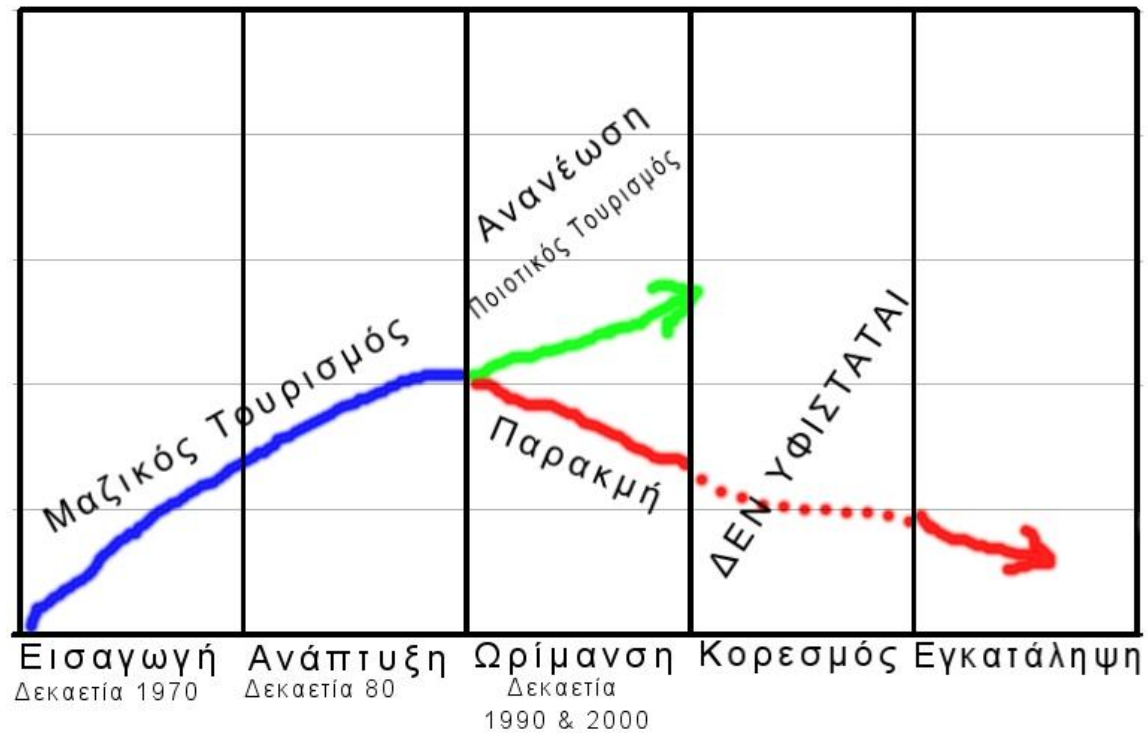
Ενοικ. Δωμάτια	Αριθμός κλινών
Αριθμός ιδιοκτητών :	64
Σύνολο Κλινών:	1339
Ξενοδοχεία:	
Αριθμός :	5
Σύνολο Κλινών:	266
Σύνολο κλινών γενικά:	1605
Εστιατόρια:	13
Μπαρ καφέ και καφεενεία:	6
Τουριστικά καταστήματα / Μάρκετ:	6
Θαλάσσια Σπορ. Ενοικιάσεις Σκαφών:	2
Τουριστικά Γραφεία / Rent a Car:	4
Διάφορα:	
Φαρμακείο:	1
Ιατρείο:	1
Μηχανουργεία:	2
Χρώματα σιδηρικά:	2
Μεσιτικό γραφείο:	1
Πρωτογενής τομέας:	
Ελαιοτριβεία:	2
Παραγωγοί Αγροτικών προϊόντων:	4
Ελαιοπαραγωγοί:	
Ψαράδες:	
Οικοδόμοι:	
Δευτερογενείς τομέας:	
Κερκυραϊκή ζυθοποιία:	1
Πλυντήρια Βορείου Κερκύρας:	1
Ασβεστοποιία	1



Ο κύκλος ζωής κάθε προϊόντος.



Ο κύκλος ζωής του τουριστικού προϊόντος ``ΑΡΙΛΛΑΣ``



1.2 Ποσοτική έρευνα για τον αλλοδαπό τουρίστα.

Ο σχεδιασμός και η διεξαγωγή της έρευνας βασίστηκε στην μέθοδο της τυχαίας δειγματοληψίας.

Το δείγμα περιλαμβάνει άτομα από όλες τις κύριες εθνικότητες που ήρθαν στην περιοχή Αρίλλα.

Η ποσοτική έρευνα επιτρέπει να δούμε την όλη εικόνα των επισκεπτών μας σε αριθμούς.

Το δείγμα ήταν 603 άτομα και συμπληρώθηκε από άνδρες και γυναίκες.

Οι ηλικιακές ομάδες των δειγμάτων ήταν: 18 - 24 ετών , 25-29 , 30-34 ετών , 35-39 ετών , 40-44 ετών , 45-49 ετών , 50-54 ετών , 55-59 ετών , 60-64 ετών , 65 ετών και άνω.

ΧΡΟΝΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ

Η έρευνα διεξήχθη στο χρονικό διάστημα 17/05 έως 30 /10 2012 μέσω του διαδικτύου .

ΤΥΠΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Ο τύπος του ερωτηματολογίου που χρησιμοποιήθηκε ήταν το ημιδομημένο (βλ Παράρτημα υπόδειγμα).

Τα κύρια Χαρακτηριστικά του ερωτηματολογίου που χρησιμοποιήθηκε είναι ότι το περιεχόμενο των ερωτήσεων είναι προκαθορισμένο αλλά υπάρχουν και ερωτήσεις με ανοιχτό τέλος. Είναι έγκυρο, αξιόπιστο και η ερμηνεία των απαντήσεων είναι εύκολη.

Το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει τέσσερις (4) ενότητες στοιχείων:

α) Δημογραφικά στοιχεία

β) Χαρακτηριστικά της Αγοράς

γ) Κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά

δ) Αξιολόγηση παρεχόμενων υπηρεσιών

Εκδόθηκε σε τρεις (3) Γλώσσες: Αγγλική, Γερμανική, Ελληνική.

Επεξεργασία των πληροφοριών – κωδικοποίηση – πινακοποίηση- ανάλυση αποτελεσμάτων

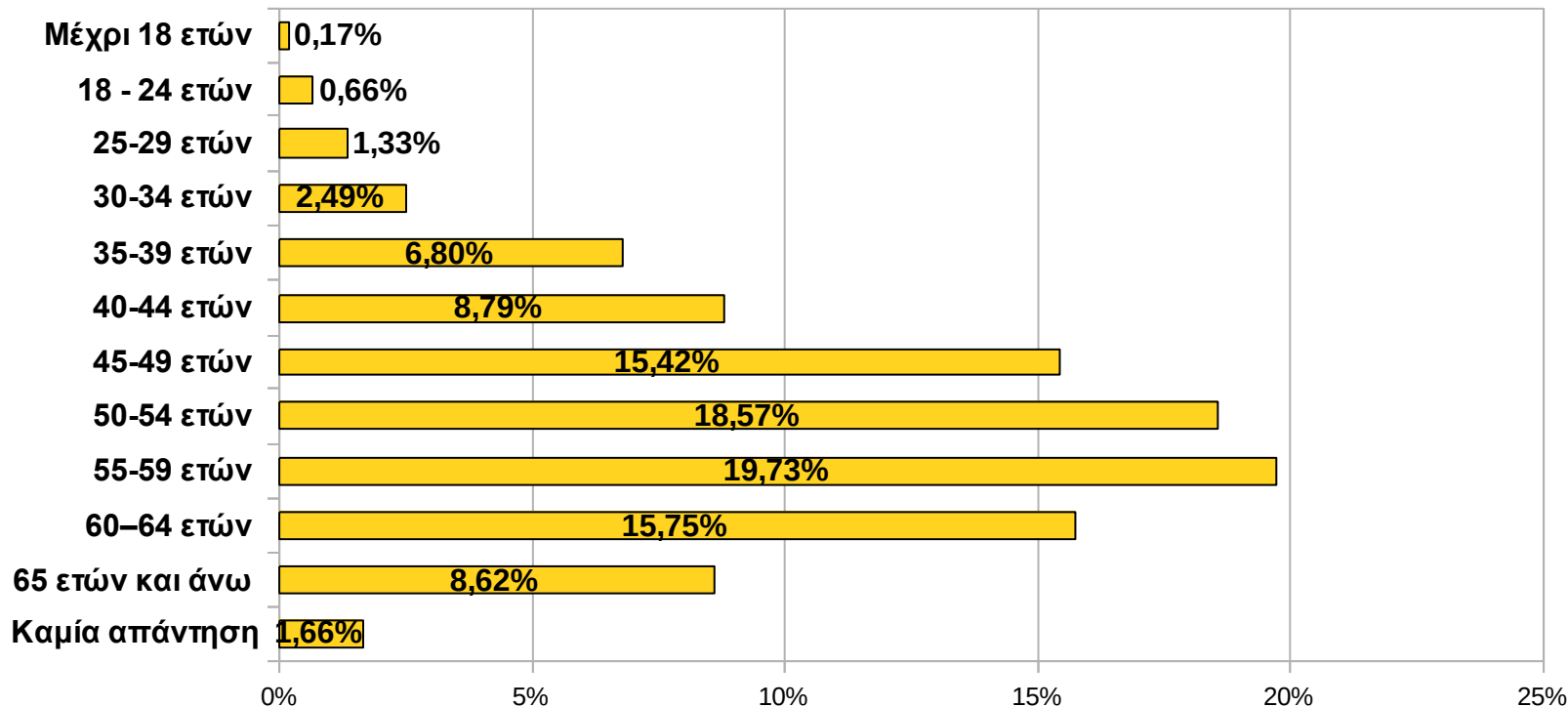
Μετά την ολοκλήρωση της συλλογής των ερωτηματολογίων, άρχισε η αποδελτίωση και η εισαγωγή των στοιχείων για την στατιστική τους επεξεργασία.

Για αυτή τη διαδικασία της στατιστικής ανάλυσης των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πακέτο λογισμικού SPSS 11.0 καθώς και το excel της Microsoft Office 2000 professional.

Κατά την ανάλυση των αποτελεσμάτων θα αναφερθεί και συγκριθεί με τα αποτελέσματα αντίστοιχης έρευνας που διενεργήθηκε το 2009 από την Επιστημονική Εταιρία Τουρισμού Κέρκυρας για ολόκληρη την Κέρκυρα. Έτσι στις περιπτώσεις όπου εκτιμάται να συγκρίνονται κάποια στοιχεία θα αναφέρουμε και στοιχεία της έρευνας για όλη την Κέρκυρα ως «δείγμα Κέρκυρας» και τα στοιχεία της έρευνας του Αρίλλα ως «δείγμα Αρίλλα».

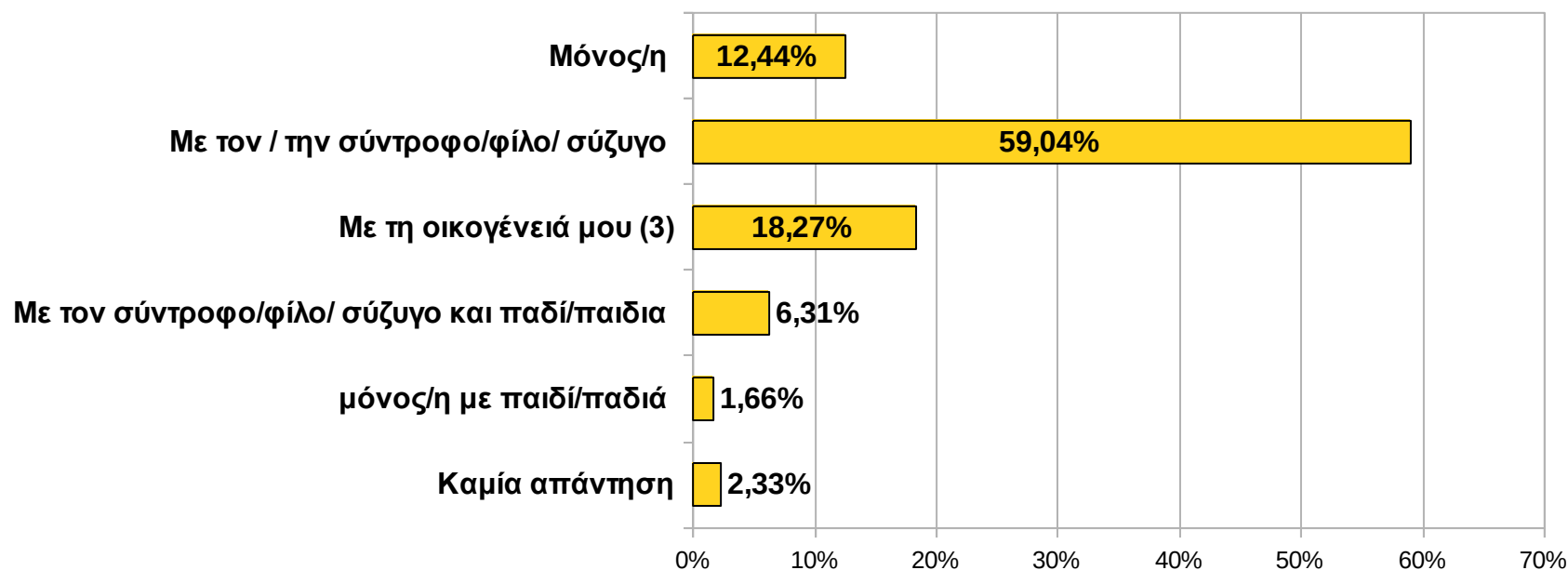
1.3 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

α) Η ηλικιακή ομάδα των δειγμάτων



- Η πλειονότητα των επισκεπτών στην περιοχή Αρίλλα με ποσοστό 69,47% ανήκει στην ηλικία 45-64 ετών. Η ομάδα νεαρής ηλικίας των 18-34 ετών αντιπροσωπεύει μόνον το 4,65%.
- Σύμφωνα με το δείγμα «Κέρκυρας» η ηλικία 45-64 ετών ανήκει το 40% και η ηλικιακή ομάδα των 18-35 ετών ανήκει το 36%.
- Με βάση τα παραπάνω προκύπτει ότι ο Αρίλλας προτιμάτε από επισκέπτες ώριμης ηλικίας ενώ γενικά η Κέρκυρα από νεαρής ηλικίας.

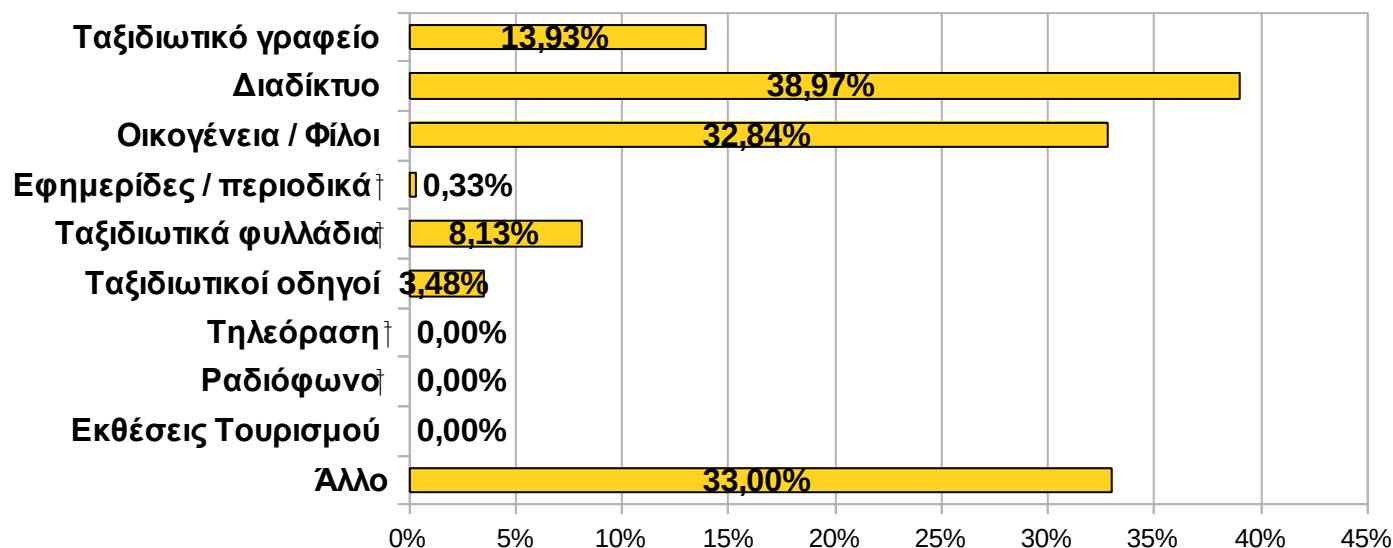
β) Αριθμός ατόμων που συνταξιδεύουν



- Το 59,04% ταξίδεψε στον Αρίλλα ως ζευγάρι ή φίλοι , ή σύντροφοι .
- Το 18,27% ταξίδεψε ως οικογένεια και το 12,46% ταξίδεψε μόνος/η.
- Σε σύγκριση με «δείγμα Κέρκυρας» το 29% ταξίδεψε ως ζευγάρι ή φίλοι ή σύντροφοι, το 43,20% ως οικογένεια και το 4% ταξίδεψε μόνος/η.

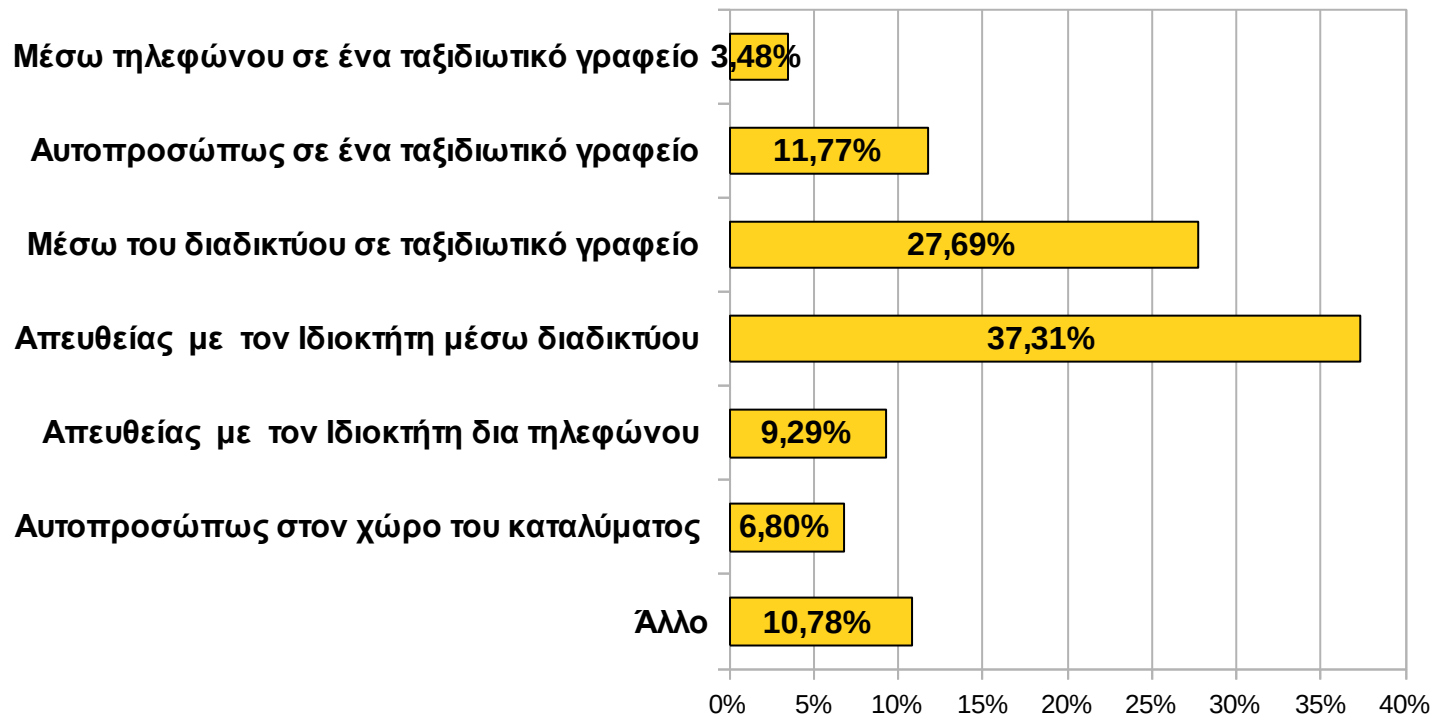
1.4 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

α) Πώς πήρατε την ιδέα να επισκεφτείτε την Περιοχή μας;



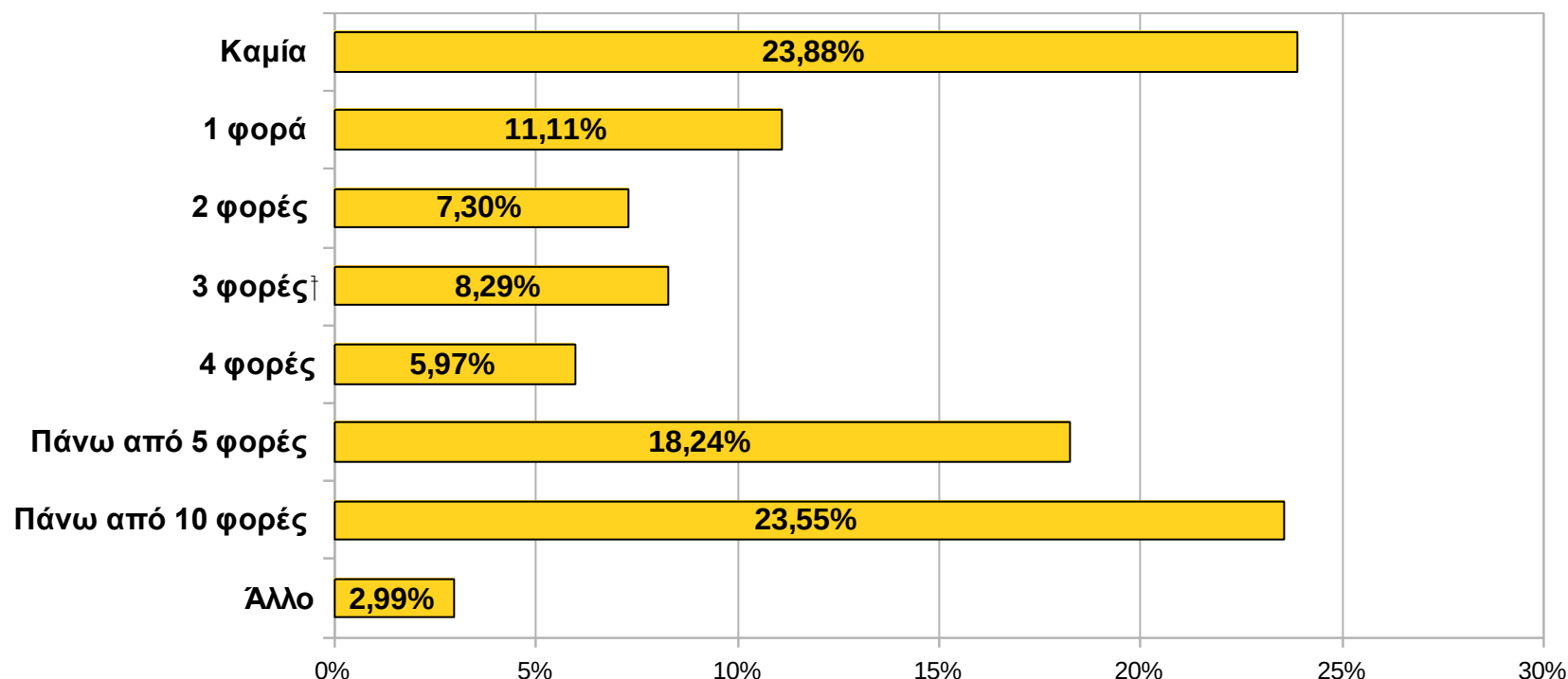
- Το 38,97% των ερωτηθέντων πήρε την πληροφορία από το διαδίκτυο, και το 32,84 από συγγενείς και φίλους. Αξιοσημείωτο είναι ότι το 71 τω ερωτηθέντων δεν πήρε την ιδέα να επισκεφτεί τον Αρίλλα από Tour Operator ή τουριστικό γραφείο οι οποίοι είναι οι κύριοι συντελεστές διακίνησης του μαζικού τουρισμού.
- Από ταξιδιωτικά γραφεία και φυλλάδια μόνο το 21,93 πήρε την πληροφορία για να επισκεφτεί τον Αρίλλα.
- Επίσης το 33,00% απάντησε «άλλο» που πρέπει να διερευνηθεί διότι είναι σημαντικό το ποσοστό.

β) Πού κάνετε την κράτηση της διαμονής σας;



- Η κράτηση του καταλύματος έγινε ουσιαστικά με δύο τρόπους.
Ο πρώτος είναι απευθείας με τον ιδιοκτήτη του καταλύματος 53,4% είτε μέσω διαδικτύου είτε μέσω τηλεφώνου.
Ο δεύτερος είναι μέσω τουριστικού γραφείου 42,94% είτε μέσω διαδικτύου είτε μέσω γραφείου.
Επιβεβαιώνεται το συμπέρασμα της προηγούμενης ερώτησης ότι στην περιοχή Αρίλλα η πλειοψηφία των τουριστών δεν είναι «εξαρτημένοι» από τα τουριστικά γραφεία και τους Tour Operators.

