ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ
http://www.teicrete.gr

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Εισηγητής: ΑΚΟΓΛΑΝΗΣ ΜΙΧΑΗΛ Α.Μ 3645
Επιβλέπων: κ.κ. ΡΙΓΓΑΣ ΧΡΗΣΤΟΣ

©
2011



ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία έχει ως αντικείμενο την πρόταση ανάπτυξης συγκεκριμένων μορφών εναλλακτικού τουρισμού για την Κρήτη. Αφού γίνει αναφορά στον ελληνικό τουρισμό γενικά - σημαντικό κομμάτι του οποίου αποτελεί ο τουρισμός της Κρήτης-και στις βασικές υπάρχουσες μορφές εναλλακτικού τουρισμού στα 2 πρώτα κεφάλαια ,στο τρίτο κεφάλαιο πραγματοποιείται μια ανάλυση και περιγραφή των ειδικών χαρακτηριστικών και τουριστικών πόρων του νησιού βάσει των οποίων θα πρέπει να γίνει η όποια προσπάθεια ανάπτυξης εναλλακτικής μορφής τουρισμού. Στη συνέχεια γίνεται μια ακόμα ανάλυση, αυτή τη φορά αναφορικά στην τουριστική ανάπτυξη του νησιού ειδικότερα και κυρίως μέσα στην τελευταία 10 ετία. Σε αυτό το κομμάτι επικεντρωνόμαστε στα τουριστικά εκείνα μεγέθη , τα οποία πρέπει να αναλύσουμε ώστε να βρεθούν τρόποι βελτίωσης τους τόσο ποιοτικά όσο και ίσως ποσοτικά. Έχοντας στο νου τα πιο πρόσφατα τουριστικά μεγέθη στο πέμπτο κεφάλαιο γίνεται μια πρόταση-σύσταση εναλλακτικών μορφών τουρισμού (με τη μορφή νέων τουριστικών προϊόντων).Οι προτάσεις χαρακτηρίζονται από την επίδραση των πρόσφατων συνθηκών ,αναγκών και στοχεύουν στον εκμοντερνισμό του τουριστικού προϊόντος του νησιού.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ 9

1. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΛΛΑΔΑ 12

1.1. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΑΙ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ 12

1.2. ΔΙΕΘΝΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ 13

1.3. ΔΙΕΘΝΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ 14

1.4. ΚΡΙΣΗ ΜΟΝΤΕΛΟΥ 4S 15

1.5. ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΜΟΝΤΕΛΟΥ 4S 15

1.6. ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΣΕ ΚΡΙΣΗ 16

1.7. ΔΟΜΙΚΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ 17

1.8. ΜΟΝΤΕΛΟ 4 Ε 18

1.9. ΕΓΧΩΡΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ 19

1.10. ΒΑΣΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ 21

1.10.1. Συμμετοχή στο ΑΕΠ 21

1.10.2. Τουρισμός & Απασχόληση 22

1.10.3. Τουριστικές Αφίξεις 23

1.10.3.1. Διεθνείς αφίξεις στα κυριότερα αεροδρόμια. 25

1.10.3.2. Αφίξεις κατά χώρα προέλευσης 27

1.10.4. Κατάταξη του Ελληνικού Τουρισμού βάσει των Διεθνών αφίξεων 2000-2009 31

1.10.5. Μερίδιο Αγοράς του Ελληνικού Τουρισμού 2000-2009 32

1.10.6. Εποχικότητα Διεθνών Τουριστικών Αφίξεων 2000-2009 33

1.10.7. Μερίδια Αγοράς Των 5 Κυριότερων Αγορών Προέλευσης στο Σύνολο των Διεθνών Τουριστικών Αφίξεων, 2000-2009 34

1.10.8. Τουριστικές Εισπράξεις 36

1.10.9. Ποσοστιαία Κατανομή Τουριστικών Εισπράξεων. 38

1.10.11. Μέσος Όρος Εσόδων 2000-2009 40

1.10.12. Μέση Κατά Κεφαλή Δαπάνη 40

1.10.13. Ταξιδιωτικές Εισπράξεις ανά λόγο ταξιδιού 41

1.10.14. Ταξιδιωτικές Εισπράξεις ανά Χώρα Προέλευσης. 42

1.10.15. Κατάταξη Ελληνικού Τουρισμού Βάσει Διεθνών Τουριστικών Εισπράξεων..... 43

1.10.16. Δαπάνη ανά Ταξίδι Τουριστών 44

Πίνακας 26.: Διαχρονική Εξέλιξη Ξενοδοχειακών Κλινών Κατά Περιφέρεια, 1990-2009 46

2. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ..... 49

2.1. ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ..... 49

2.2. ΤΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ 50

2.3. ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ 53

2.4. ΜΟΡΦΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ..... 54

2.4.1. Διάκριση από πλευράς διακινουμένων προσώπων σε Εσωτερικό και Εξωτερικό τουρισμό. 56

2.4.2. Μορφές τουρισμού προσδιορισμένες από τον παράγοντα «τουριστική μετακίνηση». 56

2.4.3. Μορφές τουρισμού προσδιοριζόμενες από τον παράγοντα διαμονή 59

2.4.4. Μορφές τουρισμού προσδιοριζόμενες από τον παράγοντα Εποχή διακοπών. 60

2.4.5. Μορφές τουρισμού προσδιοριζόμενες από τον παράγοντα τουριστικός προορισμός. 62

2.4.6. Μορφές τουρισμού προσδιοριζόμενες από τον παράγοντα «Λόγος» (σκοπός) Τουριστικού Ταξιδιού 64

2.5. ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ..... 65

2.6. ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ 68

2.7. ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΝΑΝΤΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ 72

2.8. ΤΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ 76

2.9. Ο ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ..... 76

2.9.1. Ο τουριστικός προορισμός 77

2.9.2. Συνεισφορά του εναλλακτικού τουρισμού στην τοπική ανάπτυξη 78

2.10. ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ 79
2.10.1. Αγροτουρισμός 79
2.10.2. Οικοτουρισμός 81
2.10.3. Πολιτισμικός τουρισμός 82
2.10.4. Επαγγελματικός τουρισμός 83
2.10.5. Τουρισμός "περιπέτειας" 85
2.10.6. Μορφωτικός τουρισμός 86
2.10.7. Θαλάσσιος τουρισμός 87
2.10.8. Ορεινός τουρισμός 89
2.10.9. Χιονοδρομικός τουρισμός 90
2.10.10. Γαστρονομικός τουρισμός 91
2.10.11. Οινολογικός τουρισμός 92
2.10.12. Αστικός τουρισμός 94
3.0. ΚΡΗΤΗ 96
3.1. ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ 96
3.2. ΚΛΙΜΑΤΟΛΟΓΙΚΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ 99
3.2.1. Διαφοροποιήσεις ανά περιοχή 100
3.3. ΧΛΩΡΙΔΑ ΚΑΙ ΠΑΝΙΔΑ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ 101
3.3.1. Κρητικός αίγαγρος 102
3.3.2. Κρητικός αγριόγατος 104
3.3.3. Κρητική νυφίτσα 105
3.3.4. Μεσογειακή φώκια 106
3.3.5. Γυπαετός 107
3.3.6. Χρυσαετός 109
3.3.7. Χελώνα Καρέτα (Caretta caretta) 110
3.3.8. Παραδοσιακά προϊόντα - Διατροφή 111
3.3.9. Μυθολογία 114

3.3.10. Ιστορία 115

3.3.10.1. Νεολιθική περίοδος 115
3.3.10.2 Προανακτορική περίοδος 116
3.3.10.3 Ανακτορικές περίοδοι και Μινωικός πολιτισμός 116
3.3.10.4. Νεοανακτορική εποχή 116
3.3.10.5. Αχαιοί 117
3.3.10.6. Δωριείς 117
3.3.10.7. Κλασική και ελληνιστική περίοδος 118
3.3.10.8. Ρωμαιοκρατία 119
3.3.10.9. Πρωτοβυζαντινή περίοδος 119
3.3.10.10. Αραβοκρατία 119
3.3.10.11. Ανακατάληψη Κρήτης από τον Νικηφόρο Φωκά 120
3.3.10.12. Ενετοκρατία 120
3.3.10.13. Τουρκοκρατία 121
3.4. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ ΚΡΗΤΗΣ 122

3.4.1. ΠΑΡΑΛΙΕΣ 122

3.4.1.1. Μάταλα 123
3.4.1.2. Ελαφόνησος 123
3.4.1.3. Γραμβούσα 123
3.4.1.4. Βάι-Πρέβελη 124
3.4.1.5. Φαλάσαρνα 124
3.4.1.6. Φραγκοκάστελλο 125
3.4.1.7. Λέντας 127
3.4.2. ΣΠΗΛΑΙΑ 127

3.4.2.1 Σπήλαιο του Σφεντόνη 128
3.4.2.2. Σπήλαιο Μελιδονίου 129
3.4.2.3. Σπήλαιο Ψυχρού - Δικταίο Άνδρο 130
3.4.2.4. Ιδαίο Άντρο 131
3.4.3. ΦΑΡΑΓΓΙΑ 131

3.4.3.1. Φαράγγι Σαμαριάς 132
3.4.3.2. Κουρταλιώτικο Φαράγγι 133
3.4.3.3. Φαράγγι Ίμβρου 134
3.4.3.4. Φαράγγι Αγίας Ειρήνης 134
3.4.3.5. Φαράγγι Αγίου Νικολάου (Φαράγγι Ρούβα ή Φαράγγι Γάφαρη) 135
3.4.3.6. Αγιοφάραγγο 135
3.4.3.7. Αστρακιανό φαράγγι (Φαράγγι Καρτερού) 136
3.4.3.8. Φαράγγι των Νεκρών 136
3.4.4. ΛΙΜΝΕΣ 137

3.4.4.1. Λίμνη Κουρνά 137
3.4.4.2. Λίμνη Ζαρού (Λίμνη Βοτόμος) 138
3.4.4.3. Λίμνη Φανερωμένης 138
3.4.4.4. Λίμνη Μπραμιανών 139
3.5. ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΑ 140

3.6. ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ 141

3.6.1. Λαϊκός πολιτισμός και παράδοση 143

3.6.2. Παραδοσιακή αρχιτεκτονική 144

3.7. ΥΠΟΔΟΜΕΣ 147

3.7.1. ΟΔΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ 148

3.7.2. ΛΙΜΑΝΙΑ 149

3.7.2.1. Λιμάνι Χανίων 149
3.7.2.2. Λιμάνι Ρέθυμνου 150
3.7.2.3. Λιμάνι Ηρακλείου 151
3.7.2.4. Λιμάνι Σητείας 151
3.7.3. ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ 152

3.7.3.1. Αεροδρόμιο Χανίων 152
3.7.3.2. Αεροδρόμιο Ηρακλείου 153
3.7.3.3. Αεροδρόμιο Σητείας 154
3.8. ΑΝΩΔΟΜΕΣ 154

4. ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ 157

4.1. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ 157

4.2. ΜΕΓΕΘΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΡΗΤΗΣ 158

4.2.1 ΑΦΙΞΕΙΣ CHARTERS ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ 158

4.2.2. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ ΚΡΗΤΗ 167

4.2.3. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ 168

5.0. ΕΡΕΥΝΑ – ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ 172

5.1. ΠΑΡΑΘΕΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΈΡΕΥΝΑΣ 172

5.2. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ 188

6. ΟΡΑΜΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΡΗΤΗΣ 193

6.1. ΓΕΝΙΚΕΣ ΣΚΕΨΕΙΣ -ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ 193

6.2 ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ 194

6.3. ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ 194

6.4. ΟΡΑΜΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ 195

6.5. ΜΕΤΑΒΑΣΗ ΣΕ ΝΕΟ ΜΟΝΤΕΛΟ 196

6.5.1. ΠΟΣΟΤΗΤΑ Ή ΠΟΙΟΤΗΤΑ 196

6.5.2. ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΕΣ Ή ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ; 197

6.5.3. ΜΟΝΑΔΑ ΄Η ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ 198

6.5.4. ΕΠΙΔΟΤΗΣΗ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ ΄Η ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΥΠΟΔΟΜΩΝ 199

6.5.5. ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΟΛΩΝ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΄Η ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ «ΑΤΜΟΜΗΧΑΝΗ» ΚΑΘΕ ΚΛΑΔΟΥ. 200

6.5.6. ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΣ Ή ΕΓΧΩΡΙΟΣ 200

6.5.7. ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ 201

6.5.8. ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ 201

6.5.9. ΣΥΝΔΡΟΜΟ ANTI-SERVICE 203

6.5.10. ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ 203

6.5.10.1. Υφισταμένη προσφορά 204
6.5.10.2. Δημιουργία νέας προσφοράς 204
6.5.10.3. Προσέγγιση «-ικος» 204
6.5.10.4. Διατομεακή προσέγγιση 204
6.5.10.5. Η Γαστρονομία 206
6.5.10.6. Ο Αθλητισμός 208
6.5.10.7. Οι Ιατρικές Υπηρεσίες 210
6.5.10.8. Η Εκπαίδευση 212
6.5.10.9. Ο Πολιτισμός 212
6.5.10.10. Οι Αυριανοί-Μελλοντικοί Ταξιδιώτες 214

6.6. ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΡΗΤΗ 215

6.6.1. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ-3ΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ-ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ 215

6.6.2. ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ - ΣΠΟΡ ΑΝΑΨΥΧΗΣ 217

6.6.3. ΔΙΑΧΕΙΜΑΣΗ 220

ΕΠΙΛΟΓΟΣ 221

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 224

Α. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ 224

Β. ΔΙΕΘΝΗΣ ΜΕΤΑΦΡΑΣΜΕΝΗ 225

Γ. ΕΛΛΗΝΙΚΗ 225

Δ. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ 227

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα εργασία θα ασχοληθεί με το θέμα των εναλλακτικών μορφών τουρισμού όσον αφορά την Κρήτη. Μέσα από μελέτη παλαιοτέρων δεδομένων και την πραγματοποίηση έρευνας θα αποφασίσουμε καταρχήν εάν οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην γενικότερη ανάπλαση , βελτίωση και ανταγωνιστικότητα του Κρητικού τουριστικού προϊόντος και έπειτα θα γίνει πρόταση για το ποια είδη εναλλακτικών μορφών θα μπορούσαν να αναπτυχθούν ώστε να επιτευχθεί ο σκοπός μας.

Είναι γνωστό ότι ο Τουρισμός αποτελεί έναν σημαντικό κλάδο οικονομικής δραστηριότητας και παίζει σημαντικό ρόλο στις οικονομίες των χωρών. Η Ελλάδα είναι μια χώρα για την οποία ο Τουρισμός παίζει σπουδαίο ρόλο και η Κρήτη αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους πόλους έλξης τουρισμού. Μεγάλο μέρος της ίδιας της οικονομίας του νησιού βασίζεται στον Τουρισμό.

Έχοντας στο μυαλό ότι ο Τουρισμός μπορεί να συμβάλει αποφασιστικά στην ανάπτυξη και άλλων κλάδων οικονομικής δραστηριότητας , αντιλαμβανόμαστε πόσο σημαντικό είναι να διατηρούμε υψηλά στάνταρ προϊόντων και υπηρεσιών γενικότερα. Θα πρέπει ανά πάσα στιγμή το τουριστικό προϊόν της Κρήτης να συμβαδίζει με τις τρέχουσες απαιτήσεις των τουριστών και να ανταγωνίζεται άλλους τουριστικούς προορισμούς τόσο εγχώρια όσο και από το εξωτερικό.

Η σύγχρονη όμως παγκόσμια οικονομική κατάσταση ,η τρέχουσα παγκόσμια οικονομική κρίση δεν θα μπορούσε να μην επηρεάζει και τον τουρισμό σε παγκόσμια κλίμακα. Άρα σίγουρα επηρεάζει και τον τουρισμό της Ελλάδας και κατά συνέπεια και αυτόν της Κρήτης ειδικότερα. Πέρα όμως από τους εξωγενείς παράγοντες που αποτελούν εν δυνάμει τροχοπέδη στην ανάπτυξη του τουρισμού του νησιού , βάρος θα πρέπει να δοθεί στο υπάρχον τουριστικό μοντέλο πάνω στο οποίο χτίζεται και λειτουργεί αυτός.

Είναι επαρκές το υπάρχον τουριστικό μοντέλο; Ανταπεξέρχεται στις απαιτήσεις του διεθνούς ανταγωνισμού; Μήπως ήρθε η ώρα για εγκατάλειψη του και ανέγερση στη

θέση του ενός νέου ,σύγχρονου και πιο ανταγωνιστικού προτύπου; Η μαζικότητα που χαρακτηρίζει τον τουρισμό του νησιού φέρνει και αρνητικές επιπτώσεις. Εάν οι τελευταίες υπερτερούν έναντι των θετικών τότε είναι σοφό να αρχίσει ο επανασχεδιασμός του τουριστικού προϊόντος του νησιού ώστε να προσαρμοστεί στις σύγχρονες απαιτήσεις. Θα μπορούσαμε άραγε να διατηρήσουμε τα θετικά χαρακτηριστικά του υπάρχοντος τουριστικού προϊόντος και να εξαλείψουμε τα αρνητικά;

Για να βελτιωθεί και εξελιχθεί όμως το οτιδήποτε απαιτείται γνώση της μέχρι τώρα δομής του. Πρέπει να γνωρίζουμε την πορεία του μέχρι και το σημείο στο οποίο θα κάνουμε παρέμβαση για να επιτευχθεί η ανάπλαση , η αναμόρφωση η εξέλιξη του.

Στο πρώτο λοιπόν κεφάλαιο της εργασίας αυτής θα γνωρίσουμε τον τουρισμό της Ελλάδας γενικότερα. Θα δούμε με πιο τρόπο αναπτυσσόταν έως τώρα και τα βασικά χαρακτηριστικά του. Είναι απαραίτητο εφόσον ο Τουρισμός της Κρήτης είναι μέρος του τουρισμού της χώρας γενικότερα. Θα δούμε κάποια βασικά μεγέθη του τουρισμού της χώρας στα οποία εννοείται έχει σημαντική συμμετοχή και το τουριστικό προϊόν του νησιού. Επίσης θα δούμε προβλήματα καθώς και αδυναμίες που παρουσιάζει ο Τουρισμός της Ελλάδας γενικότερα και που κατά συνέπεια θα επηρεάζουν και την Κρήτη.

Στο κεφάλαιο 2^{ον} θα μιλήσουμε για τον Τουρισμό σαν έννοια. Θα δούμε το κοινωνικό φαινόμενο του Τουρισμού θα αναφερθούμε στην τυπολογία των μορφών και στην μορφολογία του Τουρισμού. Επίσης θα συγκρίνουμε τα χαρακτηριστικά του Μαζικού Τουρισμού πάνω στον οποίο είναι χτισμένο το τουριστικό οικοδόμημα του νησιού με αυτά των Εναλλακτικών μορφών ,και θα κάνουμε λόγο για τα βασικά είδη Εναλλακτικού Τουρισμού.

Στο επόμενο κεφάλαιο θα γνωρίσουμε τη Κρήτη από όλες τις απόψεις. Την γεωγραφική της θέση, τις κλιματολογικές συνθήκες την χλωρίδα και πανίδα, θα αναφερθούμε στην Ιστορία του νησιού, στους τουριστικούς της πόρους, στην αρχαιολογία στον πολιτισμό και στις υπάρχουσες υποδομές και άνομες. Συνοπτικά όλα αυτά τα παραπάνω έχουν στενή σχέση με το γενικότερο τουριστικό προϊόν που δύναται να προσφέρει το νησί.

Στο 4^{ο} κεφάλαιο θα κάνουμε μια αναδρομή στην τουριστική εξέλιξη του νησιού. Θα δούμε τα βασικά μεγέθη του τουρισμού του νησιού ,ώστε να έχουμε μια ιδέα για το που βαδίζει μέχρι τώρα.

Έχοντας όλα τα παραπάνω στο μυαλό μας θα κάνουμε γενικές σκέψεις και παρατηρήσεις και θα ορίσουμε στόχους και θα διατυπώσουμε ένα όραμα ανάπτυξης.

Εν τέλει θα προχωρήσουμε στην πρόταση επιλογή κάποιων μορφών Εναλλακτικού Τουρισμού που θα μπορούσαν να προσφέρουν εκείνα τα οποία απαιτούνται για να επιτευχθεί ο γενικότερος στόχος που δεν είναι άλλος από την εναρμόνιση του τουριστικού προϊόντος με τις τρέχουσες οικονομικοκοινωνικές συνθήκες. Αυτό θα είναι το 5^{ο} κεφάλαιο.

1. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΛΛΑΔΑ

1.1. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΑΙ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ

Η οικονομική ευημερία που διαθέτει ένα αυξανόμενο ποσοστό κατοίκων του πλανήτη μας, η ανάπτυξη των μέσων μαζικής μεταφοράς και των μέσων ενημέρωσης είναι μερικοί από τους παράγοντες που συνεισφέρουν στην ανάδειξη του τουρισμού ως ενός από τους πιο ισχυρούς και ραγδαία αναπτυσσόμενους οικονομικούς τομείς της παγκόσμιας κοινωνίας του 21^{ου} αιώνα.

Η τουριστική βιομηχανία αντλεί την δύναμη της από εύθραυστες πηγές όπως το περιβάλλον, η ιστορία και ο πολιτισμός και συχνά χαρακτηρίζεται ως νόμισμα με δύο όψεις. Από τη μία, συνεισφέρει στην οικονομική ανάπτυξη μιας περιοχής δημιουργώντας θέσεις εργασίας και εισροή συναλλάγματος ενώ από την άλλη, είναι παράγοντας περιβαλλοντικών και κοινωνικών επιβαρύνσεων που συχνά εμποδίζουν την ομαλή λειτουργία της τοπικής κοινωνίας και του τοπικού τουρισμού. Παραδείγματα από την παγκόσμια πραγματικότητα δείχνουν ότι η χωρίς μέτρο, η ασχεδίαστη ή η λανθασμένη ανάπτυξη του τουρισμού επιφέρει, βραχυπρόθεσμα, γρήγορα οικονομικά οφέλη καταλήγοντας ωστόσο, μακροπρόθεσμα, σε χαμηλής ποιότητας τουριστική δραστηριότητα (Αβδελλή, 2005).

Πολλοί τουριστικοί προορισμοί στην Ελλάδα και όχι μόνο, έχουν ως στόχο τη συνεχή αύξηση του οικονομικού οφέλους που αποφέρει ο τουρισμός, έτσι συχνά προσανατολίζονται στην αναζήτηση ολοένα και μεγαλύτερου αριθμού τουριστών χρησιμοποιώντας ως μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης τον μαζικό τουρισμό. Όμως, η μεγάλη πληθυσμιακή συγκέντρωση σε περιοχές με συγκεκριμένες περιβαλλοντικές και κοινωνικές δυνατότητες δημιουργεί διαταραχές στις συνήθειες της τοπικής κοινωνίας και δυσλειτουργίες όπως: συνωστισμό, μόλυνση του περιβάλλοντος, κατασπατάληση ή καταστροφή φυσικών και πολιτιστικών πηγών και ανταγωνισμό μεταξύ τοπικού πληθυσμού και τουριστικής βιομηχανίας για την χρησιμοποίηση

αγαθών πρώτης ανάγκης (νερό, καύσιμα, κ.λπ.), έργων υποδομής (δρόμοι, νοσοκομεία, κ.λπ.), τόπων αναψυχής (μουσεία, πάρκα, παραλίες κ.λπ.). Αυτές οι αρνητικές επιπτώσεις εμποδίζουν την συνεχή και ομαλή διεξαγωγή της τουριστικής διαδικασίας αφού σύμφωνα με έρευνες του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Π.Ο.Τ.) η πλειοψηφία των τουριστών σήμερα επιθυμεί να επισκέπτεται περιοχές με υψηλή περιβαλλοντική ποιότητα και έντονα στοιχεία τοπικού πολιτισμού.

Αρκετοί διεθνείς οργανισμοί σχετικοί με τον τουρισμό, το περιβάλλον και τον πολιτισμό (Π.Ο.Τ, UNEP , UNESCO κ.λπ.) προτείνουν ως λύση στα παραπάνω προβλήματα, κάθε είδους τουριστική δραστηριότητα να σχεδιάζεται, να διευθύνεται και να αναπτύσσεται ώστε (Αβδελλή, 2005):

- να είναι περιβαλλοντικά ανεκτή σε βάθος χρόνου,
- να αποφέρει βιώσιμα οικονομικά οφέλη στις περιοχές που αναπτύσσεται,
- να είναι ηθικά και κοινωνικά σύμφωνη με τις τοπικές κοινωνίες και
- να εξασφαλίζει την διατήρηση του φυσικού και πολιτιστικού κεφαλαίου για τις μελλοντικές γενιές.

Απαραίτητες προϋποθέσεις για την σωστή και αποτελεσματική εφαρμογή, λειτουργία και αποδοτικότητα των παραπάνω χαρακτηριστικών σύμφωνα με τον Π.Ο.Τ, την Ευρωπαϊκή Ένωση και άλλους διεθνείς οργανισμούς, είναι (Αβδελλή, 2005):

- η συνεργασία όσων εμπλέκονται στη τουριστική διαδικασία,
- η τοπική συμμετοχή στο σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης,
- η εκπαίδευση των επαγγελματιών, των πολιτών και των τουριστών και
- η υψηλή ποιότητα των προσφερομένων τουριστικών υπηρεσιών και εγκαταστάσεων.

1.2. ΔΙΕΘΝΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Βάσει των εξελίξεων, είναι κατανοητό ότι η διεθνής οικονομική κρίση επηρεάζει σημαντικά το τουρισμό και οι επιπτώσεις της έχουν γίνει εμφανείς. Διάχυτος είναι ο προβληματισμός στον τουριστικό κόσμο σχετικά με την παγκόσμια χρηματοπιστωτική κρίση και τις ενδεχόμενες επιπτώσεις που μπορεί να έχει στον

ελληνικό τουρισμό. Η απαισιοδοξία είναι έντονη καθώς το κλίμα από prebookings είναι ιδιαίτερα παγωμένο, παρά τις προσφορές στις οποίες έχουν καταφύγει οι ξενοδόχοι. Αυτή η προοπτική απεικονίζει τρεις φάσεις :

- Ενίσχυση του εσωτερικού τουρισμού
- Περιορισμό των ταξιδιών σε μακρινούς προορισμούς
- Υπερίσχυση των μεσαίας και μικρής απόστασης προορισμών στις προτιμήσεις των τουριστών (Βαρβαρέσος, 2009).

1.3. ΔΙΕΘΝΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Το 2009 οι διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα μειώθηκαν οδηγώντας σε περικοπή θέσεων εργασίας. Πολλαπλασιαστικά τα παραπάνω επηρέασαν αρνητικά τους περισσότερους κλάδους της ελληνικής οικονομίας οι οποίοι εμπλέκονται στην τουριστική παραγωγική διαδικασία. Τον Μάρτιο του 2009 εμφανίστηκε μια μείωση των τουριστικών αφίξεων, σε σχέση με τις αντίστοιχες του 2008, που σε ορισμένες περιπτώσεις πλησίαζε το 30%. Φυσικά σε απόλυτους αριθμούς αυτό συνεπάγεται μείωση των τουριστικών αφίξεων κατά 1,5 εκατ. άτομα (15,7 εκατ. τουριστικές αφίξεις το 2008), γεγονός που οδήγησε σε ενδεχόμενη μείωση των τουριστικών εισπράξεων κατά 20% και απώλειες 120 χιλ. θέσεων εργασίας στον τουριστικό τομέα.

Όμως εάν η διεθνής οικονομική κρίση η οποία έχει εμφανιστεί από το 2007, αναμένεται να επηρεάσει τον διεθνή τουρισμό τουλάχιστον για τα επόμενα δύο χρόνια, το ελληνικό μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης έχει εισέλθει σε φάση κρίσης από την δεκαετία του 1990. (Βαρβαρέσος, 2009).

1.4. ΚΡΙΣΗ ΜΟΝΤΕΛΟΥ 4S

Η απαρχή της κρίσης μπορεί να συνδυαστεί με την κρίση του " μοντέλου των 4S", στα οποία οικοδομήθηκε το ελληνικό μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης. Τα 4 S είναι ένα μοντέλο τουρισμού βασισμένο στα : Sun , Sand , Sea and Sex το οποίο στοχεύει τα τμήματα του πληθυσμού που διαθέτουν όλο και χαμηλότερα εισοδήματα. Αυτή η διαδικασία μπορεί να γίνει δυνατή, χάρη σε μία καταγραφή των κερδών παραγωγικότητας αποδιδόμενα στην μαζικοποίηση.

Η ζήτηση του τουριστικού προϊόντος των 4S υπήρξε ανοδική για ένα μεγάλο αριθμό ετών. Έτσι μία μαζική προσφορά αναπτύχθηκε με ταχείς ρυθμούς προκειμένου να την ικανοποιήσει. Όμως στη φάση της ωριμότητας ο ρυθμός ανάπτυξης σταματά. Ουσιαστικά βρισκόμαστε στο στάδιο ενός προϊόντος το οποίο απευθύνεται σε μεγάλα πληθυσμιακά στρώματα.

Για να διαμορφωθεί ένας νέος διαφορετικός τύπος ζητησης θα πρέπει να γίνουν επενδύσεις, εφόσον είναι γνωστή η υφισταμένη δομή μιας ζήτησης προερχόμενης από άτομα χαμηλού εισοδηματικού επιπέδου. Το μοντέλο μιας σταθερής τουριστικής ανάπτυξης δεν μπορεί να διατηρηθεί. Θα πρέπει να τονιστεί επίσης ότι στο τέλος του κύκλου ζωής του προϊόντος των 4S παρατηρείται μία τάση για άνοδο των τιμών. (Βαρβαρέσος, 2009).

1.5. ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΜΟΝΤΕΛΟΥ 4S

Γενικά οι τιμές τείνουν να αυξηθούν, ανάλογα με τον βαθμό ανοίγματος μιας χώρας σε ένα διεθνοποιημένο οικονομικό σύστημα και το στάδιο της οικονομικής της ανάπτυξης. Κόστος εργατικών χεριών, τουριστικοί πόροι και κόστος συντήρησης τους, κόστος γης και μαζικές εισαγωγές τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, συμβάλλουν σημαντικά στην αύξηση των τιμών (Βαρβαρέσος, 2009).

Σύμφωνα με τον Stafford (1995), η αύξηση της παραγωγικότητας των τουριστικών υπηρεσιών είναι εξαιρετικά δύσκολη, εξαιρουμένων κάποιων μεταφορικών

υπηρεσιών. Αυτή η παραγωγικότητα αυξανόμενη σε αργούς ρυθμούς, επικεντρωμένη σε μία αύξηση του κόστους του εργατικού δυναμικού αυξάνει τις τιμές του τουριστικού προϊόντος. Το μοντέλο των 4S του μαζικού τουρισμού δημιουργεί υψηλότερο κόστος αλλά και πολύ χαμηλή ποιότητα.

1.6. ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΣΕ ΚΡΙΣΗ

Το έτος 1991 με την μείωση κατά 11,2% του αριθμού των διεθνών τουριστών γίνεται αποδεκτή η έναρξη της κρίσης του ελληνικού τουρισμού. Η λέξη "κρίση" αρχίζει να διαχέεται από τα Μ.Μ.Ε και τους επαγγελματίες του τουριστικού τομέα. Ήδη την εποχή εγγραφής αυτής της εργασίας οι πληροφορίες για τον ελληνικό τουρισμό δείχνουν την δύσκολη κατάσταση του. Μέσα από μία σειρά αναλύσεων προκύπτει ότι η ελληνική τουριστική κρίση παρουσιάζει ταυτόχρονα έναν χαρακτήρα συγκυριακό και δομικό. Τελικά πέρα από μία γενικότερη κρίση του ελληνικού τουρισμού, η διαχρονική χειροτέρευση του υιοθετημένου μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης, ανταποκρίνεται σε μία κρίση του μοντέλου των 4S.

Στατιστικά το φαινόμενο της μαζικοποίησης, στην περίπτωση του ελληνικού τουριστικού μοντέλου θα μπορούσε να ερμηνευτεί ως μία αύξηση των αφίξεων. Φυσικά η αύξηση των αφίξεων των διεθνών τουριστικών ανάγεται σε μία σύνθετη διαδικασία εφόσον προϋποθέτει:

- Μία αύξηση του αριθμού των τουριστών
- Μία αντικατάσταση των τουριστών μεσαίων ή υψηλών εισοδηματικών κατηγοριών από τουρίστες χαμηλότερων κατηγοριών.

Έτσι καταγράφεται μία μείωση της κατανάλωσης του προϊόντος "ήλιος και θάλασσα", η οποία δεν επηρεάζει ουσιαστικά την διαμόρφωση ενός ιδίου και αμετάβλητου προϊόντος. Κατόπιν τούτου διαπιστώνεται ότι η κρίση μπορεί να είναι περισσότερο γενικευμένη και πολυδιάστατη.

1.7. ΔΟΜΙΚΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο ελληνικός τουρισμός εάν επιθυμεί να επιβιώσει μέσα στον διεθνή ανταγωνισμό και εάν επιζητεί να παραμείνει ένας αξιόλογος οικονομικός παράγοντας (εισοδήματα, απασχόληση) θα πρέπει να επιχειρήσει μία αναδιάρθρωση του προϊόντος στα πλαίσια διαμόρφωσης ενός νέου αναπτυξιακού μοντέλου. Οι διαρθρωτικοί παράγοντες που συνηγορούν σε αυτό είναι οι εξής :

- Η κρίση ήταν συνέπεια ενός ποσοτικού μοντέλου, όπου εμφανίστηκε με την υπέρ προσφορά τουριστικών καταλυμάτων. Με την αύξηση ξενοδοχειακών καταλυμάτων σε θαλάσσιες περιοχές όλοι περίμεναν την διατήρηση και μεγέθυνση της τουριστικής ζήτησης. Αυτό όμως δεν έγινε, παρά μόνο ξεκίνησε η μείωση της ποιότητας των καταλυμάτων. Έτσι η αύξηση των τιμών οδήγησε τους τουρίστες στην αναζήτηση άλλου τύπου καταλυμάτων, χαμηλότερης ποιότητας και προσφερόμενων υπηρεσιών.
- Το δεύτερο πρόβλημα του ελληνικού τουρισμού ορίζεται στην προσφορά ενός και μόνο προϊόντος (4 S), το οποίο είχε επιτρέψει στην χώρα να αυξήσει τις τουριστικές της εισπράξεις που απαιτούνται για την οικονομική της ανάπτυξη. Σήμερα το μοντέλο των 4 S φαίνεται να έχει φθάσει σε ένα επίπεδο κορεσμού.
- Η τρίτη μεγάλη διαρθρωτική αιτία της κρίσης του ελληνικού τουρισμού θα μπορούσε να είναι η διαρκής αλλοίωση των χωρικών ενοτήτων υποδοχής των τουριστών, που οφείλεται στην περιβαλλοντική, αισθητική και ηχητική ρύπανση, την υπερβολική συγκέντρωση των δομών της υποδοχής, την ελλειμματική ποιότητα των δημοσίων υπηρεσιών και των εγκαταστάσεων υγιεινής, των ανεπαρκών υποδομών κ.λ.π. Όλα τα παραπάνω υπογραμμίζουν "μια κακή τουριστική ανάπτυξη" και αποτελούν σημαντικό ανασταλτικό παράγοντα στην ανάπτυξη ποιοτικού τουρισμού.

Η τελευταία αξιόλογη αιτία που θα μπορούσε να ερμηνεύσει την δομική κρίση του ελληνικού τουρισμού, είναι η απουσία πολιτικής ευαισθησίας και ενδιαφεροντος για τον τουριστικό τομέα καθώς και απεργίες, όπως είδαμε και πολύ πρόσφατα σε αεροδρόμια, λιμάνια κ.λ.π. (Βαρβαρέσος, 2009).

1.8. ΜΟΝΤΕΛΟ 4 Ε

Το μοντέλο των 4 S βασίστηκε ουσιαστικά στον ορισμό του "homo-touristicus masse", τον οποίο χαρακτηρίζει μία συμπεριφορά αγέλης και ένας τύπος κατανάλωσης επικεντρωμένος στον μιμητισμό. Ο κλασσικός παράκτιος παραθεριστικός τουρισμός που όλοι ξέρουμε δεν ικανοποιεί πλέον τις νέες απαιτήσεις της τουριστικής πελατείας. Αυτό φαίνεται με την μείωση του αριθμού των τουριστών στις Μεσογειακές χώρες, καθώς και τις χαμηλές κρατήσεις των ξενοδοχειακών καταλυμάτων.

Για να αλλάξει αυτό προτείνεται:

- Η αναζήτηση ενός μακροχρόνιου μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης σε σχέση με ένα βραχυχρόνιο.
- Η ανάδειξη της ποιότητας έναντι της ποσότητας.
- Η διαφοροποίηση έναντι της ομογενοποίησης.

Σε αντιπαράθεση με το μοντέλο των 4S προτείνεται ένα νέο μοντέλο των 4Ε που εξαρτάται από τις ίδιες αναζητήσεις του τουρίστα και το τουριστικό προϊόν του τόπου υποδοχής. Αυτό επικεντρώνεται στις ακόλουθες τέσσερις μεταβλητές :

1. Environment and clean nature (Περιβάλλον και καθαρή φύση)
2. Educational tourism, culture and history (Εκπαιδευτικός τουρισμός, κουλτούρας και ιστορίας)
3. Event and mega event (Εκδηλώσεις)
4. Entertainment and fun (Διασκέδασης και χαράς)

Το υποθετικό αυτό μοντέλο αποτελεί πλέον μία κύρια στρατηγική για έναν μεγάλο αριθμό χωρών προκειμένου να έχουν επιρροή στον "νέο τουρισμό". Ο τουρισμός χαρακτηρίζεται βιομηχανία και συχνά βαριά βιομηχανία και ως εκ τούτου φαίνεται να απαιτεί έναν υψηλό βαθμό σχεδιασμού.

Προτεραιότητα πρέπει να δοθεί στην ποιότητα και όχι στην ποσότητα, ώστε να δώσει και έναν αέρα αλλαγής στον τουριστικό τομέα. Η ανάγκη μετατροπής του ελληνικού τουριστικού μοντέλου των 4 S σε εκείνο των 4 Ε είναι αναγκαιότητα.

Διαφαίνεται λοιπόν ότι η κρίση του ελληνικού τουρισμού προϋπήρχε της διεθνούς οικονομικής κρίσης και μπορεί να χαρακτηριστεί δομική. Η διεθνής οικονομική κρίση με την σειρά της θα επιβαρύνει ακόμα περισσότερο τα οικονομικά αποτελέσματα του ήδη υπάρχοντος τουριστικού μοντέλου.

Η Ελλάδα ως χώρα υποδοχής, πρέπει να εγκαταλείψει το μοντέλο του Ford στο οποίο στήριξε την τουριστική της ανάπτυξη και να διαμορφώσει ένα μοντέλο επικεντρωμένο στην ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών. Ως εκ τούτου οι αναζητήσεις αφορούν έναν τουρισμό που μπορεί να χαρακτηριστεί "μετά Ford" επικεντρωμένου ως επί το πλείστον στην ποιότητα των εξοπλισμών, του περιβάλλοντος και του εργατικού δυναμικού (Βαρβαρέσος, 2009).

1.9. ΕΓΧΩΡΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ενδιαφέροντα είναι τα στοιχεία δημοσίευσης στο Βήμα σχετικά με τον εγχώριο τουρισμό στην τρέχουσα περίοδο οικονομικής ύφεσης. Σε αρνητικό πρωταγωνιστή αναδεικνύεται ο εγχώριος τουρισμός για το 2011, σε μια περίοδο όπου οι εκτιμήσεις για αύξηση του εισερχόμενου τουριστικού ρεύματος στην Ελλάδα, θα πρέπει να θεωρούνται βέβαιες ,σύμφωνα με τους παράγοντες του τουριστικού κλάδου.

Με τη βιωσιμότητα πολλών ελληνικών ξενοδοχειακών μονάδων να κρέμεται κυριολεκτικά σε μια κλωστή, ο Έλληνας τουρίστας που θα μπορούσε να «σώσει» τον μικρομεσαίο Έλληνα ξενοδόχο, που δεν εξαρτάται από τους μεγάλους tour operators, το 2011 δεν θα ταξιδεύσει και άρα δεν θα δαπανήσει όπως έκανε στο παρελθόν.

Η μεγάλη ανασφάλεια των Ελλήνων για τα οικονομικά τους αποτυπώνεται στις εκτιμήσεις του πρόεδρου της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Ξενοδόχων Ανδρέα Ανδρεάδη, ο οποίος επισημαίνει ότι ο εγχώριος τουρισμός το 2011 θα σημειώσει πτώση 20% σε σχέση με το 2010.

Αν και δεν προβλέπεται αυτό το ποσοστό να επηρεάσει σημαντικά τα συνολικά τουριστικά μεγέθη που θα επιτύχει η Ελλάδα τη νέα τουριστική περίοδο, ωστόσο εύλογα γεννάται το ερώτημα τι μέλλει γεννέσθαι με τις επιχειρήσεις που εξαρτώνται αποκλειστικά από τον εγχώριο τουρισμό.

Για παράδειγμα, ο κλάδος των ενοικιαζόμενων δωματίων, που κατά πλειοψηφία κατευθύνεται ο Έλληνας τουρίστας διαθέτει 40.000 επιχειρήσεις, με δυναμικό 500.000 κλινών, που αντιστοιχούν στο 50% του τουριστικού δυναμικού της χώρας και προσφέρει πάνω από 100.000 θέσεις εργασίας.

Η κακή ημέρα είχε αρχίσει να φαίνεται από το 2010, όταν, με βάση τα στοιχεία της Eurostat, ο εσωτερικός τουρισμός από τις αρχές του 2010 ως τον Απρίλιο η μείωση στις διανυκτερεύσεις των Ελλήνων ήταν 5,3%, τη θερινή περίοδο εκτινάχθηκε στο 12,8% και το διάστημα Σεπτεμβρίου - Δεκεμβρίου περιορίστηκε οριακά, στο 11,3%.

Ο Έλληνας παρόλα αυτά ήταν ο τουρίστας που βοήθησε την τουριστική βιομηχανία το 2009 και αύξησε, έστω και οριακά, τις διανυκτερεύσεις στα καταλύματα των ξενοδοχείων και τα κάμπινγκ της χώρας.

Αυτό προκύπτει από έρευνα της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής (ΕΛΣΤΑΤ), σύμφωνα με την οποία, το 2009 στο σύνολο των καταλυμάτων ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ της χώρας παρουσιάστηκε αύξηση στις διανυκτερεύσεις κατά 0,6%, η οποία οφείλεται στους ημεδαπούς (αύξηση 9,6%), καθώς οι αλλοδαποί τουρίστες εμφάνισαν μείωση κατά 2,7%.

Με την διαφαινόμενη αρνητική εξέλιξη στο μέτωπο του εσωτερικού τουρισμού τα προγράμματα του κοινωνικού τουρισμού του Οργανισμού Εργατικής Εστίας και του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού εκτιμάται ότι θα κρίνουν τις επιδόσεις του ελληνικού τουρισμού τη φετινή χρονιά αλλά και τα έσοδα των τουριστικών επιχειρήσεων.

Συγκεκριμένα, με το πρόγραμμα κοινωνικού τουρισμού το 2011 θα απευθύνεται πανελλαδικά σε μεγαλύτερο αριθμό δικαιούχων σε σχέση με πέρυσι, καλύπτοντας 570.000 άτομα με τη δαπάνη να προϋπολογίζεται σε 62.700.000 ευρώ.

Την ίδια στιγμή ανακοινώθηκε και το εαρινό εκδρομικό πρόγραμμα συνολικής διάρκειας 15 εβδομάδων θα πραγματοποιηθεί από τον Οργανισμό Εργατικής Εστίας το χρονικό διάστημα από 1/04/2011 -12/06/2011, για δικαιούχους παροχών νομού Αττικής.

Πρόκειται για ένα ευέλικτο πρόγραμμα που περιλαμβάνει 3 αυτόνομες δράσεις, διάρκειας 5 εβδομάδων η κάθε μία, εμπλουτισμένο με περισσότερους προορισμούς σε σχέση με πέρυσι, για μεγαλύτερο αριθμό δικαιούχων, απευθύνεται σε 4.290 άτομα, έναντι 3.900 πέρυσι, με διαφορετικά χαρακτηριστικά υλοποίησης από αντίστοιχα προηγούμενων ετών.

Η δαπάνη του προϋπολογίζεται σε 500.000 ευρώ, έναντι 245.000 ευρώ το 2010.
(Το Βήμα, 2011)

1.10. ΒΑΣΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.10.1. Συμμετοχή στο ΑΕΠ

Πίνακας 1. : **Συμμετοχή στο ΑΕΠ**

Έτος	**% Συμμετοχή Τουριστικής Οικονομίας στο ΑΕΠ[1]***	**Τουριστικές Εισπράξεις (εκατ. €)**
2000	16,40%	10.061,2
2001	16,90%	10.579,9
2002	16,50%	10.284,7

[1] Τα στοιχεία υπόκεινται σε συνεχείς επικαιροποιήσεις από το WTTC.

2003	15,90%	9.495,3
2004	16,40%	10.347,8
2005	17,30%	10.729,5
2006	17,50%	11.356,7
2007	17,30%	11.319,2
2008	16,50%	11.635,9
2009	15,20%	10.400,3
2010	15,30%	9.611,3

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων της Τράπεζας της Ελλάδος και του World Travel & Tourism Council, Μάρτιος 2011

Στον παραπάνω πίνακα βλέπουμε τη συμμετοχή του τουρισμού της χώρας στο Α.Ε.Π. Παρατηρούμε ότι το 2006 είχε το υψηλότερο ποσοστό συμμετοχής 17,50% ενώ το 2008 ήταν η χρονιά όπου οι εισπράξεις παρουσίασαν την υψηλότερη τιμή 11.635.900€. Τέλος γίνεται αντιληπτό ότι από το 2006 έως το 2010 η συμμετοχή του τουρισμού στο Α.Ε.Π είναι σε συνεχή πτώση. Μάλιστα τη διετία 2009-2010 σημειώνεται η ελάχιστη συμμετοχή του τουρισμού στο Α.Ε.Π με ποσοστά 15,2% και 15,3% αντίστοιχα.

1.10.2. Τουρισμός & Απασχόληση

Πίνακας 2.: **Δεδομένα Απασχόλησης**

Έτος	**΄Αμεση[2] Απασχόληση (000)***	**Συνολική (Άμεση+Έμμεση[3]) Απασχόληση (000)***
2000	344,3	777,6
2001	338,6	785,4

[2] Η Άμεση απασχόληση ορίζεται ως η απασχόληση σε αμιγώς τουριστικές επιχειρήσεις.

[3] Η Έμμεση απασχόληση ορίζεται ως η απασχόληση που δημιουργείται για την παραγωγή ενδιάμεσων / υποστηρικτικών της τουριστικής κατανάλωσης προϊόντων /υπηρεσιών από επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην ευρύτερη τουριστική οικονομία.

2002	338,6	783,7
2003	329,4	769,2
2004	329,1	783,4
2005	357,6	837,7
2006	367,5	866,6
2007	366,2	867,6
2008	351,3	817,1
2009	318	741,5
2010	322	746,2

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων του World Travel & Tourism Council, Μάρτιος 2011

Όπως παρατηρούμε από τον παραπάνω πίνακα η απασχόληση στον τουρισμό το 2009 σημείωσε την χαμηλότερη τιμή της , όσον αφορά την άμεση (απασχόληση) συμπαρασέρνοντας και την συνολική. Το 2010 παρόλο που οι τιμές βελτιώθηκαν σε σχέση με το 2009 δεν έπαψαν να είναι από τις πιο χαμηλές της 10ετιας.

1.10.3. Τουριστικές Αφίξεις

Πίνακας 3.: **Διεθνής αφίξεις 2000-2009**

Διεθνείς αφίξεις 2000-2009 (με και χωρίς οικονομικούς μετανάστες[4])					
Έτος	**Αφίξεις χωρίς οικονομικούς μετανάστες[5]**	**Μεταβολή**	**Αφίξεις με οικονομικούς μετανάστες**	**Μεταβολή**	**Κρουαζιέρες**
2000	12.378.282		13.095.545		471.908
2001	13.019.202	5,18%	14.057.331	7,34%	621.357

[4] Ο όρος "οικονομικοί μετανάστες" αναφέρεται σε Αλβανούς και Βούλγαρους οικονομικούς μετανάστες.
The term "economic immigrants" refers to economic immigrants from Albania and Bulgaria.

[5] Για τα έτη 2000 και 2001 έχουν αφαιρεθεί μόνο οι Αλβανοί οικονομικοί μετανάστες.
For the years 2000 and 2001 only Albanian economic immigrants have been taken into account.

2002	12.556.494	-3,55%	14.179.999	0,87%	738.178
2003	12.468.411	-0,70%	13.969.393	-1,49%	815.167
2004	11.735.556	-5,88%	13.312.629	-4,70%	954.791
2005	12.902.048	9,94%	14.765.463	10,91%	1.172.668
2006	13.993.371	8,46%	16.039.216	8,63%	1.244.694

Έτος	**Αφίξεις**[6]	**Μεταβολή**
2007	16.165.265	
2008	15.938.806	-1,40%
2009	14.914.534	-6,43%
2010	15.007.490	0,62%

Σημείωση[7]**.**

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από Ελληνική Στατιστική Αρχή, Τράπεζα της Ελλάδος και National Statistical Institute of Bulgaria για τον αριθμό των Βούλγαρων εργαζόμενων στη χώρα μας την περίοδο 2002-2006

Στον πίνακα παραπάνω παρατηρούμε ότι οι αφίξεις αλλοδαπών στην χώρα σημείωσαν την υψηλότερη τιμή της 10ετίας ξεπερνώντας τα 16 εκατομμύρια. Την επόμενη όμως 2ετια σημειώθηκε μείωση στον αριθμό των αφίξεων 1,4% μεταξύ 2008-2007 και 6,43% μεταξύ 2009-2008.

[6] Για τα έτη 2007-2009 τα στοιχεία προέρχονται από την Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος.

For the years 2007-2009 data comes from the "Border Survey" of the Bank of Greece.

[7] *Τα στοιχεία των ετών 2007, 2008 και 2009 προέρχονται από την Έρευνα Συνόρων της ΤτΕ και γι'αυτό παρατηρείται ασυνέχεια με τα στοιχεία της ΕΣΥΕ των προηγούμενων ετών. Βάσει της μεθοδολογίας της έρευνας της ΕΣΥΕ, λαμβάνονται υπόψη οι διελεύσεις των συνόρων όλων ανεξαρτήτως των αλλοδαπών, ενώ βάσει της Έρευνας Συνόρων λαμβάνεται υπόψη η διέλευση μόνο των μη-κατοίκων, δηλαδή των ατόμων που δεν έχουν μόνιμο τόπο διαμονής την Ελλάδα. Το φαινόμενο αυτό παρατηρείται κυρίως στα άτομα προερχόμενα από Αλβανία και Βουλγαρία, λόγω του μεγάλου αριθμού μεταναστών που βρίσκονται στη Χώρα μας. Ο ΣΕΤΕ είχε επισημάνει εδώ και καιρό τα προβλήματα της μεθοδολογίας που ακολουθούσε η ΕΣΥΕ και γι'αυτό ανακοίνωνε στοιχεία διεθνών αφίξεων αφαιρώντας τους Αλβανούς και τους Βούλγαρους οικονομικούς μετανάστες, κάτι που δεν είναι πλέον αναγκαίο με τα πιο ακριβή στοιχεία της Έρευνας Συνόρων.*

1.10.3.1. Διεθνείς αφίξεις στα κυριότερα αεροδρόμια.

Πίνακας 4.: **Αφίξεις στα κυριότερα αεροδρόμια 2008.**

2008	Αθήνα	Θεσ/κη	Ρόδος	Ηράκλειο	**Σύνολο**
Ιανουάριος:	199.266	67.606	117	1.617	**268.606**
Φεβρουάριος	147.781	52.553	142	1.050	**201.526**
Μάρτιος	221.112	53.152	2.216	4.740	**281.220**
Απρίλιος	233.597	84.175	33.652	89.169	**440.593**
Μάιος	356.079	131.704	166.769	279.284	**933.836**
Ιούνιος	364.121	158.777	243.740	365.536	**1.132.174**
Ιούλιος	414.122	191.622	284.106	439.347	**1.329.197**
Αύγουστος	452.166	185.800	300.818	456.163	**1.394.947**
Σεπτέμβριος	388.600	143.202	226.625	351.846	**1.110.273**
Οκτώβριος	299.216	81.282	92.664	160.202	**633.364**
Νοέμβριος	174.488	48.550	434	4.985	**228.457**
Δεκέμβριος	134.410	63.690	936	1.594	**200.630**
Σύνολο	**3.384.958**	**1.262.113**	**1.352.219**	**2.155.533**	

Πηγή: Σ.Ε.Τ.Ε

Στον πίνακα παραπάνω βλέπουμε τις αφίξεις στα 4 κύρια αεροδρόμια της χώρας. Τα 4 αυτά αεροδρόμια δέχτηκαν περίπου το 70% των συνολικών αφίξεων (**11.544.445**).

Πίνακας 4.: **Αφίξεις στα κυριότερα αεροδρόμια 2009.**

2009	Αθήνα	Θεσ/κη	Ρόδος	Ηράκλειο	**Σύνολο**
Ιανουάριος	170.130	56.707	643	1.760	**229.240**
Φεβρουάριος	125.840	41.077	754	848	**168.519**
Μάρτιος	173.334	57.182	758	2.731	**234.005**
Απρίλιος	254.191	95.689	42.193	88.100	**480.173**
Μάιος	293.524	112.418	160.274	249.763	**815.979**
Ιούνιος	359.975	143.626	219.801	312.811	**1.036.213**
Ιούλιος	444.541	174.277	275.935	404.903	**1.299.656**
Αύγουστος	419.813	172.700	289.482	423.124	**1.305.119**
Σεπτέμβριος	363.317	126.799	224.266	312.292	**1.026.674**
Οκτώβριος	254.002	91.310	97.820	149.739	**592.871**
Νοέμβριος	152.791	51.229	1.902	4.856	**210.778**
Δεκέμβριος	129.353	64.219	1.651	1.147	**196.370**
Σύνολο	**3.140.811**	**1.187.233**	**1.315.479**	**1.952.074**	

Πηγή :Σ.Ε.Τ.Ε

Στον πίνακα για το έτος 2009 τα 4 κύρια αεροδρόμια δέχτηκαν περίπου το 70% και πάλι του συνόλου των αφίξεων της χώρας (**10.687.710**)

Πίνακας 5.: **Αφίξεις στα κυριότερα αεροδρόμια 2010.**

2010	Αθήνα	θεσ/κη	Ρόδος	Ηράκλειο	**Σύνολο**
Ιανουάριος	159.382	58.387	1.563	1.704	**221.036**
Φεβρουάριος	120.687	46.018	1.382	904	**168.991**
Μάρτιος	175.075	69.745	4.466	8.850	**258.136**
Απρίλιος	235.026	78.394	29.421	63.007	**405.848**
Μάιος	286.263	108.137	177.063	245.987	**817.450**
Ιούνιος	328.410	120.873	231.263	305.571	**986.117**
Ιούλιος	406.531	169.847	308.532	412.517	**1.297.427**
Αύγουστος	412.338	164.259	316.347	425.197	**1.318.141**
Σεπτέμβριος	334.065	123.677	250.038	324.946	**1.032.726**
Οκτώβριος	270.903	89.615	97.272	142.092	**599.882**
Νοέμβριος	150.174	53.878	3.861	2.133	**210.046**
Δεκέμβριος	117.719	63.399	3.705	1.643	**186.466**
Σύνολο	**2.996.573**	**1.146.229**	**1.424.913**	**1.934.551**	

Πηγή :Σ.Ε.Τ.Ε

Στον πίνακα με τις αφίξεις των 4 κυρίων αεροδρομιών για το 2010 το σύνολο των αφίξεων ισοδυναμεί και πάλι με το 70% των συνολικών αφίξεων της χώρας (**10.633.559**)

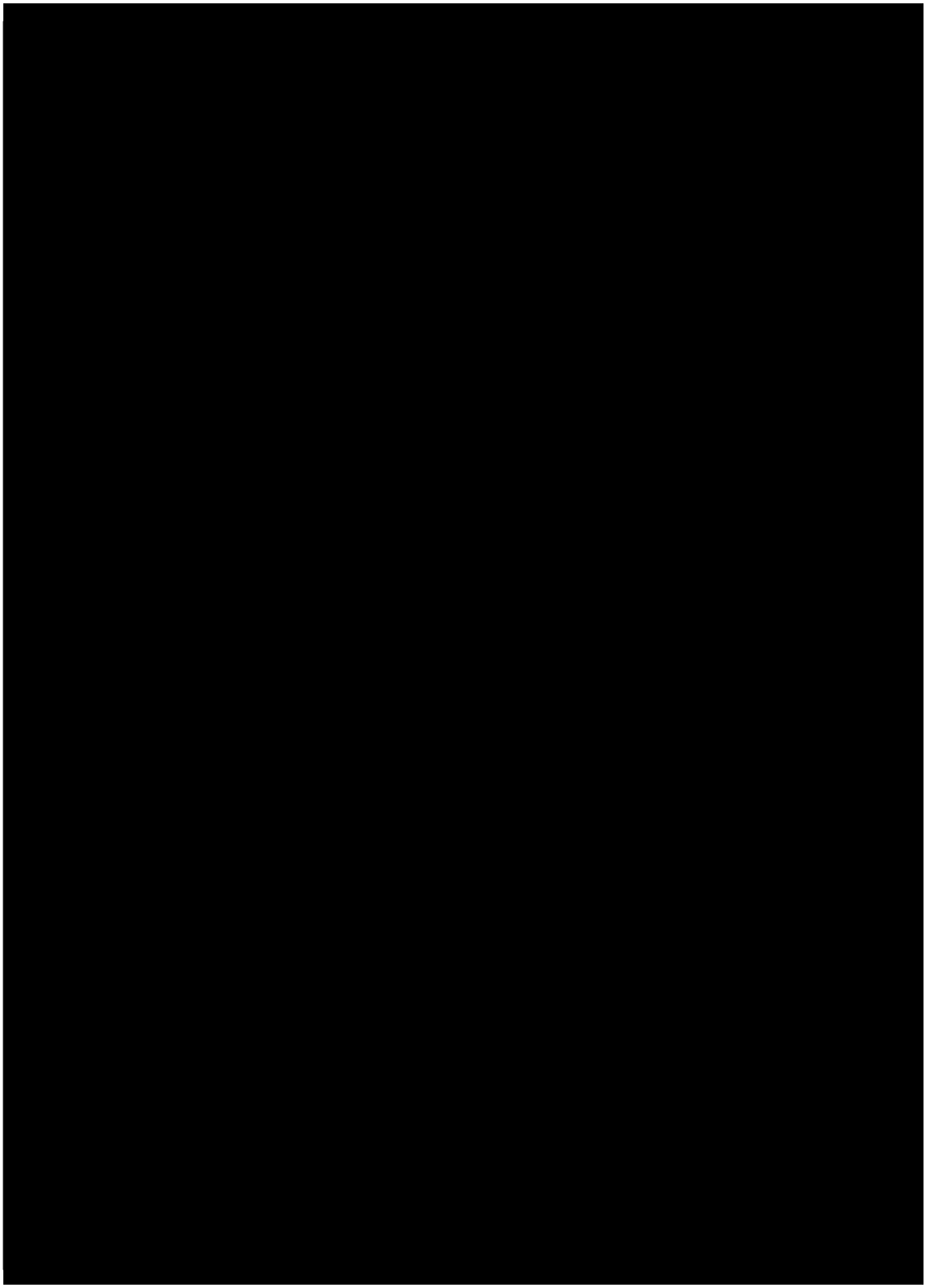
Έτος	**Σύνολο**	**Μεταβολή**	**2010/2008**
2008	1.544.445,00		
2009	10.687.710,00	-7,42%	
2010	10.633.559,00	-0,51%	-7,89%

Πηγή :Σ.Ε.Τ.Ε

Στον πίνακα παραπάνω βλέπουμε τις συνολικές αφίξεις τουριστών της χώρας την 3 ετια 2008-2010. Στις μεταβολές βλέπουμε σημειώνεται μείωση της τάξης του 7,9% στις αφίξεις του 2010 σε σχέση με το 2008.

1.10.3.2. Αφίξεις κατά χώρα προέλευσης

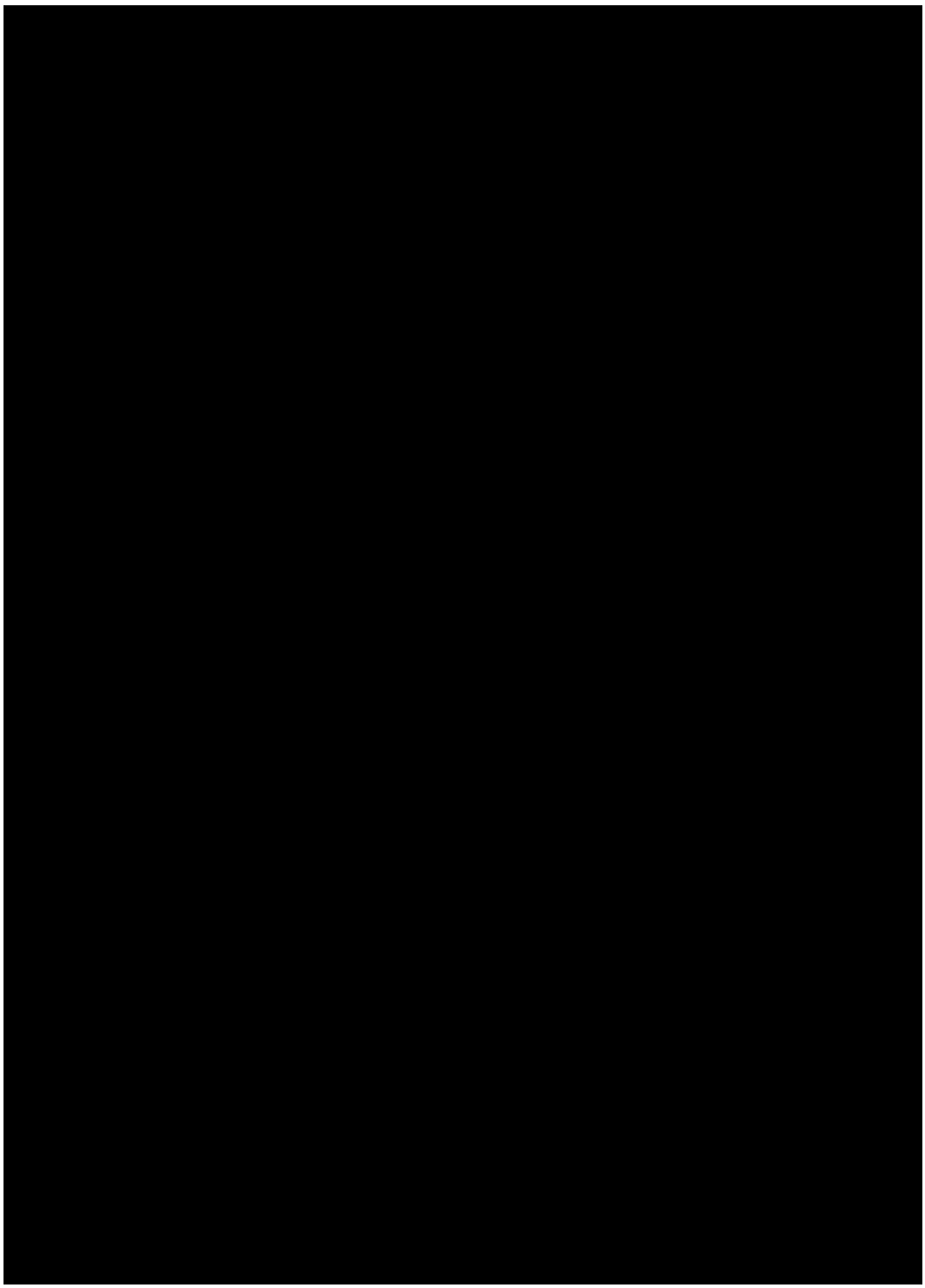
Πίνακας 6.: **Αφίξεις κατά χώρα προέλευσης 2007-2008**



Πηγή : Έρευνα συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος μέσω σιδηροδρομικών συνοριακών σταθμών.

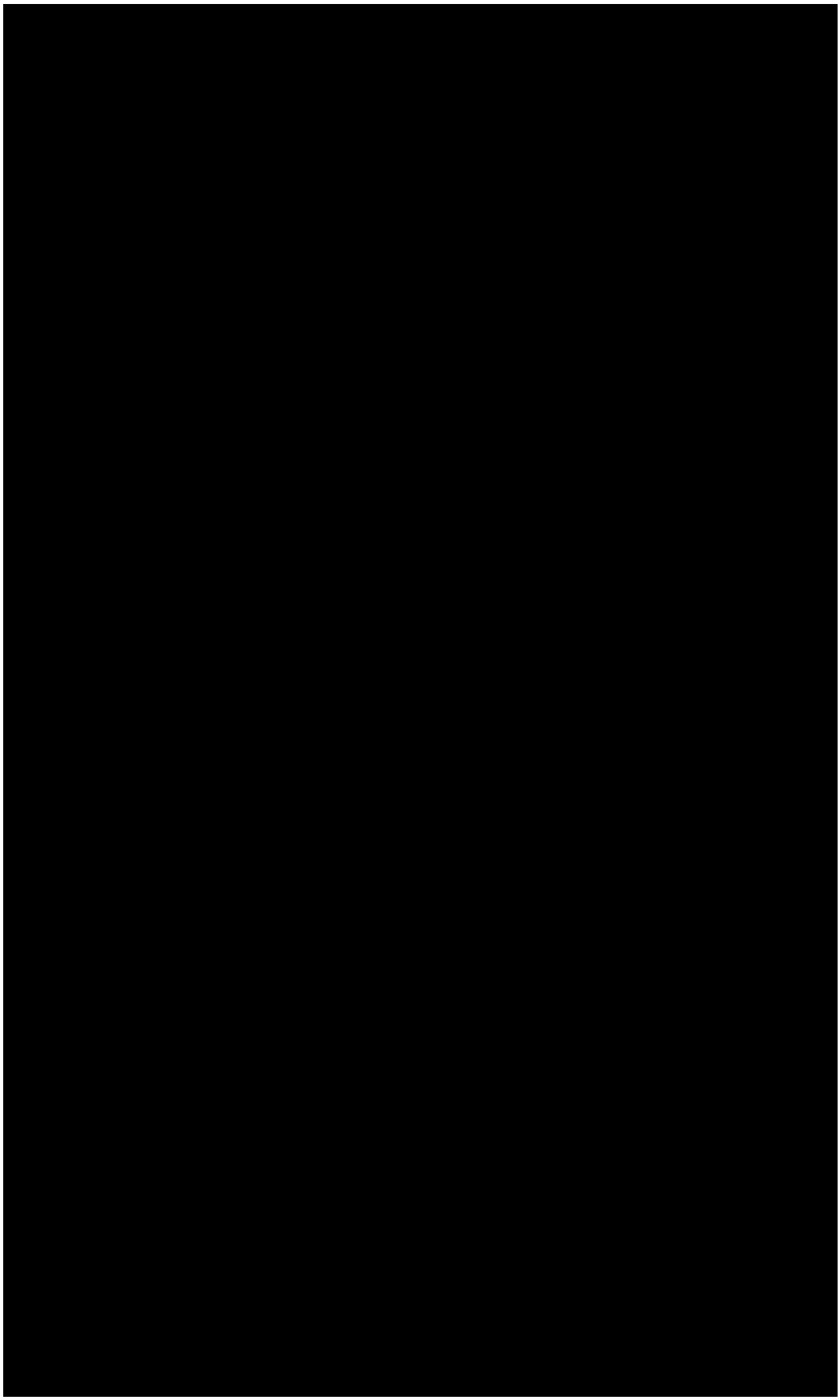
Όπως παρατηρούμε για την 2 ετια 2007-2008 οι 3 κύριες βασικές αγορές για τον Ελληνικό Τουρισμό ήταν κατά σειρά η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η γειτονική Ιταλία. Στον πίνακα απεικονίζεται η μείωση των αφίξεων και βλέπουμε ότι από τις 3 κύριες αυτές αγορές την μεγαλύτερη μείωση παρουσίασε η αγορά της Ιταλίας με ποσοστό 12.1%. Στο σύνολο το 2008 έκλεισε με μείωση 1,4% σε σχέση με το 2007.

Πίνακας 7.: **Αφίξεις κατά χώρα προέλευσης 2008-2009**



Και για τη 2ετια 2008-2009 οι 3 κύριες αγορές Τουρισμού είναι η Γερμανία , Ηνωμένο Βασίλειο και Ιταλία. Η Ιταλία παρουσιάζει και πάλι την μεγαλύτερη πτώση αυτή τη φορά με 15%. Στο σύνολο το 2009 έκλεισε παρουσιάζοντας πτώση κατά 6,4% σε σχέση με το 2008.

Πίνακας 8.: **Αφίξεις κατά χώρα προέλευσης 2009-2010**



Στην 2ετια 2009-2010 οι 2 πρώτες αγορές παρουσίασαν μεγάλη πτώση. Η Γερμανία παρουσίασε μείωση κατά 13,2% ενώ το Ηνωμένο Βασίλειο άγγιξε το -16%. Στο σύνολο το 2010 έκλεισε παρουσιάζοντας αύξηση σε σχέση με το 2009 της τάξης του 1,5%.

1.10.4. Κατάταξη του Ελληνικού Τουρισμού βάσει των Διεθνών αφίξεων 2000-2009

Πίνακας 9.: **Κατάταξη Ελλάδας βάσει Διεθνών Αφίξεων Ελληνικού Τουρισμού 2000-2009**

Έτος	Διεθνείς αφίξεις[8] (εκατ.)\	Σειρά κατάταξης - Κόσμος	Σειρά κατάταξης - Ευρώπη
2000	**12,4**	**12η**	**8η**
2001	**13**	**12η**	**8η**
2002	**12,6**	**15η**	**10η**
2003	**12,5**	**14η**	**9η**
2004	**11,7**	**18η**	**12η**
2005	**12,9**	**17η**	**11η**
2006	**14**	**17η**	**11η**
2007	**16,2**	**16η**	**10η**
2008	**15,9**	**16η**	**10η**
2009	**14,9**	**16η**	**10η**

Πηγή :Σ.Ε.Τ.Ε

Στον πίνακα παραπάνω βλέπουμε που κυμαίνεται η θέση του Ελληνικού Τουρισμού βάσει των διεθνών αφίξεων την 10ετια 2000-2009. Παρατηρούμε δηλαδή την πτώση

[8]Για τα έτη 2000-2006 λαμβάνεται υπόψη η διέλευση όλων των αλλοδαπών εξαιρώντας τους Αλβανούς υπηκόους και τους Βούλγαρους οικονομικούς μετανάστες, ενώ για τα έτη 2007-2009 λαμβάνεται υπόψη η διέλευση μόνο των μη κατοίκων σύμφωνα με την Έρευνα Συνόρων της ΤτΕ.

της χώρας μας στις κατατάξεις μέσα σε αυτή την 10ετια κατά 4 θέσεις στην παγκόσμια κατάταξη και 2 στην ευρωπαϊκή κατάταξη.

1.10.5. Μερίδιο Αγοράς του Ελληνικού Τουρισμού 2000-2009

Πίνακας 10.: **Μερίδιο Ελληνικού Τουρισμού 2009-2010**

Έτος	**Αφίξεις Ελλάδα**	**Αφίξεις Ευρώπη**	**Αφίξεις Κόσμος**	**Μερίδιο Ελλάδας στην Ευρώπη**	**Μερίδιο Ελλάδας στον Κόσμο**
2000	12.378.282	392.400.000	683.000.000	3,15%	1,81%
2001	13.019.202	388.000.000	684.100.000	3,36%	1,90%
2002	12.556.494	397.000.000	702.600.000	3,16%	1,79%
2003	12.468.411	399.000.000	691.000.000	3,12%	1,80%
2004	11.735.556	424.400.000	764.000.000	2,77%	1,54%
2005	12.902.048	431.600.000	805.000.000	2,99%	1,60%
2006	13.993.371	460.800.000	846.000.000	3,04%	1,65%
2007[9]	16.165.265	485.400.000	900.000.000	3,33%	1,80%
2008	15.938.806	487.345.000	918.766.000	3,27%	1,73%
2009	14.914.534	460.042.000	879.701.000	3,24%	1,70%

Πηγή :Σ.Ε.Τ.Ε

[9] Σημείωση: Τα στοιχεία των ετών 2007, 2008 και 2009 προέρχονται από την Έρευνα Συνόρων της ΤτΕ και γι'αυτό παρατηρείται ασυνέχεια με τα στοιχεία της ΕΣΥΕ των προηγούμενων ετών. Βάσει της μεθοδολογίας της έρευνας της ΕΣΥΕ, λαμβάνονται υπόψη οι διελεύσεις των συνόρων όλων ανεξαρτήτως των αλλοδαπών, ενώ βάσει της Έρευνας Συνόρων λαμβάνεται υπόψη η διέλευση μόνο των μη-κατοίκων, δηλαδή των ατόμων που δεν έχουν μόνιμο τόπο διαμονής την Ελλάδα. Το φαινόμενο αυτό παρατηρείται κυρίως στα άτομα προερχόμενα από Αλβανία και Βουλγαρία, λόγω του μεγάλου αριθμού μεταναστών που βρίσκονται στη Χώρα μας. Ο ΣΕΤΕ είχε επισημάνει εδώ και καιρό τα προβλήματα της μεθοδολογίας που ακολουθούσε η ΕΣΥΕ και γι'αυτό ανακοίνωνε στοιχεία διεθνών
αφίξεων αφαιρώντας τους Αλβανούς και τους Βούλγαρους οικονομικούς μετανάστες, κάτι που δεν είναι πλέον αναγκαίο με τα πιο ακριβή στοιχεία της Έρευνας Συνόρων.

Στον παραπάνω πίνακα παρατηρούμαι ότι το 2001 ήταν η χρονιά με το υψηλότερο μερίδιο στην Παγκόσμια αγορά (άρα και στην Ευρωπαϊκή). Αντίθετα το 2004 ήταν η χρονιά με το χαμηλότερο μερίδιο στην Παγκόσμια και Ευρωπαϊκή αγορά.

1.10.6. Εποχικότητα Διεθνών Τουριστικών Αφίξεων 2000-2009

Πίνακας 11.: **Εποχικότητα Διεθνών Αφίξεων 2000-2009**

Έτος	**Ιανουάριος - Μάρτιος**	**Απρίλιος - Ιούνιος**	**Ιούλιος - Σεπτέμβριος**	**Οκτώβριος - Δεκέμβριος**
2000	5,56%	30,63%	51,19%	12,62%
2001	5,63%	30,91%	51,31%	12,15%
2002	6,97%	30,08%	50,32%	12,63%
2003	6,31%	30,70%	50,57%	12,43%
2004	7,64%	31,89%	49,08%	11,39%
2005	8,21%	30,32%	49,48%	12,00%
2006	7,23%	31,11%	49,33%	12,33%
2007[10]	7,02%	25,50%	52,24%	15,24%
2008	7,79%	26,62%	51,05%	14,54%
2009	6,94%	26,05%	52,20%	14,81%

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από Ελληνική Στατιστική Αρχή, Τράπεζα της Ελλάδος και National Statistical Institute of Bulgaria

Ο παραπάνω πίνακας μας δίνει την εποχικότητα των αφίξεων της χώρας ανά 3 μήνα. Παρατηρούμε ότι το 3 μηνο Ιούλιος-Αύγουστος-Σεπτέμβρης είναι η περίοδος όπου η χώρα μας δέχεται το 50% των συνολικών αφίξεων διαχρονικά μέσα στην 10ετια 2000-2009.

[10] Σημείωση: Η Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδος από το έτος 2008 (περιλαμβάνοντας και τα στοιχεία του έτους 2007 για συγκριτική αναφορά), ανακοινώνει στοιχεία σχετικά με τις αφίξεις μη κατοίκων από το εξωτερικό με βάση τη δειγματοληπτική Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος που πραγματοποιείται στους συνοριακούς σταθμούς της Χώρας.