γ) Πόσες φορές έχετε επισκεφτεί τον Αρίλλα πριν;

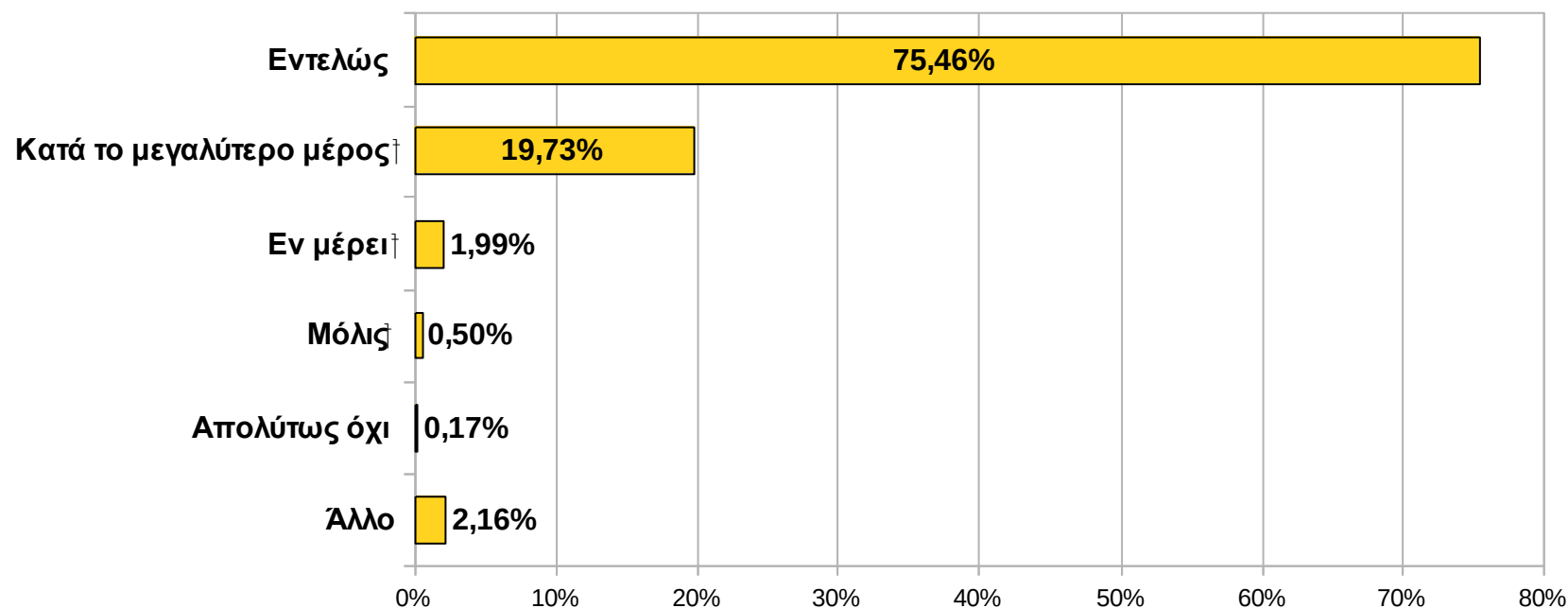


- Το 50,91% επισκέφτηκε τον Αρίλλα πάνω από 5 φορές .
- Το 23,55% πάνω από 10 φορές.
- Το 75% επισκέφτηκε πάνω από δύο φορές.
- Μόνο το 23,88% επισκέφτηκε για 1η φορά τον Αρίλλα.

Σύμφωνα με την έρευνα «δείγμα Κέρκυρας» μόνον το 20,6% επισκέφτηκε πάνω από τρεις φορές και το 58,9% επισκέφτηκε για πρώτη φορά την Κέρκυρα.

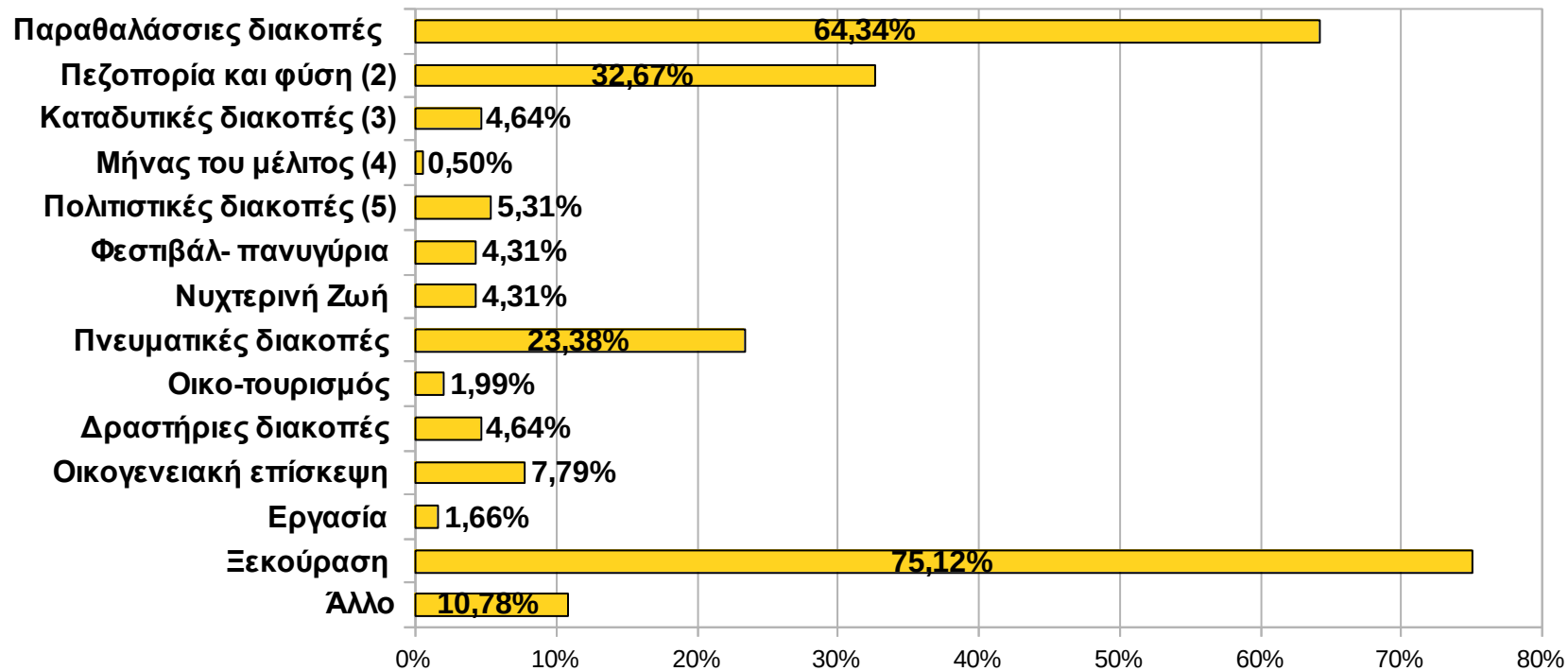
Ένα σημαντικό στοιχείο αναδεικνύεται ότι ο Αρίλλας είναι ένα προσφιλή τουριστικός προορισμός και διαθέτει ένα πολύ μεγάλο ποσοστό «πιστούς» επισκέπτες και επιβεβαιώνεται για ακόμη μια φορά.

δ) Ήταν το ταξίδι σας στον Αρίλλα σύμφωνα με τις προσδοκίες σας;



- Το 95,19% των ερωτηθέντων απάντησε ότι καλύφθηκαν από απόλυτα έως πολύ οι προσδοκίες τους. Έτσι δικαιολογείται και ο μεγάλος βαθμός επαναλαμβανόμενων επισκεπτών στην περιοχή.

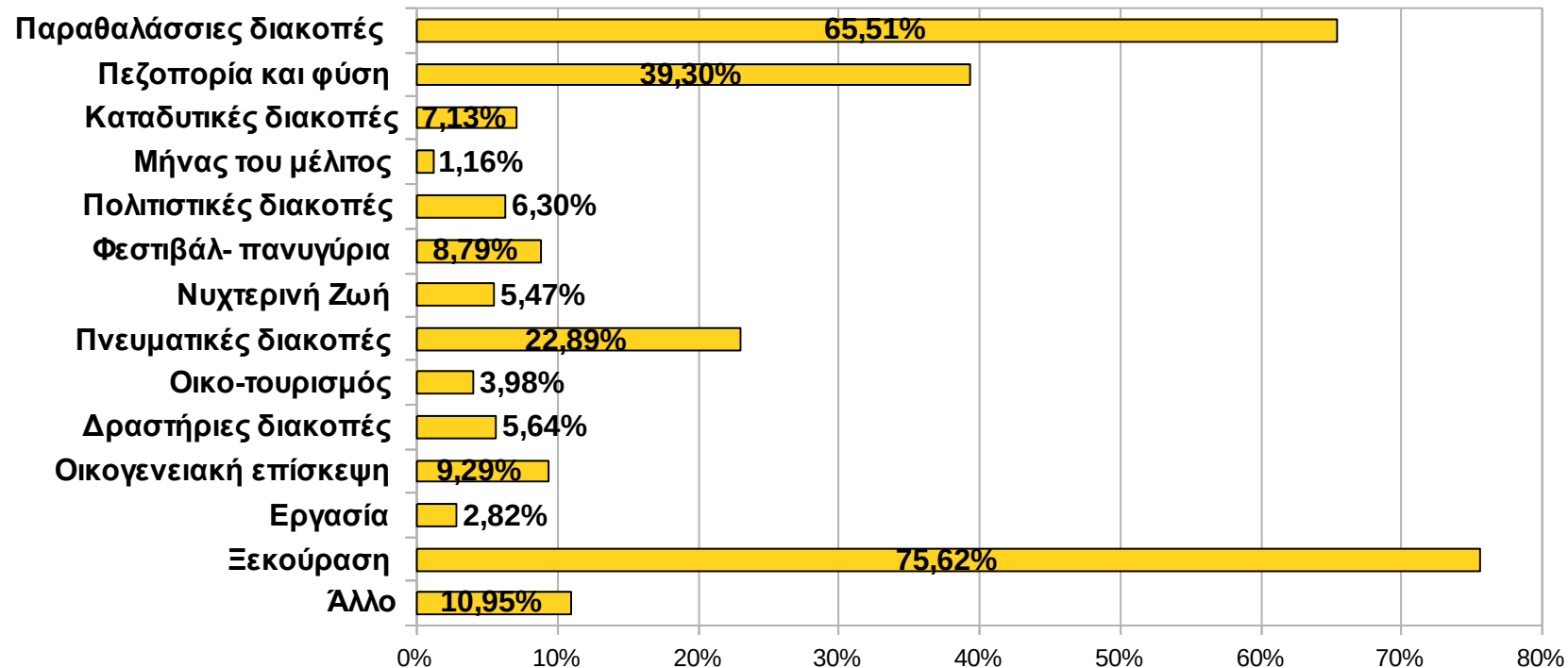
ε) Ποιος ήταν ο σκοπός της επίσκεψής σας στον Αρίλλα;



Για να επισκεφτούν τον Αρίλλα ήταν για τους ερωτηθέντες μέσο όρο 2,5 βασικοί λόγοι.

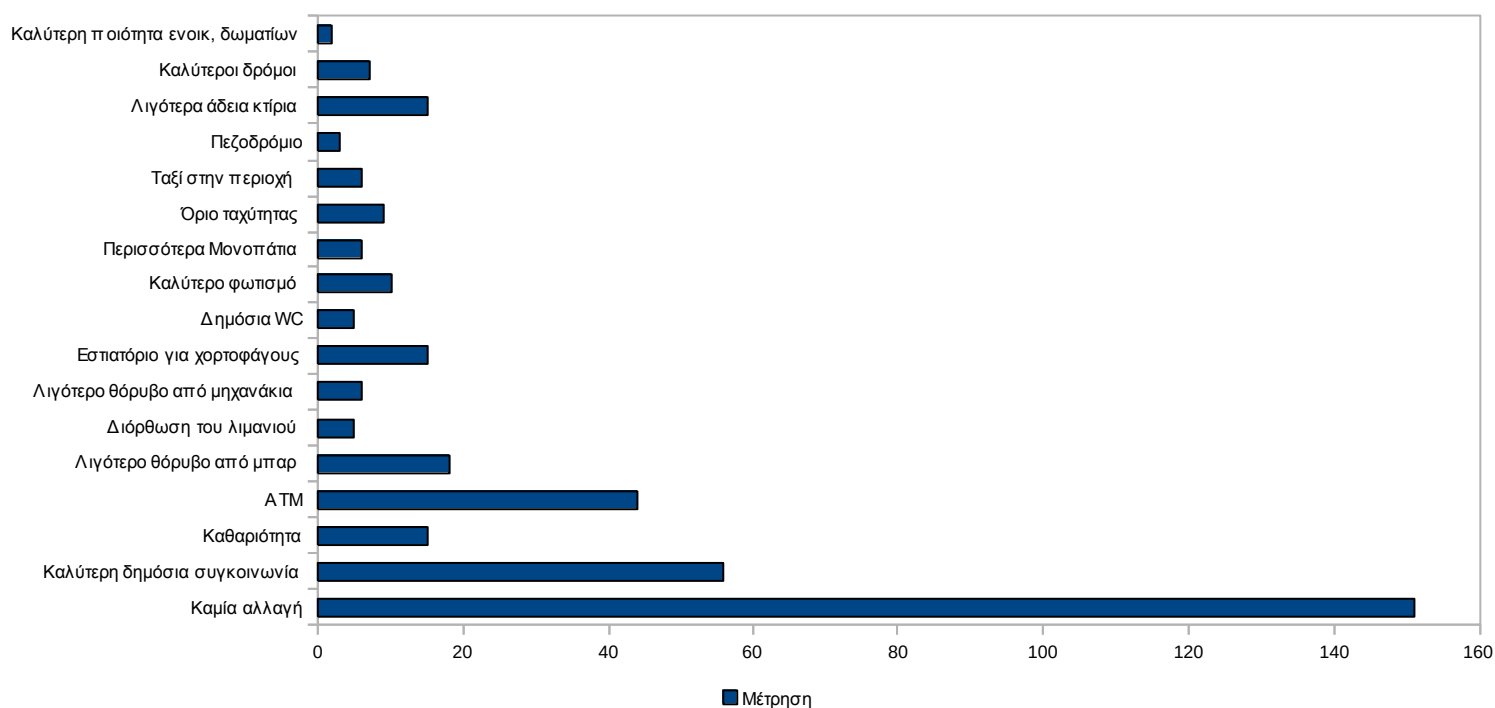
- Ο πρώτος λόγος ήταν η ξεκούραση με 75,12% ο δεύτερος λόγος ήταν οι διακοπές στην παραλία με 64,34% και ο τρίτος λόγος ήταν η πεζοπορία και η φύση με 32,67% και ο τέταρτος λόγος ήταν οι διακοπές με θέμα το διαλογισμό και το “ευ ζην” (Spiritual Holidays).
- Σε σύγκριση με το «δείγμα Κέρκυρας» ο πρώτος λόγος ήταν ο ήλιος και η θάλασσα για τους επισκέπτες , το φυσικό περιβάλλον και ακολουθεί το ήσυχο περιβάλλον.

στ) Ποιος θα ήταν ο βασικός σκοπός σας στην επόμενη επίσκεψή σας στον Αρίλλα;



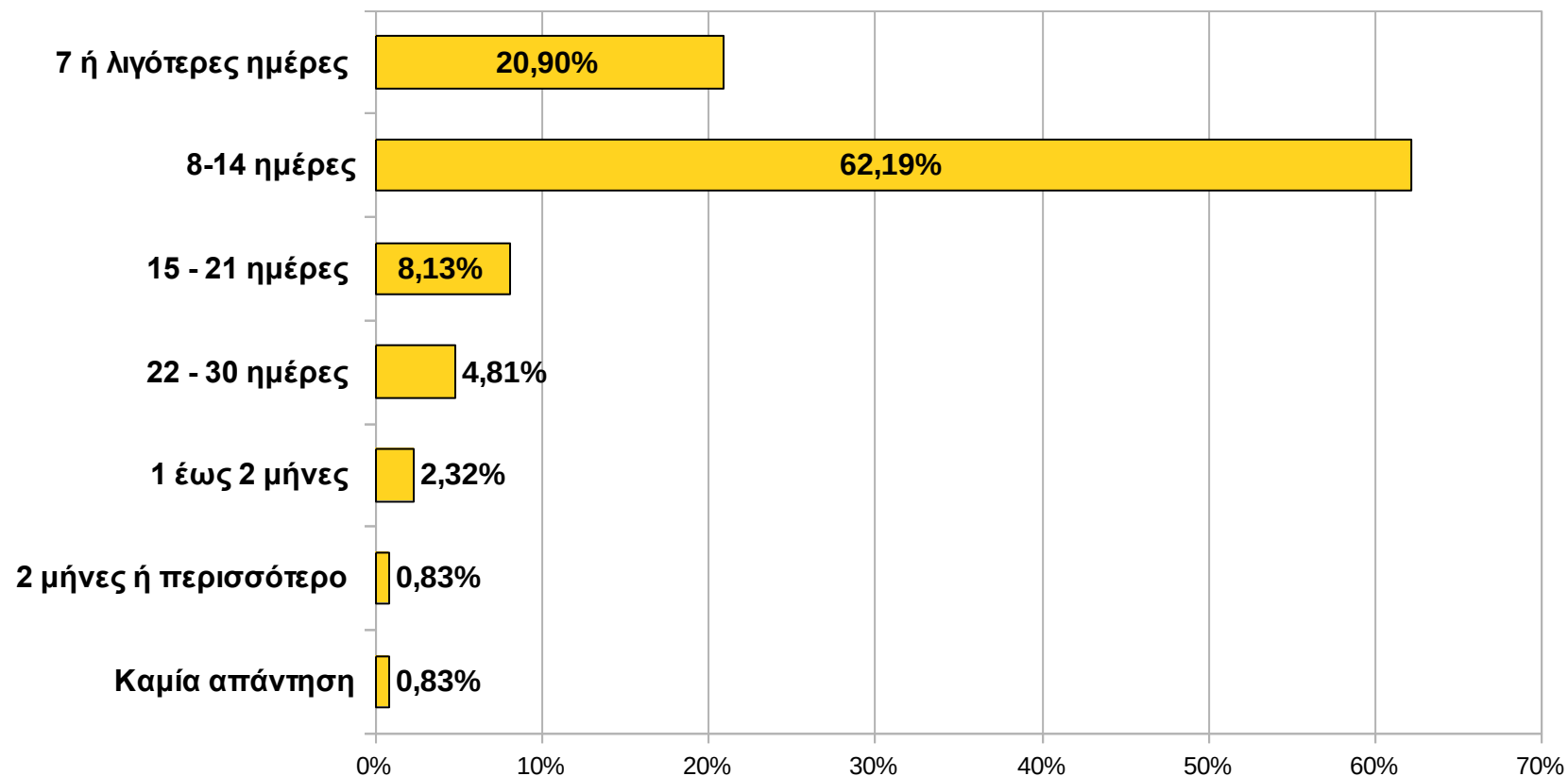
- Οι κύριοι λόγοι για να επιστρέψουν ξανά για διακοπές στον Αρίλλα είναι η ξεκούραση με 75,62%, οι διακοπές στην παραλία με 65,5% και ακολουθεί η πεζοπορία και η φύση με 39,30%. Είναι δηλαδή οι ίδιοι λόγοι που τους επηρέασαν να επισκεφτούν τον Αρίλλα.

ζ) Ποιες αλλαγές θα θέλατε να δείτε στην επόμενη επίσκεψή σας στον Αρίλλα;



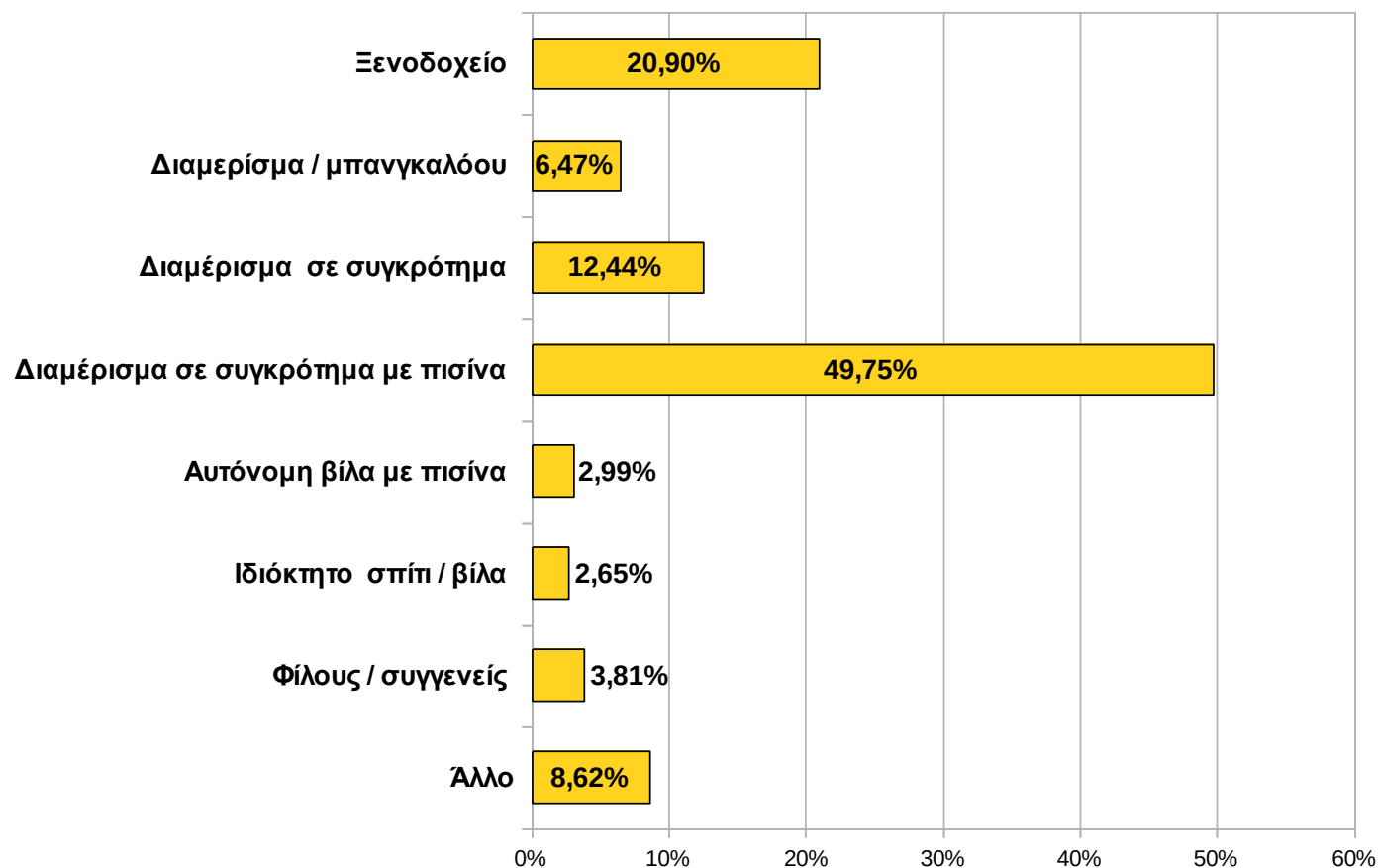
Είναι εντυπωσιακή η απάντηση «καμία αλλαγή» ότι δεν θέλουν να δουν αλλαγή στην επόμενη τους επίσκεψη στον Αρίλλα

η) Για πόσο διάστημα περάσατε τις διακοπές σας στον Αρίλλα;



- Το 62,19 των ερωτηθέντων έμεινε στον Αρίλλα από 8-14 ημέρες ενώ στο «δείγμα Κέρκυρας» ήταν το 41,5%. Επίσης το 8,79% έμεινε άνω των 3 εβδομάδων, σε σύγκριση με το «δείγμα Κέρκυρας» που έμειναν μόνο το 2,6%, δηλαδή τρεις φορές περισσότερο διάστημα πέρασαν τις διακοπές τους στον Αρίλλα.

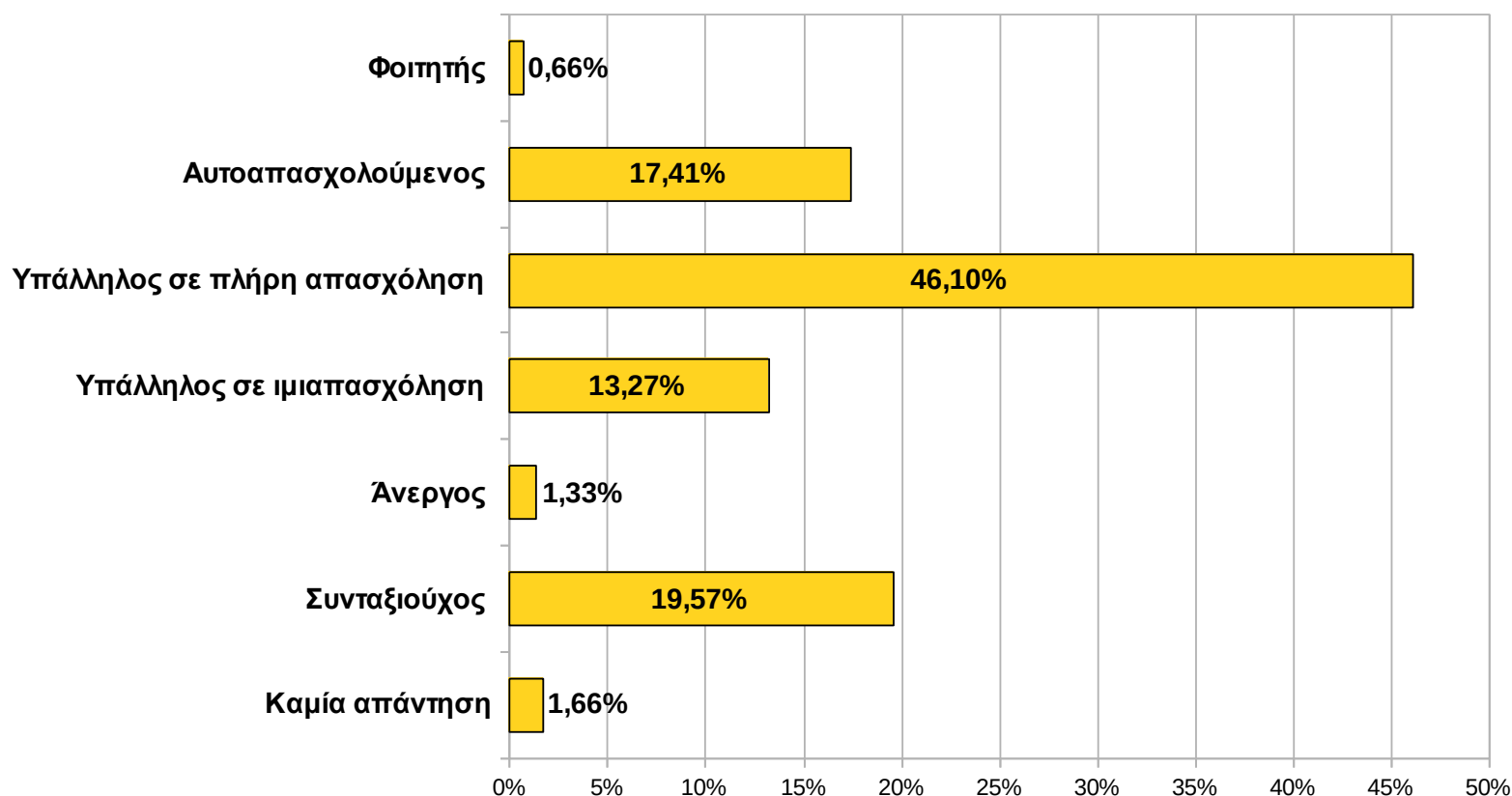
θ) Σε τι είδους κατάλυμα μέινετε;



- Το 52,74% έμεινε σε διαμερίσματα ή βίλα με πισίνα.
 - Το 20,90% σε ξενοδοχείο και το 12,44 σε διαμερίσματα χωρίς πισίνα.
- Οι επισκέπτες του Αρίλλα προτιμούν τα αυτοεξυπηρετούμενα καταλύματα.

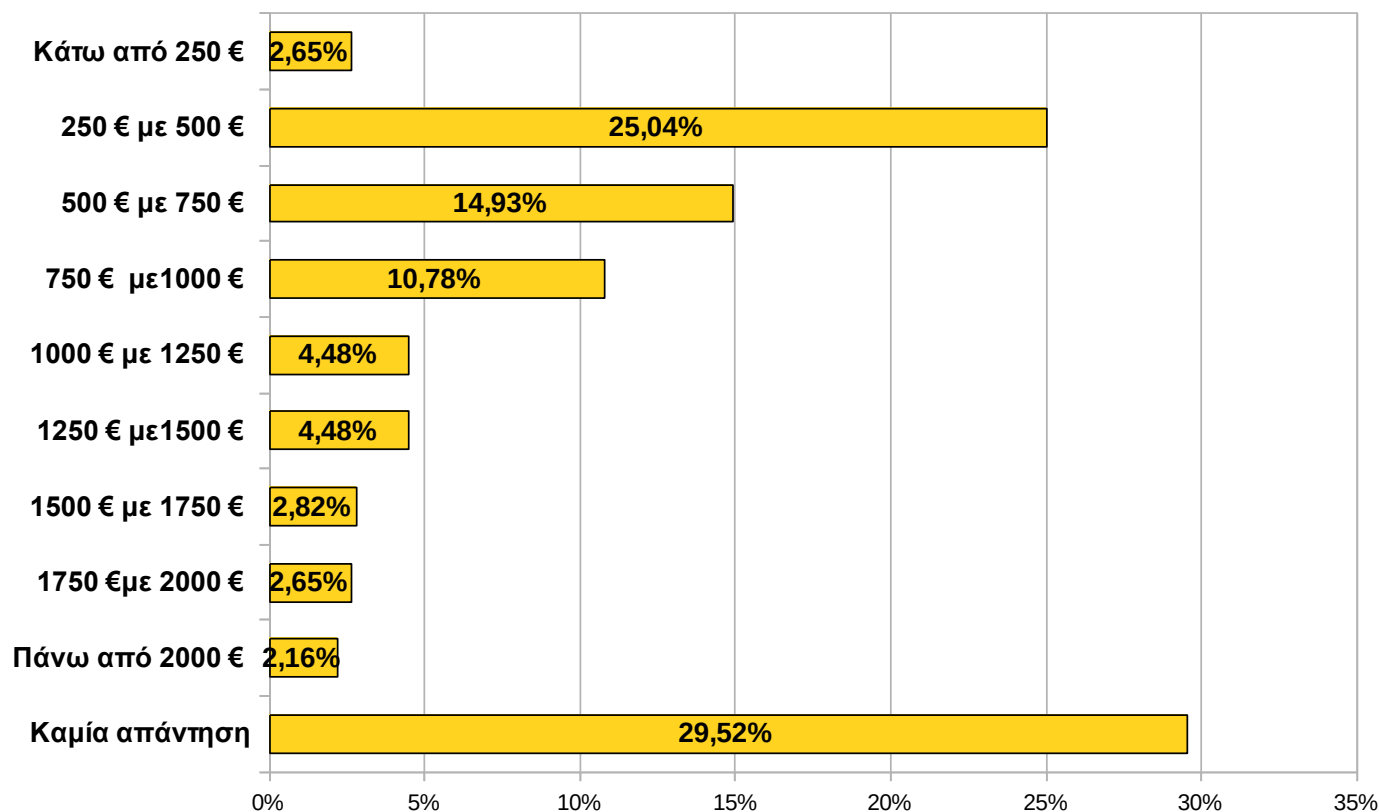
1.5 ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ-ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

α) Ποια είναι η τρέχουσα επαγγελματική κατάστασή σας;



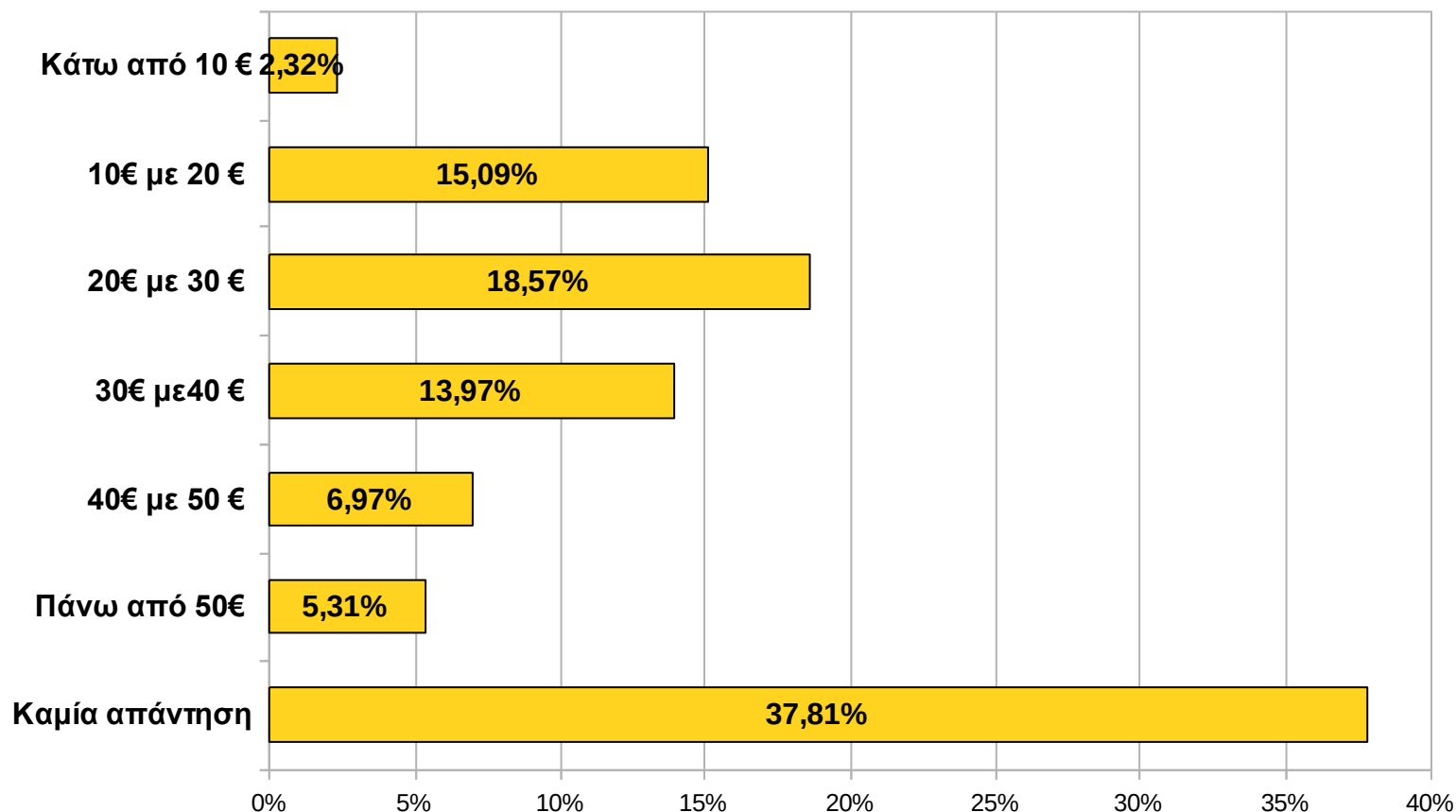
- Το 46,10% των ερωτηθέντων έχει πλήρη εργασιακή απασχόληση.
- Το 19,57% είναι συνταξιούχοι , το 17,41% είναι αυτοαπασχολούμενοι και το 13,23% έχει μερική εργασιακή απασχόληση.

β) Ποια ήταν τα οδοιπορικά και έξοδα διαμονής του από το ταξίδι στον Αρίλλα ανά άτομο; (αν κλείσατε πακέτο διακοπών).



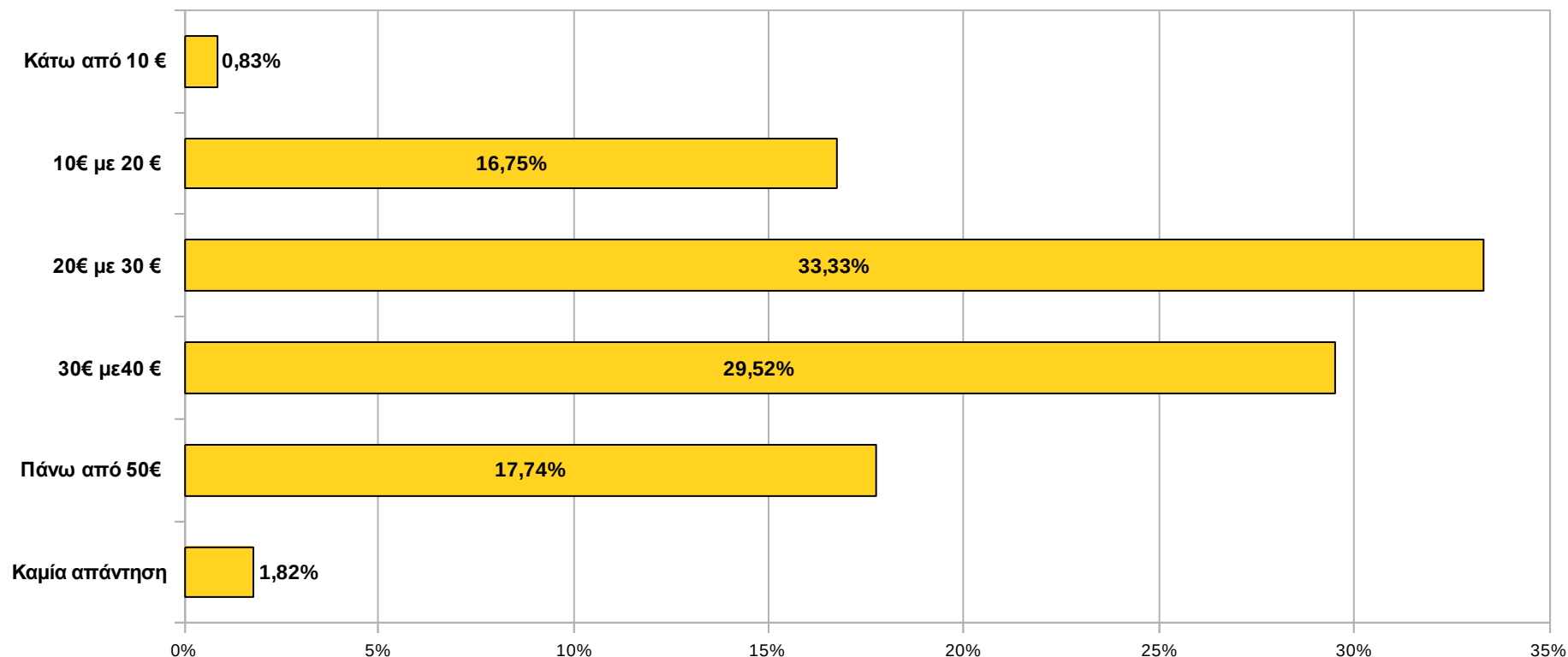
- Το 29,52 % των ερωτηθέντων δεν απάντησε στην ερώτηση διότι θεωρήθηκε προσωπικό δεδομένο.
- Το υπόλοιπο ποσοστό που απάντησε πλήρωσε για την το ταξίδι και την διαμονή του το 25,04% μεταξύ 250 € έως 500€ το άτομο.
- Το 14,93 % πλήρωσε από 500€ έως 750€ το άτομο και μόνο το 25% πλήρωσε άνω των 750€.

γ) Πόσα δαπανήσατε ανά άτομο ημερησίως στον Αρίλλα αποκλειστικά για έξοδα διαμονής;



- Το 37% των ερωτηθέντων δεν απάντησε διότι θεώρησε ότι αφορά «προσωπικό δεδομένο».
- Το υπόλοιπο για τη διαμονή τους στον Αρίλλα οι ερωτηθέντες απάντησαν ότι το 33,66% δαπάνησε για την διαμονή του από 10 – 30€ ανά άτομο ημερησίως.
- Το 20,9% δαπάνησε από 30-50€ . Ενώ μόνον το 5,31% δαπάνησε άνω των 50€ ανά άτομο.

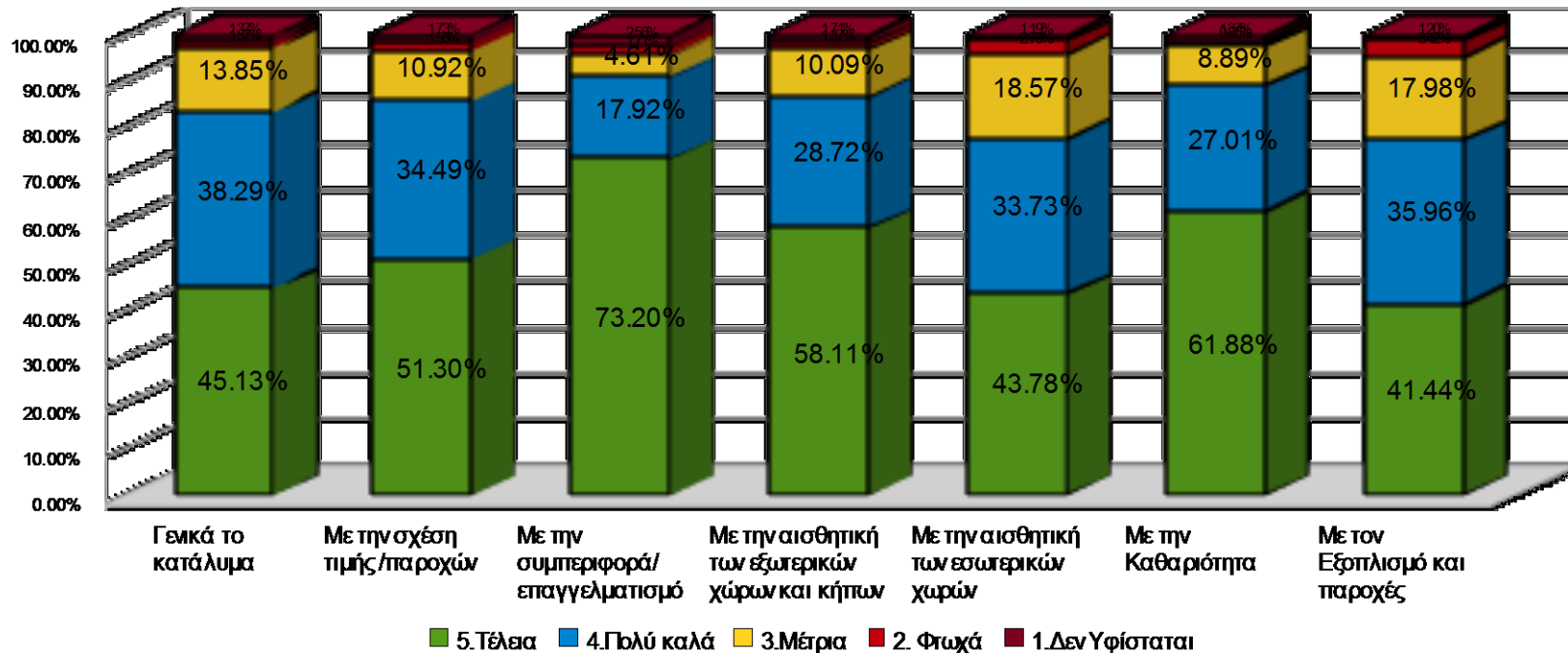
δ) Πόσα δαπανήσατε ανά άτομο ημερήσια στον Αρίλλα αποκλειστικά για έξοδα διατροφής;



- Το 62,85% των ερωτηθέντων ξόδεψε για φαγητό και ποτά κατά άτομο μεταξύ 20-40€ την ημέρα.
- Το 17,74 ξόδεψε άνω των 50€ την Ημέρα.
- Σε σύγκριση με τον προηγούμενο πίνακα παρατηρείται ότι οι τουρίστες στον Αρίλλα ξόδεψαν περισσότερα χρήματα για φαγητό και ποτό ανά άτομο παρά για το κατάλυμα.
- Συγκεκριμένα ξόδεψαν για κατάλυμα μεταξύ 20-40€ ανά άτομο το 32,5% και μόνο το 5,32% ξόδεψε για το κατάλυμα άνω των 50€ την ημέρα.

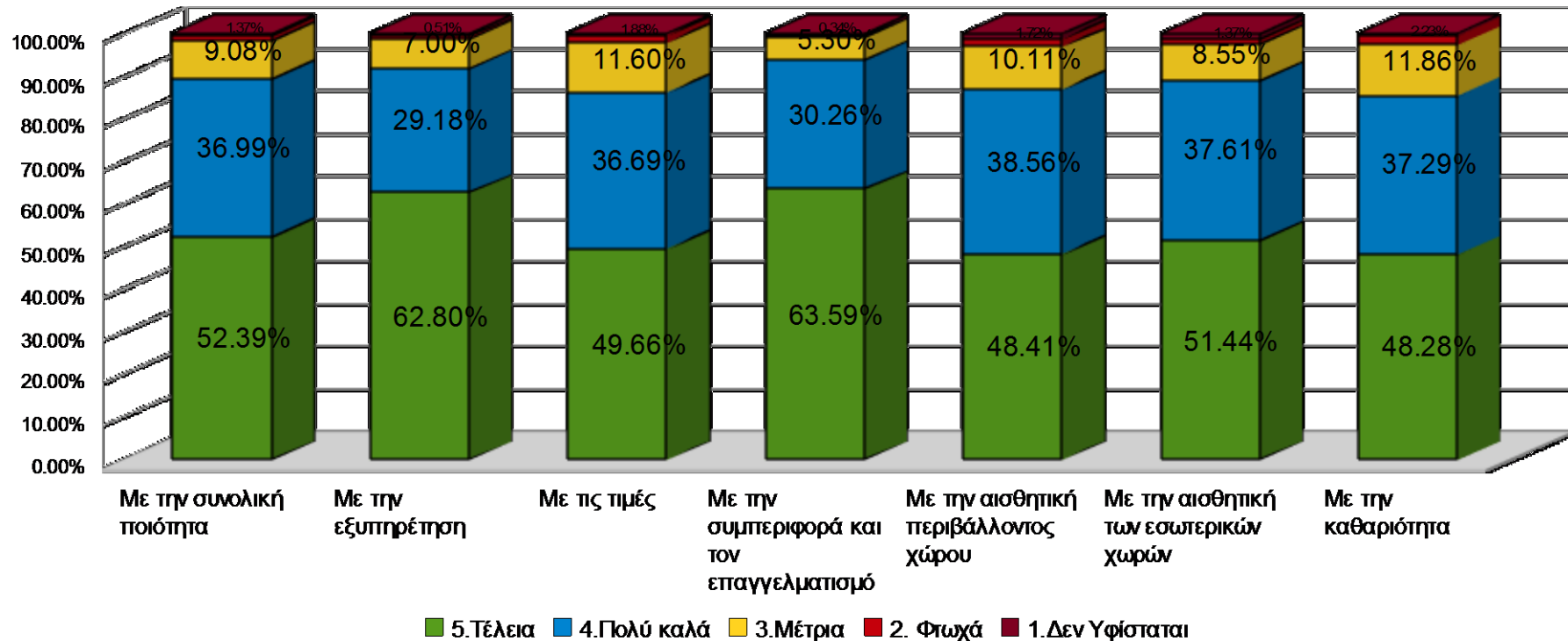
1.6 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

α) Ο βαθμός ικανοποίησης από το κατάλυμα.



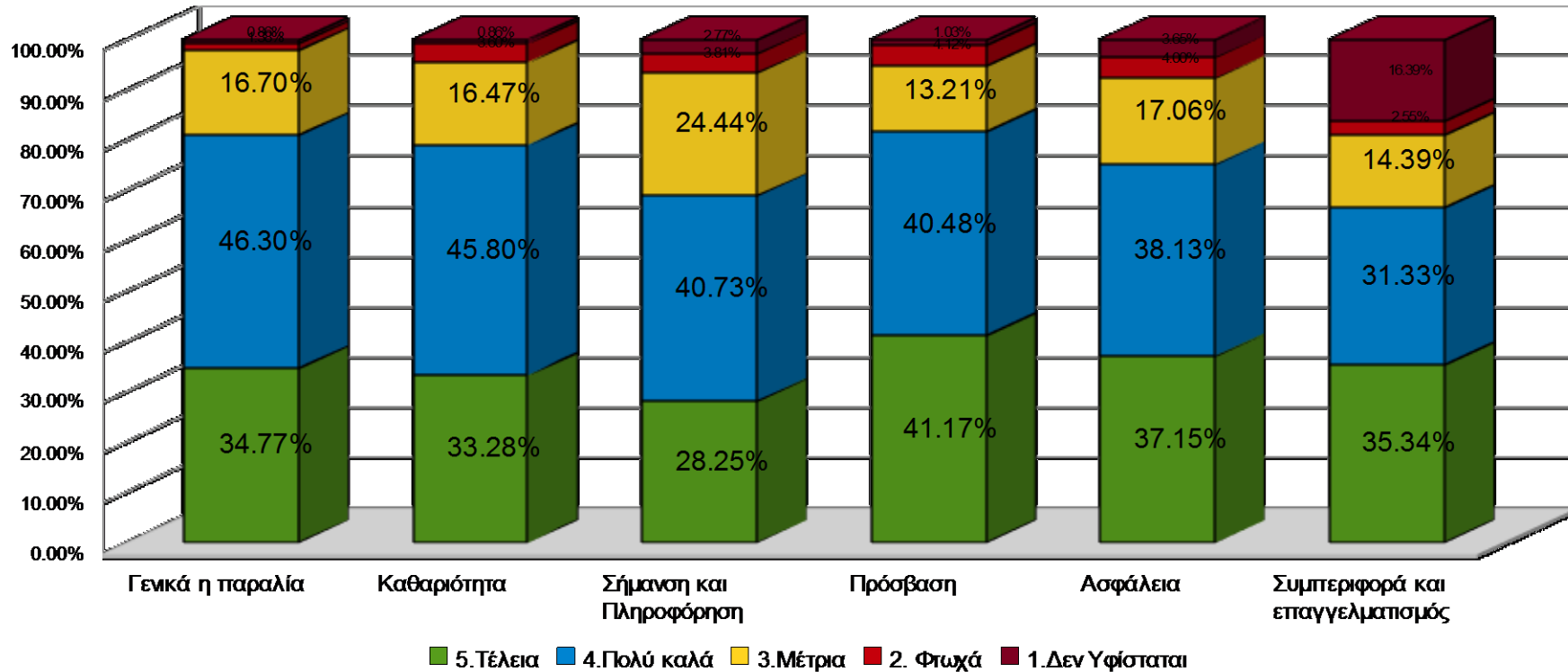
- Το 83,42% των ερωτηθέντων έμεινε πολύ έως άριστα ικανοποιημένο από την ποιότητα του καταλύματος .
- Το 85,79% θεώρησε ότι η τιμή ήταν πάρα πολύ καλή έως άριστη.
- Το 91,12% θεώρησε ότι η συμπεριφορά και ο επαγγελματισμός του προσωπικού και των ιδιοκτητών των καταλυμάτων ήταν πολύ καλή έως άριστη.
- Το 86,83 θεώρησε την αισθητική των εξ. χώρων και κήπων των καταλυμάτων πολύ καλή έως άριστη.
- Το 77,51% θεώρησε την αισθητική των εσωτερικών χώρων πολύ καλή έως άριστη.
- Το 88,89% θεώρησε ότι η καθαριότητα των καταλυμάτων ήταν πολύ καλή έως άριστη.
- Το 77,4% θεώρησε ότι ο εξοπλισμός και οι παροχές των καταλυμάτων ήταν πολύ καλή έως άριστη.

β) Ο βαθμός ικανοποίησης από τα εστιατόρια και μπαρ καφέ στην περιοχή.