1.10.7. Μερίδια Αγοράς Των 5 Κυριότερων Αγορών Προέλευσης στο Σύνολο των Διεθνών Τουριστικών Αφίξεων, 2000-2009

Πίνακας 12.: **Μερίδια Αγοράς Των 5 Κυριότερων Αγορών Προέλευσης 2000-2009**

Έτος	**Γερμανία**		**Μ.Βρετανία**		**Γαλλία**	
	Αφίξεις	**Μερίδιο**	**Αφίξεις**	**Μερίδιο**	**Αφίξεις**	**Μερίδιο**
2000	2.395.185	19,35%	2.772.256	22,40%	602.353	4,87%
2001	2.345.440	18,02%	2.932.342	22,52%	726.816	5,58%
2002	2.510.849	20,00%	2.858.360	22,76%	735.568	5,86%
2003	2.267.063	18,18%	3.008.382	24,13%	714.821	5,73%
2004	2.189.222	18,65%	2.869.737	24,45%	621.407	5,30%
2005	2.241.942	17,38%	2.718.721	21,07%	676.658	5,24%
2006	2.267.961	16,21%	2.615.836	18,69%	712.131	5,09%
2007	2.711.662	16,77%	2.508.651	15,52%	991.117	6,13%
2008	2.469.151	15,49%	2.278.014	14	910.021	5,71%
2009	2.364.486	15,85%	2.112.149	14,16%	962.435	6,45%
Μεταβολές 2000-2009		-3,50%		-8,23%		1,59%

Έτος	**Ιταλία**		**Ολλανδία**	
	Αφίξεις	**Μερίδιο**	**Αφίξεις**	**Μερίδιο**
2000	823.245	6,65%	655.285	5,29%
2001	889.925	6,84%	715.926	5,50%
2002	805.008	6,41%	721.413	5,75%
2003	865.730	6,94%	635.882	5,10%
2004	898.208	7,65%	611.990	5,21%
2005	1.128.506	8,75%	666.287	5,16%
2006	1.187.598	8,49%	782.154	5,59%
2007	1.251.779	7,74%	737.771	4,56%

2008	1.099.983	6	756.940	4,75%
2009	935.011	6,27%	651.440	4,37%
Μεταβολές 2000-2009		-0,38%		-0,93%

Έτος	**Αφίξεις 5 αγορών**	**Σύνολο Αφίξεων**	**Μερίδιο 5 αγορών**
2000[11]	7.248.324	12.378.282	58,56%
2001	7.610.449	13.019.202	58,46%
2002	7.631.198	12.556.494	60,77%
2003	7.491.878	12.468.411	60,09%
2004	7.190.564	11.735.556	61,27%
2005	7.432.114	12.902.048	57,60%
2006	7.565.680	13.993.371	54,07%
2007	8.200.980	16.165.265	50,73%
2008	7.514.109	15.938.806	47,14%
2009	7.025.521	14.914.534	47,11%
Μεταβολές 2000-2009	-222.803	2.536.252	-11,45%

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από Ελληνική Στατιστική Αρχή και Τράπεζα της Ελλάδος

Οι παραπάνω πίνακες μας δείχνουν την μείωση των αφίξεων των 5 βασικών τουριστικών αγορών της χώρας. Μέσα στη 10ετια 2000-2009 το μερίδιο των 5

[11] Σημείωση: Για τα έτη 2000 έως 2006 τα στοιχεία τουριστών από τη Γερμανία, Μ.Βρετανία, Ιταλία, Γαλλία και Ολλανδία προέρχονται από την ΕΣΥΕ και για τα έτη 2007, 2008 και 2009 προέρχονται από την Έρευνα Συνόρων της ΤτΕ. Το σύνολο των αφίξεων για τα έτη 2000-2006 προκύπτει από τον υπολογισμό του ΣΕΤΕ μετά την αφαίρεση Αλβανών και Βουλγάρων οικονομικών μεταναστών ενώ για τα έτη 2007-2009 προέρχονται από την Έρευνα Συνόρων της ΤτΕ.

βασικών αγορών, δηλαδή της Γερμανίας, Ηνωμένου Βασιλείου, Γαλλίας, Ολλανδίας , Ιταλίας έχει πτώση της τάξης του 11,5% περίπου.

1.10.8. Τουριστικές Εισπράξεις

Πίνακας 13.: **Συνολικές εισπράξεις 11 ετίας 2000-2010.**

Τουριστικές Εισπράξεις 2000-2010		
Έτος	**εκατ. €**	**Μεταβολές**
2000	10.061,20	-
2001	10.579,90	5,16%
2002	10.284,70	-2,79%
2003	9.495,30	-7,68%
2004	10.347,80	8,98%
2005	10.729,50	3,69%
2006	11.356,70	5,85%
2007	11.319,20	-0,33%
2008	11.635,90	2,80%
2009	10.400,20	-10,62%
2010	9.611,30	-7,59%

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων της Τράπεζας της Ελλάδος

Ο παραπάνω πίνακας μας φανερώνει την κατάσταση στις τουριστικές εισπράξεις της χώρας. Παρατηρούμε ότι το 2008 ήταν η χρονιά με τις περισσότερες εισπράξεις. Αντίθετα το 2003 ήταν η χρονιά με τις λιγότερες. Η 2ετια 2009-2010 ήταν πολύ αρνητική όσον αφορά τις εισπράξεις αφού το 2009 αυτές ήταν 10,62% λιγότερες από το 2008 ενώ το 2010 ήταν λιγότερες κατά 7,6% σε σχέση με το 2009.

Πίνακας 14.: **Εισπράξεις ανά μήνα 2 ετίας 2008-2009**

Ταξιδιωτικές Εισπράξεις (εκατ. €)[12]	**2009**	**2008**	**Μεταβολές**
Ιανουάριος	152,4	185,7	-17,93%
Φεβρουάριος	137,7	170	-19,00%
Μάρτιος	196,2	230,5	-14,88%
Απρίλιος	387,6	408,3	-5,06%
Μάιος	886,8	1.087,1	-18,42%
Ιούνιος	1.398,0	1.547,5	-9,66%
Ιούλιος	2.081,5	2.302,4	-9,59%
Αύγουστος	2.362,6	2.764,5	-14,54%
Σεπτέμβριος	1.606,0	1.638,2	-1,96%
Οκτώβριος	785,5	842,5	-6,76%
Νοέμβριος	219,9	252,2	-12,82%
Δεκέμβριος	185,9	207	-10,20%
Ιανουάριος-Δεκέμβριος	10.400,3	11.635,9	-10,62%

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων της Τράπεζας της Ελλάδος, 18.02.2011

Στον πίνακα παραπάνω βλέπουμε την διαφορά στις τουριστικές εισπράξεις μεταξύ 2008 και 2009 ανά μήνα. Ενδεικτικό είναι ότι το μήνα Αύγουστο το 2009 είχαμε 14,5% χαμηλότερες εισπράξεις σε σχέση με το 2008.

Πίνακας 15.: **Εισπράξεις ανά μήνα 2 ετίας 2009-2010**

Ταξιδιωτικές Εισπράξεις (εκατ. €)[13]	**2010**	**2009**	**Μεταβολές**
Ιανουάριος	147,6	152,4	-3,15%
Φεβρουάριος	147,1	137,7	6,83%
Μάρτιος	181,9	196,2	-7,29%
Απρίλιος	327,8	387,6	-15,44%
Μάιος	817,6	886,8	-7,81%

[12] Προσωρινά στοιχεία

[13] Προσωρινά στοιχεία

Ιούνιος	1.229,4	1.398,0	-12,06%
Ιούλιος	1.929,5	2.081,5	-7,30%
Αύγουστος	2.232,9	2.362,6	-5,49%
Σεπτέμβριος	1.489,1	1.606,0	-7,28%
Οκτώβριος	746,9	785,5	-4,92%
Νοέμβριος	216,3	219,9	-1,62%
Δεκέμβριος	148,3	185,9	-20,24%
Ιανουάριος - Δεκέμβριος	**9.614,4**	**10.400,3**	**-7,56%**

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων της Τράπεζας της Ελλάδος, 18.02.2011

Στον παραπάνω πίνακα βλέπουμε τις Τουριστικές εισπράξεις της 2ετιας 2009-2010. Στο σύνολο τους οι εισπράξεις του 2010 είναι λιγότερες κατά 7,5% περίπου σε σχέση με το 2009.

1.10.9. Ποσοστιαία Κατανομή Τουριστικών Εισπράξεων.

Πίνακας 16.: **Κατανομή Τουριστικών Εισπράξεων**.

Μήνα	**2009**	**2008**	**2007**	**2006**	**2005**
Ιανουάριος	1,47%	1,60%	1,32%	1,34%	1,79%
Φεβρουάριος	1,33%	1,46%	1,38%	1,37%	1,66%
Μάρτιος	1,89%	1,98%	2,11%	1,87%	2,24%
Απρίλιος	3,74%	3,51%	3,63%	3,60%	3,41%
Μάιος	8,55%	9,34%	8,42%	8,21%	9,09%
Ιούνιος	13,48%	13,30%	12,74%	12,90%	12,20%
Ιούλιος	20,07%	19,79%	20,28%	19,74%	18,43%
Αύγουστος	22,79%	23,76%	23,09%	24,16%	23,16%
Σεπτέμβριος	15,49%	14,08%	14,97%	14,89%	15,13%
Οκτώβριος	7,43%	14,08%	7,86%	8,09%	8,43%
Νοέμβριος	2,02%	7,24%	2,34%	2,09%	2,33%
Δεκέμβριος	1,74%	2,17%	1,86%	1,75%	2,12%
Σύνολο	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Μήνας	2004	2003	2002	2001	2000
Ιανουάριος	1,79%	1,51%	1,66%	6,43%	4,61%
Φεβρουάριος	1,23%	1,15%	1,45%	5,24%	4,62%
Μάρτιος	2,02%	1,78%	1,73%	5,72%	5,48%
Απρίλιος	3,63%	3,41%	2,69%	6,02%	5,76%
Μάιος	9,22%	8,80%	9,53%	8,01%	9,51%
Ιούνιος	12,11%	13,22%	13,56%	9,65%	10,01%
Ιούλιος	16,53%	18,82%	18,61%	12,93%	12,81%
Αύγουστος	25,09%	21,89%	20,75%	14,42%	14,67%
Σεπτέμβριος	14,74%	14,64%	14,99%	11,66%	11,71%
Οκτώβριος	9,04%	9,81%	10,25%	9,40%	9,33%
Νοέμβριος	2,40%	2,64%	2,42%	5,47%	5,92%
Δεκέμβριος	2,21%	2,34%	2,35%	5,05%	5,55%
Σύνολο	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Πίνακας 17.: **Ποσοστιαία κατανομή των Τουριστικών Εισπράξεων ανά μήνα (2000-2009)**

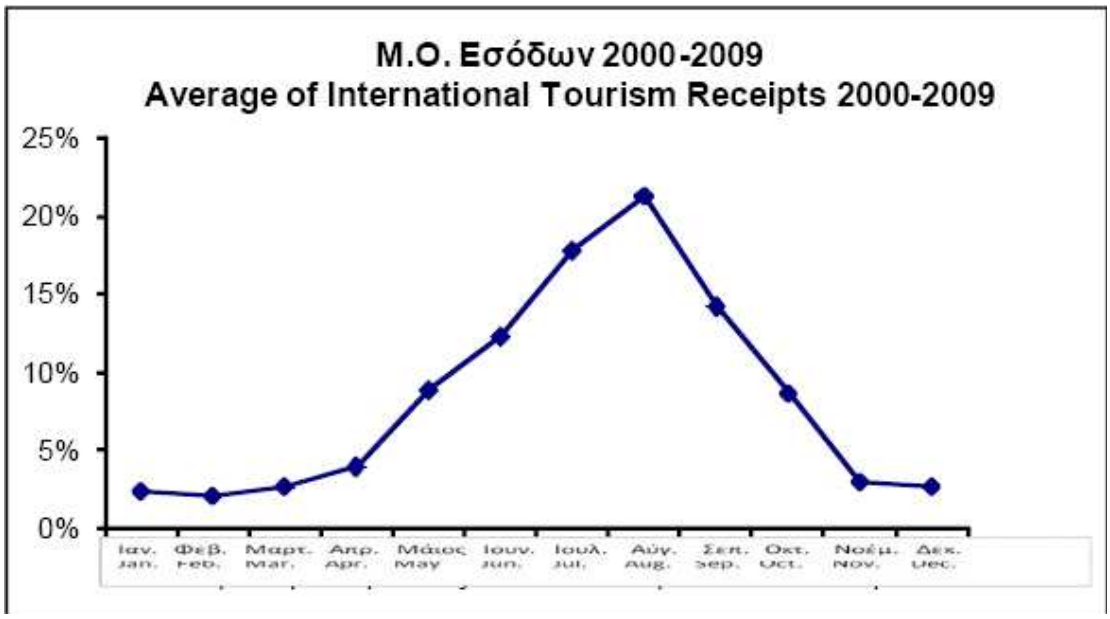
Μήνας	Μ.Ο.2000-2009
Ιανουάριος	2,35%
Φεβρουάριος	2,09%
Μάρτιος	2,68%
Απρίλιος	3,93%
Μάιος	8,86%
Ιούνιος	12,32%
Ιούλιος	17,83%
Αύγουστος	21,31%
Σεπτέμβριος	14,26%
Οκτώβριος	8,69%
Νοέμβριος	2,98%
Δεκέμβριος	2,69%
Σύνολο	100,00%

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από Τράπεζα της Ελλάδος

Στον πάνω πίνακα βλέπουμε την ποσοστιαία κατανομή των Τουριστικών Εισπράξεων ανά μήνα την 10 ετια 2000-2009. Αποδεικνύεται ότι το 2 μηνο Ιούλιος-Αύγουστος είναι το 2 μηνο με τις υψηλότερες εισπράξεις αφού ο μέσος όρος του Αυγούστου είναι 21,31% ενώ του Ιουλίου 17,83%. Ακολουθούν ο Σεπτέμβριος με 14,26% και ο Ιούνιος με 12,32%.

1.10.11. Μέσος Όρος Εσόδων 2000-2009

Πίνακας 18.: **Μέσος Όρος Εσόδων 2000-2009**



Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από Τράπεζα της Ελλάδος

1.10.12. Μέση Κατά Κεφαλή Δαπάνη

Πίνακας 19.: **Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη 2000-2009**

Έτος	Μέση Κατά Κεφαλή Δαπάνη (€)	Μεταβολή
2000	813	-
2001	813	-0,02%
2002	819	0,79%

2003	762	-7,02%
2004	882	15,78%
2005	832	-5,67%
2006	812	-2,40%
2007[14]	700	
2008	730	4,29%
2009	697	-4,52%

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από Ελληνική Στατιστική Αρχή και Τράπεζα της Ελλάδος

Στον παραπάνω πίνακα βλέπουμε την Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη των επισκεπτών της χώρας για την 10ετια 2000-2009 σε τιμές €. Βλέπουμε ότι η χρονιά με την υψηλότερη Μ κ ΚΔ ήταν το 2004 (χρονιά Ολυμπιακών Αγώνων στην Αθηνά) με τιμή 882€, ενώ η χρονιά με την χαμηλότερη ήταν το 2009 με τιμή 697€. Με άλλα λόγια το 2009 η Μ κ ΚΔ είναι μειωμένη περίπου 21% σε σχέση με το 2004.

1.10.13. Ταξιδιωτικές Εισπράξεις ανά λόγο ταξιδιού

Πίνακας 20.: **Εισπράξεις ανά λόγο ταξιδιού (εκατ. Ευρώ)**

Εισπράξεις ανά λόγο ταξιδιού (εκατ. Ευρώ)	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**
Προσωπικοί λόγοι	9.786,5	10.438,7	10.338,6	10.731,8	9.701,8	8.865,7
Αναψυχή	8.345,0	8.877,8	8.765,8	9.301,2	8.336,1	7.461,8
Σπουδές	286,5	245,6	280,6	272,2	306,4	282,1

[14] Σημείωση: Τα στοιχεία διεθνών αφίξεων των ετών 2007-2009 προέρχονται από την Έρευνα Συνόρων της ΤτΕ και γι'αυτό προκύπτει ασυνέχεια με τα στοιχεία της ΕΣΥΕ των προηγούμενων ετών. Επισημαίνουμε ότι βάσει της μεθοδολογίας της έρευνας της ΕΣΥΕ, λαμβάνονταν υπόψη οι διελεύσεις των συνόρων όλων ανεξαρτήτως των αλλοδαπών, ενώ βάσει της Έρευνας Συνόρων λαμβάνεται υπόψη η διέλευση μόνο των μη-κατοίκων, δηλαδή των ατόμων που δεν έχουν μόνιμο τόπο διαμονής την Ελλάδα.

Λόγοι υγείας	47,8	36,1	41,7	50,4	40,3	29,8
Επίσκεψη σε οικογένεια	728,8	782,3	715,5	646	546,6	471,6
Λοιποί λόγοι	378,5	496,9	534,9	462	472,3	620,4
Επαγγελματικοί λόγοι	943	918	980,7	904,1	698,4	745,6
Συνολο	**10.729,5**	**11.356,7**	**11.319,2**	**11.635,9**	**10.400,2**	**9.611,3**

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από Τράπεζα της Ελλάδος

1.10.14. Ταξιδιωτικές Εισπράξεις ανά Χώρα Προέλευσης.

Πίνακας 21.: **Τουριστικές Εισπράξεις ανά Χώρα Προέλευσης 2005-2010**

Τουριστικές Εισπράξεις ανά Χώρα Προέλευσης 2005-2010 (εκατ.€)						
Χώρα Προέλευσης	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**
Χώρες ΕΕ (27)	**8.451,2**	**8.921,0**	**8.718,4**	**8.590,8**	**7.712,3**	**6.704,1**
Χώρες Ζώνης Ευρώ	**5.543,8**	**5.850,1**	**5.459,4**	**5.543,9**	**5.055,0**	**4.527,2**
εκ των οποίων						
Αυστρία	335,7	345,9	230,7	275,1	285,6	276,3
Βέλγιο	281,2	315,5	314,4	359,5	313,7	247,4
Γαλλία	617,3	573,9	718,2	778,3	732,3	641,2
Γερμανία	2.235,3	2.452,8	2.039,9	1.915,8	1.836,3	1.623,9
Ισπανία	121,5	134,3	110,7	115,7	109,5	100,1
Ιταλία	846	867,6	872,7	823,8	629,4	541,5
Κύπρος	400,9	429,8	439,2	394,2	380,2	483,2
Ολλανδία	463,8	497,7	491,3	581,9	482,9	344,9
Λοιπές Χώρες ΕΕ	**2.875,3**	**3.028,7**	**3.219,8**	**3.006,5**	**2.657,3**	**2.176,8**
εκ των οποίων						
Δανία	174,4	186,8	185,2	158,6	185,9	137,6
Ηνωμένο Βασίλειο	1.932,9	2.011,1	2.160,5	1.869,3	1.624,5	1.244,3
Ρουμανία	201,6	183,2	177,5	163,9	168	107,6

Σουηδία	178,9	202,7	175,4	225,3	224	151,1
Τσεχία	110,4	154,9	142,6	182	156,4	160,3
Λοιπές Χώρες	**2.278,3**	**2.435,7**	**2.600,9**	**3.045,1**	**2.688,0**	**2.907,2**
εκ των οποίων						
Αλβανία	60,3	58,7	68,1	89,2	90,1	78,2
Αυστραλία	132,8	188	128,2	160,4	180,4	146,7
Ελβετία	213,7	183,8	258,7	282,6	303,7	265
ΗΠΑ	674,3	674,3	757,4	726,1	568,3	599
Καναδάς	138,9	158,8	200,2	186,8	144,4	134,3
Ρωσία	130	233,1	237,8	400,5	301,3	495,9
Συνολο	**10.729,5**	**11.356,7**	**11.319,2**	**11.635,9**	**10.400,2**	**9.611,3**
Μεμονωμένοι ταξιδιώτες	7.391,5	7.872,3	7.289,6	7.299,5	6.611,5	6.422,5
Οργανωμένα ταξίδια[15]	3.338,0	3.484,4	4.029,7	4.336,4	3.788,7	3.188,8

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος, Απρίλιος 2011

1.10.15. Κατάταξη Ελληνικού Τουρισμού Βάσει Διεθνών Τουριστικών Εισπράξεων

Πίνακας 22.: **Τουριστικές Εισπράξεις 2007-2010**

Έτος	**Τουριστικές Εισπράξεις (δις. US$)**	**Σειρά Κατάταξης – Κόσμος**	**Σειρά Κατάταξης – Ευρώπη**
2010	**12,7**	**21**	**10**
2009	**14,5**	**14**	**8**
2008	**17,1**	**12**	**8**
2007	**15,5**	**12**	**8**

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Παγκόσμιο Τουριστικό Βαρόμετρο, Οκτώβριος 2010)

[15] Από τον Ιανουάριο 2010 η κατηγορία 'οργανωμένα ταξίδια' περιλαμβάνει οιονδήποτε συνδυασμό των ταξιδιωτικών υπηρεσιών για εισιτήρια, διαμονή και λοιπές υπηρεσίες, που αγοράζονται μέσω ταξιδιωτικών πρακτορείων. Περιλαμβάνει επίσης και τα πακέτα κρουαζιέρας.

1.10.16. Δαπάνη ανά Ταξίδι Τουριστών

Πίνακας 23.: **Δαπάνη ανά ταξίδι μη κατοίκων στην Ελλάδα κατά χώρα προέλευσης 2005-2010 (€)**

Δαπάνη ανά ταξίδι μη κατοίκων στην Ελλάδα κατά χώρα προέλευσης 2005-2010 (€)						
Χώρα Προέλευσης	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**
Χώρες ΕΕ (27)	753,4	749	719,8	747,4	723,3	657,3
Χώρες Ζώνης Ευρώ	789	778	754,4	806,2	790,4	742,7
εκ των οποίων						
Αυστρία	714,6	694,3	643,6	784,9	811,8	816,6
Βέλγιο	770,9	782,2	774,5	864,4	938,5	728
Γαλλία	819,7	749,4	766,3	863,2	783,1	738,4
Γερμανία	803,4	852,6	794,5	821	809	796,5
Ισπανία	899,3	791,5	611,4	645,1	665,9	644,5
Ιταλία	779,5	669,2	725,1	755,5	702,1	641,9
Κύπρος	894	898,1	891,9	830	874,6	840,7
Ολλανδία	706,3	688,5	672,7	780,1	761,4	653
Λοιπές Χώρες Ε.Ε	692,9	698,4	667,4	658,1	622,7	530,3
εκ των οποίων						
Δανία	648,3	685,3	691,8	644,7	704,2	572,1
Ηνωμένο Βασίλειο	845	842,2	861,5	825,2	778,7	690,4
Ρουμανία	574,4	572,2	520,6	524,6	557,6	417,3
Σουηδία	588,3	623	567,2	605,9	631,6	537,7
Τσεχία	546,8	556,9	539,1	682,3	584,3	543,4
Λοιπές Χώρες	718,4	734,5	641,7	685,2	632,1	604,7
εκ των οποίων						
Αλβανία	321,3	341,5	321,3	367,5	384,4	323,1
Αυστραλία	1.099,8	1.235,3	1.036,0	1.186,9	1.354,3	1.357,1
Ελβετία	892,1	831,9	836,5	831,8	861,6	965,7
ΗΠΑ	1.211,3	1.237,6	1.228,6	1.184,9	1.076,7	1.202,0

Καναδάς	1.120,4	1.134,7	1.274,8	1.179,0	1.071,3	1.185,1
Ρωσία	1.211,9	1.142,6	1.191,3	1.295,7	1.102,3	1.099,1
Συνολο	745,7	745,9	700,2	730	697,3	640,4
Μεμονωμένοι ταξιδιώτες	690	689,9	622,4	650,1	620,4	583,9
Οργανωμένα ταξίδια[16]	908,1	913	904,9	920,6	889,9	795,4

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος, Απρίλιος 2011

Πίνακας 24.:**Μερίδιο Αγοράς Ελληνικού Τουρισμού Βάσει των Τουριστικών Εισπράξεων 2007-2009**

Έτος	**Μερίδιο στην Ευρώπη**	**Μερίδιο στον Κόσμο**
2009	**3,53%**	**1,71%**
2008	**3,63%**	**1,82%**
2007	**3,57%**	**1,81%**

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Παγκόσμιο Τουριστικό Βαρόμετρο, Οκτώβριος 2010)

1.10.17. Ξενοδοχειακό Δυναμικό

Πίνακας 25.: **Διαχρονική Εξέλιξη Ξενοδοχειακών Μονάδων, Δωματίων, Κλινών, 1990-2009**

[16]Από τον Ιανουάριο 2010 η κατηγορία 'οργανωμένα ταξίδια' περιλαμβάνει οποιονδήποτε συνδυασμό των ταξιδιωτικών υπηρεσιών για εισιτήρια, διαμονή και λοιπές υπηρεσίες, που αγοράζονται μέσω ταξιδιωτικών πρακτορείων. Περιλαμβάνει επίσης και τα πακέτα κρουαζιέρας.

Έτος	Μονάδες	Μεταβολή	Δωμάτια	Μεταβολή	Κλίνες	Μεταβολή
1990	6.423		224.882		423.660	
"	"		"		"	
2000	8.073		312.993		593.990	
Δ 1990-2000	1.650	25,69%	88.111	39,18%	170.330	40,20%
2001	8.285	2,63%	320.467	2,39%	608.104	2,38%
2002	8.527	2,92%	330.348	3,08%	626.914	3,09%
2003	8.689	1,90%	339.540	2,78%	644.898	2,87%
2004	8.843	1,77%	348.943	2,77%	660.797	2,47%
2005	9.036	2,18%	358.721	2,80%	682.050	3,22%
2006	9.111	0,83%	364.179	1,52%	693.252	1,64%
2007	9.207	1,05%	367.992	1,05%	700.933	1,11%
2008	9.385	1,93%	375.067	1,92%	715.857	2,13%
2009	9.559	1,85%	383.008	2,12%	732.279	2,29%
Δ 2000-2009	1.486	18,41%	70.015	22,37%	138.289	23,28%

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος

Πίνακας 26.: **Διαχρονική Εξέλιξη Ξενοδοχειακών Κλινών Κατά Περιφέρεια, 1990-2009**

	ΣτερεάΕλλάδα	Πελοπόννησος	Ιόνια Νησιά	Ήπειρος	Νησιά Αιγαίου	Κρήτη
1990	95.509	36.335	40.403	6.818	12.679	76.095
2000	93.325	41.524	66.488	9.643	20.948	116.513
Δ1990-2000	-2,29%	14,28%	64,56%	41,43%	65,22%	53,12%
2001	90.055	43.516	69.622	9.758	21.017	119.863
2002	91.692	44.260	72.762	10.222	21.702	124.403
2003	92.419	43.804	75.971	10.419	21.815	131.713
2004	93.163	44.418	78.964	10.530	21.835	138.062
2005	94.107	45.247	81.959	10.933	21.743	143.480
2006	92.498	47.169	82.991	10.880	21.546	146.073
2007	93.816	47.377	85.111	11.286	20.967	146.955
2008	94.856	48.477	86.120	12.773	21.077	151.677
2009	95.373	49.796	86.981	13.457	21.683	155.322
Δ2000-2009	2,19%	19,92%	30,82%	39,55%	3,51%	33,31%

	Δωδεκάνησα	Κυκλάδες	Θεσσαλία	Μακεδονία	Θράκη	Σύνολο
1990	69.829	21.845	17.700	42.596	3.851	423.660
2000	105.036	36.397	23.730	75.637	4.749	593.990
Δ1990-2000	50,42%	66,61%	34,07%	77,57%	23,32%	40,20%
2001	107.510	38.023	24.943	78.584	5.223	608.114
2002	109.907	38.031	25.668	83.010	5.257	626.914
2003	112.332	38.126	26.066	86.494	5.739	644.898
2004	112.838	39.024	26.461	90.167	5.517	660.979
2005	115.471	40.635	27.093	95.279	6.103	682.050
2006	120.156	41.612	27.328	96.761	6.238	693.252
2007	120.527	42.316	27.195	98.882	6.501	700.933
2008	122.787	42.911	28.055	100.669	6.455	715.857
2009	128.282	43.598	28.437	102.564	6.786	732.279
Δ2000-2009	22,13%	19,78%	19,84%	35,60%	42,89%	23,28%

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος

Πίνακας 27.: **Ποσοστιαία Κατανομή Ξενοδοχειακών Μονάδων, Δωματίων , Κλινών 2009**

	Γενικό Άθροισμα			**5*****		
2009	**Μ***	**Δ***	**Κ***	**Μ***	**Δ***	**Κ***
Στερεά Ελλάδα	13,70%	13,34%	13,34%	14,62%	15,15%	14,62%
Πελοπόννησος	8,27%	6,76%	6,85%	4,64%	6,20%	6,41%
Ιόνια Νησιά	9,50%	11,97%	11,97%	7,14%	7,24%	7,00%
Ηπείρος	3,56%	1,81%	1,85%	1,43%	1,10%	1,43%
Νησιά Αιγαίου	82,60%	3,00%	2,98%	2,14%	1,61%	1,70%
Κρήτη	16,09%	21,68%	21,38%	23,93%	30,81%	30,73%
Δωδεκάνησα	10,60%	17,53%	17,66%	13,21%	19,48%	19,81%
Κυκλάδες	10,17%	5,96%	6,00%	10,71%	2,86%	2,88%
Θεσσαλία Σποράδες	6,24%	3,86%	3,91%	7,50%	2,87%	2,87%
Μακεδονία	16,52%	13,92%	14,12%	14,29%	12,56%	12,72%
Θράκη	1,14%	0,93%	0,93%	1,43%	0,77%	0,52%

	4**			**3***		
2009	**Μ***	**Δ***	**Κ***	**Μ***	**Δ***	**Κ***
Στερεά Ελλάδα	11,25%	11,01%	14,23%	12,30%	12,92%	12,65%
Πελοπόννησος	8,33%	4,97%	5,05%	9,64%	8,33%	8,30%
Ιόνια Νησιά	8,25%	10,85%	10,78%	8,90%	14,68%	14,74%
Ηπείρος	3,95%	0,88%	0,93%	5,14%	2,57%	2,65%
Νησιά Αιγαίου	2,41%	1,35%	1,27%	5,78%	4,65%	4,65%
Κρήτη	24,33%	24,33%	24,32%	15,14%	16,85%	16,54%
Δωδεκάνησα	14,26%	28,80%	28,95%	10,97%	13,85%	13,84%
Κυκλάδες	12,71%	4,72%	4,65%	8,54%	5,29%	5,35%
Θεσσαλία Σποράδες	2,97%	2,97%	2,97%	5,55%	2,13%	4,06%
Μακεδονία	8,93%	9,72%	9,69%	16,25%	15,46%	15,76%
Θράκη	0,77%	0,77%	0,52%	1,79%	1,46%	1,87%

	2**			1*		
2009	**Μ***	**Δ***	**Κ***	**Μ***	**Δ***	**Κ***
Στερεά Ελλάδα	14,61%	14,36%	14,23%	14,92%	14,01%	13,92%
Πελοπόννησος	8,47%	7,74%	7,81%	6,38%	4,43%	4,63%
Ιόνια Νησιά	11,72%	13,78%	13,98%	5,48%	6,18%	6,22%
Ηπείρος	3,32%	2,18%	2,23%	2,10%	1,92%	1,93%
Νησιά Αιγαίου	4,65%	3,66%	3,69%	3,32%	2,54%	2,57%
Κρήτη	19,06%	19,80%	19,06%	13,52%	18,88%	18,15%
Δωδεκάνησα	11,31%	13,84%	13,09%	4,91%	4,42%	4,43%
Κυκλάδες	9,89%	7,81%	7,98%	11,22%	8,84%	9,06%
Θεσσαλία Σποράδες	5,86%	4,69%	4,77%	5,80%	5,54%	5,70%
Μακεδονία	13,48%	11,98%	12,30%	31,31%	32,25%	32,42%
Θράκη	0,94%	0,87%	0,86%	1,02%	0,98%	0,98%

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος

Πίνακας 28.: **Ξενοδοχειακό Δυναμικό Χώρας**

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ 2010 ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ							
ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑ		**5*****	**4******	**3*****	**2****	**1***	**Γενικό άθροισμα**
ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ	ΜΟΝΑΔΕΣ	49	166	249	492	77	1.033
	ΔΩΜΑΤΙΑ	10.910	29.133	13.412	16.136	1.282	70.873
	ΚΛΙΝΕΣ	22.224	56.501	25.768	30.194	2.471	137.158
ΗΠΕΙΡΟΣ	ΜΟΝΑΔΕΣ	6	56	120	147	32	361
	ΔΩΜΑΤΙΑ	599	997	2.593	2.722	540	7.451
	ΚΛΙΝΕΣ	1.224	2.051	5.087	5.201	1.031	14.594
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	ΜΟΝΑΔΕΣ	23	112	123	250	89	597
	ΔΩΜΑΤΙΑ	1.132	2.929	3.626	5.724	1.596	15.007
	ΚΛΙΝΕΣ	2.258	5.839	7.007	10.903	3.142	29.149
ΘΡΑΚΗ	ΜΟΝΑΔΕΣ	4	10	39	40	16	109
	ΔΩΜΑΤΙΑ	388	521	1.352	1.022	280	3.563
	ΚΛΙΝΕΣ	779	1.063	2.612	1.899	537	6.890
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	ΜΟΝΑΔΕΣ	39	139	286	633	234	1.331
	ΔΩΜΑΤΙΑ	7.011	11.037	12.066	17.256	4.080	51.450
	ΚΛΙΝΕΣ	13.455	20.919	22.541	32.126	7.732	96.773
ΚΡΗΤΗ	ΜΟΝΑΔΕΣ	76	232	335	696	210	1.549
	ΔΩΜΑΤΙΑ	15.626	24.209	15.540	24.546	5.486	85.407
	ΚΛΙΝΕΣ	31.265	46.766	29.278	44.202	10.067	161.578
ΚΥΚΛΑΔΕΣ	ΜΟΝΑΔΕΣ	31	162	193	436	174	996
	ΔΩΜΑΤΙΑ	1.417	5.377	5.094	9.549	2.532	23.969
	ΚΛΙΝΕΣ	2.818	10.250	9.832	18.334	4.951	46.185
ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	ΜΟΝΑΔΕΣ	41	112	373	586	500	1.612
	ΔΩΜΑΤΙΑ	6.030	10.110	14.547	14.553	9.673	54.913
	ΚΛΙΝΕΣ	12.214	19.820	28.631	28.177	18.571	107.413
ΝΗΣΙΑ ΑΙΓΑΙΟΥ	ΜΟΝΑΔΕΣ	6	32	126	190	53	407
	ΔΩΜΑΤΙΑ	768	1.500	4.236	4.412	759	11.675
	ΚΛΙΝΕΣ	1.558	2.725	8.055	8.342	1.462	22.142
ΝΗΣΙΑ ΙΟΝΙΟΥ	ΜΟΝΑΔΕΣ	22	100	199	518	83	922
	ΔΩΜΑΤΙΑ	3.480	10.881	12.687	17.433	1.708	46.189
	ΚΛΙΝΕΣ	6.714	20.787	24.324	33.340	3.312	88.477
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	ΜΟΝΑΔΕΣ	15	113	225	361	101	815
	ΔΩΜΑΤΙΑ	3.739	5.143	7.694	9.292	1.295	27.163
	ΚΛΙΝΕΣ	7.920	10.141	14.788	17.640	2.559	53.048
ΣΥΝΟΛΟ	**ΜΟΝΑΔΕΣ**	**312**	**1.234**	**2.268**	**4.349**	**1.569**	**9.732**
	ΔΩΜΑΤΙΑ	**51.100**	**101.837**	**92.847**	**122.645**	**29.231**	**397.660**
	ΚΛΙΝΕΣ	**102.429**	**196.862**	**177.923**	**230.358**	**55.835**	**763.407**

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος

2. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

2.1. ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός σήμερα αποτελεί μια οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική δραστηριότητα που κινείται σε τοπικό και διεθνές επίπεδο και για πολλές εθνικές οικονομίες η πρωταρχική παραγωγική διαδικασία που λειτουργεί σαν βασική πηγή εισοδήματος. Καλύπτει σχεδόν όλα τα εισοδηματικά στρώματα και προσπαθεί να ικανοποιήσει τη βασική πλέον ανάγκη του ανθρώπου που είναι η δυνατότητα αλλαγής περιβάλλοντος και τρόπου ζωής, για ένα χρονικό διάστημα, που σε ποιότητα και ποσότητα διαφοροποιείται ανάλογα με τη διάθεση και το μέγεθος της δαπάνης που ο κάθε άνθρωπος έχει τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει (Ηγουμενάκης, 2007).

Τουρισμός, όπως αναφέρει ο Medecin, είναι μια δραστηριότητα ευκαιρίας που συνίσταται στο να ταξιδεύει κανείς μακριά από τον τόπο διαμονής του για διασκέδαση, για ανάπαυση, για εμπλουτισμό των εμπειριών του και την ανύψωση του πνευματικού επιπέδου από την παρουσίαση νέων μορφών ανθρώπινης δράσης και από τις εικόνες μιας άγνωστης φύσης (Κολτσιδόπουλος, 2005).

Ο όρος τουρισμός έχει αγγλική προέλευση από τον αντίστοιχο αγγλικό όρο «TOURING» που προέρχεται από την γαλλική λέξη «TOUR» που σημαίνει γύρος, περιοδεία, ταξίδι. Η λέξη τουρίστας (TOURIST) χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά το 1800, ενώ το 1811 πρωτοεμφανίστηκε ο όρος τουρισμός (TOURISM) για να δηλώσει με επεξηγηματικό τρόπο την πρακτική να ταξιδεύει κανείς για λόγους ευχαρίστησης. Στην ελληνική γλώσσα η επικρατέστερη εξήγηση του όρου «τουρίστας» είναι « Ο ταξιδιώτης χάριν ψυχαγωγίας » και αντιστοίχως του « τουρισμού » η « Μετακίνηση χάρη της ψυχαγωγίας ». Αν θέλουμε να μεταφέρουμε στην ελληνική γλώσσα τους όρους «TOURISTE» και « TOURISME» θα πρέπει να τους αποδώσουμε με τους παλιούς όρους « Περιηγητής » και « Περιήγηση ».

Αυτοί οι ξενόγλωσσοι όροι έχουν καθιερωθεί διεθνώς και είναι αντίστοιχα πολιτογραφημένοι σε όλες τις γλώσσες και έτσι η όποια μετάφραση τους θα είναι ανώφελη και παρακινδυνευμένη. Παρακινδυνευμένη γιατί ενδεχόμενα να μην

καλύπτει όλη την έκταση των όρων. Ανώφελη γιατί έχουν ήδη ενσωματωθεί οι όροι αυτοί και στην ελληνική γλώσσα με σαφείς περιεχόμενο της έννοιας τους. (Ηγουμενάκης, 1997)

Ωστόσο, η λέξη Τουρισμός προσέλαβε αρνητικούς συνειρμούς, καθώς υποδήλωνε τα φτηνά ομαδικά ταξίδια και συνοδευόταν από ένα είδος βρετανικής υπεροψίας απέναντι στους ξένους. Αντίθετα, οι όροι ταξίδι και ταξιδιώτης διατήρησαν τη θετική σημασία τους, καθώς συνδέονταν με την εικόνα των πρώτων ταξιδευόντων, οι οποίοι προέρχονταν από την εύπορη, μορφωμένη ή αριστοκρατική ελίτ (Αποστολόπουλος, Σδράλη, 2009). Ο περιηγητής (τουρίστας) της παλιάς εποχής ήταν άνθρωπος που διέθετε χρόνο και χρήμα για μεγάλες διακοπές και περιηγήσεις. Ο σύγχρονος περιηγητής στη γενικότερη μορφή είναι ο εργαζόμενος άνθρωπος με μετρημένα εισοδήματα, που επιδιώκει σε μικρό σχετικά χρονικό διάστημα, να πετύχει το μεγαλύτερο αποτέλεσμα τουριστικής απόλαυσης (Ηγουμενάκης, 1997).

Οι σημερινές οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες και η προέλευση τουριστών, καθιέρωσαν το νέο είδος τουρισμού που υπάρχει σήμερα, το οποίο έχει κατακτήσει τον κόσμο και με την σχετική του ψυχολογία που δημιουργήθηκε, έχει γίνει πια όχι μόνο επιθυμία αλλά και ανάγκη. Αυτή η περιγραφή του περιεχομένου του σύγχρονου τουρισμού, αποτελεί και το περιεχόμενο του όρου τουρισμός. Το περιεχόμενο αυτό διαρκώς μεταβάλλεται και μεγαλώνει για αυτό πρέπει να δεχτούμε την σημερινή έκφραση του όρου. Μέχρι πριν από λίγο καιρό το μόνο κίνητρο για την περιήγηση ήταν η επιθυμία. Τώρα προστέθηκε και η ανάγκη. Στο μέλλον δεν αποκλείεται να προσθέτουν και αλλά κίνητρα ώστε ανάλογα να μεταβληθεί και το περιεχόμενο του όρου τουρισμός (Ηγουμενάκης, 1997).

2.2. ΤΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός με την σημερινή του έκταση αποτελεί πια φαινόμενο. Ο σύγχρονος άνθρωπος θεωρεί πια ανάγκη του, την πρόσκαιρη μετακίνηση του από την μόνιμη κατοικία σε άλλους τόπους της χώρας του ή άλλης χώρας.

Η σημερινή σύγχρονη μηχανοποιημένη ζωή των πόλεων κουράζει τον άνθρωπο, και αυτός με την αλλαγή επιδιώκει την ξεκούραση και την χαλάρωση. Η άφθονη πια παροχή συγχρόνων απολαύσεων οδηγεί τον πολιτισμένο άνθρωπο σε μια φυγή, η οποία ικανοποιείται με το τουριστικό ταξίδι. Παράλληλα ο άνθρωπος της υπαίθρου μαγεύεται από την μεγάλη ζωή των μεγαλουπόλεων και με την μετακίνηση του σε αυτές ζητά να απολαύσει και αυτός, αυτό που άνθρωποι των πόλεων προσπαθούν να αποφύγουν στις διακοπές τους.

Στην αναζήτηση για την εξήγηση του τουριστικού φαινόμενου, έγινε από ειδικούς κάποιος παραλληλισμός μεταξύ αύξησης της τουριστικής κίνησης και της οικονομικής κατάστασης. Παρατηρήθηκε έτσι ότι η αύξηση της τουριστικής κίνησης υπήρχε μετά τον Β' παγκόσμιο πόλεμο, διπλάσια από την αύξηση του κοινωνικού εισοδήματος. Η διαπίστωση αυτή δεν δικαίωσε την υπόθεση που έγινε αρχικά ότι η τάση του ανθρώπου για το τουριστικό ταξίδι είναι ανάλογη με τα εισοδήματα του. Φυσικά η βελτίωση του κοινωνικού εισοδήματος παίζει μεγάλο ρολό στην τουριστική κίνηση. Έτσι μπορούμε να πούμε ότι στις πρώτες ανάγκες του ανθρώπου μετά την τροφή, κατοικία, ενδυμασία, και μόρφωση προστίθεται και η ψυχαγωγία.

Στην ιεράρχηση αυτών των αναγκών της μετακίνησης η ψυχαγωγία δεν είναι ανάγκη να είναι τελευταία. Ανάλογα λοιπόν με την ψυχοσύνθεση και τις περιστάσεις των ατόμων, είναι δυνατόν η ανάγκη της μετακινήσεως να ικανοποιείται με το αντίστοιχο περιορισμό της ικανοποιήσεως των άλλων βασικών αναγκών όταν το ατομικό εισόδημα που διατίθεται δεν επαρκεί.

Πολλές φορές η θέληση του ανθρώπου για μετακίνηση μπορεί να υπάρχει μέχρι τέτοιου σημείου ώστε ο άνθρωπος να υφίσταται ακόμα και θυσίες προκειμένου να ικανοποιήσει την διάθεση αυτή. Αυτή η παρατήρηση δείχνει ποσό αληθινή είναι επειδή πολλά άτομα κινούνται χωρίς οικονομικά μέσα, και στερούνται και τα πιο στοιχειώδη μέσα άνεσης στην μετακίνηση από την χωρά τους.

Δεν πρέπει να αγνοηθεί το γεγονός ότι πάρα πολλοί τουρίστες από αυτή την κατηγορία κατευθύνονται στην αναζήτηση χρηματικών πόρων στην χωρά που επισκέπτονται, με τη προσφορά της εργασίας τους.

Έτσι φθάνουμε στην εποχή στην οποία δικαιολογούνται η σπατάλη χρημάτων για άτομα και οικογένειες με περιορισμένους οικονομικούς πόρους όταν γίνεται για χάρη της ψυχαγωγίας του τουρισμού.

Αλλά δεν είναι μονό οι παράγοντες που αναφέρθηκαν προηγουμένως που κινούν τον άνθρωπο στον τουρισμό.

Οι κοινωνιολόγοι προσθέτουν και άλλους παράγοντες που συντελούν στην αύξηση της τουριστικής κίνησης, έτσι επειδή ο τουρισμός έχει γίνει πια μόδα, από τον οποίο, οποίος απομακρύνεται, δεν συμμορφώνεται και τον αποφεύγει είναι καθυστερημένος. Για να μην θεωρηθεί λοιπόν κάποιος καθυστερημένος και απροσάρμοστος και έχοντας αυτό τον λόγω σαν κίνητρο γίνεται τουρίστας παρά την επιθυμία του και τα οικονομικά του μέσα. Έτσι όταν αυτό γίνεται το συνηθίζει και το κάνει τουριστικό βίωμα.

Δέχονται επίσης ότι το ταξίδι αποτελεί εντυπωσιακό τρόπο επίδειξης και αυτό βοηθάει στην ανάπτυξη του τουρισμού. Έτσι ότι δεν μπορεί να πετύχει ένας κοινός άνθρωπος από πλευράς κοινωνικής προβολής, το επιτυγχάνει με έναν εντυπωσιακό τρόπο, που μπορεί να είναι ένα πολυδάπανο ταξίδι αναψυχής. Επίσης η βαθύτερη ψυχολογική έννοια του να στείλουμε από το ταξίδι που είμαστε κάρτες σε διαφόρους φίλους ή το να φέρουμε κάποια ενθύμια, δεν είναι τίποτα άλλο από την υπόμνηση ότι ταξιδέψαμε εκεί για να προκαλέσουμε τον θαυμασμό.

Από την άλλη μεριά θεωρείται σημαντικό κίνητρο για την τουριστική μετακίνηση και η επιθυμία απασχολήσεως μας, με θέματα εκτός καθημερινής ρουτίνας, πρώτον για να αποτοξινωθούμε από τις σκέψεις της ανάγκης και κατά δεύτερον για να βρούμε καινούργια ενδιαφέροντα στην ζωή και να παρουσιαστούν καινούργιες ευκαιρίες προσωπικής δραστηριότητας.

Υπάρχει πολλές φορές η μείωση του ενδιαφέροντος για αποταμίευση των εισοδημάτων επειδή: α) γίνονται διάφορες μορφές περιουσιακών δημεύσεων, β) λόγω της ενιαίας νομισματικής πολιτικής, γ) τα αυξημένα φορολογικά βάρη και τις κοινωνικές εισφορές, δ) τις διαφορές και συχνές οικονομικές καταστροφές. Αυτή η

μείωση της διάθεσης για αποταμίευση οδηγεί τον άνθρωπο περισσότερο στην απόλαυση της ζωής σήμερα, παρά την εξασφάλιση για το αύριο.

Ένα άλλο που έδωσε επίσης αφορμή στον άνθρωπο να επιθυμεί περισσότερο από παλιά την περιήγηση, ήταν και η παγκόσμιοι πόλεμοι. Όσοι μετακινήθηκαν για να στρατευθούν απόκτησαν κατά κάποιο τρόπο την διάθεση για περιήγηση. Η μετακίνηση όμως αυτή ήταν η αφορμή για την γνωριμία από κοντά της ζωής των άλλων λαών και των επιδόσεων τους, γνωριμία που οδηγεί στην αλληλοκατανόηση, η οποία διαλύει τις εχθρότητες μεταξύ των λαών, πράγμα που αποτελεί και την ενδόμυχη επιθυμία κάθε ανθρώπου.

Επί πλέον η διάθεση του ανθρώπου να αισθανθεί ελεύθερος, ικανοποιείται σημαντικά από το τουριστικό ταξίδι που τον απομακρύνει από τις καθημερινές φροντίδες για την εξασφάλιση των πόρων ζωής από το καθήκον, την επαγγελματική ρουτίνα κ.λ.π. Ο άνθρωπος από την στιγμή που ταξιδεύει αρχίζει να βγάζει από πάνω του τον καθημερινό άνθρωπο της φροντίδας και μετατρέπεται σε άνθρωπο της αμεριμνησίας. (ΕΟΤ/ Τουρισμός, 1985),(Ν. Ηγουμενάκης, 1997)

2.3. ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο Τουρισμός είναι μια πολυσύνθετη, πολυδιάστατη και πολυσήμαντη ανθρώπινη δραστηριότητα με ένα πλήθος καθοριστικών παραγόντων και με σχέσεις αλληλεξάρτησης με το οικονομικό, φυσικό, κοινωνικό, πολιτιστικό και ανθρωπογενές περιβάλλον.

Και τα εκάστοτε ποσοτικά και ποιοτικά χαρακτηριστικά των παραγόντων και των σχέσεων αυτών καθορίζουν τη μορφή του τουρισμού που επικρατεί. Μια απλή προσέγγιση στην τυπολογία των μορφών τουρισμού είναι η ανάλυση των παραγόντων που εμπεριέχονται στον ορισμό του τουρισμού.

Τουρισμός, σύμφωνα με έναν από τους πολλούς ορισμούς που αναφέρονται, είναι η ανθρώπινη δραστηριότητα κατά την οποία οι άνθρωποι μετακινούνται προσωρινά και

διαμένουν για μικρό χρονικό διάστημα (1 διανυκτέρευση μέχρι ένα χρόνο, για τους τουρίστες εξωτερικού τουρισμού και μέχρι έξι μήνες για τους τουρίστες εσωτερικού τουρισμού)σε τόπους διαφορετικούς εκείνων στους οποίους ζουν και εργάζονται κανονικά, για λόγους ανάπαυσης, ψυχαγωγίας, περιήγησης, εξερεύνησης, άσκησης, θεραπείας, επίσκεψης φίλων και συγγενών, θρησκείας, επαγγέλματος, μόρφωσης και συμμετοχής σε διάφορες εκδηλώσεις, αν και εφόσον οι λόγοι αυτοί δεν έχουν χρηματικό ή άλλο υλικό κίνητρο και η δραστηριότητα αυτή συνεπάγεται δαπάνη και εκδηλώνεται κατά τη διάρκεια των διακοπών. Στον ορισμό αυτό εμπεριέχονται τα παρακάτω στοιχεία ή παράγοντες προσδιορισμού:

1. Οι άνθρωποι που κάνουν τουρισμό, που ονομάζονται τουρίστες,
2. Η μετακίνηση τους (το τουριστικό ταξίδι),
3. Η διαμονή και διατροφή τους (το τουριστικό κατάλυμα),
4. Ο χρόνος εκδήλωσης της τουριστικής τους δραστηριότητας (Εποχή διακοπών),
5. Ο τουριστικός προορισμός τους,
6. Ο λόγος για τον οποίο κάνουν τουρισμό (ο σκοπός του τουριστικού ταξιδιού),
7. Η δαπάνη της τουριστικής του δραστηριότητας (τουριστική δαπάνη).

Βάσει των στοιχείων αυτών θα καταβληθεί προσπάθεια προσδιορισμού των μορφών / τύπων του τουρισμού, αλλά πρέπει να τονιστεί ότι στην πραγματικότητα και κατά τη διάρκεια του τουριστικού ταξιδιού, καμιά μορφή τουρισμού δεν είναι αμιγής. Μεταξύ της μιας και της άλλης μορφής δεν υπάρχουν σαφείς διαχωριστικές γραμμές και στεγανά και πολλές φορές οι δραστηριότητες της μιας μορφής είναι παράλληλες με τις δραστηριότητες μιας, δύο ή και περισσοτέρων άλλων μορφών. Ο τουρίστας π.χ. που κάνει παράκτιο τουρισμό μπορεί συγχρόνως να έχει και πολιτιστικές, περιπατητικές, περιηγητικές και άλλες τουριστικές δραστηριότητες

Βιβλιογραφία:

(Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού-WTO) , (Σφακιανάκης Μ., 2000)

2.4. ΜΟΡΦΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Μορφές τουρισμού προσδιοριζόμενες από τον παράγοντα «Τουρίστες».

Κάθε τουρίστας σαν άνθρωπος έχε την δική του μοναδική προσωπικότητα με τα ιδιαιτέρα σωματικά, ψυχοδυναμικά, κοινωνικά και φυλετικά χαρακτηριστικά. Επίσης κάθε τουρίστας έχει τα δικά του δημογραφικά και ψυχογραφικά στοιχειά και έχει τις δικές του σωματικές επιβαρύνσεις, τα δικά του κίνητρα, τα δικά του συμπλέγματα , τον δικό του τρόπο ζώνης και τις δικές του διαφορετικές εμπειρίες. Με αυτή την επιρροή των προσωπικών στοιχειών διαμορφώνεται η τουριστική συμπεριφορά του κάθε τουρίστα που αξιολογεί και επιλεγεί, δέχεται και ακολουθεί τις τουριστικές εκδηλώσεις μιας κάποιας μορφής τουρισμού, όταν κάνει διακοπές.

Αναφέρεται ότι πολλές μορφές τουρισμού διαμορφώνονται όταν πολλοί τουρίστες με τα ιδία προσωπικά χαρακτηριστικά εκδηλώνουν μια ιδιαίτερη τουριστική δραστηριότητα που επαναλαμβάνεται στο χρόνο.

Έτσι λαμβάνοντας υπόψη τα σωματικά χαρακτηριστικά της προσωπικότητας των τουριστών και συγκεκριμένα αυτά του φύλου, της αρτιμέλειας, της ηλικίας και της υγειάς, τότε η τουριστική δραστηριότητα που εκδηλώνεται από τουρίστες με τα ιδία χαρακτηριστικά, επαναλαμβανόμενα στο χρόνο, μπορεί επίσης να πάρει τη μορφή του τουρισμού της τρίτης ηλικίας (όταν οι τουρίστες έχουν ηλικία άνω των 60 ετών), του τουρισμού νέων και κατά επέκταση του μαθητικού και σπουδαστικού τουρισμού, του τουρισμού γυναικών, του τουρισμού ανδρών, και του τουρισμού ατόμων με ειδικές ανάγκες. Πρέπει να διευκρινιστεί στο σημείο αυτό ότι μια μορφή τουρισμού μπορεί να προσδιορίζεται από περισσοτέρους του ενός παράγοντες, όπως ο τουρισμός υγειάς (προσδιοριστικοί παράγοντες «ιός» τουρίστες με προβλήματα υγειάς και ο λόγος (σκοπός) που γίνεται το ταξίδι είναι η υγειά). Επίσης μια μορφή τουρισμού μπορεί να αποτελεί μέρος μιας ευρείας μορφής όπως ο τουρισμός για άτομα με σωματικές ανάγκες που αποτελεί μέρος του τουρισμού για άτομα με ειδικές ανάγκες ή όπως τελευταία ονομάζεται του τουρισμού για όλους.

Αν λάβουμε υπόψη τα κοινωνικά, φυλετικά χαρακτηριστικά, η θρησκεία είναι το βασικό γνώρισμα του οικογενειακού τουρισμού και του τουρισμού αγάμων, ενώ τα ψυχογραφικά στοιχειά των τουριστών (ψυχογενετικές ανάγκες - βιογενετικές ανάγκες - στάσεις, ενδιαφέροντα, γνώμες - προσωπικές αξίες - τρόποι ζωής δραστηριότητες κ.λπ.) επηρεάζουν και τους λογούς για τους οποίους οι άνθρωποι κάνουν τουρισμό και τι μορφές του τουρισμού προτιμούν.

Σημειώνεται ακόμα ότι το σύνολο των τουριστών αποτελεί την λεγομένη τουριστική πελατεία που είναι ένα βασικό στοιχειό της τουριστικής αγοράς η τμηματοποίηση της οποίας, συμφωνά με τις ανάγκες του τουριστικού μάρκετινγκ γίνεται βάσει των παραπάνω προσωπικών χαρακτηριστικών των τουριστών.

2.4.1. Διάκριση από πλευράς διακινουμένων προσώπων σε Εσωτερικό και Εξωτερικό τουρισμό.

Εσωτερικός τουρισμός: περιλαμβάνει όλες τις μετακινήσεις που πραγματοποιούνται από ημεδαπούς τουρίστες μέσα στη χωρά ή και από αλλοδαπούς, που είναι όμως μόνιμα εγκατεστημένοι στη χωρά. Στον εσωτερικό τουρισμό ανήκουν και όλες οι εργασίες που αναφέρονται στη διακίνηση αυτών των τουριστών.
Εξωτερικός τουρισμός: περιλαμβάνει τις μετακινήσεις των ξένων τουριστών μέσα σε μια χωρά όπως και των ημεδαπών που μένουν μόνιμα στο εξωτερικό. Κατά τον ίδιο λόγω στον εξωτερικό τουρισμό ανήκουν και όλες οι εργασίες διακινήσεως αυτών των τουριστών. Η διάκριση αυτή του τουρισμού μας ενδιαφέρει από την πλευρά της εισροής ξένου συναλλάγματος σε μια χωρά και την προσπάθεια για την προσέκλυση των ξένων τουριστών.(Π. Λύτρας, 1993),(Π. Λύτρας, 1987),(Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού-WTO)

2.4.2. Μορφές τουρισμού προσδιορισμένες από τον παράγοντα «τουριστική μετακίνηση».

Τουρισμός σημαίνει ταξίδι. Και ταξίδι σημαίνει μετακίνηση. Ένα από τα πολλά και σπουδαιότερα στοιχεία του τουρισμού είναι ο τρόπος με τον οποίο οι τουρίστες μεταβαίνουν από τον τόπο τους στον τουριστικό προορισμό. Αυτός ο τρόπος καθορίζεται από το είδος των μεταφορικών μέσων που χρησιμοποιούνται από το είδος της οργάνωσης της μετακίνησης και από το μέγεθος της μετακινούμενης τουριστικής ομάδας.

Εάν θέλουμε να διαχωρίσουμε τον τουρισμό ως προς το είδος των μεταφορικών μέσων μπορούμε να τον διακρίνουμε σε θαλάσσιο, οδικό, αεροπορικό, σιδηροδρομικό, ποτάμιο και μικτό τουρισμό.

Στην οργάνωση της τουριστικής μετακίνησης ο τουρισμός διακρίνεται σε τουρισμό με οργανωμένη μετακίνηση και σε τουρισμό με μη οργανωμένη μετακίνηση. Η οργάνωση των μετακινήσεων γίνεται από τους οργανωτές ταξιδιών και τα ταξιδιωτικά γραφεία, μέσα στα πλαίσια οργάνωσης ολοκλήρου του τουριστικού πακέτου, μια περίπτωση που αποτελεί τον κανόνα ολόκληρου του μαζικού πακεταρισμένου τουρισμού. Αυτές οι οργανωμένες μετακινήσεις τουριστών γίνονται με πτήσεις CHARTERS για τις μεγάλες αποστάσεις ή με ενοικιαζόμενα τουριστικά λεωφορεία για τις μικρές αποστάσεις χωρίς να αποκλείουμε την μετακίνηση των τουριστών και με αλλά μέσα μεταφοράς.

Στην μη οργανωμένη μετακίνηση είναι η περίπτωση που ο τουρίστας μόνος του, επιλεγεί τον τρόπο μετακίνησης τους τοπικά και χρονικά. Εάν πάρουμε το μέγεθος της μετακινούμενης ομάδας ο τουρισμός μπορεί να διακριθεί σε ατομικό (όταν μετακινείται ένα άτομο), οικογενειακό (όταν μετακινείται μια οικογένεια) και ομαδικό (όταν μετακινείται μια ομάδα).

Όταν θέλουμε να προσδιορίσουμε τις μορφές τουρισμού οι παράγοντες της τουριστικής μετακίνησης γίνονται σε αρκετές περιπτώσεις βασικά γνωρίσματα διάφορων εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Για τον ατομικό τουρισμό σαν παράδειγμα, υπάρχει μεμονωμένη μετακίνηση, με μεταφορικό μέσο που αντιστοιχεί στην οικονομική δυνατότητα του μεμονωμένου τουρίστα (από ποδήλατο μέχρι ιδιωτικό αεροπλάνο).

Στον λαϊκό τουρισμό χρησιμοποιούνται τα πιο φθηνά μεταφορικά μέσα (αυτοκίνητα, δημοσιά μέσα μεταφοράς, τροχόσπιτα), ενώ στον επιλεκτικό τουρισμό χρησιμοποιούνται πιο ακριβά μεταφορικά μέσα (λιμουζίνες, ελικόπτερα, ιδιωτικά αεροπλάνα) αυτή είναι επιλογή του πλουσίου τουρίστα που προτιμά τον επιλεκτικό τουρισμό.

Ένας από τους πιο ακριβούς τουρισμούς είναι ο κοσμοπολίτικος τουρισμός ή ο τουρισμός του διεθνούς «τζετ σετ» η μετακίνηση εδώ γίνεται με ιδιωτικά αεροπλάνα, πολυτελή ιδιωτικά κρουαζιερόπλοια, ελικόπτερα, yachts, κ.λπ.

Οι τουρίστες όταν μετακινούνται κατά την διάρκεια των διακοπών τους, μέσα ή γύρω από τον τουριστικό προορισμό, γίνονται με όλα τα μέσα και με όλους τους τρόπους ανάλογα με την μορφή του τουρισμού π.χ. με δημοσιά μέσα, με ενοικιαζόμενα μέσα μεταφοράς, με ειδικά οχήματα κ.λπ.

Τα σύγχρονα αεροπλάνα με τις πολύ μεγάλες ταχύτητες και τις αυτόνομες πτήσεις μεγάλων αποστάσεων, τα οποία έχουν μειώσει τις αποστάσεις και έτσι μειώνουν το χρόνο ταξιδιών, συνεπώς μειώνονται οι δαπάνες των ταξιδιών, τα μέσα αυτά γίνονται προσιτά στους τουρίστες των μεσαίων εισοδημάτων, που δημιούργησαν τα τελευταία χρονιά τις εναλλακτικές μορφές του Διηπειρωτικού και Ημισφαιρικού τουρισμού το οποίο μπορεί να σημαίνει «κάνω τουρισμό σε οποιοδήποτε μέρος του κόσμου και σε οποία εποχή του χρόνου θέλω (παγκοσμιοποίηση της τουριστικής αγοράς και καταπολέμηση της τουριστικής εποχικότητας).

Αναλυτικότερα: από πλευράς ατομικής και ομαδικής μετακίνησης
Ατομικός τουρισμός: είναι ο τουρισμός που γίνεται από ένα πρόσωπο ή περισσότερα που συνδέονται φιλικά μεταξύ τους και πραγματοποιείται από δική τους πρωτοβουλία και διοργάνωση.

Συλλογικός ή ομαδικός τουρισμός: είναι η οργανωμένη συλλογική μετακίνηση προσώπων που δεν έχουν καμιά άλλη σχέση μεταξύ τους, παρά μονό ότι έτυχε να μετέχουν σε ένα ταξίδι που οργανώθηκε και εκτελεστικέ από τουριστικό γραφείο, επιχείρηση μεταφορών, σωματείο ή άλλη οργάνωση ιδιωτική ή κρατική.(Κ. Κραβαρίτη, 1992), (Ν. Ηγουμένης, 1998), (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού-WTO)

2.4.3. Μορφές τουρισμού προσδιοριζόμενες από τον παράγοντα διαμονή

Σε αυτόν τον παράγοντα της διαμονής στον τουρισμό προσδιορίζεται από τρία στοιχειά και πιο συγκεκριμένα από τα στοιχειά της διάρκειας, του καταλύματος και της δαπάνης διαμονής. Η χρονική διάρκεια διαμονής των τουριστών στον τουριστικό προορισμό είναι τόση όση είναι και η διάρκεια των διακοπών τους, αφού η χρονική διάρκεια της τουριστικής μετακίνησης είναι μερικές ώρες μέχρι και μια και σπάνια, δυο ημέρες.
Οι διακοπές όπως τις γνωρίζουμε σήμερα από άποψη διαρκείας κατατάσσονται σε τρεις κυρίες κατηγορίες:

- Στις κύριες διακοπές (main holidays) που διαρκούν 15-30 ημέρες.
- Στις δεύτερες διακοπές (second holidays) που διαρκούν 5-15 ημέρες.
- Στις μικρές διακοπές (short breaks) που διαρκούν 1-4 ημέρες και περιλαμβάνουν τα διαφορά εορταστικά «τριήμερα» και «τετραήμερα» γνωστά και σαν μεγάλα Σαββατοκύριακα (Long Weekends).

Η διαμονή των τουριστών γίνεται στα λεγόμενα τουριστικά καταλύματα που περιλαμβάνουν Ξενοδοχεία, Μοτέλ, πανδοχεία, ξενώνες, πλωτά καταλύματα, οικοτροφεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια και διαμερίσματα, τροχόσπιτα, σκηνές και σπίτια φίλων ή συγγενών και διακρίνονται στα κυρία ή ξενοδοχειακά καταλύματα και στα συμπληρωματικά τουριστικά καταλύματα. Τα τουριστικά καταλύματα συγκεντρώνονται σε διάφορους σχηματισμούς γνωστούς σαν τουριστικά θέρετρα, τουριστικά χωριά, πάρκα, κατασκηνώσεις (Campings), κέντρα διακοπών κ.λπ.

Έτσι στον προσδιορισμό των μορφών του τουρισμού ο παράγοντας «διαμονή» αλλά και ο παράγοντας «μετακίνηση» γίνεται σε αρκετές περιπτώσεις βασικό γνώρισμα των εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Στον λαϊκό τουρισμό οι τουρίστες διαμένουν σε φθηνά καταλύματα. Στον επιλεκτικό και στον κοσμοπολίτικο τουρισμό οι τουρίστες διαμένουν σε καταλύματα Ιυχ (πολυτελείας) που είναι πανάκριβα.
Στον επαγγελματικό τουρισμό (Συνεδριακό, Εκθέσεων, Κινήτρων, Επαγγελματικών ταξιδιών) οι τουρίστες διαμένουν σε ακριβά καταλύματα γιατί τα πληρώνουν οι χορηγοί και οι διοργανωτές του επαγγελματικού τουρισμού.

Ο μαζικός πακεταρισμένος τουρισμός εδώ οι τουρίστες διαμένουν σε ακριβά συνήθως καταλύματα 3-5 αστέρων με σχετικά χαμηλή τιμή την οποία εξασφαλίζουν οι tour operators κατά τις διαπραγματεύσεις τους με τους ξενοδόχους έναντι ενός αριθμού τουριστών που στέλνουν στα ξενοδοχεία τους (εξασφάλιση μιας επιθυμητής πληρότητας).(Δ. Καραχοντζίδης-Κ.Σφακιανάκης, 2002),

2.4.4. Μορφές τουρισμού προσδιοριζόμενες από τον παράγοντα Εποχή διακοπών.

Η εποχή των διακοπών πότε δηλαδή γίνεται η κύρια τουριστική δραστηριότητα, οι αιτίες της εκδήλωσης αυτής της δραστηριότητας σε ορισμένη εποχή του χρόνου και τα προβλήματα που δημιουργεί τοπικά και χρονικά η πραγματοποίηση μεγάλου αριθμού τουριστικών ταξιδιών, συγκροτούν το φαινόμενο της τουριστικής εποχικότητας που επιδρά δυσμενώς στη λειτουργία ολόκληρου του τουριστικού κυκλώματος και στην ποιότητα των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών.

Η τουριστική εποχικότητα είναι το φαινόμενο της εκδήλωσης της τουριστικής δραστηριότητας σε ορισμένη εποχή του έτους και πρακτικά αντιπροσωπεύει το μεγάλο πλήθος των κύριων διακοπών που έχουν πραγματοποιηθεί και των ταξιδιών κατά την τουριστική εποχή που είναι η θερινή περίοδος και κυρίως οι μήνες Ιούλιος και Αύγουστος για το Βόρειο ημισφαίριο και οι μήνες Ιανουάριος και Φεβρουάριος για το Νότιο ημισφαίριο.

Έτσι ο εποχιακός τουρισμός (tourism de season), είναι ο τουρισμός που δίνει το μεγαλύτερο μέρος της κινήσεως, η όλη τη κίνηση σε μια ορισμένη εποχή του χρόνου, όπως το χειμώνα το καλοκαίρι κ.λ.π. Ο εποχιακός τουρισμός μπορεί να αναφέρεται σε θερινό τουρισμό , χειμερινό και αντίστοιχα σε τουρίστα θερινής εποχής και τουρίστα χειμερινής εποχής κ.λ.π.

Η τουριστική κίνηση σε ένα τόπο μπορεί να είναι συνεχής σε όλη την διάρκεια του χρόνου με μικρές μονό παραλλαγές σε κάθε εποχή. Αυτό συμβαίνει κυρίως στις μεγάλες πόλεις, που διαθέτουν πολλά και ποικίλα ενδιαφέροντα για τον τουρισμό, οπότε η κίνηση σε αυτές διατηρείται σχεδόν αδιάκοπη και αμείωτη. Υπάρχουν όμως

και τόποι που έχουν μονό εποχικό τουρισμό. Έτσι υπάρχει ο χειμερινός τουρισμός που προκαλείται από το ενδιαφέρον για τα χειμερινά σπόρ π.χ. στις ορεινές τοποθεσίες για Σκι ή ο θερινός τουρισμός για την απόλαυση της θάλασσας και των θαλασσίων σπόρ π.χ. στις παραλίες και στα νησιά.

Επίσης γίνεται σε ένα τόπο να έχει μεν διαρκή τουρισμό, αλλά σε κάθε εποχή η κίνηση να προκαλείται από διαφορετικό ενδιαφέρον. Σε αυτή την περίπτωση ο τουρισμός είναι άθροισμα εποχικών τουρισμών.

Συνεπεία της αυξημένης ή της μειωμένης κατά την εποχή προς ένα ορισμένο τόπο τουριστικής κίνησης έχουμε αντίστοιχα την πλήρη εποχή και την νεκρή εποχή. Το μεγαλύτερο μέρος της τουριστικής κίνησης εκφράζεται με τον παραστατικό ορό «τουριστική αιχμή». Στις περιπτώσεις της νεκρής εποχής μπορεί να έχουμε διακοπή της λειτουργίας των εγκαταστάσεων υποδοχής και μέσων συγκοινωνίας ή τη μείωση των σχετικών τιμολογίων για να προσελκύουμε όσο το δυνατό περισσοτέρους τουρίστες για αυτή την εποχή.

Μπορούμε να εκφράσουμε την τουριστική εποχικότητα με την διαμόρφωση των λεγομένων τουριστικών περιόδων που είναι τρεις:

- Η περίοδος αιχμής που καλύπτει τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο για το βόρειο ημισφαίριο και τους μήνες Ιανουάριο και Φεβρουάριο για το νότιο ημισφαίριο.
- Η ενδιάμεση περίοδος που καλύπτει τους μήνες Μάιο, Ιούνιο, Σεπτέμβριο και Οκτώβριο (δυο μήνες πριν και δυο μήνες μετά την περίοδο αιχμής) για το βόρειο ημισφαίριο και τους μήνες Νοέμβριο, Δεκέμβριο, Μάρτιο και Απρίλιο για το Νότιο.
- Η νεκρή περίοδος που καλύπτει τους μήνες Νοέμβριο, Δεκέμβριο, Ιανουάριο, Φεβρουάριο, Μάρτιο και Απρίλιο για το βόρειο ημισφαίριο και τους μήνες Μάιο, Ιούνιο, Ιούλιο, Αύγουστο, Σεπτέμβριο και Οκτώβριο για το νότιο (οι 6 χειμερινοί μήνες).

Σε τοπική κλίμακα, η εποχή των διακοπών παίζει πρωταγωνιστικό ρολό στην τυπολογία των μορφών του τουρισμού. Οι περισσότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχουν έντονο εποχικό χαρακτήρα και πολλές από αυτές υπάρχουν γιατί υπάρχουν οι κατάλληλες εποχές.

- Ο θερινός τουρισμός, ο παραθεριστικός τουρισμός και ο παράκτιος τουρισμός υπάρχουν γιατί υπάρχει το καλοκαίρι.
- Ο χειμερινός τουρισμός, ο τουρισμός παραχείμασης, ο χιονοδρομικός τουρισμός και ο τουρισμός χειμερινών σπόρ υπάρχουν γιατί υπάρχει χειμώνας.
- Ο θαλάσσιος τουρισμός γίνεται κυρίως κατά την διάρκεια του καλοκαιριού γιατί τότε οι θάλασσες είναι πιο ήρεμες.
- Ο αγροτουρισμός αναπτύσσεται περισσότερο την άνοιξη και το καλοκαίρι γιατί τότε γίνονται οι περισσότερες γεωργικές εργασίες.
- Ο περιπατητικός, ο οικολογικός και ο φυσιογνωστικός αναπτύσσονται το καλοκαίρι, την άνοιξη και το φθινόπωρο για να αποφεύγεται ο χιονοσκεπασμένος χειμώνας.
- Ο μαζικός τουρισμός, εκδηλώνεται το καλοκαίρι.

Και άλλες μορφές τουρισμού, ενώ μπορούν να αναπτυχθούν σε όλες τις εποχές του έτους, όπως ο επαγγελματικός, ο αθλητικός, ο τουρισμός πόλεων, τουρισμός υγειάς και ο πολιτιστικός τουρισμός, συνήθως εκδηλώνονται το καλοκαίρι.
Ο μόνος τουρισμός που δεν ακολουθεί τις εποχές του έτους είναι ο θρησκευτικός τουρισμός που ακολουθεί το εορτολόγιο της κάθε θρησκείας και τουρισμός επιστροφής στις ρίζες που συνδυάζεται με τον θρησκευτικό η γίνεται περιστασιακά.(Σφακιανάκης Μ., 2000)

2.4.5. Μορφές τουρισμού προσδιοριζόμενες από τον παράγοντα τουριστικός προορισμός.

Μπορούμε να πούμε ότι οι περισσότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού πήραν το όνομα τους από το όνομα του τουριστικού προορισμού που φιλοξενεί τους τουρίστες της κάθε μορφής.

Έτσι η θάλασσα φιλοξενεί το θαλάσσιο τουρισμό, οι ακτές τον παράκτιο, οι λίμνες τον παραλίμνιο, οι ποταμοί τον παραποτάμιο, τα όρη τον ορεινό, η ύπαιθρος τον τουρισμό υπαίθρου, τα αθλητικά κέντρα τον αθλητικό, τα πολιτιστικά κέντρα τον πολιτιστικό, ο τόπος των θρησκευτικών μνημείων και των εκκλησιών το θρησκευτικό, οι αγροί τον αγροτουρισμό κ.λ.π.

Ένας προορισμός μπορεί να χαρακτηριστεί τουριστικός όταν δέχεται και φιλοξενεί τουρίστες κατά την διάρκεια των διακοπών τους. Για να προσελκύσει τους τουρίστες αυτός ο τόπος πρέπει να διαθέτει ορισμένα στοιχειά έλξης και ικανοποίησης τους, τα αποκαλούμενα τουριστικά θέλγητρα, συνήθως τα στοιχειά αυτά είναι φυσικά, κλιματολογικά, γεωγραφικά, και οικονομικά στοιχεία, σημαντικά πολιτιστικά και κοινωνικά στοιχεία, αλλά και τα απαραίτητα ανθρωπογενή τουριστικά στοιχεία και κυρίως την κατάλληλη τουριστική υποδομή στην ευρεία της έννοια, δηλαδή υποδομή που να εξυπηρετεί ολόκληρο το τουριστικό κύκλωμα.

Η κατηγοριοποίηση των τουριστικών προορισμών στηρίζεται στο κριτήριο της γεωγραφικής θέσης, έτσι μπορούμε να τους διακρίνουμε σε τουριστικούς προορισμούς που βρίσκονται σε παράκτιες, σε ορεινές περιοχές, σε αστικές περιοχές, σε πολιτιστικές περιοχές, και στις φυσικές περιοχές που προστατεύονται άμεσα η έμμεσα (εθνικοί δρυμοί, πάρκα αγρίων ζωών, πάρκα αναψυχής κ.λ.π).

Αξίζει να τονιστεί ότι οι τουριστικοί προορισμοί παράγουν τουριστικά προϊόντα (τουριστική υποδομή) που δεν μεταφέρονται και δεν αποθηκεύονται αλλά καταναλώνονται επί τόπου και για να τα απολαύσουν οι τουρίστες πρέπει να μεταβούν στους τουριστικούς προορισμούς. Αυτά τα προϊόντα αξιοποιούν τους τουριστικούς προορισμούς οι οποίοι όταν δεν τα παράγουν δεν είναι τουριστικοί προορισμοί.