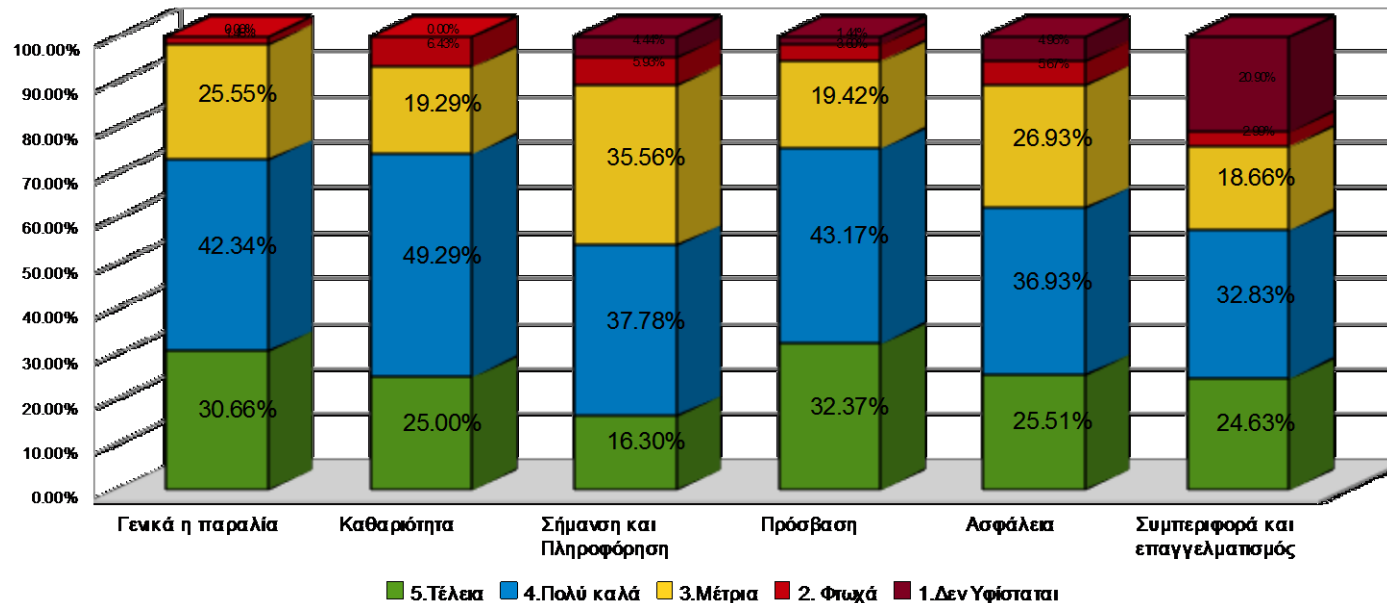
- Το 89,38% θεώρησε ότι η ποιότητα των εστιατορίων, καφέ και μπαρ ήταν πολύ καλή έως άριστη.
- Το 91,98 % θεώρησε ότι το σερβίρισμα ήταν πολύ καλό έως άριστο Το 86,35% θεώρησε ότι οι τιμές ήταν πολύ καλές έως άριστες.
- Το 93,85% θεώρησε ότι η συμπεριφορά και ο επαγγελματισμός του προσωπικού και των ιδιοκτητών ήταν πολύ καλή έως άριστη.
- Το 86,97% θεώρησε ότι η αισθητική του περιβάλλοντος χώρου ήταν πολύ καλή έως άριστη.
- Το 89,05% θεώρησε ότι η αισθητική των εσωτερικών χώρων ήταν πολύ καλή έως άριστη.
- Το 85,57% θεώρησε ότι η καθαριότητα ήταν πολύ καλή έως άριστη.

γ) Ο βαθμός ικανοποίησης της παραλίας.



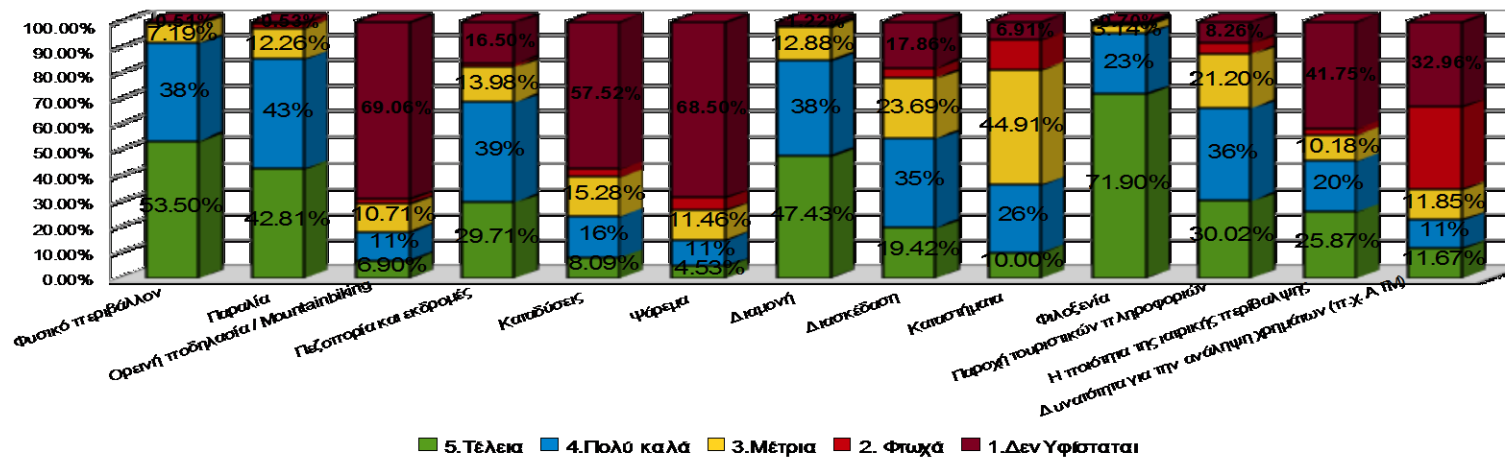
- Το 81,07% θεωρεί ότι γενικά η ποιότητα των παραλιών ήταν πολύ καλή έως άριστη.
- Το 79,08% θεωρεί ότι η καθαριότητα των παραλιών ήταν πολύ καλή έως άριστη.
- Το 68,98% θεωρεί ότι η σήμανση και η πληροφόρηση των παραλιών ήταν πού καλή έως άριστη.
- Το 81,65% θεωρεί ότι η πρόσβαση της παραλίας ήταν πολύ καλή έως άριστη.
- Το 75,28% θεωρεί ότι η ασφάλεια στην παραλία ήταν πολύ καλή έως άριστη.
- Το 66,67% θεωρεί ότι η συμπεριφορά και ο επαγγελματισμός των υπαλλήλων της παραλίας ήταν πολύ καλή έως άριστη.

δ) Ο βαθμός ικανοποίησης της παραλίας. Για όσους επισκέφτηκαν πρώτη φορά τον Αρίλλα



- Το 73,00% θεωρεί ότι γενικά η ποιότητα των παραλιών ήταν πολύ καλή έως άριστη.
- Το 74,29% θεωρεί ότι η καθαριότητα των παραλιών ήταν πολύ καλή έως άριστη.
- Το 54,08% θεωρεί ότι η σήμανση και η πληροφόρηση των παραλιών ήταν πολύ καλή έως άριστη.
- Το 75,54% θεωρεί ότι η πρόσβαση της παραλίας ήταν πολύ καλή έως άριστη.
- Το 62,44% θεωρεί ότι η ασφάλεια στην παραλία ήταν πολύ καλή έως άριστη.
- Το 57,46% θεωρεί ότι η συμπεριφορά και ο επαγγελματισμός των υπαλλήλων της παραλίας ήταν πολύ καλή έως άριστη.
- Το συμπέρασμα που διεξάγεται για τους τουρίστες που επισκέφτηκαν για πρώτη φορά τον Αρίλλα είναι ότι είναι πιο απαιτητικοί για τις παροχές της παραλίας.

ε) Ο βαθμός ικανοποίησης για τα επιμέρους στοιχεία του τουριστικού προϊόντος της περιοχής.

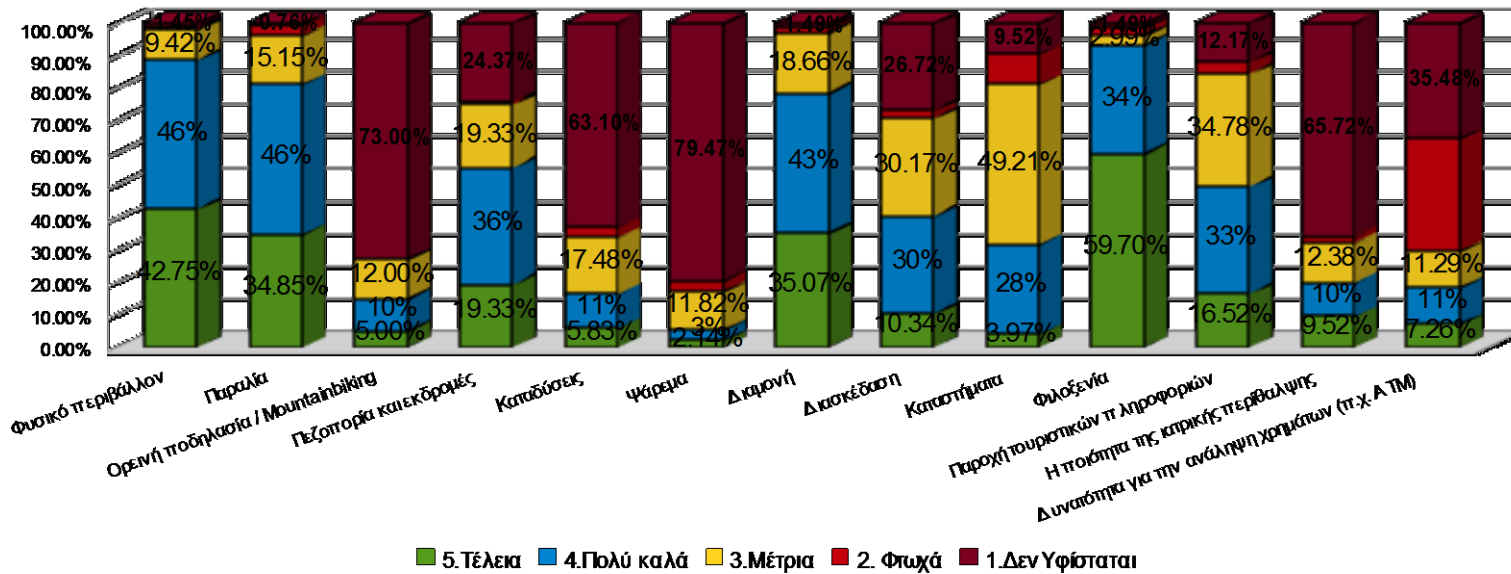


- Το 91,50% των ερωτηθέντων αξιολογεί το φυσικό περιβάλλον της περιοχής από πολύ καλό έως άριστο.
- Το 85,81% θεωρεί ότι οι παραλίες ήταν καλές έως άριστες.
- Το 85,44 θεωρεί ότι στην περιοχή δεν υφίσταται η κατάλληλη υποδομή για τη χρήση ποδηλάτου του βουνού (mountain bike)
- Το 68,71% θεωρεί την περιοχή κατάλληλη για περπάτημα και εκδρομές.
- Το 60,68% θεωρεί ότι στην περιοχή δεν υφίσταται η κατάλληλη υποδομή για καταδύσεις.
- Το 73,51% θεωρεί ότι στην περιοχή δεν υφίσταται η κατάλληλη υποδομή για ψάρεμα.
- Το 85,41% θεωρεί την περιοχή πολύ καλή έως άριστη για να την επιλέγει για την διαμονή του.
- Το 54,42% θεωρεί ότι η νυχτερινή διασκέδαση είναι πολύ καλή έως άριστη
- Το 56,73 θεωρεί ότι η περιοχή είναι φτωχή έως μέτρια για αγορές.
- Το 94,90 θεωρεί ότι η περιοχή είναι φιλόξενη από πολύ καλή έως άριστη.
- Το 66,02% θεωρεί ότι η τουριστική πληροφορία είναι πολύ καλή έως άριστη.
- Το 41,75 δεν χρειάστηκε ιατρικής περίθαλψης. Όσοι έκαναν χρήση, θεωρούν ότι η ιατρική περίθαλψη είναι πολύ καλή έως άριστη.

Σύμφωνα μίας άλλης έρευνας που διενεργήθηκε στην Κέρκυρα αυτό το ποσοστό χρήσης ιατρικών υπηρεσιών ανερχόταν σε στο 16% περίπου . Επειδή όμως η περιοχή του Αρίλλα δέχεται ένα μεγάλο ποσοστό 50,91% επαναλαμβανόμενων επισκεπτών (περισσότερες από 5 φορές) έχουν γνώση και εμπειρία από επισκέψεις προηγούμενων ετών.

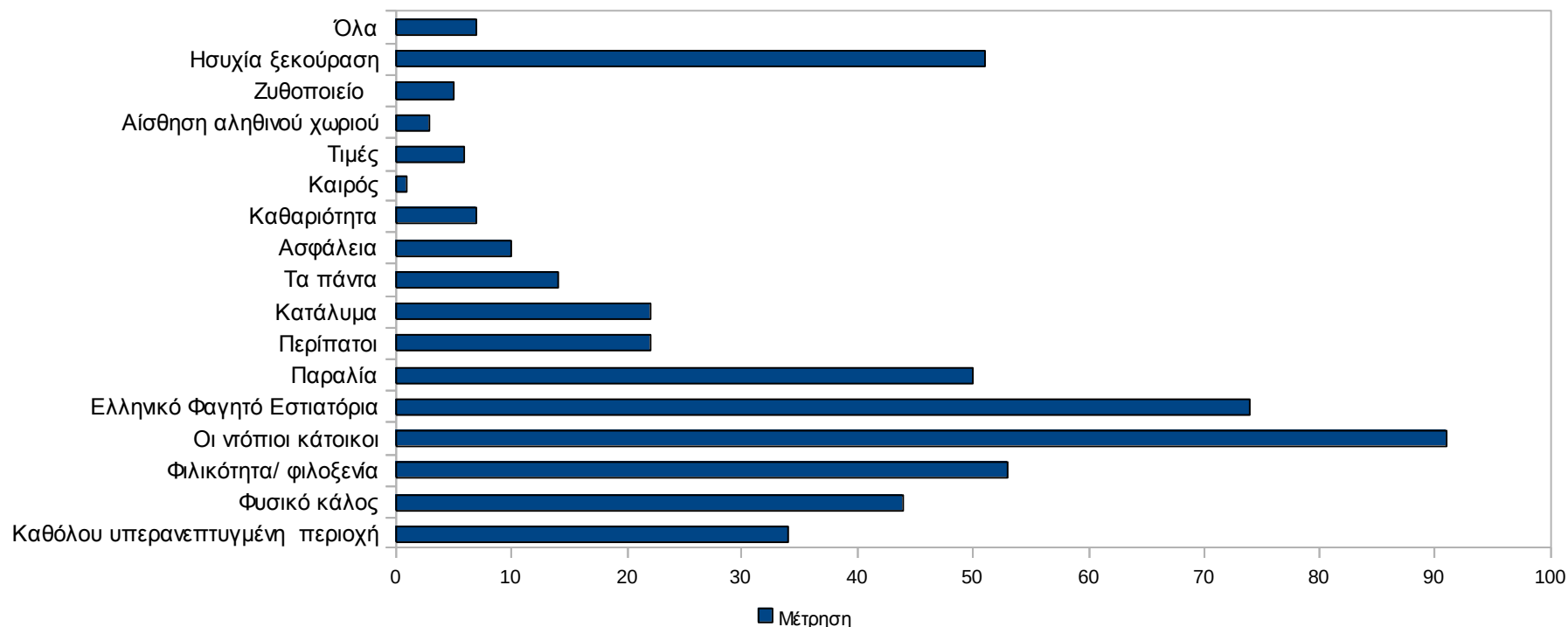
- Το 65 % θεωρεί ότι η δυνατότητα ανάληψης χρημάτων είναι από ανύπαρκτη έως λίγη.

στ) Ο βαθμός ικανοποίησης για τα επιμέρους στοιχεία του τουριστικού προϊόντος της περιοχής. **Για όσους επισκέφτηκαν πρώτη φορά τον Αρίλλα.**



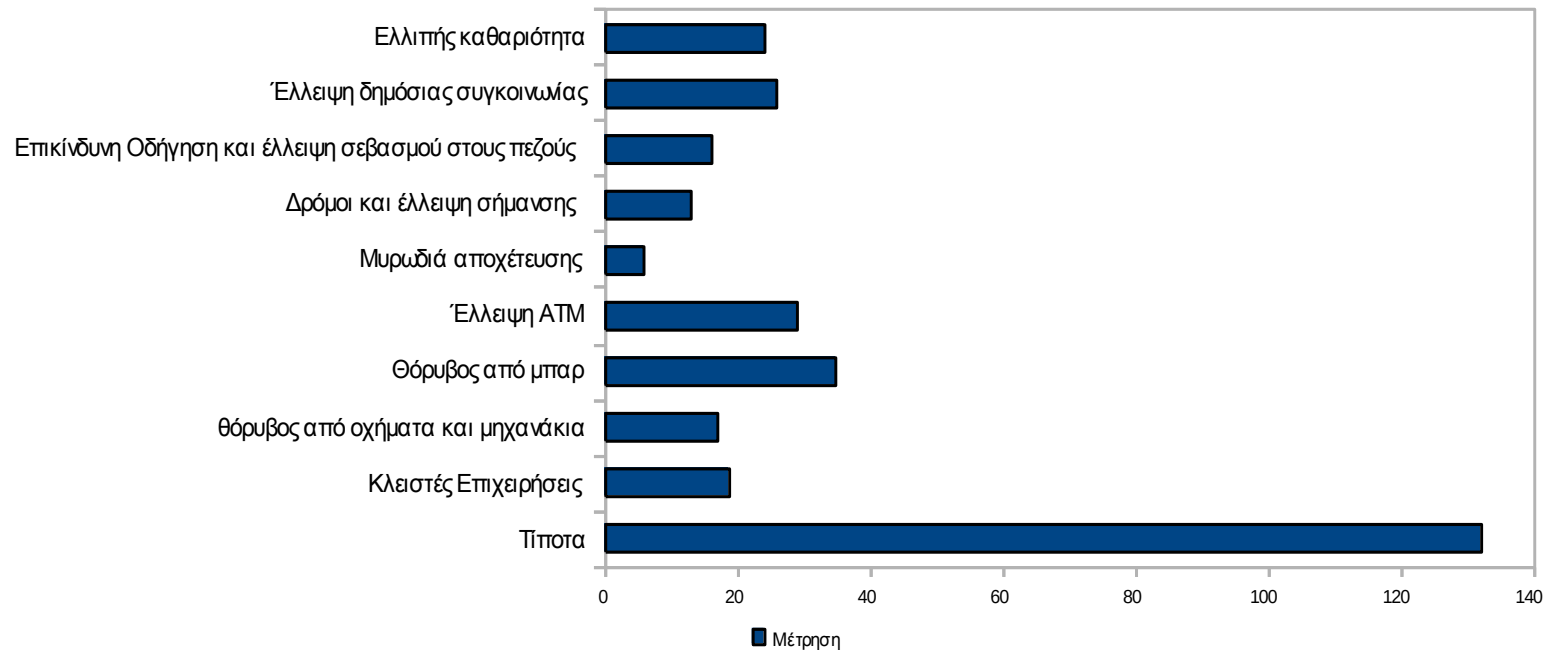
- Για όσους επισκέφτηκαν πρώτη φορά τον Αρίλλα, ο βαθμός ικανοποίησης για τα επιμέρους στοιχεία του τουριστικού προϊόντος κυμαίνονται στα ίδια επίπεδα με τους επαναλαμβανόμενους επισκέπτες που παρουσιάζονται στον προηγούμενο πίνακα.

ζ) Τι ήταν αυτό που ΣΑΣ ΑΡΕΣΕ περισσότερο κατά την επίσκεψή σας στον Αρίλλα;



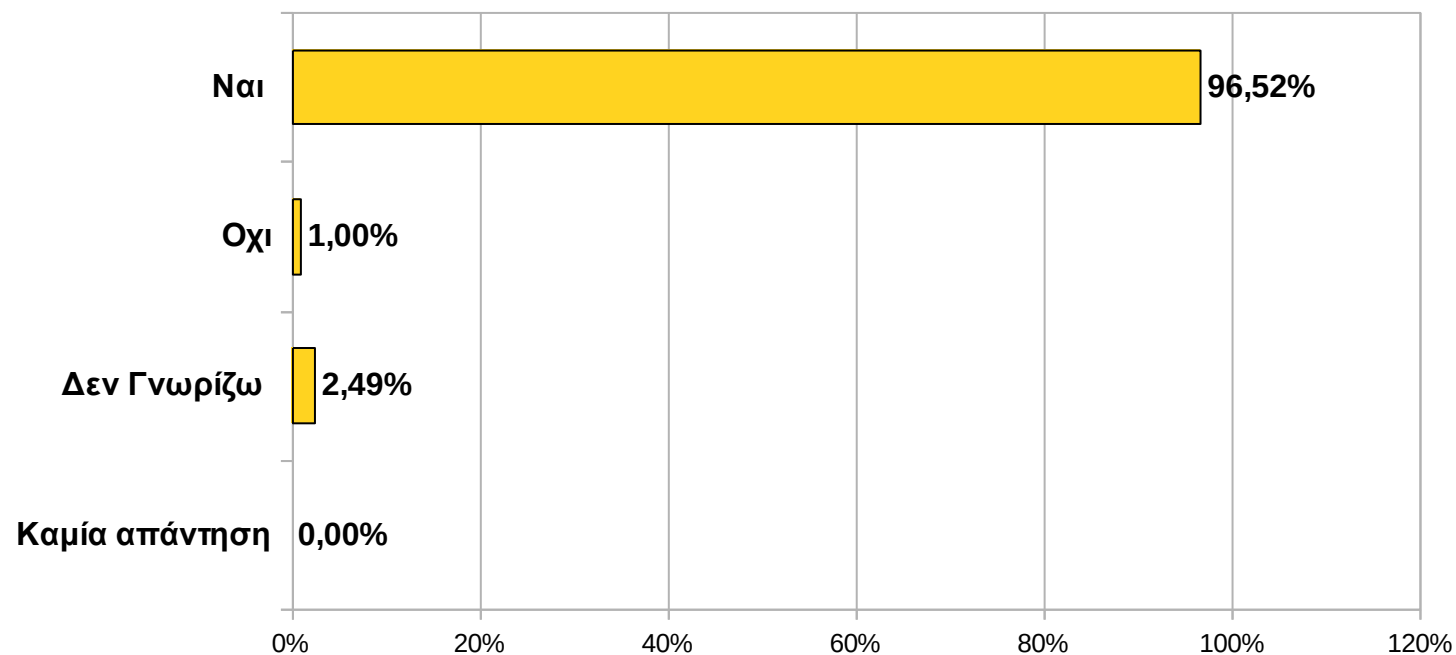
- Σε αυτόν τον πίνακα αναδεικνύονται τα πλεονεκτήματα της περιοχής που είναι:
α) Οι ντόπιοι κάτοικοι, β) το ελληνικό φαγητό και εστιατόρια, γ) ησυχία – ξεκούραση,
δ) Φιλικότητα-φιλοξενία και ε) η παραλία.

η) Τί ήταν αυτό που κατά την επίσκεψή σας ΔΕΝ ΣΑΣ ΑΡΕΣΕ στον Αρίλλα;



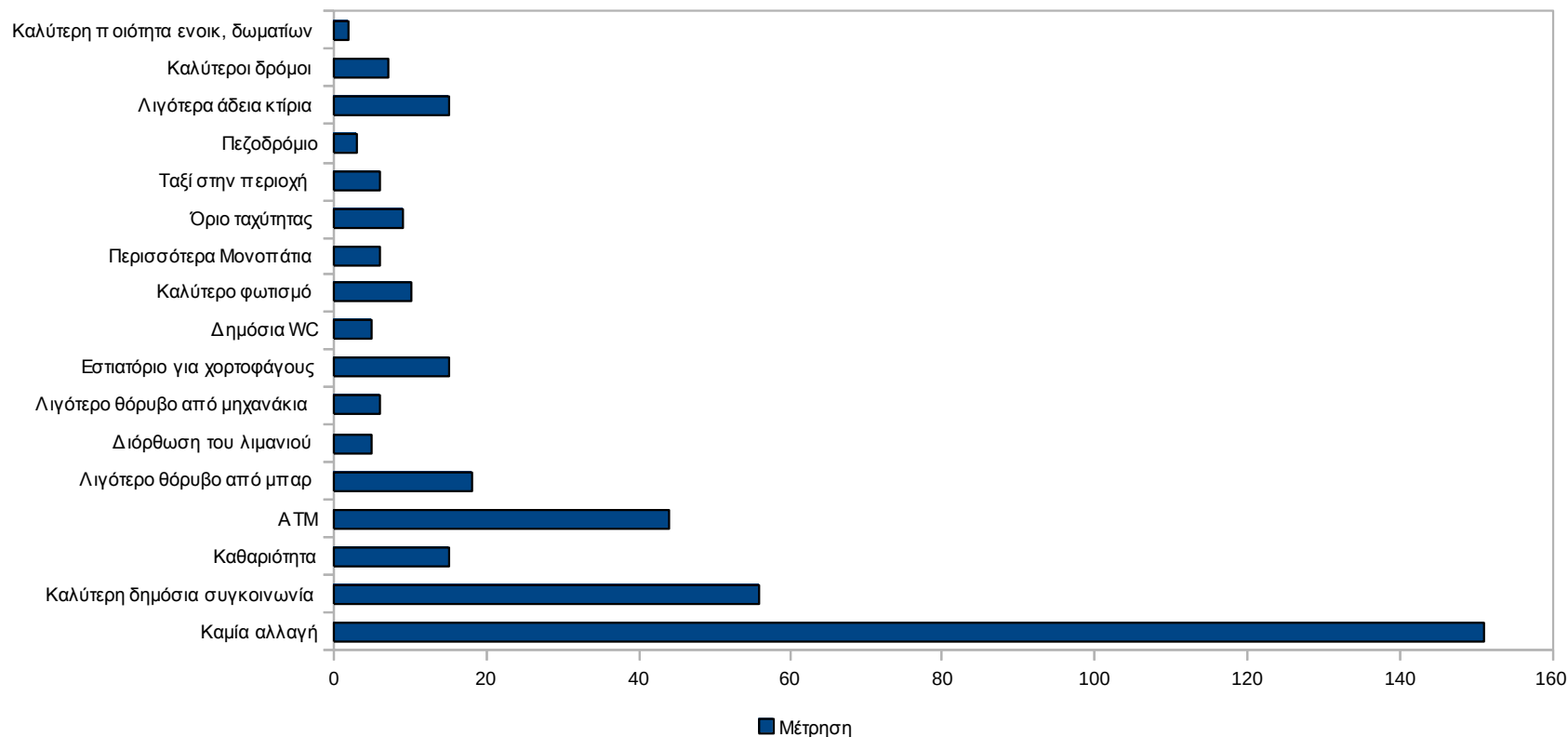
- Η μεγάλη πλειοψηφία των επισκεπτών δεν θεωρεί ότι υπάρχουν πολλά στοιχεία που δεν τους άρεσε στην περιοχή.
- Τα αρνητικά που έχουν επισημανθεί είναι: α) θόρυβος από μπαρ, β) Έλλειψη ΑΤΜ, γ) Έλλειψη δημόσιας συγκοινωνίας, δ) Επικίνδυνη οδήγηση και έλλειψη σεβασμού στους πεζούς, ε) θόρυβος από οχήματα και μηχανάκια, στ) Δρόμοι και έλλειψη σήμανσης η) Μυρωδιά αποχέτευσης και η) οι κλειστές επιχειρήσεις.

θ) Θα επισκεφθείτε τον Αρίλλα και πάλι μέσα στα επόμενα 5 χρόνια;



- Το 96,52 % επιθυμεί να επιστρέψει για διακοπές στον Αρίλλα στα επόμενα πέντε (5) χρόνια.

ι) Ποιες αλλαγές θα θέλατε να δείτε στην επόμενη επίσκεψή σας στον Αρίλλα;



Είναι εντυπωσιακή η απάντηση «καμία αλλαγή» ότι δεν θέλουν να δουν αλλαγή στην επόμενη επίσκεψή τους στον Αρίλλα.

1.7 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

- Το 69,47% των επισκεπτών ανήκει στην ηλικία 45-64 ετών , η οποία θεωρείται και ως η πρώτη ομάδα – στόχος προτίμησης για κάθε τουριστικό προορισμό. ενώ η ηλικιακή ομάδα 18-34 ετών αντιπροσωπεύει μόνον το 4,65% σύμφωνα με το δείγμα.
- Το 59,04% ταξίδεψε ως ζευγάρι ή φίλοι ή σύντροφοι. Ακολουθεί η κατηγορία «οικογένεια» με 18,46% και η κατηγορία «μόνος» με 12,46%. Το 38,97% των ερωτηθέντων πήρε την πληροφορία για να επισκεφτεί τον Αρίλλα από το διαδίκτυο και το 32,84% από συγγενείς και φίλους. Μόνον το 21,93% από ταξιδιωτικά γραφεία και τουριστικά φυλλάδια.
- Η κράτηση του καταλύματος ουσιαστικά έγινε με δύο τρόπους. α) Η απ' ευθείας επικοινωνία με τον ιδιοκτήτη του καταλύματος με 53,4% μέσω διαδικτύου και τηλεφώνου, β) Σε τουριστικό γραφείο με 42,94 μέσω διαδικτύου και του τουριστικού γραφείου.
- Το 50,91% των ερωτηθέντων επισκέφτηκε τον Αρίλλα πάνω από 5 φορές και το 23,55% πάνω από 10 φορές.
- Το 95,19% καλύφθηκαν από απόλυτα έως πολύ οι προσδοκίες τους από τις διακοπές στην περιοχή Αρίλλα.
- Οι κύριοι λόγοι για να επισκεφτούν την περιοχή ήταν μέσο όρο 2.5. Ο πρώτος λόγος η ξεκούραση με 75,12%, ο δεύτερος λόγος ήταν οι διακοπές στην παραλία με 64,34% και ο τρίτος λόγος ήταν η πεζοπορία και η φύση με 32,67%.
- Οι κύριοι λόγοι για να επιστρέψουν ξανά για διακοπές στον Αρίλλα είναι η ξεκούραση με 75,62%, οι διακοπές στην παραλία με 65,51% και ο τρίτος λόγος είναι η πεζοπορία και η φύση με 39,30%. Δηλαδή είναι οι ίδιοι ακριβώς λόγοι και με τα ίδια περίπου ποσοστά που τους επηρέασαν να επισκεφτούν τον Αρίλλα.
- Το 62,19% των ερωτηθέντων έμειναν στον Αρίλλα από 8-14 ημέρες Η πλειοψηφία από το παραπάνω ποσοστό θα διέμεινε 14 ημέρες διότι σύμφωνα με προηγούμενη εμπειρία, το μεταφορικό μέσο που κυρίως είναι το αεροπλάνο «charter» οι επιστροφές γίνονται ανά εβδομάδα .
- Το 8,79% έμεινε άνω των 3 εβδομάδων. Το 52,74% διέμεινε σε διαμερίσματα ή βίλες με πισίνα. ακολουθεί το ξενοδοχείο με 20,90% και σε άλλα διαμερίσματα χωρίς πισίνα.
- Το 12,44%. Το 46,10% των ερωτηθέντων είχαν πλήρη εργασιακή απασχόληση, το 19,57% ήταν συνταξιούχοι και το 17,41% ήταν αυτοαπασχολούμενοι.
- Το 23,04% των ερωτηθέντων πλήρωσε για το ταξίδι και την διαμονή τους μεταξύ 250€ έως 500€ το άτομο. Το 14,93% πλήρωσε από 500-750€ το άτομο σημειωτέον ότι το 29,52% δεν απάντησε διότι θεωρήθηκε ως «προσωπικό δεδομένο.» Για το κατάλυμα το 33,66% δαπάνησε από 10-30€ το άτομο το άτομο ημερήσια και το 20,9% δαπάνησε από 30-50€ το άτομο ημερήσια.

- Το 62,85% των ερωτηθέντων δαπάνησε για φαγητό και ποτά από 20-40€ το άτομο ημερήσια και το 17,74 δαπάνησε άνω των 50€ το άτομο ημερήσια. Οι επισκέπτες δαπάνησαν περισσότερα χρήματα κατ' άτομο για φαγητό και ποτά παρά για την διαμονή τους.
- Το 83,42% των ερωτηθέντων έμεινε πολύ έως άριστα ευχαριστημένο από την ποιότητα του καταλύματος.
- Το 89,39% % των ερωτηθέντων έμεινε πολύ έως άριστα ευχαριστημένο από την ποιότητα των εστιατορίων, καφέ και μπαρ.
- Το 81,39% θεωρεί ότι η γενικά ποιότητα των παραλίων ήταν πολύ καλή έως άριστη.
- Το 91,79 των ερωτηθέντων αξιολογεί το φυσικό περιβάλλον γενικά της περιοχής από πολύ καλό έως άριστο .
- Το 85,44% θεωρεί ότι οι παραλίες ήταν πολύ καλές έως άριστες.
- Το 71,19% θεωρεί τη περιοχή ακατάλληλη για χρήση ποδηλάτου του βουνού. (mountain bike)
- Το 68,54% θεωρεί την περιοχή κατάλληλη για περπάτημα και εκδρομές
- Το 60,68% θεωρεί την περιοχή ακατάλληλη για καταδύσεις.
- Το 73,51% θεωρεί την περιοχή ακατάλληλη για ψάρεμα.
- Το 85,05% θεωρεί την περιοχή πολύ καλή έως άριστη για να την επιλέγει για την διαμονή του.
- Το 54,57% θεωρεί ότι η νυχτερινή διασκέδαση είναι πολύ καλή έως άριστη.
- Το 56,73 θεωρεί ότι η περιοχή είναι φτωχή έως μέτρια για αγορές .
- Το 95,29% θεωρεί ότι η περιοχή είναι φιλόξενη από πολύ καλή έως άριστη.
- Το 66,42 θεωρεί ότι η τουριστική πληροφορία είναι πολύ καλή έως άριστη.
- Το 41,75 δεν χρειάστηκε ιατρικής περίθαλψης. Όσοι έκαναν χρήση, θεωρούν ότι η ιατρική περίθαλψη είναι πολύ καλή έως άριστη.

2.ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ S.W.O.T. ΑΝΑΛΥΣΗ

(**S**trengths, **W**eakness, **O**pportunities, **T**hreats)

2.1 Δυνατά σημεία – πλεονεκτήματα του Αρίλλα

- **Δ.1. Επαναλαμβανόμενοι επισκέπτες**_(repeaters).

Σύμφωνα με την έρευνα το 50,91% επισκέφτηκε τον Αρίλλα πάνω από πέντε (5) φορές και ο ένας στους 4 περίπου πάνω από 10 φορές. Η περιοχή διαθέτει ένα μεγάλο ποσοστό «πιστούς» επισκέπτες. Επίσης το 96,52% επιθυμεί να επιστρέψει για διακοπές στον Αρίλλα τα επόμενα 5 χρόνια.

- **Δ.2.Η μη μεγάλη εξάρτηση από τους Tour Operators.**

Το 71,81% των ερωτηθέντων πήραν την πληροφορία για να επισκεφτούν τον Αρίλλα από το διαδίκτυο και από συγγενείς και φίλους.

Η κράτηση του καταλύματος έγινε απευθείας με τον ιδιοκτήτη του καταλύματος είτε μέσω τηλεφώνου είτε μέσω διαδικτύου με 53,4%.

- **Δ.3. Ο βαθμός ικανοποίησης των παρεχόμενων υπηρεσιών.**

ΤΟ 95,19% του δείγματος καλύφθηκαν από απόλυτα έως πολύ οι προσδοκίες τους από τις διακοπές στην περιοχή.

Το 83,42% έμεινε πολύ έως άριστα ικανοποιημένο γενικά από το κατάλυμα .

Το 89,38% θεώρησε ότι η ποιότητα των εστιατορίων , καφέ και μπαρ ήταν πολύ καλή έως άριστη.

Το 81,07 θεωρεί ότι γενικά η ποιότητα των παραλιών ήταν πολύ καλή έως άριστη.

- **Δ.4. Το φυσικό περιβάλλον – πεζοπορία**

Το 91,5% αξιολογεί το φυσικό περιβάλλον της περιοχής από πολύ καλό έως άριστο, επίσης το φυσικό

περιβάλλον είναι ένα σημαντικό σημείο που επηρεάζει για την επιλογή του τόπου διακοπών κι ο τρίτος λόγος για να επισκεφτούν την περιοχή ήταν με 32,67% η πεζοπορία και η φύση.

- **Δ.5. Ηλικιακή Ομάδα ζευγάρια χωρίς παιδιά (50-65 και άνω)**

Το 62,67% ανήκει στην ηλικιακή ομάδα των 50-65 άνω και είναι ποσοτικά μεγάλη στην περιοχή Αρίλλα. Σε συνδυασμό όπου το 71,48% είναι ζευγάρια ή ταξιδεύουν μόνοι είναι μια ομάδα που επιλέγει επιλεκτικές διακοπές και όχι την μαζικότητα. Αυτή η ομάδα διεκδικείται από όλους τους τουριστικούς προορισμούς για τους εξής λόγους:

α) Διαθέτει ένα καλό χρηματικό ποσό για ταξίδια

β) Συνήθως έχουν ανώτερη μόρφωση

γ) Οι διακοπές για αυτήν την ομάδα θεωρούνται απαραίτητες

δ) Επιθυμεί την ποιότητα και όχι απαραίτητα την πολυτέλεια

ε) Οι διακοπές έχουν μεγαλύτερη διάρκεια, στην περιοχή Αρίλλα το 62,19% του δείγματος έμεινε από 8-14 ημέρες.

στ) Επιθυμεί να διαφοροποιείται από τον μαζικό τουρισμό, θα το ονομάζαμε eco-tourism αντί για ego-tourism.

Η) Είναι το μεγαλύτερο ποσοστό επαναλαμβανόμενοι, όπως στον Αρίλλα το 41,79% επισκέφτηκε την περιοχή πάνω από 5 φορές.

- **Δ.6. Ήσυχο περιβάλλον**

Ο πρώτος λόγος για να επισκεφτούν τον Αρίλλα ήταν με 75,12% η ξεκούραση.

- **Δ.7. Ήλιος Θάλασσα**

Ο δεύτερος λόγος για να επισκεφτούν τον Αρίλλα ήταν με 64,34% ο ήλιος – θάλασσα, οι παραθαλάσσιες διακοπές

- **Δ.8. Κατάλυμα οικογενειακής μορφής**

Η περιοχή Αρίλλα δεν διαθέτει τουριστικές μεγάλες μονάδες 5* και 4* αστερών. Διαθέτει 5 ξενοδοχεία με μέσο

όρο 53 κλίνες και 64 ενοικιαζόμενα διαμερίσματα και βίλλες με μέσω όρο: 20 κλίνες ανά ιδιοκτήτη. Προτιμούν οικογενειακής μορφής καταλυμάτων. το 83,42 έμεινε ευχαριστημένο γενικά από το κατάλυμα

- **Δ.9 Εστιατόρια – μπαρ- καφέ**

Στην περιοχή δραστηριοποιούνται 13 εστιατόρια και 6 μπαρ καφέ και το 89,38% των ερωτηθέντων θεώρησε ότι η συνολική ποιότητά τους ήταν πολύ καλή έως άριστη. Επίσης στην ερώτηση «τι ήταν αυτό που άρεσε περισσότερο στους επισκέπτες» το 75% απάντησε το ελληνικό φαγητό και τα εστιατόρια.

- **Δ.10 Η συμπεριφορά των επαγγελματιών**

Η συμπεριφορά των επαγγελματιών τόσο στα καταλύματα όσο και στα εστιατόρια , μπαρ και καφέ, έφτασε στο 91,12% και 93,85% από πολύ καλή έως άριστη αντίστοιχα.

- **Δ.11. Η ποιότητα της παραλίας**

Το 81,07% θεώρησε ότι γενικά η ποιότητα των παραλιών ήταν πολύ καλή έως άριστη. Σε συνδυασμό ότι το 64,34% των ερωτηθέντων επέλεξε ως δεύτερο λόγο για να επισκεφτεί τον Αρίλλα τις παραθαλάσσιες διακοπές είναι ένα ισχυρό πλεονέκτημα της περιοχής.

- **Δ.12. Φιλικοί και εξυπηρετικοί άνθρωποι.**

Η έρευνα έδειξε πως το 94,9% των επισκεπτών θεωρεί ότι οι κάτοικοι της περιοχής είναι πολύ φιλόξενοι και εξυπηρετικοί. Στην ερώτηση «τι ήταν αυτό που άρεσε περισσότερο στους επισκέπτες» το 91% απάντησε οι ντόπιοι κάτοικοι .Είναι ένα δυνατό πλεονέκτημα και μπορεί να τεθεί ως αιχμή του επικοινωνιακού δόρατος της περιοχής.

- **Δ.13. Σύσταση από φίλους οικογένεια**

Ο 1 στους 3 για την περιοχή πήρε πληροφορία από φίλους και οικογένεια που ήδη γνώριζαν την περιοχή και την σύστησαν για διακοπές στους φίλους. Αυτή θεωρείται η καλύτερη διαφήμιση όταν διαδίδεται από στόμα σε στόμα.

- **Δ.14. Η χρήση του διαδικτύου**

Η χρήση του διαδικτύου από τους επισκέπτες είναι υψηλή και ο τρόπος διεξαγωγής της έρευνας ήταν μέσω του διαδικτύου και το δείγμα ήταν πολύ ικανοποιητικό.

Επίσης η κράτηση του καταλύματος από τους ερωτηθέντες που επέλεξαν το διαδίκτυο με ποσοστό 37.3% έτσι αποδυναμώνεται η σχέση των tour operators με τον τουριστικό προορισμό .

- **Δ.15. Η ύπαρξη ελληνικής και κερκυραϊκής κουζίνας**

Οι επισκέπτες είναι πάρα πολύ ικανοποιημένοι με την ποιότητα της τοπικής κουζίνας και το service των εστιατορίων της περιοχής.

- **Δ.16. Τοπικές γιορτές – φεστιβάλ**

Οι τοπικές πολιτιστικές εκδηλώσεις που λαμβάνουν χώρα στον Αρίλλα συμβάλουν σε μεγάλο βαθμό στην προώθηση του τουρισμού αναδεικνύοντας την πολιτιστική κληρονομιά και παράδοση στους επισκέπτες.

- **Δ.17. Κέντρα διαλογισμού**

Στον Αρίλλα δραστηριοποιούνται μερικά κέντρα διαλογισμού και εναλλακτικής μορφής τουρισμού που για δεκάδες χρόνια υποστηρίζουν ένα μεγάλο μέρος καταλυμάτων και επιχειρήσεων σε τοποθεσίες της περιοχής που διαφορετικά δεν θα είχαν τέτοια ζήτηση από τους κλασικούς επισκέπτες του Αρίλλα.

- **Δ.18. Κάδοι απορριμμάτων**

Η πρωτοποριακή πρωτοβουλία του πολιτιστικού συλλόγου να καλλωπιστούν τα σημεία των κάδων σκουπιδιών είναι άξια μίμησης και εμπνέει στον επισκέπτη το αίσθημα της προστασίας και σεβασμού προς το περιβάλλον.

2.2 ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ – ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΝΑΤΑ ΤΟΥ ΑΡΙΛΛΑ

- **A.1. Κατάσταση και σηματοδότηση δρόμων**

Γενικά όλο το οδικό δίκτυο της Κέρκυρας βρίσκεται σε πολύ κακή κατάσταση. Ιδιαίτερα το οδικό δίκτυο από το Αγρό έως τον Αρίλλα. Η σηματοδότηση από την Κέρκυρα έως τον Αρίλλα είναι ελλιπής.

- **A.2. Έλλειψη πεζοδρομίων**

Η έλλειψη πεζοδρομίων υπάρχει σε όλες σχεδόν τις τουριστικές περιοχές του νησιού. Με αποτέλεσμα να κυκλοφορούν οι επισκέπτες με ένα αίσθημα ανασφάλειας.

- **A.3. Έλλειψη φωτισμού και χώρων στάθμευσης**

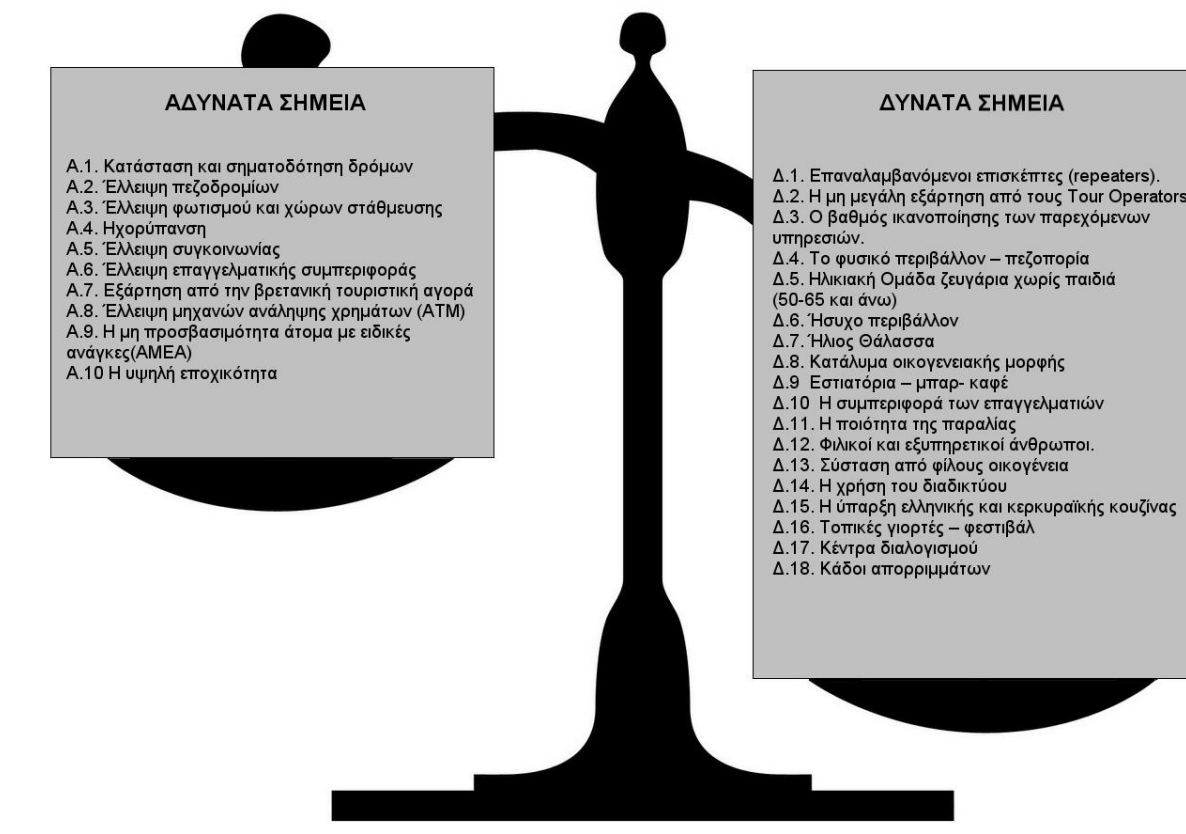
Η έλλειψη φωτισμού στους δευτερεύοντες δρόμους που χρησιμοποιούν οι τουρίστες για να φθάσουν στο κατάλυμά τους. Επίσης στην περίοδο αιχμής υπάρχει έλλειψη χώρων στάθμευσης.

- **A.4. Ηχορύπανση**

Η ηχορύπανση είναι ένα πρόβλημα στις τουριστικές περιοχές του νησιού. Η περιοχή Αρίλλα λόγω του ότι οι επισκέπτες επιλέγουν την περιοχή για ξεκούραση πρέπει να αντιμετωπιστεί με αποτελεσματικό τρόπο διότι αν δεν επιλυθεί και αυξηθεί τότε από μειονέκτημα θα μετεξελιχτεί σε απειλή της περιοχής που οι τουρίστες δεν θα προτιμούν τον Αρίλλα για τις διακοπές τους.