Μπορούμε να αναφέρουμε ότι ένας τουριστικός προορισμός χάνει την τουριστική του παραγωγικότητα από την αναποτελεσματική και απρογραμμάτιστη τουριστική ανάπτυξη, από την συγκέντρωση, χρονικά και τοπικά, υπερβολικού τουριστικού βάρους, από την περιβαλλοντική του αλλοίωση και από την υπερεκμετάλλευση του. Για να καταπολεμηθεί αυτός ο κίνδυνος της απαξίωσης του τουριστικού προορισμού,

υιοθετείται ο αειφόρος τουρισμός που αντιπροσωπεύει την αειφορική τουριστική ανάπτυξη, αυτή η ανάπτυξη εξασφαλίζει την ικανότητα του τουριστικού προορισμού να παράγει εξακολουθητικά τα προϊόντα από τα οποία και χαρακτηριστικέ σαν τουριστικός.(Σφακιανάκης Μ., 2000)

2.4.6. Μορφές τουρισμού προσδιοριζόμενες από τον παράγοντα «Λόγος» (σκοπός) Τουριστικού Ταξιδιού

Σε αυτή την κατηγορία ανάλογα με τον σκοπό ο τουρισμός παίρνει και την ανάλογη μορφή,οι μορφές είναι:

1. Ανάπαυση, αναψυχή, ψυχαγωγία -Τουρισμός διακοπών
2. Περιήγηση -Περιηγητικός
3. Μόρφωση, εκπαίδευση -Εκπαιδευτικός
4. Σπουδές- Σπουδαστικός
5. Άθληση , Αθλοπαιδιά -Αθλητικός, χειμερινών σπορ.
6. Περπάτημα -Περιπατητικός
7. Θεραπεία, Λόγοι υγειάς -Θεραπευτικός, τουρισμός υγειάς
8. Ιαματικά λουτρά- Ιαματικός
9. Θρησκεία -Θρησκευτικός
10. Επάγγελμα- Επαγγελματικός
11. Συμμετοχή σε συνέδριο -Συνεδριακός
12. Επίσκεψη ή συμμετοχή σε έκθεση -Εκθεσιακός
13. Παρακίνηση εργαζομένων- Τουρισμός κινήτρων
14. Τουρισμός Περιπέτειας, τουρισμός μεγάλων συγκινήσεων
15. Επίσκεψη πόλεων- Αστικός
16. Επίσκεψη πολιτιστικών κέντρων- Πολιτιστικός
17. Επίσκεψη φυσικών τοπιών -Φυσιολατρικός
18. Απόκτηση γνώσεων για την φύση -Φυσιογνωστικός
19. Επαφή με το περιβάλλον- Οικοτουρισμός
20. Φιλοξενία -Τουρισμός φιλοξενίας
21. Επιστροφή στις ρίζες- Τουρισμός επιστροφής στο παρελθόν

22. Γαμήλιο ταξίδι- Τουρισμός νεόνυμφων
23. Γνωριμία με αγρότες και την αγροτική ζωή -Αγροτουρισμός
24. Απόλαυση του χειμώνα -Χειμερινός
25. Απόλαυση του θέρους -Θερινός
26. Απόλαυση της θάλασσας -Θαλάσσιος
27. Αποφυγή του χειμώνα -Τουρισμός παραχείμασης
28. Αποφυγή του θέρους -Παραθεριστικός
29. Παρατήρηση χλωρίδας
30. Πανίδας- Τουρισμός παρατήρησης πουλιών
31. Κυνήγι- Κυνηγετικός
32. Κυνήγι αγρίων ζωών -Τουρισμός Σαφάρι
33. Κολύμπι , μαύρισμα, παράκτια παιγνίδια -Παράκτιος ή τουρισμός των 4s - Φλερτ (sea, sun, sand, sex)
34. Γυμνισμός -Γυμνιστικός
35. Συμμετοχή στο τουριστικό μπούγιο -Μαζικός τουρισμός
36. Έρωτας -Ερωτικός τουρισμός
37. Τεμπελιά, ξεγνοιασιά, χαλάρωση, απομόνωση -Τουρισμός switch off ή relax
38. Επίσκεψη κοσμοπολίτικων κέντρων- Κοσμοπολίτικος Αγορές κατά την διάρκεια Εκπτώσεων- Τουρισμός αγορών
39. Ικανοποίηση προσωπικών αναγκών- Όλες οι μορφές τουρισμού
40. Αποφυγή αστικού περιβάλλοντος –Τουρισμός , υπαίθρου, αγροτουρισμός (Σφακιανάκης Μ., 2000),(Μελάκη Ε.,2007)

2.5. ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Με τον όρο μαζικός τουρισμός που αποτελεί και την επικρατέστερη μέχρι σήμερα μορφή τουρισμού, γίνεται αναφορά «στην οργανωμένη μετακίνηση μιας ομάδας ατόμων για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα και συνήθως για παραθαλάσσιες διακοπές » ενώ η επικράτηση του οφείλεται κυρίως «στο γεγονός ότι εξαιτίας των οργανωτικών και τεχνολογικών καινοτομιών προσέφερε πολύ χαμηλό κόστος μεταφοράς και διαμονής ανά επισκέπτη, κάνοντας το πολύ πιο δελεαστικό και προσιτό οικονομικά σε ένα μεγάλο αριθμό ατόμων» (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

Εξάλλου αξίζει να σημειωθεί συμπληρωματικά ότι ο μαζικός τουρισμός «είναι ο γιος της ταχύτητας και της δημοκρατίας, που είναι αναπόσπαστα μέλη της βιομηχανικής εξέλιξης, της οποίας εξολοκλήρου ακολούθησε τα βήματα» (Siegfried, 1995)

Ο μαζικός τουρισμός είναι ο τουρισμός των μεγάλων αριθμών και αποτελεί την κυρίαρχη έκφραση της τουριστικής δραστηριότητας του αστικού πληθυσμού των ανεπτυγμένων χωρών μετά το Β' παγκόσμιο πόλεμο. Πρόκειται για το φαινόμενο που εκφράζει την ανάγκη του ανθρώπου για ψυχαγωγία, ανάπαυση φυγή από την καθημερινότητα και συνδέεται με νέες αξίες που έχουν γίνει αποδεκτές από τις σύγχρονες κοινωνίες.

Η αύξηση του τουρισμού μεταπολεμικά συνδέεται άμεσα ή έμμεσα με τους εξής παράγοντες:

- Μεγάλη και σταθερή αύξηση του εισοδήματος.
- Αύξηση του ελευθέρου χρόνου.
- Βελτίωση και επέκταση των μεταφορικών μέσων, ιδίως του αυτοκινήτου και του αεροπλάνου καθώς και του οργανωμένου τουρισμού. - Ο οργανωμένος τουρισμός κατόρθωσε με τις φθηνές τιμές που προσφέρουν οι ταξιδιωτικοί οργανισμοί, να μαζικοποιήσει τον τουρισμό.
- Εδραίωση του «κράτους πρόνοιας», το οποίο με τις ετήσιες αμειβόμενες άδειες και τη σύνταξη βελτίωσε το οικονομικό επίπεδο των εργαζομένων.

Όμως ο οργανωμένος - μαζικός τουρισμός αντιμετωπίζει έντονη κριτική ιδίως τα τελευταία χρονιά, από τους παρατηρητές και ερευνητές που ασχολούνται με την ανάπτυξη του, εξαιτίας των προβλημάτων που προκαλεί στις κοινωνίες υποδοχής. Ιδιαίτερη έμφαση δίδεται στα κοινωνικά, περιβαλλοντικά και πολιτισμικά προβλήματα που επιφέρει.

Τα πιο σημαντικά από αυτά εντοπίζονται στις στάσεις και αντιλήψεις του τοπικού πληθυσμού ο οποίος χάνει σταδιακά την πολιτιστική και τοπική του ιδιαιτερότητα και αλλοτριώνεται σε μια μαζική ομοιομορφία. Επίσης οι πιέσεις και οι εντάσεις στον πληθυσμό (θόρυβο, πολυκοσμία), η απώλεια των δικαιωμάτων ιδιοκτησίας και η

μόλυνση διάφορων μορφών (πυρκαγιές στα δάση για ανέργεση ξενοδοχείων, μόλυνση των υδάτων από ανυπαρξία αποχετευτικού δικτύου κ.λπ.) που ο μαζικός τουρισμός μπορεί να προκαλέσει. Τέλος αναφέρουμε τον υποβιβασμό της αισθητικής, την έλλειψη του ελέγχου και τα ειδικά προβλήματα, αλλά και την κακοπληρωμένη εποχιακή εργασία τις αυξήσεις των τιμών, αγαθών, και συντελεστών παραγωγής (εργασία αγαθών, γης, φόρων) που επιβαρύνουν οικονομικά κυρίως τον ντόπιο πληθυσμό.

Οι αρνητικές επιπτώσεις για το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον και τις παραδοσιακές κοινωνίες στις χώρες ή στις περιοχές υποδοχής τουριστών, οδήγησε σε διεθνή επανεξέταση της άποψης ότι ο τουρισμός έχει αυτονόητα θετικά αποτελέσματα. Αντίθετα πολλοί σήμερα εκτιμούν ότι τα βραχυχρόνια οικονομικά οφέλη τελικά δεν αντισταθμίζουν το υψηλό κοινωνικό και περιβαλλοντικό κόστος.

Ο μαζικός τουρισμός αποτελεί μια μορφή τουρισμού εχθρική προς το περιβάλλον και εκφράζεται συνήθως με μεγάλες σε μέγεθος τουριστικές δραστηριότητες που έχουν σαν σκοπό την μεγιστοποίηση του κέρδους αδιαφορώντας για τις επιπτώσεις στο περιβάλλον. Η αιτία των επιπτώσεων αυτών ήταν η απρογραμμάτιστη και μη ελεγχόμενη τουριστική ανάπτυξη προκειμένου να αντιμετωπιστεί η αυξημένη τουριστική ζήτηση σε τόσο μικρό χρονικό διάστημα αφενός και αφετέρου η μη υιοθέτηση μέτρων για την προστασία του φυσικού - πολιτιστικού - κοινωνικού - οικονομικού περιβάλλοντος.

Η επικράτηση αυτού του τύπου οφείλεται ακριβώς στο γεγονός ότι εξαιτίας των οργανωτικών και τεχνολογικών καινοτομιών προσέφερε πολύ χαμηλό κόστος μεταφοράς και διαμονής ανά επισκέπτη, κάνοντας το περισσότερο δελεαστικό και προσιτό οικονομικά σ' ένα μεγάλο αριθμό ατόμων.

Πρόσφατα ωστόσο, παρατηρείται κάποια μεταστροφή των προτιμήσεων των τουριστών και αντίστοιχη της προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών προς πιο ανεξάρτητες μορφές, προσαρμοσμένες στα ιδιαιτέρα ενδιαφέροντα του κάθε τουρίστα για επαφή με την φύση (φυσιολατρικός τουρισμός), αναζήτηση πολιτισμικών δραστηριοτήτων (πολιτιστικός τουρισμός), έντονη άσκηση ή ενασχόληση με αθλητισμό (αθλητικός τουρισμός), συμμετοχή σε επιστημονικές και

άλλες εκδηλώσεις (συνεδριακός τουρισμός), αναζήτηση εναλλακτικών τρόπων ζωής (οικοτουρισμός , αγροτουρισμός) και διαφορές άλλες ειδικές μορφές.

Για να αντιμετωπιστούν τα προβλήματα αυτά, άρχισαν οι εμπλεκόμενοι φορείς του τουρισμού να σκέφτονται την ιδέα του εναλλακτικού τουρισμού. Οι πολυεθνικές εταιρίες που σήμερα διακινούν το μεγαλύτερο μέρος του μαζικού τουρισμού ή διαχειρίζονται μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες με ντόπια ή διεθνή συμφέροντα έχουν καταλάβει τις επιπτώσεις στο περιβάλλον από την μετακίνηση τόσων ανθρώπων και προσπαθούν με διάφορες εκδηλώσεις να δώσουν λύση, στις κακές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού.

Έτσι δημιουργούν οικολογικές μονάδες παραγωγής προϊόντων για την διατροφή των πελατών τους, αναλαμβάνουν την καθαριότητα της περιοχής τους, υιοθετούν εθνικούς δρυμούς ή οικολογικά πάρκα, προστατεύουν τυχόν περιοχές διαχείμασης πουλιών και ζώων (προστασία θαλάσσιας χελώνας), αναλαμβάνουν την φύλαξη ή την συνέχιση αρχαιολογικών ανασκαφών που βρίσκονται κοντά τους και γενικά επιδεικνύουν μια ευαισθησία που λογικά θα έπρεπε να ήταν κρατική μεριμνά.
Στην προσπάθεια υλοποίησης του εναλλακτικού τουρισμού σημαντική θέση έχουν ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (W.T.O), Ευρωπαϊκή Ένωση, οι Εθνικοί τουριστικοί φορείς (Υπουργείο ανάπτυξης, ΕΟΤ), αλλά και οι ιδιωτικοί φορείς.(Κοκκώσης Χ. – Παρπαίρης Α. ,1995),(Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001)

2.6. ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Εναλλακτικός είναι αυτός που προκαλεί ή δέχεται εναλλαγή, δηλαδή διαδοχική αλλαγή ή αντικατάσταση από κάποιον άλλον και αντίθετα.
Εναλλακτική μορφή είναι μια μορφή από πολλές άλλες παρόμοιες που έχουν τη δυνατότητα εναλλαγής.

Εναλλακτική μορφή Τουρισμού είναι, κατ' αναλογία και κατ’ επέκταση, μια από τις πολλές μορφές τουρισμού που υπάρχουν, που μπορεί να αντικατασταθεί ή να αντικαταστήσει κάποια άλλη μορφή.

Τα τελευταία χρόνια έχει αυξηθεί το ενδιαφέρον για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού από τουριστικούς επενδυτές και φορείς ανάπτυξης που δεν είναι ικανοποιημένοι από τη μαζικοποίηση της τουριστικής διακίνησης και τις επακόλουθες αρνητικές της συνέπειες

Ο εναλλακτικός τουρισμός προσδιορίζεται από εκείνες τις μορφές τουρισμού, οι οποίες συνδέονται με τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές κοινοτικές αξίες που επιτρέπουν τόσο στους «οικοδεσπότες» όσο και στους «φιλοξενούμενους» να απορροφούν τις θετικές αλληλεπιδράσεις και να μοιράζονται εμπειρίες. Ο εναλλακτικός τουρισμός όπως και η «αειφόρος ανάπτυξη» είναι έννοιες που χρησιμοποιήθηκαν ευρύτατα τα τελευταία χρόνια, καθότι εισάγουν καινούργια προσέγγιση και φιλοσοφία σε ένα παλιό πρόβλημα, προϋποθέτοντας εκδήλωση ενεργού ενδιαφέροντος εκ μέρους τόσο των «φιλοξενούμενων» όσο και των «οικοδεσποτών».

Σύμφωνα με τον Butler (1990) οι εναλλακτικοί τόποι τουρισμού (και τουρίστα) επιφέρουν λιγότερες αρνητικές συνέπειες στους προορισμούς υποδοχής τουριστών χωρίς όμως να μειώνουν τα θετικά οικονομικά αποτελέσματα, πραγματικότητα επιθυμητή από όλους όσους βρίσκονται σε θέσεις κλειδιά στην τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής καθώς και τον ντόπιο πληθυσμό. Ενδεικτικά ο Fennell (2001) σημειώνει: οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού δίνουν την ευκαιρία στις χώρες να εκμηδενίσουν τις εξωγενείς επιδράσεις, να αναπτύξουν τη δική τους υποδομή και ανωδομή, ώστε να συμμετέχουν οι ίδιες στην ορθολογική ανάπτυξη τους - ουσιαστικά να κερδίσουν τη μάχη σε σημαντικά θέματα, αντί να τα παραχωρούν όλα σε ξένους επιχειρηματίες και ξένους θεσμικούς παράγοντες του τουριστικού χώρου.

Πολλοί συγγραφείς, όπως οι Cazes (1989), Himmetoglu (1992), θεωρούν τον εναλλακτικό τουρισμό ως μια σύγχρονη μορφή ανάπτυξης που έχει ερμηνευτεί σε σχέση με άλλες εκφράσεις όπως: «κατάλληλος», «οίκο-», «ήπιος», «υπεύθυνος», «ελεγχόμενος», «χαμηλών προσκρούσεων», «ευγενής», «μικρής κλίμακας», «διαφορετικός», «επιδέξιος», «παρορμητικός», «αντιτουρισμός», «συμμετοχικός» και «πράσινος».

Όλες όμως οι παραπάνω εκφράσεις γενικεύουν και δεν μας δίνουν μια ολοκληρωμένη έννοια του εναλλακτικού τουρισμού, όπως έχει παρουσιαστεί από τον Inskeep (1991) και παρατίθεται παρακάτω:
Ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μικρής κλίμακας, μη συμβατικής φύσης, μη μαζικής εξειδίκευσης καθώς και κοινωνικά και περιβαλλοντολογικά ευαίσθητος και γεμάτος σεβασμό, σε αντίθεση με το συμβατικό τύπο μαζικού τουρισμού σε μεγάλα θέρετρα.

Συνεπώς ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μια διαδικασία που προωθεί μια μορφή ταξιδιού, φιλική προς το περιβάλλον, επιτρέποντας θετικές κοινωνικές αλληλεπιδράσεις και από κοινού βιώματα μεταξύ των μελών διαφορετικών κοινωνιών.

Ωστόσο δεν υπάρχει ένας ορισμός του εναλλακτικού τουρισμού αποδεκτός σε διεθνές επίπεδο από όλους εκείνους που με τον έναν η με τον άλλο τρόπο εμπλέκονται στην υπόθεση της «βιομηχανίας» του τουρισμού. Ορισμένοι ερευνητές υποστηρίζουν ότι οποιαδήποτε άλλη μορφή εκτός από το μαζικό τουρισμό αποτελεί τον εναλλακτικό τουρισμό, ο οποίος υπόσχεται στους τουρίστες κάτι διαφορετικό από το μαζικό τουρισμό ενώ άλλοι προσπαθούν να τον ταξινομήσουν, διαφοροποιώντας κυρίως τα άτομα η τις καταστάσεις στα οποία αναφέρεται.

Υπάρχει όμως ένας αριθμός συνισταμένων του εναλλακτικού τουρισμού οι οποίες είναι γενικά αποδεκτές:

- Η πρώτη αφορά το γεγονός ότι ο εναλλακτικός τουρισμός εφαρμόζεται σε εκείνες τις μορφές τουρισμού, οι οποίες δεν καταστρέφουν το περιβάλλον και δεν επιφέρουν τις αρνητικές επιπτώσεις που προκαλεί ο μαζικός τουρισμός στις περιοχές που αναπτύσσεται.
- Η δεύτερη αναφέρεται στο ότι ο εναλλακτικός τουρισμός θεωρήθηκε, μικρή κλίμακα ανάπτυξης του τουρισμού, που προέρχεται και οργανώνεται από τον τοπικό πληθυσμό η τους τοπικούς φορείς (ενδογενούς ανάπτυξη). Ο τρόπος αυτός της ανάπτυξης αφενός επιφέρει λιγότερες αρνητικές επιπτώσεις-κοινωνικές και πολιτισμικές- και αφετέρου έχει μεγαλύτερες πιθανότητες ευνοϊκής αποδοχής από τον τοπικό πληθυσμό από ότι ο μαζικός τουρισμός.

- Η τρίτη αφορά στο γεγονός ότι μερικές μορφές τουρισμού θεωρούνται εναλλακτικές, διότι δεν εκμεταλλεύονται τον τοπικό πληθυσμό. Συγκεκριμένα, τα οικονομικά οφέλη από τις τουριστικές δραστηριότητες διοχετεύονται κυρίως προς τους μονίμους κατοίκους της περιοχής η προς τις μειονεκτικές περιοχές και οχι προς τις πόλεις η τις άλλες χώρες, όπως συμβαίνει με το μαζικό τουρισμό.
- Τέλος ο τουρισμός που δεν καταστρέφει τον πολιτισμό της κοινωνίας υποδοχής συνήθως ονομάζεται εναλλακτικός, διότι εκτός των άλλων προσπαθεί ενεργά να ενθαρρύνει το σεβασμό προς την πολιτισμική πραγματικότητα δια μέσου της εκπαίδευσης, της επιμόρφωσης και γενικότερα των οργανωμένων «συναντήσεων».

Ο τουριστικός κλάδος αποτελεί αναμφισβήτητα έναν από τους μεγαλύτερους οικονομικούς κλάδους στον κόσμο. Όπως όμως είναι γνωστό, ο συμβατικός μαζικός τουρισμός, αναπτυσσόμενος άναρχα, προκαλεί έντονες επιβαρύνσεις στο φυσικό περιβάλλον, σπαταλά τους φυσικούς πόρους, αλλοιώνει το δομημένο περιβάλλον και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των περιοχών, ενώ ένα άλλο χαρακτηριστικό του είναι η άνιση περιφερειακή κατανομή των κερδών μεταξύ των διαφόρων περιοχών.

Η κατάσταση αυτή, σε συνδυασμό με την ευαισθητοποίηση των πολιτών στα περιβαλλοντικά προβλήματα που δημιουργεί ο μαζικός τουρισμός, οδήγησε στην ανάγκη για ανάπτυξη νέων, ήπιων μορφών τουρισμού, που συμβάλλουν στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτισμικής κληρονομιάς, ενώ παράλληλα ενισχύουν το εισόδημα των κατοίκων στις περιοχές-προορισμούς.

Οι εναλλακτικές αυτές μορφές τουρισμού συνθέτουν ένα νέο πρότυπο αειφορικής τουριστικής ανάπτυξης, οι σημαντικότερες μορφές του οποίου γενικά είναι ο οικοτουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο γαστρονομικός τουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο φυσιολατρικός και περιπατητικός τουρισμός, ο ορειβατικός τουρισμός, ο χειμερινός τουρισμός, ο θαλάσσιος τουρισμός, ο αθλητικός τουρισμός, ο εκπαιδευτικός τουρισμός, ο συνεδριακός τουρισμός, ο τουρισμός υγείας κ.λπ.

Πρέπει ωστόσο να αναφερθεί ότι συχνά γίνεται δυσδιάκριτος ο διαχωρισμός των εναλλακτικών μορφών τουρισμού τόσο με τον μαζικό τουρισμό, όσο και μεταξύ τους. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού διαφέρουν από τον μαζικό τουρισμό όταν:

- Είναι μικρής, ελεγχόμενης και ρυθμιζόμενης κλίμακας
- Ενισχύουν οικονομικά και κοινωνικά τις τοπικές κοινωνίες
- Ελαχιστοποιούν τις αρνητικές επιδράσεις στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον
- Έχουν ποικιλία δραστηριοτήτων σε ατομική βάση
- Στηρίζονται σε βιώσιμα πρότυπα ανάπτυξης

(Σφακιανάκης Μ., 2000),(Roger Doswell,2002)

2.7. ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΝΑΝΤΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η σύγκριση των δυο μορφών τουρισμού ποικίλει ανάλογα με τον τρόπο προσέγγιση της. Και αυτό έγκειται στο γεγονός της διαφορετικής αντίληψης των δρώντων του τουρισμού.
Οι τουριστικοί επιχειρηματίες τάσσονται υπέρ του μαζικού τουρισμού αφού αυτοί τον μεγέθυναν και τον ανέπτυξαν λόγω των τεράστιων κερδών που αποκομίζουν από την πώληση των τουριστικών προϊόντων.

Πίνακας 29.: **Σύγκριση του μαζικού και του εναλλακτικού τουρισμού**

Α/Α	Μορφή τουρισμού	ΜΑΖΙΚΟΣ	ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ
1.	Τύπος ταξιδιού	Ομαδικός	Ατομικό, οικογενειακό, φιλικό
2.	Διάρκεια ταξιδιού	Τουριστικό πακέτο	Επιθυμία τουριστών
3.	Μέσα μεταφοράς	Charters	Επιθυμία τουριστών
4.	Πρόγραμα ταξιδιού	Οργανώνεται από το ταξιδιωτικό γραφείο και δεν μπορεί να μεταβληθεί	Επιθυμία και βούληση των τουριστών και μεταβάλλεται από τους ιδίους.
5.	Χαρακτήρας ταξιδιού	Παθητικό και άνετο	Κουραστικό και Ενεργητικό
6.	Προετοιμασία ταξιδιού	Μικρή	Μεγάλη
7.	Γνώση της γλωσσάς του τουριστικού προορισμού	Δεν απαιτείται	Απαιτείται η γνώση της γλωσσάς
8.	Σκοπόςταξιδιού	Παθητικός(ξεκούραση)	Ενεργητικός(Εμπειρίες – Γνώση)
9.	Καταναλωτικές συνήθειες	Καλύτερα ψώνια	Αναμνηστικά, Δώρα
10.	Εντυπώσεις	Postcards	Φωτογραφίες, πίνακες

11.	**Αντιμετώπιση τοπικού πολιτισμού**	**Με περιέργεια**	**Με ενδιαφέρον**
12.	**Επαφές με τον ντόπιο πληθυσμό**	**Απρόσωπες**	**Φιλικές, προσωπικές**
13.	**Παρουσία μορφής**	**Τουριστικό Μπούγιο**	**Σιωπηλά**
14.	**Μορφή ταξιδιού**	**4S (sun, sand, sea, sex)**	**3Φ(φιλία,φύση, φιλοξενία)**
15.	**Τήρηση χρονολογιών**	**Αυστηρή τήρηση**	**Επιθυμία και βούληση των τουριστών**
16.	**Πωλήσεις (Marketing)**	**Πωλήσεις συμφωνά με τους όρους της αγοράς.**	**Πωλήσεις σε συνάρτηση με τις επιθυμίες**
17.	**Δαπάνη**	**Μικρή**	**Μεγάλη**
18.	**Ασφάλεια ταξιδιού**	**Εξασφαλισμένη**	**Ανάλογη με την ικανότητα των τουριστών**
19.	**Ψυχολογία τουριστών**	**Ομαδική**	**Ατομική, ανεξάρτητη, ελεύθερη**
20.	**Εμπειρίες**	**Ελάχιστες**	**Ζωηρές, πρωτόγνωρες**
21.	**Ανέσεις**	**Πολλές**	**Λίγες**

Από την παραπάνω ανασκόπηση κατανοούμε ότι ο εναλλακτικός τουρισμός θεωρείται ως διαμετρικά αντίθετος του μαζικού, με τον εναλλακτικό να εμφανίζεται ως καλός και ο μαζικός ως κακός (Lane 1993, Pearce 1992). Όπως έχουν αποκαλύψει πολλοί μελετητές, η πλειοψηφία των αρνητικών συνεπειών της τουριστικής ανάπτυξης προκύπτει από το μαζικό τουρισμό, για το λόγο ότι συγκεντρώνει μεγάλο αριθμό τουριστών, απαιτεί επενδύσεις μεγάλης κλίμακας και λιγότερη συμμετοχή της

ντόπιας κοινωνίας στην αναπτυξιακή διαδικασία (Doggart & Doggart 1996). Οι αρνητικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού είναι πιο έκδηλες για τους τουριστικούς προορισμούς, γιατί ο μαζικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από συγκέντρωση υποδομής και τουριστών στο χρόνο και στον τόπο, εμφανιζόμενοι με λιγότερη ευαισθησία στους εγχώριους πλουτοπαραγωγικούς πόρους εξ' αιτίας του εντατικού τύπου τουριστικής ανάπτυξης και της συμπεριφοράς των τουριστών που προσελκύονται από φθηνές αγοραστικές επιλογές (Κοκκώσης και Παρπαΐρης 1996, Pearce 1989)

Παρόλο τις επιπτώσεις και τα μειονεκτήματα του ο μαζικός τουρισμός κατέχει παγκοσμίως το μεγαλύτερο κομμάτι της πίτας της τουριστικής βιομηχανίας με ποσοστό 90% έναντι του εναλλακτικού που κατέχει το υπόλοιπο 10%. Όμως η αριθμητική υπεροχή του εκφράζεται ποσοτικά και μη φιλικά ως προς το περιβάλλον που αναπτύσσεται, σε αντίθεση με τον εναλλακτικό ο οποίος είναι πιο φιλικός με το περιβάλλον και πιο ποιοτικός.

Άσχετα από την άποψη της κάθε πλευράς (υποστηρικτές μαζικού-εναλλακτικού) η ανάγκη για την επανατοποθέτηση της τουριστικής ανάπτυξης και σχεδιασμού είναι μονόδρομος. Και αυτό θα γίνει μέσα από τις συντονισμένες δράσεις όλων των σχετιζομένων με τον τουρισμό στην βάση μιας κοινής πολιτικής και στρατηγικής.

Έτσι σκοπός όλων δεν είναι η εξαφάνιση του μαζικού τουρισμού και η αντικατάσταση του από τον εναλλακτικό αλλά η μείωση των επιπτώσεων του μαζικού τουρισμού στο μέγιστο βαθμό και αυτό θα επιτευχθεί με την προσθήκη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού , μέσα από την ανάλυση των οποίων θα διαπιστώσουμε την αναγκαιότητα της εφαρμογής τους.

Συνεπώς τόσο η διεθνή όσο και η Ευρωπαϊκή Ένωση στρέφονται στην ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, οι οποίες αποβλέπουν στο σεβασμό του ανθρώπου και του περιβάλλοντος και επιμηκύνουν το διάστημα της τουριστικής περιόδου.

Τα πεδία εφαρμογής είναι εκεί οπού εμφανίζεται ο μαζικός τουρισμός , και οι περιοχές με αρχικά στάδια τουριστικής ανάπτυξης. Οι κυριότερες μορφές είναι ο Αγροτουρισμός ή ο τουρισμός υπαίθρου, ο Συνεδριακός , Αθλητικός, Θαλάσσιος

,Πολιτιστικός, Θρησκευτικός, Φυσιολατρικός τουρισμός , και τουρισμός υγειάς κ.λπ.(www.alternative.gr , Ριγγας Χρηστος ,2003)

2.8. ΤΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ

Η ομάδα των κινήτρων που οδηγούν σε εναλλακτικό τουρισμό συνδέεται άμεσα με πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης τα οποία διαφέρουν ριζικά από αυτά που έχει επιβάλλει ο οργανωμένος μαζικός τουρισμός. Συγκεκριμένα τα κίνητρα που ωθούν κάποιο άτομο σε «εναλλακτικό τύπο» ταξιδιού είναι διαφορετικά από τα κίνητρα του συνηθισμένου μαζικού τουρίστα που θεωρείται «απαθής», «λιγόψυχος», «νεοαποικιστής» και «άξεστος» (Cazes 1989).

Ο εναλλακτικός τουρίστας έχει διαφορετικής μορφής κίνητρα που μπορούν να νοηθούν ως αυτά του λεγόμενου ενεργητικού τύπου τουρισμού (περιπλάνηση, περίπατος, αναρρίχηση, τουρισμός «περιπέτειας»), εξερευνητικού χαρακτήρα και συνάντησης (ιστορικοί και αρχαιολογικοί χώροι, συναναστροφή με τους ντόπιους κατοίκους, τον αυτόχθων πολιτισμό και τα ήθη και έθιμα) και δεσμευτικό χαρακτήρα (εθελοντικές υπηρεσίες σε κράτη του εξωτερικού, προσφορά βοήθειας και ενίσχυσης, συμμετοχή σε αρχαιολογικές ανασκαφές, εργασιακές κατασκηνώσεις, κ.λ.π) (Cazes 1989).
Συνεπώς, στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού οι διακοπές δεν πραγματοποιούνται σαν μια μεμονωμένη προσπάθεια φυγής από την καθημερινότητα αλλά το ταξίδι αποκτάει κάποιο νόημα με κοινωνικές, πολιτιστικές, περιβαλλοντολογικές και εκπαιδευτικές προεκτάσεις. Συνοπτικά, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού «καταγράφουν την έμφαση που δίνεται στα κίνητρα που σχετίζονται με το περιβάλλον και την αυτονομία στο ταξίδι» (Τσάρτας 1996).

2.9. Ο ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ

Ο εναλλακτικός τουρίστας δεν μπορεί να θεωρηθεί ως «πελάτης» ή «καταναλωτής» αφού διαφέρει από τα καθιερωμένα πρότυπα του φθηνού μαζικού τουρισμού, ενώ είναι γεγονός ότι ο εναλλακτικός τουρισμός προσφέρει μια εναλλαγή από τον

καθιερωμένο τρόπο ζωής. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα που σχετικά με τους νεαρούς ταξιδιώτες του παρελθόντος που δεν αποδέχονταν για τον εαυτό τους τον όρο του τουρίστα, αλλά αυτοαποκαλούνταν «ταξιδευτές» και «κοσμογυρισμένοι», που ταξιδεύουν με σκοπό την αναζήτηση του αυθεντικού, ενώ όλοι οι άλλοι τους αποκαλούσαν άσκοπα περιφερόμενους, χίπις, τουρίστες του σακιδίου, γυφτοτουρίστες, κλπ. (Cohen 1973, 1979)

Οι εναλλακτικοί τουρίστες αποτελούν ένα τμήμα της αγοράς με διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά στα κίνητρα που τους ωθούν σε τουριστική μετακίνηση, τις δραστηριότητες τους κατά τη διάρκεια των διακοπών τους κλπ. Οι διαφορές των εναλλακτικών τουριστών από όλα σχεδόν τα άλλα είδη τουρισμού τείνει να τους απομονώνει σε ευδιάκριτες κατηγορίες που η κάθε μια απ' αυτές παρουσιάζει τις δικές της ιδιαιτερότητες.

Ο εναλλακτικός τουρίστας έχει τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

- Προσπαθεί να επισκέπτεται μέρη που δεν έχει πατήσει ανθρώπινο πόδι.
- Διεγείρεται από το αίσθημα της περιήγησης.
- Προσπαθεί να αποφύγει τον πολιτισμό για κάποιο χρονικό διάστημα.
- Προσπαθεί να δημιουργήσει κανάλια επικοινωνίας με τον ντόπιο πληθυσμό.
- Δεν επιζητάει την ύπαρξη τουριστικής υποδομής.
- Συλλέγει περισσότερες πληροφορίες πριν και κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του.
- Ταξιδεύει μόνος του ή σε μικρές ομάδες.
- Είναι καλά εκπαιδευμένος.
- Έχει περισσότερα έσοδα από το μέσο όρο.
- Τείνει να παραμένει σε μια χώρα για περισσότερες μέρες από τον παραδοσιακό τουρίστα.(Laarman & Durst 1987)

2.9.1. Ο τουριστικός προορισμός

Διαφοροποιητικό χαρακτηριστικό του εναλλακτικού τουρισμού είναι επίσης και η τοποθεσία που επισκέπτεται ο τουρίστας. Ο εναλλακτικός τουρισμός προωθεί επιθυμητές διαφορές μεταξύ προορισμών. Όπως σημειώνουν πολλοί συγγραφείς οι περισσότεροι τουριστικοί προορισμοί επικρίνονται για την αποστέρηση από τον τουρίστα της αυθεντικότητας του ταξιδιού με την επίδειξη πλαστών θέλγητρων που

έχουν κατασκευαστεί με μοναδικό σκοπό την τουριστική χρήση. Αντίθετα στον εναλλακτικό τουρισμό, ελκυστικά στοιχεία είναι το «νέο, πρωτοποριακό, παρθένο ή ανεξερεύνητο» του προορισμού που τον διαφοροποιούν από άλλες κορεσμένες τουριστικές περιοχές. Αξιοσημείωτο είναι ότι ο εναλλακτικός τουρίστας ελκύεται από ένα ιδανικά ονειρεμένο και ήσυχο περιβάλλον και από την ιδέα της συνάντησης με τον ντόπιο πληθυσμό, γεγονός που δεν συμβαδίζει με την αστικοποίηση του «μαζικού» τουριστικού προορισμού. Συνεπώς, ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί ως μια αντίδραση του τουρίστα στην εμπορευματοποίηση των διακοπών του και την προσπάθεια των τουριστικών προορισμών να παρουσιάζουν μια σειρά ψεύτικων γεγονότων ως αυτοχθόνων. (Ανδριώτης ,2003)

2.9.2. Συνεισφορά του εναλλακτικού τουρισμού στην τοπική ανάπτυξη

Τα τελευταία χρόνια εξαιτίας των αρνητικών σχολίων που αποδίδονται στο μαζικό τουρισμό, πολλά κράτη διαμορφώνουν την πολιτική τους προς την ενθάρρυνση πιο ήπιων (εναλλακτικών) μορφών τουρισμού, αναζητώντας έτσι μια λύση για τα μακροχρόνια προβλήματα που έχουν προκληθεί από την ανεξέλεγκτη τουριστική ανάπτυξη. Τα κίνητρα του εναλλακτικού τουρίστα και τα καταναλωτικά του πρότυπα, που κατευθύνονται στην αναζήτηση της αυθεντικότητας και στην συναναστροφή του με την παρθένα φύση και τον αυτόχθονα πολιτισμό, περικλείουν ιδιαίτερη σημασία στην προστασία της κοινωνίας, του πολιτισμού και του περιβάλλοντος της περιοχής υποδοχής τουριστών, συνεισφέροντας έτσι στην αειφόρο ανάπτυξη και στη μακροβιότητα των υπαρχόντων πόρων. Ως εκ τούτου, ο εναλλακτικός τουρισμός υποδεικνύει περιορισμούς αναφορικά με τη φέρουσα ικανότητα μιας τουριστικής περιοχής και μπορεί να θεωρηθεί ως τουρισμός μειωμένων αρνητικών επιπτώσεων. (Ανδριώτης ,2003)

Αυξημένη είναι μέσω του εναλλακτικού τουρισμού η διασύνδεση του τουριστικού τομέα με άλλους τομείς της οικονομίας, π.χ. γεωργία, κτηνοτροφία και χειροτεχνία. Απ' την άλλη, υπάρχει μειωμένη διαρροή χρημάτων από την τοπική οικονομία για λόγους όπως αγορά εισαγόμενων προϊόντων, εξάρτηση από ξένους οργανωτές ταξιδιών και απασχόληση αλλοδαπών στην ντόπια βιομηχανία, δημιουργώντας έτσι υψηλούς οικονομικούς δεσμούς σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο. Ντόπιοι επιχειρηματίες μικρών επιχειρήσεων μπορούν, με μέτριες δαπάνες, να συνεισφέρουν

αξιοσημείωτα στην οικονομική ανάπτυξη γιατί προμηθεύουν μικρότερες αγορές, αξιώνουν σχετικά μικρά κεφάλαια, χρησιμοποιούν ντόπιους πλουτοπαραγωγικούς πόρους και ακατέργαστα υλικά και δεν απαιτούν δαπανηρή και εξεζητημένη υποδομή (Gannon,1993).

Οι επενδύσεις μικρής κλίμακας που προωθούνται διαμέσου του εναλλακτικού τουρισμού διατηρούν τον έλεγχο της τουριστικής ανάπτυξης από τους ντόπιους κατοίκους και εξασφαλίζουν αυξημένα οικονομικά οφέλη. Ταυτόχρονα, οι μικρής κλίμακας επιχειρήσεις μπορούν να ενσωματωθούν με μεγαλύτερη ευκολία στο υπάρχον κοινωνικό-πολιτιστικό και οικονομικό περιβάλλον της κοινότητας, βοηθώντας πιο αποτελεσματικά την αειφόρο ανάπτυξη ενός προορισμού(Ανδριώτης ,2003)

2.10. ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

2.10.1. Αγροτουρισμός

Ο αγροτουρισμός, ως μία από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, επιδιώκει τη δημιουργία θετικών κοινωνικών, πολιτιστικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων και ανταποκρίνεται σε δύο ανάγκες. Η πρώτη είναι η ανάγκη των κατοίκων των αστικών κέντρων για επιστροφή στη φύση με σκοπό να ξεφύγουν από τις δυσκολίες της καθημερινής ζωής (Ιακωβίδου, 2002).

Σύμφωνα με έρευνες σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη το 1996 και 2000, αλλά και με βάση τη διεθνή βιβλιογραφία διαπιστώθηκε πως αυτοί που επιλέγουν τον αγροτουρισμό είναι κυρίως κάτοικοι πόλεων, οι οποίοι επιθυμούν να ξεφύγουν από την εξαντλητική καθημερινότητα της πόλης και να χαλαρώσουν για λίγες μέρες στην ύπαιθρο (Ιακωβίδου, 2006). Η δεύτερη ανάγκη αφορά τους αγρότες, οι οποίοι υπερνικούν το ρόλο τους ως παραγωγοί και ασχολούνται επιπλέον με τον τομέα των υπηρεσιών σε μία προσπάθεια να συμπληρώσουν το αγροτικό τους εισόδημα (Ιακωβίδου, 2002).

Ο όρος «αγροτουρισμός» ορίζεται ως «η δραστηριότητα που αναπτύσσεται στον αγροτικό χώρο από αγρότες κατά κύριο επάγγελμα που είναι μόνιμοι κάτοικοι μιας περιοχής και έχουν ως κύριο σκοπό την ενίσχυση του αγροτικού τους εισοδήματος και της τοπικής οικονομίας με την εκμετάλλευση μικρών τουριστικών καταλυμάτων (ενοικιαζόμενα δωμάτια, πανσιόν, ξενώνες, κάμπινγκ), την τροφοδοσία των τουριστικών μονάδων με προϊόντα τοπικής παραγωγής και την ανάπτυξη άλλων δραστηριοτήτων που συνδέονται συμπληρωματικά με τον τουρισμό» (Λαγός, Τομάρας, 2005)

Ο αγροτουρισμός ως εναλλακτική μορφή τουρισμού εμφανίσθηκε τη δεκαετία του 1960 στις ΗΠΑ με τη μορφή της φιλοξενίας σε αγροκτήματα και αγροτουριστικά καταλύματα και με τις παραλλαγές του γεωργικού τουρισμού και του αγροτικού τουρισμού (Σφακιανάκης, 2000).

Στη διεθνή πρακτική επικράτησε με δύο μορφές. Η πρώτη περιλαμβάνει διακοπές σε αγροκτήματα (farm house holidays) τα οποία σχετίζονται έντονα με τη γεωργική εκμετάλλευση. Η δεύτερη μορφή αγροτουρισμού είναι γνωστή ως "Bed & Breakfast" δηλαδή "κλίνη και πρωινό". Σ' αυτή την περίπτωση οι φιλοξενούμενοι μένουν σε ενοικιαζόμενα δωμάτια σε εξωαστικούς συνοικισμούς ή σε αγροτικά καταλύματα (αγροικίες) που βρίσκονται μέσα στον αγροτικό οικισμό (Λαγός, Τομάρας, 2005).

Στην Ελλάδα, η ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού καθυστέρησε. Μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 1970 δεν υπήρχε οργανωμένη μορφή αγροτουρισμού, χωρίς αυτό βέβαια να σημαίνει πλήρη απουσία καταλυμάτων στην ύπαιθρο(Παρταλίδου, 2005).

Τα πρώτα ουσιαστικά βήματα του αγροτουρισμού στην Ελλάδα έγιναν στις αρχές της δεκαετίας του '80, λίγο μετά την ένταξη της χώρας στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα το 1981, με τη θέσπιση ευρωπαϊκών και εθνικών κανονισμών και νόμων. Από την δεκαετία του '90 ο αγροτουρισμός έγινε γνωστός ως ο τουρισμός των 3Φ (Φύση, Φιλία, Φιλοξενία). Πολλές περιοχές της χώρας, εντάχθηκαν στο χάρτη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού ως αγροτουριστικοί προορισμοί και άρχισαν να έχουν ζήτηση από τους κατοίκους των μεγάλων αστικών κέντρων της χώρας (Ιακωβίδου, 2006).

2.10.2. Οικοτουρισμός

Ο οικοτουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που εμπνέεται κατά κύριο λόγο από τη φυσική ιστορία μιας περιοχής, συμπεριλαμβανομένης και της τοπικής κουλτούρας. Ο οικοτουρίστας επισκέπτεται μη ανεπτυγμένες περιοχές με πνεύμα εκτίμησης, συμμετοχής και ευαισθησίας. Δεν χρησιμοποιεί με καταναλωτικό τρόπο τους φυσικούς πόρους και την άγρια φύση, ενώ συμβάλλει ακόμα στη ζωή της περιοχής που επισκέπτεται μέσα από την προσωπική του εργασία ή την οικονομική του βοήθεια για τη διατήρηση της περιοχής και την οικονομική ευημερία των κατοίκων της. Η επίσκεψη θα πρέπει να ενισχύει την αφοσίωση και την εκτίμηση του οικοτουρίστα απέναντι στα οικολογικά θέματα γενικώς και στις ανάγκες της κοινότητας ειδικότερα (Fennel, 2001).

Επίσης, ο οικοτουρισμός εμπεριέχει την έννοια της διαχείρισης από την πλευρά της χώρας υποδοχής, η οποία δεσμεύεται για την προστασία και τη διατήρηση της περιοχής με τη συμμετοχή των ντόπιων κατοίκων, τη σωστή προβολή της περιοχής, την τήρηση των κανόνων για την προστασία του περιβάλλοντος και τη χρήση των εσόδων των επιχειρήσεων για τη χρηματοδότηση της διαχείρισης των φυσικών πόρων της περιοχής και της ντόπιας ανάπτυξης.

Σήμερα οι άνθρωποι δίνουν μια αυξανομένη προτεραιότητα στην οικολογική και περιβαλλοντική ποιότητα, όταν επιλέγουν ένα προορισμό. Επιζητούν καθαρό και υγιεινό περιβάλλον, καθαρό αέρα, δάση, καθαρά ποτάμια και λίμνες και ένα φυσικό τρόπο ζωής. Οι άνθρωποι που ζουν στις πόλεις, θέλουν να έχουν διαφορετικές εμπειρίες, θέλουν να γευτούν το μεγαλείο της φύσης. Έτσι, δημιουργήθηκαν προγράμματα τουριστικών μετακινήσεων με σκοπό να διαπιστωθούν βλάβες του περιβάλλοντος, αλλά και να το προστατέψουν. Πέρα από την προστασία, ο οικολογικός τουρίστας μπορεί να δραστηριοποιηθεί σε πεζοπορίες, αναρριχήσεις υποβρύχιες παρατηρήσεις, κανό, καγιάκ και ορειβατικό σκι. Ο οικοτουρισμός έχοντας σαν πελάτες του κυρίως οικολόγους, προσπαθεί να διευρύνει την πελατεία του, ευαισθητοποιώντας και άλλα άτομα προς τη μορφή αυτή του τουρισμού, αλλά και γενικά στο οικολογικό πρόβλημα.

Χρειάζεται όμως και η ανάλογη υποδομή, όπως η χάραξη μονοπατιών, χαρτογράφηση των περιοχών, αναστύλωση παλιών κτισμάτων λαϊκής αρχιτεκτονικής και παλιών γεφυριών, να γίνουν παρατηρητήρια για την καλύτερη παρατήρηση της χλωρίδας και της πανίδας και να εκπαιδευτούν κατάλληλα άτομα, που θα προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στους τουρίστες, αυτής της εναλλακτικής μορφής τουρισμού.

2.10.3. Πολιτισμικός τουρισμός

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι η εναλλακτική μορφή τουρισμού, που έχει σαν κύρια δραστηριότητα την επαφή, τη γνωριμία, τη γνώση και την απόλαυση του πολιτισμού των τουριστικών προορισμών, καθώς και τη συμμετοχή ή την παρακολούθηση διαφόρων πολιτιστικών εκδηλώσεων. Συγκεκριμένα, η τουριστική πολιτιστική δραστηριότητα εκδηλώνεται

- με επισκέψεις σε ιστορικά και αρχαιολογικά μνημεία, σε παραδοσιακούς οικισμούς και αίθουσες τέχνης,
- με παρακολουθήσεις συναυλιών, θεατρικών παραστάσεων και επιδείξεων παραδοσιακών χορών και
- με συμμετοχή σε εκδηλώσεις, όπως πανηγύρια, φεστιβάλ και σε κοινωνικές και πνευματικές δραστηριότητες (Σφακιανάκης, 2000).

Χαρακτηριστικό του πολιτιστικού τουρισμού είναι ότι συνδέεται με τις έννοιες της πολιτιστικής κληρονομιάς και του πολιτιστικού πλούτου του τουριστικού προορισμού, τα στοιχεία του οποίου χρησιμοποιεί σαν τουριστικά προϊόντα. Επίσης, συντελεί στην προβολή των πολιτιστικών χαρακτηριστικών του προορισμού και προκαλεί την ανάπτυξη, αναβίωση και προστασία των πολιτιστικών του στοιχείων. Συνάμα, προάγεται η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος.

Ο πολιτιστικός τουρισμός αναπτύσσεται παράλληλα με άλλες μορφές τουρισμού και απαραίτητη προϋπόθεση ανάπτυξης του είναι η ευαισθητοποίηση του τοπικού πληθυσμού και των τοπικών φορέων, καθώς και η εκπαίδευση τους σε θέματα διαχείρισης και προστασίας του πολιτιστικού πλούτου.

Οι τουρίστες που επιλέγουν αυτή τη μορφή τουρισμού είναι συνήθως μέσης και μεγάλης ηλικίας, υψηλού οικονομικού και κυρίως υψηλού μορφωτικού επιπέδου. Είναι άνθρωποι που ενδιαφέρονται για τον πολιτισμό, την ιστορία, τα ήθη και τα έθιμα άλλων λαών, τα γράμματα και τις τέχνες, καθώς και τις λαϊκές παραδόσεις. Γνωρίζουν τους περισσότερους από τους πολιτιστικούς πόρους του τουριστικού προορισμού που επιλέγουν και με τα ταξίδια τους επιβεβαιώνουν και εμπλουτίζουν τις γνώσεις τους.

Οι τουρίστες που επιλέγουν αυτή τη μορφή τουρισμού είναι συνήθως μέσης και μεγάλης ηλικίας, υψηλού οικονομικού και κυρίως υψηλού μορφωτικού επιπέδου. Είναι άνθρωποι που ενδιαφέρονται για τον πολιτισμό, την ιστορία, τα ήθη και τα έθιμα άλλων λαών, τα γράμματα και τις τέχνες, καθώς και τις λαϊκές παραδόσεις. Γνωρίζουν τους περισσότερους από τους πολιτιστικούς πόρους του τουριστικού προορισμού που επιλέγουν και με τα ταξίδια τους επιβεβαιώνουν και εμπλουτίζουν τις γνώσεις τους.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού εκτιμά ότι ο πολιτιστικός τουρισμός αναπτύσσεται με ρυθμό 15% τον χρόνο και ότι το 37% όλων των διεθνών ταξιδιών περιλαμβάνει ένα πολιτιστικό στοιχείο. Από την άλλη, ο μαζικός τουρισμός αναπτύσσεται με ρυθμό μόνο 8% τον χρόνο.

2.10.4. Επαγγελματικός τουρισμός

Ο επαγγελματικός τουρισμός είναι η δραστηριότητα των ατόμων τα οποία χρησιμοποιούν τις υποδομές και τις υπηρεσίες που ανήκουν στην τουριστική βιομηχανία για λόγους που σχετίζονται ή προέρχονται από το εργασιακό τους περιβάλλον.

Ο επαγγελματικός τουρισμός χωρίζεται σε τέσσερις μεγάλες κατηγορίες:

1) το γενικό επαγγελματικό τουρισμό,
2) το συνεδριακό τουρισμό,
3) τα ταξίδια κινήτρων και
4) τον εκθεσιακό τουρισμό.

Θεωρείται μια από τις παλαιότερες μορφές τουρισμού, αφού από τα αρχαία χρόνια ο άνθρωπος ταξίδευε σε διάφορα μέρη του κόσμου για επαγγελματικούς λόγους, οι οποίοι τότε σχετίζονταν κυρίως με το εμπόριο. Ο επαγγελματικός τουρισμός αποτελεί έναν ιδιαίτερα δυναμικό τουριστικό τομέα και θεωρείται σημαντική πηγή εσόδων και δημιουργίας θέσεων εργασίας, καθώς και αναζωογόνησης της τουριστικής κίνησης. (Λαζανά 2003)

Στην Ελλάδα το φαινόμενο αυτό παρατηρείται έντονα την τελευταία δεκαετία, κυρίως πάλι στη δράση του ιδιωτικού τομέα. Οι συνέπειες του επαγγελματικού τουρισμού είναι οι εξής:
Ο επαγγελματικός τουρισμός επιφέρει οφέλη για τον κάθε προορισμό και τους κατοίκους του. Σύμφωνα με διεθνείς στατιστικές, ο τουρίστας που ταξιδεύει για επαγγελματικούς λόγους ξοδεύει πολύ περισσότερα από τον τουρίστα αναψυχής, προτιμά μεταξύ άλλων πολυτελή ξενοδοχεία για τη διαμονή του και επιλέγει πρώτη θέση στα μέσα μεταφοράς. Παράλληλα, μετά το τέλος των επαγγελματικών του υποχρεώσεων, ασχολείται με επιπλέον δραστηριότητες, όπως επισκέψεις σε μουσεία ψώνια στα μαγαζιά, δείπνα σε ακριβά εστιατόρια κ.λ.π .

Συμβάλλει στη μείωση της εποχικότητας του τουριστικού προϊόντος, αφού πραγματοποιείται καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Οι τουρίστες που ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους συγκαταλέγονται στους τουρίστες που δείχνουν σεβασμό προς το περιβάλλον (Βενετσανοπούλου, 2006).

Τα συνέδρια διακρίνονται:
Με βάση το αντικείμενο με το οποίο ασχολούνται σε:

1) επαγγελματικά,
2) επιστημονικά,
3) πολιτιστικά,
4) πολιτικά,
5) κοινωνικά

Με βάση τη συχνότητα με την οποία συνέρχονται σε σταθερά συνέδρια ή ημερίδες, που τελούνται σε συνδυασμό με εκθέσεις, και σε μη σταθερά, περιοδικά και μη

περιοδικά συνέδρια, όσα δηλαδή δεν παρουσιάζουν ούτε περιοδικότητα ούτε σταθερότητα.

Με βάση την χρονική τους διάρκεια. Η διάρκεια του συνεδρίου εξαρτάται από το πρόγραμμα που θα ακολουθήσει. Έτσι, τα διακρίνουμε σε ημερήσια, ολιγοήμερα κ.α. Συνήθως όμως, οι σύνεδροι φτάνουν στο τόπο διεξαγωγής του συνεδρίου μια μέρα πριν την έναρξη. Ωστόσο, συχνά οι σύνεδροι παρατείνουν την παραμονή τους για κάποιες μέρες μετά την διεξαγωγή του συνεδρίου, ιδιαίτερα αν ακολουθεί Σαββατοκύριακο.

Με βάση το γεωγραφικό τους χαρακτήρα σε τοπικής, περιφερειακής, εθνικής και διεθνούς εμβέλειας.

Με βάση τον αριθμό των συμμετεχόντων σε ολιγομελή ή πολυάριθμα.

Ανάλογα με τον τύπο και το θέμα του συνεδρίου, οι συμμετέχοντες είναι επιχειρηματίες, στελέχη επιχειρήσεων, ειδικοί επιστήμονες διαφόρων ειδικοτήτων (Βενετσανοπούλου ,2006).

2.10.5. Τουρισμός "περιπέτειας"

Η ανθρώπινη τάση για αναζήτηση της περιπέτειας αφορά μια αντίσταση στις συνήθειες της καθημερινότητας, που κυριαρχείται από τον ορθολογισμό, την οργάνωση, το συνεχή υπολογισμό και τη διαρκή εξυπηρέτηση συμφερόντων συγκεκριμένων ομάδων. Εξάλλου, κατά την εξέταση των κινήτρων του τουρισμού, διαπιστώνει κανείς ότι πολλά από τα κίνητρα έχουν συναισθηματικό και μη λογικό χαρακτήρα, όπως η αναζήτηση του μακρινού, του άγνωστου, του ανέγγιχτου.

Τα τελευταία χρόνια ολοένα και περισσότεροι επιλέγουν, αντί της κλασικής ηλιοθεραπείας, πιο ριψοκίνδυνες δραστηριότητες. Στον τομέα του τουρισμού όλο και περισσότερο κατακτούν έδαφος οι εναλλακτικές προτάσεις τουρισμού, που έχει τη δυνατότητα να προσφέρει κάθε χώρα στους επισκέπτες της. Μια σημαντική κατηγορία τουρισμού που αναπτύσσεται είναι ο τουρισμός περιπέτειας, του οποίου οι

δραστηριότητες έχουν μικρό ή μεγάλο βαθμό επικινδυνότητας. (Βενετσανοπουλου,2006).

Ως τουρισμός περιπέτειας ορίζεται "η δραστηριότητα αναψυχής που λαμβάνει χώρα σε έναν ασυνήθιστο, εξωτικό, απομονωμένο ή δυσπρόσιτο προορισμό και χαρακτηρίζεται από ένα βαθμό ρίσκου και συγκίνησης για αυτόν που την πραγματοποιεί. Ο τουρισμός περιπέτειας προσφέρεται για να γνωρίσει κανείς βουνά, διεθνή ορειβατικά μονοπάτια, απότομα φαράγγια, κοιλάδες, ήρεμες λίμνες, ορμητικά ποτάμια κλπ. Με τον τουρισμό περιπέτειας επιτυγχάνεται η ανάδειξη του φυσικού τοπίου, των παραδοσιακών οικισμών, η προστασία της χλωρίδας και της πανίδας της περιοχής, χωρίς να διαταράσσονται οι περιβαλλοντικές ισορροπίες. Συνδυάζονται φυσική άσκηση, δράση, τόλμη, θάρρος και σεβασμός στη φύση. Απαραίτητες επίσης είναι σε αρκετές περιπτώσεις οι τεχνικές γνώσεις, καθώς και η σωστή οργάνωση και ο εξοπλισμός. (Βενετσανοπουλου,2006).

Τέλος, σημαντικός στόχος για όλες αυτές τις δραστηριότητες είναι να γνωρίσουμε καλύτερα τις ομορφιές της φύσης και να ζήσουμε κάποιες ώρες ή μέρες σ' ένα μοναδικό περιβάλλον.

Οι πιο γνωστές δραστηριότητες τουρισμού περιπέτειας που καταγράφονται διεθνώς είναι : Trekking , River trekking, Kayak , Hydrospeed, Rafting, Monoraft, Canoe Kayak, Climbing (Αναρρίχηση), Canoying, Mountain Bike , Jeep safari, Ski , Ιππασία (Βενετσανοπουλου,2006).

2.10.6. Μορφωτικός τουρισμός

Η κατηγορία αυτή του τουρισμού περιλαμβάνει κυρίως σπουδαστές, οι οποίοι μεταβαίνουν διάφορες χώρες για να φοιτήσουν σε πανεπιστήμια ή άλλες σχολές, να παρακολουθήσουν σεμινάρια επιμόρφωσης ή εξειδίκευσης κ.λ.π. ή επιστήμονες που κάνουν μεταπτυχιακές σπουδές.
Ο μορφωτικός τουρισμός είναι ιδιαίτερα δημοφιλής σε ευρωπαϊκά σχολεία κυρίως στη Γαλλία και Αυστρία. Η Ευρωπαϊκή Ένωση επίσης ευνοεί τέτοιες πρωτοβουλίες, οι οποίες φθάνουν μέχρι τη λειτουργία "πράσινων τάξεων" ή "τάξεων κοντά στη θάλασσα", για όλους τους μαθητές από το δημοτικό ως το λύκειο. Τα τμήματα αυτά

συνδυάζουν το ταξίδι, τη γνωριμία με την περιοχή που θα επισκεφθούν οι μαθητές και τη διδασκαλία.

Βασικό κίνητρο για την προσέλκυση του μαθητικού και φοιτητικού τουρισμού είναι η προσφορά συγκεκριμένων εκπαιδευτικών προγραμμάτων, τα οποία μπορεί να στηρίζονται και στη βάση ανταλλαγής μαθητών και φοιτητών, που ενισχύονται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Για εκπαιδευτικούς σκοπούς οργανώνονται επίσης ομαδικές εκδρομές σπουδαστών σε διάφορες χώρες, όπου συνδυάζεται η απόκτηση γνώσεων με ταυτόχρονη ψυχική ανάταση.

Τελευταία έχουν επινοηθεί κρουαζιέρες με ειδικά πλοία, στις οποίες παίρνουν μέρος ολόκληρες τάξεις με το εκπαιδευτικό προσωπικό τους, που συνεχίζουν τα μαθήματα τους ταξιδεύοντας (Βενετσανοπούλου, 2006).

2.10.7. Θαλάσσιος τουρισμός

Θαλάσσιος τουρισμός είναι ο τουρισμός του οποίου προορισμός είναι η ανοιχτή θάλασσα. Αυτό σημαίνει ότι οι τουρίστες ικανοποιούν τις βασικές τουριστικές τους ανάγκες (διαμονή, διατροφή, ψυχαγωγία, άθληση, πολιτιστικές ανάγκες, κ.λ.π) εν πλώ, δηλαδή ενώ ταξιδεύουν με ένα πλοίο, το οποίο σ' αυτή την περίπτωση έχει τη μορφή ενός πλωτού ξενοδοχείου(Σφακιανάκης, 2000).

Μέσα για την ύπαρξη του θαλάσσιου τουρισμού, είναι τα κρουαζιερόπλοια, τα σκάφη αναψυχής, τα ιστιοφόρα και άλλα. Η θαλάσσια διαδρομή και οι τόποι προορισμού, καθώς και ο ελλιμενισμός των σκαφών και οι διάφορες συμπληρωματικές υπηρεσίες, συνθέτουν τα κύρια συστατικά του θαλάσσιου τουρισμού. Η ναύλωση των σκαφών αποτελεί την πιο παραγωγική και κερδοφόρα δραστηριότητα αυτού του τύπου τουρισμού. Η πελατεία στην οποία απευθύνεται και τις ανάγκες της οποίας ικανοποιεί ο θαλάσσιος τουρισμός, είναι ως επί τω πλείστον άτομα υψηλής εισοδηματικής στάθμης.

Επίσης, σημαντικά κέρδη απορρέουν από τις κρουαζιέρες, η ζήτηση των οποίων παρουσιάζει διεθνώς σημαντική αύξηση. Οι σύγχρονες τάσεις της αγοράς των

κρουαζιέρων συγκλίνουν στα μεγαλύτερα και πολυτελέστερα κρουαζιερόπλοια, τα οποία εξασφαλίζουν υψηλή ποιότητα διαμονής και ψυχαγωγίας στους τουρίστες.

Τελευταία, επικρατεί και η τάση της ναύλωσης πολυτελών θαλαμηγών, ιστιοφόρων και φουσκωτών σκαφών, με πλήρωμα ή όχι, για μίνι ιδιωτικές κρουαζιέρες, γεγονός που ανθεί στη χώρα μας λόγω των νησιών μας.

Ο θαλάσσιος τουρισμός συνδυάζεται πάντοτε και με άλλες μορφές τουρισμού. Έτσι, για παράδειγμα το πρόγραμμα μιας κρουαζιέρας θα μπορούσε να προβλέπει επισκέψεις σε πολιτιστικά μνημεία των περιοχών που προσεγγίζει, ή περιηγήσεις στα τοπικά αξιοθέατα, επισκέψεις στις τοπικές αγορές και άλλα.

Χώρες που διαθέτουν θάλασσα μπορούν να αναπτύξουν θαλάσσιο τουρισμό, από τη στιγμή που οι καιρικές συνθήκες το επιτρέπουν και η υποδομή υφίσταται. Το πρόβλημα για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού εντοπίζεται στη δυνατότητα ύπαρξης πολλών και οργανωμένων μαρίνων, οι οποίες είναι αναγκαίες για την εξυπηρέτηση των σκαφών και των επιβατών τους.

Στη χώρα μας παρόλο που υπάρχουν σύγχρονα λιμάνια, δεν υπάρχουν τόσες οργανωμένες μαρίνες, όσες θα έπρεπε. Επισήμως, υπάρχουν περίπου 40 μαρίνες, οι οποίες φυσικά δεν καλύπτουν την υπάρχουσα ζήτηση. Παρόλο, που η χώρα μας διεκδικεί μια ξεχωριστή θέση στον κατάλογο των τουριστικών προορισμών του θαλάσσιου τουρισμού, οι υπάρχουσες μαρίνες είναι δυστυχώς λίγες στον αριθμό και ελλιπείς στην οργάνωση τους. Βέβαια, η πραγματοποίηση των Ολυμπιακών Αγώνων στη χώρα μας βοήθησε κατά μεγάλο βαθμό στη δημιουργία νέων υποδομών και στον εκσυγχρονισμό των ήδη υπαρχόντων. Σημαντική ώθηση στο θαλάσσιο τουρισμό έδωσαν και οι ιδιωτικές μαρίνες που κατασκευάστηκαν, προκειμένου να ικανοποιήσουν το μεγαλύτερο μέρος των τουριστών και να προσφέρουν υπηρεσίες υψηλού επιπέδου (Γκιόλμαν, 1966).

Επομένως, για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού δεν αρκούν μόνο οι ευνοϊκές καιρικές συνθήκες, η ύπαρξη πολλών νησιών και οι ήσυχες θάλασσες, χρειάζονται σύγχρονες και άρτια εξοπλισμένες μαρίνες και λιμάνια, για τον ελλιμενισμό, τον

ανεφοδιασμό και γενικά για την εξυπηρέτηση τόσο των σκαφών αναψυχής, όσο και των επιβατών και των πληρωμάτων τους.

2.10.8. Ορεινός τουρισμός

Ο ορεινός τουρισμός περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού, οι οποίες εκδηλώνονται αποκλειστικά και μόνο σε ορεινές περιοχές των χωρών υποδοχής που αναπτύσσουν αυτή τη μορφή τουρισμού και δεν έχει χρονικούς περιορισμούς για την εκδήλωση του.

Και όταν αναφερόμαστε σε ορεινές περιοχές, εννοούμε όλες τις περιοχές που:
Είναι λοφώδης. Περιοχές, δηλαδή που καλύπτονται από λόφους ύψους 300-500 μέτρων, βατούς και προσπελάσιμους καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

Είναι μέσες ορεινές ή ημιορεινές. Περιοχές δηλαδή που καλύπτονται από βουνά ύψους μέχρι 1500 μέτρα, με στρογγυλές κορυφές και όχι με απότομες πλαγιές. Περιοχές που είναι βατές και προσπελάσιμες καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, εκτός από το χειμώνα, οπότε μπορεί να καλύπτονται από χιόνια.

Είναι ορεινές. Περιοχές, που καλύπτονται δηλαδή από βουνά με υψόμετρο πάνω από 1500 μέτρα και έχουν συνήθως σκληρή ανάγλυφη μορφή, με αιχμηρές κορυφές, απότομες πλαγιές, χαράδρες, οι οποίες είναι βατές και προσπελάσιμες μόνο κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού.

Η χώρα μας στο μεγαλύτερο μέρος της, είναι καλυμμένη από βουνά. Αντίθετα με τα παράλια, που το κλίμα είναι τυπικά μεσογειακό, στα βουνά οι βροχοπτώσεις είναι πιο ομοιόμορφα κατανεμημένες μέσα στη χρονιά. Επίσης, δεν είναι σπάνιες οι καλοκαιρινές καταιγίδες, ενώ στα υψηλότερα σημεία των βουνών διατηρείται το χιόνι για μεγάλο χρονικό διάστημα του έτους. Οι κλιματολογικές συνθήκες σε συνδυασμό με τον πολιτισμό που αναπτύχθηκε στους ορεινούς όγκους της χώρας μας, ευνοεί την ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού.

Πρόκειται για ένα πολιτισμό κατά κύριο λόγο ποιμενικό και γεωργικό, που δραστηριοποιήθηκε και στην ανάπτυξη διαφόρων επαγγελμάτων, που τα έργα τους τα

θαυμάζουμε και σήμερα, έργα όπως η ζωγραφική, η ξυλογλυπτική και η κατασκευή μονοπατιών και θολωτών γεφυριών.

Επίσης, προϋπόθεση για την ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού είναι η καλή και ασφαλής προσπέλαση των περιοχών, καθώς και η δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων, που να καλύπτουν τις ιδιαίτερες ανάγκες των επισκεπτών και των εργαζομένων σε αυτά, τα οποία θα δένουν με το φυσικό περιβάλλον και θα διαθέτουν όσο το δυνατόν περισσότερους συμπληρωματικούς χώρους, όπως εστιατόρια, μπαρ, καφετέριες, μαγαζιά, κλπ.

Οι σημαντικότερες δραστηριότητες του ορεινού τουρισμού είναι η ορειβασία, οι περιηγήσεις με ειδικά οχήματα εκτός χαραγμένων δρόμων, οι πεζοπορίες, οι αναρριχήσεις, το ορειβατικό ποδήλατο, ο αλπινισμός, οι ορεινές κατασκηνώσεις, το πέταγμα με δελταπλάνο ή παραπέντε, και άλλα (Σφακιανάκης, 2000)

2.10.9. Χιονοδρομικός τουρισμός

Ski στην αγγλική γλώσσα σημαίνει ένα μονό ή ένα ζευγάρι ειδικά πέδιλα, από στενόμακρα κομμάτια ξύλου ή πλαστικού ή άλλου συνθετικού υλικού ή Plexiglas, τα οποία είναι καμπυλωτά στο μπροστινό μέρος τους, έχουν μήκος 1,70-1,80 μέτρα και πλάτος 15 cm και χρησιμοποιούνται για να γλιστράει αυτός που τα φοράει, πάνω στο χιόνι, στον πάγο ή στο νερό, μόνος του ή επιβοηθούμενος (Σφακιανάκης,2000).

Το άθλημα κατά το οποίο κάποιος γλιστράει μόνος του ή επιβοηθούμένος πάνω στο χιόνι, λέγεται χιονοδρομία ή σκι επί χιονιού. Όταν γλιστράει πάνω στον πάγο λέγεται παγοδρομία ή σκι επί πάγου, ενώ όταν γλιστράει πάνω στο νερό λέγεται σκι επί νερού.

Ο χιονοδρομικός τουρισμός είναι εκείνη η εναλλακτική μορφή τουρισμού κατά τη διάρκεια της οποίας, η κύρια δραστηριότητα των τουριστών είναι οι χιονοδρομίες. Συχνά, αλλά όχι σωστά, ο χιονοδρομικός τουρισμός αναφέρεται σαν χειμερινός ή ορεινός τουρισμός. Είναι πράγματι και χειμερινός και ορεινός όμως αυτά είναι κάποια από τα χαρακτηριστικά του και όχι αυτή καθ' αυτή η κατηγορία. Γιατί υπάρχουν και άλλες μορφές τουρισμού που είναι χειμερινές ή ορεινές, όπως ο

τουρισμός παραχείμασης ή ο ορειβατικός τουρισμός. Συνεκδοχικά, και τα παραπάνω αθλήματα αναφέρονται σαν χειμερινά, ενώ το σωστό θα ήταν να αναφέρονται σαν χιονοδρομικά και παγοδρομικά. Όμως συχνά στην τουριστική βιβλιογραφία επικρατεί ο όρος χειμερινά αθλήματα (Παυλόπουλος, 2002)

2.10.10. Γαστρονομικός τουρισμός

Προσδιορίζοντας τον όρο "γαστρονομικός τουρισμός", εννοούμε τη νέα μορφή ενός εναλλακτικού τρόπου διακοπών, στον οποίο κυριαρχεί η κουλτούρα της τοπικής κουζίνας. Η γαστρονομία αποτελεί ένα ιδιαίτερα πρόσφορο τουριστικό προϊόν για την Ελλάδα, με τη μεγάλη ποικιλία πρώτων υλών που διαθέτει και τον ανεξάντλητο πλούτο των παραδοσιακών συνταγών. Παρά την αδιαμφισβήτητη διατροφική αξία της τοπικής κουζίνας, δυστυχώς ελάχιστες τουριστικές μονάδες έχουν αναδείξει τη γεύση σε κυρίαρχο στοιχείο των πακέτων που προσφέρουν.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, το 44% των ταξιδιωτών ανά τον κόσμο, θεωρούν το φαγητό ως ένα από τα πρωτεύοντα κριτήρια του τόπου που θα επισκεφθούν. Ωστόσο, ο γαστρονομικός τουρισμός στη χώρα μας βρίσκεται σε εμβρυακή φάση και δυστυχώς ακόμα δεν έχει αναπτυχθεί, στο βαθμό που θα την κατέτασσε ανάμεσα στους πιο ελκυστικούς και ανταγωνιστικούς προορισμούς, όπως η γειτονική Ιταλία, η Ισπανία και η Γαλλία. Ο γαστρονομικός τουρισμός, που μεσουρανεί στη μεσογειακή τουριστική αγορά και επιφέρει τεράστια οικονομικά οφέλη στις γείτονες μεσογειακές χώρες ελάχιστα έχει απασχολήσει στην Ελλάδα τους τουριστικούς επιχειρηματίες, ανεξαρτήτως μεγέθους. Παρόλο που η μεσογειακή δίαιτα αποτελεί μόδα και επικρατεί ως σύγχρονο μοντέλο υγιεινής διατροφής, οι Έλληνες δεν έχουμε κατορθώσει να αναδείξουμε την Ελλάδα ως κοιτίδα του συγκεκριμένου τρόπου διατροφής και δεν την εκμεταλλευόμαστε ως θησαυρό ανάπτυξης του τουριστικού προϊόντος της χώρας μας. Το μοντέλο της μεσογειακής διατροφής, έχει χρησιμοποιηθεί πάρα πολύ από τις βασικές ανταγωνιστικές χώρες της λεκάνης της Μεσογείου (Ιταλία, Ισπανία), για να προσελκύσουν μεγάλο κομμάτι του γαστρονομικού τουρισμού.

Στην εποχή της παγκοσμιοποίησης, εμείς θα πρέπει να επιβάλλουμε τη διεθνοποίηση της τοπικής κουζίνας και να διαδώσουμε ότι το κυρίαρχο στοιχείο στο γαστρονομικό

τουρισμό είναι η εθνική του ταυτότητα και η εντοποιότητα των γεύσεων. Με καλά συντονισμένες ενέργειες από όλους τους φορείς, η Ελλάδα μπορεί να αναδειχτεί σε μητρόπολη της μεσογειακής διατροφής. Για να γίνει αυτό απαιτείται σοβαρή προσπάθεια και συνειδητοποίηση της ανάγκης να δημιουργηθούν νέα πρότυπα εστίασης, από την βάση μέχρι την κορυφή της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας. Διότι το πρόβλημα που έχουμε να αντιμετωπίσουμε, δεν είναι να πείσουμε τον τουρίστα καταναλωτή να επισκεφθεί τη χώρα μας, για να γνωρίσει την τοπική παραδοσιακή κουζίνα. Οι περισσότεροι έχουν ακούσει για τα ελληνικά προϊόντα και το γαστρονομικό πλούτο της πατρίδας μας και κάποια στιγμή στη ζωή τους έχουν γευτεί τις σπεσιαλιτέ μας σε ελληνικά εστιατόρια του εξωτερικού.

Το σημαντικότερο πρόβλημα είναι τι μπορεί κανείς να πει στον ενημερωμένο επισκέπτη, ο οποίος θα έχει ταξιδέψει από την άλλη άκρη της Ευρώπης ή και του κόσμου για να δοκιμάσει τους παραδοσιακούς ελληνικούς μεζέδες με φρέσκα υλικά και τελικά του προσφέρουν κρύες προτηγανισμένες πατάτες; Ή έρθει και βρει τουριστικές υποδομές χαμηλού επιπέδου με ανειδίκευτο προσωπικό, που προσφέρει μέτριο έως κακό service. Με τον τρόπο αυτό χάνονται ένας ένας οι λάτρεις της ελληνικής κουζίνας και της χώρας μας γενικότερα. Όσο πιο έγκαιρα γίνει κατανοητό από τους επιχειρηματίες του τουρισμού, ότι ο καλύτερος πρεσβευτής για τον ελληνικό τουρισμό και πολιτισμό στη χώρα μας είναι η γαστρονομία, τόσο πιο γρήγορη θα είναι η ανάπτυξη του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, γεγονός που θα αποφέρει τεράστια οφέλη στην εθνική οικονομία(www.aegeancuisine.gr)

2.10.11. Οινολογικός τουρισμός

Αυξημένο ενδιαφέρον για τους "Δρόμους του Κρασιού" στη Β. Ελλάδα φαίνεται ότι επιδεικνύουν το τελευταίο διάστημα ολοένα και περισσότεροι ξένοι, από ΗΠΑ, Γερμανία και Ρωσία, αλλά και από Κορέα και Βραζιλία. Αυτό τουλάχιστον προκύπτει από τα "χτυπήματα" χρηστών στην ιστοσελίδα “wineroads.gr”, καθώς η καταγραφή των τουριστικών ροών στα βορειοελλαδικά οινοποιεία είναι δύσκολη και δεν έχει μέχρι σήμερα πραγματοποιηθεί (παλαιότερες στατιστικές κάνουν λόγο για περίπου 200.000 Έλληνες και ξένους επισκέπτες ετησίως).

Σύμφωνα με τον διευθυντή της Ένωσης Οινοπαραγωγών Αμπελώνα Βόρειας Ελλάδας (ENOABE), Γιάννη Αλμπάνη, από το σύνολο των επισκέψεων που δέχτηκε η ιστοσελίδα “wineroads.gr” στο πρώτο εξάμηνο 2009, το 70% προερχόταν από ξένους και μόνο το 30% από Έλληνες. Από τους ξένους επισκέπτες της ιστοσελίδας, το 20% ήταν Αμερικανοί, το 9% Γερμανοί και το 4% Κινέζοι, ενώ ακολουθούν κατά σειρά οι Ρώσοι, Καναδοί, Ουκρανοί, Βραζιλιάνοι και Κορεάτες. Στο σύνολο του 2008, ξένοι ήταν το 40% των επισκεπτών της σελίδας. Θεωρείται ότι υπάρχει αυξημένη δυναμική στα κρασιά και τον οινοτουρισμό, οπού στη διάρκεια της Philoxenia, στελέχη της ENOABE είχαν επαφή με τουριστικά πρακτορεία, που ενδιαφέρονται για ειδικά πακέτα οινοτουρισμού στη Β. Ελλάδα (πχ, από Ινδία), χωρίς ωστόσο να υπάρχουν μέχρι στιγμής απτά αποτελέσματα.

Ενδεικτικό της δυναμικής του κλάδου, πάντως, είναι το γεγονός ότι κατά το διήμερο εκδηλώσεων "Ανοιχτές Πόρτες", που διοργάνωσε η ENOABE, τα βορειοελλαδικά οινοποιεία επισκέφτηκαν πάνω από 5.500 άτομα μέσα σε ένα Σαββατοκύριακο. Γενικά , πάντως, οι ξένοι "οινοτουρίστες" στην Ελλάδα φαίνεται ότι έρχονται μεμονωμένα και όχι σε γκρουπ, καθώς τα ειδικά τουριστικά πακέτα σπανίζουν. Χαρακτηριστικό της δυναμικής του κλάδου γαστρονομικού-οινικού τουρισμού είναι το γεγονός ότι στον παγκόσμιο ιστό καταγράφονται 19.100.000 αναζητήσεις για “gourmet travel” (ταξίδια "γκουρμέ") και άλλες 10.500.000 για "gourmetclub", καθώς και 84.000 για "γαστρονομικά ταξίδια" και 358.000 για "γαστρονομικές διακοπές" (www.ant1online.gr/Ereuna).

Όμως τι σημαίνει ο όρος «Δρόμος του Κρασιού» (Route du vin); Πρόκειται για μια πρόταση προς τον σύγχρονο περιηγητή να ακολουθήσει μια προκαθορισμένη, επιλεγμένη διαδρομή, η οποία διασχίζει τα πιο γραφικά σημεία μιας αμπελουργικής ζώνης. Έχει τη δυνατότητα να επισκεφθεί επιλεγμένες οινοπαραγωγικές μονάδες, που συμμορφώνονται σε ορισμένες προδιαγραφές και εγγυώνται υψηλά επίπεδα φιλοξενίας.

Παράλληλα έχει τη δυνατότητα στη διαδρομή αυτή να απολαύσει σημεία αρχαιολογικού, λαογραφικού, περιβαλλοντικού ή πολιτιστικού ενδιαφέροντος. Είναι φανερό το ότι ένας Δρόμος Κρασιού, είναι ένα τουριστικό προϊόν, το οποίο εκμεταλλεύεται τα πάσης φύσεως «κάλλη» μιας περιοχής ή ενός συνόλου περιοχών,

για να προσελκύσει επισκέπτες, συντελώντας με αυτό τον τρόπο σημαντικά στην ανάπτυξη της, και στοχεύοντας φυσικά έμμεσα στην αύξηση της κατανάλωσης του κρασιού. Μερικά στοιχεία από τη διεθνή εμπειρία : Ο γερμανικός Δρόμος του Κρασιού, καλύπτει περίπου 80 χλμ. και διασχίζει 40 πόλεις και χωριά. Αντιπροσωπεύει μια έκταση 230.000 στρεμμάτων αμπελώνων. Φιλοξενεί κάθε χρόνο περισσότερους από 600.000 επισκέπτες που σημειώνουν τουλάχιστον 2 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις . Άλλοι τουλάχιστον 5 εκατομμύρια επισκέπτες έρχονται για μόνο μια μέρα. Στη Γαλλία, στην Ιταλία, την Ισπανία, την Πορτογαλία, το Λουξεμβούργο, την Αυστρία έχει αναπτυχθεί περισσότερο ή λιγότερο ο «αμπελουργικός -οινικός τουρισμός» (Συνέδριο Οινικής Πράξης και Προβληματισμού, 2008).