- **A.5. Έλλειψη συγκοινωνίας**

- **A.6. Έλλειψη επαγγελματικής συμπεριφοράς**
- **A.7. Εξάρτηση από την βρετανική τουριστική αγορά**
- **A.8. Έλλειψη μηχανών ανάληψης χρημάτων (ATM)**
- **A.9. Η μη προσβασιμότητα άτομα με ειδικές ανάγκες (ΑΜΕΑ)**
- **A.10 Η υψηλή εποχικότητα**

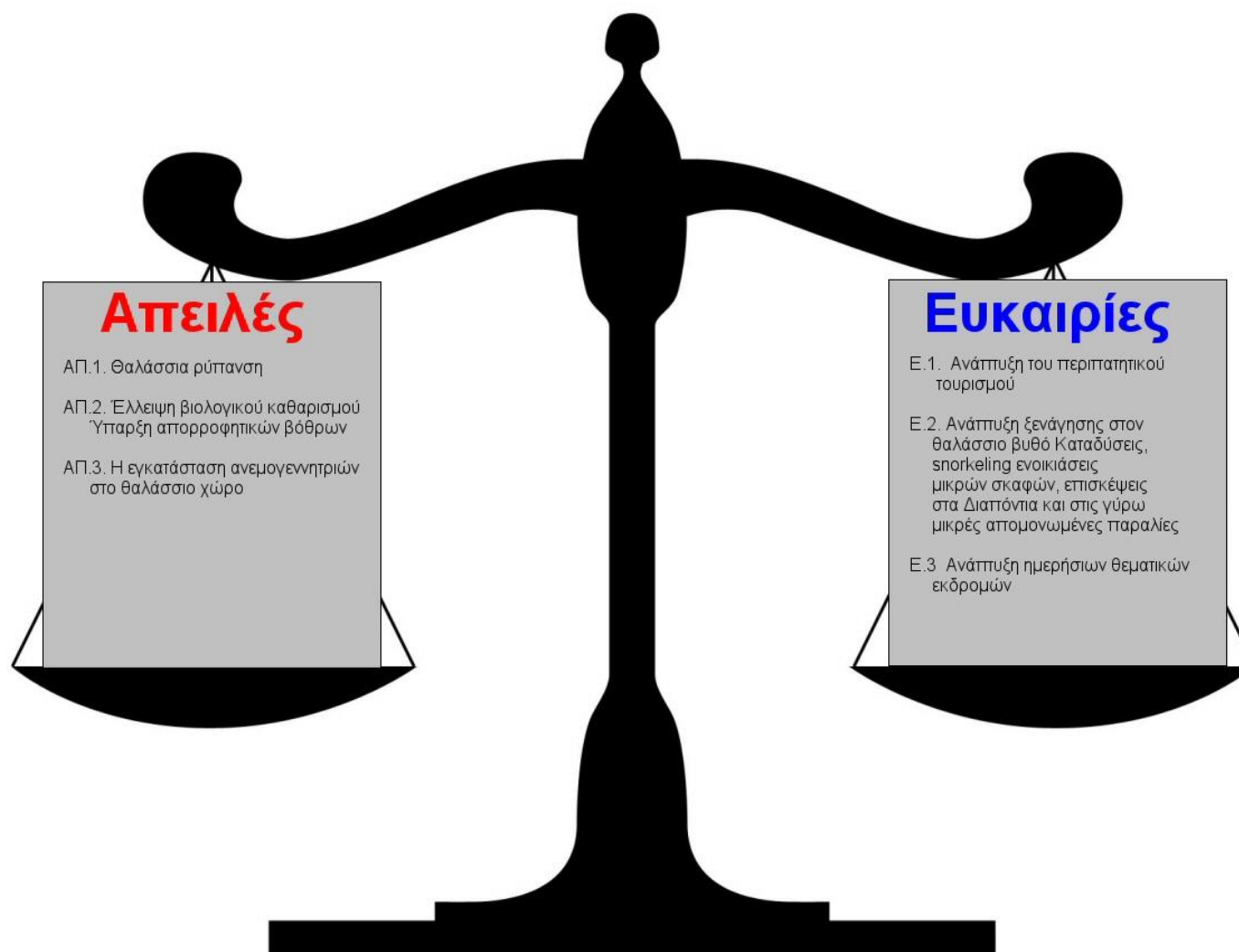


2.3 ΕΥΚΑΙΡΕΙΕΣ

- **E.1. Ανάπτυξη του περιπατητικού τουρισμού**
- **E.2. Ανάπτυξη ξενάγησης στον θαλάσσιο βυθό**
Καταδύσεις , snorkeling, ενοικιάσεις μικρών σκαφών, επισκέψεις στα Διαπόντια και στις γύρω μικρές απομονωμένες παραλίες
- **E.3 Ανάπτυξη ημερήσιων θεματικών εκδρομών**

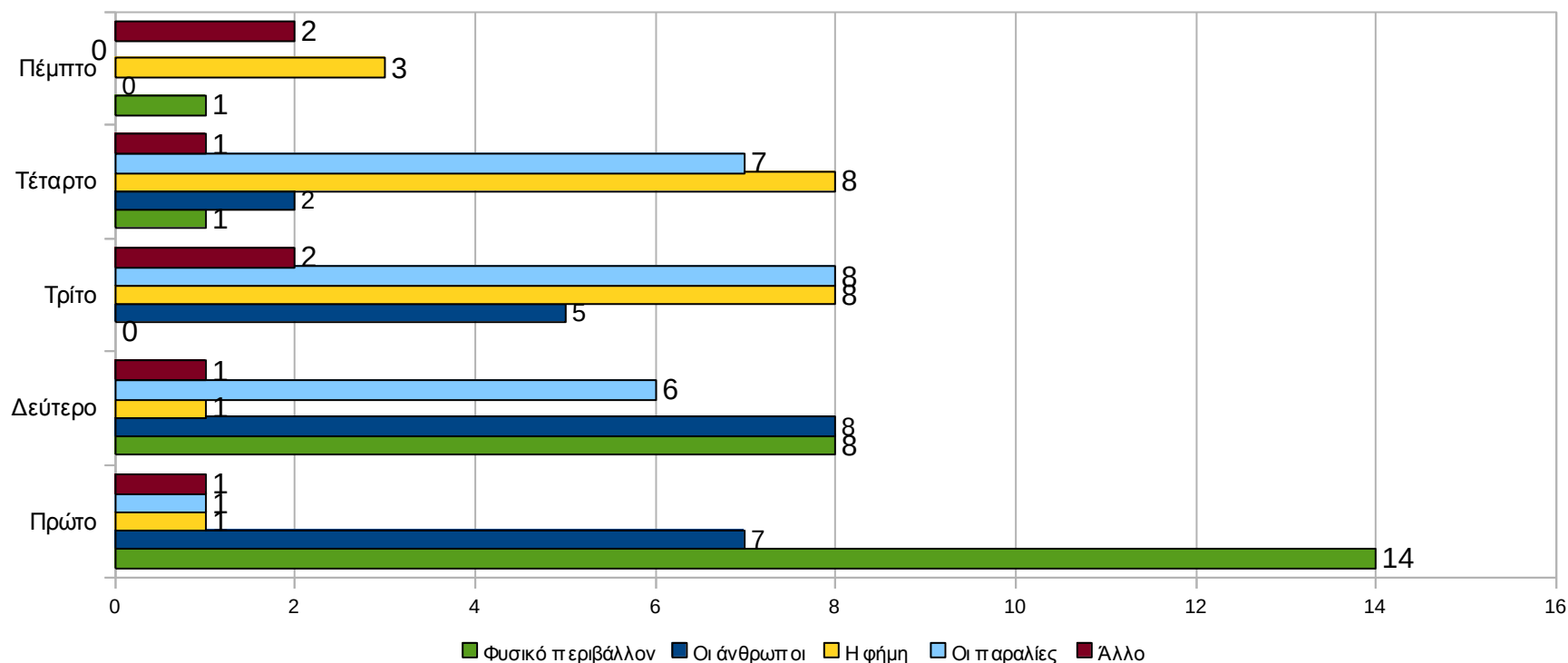
2.4 ΑΠΕΙΛΕΣ

- **ΑΠ.1. Θαλάσσια ρύπανση**
- **ΑΠ.2. Έλλειψη βιολογικού καθαρισμού
Έγπαρξη απορροφητικών βόθρων**
- **ΑΠ.3. Η πιθανή εγκατάσταση ανεμογεννητριών στο θαλάσσιο χώρο**

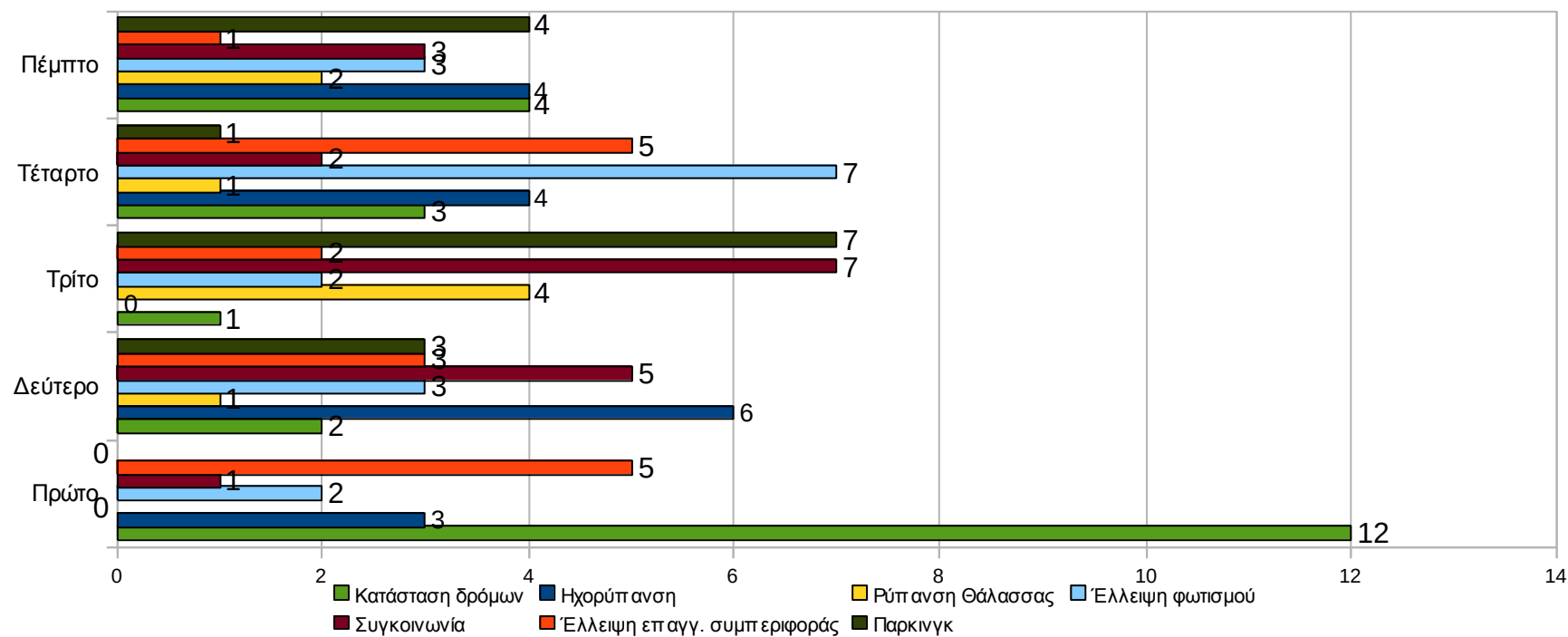


3 ΕΡΕΥΝΑ ΑΝΑΜΕΣΑ ΣΕ ΛΕΙΤΟΥΡΓΟΥΣ – ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΥΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΑΡΙΛΛΑ ΚΕΡΚΥΡΑΣ

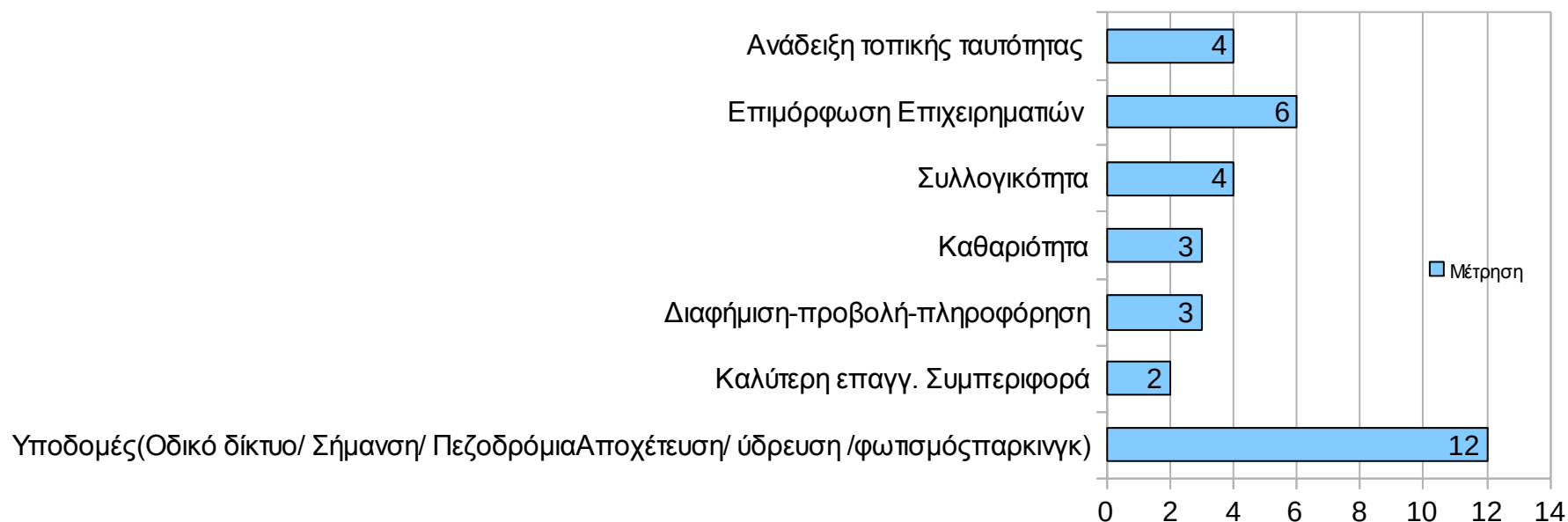
α) Ποια είναι τα πλεονεκτήματα που προσελκύουν τους επισκέπτες στην περιοχή;
(κατά σειρά προτεραιότητας 1,2,3,4.....)



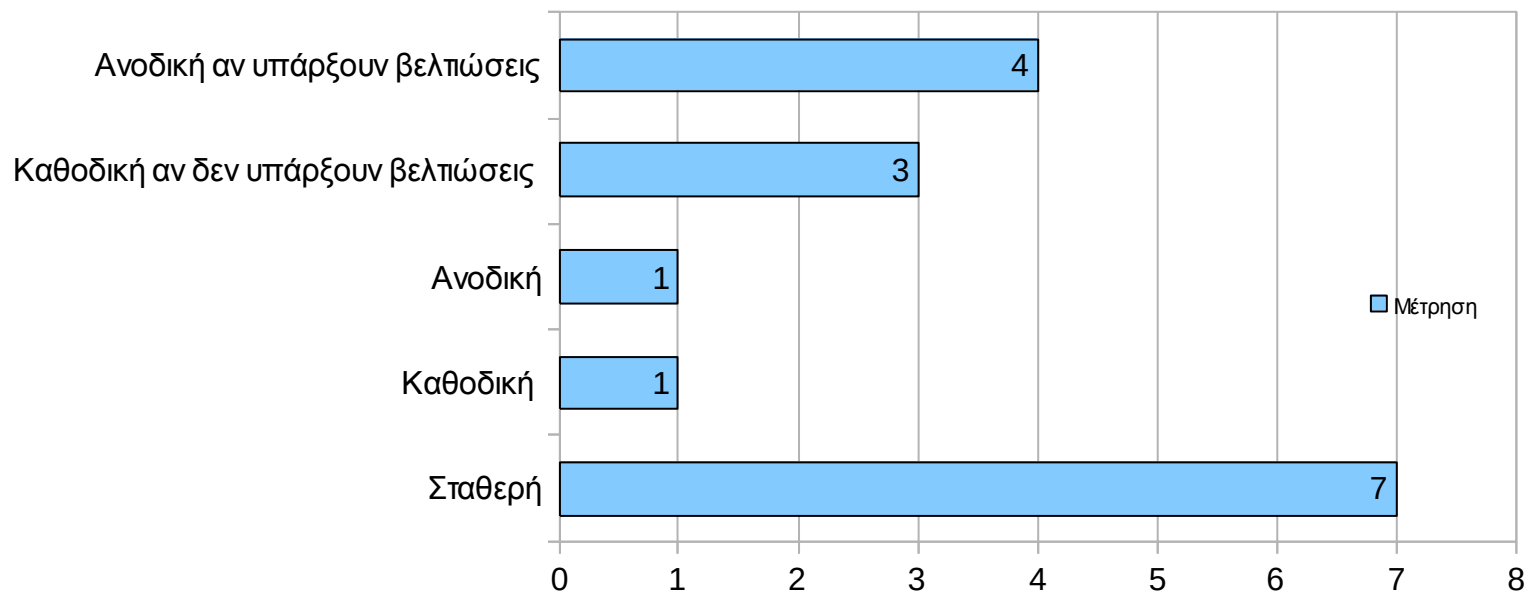
**β) Ποια είναι τα μειονεκτήματα - προβλήματα και ελλείψεις στην περιοχή;
(κατά σειρά προτεραιότητας 1,2,3,4.....)**



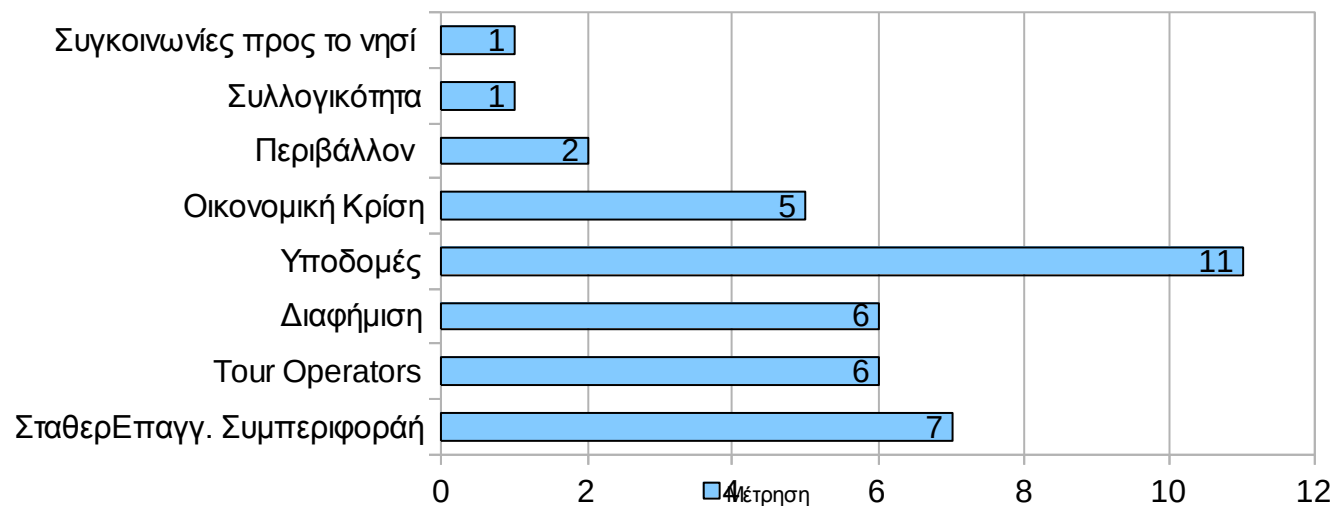
γ) Τι προτείνετε για βελτιώσεις / αλλαγές στην περιοχή του Αρίλλα;



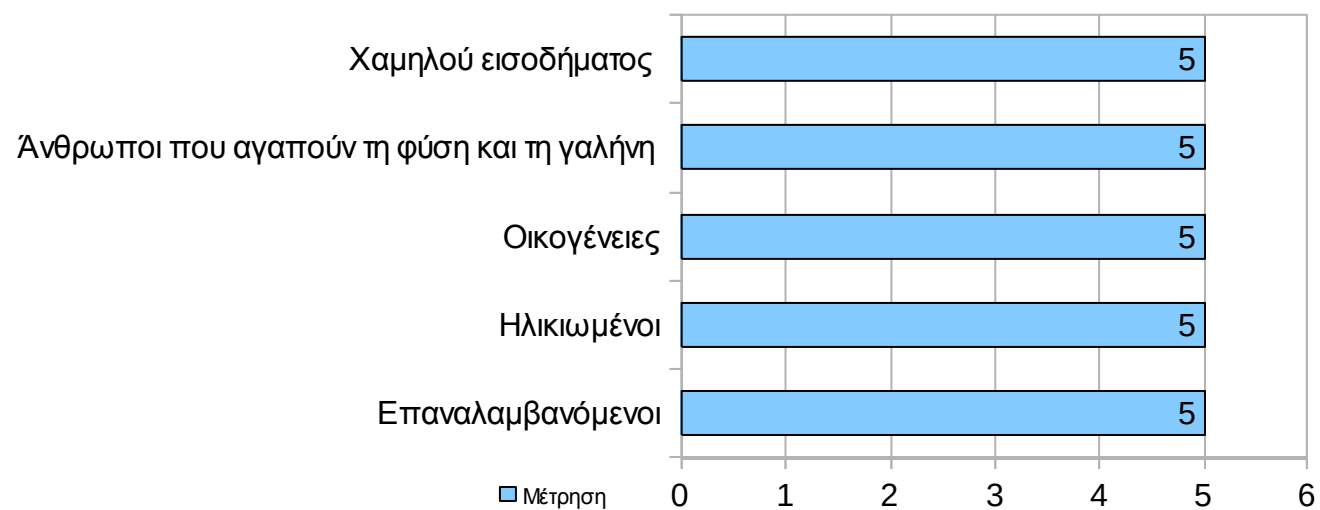
δ) Πώς εκτιμάτε την πορεία / εξέλιξη της τουριστικής κίνησης στα επόμενα χρόνια στην περιοχή;



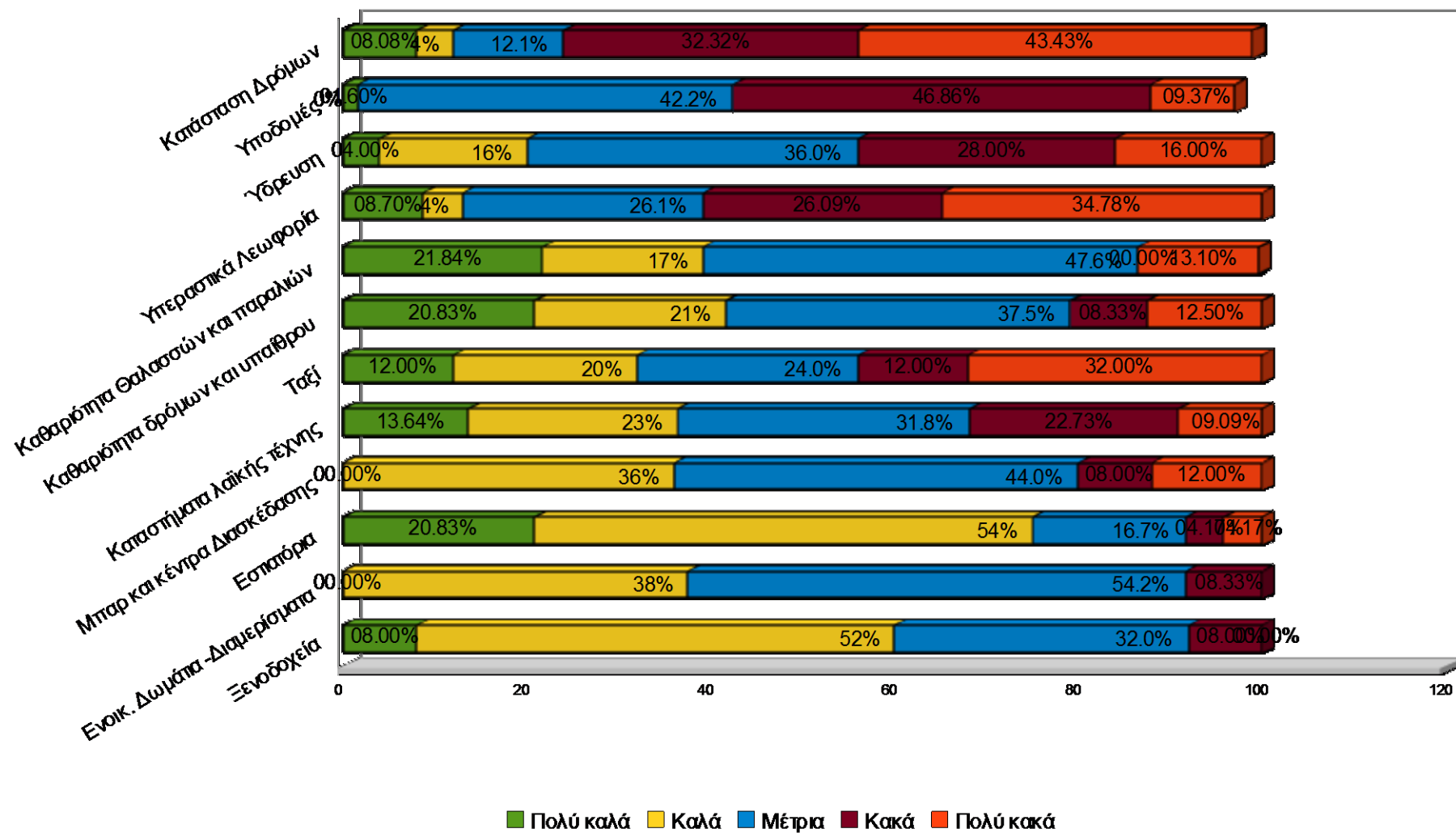
ε) Ποιοι είναι οι παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική εξέλιξη στην περιοχή;



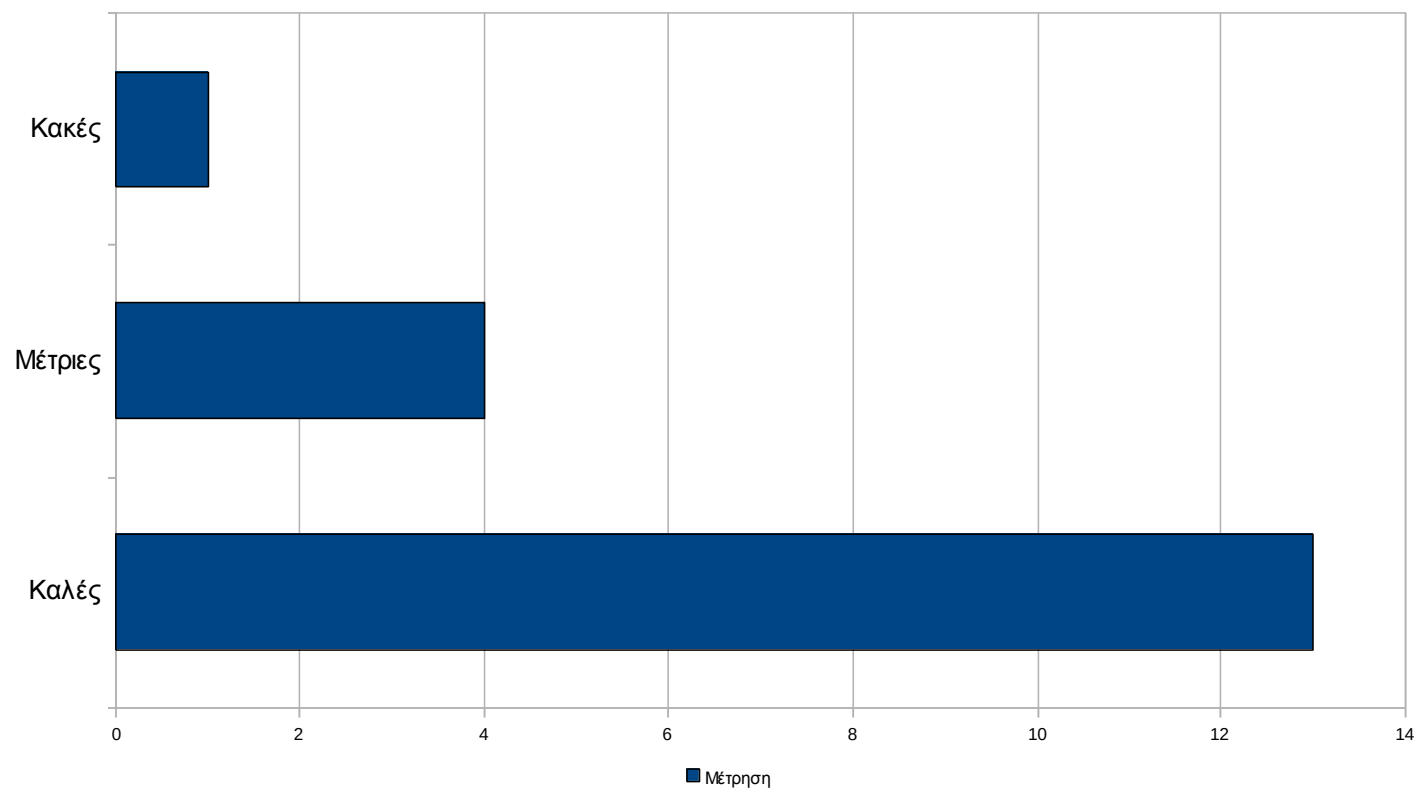
στ) Ποιο είναι το προφίλ των πελατών της περιοχής;



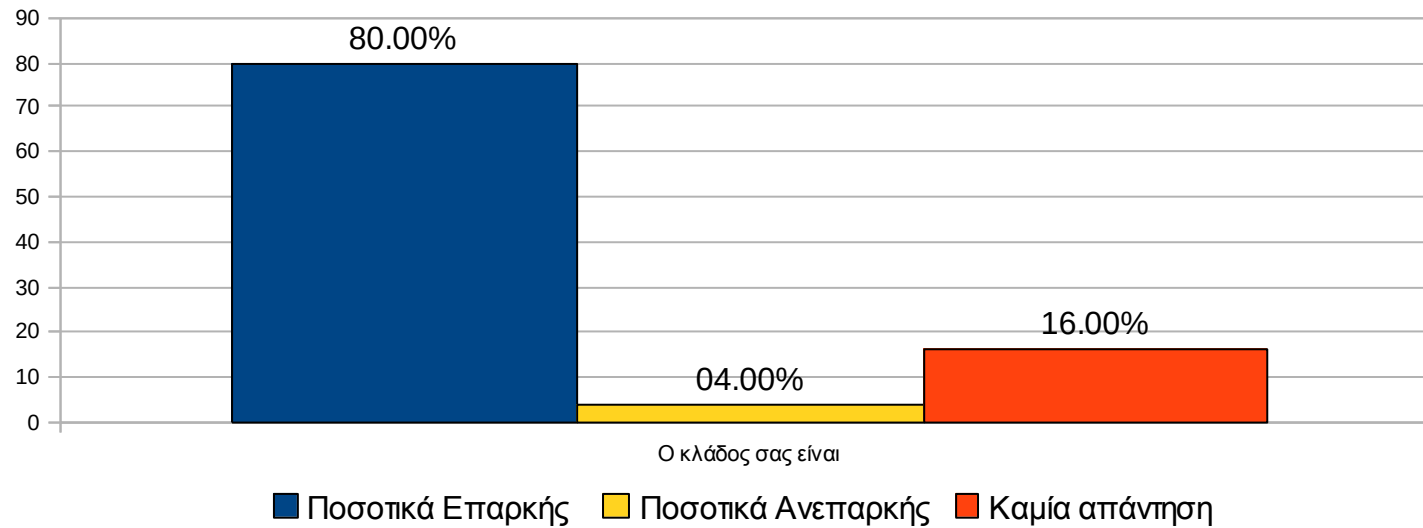
ε) Αξιολογείτε τις παρακάτω παρεχόμενες Υπηρεσίες στην Περιοχή σας:



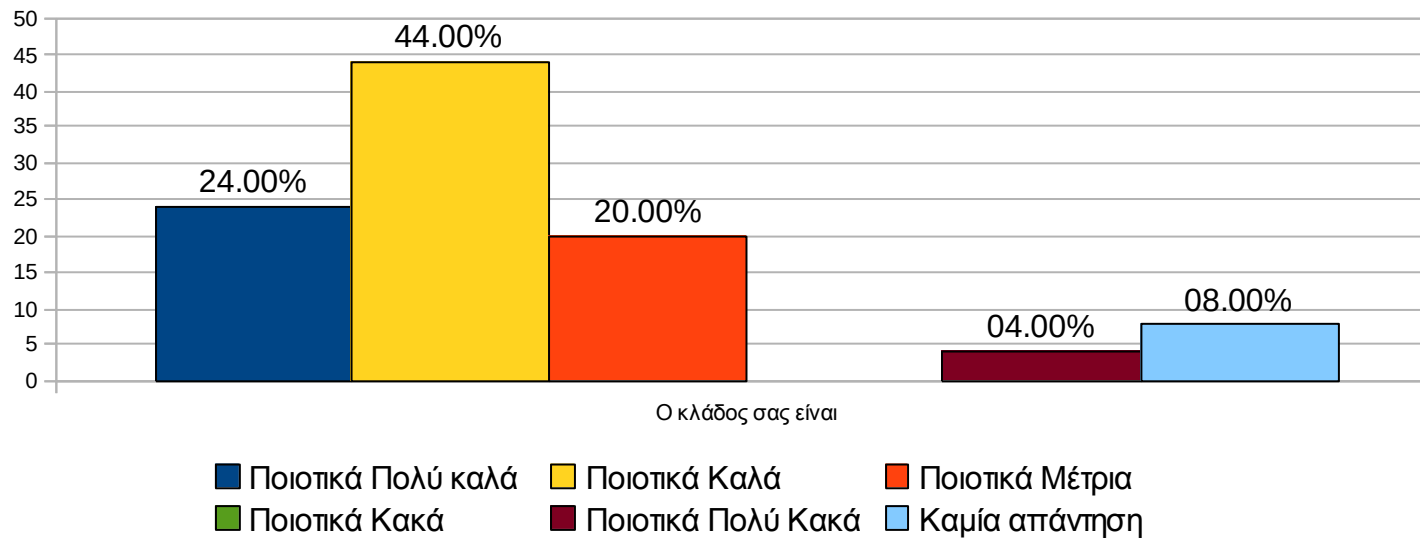
ζ) Ποιες οι σχέσεις σας με τους άλλους επαγγελματίες;



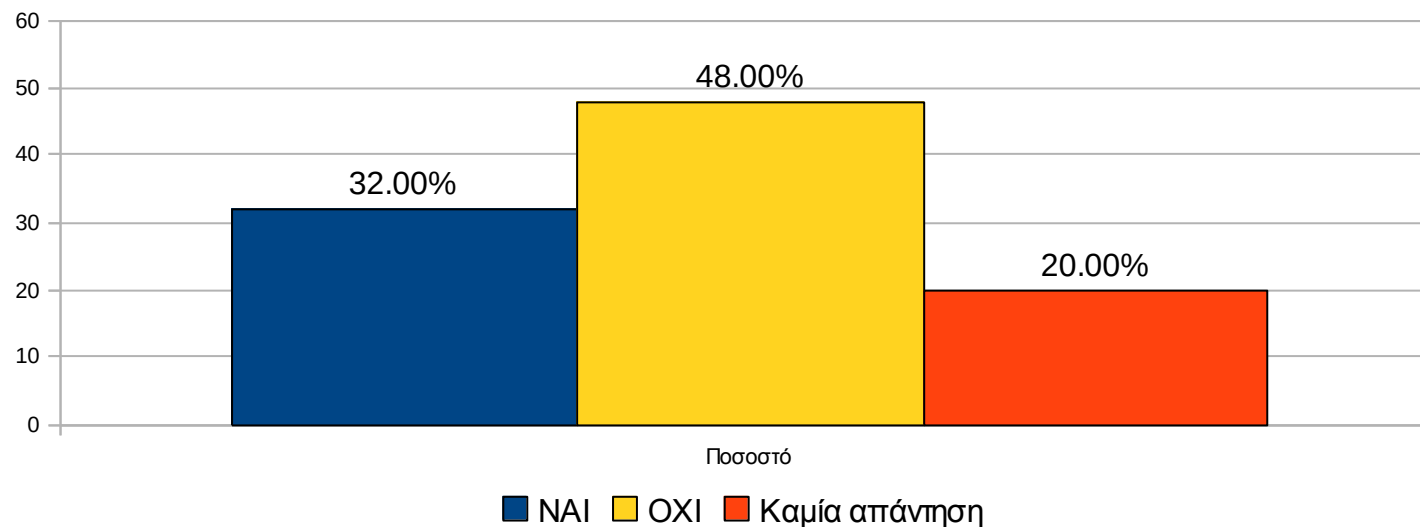
η) Ο κλάδος σας ποσοτικά είναι;



θ) Ο κλάδος σας ποιοτικά είναι;



ι) Η περιοχή σας είναι ένας από τους πιο γνωστούς τουριστικούς προορισμούς στην Κέρκυρα. Πιστεύετε η υπάρχουσα κατάσταση ανταποκρίνεται στην φήμη της;



κ) Αν όχι τι πιστεύετε ότι φταίει;

- Υποδομές
- Μόρφωση
- Γνώση
- Συλλογικότητα

3.1 Αρνητικές επισημάνσεις των επιχειρηματιών του τουρισμού στην περιοχή Αρίλλα.

1. Άσχημο οδικό δίκτυο
2. Έλλειψη οδικής σήμανσης και οριοθέτησης της περιοχής
3. Έλλειψη επιμόρφωσης στους επαγγελματίες.
4. Έλλειψη συντονισμού και συνεργασίας των επαγγελματιών
5. Έλλειψη συχνής συγκοινωνίας
6. Καλύτερη καθαριότητα δημοσίων χώρων
7. Έλλειψη συγκοινωνιακής σύνδεσης από άγιο Γεώργιο – Κασιώπη
8. Έλλειψη πεζοδρόμησης στην κεντρική οδό
9. Καλύτερη συμπεριφορά προς τους επισκέπτες
10. Έλλειψη αποχέτευσης
11. Έλλειψη φωτισμού
12. Έλλειψη χώρων στάθμευσης
13. Έλλειψη κράτους
14. Έλλειψη τουριστικής πληροφόρησης
15. Έλλειψη τουριστικής προβολής
16. Ηχορύπανση
17. Οργάνωση παραλιών
18. Ρύπανση θάλασσας
19. Ανάδειξη τοπικής ταυτότητας

4. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΑΡΙΛΛΑ

4.1 Η δημιουργία ενός τουριστικού προϊόντος με κερκυραϊκή – τοπική «ταυτότητα»

Μετά την αξιολόγηση των συμπερασμάτων της έρευνας το κρίσιμο σημείο που πρέπει να αποφασιστεί είναι αν καταρχάς η τοπική κοινωνία του Αρίλλα επιθυμεί στη δημιουργία ενός τουριστικού προϊόντος με τοπική «ταυτότητα» .

- Η νέα τουριστική τοπική «ταυτότητα» να στηρίζεται στους φυσικούς , πολιτιστικούς και τουριστικούς πόρους που διαθέτει η περιοχή. Να στηρίζεται κυρίως σε μια διαφορετική επιχειρηματική κουλτούρα και αντίληψη, που να στοχεύει στην ποιότητα παρεχομένων υπηρεσιών.
- Τα ευρήματα της έρευνας είναι πολύ ενθαρρυντικά και οδηγούν σε ένα κεντρικό στόχο που να υποστηριχτεί απ' όλους τους τοπικούς φορείς και όλους τους εμπλεκόμενους δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς του νησιού.
- Ο ενιαίος επιθυμητός κεντρικός στόχος να είναι:
Η διαμόρφωση ενός τουριστικού μοντέλου με γνώμονα τη βιώσιμη ανάπτυξη, την αειφορία και την ποιότητα , ώστε η περιοχή Αρίλλα να αναδειχτεί σε ένα πρότυπο παραθεριστικό προορισμό τόσο στην Κέρκυρα όσο και για την Ελλάδα.
- Τα πλεονεκτήματα που προέκυψαν από την έρευνα και όπου θα στηριχθεί η διαμόρφωση της νέας τουριστικής ταυτότητας της περιοχής αναφέρονται παρακάτω:

Η νέα τουριστική ταυτότητα στηρίζεται:

- Στο φυσικό περιβάλλον
- Στον ήλιο - θάλασσα
- Στα καταλύματα οικογενειακής μορφής
- Στα εστιατόρια και το ελληνικό φαγητό
- Στη φιλοξενία και η εξυπηρέτηση των κατοίκων
- Στην ποιότητα παραλίας
- Στο μεγάλο βαθμό επαναλαμβανόμενων επισκεπτών
- Στο βαθμό ικανοποίησης των παρεχόμενων υπηρεσιών
- Στην σύσταση από φίλους και οικογένεια
- Στην μεγάλη χρήση του διαδικτύου
- Στην ύπαρξη τοπικών γιορτών - φεστιβάλ

4.2 Άξονες προτεραιότητας

Η εκπλήρωση του προτεινόμενου κεντρικού στόχου προτείνεται να γίνει με το σχεδιασμό και την υλοποίηση ενός προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής που θα διαρθρώνεται πάνω σε άξονες προτεραιότητας που αναλύονται παρακάτω.

4.2.1 Ανάπτυξη και βελτίωση της συνολικής υποδομής και ανωδομής του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα

Οι παρακάτω πίνακες αναφέρουν κύριες δράσεις της τουριστικής υποδομής του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα. Επίσης σημειώνεται ο χρόνος υλοποίησης που σχετίζεται με τον τρόπο χρηματοδότησης (B= βραχυπρόθεσμα – 1 χρόνο) M1= μεσοπρόθεσμα-1-3 χρόνια) M2= μακροπρόθεσμα – 3-6 χρόνια. και ο φορέας υλοποίησης (Δήμος , Περιφέρεια, Υπουργείο)

ΠΙΝΑΚΑΣ 1

Βελτίωση Τουριστικής Υποδομής του Δημοσίου Τομέα

α/α	Περιγραφή Δράσεων	Χρόνος Υλοποίησης				Φορέας Υλοποίησης			Παρατηρήσεις
		B	M1	M2		Δήμος	Περιφέρεια	Υπουργείο	
1	Βελτίωση οδικού δικτύου								
2	Κατασκευή πεζοδρομίων- πρόσβαση								
3	Δημιουργία αποχετευτικού συστήματος								
4	Δημιουργία Χώρων Στάθμευσης								
5	Ενίσχυση φωτισμού								
6	Εμπλουτισμός της συγκοινωνίας σύνδεση α) Αρίλλα-Κέρκυρας, β) Αρίλλα-περιοχή Βόρειας Κέρκυρας								
7	Βελτίωση καθαριότητας								
8	Αντιμετώπιση της ηχορύπανσης								
9	Οργάνωση του εξοπλισμού των παραλιών								
10	Εξάλειψη της θαλάσσιας ρύπανσης								
11	Διάνοιξη μονοπατιών								
12	Στέγαστρα στάσεις λεωφορείου								
13	Βελτίωση οδικής σήμανσης								
14	Ανάδειξη και προστασία περιοχών φυσικού κάλλους								
15	Αξιοποίηση-ανάδειξη τοπίων (θέσεις θέας, χώροι παραμονής επισκεπτών)								
16	Τοποθέτηση ειδικών πλαισίων για την προβολή πολιτιστικών και άλλων εκδηλώσεων								
17	Τοποθέτηση ειδικών πλαισίων στις εισόδους για την προβολή των τουριστικών επιχ/σεων								
18	Αντιμετώπιση θεμάτων ασφάλειας και υγιεινής								

Πίνακας 2

Βελτίωση Τουριστικής Υποδομής του Ιδιωτικού Τομέα

α/α	Περιγραφή Δράσεων	Χρόνος Υλοποίησης				Φορέας Υλοποίησης	Παρατηρήσεις
		B	M1	M2			
1	Αναβάθμιση υφιστάμενων καταλυμάτων Και εστίασης και αναψυχής						
2	Αισθητική παρέμβαση των κτισμάτων στις όψεις.						
3	Ελαιοχρωματισμός και διαμόρφωση περιβάλλοντος χώρου των επιχειρήσεων						
4	Τοποθέτηση κεραμοσκεπών στις στέγες των κτισμάτων.						
5	Πινακίδες –Υποδείγματα						
6	Εξοπλισμός και υλικά φιλικά στο περιβάλλον						
7	Εξοικονόμηση ενέργειας.						
8							

4.2.2 Υποστήριξη δραστηριοτήτων και σύνδεσης του τουρισμού με τα τοπικά χαρακτηριστικά

Ο δεύτερος άξονας εστιάζεται στην υποστήριξη δραστηριοτήτων που συμβάλουν στην προσέλκυση επισκεπτών και την ανάδειξη των πολιτιστικών πόρων της περιοχής. Η ενίσχυση εκδηλώσεων (έθιμα , γιορτές, εκθέσεις κλπ) τοπικού χαρακτήρα. Σημαντική παράμετρο αποτελεί η διασύνδεση της τοπικής παραγωγής με το συνολικό τουριστικό προϊόν. Ο άξονας αυτός επιτυγχάνεται από το συντονισμό δράσης των εμπλεκόμενων φορέων (αυτοδιοίκηση, σύλλογοι, παραγωγικές τάξεις, εθελοντικές ομάδες) σε ένα κλίμα συνεργασίας και συνέχειας. Στον πίνακα 3 αναφέρονται δράσεις για την διασύνδεση του τουρισμού με τα τοπικά χαρακτηριστικά.

Πίνακας 3
Δράσεις για την διασύνδεση του τουρισμού με τα τοπικά χαρακτηριστικά.

α/α	Περιγραφή Δράσεων.	Χρόνος υλοποίησης	Φορέας υλοποίησης	Παρατηρήσεις
1	Στήριξη πολιτιστικών και λαογραφικών εκδηλώσεων.			
2	Διοργάνωση εκθέσεων και γιορτών.			
3	Διασύνδεση τουριστικών επιχειρήσεων και παραγωγικών μονάδων.			
4				
5				

4.2.3 Επιμόρφωση και κατάρτιση των επαγγελματιών

Οι επαγγελματίες του τουρισμού της περιοχής θεωρούν απόλυτα απαραίτητη την κατάρτιση όλου του ανθρώπινου δυναμικού που εξυπηρετούν τους επισκέπτες.

Πριν την έναρξη της τουριστικής περιόδου προτείνεται η διαμόρφωση ενός ολοκληρωμένου προγράμματος κατάρτισης , προσαρμοσμένο στις ανάγκες των επαγγελματιών της περιοχής όπως:

- α. Κατάρτιση ιδιοκτητών ξενοδοχείων και ενοικιαζομένων διαμερισμάτων.
- β. κατάρτιση ιδιοκτητών εστιατορίων και μπαρ.

4.2.4 Προβολή προώθηση της περιοχής Αρίλλας

Η προβολή και προώθηση μιας τουριστικής περιοχής θεωρείται η πιο δυναμική λειτουργία του Marketing γιατί έρχεται να πληροφορήσει τους υποψήφιους επισκέπτες για το τουριστικό προϊόν της περιοχής, να τους πείσει για την αξία του και να τους επηρεάσει να το αγοράσουν.

Με το όρο προώθηση δεν εννοείται μόνο η διαφήμιση, αλλά αυτή αποτελεί ένα δικό της ξεχωριστό μίγμα που περιλαμβάνει:

α) προσωπικές πωλήσεις κάθε επαγγελματία, β) Διαφήμιση γ) προώθηση πωλήσεων και δ) δημόσιες σχέσεις.

Οι προσωπικές πωλήσεις χαρακτηρίζονται από πλεονεκτήματα όπως η ευελιξία, αμεσότητα και δυναμικότητα. Η διαφήμιση αποτελεί αποτελεσματικό μέσω προώθησης για τη διέγερση της ζήτησης και τη δημιουργία πελατών.

Τα μέσα που χρησιμοποιούνται είναι οποιοδήποτε μέσο επικοινωνίας όπως: Διαφημιστικά φυλλάδια, καταχωρήσεις σε τουριστικούς οδηγούς, τηλεόραση, εφημερίδες, περιοδικά, ιντερνέτ κ.α. Οι νέες τεχνολογίες έχουν αποδειχτεί σύμφωνα με την έρευνα ότι είναι οι πιο αποτελεσματικές και πιο οικονομικές για την προώθηση της τουριστικής περιοχής του Αρίλλα. Οι δημόσιες σχέσεις συμβάλλουν σημαντικά στην ανάπτυξη καλών σχέσεων μεταξύ επιχειρήσεων, συνεργατών, πελατών και εργαζομένων.

Στον πίνακα 4 αναφέρονται οι κύριες δράσεις για την προβολή και προώθηση του τουριστικού προϊόντος «Αρίλλας»

Πίνακας 4
Προβολή και προώθηση τουριστικού προϊόντος «Αρίλλας»

α/α	Περιγραφή δράσεων	Χρόνος υλοποίησης	Φορέας υλοποίησης	Παρατηρήσεις
1	Γραφείο τουριστικής πληροφόρησης			
2	Παραγωγή και διάθεση υλικού τουρ. προβολής			
3	Παρουσίαση ηλεκτρονικής παρουσίασης – αξιοποίηση των social media			
4	Επικαιροποίηση της έρευνας ικανοποίησης των επισκεπτών.			
5	Διάθεση διαφημιστικού υλικού μέσω τουριστικών εκθέσεων εσωτερικού και εξωτερικού			

Επίλογος

Αντικείμενο της έρευνας αποτέλεσε η ανάδειξη τάσεων, συμπεριφορών, επισημάνσεων, και επιθυμιών των επισκεπτών στην περιοχή Αρίλλα της Κέρκυρας.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας η περιοχή Αρίλλα διαφοροποιείται από το μαζικό παραθεριστικό μοντέλο που κυριαρχεί στην Κέρκυρα και στηρίζεται κυρίως σε επισκέπτες που επιλέγουν διακοπές με κύρια χαρακτηριστικά το φυσικό περιβάλλον, τις μικρές οικογενειακές μονάδες καταλυμάτων, την φιλικότητα και την εξυπηρέτηση των ντόπιων και η ποιότητα της παραλίας και τέλος η πλειοψηφία των επισκεπτών δεν προγραμματίζουν τις διακοπές τους μέσω Tour Operators, αλλά κυρίως απευθείας με τους ιδιοκτήτες των καταλυμάτων μέσω του διαδικτύου.

Ενδιαφέρουσα είναι η άποψή τους αναφορικά με τις υποδομές ή υπηρεσίες που κρίνονται από άριστες έως πολύ καλές.

Σύμφωνα με την έρευνα υπάρχουν μεγάλες δυνατότητες για την ανάπτυξη περιπατητικών διαδρομών, οικοτουριστικού ενδιαφέροντος και θαλάσσιου τουρισμού.

Απειλές για την περιοχή που καταγράφονται είναι η έλλειψη βιολογικού καθαρισμού, η ρύπανση της θάλασσας από τα λύματα των ελαιοτριβείων και η σκέψη εγκατάστασης ανεμογεννητριών στον θαλάσσιο χώρο.

Ως αποτέλεσμα της έρευνας προέκυψαν προτάσεις για τον καθορισμό στρατηγικής για βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη της περιοχής.

Η δημιουργία ενός άτυπου οργάνου στην περιοχή κρίνεται απαραίτητο ώστε να συμβάλει ουσιαστικά:

- α) Στην διαμόρφωση βάσης ορθού προγραμματισμού και συσχετιζόμενων δράσεων.
- β) Στην διαμόρφωση κοινής αντίληψης των εμπλεκόμενων φορέων και του αντίστοιχου ανθρώπινου δυναμικού που θα κληθούν να υλοποιήσουν τις σχεδιαζόμενες δράσεις στην περιοχή Αρίλλα.
- γ) Στην συμβολή για την επαναξιολόγηση της πορείας του προτεινόμενου αναπτυξιακού τουριστικού προγράμματος, την παρακολούθηση της προόδου και γενικότερα στην ορθότερη εκτέλεση της λειτουργίας του.

Κύριο συμπέρασμα και προβληματισμός

Η κύρια πρόκληση

Η κύρια πρόκληση για την τουριστική βιομηχανία, τις επιχειρήσεις και τους τουριστικούς προορισμούς είναι: Πώς θα καταστεί δυνατόν η τουριστική δραστηριότητα στην Κέρκυρα, Ελλάδα, Ευρώπη και παγκοσμίως, και η αναμενόμενη ανάπτυξη στις επόμενες δύο δεκαετίες, να γίνει η διαχείρισή τους με τέτοιο τρόπο ώστε να διασφαλιστεί ο σεβασμός των ορίων των βασικών πόρων και η δυνατότητα αυτών των πόρων να αναπαράγονται και να είναι ταυτόχρονα και εμπορικά πετυχημένοι;

Επειδή το προϊόν αυτό βασίζεται κυρίως στην περιβαλλοντική, πολιτιστική και κοινωνική ποιότητά του, εάν δεν διαχειριστεί με μέτρο, ρισκάρει να αλλοιωθεί και ακόμη να εξαντληθεί η πηγή που αναπαράγει τους πόρους και συνεπώς να γίνει οικονομικά και κοινωνικά αβάσταχτη.

6. Παραρτήματα

Ερωτηματολόγιο Τουρισμού για τον Αρίλλα και την ευρύτερη περιοχή.

Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Αρίλλα Κέρκυρας 2012

Αγαπητέ επισκέπτη

Η παρακάτω έρευνα έχει άμεση σχέση με την τουριστική αναπτυξιακή πολιτική των επιχειρηματιών και κατοίκων του Αρίλλα. Είναι η πρώτη φορά που επιχειρούμε εκτεταμένα να προσεγγίσουμε και εν συνεχεία να αναλύσουμε τις απόψεις και εντυπώσεις των επισκεπτών μας.

Επομένως επιζητούμε την συνεργασία σας και σας ευχαριστούμε εκ των προτέρων αναφορικά με την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου που ακολουθεί. Το ταξίδι στον Αρίλλα, οι εντυπώσεις σας, οι προτάσεις σας, είναι αυτό που επιζητούμε, και ευελπιστούμε ότι μέσα από τις απαντήσεις σας θα οδηγηθούμε σε επωφελή συμπεράσματα.

Η κρίση σας πρέπει να είναι αντικειμενική, ενώ σας παρακαλούμε θερμά να δώσετε την δέουσα προσοχή κατά την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου. Επίσης, θέλουμε να σας επισημάνουμε ότι τα στοιχεία θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά και μόνο για τις ανάγκες της παρούσας έρευνας.

Οι διακοπές σας στον Αρίλλα μας απασχολούν έντονα επί σειρά ετών. Θέλουμε να πιστεύουμε ότι με την βοήθεια και την συμμετοχή σας το ταξίδι αυτό θα γίνεται ολοένα και πιο ευχάριστο.