2.10.12. Αστικός τουρισμός

Ο αστικός τουρισμός είναι μια εναλλακτική μορφή τουρισμού με ιδιαίτερη έμφαση στην αξιοποίηση αξιοθέατων, μουσείων, αιθουσών τέχνης, θεματικών πάρκων και δραστηριοποιείται σε θέματα που αφορούν συνέδρια, συναυλίες, όπερες, τυχερά παιχνίδια, εξόδους για φαγητό και ποτό καθώς και ειδικά γεγονότα(καλλιτεχνικά, αθλητικά φεστιβάλ) και αγορές αναψυχής.

Οι βασικές συνθήκες για την επιτυχημένη ανάπτυξη ενός τόπου, είναι: η ελκυστική εικόνα, η ικανότητα προσφοράς ποικιλίας τουριστικών προϊόντων με εύκολη πρόσβαση και υψηλή ανταγωνιστικότητα και η εξασφάλιση της βιώσιμης ανάπτυξης σε ολόκληρο τον αναπτυξιακό κύκλο.

Από την στιγμή που ο αστικός τουρισμός είναι μια σύνθεση πολλαπλών δραστηριοτήτων και ιδιαίτερων χαρακτηριστικών που προσφέρονται με την έννοια των "αγαθών" ή προϊόντων" στο περιβάλλον μιας πόλης βλέπουμε παρακάτω πως διαμορφώνουν την ανταγωνιστική ελκυστικά εικόνα των πόλεων.
Καταρχήν η έννοια των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών βασίζεται στη διάγνωση, τον σχεδιασμό, την προώθηση και την υποστήριξη εκείνων που αποτελούν συγκριτικό πλεονέκτημα για την πόλη, προκειμένου η τελική εικόνα της πόλης να είναι σε υψηλό επίπεδο ανταγωνιστική.

Οι εικόνες των πόλεων άλλοτε είναι ένας συνδυασμός πολλών χαρακτήρων όπως ο πολιτιστικός-ιστορικός, ο κοινωνικός, ο οικονομικός, ο πολιτικός κ. α. και άλλοτε διαμορφώνονται με βάση κάποιο σημαντικό, αναγνωρισμένο, ιδιαίτερο χαρακτηριστικό, το οποίο θα μπορούσαμε να το ονομάσουμε "ταυτότητα πόλης". Για πολλούς ειδικούς, το πολιτιστικό περιβάλλον και η ιστορική κληρονομιά είναι ένας από τους βασικούς παράγοντες ελκυστικότητα ενός τόπου/πόλης. Η επιτυχής ανάπτυξη του αστικού τουρισμού βασίζεται στην επιτυχή ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού.

Παραδείγματα επιτυχημένων πόλεων όσον αφορά την διαμόρφωση της εικόνας τους αποτελούν η Πράγα, η Κοπεγχάγη, η Βουδαπέστη, η Κωνσταντινούπολη, η Κορσική. Με όσα προαναφέρθηκαν, διαμορφώνονται τα εξής δεδομένα:

Η πόλη/προορισμός αποτελεί ένα αγαθό ή κατά άλλους ένα προϊόν.
Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά ή η ταυτότητα της κάθε πόλης είναι τα κύρια τουριστικά αγαθά/προϊόντα που παράγονται ή σχεδιάζονται και προωθούνται στις υποψήφιες αγορές/στόχους.Η ανταγωνιστικότητα και η ελκυστικότητα της πόλης αποτελούν κύριους στόχους του αστικού τουρισμού (Μεταξάς, 2002)

3.0. ΚΡΗΤΗ

3.1. ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ

Η Κρήτη είναι το μεγαλύτερο νησί της Ελλάδας και το 5ο σε έκταση από τα νησιά της Μεσογείου(μετά τη Σαρδηνία , τη Σικελία , την Κορσική και την Κύπρο). Βρίσκεται ανάμεσα στην Ασία , την Αφρική και την Ευρώπη. Έχει μεγαλύτερο πλάτος 60 χλμ και μήκος 260 χλμ (μήκος ακτών 1046 χλμ). Το μικρότερο πλάτος της που είναι 12 χλμ ,βρίσκεται στον Ισθμό της Ιεράπετρας. Στα Βόρεια βρέχεται από το Κρητικό Πέλαγος και στα Νότια από το Κυβικό Πέλαγος
Η Κρήτη είναι ορεινό νησί και σε ολόκληρη την έκταση της εκτείνονται τρεις μεγάλες οροσειρές : 1) τα Λευκά Όρη (2453μ) στη δυτική Κρήτη 2) ορός Ίδη ή Ψηλορείτης (2456μ)στο κέντρο του νησιού και 3) όρος Δίκτη (2148μ) στην Ανατολική Κρήτη

Μεγάλες πεδιάδες δεν υπάρχουν στην Κρήτη. Οι σπουδαιότερες πεδινές περιοχές είναι : του Κίσσαμου , της Κυδωνιάς , του Αποκορώνου , οι κοιλάδες Αρμενών και Καντάνου , που βρίσκονται στο νομό Χανίων. Οι πεδιάδες Ρέθυμνου – Μυλοποτάμου , και Αγίου Βασιλείου, στο νομό Ρεθύμνης, οι πεδιάδες Ηρακλείου και Μεσαράς , τα οροπέδια Μονοφατσίου και Καστελλίου Πεδιάδας, στο νομό Ηρακλείου. Τέλος , η πεδιάδα της Ιεράπετρας , στο νομό Λασιθίου. Επιβλητικά και μεγαλοπρεπή είναι τα φαράγγια Σαμαριάς – Αγίας Ρούμελης , της Νίμπρου και του Λαγκού Κατρέ.
Στην Κρήτη υπάρχουν λίγα ποτάμια και αυτά είναι ασήμαντα. Επίσης δεν έχει αξιόλογες λίμνες. Μεγαλύτερη από αυτές η λίμνη του Κουρνά στην επαρχία Αποκορώνου.

Παρόλο ότι το έδαφος της Κρήτης είναι ορεινό και βραχώδες , εντούτοις το νησί είναι γενικά εύφορο. Στα Κρητικά εδάφη ευδοκιμούν όλες οι καλλιέργειες ακόμα και μερικές των τροπικών κλιμάτων. Το ορεινό τμήμα καταλαμβάνει το 48% του

συνολικού εδάφους της, ενώ το υπόλοιπο 23% αποτελείται από εύφορες πεδιάδες. Η γεωργία, που είναι ιδιαίτερα αποδοτική για τα Ελληνικά δεδομένα, παίζει κυρίαρχο ρόλο στην οικονομία του νησιού. Τα κυριότερα αγροτικά προϊόντα είναι το ελαιόλαδο, το κρασί, τα σταφύλια, τα εσπεριδοειδή, τα χαρούπια,, τα κηπευτικά κ.α. Αξιόλογο συγκριτικό πλεονέκτημα στην Κρήτη αποτελούν οι καλλιέργειες κηπευτικών χάρη στο ευνοϊκό κλίμα της.

Διοικητικά η Κρήτη διαιρείται σε τέσσερις νομούς :

1. Χανίων,
2. Ρεθύμνης,
3. Ηρακλείου και
4. Λασιθίου.

(el.wikipedia.org),(www.2811.gr),(www.hellenica.de)

Τα Χανιά είναι ο δεύτερος σε πληθυσμό νομός της Κρήτης, με 133,774 κατοίκους. Ο χώρος των Χανίων κατοικήθηκε στα υστερονεολιθικά χρόνια. Μια άποψη συνδέει το όνομα Χανιά με την αρχαία Αλχανία, ενώ σύμφωνα με άλλη προέρχεται από την αραβική ονομασία Αλ Χανίμ. Τα σημερινά Χανιά χωρίζονται σε δυο τμήματα : την παλιά και η νέα πόλη. Η παλιά πόλη μέσα στο χωριό των ενετικών τειχών, διατηρεί ένα εντελώς δικό της χρώμα με τα πολυάριθμα μνημεία. Είναι η γενέτειρα του Ελευθέριου Βενιζέλου, το σπίτι του οποίου σώζεται στη συνοικία Χαλέπα. Οικονομικό, εμπορικό, πνευματικό και συγκοινωνιακό κέντρο της δυτικής Κρήτης, η πόλη διαθέτει πολυτεχνείο και αεροδρόμιο. Ο νομός Χανίων είναι ο πιο ανεπτυγμένος οικονομικά και πλουσιότερος νομός της Κρήτης μετά το νομό Ηρακλείου. Η οικονομία του νομού στηρίζεται ιδιαίτερα στη γεωργία, κυριότερα προϊόντα της οποίας είναι το λάδι, τα εσπεριδοειδή και το κρασί. Ανεπτυγμένη είναι η κτηνοτροφία, ενώ ο βιομηχανικός τομέας εστιάζεται στην επεξεργασία αγροτικών προϊόντων. Στο νομό που είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένος οικονομικά υπάρχουν περίπου 307 νόμιμα ξενοδοχειακά καταλύματα. .(www.agiotatos.gr),(el.wikipedia.org), (www.2811.gr)

Το Ρέθυμνο είναι ο μικρότερος σε πληθυσμό νομός της νήσου με 70,095 κατοίκους. Η πόλη πρωτοκατοικήθηκε στα προϊστορικά χρόνια. Αποτελεί συνέχεια της Μινωικής Ρίθυμνας. Το Ρέθυμνο υπήρξε σπουδαίο πνευματικό κέντρο, κυρίως κατά την περίοδο της Ενετοκρατίας. Είναι η μόνη πόλη της Κρήτης που διατηρεί σχεδόν αμετάβλητο το μεσαιωνικό χαρακτήρα έχοντας πλήθος ενετικών οικημάτων, γραφικά στενά, επιγραφές και διάφορα μνημεία. Το Ρέθυμνο βρίσκεται στη βόρεια ακτή του νησιού και αποτελεί το διοικητικό, συγκοινωνιακό και εμπορικό κέντρο του νομού, η οικονομία του οποίου βασίζεται στον τουρισμό, τη γεωργία και την κτηνοτροφία. Από τη σχολική περίοδο 1977 λειτουργεί πανεπιστημιακή φιλοσοφική σχολή. Η μισή περίπου καλλιεργούμενη έκταση του νομού καλύπτεται από ελαιόδεντρα. Στο νομό, που είναι αρκετά ανεπτυγμένος τουριστικά, υπάρχουν περίπου 223 ξενοδοχειακά καταλύματα. .(el.wikipedia.org)

Το Ηράκλειο με πληθυσμό 126,907 κατοίκους, είναι η μεγαλύτερη πόλη της Κρήτης, στο μέσο περίπου της βόρειας ακτής της, η τέταρτη σε μέγεθος και απ' τις γρηγορότερα αναπτυσσόμενες πόλεις της Ελλάδος. Το Ηράκλειο διαθέτει το μοναδικό μουσείο στον κόσμο που εκθέτει δείγματα του Κρητικού πολιτισμού. Παρόλο που το Ηράκλειο στα τέλη του 20ού αιώνα παρουσίαζε το χαμηλότερο δυναμικό στην Ελλάδα, από άποψη φυσικών πόρων, θεωρήθηκε ο ποιο ανεπτυγμένος στην Κρήτη χάρη στις υποδομές, την οικονομική ευημερία και τον παραγωγικό δυναμισμό. Η τουριστική δραστηριότητα είναι περισσότερο ανεπτυγμένη από κάθε άλλο νομό της Κρήτης. Στο νομό του Ηρακλείου υπάρχουν περίπου 461 νόμιμα ξενοδοχειακά καταλύματα. .(el.wikipedia.org)

Ο Άγιος Νικόλαος είναι η πρωτεύουσα του νομού Λασιθίου στην ανατολική Κρήτη με περίπου 8,500 κατοίκους και έχει χτιστεί στο νοτιοδυτικό τμήμα του κόλπου Μιραμπέλου. Μια διώρυγα, με αφετηρία το καινούριο λιμάνι εισχωρεί στην πόλη, τη χωρίζει σε δυο μέρη και ενώνει το λιμάνι με μια μικρή αλλά βαθιά λίμνη. Χαρακτηριστικό της πόλης και της περιοχής που την περιβάλει είναι οι συνεχείς και κατηφορικοί λόφοι. Η γραφικότητα του τοπίου, το ωραίο κλίμα, τα αρχαιολογικά ενδιαφέροντα και οι σύγχρονες εγκαταστάσεις έχουν αναδείξει τον Άγιο Νικόλαο σε τουριστικό κέντρο διεθνούς προβολής. Στην τουριστική και οικονομική κίνηση έχουν συμβάλλει επίσης η εγκατάσταση κοντά στην πόλη σταθμού που ανεφοδιάζονται τα πλοία υπερπόντιων γραμμών. Πέραν της ελαιοκαλλιέργειας που κυριαρχεί, όπως άλλωστε και στην υπόλοιπη Κρήτη, σε κυρίαρχη θέση είναι η ντομάτα, η σουλτανίνα,

τα αγγούρια και τα χαρούπια. Η βιομηχανική δραστηριότητα είναι σχεδόν μηδαμινή, αντίθετα, ιδιαίτερα ανεπτυγμένος είναι ο τουρισμός. Η περιοχή του Αγίου Νικολάου εξαρτάται σχεδόν αποκλειστικά από τον τουρισμό, ενώ στις περιοχές Σητεία και Ιεράπετρα παρατηρείται ισορροπία τουριστικών και αγροτικών δραστηριοτήτων. Στο νομό υπάρχουν περίπου 280 νόμιμα ξενοδοχειακά καταλύματα. Στο Λασίθι βρίσκονται οι περισσότερες ίσως από κάθε άλλο νομό της χώρας ξενοδοχειακές μονάδες πολυτελείας, συγκεντρωμένες κυρίως στην περιοχή της Ελούντας. Μεταξύ των κυριότερων αξιοθέατων περιλαμβάνονται το φοινικόδασος στο Βάι, το κάστρο και ο πρώην οικισμός των λεπρών στη νήσο Σπιναλόγκα, το φαράγγι του Χαυγά, οι Μινωικοί οικισμοί κ.α. .(el.wikipedia.org)

3.2. ΚΛΙΜΑΤΟΛΟΓΙΚΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ

Η Κρήτη διασχίζεται από δύο κλιματικές ζώνες, της Μεσογείου και της Βόρειας Αφρικής, και κυρίως εμπίπτει στην πρώτη. Ως εκ τούτου, το κλίμα της Κρήτης είναι εύκρατο. Η ατμόσφαιρα μπορεί να είναι αρκετά υγρή, ανάλογα με την απόσταση από τη θάλασσα, ενώ ο χειμώνας είναι αρκετά ήπιος. Οι χιονοπτώσεις είναι πολύ συχνές στα βουνά μεταξύ του Νοεμβρίου και του Μαΐου, αλλά σπάνια σε περιοχές που βρίσκονται χαμηλά, ιδιαίτερα κοντά στην ακτή, όπου το χιόνι παραμένει μόνο για λίγα λεπτά ή ώρες. Κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, οι μέσες θερμοκρασίες αρχίζουν από 20-30 βαθμούς Κελσίου, με τις μέγιστες τιμές να αγγίζουν τους 30-40. (www.cretanbeaches.com)

Το κλίμα της Κρήτης θεωρείται ως ένα από τα ωραιότερα, πιο υγιή και ηπιότερα της Ευρώπης. Ένας παράγοντας ο οποίος παίζει καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση του κλίματος είναι η θάλασσα που περιβάλλει το νησί και περιορίζει τη καυστική ένταση του ήλιου κατά το καλοκαίρι. Η Ιεράπετρα θεωρείται η πιο θερμή ελληνική πόλη και οι περιοχές των ακτών του Λιβυκού πελάγους θεωρούνται ως οι πιο θερμές και ξηρές της Ελλάδας. Η νότια ακτή, συμπεριλαμβανομένης της πεδιάδας της Μεσσαράς και τα Αστερούσια Όρη, εμπίπτει στη Βόρεια Αφρική κλιματική ζώνη και έτσι έχει πολλές ηλιόλουστες ημέρες και πολύ υψηλές θερμοκρασίες όλο το χρόνο. Ενδεικτικό του κλίματος είναι το γεγονός ότι στη νότια Κρήτη και τη Γαύδο τα χελιδόνια

παραμένουν όλο το χρόνο, χωρίς να μεταναστεύουν στην Αφρική. (www.cretanbeaches.com)

Στις παραλιακές περιοχές ιδιαίτερα στις νότιες, το κλίμα είναι τόσο ήπιο ώστε να καλλιεργούνται τροπικά φυτά, όπως είναι η μπανανιά. Ευνοϊκές είναι οι κλιματολογικές συνθήκες στην Κρήτη για την ανάπτυξη υποτροπικών φυτών όπως το αβοκάντο, το μάνγκο, η τσεριμόγια, το πεκάν, δεσπολιά, η φραγκοσυκιά και η χουρμαδιά. Οι κλιματολογικές και εδαφικές συνθήκες στην Κρήτη θεωρούνται καλές για την ανάπτυξη αυτών των καλλιεργειών, που απαιτούν στην πλειοψηφία τους αρκετή υγρασία και υψηλή θερμοκρασία. Ευνοεί την ανάπτυξη των βιολογικών καλλιεργειών και ιδιαιτέρως, στα βασικά αγροτικά προϊόντα, εκείνα που έχουν εγκλιματιστεί κατά τρόπον ιδανικό στις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν στο νησί. Τα τελευταία χρόνια ομάδες βιοκαλλιεργητών ξεκίνησαν με μεράκι μια σημαντική προσπάθεια: Να προσφέρουν στην κατανάλωση προϊόντα βιολογικής καλλιέργειας που θα ανταποκρίνονται απολύτως στις ανάγκες του σύγχρονου καταναλωτή. (www.cretanbeaches.com)

Κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, ακόμα και κατά τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο, που παρατηρούνται οι μεγαλύτερες θερμοκρασίες, βορειοδυτικοί άνεμοι, τα μελτέμια, μετριάζουν τη ζεστή ατμόσφαιρα. Περιστασιακά, ισχυροί νοτιάδες αυξάνουν τη μέση θερμοκρασία κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού. Οι βροχοπτώσεις είναι σπάνιες κατά τη διάρκεια της θερινής περιόδου. Το φθινόπωρο είναι συχνά για πολλούς παραθεριστές η αγαπημένη τους εποχή στην Κρήτη, γιατί έχουμε θερμοκρασίες που συχνά ξεπερνούν αυτές της άνοιξης. (www.cretanbeaches.com)

3.2.1. Διαφοροποιήσεις ανά περιοχή

Η περίοδος των βροχοπτώσεων ξεκινάει στα τέλη Οκτωβρίου και διαρκεί έως το Μάρτιο ή ακόμη και τον Απρίλιο. Οι χιονοπτώσεις είναι σπάνιες στη παραλιακή ζώνη, ειδικά στα ανατολικά του νησιού.

Το ανατολικό τμήμα της Κρήτης (Σητεία), είναι θερμότερο απ'ότι το δυτικό. Ο νομός Χανίων έχει περισσότερη βλάστηση.

Οι ίδιες διαφορές παρατηρούνται και μεταξύ του βορείου και νοτίου τμήματος του νησιού, το οποίο είναι και θερμότερο.

Τα ψηλά βουνά της Κρήτης καλύπτονται με χιόνι αρκετούς μήνες το χρόνο, γεγονός σπάνιο για τις παράκτιες περιοχές. (www.cretanbeaches.com)

Πίνακας 30:. **Στατιστικά Θερμοκρασιών**

Μήνες	Μέση Θερμοκρασία (Celcius)	Μέση Θερμοκρασία Θάλασσας (Celcius)	Ώρες Ηλιοφάνειας	Βροχερές Μέρες/Ετος
Δεκέμβριος	17.4-10.8	17	4	10
Ιανουάριος	15.6-8.7	16	3.4	12
Φεβρουάριος	16.2-8.8	15	4.7	7
Μάρτιος	17.1-9.6	16	5.7	8
Απρίλιος	20.1-11.6	16	8.1	4
Μάιος	23.7-14.8	19	10.2	2
Ιούνιος	27.5-19.1	22	11.6	1
Ιούλιος	29-21.7	24	12.7	0
Αύγουστος	29.2-21.7	25	11.8	0
Σεπτέμβριος	29.6-19.1	24	9.7	2
Οκτώβριος	23.5-26.2	23	6.5	6
Νοέμβριος	20.8-13.5	20	5.7	6

(www.cretanbeaches.com)

3.3. ΧΛΩΡΙΔΑ ΚΑΙ ΠΑΝΙΔΑ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

Παρόλο που τα βουνά της Κρήτης είναι γυμνά υπάρχουν πάνω από 2000 είδη φυτών με ένα δέκα τοις εκατό να μην συναντάται πουθενά αλλού εκτός του νησιού. Η Κρητική χλωρίδα είναι πλούσια και σε βότανα και φαρμακευτικά φυτά όπως ρίγανη, θυμάρι και λάβδανο. Ένα μεγάλο ποσοστό από αυτά συλλέγεται και εξάγεται από το νησί τόσο στην υπόλοιπη Ελλάδα όσο και σε χώρες του εξωτερικού. Σημαντική είναι και η ποικιλία σε λουλούδια που υπάρχει στο νησί, όπως τουλίπες, κυκλάμινα,

ορχιδέες κτλ. Εξαιτίας του κλίματος είναι περίοδος βλάστησης διαρκεί πάνω από 6 μήνες από τον Μάρτιο ως τον Σεπτέμβριο. Ακόμα η Κρήτη είναι το βορειότερο σημείο του πλανήτη όπου φυτρώνουν 2 συγκεκριμένοι τύποι αφρικανικών δέντρων όπως ο κέδρος και οι φοινικιές. (www.cretanadventures.gr)

Η Κρήτη είναι απομονωμένη από τις υπόλοιπες ηπειρωτικές περιοχές της Ευρώπης, της Ασίας και της Αφρικής, γεγονός που αποτυπώνεται έντονα στην γεννητική διαφορετικότητα της πανίδας του νησιού. Από τον περήφανο Κρητικό αίγαγρο, τον Κρητικό αγριόγατο και την Κρητική μυγαλή, ως τα στενοενδημικά αρθρόποδα και τις νυχτερίδες της Κρήτης, η πανίδα της Κρήτης κρύβει πολλά μυστικά για την εξέλιξη των ειδών. (www.cretanadventures.gr)

Στη Κρήτη δεν υπάρχουν ζώα επικίνδυνα για τον άνθρωπο, όπως συμβαίνει στις υπόλοιπες περιοχές της Ηπειρωτικής Ελλάδας. Μάλιστα, οι πρόγονοί μας απέδιδαν στην Κρήτη την έλλειψη μεγάλων θηλαστικών -όπως αρκούδων, λύκων, τσακαλιών, αλλά και δηλητηριωδών φιδιών- στον άθλου του Ηρακλή (η σύλληψη του ταύρου της Κρήτης και η μεταφορά του στις Μυκήνες), ο οποίος ήθελε να τιμήσει έτσι τη γενέτειρα του Δία, γι’αυτό την καθάρισε από κάθε "βλαβερό" και "δηλητηριώδες" ζώο. Οι μεταγενέστεροι πίστευαν ότι το νησί το καθάρισε ο Απόστολος Παύλος, που έμεινε για δύο χρόνια στο νησί, με τους ξορκισμούς του και τις ευλογίες του.(www.cretanadventures.gr)

3.3.1. Κρητικός αίγαγρος

Το Κρητικό αγριοκάτσικο είναι ένα από τα σύμβολα της Κρήτης, που κάποτε ζούσε περήφανο σε όλα τα βουνά της Κρήτης. Σήμερα ο φυσικός του πληθυσμός έχει συρρικνωθεί σε λίγες εκατοντάδες άτομα στα Λευκά Όρη και γίνονται προσπάθειες για την διάσωση του υποείδους του, μεταφέροντας ομάδες ατόμων σε ελεγχόμενες περιοχές, όπως ακατοίκητες νησίδες.

Ο περήφανος Κρητικός αίγαγρος (επιστ. Capra aegagrus creticus), γνωστός κι ως κρι-κρι, αγρίμι ή Κρητικό αγριοκάτσικο είναι ένα ενδημικό υποείδος αγριοκάτσικου και η μοναδική μορφή αιγάγρου στην Ευρώπη. Με βάση τα γενετικά του χαρακτηριστικά, ο Κρητικός αίγαγρος εισήχθη στην Κρήτη σε άγρια μορφή από την Ασία και στη

συνέχεια ήρθε σε επαφή με τα ήμερα κατσίκια του νησιού, διατηρώντας όμως πολλά από τα κύρια χαρακτηριστικά των αιγάγρων της Ασίας.

Μέχρι τις αρχές του 20ου αιώνα το είδος εξαπλωνόταν και στις τρεις μεγάλες οροσειρές της Κρήτης (Λευκά Όρη, Ίδη και Δίκτη), αλλά ο φυσικός του πληθυσμός περιορίζεται σήμερα σε 700 κατσίκια (2010) που ζουν στον Εθνικό Δρυμό της Σαμαριάς, στα Λευκά Όρη, σε έκταση 150.000 στρεμμάτων. Τα αγριοκάτσικα σχεδόν εξαφανίστηκαν από τα όλα βουνά της Κρήτης την διάρκεια του 2ου παγκοσμίου πολέμου, καθώς οι αντάρτες δεν είχαν άλλη πηγή τροφής στα άγρια βουνά της Κρήτης, με το 1960 να έχουν απομείνει μόλις 200 άιγαγροι στα Λευκά Όρη και να γι'αυτό να ανακηρυχτεί η Σαμαριά ως Εθνικός Δρυμός το 1962. Ακόμη και σήμερα το κρι κρι στα Λευκά Όρη απειλείται από το παράνομο κυνήγι, τις περιορισμένες εκτάσεις για αναζήτηση τροφής και τις αρρώστιες. Ο κύριος όμως κίνδυνος που απειλεί τη διατήρηση του υποείδους είναι ο υβριδισμός με ήμερα κατσίκια.

Για την διατήρηση του υποείδους, αίγαγροι έχουν μεταφερθεί στην προστατευόμενη νησίδα Θοδωρού των Χανίων, και από εκεί σε άλλα νησιά με σημαντικότερο τη Σαπιέντζα Μεσσηνίας (200 άτομα). Επίσης έχουν εισαχθεί κατσίκια στις νήσους Hai Bai του Ισραήλ, Άγιοι Πάντες του Αγίου Νικολάου, Μονή Αίγινας, Αταλαντονήσι Φθιώτιδας, αλλά και στον Εθνικό Δρυμό Πάρνηθας. Ένας μικρός πληθυσμός εισήχθη και στη νήσο Ντία Ηρακλείου, αλλά λόγω του υβριδισμού του με ήμερα κατσίκια γίνεται προσπάθεια απομάκρυνσης όλων των κατσικιών, ώστε να ξαναεισαχθούν καθαρόαιμα κρι-κρι.

Τα αγρίμια έχουν ανοιχτόχρωμο σκούρο τρίχωμα το οποίο, κατά την εποχή του ζευγαρώματος τον Οκτώβριο και Νοέμβριο, γίνεται ανοιχτότερο. Επίσης στη ράχη τους έχουν μια σκούρα καφετιά γραμμή από το κεφάλι ως την ουρά και έχουν μεγάλο γένι. Επιπλέον, έχουν δύο κέρατα που κλίνουν πίσω από το κεφάλι του και φτάνουν το 1m στα αρσενικά. Το μήκος τους φτάνει τα 1.30-1.40m και τα αρσενικά φτάνουν τα 40kg. Όταν γεράσουν, στα 10 τους χρόνια το χρώμα τους ανοίγει και πάλι, και ζουν συνήθως 11-12 χρόνια.

Το αγρίμι τρέφεται με βλαστούς, οφθαλμούς και φύλλα θάμνων και χαμηλών δέντρων, καθώς και με αγρωστώδη και πλατύφυλλες πόες. Προτιμάει βραχώδεις

περιοχές με μεγάλη κλίση, αφού μπορεί να πηδήξει πάνω από 8 μέτρα. Το καλοκαίρι ανεβαίνει σε μεγαλύτερα υψόμετρα, ενώ το χειμώνα κατεβαίνει χαμηλότερα.

Ο αίγαγρος της Κρήτης σχηματίζει ομόφυλες αγέλες μέχρι και 20 άτομα, εκτός από την περίοδο της αναπαραγωγής, μέσα στις οποίες υπάρχει σαφής ιεραρχία, με τα γηραιότερα και σωματικά μεγαλύτερα άτομα να είναι τα κυρίαρχα. Την περίοδο της αναπαραγωγής σχηματίζονται χαρέμια, ενώ τα μικρά του έτους ακολουθούν τα θηλυκά. Είναι πολύ ντροπαλά ζώα και δεν πλησιάζουν συχνά τους τουρίστες.

Τέλος, έχουν βρεθεί πολλές τοιχογραφίες με κρι-κρι, γεγονός που υποδηλώνει ότι οι αίγαγροι λατρεύονταν κατά την αρχαιότητα. Όμως ακόμη και σήμερα εξακολουθεί να αποτελεί ένα από τα ισχυρά σύμβολα της Κρήτης. (www.cretanbeaches.com)

3.3.2. Κρητικός αγριόγατος

Ο αγριόγατος της Κρήτης αποτελούσε μέχρι το 1996 ένα φάντασμα, καθώς οι επιστήμονες δεν είχαν καταφέρει να εντοπίσουν κάποιο ζωντανό ζώο, όταν και πιάστηκε μια γάτα σε παγίδα μιας ομάδας ερευνητών. Είναι το πιο σπάνιο θηλαστικό της Κρήτης και αποτελεί ένα από τα πιο μυστηριώδη πλάσματα του νησιού.

Ο μυστηριώδης αγριόγατος της Κρήτης (επιστ. Felis silvestris cretensis) ή φουρόγατος αποτελεί ενδημικό υποείδος του Ευρωπαϊκού αγριόγατου. Θα ακούσετε κάποιους να τον αναφέρουν κι ως Κρητικό Λύγκα, παρόλο που δεν ανήκει στην ίδια οικογένεια με τους λύγκες. Είναι το μόνο άγριο αιλουροειδές του νησιού, το οποίο είναι περιορισμένο σε μικρό τμήμα της Κρήτης.

Ο φουρόγατος για πολλά χρόνια θεωρούνταν εξαφανισμένος, ένα «ζώο φάντασμα», και οι μαρτυρίες για την ύπαρξη του περιοριζόταν σε βοσκούς. Μοναδικό χειροπιαστό επιστημονικό στοιχείο που υπήρχε μέχρι το τέλος του 20ου αιώνα ήταν δύο δέρματα που είχε αγοράσει το 1905 μια Αγγλίδα επιστήμονας στα Χανιά. Ωστόσο, στις 10 Απριλίου του 1996 δύο φοιτήτριες του πανεπιστημίου της Perugia που μελετούσαν τα σαρκοφάγα ζώα της Κρήτης σε συνεργασία με το μουσείο Φυσικής Ιστορίας του Πανεπιστημίου Κρήτης, έστησαν παγίδες κοντά στον Πλάτανο

Αμαρίου. Σε μία από αυτές πιάστηκε ένας αγριόγατος, παίρνοντας σάρκα και οστά. Αργότερα, βοσκός εντόπισε μια φωλιά με 5 μικρά γατάκια στο δάσος του Ρούβα.
Το σώμα του φουρόγατου είναι μεγαλύτερο από τις κοινές γάτες, και στα αρσενικά φτάνει σε μήκος τα 50cm και η ουρά τα 30cm. Η ουρά είναι στενότερη στη βάση και πιο φουντωτή στην άκρη. Επίσης, το χρώμα του τριχώματος είναι ανοιχτό καφέ με σκούρες κηλίδες και ραβδώσεις. Στη ουρά υπάρχουν μαύροι δακτύλιοι, ενώ το άκρο είναι πάντα μαύρο. Τρέφεται με λαγούς, πουλιά, έντομα και τρωκτικά, ενώ ζει σε βραχώδεις περιοχές και απομονωμένα δάση σε υψόμετρο 900-1200m. Τέλος γεννάει 4-7 μικρά, 1-2 φορές το χρόνο.
Το εξαιρετικά σπάνιο αυτό ζώο ζει κυρίως στον Ψηλορείτη και ιδιαίτερα στο πρινοδάσος του Ρούβα. Επίσης, ένα πτώμα φουρόγατου βρέθηκε στα Λευκά Όρη το 1997, επιβεβαιώνοντας τις μαρτυρίες ότι τις σκοτεινές νύχτες ακούγονται στριγγλιές από γάτες μέσα στο φαράγγι της Σαμαριάς. Η αγριόγατα βρίσκεται σε οριακό σημείο επιβίωσης, καθώς κινδυνεύει με εξαφάνιση κυρίως λόγω της χρήσης δηλητηρίων στη φύση. Επίσης, μπορεί να ζευγαρώσει με κανονικές γάτες και να προκύψουν υβρίδια με αλλοιωμένο γενετικό κώδικα.

Πιστεύεται ότι οι πρώτοι έποικοι της Κρήτης μετέφεραν εξημερωμένες γάτες στην Κρήτη, πιθανότερα από την Αφρική, οι οποίοες ανήκαν στο πιο μικρόσωμο υποείδος του Felis silvestris libyca. Οι γάτες αυτές πέρασαν στη φύση και εξελίχτηκαν στο άγριο υποείδος του cretensis. Εναλλακτικά, η γάτα προυπήρχε στη Κρήτη πριν από τον χωρισμό της από την ηπειρωτική χώρα.(www.cretanbeaches.com)

3.3.3. Κρητική νυφίτσα

Η νυφίτσα της Κρήτης (mustela nivalis galinthias) αποτελεί ενδημικό υποείδος της κοινής νυφίτσας, το οποίο βρίσκεται σε όλο το νησί. Στην Κρήτη είναι γνωστό κι ως Καλογιαννού ή καλογυναικάρι, καθώς η άσπρη λουριδωτή κοιλιά της θυμίζει καλόγρια.
Είναι ζώο μικρό με κοντά πόδια, μακρύ σώμα και μέτρια ουρά, φτάνοντας συνολικό μήκος 17 έως 24 εκ. (Τα θηλυκά είναι μικρότερα από τα αρσενικά). Το χρώμα της Κρητικής νυφίτσας είναι σκούρο καστανό, προς σταχτί-κιτρινωπό με ανοιχτόχρωμη κοιλιά.

Είναι ζώο νυκτόβιο. Την ημέρα κρύβεται στη φωλιά που μπορεί να είναι στη ρίζα ενός δένδρου, ή ανάμεσα σε πέτρες ή σε τοίχους. Πολύ συχνά χρησιμοποιεί σαν κατοικία της τις φωλιές ποντικών που τις στρώνει με ξερά φύλλα για ν' αναθρέψει εκεί τα μικρά της. (www.cretanbeaches.com)

3.3.4. Μεσογειακή φώκια

Η μεσογειακή φώκια Μοναχός (επιστ. Monachus monachus) αποτελεί ένα από τα πιο απειλούμενα θηλαστικά του κόσμου, με λίγες εκατοντάδες εναπομείναντα άτομα. Το όνομα της προέρχεται από τις δίπλες που έχει στο λαιμό της που θυμίζει πτυχές σε ράσα μοναχού ή λόγω του ότι ζει μοναχικά.

Το είδος ζει κυρίως στις ελληνικές θάλασσες, ενώ υπάρχουν κι άλλοι σημαντικοί πληθυσμοί στη Μεσόγειο, όπως στην Μαδέρα, στο Μαρόκο, στην Αλγερία, στη Τουρκία, στη Κύπρο, αλλά και στον Ατλαντικό (Μαυριτανία). Στην Κρήτη ο πληθυσμός είναι πολύ μικρός σε σχέση με το υπόλοιπο Αιγαίο (Αλόννησος, Γυάρος, Κάρπαθος, Κίμωλος, κλπ.), αλλά παρόλα αυτά πρέπει να προστατευθεί.

Στην Κρήτη φωλιάζει σχεδόν σε όλο το εύρος της. Γνωστές περιοχές που ζει είναι η περιοχή με τις σπηλιές ανάμεσα στη Σκαλέτα, το Κουφονήσι, τη Γαύδο, τα Σφακιά, , τη χερσόνησο και τα νησιά της Γραμβούσας, τη Χρυσή, το Ακρ. Δράπανο στα Χανιά (π.χ. Σπήλαιο Ελεφάντων), το Ξερόκαμπο και τις ακτές των Αστερουσίων.

Το σώμα της φώκιας έχει μήκος 2.0 – 2.4 μέτρα, ενώ το βάρος της φτάνει τα 300 κιλά. Τρέφονται με μικρά ψάρια και αστακούς, αλλά κυρίως με χταπόδια τα οποία ψαρεύουν ακόμη και σε 150m βάθος. Δεν απομακρύνονται ιδιαίτερα από τις ακτές και συνήθως βρίσκουν καταφύγιο σε μικρές παραλίες που σχηματίζονται μέσα σε σπηλιές, πάντα μακρυά από τον άνθρωπο. Ζουν έως και 30 χρόνια, και τα θηλυκά γεννούν ένα φωκάκι κάθε χρόνο. Τα μωρά γεννιούνται μαύρα με ένα λευκό σημάδι στην κοιλιά αλλά μετά από δυο μήνες αλλάζουν χρώμα και γίνονται γκρι ή μπεζ, σαν τις ενήλικες φώκιες. Πιο συγκεκριμένα, τα ενήλικα θηλυκά εμφανίζουν χρωματισμούς που ποικίλουν μεταξύ του καφέ μπεζ και γκρι-ασημί, με πιο ανοιχτόχρωμες αποχρώσεις στην κοιλιά, ενώ τα αρσενικά εμφανίζονται σκούρα γκρι ή μαύρα, με μια ευδιάκριτη λευκή περιοχή στην κοιλιά.

Τον τελευταίο αιώνα ο αριθμός τους μειώθηκε δραματικά. Ο κυριότερος λόγος είναι η θανάτωση από ψαράδες, καθώς θεωρούσαν ότι τρώνε τα ψάρια τους. Επίσης, η φώκια αναπαράγεται σε πολύ απόμερα σημεία και απομονωμένες ακτές, που έχουν λιγοστέψει δραματικά λόγω της ανθρώπινης παρουσίας σχεδόν παντού. Τέλος, σε πολλές περιοχές έχουν λιγοστέψει τα ψάρια, λόγω της μόλυνσης ή της υπεραλιείας, και έτσι δεν βρίσκουν πλέον τροφή. Μάλιστα, η ύπαρξη φώκιας σε ένα μέρος θεωρείται ότι αποδεικνύει το πόσο καθαρό και και υγιές είναι το θαλάσσιο οικοσύστημα, ενώ η εξαφάνιση μιας φώκιας δείχνει την υποβάθμιση του περιβάλλοντος.

Οι φώκιες ανακηρύχτηκαν το 1981 ως προστατευόμενο είδος και σήμερα ανήκει στα κρισίμως απειλούμενα με εξαφάνιση ζώα. Στην Κρήτη δεν έχει οριστεί κάποιος χώρος για της προστασία της, όπως στο Εθνικό Θαλάσσιο Πάρκο της Αλοννήσου. Επίσης, το 1992 ιδρύθηκε η σημαντικότατη οικολογική οργάνωση «Ελληνική Εταιρεία για την μελέτη και προστασία της θαλάσσιας φώκιας (ΜΟΜ) με σκοπό την προστασία της φώκιας, η οποία δραστηριοποιείται επιτυχώς μέχρι και σήμερα. (www.cretanbeaches.com)

3.3.5. Γυπαετός

Ο γυπαετός (επιστ. Gypaetus barbatus) αποτελεί το σπανιότερο είδος γύπα από τα τέσσερα που υπάρχουν στην Ευρώπη, του οποίου ο πληθυσμός έχει μειωθεί δραματικά στην Ελλάδα και κινδυνεύει άμεσα με εξαφάνιση. Παλαιότερα το είδος ήταν διαδεδομένο σε όλη την Ελλάδα, αλλά σήμερα έχει περιοριστεί αποκλειστικά στην Κρήτη. Παρόλο που παλαιότερα υπήρχαν 25 ζευγάρια σε όλη την Ελλάδα, το 1995 υπήρχαν μόνο 4 ζευγάρια στη Κρήτη.

Το όνομα barbatus σημαίνει γενειοφόρος και προέρχεται από το μικρό γένι από μαύρες τρίχες που έχει κάτω από το ράμφος του. Έχει μακριές μυτερές φτερούγες και μεγάλη ρομβοειδή ουρά. Χαρακτηριστικά επίσης είναι το δυναμικό και γρήγορο πέταγμά του και οι ελιγμοί του, παρά το μεγάλο βάρος του (5-7kg) και το άνοιγμα των φτερών του, που φτάνει τα 2,80m στα ενήλικα άτομα. Τα νεαρά πουλιά έχουν γκρίζο χρώμα, ενώ τα ενήλικα ασπροκίτρινο κεφάλι και ξανθοκάστανο ή πορτοκαλί

σώμα. Οι φτερούγες και η ουρά είναι γκριζόμαυρες από πάνω και καστανόμαυρες από την κάτω πλευρά τους. Το πορτοκαλί χρώμα της κοιλιάς οφείλεται στο «μακιγιάρισμα» των φτερών του με σκουριά, που προσλαμβάνει, καθώς τρίβεται στα ασβεστολιθικά πετρώματα, ενώ το φυσικό χρώμα του είναι υπόλευκο.

Ο γυπαετοί διατηρούν μεγάλες επικράτειες 350 τετραγωνικών χιλιομέτρων, όπου μένουν για όλη τους τη ζωή σε ζευγάρια. Αν ένα άτομο πεθάνει, τότε το άλλο ταίρι παραμένει στην επικράτεια του μοναχικό, με αποτέλεσμα να μην αναπαράγεται το είδος. Για να ξαναβρεί μια επικράτεια το ζευγάρι της, πρέπει να γεννηθεί ή να εισαχθεί ενήλικος μοναχικός γυπαετός από διπλανή επικράτεια. Έτσι, σήμερα στην Κρήτη, όπου υπάρχουν συνολικά 13 επικράτειες, υπολογίζεται ότι ζουν 4-6 ζευγάρια γυπαετών (2004) ενώ οι υπόλοιπες επικράτειες έχουν μοναχικούς γύπες. Έτσι, τα συνολικά άτομα στη Κρήτη είναι περίπου 30, με τα 10 περίπου να είναι νεαροί γυπαετοί και μόλις τα 8-12 να είναι σε θέση να αναπαραχθούν. Η συντριπτική πλειονότητα των νεαρών που γεννιούνται κάθε χρόνο (2-3) προέρχεται από δύο επικράτειες: της δυτικής Κρήτης και του Εθνικού Πάρκου Λευκών Ορέων.

Οι γυπαετοί απαντώνται το χειμώνα σε κοιλάδες, ενώ το καλοκαίρι αποσύρονται σε μεγαλύτερο υψόμετρο κοντά στα 2000m. Συνήθως παρατηρούνται κοντά σε βράχια ή απότομες ορθοπλαγιές, τόσο στην ενδοχώρα όσο και σε παράκτιες περιοχές. Σε κάθε επικράτεια το ζευγάρι χτίζει σε μικρές σπηλιές 1-2 φωλιές (έχουν παρατηρηθεί έως 7), τις οποίες χρησιμοποιεί εναλλακτικά. Στην Κρήτη έχει καταγραφεί η χαμηλότερη ενεργή φωλιά (300m) και η πρωιμότερη ωοτοκία του είδους (10 Οκτωβρίου) παγκοσμίως. Ο γυπαετός γεννά 1-2 αβγά από τα μέσα Νοεμβρίου έως τα τέλη Ιανουαρίου και η επώαση διαρκεί 53-55 ημέρες, από τα οποία επιζεί μόνο ένας νεοσσός. Οι νεαροί γυπαετοί εγκαταλείπουν την φωλιά τους μετά από 120-130 ημέρες και παραμένει στη γενέθλια επικράτεια για 3-5 μήνες επιπλέον.

Στην Κρήτη τον ονομάζουν και κόκαλα, καθώς τρέφεται κατά 80-90% με κόκαλα από πτώματα, τα οποία εντοπίζουν συνήθως με τη βοήθεια άλλων πτωματοφάγων ζώων. Η παρατήρηση ενός γυπαετού την ώρα που τρώει είναι μοναδική εμπειρία, καθώς ανεβάζει τα μεγάλα κόκαλα σε μεγάλο ύψος σε βραχώδεις, απότομες πλαγιές (σπάστρες), ακολουθώντας τα με χαρακτηριστική ελικοειδή κάθοδο, ώσπου σπάσουν. Τα μικρότερα κόκαλα τα καταπίνει ολόκληρα και τα χωνεύει εύκολα, λόγω των

πανίσχυρων γαστρικών υγρών στο στομάχι του. Αυτή η διατροφική του συνήθεια φαντάζει περίεργη, αλλά τα κόκαλα αποτελούν μια πολύ θρεπτική και εύκολα αποθηκεύσιμη τροφή, για την οποία επιπλέον έχει ελάχιστους ανταγωνιστές. Στη Κρήτη, ο γυπαετός εξαρτάται αποκλειστικά από τη νομαδική κτηνοτροφία, καθώς οι μικρές ομάδες αιγοπροβάτων που ζουν σε ημιάγρια κατάσταση σε όλους τους ορεινούς όγκους του νησιού αποτελούν σημαντική πηγή τροφής του.

Οι κυριότερες απειλές για το απειλούμενο είδος στην Κρήτη είναι η λαθροθηρία και η χρήση δολωμάτων, που στοχεύει στην εξολόθρευση κορακιών και αδέσποτων σκύλων. Άλλες απειλές είναι η όχληση στις θέσεις φωλιάσματος, η οποία επιτείνεται με την ανεξέλεγκτη διάνοιξη αγροτικών δρόμων που πάνε στα πιο δύσβατα σημεία. Επίσης, η πιθανή έλλειψη τροφής την περίοδο της εκκόλαψης του νεοσσού, όταν αυτός δεν μπορεί να τραφεί με κόκαλα, αποτελεί το κρισιμότερο στάδιο του αναπαραγωγικού κύκλου (www.cretanbeaches.com)

3.3.6. Χρυσαετός

Ο χρυσαετός (επιστ. Aquila chrysaetos) ή βιτσίλα είναι το ισχυρότερο αρπακτικό της Ελλάδας, με άνοιγμα φτερούγων 185-220cm και μήκος σώματος 75-90cm. Δυστυχώς το είδος απειλείται με εξαφάνιση, καθώς μόνο λίγα ζευγάρια έχουν απομείνει.

Όταν πετά ο χρυσαετός, διακρίνεται ο χρυσοκίτρινος λαιμός (εξου και το όνομα του) και η μακριά ουρά του. Το ενήλικο πουλί έχει χαρακτηριστικό χρυσαφί κεφάλι και αυχένα, το σώμα και οι φτερούγες του είναι ομοιόμορφα σκούρες από κάτω, ενώ από πάνω οι φτερούγες είναι πιο ανοιχτόχρωμες και τα πόδια σκεπάζονται με φτέρωμα.

Ο Χρυσαετός γυροπετά διαγράφοντας μικρούς κύκλους σε ύψος 5000m, ενώ οι φτερούγες του όταν παρατηρείται από μπροστά έχουν σχήμα V. Για το μέγεθός του είναι ιδιαίτερα ευκίνητο αρπακτικό, ικανό να εφορμά προς το έδαφος με μεγάλη ταχύτητα. Συνήθως κυνηγά σε ζευγάρια. Χαρακτηριστικές είναι οι πτήσεις των Χρυσαετών την προ-αναπαραγωγική περίοδο όταν διαφημίζουν τα όρια της επικράτειας τους. Τα πουλιά παίρνουν μεγάλο ύψος και στη συνέχεια βυθίζονται με μαζεμένες τις φτερούγες.

Είναι μονογαμικό πτηνό και ζευγαρώνει για ισόβια. Το θηλυκό γεννά 2-3 αυγά στο τέλος Φεβρουαρίου και τα επωάζει για 40-45 ημέρες σε φωλιές που βρίσκονται σε απόμερους γκρεμούς. Οι νεοσσοί δεν έχουν φτέρωμα. Μένουν στη φωλιά 11 εβδομάδες και τους φροντίζουν οι γονείς τους. Συνήθως επιβιώνει μόνο ο ένας , ο οποίος σκοτώνει τους άλλους ή τρώει όλη την τροφή, με αποτέλεσμα οι άλλοι να πεθάνουν από ασιτία. Ο χρυσαετός σε καλές συνθήκες διαβίωσης ζει πολλά χρόνια. Μάλιστα, στα αυτοκρατορικά ανάκτορα της Βιέννης, στην αιχμαλωσία και με καλή περιποίηση, υπήρξε αετός που έζησε 100 χρόνια. (www.cretanbeaches.com)

3.3.7. Χελώνα Καρέτα (Caretta caretta)

Η χελώνα Καρέττα (επιστ. Caretta caretta) είναι το σημαντικότερο είδος θαλάσσιας χελώνας της Ελλάδος, το οποίο προστατεύεται αυστηρά από την ελληνική νομοθεσία. Στην Ελλάδα δραστηριοποιούνται δύο οργανώσεις για την θαλάσσια χελώνα, η ΑΡΧΕΛΩΝ και η MEDASSET, οι οποίες πράγματι κάνουν σπουδαίο και αξιέπαινο έργο.

Η καρέτα έχει σκληρό καβούκι με 5 πλάκες σε κάθε πλευρά του και το μήκος του φτάνει μέχρι και 120cm, συνήθως όμως δεν ξεπερνά τα 100cm. Το βάρος της φτάνει συνήθως τα 100-150 κιλά, μπορεί όμως να ξεπεράσει τα 450kg σε εξαιρετικές περιπτώσεις, ενώ μπορεί να ζει 47–67 χρόνια. Τρέφεται κυρίως με μέδουσες, μαλάκια, μαλακόστρακα και, σπανιότερα, με φύκη. Δυστυχώς, ένας μεγάλος αριθμός χελωνών χάνει την ζωή του από κατάποση πλαστικών σακουλών που πετιούνται στην θάλασσα, νομίζοντας ότι είναι μέδουσες.

Η Κρήτη αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα μέρη για την αναπαραγωγή τους, καθώς εκατοντάδες χελώνες καρέτα γεννούν τα αυγά τους στις αμμουδιές του νησιού κάθε καλοκαίρι. Γι’ αυτό το λόγο οι οργανώσεις για τη προστασία των θαλάσσιων χελωνών δραστηριοποιούνται στις τουριστικές βόρειες παραλίες των Χανίων και του Ρεθύμνου , αλλά και στο κόλπο της Μεσαράς, όπου η πυκνότητα γεννήσεων είναι μεγαλύτερη.

Η θηλυκιά καρέτα πλησιάζει τις ακτές της Κρήτης μόνον για να γεννήσει κάθε 2-4 χρόνια, από τον Μάιο ως τον Σεπτέμβρη, δηλαδή τη περίοδο που οι παραλίες

γεμίζουν με κόσμο. Αφού βρει μια παραλία χωρίς φώτα, βγαίνει στο σκοτάδι και γεννάει 20-200 αυγά, τα οποία θάβει στην άμμο. Όταν τα χελωνάκια εκκολαφτούν μετά από 2 μήνες, κατευθύνονται στη θάλασσα και μένουν σε αυτή για πολλά χρόνια, έως ότου επιστρέψουν οι ενήλικες θηλυκές στην ίδια πάντα παραλία για να γεννήσουν τα αυγά τους.
Το πρόβλημα που προκύπτει με τον κύκλο ζωής των χελωνών είναι η τυχόν υποβάθμιση ή καταστροφή της παραλίας όπου γεννήθηκαν, που τις καθιστά ανίκανες για αναπαραγωγή (καθώς γεννούν μόνο στην ίδια παραλία). Γι' αυτό το λόγο στις περιοχές που αναπαράγεται το είδος απαγορεύεται η χρήση φωτισμού, ηχείων, η οδήγηση στην άμμο, το βραδινό περπάτημα στη παραλία και γενικά η καθ' όποιον τρόπο ενόχληση των χελωνών.

Στην Κρήτη οι χελώνες γεννούν σε όλες τις παραλίες με άμμο, κι έτσι καλό είναι να αποφεύγουμε τις βραδινές περιπλανήσεις στη παραλία τις ώρες αυτές. Επίσης, αν εντοπίσουμε κάποια φωλιά, πρέπει να ενημερώσουμε την ΑΡΧΕΛΩΝ και να σημαδέψουμε την περιοχή προσωρινά ώστε να μην πλησιάζει κάποιος και σπάσει τα αυγά. Η ίδια η ΑΡΧΕΛΩΝ τοποθετεί μεταλλικά κλουβιά πάνω από τη φωλιά και φωτοφράγματα για να μην μπερδεύονται οι νεοσσοί (οι οποίοι κατευθύνονται προς τα φώτα της ξηράς). Επίσης, για όσους ενδιαφέρονται, η ΑΡΧΕΛΩΝ δέχεται δωρεές και εθελοντές για την στήριξη του έργου της. (www.cretanbeaches.com)

3.3.8. Παραδοσιακά προϊόντα - Διατροφή

Η Κρήτη είναι επίσης γνωστή για την ποιότητα των αγροτικών της προϊόντων που εξαιτίας του κλίματος καλλιεργούνται σχεδόν όλο τον χρόνο. Τα σημαντικότερα από αυτά είναι το λάδι, η σταφίδα , τα εσπεριδοειδή , τα κηπευτικά , τα όσπρια κτλ . Από λαχανικά μεγάλη οικονομική σημασία έχουν οι ντομάτες οι οποίες εξάγονται , καθώς και οι πατάτες. Πολλά είναι και τα κτηνοτροφικά προϊόντα της Κρήτης. Φημίζονται το ανθότυρο , η μυζήθρα , και διάφορες άλλες κατηγορίες τυριού. Αξιόλογο προϊόν αποτελεί και το μέλι που φημίζεται για το άρωμα του.

Η μεσογειακή δίαιτα είναι τρόπος ζωής που χαρίζει μακροζωία και καλή υγεία. Είναι διεθνώς γνωστό ότι η Κρητική δίαιτα είναι το καλύτερο παράδειγμα μεσογειακής διατροφής. Η σύγχρονη διαιτολογία διαπίστωσε ότι οι κάτοικοι του νησιού έχουν

τους μικρότερους δείκτες θνησιμότητας σε παγκόσμια κλίμακα από καρδιαγγειακά νοσήματα και καρκίνους και αναζήτησε τη διατροφή που χαρίζει στους Κρητικούς αυτά τα εξαιρετικά προνόμια υγείας. Η ιστορία της Κρητικής διατροφής ξεκινά από πολύ παλιά και από ευρήματα των αρχαιολογικών ανασκαφών φαίνεται πως οι αρχαίοι Κρήτες και οι Μινωίτες , κατανάλωναν τα ίδια σχεδόν προϊόντα που καταναλώνονται και σήμερα. Στα δε ανάκτορα της μινωικής εποχής βρέθηκαν μεγάλα πιθάρια που χρησιμοποιούνταν για ελαιόλαδο , δημητριακούς καρπούς, όσπρια και μέλι. Ο αγροτικός πληθυσμός εξακολουθεί να αξιοποιεί τη φύση και τα προϊόντα της, που αποτελούν τη βάση της περίφημης Κρητικής παραδοσιακής κουζίνας. Τα τελευταία χρόνια αναπτύσσονται οι βιοκαλλιέργειες λόγω των ευνοϊκών κλιματολογικών συνθηκών.

Το μυστικό της καλής υγείας και της μακροζωίας είναι απλό για τους Κρητικούς που τρώνε ότι παράγει η πλούσια γη τους. Φρούτα, λαχανικά, χόρτα, κηπευτικά, όσπρια, τυριά και ψωμί. Αρωματίζουν τη γεύση με θαυμάσια αρωματικά φυτά, παρασκευάζουν γλυκίσματα με μέλι και πετιμέζι, και συνοδεύουν το γεύμα τους με καλό Κρητικό κρασί.(www.hotelsline.gr)

Στην Κρήτη Αμερικανοί διαιτολόγοι εξέτασαν το φαινόμενο της μακροζωίας των Κρητικών και δεν πίστευαν στα μάτια τους! "Πόσο λάδι τρώνε, θεέ μου", αναφώνησε ο διεθνούς φήμης γιατρός και πρωτοπόρος σε θέματα διατροφής Ancel Keys, βλέποντας την πράσινη σαλάτα να κολυμπά κυριολεκτικά στο ελαιόλαδο. Στην ουσία ο Keys επανέλαβε εκείνο που είχαν προσέξει κατά τους προηγούμενους αιώνες οι περιηγητές που έδειξαν ενδιαφέρον για την καθημερινή ζωή των Κρητών. Σήμερα πιστεύεται πως το ελαιόλαδο είναι το μεγαλύτερο μυστικό της Κρητικής διατροφής και μακροζωίας. Έρευνες που έγιναν και γίνονται σε Ευρώπη και Αμερική αποκαλύπτουν πως το ελαιόλαδο όχι μόνον προστατεύει την καρδιά, αλλά βοηθά στην καλή λειτουργία πολλών οργάνων. Δρα ευεργετικά σε μια σειρά ασθενειών, πχ. μειώνει τη χοληστερόλη, έχει αντιοξειδωτική δράση, προστατεύει από καρκίνους και βοηθά στη λειτουργία του ήπατος. Ιδανικό για διατροφή ανθρώπων πάσχοντες από διαβήτη. Το Κρητικό λάδι, γνωστό στον κόσμο για την ποιότητά του, δεν είναι βιομηχανικό αλλά φυσικό προϊόν που βγαίνει από απλή σύνθλιψη της ελιάς, χωρίς εκχυλίσματα και βελτιωτικά. Είναι το καλύτερο , ελαφρύτερο και γευστικότερο ελαιόλαδο του κόσμου. (www.hotelsline.gr)

Οι Κρητικοί καταναλώνουν το περισσότερο τυρί στον κόσμο απολαμβάνοντας αξεπέραστες γεύσεις, όπως η γραβιέρα, κεφαλογραβιέρα , κεφαλοτύρι, γλυκιάς και ξινής μυζήθρας και άλλων τυροκομικών προϊόντων. Το τυρί διαδραματίζει πρωτεύοντα ρόλο στην διατροφή τους ως πηγή ασβεστίου και κεκορεσμένων λιπών, αλλά αυτοί που το τρώνε δεν έχουν υψηλά επίπεδα χοληστερόλης πιθανότατα γιατί οι συνδυασμοί του Κρητικού διατροφικού προτύπου παρέχουν ιδανική ισορροπία. Στην Κρητική διατροφή υπάρχει μια εντυπωσιακή ισορροπία φυσικών προϊόντων που προσφέρουν εκείνο ακριβώς που χρειάζεται ο άνθρωπος για να παραμένει υγιής. Οι βιταμίνες που περιέχονται στα τυριά μας είναι πολλές (A, B1, B2, B3, B6, φολικό οξύ), όπως συμβαίνει και με τα βασικά μέταλλα και με τα αμινοξέα. Στη Μυθολογία λέγεται, πως τα γαλακτοκομικά προϊόντα της Κρήτης έθρεψαν τον μεγάλο θεό Δία, που γεννήθηκε σ' ένα σπήλαιο, έχοντας συντροφιά και τροφό του μιαν αίγα, την Αμάλθεια. Από τότε η κτηνοτροφία στην Κρήτη δεν έχει αλλάξει χαρακτήρα. Στηρίζεται σε μικρά ζώα (αίγες, πρόβατα) ενώ οι αγελάδες είναι ελάχιστες. Επίσης, στηρίζεται στην ελεύθερη βοσκή. Δεν υπάρχουν κτηνοτροφικές επιχειρήσεις που να κρατούν κλεισμένα σε συγκεκριμένο χώρο τα ζώα για μεγάλα χρονικά διαστήματα· τα ζώα της Κρήτης είναι όλο το χρόνο ελεύθερα στα βουνά ή στα χειμαδιά και τρέφονται σχεδόν κατ' αποκλειστικότητα με άγρια χόρτα, Κρητικά βότανα και θάμνους. Η κρητική γραβιέρα προσφέρει μια γεύση που ξαφνιάζει, όπως συμβαίνει με όλες τις ποικιλίες των τυριών του νησιού (κεφαλοτύρι, κεφαλογραβιέρα, ανθότυρος). (www.hotelsline.gr)

Μία σημαντική διαφορά της Κρητικής δίαιτας από τις άλλες των μεσογειακών περιοχών έγκειται στην κατανάλωση φρούτων! Ο Κρητικός τρώει έξι φορές περισσότερα φρούτα από το μέσο κάτοικο των άλλων μεσογειακών περιοχών και έξι φορές περισσότερα από τον κάτοικο μιας βόρειας χώρας (π.χ. Ολλανδία). Οι Ευρωπαίοι περιηγητές που έφταναν στην Κρήτη το 19ο αιώνα εγκωμίαζαν τα πορτοκάλια του νησιού. Η μυθολογία μας λέει πως τα εσπεριδοειδή ήταν το δώρο που έκανε η Γαία (γη), στο γάμο του πατέρα των Θεών, Δία με την Ήρα. Αυτό το δώρο, που κρατήθηκε, σύμφωνα πάντα με την μυθολογία, στους κήπους των Εσπερίδων, μακριά από ανθρώπους, καλλιεργείται σε μια εκτεταμένη περιοχή στα Χανιά. Μικρότερες καλλιέργειες υπάρχουν στη Μεσσαρά , το Φόδελε του Ηρακλείου και στο Μυλοπόταμο. Ήταν το κυριότερο χειμωνιάτικο φρούτο, το φρούτο που δεν

έλειπε από κανένα Κρητικό σπίτι. Την ίδια συνταγή συνιστούν και σήμερα οι γιατροί: Το πορτοκάλι δεν πρέπει να λείπει από το τραπέζι μας, ο φυσικός χυμός δεν πρέπει να λείπει από τη ζωή μας, τα φρούτα δεν πρέπει να διαδραματίζουν ποτέ δευτερεύοντα ρόλο στη διατροφή μας: Είναι πλούσιες πηγές βιταμίνης C (ιδιαίτερα το πορτοκάλι), βιταμίνης B12 (απαραίτητη για την παραγωγή του αίματος), αλλά και βιταμινών που έχουν αντιοξειδωτική δράση, δηλαδή αντικαρκινική και προστατευτική για καρδιοπάθειες , (A, C και E). Το κατ' εξοχήν καλοκαιρινό φρούτο της Κρήτης, το σταφύλι, θεωρείται σήμερα ιδανικό για μια ισορροπημένη δίαιτα. Είναι γευστικό και ο φλοιός του περιέχει ουσίες αντικαρκινικές. (www.hotelsline.gr)

3.3.9. Μυθολογία

Η προέλευση της λέξης Κρήτη δεν έχει καθορισθεί με βεβαιότητα. Υπάρχουν διάφορες αντικρουόμενες ετυμολογίες κατά τις οποίες, μία από τις Εσπερίδες ονομαζόταν Κρήτη, όπως Κρήτη ονομαζόταν και η σύζυγος του βασιλιά Μίνωα καθώς και μία από τις νύμφες που παντρεύτηκε ο Δίας Άμμων. Επίσης, ο Κρης, γιός του Δία και της νύμφης Ίδας θεωρείται να έχει δώσει το όνομα του στην Κρήτη, ειδικά αφού το υψηλότερο βουνό του νησιού φέρει το όνομα της μητέρας του.

Η Κρήτη, σύμφωνα με την γνώμη πολλών ιστορικών, κατοικείται ήδη από την Παλαιολιθική εποχή και παρουσιάζει συνεχή ανθρώπινη παρουσία τα τελευταία 10 χιλιάδες χρόνια Αν και ο Μινωικός πολιτισμός αναπτύχθηκε κυρίως στο Κρητικό και Αιγαιοπελαγίτικο έδαφος, η Κρήτη εμφανίζει ξεχωριστή θέση στην ελληνική μυθολογία και πρωταγωνιστεί στον ελληνικό πολιτισμό από τις απαρχές του.

Ο Δίας, ο πατέρας Θεών και ανθρώπων, κατά την αρχαία ελληνική μυθολογία γεννήθηκε στο Δικταίο Άντρο. Αφού απήγαγε την Ευρώπης από τις ακτές της Φοινίκης, στον σημερινό Λίβανο, κατέφυγαν στην Κρήτη όπου και συνευρέθησαν. Ο μύθος τοποθετεί την πράξη κάτω από τον αειθαλή πλάτανο της Γόρτυνος, αρχαίας πρωτεύουσας του νησιού αλλά και ολόκληρης της Κυρηναϊκής κατά το απόγειό της ακμής της, επί Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας. Το δένδρο της Γόρτυνος διατηρείται ως τις μέρες μας ως ένας από τους ελάχιστους διασωθέντες αειθαλείς πλατάνους. Η Ευρώπη γέννησε τρεις γιους, τους Μίνωα, Ραδάμανθυ και Σαρπηδόνα. Ο βασιλιάς Μίνωας, αφού υπέταξε το νησί, παντρεύτηκε τη μάγισσα Πασιφάη, αδελφή της Καλυψούς και

της Κίρκης, ομηρικών ηρωίδων της Οδύσσειας. Αφιέρωσε ναό στον Ποσειδώνα θεό της θάλασσας, θυσιάζοντας προς τιμήν του έναν πελώριο λευκό ταύρο. Το ζώο, προσφορά στον Μίνωα από τον Ποσειδώνα, ήταν τόσο όμορφο που εκείνος αποφάσισε να το αντικαταστήσει και να θυσιάσει έναν υποδεέστερο ταύρο στην θέση του. Το μένος του Ποσειδώνα για την ιερόσυλη απόφαση του Μίνωα, τον οδήγησε στο να καταραστεί την Πασιφάη να ερωτευθεί σφοδρά τον ταύρο. Εκείνη για να ικανοποιήσει τον πόθο της, κρύφθηκε μέσα στο ξύλινο ειδώλιο αγελάδας, που κατασκεύασε ο αρχιτέκτων Δαίδαλος και συνευρέθηκε με το ζώο. Ο καρπός της πράξης, μισός άνθρωπος και μισός ταύρος, ήταν το μυθικό τέρας Μινώταυρος το οποίο αμέσως μετά τη γέννησή του φυλακίσθηκε στον Λαβύρινθο που κατασκεύασε ο Δαίδαλος. Η πόλη της Αθήνας υποχρεώθηκε θεσμικά να στέλνει κάθε χρόνο 10 νέους και 10 νέες για να τρέφεται ο Μινώταυρος. Αργότερα, εξολοθρεύτηκε από τον Αθηναίο πρίγκηπα Θησέα, απαλλάσσοντας την Αθήνα από τον βάρβαρο θεσμό. (el.wikipedia.org)

3.3.10. Ιστορία

3.3.10.1. Νεολιθική περίοδος

Η καταγεγραμμένη ιστορία του νησιού ξεκινά κατά τη Νεολιθική περίοδο, κοντά στο 7000 π.Χ. Οι πρώτοι κάτοικοι φέρονται να έφθασαν στην Κρήτη από τη Μικρά Ασία ή τη Βόρεια Αφρική και να αναπτύχθηκαν αργά για τα επόμενα 3.000 χρόνια. Αρχικά καλλιέργησαν τη γη με πρωτόγονες μεθόδους, έμαθαν την εκτροφή των ζώων και σχηματίστηκαν οι πρώτοι οικισμοί. Ο πληθυσμός κατοικούσε σε λίθινα σπίτια και σπανιότερα σε σπηλιές, όπως μαρτυρούν ευρήματα στα σπήλαια της Ειλείθυιας, του Στραβομύτη, του Ελληνοσπήλαιου κ.ά όπου έχουν βρεθεί όπλα, εργαλεία, αγγεία, λεπίδες και κοκκάλινοι ή λίθινοι πέλεκεις όπως και αντικείμενα θρησκευτικής λατρείας αφιερωμένα στη θεά της γονιμότητας. Το νησί απομονωμένο, λόγω της φύσης της νεολιθικής οικονομίας, βασιζόταν στην αυτάρκεια και επιβίωνε χάρη στη γεωργία και την κτηνοτροφία. Με την πάροδο του χρόνου, η σχετικά πρωτόγονη αγγειοπλαστική εξελίχθηκε με τη χρήση της φωτιάς και βελτιώθηκε καλλιτεχνικά. Κατάλοιπα της συγκεκριμένης περιόδου έχουν ανεβρεθεί στη Φαιστό, στην Κνωσό και στη Σητεία. (el.wikipedia.org)

3.3.10.2 Προανακτορική περίοδος

Σύμφωνα με τον Άγγλο αρχαιολόγο Έβανς, γύρω στο 2600 π.Χ δύο φυλετικά στοιχεία εγκαταστάθηκαν στα παράλια της Κρήτης: Ένα πρωτολιβυκό προερχόμενο από την Αίγυπτο και ένα από τη Μικρά Ασία. Οι Κρήτες, αρχικά, διατήρησαν τον παραδοσιακό τρόπο ζωής, γρήγορα όμως αφομοιώθηκαν με τα δύο νέα φύλα όπως που μαρτυρούν τα σχετικά ευρήματα. Με τη διάδοση της χρήσης του χαλκού αυξάνεται ο πληθυσμός του νησιού και αρχίζουν, γύρω στο 2000 π.Χ., οι πρώτες εμπορικές επαφές με τις γειτονικές περιοχές των Κυκλάδων, της Μικράς Ασίας και της Αιγύπτου, οι οποίες ευνοήθηκαν από την καίρια γεωγραφική θέση του νησιού και έθεσαν έτσι τις βάσεις της δημιουργίας του λαμπρού μετέπειτα Μινωϊκού πολιτισμού. Τα πρώτα αστικά κέντρα του νησιού σχηματίζονται κατά το 2000 π.Χ. γύρω από τα παλάτια των τοπικών αρχόντων στο κέντρο των διάφορων αγροτικών κοινωνιών και ο πλούτος ορίζεται από τα γεωργικά πλεονάσματα. Αυτού του είδους η κοινωνική οργάνωση διήρκεσε για μια περίοδο 600-700 χρόνων και ήκμασε κατά τη διάρκεια του Μινωϊκού πολιτισμού, στα μέσα της δεύτερης χιλιετίας προ Χριστού. (el.wikipedia.org)

3.3.10.3 Ανακτορικές περίοδοι και Μινωικός πολιτισμός

Κατά το 1900 π.Χ. χτίζονται στην Κρήτη τα πρώτα ανάκτορα, επακόλουθο της μεγάλης οικονομικής ανάπτυξης του νησιού. Σύμφωνα με τις αρχαιολογικές ανασκαφές, εκείνη την εποχή δημιουργούνται τα ανάκτορα της Κνωσού, της Φαιστού, των Μαλίων και της Κάτω Ζάκρου. Σημαντικό εύρημα της Παλαιοανακτορικής περιόδου θεωρείται ο δίσκος της Φαιστού (1700-1600 π.Χ.). Το τέλος της Παλαιοανακτορικής περιόδου θεωρείται πως επέφερε ο μεγάλος σεισμός του 1700 π.Χ. που προκάλεσε την καταστροφή των περισσότερων ανακτόρων. (el.wikipedia.org)

3.3.10.4. Νεοανακτορική εποχή

Με την ανοικοδόμηση των ανακτόρων εγκαινιάζεται η Νεοανακτορική εποχή που θεωρείται ως η περίοδος της ακμής του Μινωϊκού πολιτισμού, κέντρο του οποίου ήταν η Κνωσσός , 10 χλμ νότια του Ηρακλείου. Η Κνωσός βασίλευσε στην Κρήτη απόλυτα χωρίς κίνδυνο εσωτερικών ή εξωτερικών εισβολών όπως καταμαρτυρά η παντελής έλλειψη οχυρωματικών έργων γύρω από το ανάκτορο. Τα παλάτια της Ζάκρου, των Μαλίων, της Φαιστού κ.α. ιδρύθηκαν ως τοπικά διοικητικά κέντρα και

χρησιμοποιήθηκαν στον έλεγχο του εμπορίου μεταξύ Κνωσού και Κύπρου, ηπειρωτικής Ελλάδας και με τους υπόλοιπους εμπορικούς εταίρους. Τα αρχαιολογικά ευρήματα της συγκεκριμένης εποχής μας φανερώνουν πολλές πτυχές της οργάνωση της οικονομίας και της καθημερινότητας του νησιού, που διέφερε από πόλη σε πόλη. Κύρια ενασχόληση των κατοίκων αποτελούσε πρωτίστως η ναυτιλία και το εμπόριο ενώ σε δεύτερη μοίρα πλέον είχαν περάσει η γεωργία, η κτηνοτροφία, η υφαντική και η κεραμική. Το μεγαλύτερο μέρος της εμπορικής κίνησης της Κρήτης συγκεντρωνόταν στα λιμάνια της Αγίας Τριάδας, των Μαλίων, της Φαιστού και της Αμνισού και τα προϊόντα μεταφέρονταν στο εσωτερικό της μέσω του πολύ καλά οργανωμένου οδικού δικτύου της εποχής. Παλαιότερα πιστευόταν πως ο Μινωικός πολιτισμός έφτασε απρόοπτα στο τέλος του με την τελευταία μεγάλη έκρηξη του ηφαιστείου της Θήρας (Σαντορίνης). Η υπόθεση διατυπώθηκε για πρώτη φορά από τον Έλληνα αρχαιολόγο Σπυρίδωνα Μαρινάτο στη δεκαετία του 1930. Ο Μαρινάτος υποστήριξε ότι η καταστροφή της Κνωσσού και της Φαιστού προκλήθηκε από πελώρια παλιρροϊκά κύματα και νέφη στάχτης που αποδυνάμωσαν σημαντικά την εσωτερική και εξωτερική οικονομία του νησιού. Η υπόθεση αυτή δεν είναι πια αποδεκτή σήμερα. (el.wikipedia.org)

3.3.10.5. Αχαιοί

Πρώτοι οι Αχαιοί καταλαμβάνουν την Κνωσό εδραιώνοντας την κυριαρχία τους και ο ισχυρός σεισμός του 1380 π.Χ. εξαφανίζει, μαζί με το ανάκτορο της Κνωσού, τα τελευταία δείγματα Μινωικού πολιτισμού [εκκρεμεί παραπομπή]. Κατά το 1200 π.Χ., οι πηγές αναφέρουν ότι η Κρήτη διέθετε ισχυρό στόλο ο οποίος λίμναζε και πραγματοποιούσε πειρατικές επιδρομές στην περιοχή της ανατολικής Μεσογείου[εκκρεμεί παραπομπή]. Παράλληλα η Κρήτη συμμετέχει στον Τρωικό Πόλεμο, με αρχηγό το βασιλιά Ιδομενέα , γιο του Δευκαλίωνα κι εγγονό του βασιλιά Μίνωα. (el.wikipedia.org)

3.3.10.6. Δωριείς

Τον 10ο π.Χ. αιώνα, στην Κρήτη καταφθάνουν οι Δωριείς και εγκαθίστανται στις σημαντικότερες πόλεις του νησιού (Κνωσό, Φαιστό, Γόρτυνα, Τύλισο , Χερσόνησο, Κυδωνία κ.α.). Οι αυτόχθονες, γνωστοί και ως Ετεοκρήτες καταφεύγουν στις δυσπρόσιτες περιοχές της κεντρικής και ανατολικής Κρήτης ενώ οι νέοι κάτοικοι εισάγουν στο νησί σειρά καινούργιων εθίμων (κάψιμο των νεκρών κ.α) και νέων

παραγωγικών μεθόδων όπως η γενικευμένη χρήση του σιδήρου, ο οποίος πλέον χρησιμοποιείται , εκτός από την κατασκευή όπλων, και στην κατασκευή εργαλείων και διακοσμητικών αντικειμένων. Με την επικράτηση των Δωριέων στην Κρήτη, θα κυριαρχήσει στην πολιτική ζωή της Κρήτης η ολιγαρχία και η τοπική Κρητική κοινωνία θα αρχίσει να εμφανίζει σαφείς ομοιότητες με την σπαρτιατική. Πάνω από 100 πόλεις-κράτη δημιουργούνται, με σημαντικότερες εκείνες της Γόρτυνος, της Φαιστού, της Κνωσού, της Ιεράπυτνας (σημερινή Ιεράπετρα) και της Κυδωνίας. Οι κοινωνικές ομάδες θα διαιρεθούν σε τέσσερις κατηγορίες: στους Δωριείς, στους Περίοικους, στους Μινωίτες και στους Αφαμιώτες ή Κλαρώτες (οι δυο τελευταίες περιελάμβαναν δούλους χωρίς πολιτικά δικαιώματα). Κατά τον 7ο π.Χ. αιώνα παρουσιάζεται άνθηση στην πολιτιστική και καλλιτεχνική δημιουργία της Κρήτης η οποία όμως θα διαταραχθεί από τις εχθρικές επιδρομές που ακολουθούν. (el.wikipedia.org)

3.3.10.7. Κλασική και ελληνιστική περίοδος

Καθ' όλη τη διάρκεια της κλασικής περιόδου και ενώ στην ηπειρωτική Ελλάδα οι πόλεις εμπλέκονται σε αλλεπάλληλους πολέμους και προστριβές, οι πόλεις της Κρήτης θα παραμείνουν αμέτοχες, ακόμα και στους δυο μεγάλες συρράξεις της εποχής, τους Περσικούς Πολέμους και τον Πελοποννησιακό Πόλεμο. Κατά την εποχή του Μεγάλου Αλεξάνδρου καλλιεργήθηκε έντονο φιλομακεδονικό ρεύμα στην Κρήτη. Το 216 π.Χ. οι Κρήτες ανακηρύσσουν τον Μακεδόνα βασιλιά Φίλιππο Ε' προστάτη του νησιού ενώ την ίδια εποχή είναι έκδηλη και η επιρροή των Πτολεμαίων. Σε μια προσπάθεια καταπολέμησης του φιλομακεδονικού ρεύματος της Κρήτης, η Αρχαία Σπάρτη έστειλε κατά του νησιού τον ναύαρχο Αμφοτερό.

Αργότερα την Κρήτη μαστίζει ο Κρητικός Πόλεμος ο οποίος έληξε με ήττα των φιλομακεδονικών πόλεων της Ιεράπυτνας και της Ολούντας απο την Κνωσό που συμμάχησε με τη Ρόδο και την Ρώμη. Δέχτηκε επιδρομές από πειρατές της Κιλικίας και το 67 π.Χ., έπειτα από σκληρή διετή αντίσταση, κατελήφθη εξολοκλήρου από τους Ρωμαίους, με τελευταία πόλη να υποτάσσεται στις λεγεώνες την Ιεράπυτνα, υπό το πρόσχημα της υποστήριξης στον βασιλιά του Πόντου Μιθριδάτη. (el.wikipedia.org)

3.3.10.8. Ρωμαιοκρατία

Με την κατάληψη του νησιού από τους Ρωμαίους ξεκινά μια μακρά περίοδος ειρήνης και ευημερίας στα πλαίσια της οποίας αναπτύχθηκαν εκ νέου οι πόλεις της Κυδωνίας, Κνωσού και Φαιστού. Ως διοικητικό κέντρο του νησιού ορίζεται η Γόρτυνα, η μόνη πόλη που δεν καταστράφηκε από τη ρωμαϊκή εισβολή, έχοντας συμμαχήσει με τους κατακτητές. Η παρουσία των Ρωμαίων δεν επηρέασε ουσιαστικά τη καθημερινότητα των κατοίκων, οι οποίοι διατήρησαν τη γλώσσα, τα ήθη και τα έθιμα τους. Παράλληλα, το Κοινόν των Κρητών διατήρησε την ελεύθερη λειτουργία του. Οι Ρωμαίοι κατασκεύασαν σημαντικά δημόσια έργα, λείψανα των οποίων διασώζονται μέχρι σήμερα. Το 58 μ.Χ. η Κρήτη έρχεται σε επαφή με τον Χριστιανισμό χάρη στον μαθητή του Αποστόλου Παύλου, Τίτο. (el.wikipedia.org)

3.3.10.9. Πρωτοβυζαντινή περίοδος

Με τη διάσπαση του Ρωμαϊκού Κράτους σε Ανατολικό και Δυτικό το 395, η Κρήτη περνά στο πρώτο, τη μετέπειτα Βυζαντινή αυτοκρατορία. Κατά τον 5ο αιώνα αρχίζει να εξαπλώνεται στη νήσο ο Χριστιανισμός και η επισκοπή της Κρήτης υπάγεται στο Πατριαρχείο Κωνσταντινούπολης και χτίζονται οι πρώτες μεγάλες εκκλησίες, με κυριότερη τη βασιλική του Αγίου Τίτου, που σώζεται μέχρι σήμερα στη Γόρτυνα. (el.wikipedia.org)

3.3.10.10. Αραβοκρατία

Η Κρήτη εξακολουθεί να αποτελεί τμήμα της Βυζαντινής Αυτοκρατορίας μέχρι και το 823, όπου, επί αυτοκράτορος Μιχαήλ Τραυλού, οι Σαρακηνοί της Ισπανίας υπό την αρχηγία του Απόχαψι επέδραμαν με 20 πλοία λεηλατώντας το νησί. Τη σθεναρότερη αντίσταση στους Σαρακηνούς κατακτητές επέδειξε η η πρωτεύουσα Γόρτυνα. Το επόμενο έτος, ο Απόχαψις επανέρχεται με 40 πλοία, κατακτά εξ ολοκλήρου το νησί και ως νέα πρωτεύουσα οι Άραβες ορίζουν το νεόκτιστο Χάνδακα. Την κατάληψη της Κρήτης ακολούθησε η άγρια καταδίωξη του χριστιανικού πληθυσμού με αποτέλεσμα σημαντική εθνολογική και θρησκευτική αλλοίωση. Αρκετοί ντόπιοι σφαγιάστηκαν, άλλοι θανατώθηκαν αρνούμενοι να εξισλαμιστούν, άλλοι εξισλαμίστηκαν δια της βίας, ενώ άλλοι κατέφυγαν για να γλιτώσουν στα ορεινά του νησιού. Έπειτα η Κρήτη εποικίστηκε από αρκετούς Άραβες.

Οι Βυζαντινοί επιχείρησαν επανειλημμένα να ανακτήσουν το νησί, το οποίο πλέον είχε μετατραπεί σε ορμητήριο πειρατών και σε σκλαβοπάζαρο, το 825-26, το 902 και το 949 διαδοχικά, χωρίς όμως αποτέλεσμα. (el.wikipedia.org)

3.3.10.11. Ανακατάληψη Κρήτης από τον Νικηφόρο Φωκά

Το 960 ο Νικηφόρος Φωκάς επέδραμε κατά της Κρήτης ελευθερώνοντας το νησί αφού κατάφερε να αλώσει τον Χάνδακα, στον οποίο είχαν κλειστεί οι Άραβες. Περίπου 200.000 Άραβες υπολογίζεται ότι σκοτώθηκαν κατά τις μάχες και την άλωση του Χάνδακα ενώ άλλοι τόσοι αιχμαλωτίστηκαν. Καθώς στα 136 χρόνια Αραβοκρατίας ο χριστιανικός πληθυσμός είχε συρρικνωθεί αισθητά και ελήφθησαν σημαντικά μέτρα για την αναζωπύρωσή του: Τα τζαμιά μετετράπησαν σε εκκλησίες , πλήθος Κρήτες που είχαν εξισλαμισθεί με τη βία, εκχριστιανίστηκαν και νέοι πληθυσμοί, Έλληνες ως επί το πλείστον, εγκαταστάθηκαν μαζί με ομάδες Σλάβων και Αρμενίων.

Το 1092, υποκινούμενη από τους Καρύτση και Ραψομμάτη , ξεσπάει εξέγερση στην Κρήτη, η οποία σύντομα κατεστάλη. Έπειτα νέοι άποικοι εμφανίζονται στο νησί, εκ των οποίων προέρχονται μετέπειτα αριστοκρατικοί οίκοι του νησιού όπως οι Φωκάδες, Καλλέργηδες , Μελισσηνοί, Βλαστοί κ.α. (el.wikipedia.org)

3.3.10.12. Ενετοκρατία

Η Βυζαντινή περίοδος έλαβε οριστικά τέλος το 1204, με την πτώση της Κωνσταντινούπολης στις ορδές των Σταυροφόρων. Αρχικά την Κρήτη κατέλαβαν Γενουάτες αλλά μετά από πόλεμο που διήρκεσε ως το 1211 το νησί περιέρχεται στους Ενετούς. Τα Χανιά, το Ρέθυμνο και το Ηράκλειο γίνονται ορμητήρια των Ενετών, οι οποίοι χτίζουν οχυρωματικά έργα που διασώζονται μέχρι σήμερα. Πρωτεύουσα του νησιού ήταν τότε το Ηράκλειο, που ονομαζόταν Χάνδακας, από το χαντάκι που περιέβαλλε τα τείχη της πόλης. Κατά τα χρόνια της Ενετοκρατίας σημειώθηκαν δεκάδες επαναστάσεις, με κυριότερες εκείνες των Αργυρόπουλων (1212), των Μελισσηνών (1230), των Χορτάτσηδων και των Καλλέργηδων (1273) και την επανάσταση που σε συνεργασία με τους Βενετούς αποίκους του 1363 που οδήγησε στη δημιουργία του βραχύβιου κράτους της Δημοκρατίας του Αγίου Τίτου.

Οι τελευταίοι δύο αιώνες της βενετικής κατοχής χαρακτηρίζονται ως οι πλέον σκληρότεροι. Εντούτοις, την ίδια περίοδο, η Κρήτη παρουσιάζει σημαντική πολιτιστική άνθηση. Ιδιαίτερα αναπτύχθηκε η κρητική λογοτεχνία και δημιουργήθηκαν μείζονα, παγκόσμια έργα της νεότερης ελληνικής λογοτεχνικής παραγωγής, όπως ο Ερωτόκριτος του Βιντσέντζου Κορνάρου και η Ερωφίλη του Γεωργίου Χορτάτση. (el.wikipedia.org)

3.3.10.13. Τουρκοκρατία

Το 1645, με αφορμή την επίθεση πειρατών σε πλοίο με προσκυνητές, οι Οθωμανοί εκστράτευσαν κατά της Κρήτης. Τον Αύγουστο του ίδιου έτους κατέλαβαν τα Χανιά και κατά το επόμενο, το Ρέθυμνο. Ύστερα από 21 ετών, διαρκή πολιορκία, ο Χάνδακας πέρασε και αυτός υπό οθωμανική κατοχή, το 1669 και το 1715 οι Βενετοί παραχώρησαν στους Τούρκους τα τελευταία φυλάκια που διατηρούσαν στο νησί. Κατά την περίοδο της Τουρκοκρατίας ο Χριστιανισμός γνώρισε και πάλι απάνθρωπη καταπίεση. Ενδεικτικό φαίνεται το γεγονός ότι στις παραμονές της Επανάστασης του 1821, λόγω της Τουρκικής αποίκισης και των εξισλαμιστικών πρακτικών, Μουσουλμάνοι και Χριστιανοί υπολογίζονταν ως σχεδόν ίσοι πληθυσμιακά. Η Ελληνική Επανάσταση του 1821, που ολοκληρώθηκε με την υπογραφή της Συνθήκης του Λονδίνου το 1832, δεν περιέλαβε την Κρήτη, η οποία έγινε έκτοτε πεδίο εξαιρετικά βίαιων απελευθερωτικών ξεσηκωμών κατά τον 19ο αιώνα. Κυριότεροι από αυτούς ήταν οι επαναστάσεις του 1866-1869 και του 1897-1898. Τελικά, το 1897, μετά την δολοφονία του Βρετανού πρόξενου στα Χανιά και μερικών προξενικών φρουρών από τις τουρκικές αρχές, στόλοι της Βρετανίας, της Γαλλίας, της Ρωσίας και της Ιταλίας κατέπλευσαν στην Κρήτη θέτοντας τέλος στην Οθωμανική κυριαρχία.

Η Κρητική νήσος ανακηρύχθηκε ως ανεξάρτητο κράτος με το όνομα «Κρητική Πολιτεία», υπό τη διοίκηση του Πρίγκηπα Γεωργίου της Ελλάδας. Κήρυξε την ένωσή της με την Ελλάδα και κατάργησε την αρμοστεία στις 12 Οκτωβρίου 1908 (στις 25 Οκτωβρίου με το νέο ημερολόγιο) και ενώθηκε τελικώς με τη χώρα μετά τους Βαλκανικούς Πολέμους του 1912-13. Υπολογίζεται πως κατά την ένωση οι Έλληνες αποτελούσαν το 90% των κατοίκων της Κρήτης. (el.wikipedia.org)

3.4. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ ΚΡΗΤΗΣ

3.4.1. ΠΑΡΑΛΙΕΣ

Ένας απ' τους πιο σημαντικούς τουριστικούς πόρους της Κρήτης είναι οι παραλίες της. Παραλίες στην Κρήτη υπάρχουν πολλές και θαυμάσιες, τόσο οργανωμένες όσο και απομακρυσμένες και ερημικές. Μπορεί οι ερημικές παραλίες να μην προσφέρουν κάποιες ανέσεις, σίγουρα όμως προσφέρουν έλλειψη πολυκοσμίας, πιο "παρθένο" περιβάλλον και αυτή την πολυπόθητη αίσθηση ηρεμίας και απομόνωσης στη φύση.

Οι ακτές της Κρήτης είναι πολυσχιδείς, με μικρούς και μεγάλους όρμους. Ξεχωρίζουν τέσσερις μεγάλες χερσόνησοι : της Γραμβούσας, της Ροδωπού, το Ακρωτήρι και της Σητείας. Κατά μήκος των ακτών σχηματίζονται οι κόλποι : Κισσάμου, Χανίων, Ηρακλείου και Μιραμπέλλου. Το συνολικό μήκος των ακτών της Κρήτης είναι 1.046 χλμ περίπου. Ο νομός Χανίων διαθέτει δύο υπέροχες παραλίες στη δυτική πλευρά του, το Ελαφονήσι στα νοτιοδυτικά και τη Φαλάσαρνα στα βορειοδυτικά & μία από τις μεγαλύτερες αμμώδεις παραλίες βρίσκεται στη Γεωργιούπολη , μεταξύ Χανίων και Ρεθύμνου. Μία τροπική παραλία βρίσκεται στο ανατολικότερο άκρο του νησιού είναι η παραλία Βάι ένα παραδεισένιο τοπίο όπου φυτρώνει ο μόνος φυσικός φοίνικας της Ευρώπης, δημιουργώντας και το μοναδικό φοινικόδασος της ηπείρου. Τα Μάταλα στα νότια του Ηρακλείου, είναι γνωστά για τις σπηλιές τους ενώ διαθέτουν και μια απολαυστική, ηλιόλουστη παραλία με άμμο. Όμορφες παραλίες υπάρχουν στο Φραγκοκάστελλο , στο Μακρύ Γιαλό, στην Κάτω Ζάκρο, στην Πρέβελη , στην Παλαιόχωρα , στην Αγία Πελαγία, στο Ίστρο και στα Μάλια.

Η θάλασσα στην Κρήτη είναι ζεστή το καλοκαίρι και το μπάνιο είναι πάντα ευχάριστο. Η θερμοκρασία της θάλασσας τον Μάιο είναι 20 βαθμοί, ανεβαίνει σταδιακά μέχρι τους 26-27 βαθμούς τον Ιούλιο και σιγά-σιγά πέφτει στους 20 βαθμούς τον Νοέμβριο. Ακόμα και το χειμώνα η θερμοκρασία της θάλασσας δεν πέφτει κάτω από τους 17 βαθμούς, οπότε τα θαλασσινά μπάνια στην Κρήτη είναι δυνατά όλο το χρόνο.

Κάποιες από τις πιο γνωστές παραλίες είναι οι εξής:

3.4.1.1. Μάταλα

Τα Μάταλα βρίσκονται στη νότια Κρήτη στο νομό Ηρακλείου, περίπου 70 χλμ από την πόλη. Πρόκειται για ένα μικρό, ψαράδικο χωριό με την ξακουστή, πανέμορφη, αμμώδη παραλία του. Τα καθαρά, καταγάλανα νερά σε συνδυασμό με τα τεχνητά μικρά σπήλαια που είναι λαξευμένα που κάνουν την παραλία των Ματάλων μοναδική! Στα Μάταλα υπάρχουν υποδομές όπως ενοικιαζόμενα δωμάτια, ξενοδοχειακές μονάδες, ταβέρνες, μπαρ, καφετέριες. Η παραλία είναι οργανωμένη και η πρόσβαση εύκολη! (www.2811.gr)

3.4.1.2. Ελαφόνησος

Στα νοτιοδυτικά παράλια της Κρήτης απλώνεται μια από τις πιο μαγικές παραλίες του νησιού. Η Ελαφόνησος, που απέχει περίπου 80 χλμ από τα Χανιά χαρακτηρίζεται από τους αμμόλοφους με λευκή άμμο, τα καταγάλανα και καθαρά ρηχά νερά, την ηρεμία και τη γαλήνη που προσφέρει. Το τοπίο σε παραπέμπει σε παραλίες εξωτικές, και τα ρηχά νερά της πολλές φορές συνεχίζονται για αρκετά μέτρα μέσα στη θάλασσα. Το τοπίο της Ελαφονήσου σε καθηλώνει, καθώς είναι σπάνιο να συναντήσεις στην Ελλάδα παραλία με τα δικά της . (www.2811.gr)

3.4.1.3. Γραμβούσα

Στα βορειοδυτικά της Κρήτης βρίσκεται η Γραμβούσα. Πρόκειται για μια χερσόνησο στα δυτικά της οποίας απλώνεται η μαγευτική παραλία του Μπάλου. Στη χερσόνησο της Γραμβούσας υπάρχει ένα κάστρο το οποίο έχτισαν οι Βενετοί και το χρησιμοποιούσαν ως φρούριο ενάντια στους επίδοξους κατακτητές που κατά καιρούς θέλησαν να το καταπατήσουν. Τελικά οι Τούρκοι κατάφεραν να κυριεύσουν το κάστρο δωροδοκώντας το Βενετό φρούραρχο! Η παραλία του Μπάλου είναι μια από τις πιο όμορφες παραλίες τις Μεσογείου. Πολύ ψιλή άσπρη και κόκκινη άμμος, ρηχά νερά και σε κάποιο σημείο μια λιμνοθάλασσα με καθαρά γαλαζοπράσινα νερά. (www.2811.gr)

3.4.1.4. Βάι-Πρέβελη

Ανατολικά της Σητείας περίπου 25 χλμ από την πόλη και 6 χλμ από το Παλαίκαστρο, πάνω στο ακρωτήριο Σίδερο, βρίσκεται η πανέμορφη παραλία του Βάι. Είναι μοναδική στο είδος της στην Ευρώπη χάρη στο πλούσιο φοινικόδασός της που σε συνδυασμό με τα γαλαζοπράσινα νερά της δίνει την αίσθηση ότι βρίσκεσαι σε κάποια τροπική ακτή. Η παραλία είναι πεντακάθαρη με λεπτή άμμο και βότσαλο, οργανωμένη και έχει πάρει πολλά βραβεία και τη Γαλάζια Σημαία της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Πρόκειται για μια περιοχή που διαφέρει αισθητικά από τις συνηθισμένες παραλίες στην Ελλάδα. Η παραλία βρίσκεται στα νότια του Νομού Ρεθύμνης, μέσα σε έναν καταπράσινο χώρο στο τέλος του Κουρταλιώτικου φαραγγιού. Μετά το φοινικόδασος απλώνεται η αμμώδης παραλία της Πρέβελης με τους υπέροχους καταρράκτες που ξεχύνονται στην θάλασσα. Η λίμνη Πρέβελη είναι ένα από τα ομορφότερα αξιοθέατα του νησιού. Το τοπίο μοιάζει τροπικό. Πολλοί χαρακτηρίζουν την περιοχή της Πρέβελης, ως έναν επίγειο παράδεισο! (www.2811.gr)

3.4.1.5. Φαλάσαρνα

Τα Φαλάσαρνα βρίσκονται στη δυτική ακτή της Κρήτης. Στα Φαλάσαρνα υπάρχει μικρός οικισμός που διαθέτει μια από τις πιο γνωστές παραλίες του νομού Χανίων και της Κρήτης, συγκεντρώνοντας μεγάλο αριθμό τουριστών κάθε καλοκαίρι.Τα Φαλάσαρνα αποτελούν σήμερα έναν από τους πιο φημισμένους προορισμούς στην Κρήτη, τόσο για τις παραλίες τους, όσο και για λόγους οικολογικού ενδιαφέροντος. Τα Φαλάσαρνα έχουν ενταχθεί στο σχέδιο Natura 2000, λόγω της ποικιλίας χλωρίδα και πανίδας στην περιοχή, αλλά και λόγω του ιδιαίτερου φυσικού κάλλους.

Η παραλία στα Φαλάσαρνα έχει βραβευτεί σαν η πιο όμορφη παραλία της Κρήτης και συμπεριλαμβάνεται πάντα μέσα στο τοπ-10 των καλύτερων παραλιών στην Ευρώπη, διαθέτοντας υπέροχη λευκή ψιλή άμμο και ζεστά, κρυστάλλινα και πεντακάθαρα νερά. Είναι τόσο μεγάλη η παραλία Παχιά Άμμος, που δύσκολα θα αισθανθείτε να «πνίγεστε» από κόσμο ακόμα και στην καρδιά του καλοκαιριού, όταν εκατοντάδες άλλοι θα βρίσκονται γύρω σας. Μοναδικό μειονέκτημα της ότι είναι εκτεθειμένη στους βόρειους και δυτικούς ανέμους, οπότε συχνά θα συναντήσετε μεγάλα κύματα. Ωστόσο αυτό είναι που την κάνει δημοφιλή σε όσους αρέσει το windsurfing.

Η παραλία στα Φαλάσαρνα είναι πλήρως οργανωμένη, με ομπρέλες και ξαπλώστρες στο μεγαλύτερο κομμάτι της. Υπάρχουν ωστόσο αρκετά σημεία ελεύθερα για όσους προτιμούν να βάλουν την δική τους ομπρέλα και την πετσέτα τους στην άμμο. Υπάρχουν δυο μπαρ και καφέ στην παραλία, για να προμηθευτείτε κάποιο σνακ, νερό ή καφέ, ενώ τις βραδινές ώρες διοργανώνονται συχνά beach party στην παραλία, οπότε μη βιαστείτε να φύγετε γιατί το κέφι ανεβαίνει κατακόρυφα όσο περνάει η ώρα, ιδιαίτερα μετά το ομολογουμένως εντυπωσιακό ηλιοβασίλεμα στα Φαλάσαρνα, από τα πιο εντυπωσιακά στην Κρήτη. Στην παραλία προσφέρονται επίσης και θαλάσσια σπορ, ενώ υπάρχει και γήπεδο για beach volley. Τα Φαλάσαρνα είναι ιδανικά για όσους θέλουν να περάσουν τις διακοπές τους σε ένα ήσυχο μέρος με όμορφες παραλίες και δυνατότητες για πολλές εκδρομές. Τα Φαλάσαρνα επίσης είναι ιδανικά για ερωτευμένα ζευγάρια και ρομαντικούς, γιατί εδώ θα απολαύσετε το ομορφότερο ηλιοβασίλεμα στη δυτική Κρήτη. Η νυχτερινή ζωή στα Φαλάσαρνα περιορίζεται στα μπαρ στην παραλία, που συχνά διοργανώνουν beach party. Αν κάποιο βράδυ θέλετε κάτι περισσότερο, μπορείτε να οδηγήσετε 40 χιλιόμετρα μέχρι τον Πλατανιά , όπου οι επιλογές σε μπαρ και κλαμπ είναι ανεξάντλητες. (www.explorecrete.com)

3.4.1.6. Φραγκοκάστελλο

Το Φραγκοκάστελλο βρίσκεται στην περιοχή Σφακιά, στη νότια ακτή της δυτικής Κρήτης 13 χιλιόμετρα ανατολικά από την Χώρα Σφακίων και δυτικά από τον Πλακιά.

Το Φραγκοκάστελλο είναι ένας μικρός παραθαλάσσιος οικισμός με λίγα σπίτια και αρκετά δωμάτια και διαμερίσματα για τους τουρίστες. Είναι γνωστό για το ομώνυμο βενετσιάνικο κάστρο που σώζεται σε πολύ καλή κατάσταση, τις όμορφες παραλίες του και τους Δροσουλίτες , τα φαντάσματα που εμφανίζονται στο Φραγκοκάστελλο το χάραμα κάθε Μάιο. Ωστόσο, στη διάρκεια των αιώνων η περιοχή ανέδειξε σπουδαία μνημεία, ελάχιστα από τα οποία σώζονται σήμερα. Πολλά καταστράφηκαν στους πολέμους και τις επαναστάσεις που έλαβαν χώρα στην περιοχή και οι πέτρες από τα ερείπια τους χρησιμοποιήθηκαν για το χτίσιμο του κάστρου.

Το Φραγκοκάστελλο βρίσκεται σε μια αναπάντεχα επίπεδη μικρή πεδιάδα, που πίσω της ορθώνονται τα ανατολικά Λευκά Όρη με το φαράγγι και το οροπέδιο του Καλλικράτη. Είναι κι αυτή η περιοχή μια από τις πολλές εκπλήξεις που προσφέρει στον ταξιδιώτη η φύση της Κρήτης. Ακριβώς μπροστά από το κάστρο βρίσκεται μια όμορφη αμμουδιά με πολύ ρηχά νερά, κατάλληλη για μικρά παιδιά. Δυτικά από το κάστρο αρχίζει μια άλλη παραλία με βότσαλα και βραχώδη βυθό, κατάλληλη για εξερεύνηση με τη μάσκα. Στην πλευρά αυτή του οικισμού υπάρχουν τα περισσότερα διαμερίσματα και δωμάτια. Ανατολικά από το κάστρο, περίπου 300 μέτρα, αρχίζει μια από τις ομορφότερες παραλίες στην Κρήτη, η παραλία «Ορθή Άμμος». Λέγεται έτσι από τις αμμοθίνες που σχηματίζονται και που θα πρέπει να τις κατέβετε για να φτάσετε στο νερό. Τα νερά είναι κρυστάλλινα και ο βυθός βαθαίνει πολύ ομαλά. Ένα μικρό μυστικό για το Φραγκοκάστελλο είναι ότι για να το απολαύσετε να το επισκεφτείτε όταν στην Κρήτη δεν φυσά δυνατός βόρειος άνεμος. Τότε η θάλασσα θα είναι γαλήνια και δεν θα σας μαστιγώνει η άμμος αλύπητα. Δυστυχώς τα ψηλά βουνά της περιοχής και η πεδιάδα με τα ελάχιστα δέντρα ενισχύουν τους βόρειους ανέμους, όπως εξάλλου συμβαίνει στις περισσότερες περιοχές της νότιας Κρήτης. Αυτό που σώζεται σήμερα από το κάστρο Φραγκοκάστελλο δεν απέχει από την αρχική του μορφή του 1371 μ.Χ., αλλά στην ουσία το μεγαλύτερο μέρος ανακατασκευάστηκε τον 19ο μ.Χ. αιώνα από τον Μουσταφά Ναϊλή Πασά, τον ίδιο που το είχε καταστρέψει νωρίτερα όταν νίκησε τους αγωνιστές του Χατζή Μιχάλη Νταλιάνη.

Το Φραγκοκάστελλο έχει χτιστεί σύμφωνα με τις αρχές της οχυρωματικής αρχιτεκτονικής πριν την εμφάνιση της πυρίτιδας και την μετέπειτα επικράτηση του «προμαχωνικού συστήματος». Δεν εκσυγχρονίστηκε ποτέ γιατί η περιοχή είχε δευτερεύουσα σημασία για τους Ενετούς. Αποτελείται από τέσσερις τετράγωνους πύργους οι οποίοι ενώνονται μεταξύ τους με ευθύγραμμα κατακόρυφα τείχη σχηματίζοντας ένα ορθογώνιο κτίσμα, που καταλήγει σε οδοντωτές πολεμίστρες. Μία είσοδος του φρουρίου, μικρή τοξωτή, βρίσκεται ανατολικά ενώ η κύρια είσοδος βρίσκεται στα νότια και κοσμείται από εντοιχισμένα γλυπτά οικόσημα επιφανών οικογενειών. Ακριβώς από πάνω δεσπόζει ανάγλυφο με τον φτερωτό λέοντα του Αγίου Μάρκου, σύμβολο της Δημοκρατίας της Βενετίας. Ο Νοτιοδυτικός πύργος είναι μεγαλύτερος σε μέγεθος από τους υπόλοιπους τρεις, συνεπώς και μεγαλύτερης σημασίας γιατί α) έχει μεγαλύτερη χωρητικότητα β) μεγαλύτερο οπτικό πεδίο γ) αποτελούσε το τελευταίο χώρο άμυνας σε περίπτωση κατάληψης και δ) προστάτευε

τη νότια κύρια πύλη. Εσωτερικά παράλληλα στα τείχη υπήρχαν ορθογώνιοι χώροι, οι οποίοι δεν σώζονται σε άριστη κατάσταση, για στρατωνισμό, στάβλοι, αποθήκες, μαγειρεία, φούρνοι κ.α. (www.explorecrete.com)

3.4.1.7. Λέντας

Ο Λέντας βρίσκεται στα νότια παράλια της Κρήτης, ανάμεσα στο ακρωτήρι Λέντα και στο Ψαμιδομούρι και απέχει 78,8 χλμ από το Ηράκλειο. Εκτός από την όμορφη παραλία του Λέντα, μένοντας εκεί έχετε κι άλλες επιλογές για μπάνιο, όπως να πάτε στη γειτονική πολύ καλή παραλία του Λούτρα, που βρίσκεται ανατολικά του Λέντα ή στο Δυτικό (ή Δισκό), που βρίσκεται δυτικά του Λέντα και είναι επίσης όμορφη παραλία για γυμνιστές και μή. Ο Λέντας είναι χτισμένος στη θέση της αρχαίας Κρητικής πόλης "Λεβήν", που ήταν λιμάνι της Γόρτυνας.(Κατά τη μυθολογία εδώ απολιθώθηκε ένα από τα λιοντάρια που τραβούσαν την άμαξα της Ρέας κι απ' αυτό πήρε το όνομα "Λεβήν" το λεοντόμορφο ακρωτήρι του Λέντα και ο οικισμός). Ο Λέντας έχει πηγή με θαυμάσιο ιαματικό νερό, γνωστό από πολύ παλιά για τις θεραπευτικές του ιδιότητες. Ακόμα και σήμερα οι μελέτες δείχνουν ότι κάνει καλό σε παθήσεις του στομάχου, του αίματος και στις αιμορραγικές διαθέσεις. Το ιαματικό νερό του Λέντα ήταν η αφορμή για την ίδρυση του ιερού του Ασκληπιού, γνωστού σαν "Ασκληπιείου". Ο ναός του Ασκληπιού ιδρύθηκε τον 4ο αιώνα π.Χ από Γορτύνιους (που λάτρευαν τον Ασκληπιό και την Υγιεία Σώτειρα) και ήταν φημισμένο κέντρο υδροθεραπείας, φυσιοθεραπείας και ψυχιατρείο. Στο κέντρο αυτό έρχονταν ασθενείς ακόμα κι από τη Λιβύη κι άλλα μακρινά μέρη. Από το ναό σώζονται σήμερα ο βωμός, δυο μαρμάρινες κολώνες και η βάση αγάλματος του Ασκληπιού. (users.sch.gr/)

3.4.2. ΣΠΗΛΑΙΑ

Άλλη μία σημαντική κατηγορία τουριστικών πόρων για την Κρήτη είναι τα σπήλαια. Πάνω από 3500 σπήλαια έχουν καταγραφεί στην Κρήτη από το 1962 που ο αείμνηστος Ελευθέριος Πλατάκης ίδρυσε το τοπικό τμήμα της Ελληνικής Σπηλαιολογικής Εταιρείας. Από αυτά μόλις 800 έχουν εξερευνηθεί.

Ας δούμε μερικά από τα πιο σημαντικά σπήλαια της Κρήτης λοιπόν

3.4.2.1 Σπήλαιο του Σφεντόνη

Το Σπήλαιο του Σφεντόνη βρίσκεται στο χωριό Ζωνιανά 43 χλμ από το Ηράκλειο και 52 από την πόλη του Ρεθύμνου, στην Κρήτη. Πρόκειται για ένα από τα τα πέντε πιο σημαντικά σπήλαια στην Ελλάδα και το πιο μεγάλο στην Κρήτη. Έχει έκταση 3.000 τ.μ. και ο επισκέπτης μπορεί να διανύσει μόλις 270 μ. Η πρώτη οργανωμένη εξερεύνηση του άρχισε το 1956 από το ζευγάρι σπηλαιολόγων Ιωάννη και Άννα Πετρόχειλου. Σύμφωνα με έρευνα του Υπουργείου Πολιτισμού το σπήλαιο του Σφεντόνη κατοικήθηκε την Πρωτομινωική εποχή έως την Ρωμαϊκή.

Μέσα στο σπήλαιο

Το θέαμα που αντικρίζει ο επισκέπτης κόβει την ανάσα! Το σπήλαιο είναι επιβλητικό με τεράστιους σταλακτίτες και σταλαγμίτες! Για να δημιουργηθεί 1 εκατοστό σταλακτίτη χρειάζονται περίπου 100 χρόνια! Η διαδικασία είναι η εξής: Το νερό όπως κυλάει, διαλύει το ανθρακικό ασβέστιο που υπάρχει πάνω στα πετρώματα. Επειδή αυτό γίνεται πάρα πολύ αργά, το ανθρακικό ασβέστιο κρυσταλλώνεται γύρω από μια σταγόνα. Σιγά σιγά σχηματίζεται ένας μικροσκοπικός σωλήνας. Όταν ο σωλήνας φράξει, το νερό περνάει εξωτερικά και το ανθρακικό ασβέστιο μαζεύεται εκεί. Έτσι δημιουργείται με πολύ αργούς ρυθμούς ο σταλακτίτης! Οι σταλαγμίτες δημιουργούνται από τις σταγόνες που πέφτουν από τον σταλακτίτη στο έδαφος. Αν τίποτα δεν διακόψει αυτή τη διαδικασία, κάποια στιγμή ο σταλακτίτης ενώνεται με τον σταλαγμίτη κι έτσι δημιουργούνται οι πανέμορφες κολώνες μέσα στη σπηλιά. Υπάρχει μια νότα ρομαντισμού σε όλο αυτό, αν σκεφτεί κανείς πόσα εκατομμύρια χρόνια υπομονής και διεργασίας χρειάστηκαν για να ενωθούν οι σταλακτίτες με τους σταλαγμίτες! Θα μπορούσε κάποιος να σκεφτεί ότι μέσα στο σπήλαιο, λόγω της έλλειψης οξυγόνου και φωτός, δεν είναι δυνατόν να υπάρχει κάποια μορφή ζωής. Κι όμως, υπάρχει ζωή προσαρμοσμένη στα δεδομένα της σπηλιάς. Τα ζώα που ζουν εκεί είναι τυφλά, διάφανα και στην πλειονότητά τους μικροσκοπικά. Υπάρχουν πολλές νυχτερίδες και ποντίκια που βρίσκουν καταφύγιο εκεί.

Παραδόσεις και θρύλοι

Το σπήλαιο πήρε την ονομασία του από τον αντάρτη Σφεντόνη από τα Σφακιά, ο οποίος χρησιμοποιούσε το σπήλαιο ως κρησφύγετο. Κάποια μέρα, ενώ έψηνε κρέας έξω από τη σπηλιά, ένα μικρό παιδί που βρέθηκε εκεί του ζήτησε λίγο. Ο Σφεντόνης , επειδή φοβήθηκε μήπως το παιδί τον προδώσει, τον κλώτσησε πολύ δυνατά με αποτέλεσμα να τον σκοτώσει.

Η νεράιδα

Μέσα στο σπήλαιο ζούσε μια νεράιδα και κάθε μέρα, μια συγκεκριμένη ώρα, έβγαινε έξω για να πάει στην πηγή με το νερό. Ένας βοσκός που την παρακολουθούσε την κυνήγησε. Η νεράιδα φοβήθηκε κι έτρεξε να κρυφτεί στο σπήλαιο. Έτσι ο βοσκός, μία μέρα κρύφτηκε και την περίμενε. Μόλις την είδε, την χτύπησε με την σφεντόνα του με αποτέλεσμα η νεράιδα να τραυματιστεί. Κατάφερε όμως να ξεφύγει προς την σπηλιά. Στην είσοδο όμως της έπεσε το ματωμένο μαντήλι της!

Το μικρό παιδί

Πριν πολλά χρόνια, στο τελευταίο δωμάτιο του σπηλαίου, βρέθηκε ο σκελετός ενός μικρού παιδιού. Βρισκόταν εκεί για αιώνες, βαθιά μέσα στο σπήλαιο, καλυμμένος από ασβεστολιθικό υλικό. Η ταυτότητα του παιδιού ήταν αδύνατο να βρεθεί και κάποιοι υποθέτουν ότι είτε μπήκε στο σπήλαιο για να παίξει και χάθηκε, είτε είναι το παιδί που σκότωσε ο Σφεντόνης! (www.2811.gr)

3.4.2.2. Σπήλαιο Μελιδονίου

Το Σπήλαιο Μελιδονίου βρίσκεται 18 χλμ από το ομώνυμο χωριό στο νομό Ρεθύμνου. Ονομάζεται και Γεροντόσπηλιος και αποτελεί ένα από τα πιο όμορφα σπήλαια στην Κρήτη. Μέσα έχουν βρεθεί αρκετά ευρήματα από τα αρχαία χρόνια που μαρτυρούν ότι την Μινωική εποχή η σπηλιά χρησίμευε ως τόπος λατρείας του Τάλου του χάλκινου γίγαντα που η μυθολογία θέλει να ήταν ο προστάτης του νησιού. Το σπήλαιο ανά τα χρόνια έδωσε καταφύγιο σε πολλούς όπως τον Οκτώβριο του 1823 όπου 370 γυναικόπαιδα και 30 άντρες κλείστηκαν εκεί για να αποφύγουν τους

Τούρκους πολεμιστές. Οι Κρητικοί δεν ήθελαν με τίποτα να παραδοθούν οπότε οι Τούρκοι ύστερα από τρεις μήνες πολιορκίας έβαλαν φωτιά και τους έκαψαν ζωντανούς μέσα στο σπήλαιο.

Μέσα στο σπήλαιο

Η πρώτη αίθουσα του σπηλαίου ονομάζεται Αίθουσα Ηρώων όπου και υπάρχει το Μνημείον , αφιέρωμα στους ανθρώπους που έχασαν εκεί τη ζωή τους. Από εκεί αρχίζουν οι σταλαγμίτες και προχωρώντας φτάνουμε στην αίθουσα Σταυροδρόμι. Μετά συναντάμε την αίθουσα Πάσλεϋ όπου είναι και η πιο φανταχτερή αίθουσα του σπηλαίου με συμπλέγματα σταλακτιτών και σταλαγμιτών. Το θέαμα εντυπωσιάζει τον επισκέπτη! Προχωρώντας λίγο, τεράστιοι βράχοι αρχίζουν να εμφανίζονται και το τοπίο αλλάζει. Πρόκειται για την Αίθουσα των Βράχων που οδηγεί στον Θάλαμο της Καταβόθρας καταλήγοντας στο Υπερώον. Εδώ έχει τελειώσει το δεξιό μέρος του σπηλαίου. Αν θέλετε να επισκεφθείτε και το αριστερό πρέπει να ξαναπάτε στο Σταυροδρόμι και να ακολουθήσετε τον αριστερό δρόμο όπου θα σας οδηγήσει στον Θάλαμο των Παραπετασμάτων με τον διάκοσμό του από πτυχώσεις, τους σταλαγμίτες και τους σταλακτίτες . (www.2811.gr)

3.4.2.3. Σπήλαιο Ψυχρού - Δικταίο Άνδρο

Το Δικταίο Άντρο, γνωστό και ως σπήλαιο Ψυχρό, βρίσκεται λίγο μετά το χωριό Ψυχρό στο οροπέδιο Λασιθίου σε υψόμετρο 1.025 μ. στην Κρήτη. Πρόκειται για έναν πολύ σημαντικό αρχαιολογικό χώρο και ένα από τα πιο γνωστά σπήλαια της Κρήτης. Άρχισε να ερευνάται το 1888 από τους Evans , Halbherr, Hogarth και Demargne και οι έρευνες κράτησαν έως το 1902. Οι ανασκαφές φανέρωσαν αρκετά ευρήματα μεταξύ αυτών κι έναν βωμό, ένα τέμενος κι έναν διαχωριστικό τοίχο. Επίσης βρέθηκαν και διάφορα ειδώλια, όπλα και διπλοί πέλεκεις , κάποια από τα οποία φιλοξενούνται στο Αρχαιολογικό Μουσείο Ηρακλείου. Μέσα στο σπήλαιο, το οποίο χωρίζεται σε πάνω και κάτω μέρος, μπορείς να διακρίνεις την μεγαλοπρέπεια των λιθωμάτων , πολλούς σταλακτίτες και σταλαγμίτες, κάποιους θαλάμους και μια μικρή λίμνη. Το θέαμα είναι πανέμορφο και μαγικό! Μια μυθολογική εκδοχή λέει ότι εκεί γεννήθηκε ο Δίας και στη συνέχεια μεταφέρθηκε στο Ιδαίον Άντρο στον Ψηλορείτη, όπου τον ετάιζε η Αμάλθεια και τον προστάτευαν οι Κουρήτες. Ένας άλλος μύθος

αναφέρει ότι στο σπήλαιο του Ψυχρού ενώθηκαν ο Δίας και η Ευρώπη. (www.2811.gr)

3.4.2.4. Ιδαίο Άντρο

Το Ιδαίο Άντρο ή Αρσένιο ή Σπηλιά της Ίδης βρίσκεται στο οροπέδιο του Ψηλορείτη (Νίδα) στο νομό Ρεθύμνου στην κεντρική Κρήτη. Πρόκειται για ένα σπήλαιο στο οποίο όπως αναφέρεται στη μυθολογία μεγάλωσε ο Δίας γνωστός ως "Κρηταγενής". Στις μέρες μας το σπήλαιο αυτό, που από τους κατοίκους της περιοχής ονομάζεται και Σπηλιάρα, είναι αρχαιολογικός χώρος όπου μέσα έχουν ανακαλυφθεί αρχαία αντικείμενα της Μινωικής εποχής, όπως μικρά αγαλματίδια, ασπίδες από χαλκό κ.ά. Αν πάτε στο Ιδαίο Άντρο από την Κνωσσό θα συναντήσετε στο δρόμο σας και τον αρχαιολογικό χώρο Ζώμινθο όπου πρόσφατα έχουν βρεθεί μινωικά ευρήματα. ΜΥΘΟΛΟΓΙΑ Οι μύθοι που ζώνουν το Σπήλαιο του Ιδαίου Άντρου είναι πολλοί. Ένας από αυτούς μιλάει για τη γέννηση του Δία. Ο πατέρας του ο Κρόνος από φόβο να μη χάσει την εξουσία του από τα παιδιά του, τα έτρωγε. Όταν ο Δίας γεννήθηκε, η μητέρα του η Ρέα δεν άντεχε στην ιδέα ότι ο Κρόνος θα τον φάει! Έτσι τον ξεγέλασε δίνοντάς του να φάει μια μεγάλη πέτρα. Ύστερα έκρυψε το μωρό στη σπηλιά του Ιδαίου Άντρου όπου το ανέθρεψαν η νύμφη Μέλισσα και η κατσίκα Αμάλθεια που από το κέρατό της έβγαζε για τον μικρό Δία ότι αγαθό χρειαζόταν. Τη φασαρία από το κλάμα του μωρού κάλυπταν με τις μουσικές τους τα μυθικά πλάσματα Κουρήτες που χόρευαν χτυπώντας τα τύμπανά τους! Ο Δίας όταν μεγάλωσε έδιωξε τον πατέρα του Κρόνο και πήρε την εξουσία. Ένας άλλος θρύλος λέει ότι εκεί έθαψε τη γυναίκα του ο Χαρίδημος (άρχοντας της Γόρτυνας) όταν την σκότωσε καταλάθος καθώς κυνηγούσε. Το Ιδαίο Άντρο χρησίμευε και ως τόπος προσκύνησης για τον Δία. Γι' αυτό το λόγο λένε ότι έφτασε μέχρι εκεί και ο Πυθαγόρας από τη Σάμο!. (www.2811.gr)

3.4.3. ΦΑΡΑΓΓΙΑ

Υπάρχουν αναρίθμητα φαράγγια στην Κρήτη, ορισμένα απ' αυτά πάρα πολύ γνωστά, όπως της Σαμαριάς. στόσο τα περισσότερα παραμένουν άγνωστα στον πολύ κόσμο, αν κι όχι λιγότερο εντυπωσιακά κι όμορφα. Τα φαράγγια παρέχουν τη δυνατότητα για

ευκολότερη πεζοπορία, ιδίως τους καλοκαιρινούς μήνες, οπότε δεδομένων των ψηλών θερμοκρασιών της εποχής είναι πολύ ευκολότερο να κατέβεις ένα φαράγγι παρά να ανέβεις ένα βουνό . Αυτός είναι και ο λόγος που όλες οι καλοκαιρινές εξορμήσεις των Ορειβατικών Συλλόγων της Κρήτης περιορίζονται σε διασχίσεις φαραγγιών και καταλήγουν στη θάλασσα για ένα δροσιστικό μπάνιο. Φυσικά υπάρχουν φαράγγια αληθινά δύσκολα, που απαιτούν ιδιαίτερες ικανότητες, γνώσεις κι εξοπλισμό.

Μερικά από αυτά είναι τα παρακάτω:

3.4.3.1. Φαράγγι Σαμαριάς

Το Φαράγγι της Σαμαριάς βρίσκεται στο νομό Χανίων στην οροσειρά Λευκά Όρη. Έχει μήκος 18 χλμ και είναι το μεγαλύτερο φαράγγι της Κρήτης αλλά και της Ευρώπης (σε μήκος). Έχει πλάτος από 150 μέτρα έως 3 μέτρα που είναι και το στενότερο σημείο του με την ονομασία "Πόρτες". Το 1962 χαρακτηρίστηκε Εθνικός Δρυμός Ελλάδας και είναι τόπος διαμονής πολλών ενδημικών πουλιών και διαφόρων ειδών ζώων. Το πιο γνωστό από τα ζώα που βρίσκουν καταφύγιο στο Φαράγγι Σαμαριάς είναι ο Κρητικός αίγαγρος (κρι κρι). Εκεί επίσης φυτρώνουν σπάνια βότανα και φυτά, όπως το άγριο δίκταμο κι τα αγριολούλουδα. Το φαράγγι πήρε το όνομά του από το χωριό Σαμαριά και που κι αυτό οφείλει την ονομασία του στην βυζαντινή εκκλησία Οσία Μαρία του 14ου αιώνα, που βρίσκεται εκεί και σώζεται έως σήμερα με πολλές εικόνες και τοιχογραφίες. Το χωριό αναγκάστηκαν να εγκαταλείψουν οι λιγοστοί κάτοικοι (βοσκοί και ξυλοκόποι) όταν το φαράγγι χαρακτηρίστηκε Εθνικός Δρυμός. Επί Τουρκοκρατίας, το χωριό Σαμαριά, χρησιμοποιούνταν ως κρησφύγετο. Τα εγκαταλελειμμένα σπίτια αυτού του χωριού βρίσκονται λίγο πριν τη μέση του φαραγγιού και σήμερα χρησιμοποιούνται από τους φύλακες του δρυμού. Το χωριουδάκι αυτό, έχει πηγή και χώρους για να καθίσεις, οπότε είναι ιδανικό για στάση, νερό και ίσως ένα πρόχειρο γεύμα για όσους επισκέπτονται το φαράγγι.

Όλο το μονοπάτι έχει πολύ καλή σήμανση και είναι το πιο περπατημένο μονοπάτι στην Ελλάδα. Δεύτερο έρχεται το μονοπάτι του Ολύμπου. Η διαδρομή για το Φαράγγι αρχίζει από τον Ομαλό, στο σημείο Ξυλόσκαλο, σε υψόμετρο περίπου 1.200

μ. Είναι ένα στενό μονοπάτι που κατηφορίζει. Από τα πρώτα κιόλας βήματα νιώθεις το δέος να κυριαρχεί. Πανύψηλα βουνά και μια ατελείωτη χαράδρα να ξεχύνεται μπροστά σου! Για περίπου τέσσερα χιλιόμετρα το τοπίο έχει αρκετές εναλλαγές. Πότε τεράστια βουνά, πότε πολύ ψηλά δέντρα, μεγάλοι βράχοι και πηγές με νερό. Αργότερα συναντάμε στα δεξιά μας το εκκλησάκι του Αγίου Νικολάου με τα ωραία κυπαρίσσια του. Λίγο πιο κάτω αρχίζουν να ορθώνονται τεράστια βουνά έως 2.000 μ. Εδώ η διαδρομή αρχίζει να γίνεται πιο ομαλή. Αρχίζουν να φαίνονται και άλλα φαράγγια που ενώνονται με το φαράγγι της Σαμαριάς και η κοιλάδα γίνεται πιο πλατιά. Βρισκόμαστε περίπου στη μέση του φαραγγιού και συναντάμε το παλιό χωριό Σαμαριά με την όμορφη βυζαντινή εκκλησία του. Ύστερα από μια μικρή στάση για ξεκούραση, αρχίζουμε να περπατάμε το μονοπάτι ξανά. Το τοπίο πάλι αλλάζει όψη. Η χαράδρα αρχίζει να στενεύει αρκετά και ο δρόμος οδηγεί στις Πόρτες (το πιο στενό σημείο στο φαράγγι). Λίγο πριν, υπάρχει ένα ρυάκι που μπορείς να ξαποστάσεις και να πιεις νερό. Αυτό που αντικρίζεις φθάνοντας στις Πόρτες σε αφήνει άναυδο! Το τοπίο είναι μαγικό. Οι δύο πλευρές των βράχων, δεξιά κι αριστερά, πλησιάζουν η μια την άλλη τόσο πολύ, που ο χώρος που απομένει για να περάσεις ανάμεσα τους είναι μόλις 3 μέτρα πλάτος! Το ύψος φτάνει τα 600 μ. Μετά το πέρασμα στις Πόρτες αντικρίζεις τη θάλασσα! Το επόμενο σημείο είναι ο χείμαρρος πάνω σε στρογγυλές, μεγάλες, άσπρες πέτρες και αμέσως μετά φτάνεις σε ένα άλλο παλιό κι ερειπωμένο χωριό, την Αγία Ρούμελη. Ύστερα από ένα ακόμα χιλιόμετρο πεζοπορίας φτάνουμε στο νέο χωριό Αγία Ρούμελη. Το τέλος της διαδρομής είναι πανέμορφο, μιας και αντικρίζεις το Λιβυκό πέλαγος και την υπέροχη παραλία της Αγίας Ρούμελης! Μια δροσερή βουτιά στη θάλασσα και η ξεκούραση στην ακρογιαλιά της παραλίας είναι ο όμορφος επίλογος της εκδρομής μας στο πανέμορφο και επιβλητικό Φαράγγι Σαμαριάς! (www.2811.gr)

3.4.3.2. Κουρταλιώτικο Φαράγγι

Το Κουρταλιώτικο Φαράγγι βρίσκεται στο νομό Ρεθύμνου περίπου 22 χλμ νότια από την πόλη. Ξεκινάει από το χωριό Κοξαρέ, ακολουθεί τον ποταμό Κουρταλιώτη και καταλήγει στη λίμνη της πανέμορφης παραλίας στην Πρέβελη. Στα μισά της διαδρομής σας θα συναντήσετε τον δρόμο που περνάει μέσα από το φαράγγι με πάρκινγκ και μονοπάτια που οδηγούν στο πανέμορφο εκκλησάκι του Αγίου Νικολάου. Προς το τέλος του φαραγγιού υπάρχει ένα σημείο που μοιάζει με τροπική

λίμνη κι έχει ονομαστεί η Παραλία με τους Φοίνικες! Το φαράγγι έχει απίστευτη ομορφιά και το τοπίο είναι άγριο. Έχει πλούσια χλωρίδα και πανίδα και το ποτάμι χωρίζεται σε πέντε ρυάκια τα οποία ενώνονται και σχηματίζουν μικρές λιμνούλες κι έναν τεράστιο καταρράκτη! Καθ' όλη τη διαδρομή θα παρατηρήσετε ότι το φαράγγι είναι στενό κι οι βράχοι είναι τεράστιοι και γεμάτοι μικρές σπηλιές και χαράκια. Το Κουρταλιώτικο Φαράγγι είναι ένα θαύμα της φύσης! Πραγματικά αξίζει να το περπατήσετε και να δείτε την ομορφιά και την αγριάδα του Κρητικού τοπίου! (www.2811.gr)

3.4.3.3. Φαράγγι Ίμβρου

Το Φαράγγι της Ίμβρου βρίσκεται κοντά στα Σφακιά νότια των Χανίων. Ξεκινάει από το μικρό οροπέδιο του χωριού Ίμβρος και καταλήγει στο χωριό Κομιτάδες με την υπέροχη θέα στο Λιβυκό πέλαγος. Το μήκος του είναι περίπου 7 χλμ και είναι εύκολο να το περπατήσεις οποιαδήποτε εποχή του χρόνου. Ο χρόνος που απαιτείται είναι περίπου 3 ώρες. Πρόκειται για ένα φαράγγι με βραχώδεις σχηματισμούς, στενό σε κάποια περάσματά του και άγρια βλάστηση με δέντρα που στην κυριολεξία φυτρώνουν μέσα στις πέτρες και τους βράχους! Το πιο όμορφο σημείο του φαραγγιού είναι στη μέση της διαδρομής όπου οι βράχοι πλησιάζουν τόσο πολύ ο ένας τον άλλο και η απόσταση που τους χωρίζει είναι μόλις 2 μ. (www.2811.gr)

3.4.3.4. Φαράγγι Αγίας Ειρήνης

Το Φαράγγι της Αγίας Ειρήνης βρίσκεται στην επαρχία Σελίνου στα δυτικά των Λευκών Όρεων, 43 χλμ από τα Χανιά. Πρόκειται για ένα φαράγγι απαράμιλλης ομορφιάς με πλούσια βλάστηση! Την ονομασία του την πήρε από το χωριό της Αγίας Ειρήνης που είναι χτισμένο κοντά στην βόρεια είσοδό του. Έχει μήκος 7,5 χλμ, είναι τμήμα του Ευρωπαϊκού μονοπατιού Ε4 και ο χρόνος που απαιτείται για την διάβασή του είναι περίπου 3 ώρες. Το χωριό της Σούγιας με την πανέμορφη παραλία του, απέχει 5 χλμ από τη νότια είσοδο του φαραγγιού. Μέσα στο φαράγγι βρίσκουν καταφύγιο πολλά είδη ζώων όπως ο Κρητικός αίγαγρος (κρι κρι) και φυτρώνουν αρκετά είδη δέντρων, φυτών και βοτάνων. Την εποχή της Τουρκοκρατίας μέσα στο φαράγγι στη θέση "Πολλά σπιτάκια" είχαν τα κρησφύγετά τους οι επαναστάτες. Στη γύρω περιοχή υπάρχουν η όμορφη εκκλησία του Χριστού που χτίστηκε το 1358 μ.Χ.

και ο ναός του Αγ. Γεωργίου που χτίστηκε το 1460 μ.Χ., καθώς και άλλα αξιόλογα μνημεία και αξιοθέατα που αξίζει να δείτε. Το φαράγγι της Αγίας Ειρήνης είναι το δεύτερο πιο σημαντικό φαράγγι στα Χανιά μετά το φαράγγι της Σαμαριάς κι έχει αυξημένη επισκεψιμότητα. (www.2811.gr)

3.4.3.5. Φαράγγι Αγίου Νικολάου (Φαράγγι Ρούβα ή Φαράγγι Γάφαρη)

Το Φαράγγι του Αγίου Νικολάου ή Φαράγγι Ρούβα (τα τελευταία χρόνια είναι γνωστό και ως Φαράγγι Γάφαρη) βρίσκεται στο νομό Ηρακλείου και τα όρια του είναι στα ανατολικά από τις κορυφές Αμπελάκια και στα δυτικά από την κορυφή Σαμάρι. Μπορείτε να ξεκινήσετε από τη λίμνη του Ζαρού, όπου μετά 1,5 χλμ θα συναντήσετε το μοναστήρι του Αγίου Νικολάου. Θα ακολουθήσετε το μονοπάτι στα αριστερά και θα ανηφορίσετε προς την είσοδο του φαραγγιού. Εκεί το θέαμα δεν είναι και πολύ ευχάριστο μιας και το 1994 το σημείο αυτό κάηκε (περίπου το 1/3 του φαραγγιού). Όταν όμως προσπεράσετε αυτό το σημείο και περπατήσετε λιγάκι θα δείτε την πραγματική ομορφιά του τοπίου! Το μήκος του φαραγγιού είναι 4 χλμ και πότε συναντάτε ανηφόρες, πότε κατηφόρες. Τους χειμερινούς μήνες και τον πρώτο καιρό της άνοιξης, κυλάει ακόμα το ρέμα. (www.2811.gr)

3.4.3.6. Αγιοφάραγγο

Το Αγιοφάραγγο βρίσκεται στο νομό Ηρακλείου Κρήτης ανάμεσα στη Μονή Οδηγήτριας και το παραθαλάσσιο χωριό Καλοί Λιμένες. Χρειάζονται περίπου 20 λεπτά βαδίσματος και στα πρώτα βήματα της διαδρομής μας συναντάμε τον ιερό ναό της Αγίας Κυριακής που είναι μέσα σε σπήλαιο! Μέσα στο φαράγγι βρίσκεται επίσης και ο ναός του Αγίου Αντωνίου που κι αυτός βρίσκεται εν μέρει μέσα σε σπηλιά και αποτελούσε το κέντρο των ασκητών της περιοχής. Στο Αγιοφάραγγο έχουν βρεθεί και αρκετά αρχαιολογικά ευρήματα που δείχνουν ότι εκεί υπήρξε δραστηριότητα στα μινωικά και ενετικά χρόνια, όπως ο μινωικός, κυκλικός, θολωτός τάφος που βρίσκεται κοντά στο ναό του Αγίου Αντωνίου. Λίγο μετά θα συναντήσουμε ένα σπήλαιο με χαμηλή είσοδο κι ένα μεγάλο δωμάτιο. Εκεί λέγεται ότι έμενε ο Ηγούμενος της Μονής Αγίου Αντωνίου και ονομάζεται "γουμενόσπηλιος". Γενικά στο Αγιοφάραγγο έζησαν πολλοί ασκητές οι οποίοι έμεναν στις σπηλιές και τρέφονταν με ότι έβρισκαν από τη φύση! Κάποια ιστορικά στοιχεία δείχνουν ότι το

Αγιοφάραγγο κατοικείται τουλάχιστον από τον 11ο αιώνα. Όταν διασχίσετε το φαράγγι θα καταλήξετε σε μια πανέμορφη παραλία με θέα στο Λιβυκό πέλαγος!. (www.2811.gr)

3.4.3.7. Αστρακιανό φαράγγι (Φαράγγι Καρτερού)

Το Αστρακιανό φαράγγι ή φαράγγι του Καρτερού βρίσκεται στο νομό Ηρακλείου ανατολικά της πόλης. Έχει συνολικό μήκος 21,5 χλμ και ξεκινάει από το χωριό Κάτω Αστρακοί. Σε όλη τη διαδρομή κυλάει το ποτάμι του Καρτερού όπου και καταλήγει στον Καρτερό, μια τουριστική περιοχή με όμορφη παραλία. Η διαδρομή κρατάει περίπου τρεις ώρες και το βάδισμα είναι εύκολο μιας και κι έχουν γίνει έργα υποδομής για την ευκολία του επισκέπτη. Μέσα στο φαράγγι λειτουργούσαν κάποτε 10 νερόμυλοι και ντόπιοι ψαράδες ψάρευαν χέλια κι έπιαναν καβούρια. Το τοπίο που αντικρίζει κανείς στο Φαράγγι του Καρτερού είναι πανέμορφο! Ένα καταπράσινο μονοπάτι με μικρές λιμνούλες και μικρούς καταρράκτες, θαυμάσιοι σχηματισμοί στα πετρώματα, δίνουν την αίσθηση ότι βρίσκεσαι σ' έναν τόπο μαγικό. Μπορείτε να επισκεφθείτε το φαράγγι είτε για πεζοπορία είτε για βόλτα με mountainbike, όπου και θα χρειαστεί σε κάποια σημεία να σηκώσετε το ποδήλατό σας. Η επίσκεψή σας στο Φαράγγι του Καρτερού θα είναι σίγουρα μια αξέχαστη εμπειρία! (www.2811.gr)

3.4.3.8. Φαράγγι των Νεκρών

βρίσκεται στο δήμο Ιτάνου, 39 χλμ νοτιοανατολικά από τη Σητεία. Ξεκινάει λίγο μετά την Επάνω Ζάκρο και καταλήγει στην όμορφη Κάτω Ζάκρο με την κρυσταλλένια παραλία της! Όταν φτάσετε στην είσοδο του φαραγγιού (θα δείτε ταμπέλες) αφήστε το αυτοκίνητό σας στον διαμορφωμένο χώρο και ξεκινήστε την πεζοπορία. Για την επιστροφή υπάρχουν λεωφορεία ΚΤΕΛ από την Κάτω Ζάκρο για να σας μεταφέρουν ξανά στα αυτοκίνητά σας. Το φαράγγι είναι πολύ όμορφο και σε όλο το μήκος της διαδρομής θα συναντήσετε πολλές μικρές σπηλιές οι οποίες στα μινωικά χρόνια χρησίμευαν ως τάφοι. Γι' αυτό και το φαράγγι ονομάζεται Φαράγγι των Νεκρών. Μέσα στους τάφους έχουν βρεθεί πολύ σημαντικά αρχαία ευρήματα. Η διάρκεια της πεζοπορίας είναι περίπου 1.5 ώρα και το τοπίο είναι συναρπαστικό! Κάθε χρόνο το φαράγγι δέχεται εκατοντάδες κόσμο από το εξωτερικό αλλά και την Ελλάδα που έρχονται για να απολαύσουν την ομορφιά του επιβλητικού τοπίου και

στη συνέχεια το μπάνιο τους στην όμορφη Κάτω Ζάκρο! Μια εκδρομή που συστήνουμε ανεπιφύλακτα στους φυσιολάτρες και τους οπαδούς της άγριας ομορφιάς που προσφέρει η Κρήτη! (www.2811.gr)@

3.4.4. ΛΙΜΝΕΣ

3.4.4.1. Λίμνη Κουρνά

Η λίμνη Κουρνά είναι μια μοναδική φυσική λίμνη που δημιουργείται από την παρεμπόδιση του υπόγειου νερού, που κατεβαίνει από τον όγκο των Λευκών Όρεων, από τα αδιαπέραστα πετρώματα και την κατάκλιση του φυσικού κοιλώματος. Η λίμνη τροφοδοτείται από την πηγή Αμάτι και αποστραγγίζεται προς το ποταμό Δέλφινα.

Η απόστασή της από την θάλασσα είναι 2.5 km. Το μέγιστο μήκος της είναι 1080 μέτρα και το μέγιστο πλάτος της είναι 880 μέτρα. Καταλαμβάνει έκταση 579 στρέμματα με μέγιστο βάθος τα 22.5 μέτρα (3.5 μέτρα κάτω από την επιφάνεια της θάλασσας). Η περιοχή της λίμνης χαρακτηρίζεται σαν τεκτονικό ρήγμα που κατακλύζεται με νερό από την πηγή "Αμάτι" λόγω των νεογενών αποθέσεων που εξασφαλίζουν την στεγανότητα της. Απλά, φανταστείτε ένα μεγάλο κοίλωμα που τροφοδοτείται από την μία του πλευρά με νερό λόγω του πορώδους του εδάφους ενώ από την απέναντι στεγανοποιείται λόγω της φύσης των πετρωμάτων. Σε κάποια τμήματα της λίμνης έχουν γίνει και έργα υπερχείλισης και αποστράγγισης του νερού προς τις καλλιεργούμενες εκτάσεις και την θάλασσα.

Η λίμνη αναφέρεται από τα αρχαία χρόνια με το όνομα Κορησία. Μάλιστα πιστεύεται ότι υπήρχε ιερό στις όχθες προς τιμήν της Κορησίας Αθηνάς. Στα αραβικά η λέξη Κουρνά σημαίνει λουτήρας και λίμνη. Ίσως λοιπόν οι Άραβες να ήταν αυτοί που την μετονόμασαν από Κορησία σε Κουρνά. Τα σκοτεινά νερά της λίμνης έκαναν εντύπωση σε όλους τους επισκέπτες αλλά και τους κατοίκους αφού θεωρούσαν την λίμνη χωρίς πυθμένα (άπατη). Μάλιστα περιηγητές ήδη από τα χρόνια του Μεσαίωνα αναφέρονταν με δέος για το εκτιμώμενο βάθος της λίμνης. (www.travelmagic.gr)

Ένας μύθος για την Κούρνα..

Ο μύθος αναφέρει ότι στην θέση της λίμνης βρισκόταν ένα χωριό. Κάποια μέρα ένας από τους χωρικούς πήρε την κόρη του για να πάνε στα χωράφια. Στον δρόμο έκατσαν να ξαποστάσουν και η κόρη άρχισε να χτενίζει τα ξανθά μαλλιά της. Ο πατέρας της ενώ αρχικά την καμάρωνε, ξαφνικά την ορέχτηκε και της ρίχτηκε. Η κόρη στην απελπισία της ζήτησε να πει μοναχά τρία λόγια που ήταν "Βούλα και Βουλολίμνα! Κι εγώ στοιχειό στην λίμνα!". Αμέσως ο τόπος βούλιαξε και έγινε η λίμνη. Μάλιστα οι κάτοικοι παλαιότερα πιστεύανε ότι όσοι έχουν "αλαφρό ίσκιο" (βλέπουν δηλαδή φαντάσματα) βλέπουν στην μέση της λίμνης απάνω σε ένα βράχο μια κόρη να κάθεται και να χτενίζει τα ολόχρυσα ξανθά μαλλιά της. (www.travelmagic.gr)

3.4.4.2. Λίμνη Ζαρού (Λίμνη Βοτόμος)

Η τεχνητή λίμνη του Ζαρού ή Βοτόμος βρίσκεται στις νότιες πλαγιές του Ψηλορείτη, 1km βόρεια από τον Ζαρό και 45km νοτιοδυτικά του Ηρακλείου. Η λίμνη πριν το 1987 ήταν ένας μικρός υδροβιότοπος ο οποίος σχηματιζόταν από τον κρατήρα της πηγής Βοτόμου. Την σημερινή της μορφή την πήρε το 1987, όταν η Δασική υπηρεσία ανέπλασε την περιοχή και δημιούργησε μια τεχνητή λίμνη όπου συγκρατούνται τα νερά της πηγής.

Η λίμνη τροφοδοτείται με νερό από την πηγή Βοτόμος, μια από τις πολλές πηγές της ευρύτερης περιοχής. Η ονομασία Βοτόμος είναι γνωστή στους Κρητικούς από την ομώνυμη εταιρεία εμφιάλωσης ενός από τα πιο διάσημα νερά στην Κρήτη, το «Ζαρός». Η ονομασία Ζαρός προέρχεται από το μόριο Ζα , που σημαίνει πολύ, και το ρήμα ρέω. «Ζαρός» δηλαδή σημαίνει το μέρος όπου ρέει πολύ νερό. (www.cretanbeaches.com)

3.4.4.3. Λίμνη Φανερωμένης

Το φράγμα της Φανερωμένης βρίσκεται 7km δυτικά του χωριού Ζαρού και περίπου 7km βόρεια του Τυμπακίου. Βρίσκεται σε μια υπέροχη τοποθεσία, μέσα σε μια καταπράσινη κοιλάδα στους νότιους πρόποδες του Ψηλορείτη και καλύπτει μια έκταση 1000 περίπου στρεμμάτων και χωρητικότητας 20 εκατομμυρίων κυβικών μέτρων.

Κατασκευάστηκε το 2005 για να καλύψει τις αυξημένες ανάγκες νερού για την άρδευση της πεδιάδας της Μεσαράς. Στα λίγα χρόνια λειτουργίας του, η λίμνη της Φανερωμένης έχει γίνει ένας εξαιρετικής σημασίας υδροβιότοπος, όπου φωλιάζουν και σταματούν σπάνια πουλιά και ζώα.

Η πρόσβαση στο φράγμα γίνεται κυρίως μέσα από το χωριό Βώροι, από όπου υπάρχουν πινακίδες. Άλλοι τρόποι πρόσβασης είναι μέσω του χωριού Γαλιά, αλλά κι από το Ζαρό. Μια βόλτα στο φράγμα την περίοδο της άνοιξης είναι μια υπέροχη εμπειρία. (www.cretanbeaches.com)

3.4.4.4. Λίμνη Μπραμιανών

Η τεχνητή λίμνη Μπραμιανών κατασκευάστηκε το 1986 για να καλύψει τις ανάγκες καλλιέργειας των χιλιάδων στρεμμάτων της Ιεράπετρας. Βρίσκεται 5km βορειοδυτικά από την πόλη, στο δρόμο που ενώνει την Ιεράπετρα με την Καλαμαύκα. Η λίμνη έχει έκταση 1350 στρέμματα και χωρητικότητα 15 εκατομμυρίων m3, κάνοντας την το μεγαλύτερο υγρότοπο της Νότιας Ελλάδας.

Ο Υδροβιότοπος

Η τεχνητή αυτή λίμνη σε μια τόσο άνυδρη περιοχή, σύντομα έγινε ένας σπουδαίος υδροβιότοπος και σταθμός μεταναστευτικών πουλιών. Σήμερα, προσελκύει τους μεγαλύτερους πληθυσμούς υδρόβιων πτηνών στη Κρήτη. Σύμφωνα με στοιχεία του Μουσείου φυσικής ιστορίας, πάνω από 218 διαφορετικά είδη πουλιών έχουν καταγραφεί στη περιοχή, αριθμός πολύ μεγάλος για μια τόσο νέα λίμνη. Όλοι αυτοί οι λόγοι συνέβαλαν στο χαρακτηρισμό των Μπραμιανών ως εθνικό δρυμό.
Στο φράγμα έχει αρχίσει να φωλιάζει η πρασινοκέφαλη πάπια η οποία είχε εξαφανιστεί από την Κρήτη ήδη από το 1975. Βαλτόπαπιες, βουτηχτάρια, νερόκοτες, ερωδιοί, χαραδριοί, γλάροι και γλαρόνια είναι ακόμη μερικά από τα υδρόβια πουλιά της λίμνης. Εκτός από αυτά, τριγύρω έχουν παρατηρηθεί αετοί, γεράκια, πέρδικες, τρυγόνια, κορυδαλλοί, χελιδόνια κλπ. Την άνοιξη και το φθινόπωρο, τα Μπραμιανά κατακλύζονται από μεταναστευτικά πουλιά. Το χειμώνα η λίμνη αποτελεί καταφύγιο για τα πουλιά που ξεχειμωνιάζουν εκεί, πολλά από αυτά απειλούμενα με εξαφάνιση

σε ολόκληρο τον κόσμο (βαλτόπαπια, μαυροπελαργός, χρυσογέρακο, κιρκινέζι). Άλλα ζώα που συναντά κανείς στη λίμνη είναι βατράχια, λαγοί, σκαντζόχοιροι, νυχτερίδες, μυγαλές, ζουρίδες, νεροχελώνες, νερόφιδα και σαύρες. Η βλάστηση γύρω από τη λίμνη χαρακτηρίζεται από καλάμια, πλατάνια, πεύκα, λεύκες και αλμυρίκια. Η καλύτερη περίοδος για να έρθετε είναι η άνοιξη, όταν τα νερά βρίσκονται στην μέγιστη στάθμη τους και θα δείτε πολλά μεταναστευτικά πουλιά. Επίσης, το καλοκαίρι που η στάθμη των νερών πέφτει, θα διακρίνετε στη μέση της λίμνης να ξεπροβάλουν τα ερείπια μιας εκκλησίας, υπενθυμίζοντας το παρελθόν της περιοχής. (www.cretanbeaches.com)

3.5. ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΑ

Ίχνη ανθρώπινης παρουσίας υποδηλώνουν πως η Κρήτη κατοικείται για πρώτη φορά στην περίοδο της νεολιθικής εποχής, δηλαδή γύρω στο 6000 π.Χ. Για τους πρώτους κατοίκους της δεν ξέρουμε αν έρχονται από την Ασία, την Αφρική, τα Δωδεκάνησα ή τις Κυκλάδες. Η πιθανότερη αλλά όχι αδιαμφισβήτητη εκδοχή, είναι ότι έρχονται από την Ασία. Το ερώτημα πάντως παραμένει ακόμα ανοιχτό. Αν και ο πολιτισμός τους είναι σχετικά πρωτόγονος ακόμα, μπαίνουν σιγά σιγά στο στάδιο της παραγωγής αφού μαθαίνουν να καλλιεργούν τη γη, εξημερώνουν και συντηρούν τα ζώα και γνωρίζουν τη χρήση του πηλού. Χρησιμοποιούν τα σπήλαια ως τόπους διαμονής, αλλά μπορούν να χτίζουν και κατοικίες από πλίνθους, ξύλα και πέτρες. Τα έργα αυτής της περιόδου έχουν στην αρχή όψη χονδροειδή. Τα μέταλλα και η χρήση του κεραμικού τροχού, είναι ακόμα άγνωστα. (Η Κρήτη και η Ιστορία της ,1995)

Από τα απλά και πρωτόγονα ειδώλια, αντλείται το συμπέρασμα πως λατρεύουν μια γυναικεία θεότητα, σύμβολο της γονιμότητας. Στα κοντινότερα σε μας στάδια της νεολιθικής εποχής, υπάρχουν ενδείξεις για εμπορικές ανταλλαγές και πολιτιστικές σχέσεις της Κρήτης με τις Κυκλάδες, την Ανατολή και την Αίγυπτο. Πάντως ο Κρητικός νεολιθικός πολιτισμός, παραμένει για μικρό χρόνο απομονωμένος και στατικός. Λίγο μετά το 3000 π.Χ. τη νεολιθική εποχή διαδέχεται η εποχή του χαλκού ή Μινωική όπως την ονομάζει ο Άγγλος αρχαιολόγος Α. Evans, που καλύπτει χρονικά την περίοδο ως το 1100 π.Χ. (Η Κρήτη και η Ιστορία της ,1995)

Ο πολιτισμός στην περίοδο αυτή μπαίνει σε ένα νέο στάδιο, με γρηγορότερους ρυθμούς ανάπτυξης, διαγράφοντας μια λαμπρή τροχιά. Η Κρήτη κατέχει προνομιούχο θέση σ' ολόκληρο το Μεσογειακό χώρο και εξελίσσεται σε μια μεγάλη ναυτική δύναμη. Η γεωγραφική της θέση, ανάμεσα σε τρεις ηπείρους, διευκολύνει στο να συναντιούνται τα ρεύματα των πολιτισμών της εποχής, τους οποίους αφομοιώνει. Δημιουργεί μάλιστα ένα δικό της πολιτισμό, που οριοθετεί ένα νέο τρόπο ζωής και καθιερώνει νέες αντιλήψεις για την τέχνη και την αισθητική. Η προνομιακή αυτή θέση αποτελεί ευνοϊκή προϋπόθεση για τη θαλάσσια κυριαρχία των Μινωιτών. (Η Κρήτη και η Ιστορία της ,1995)

Ο Μινωικός πολιτισμός, που είναι ο μακρινός πρόγονος του σημερινού ευρωπαϊκού, έχει το κέντρο του στην Κνωσό. Πολυτελή ανάκτορα, ιερά, αυλές, αίθουσες και τοιχογραφίες με πλούσιο θεματολογικό περιεχόμενο, δημιούργησαν ένα αριστούργημα αρχιτεκτονικής συμπληρωμένο από σύγχρονες για την εποχή αποχετευτικές και υδραυλικές εγκαταστάσεις. Από το 2000 έως το 1700 π. Χ. η εξουσία συγκεντρώνεται στα χέρια των βασιλιάδων και δημιουργούνται τα πρώτα ανακτορικά κέντρα. Γύρω στο 1900 π. Χ. χτίζονται τα πρώτα εντυπωσιακά σε μεγαλοπρέπεια ανάκτορα της Κνωσού, της Φαιστού και των Μαλίων. Το 1700 π. Χ. τα ανάκτορα δέχονται ξαφνικά τις καταστρεπτικές συνέπειες κάποιου δυνατού σεισμού ή άλλης ζημιογόνου αιτίας. Στα ερείπια των παλαιών ανακτόρων ξαναχτίζονται αμέσως καινούρια πιο όμορφα και μεγαλοπρεπή. Προς τα τέλη του 17ου αιώνα χτίζεται και το ανάκτορο της Ζάκρου. (Η Κρήτη και η Ιστορία της ,1995)

3.6. ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

Λόγω της γεωγραφικής θέσης του νησιού τους και της πολυτάραχης ιστορίας του, οι Κρητικοί δέχτηκαν από την αρχαιότητα πολλές επιρροές, που και σήμερα εξακολουθούν να δέχονται με τη μορφή του τουριστικού ρεύματος που κατακλύζει τον τόπο τους τα τελευταία χρόνια. Ο ιδιόμορφος όμως χαρακτήρας τους δεν άλλαξε. Έκλεισαν πεισματικά βαθιά μέσα στην ψυχή τους ένα πάθος για ανεξαρτησία και ελευθερία και μια τρυφερή αγάπη για την πατρίδα που ξεπήδησε από τους σκληρούς αγώνες τους κατά των διαφόρων κατακτητών που διαδέχονταν ο ένας τον άλλο. (Κρήτη Ιστορία και Πολιτισμός,1998)

Είναι κοινωνικοί και εγκάρδιοι, φιλόξενοι και φιλικοί με τους ξένους, αισιόδοξοι και ανοιχτόκαρδοι. Στην καθημερινή ζωή τους είναι αυθόρμητοι και παρ' όλες τις ξένες επιδράσεις και τα πρότυπα, διατηρούν τις παραδόσεις, τα ήθη και τα έθιμα τους, ιδιαίτερα στα χωριά και τις κωμοπόλεις, όπου ακόμη και σήμερα συναντάμε άνδρες με τη χαρακτηριστική, τοπική βράκα, το κεφαλομάντιλο και τις ψηλές μπότες (στιβάνια). Αγαπούν τη διασκέδαση, το χορό και το τραγούδι. Χαίρονται τις γιορτές και τα πανηγύρια, τους γάμους και τα γλέντια που στα περισσότερα χωριά αναβιώνουν με το παλιό τους κέφι. Χορεύουν τους λεβέντικους τοπικούς χορούς (πεντοζάλης, χανιώτης, σούστα, όρτσες κ.ά.) και τραγουδούν τις όμορφες μαντινάδες με τους εύγλωττους, γεμάτους νόημα στίχους. Οι χαρακτηριστικοί ήχοι της πατροπαράδοτης Κρητικής λύρας συνοδεύει συνήθως τα τραγούδια τους. Ο αστικός πληθυσμός ασχολείται με το εμπόριο, τη βιοτεχνία, την αναπτυσσόμενη βιομηχανία και τον τουρισμό, που την τελευταία δεκαετία διαδραματίζει πρωτεύοντα ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη του νησιού. (Κρήτη Ιστορία και Πολιτισμός, 1998), (www.e-nerokourou.gr)

Σ' αυτό συντέλεσαν αρκετοί παράγοντες, μεταξύ των οποίων τα πλούσια αρχαιολογικά ενδιαφέροντα, το καλό κλίμα, οι ωραίες παραλίες, οι καθαρές θάλασσες, οι φιλόξενοι κάτοικοι και η ποικιλία του φυσικού περιβάλλοντος. Συγχρόνως όμως έγιναν αξιόλογα έργα υποδομής, χτίστηκαν μεγάλες μονάδες υψηλών προδιαγραφών και γενικά δόθηκε ώθηση στον τομέα αυτό, έτσι ώστε η Κρήτη σήμερα να είναι ένας σημαντικότατος τουριστικός προορισμός με διεθνή απήχηση. Αρκετοί κάτοικοι στην ύπαιθρο ασχολούνται με τη γεωργία και την κτηνοτροφία, ενώ στα παραθαλάσσια ασχολούνται με την αλιεία. Ιδιαίτερη έμφαση έχει δοθεί στο να γίνονται οι εργασίες με σύγχρονες μεθόδους και μηχανήματα ώστε να υπάρχει η μεγαλύτερη δυνατή απόδοση. Η επεξεργασία των αγροτοκτηνοτροφικών προϊόντων και η τυποποίηση τους απασχολεί σημαντικό αριθμό εργαζομένων. Δεν λείπουν όμως και οι παραδοσιακές ασχολίες που ασκούνται παράλληλα με κάποιο επάγγελμα. Υπάρχουν ακόμα γυναίκες που έχουν στα σπίτια τους αργαλειούς και υφαίνουν τα ζωηρόχρωμα υφαντά, κι άλλες που κεντούν τα όμορφα κρητικά κεντήματα. Η πανάρχαια τέχνη του πηλού εξακολουθεί να παράγει αξιόλογα χειροτεχνήματα, μια και οι σημερινοί ντόπιοι τεχνίτες δουλεύουν το εύπλαστο υλικό τους το ίδιο επάξια με τους Μινωίτες.