Υπάρχουν 24 ερωτήσεις σε αυτό το ερωτηματολόγιο

[1]Πώς πήρατε την ιδέα να επισκεφτείτε την Περιοχή μας? Παρακαλώ επιλέξτε όλα όσα ισχύουν:

- ☐ Ταξιδιωτικό γραφείο
- ☐ Διαδίκτυο
- ☐ Οικογένεια / Φίλοι
- ☐ Εφημερίδες / περιοδικά†
- ☐ Ταξιδιωτικά φυλλάδια
- ☐ Ταξιδιωτικοί οδηγοί
- ☐ Τηλεόραση†
- ☐ Ραδιόφωνο
- ☐ Εκθέσεις Τουρισμού†

- ☐ Άλλο:

[2] Πού κάνετε την κράτηση της διαμονής σας Παρακαλώ επιλέξτε όλα όσα ισχύουν:

- ☐ Μέσω τηλεφώνου σε ένα ταξιδιωτικό γραφείο
- ☐ Αυτοπροσώπως σε ένα ταξιδιωτικό γραφείο
- ☐ Μέσω του διαδικτύου σε ταξιδιωτικό γραφείο
- ☐ Απευθείας με τον Ιδιοκτήτη μέσω διαδικτύου
- ☐ Απευθείας με τον Ιδιοκτήτη δια τηλεφώνου
- ☐ Αυτοπροσώπως στον χώρο του καταλύματος
- ☐ Άλλο:

[3] Πόσες φορές έχετε επισκεφθεί τον Αρίλλα πριν; Παρακαλώ επιλέξτε όλα όσα ισχύουν:

- ☐ Καμία
- ☐ 1 φορά†
- ☐ 2 φορές
- ☐ 3 φορές†
- ☐ 4 φορές
- ☐ Πάνω από 5 φορές
- ☐ Πάνω από 10 φορές
- ☐ Άλλο:

[4] Ήταν το ταξίδι σας στον Αρίλλα σύμφωνο με προσδοκίες σας; Παρακαλώ επιλέξτε μόνο ένα από τα παρακάτω:

- ☐ Εντελώς
- ☐ Κατά το μεγαλύτερο μέρος†
- ☐ Εν μέρει†
- ☐ Μόλις
- ☐ Απολύτως όχι
- ☐ Άλλο:

[5] Ποιος ήταν ο σκοπός της επίσκεψής σας στον Αρίλλα; Παρακαλώ επιλέξτε όλα όσα ισχύουν:

- ☐ Παραθεριστικές διακοπές
- ☐ Πεζοπορία και φύση
- ☐ Καταδυτικές διακοπές
- ☐ Μήνας του μέλιτος
- ☐ Πολιτιστικές διακοπές
- ☐ Φεστιβάλ- πανηγύρια
- ☐ Νυχτερινή Ζωή
- ☐ Πνευματικές διακοπές
- ☐ Οικο-τουρισμός
- ☐ Δραστήριες διακοπές
- ☐ Οικογενειακή επίσκεψη
- ☐ Εργασία
- ☐ Ξεκούραση
- ☐ Άλλο:

[6] Τι ήταν αυτό που ΣΑΣ ΑΡΕΣΕ περισσότερο κατά την επίσκεψή σας στον Αρίλλα; Παρακαλώ γράψτε την απάντησή σας εδώ:

[7] Τί ήταν αυτό που κατά την επίσκεψή σας ΔΕΝ ΣΑΣ ΑΡΕΣΕ στον Αρίλλα; Παρακαλώ γράψτε την απάντησή σας εδώ:

[8] Θα επισκεφθείτε τον Αρίλλα και πάλι μέσα στα επόμενα 5 χρόνια; Παρακαλώ επιλέξτε μόνο ένα από τα παρακάτω:

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι
- ☐ Δεν Γνωρίζω
-

[9] Ποιος θα ήταν ο βασικός σκοπός σας στην επόμενη επίσκεψή σας στον Αρίλλα; Παρακαλώ επιλέξτε όλα όσα ισχύουν:

- ☐ Παραθεριστικές Διακοπές
- ☐ Πεζοπορία και φύση
- ☐ Καταδυτικές διακοπές
- ☐ Μήνας του μέλιτος
- ☐ Πολιτιστικές διακοπές

- ☐ Φεστιβάλ- πανηγύρια
- ☐ Νυχτερινή Ζωή
- ☐ Πνευματικές διακοπές
- ☐ Οικο-τουρισμός
- ☐ Δραστήριες διακοπές
- ☐ Οικογενειακή επίσκεψη
- ☐ Εργασία
- ☐ Ξεκούραση
- ☐ Άλλο:

[10] Ποιες αλλαγές θα θέλατε να δείτε στην επόμενη επίσκεψή σας στον Αρίλλα; Παρακαλώ γράψτε την απάντησή σας εδώ:

[11] Για πόσο διάστημα περάσατε τις διακοπές σας στον Αρίλλα; Παρακαλώ επιλέξτε μόνο ένα από τα παρακάτω:

- ☐ 7 ή λιγότερες ημέρες
- ☐ 8 - 14 ημέρες
- ☐ 15 - 21 ημέρες
- ☐ 22 - 30 ημέρες
- ☐ 1 έως 2 μήνες
- ☐ 2 μήνες ή περισσότερο

[12] Σε τι είδους κατάλυμα μέινετε; Παρακαλώ επιλέξτε όλα όσα ισχύουν:

- ☐ Ξενοδοχείο
- ☐ Διαμέρισμα / μπανγκαλόου
- ☐ Διαμέρισμα σε συγκρότημα
- ☐ Διαμέρισμα σε συγκρότημα με πισίνα
- ☐ Αυτόνομη βίλα με πισίνα
- ☐ Ιδιόκτητο σπίτι / βίλα
- ☐ Φίλους / συγγενείς
- ☐ Άλλο:

[13] Ποια ήταν τα οδοιπορικά και έξοδα διαμονής του από το ταξίδι στον Αρίλλα ανά άτομο; (αν κλείσατε πακέτο διακοπών) Παρακαλώ επιλέξτε **μόνο ένα** από τα παρακάτω:

- ☐ Κάτω από 250 €
- ☐ 250 € με 500 €
- ☐ 500 € με 750 €
- ☐ 750 € με 1000 €
- ☐ 1000 € με 1250 €
- ☐ 1250 € με 1500 €
- ☐ 1500 € με 1750 €
- ☐ 1750 € με 2000 €
- ☐ Πάνω από 2000 €

[14] Πόσα δαπανήσατε ανά άτομο ανά ημέρα στον Αρίλλα αποκλειστικά για έξοδα διαμονής; Παρακαλώ επιλέξτε **μόνο ένα** από τα παρακάτω:

- ☐ Κάτω από 10 €
- ☐ 10€ με 20 €
- ☐ 20€ με 30 €
- ☐ 30€ με 40 €
- ☐ 40€ με 50 €
- ☐ Πάνω από 50€

[15] Πόσα δαπανήσατε ανά άτομο ανά ημέρα στον Αρίλλα αποκλειστικά για έξοδα διατροφής; Παρακαλώ επιλέξτε **μόνο ένα** από τα παρακάτω:

- ☐ Κάτω από 10 €
- ☐ 10€ με 20 €
- ☐ 20€ με 30 €
- ☐ 30€ με 40 €
- ☐ Πάνω από 50 €

[16] Παρακαλώ αξιολογήστε την ποιότητα της διαμονής σας. 1 - Δεν Υπάρχει 2 - Φτωχά 3 - Μέτρια 4 - Πολύ καλά 5 – Τέλεια Παρακαλώ επιλέξτε την κατάλληλη απάντηση για κάθε στοιχείο:

1 2 3 4 5

1 2 3 4 5

Συνολική ποιότητα του καταλύματος.

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Από την σχέση τιμής /παροχών.

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Συμπεριφορά/ επαγγελματισμό των ιδιοκτητών/υπαλλήλων.

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Αισθητική των εξωτερικών χώρων και κήπων.

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Αισθητική των εσωτερικών χώρων.

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Καθαριότητα του καταλύματος.

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Εξοπλισμός, παροχές του καταλύματος.

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

[17] Παρακαλώ αξιολογείστε την ποιότητα των εστιατορίων και μπαρ – καφέ της περιοχής μας 1 - Δεν Υπάρχει 2 - Φτωχά 3 - Μέτρια 4 - Πολύ καλά 5 - Τέλεια. Παρακαλώ επιλέξτε την κατάλληλη απάντηση για κάθε στοιχείο:

1 2 3 4 5

Συνολική ποιότητα στα εστιατόρια και μπαρ-καφέ που επισκεφτήκατε.

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Εξυπηρέτηση (service) στα εστιατόρια και μπαρ-καφέ που επισκεφτήκατε.

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Από την σχέση τιμής /ποιότητας των εστιατορίων και μπαρ-καφέ που επισκεφτήκατε.

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

την συμπεριφορά/ επαγγελματισμό των ιδιοκτητών/υπαλλήλων.

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Αισθητική του περιβάλλοντα χώρου.

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Αισθητική των εσωτερικών χώρων

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Καθαριότητα γενικά

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

[18] Παρακαλώ αξιολογείστε την ποιότητα της παραλίας μας 1 - Δεν Υπάρχει 2 - Φτωχά 3 - Μέτρια 4 - Πολύ καλά 5 – Τέλεια Παρακαλώ επιλέξτε την κατάλληλη απάντηση για κάθε στοιχείο:

1 2 3 4 5

Ποιότητα (γενικά) παραλίας

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Καθαριότητα παραλίας

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Σήματα και Πληροφόρηση (παραλίας)

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Πρόσβαση

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Ασφάλεια

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Συμπεριφορά / επαγγελματισμό των υπαλλήλων της παραλίας

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

[19] Παρακαλώ αξιολογήστε τις διάφορες πτυχές του τουριστικού προϊόντος της περιοχής μας. 1 - Δεν Υπάρχει 2 - Φτωχά 3 - Μέτρια 4 - Πολύ καλά 5 – Τέλεια Παρακαλώ επιλέξτε την κατάλληλη απάντηση για κάθε στοιχείο:

	1	2	3	4	5
Φύση γενικά	☐	☐	☐	☐	☐
Παραλία	☐	☐	☐	☐	☐
Mountain biking. (Ορεινή ποδηλασία)	☐	☐	☐	☐	☐
Πεζοπορία και εκδρομές:	☐	☐	☐	☐	☐
Καταδύσεις:	☐	☐	☐	☐	☐
Ψάρεμα:	☐	☐	☐	☐	☐
Διαμονή :	☐	☐	☐	☐	☐
Nightlife.	☐	☐	☐	☐	☐
Shopping-Καταστήματα:	☐	☐	☐	☐	☐
Φιλοξενία:	☐	☐	☐	☐	☐
Παροχή τουριστικών πληροφοριών:	☐	☐	☐	☐	☐
Η ποιότητα της ιατρικής περίθαλψης	☐	☐	☐	☐	☐
Δυνατότητα για την ανάληψη χρημάτων (π.χ. ΑΤΜ) :	☐	☐	☐	☐	☐

[20] Σε ποια ηλικιακή κατηγορία ανήκετε; Παρακαλώ επιλέξτε μόνο ένα από τα παρακάτω:

- ☐ Μέχρι 18 ετών
- ☐ 18 - 24 ετών
- ☐ 25-29 ετών
- ☐ 30-34 ετών
- ☐ 35-39 ετών
- ☐ 40-44 ετών
- ☐ 45-49 ετών
- ☐ 50-54 ετών
- ☐ 55-59 ετών
- ☐ 60–64 ετών
- ☐ 65 ετών και άνω

[21] Ποια είναι η τρέχουσα επαγγελματική κατάστασή σας; Παρακαλώ επιλέξτε μόνο ένα από τα παρακάτω:

- ☐ Φοιτητής
- ☐ Αυτοαπασχολούμενος
- ☐ Υπάλληλος σε πλήρη απασχόληση
- ☐ Υπάλληλος σε ημιαπασχόληση
- ☐ Ανεργος
- ☐ Συνταξιούχος

[22] Ημερομηνία άφιξης σας στον Αρίλλα. Παρακαλώ εισάγετε μια ημερομηνία:

[23] Με πόσα άτομα πήγατε διακοπές στον Αρίλλα : Παρακαλώ επιλέξτε **μόνο ένα** από τα παρακάτω:

- ☐ Μόνος/η
- ☐ Με τον / την σύντροφο/φίλο/ σύζυγο
- ☐ Με τη οικογένειά μου
- ☐ Με τον σύντροφο/φίλο/ σύζυγο και παιδί / παιδιά
- ☐ μόνος/η με παιδί/παιδιά

[24] Όνομα, Διεύθυνση και e-mail Παρακαλώ γράψτε την απάντησή σας εδώ:

(Προαιρετικά)

Υποβολή του ερωτηματολογίου σας

Ευχαριστούμε που συμπληρώσατε αυτό το ερωτηματολόγιο.

2012

DEAR VISITOR !

Your holidays in Arillas have been our concern for a number of years. We hope that with your help and cooperation we can make your stay here even more enjoyable. We would like to ask for your help and thank you in advance for filling out this form.

We would also like to stress that all data will be used EXCLUSIVELY for the needs of the present research. We hope after this research to be able to create officially the "Arillas profile" so that any one related to Arillas can be advised and steered in the right direction about any development that needs (or doesn't need) to take place in Arillas.

Our union was founded in February 2011 by 53 business owners of the area. The aims of this action are to help our area create and maintain a well balanced business environment between the Arillas visitors, the local people and the local authorities.

1. How did you get information about this destination?

- ☐ Travel agency. ☐ Newspapers/ magazines.
☐ Internet. ☐ Travel brochures. ☐ Family/friends.
☐ Travel guides. ☐ TV. ☐ Radio. ☐ Tourist fairs
 Other:.....

2. How did you book your accommodation?

- ☐ At a travel agency by phone. ☐ Direct with travel agency in store.
☐ At a travel agency on the internet.
☐ Direct with the accommodation owner on the internet.
 Other:.....

3. How many times have you visited Arillas before now?

Choose one of the following answers

- ☐ None. ☐ Two times. ☐ Four times.
☐ One time. ☐ Three times. ☐ Five times or more.
☐ Ten times or more

4. Did your trip to Arillas meet your expectations?

Choose one of the following answers

- ☐ Completely. ☐ For the greater part. ☐ Partly.
☐ Not really. ☐ Absolutely not.
 If answered "not really" or "absolutely not" please state why:.....

5. What was the aim of your holidays in Arillas?

- ☐ Beach holiday. ☐ Walking and nature. ☐ Cultural holiday
☐ Diving / Snorkling. ☐ Honeymoon. ☐ Spiritual holiday.
☐ Festival. ☐ Nightlife. ☐ Family visit
☐ Eco-tourism. ☐ Active holiday. ☐ Relaxing
☐ Work.
 Other:.....

6. What did you LIKE the most during your visit to Arillas and the surrounding area?

.....

7. What did you DISLIKE the most during your visit to Arillas and the surrounding area?

.....

8. Would you visit Arillas again within the coming 5 years?

- ☐ Yes.
☐ No. (go to question 11)
☐ I don't know (go to question 10)

9. What would be your aim in your next holiday to Arillas?

- ☐ Beach holiday. ☐ Walking and nature. ☐ Cultural holiday
☐ Diving / Snorkling. ☐ Honeymoon. ☐ Spiritual holiday.
☐ Festival. ☐ Nightlife. ☐ Family visit
☐ Eco-tourism. ☐ Active holiday.
☐ Work. ☐ Relaxing
 Other:.....

10. What changes would you like to see in your next visit to Arillas?

.....

11. How long did you stay in Arillas?

Choose one of the following answers

- ☐ 7 days or less ☐ 22 - 30 days
☐ 8 - 14 days ☐ 1 to 2 months
☐ 15 - 21 days ☐ 2 months or more

12. In what kind of accommodation did you stay?

- ☐ Hotel ☐ Villa with pool
☐ Bungalow apartment ☐ Own house/villa
☐ Apartment in a complex ☐ Friends/family
☐ Apartment in a complex with pool ☐ Other

13. What were your costs for the trip and accommodation in Arillas per person? (if you booked a package holiday)

Choose one of the following answers

- ☐ Under 250 € ☐ 1250 € to 1500 €
☐ 250 € to 500 € ☐ 1500 € to 1750 €
☐ 500 € to 750 € ☐ 1750 € to 2000 €
☐ 750 € to 1000 € ☐ Over 2000 €
☐ 1000 € to 1250 €

Continue to page 2

14. What were you costs for accommodation only in Arillas per person per day?

Choose one of the following answers

- ☐ Under 10 € ☐ 30 to 40 €
☐ 10 to 20 € ☐ 40 to 50 €
☐ 20 to 30 € ☐ Over 50 €

15. How much did you spend in Arillas per person per day for food and drinks?

Choose one of the following answers

- ☐ Under 10 € ☐ 30 to 40 €
☐ 10 to 20 € ☐ 40 to 50 €
☐ 20 to 30 € ☐ Over 50 €

16. Please evaluate the quality of your accommodation

1 - Not applicable, 2 - poor, 3 - average, 4 - Very Good, 5 - Excellent.

- | | | | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Overall quality of the accommodation..... | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Value for money..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Behavior and professionalism of the staff..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| and owners..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Ambiance of the garden and surroundings..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| of the accommodation..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Cleanliness of the accommodation..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Facilities/equipment of the accommodation..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

17. Please evaluate the quality of restaurants, cafe's and bars of Arillas.

1 - Not applicable, 2 - Average, 3 - Good, 4 - Very Good, 5 - Excellent.

- | | | | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Overall quality of restaurants, cafe's and bars you visited..... | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Customer service of restaurants, cafe's, and bars you visited..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Value for money of restaurants, cafe's and bars you visited..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Behavior and professionalism of the staff..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| and owners..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Ambiance of the garden and surroundings..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Ambiance of the inside of restaurants, cafe's and bars you visited..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Cleanliness in general..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

18. Please evaluate the quality of our beach.

1 - Not applicable, 2 - Average, 3 - Good, 4 - Very Good, 5 - Excellent.

- | | | | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Overall beach quality..... | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Beach cleanliness..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Beach signs and information..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Access to the beach..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Security/safety..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Behavior and professionalism of the Beach staff..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

19. Please evaluate the different aspects of our area

1 - Not applicable, 2 - poor, 3 - average, 4 - Very Good, 5 - Excellent

- | | | | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Nature in general..... | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Beach..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Mountainbiking..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Walking and excursions..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Diving / Snorkeling..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Fishing..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Accommodation..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Nightlife..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Shopping..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Hospitality..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Tourist information..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Quality of medical services..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Money withdrawal facilities (e.g. ATM)..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

20. What is your age group?

- | | |
|---|--|
| ☐ Up to 18 years | ☐ 45 - 49 years |
| ☐ 18 - 24 years | ☐ 50 - 54 years |
| ☐ 25 - 29 years | ☐ 55 - 59 years |
| ☐ 30 - 34 years | ☐ 60 - 64 years |
| ☐ 35 - 39 years | ☐ 65 years and more |
| ☐ 40 - 44 years | |

21. What is your current Status?

- | | |
|---|---|
| ☐ Student | ☐ Employed part-time |
| ☐ Self employed | ☐ Unemployed |
| ☐ Employed full-time | ☐ Retired |

22. Date of your Arrival to Arillas in 2012

/ / 2012

24. I was in Arillas:

- ☐ Alone
☐ With my partner or friend
☐ With my family
☐ With my partner and child/children
☐ Alone with child/children

25. Name, Address and Email (optional)

.....

.....

.....

.....



ΕΡΕΥΝΑ ΑΝΑΜΕΣΑ ΣΕ ΛΕΙΤΟΥΡΓΟΥΣ / ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΥΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΑΡΙΛΛΑ ΚΕΡΚΥΡΑΣ

Αγαπητοί Συνάδελφοι,

Στα πλαίσια της επεξεργασίας και ανάλυσης του τουριστικού ερωτηματολογίου που αναρτήσαμε στο διαδίκτυο για την Σαιζόν 2012 και παραλάβαμε 602 απαντήσεις από επισκέπτες της περιοχής μας, ζητήσαμε την βοήθεια του Περιφερειακού διευθυντή του Ε.Ο.Τ Ιονίων Νήσων και Ερευνητή σε Θέματα Τουριστικής Ανάπτυξης Δρ Κώστα Τσουμάνη, Ο Οποίος προσφέρθηκε να μας παρουσιάσει τα ευρήματα της έρευνας τον Ιανουάριο 2013 σε μια συνάντηση όλων των τοπικών φορέων και επιχειρηματιών της περιοχής μας.

Ο Δρ, Τσουμάνης μας παρέδωσε και ένα ερωτηματολόγιο που θα πρέπει να συμπληρωθεί από κάθε επιχειρηματία της περιοχής για να είναι πλήρες η έρευνα. Στο κάθε φυλλάδιο που παραλαμβάνετε θα πρέπει να απαντήσετε **ΑΝΩΝΥΜΑ** σε όσο περισσότερες ερωτήσεις. Τα ερωτηματολόγια είναι ανώνυμα και θα επεξεργαστούν αυτοπροσώπως από τον από τον Περιφερειακό διευθυντή του Ε.Ο.Τ Ιονίων Νήσων και Ερευνητή σε Θέματα Τουριστικής Ανάπτυξης Δρ Κώστα Τσουμάνη.

Υπάρχουν 14 ερωτήσεις σε αυτό το ερωτηματολόγιο

ΣΤΑΣΕΙΣ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΑ

[1]Επαγγελματικός φορέας: Παρακαλώ γράψτε την απάντησή σας εδώ: Το είδος της επιχείρησής σας

[2]Ποια είναι τα πλεονεκτήματα που προσελκύουν τους επισκέπτες στην περιοχή; (κατά σειρά προτεραιότητας 1,2,3,4.....) Παρακαλώ αριθμήστε κάθε κελί με σειρά προτίμησης από το 1 μέχρι το 5

- Φυσικό περιβάλλον
- Οι άνθρωποι
- Η φήμη

- Οι παραλίες
- Άλλο

[3] Ποια είναι τα μειονεκτήματα- προβλήματα και ελλείψεις στην περιοχή; (κατά σειρά προτεραιότητας 1,2,3,4.....) Παρακαλώ αριθμήστε κάθε κελί με σειρά προτίμησης από το 1 μέχρι το 7

- Κατάσταση δρόμων
- Ηχορύπανση
- Ρύπανση Θάλασσας
- Έλλειψη φωτισμού
- Συγκοινωνία
- Έλλειψη επαγγ. συμπεριφοράς
- Παρκινγκ

[4] Τι προτείνετε για βελτιώσεις / αλλαγές στην περιοχή της τουριστικής κίνησης; Παρακαλώ γράψτε την απάντησή σας εδώ:

α).....

β).....

γ).....

[5] Πώς εκτιμάτε την πορεία / εξέλιξη της τουριστικής κίνησης στα επόμενα χρόνια στην περιοχή; Παρακαλώ γράψτε την απάντησή σας εδώ:

[6] Ποιοι είναι οι παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική εξέλιξη στην περιοχή; Παρακαλώ γράψτε την απάντησή σας εδώ:

α).....

β).....

γ).....

[7] Ποιο είναι το προφίλ των πελατών της περιοχής; Παρακαλώ γράψτε την απάντησή σας εδώ:

[8]Αξιολογείτε τις παρακάτω παρεχόμενες Υπηρεσίες στην Περιοχή σας: Παρακαλώ επιλέξτε την κατάλληλη απάντηση για κάθε στοιχείο:

	1	2	3	4	5
Ξενοδοχεία	☐	☐	☐	☐	☐
Ενοικ. Δωμάτια - Διαμερίσματα	☐	☐	☐	☐	☐
Εστιατόρια	☐	☐	☐	☐	☐
Μπαρ και κέντρα Διασκέδασης	☐	☐	☐	☐	☐
Καταστήματα λαϊκής τέχνης	☐	☐	☐	☐	☐
Ταξί	☐	☐	☐	☐	☐
Καθαριότητα δρόμων και υπαίθρου	☐	☐	☐	☐	☐
Καθαριότητα Θαλασσών και παραλιών	☐	☐	☐	☐	☐
Υπεραστικά Λεωφορεία	☐	☐	☐	☐	☐
Ύδρευση	☐	☐	☐	☐	☐
Υποδομές	☐	☐	☐	☐	☐
Κατάσταση Δρόμων	☐	☐	☐	☐	☐
Άλλο	☐	☐	☐	☐	☐

1 πολύ καλά , 2 καλά, 3 Μέτρια, 4 κακά, 5 πολύ κακά.

[9]Ποιες οι σχέσεις σας με τους άλλους επαγγελματίες; Παρακαλώ γράψτε την απάντησή σας εδώ:

[10α]Ο κλάδος σας είναι; Παρακαλώ επιλέξτε **μόνο ένα** από τα παρακάτω:

- ☐ Ποσοτικά Επαρκής
- ☐ Ποσοτικά Ανεπαρκής

[10β]Ο κλάδος σας είναι; Παρακαλώ επιλέξτε **μόνο ένα** από τα παρακάτω:

- ☐ Ποιοτικά Πολύ καλά
- ☐ Ποιοτικά Καλά

- ☐ Ποιοτικά Μέτρια
- ☐ Ποιοτικά Κακά
- ☐ Ποιοτικά Πολύ Κακά

[11] Η περιοχή σας είναι ένας από τους πιο γνωστούς τουριστικούς προορισμούς στην Ελλάδα. Πιστεύετε η υπάρχουσα κατάσταση ανταποκρίνεται στην φήμη της.

Παρακαλώ επιλέξτε **μόνο ένα** από τα παρακάτω:

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

[12] Αν όχι τι πιστεύετε ότι φταίει; Παρακαλώ γράψτε την απάντησή σας εδώ:

[13] Παρατηρήσεις Παρακαλώ γράψτε την απάντησή σας εδώ:

Ευχαριστούμε για την συνεργασία σας .

Τα αποτελέσματα της έρευνας θα παρουσιαστούν την 20η Ιανουαρίου 2013 στον Αρίλλα σε μια συνάντηση των τοπικών φορέων, δημοσίων αρχών , επιχειρηματιών και πολιτών της περιοχής μας, από τον Περιφερειακό διευθυντή του Ε.Ο.Τ Ιονίων Νήσων και Ερευνητή σε Θέματα Τουριστικής Ανάπτυξης Δρ Κώστα Τσουμάνη.

Η παρουσία σας θα είναι σημαντική και απαραίτητη.

**Σύνδεσμος Επιχειρηματιών
Αρίλλα Κέρκυρας
Σ.Ε.Α.Κ**