Ο τρύγος το Σεπτέμβρη είναι μια ανοιχτή, υπαίθρια γιορτή για τους τρυγητές. Ακολουθεί το πάτημα των σταφυλιών και όλες οι απαραίτητες διαδικασίες μέχρι να μετατραπεί ο μούστος σε γλυκόπιοτο κρασί. Μερικοί Κρητικοί φτιάχνουν ακόμη τη δική τους ρακή ή τσικουδιά, που πίνεται "μονορούφι" από μικρά ποτηράκια – τα ρακοπότηρα-. Ζεσταίνει και θεραπεύει τα πάντα... Είναι φτιαγμένη από 28 μούρα (μουρνορακή) ή από σταφύλια και χρησιμοποιείται και σαν οινόπνευμα στη λαϊκή θεραπευτική. Οι γυναίκες στα χωριά "πήζουν" τις μυζήθρες και τον ευωδιαστό ανθότυρο και φτιάχνουν πολλές νόστιμες πίτες (Κρήτη Ιστορία και Πολιτισμός,1998), (www.e-nerokourou.gr)

Γενικά η ζωή στην Κρήτη του σήμερα, παρά τους γοργούς ρυθμούς που επέβαλε η ανάπτυξη και η βιομηχανοποίηση, εξακολουθεί - ιδιαίτερα έξω από τα μεγάλα αστικά κέντρα - να διατηρεί την ανθρωπιά της και τη γαλήνη των παλιών, καλών καιρών. Παράλληλα, οι πόλεις σφύζουν από ζωή, η ύπαιθρος ευημερεί, οι τέχνες, τα γράμματα και οι επιστήμες ανθούν, το πολιστικό επίπεδο ανυψώνεται. Σ' αυτό συντέλεσε σημαντικά η ίδρυση του Πανεπιστημίου και του Πολυτεχνείου της Κρήτης, που παραρτήματα τους λειτουργούν στο Ηράκλειο, το Ρέθυμνο και τα Χανιά και του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Κρήτης, που λειτουργεί στο Ηράκλειο, με παραρτήματα στο Ρέθυμνο, τα Χανιά, τον Άγιο Νικόλαο, την Ιεράπετρα και τη Σητεία. Η πολιτιστική δραστηριότητα είναι έντονη στο νησί. Διοργανώνονται εκθέσεις, θεατρικές παραστάσεις, μουσικές εκδηλώσεις, σεμινάρια και συνέδρια με μεγάλη απήχηση και συμμετοχή του κόσμου. Έτσι η Κρητική κουλτούρα αναζωπυρώνεται κι ίσως σήμερα να μην έχει να επιδείξει έναν Θεοτοκόπουλο, έναν Καζαντζάκη ή έναν Ελευθέριο Βενιζέλο -γιγάντιες μορφές της καλλιτεχνικής, πνευματικής και πολιτικής ιστορίας του τόπου -, αλλά, πιστεύουμε ότι το έδαφος είναι πρόσφορο κι ευνοεί τη δημιουργία σ' όλους τους τομείς. (Κρήτη Ιστορία και Πολιτισμός,1998), (www.e-nerokourou.gr)

3.6.1. Λαϊκός πολιτισμός και παράδοση

Ο πλούσιος λαϊκός πολιτισμός της Κρήτης που κληρονομήθηκε και επιβίωσε στις μέρες μας ή - σε ορισμένες εκδηλώσεις του - μέχρι τον προηγούμενο αιώνα,

χαρακτηρίζεται από μια πιστή και έντονη προσκόλληση στα αρχαία ελληνικά και βυζαντινά πρότυπα και αποτελεί εμφανώς τη φυσιολογική συνέχεια εκείνων μέσα στο χρόνο. Όμως, όπως ήταν φυσικό, έχει δεχθεί και την επίδραση των λαών που έζησαν για πολλά χρόνια στο νησί. Έτσι, έχουμε βυζαντινές εκκλησίες δίπλα σε βενετσιάνικα μέγαρα που συνυπάρχουν με τούρκικα κτίσματα. Παράλληλα, εκπλήσσει η ομοιότητα εργαλείων και σκευών οικιακής χρήσης, που χρησιμοποιούνταν μέχρι πριν λίγα χρόνια στα χωριά, με ανάλογα αντικείμενα μινωικής εποχής που ήρθαν στο φως με τις ανασκαφές. Επίσης, συγκεκριμένες εκδηλώσεις της ανθρώπινης ζωής θυμίζουν αντίστοιχες πολλούς αιώνες πίσω. Για παράδειγμα, οι νεκροί θρηνούνται ακόμα στα κρητικά χωριά όπως και την εποχή του Ομήρου. Ο πολιτισμός και οι παραδόσεις του κρητικού λαού πηγάζουν από την αρχαία Ελλάδα και φθάνουν μέχρι τους νεότερους χρόνους διασταυρούμενα καθοδόν με ξένα στοιχεία, που αναπτύσσονται στον ίδιο χώρο και προσαρμόζονται στην τοπική πραγματικότητα. (www.e-nerokourou.gr)

3.6.2. Παραδοσιακή αρχιτεκτονική

Αξιοπρόσεχτο χαρακτηριστικό της οίκησης στο νησί είναι η θέση των τριών βασικών πόλεων (Χανιά, Ρέθυμνο, Ηράκλειο) στα βόρεια παράλια - για να ελέγχουν το Αιγαίο - και σε τοποθεσίες που ήταν κατοικημένες από την αρχαιότητα, έτσι ώστε η αλυσίδα της οικιστικής εξέλιξης να είναι αρραγής. Εκτός από τις μεγάλες πόλεις το νησί έχει πολλά χωριά και οικισμούς (μόνιμους και εποχιακούς - μετόχια). Στην πλειοψηφία τους τα χωριά και οι οικισμοί είναι ορεινοί ή ημιορεινοί (μέχρι 800 μέτρα υψόμετρο και ακόμα υψηλότερο για τα μετόχια). Τα σπίτια στους ορεινούς οικισμούς είναι διατεταγμένα αμφιθεατρικά στις πλαγιές ή τις κορυφές λόφων και, κατ' αυτό τον τρόπο, δημιουργείται ένα φυσικό οχυρό για προφύλαξη από τις πειρατικές επιδρομές. Η αμφιθεατρική διάταξη ακολουθεί το σχήμα του λόφου και αναπτύσσεται με κέντρο την εκκλησία, την πλατεία και το καφενείο. Η δόμηση είναι τις περισσότερες φορές πυκνή και συνεχής - όπως γενικά στους οχυρούς οικισμούς, όπου κύριο μέλημα είναι η προστασία από τους πειρατές -και αλλού αραιή και ελεύθερη. Οι οικισμοί - αρμονικά δεμένοι με το περιβάλλον - λόγω της θέσης τους πάνω στο ύψωμα είναι χωρισμένοι σε τρεις γειτονιές: Πανωχώρι, Μεσοχώρια και Κατωχώρι. Οι παραθαλάσσιοι οικισμοί ήταν ελάχιστοι μέχρι τα μέσα του 19ου αιώνα, λόγω της μάστιγας των πειρατικών επιδρομών που ανάγκαζε τους κατοίκους να

συγκεντρώνονται στις μεγάλες οχυρωμένες πόλεις ή στο εσωτερικό του νησιού, σε όσο το δυνατόν πιο απρόσιτους και οχυρούς από τη φύση τους τόπους. Μετά το τέλος του 19ου αιώνα πραγματοποιήθηκε ο εποικισμός παλιών 30 ερημωμένων βενετσιάνικων παραλιακών θέσεων - Άγιος Νικόλαος (Castle Mirambello), Σητεία, Παλαιοχώρα (Selino), Πάνορμο (Castle Milopotamo). Οι περισσότεροι παραθαλάσσιοι οικισμοί δημιουργήθηκαν τα τελευταία χρόνια με την ανάπτυξη του τουρισμού. Τα κτίσματα μέσα σ' αυτούς τους μοντέρνους οικισμούς είναι δημιουργήματα της σύγχρονης αρχιτεκτονικής αντίληψης που προσπαθεί να συνδυάσει την άνεση με την παράδοση και να τα εναρμονίσει με το φυσικό περιβάλλον. Σ' ένα βαθμό ο στόχος αυτός έχει επιτευχθεί, χωρίς, δυστυχώς, να λείπουν ορισμένες κακοτεχνίες και αυθαίρετες επεμβάσεις στο χώρο. Οι Βενετοί και οι Τούρκοι κατακτητές έβαλαν τη σφραγίδα της επιρροής τους στην αρχιτεκτονική του νησιού. Από το 15ο αιώνα έως τον 17ο, που είναι εποχή ειρήνης και ευημερίας για την Κρήτη κατασκευάζονται τα σημαντικότερα κτίσματα της Κρητικής αναγεννησιακής αρχιτεκτονικής, μιας αρχιτεκτονικής επηρεασμένης από τη δυτική αναγεννησιακή τεχνοτροπία, αλλά προσαρμοσμένης στις ανάγκες της Κρητικής κοινωνίας και τις τοπικές συνθήκες. Η "Γαληνότατη Δημοκρατία της Βενετίας" από τα πρώτα χρόνια της κατάκτησης της Κρήτης αισθάνεται την ανάγκη αρχικά να οχυρώσει και να διασφαλίσει την πολυτιμότατη κτήση της από τους διάφορους επιδρομείς και κατόπιν να την κοσμήσει με μεγαλόπρεπα δημόσια κτίρια και πολυτελείς κατοικίες αξιωματούχων, μεταφέροντας κατ' αυτό τον τρόπο, το γόητρο και την αίγλη της στο κατακτημένο νησί. Για τους σκοπούς αυτούς μετακαλεί έμπειρους Ιταλούς μηχανικούς - γνωστότερος είναι ο Michele Sanmicheli- που αναλαμβάνουν τη σχεδίαση και την εκτέλεση των έργων: οχύρωση της Κάντιας – που τα τείχη της κτίζονταν για 100 ολόκληρα χρόνια -, οχύρωση του Ρεθύμνου, Φορτέτσα Ρεθύμνου, οχύρωση Χανίων. Εκτός από την πρωταρχική θωράκιση των βασικών λιμανιών, η άμυνα του νησιού ενισχύεται με μια σειρά φρουρίων (Castelli) που χτίζονται σε τοποθεσίες στρατηγικής σημασίας (Καστέλια Γραμβούσας, Σπιναλόγκας, Φραγκοκάστελλου). Αξιόλογο δείγμα της αναγεννησιακής Κρητικής αρχιτεκτονικής είναι οι πύργοι των Βενετών φεουδαρχών, που βρίσκονται σκορπισμένοι στην Κρητική ύπαιθρο, απ' όπου οι ιδιοκτήτες τους έλεγχαν το φέουδο και τους κολίγους τους. Αν τα οχυρωματικά έργα, τα καστέλια και οι βενετσιάνικοι πύργοι είναι δείγματα δύναμης και εξουσίας, τα παλάτια, οι κρήνες, οι λότζες, τα ρολόγια, οι πλατείες, τα μνημεία στο Ηράκλειο, το Ρέθυμνο και τα Χανιά είναι

δείγματα μεγαλοπρέπειας και αρχοντιάς. Η αναγεννησιακή αρχιτεκτονική επηρέασε την αρχιτεκτονική των κατοικιών, των εκκλησιών και των μοναστηριών (Μονή Αρκαδίου, Μονή Αγίας Τριάδας στο Ακρωτήρι). Στο Ρέθυμνο και τα Χανιά διατηρούνται βενετσιάνικες γειτονιές με αστικά σπίτια, από τα λιγοστά δείγματα που σώζονται στον ελλαδικό χώρο. Επίσης, στην ύπαιθρο συναντάμε αρκετές κατοικίες - πύργους, βίλες και αγροτικά βενετσιάνικα σπίτια. Τέλος, οι παλιές πέτρινες λαξεμένες πύλες, τα λιοτρίβια, τα αγροτικά σπίτια με δώμα ή με στέγη διατηρούνται σε αρκετά κρητικά χωριά. Το αστικό σπίτι αποτελείται από κατώγι (ισόγειο), μετζάο (μεσοπάτωμα) και ανώγι (όροφο). Έχει συνήθως εσωτερική αυλή και αναπτύσσεται σε σχήμα Γ ή Π γύρω της. Η είσοδος του είναι σκεπαστή και πάνω της βρίσκεται ο όροφος. Στο κατώγι υπήρχαν οι αποθήκες και οι βοηθητικοί χώροι. Το μετζάο το χρησιμοποιούσε ο ιδιοκτήτης σαν επαγγελματική στέγη, ενώ το ανώγι ήταν η κυρίως κατοικία της αστικής οικογένειας. Περιελάμβανε τη σάλα, τα υπνοδωμάτια (κάμερες) και τους βοηθητικούς χώρους. Χαρακτηριστικά των σπιτιών αυτών είναι οι "πορτέλες" (κεντρικές πόρτες) και τα παράθυρα με τα λαξευτά πέτρινα πλαίσια που φέρουν επιγραφές ή διακόσμηση. Επίσης οι πέτρινες σκαλιστές κουτσουνάρες (υδρορρόες για να φεύγουν τα νερά από την επίπεδη ταράτσα του δώματος), η πέτρινη σκάλα κ.ά. Οι Πύργοι των Βενετών φεουδαρχών είναι, δείγματα φρουριακής αρχιτεκτονικής με τετράγωνο σχήμα, παχείς πέτρινους τοίχους, αρκετό ύψος, με ισόγειο και δύο ορόφους. Έχουν μικρά και λιγοστά ανοίγματα και πέτρινη εξωτερική σκάλα. Το λαϊκό αγροτικό Κρητικό σπίτι είναι απλό, κυβικό, με λίγα ανοίγματα. Τα υλικά που χρησιμοποιούνται για την κατασκευή του - πέτρα, ξύλο, χώμα –είναι ελάχιστα επεξεργασμένα και του δίνουν ένα αυστηρό και λιτό χαρακτήρα, αλλά και μια μορφή προσωρινότητας. Προσαρμοσμένο τέλεια στο περιβάλλον, γίνεται ένα μ' αυτό, αφού το γκρίζο της πέτρας του και της πλαγιάς πάνω στην οποία είναι χτισμένο ταυτίζονται. Αργότερα άρχισαν να ασβεστώνουν τα σπίτια τους οι Κρητικοί, αλλά και να τα βάφουν στο χρώμα της ώχρας, το γαλάζιο ή το ροζ, κυρίως στους οικισμούς που επικρατούν νεοκλασικά στοιχεία. Στην πιο απλή μορφή του είναι μονόχωρο με δώμα και συγκεντρώνει όλες τις λειτουργίες. Έχει γωνιακό τζάκι που χρησιμεύει για μαγείρεμα και θέρμανση. Συχνά υπάρχει ένα πατάρι για τον ύπνο, ο σοφάς, και ο χώρος κάτω απ' αυτόν χρησιμοποιείται σαν αποθήκη. Το δώμα κατασκευάζεται με επιμήκη ξύλα και όταν χρειάζεται να αυξηθεί το πλάτος ή το μήκος του σπιτιού προστίθεται ένα ξύλινο μεσοδόκι για να στηρίξει το δώμα. Σε μεταγενέστερες μορφές το ξύλινο μεσοδόκι αντικαθίσταται από ένα πέτρινο ημικυκλικό τόξο, την καμάρα.

Έτσι δημιουργείται το κριτικό καμαρόσπιτο που το συναντάμε σ' ολόκληρη την Κρήτη. Η καμάρα χωρίζει το σπίτι σε δύο μέρη. Καθώς το καμαρόσπιτο εξελίσσεται, προστίθεται άλλη μια καμάρα κατά μήκος ή πλάτος και δημιουργείται το δικάμαρο σπίτι. Στην πιο προηγμένη του μορφή προστίθενται κι άλλα κτίσματα σε σχήμα Γ και σε τελική μορφή καταλήγει να γίνει διώροφο. Ο τύπος αυτός συναντάται κυρίως στη Χώρα Σφακιών και στα παραθαλάσσια χωριά της ίδιας επαρχίας. Τα κτίσματα είναι περισσότερο προσεγμένα με ξύλινα χωρίσματα στον όροφο, μεγαλύτερα κουφώματα βαμμένα σε έντονα χρώματα, σοβαντισμένα και ασβεστωμένα. Στο δυτικό κυρίως τμήμα του νησιού τα σπίτια έχουν κεραμοσκεπές, είναι συνήθως διώροφα, με εσωτερική, ξύλινη σκάλα που στον όροφο - τον οντά, όπου βρίσκονται τα υπνοδωμάτια – κλείνει με καταπακτή. Η αυλή - όταν υπάρχει - περιστοιχίζεται από ψηλούς μαντρότοιχους και κλείνεται με χαρακτηριστική τοξωτή εξώθυρα. Τα ανοίγματα είναι μεγάλα και περιβάλλονται από πελεκημένα πέτρινα πλαίσια που στο πάνω μέρος έχουν πέτρινα γείσα για να προφυλάσσονται από τη βροχή. Όλα αυτά τα στοιχεία, καθώς επίσης και οι πωρόλιθοι που ενισχύουν τις γωνιές των κτιρίων και τα τοξωτά υπέρθυρα υποδηλώνουν μια έντονη βενετσιάνικη επίδραση πάνω στη λαϊκή αρχιτεκτονική του τόπου. Την εποχή της τουρκοκρατίας το αστικό σπίτι στις πόλεις Ηράκλειο, Ρέθυμνο, Χανιά και Σητεία πλουτίζεται μ' ένα νέο στοιχείο: ένα κλειστό, ξύλινο εξώστη στον όροφο, "το σαχνισί" που είναι συνήθως προσθήκη σε παλιότερα βενετσιάνικα κτίρια. Στα δημιουργήματα της λαϊκής αρχιτεκτονικής περιλαμβάνονται ακόμη νερόμυλοι, ανεμόμυλοι, φάμπρικες και φούρνοι. Αυτές είναι οι κυριότερες μορφές των Κρητικών σπιτιών. Η εξέλιξη τους από τους απλούστερους στους πιο σύνθετους τύπους υπογραμμίζει την ανέλιξη της κοινωνικής ζωής στο νησί και μπορεί να χρησιμοποιηθεί σαν βάση για τη μελέτη της. Η Κρητική παραδοσιακή αρχιτεκτονική είναι ένα μέρος της κοινωνικής και πολιτιστικής ιστορίας του τόπου με μεγάλο ενδιαφέρον. Τα δείγματα της που έχουν απομείνει είναι πολυτιμότατα και πρέπει να φυλαχθούν "ως κόρη οφθαλμού". (www.e-nerokourou.gr)

3.7. ΥΠΟΔΟΜΕΣ

Οι υποδομές παίζουν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη οποιαδήποτε περιοχής. Συνεπώς οι υποδομές παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο και στην τουριστική ανάπτυξη

περιοχών υποδοχής τουρισμού. Παρακάτω αναφερόμαστε στις υποδομές της Κρήτης που παίζουν σημαντικό ρόλο στην τουριστική ανάπτυξη (και όχι μόνο) του νησιού.

3.7.1. ΟΔΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ

Ο Βόρειος Οδικός Άξονας Κρήτης είναι ο δρόμος που ενώνει όλες τις μεγάλες πόλεις του νησιού από Ανατολή προς Δύση ακολουθώντας την βόρεια ακτογραμμή. Το μήκος του ξεπερνά τα 250 χλμ αλλά ελάχιστα από αυτά είναι αυτοκινητόδρομος. Το οδικό δίκτυο της δυτικής Κρήτης παραμένει επαρχιακό. Ο ΒΟΑΚ παραμένει μια παλιά Εθνική Οδό με επικίνδυνη χάραξη που δεν διαθέτει καμία ασφάλεια για τους οδηγούς της. Να μην μιλήσουμε για το υπόλοιπο επαρχιακό και αστικό δίκτυο το οποίο είναι σε αρκετά κακή κατάσταση και χρίζει μεγάλης προσοχής.

Ο οδικός άξονας που συνδέει την Κρήτη καλείται να εξυπηρετήσει τους μόνιμους κατοίκους του νησιού, οι οποίοι φτάνουν τους εξακόσιους πενήντα χιλιάδες συν του καλοκαιρινούς επισκέπτες, αθροιστικά λοιπόν ιδιαίτερα τους καλοκαιρινούς μήνες ο ΒΟΑΚ καλείται να εξυπηρέτηση παραπάνω από ένα εκατομμύριο ανθρώπους. Από αυτό το σύνολο βέβαια δεν πρέπει να ξεχνάμε και την βαριά βιομηχανία του νησιού την εξαγωγή οπωροκηπευτικών, τα οποία για να μεταφερθούν από την Νότια στην Βόρεια Κρήτη και να εξέλθουν χρησιμοποιείται ο ΒΟΑΚ. Ένας απαρχαιωμένος δρόμος λοιπόν καλείται να εξυπηρετήσει τις ανάγκες τόσων ανθρώπων συν τα βαριά φορτηγά και τα λεωφορεία για τις μεταφορές. Βάση αυτών των αντικειμενικών δεδομένων ο ΒΟΑΚ είναι ο πλέον ακατάλληλος οδικός άξονας για την σύνδεση της Κρήτης, καθώς με την μορφή που έχει τώρα ο δρόμος είναι ικανός να καλύψει με ασφάλεια το ένα τρίτο των σημερινών αναγκών. Η διαχρονική αδιαφορία των εκάστοτε κυβερνήσεων για την οδική εξυπηρέτηση της Κρήτης έχει στερήσει στο νησί πολλές ζωές αλλά και τη δυνατότατα για περεταίρω ανάπτυξη και ευημερία. Το γεγονός ότι δεν υπάρχει Νότιος Οδικός άξονας και ότι η Νότια με την Βόρεια πλευρά συνδέονται με δρόμους άλλων εποχών είναι ένας από τους βασικούς λογούς που η Κρήτη έχει ρυθμούς ανάπτυξης δυο ταχυτήτων. Επίσης το γεγονός, ότι η Νότια Κρήτη έχει επηρεαστεί από την οδική σύνδεση, έχει σαν αποτέλεσμα να μένει ανεκμετάλλευτη στερώντας έσοδα και ευημερία από τους κατοίκους της. Επίσης

αξίζει να σημειωθεί ότι μεγάλο κομμάτι του βόρειου οδικού άξονα της Κρήτης κατασκευάστηκε επί Χούντας.

Το πρόβλημα όμως οξύνεται όταν επικεντρώνεται η προσοχή στο νομό Ρεθύμνου. Ένας νομός δυστυχώς αποκλεισμένος από αέρα και θάλασσα, όπου ο μόνος τρόπος σύνδεσης με την Ηπειρωτική χώρα είναι ο ΒΟΑΚ μέσω Χανίων η Ηρακλείου. Οι Ρεθυμνιώτες είναι λοιπόν αναγκασμένοι να ρισκάρουν την ζωή τους κάθε φορά που θέλουν να φύγουν από τον νομό, αφού για να φτάσουν είτε στα Χανιά είτε στο Ηράκλειο περνούν τα πιο επικίνδυνα κομμάτια του ΒΟΑΚ (Αγ. Ραφαήλ-Σούδα για Χανιά, Σίσσες-Φόδελε για Ηράκλειο). (Νομαρχιακή αυτοδιοίκηση Χανίων, ο βόρειος οδικός άξονας της Κρήτης και το λοιπό οδικό δίκτυο, 2008)

3.7.2. ΛΙΜΑΝΙΑ

3.7.2.1. Λιμάνι Χανίων

Το λιμάνι των Χανίων, γνωστό και ως λιμάνι της Σούδας ή απλά Σούδα, βρίσκεται στην νότια πλευρά του κόλπου της Σούδας, κοντά στο Αεροδρόμιο των Χανίων και 8 χλμ. από την πόλη. Είναι ένα από τα ασφαλέστερα φυσικά λιμάνια της Μεσογείου. Το λιμάνι ήταν πάντα εξαιρετικής σπουδαιότητας για το νησί της Κρήτης, λόγω της στρατηγικής του θέσης στο δυτικό τμήμα του νησιού, στο θαλάσσιο δρόμο προς το Γιβραλτάρ και τη διώρυγα του Σουέζ, στο μονοπάτι που συνδέει τον Ατλαντικό ωκεανό με την Ερυθρά Θάλασσα. Είναι το δεύτερο μεγαλύτερο λιμάνι της Κρήτης, μετά το Ηράκλειο, και εξυπηρετεί πλοία εσωτερικού και εξωτερικού, κυρίως από την Αίγυπτο και την Κύπρο.

Ο κόλπος της Σούδας είναι γνωστός για την ασφάλεια και το καταφύγιο που παρέχει στα φεριμπότ και στα κρουαζιερόπλοια, καθώς είναι πολύ κλειστός και προσφέρει εξαιρετική ασφάλεια από τις καιρικές συνθήκες. Το λιμάνι μπορεί να εξυπηρετεί εμπορικά πλοία, τουριστικά πλοία και φέριμποτ, ενώ στον κόλπο της Σούδας βρίσκεται και ο Ναύσταθμος της Σούδας και οι εγκαταστάσεις του Αμερικανικού Ναυτικού.

Το λιμάνι στη Σούδα έχει καθημερινή σύνδεση με το λιμάνι του Πειραιά και άλλα λιμάνια των ελληνικών νησιών και εξυπηρετεί πολλά κρουαζιερόπλοια που μεταφέρουν επισκέπτες και τουρίστες στα ελληνικά νησιά.

Το λιμάνι των Χανίων έχει όλες τις απαραίτητες εγκαταστάσεις και προσφέρει όλες τις αναγκαίες υπηρεσίες. Τα μικρά γιώτ και τα ιστιοπλοϊκά μπορούν να ανεφοδιαστούν νερό και πετρέλαιο, και τα μεγάλα πλοία να κάνουν και επισκευές αν χρειαστεί. Τη νύχτα, η είσοδος στο λιμάνι απαγορεύεται και όλες οι δραστηριότητες ξεκινούν εκ νέου το πρωί. Τα πλοία απαγορεύεται να προσεγγίσουν το βόρειο τμήμα του όρμου, λόγω των ναυτικών και στρατιωτικών βάσεων. (www.chania-airport-carhire.com)

3.7.2.2. Λιμάνι Ρέθυμνου

Το πρόβλημα του λιμανιού είχε από τη Βενετοκρατία ως τις μέρες μας μεγάλη σημασία για την ανάπτυξη της πόλης του Ρεθύμνου. Το Βενετσιάνικο λιμάνι κατασκευάστηκε γύρω στα 1300 και για αρκετά χρόνια αργότερα γίνονταν εργασίες επισκευής και συντήρησης. Η στενότητα της λεκάνης του, οι συνεχείς προσαμμώσεις και η γνώμη αρκετών Βενετών αξιωματούχων που πίστευαν ότι ένα ακόμα ισχυρό λιμάνι διασπούσε τον στόλο της Κρήτης, οδήγησαν σε μια ατέλειωτη σειρά αναδιατάξεων. Τον μεγαλύτερο, πάντως, ανασταλτικό παράγοντα αποτέλεσε η αδύνατη οχύρωση της πόλης. Η σημερινή όψη του λιμανιού βρίσκεται αρκετά κοντά σ' αυτήν των σχεδιαγραμμάτων της Βενετοκρατίας. Ο μεγάλος λιμενοβραχίονας στα αριστερά είναι σύγχρονο έργο που ακόμα συνεχίζεται, χωρίς κι αυτός να μπορεί να λύσει το πρόβλημα ελλιμενισμού σκαφών κάποιου μεγέθους. Σήμερα το Βενετσιάνικο λιμάνι αποτελεί τουριστικό σημείο της πόλης. Ο πλακόστρωτος δρόμος, με υπέροχα νεοκλασικά κτίρια να ορθώνονται στη μια πλευρά του και τη θάλασσα στην άλλη πλευρά δείχνει την τέχνη και το γούστο των Βενετών. Επίσης υπάρχουν οι ταβέρνες, τα εστιατόρια, τα μπαράκια δίνοντας την ευκαιρία στον κόσμο να αφήνεται στη γοητεία και την ειδυλλιακή ατμόσφαιρα του λιμανιού. (www.explorecrete.com)

3.7.2.3. Λιμάνι Ηρακλείου

Στο λιμάνι Ηρακλείου, υπάρχει ο επιβατικός σταθμός και οι προβλήτες για τα φέρρυ προς και από Πειραιά. Υπάρχουν καθημερινά δρομολόγια όπου τα πλοία αναχωρούν τη νύχτα και φτάνουν νωρίς το πρωί, ενώ το καλοκαίρι εκτελούνται και ημερήσια δρομολόγια. Τα τελευταία χρόνια γίνεται ιδιαίτερη προσπάθεια ώστε το λιμάνι Ηρακλείου να προσφέρει σύγχρονες υπηρεσίες στους ταξιδιώτες. Σημαντική βελτίωση αποτελεί ο νέος επιβατικός σταθμός που κάνει την παραμονή των επιβατών ευχάριστη στις καινούριες εγκαταστάσεις με εμβαδόν 2.500 τ.μ. Στον επιβατικό σταθμό του λιμανιού έχετε επίσης τη δυνατότητα να κάνετε το Check-in ή Check-out για την πτήση σας από το αεροδρόμιο Ηρακλείου. Επίσης στον επιβατικό σταθμό μπορείτε να φυλάξετε τις αποσκευές σας προσωρινά ή να συνδεθείτε στο Ιντερνέτ ασύρματα με το φορητό σας υπολογιστή. Το νέο λιμάνι Ηρακλείου δέχεται 2 εκατομμύρια επιβάτες το χρόνο, τόσο από τα καθημερινά δρομολόγια από Πειραιά, τη Σαντορίνη και άλλα νησιά, αλλά και από κρουαζιερόπλοια που σταματούν στο Ηράκλειο για μια επίσκεψη στην Κνωσό και την πόλη του Ηρακλείου. (www.explorecrete.com)

3.7.2.4. Λιμάνι Σητείας

Το λιμάνι της Σητείας εξυπηρετεί κυρίως μικρά πλοιάρια αλιείας και ιστιοπλοϊκά, αλλά είναι -δυνητικά- σε θέση να εξυπηρετήσει μεγαλύτερα επιβατηγά. Η Σητεία συνδέεται με τον Πειραιά ακτοπλοϊκώς με τα επιβατηγά «Βιτσέντζος Κορνάρος» και «Ιεράπετρα» της Λ.Α.Ν.Ε.

Παράλληλα, η Σητεία συνδέεται με νησιά των Κυκλάδων και των Δωδεκανήσων. Το διοικητικό Συμβούλιο του Σωματείου «Σύλλογος Μετόχων Λ.Α.Ν.Ε » σε δελτίο τύπου που εξέδωσε στα ΜΜΕ ζητάει από το πρόεδρο της ΑΝΕΚ τα πλοία της ΛΑΝΕ να εκπληρώσουν το σκοπό του που είναι η θαλάσσια συγκοινωνία Πειραιά –Νομού Λασιθίου και η εξυπηρέτηση των κατοίκων του Νομού και όχι η τυπική και μόνον σύνδεση του Νομού Λασιθίου με το λιμάνι του Πειραιά. Τα τελευταία χρόνια γίνονται μελέτες για νέο λιμάνι και μαρίνα στην περιοχή της Ιεράπετρας. (el.wikipedia.org), (www.hellenica.de)

3.7.3. ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ

Η Κρήτη διαθέτει 3 αεροδρόμια τα οποία παίζουν και αυτά σημαντικό ρόλο στην τουριστική ανάπτυξη του νησιού. Ένα είναι το αεροδρόμιο Χανίων Ιωάννης Δασκαλογιάννης . Στο Ηράκλειο υπάρχει το μεγαλύτερο από τα 3 αεροδρόμια του νησιού Καζαντζάκης και τέλος υπάρχει το δημοτικό αεροδρόμιο Σητείας.

3.7.3.1. Αεροδρόμιο Χανίων

Το αεροδρόμιο των Χανίων έχει κωδικό CHQ και επίσημα ονομάζεται διεθνές αεροδρόμιο «Ιωάννης Δασκαλογιάννης» , προς τιμή του Κρητικού επαναστάτη Ιωάννη Δασκαλογιάννη που πολέμησε ενάντια στην Οθωμανική αυτοκρατορία τον 18ο αιώνα.

Το αεροδρόμιο Χανίων βρίσκεται στη χερσόνησο του Ακρωτηρίου (ή Σούδα), περίπου 20 λεπτά (14 χιλιόμετρα) από τα Χανιά. Στο αεροδρόμιο των Χανίων πραγματοποιούνται πτήσεις εσωτερικού από και προς το αεροδρόμιο Αθηνών, το αεροδρόμιο Θεσσαλονίκης και άλλα αεροδρόμια στην Ελλάδα. Από τον Απρίλιο μέχρι τις αρχές Νοεμβρίου, υπάρχουν πολλές απευθείας πτήσεις charter για το αεροδρόμιο των Χανίων από τη Βρετανία, τη Γερμανία, τη Σκανδιναβία και άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Η κίνηση των επιβατών στο αεροδρόμιο Χανίων είναι περίπου 2.500.000 επιβάτες το χρόνο. Η επιβατική κίνηση προς τα Χανιά είναι τέτοια που χρειάζεται να βελτιωθούν ακόμα περισσότερο οι υποδομές στο αεροδρόμιο Γιάννης Δασκαλογιάννης. Πρέπει να σημειωθεί ότι το αεροδρόμιο μπορεί να εξυπηρετεί 1100 επιβάτες την ώρα, ενώ οι πραγματικές ανάγκες τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο φτάνουν τους 2500 επιβάτες την ώρα. Σήμερα έχουν ολοκληρωθεί οι μελέτες για τον εκσυγχρονισμό του αεροδρομίου "Ιωάννης Δασκαλογιάννης" στα Χανιά και πλέον είναι θέμα χρόνου να προχωρήσει ο σχεδιασμός του νέου κτιρίου για τους επιβάτες και η κατασκευή νέου Πύργου Ελέγχου.

Το αεροδρόμιο των Χανίων κατασκευάστηκε το 1954 στο Μάλεμε και ως το 1959 εξυπηρετούσε πτήσεις εσωτερικού. Το 1959 μεταφέρθηκε στη χερσόνησο Ακρωτήρι ή Σούδα στο υπάρχον στρατιωτικό αεροδρόμιο της Σούδας, που άρχισε να χρησιμοποιείται και για επιβατικές πτήσεις. Το 1967 κατασκευάστηκε ο πρώτος

αεροσταθμός με δύο θέσεις στάθμευσης αεροσκαφών. Το 1974 πραγματοποιείται η πρώτη διεθνής πτήση προς το αεροδρόμιο των Χανίων. Η αύξηση του τουρισμού στα Χανιά δημιούργησε την ανάγκη για την κατασκευή ενός νέου κτηρίου καθώς οι πτήσεις προς το αεροδρόμιο Χανίων συνεχώς αυξάνονταν. Το 1996 ολοκληρώθηκε η κατασκευή νέου αεροσταθμού σε διαφορετική θέση με 6 θέσεις στάθμευσης αεροσκαφών. Το 2005 έγινε η ολοκλήρωση επέκτασης του αεροδρομίου που έλαβε επίσημα την ονομασία Κρατικός Αερολιμένας Χανίων " Ιωάννης Δασκαλογιάννης". Ο νέος αεροσταθμός έχει συνολική επιφάνεια 14,650 m2, και έξι χώρους στάθμευσης αεροσκαφών. (el.wikipedia.org) , (www.explorecrete.com)

3.7.3.2. Αεροδρόμιο Ηρακλείου

Το αεροδρόμιο Ηρακλείου βρίσκεται 5 χιλιόμετρα ανατολικά από το κέντρο του Ηράκλειου στην περιοχή Νέα Αλικαρνασσός, και ονομάζεται επίσημα Διεθνές Αεροδρόμιο Ηρακλείου "Νίκος Καζαντζάκης", προς τιμή του διάσημου Κρητικού συγγραφέα. Το Διεθνές Αεροδρόμιο Ηρακλείου είναι το δεύτερο μεγαλύτερο σε κίνηση αεροδρόμιο στην Ελλάδα. Τους καλοκαιρινούς μήνες δέχεται εκατοντάδες πτήσεις εσωτερικού καθώς επίσης και πτήσεις τσάρτερ από το εξωτερικό.

Στο χώρο του αεροδρομίου υπάρχει ειδικός χώρος στάθμευσης ο οποίος προσφέρεται δωρεάν στους επισκέπτες τις ώρες που είναι σε λειτουργία το αεροδρόμιο. Απέναντι από το αεροδρόμιο και σε πολύ κοντινή απόσταση υπάρχουν και ιδιωτικοί χώροι στάθμευσης οι οποίοι μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε περίπτωση που κάποιος θελήσει να αφήσει εκεί το αμάξι του με ασφάλεια για περισσότερες μέρες.

Από το αεροδρόμιο Ηρακλείου μπορεί εύκολα ο επισκέπτης να οδηγηθεί σε οποιοδήποτε μέρος της Κρήτης καθώς σε μικρή απόσταση υπάρχει είσοδος για την εθνική οδό και προς τις δύο κατευθύνσεις. Η μικρή απόσταση από το κέντρο του Ηρακλείου αποτελεί επιπλέον θετικό στοιχείο καθώς εύκολα κανείς μπορεί να φτάσει στο χώρο διαμονής του στη πόλη του Ηρακλείου. Εξίσου εύκολη, όπως γίνετε αντιληπτό, είναι και η πρόσβαση στο αεροδρόμιου Ηρακλείου για όσους επιθυμούν να χρησιμοποιήσουν το αεροδρόμια για την αποχώρηση τους από την πόλη του Ηρακλείου.

Αεροπορικές εταιρίες που εκτελούν πτήσεις εσωτερικού από και προς το αεροδρόμιο Ηρακλείου είναι η Olympic Airways, η Aegean Airways και η Sky Express. Πτήσεις εσωτερικού γίνονται από και προς τα νησιά Μύκονο, Σαντορίνη, Πάρο και Ρόδο, και φυσικά προς τα αεροδρόμια των μεγάλων πόλεων Αθήνα και Θεσσαλονίκη. Το αεροδρόμιο Ηρακλείου φιλοξενεί και πτήσεις charter από πολλές ευρωπαϊκές χώρες κυρίως από το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γερμανία, την Ιταλία, τη Ρωσία και τη Ρουμανία. (www.explorecrete.com), (www.heraklion-airport-carhire.com)

3.7.3.3. Αεροδρόμιο Σητείας

Ο Δημοτικός Αερολιμένας Σητείας, βρίσκεται στην περιοχή Μπόντα του Δήμου Σητείας, σε απόσταση 1 χλμ. από το κέντρο της πόλης. Στις 7 Ιουνίου του 1984 προσγειώνεται στον αερολιμένα της Σητείας, το πρώτο αεροσκάφος. Στις 9/6/84 γίνονται τα εγκαίνια του Δημοτικού Αερολιμένα Σητείας. Στις 6/9/86 πραγματοποιούνται οι εργασίες για την Στις 20/5/93 γίνεται η μεταστέγαση των Υπηρεσιών ΔΑΣΤ, από το παλαιό κτίριο στο νέο με ΠΕΑ. Οι νέες κτιριακές εγκαταστάσεις είναι εμβαδού 550 τμ. Από τη 1/5/2003 λειτουργεί ο νέος διάδρομος προσγείωσης/απογείωσης αεροσκαφών, με μήκος 2100 m και πλάτος 60 και 2 νέοι χώροι στάθμευσης αεροσκαφών για μεγάλα και μικρά αεροσκάφη. Στη 1/5/2003 γίνεται η μεταστέγαση των Υπηρεσιών ΔΑΣΤ, από τα παλαιά κτίρια που κατεδαφίστηκαν σε νέα προσωρινά κτήρια. Οι νέες κτιριακές εγκαταστάσεις είναι εμβαδού 1000 τμ. Το αεροδρόμιο της Σητείας είναι το σημαντικότερο έργο του Νομού Λασιθίου, είναι έργο στρατηγικής σημασίας για την ανάπτυξη ολόκληρης της Ανατολικής Κρήτης. (www.hcaa-eleng.gr)

3.8. ΑΝΩΔΟΜΕΣ

Παρακάτω παρατίθενται στοιχεία σχετικά με το ξενοδοχειακό δυναμικό της Κρήτης ανά κατηγορία για το έτος 2010.

Πίνακας 30.: **Ξενοδοχειακό δυναμικό της Κρήτης**

ΠΕΡΙΟΧΗ	5*****		
	Ξενοδοχ.	Δωμάτια	Κλίνες
ΚΡΗΤΗ	76	15.626	31.265
ΗΡΑΚΛΕΙΟ	26	7.150	14.374
ΛΑΣΗΘΙ	24	4.383	8.730
ΡΕΘΥΜΝΟ	10	2.157	4.286
ΧΑΝΙΑ	16	1.936	3.875

ΠΕΡΙΟΧΗ	4****		
	Ξενοδοχ.	Δωμάτια	Κλίνες
ΚΡΗΤΗ	232	24.209	46.766
ΗΡΑΚΛΕΙΟ	103	12.695	24.473
ΛΑΣΗΘΙ	34	3.194	6.127
ΡΕΘΥΜΝΟ	47	4.584	8.844
ΧΑΝΙΑ	48	3.736	7.322

ΠΕΡΙΟΧΗ	3***		
	Ξενοδοχ.	Δωμάτια	Κλίνες
ΚΡΗΤΗ	335	15.540	29.278
ΗΡΑΚΛΕΙΟ	100	5.239	9.944
ΛΑΣΗΘΙ	33	1.586	3.024
ΡΕΘΥΜΝΟ	92	4.114	7.742
ΧΑΝΙΑ	110	4.601	8.568

ΠΕΡΙΟΧΗ	2**		
	Ξενοδοχ.	Δωμάτια	Κλίνες
ΚΡΗΤΗ	696	24.546	44.202
ΗΡΑΚΛΕΙΟ	176	6.355	11.830
ΛΑΣΗΘΙ	84	2.706	4.939
ΡΕΘΥΜΝΟ	139	4.824	8.811
ΧΑΝΙΑ	297	10.661	18.622

ΠΕΡΙΟΧΗ	1*		
	Ξενοδοχ.	Δωμάτια	Κλίνες
ΚΡΗΤΗ	210	5.486	10.067
ΗΡΑΚΛΕΙΟ	96	3.148	5.732
ΛΑΣΗΘΙ	33	484	907
ΡΕΘΥΜΝΟ	26	545	1.020
ΧΑΝΙΑ	55	1.309	2.408

ΠΕΡΙΟΧΗ	ΣΥΝΟΛΟ		
	Ξενοδοχ.	Δωμάτια	Κλίνες
ΚΡΗΤΗ	1.549	85.407	161.578
ΗΡΑΚΛΕΙΟ	501	34.587	66.353
ΛΑΣΗΘΙ	208	12.353	23.727
ΡΕΘΥΜΝΟ	314	16.224	30.703
ΧΑΝΙΑ	526	22.243	40.795

(πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος)

Από τους παραπάνω πίνακες παρατηρούμε ότι ο νομός Ηρακλείου καταλαμβάνει το 32,24% των ξενοδοχειακών μονάδων του νησιού το 40,50% των δωματίων και το 41,07% των κλινών.

Ο νομός Χανίων καταλαμβάνει αντίστοιχα το 33,96% των ξενοδοχειακών μονάδων το 26,04% των δωματίων και το 25,25% των κλινών.

Ο νομός Ρεθύμνης καταλαμβάνει το 20,27% των ξενοδοχειακών μονάδων το 19,00% των δωματίων και το 19,00% των κλινών.

Τέλος ο νομός Λασηθίου καταλαμβάνει το 13,43% των ξενοδοχειακών μονάδων το 14,46% των δωματίων και το 14,68% των κλινών.

Πίνακας 31.: **Αριθμός Καταλυμάτων & Κλινών$**

Περιοχή	Αριθμός καταλυμάτων			Αριθμός κλινών		
	Ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα	Τουριστικά κάμπινγκ	Σύνολο	Ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα	Τουριστικά κάμπινγκ	Σύνολο
Κρήτη	1.549	17	1.566	161.578	2.779	164.357
Ηράκλειο	501	4	505	66.353	870	67.223
Λασίθι	208	3	211	23.727	483	24.210
Ρέθυμνο	314	4	318	30.703	570	31.273
Χανιά	526	6	532	40.795	856	41.651

(πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος)

Ο παραπάνω πίνακας περιλαμβάνει και την κατηγορία των κάμπινγκ στα ξενοδοχειακά καταλύματα.

4. ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

4.1. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

Η ανάπτυξη του τουρισμού της Κρήτης ακολουθεί σε γενικές γραμμές τις τάσεις ανάπτυξης του Ελληνικού Τουρισμού, ο οποίος ξεκινάει στη δεκαετία του '30, σαν οργανωμένος περιηγητικός τουρισμός, με αποκλειστικό σκοπό την επίσκεψη των σημαντικών αρχαιολογικών χώρων.

Από τον περιορισμένο και επιλεκτικό περιηγητικό ή μορφωτικό - εκπαιδευτικό τουρισμό, όπως αυτός ονομάζεται σήμερα, ο τουρισμός της Κρήτης μετεξελίχθηκε όπως γενικότερα ο Ελληνικός τουρισμός, αλλά και ο Μεσογειακός τουρισμός, σε μαζικό και προσανατολισμένο, κυρίως, προς τις θερινές διακοπές των Βορειοευρωπαίων.

Ο τουρισμός ειδικότερα αποτελεί για την Κρήτη ένα δυναμικό παράγοντα που εδώ και μερικές δεκαετίες στηρίζει και προωθεί την τοπική ανάπτυξη. Τη δυναμική αυτή παρουσία του τουρισμού στην τοπική οικονομία επιβεβαιώνει η ευρεία συμμετοχή του στην διαμόρφωση του Ακαθάριστου Περιφερειακού Προϊόντος και η μαζική προσφορά του στην εξασφάλιση ευκαιριών απασχόλησης, όχι μόνο για τον ντόπιο πληθυσμό, αλλά και σε εργατικό δυναμικό άλλων περιοχών της χώρας.

Τα τελευταία χρόνια το νησί το επισκέπτονται περίπου δυόμισι εκατομμύρια τουρίστες. Το μεγαλύτερο ποσοστό των επισκεπτών συγκεντρώνεται κυρίως στα βόρεια παράλια του νησιού γεγονός που έχει προκαλέσει σημαντικά προβλήματα στις περιοχές αυτές. Το περιβάλλον αντιμετωπίζει όντως προβλήματα λόγω της τουριστικής ανάπτυξης, ωστόσο αυτό δεν οφείλεται στην τουριστική δραστηριότητα, αλλά στον άναρχο και απρογραμμάτιστο τρόπο ανάπτυξής της(Σωτηριάδης , 1995).

Η νέα εποχή έχει πολύ περισσότερες απαιτήσεις και πολύ περισσότερες προκλήσεις. Οι ποιοτικές απαιτήσεις τόσο του μαζικού τουρισμού όσο και των μεμονωμένων, ειδικών ενδιαφερόντων επισκεπτών έχουν αυξηθεί, ενώ ταυτόχρονα έχει αυξηθεί πολύ ο ανταγωνισμός ακόμα και από τουριστικούς προορισμούς που βρίσκονται σε πολύ μακρινές τοποθεσίες, ακόμη και σε άλλες ηπείρους.

Το Κρητικό τουριστικό προϊόν στρέφεται με αργά αλλά σταθερά βήματα προς την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού με απώτερο σκοπό την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος αλλά και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού (αγροτουρισμός, οικοτουρισμός, αθλητικός τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός κ.λ.π.) βοηθούν στην ανάπτυξη της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης του νησιού καθώς είναι περιβαλλοντικά φιλικές και δεν λαμβάνουν εντατική μορφή (Κοκκώσης Χ. και Τσάρτας Π.: 2001).

4.2. ΜΕΓΕΘΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΡΗΤΗΣ

Η Κρήτη αποτελεί σήμερα εάν όχι τον σημαντικότερο, έναν από τους σημαντικότερους και κυριότερους τουριστικούς προορισμούς της Ελλάδας. Την ίδια όμως στιγμή ο τουρισμός της , αποτελεί και τον σημαντικότερο κλάδο της, αφού η οικονομία του νησιού στηρίζεται στο μεγαλύτερο μέρος της, στην τουριστική βιομηχανία. Το πόσο σημαντικό ρόλο για τον τουρισμό της χώρας παίζει το νησί είναι εύκολο να το αντιληφθεί κανείς κοιτώντας μερικά στατιστικά στοιχεία.

4.2.1 ΑΦΙΞΕΙΣ CHARTERS ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

Με κύριες πύλες εισερχομένου Τουρισμού τα αεροδρόμια του Ηρακλείου (Ν. Καζαντζάκης) και Χανίων (Ι.Δασκαλογιαννης) η Κρήτη αποτελεί την 2η μεγαλύτερη πύλη εισερχομένου Τουρισμού της χώρας όσον αφορά αφίξεις charters πίσω από το αεροδρόμιο Αθηνών. Ενδεικτικό είναι ότι για το 2010 το αεροδρόμιο Αθηνών είχε συνολικά 2.996.573 αφίξεις ενώ την ίδια χρονιά τα αεροδρόμια Ηρακλείου και Χανίων δεχτήκαν συνολικές αφίξεις 2.527.897.

Ας δούμε τις αφίξεις στα αεροδρόμια της Κρήτης την 4 ετία 2007-2010.

Πίνακας 31.: **Αφίξεις 2007**

ΜΗΝΑΣ	ΑΦΙΞΕΙΣ
1.Ιανουάριος	1683
2.Φεβρουάριος	1137
3.Μάρτιος	9457
4.Απρίλιος	128158
5.Μάιος	358989
6.Ιούνιος	478545
7.Ιούλιος	592582
8.Αύγουστος	584544
9.Σεπτέμβριος	477220
10.Οκτώβριος	210912
11.Νοέμβριος	4258
12.Δεκέμβριος	1772
Grand Total	**2849257**

ΜΗΝΑΣ	%
1.Ιανουάριος	0,06%
2.Φεβρουάριος	0,04%
3.Μάρτιος	0,33%
4.Απρίλιος	4,50%
5.Μάιος	12,60%
6.Ιούνιος	16,80%
7.Ιούλιος	20,80%
8.Αύγουστος	20,52%
9.Σεπτέμβριος	16,75%
10.Οκτώβριος	7,40%
11.Νοέμβριος	0,15%
12.Δεκέμβριος	0,06%
Grand Total	**100,00%**

(Σ.Ε.Τ.Ε)

Παραπάνω βλέπουμε πίνακες μεικτών αφίξεων των 2 αεροδρομίων της Κρήτης για το 2007. Παρατηρούμε ότι το δίμηνο Ιούλιος-Αύγουστος το νησί δέχεται τον κύριο όγκο (41,32%) των αφίξεων των charters. Επίσης γίνεται αντιληπτό ότι το χειμερινό 3μηνο Δεκέμβρης-Ιανουάριος-Φεβρουάριος οι αφίξεις τουριστών είναι σχεδόν μηδαμινές. Το ποσοστό αφίξεων του εν λόγω 3μηνου το 2007 μόλις που άγγιξε το 0,16% των συνολικών αφίξεων

Πίνακας 32.: **Αφίξεις 2007 ανά αεροδρόμιο**

ΜΗΝΑΣ	ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ	Total	%
1.Ιανουάριος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	1683	100%
	ΧΑΝΙΑ	0	0%
Total			1683
2.Φεβρουάριος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	1137	100%
	ΧΑΝΙΑ	0	0%
Total			1137
3.Μάρτιος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	8057	85%
	ΧΑΝΙΑ	1400	15%
Total			9457
4.Απρίλιος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	100332	78%
	ΧΑΝΙΑ	27826	22%
Total			128158
5.Μάιος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	262713	73%
	ΧΑΝΙΑ	96276	27%
Total			358989
6.Ιούνιος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	352166	74%
	ΧΑΝΙΑ	126379	26%
Total			478545
7.Ιούλιος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	452650	76%
	ΧΑΝΙΑ	139932	24%
Total			592582
8.Αύγουστος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	455522	78%
	ΧΑΝΙΑ	129022	22%
Total			584544
9.Σεπτέμβριος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	357914	75%
	ΧΑΝΙΑ	119306	25%
Total			477220
10.Οκτώβριος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	165923	79%
	ΧΑΝΙΑ	44989	21%
Total			210912
11.Νοέμβριος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	3899	92%
	ΧΑΝΙΑ	359	8%
Total			4258
12.Δεκέμβριος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	1563	88%
	ΧΑΝΙΑ	209	12%
Total			1772
Grand Total			2849257

ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ	Total	
ΗΡΑΚΛΕΙΟ	2163559	75,9%
ΧΑΝΙΑ	685698	24,1%
Grand Total	2849257	100,0%

(Σ.Ε.Τ.Ε)

Παραπάνω βλέπουμε πίνακες αναλογίας αφίξεων μεταξύ των 2 αεροδρομίων. Από το σύνολο των αφίξεων Παρατηρούμε ότι το αεροδρόμιο Ηρακλείου (Ν.Καζαντζάκης) συγκεντρώνει το 76% ενώ το αεροδρόμιο Χανίων (Ι.Δασκαλογιαννης) συγκεντρώνει το 24%

Πίνακας 33.: **Αφίξεις 2008**

ΜΗΝΑΣ	Total
1.Ιανουάριος	1617
2.Φεβρουάριος	1050
3.Μάρτιος	4950
4.Απρίλιος	110367
5.Μάιος	380750
6.Ιούνιος	485866
7.Ιούλιος	581166
8.Αύγουστος	585675
9.Σεπτέμβριος	464547
10.Οκτώβριος	202883
11.Νοέμβριος	5104
12.Δεκέμβριος	1960
Grand Total	2825935

ΜΗΝΑΣ	%
1.Ιανουάριος	0,06%
2.Φεβρουάριος	0,04%
3.Μάρτιος	0,18%
4.Απρίλιος	3,91%
5.Μάιος	13,47%
6.Ιούνιος	17,19%
7.Ιούλιος	20,57%
8.Αύγουστος	20,72%
9.Σεπτέμβριος	16,44%
10.Οκτώβριος	7,18%
11.Νοέμβριος	0,18%
12.Δεκέμβριος	0,07%
Grand Total	100,00%

(Σ.Ε.Τ.Ε)

Παραπάνω βλέπουμε πίνακες μεικτών αφίξεων των 2 αεροδρομίων της Κρήτης για το 2008. Παρατηρούμε ότι το δίμηνο Ιούλιος-Αύγουστος το νησί δέχεται τον κύριο όγκο (41,29%) των αφίξεων των charters. Επίσης γίνεται αντιληπτό ότι το χειμερινό 3μηνο Δεκέμβρης-Ιανουάριος-Φεβρουάριος οι αφίξεις τουριστών είναι σχεδόν μηδαμινές. Το ποσοστό αφίξεων του εν λόγω 3μηνου το 2008 μόλις που άγγιξε το 0,17% των συνολικών αφίξεων.

Πίνακας 34.: **Αφίξεις 2008 ανά αεροδρόμιο**

ΜΗΝΑΣ	ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ	Total	%
1.Ιανουάριος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	1617	100%
	ΧΑΝΙΑ	0	0%
Total			1617
2.Φεβρουάριος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	1050	100%
	ΧΑΝΙΑ	0	0%
Total			1050
3.Μάρτιος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	4740	96%
	ΧΑΝΙΑ	210	4%
Total			4950
4.Απρίλιος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	89018	81%
	ΧΑΝΙΑ	21349	19%
Total			110367
5.Μάιος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	279284	73%
	ΧΑΝΙΑ	101466	27%
Total			380750
6.Ιούνιος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	365536	75%
	ΧΑΝΙΑ	120330	25%
Total			485866
7.Ιούλιος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	439347	76%
	ΧΑΝΙΑ	141819	24%
Total			581166
8.Αύγουστος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	456163	78%
	ΧΑΝΙΑ	129512	22%
Total			585675
9.Σεπτέμβριος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	351846	76%
	ΧΑΝΙΑ	112701	24%
Total			464547
10.Οκτώβριος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	160202	79%
	ΧΑΝΙΑ	42681	21%
Total			202883
11.Νοέμβριος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	4985	98%
	ΧΑΝΙΑ	119	2%
Total			5104
12.Δεκέμβριος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	1594	81%
	ΧΑΝΙΑ	366	19%
Total			1960
Grand Total			2825935

ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ	Total	
ΗΡΑΚΛΕΙΟ	2155382	76,27%
ΧΑΝΙΑ	670553	23,73%
Grand Total	2825935	100,00%

(Σ.Ε.Τ.Ε)

Στον Παραπάνω πίνακα βλέπουμε το ποσοστό συμμετοχής των 2 αεροδρομίων της Κρήτης στις αφίξεις για το 2008. Όπως και για το 2007 η αναλογία παραμένει βασικά η ίδια δηλαδή με το Ηράκλειο να δέχεται το 76% των αφίξεων ενώ τα Χανιά το 24%

Πίνακας 35.: **Αφίξεις 2009**

ΜΗΝΑΣ	Total
1.Ιανουάριος	1773
2.Φεβρουάριος	924
3.Μάρτιος	3147
4.Απρίλιος	114104
5.Μάιος	336471
6.Ιούνιος	421885
7.Ιούλιος	534797
8.Αύγουστος	535653
9.Σεπτέμβριος	415039
10.Οκτώβριος	190682
11.Νοέμβριος	5145
12.Δεκέμβριος	1147
Grand Total	2560767

ΜΗΝΑΣ	%
1.Ιανουάριος	0,07%
2.Φεβρουάριος	0,04%
3.Μάρτιος	0,12%
4.Απρίλιος	4,46%
5.Μάιος	13,14%
6.Ιούνιος	16,47%
7.Ιούλιος	20,88%
8.Αύγουστος	20,92%
9.Σεπτέμβριος	16,21%
10.Οκτώβριος	7,45%
11.Νοέμβριος	0,20%
12.Δεκέμβριος	0,04%
Grand Total	100,00%

(Σ.Ε.Τ.Ε)

Στους Παραπάνω πίνακες βλέπουμε τις αφίξεις ανά μήνα για το 2009 καθώς και το ποσοστό που αντιστοιχεί σε κάθε μήνα. Το 2 μηνο Ιούλιος-Αύγουστος επαληθεύεται και αυτή τη χρονιά ότι αποτελεί την εποχή του κύριου όγκου των αφίξεων στο νησί. Αντίθετα το 3 μηνο Δεκέμβριος Ιανουάριος Φεβρουάριος συνεχίζει να δέχεται μόλις το 0,15% των συνολικών αφίξεων.

Πίνακας 36.: **Αφίξεις 2009 ανά αεροδρόμιο**

ΜΗΝΑΣ	ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ	Total	%
1.Ιανουάριος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	1760	99%
	ΧΑΝΙΑ	13	1%
Total			1773
2.Φεβρουάριος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	848	92%
	ΧΑΝΙΑ	76	8%
Total			924
3.Μάρτιος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	2731	87%
	ΧΑΝΙΑ	416	13%
Total			3147
4.Απρίλιος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	88100	77%
	ΧΑΝΙΑ	26004	23%
Total			114104
5.Μάιος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	249763	74%
	ΧΑΝΙΑ	86708	26%
Total			336471
6.Ιούνιος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	312811	74%
	ΧΑΝΙΑ	109074	26%
Total			421885
7.Ιούλιος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	404903	76%
	ΧΑΝΙΑ	129894	24%
Total			534797
8.Αύγουστος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	423124	79%
	ΧΑΝΙΑ	112529	21%
Total			535653
9.Σεπτέμβριος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	312292	75%
	ΧΑΝΙΑ	102747	25%
Total			415039
10.Οκτώβριος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	149739	79%
	ΧΑΝΙΑ	40943	21%
Total			190682
11.Νοέμβριος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	4856	94%
	ΧΑΝΙΑ	289	6%
Total			5145
12.Δεκέμβριος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	1147	100%
	ΧΑΝΙΑ	0	0%
Total			1147
Grand Total			2560767

ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ	Total	%
ΗΡΑΚΛΕΙΟ	1952074	76,23%
ΧΑΝΙΑ	608693	23,77%
Grand Total	2560767	100,00%

(Σ.Ε.Τ.Ε)

Στον πάνω πίνακα βλέπουμε το ποσοστό συμμετοχής των 2 αεροδρομίων στις αφίξεις του νησιού ανά μήνα αλλά και στο σύνολο.

Πίνακας 37.: **Αφίξεις 2010**

ΜΗΝΑΣ	Total
1.Ιανουάριος	1704
2.Φεβρουάριος	1161
3.Μάρτιος	9737
4.Απρίλιος	84575
5.Μάιος	327287
6.Ιούνιος	411150
7.Ιούλιος	550002
8.Αύγουστος	533077
9.Σεπτέμβριος	424583
10.Οκτώβριος	180845
11.Νοέμβριος	2133
12.Δεκέμβριος	1643
Grand Total	2527897

ΜΗΝΑΣ	%
1.Ιανουάριος	0,07%
2.Φεβρουάριος	0,05%
3.Μάρτιος	0,39%
4.Απρίλιος	3,35%
5.Μάιος	12,95%
6.Ιούνιος	16,26%
7.Ιούλιος	21,76%
8.Αύγουστος	21,09%
9.Σεπτέμβριος	16,80%
10.Οκτώβριος	7,15%
11.Νοέμβριος	0,08%
12.Δεκέμβριος	0,06%
Grand Total	100,00%

(Σ.Ε.Τ.Ε)

Στους πάνω πίνακες βλέπουμε τις αφίξεις στην Κρήτη ανά μήνα καθώς και το ποσοστό επί του συνόλου των αφίξεων που αντιστοιχεί σε κάθε μήνα. Ιούλιος-Αύγουστος και για το 2010 έχουν τον κύριο λόγο αφού στο διάστημα των 2 αυτών μηνών η Κρήτη δέχτηκε το 42,85% των συνολικών αφίξεων της χρονιάς. Το χειμερινό 3 μηνο Δεκέμβριος-Ιανουάριος-Φεβρουάριος συγκέντρωσε μόλις το 0,21% των συνολικών αφίξεων.

Πίνακας 38.: **Αφίξεις 2010 ανά αεροδρόμιο**

ΜΗΝΑΣ	ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ	Total	%
1.Ιανουάριος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	1704	100%
	ΧΑΝΙΑ	0	0%
Total			1704
2.Φεβρουάριος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	904	78%
	ΧΑΝΙΑ	257	22%
Total			1161
3.Μάρτιος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	8850	91%
	ΧΑΝΙΑ	887	9%
Total			9737
4.Απρίλιος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	63007	74%
	ΧΑΝΙΑ	21568	26%
Total			84575
5.Μάιος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	245987	75%
	ΧΑΝΙΑ	81300	25%
Total			327287
6.Ιούνιος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	305571	74%
	ΧΑΝΙΑ	105579	26%
Total			411150
7.Ιούλιος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	412517	75%
	ΧΑΝΙΑ	137485	25%
Total			550002
8.Αύγουστος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	425197	80%
	ΧΑΝΙΑ	107880	20%
Total			533077
9.Σεπτέμβριος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	324946	77%
	ΧΑΝΙΑ	99637	23%
Total			424583
10.Οκτώβριος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	142092	79%
	ΧΑΝΙΑ	38753	21%
Total			180845
11.Νοέμβριος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	2133	100%
	ΧΑΝΙΑ	0	0%
Total			2133
12.Δεκέμβριος	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	1643	100%
	ΧΑΝΙΑ	0	0%
Total			1643
Grand Total			2527897

ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ	Total	%
ΗΡΑΚΛΕΙΟ	1934551	77%
ΧΑΝΙΑ	593346	23%
Grand Total	2527897	100%

(Σ.Ε.Τ.Ε)

Στους πίνακες Παραπάνω βλέπουμε το ποσοστό των 2 αεροδρομίων στις αφίξεις του νησιού ανά μήνα καθώς και το ποσοστό επί των συνολικών αφίξεων μεταξύ των 2 αεροδρομίων. Το αεροδρόμιο Ηρακλείου δέχτηκε για το 2010 το 77% των συνολικών αφίξεων με το αεροδρόμιο των Χανίων να συμπληρώνει το υπόλοιπο 23%.

Πίνακας 39.: **Συνολικές Αφίξεις ανά έτος**

ΕΤΟΣ	ΑΦΙΞΕΙΣ	%
2007	2849257	-
2008	2825935	-0,82%
2009	2560767	-9,38%
2010	2527897	-1,28%

(Σ.Ε.Τ.Ε)

Στον πίνακα Παραπάνω έχουμε τις Συνολικές αφίξεις ανά έτος στο νησί καθώς και τις μεταβολές κάθε χρονιάς με την προηγούμενη της. Παρατηρούμε Επίσης ότι η μεταβολή μεταξύ 2007-2010 είναι της τάξης του – 11% περίπου. Άρα συμπεραίνουμε ότι η Τουριστική κίνηση στην Κρήτη την 4ετια 2007-2010 είναι σε συνεχή πτώση.

4.2.2. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ ΚΡΗΤΗ

Σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του Τουρισμού της Κρήτης παίζει και ο Τουρισμός Κρουαζιέρας. Σύμφωνα με άρθρο της www.anatolh.com περισσότερα από 24.000.000 € εισέρρευσαν το 2010 στην τοπική οικονομία του Ηρακλείου από τον εν λόγω τουρισμό. Επίσης 760.000 ήταν τα έσοδα για τον νομό Χανίων. Χαρακτηριστικό είναι ότι στο λιμάνι του Ηρακλείου έδεσαν 273 κρουαζιερόπλοια ενώ αντίστοιχα στο λιμάνι της Σούδας 18. Ο αριθμός των επισκεπτών που επισκέφτηκαν το Ηράκλειο ήταν 320.000 ενώ 10.138 ήταν οι επισκέπτες στο λιμάνι της Σούδας.

Χαρακτηριστική είναι και μια πρώτη σύγκριση στις αφίξεις κρουαζιερόπλοιων σε Χανιά και Ηράκλειο κατά το 2009 - 2010. Το 2009 το λιμάνι της Σούδας προσέγγισαν 11 κρουαζιερόπλοια και το λιμάνι του Ηρακλείου 287.

Όσον αφορά την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας από την άμεση κατανάλωση επιβατών και πληρώματος μέσω του τουρισμού κρουαζιέρας υπολογίζεται ότι στον Νομό Χανίων το 2009 εισέρρευσαν 440.500 ευρώ, ενώ στον Νομό Ηρακλείου 23.810.850 ευρώ. Το 2010 στον Νομό Χανίων 760.350 ευρώ και 24.000.000 στο Ηράκλειο.

4.2.3. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

Πίνακας 40.: **Χωροταξική κατανομή ξενοδοχειακού δυναμικού Κρήτης 2009**

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΚΡΗΤΗΣ 2009																		
	ΞΕΝ.	ΔΩΜ.	ΚΛΙΝΕΣ	ΞΕΝ.	ΔΩΜ.	ΚΛΙΝΕΣ	ΞΕΝ.	ΔΩΜ.	ΚΛΙΝΕΣ	ΞΕΝ.	ΔΩΜ.	ΚΛΙΝΕΣ	ΞΕΝ.	ΔΩΜ.	ΚΛΙΝΕΣ	ΞΕΝ.	ΔΩΜ.	ΚΛΙΝΕΣ
	5*			4*			3*			2*			1*			ΣΥΝΟΛΟ		
ΚΡΗΤΗ	67	14.230	28.204	232	23.705	45.593	330	15.124	28.320	696	23.907	43.203	212	5.459	10.002	1.537	82.425	155.322
ΗΡΑΚΛΕΙΟ	24	6.674	13.448	106	12.527	23.977	96	5.189	9.806	179	6.333	11.836	98	3.176	5.771	503	33.899	64.838
ΛΑΣΘΙ	21	3.753	7.285	34	3.193	6.197	31	1.594	3.038	87	2.806	5.125	36	518	974	209	11.864	22.619
ΡΕΘΥΜΝΟ	7	1.974	3.894	46	4.578	8.832	93	4.054	7.614	139	4.684	8.561	25	526	982	310	15.816	29.883
ΧΑΝΙΑ	15	1.829	3.577	46	3.407	6.587	110	4.287	7.862	291	10.084	17.681	53	1.239	2.275	515	20.846	37.982

(Σ.Ε.Τ.Ε)

Στον πίνακα Παραπάνω έχουμε το ξενοδοχειακό δυναμικό της Κρήτης για το2009, ανά νομό και ανά κατηγορία (ξενοδοχεία ,δωμάτια ,κλίνες). Παρατηρούμε ότι στο σύνολο των ξενοδοχείων ο νομός Χανίων διαθέτει το 33,51%. Ακολουθεί ο νομός Ηρακλείου με 32,73%. Ο νομός Ρεθύμνης έρχεται 3ος καλύπτοντας το 20,17% ενώ στην τελευταία θέση ο τέταρτος νομός Λασηθίου καλύπτοντας το υπόλοιπο 13,60%. Γενική παρατήρηση πάνω στο σύνολο των ξενοδοχειακών μονάδων είναι ότι το 65% του συνόλου συγκεντρώνεται στους 2 από τους 4 νομούς του νησιού.

Από άποψης ποιότητας ξενοδοχειακών μονάδων τώρα οι νομοί Λασηθίου και Ηρακλείου παρουσιάζονται ποιοτικότεροι από τους άλλους δυο. Το 26,32% των ξενοδοχείων του νομού Λασηθίου είναι κατηγορίας 5&4 *. Για τον νομό Ηρακλείου το 25,84% ανήκει στην ίδια κατηγορία ξενοδοχείων. Ακολουθεί ο νομός Ρεθύμνης με το 17,10% των ξενοδοχείων του να ανήκουν στην κατηγορία. Τελευταίος από άποψης ποιότητας ξενοδοχειακών μονάδων έρχεται ο νομός Χανίων στον οποίο μόλις το 11,84% ανήκει στην κατηγορία 5&4*.

Όσον αφορά την δυνατότητα φιλοξενίας τουριστών (ποσοτική διάκριση) ο νομός Ηρακλείου με τις 33.899 δωμάτια(41,13% του συνόλου του νησιού) και 64.838 κλίνες (41,74% του συνόλου του νησιού) καταλαμβάνει την 1η θέση. Ακολουθεί ο νομός Χανίων με 20.846 δωμάτια (25,29%)και 37.982 κλίνες (24,45%). Στην 3η θέση έρχεται ο νομός Ρεθύμνης με 15.816 δωμάτια (19,19%) και 29.883 κλίνες (19,24%). Στην τελευταία θέση μένει ο νομός Λασηθίου με 11.864 δωμάτια και 22.619 κλίνες (14,39%,14,36% αντίστοιχα).

Πίνακας 41.: **Χωροταξική κατανομή ξενοδοχειακού δυναμικού Κρήτης 2010**

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΚΡΗΤΗΣ 2010																		
	ΞΕΝ.	ΔΩΜ.	ΚΛΙΝΕΣ	ΞΕΝ.	ΔΩΜ.	ΚΛΙΝΕΣ	ΞΕΝ.	ΔΩΜ.	ΚΛΙΝΕΣ	ΞΕΝ.	ΔΩΜ.	ΚΛΙΝΕΣ	ΞΕΝ.	ΔΩΜ.	ΚΛΙΝΕΣ	ΞΕΝ.	ΔΩΜ.	ΚΛΙΝΕΣ
	5*			4*			3*			2*			1*			ΣΥΝΟΛΟ		
ΚΡΗΤΗ	76	15.626	31.265	232	24.209	46.766	335	15.540	29.278	696	24.546	44.202	210	5.486	10.067	1.549	85.407	161.578
ΗΡΑΚΛΕΙΟ	26	7.150	14.374	103	12.695	24.473	100	5.239	9.944	176	6.355	11.830	96	3.148	5.732	501	34.587	66.353
ΛΑΣΘΙ	24	4.383	8.730	34	3.194	6.127	33	1.586	3.024	84	2.706	4.939	33	484	907	208	12.353	23.727
ΡΕΘΥΜΝΟ	10	2.157	4.286	47	4.584	8.844	92	4.114	7.742	139	4.824	8.811	26	545	1020	314	16.224	30.703
ΧΑΝΙΑ	16	1.936	3.875	48	3.736	7.322	110	4.601	8.568	297	10.661	18.622	55	1.309	2.408	526	22.243	40.795

(Σ.Ε.Τ.Ε)

Στον Παραπάνω πίνακα έχουμε την εικόνα του ξενοδοχειακού δυναμικού της Κρήτης για το 2011,ανα νομό και κατηγορία (ξενοδοχεία ,δωμάτια ,κλίνες). Σε σύνολο ξενοδοχειακών μονάδων την 1η θέση κατέχει ο νομός Χανίων με 526 μονάδες και ποσοστό επί του συνόλου 33,96%. Στην 2η θέση έρχεται ο νομός Ηρακλείου στον οποίο δραστηριοποιούνται 501 μονάδες κατέχοντας ποσοστό 32,34%. Εν συνεχεία ο νομός Ρεθύμνης καταλαμβάνει το 20,27% του συνόλου των μονάδων με 314 μονάδες και τέλος έχουμε τον νομό Λασηθίου να καταλαμβάνει το 13,43% με 208 μονάδες.

Στα ποιοτικά στατιστικά τώρα για το2010 το 19,88% των μονάδων συνολικά στο νησί είναι 5&4 αστέρων. Ανά νομό έχουμε στην πρώτη θέση τον νομό Λασηθίου με το 27,88% των μονάδων του να είναι 5&4* αστέρων. Στη 2η θέση ο νομός Ηρακλείου με το 25,75% των μονάδων του στη κατηγορία 5&4* αστέρια.
3η θέση για τον νομό Ρεθύμνης με ποσοστό 18,15% και στην 4η θέση ο νομός Χανίων με ποσοστό 12,17%.

Από άποψης δυνατότητας φιλοξενίας τουριστών η Κρήτη για το 2010 διαθέτει 85.407 δωμάτια και 161.578 κλίνες. Πως είναι μοιρασμένα τα δωμάτια αυτά και οι κλίνες στο νησί μας δείχνει ο πίνακας. Ο νομός Ηρακλείου παρόλο που υπολείπεται 25 ξενοδοχειακές μονάδες σε σχέση με τον νομό των Χανίων παρόλα αυτά βρίσκεται στην 1η θέση με σύνολο δωματίων 34.587 (το εντυπωσιακό 40,50%) και 66.353 κλίνες (το Επίσης εντυπωσιακό (41,07%). Ο νομός Χανίων έρχεται στη 2η θέση με 22.243 δωμάτια (26,04%)και 40.795 κλίνες (25,25%). Στην 3η θέση έχουμε τον νομό Ρεθύμνης με 16.224 δωμάτια και 30.703 κλίνες (19% και για τα 2). Στην 4η θέση μένει ο νομός Λασηθίου με 12.353 δωμάτια και 23.727 κλίνες (14,46% , 14,68% αντίστοιχα).

Πίνακας 42.: **Ξενοδοχειακό Δυναμικό Κρήτης**

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΚΡΗΤΗΣ 2010-2009						
	ΞΕΝ.	ΔΩΜ.	ΚΛΙΝΕΣ	ΞΕΝ.	ΔΩΜ.	ΚΛΙΝΕΣ
	2010			2009		
ΚΡΗΤΗ	**1.549**	**85.407**	**161.578**	**1.537**	**82.425**	**155.322**
ΗΡΑΚΛΕΙΟ	501	34.587	66.353	503	33.899	64.838
ΛΑΣΙΘΙ	208	12.353	23.727	209	11.864	22.619
ΡΕΘΥΜΝΟ	314	16.224	30.703	310	15.816	29.883
ΧΑΝΙΑ	526	22.243	40.795	515	20.846	37.982

(Σ.Ε.Τ.Ε)

Στον πίνακα Παραπάνω μπορούμε να κάνουμε σύγκριση στο ξενοδοχειακό δυναμικό της Κρήτης μεταξύ 2010 & 2009. Παρατηρούμε ότι οι ξενοδοχειακές μονάδες στο σύνολο τους αυξήθηκαν οριακά κατά 0,78%. Αριθμητικά στον νομό Ηρακλείου μειώθηκαν κατά 2 στο νομό Λασηθίου κατά 1. Αντίθετα στο νομό Ρεθύμνης αυξήθηκαν κατά 4 ενώ στον νομό Χανίων αυξήθηκαν κατά 11.

Όσον αφορά τα δωμάτια στο νομό Ηρακλείου παρά την μείωση των μονάδων παρατηρείται αύξηση στα δωμάτια και τις κλίνες κατά 2,03%. Στο νομό Λασηθίου είχαμε αύξηση στις κλίνες κατά 4,12%, στον νομό Ρεθύμνης 2,58% , ενώ τέλος η μεταβολή στα δωμάτια για τον νομό Χανίων άγγιξε το +6,70%.

Πίνακας 43.: **Θέση πληρότητας νομών Κρήτης**

ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΝΟΜΩΝ	2008		ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΝΟΜΩΝ	2009
ΝΟΜΟΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ	73,3%	1	ΝΟΜΟΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ	68,5%
ΝΟΜΟΣ ΡΕΘΥΜΝΗΣ	72,6%	2	ΝΟΜΟΣ ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ	65,2%
ΝΟΜΟΣ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	72,6%	3	ΝΟΜΟΣ ΚΕΡΚΥΡΑΣ	64,5%
ΝΟΜΟΣ ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ	71,9%	4	ΝΟΜΟΣ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	64,4%
ΝΟΜΟΣ ΚΕΡΚΥΡΑΣ	71,8%	5	ΝΟΜΟΣ ΡΕΘΥΜΝΗΣ	61,9%
ΝΟΜΟΣ ΧΑΝΙΩΝ	66,4%	6	ΝΟΜΟΣ ΧΑΝΙΩΝ	58,9%
ΝΟΜΟΣ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	64,4%	7	ΝΟΜΟΣ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	57,9%
ΝΟΜΟΣ ΛΑΣΙΘΙΟΥ	63,5%	8	ΝΟΜΟΣ ΛΑΣΙΘΙΟΥ	56,5%
ΝΟΜΟΣ ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ	60,8%	9	ΝΟΜΟΣ ΣΑΜΟΥ	51,0%
ΝΟΜΟΣ ΣΑΜΟΥ	57,0%	10	ΝΟΜΟΣ ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ	49,8%
ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ	**56,7%**		**ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ**	**51,1%**

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής

(Σ.Ε.Τ.Ε)

Παραπάνω βλέπουμε πίνακα με τις πληρότητες των νομών. Για τα έτη 2008-2009 Παρατηρούμε ότι οι νομοί της Κρήτης βρίσκονται στις πρώτες 8 θέσεις και μάλιστα με πληρότητες πολύ πιο πάνω από τον μέσο όρο της χώρας συνολικά. Ο πίνακας λοιπόν μας δείχνει ότι για το 2008 οι νομοί Ρεθύμνης και Ηρακλείου ήταν οι νομοί με την μεγαλύτερη Πληρότητα στην Κρητη,72,6% και μάλιστα μοιράστηκαν την 2η

θέση για την Ελλάδα. Όσον αφορά την Κρήτη ο 3ος σε Πληρότητα νομός ήταν ο νομός Χανίων με ποσοστό 66,4% (καταλαμβάνοντας την 6η θέση πανελλαδικά). Ο νομός Λασηθίου ήταν για το 2008 ο τελευταίος νομός σε Πληρότητα για την Κρήτη , καταλαμβάνοντας την 8η θέση πανελλαδικά με ποσοστό πληρότητας 63,5%.

Αξιοσημείωτο είναι η μείωση στα ποσοστά πληρότητας και για τους 4 νομούς της Κρήτης το 2009 σε σχέση με το 2008. Ο νομός Ρεθύμνης σημείωσε μείωση της τάξης του 14,7% αφού η Πληρότητα του έπεσε από το 72,6% το 2008 στο 61,9% το 2009. Ο νομός Ηρακλείου παρουσίασε μείωση της πληρότητας 11,3% , αφού από 72,6% το 2008 έπεσε στο 64,4 το 2009. Το Ηράκλειο για το 2009 ήταν ο νομός με το μεγαλύτερο ποσοστό πληρότητας. Ο νομός Χανίων το 2009 είχε μειωμένη Πληρότητα κατά 11,3% , σε σχέση με το 2008. Τέλος ο νομός Λασηθίου παρουσίασε μειωμένη Πληρότητα το 2009 (56,5%) κατά 11% σε σχέση με το 2008 (63,5%).

Πίνακας 44.: **Διανυκτερεύσεις ανά περιφέρεια 3ετία 2007-2009**

Διανυκτερευσεις ανα περιφερεια	2007		2008		2009	
	Σύνολο	%	Σύνολο	%	Σύνολο	%
Γενικό Σύνολο	65.420.236	100,0%	65.624.563	100,0%	66.022.270	100,0%
Αν. Μακεδονία και Θράκη	1.654.973	2,5%	1.759.226	2,7%	1.754.483	2,7%
Κεντρική Μακεδονία	7.153.293	10,9%	7.891.536	12,0%	7.891.793	12,0%
Δυτική Μακεδονία	389.331	0,6%	392.241	0,6%	383.269	0,6%
Θεσσαλία	1.957.952	3,0%	1.983.379	3,0%	2.111.634	3,2%
Ήπειρος	936.866	1,4%	900.065	1,4%	1.015.199	1,5%
Ιόνια νησιά	7.522.757	11,5%	7.381.425	11,2%	7.457.180	11,3%
Δυτική Ελλάδα	1.957.596	3,0%	1.860.051	2,8%	1.861.313	2,8%
Στερεά Ελλάδα	1.762.551	2,7%	1.643.172	2,5%	1.767.856	2,7%
Πελοπόννησος	2.704.207	4,1%	2.569.268	3,9%	2.830.581	4,3%
Αττική	7.706.563	11,8%	7.315.351	11,1%	7.055.609	10,7%
Βόρειο Αιγαίο	1.659.124	2,5%	1.653.390	2,5%	1.635.463	2,5%
Νότιο Αιγαίο	14.690.087	22,5%	14.546.143	22,2%	14.636.435	22,2%
Κρήτη	*15.324.936*	*23,4%*	*15.729.316*	*24,0%*	*15.621.455*	*23,7%*

(Σ.Ε.Τ.Ε)

Ο Παραπάνω πίνακας μας δείχνει τις διανυκτερεύσεις ανά περιφέρεια. Παρατηρούμε ότι η Κρήτη είναι στην πρώτη θέση των διανυκτερεύσεων την 3 ετια 2007-2008-2009 με μέσο όρο 23,7% επί του συνόλου της χώρας.

5.0. ΕΡΕΥΝΑ – ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

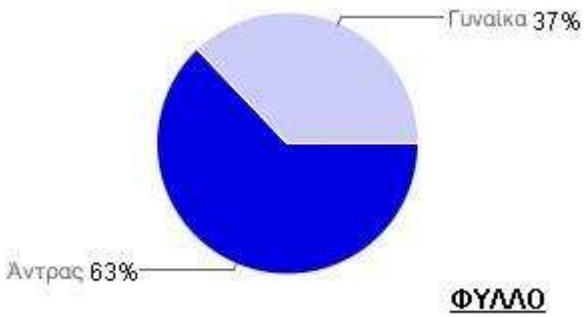
Παράθεση Αποτελεσμάτων Έρευνας Σχετικά με τον Τουρισμό τις Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού της Κρήτης.

5.1. ΠΑΡΑΘΕΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΈΡΕΥΝΑΣ

Σε συνεχεία της δευτερογενούς έρευνας που προηγήθηκε για την ολοκλήρωση της παρούσας πτυχιακής εργασίας, έγινε συλλογή στοιχείων και μέσω πρωτογενούς έρευνας με τη χρήση ερωτηματολογίου σχετικά με το τουριστικό προϊόν και τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Η έρευνα έγινε με ηλεκτρονική αποστολή του ερωτηματολογίου σε στελέχη και υπάλληλους τουριστικών επιχειρήσεων προς συμπλήρωση.

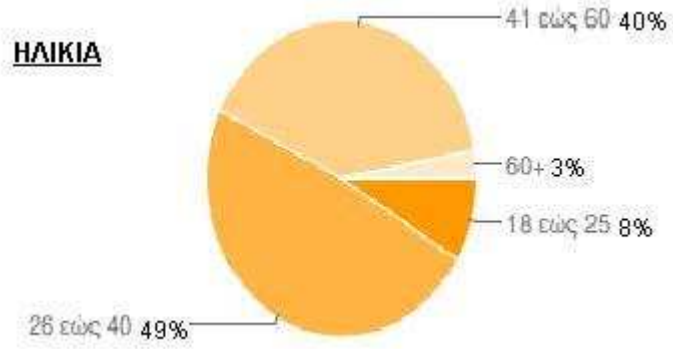
Οι ερωτήσεις 1 έως 5 αφορούν τα δημογραφικά στοιχεία του δείγματος του πληθυσμού. Ο πληθυσμός στόχος του ερωτηματολογίου ήταν το διοικητικό προσωπικό στον τουριστικό κλάδο όπως διευθυντές ,υποδιευθυντές , contract-sales managers, marketing managers και λοιπά στελέχη. Παρόλα αυτά μπορούσε να συμπληρωθεί από κάθε απασχολούμενο που εργάζεται στον τουριστικό κλάδο (απλοί υπάλληλοι).

Ερώτηση 1. ΦΥΛΟ



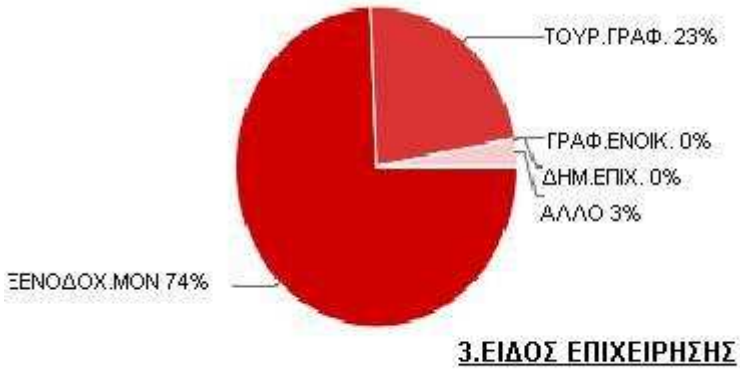
Το 37% των ερωτηθέντων ήταν Γυναίκες ενώ το 63% ήταν Αντρες.

Ερώτηση 2. ΗΛΙΚΙΑ



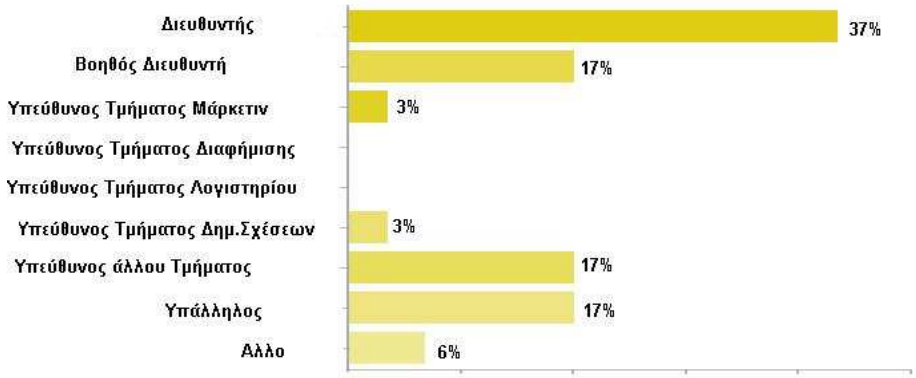
Όπως βλέπουμε από το διάγραμμα επάνω το 89% των ερωτηθέντων είναι από 26 εως 60 ετών.Το 3% είναι ηλικας 60 και ανω χρονων ,ενώ το 8% είναι μεταξυ 18 και 25 ετών.

Ερώτηση 3. ΕΙΔΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ



Το 74% των ερωτηθέντων απασχολούνται σε Ξενοδοχειακές μονάδες και το 23% σε τουριστικά γραφεία. Το 3% απασχολείται σε λοιπές επιχειρήσεις

Ερώτηση 4. ΘΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ



Το 37% των ερωτηθέντων είναι Διευθυντές τουριστικών επιχειρήσεων (κυρίως ξενοδοχειακών μονάδων). Υπεύθυνος Άλλου τμήματος , Υπάλληλος και Βοηθός Διευθυντή καταλαμβάνουν από 17% , 3% είναι Υπεύθυνοι Τμήματος Μάρκετιν και Δημοσίων Σχέσεων ενώ ένα 6% δηλώνει Άλλο.

Ερώτηση 5. ΠΡΟΫΠΗΡΕΣΙΑ



Το 40% των ερωτηθέντων έχει προυπηρεσία πανω από 21 χρόνια. Από 20% καταλαμβάνουν εργαζόμενοι με προυπηρεσία 9 εώς 15 και 15 εώς 20 χρόνια.Το 17% έχει προυπηρεσία 4 εώς 8 χρόνια ενώ μόλις ένα 3% έχει προυπηρεσία 1 εώς 3 χρόνια.

Ερώτηση 6. ΠΟΙΑ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΡΗΤΗ.

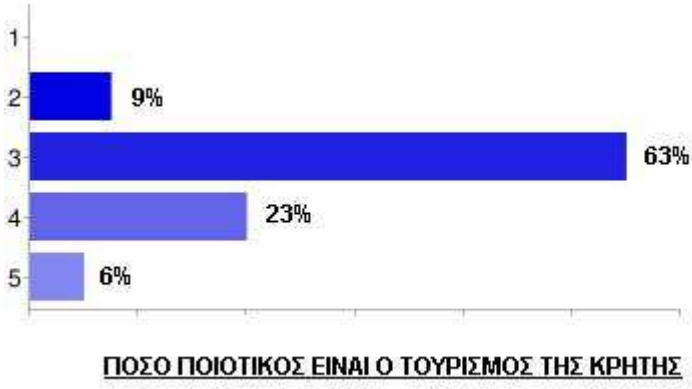
Επιλέξτε πόσο σημαντικό θεωρείτε τον τουρισμό για την οικονομία του νησιού (1 καθόλου σημαντικός-5 απόλυτα σημαντικός)



Παρατηρούμε ότι το 86% των ερωτηθέντων θεωρεί τον Τουρισμό απόλυτα σημαντικό για την Κρήτη. Το υπόλοιπο 14% απαντάει ότι ο Τουρισμός είναι πολύ σημαντικός.

Ερώτηση 7. ΠΟΣΟ ΠΟΙΟΤΙΚΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

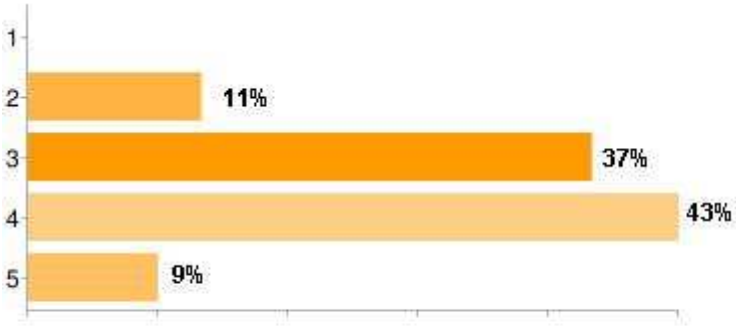
Επιλέξτε πόσο ποιοτικό είναι το Τουριστικό Προϊόν του νησιού (1 καθόλου ποιοτικό-5 απόλυτα ποιοτικό)



Στην ερώτηση για την ποιότητα του Τουρισμού της Κρήτης το 63% θεωρεί ότι το τουριστικό προϊόν του νησιού είναι μέτριο από ποιοτικής άποψης. Το 9% απαντάει ότι είναι ελάχιστα ποιοτικό , το 23% ότι είναι αρκετά ποιοτικό και ένα 6% θεωρεί ότι είναι απόλυτα ποιοτικό.

Ερώτηση 8. ΠΟΣΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

Επιλέξτε πόσο ανταγωνιστικό είναι το Τουριστικό Προϊόν του νησιού (1 καθόλου ανταγωνιστικό-5 απόλυτα ανταγωνιστικό)

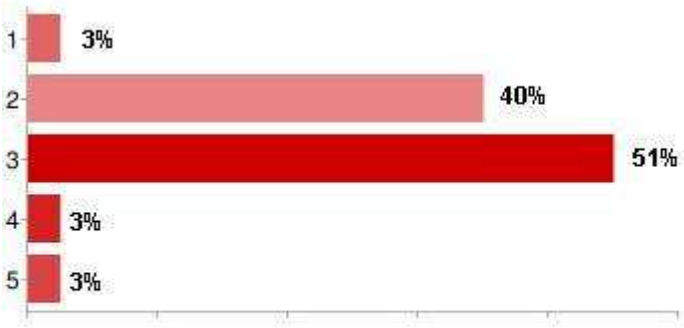


ΠΟΣΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

Από άποψης ανταγωνιστικότητας, το 80% απαντάει ότι το Τουριστικό Προϊόν του νησιού είναι από μέτρια ως αρκετά ανταγωνιστικό. Το 9% θεωρεί ότι είναι απόλυτα ανταγωνιστικό και το 11% δηλώνει ότι είναι ελάχιστα ανταγωνιστικό.

Ερώτηση 9. ΠΟΣΟ ΣΩΣΤΑ ΠΡΟΩΘΕΙΤΑΙ ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Επιλέξτε πόσο σωστά προβάλλεται-διαφημίζεται το Τουριστικό Προϊόν του νησιού (1 καθόλου σωστά -5 απόλυτα σωστά)



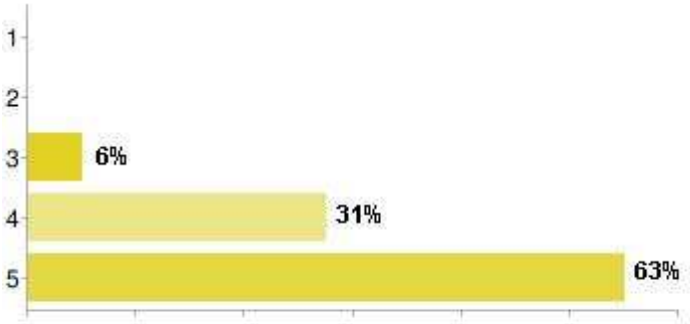
ΠΟΣΟ ΣΩΣΤΑ ΠΡΟΩΘΕΙΤΑΙ ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Στην ερώτηση για το πόσο σωστά προωθείται το τουριστικό προϊόν το 91%(συνδιασμένο) των ερωτηθέντων απαντάει ότι προωθείτε από λίγο ως μέτρια. Άρα δηλώνουν ότι απαιτείται βελτίωση της διαφημιστικής καμπάνιας για το

τουριστικό προϊόν της Κρήτης. Μόλις το 6% (συνδιασμένο και αυτό) δηλώνει ότι ο Τουρισμός του νησιού προωθείται από πολύ ως απόλυτα σωστά.

Ερώτηση 10. ΠΕΡΙΘΩΡΙΑ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΤΟΥ ΝΗΣΙΟΥ

Επιλέξτε αν υπάρχουν ουσιαστικά-πραγματικά περιθώρια βελτίωσης του Τουριστικού Προϊόντος του νησιού (1 μηδενικά -5 πολλά)

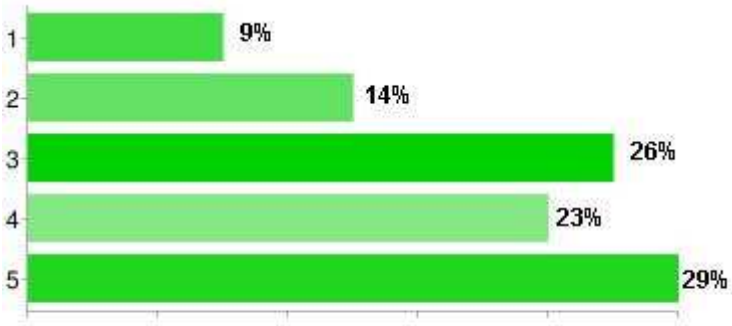


ΠΕΡΙΘΩΡΙΑ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ ΤΟΥ ΝΗΣΙΟΥ

Η μεγάλη πλειοψηφία , το 94% πιστεύει ότι τα περιθώρια βελτίωσης του τουριστικού προϊόντος του νησιού είναι από αρκετά ως πολλά. Το 6% δηλώνει ότι τα περιθώρια δεν είναι και τόσα πολλά.

Ερώτηση 11. ΠΟΣΟ ΠΑΛΑΙΩΜΕΝΟ ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΟΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΤΩΝ 4S (SUN,SAND,SEA,SEX)

Επιλέξτε πόσο παλαιωμένο θεωρείται ότι είναι πλέον το μοντέλο των 4S(SUN,SAND,SEA,SEX) στο οποίο είναι βασισμένο το Τουριστικό Προϊόν του νησιού (1 καθόλου -5 πρέπει πλέον να εγκαταλειφθεί)

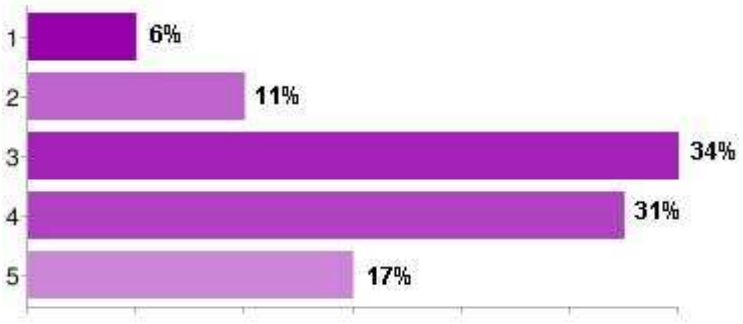


ΠΟΣΟ ΠΑΛΑΙΩΜΕΝΟ ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΟΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΤΩΝ 4S(SUN,SAND,SEA,SEX)

Στην ερώτηση για το πόσο απαρχαιωμένο είναι πλέον το μοντέλο των 4S το 26% νομίζει ότι είναι αρκετά, το 23% ότι είναι πολύ και το 29% ότι θα πρέπει πλέον να εγκαταλειφθεί. Το υπόλοιπο 23% συνδιασμένο δηλώνει ότι το μοντέλο δεν έχει φτάσει σε κορεσμό ακόμα.

Ερώτηση 12. Ο ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙ ΠΡΟΣ ΟΦΕΛΟΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΓΕΝΙΚΑ;

Επιλέξτε πόσο συμβάλλει ο Μαζικός Τουρισμός στην γενικότερη τουριστική ανάπτυξη του νησιού (1 καθόλου -5 σημαντικά)

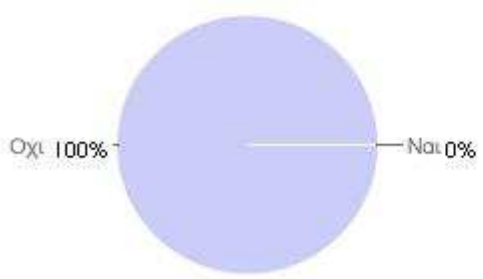


Ο ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙ ΠΡΟΣ ΟΦΕΛΟΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΓΕΝΙΚΑ;

Στην ερώτηση για το εάν ο Μαζικός τουρισμός λειτουργεί προς όφελος γενικότερα του Τουρισμού , 17% των ερωτηθέντων πιστεύει ότι όντως συμβάλλει σημαντικά όταν μιλάμε για την γενικότερη τουριστική ανάπτυξη. 34% πιστεύει ότι συμβάλλει λίγο και 31% πιστεύει πολύ. Το 6% μας δηλώνει καθόλου ενώ το 11% πιστεύει ότι οφελεί ελάχιστα.

Ερώτηση 13. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟ ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ;

Απαντήστε αν λέγοντας Τουριστικό Προϊόν εννοούμε μόνο τις προσφερόμενες υπηρεσίες (διανυκτέρευση-εστίαση) μίας ξενοδοχειακής μονάδας

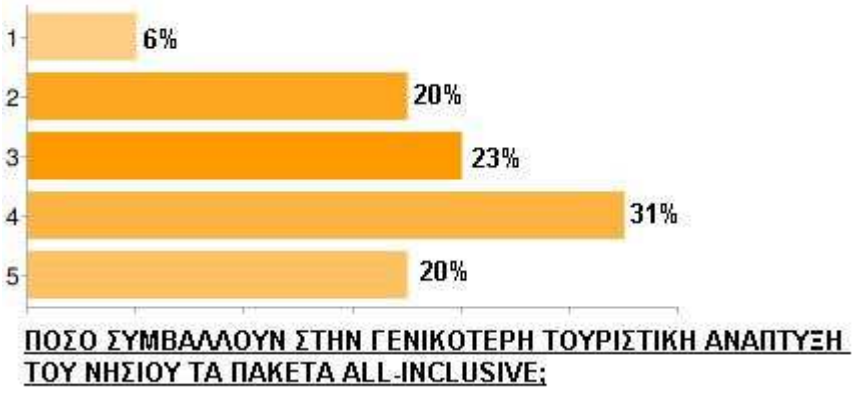


ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟ ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ;

100% των ερωτηθεντων επιβεβαιωνουν ότι λεγοντας Τουριστικο Προιον το μυαλο μας δεν θα πρεπει να σταματαει μόνο σε ότι αφορα Ξενοδοχειακες μοναδες.

Ερώτηση 14. ΠΟΣΟ ΣΥΜΒΑΛΛΟΥΝ ΣΤΗΝ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΝΗΣΙΟΥ ΤΑ ΠΑΚΕΤΑ ALL-INCLUSIVE;

Επιλέξτε πόσο συμβάλουν τα τουριστικά πακέτα all-inclusive στην γενικότερη τουριστική ανάπτυξη του νησιού (1πάρα πολύ -5 καθόλου)



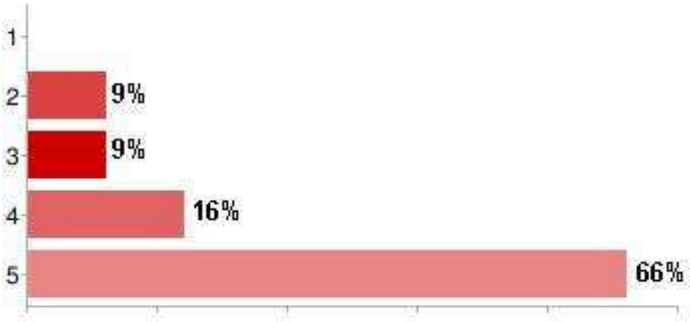
ΠΟΣΟ ΣΥΜΒΑΛΛΟΥΝ ΣΤΗΝ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΝΗΣΙΟΥ ΤΑ ΠΑΚΕΤΑ ALL-INCLUSIVE;

Στην ερωτηση για τη συμβολη των **all-inclusive** πακέτων στην γενικότερη ανάπτυξη του Τουρισμού και έχοντας στο μυαλό ότι π.χ τουριστικό προϊόν προσφέρει και ένα εστιατόριο ή ζαχαροπλαστείο εκτός κάποιας τουριστικής μονάδας, ένα 46% των ερωτηθέντων απαντάει ότι το **all-inclusive** πακέτο συμβάλλει αρκετά εώς πολύ στην ανάπτυξη του Τουριστικού Προϊόντος γενικότερα. Ότι συμβάλουν πάρα πολύ το

νομίζει μόλις το 6%. Το 31% μας δηλώνει ότι συμβάλλει λίγο ενώ 20% απαντάει ότι τα πακέτα **all-inclusive** δεν συμβάλλουν καθόλου στην γενικότερη τουριστική ανάπτυξη του νησιού.

Ερώτηση 15. ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η ΓΝΩΜΗ ΣΑΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Επιλέξτε πόσο θετική ή αρνητική είναι η γνώμη σας για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού (1 εντελώς αρνητική -5 απόλυτα θετική).

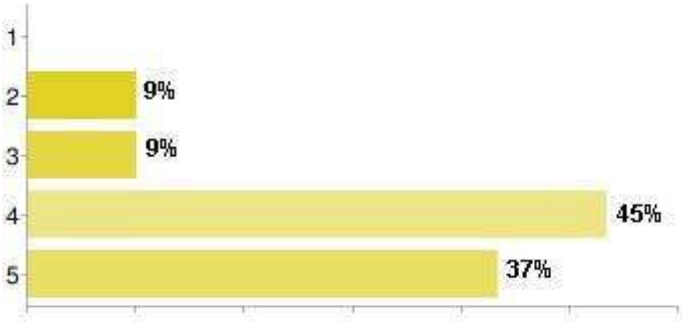


ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η ΓΝΩΜΗ ΣΑΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Στην ερώτηση για το τι πιστεύουν για τις Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού ένα μικρό κατά την προσωπική μου άποψη, ποσοστό 66% δηλώνει ότι έχει απόλυτα θετική γνώμη. Το 16% θεωρεί ότι έχει αρκετά καλή άποψη για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού ενώ δυσάρεστα υψηλό είναι το 18% που νομίζει ότι οι εναλλακτικές μορφές δεν είναι και κάτι άξιο αναφοράς.

Ερώτηση 16. ΠΟΣΟ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ ΕΙΝΑΙ ΜΙΑ ΣΤΡΟΦΗ ΣΤΙΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ;

Επιλέξτε πόσο απαραίτητη είναι μία στροφή προς τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού (1 καθόλου απαραίτητη -5 πολύ απαραίτητη)

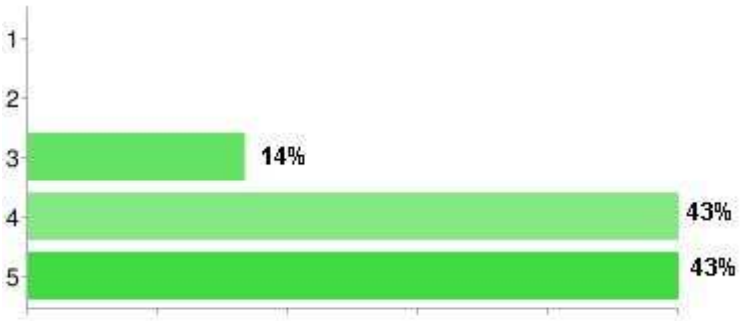


ΠΟΣΟ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ ΕΙΝΑΙ ΜΙΑ ΣΤΡΟΦΗ ΣΤΙΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ;

Ενθαρρυντικό είναι το ποσοστό 82% των ερωτηθέντων που δηλώνει ότι μια στροφή προς τις Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού είναι από αρκετά έως πολύ απαραίτητη για την ανανέωση ή και βελτίωση του τουριστικού προϊόντος του νησιού. Σε συνεχεία όπως φαίνεται από την προηγουμένη ερώτηση το 18% δεν θεωρεί ότι μια στροφή προς τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι κάτι που πρέπει να λάβει χώρα άμεσα.

Ερώτηση 17. ΜΠΟΡΕΙ Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΝΑ ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΕΙ ΠΕΛΑΤΕΙΑ ΥΨΗΛΟΤΕΡΩΝ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΩΝ;

Επιλέξτε πόσο η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού δύναται να προσελκύσει υψηλότερα εισοδήματα (1 καθόλου -5 είναι σίγουρο)



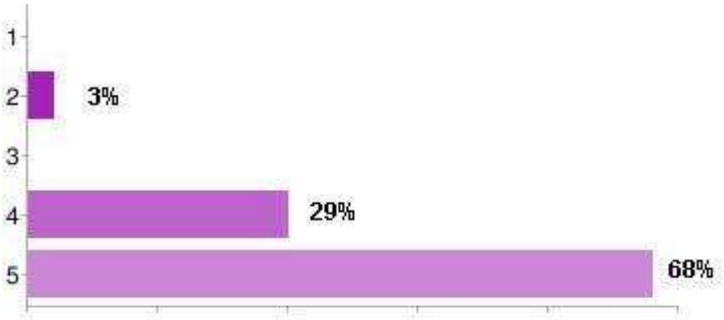
ΜΠΟΡΕΙ Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΝΑ ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΕΙ ΠΕΛΑΤΕΙΑ ΥΨΗΛΟΤΕΡΩΝ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΩΝ;

Ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό 86% είναι της άποψης ότι η ανάπτυξη Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού μπορεί και θα προσελκύσει τουρισμό υψηλού και υψηλοτέρου

εισοδήματος από του τρέχοντος. Το 14% παρουσιάζεται πιο συγκρατημένο όσον αφορά την ικανότητα αυτή των εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Ερώτηση 18. ΜΠΟΡΟΥΝ ΟΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΝΑ ΣΥΜΒΑΛΛΟΥΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΜΗΚΥΝΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΣΑΙΖΟΝ

Επιλέξτε πόσο πιστεύετε ότι μπορεί να συμβάλουν οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού στην αύξηση της εποχικότητας του τουρισμού του νησιού (1 καθόλου -5 πάρα πολύ)

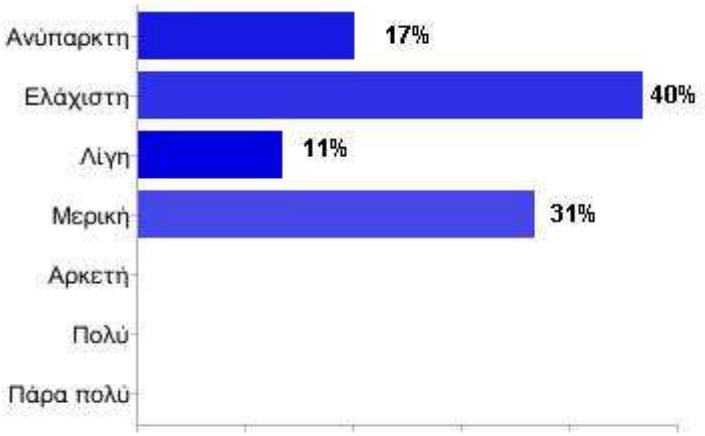


ΜΠΟΡΟΥΝ ΟΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΝΑ ΣΥΜΒΑΛΛΟΥΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΜΗΚΥΝΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΣΕΖΟΝ

Υψηλό είναι και το ποσοστό εκ των ερωτηθέντων , το οποίο θεωρεί ότι η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού μπορεί να συμβάλλει στην επιμήκυνση της τουριστικής σαιζόν για το νησί. Το υπόλοιπο 3% παρουσιάζεται απαισιόδοξο.

Ερώτηση 19. ΥΠΑΡΧΕΙ ΚΡΑΤΙΚΗ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ;

Επιλέξτε πόση κρατική ενίσχυση για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού στο νησί

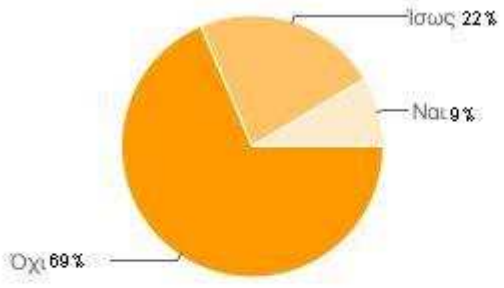


ΥΠΑΡΧΕΙ ΚΡΑΤΙΚΗ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ;

Λογικά ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα η θέση των ερωτηθέντων ότι η κρατική πρωτοβουλία όσο αφορά την ουσιαστική ανάπτυξη Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού. Το 17% απαντάει ότι η συμβολή του κράτους για την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού είναι ανύπαρκτη. Το 40% την θεωρεί ελάχιστη , το 11% λίγη ενώ το 31% την κατατάσσει κάπου στη μέση.

Ερώτηση 20. ΜΠΟΡΟΥΝ ΟΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΝΑ ΑΝΤΙΚΑΤΑΣΤΗΣΟΥΝ ΠΛΗΡΩΣ ΤΟΝ ΜΑΖΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ;

Επιλέξτε κατά πόσο νομίζετε ότι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού μπορούν να πάρουν τη θέση του μαζικού τουρισμού



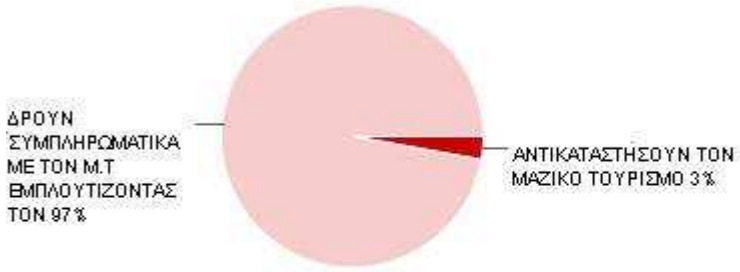
ΜΠΟΡΟΥΝ ΟΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΝΑ ΑΝΤΙΚΑΤΑΣΤΗΣΟΥΝ ΠΛΗΡΩΣ ΤΟΝ ΜΑΖΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ;

Αρκετά μεγάλο είναι το ποσοστό 69% των ερωτηθέντων που πιστεύει ότι οι Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού δεν θα μπορούσαν να αντικαταστήσουν πλήρως

τον Μαζικό Τουρισμό. Το 9% θεωρεί ότι μπορεί να γίνει η αντικατάσταση του μαζικού τουρισμού από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμου ενω το 22% εμφανίζεται να μην μπορεί να απαντήσει με σαφήνεια.

Ερώτηση 21. ΟΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ...

Συμπληρώστε την πρόταση με μια από τις δύο παρακάτω επιλογές με βάσει το καταλληλότερο για εσάς είδος συμβολής των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στο τουριστικό προϊόν.

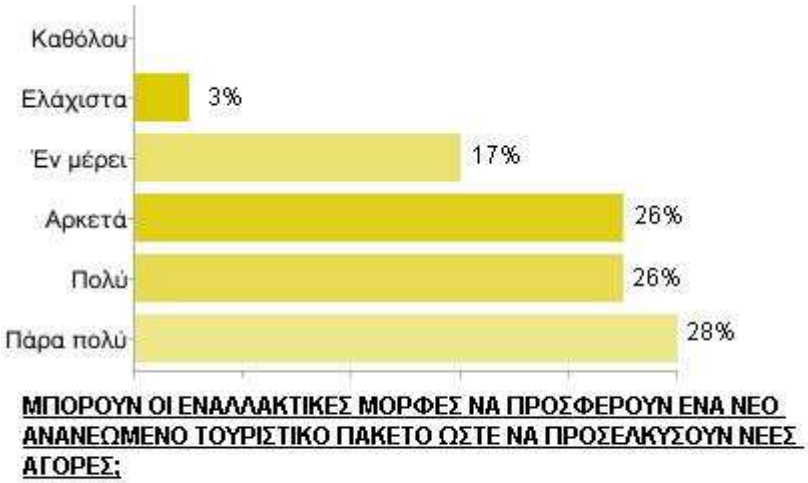


ΟΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ....

Το 97% των ερωτηθέντων, θεωρεί (έχοντας στο μυαλό την ερώτηση 20) ότι οι Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού θα πρέπει (εφόσον δεν γίνεται να αντικαταστήσουν τον Μαζικό) να δράσουν συμπληρωματικά ή και διορθωτικά με τον Μαζικό ώστε να επιτευχθεί ένα καλύτερο , ποιοτικότερο και πιο ελκυστικό τουριστικό προϊόν για το νησί. Πάντως το 3% μάλλον επιθυμεί και εύχεται κάποια στιγμή να πραγματοποιηθεί η αντικατάσταση του μαζικού τουρισμού από τις εναλλακτικές μορφές.

Ερώτηση 22. ΜΠΟΡΟΥΝ ΟΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΝΑ ΠΡΟΣΦΕΡΟΥΝ ΕΝΑ ΝΕΟ ΑΝΑΝΕΩΜΕΝΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΑΚΕΤΟ ΩΣΤΕ ΝΑ ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΟΥΝ ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ;

Επιλέξτε εάν οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού μπορούν να συμβάλλουν στην ανανέωση του τουριστικού προϊόντος του νησιού

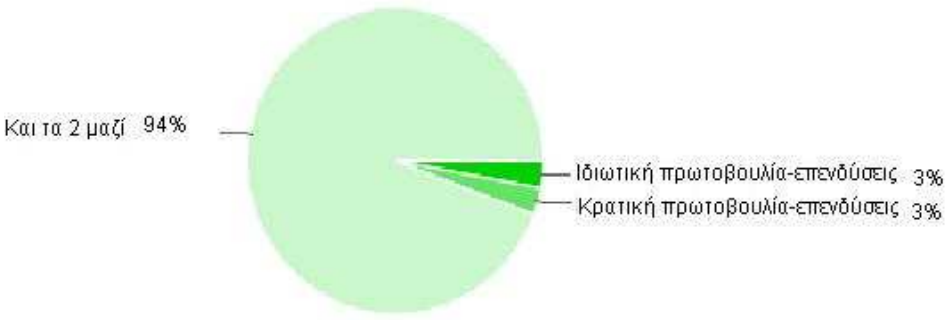


ΜΠΟΡΟΥΝ ΟΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΝΑ ΠΡΟΣΦΕΡΟΥΝ ΕΝΑ ΝΕΟ ΑΝΑΝΕΩΜΕΝΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΑΚΕΤΟ ΩΣΤΕ ΝΑ ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΟΥΝ ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ;

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων υπάρχει η δυνατότητα η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού να συνεπάγεται ανάπτυξη ενός ανανεωμένου τουριστικού πακέτου με τη δυνατότητα να προσελκύσει νέες αγορές. Το 28% φαίνεται πεπεισμένο ότι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού μπορούν να προσελκύσουν νέες αγορές. Το 26% δηλώνει και αυτό πολύ σίγουρο ενώ ακόμα ένα 26% φαίνεται αρκετά σίγουρο. Το 17% παρουσιάζεται συγκρατημένο ενώ ένα 3% δεν το θεωρεί και τόσο εφικτό.

Ερώτηση 23. ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΠΕΡΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ;

Επιλέξτε τι θεωρείται πως χρειάζεται για την σωστή ανάπτυξη του τουρισμού.

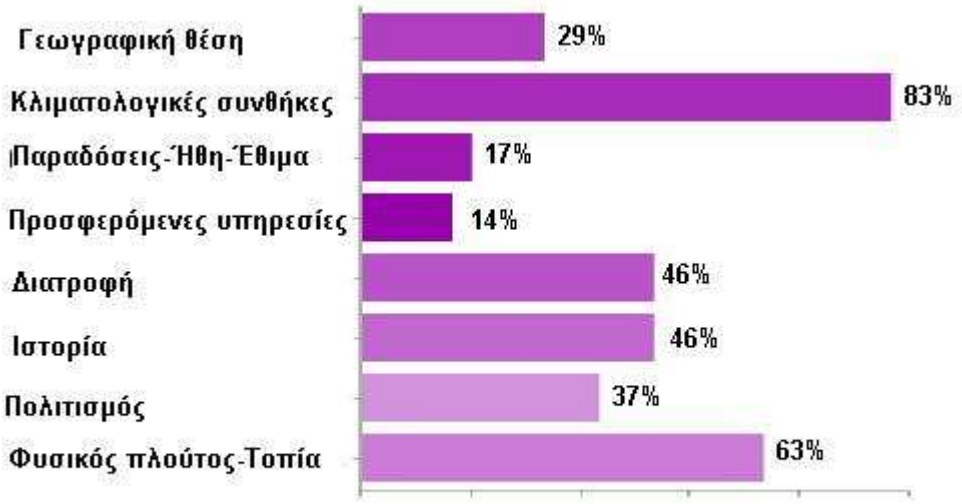


ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΠΕΡΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ;

Στην ερώτηση τι είναι αυτό που χρειάζεται για σωστή ανάπτυξη τουρισμού το 94% των ερωτηθέντων απαντάει ότι αυτό που χρειάζεται είναι ο συνδυασμός κρατικής και ιδιωτικής πρωτοβουλίας. Το υπόλοιπο 6% μοιράζεται ισόποσα στο ένα από τα 2.

Ερώτηση 24. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

Επιλέξτε 3 βασικά κατά την άποψη σας τουριστικά πλεονεκτήματα του νησιού

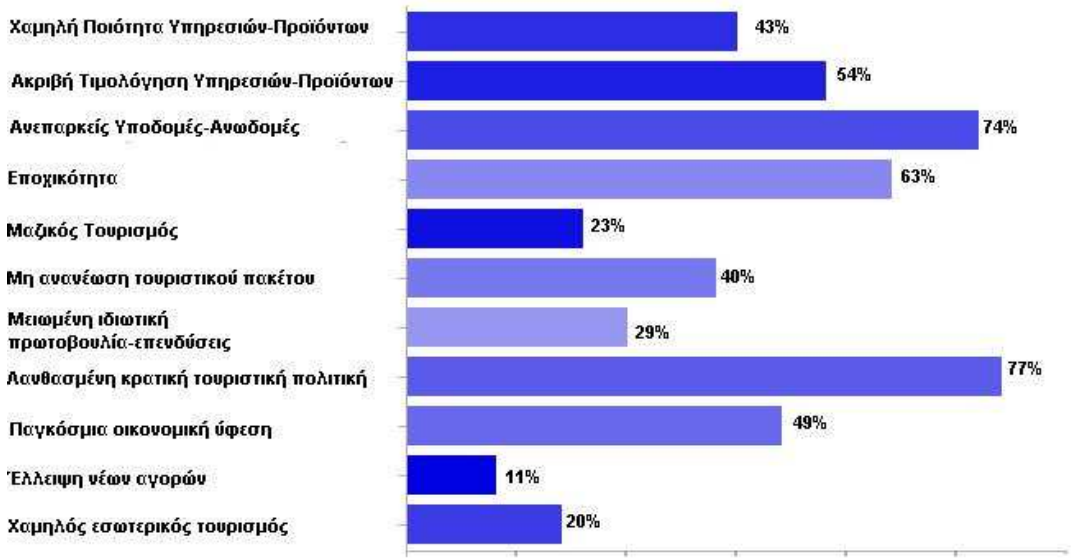


ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ Ι

Στην ερώτηση για την επιλογή βασικών τουριστικών πλεονεκτημάτων του νησιού, η απάντηση Κλιματολογικές Συνθήκες βρίσκεται στην επιλογή του 83% των ερωτηθέντων. Η απάντηση Φυσικός πλούτος-Τοπία περιλαμβάνεται στο 63% των απαντήσεων ενώ την τρίτη θέση με 46% μοιράζονται η Ιστορία του νησιού και η Διατροφή. Ο Πολιτισμός έρχεται τέταρτος στις επιλογές των ερωτηθέντων με 37% ενώ η Γεωγραφική Θέση ακολουθεί με 29%. Προτελευταία θέση στις προτιμήσεις κατέχουν οι Παραδόσεις-Ήθη Έθιμα και τελευταία θέση καταλαμβάνουν οι Προσφερόμενες Υπηρεσίες, φανερώνοντας έτσι την μη εμπιστοσύνη στο τρέχον επίπεδο του τουριστικού προϊόντος.

Ερώτηση 25. ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΡΗΤΗΣ

Επιλέξτε 5 βασικά κατά την άποψη σας τουριστικά μειονεκτήματα του νησιού.

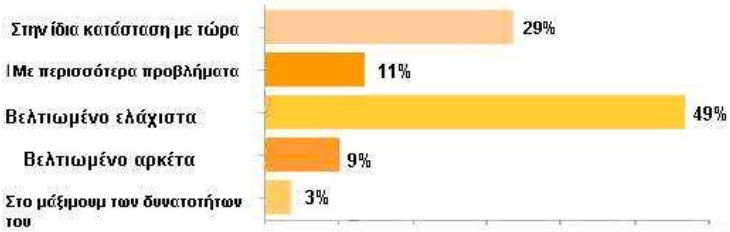


ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΡΗΤΗΣ Ι

Στην ερώτηση όσον αφορά τα βασικά μειονεκτήματα του νησιού τις περισσότερες εμφανίσεις (εμφανίζεται στις επιλογές του 77% των ερωτηθέντων) έχει η Λανθασμένη Κρατική Τουριστική Πολιτική. Στο 74% των απαντήσεων περιέχεται η επιλογή των Ανεπαρκών Υποδομών–Αναδομών. Στην τρίτη θέση βρίσκεται η Εποχικότητα του προϊόντος του νησιού με 63%. Ακολουθεί η ακριβή τιμολόγηση προϊόντων και υπηρεσιών με 54%. Εν συνεχεία έχουμε την Παγκόσμια Ύφεση με 49%,την χαμηλή ποιότητα Υπηρεσιών-Προϊόντων με 43%. Η Μη Ανανέωση του τουριστικού πακέτου βρίσκεται στην πεντάδα του 40% των ερωτηθέντων. Με 29% ακολουθεί η μειωμένη ιδιωτική πρωτοβουλία και οι λιγοστές επενδύσεις. Ο Μαζικός τουρισμός αναφέρεται ως μειονέκτημα στις επιλογές μόλις του 23%. Ο χαμηλός εσωτερικός τουρισμός εμφανίζεται στις επιλογές του 20% των ερωτηθέντων και τέλος η έλλειψη αγορών στις απαντήσεις του 11%.

Ερώτηση 26. ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

Σε τι κατάσταση φαντάζεστε τον τουρισμό της Κρήτης στο άμεσο μέλλον;



ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

Στην ερώτηση για πρόβλεψη της κατάστασης του Τουρισμού της Κρήτης σχεδόν το 50% θεωρεί ότι αυτό θα είναι απλά βελτιωμένο ελάχιστα. Το 3% δηλώνει ότι το τουριστικό προϊόν θα φτάσει τα όρια του από πλευράς δυνατοτήτων και το 9% λίγο πιο συγκρατημένο πιστεύει ότι θα βελτιωθεί αρκετά. Το 11% αντίθετα προβλέπει ότι θα παρουσιαστούν περισσότερα προβλήματα ενώ το 29% κάνει την πρόβλεψη ότι η κατάσταση θα παραμείνει ως έχει.

5.2. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η έρευνα που παρουσιάστηκε παραπάνω μας προσφέρει χρήσιμες πληροφορίες ώστε να καταλήξουμε σε διάφορα συμπεράσματα.

Επιβεβαιώνει ότι ο Τουρισμός είναι για την Κρήτη το Α και το Ω. Αύξηση του Τουρισμού σημαίνει άνοδο της οικονομίας του νησιού. Πραγματοποιείται αύξηση του εισερχόμενου χρήματος και κυκλοφορία αυτού μέσα στο οικονομικό σύστημα του νησιού.

Αναγνωρίζεται όμως ότι ποιοτικά το τουριστικό πακέτο του νησιού είναι ένα μέτριο πακέτο το οποίο χρειάζεται ανανέωση και αναβάθμιση ώστε να καταστεί ανταγωνιστικό.

Η ανταγωνιστικότητα είναι και αυτή σε μέτρια επίπεδα αφού συνδέεται άμεσα με την ποιότητα που αναφέραμε παραπάνω και με την τιμολόγηση. Ένα μέτριο και ταυτόχρονα λανθασμένα τιμολογημένο προϊόν δεν μπορεί να είναι ανταγωνιστικό.

Ένα άλλο θέμα που σχετίζεται με τα 2 προηγούμενα είναι η προώθηση και διαφήμιση του τουριστικού προϊόντος. Διότι ακόμα και αν υπάρχει ποιοτικό και ανταγωνιστικό προϊόν εάν αυτό δεν προβληθεί σωστά , τότε το καταναλωτικό κοινό ,στην προκειμένη περίπτωση ο υποψήφιος πελάτης-τουρίστας δεν θα μάθει ποτέ την ύπαρξη του. Στο ερώτημα μας αυτό βλέπουμε ότι η συντριπτική πλειοψηφία (91%) θεωρεί την προβολή του Τουρισμού του νησιού κακή ως μέτρια. Πρέπει λοιπόν οι αρμόδιοι φορείς να δραστηριοποιηθούν πιο σωστά στο εν λόγω κομμάτι. Να οργανωθούν καλύτερες καμπάνιες και να επιλεγούν τα σωστά μέσα στον σωστό χρόνο ώστε να αποκομίσει ο τουρισμός τα μεγαλύτερα δυνατά οφέλη.

Βέβαια επιστρέφουμε στο θέμα της ποιότητας και του ανταγωνισμού και πάλι. Εάν ένα προϊόν είναι μέτριο όσο καλή και εάν είναι η διαφημιστική του καμπάνια όταν έρθει η στιγμή τα μειονεκτήματα δεν γίνεται να κρυφτούν. Όταν λέμε καλύτερη και αποδοτικότερη καμπανιά μιλάμε πάντα σε συνάρτηση με την ανταγωνιστικότητα του προϊόντος. Ο τουρισμός δεν πρέπει να έχει τον χαρακτήρα της «αρπαχτείς» , δηλαδή καταφέραμε και ξεγελάσαμε τον τουρίστα και τον φέραμε για μια σαιζόν ,άρα να τον εκμεταλλευτούμε. Μπορούμε να τους γελάσουμε όλους μια φορά, όχι όμως συνέχεια και το ζητούμενο είναι η διάρκεια. Έχουμε ανάγκη από επαναλαμβανόμενο τουρισμό άρα δεν τίθεται θέμα απλά να τους εξαπατήσουμε για μια φορά.

Ένα άλλο στοιχείο που προκύπτει από την έρευνα είναι ότι υπάρχουν πολλά περιθώρια βελτίωσης του τουριστικού προϊόντος του νησιού. Η πεποίθηση λογικά πηγάζει φέρνοντας στο νου όλα τα πλεονεκτήματα από πλευράς φυσικού πλούτου αλλά και από το γεγονός ότι κάποιες υποδομές –ανωδομές μπορούν να βελτιωθούν και εκμεταλλευόμενοι τα φυσικά προσόντα του νησιού τα περιθώρια αναβάθμισης είναι ορατά.

Όσον αφορά τώρα το μοντέλο πάνω στο οποίο στηρίζεται ο σχεδιασμός και η φιλοσοφία του τουρισμού , το μοντέλο των 4S (SUN,SAND,SEA,SEX), είναι πλέον

καιρός να εγκαταλειφθεί. Οι νέες τάσεις και άρα οι νέες απαιτήσεις από πλευράς των τουριστών δεν καλύβονται απλά με βάση το εν λόγω μοντέλο. Ο τουρισμός σαν προϊόν πρέπει να στοχεύει σε συγκεκριμένα target group προσφέροντας τους ακριβώς αυτό που έχουν ανάγκη.

Θα πρέπει σταδιακά να κάνει την είσοδο του ένα νέο μοντέλο το οποίο θα αποτελέσει τον οδηγό πάνω στον οποίο θα χτιστεί ένα νέο τουριστικό προϊόν παράλληλα με το ήδη υπάρχων ώστε να μπορεί να γίνει αποδέσμευση από το τελευταίο.

Κυρίως θα πρέπει να γίνει προσπάθεια απεξάρτησης από τη μάστιγα της υπερμαζικότητας του Τουρισμού. Ναι μεν ο Μαζικός Τουρισμός εξασφαλίζει πληρότητες στις ξενοδοχειακές μονάδες αλλά είναι και εκεί που σταματάνε κυρίως τα θετικά του. Όταν μιλάμε για ανάπτυξη του Τουρισμού ασφαλώς και δεν εννοούμε απλά πλήρωση των κλινών στις ξενοδοχειακές μονάδες. Τουρισμός δεν σημαίνει απλά μεταφέρομαι σε μια ξενοδοχειακή μονάδα και κινούμαι σε μια ακτίνα 5 χιλιομέτρων γύρω της. Τουρισμός είναι να επισκεφτεί και να γνωρίσει ο τουρίστας και άλλες τοποθεσίες από αυτή στην οποία βρίσκεται ο τόπος διαμονής του. Τουρισμός δεν είναι ότι να μένει μόνο στο ξενοδοχείο του για τη σίτιση του. Θα πρέπει να βγει από τα σύνορα του ξενοδοχείου και να επισκεφτεί παραδοσιακές ταβέρνες και εστιατόρια.

Η υπερμαζικότητα συνήθως μετατρέπει τους ξενοδόχους σε πιόνια των μεγάλων Tour Operators. Αν δεν υπακούσουν στις προσταγές των τελευταίων μπορεί να βρεθούν προ δυσάρεστων εκπλήξεων. Επίσης υπάρχει και το κοινωνικό κομμάτι όπου οι πιθανοί εγχώριοι τουρίστες καλούνται να πληρώσουν για τις ίδιες υπηρεσίες πολλαπλάσια χρήματα.

Η έρευνα υπογραμμίζει ότι πλέον υπάρχει θετική γνώμη για τις ονομαζόμενες Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού και μάλιστα η στροφή προς αυτές θεωρείται απαραίτητη.

Παράλληλα υπάρχει η αίσθηση ότι οι Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού δύναται να προσελκύσουν τουρισμό υψηλοτέρων εισοδημάτων. Γενικά οι Εναλλακτικές Μορφές εμπεριέχουν μια έννοια εξειδίκευσης όσον αφορά το περιεχόμενο τους αφού

απευθύνονται σε πελάτες με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά. Αυτά τα χαρακτηριστικά είναι ακριβώς οι απαιτήσεις που έχουν οι πελάτες και κατά συνέπεια αυτό που περιέχεται στη σύσταση του τουριστικού προϊόντος που τους προσφέρεται.

Όταν κάποιος αναζητά και επιθυμεί συγκεκριμένα πράγματα από ένα τουριστικό προϊόν συνήθως συνεπάγεται ότι γνωρίζει και αναμένει ότι το κόστος θα είναι κάπως πιο υψηλό από τα πακέτα μαζικής παραγωγής, αλλά η εμπειρία που θα ζήσει και οι αναμνήσεις που θα κρατήσει αποζημιώνουν στο ακέραιο για το χρηματικό κόστος.

Επιπλέον γίνεται αντιληπτό ότι οι Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού συμβάλλουν στην επιμήκυνση της Τουριστικής Περιόδου για τον τόπο υποδοχής τουριστών. Ειδικά η Κρήτη με το κλίμα που διαθέτει θα έπρεπε να εκμεταλλεύεται το φυσικό αυτό πλεονέκτημα και να παράγει και κατά συνέπεια να προσφέρει πακέτα σχεδόν όλο το χρόνο. Εκεί που ο Μαζικός Τουρισμός σωπαίνει προς το τέλος του Οκτώβρη , θα έπρεπε να κάνουν την εμφάνιση τους Εναλλακτικές Μορφές τουρισμού.

Όταν όμως η πλειοψηφία των υπαρχόντων υποδομών δεν είναι σε θέση να προσφέρει βασικές υπηρεσίες κατά τη διάρκεια του χειμώνα φυσικό επόμενο είναι το διάστημα Νοέμβριος – Απρίλης να μένει ανεκμετάλλευτο.

Άρα είναι θέμα που χρειάζεται τόσο ιδιωτική όσο και κρατική πρωτοβουλία. Όσον αφορά το πρώτο είναι θέμα επιλογής για τον κάθε επιχειρηματία που δραστηριοποιείται ήδη στον τουρισμό για το εάν αποφασίσει να επενδύσει και σε Εναλλακτικές Μορφές τουρισμού. Όσον αφορά την κρατική πρωτοβουλία δεν μπορούμε να πούμε ότι δεν υπάρχει. Πρόσφατο παράδειγμα η προκήρυξη του προγράμματος «Εναλλακτικός Τουρισμός» που συγχρηματοδοτήθηκε από τους πόρους του ΕΣΠΑ 2007-2013, και φάνηκε στο επιχειρησιακό πρόγραμμα ΕΠ "Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα" με περιοχή εφαρμογής όλη την Ελλάδα και απευθυνόταν σε Φυσικά ή Νομικά Πρόσωπα (Ανώνυμη Εταιρεία, Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης, Ομόρρυθμη Εταιρεία, Ετερόρρυθμη Εταιρεία, Κοινωνία Αστικού Δικαίου) τα οποία:
Έχουν, τουλάχιστον έναν Κωδικό Αριθμό Δραστηριότητας (Κ.Α.Δ.), από αυτούς που περιλαμβάνονται στον Πίνακα 2 του παρόντος Οδηγού (Εφεξής επιλέξιμος Κ.Α.Δ.)
Λειτουργούν νόμιμα σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις

Έχουν έναρξη δραστηριότητας του επιλέξιμου Κ.Α.Δ. πριν από την 01/01/2010

Η χρηματοδότηση περιλάμβανε

Εξοπλισμός

Κτιριακά- Διαμόρφωση χώρων - Ειδικές και βοηθητικές εγκαταστάσεις

Προβολή - Προώθηση

Υπηρεσίες Συμβούλων

Άλλες δαπάνες

Και ο συνολικός προϋπολογισμός ήταν

€ 20.000.000

Αναλυτικά:

13.645.616 € από το ΠΕΠ «Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα»

1.618.456 € από το ΠΕΠ Αττικής

938.490 € από το ΠΕΠ Μακεδονίας-Θράκης (Κεντρική Μακεδονία)

930.498 € από το ΠΕΠ Μακεδονίας-Θράκης (Δυτική Μακεδονία)

1.789.031 € από το ΠΕΠ Θεσσαλίας-Στερεάς Ελλάδας-Ηπείρου (Στερεά Ελλάδα)

1.077.909 € από το ΠΕΠ Κρήτης και Νήσων Αιγαίου (Νότιο Αιγαίο)

Περίοδος υποβολής

από 15/9/2011 έως 30/12/2011.

Το παραπάνω παράδειγμα αποδεικνύει ότι υπάρχει κρατική πρωτοβουλία μεν αλλά πρέπει να συνεχιστεί και να βελτιωθεί μεσοπρόθεσμα.

Με συνδυασμό της κρατικής και ιδιωτικής πρωτοβουλίας όσον αφορά τις Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού είναι δυνατό να πετύχουμε αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος και παράλληλα να επιμηκύνουμε την τουριστική σαιζόν προς όφελος της οικονομίας του νησιού. Έτσι θα μπορούμε να προσελκύσουμε τουρίστες υψηλοτέρων εισοδημάτων τόσο από τις υπάρχουσες αγορές αλλά Κυρίως και από νέες. Είναι απαραίτητο να γίνει και άνοιγμα σε νέες χώρες αγορές

6. ΟΡΑΜΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΡΗΤΗΣ

6.1. ΓΕΝΙΚΕΣ ΣΚΕΨΕΙΣ -ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ

Παρατηρώντας τα στατιστικά αφίξεων της Κρήτης , είναι αντιληπτό ότι καθίσταται αναγκαία μια προσπάθεια τόνωσης της τουριστικής ζήτησης του νησιού όσον αφορά το 3μηνο Δεκέμβριος – Ιανουάριος – Φεβρουάριος. Το εν λόγω 3μηνο συγκεντρώνει το σχεδόν μηδενικό 0,18% , των συνολικών αφίξεων στο νησί. Περιθώρια σαφώς και υπάρχουν αφού η πληρότητα αγγίζει περίπου το 60%.

Είναι σαφές ότι η Κρήτη σαν προορισμός τουριστών πρέπει αν όχι να αποτινάξει τον χαρακτηρισμό που κυριαρχεί χρόνια τώρα ως καλοκαιρινός αποκλειστικά τουριστικός προορισμός και να προβάλλει και τα υπόλοιπα πλεονεκτήματα της. Πλέον το πακέτο Ήλιος-Άμμος-Θάλασσα προσφέρεται και από άλλες χώρες με πιο νέες τουριστικές υποδομές , με το ίδιο ποιοτικές ή ακόμα ποιοτικότερες υπηρεσίες και σε πολύ ανταγωνιστικές τιμές.

Επίσης ένα ακόμα στοιχείο είναι ότι χρόνια τώρα το τουριστικό προϊόν του νησιού δεν έχει διαφοροποιηθεί σημαντικά , δεν έχει αναβαθμιστεί και απευθύνεται κατά κανόνα στις ίδιες αγορές χωρών και στις ίδιες κατηγορίες τουριστών.

Συνεχίζεται ακόμα η τακτική του all-inclusive που σε συνδιασμό με τα γενικότερα χαρακτηριστικά του Μαζικού Τουρισμού, δεν υπόσχεται γενικότερη τουριστική ανάπτυξη των περιοχών στόχων . Οι ξενοδοχειακές μονάδες με τον καιρό κατέληξαν πιόνια των μεγάλων τουριστικών πρακτόρων-πελατών τους από το εξωτερικό (Tour Operators) με αποτέλεσμα να εμπλέκονται σε πόλεμο τιμών που δεν λειτουργεί υπέρ τους και κατά συνέπεια υπέρ της ανάπτυξης των υπολοίπων τουριστικών επιχειρήσεων. Οι ξενοδοχειακές μονάδες προσπαθούν να εκμεταλλευτούν όσον το δυνατό μεγαλύτερο ποσοστό των δαπανών των τουριστών ,προσφέροντας τους ολοένα και περισσότερες υπηρεσίες εντός των τειχών τους. Έτσι οι δευτερεύουσες τουριστικές επιχειρήσεις όπως για παράδειγμα αυτές της εστίασης αντιμετωπίζουν πρόβλημα επιβίωσης.

Οι πελάτες έχοντας προπληρώσει πακέτο διανυκτέρευσης και σίτισης στην ξενοδοχειακή μονάδα δεν κάνουν τόσο μεγάλες δαπάνες σίτισης σε ανεξάρτητες μονάδες. Άρα λοιπόν πρέπει να αρχίσουμε να κάνουμε προσπάθειες προσέλκυσης υψηλοτέρων εισοδημάτων , έτσι ώστε να τονωθεί η επιχειρηματική δραστηριότητα γύρω από τις ξενοδοχειακές μονάδες. Ο τουρίστας με πιο παχύ πορτοφόλι θα δείξει διάθεση να γνωρίσει και άλλους τόπους συνεπώς θα επισκεφτεί και άλλες περιοχές είτε ανεξάρτητα είτε σε γκρουπ εκδρομών , θα θελήσει να δοκιμάσει την τοπική κουζίνα ,θα γευματίσει σε τοπικά εστιατόρια και ταβέρνες και θα δει δείγματα τοπικής τέχνης ,ίσως να αγοράσει σουβενίρ, να ζήσει εμπειρίες τοπικής διασκέδασης και γενικότερα θα είναι ανοιχτός σε οποιαδήποτε εμπειρία που του προσφέρεται εκτός των συνόρων της ξενοδοχειακής μονάδας που τον φιλοξενεί.

Γενικότερα η Κρήτη πρέπει να προβληθεί έτσι ώστε να δείξει την δυνατότητα που έχει , στο να είναι σε θέση να ικανοποιήσει ευρύτερες ανάγκες τουριστών και να τραβήξει πελάτες διαφορετικών κινήτρων από αυτά που προβάλλονται τα τελευταία 30 σχεδόν χρόνια. Το νησί διαθέτει πολλά περισσότερα όπλα στην φαρέτρα του από αυτά τα οποία χρησιμοποιεί.

Το κλίμα , η γεωγραφική θέση, ο φυσικός πλούτος , η παράδοση ,τα ήθη και έθιμα, η ιστορία , η φιλοξενία, η χλωρίδα και η πανίδα, η κουζίνα , τα ντόπια προϊόντα , οι τέχνες , οι αρχαιολογικοί χώροι είναι μερικά από τα ατού του νησιού που μπορούν να τραβήξουν πελάτες διαφόρων και διαφορετικών κινήτρων από το είδος της πελατείας που προσελκύει κατά παράδοση και μάλιστα σε πολύ συγκεκριμένες χρονικές περιόδου.
Ο τουρισμός του νησιού αναγκαστικά ακολούθησε την πορεία του Τουρισμού της χώρας γενικότερα ,εφόσον η Κρήτη πάντα αποτελούσε τον μεγαλύτερο τουριστικό προορισμό της χώρας (2009 23,7% των διανυκτερεύσεων της χώρας-πρώτη θέση).

6.2 ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η πορεία δεν ήταν άλλη από την εξής:

10 ετια 60-70 άρχισε να γίνεται μόδα σαν τουριστικός προορισμός.
10 ετια 70-80 άρχισε να καθιερώνεται πλέον σαν δημοφιλής τουριστικός προορισμός φτάνοντας στο ζενίθ
10 ετια 80-90 άρχισε ο κορεσμός και το να θεωρείται απλά οικείος προορισμός ώστε
10 ετια 90-2000 να αρχίζει να κουράζει τον επισκέπτη.

Πλέον στην 10ετία 2000-2010 συνέχισε να κουράζει ενώ ταυτόχρονα έχει να αντιμετωπίσει οξύ ανταγωνισμό από γειτονικούς προορισμούς όσον αφορά τις βασικές αγορές του Γερμανία-Αγγλία-Ολλανδία.(Σ.Ε.Τ.Ε)

6.3. ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Κρίνεται επιτακτική ανάγκη την 10 ετια 2010-2020 ο τουρισμός της Κρήτης σε συνάρτηση με τον τουρισμό γενικότερα της χώρας να:

- Να συνδέσει τις αξίες και τα νοήματα του Κρητικού πολιτισμού με τις σύγχρονες ανάγκες, τις προσδοκίες και τις αντιλήψεις της παγκοσμιοποιημένης κοινωνίας, αναδεικνύοντας την Κρήτη στην πρωτοπορία της νέας εποχής.
- Να συμβάλλει στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων της Κρήτης μέσα από τη δημιουργία απασχόλησης και εισοδήματος.

- Να ενημερώνει και να προστατεύει τους τουρίστες-καταναλωτές εξασφαλίζοντας ταυτόχρονα το δικαίωμα σε ποιοτικές διακοπές για όλους.
- Να αναλάβει πρωτοβουλίες προστασίας και διαχείρισης του περιβάλλοντος μαζί με την προετοιμασία για την αντιμετώπιση των κλιματικών αλλαγών.
- Να δημιουργήσει υποδομές ποιότητας σε ολόκληρη την περιφέρεια της, ώστε να επιτευχθεί ισόρροπη τουριστική περιφερειακή ανάπτυξη
- Να αναβαθμίσει το κύρος της επιχειρηματικότητας στην κοινωνία εξασφαλίζοντας παράλληλα τη βιωσιμότητα και κερδοφορία των επιχειρήσεων.
- Να προσδώσει αίγλη στα τουριστικά επαγγέλματα και υπερηφάνεια στους εργαζόμενους.
- Να αναπτύξει συνέργειες με άλλους τομείς και κλάδους της οικονομίας, δημιουργώντας και διαχέοντας ακόμη περισσότερα οφέλη σε όλες τις περιοχές και σε μεγαλύτερα τμήματα του πληθυσμού.

Να αυξήσει την ανταγωνιστικότητα της μέσα από ένα ποιοτικό, value for money, παγκόσμιας
κλάσης “Crete Lifestyle Experiences”τουριστικό προϊόν(Σ.Ε.Τ.Ε)

6.4. ΟΡΑΜΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Το όραμα για την ανάπτυξη του Τουρισμού στην Κρήτη πρέπει να λάβει υπόψιν του ορισμένα βασικά σημεία:

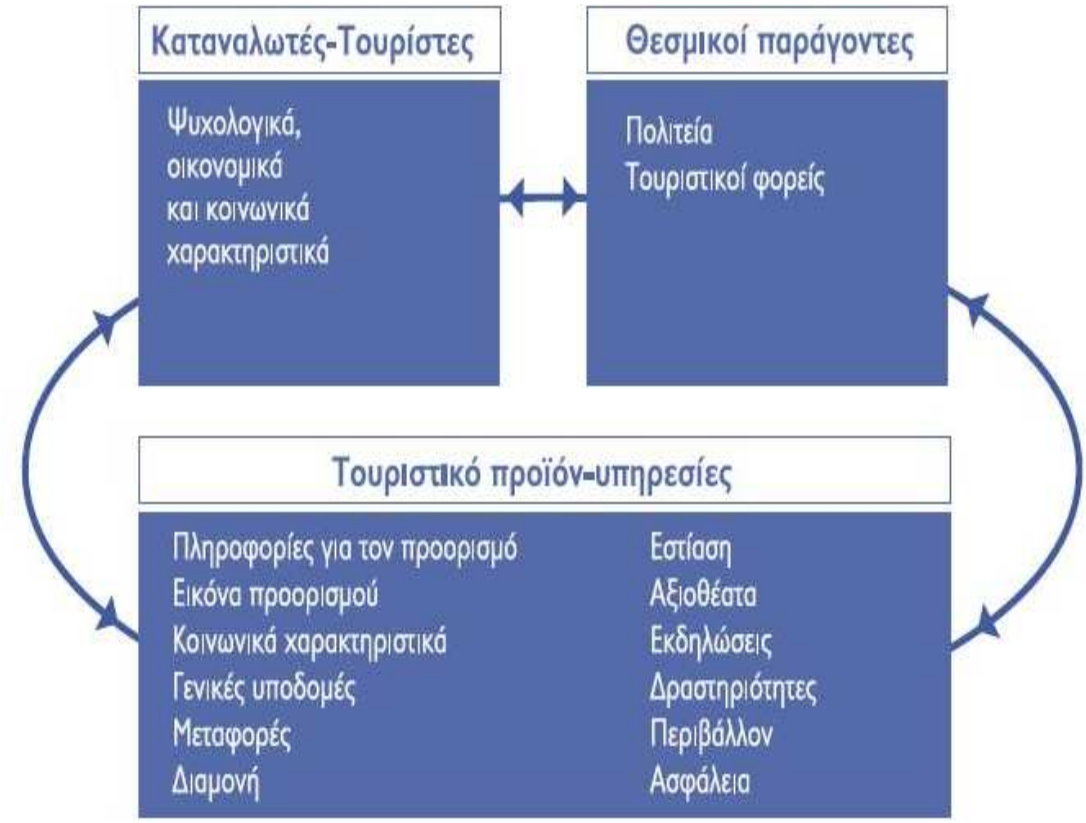
1. Αύξηση της ανταγωνιστικότητας
2. Απασχόληση για το ευρύτερο σύνολο
3. Εισόδημα για το ευρύτερο σύνολο
4. Σύνδεση αρχαίου και σύγχρονου κόσμου
5. Σεβασμός στο περιβάλλον
6. Ισόρροπη περιφερειακή ανάπτυξη
7. Κύρος επιχειρηματικότητας
8. Υπερηφάνεια εργαζόμενων
9. Διατομεακές συνέργιες
10. Υψηλό βιοτικό επίπεδο

(Σ.Ε.Τ.Ε)

Πρέπει να γίνει σαφές, κατά κύριο λόγο στην κυβέρνηση και τον ευρύτερο δημόσιο τομέα, ότι ο τουρισμός δεν περιορίζεται σ’ ένα μεμονωμένο τομέα της οικονομίας αλλά είναι μέρος ενός ευρύτερου συστήματος το οποίο, εκτός από το οικονομικό περιβάλλον, περιλαμβάνει το κοινωνικό και το φυσικό περιβάλλον, στοιχεία αναπόσπαστα για την ανάπτυξη της κοινωνίας συνολικά. Έτσι, το τουριστικό προϊόν δεν οριοθετείται μόνον από την προσφορά τουριστικών υπηρεσιών στο πλαίσιο ενός υποσυστήματος αξιοθέατων, καταλυμάτων και εστίασης, αλλά είναι διευρυμένο, καθώς συμπεριλαμβάνει κι άλλα αγαθά, καταναλωτικά και επενδυτικά. Ως εκ τούτου, το επίπεδο ανάπτυξης και η βιωσιμότητα του τουρισμού επηρεάζουν και επηρεάζονται από την ανάπτυξη και τη βιωσιμότητα του συστήματος, με τον τουρισμό όμως να αποτελεί τον προσδιοριστικό παράγοντα.

Με άλλα λόγια όταν αναφερόμαστε στον τουρισμό δεν πρέπει να περιοριζόμαστε στη συζήτηση για το πότε θα πάμε διακοπές , αλλά να έχουμε υπόψη μας ότι ο τουρισμός είναι πρωτίστως οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο , όπου οι επενδύσεις και η δημιουργία απασχόλησης πρέπει να θεωρούνται προτεραιότητες

Εικόνα 1: **Τουριστικό Προϊόν και Υπηρεσίες**



6.5. ΜΕΤΑΒΑΣΗ ΣΕ ΝΕΟ ΜΟΝΤΕΛΟ

Πρώτο επίπεδο στη διαδικασία μετάβασης σε ένα νέο μοντέλο είναι η σαφής αναφορά σε ένα πλαίσιο επιλογών-πρακτικών που πρέπει να δίνουν το στίγμα της νέας προσέγγισης. Καλούμαστε λοιπόν να εξετάσουμε και να απαντήσουμε, ουσιαστικά δηλαδή να επιλέξουμε με συνδυασμό τεχνικών και πολιτικών κριτηρίων, συγκεκριμένες αναπτυξιακές κατευθύνσεις και πρακτικές. Τα ερωτήματα - διλήμματα που κατ' ελάχιστον πρέπει να απαιτηθούν είναι τα ακόλουθα:

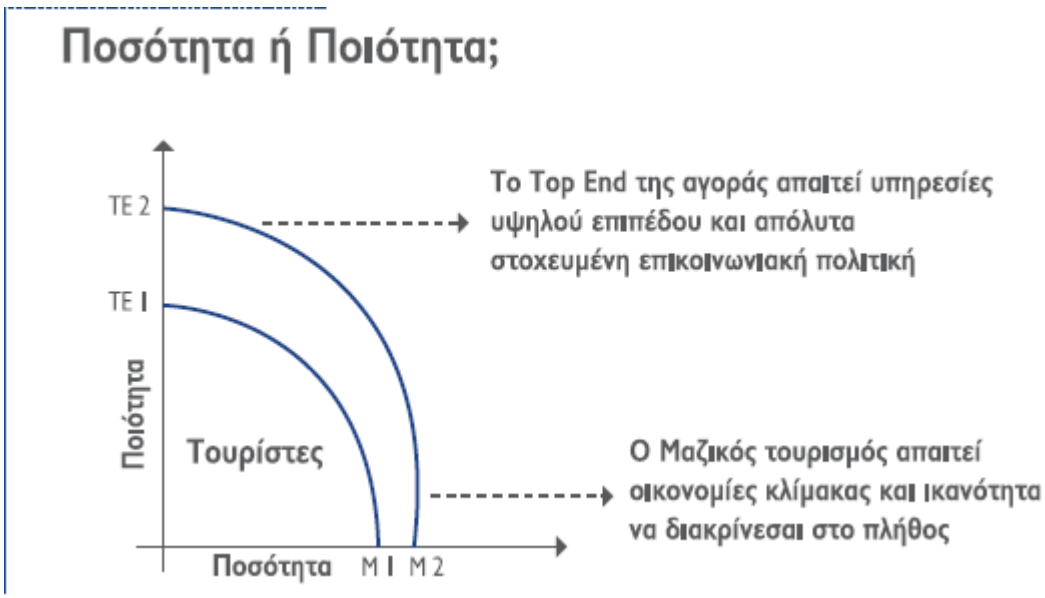
6.5.1. ΠΟΣΟΤΗΤΑ Ή ΠΟΙΟΤΗΤΑ

Η Ελλάδα είναι ένας ώριμος τουριστικός προορισμός. Ο αριθμός των τουριστών κατ' έτος ξεπερνά τον αντίστοιχο των κατοίκων και οι κατά τόπους υποδομές, έχοντας σε αρκετές περιπτώσεις ξεπεράσει τα όρια τους, δεν αντέχουν την εποχική πίεση. Συνηθίζουμε να λέμε ότι ο ελληνικός τουρισμός πρέπει να στοχεύει σε τουρίστες που προέρχονται από τα υψηλά οικονομικά και κοινωνικά στρώματα. Απαραίτητη

προϋπόθεση βέβαια είναι και να μπορεί. Όταν μόλις το 20% των μονάδων του νησιού είναι κατηγορίας 5&4 *, τότε οι φιλοδοξίες μας προφανώς περιορίζονται. Όσο βελτιώνουμε την ποιότητα της προσφοράς μας, συνολικά και όχι μόνο στα ξενοδοχεία, τόσο δικαιούμαστε - και έχει νόημα -να στοχεύουμε υψηλότερα.
Συνεπώς, η προσέγγιση μας πρέπει να αποσκοπεί στην σταδιακή ανύψωση του ποιοτικού κέντρου βάρους του τουρισμού του νησιού (βλ. Διάγραμμα παρακάτω). Κάποιοι προορισμοί θα επιδιώξουν την προσέλκυση εύπορων τουριστών, άρα περισσότερη ποιότητα (από το σημείο ΤΕΙ στο σημείο ΤΕ2), κάποιοι άλλοι προορισμοί θα επιλέξουν περισσότερους τουρίστες, άρα μεγαλύτερη ποσότητα (από το σημείο ΜΙ στο σημείο Μ2) και κάποιοι θα επιλέξουν ενδιάμεσους συνδυασμούς. Το ζητούμενο προφανώς είναι η διαφορά ΤΕ2-ΤΕΙ να είναι μεγαλύτερη από την διαφορά Μ2-ΜΙ.

Συμπέρασμα: η επιλογή βρίσκεται εκεί που το γινόμενο [ποσότητα Χ ποιότητα] μεγιστοποιείται, ενώ παραμένει σταθερό το άθροισμα [κοινωνικές + περιβαλλοντικές] επιπτώσεις. (Σ.Ε.Τ.Ε)

Εικόνα 2: **Ποσότητα ή Ποιότητα**



6.5.2. ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΕΣ Ή ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ;

Να επαναπαυθούν οι φορείς ιδιωτικοί και κρατικοί στις παραδοσιακές-υπάρχουσες αγορές ή να επιχειρηθεί άνοιγμα σε Νέες για τις οποίες το νησί σαν προορισμός δεν είναι κορεσμένος. Η αγορά που θεωρείται σήμερα καθιερωμένη ΔΕΝ πρέπει και ΔΕΝ μπορεί να θεωρείται καθιερωμένη για πάντα. Αν ήταν δύσκολη η κατάκτηση της, τότε η διατήρηση των μεριδίων και η περαιτέρω διείσδυση είναι ακόμα δυσκολότερες.

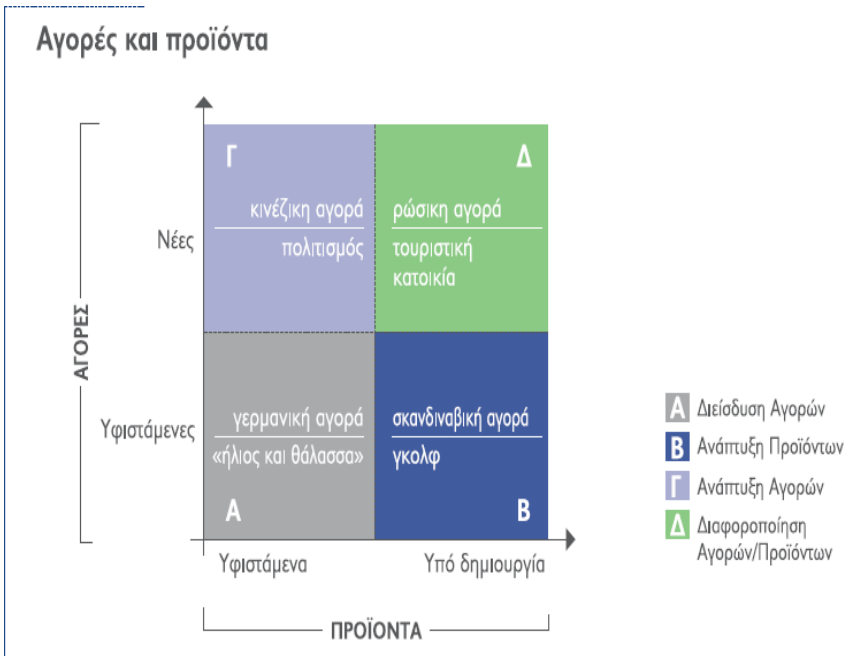
Από την άλλη πλευρά, οι νέες αγορές είναι δύο ειδών: γεωγραφικές και προϊοντικές. Ως νέες γεωγραφικές θεωρούνται οι χώρες των οποίων η οικονομία άρχισε να

χαρακτηρίζεται από εξωστρέφεια και ταυτόχρονα βρίσκονται σε αποδεκτή «αεροπορική» απόσταση.

Οι νέες προϊοντικές αγορές είναι αυτές που προκύπτουν από την τμηματοποίηση της ζήτησης και προφανώς οι περισσότερες από αυτές βρίσκονται μεταξύ των γεωγραφικά καθιερωμένων.

Οι στρατηγικές επιλογές είναι τέσσερις (4) (βλ. Εικόνα 3): (Σ.Ε.Τ.Ε)

Εικόνα 3: **Αγορές και Προϊόντα**



Α. Περαιτέρω διείσδυση στις σημερινές αγορές συνεχίζοντας την προσφορά του υφιστάμενου προϊόντος (πχ προϊόν «ήλιος και θάλασσα» στην αγορά της Γερμανίας).
Β. Προσφορά εμπλουτισμένων ή νέων προϊόντων στις σημερινές αγορές (πχ γκολφ, αθλητικός τουρισμός στη σκανδιναβική αγορά).
Γ. Ανάπτυξη νέων γεωγραφικών αγορών προσφέροντας το σημερινό προϊόν (πχ πολιτιστικός τουρισμός για την αγορά της Κίνας).
Δ. Προσέλκυση νέων γεωγραφικών αγορών με νέα/διαφοροποιημένα προϊόντα (πχ τουριστική κατοικία στη ρωσική αγορά).
Συμπέρασμα: θα χρειαστεί να δημιουργήσουμε ένα μίγμα αγοράς, το οποίο θα προέλθει από την μελέτη και ανάλυση των υφιστάμενων αγορών και των προϊόντων, καθώς και από την έρευνα και την ταυτοποίηση νέων αγορών και νέων/διαφοροποιημένων προϊόντων, με στόχο τη μεγιστοποίηση της ζήτησης. (Σ.Ε.Τ.Ε)

6.5.3. ΜΟΝΑΔΑ Ή ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ

Τι είναι αποτελεσματικότερο και τι θα είναι καλύτερο για τον τουρισμό σε όλο το φάσμα του και όχι μόνο ότι αφορά τις μονάδες διανυκτέρευσης. Τι χρειάζεται το νησί είναι προβολή και ανάδειξη μεμονωμένων μονάδων ή ανάλυση των χαρακτηριστικών του νησιού ως προορισμός. Ένα χαρακτηριστικό της τουριστικής οικονομίας είναι η αδυναμία της να συντονίσει αποτελεσματικά τους διακριτούς ρόλους της επιχειρηματικής μονάδας και του προορισμού στην αναγκαία συμπόρευση για την επίτευξη των στόχων της ανταγωνιστικότητας και της ανάπτυξης. Σε επίπεδο

ανταγωνισμού, ο τουρίστας-καταναλωτής επιλέγει πρώτα προορισμό (χώρα ή ευρύτερη περιοχή) και μετά κατάλυμα και λοιπές καταναλωτικές δραστηριότητες στον προορισμό. Η ελκυστικότητα και το ειδικό τουριστικό βάρος ενός προορισμού είναι κατά πολύ σημαντικότερα από τα αντίστοιχα μεγέθη της επιχειρηματικής μονάδας, με απειροελάχιστες εξαιρέσεις.

Η επιλογή για την κατά προτεραιότητα ενίσχυση προορισμών πρέπει να γίνει λαμβάνοντας υπόψη το βαθμό ανάπτυξης και το κατά κεφαλήν εισόδημα στους διάφορους νομούς της χώρας* Ο προφανής σκοπός είναι η υποβοήθηση με ορθολογικό τρόπο της προσπάθειας διόρθωσης των εισοδηματικών ανισορροπιών στις διάφορες μειονεκτικές περιοχές του νησιού, μέσα από την ποσοτική και ποιοτική βελτίωση της απασχόλησης. Συμπέρασμα: το νέο μοντέλο θα πρέπει να θέσει σε προτεραιότητα τον προορισμό, αξιοποιώντας τις μονάδες ως απαραίτητα εργαλεία για την ανάπτυξη του. (Σ.Ε.Τ.Ε)

6.5.4. ΕΠΙΔΟΤΗΣΗ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ Ή ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΥΠΟΔΟΜΩΝ

Τι θα συμβάλει πιο αποτελεσματικά στην ποιοτική αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος του νησιού.

Το δίλημμα αυτό ακολουθεί το προηγούμενο και τίθεται πάντα πριν από κάθε προσπάθεια χάραξης αναπτυξιακής πολιτικής.

Η παροχή των κρατικών ενισχύσεων, με τη μορφή των επιχορηγήσεων - επιδοτήσεων, στηρίζεται στη λογική ότι αυτές αντισταθμίζουν τις δυσκολίες που αντιμετωπίζει ένας κλάδος της οικονομίας ή μια γεωγραφική περιοχή της χώρας. Στο πλαίσιο αυτό, οι επιδοτήσεις στις μονάδες έχουν νόημα σε δύο περιπτώσεις: πρώτον, όταν ισχύει το επιχείρημα της «νηπιακής βιομηχανίας», όταν δηλαδή μία δραστηριότητα απαιτεί ένα μεγάλο αρχικό κόστος επένδυσης σε πάγια και παίρνει χρόνο μέχρι να φτάσει το κρίσιμο εκείνο μέγεθος που απαιτείται ώστε να είναι ανταγωνιστική. Δεύτερον, όταν επιδιώκεται η περιφερειακή σύγκλιση μεταξύ των περιοχών της χώρας. Είναι προφανές ότι οι περιοχές που υστερούν σε ανάπτυξη, όπως αυτή μετράται κυρίως με βάση το κατά κεφαλή εισόδημα των κατοίκων κάθε περιοχής, πρέπει να καθίστανται ελκυστικές για επενδύσεις μέσα και από την παροχή κινήτρων για ιδιωτικές επενδύσεις.

Από την άλλη πλευρά, είναι γενικά παραδεκτό ότι οι υποδομές συμβάλλουν αποτελεσματικά στην βελτίωση της παραγωγικότητας του ιδιωτικού τομέα, δημιουργώντας προστιθέμενη αξία σε όλες τις επιχειρήσεις και στην ευρύτερη οικονομία και κοινωνία που τις φιλοξενεί, χωρίς να στρεβλώνουν τον ενδοκλαδικό ανταγωνισμό.

Συμπέρασμα: Η αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων πρέπει να σκοπεύει στην ισόρροπη περιφερειακή ανάπτυξη, εξασφαλίζοντας την προσέλκυση ιδιωτικών επενδύσεων κι αυξάνοντας παράλληλα την προστιθέμενη αξία που δημιουργούν οι υποδομές για όλες τις επιχειρήσεις.

Στήριξη και χρηματοδότηση ιδιωτικών πρωτοβουλιών και ιδεών ή δημιουργία γενικότερων υποδομών πάνω στις οποίες να μπορούν να στηρίζονται παραπέρα ιδιωτικές πρωτοβουλίες; (Σ.Ε.Τ.Ε)

6.5.5. ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΟΛΩΝ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ Ή ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ «ΑΤΜΟΜΗΧΑΝΗ» ΚΑΘΕ ΚΛΑΔΟΥ.

Να στηρίζονται οι επιχειρήσεις ναυαρχίδες του κλάδου και να αφήνονται στο έλεος του ανταγωνισμού με αυτές οι μικρότερες επιχειρήσεις; Οι μικρές και οι μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις συμβάλλουν από κοινού τόσο στη δημιουργία της συνολικής εικόνας της τουριστικής οικονομίας της χώρας, όσο και στην τοπική ανάπτυξη. Οι διαφόρων μορφών ενισχύσεις στις επιχειρήσεις είναι επιβεβλημένες και ποικίλουν ανάλογα με τη φάση στην οποία βρίσκεται η οικονομία, από ενισχύσεις για την εξασφάλιση της βιωσιμότητας τους μέχρι τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας τους. Προτεραιότητα πρέπει να δίδεται στην ενίσχυση των επιχειρήσεων που συμβάλλουν αναλογικά περισσότερο στην ευρύτερη οικονομία και στην περιφερειακή ανάπτυξη σε βάθος χρόνου. Ένα άλλο σημαντικό κριτήριο για την κατά προτεραιότητα ενίσχυση, πρέπει να είναι η δημιουργία απασχόλησης. Για παράδειγμα, για κάθε εκατό (100) ξενοδοχειακές κλίνες προκύπτει απασχόληση με εξαρτημένη σχέση εργασίας για δεκαέξι (16) άτομα, ενώ για εκατό (100) κλίνες σε βοηθητικά καταλύματα, προκύπτει απασχόληση για έξι (6) άτομα1.

Συμπέρασμα: επειδή η διάκριση μεταξύ των επιχειρήσεων συνεπάγεται εκτός από οικονομικό και πολιτικό κόστος, η στήριξη πρέπει να γίνεται με κριτήριο τη συνολική βελτίωση των επιχειρήσεων κάθε κλάδου, τη μεγιστοποίηση των ωφελειών για την οικονομία γενικά και την περιφερειακή ανάπτυξη ειδικά. Συνήθως αυτό προκύπτει από την επιλογή του κατάλληλου μίγματος μεταξύ μεγάλων-πρωτοπόρων για κάθε κλάδο επιχειρήσεων και μικρών, συνεπών followers επιχειρήσεων. (Σ.Ε.Τ.Ε)

6.5.6. ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΣ Ή ΕΓΧΩΡΙΟΣ

Τι θα τονώσει τον τουρισμό του νησιού πιο σφαιρικά ο Εισερχόμενος τουρισμός με αναδιανομή πλούτου από χώρες με μεγαλύτερο «πορτοφόλι» ή ο εσωτερικός κάνοντας αναδιανομή του εγχώριου πλούτου και μια ανακύκλωση του στα χαμηλότερα εισοδήματα; Τόσο ο εισερχόμενος (ζήτηση από μη κατοίκους για τουριστικές υπηρεσίες στην Ελλάδα), όσο και ο εγχώριος τουρισμός (ζήτηση που προέρχεται από κατοίκους της Ελλάδας), δημιουργούν εγχώρια πρωτογενή ζήτηση και, μέσω των διαχύσεων σε άλλους τομείς, δευτερογενώς δημιουργούν πολλαπλασιαστική επίδραση στο ΑΕΠ.

Ο εισερχόμενος τουρισμός (που πραγματοποιεί πάνω από το 70% του συνόλου των διανυκτερεύσεων), έχει ευεργετική επίδραση και στο Ισοζύγιο Εξωτερικών Πληρωμών. Στην περίπτωση της Ελλάδας, ως γνωστό, οι εισπράξεις από τον τουρισμό αποτελούν, μαζί με τις εισπράξεις από μεταφορικές υπηρεσίες (ναυτιλία) τους δύο βασικούς πυλώνες των εξαγωγών. Επομένως, η επίδραση στο ΑΕΠ είναι μεγαλύτερη καθόσον ο εισερχόμενος τουρισμός συνιστά αύξηση της καθαρής ζήτησης για εγχωρίως παραγόμενα αγαθά και υπηρεσίες. Με άλλα λόγια ο

εισερχόμενος τουρισμός δημιουργεί πρόσθετο εισόδημα για τη χώρα, ενώ ο εγχώριος βοηθά περισσότερο στην αναδιανομή των εισοδημάτων.

Συμπέρασμα: ενώ είναι φανερή η προτεραιότητα που πρέπει να έχει ο εισερχόμενος τουρισμός και για την Κρήτη, από τη στιγμή που σε ορισμένες περιοχές του νησιού η ζήτηση για τουριστικές υπηρεσίες προέρχεται κατά κύριο λόγο από κατοίκους της Ελλάδας, σε αυτές τις περιπτώσεις πρέπει να διαμορφωθεί το κατάλληλο μίγμα εισερχόμενου-εγχώριου, ώστε να μεγιστοποιηθούν τα οφέλη. (Σ.Ε.Τ.Ε)

6.5.7. ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ

Το σημερινό χαρτοφυλάκιο προϊόντων του Κρητικού τουρισμού περιλαμβάνει -θεωρητικά τουλάχιστον- τα εξής οκτώ (8) προϊόντα:

1. «ήλιος και θάλασσα»
2. θαλάσσιος τουρισμός
3. περιηγητικός τουρισμός
4. τουρισμός ευεξίας
5. City Break
6. οικοτουρισμός
7. πολιτιστικός τουρισμός
8. συνεδριακός τουρισμός

Ο τουρισμός πολυτελείας δεν είναι ξεχωριστή μορφή τουρισμού, αλλά ποιοτικό χαρακτηριστικό όλων των προϊόντων και μπορεί να υπάρχει παντού. Για αυτόν το λόγο δεν συνυπολογίζεται ως διακριτό προϊόν στο χαρτοφυλάκιο.

6.5.8. ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

Μια λεπτομερής στατιστική καταγραφή της προσφοράς του δεν θα ωφελούσε περισσότερο στην παρούσα φάση που το ζητούμενο είναι ένα νέο μοντέλο ανάπτυξης, μια νέα φιλοσοφία για την τουριστική οικονομία του νησιού. Αντίθετα, παρατηρήσεις που αφορούν σε ποιοτικά χαρακτηριστικά χρησιμεύουν στη χάραξη ενός πλαισίου βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας.

Ας δούμε ορισμένες αρχές ορθολογικής διαχείρισης της τουριστικής προσφοράς και με ποιον τρόπο αυτές εφαρμόζονται σήμερα:

Πρωτογενές Προϊόν + Προστιθέμενη Αξία = Τελικό Προϊόν

Το τελικό προϊόν που αποτελεί και την εμπειρία του τουρίστα-καταναλωτή είναι το άθροισμα του πρωτογενούς προϊόντος και της προστιθέμενης αξίας. Το πρωτογενές προϊόν στην Κρήτη είναι εξαιρετικο. Ήλιος, θάλασσα, παραλίες, φυσικές ομορφιές, κλίμα, πολιτιστική κληρονομιά κι όλα αυτά με συνεχείς εναλλαγές μέσα σε σχετικά μικρό γεωγραφικό χώρο. Η προστιθέμενη αξία όμως, όχι μόνο δεν είναι εξαιρετική, αλλά μερικές φορές είναι και αρνητική. Γενικές υποδομές, υποβάθμιση

περιβάλλοντος, κακή εξυπηρέτηση. Αποτέλεσμα, μέτριο τελικό προϊόν, πολλές φορές υπερτιμημένο, άρα και μη ανταγωνιστικό.

Επίσης, εξακολουθούμε να θεωρούμε λαθεμένα ότι ο πολιτισμός αποτελεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τον τουρισμό της Κρήτης. Ο πολιτισμός ήταν πάντα συγκριτικό πλεονέκτημα, αλλά σήμερα δεν μπορεί να θεωρηθεί ταυτόχρονα και ανταγωνιστικό. Αυτό συμβαίνει διότι δεν αναδεικνύουμε/προωθούμε/πουλάμε με σύγχρονο τρόπο την πολιτιστική μας κληρονομιά, αλλά ακόμη χειρότερα αδυνατούμε να παρουσιάσουμε τα όποια επιτεύγματα του σύγχρονου πολιτισμού μας. Κοινό μυστικό, το οποίο συνήθως δεν το αναφέρουμε στις πραγματικές του διαστάσεις είναι η υποβάθμιση του περιβάλλοντος.

Χάσμα Προσδοκιών και Value for money

Δύο πολύ σημαντικά προβλήματα που αφορούν στον τρόπο διαχείρισης της προσφοράς μας είναι ακόμα, η δημιουργία χάσματος προσδοκιών και η σχέση τιμής-ποιότητας.

Το χάσμα προσδοκιών δημιουργείται όταν υποσχόμαστε περισσότερα από όσα μπορούμε να προσφέρουμε. Αυτό συμβαίνει, τόσο με τις γενικές προωθητικές ενέργειες που αφορούν συνολικά στον ελληνικό τουρισμό, όσο και με το τι υπόσχεται η κάθε περιοχή και επιχείρηση χωριστά.

Χάσμα προσδοκιών προκύπτει και από την κατάταξη των καταλυμάτων, όπου πολλές φορές υπάρχει σοβαρή απόκλιση μεταξύ του αριθμού των αστέρων/κλειδιών που επίσημα αναφέρονται σε κάθε κατάλυμα, από το πραγματικό επίπεδο υπηρεσιών που προσφέρει. Αν προσθέσουμε το πρόβλημα με το επίπεδο των υποδομών μας, που συνήθως δεν αντιστοιχεί σε χώρα της ΕΕ και του ΟΟΣΑ και υπολείπεται κατά πολύ ακόμα και πολλών εκ των αναπτυσσόμενων χωρών, τότε το πρόβλημα γίνεται μεγαλύτερο. Γενικότερα υπάρχει μια αρκετά διαδεδομένη πρακτική να υποσχόμαστε περισσότερα από όσα μπορούμε να προσφέρουμε και να τα χρεώνουμε περισσότερα από αυτά που αξίζουν. Προσοχή: ο πελάτης βαθμολογεί τη συνολική εμπειρία και την αντιστοιχεί στο συνολικό κόστος των διακοπών. Έτσι οδηγούμαστε στο γνωστό «χάσμα προσδοκιών» που είναι ότι χειρότερο μπορεί να συμβεί σε επίπεδο μάρκετινγκ για ένα προορισμό. Η λύση λέγεται underpromise-overdeliver. Είναι απλή στη σύλληψη, αλλά δύσκολη στην εφαρμογή, διότι απαιτεί αλλαγή νοοτροπίας.

Στην περίπτωση των καταλυμάτων, ως ακραία λύση θα μπορούσε -θεωρητικά- να εξεταστεί η περίπτωση υποβιβασμού όλων των μονάδων κατά ένα (Ι) αστέρι/κλειδί. Στη συνέχεια, όποιος θεωρεί ότι αξίζει το παραπάνω μπορεί να ζητήσει το σχετικό έλεγχο. Όμως, μια τέτοια επιλογή θα δημιουργούσε διαφόρων ειδών προβλήματα, γι' αυτό θα ήταν καλύτερα να ΜΗΝ είναι υποχρεωτική η κατά ΕΟΤ κατάταξη. Έτσι κι αλλιώς, οι ΤΟ’s χρησιμοποιούν τα δικά τους συστήματα, τα οποία και εμπιστεύονται οι πελάτες τους. Ο κυριότερος όμως, λόγος που οι υποχρεωτικές κατατάξεις, στο άμεσο μέλλον, δεν θα έχουν σχεδόν καμία χρησιμότητα, είναι ότι το διαδίκτυο, μέσω της δια δραστικότητας των χρηστών του θα κρίνει όχι μόνο τα καταλύματα, αλλά και όλες τις υπηρεσίες (βλ. Εικόνα 4). (Σ.Ε.Τ.Ε)

Εικόνα 4: **Ο κύκλος μιας κράτησης**



6.5.9. ΣΥΝΔΡΟΜΟ ANTI-SERVICE

Άλλο σημαντικό πρόβλημα είναι το σύνδρομο του Anti-Service, το οποίο διακατέχει σημαντικό τμήμα των άμεσα κι έμμεσα ασχολουμένων με τον τουρισμό και δυστυχώς είναι χαρακτηριστικό της προσφοράς μας. Υπάρχει μια προφανής σύγχυση μεταξύ πνεύματος εξυπηρέτησης και αίσθησης δουλοπρέπειας. Η λύση είναι κι εδώ δύσκολη και μακροχρόνια Η ευθύνη βαρύνει όλους τους ασχολούμενους με τον τουρισμό και η αυτοκριτική είναι το πρώτο βήμα για την αντιμετώπιση του προβλήματος. (Σ.Ε.Τ.Ε)

6.5.10. ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ

Οι κύριες κατευθύνσεις της πολιτικής για την προσφορά αφορούν προφανώς τον έλεγχο και τη διαχείριση της υφιστάμενης προσφοράς, καθώς και τη δημιουργία νέας.

6.5.10.1. Υφισταμένη προσφορά

Αρχικά να καταστήσουμε σαφές ότι οφείλουμε να διατηρήσουμε το προϊόν «ήλιος και θάλασσα». Δεν υπάρχει κανένας λόγος να εγκαταλείψουμε/απαξιώσουμε το βασικό μας προϊόν του οποίου το πρωτογενές τμήμα (core product) είναι εξαιρετικό. Η αναβάθμιση της ποιότητας του και η συνεχής βελτίωση της σχέσης τιμής/ποιότητας πρέπει να είναι οι στόχοι μας ως προς την περαιτέρω ανάπτυξη του.

Τα προβλήματα υπερπροσφοράς και κορεσμού που παρατηρούνται σε ορισμένες περιοχές, πρέπει να αντιμετωπισθούν στο πλαίσιο του ειδικού χωροταξικού για το τουρισμό. Η απόσυρση των γερασμένων καταλυμάτων φαίνεται να είναι καλύτερη λύση τόσο από περιβαλλοντικής πλευράς, όσο και με κριτήρια τουριστικής αγοράς. (Σ.Ε.Τ.Ε)

6.5.10.2. Δημιουργία νέας προσφοράς

Η παραδοσιακή προσέγγιση προτείνει τον εμπλουτισμό-διαφοροποίηση του υπάρχοντος προϊόντος με διάφορα άλλα είδη τουρισμού, αρκεί να έχουν τη κατάληξη «-ικός». Όμως, υπάρχει και η νέα φιλοσοφία που προτείνει τα νέα προϊόντα να προκύπτουν ως αποτελέσματα διατομεακών/διακλαδικών συνεργασιών.

Αυτό σημαίνει δύο πράγματα: πρώτον, προτού αρχίσουμε την αναζήτηση για νέα προϊόντα, θα πρέπει να φροντίσουμε την ανάπτυξη κι αξιοποίηση των υφισταμένων και δεύτερον, δεν μπορούμε να χρησιμοποιούμε ως δικαιολογία για τις -χαμηλές- επιδόσεις μας την έλλειψη εξειδικευμένων μορφών τουρισμού (όλα αυτά που τελειώνουν σε -ικός). (Σ.Ε.Τ.Ε)

6.5.10.3. Προσέγγιση «-ικος»

Οι ειδικές μορφές τουρισμού προκύπτουν μέσα από αναλυτική τμηματοποίηση της ζήτησης, δηλαδή, μέσα από ενδελεχή μελέτη των αναγκών, σημερινών και μελλοντικών, των πελατών. Το αποτέλεσμα της τμηματοποίησης για να μορφοποιηθεί σε προϊόν και κυρίως για να ενταχθεί στο χαρτοφυλάκιο των προϊόντων ενός τουριστικού προορισμού, πρέπει να πληρεί κάποιες προϋποθέσεις: να είναι επενδυτικά ελκυστικό, η ζήτηση να είναι ικανή, δηλαδή οι όροι, το κόστος και οι προοπτικές της επένδυσης να επιτρέπουν την βιωσιμότητα και την κερδοφορία. Διαφορετικά το ενδιαφέρον παραμένει σε φιλολογικό επίπεδο.. (Σ.Ε.Τ.Ε)

6.5.10.4. Διατομεακή προσέγγιση

Η προσέγγιση αυτή αποσκοπεί στο να δημιουργήσει ζήτηση για μέρος ή για το σύνολο της τουριστικής προσφοράς μέσα από άλλες δραστηριότητες της οικονομίας, μέσα από ζήτηση για υπηρεσίες-προϊόντα άλλων τομέων/κλάδων. Μέχρι σήμερα ο τουρισμός δημιουργούσε ζήτηση για μια ευρύτατη γκάμα επιχειρήσεων. Στη προσπάθεια για διαφοροποίηση του προϊόντος και αύξηση της ζήτησης, ο τουρισμός πρέπει να στραφεί, κυρίως, στις οικονομίες φάσματος (βλ. Εικόνα 5)

Εικόνα 5: **Αναζήτηση Συνεργείων**



Οι οικονομίες φάσματος αφορούν κυρίως στην εκμετάλλευση ζήτησης που δημιουργείται από άλλους τομείς/κλάδους (βλ. Εικόνα παρακάτω), την αύξηση της παραγωγικότητας μέσω χρησιμοποίησης εισροών, υποδομών, ανθρώπινων και κεφαλαιακών πόρων άλλων τομέων/κλάδων, την εκμετάλλευση καναλιών διανομής, δομών marketing και brand names. (Σ.Ε.Τ.Ε)

Εικόνα 6: **Τομείς Τουριστικής Ζήτησης**
Συνέργειες με άλλους τομείς και αύξηση τουριστικής ζήτησης



Οι αρχές και τα κριτήρια επιλογής των τομέων/κλάδων η συνεργασία με τους οποίους θα δημιουργήσει «νέα τουριστικά προϊόντα» είναι:

- η ευρύτερη κοινωνικοοικονομική χρησιμότητα,
- η μικρή (ή καθόλου) εποχική ευαισθησία,
- η δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος μέσω "brand ownership",
- το ύψος επένδυσης και ο χρόνος υλοποίησης.

Οι τομείς/κλάδοι με τους οποίους η συνεργεία μπορεί να αποδώσει «νέα τουριστικά προϊόντα» είναι οι ακόλουθοι:

- πολιτισμός,
- αθλητισμός,
- εκπαίδευση,
- ιατρικές υπηρεσίες και
- η γαστρονομία.

Το κοινό χαρακτηριστικό όλων αυτών είναι ότι ως τομείς ενδιαφέρουν το σύνολο σχεδόν της κοινωνίας και κατά συνέπεια οι πολιτικές ηγεσίες θα δείξουν (περισσότερο) ενδιαφέρον. Στους δύο πρώτους, πολιτισμό και αθλητισμό, η Ελλάδα αναγνωρίζεται ως brand owner διαχρονικών αξιών και νοημάτων (Δημοκρατία, Ολυμπιακό Πνεύμα, κ.λπ.). Στην εκπαίδευση, η χώρα μας μπορεί να διεκδικήσει και να καθιερωθεί ως τόπος διδασκαλίας μιας σειράς γνωστικών αντικειμένων τα οποία σχετίζονται με πολιτισμό και αθλητισμό, αλλά και με γνωστικά αντικείμενα σε χώρους όπου η Ελλάδα διακρίνεται διεθνώς. Γιατί να μην είναι η Ελλάδα, π.χ. παγκόσμιο κέντρο ναυτιλιακών σπουδών; Όλα τα παραπάνω στοιχεία μπορούν να χρησιμοποιηθούν προς όφελος του νησιού επίσης

Οι ιατρικές υπηρεσίες μπορούν να προσθέσουν μεγάλη αξία σε αυτό που ονομάζεται visitor economy και η γαστρονομία στη χώρα μας υπάρχει, αλλά παραμένει ως αυτοτελές τουριστικό προϊόν σε μεγάλο βαθμό ανεκμετάλλευτη. Το ίδιο ανεκμετάλλευτη είναι και ειδικότερα η γαστρονομία της Κρήτης.

Επίσης, αξίζει να σημειωθεί μια ακόμη διαπίστωση που ισχυροποιεί τη διατομεακή προσέγγιση. Όπως ήδη επισημάνθηκε οι περιηγήσεις και τα city break/holiday αποτελούν τις πιο σημαντικές αγορές μετά την «ήλιος και θάλασσα». Αν δημιουργηθούν συνέργειες με τους παραπάνω προτεινόμενους τομείς, οι συγκεκριμένες αγορές μπορούν να αυξήσουν την ελκυστικότητα τους. Η διασύνδεση τους είναι προφανής. Τόσο στις περιηγήσεις, όσο και στα city break περιλαμβάνονται προϊόντα και υπηρεσίες πολιτισμού, γαστρονομίας και εκπαίδευσης. Τέλος, ο αθλητισμός (με την έννοια της διοργάνωσης αγώνων) και οι ιατρικές υπηρεσίες λαμβάνουν χώρα κατά κύριο λόγο σε πόλεις, ενισχύοντας έτσι σημαντικά τον τουρισμό πόλης.

Στην συνέχεια ακολουθεί μια σύντομη αναφορά σε κάθε έναν από τους προτεινόμενους τομείς/κλάδους. (Σ.Ε.Τ.Ε)

6.5.10.5. Η Γαστρονομία

Η γαστρονομία ως τουριστικό προϊόν περιλαμβάνει ένα μίγμα προϊόντων, υπηρεσιών, δραστηριοτήτων που αναδεικνύουν τα χαρακτηριστικά προϊόντα και πιάτα ενός τόπου, το ταλέντο και τη δημιουργικότητα όσων τα παρασκευάζουν, τη μοναδικότητα και την παράδοση του τόπου, έτσι ώστε να προσφέρουν στον επισκέπτη μια ολοκληρωμένη και αξιομνημόνευτη ταξιδιωτική-γαστρονομική εμπειρία.
Ένα τουριστικό χαρτοφυλάκιο γαστρονομικών προϊόντων μπορεί να διαθέτει μια ευρεία ποικιλία στοιχείων, από εστιατόρια τοπικής κουζίνας μέχρι περιποιήσεις Spa με χαρακτηριστικά προϊόντα.

Εικόνα 7: **Χαρτοφυλάκιο γαστρονομικών προϊόντων**



Πηγή: ΣΕΤΕ, 2009, Η Γαστρονομία στο Μάρκετινγκ του Ελληνικού Τουρισμού

Τα οφέλη από την γαστρονομία διαχέονται, εκτός από τον τουρισμό, σε ένα ευρύ φάσμα οικονομικών δραστηριοτήτων. Ως προς τον τουρισμό, είναι αποδεδειγμένο ότι το καλό φαγητό αφενός μεν αποτελεί μια σημαντική πηγή ικανοποίησης για κάθε τουρίστα, αφετέρου δε υποκινεί υψηλότερη τουριστική δαπάνη. Όταν ο τουρίστας διαπιστώσει ότι ένας προορισμός έχει καλό φαγητό, είναι πρόθυμος να δαπανήσει μεγαλύτερα ποσά π.χ. με το να δοκιμάζει περισσότερα εδέσματα στους χώρους εστίασης, με το να αγοράζει γαστρονομικά δώρα κ.ο.κ. Ως προς το συνολικό όφελος, παρατηρείται ότι όταν η τουριστική κατανάλωση κατευθύνεται στην τοπική γαστρονομία, ενισχύονται η τοπική οικονομία, η αγροτική παραγωγή και η μεταποίηση τροφίμων.

Όσον αφορά στη ζήτηση για γαστρονομία, τα δεδομένα και οι ενδείξεις δείχνουν ανοδική τάση. Σύμφωνα με έρευνα, τα τελευταία χρόνια αυξάνεται ο αριθμός των τουριστών που ασχολούνται ολοένα και περισσότερο στα ταξίδια τους με το φαγητό και το ποτό. Μάλιστα, ένας σημαντικός αριθμός ταξιδιωτών επιζητά ενεργητικότερη ενασχόληση με τη γαστρονομία.

Ο ελληνικός τουρισμός και κατά συνέπεια και ο τουρισμός της Κρήτης, έχει την δυνατότητα να αξιοποιήσει αυτή την τάση. Πρόσφατη έρευνα του ΣΕΤΕ έδειξε ότι η ελληνική κουζίνα έχει κερδίσει πολλούς φίλους στο εξωτερικό χάρη στον ιδιαίτερο χαρακτήρα της. Η ποικιλία των μεζέδων, η απλότητα των παρασκευών, η νοστιμιά και η θρεπτική αξία των φρέσκων ελληνικών προϊόντων, την έχουν κάνει ευρύτερα γνωστή κι αγαπητή.

Η Κρήτη και η Σαντορίνη έχουν αποδείξει ότι η ενασχόληση με την γαστρονομία αποδίδει αλλά πρέπει να συνεχίσουν πιο δυναμικά , ώστε να ενισχυθεί αυτή η τάση.

Η Κρήτη, σε σχεδόν κάθε γωνιά της, διαθέτει αξιόλογους γαστρονομικούς πόρους και για τη διαμόρφωση τους δεν απαιτούνται μεγάλες επενδύσεις σε εγκαταστάσεις και πάγια, αλλά σχετικά μικρές επενδύσεις σε ενέργειες μάρκετινγκ.

Αν προσεγγίσουμε συστηματικά τη σύνδεση γαστρονομίας και τουρισμού, γρήγορα θα ανακαλύψουμε ότι αποκτούμε ένα σαφές συγκριτικό πλεονέκτημα και μια σημαντική πηγή πόρων για την οικονομία του τόπου μας. (Σ.Ε.Τ.Ε)

6.5.10.6. Ο Αθλητισμός

Η προσέγγιση του αθλητισμού ως τουριστικού προϊόντος παρουσιάζει ενδιαφέρον σε τρία (3) τουλάχιστον επίπεδα:

- τους αθλητικούς αγώνες,
- τα σπορ αναψυχής,
- τα προπονητικά προγράμματα.

Εικόνα 7:**Αθλητισμός**



Οι αθλητικοί αγώνες, ως γεγονότα/events δημιουργούν ζήτηση για τουριστικές υπηρεσίες, αφού προσελκύουν ταξιδιώτες με βασικό κίνητρο την παρακολούθηση των αγώνων. Τα σπορ αναψυχής απευθύνονται στους ταξιδιώτες για τους οποίους η εξάσκηση κάποιου σπορ σε οργανωμένες εγκαταστάσεις ή στην ύπαιθρο κατά την διάρκεια των διακοπών τους αποτελεί είτε κύριο κίνητρο, είτε συμπληρωματική δραστηριότητα. Τα προπονητικά προγράμματα στοχεύουν σε επαγγελματικές αθλητικές ομάδες και μεμονωμένους αθλητές που ταξιδεύουν σε ένα τόπο για να προετοιμαστούν.

Ο προορισμός που επενδύει σε μια ευρεία γκάμα αθλητικών προϊόντων ωφελείται πολλαπλά, αφού παράλληλα δημιουργείται ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών. Αθλητές,

θεατές, λάτρεις των σπορ-τουρίστες δαπανούν χρήματα σε διάφορες δραστηριότητες, όπως μετακίνηση, διαμονή, διατροφή, αγορές, περιήγηση και συνεπώς αποτελούν μια σημαντική πηγή εσόδων για τον προορισμό. Επιπλέον, τα μεγάλα γεγονότα προβάλλονται έντονα από τα διεθνή ΜΜΕ. Η προβολή αυτή βελτιώνει την αναγνωρισιμότητα του προορισμού, γεγονός με προφανή μακροπρόθεσμα οφέλη.

Η σύνδεση αθλητισμού-τουρισμού έχει παράλληλα ευεργετικό αντίκτυπο στην ευρύτερη κοινωνία. Οι Επενδύσεις στον αθλητισμό δίνουν το μήνυμα για έναν πιο δραστήριο τρόπο ζωής. Οι κάτοικοι παρακινούνται να συμμετάσχουν σε αθλητικές δραστηριότητες βελτιώνοντας με τον καλύτερο τρόπο την ποιότητα ζωής και την υγεία τους.

Ο ελληνικός τουρισμός έχει όλες τις προϋποθέσεις για μια πετυχημένη ένταξη του αθλητισμού στο χαρτοφυλάκιο του. Η Ελλάδα διαθέτει μια μακρά αθλητική παράδοση. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες και ο Μαραθώνιος γεννήθηκαν εδώ. Οι σύγχρονοι Ολυμπιακοί Αγώνες αναβίωσαν εδώ. Τα εναπομείναντα αρχαία στάδια και οι απεικονίσεις με αθλητική θεματολογία στα αρχαιολογικά ευρήματα αποτελούν αδιάψευστα πειστήρια της αγάπης των Ελλήνων για τον αθλητισμό.

Η διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων 2004 και άλλων μεγάλων γεγονότων στέφτηκαν με επιτυχία και τα ΜΜΕ προέβαλαν θετικά την Ελλάδα. Η χώρα πλέον διαθέτει όλα τα συστατικά στοιχεία-υποδομές, τεχνογνωσία, ανθρώπινο δυναμικό-για τη σύνδεση τουρισμού-αθλητισμού. Το κλίμα {μεγάλη ηλιοφάνεια όλο σχεδόν το χρόνο) και η ιδιαίτερη γεωμορφολογία (εκτεταμένη ακτογραμμή, εναλλαγή βουνού-θάλασσας, μεγάλος αριθμός νησιών) της Ελλάδας την καθιστούν κατάλληλη για την εξάσκηση πολλών αθλημάτων.

Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, προτείνεται στα αρχικό τουριστικό χαρτοφυλάκιο αθλητικών προϊόντων να συμπεριληφθούν προϊόντα από τρεις (3) κατηγορίες:

1. προϊόντα για τα οποία η Ελλάδα έχει ιστορική παράδοση, όπως η πάλη και ο Μαραθώνιος,
2. προϊόντα για τα οποία διαθέτουμε ισχυρό brand name σήμερα, όπως το μπάσκετ και το πόλο,
3. προϊόντα για τα οποία διαθέτουμε ισχυρούς και ιδιαίτερους φυσικούς ή/και τεχνητούς πόρους, όπως θαλάσσια σπορ (κολύμβηση, ιστιοπλοΐα, καταδύσεις κ.ά.), αεραθλήματα (αλεξίπτωτο πλαγιάς γενική αεροπορία κ.ά.), Mountain bike, αναρρίχηση κ.ο.κ.

Αξίζει να σημειώσουμε ότι κάποια αθλήματα προσελκύουν τουρίστες υψηλής εισοδηματικής τάξης, οι οποίοι επιλέγουν υψηλού επιπέδου καταλύματα, δαπανούν αρκετά χρήματα και συνεπώς αποτελούν ένα ιδιαίτερα προσοδοφόρο κοινό-στόχο. (Σ.Ε.Τ.Ε)

Εικόνα 8: **Αθλητικά Προϊόντα**



6.5.10.7. Οι Ιατρικές Υπηρεσίες

Οι ιατρικές, υπηρεσίες μπορούν να αποτελέσουν μια μεγάλη πηγή ζήτησης τουριστικών υπηρεσιών. Στο πλαίσιο της παρούσας μελέτης, με τον όρο ιατρικές υπηρεσίες εννοούμε υπηρεσίες που παρέχονται από γιατρούς μέσα σε μια ολοκληρωμένη μονάδα περίθαλψης- Πρώτον, προς άτομα που χρειάζονται κάποια συγκεκριμένη επέμβαση ή άλλη εξειδικευμένη θεραπεία, όπως πχ επεμβάσεις πλαστικής χειρουργικής οδοντιατρικές υπηρεσίες, υποβοηθούμενη γονιμοποίηση κ.ο.κ και δεύτερον, προς άτομα που χρειάζονται διαχρονική θεραπεία, όπως π.χ. οι νεφροπαθείς.

Καθώς, στον κλάδο της υγείας στον οποίο ανήκουν οι ιατρικές υπηρεσίες εντάσσονται και οι υπηρεσίες ευεξίας όπως η θαλασσοθεραπεία, χρειάζεται να διασαφηνισθούν οι όροι. θεωρούμε λοιπόν, τουρίστες-ασθενείς εκείνους που ταξιδεύουν έχοντας ως αποκλειστικό κίνητρο κάποιο λόγο υγείας –Health not Holiday- (π.χ. ο ταξιδιώτης που έρχεται στην Ελλάδα για υποβοηθούμενη γονιμοποίηση). Αντίθετα, δεν αναφερόμαστε σε εκείνους που έρχονται στην Ελλάδα για διακοπές και συμπληρωματικά κάνουν χρήση κάποιας υπηρεσίας ευεξίας.

Επενδύσεις στον κλάδο της υγείας με την προαναφερθείσα λογική, μπορούν να αποδειχθούν ιδιαίτερα επωφελείς για το τουρισμό, αφού δημιουργείται ζήτηση για τουριστικές υπηρεσίες τόσο από τον ασθενή-τουρίστα, όσο και από τούς συνοδούς. Έχει μάλιστα υπολογιστεί ότι ένας ασθενής συνοδεύεται από περίπου 2,2 άτομα. Επιπλέον, οι ασθενείς επιθυμούν το καλύτερο, δεν διστάζουν να ξοδέψουν πολλά χρήματα και ας υπογραμμιστεί ότι οι συγκεκριμένες δαπάνες έχουν ανελαστικό χαρακτήρα.. Οποιαδήποτε αναβάθμιση στις υπηρεσίες υγείας, σε αντίστοιχες υποδομές και ανθρώπινο δυναμικό ωφελεί και το σύνολο της κοινωνίας.

Τα στοιχεία και οι επιβεβαιωμένες τάσεις, δείχνουν ότι υπάρχει δυναμική στη ζήτηση για Υπηρεσίες υγείας. Υπολογίζεται ότι 10% των Ευρωπαίων ασθενών αναζητά

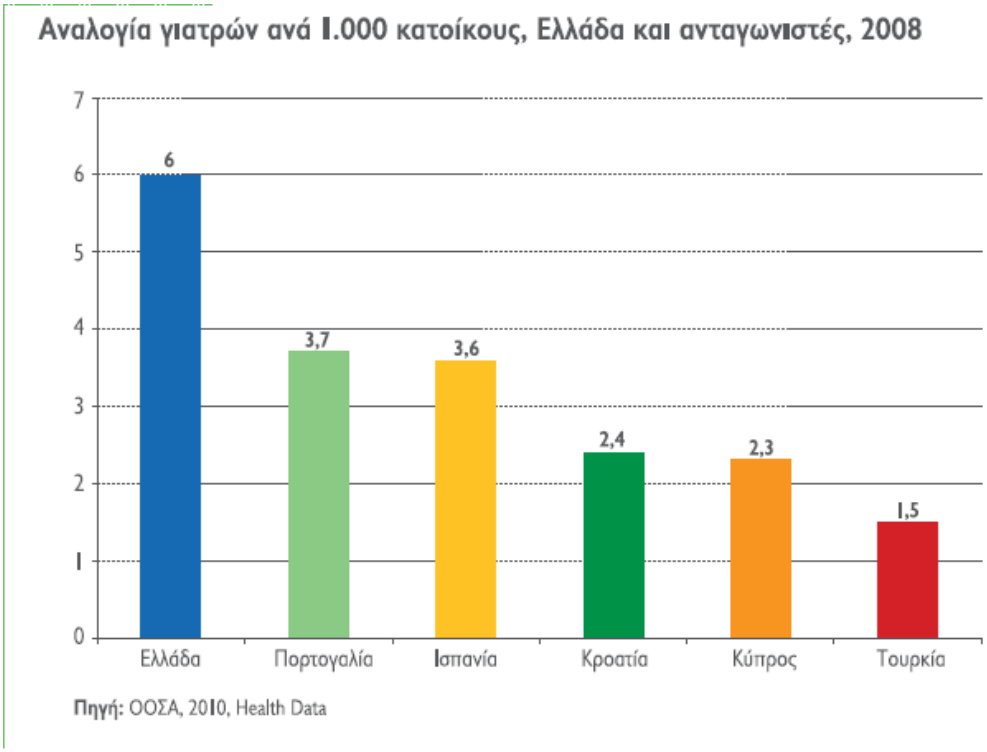
θεραπεία εκτός της χώρας τους. Καθώς η Ευρώπη γηράσκει, η ανάγκη για διατήρηση της νεότητας και της υγείας θα εντείνεται ταυτόχρονο με τη ζήτηση για υπηρεσίες υγείας. Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι γειτονικές χώρες όπως η Τουρκία , η Αίγυπτος, η Κροατία και η Κύπρος δραστηριοποιούνται δυναμικά στην προσέλκυση «ταξιδιωτών υγείας».

Σήμερα, παρόλο που δεν είναι ευρέως γνωστό, παρέχονται ιατρικές υπηρεσίες σε κάποιους ελληνικούς προορισμούς όπως, στην Αθήνα, στη Θεσσαλονίκη, στη Ρόδο, στην Κρήτη και στην Κέρκυρα. Τα ιδιωτικά νοσοκομεία στην Ελλάδα μπορούν να προσελκύσουν αλλοδαπούς ασθενείς που επιζητούν προσιτές τιμές σε συνδυασμό με ποιοτικές υπηρεσίες και κορυφαίους ιατρούς π.χ. για πλαστικές επεμβάσεις και εξωσωματική γονιμοποίηση.

Υπάρχει λοιπόν, μια ευκαιρία την οποία ιδιαίτερα οι ξενοδόχοι, δεδομένης της υπερπροσφοράς κλινών, πρέπει να εξετάσουν με προσοχή. Πιο συγκεκριμένα, θα μπορούσαν είτε να διαμορφώσουν κάποια πτέρυγα του ξενοδοχείου ώστε να υποδέχονται τουρίστες-ασθενείς, είτε να μετατρέψουν μια ολόκληρη μονάδα σε εξειδικευμένη μονάδα παροχής ιατρικών υπηρεσιών και διαμονής (καθετοποίηση). Ένας τέτοιου είδους εκσυγχρονισμός του υφισταμένου ξενοδοχειακού δυναμικού θα μπορούσε παράλληλα να αποτελέσει και μια εναλλακτική κατεύθυνση του αναπτυξιακού νόμου.

Τέλος, ο αριθμός των ιατρών ανά 1.000 κατοίκους στην Ελλάδα, έχει αυξηθεί από 1,6 το 1970 σε 6 το 2008 (έναντι 3,2 στις χώρες του ΟΟΣΑ), γεγονός το οποίο δείχνει ότι η σύνδεση τουρισμού και υγείας έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον και για τον ιατρικό κλάδο.

Διάγραμμα 1: **Αναλογία Γιατρών**



6.5.10.8. Η Εκπαίδευση

Η εκπαίδευση ως πεδίο ενδιαφέροντος για την τουριστική οικονομία περιλαμβάνει εκπαιδευτικές-επιμορφωτικές υπηρεσίες από εκπαιδευτικά ιδρύματα και από ιδιωτικούς φορείς. Οι υπηρεσίες ποικίλλουν από υψηλού επιπέδου μεταπτυχιακές σπουδές μέχρι απλά θερινά μαθήματα εκμάθησης γλώσσας.

Με δεδομένο ότι το επίπεδο εκπαίδευσης στην Ελλάδα επιδέχεται βελτιώσεις και ότι το σύστημα εκπαίδευσης χρειάζεται ειδική προετοιμασία (π.χ παράδοση μαθημάτων στην Αγγλική γλώσσα), η σύνδεση τουρισμού και εκπαίδευσης θα μπορούσε να ξεκινήσει με δημιουργία σειράς μαθημάτων-σεμιναρίων τα οποία θα απευθύνονται σι τουρίστες.

Αν και χρειάζεται έρευνα για να εντοπιστούν « εκπαιδευτικοί τομείς στους οποίους θα πρέπει να επενδύσει ο ελληνικός τουρισμός γενικότερα αλλά και η Κρήτη ειδικότερα, προτείνεται να διαμορφωθούν ειδικά σεμινάρια σε τομείς στους οποίους είτε η χώρα μας έχει εξαιρετική απόδοση, όπως η ναυτιλία και ο τουρισμός.

Είναι ευνόητο ότι συμμετέχουν σε κάποιο εκπαιδευτικό πρόγραμμα, θα πληρώσουν δίδακτρα, θα μείνουν σε κάποιο κατάλυμα και γενικά θα πραγματοποιήσουν δαπάνες σε ένα ευρύτερο φάσμα για καθημερινές δραστηριότητες.

Όπως και στην περίπτωση της υγείας, οποιαδήποτε, επένδυση σε εκπαιδευτικές υπηρεσίες και υποδομές ωφελεί στο σύνολο της κοινωνίας. Οι μόνιμοι κάτοικοι παρακινούνται να συμμετάσχουν σε διάφορες εκπαιδευτικές δραστηριότητες και οι εκπαιδευτικοί βελτιώνονται, με αποτέλεσμα τη γενικότερη αναβάθμιση του μορφωτικού επιπέδου. (Σ.Ε.Τ.Ε)

6.5.10.9. Ο Πολιτισμός

Ο πολιτισμός ως τουριστικό προϊόν περιλαμβάνει δραστηριότητες που συνδέονται με την πολιτιστική κληρονομιά, με τις σύγχρονες τέχνες (performing και οπτικές τέχνες, σύγχρονη αρχιτεκτονική κ.λ.π) με τα στοιχεία lifestyle (κουζίνα, παραδόσεις κ.ο.κ.) και με τις δημιουργικές βιομηχανίες (μόδα, web και graphic design , κινηματογράφος κ.ο.κ.).

Εικόνα 9: **Πολιτισμός**



Δυστυχώς, η Ελλάδα και κατά συνέπεια η Κρήτη, δεν προβάλλει τον σύγχρονο πολιτισμό της. Οι περισσότεροι πιστεύουν ότι τα αρχαία μνημεία είναι ένα από τα δυνατά χαρτιά του ελληνικού τουρισμού. Λίγοι όμως γνωρίζουν ότι λιγότερο από το 2% των τουριστών μας έχει ως βασικό και κύριο σκοπό του ταξιδιού του στην Ελλάδα να ζήσει την εμπειρία του ελληνικού πολιτισμού. Εδώ είναι η πρόκληση-πρόταση: να διαμορφώσουμε και να δυναμώσουμε αυτήν την εμπειρία με όρους σύγχρονης, διαχρονικής έκφρασης. Να κάνουμε αυτήν την εμπειρία ζητούμενο, όνειρο ζωής για πολλούς επισκέπτες.

Στη σημερινή εποχή υπάρχει η σχετική «τεχνολογία». Λέγεται "visitor management" και σκοπεύει στη μεγιστοποίηση της έντασης της εμπειρίας. Εντάσσεται σε μια «πελατοκεντρική» προσέγγιση, να εξυπηρετήσει δηλαδή τον επισκέπτη. Ώρες λειτουργίας που γνωστοποιούνται έγκαιρα και τηρούνται. Λειτουργοί με γνώσεις και παθιασμένοι με το αντικείμενο. Πληροφοριακό υλικό ποιότητας αντίστοιχης με τη σημασία και το ειδικό βάρος των μνημείων. Διαδικτυακή παρουσία που θα υπερέχει και θα συναρπάζει εξ αποστάσεως.

Τέτοιου είδους επενδύσεις είναι απαραίτητες. Ανεξάρτητα από το πόσο θα επιτύχουμε να αναδείξουμε τον πολιτισμό ως κύριο κίνητρο επίσκεψης, μια δυνατή πολιτιστική εμπειρία εμπλουτίζει, συμπληρώνει και διαφοροποιεί σημαντικά την τουριστική προσφορά της χώρας.
Τα οφέλη για την κοινωνία από μια στροφή προς τον πολιτισμό είναι αυτονόητα: υψηλότερο επίπεδο πολιτών, καλύτερη ποιότητα ζωής, ενίσχυση της δημιουργικότητας. Όλες αυτές οι επιδράσεις διαχέονται σε όλες τις οικονομικές και κοινωνικές δομές, καθιστώντας την Ελλάδα συνολικά περισσότερο ανταγωνιστική.

Επιπλέον, ας μην ξεχνάμε ότι η αγορά του πολιτιστικού τουρισμού είναι ιδιαίτερα ελκυστική. Η συγκεκριμένη αγορά, σε ευρωπαϊκό επίπεδο, είναι η δεύτερη μεγαλύτερη μετά την αγορά «ήλιος και θάλασσα». Ο ελληνικός πολιτισμός όμως, έχει δυστυχώς μικρό μερίδιο αγοράς και τα δεδομένα του Πίνακα παρακάτω το επιβεβαιώνουν. (Σ.Ε.Τ.Ε)

Πίνακας 46: **Ευρωπαϊκός Εξερχόμενος Πολιτιστικός Τουρισμός**

Ευρωπαϊκός εξερχόμενος πολιτιστικός τουρισμός και μερίδια αγοράς, 2004

Αγορά	Μ. Βρετανία	Γερμανία	Ιταλία	Γαλλία	Ολλανδία
Ταξίδια (000)	5.466	6.524	8.176	7.697	1.489
Μερίδια Αγοράς προορισμών (%)	Ισπανία 14%	Ιταλία 15%	Γαλλία 24%	Ισπανία 25%	Γαλλία 15%
	ΗΠΑ 10%	Γαλλία 9%	Ισπανία 10%	Ιταλία 8%	Γερμανία 9%
	Ιταλία 9%	Ισπανία 8%	Αυστρία 6%	Μ.Βρετανία 8%	Ισπανία 7%
	Ελλάδα 4%	Τουρκία 6%	Αίγυπτος 5%	Τουρκία 2%	Τουρκία 4%
		Ελλάδα 5%	Ελλάδα 3%	Ελλάδα 2%	Ελλάδα 1%

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων UNWTO, World Travel Monitor, 2004, ΕΛ. ΣΤΑΤ.

Εντούτοις, ο πολιτισμός μπορεί να αναδειχτεί σε ανταγωνιστικό μας πλεονέκτημα. Η χώρα μας είναι γνωστή ανά τον κόσμο για τους φιλοσόφους, την τέχνη και την ιστορία της. Μάλιστα το 2009, στο Country Brand Index, κατατάχθηκε 5η στις τέχνες και τον πολιτισμό και 7η στην ιστορία, ανάμεσα σε 102 χώρες.
Ειδικότερα η Κρήτη με όπλα τα ανάκτορα της Κνωσού και την Φαιστό που αποτελούν σημαντικότατους παγκόσμιους αρχαιολογικούς χώρους , θα πρέπει να εντείνει τις προσπάθειες περαιτέρω ανάδειξης και αξιοποίησης τους ,ενισχύοντας το τουριστικό προϊόν του νησιού.

6.5.10.10. Οι Αυριανοί-Μελλοντικοί Ταξιδιώτες

Το προφίλ των αυριανών-μελλοντικών ταξιδιωτών προκύπτει προφανώς ως το αποτέλεσμα της διαδικασίας της τμηματοποίησης της αγοράς. Με δεδομένες τις συχνές αλλαγές στα πρότυπα του lifestyle είναι κάτι παραπάνω από σίγουρο ότι θα είναι αυξημένες οι ανάγκες για ευελιξία στην «γραμμή παραγωγής» των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.

Σε κάθε περίπτωση και ανεξάρτητα από την εξέλιξη του lifestyle, ανεξάρτητα από ηλικίες και οικονομική επιφάνεια, υπάρχουν τέσσερις (4) βασικές αρχές οι οποίες θα χαρακτηρίζουν όλους τους αυριανούς-μελλοντικούς ταξιδιώτες: α. Value for money, β. εξοικονόμηση χρόνου, γ. αυθεντικότητα και δ. τήρηση υποσχέσεων.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα έρευνας για τους αυριανούς - μελλοντικούς ταξιδιώτες, διαμορφώνονται τέσσερις (4) μεγάλες κατηγορίες ταξιδιωτών, με αντίστοιχα διακριτά χαρακτηριστικά.

1. Active Seniors:

- ομάδα ηλικίας 50-75 ετών (το 2020),
- πιο υγιείς και δραστήριοι (λόγω της προόδου των επιστημών και της ιατρικής),
- με υψηλότερο διαθέσιμο εισόδημα,
- με διάθεση για διακοπές και μικρής διάρκειας ταξίδια,
- θα απαιτούν μεγαλύτερη κατανόηση σε θέματα υγείας και άνεσης από όσους προσφέρουν τουριστικές υπηρεσίες,
- θα είναι πιο ευαισθητοποιημένοι ως προς το θέμα των τιμών.

2. Global Clans

- μεμονωμένα άτομα ή ομάδες ατόμων (group travel),
- θα ταξιδεύουν διεθνώς για να επισκεφτούν φίλους και συγγενείς,
- τα ταξίδια θα αφορούν κυρίως στην επανένωση οικογενειών παρά στη δημιουργία «ταξιδιωτικής εμπειρίας»,
- καθοριστική σημασία στο ταξίδι έχουν οι τιμές,
- θα πρέπει ταυτόχρονα να καλύπτονται οι ανάγκες, παιδιών, γονέων και παππούδων που πιθανόν να ταξιδεύουν μαζί.

3. Cosmopolitan Commuters

- άτομα που θα ζουν και θα εργάζονται σε διαφορετικές περιοχές,
- θα εκμεταλλεύονται τις ευέλικτες δομές εργασίας με στόχο τη βελτίωση της ποιότητας ζωής,
- η παροχή τεχνολογιών για τη διευκόλυνση της εργασίας κατά τη διάρκεια του ταξιδιού είναι σημαντική,
- η αποτελεσματική διαχείριση του χρόνου του ταξιδιού είναι καθοριστική.

4. Global Executives

- στελέχη επιχειρήσεων με ενδιαφέρον για διεθνή ταξίδια,
- αναζητούν την πολυτέλεια και τη μεγαλύτερη δυνατή ευελιξία κατά τη διάρκεια του ταξιδίου, απαιτούν την παροχή απόλυτα εξατομικευμένων υπηρεσιών (premium experience),
- δεν είναι ευαίσθητοι σε θέματα τιμών.

Προφανώς η κατηγοριοποίηση αυτή είναι ενδεικτική και όχι περιοριστική, κυρίως όμως χρησιμεύει στο να επιβεβαιωθεί ακόμα μια φορά η ανάγκη της συνεχούς έρευνας, μελέτης και τμηματοποίησης της αγοράς. (Σ.Ε.Τ.Ε)

6.6. ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

Για να προβούμε σε πρόταση εναλλακτικής μορφής τουρισμού για την Κρήτη θα πρέπει να λάβουμε λοιπόν κάποια βασικά χαρακτηριστικά. Δηλαδή οι προτάσεις – ιδέες θα πρέπει να κινούνται γύρω από ή να έχουν βάσεις και στόχους τα παρακάτω:

- Να στοχεύουν στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου για το νησί
- Να στοχεύουν σε όσο το δυνατό υψηλοτέρα εισοδήματα
- Να ενισχύουν τον τουρισμό περιφερειακά και όχι μόνο τις ξενοδοχειακές μονάδες
- Να δημιουργούν θέσεις εργασίας
- Να κάνουν πρωτότυπη χρήση των πλεονεκτημάτων των πόρων (φυσικών και μη) που διαθέτει το νησί
- Να στοχεύουν σε «ειδικές» κατηγορίες τουριστών(Σ.Ε.Τ.Ε)

6.6.1. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ-3ΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ-ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ

Μια πρόταση εναλλακτικής μορφής Τουρισμού θα μπορούσε να είναι ο Τουρισμός που συνδιαζει τα χαρακτηριστικά του Τουρισμού υγειάς με αυτά του Τουρισμού 3ης Ηλικίας και του Τουρισμού Γαστρονομίας.

Μιλάμε δηλαδή για μια μορφή Τουρισμού που απευθύνεται σε μια πολύ ειδική κατηγορία επισκεπτών-τουριστών οι ανάγκες των οποίων υπαγορεύουν την δημιουργία ενός ειδικού προϊόντος.

Εξαιτίας των αλλαγών στις διατροφικές συνήθειες των ανθρώπων, της αφθονίας των αγαθών και της αλλαγής του καθημερινού τρόπου διαβίωσης, η ανθρωπότητα καλείται να αντιμετωπίσει μια από τις μεγαλύτερες προκλήσεις. Η παχυσαρκία είναι ανεξάρτητος παράγοντας κινδύνου καρδιαγγειακών νοσημάτων, ενώ αποτελεί και μείζονα παράγοντα κινδύνου για:

- Σακχαρώδη διαβήτη
- Αρτηριακή υπέρταση
- Υπερλιπιδαιμία
- Μεταβολικό σύνδρομο

Το 2002 εκτιμάται ότι η παχυσαρκία απορροφά περισσότερο από το 7% των δαπανών της υγειονομικής περίθαλψης. Με τα ίδια επίσης στοιχεία εκτιμάται ότι η παχυσαρκία ευθύνεται για το 30% των εμφραγμάτων και των αγγειακών εγκεφαλικών επεισοδίων, καθώς και για το 60% της υπερτασικής νόσου. Περισσότεροι από 60% των ενηλίκων Αμερικανών είναι υπέρβαροι ή παχύσαρκοι. Πληθυσμιακές μελέτες στον ευρωπαϊκό χώρο δείχνουν ότι το 63% των εμφραγμάτων στη δυτική Ευρώπη και το 28% στην κεντρική και ανατολική Ευρώπη αποδίδονται στην παχυσαρκία, ενώ τα άτομα με κοιλιακή παχυσαρκία (αναλογία μέση/περιφέρεια>0.91), διατρέχουν διπλάσιο κίνδυνο εμφάνισης εμφράγματος του μυοκαρδίου.

Αξιοσημείωτο είναι ότι η παχυσαρκία δρα συνεργικά και με τους υπόλοιπους παράγοντες καρδιαγγειακών νοσημάτων. Συγκεκριμένα οι παχύσαρκοι καπνιστές ζουν κατά μέσο όρο 14 έτη λιγότερα σε σχέση με τους καπνιστές που έχουν φυσιολογικό βάρος. (www.lifemag.gr)

Στις ΗΠΑ όπως επίσης σε ορισμένες μειονότητες Αφροαμερικάνων και Λατινοαμερικάνων, πάνω από το ¼ των ενηλίκων είναι παχύσαρκοι. Στην Ευρώπη το πρόβλημα της παχυσαρκίας είναι αυξανόμενο και αγγίζει το 15-20% των ενηλίκων. Με ένα μέσο όρο στη Βόρεια Ευρώπη 10%, αλλά ως και 50% του γυναικείου πληθυσμού στην ανατολική Ευρώπη. Η Γαλλία έχει 37% υπέρβαρους ενήλικους εκ των οποίων το 8% είναι παχύσαρκοι. Συνεχώς αυξάνονται τα ποσοστά στους νέους. Στις ΗΠΑ, 17% των εφήβων είναι υπέρβαροι ενώ 4% είναι παχύσαρκοι και από αυτούς ένα 80% θα παραμείνει παχύσαρκο δια βίου. Το φαινόμενο της παχυσαρκίας αφορά τις “πλούσιες χώρες” αλλά και όλες τις αναπτυσσόμενες χώρες του πλανήτη. Οι αιτίες της καλπάζουσας αυτής επιδημίας είναι πολλές: κοινωνικοοικονομικές, περιβαλλοντικές, ψυχολογικές και γενετικές. (www.metropolitanobesity.gr)

Με τόσα υψηλά λοιπόν ποσοστά σε ενήλικες αλλά και σε εφήβους , είναι σίγουρο ότι η μελλοντική τρίτη ηλικία παγκοσμίως θα έχει συσσωρευμένα προβλήματα υγειάς από την λανθασμένη διατροφή και μόνο.

Άρα εδώ η Κρήτη προβάλλοντας την μεσογειακή κουζίνα και τα οφέλη της στον ανθρώπινο οργανισμό μπορεί να σχεδιάσει ένα ελκυστικό πακέτο για αυτή την ειδική κατηγορία τουριστών-ασθενών.

Η πρόσκληση να έρθουν να γνωρίσουν τον σωστό και υγιή τρόπο διατροφής και να αποκομίσουν τα οφέλη του, κρατώντας συμβουλές και μεθόδους για προσωπική τους χρήση αποτελεί ένα πολύ δυνατό κίνητρο.

Αυτό βέβαια θα πρέπει να συνδυαστεί με ένα υψηλό επίπεδο παρεχόμενων ιατρικών υπηρεσιών.
Σύγχρονες Ιατρικές εγκαταστάσεις μέσα σε ξενοδοχειακές μονάδες αλλά και γενικότερα στον τόπο παραθέρισης είναι ευνόητο ότι δεν πρέπει να λείπουν. Το ιατρικό προσωπικό τους να είναι έμπειρο και υψηλού επιπέδου εμπνέοντας σιγουριά στον ασθενή-τουρίστα και δίνοντας κύρος στις Υπηρεσίες του νησιού στο σύνολο τους.
Άρα ένας συνδιασμος μελετημένης διατροφής και χορήγησης ποιοτικών ιατρικών υπηρεσιών και υπηρεσιών περίθαλψης σε γενικότερο συνδιασμό με τις ομορφιές του νησιού , τα ήθη και έθιμα , την φιλοξενία των ντόπιων , το κλίμα τον πολιτισμό και την ιστορία που ακολουθεί τον τόπο είναι σε θέση να συνθέσουν ένα άκρως ποιοτικό, ανταγωνιστικό και πρότυπο πακέτο διακοπών.

6.6.2. ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ - ΣΠΟΡ ΑΝΑΨΥΧΗΣ

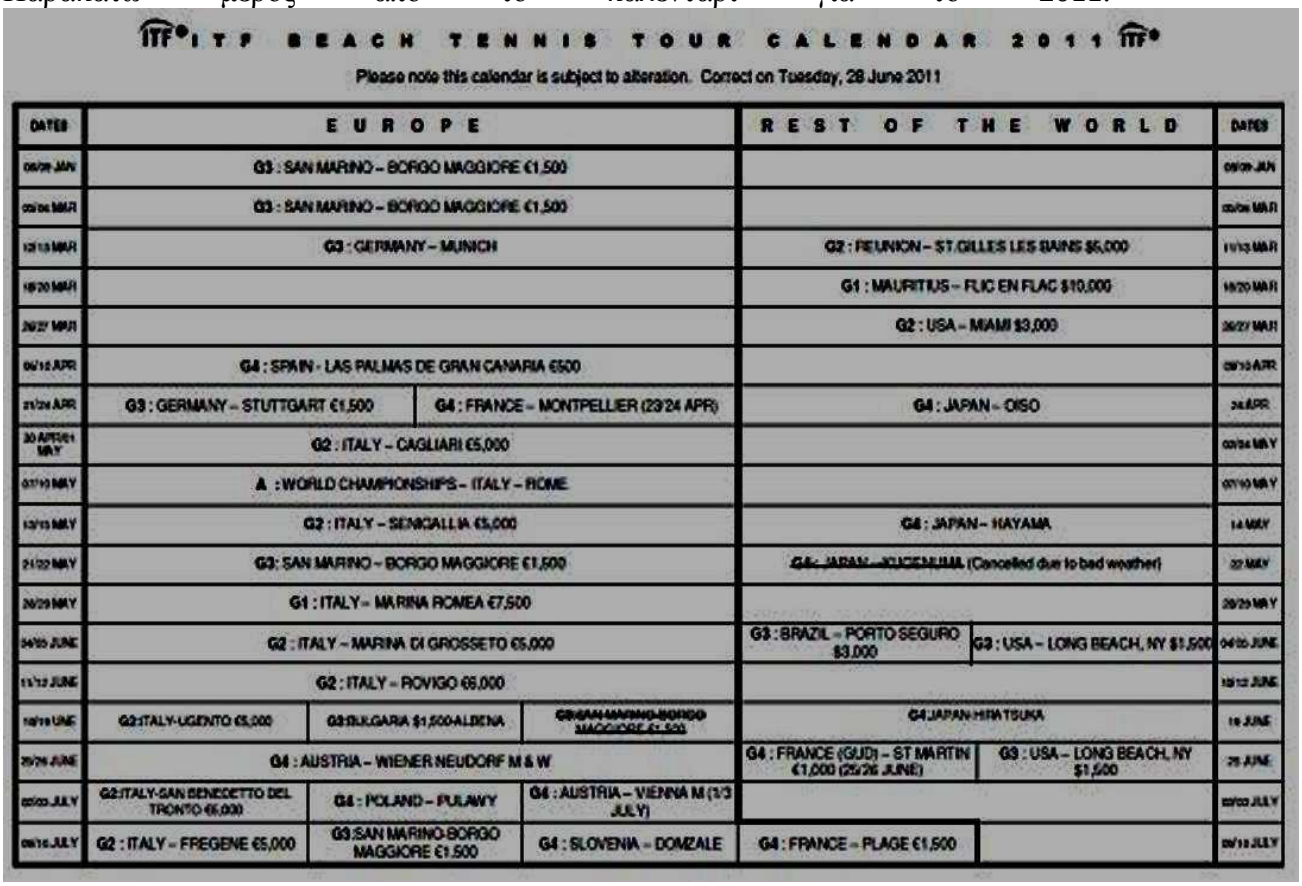
Αναφερόμαστε σε μια μορφή ειδικού Τουρισμού , του οποίου του target group είναι άτομα ηλικίας μέχρι 40ετων και των 2 φύλλων ,που χαρακτηρίζονται ως δραστήρια άτομα. Δηλαδή άτομα που ασχολούνται με τον αθλητισμό σε όλο του το φάσμα. Ο τουρίστας-αθλητής είναι άτομο που δεν επιθυμεί να πάψει να αθλείται ακόμα και κατά την διάρκεια των διακοπών του. Για αυτά τα άτομα η άθληση δεν συνεπάγεται κούραση. Αντιθέτως είναι αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας τους. Η έλλειψη άσκησης οποιαδήποτε μορφής ή έντασης είναι κάτι που δεν επιθυμούν τα συγκεκριμένα άτομα.

Άρα έχει λογική να προσφέρουμε δραστηριότητα σε άτομα αυτού του προφίλ κατά τη διάρκεια της επίσκεψης τους στο νησί. Έχοντας ως φυσικές υποδομές τις παραλίες για παράδειγμα μπορούν να σχεδιαστούν αρκετές δραστηριότητες που να προσφέρουν τις απαιτούμενες συγκινήσεις σε αυτούς τους τουρίστες αθλητές.

Ένα παραδοσιακό σπορ και Ολυμπιακό Αγώνισμα εδώ και αρκετό καιρό είναι το Beach Volley. Αποτελεί ένα πολύ καλό σπορ Αναψυχής και όντας ομαδικό προσφέρει ευκαιρίες γνωριμίας μεταξύ των αθλητών που συμμετέχουν σε τουρνουά. Μια σκέψη είναι να οργανώνονται τέτοια τουρνουά με τέτοιο τρόπο ώστε να αποτελούν πόλο έλξης για κάθε ενδιαφερόμενο. Ίσως κάλυψη του γεγονότος από Μ.Μ.Ε να καθιστούν το γεγονός πιο δημοφιλή ακόμα και γιατί όχι με την πάροδο του χρόνου κάτι τέτοιες διοργανώσεις να καταντούν ‘’παράδοση’’ με την έννοια της επανάληψης.

Μια νέα μόδα έχει αρχίσει να γίνεται και το λεγόμενο Beach Tennis. Μια δραστηριότητα αρκετά γνωστή στον Έλληνα λουόμενο δηλαδή η ρακέτα παραλίας έχει εξελιχθεί πλέον σε ανταγωνιστικό σπορ με επίσημες διοργανώσεις να λαμβάνουν χωρά Πανευρωπαϊκά αλλά και Παγκοσμίως.

Παρακάτω μέρος από το καλεντάρι για το 2011.



ITF BEACH TENNIS TOUR CALENDAR 2011

Please note this calendar is subject to alteration. Correct on Tuesday, 28 June 2011

DATES	EUROPE			REST OF THE WORLD		DATES
06/09 JAN	G3 : SAN MARINO – BORGO MAGGIORE €1,500					06/09 JAN
03/06 MAR	G3 : SAN MARINO – BORGO MAGGIORE €1,500					03/06 MAR
10/13 MAR	G3 : GERMANY – MUNICH			G2 : REUNION – ST.GILLES LES BAINS $5,000		10/13 MAR
18/20 MAR				G1 : MAURITIUS – FLIC EN FLAC $10,000		18/20 MAR
26/27 MAR				G2 : USA – MIAMI $3,000		26/27 MAR
06/10 APR	G4 : SPAIN - LAS PALMAS DE GRAN CANARIA €500					08/10 APR
21/24 APR	G3 : GERMANY – STUTTGART €1,500	G4 : FRANCE – MONTPELLIER (23/24 APR)		G4 : JAPAN – OISO		24 APR
30 APR/01 MAY	G2 : ITALY – CAGLIARI €5,000					03/04 MAY
07/10 MAY	A : WORLD CHAMPIONSHIPS – ITALY – ROME					07/10 MAY
12/15 MAY	G2 : ITALY – SENIGALLIA €5,000			G4 : JAPAN – HAYAMA		14 MAY
21/22 MAY	G3: SAN MARINO – BORGO MAGGIORE €1,500			~~G4 : JAPAN – KUGENUMA~~ (Cancelled due to bad weather)		22 MAY
26/29 MAY	G1 : ITALY – MARINA ROMEA €7,500					28/29 MAY
04/05 JUNE	G2 : ITALY – MARINA DI GROSSETO €5,000			G3 : BRAZIL – PORTO SEGURO $3,000	G3 : USA – LONG BEACH, NY $1,500	04/05 JUNE
11/12 JUNE	G2 : ITALY – ROVIGO €5,000					10/12 JUNE
18/19 JUNE	G2:ITALY-UGENTO €5,000	G3:BULGARIA $1,500-ALDENA	~~G3:SAN MARINO-BORGO MAGGIORE €1,500~~	G4:JAPAN-HIRATSUKA		18 JUNE
25/26 JUNE	G4 : AUSTRIA – WIENER NEUDORF M & W			G4 : FRANCE (GUD) – ST MARTIN €1,000 (25/26 JUNE)	G3 : USA – LONG BEACH, NY $1,500	25 JUNE
02/03 JULY	G2:ITALY-SAN BENEDETTO DEL TRONTO €5,000	G4 : POLAND – PULAWY	G4 : AUSTRIA – VIENNA M (1/3 JULY)			02/03 JULY
09/10 JULY	G2 : ITALY – FREGENE €5,000	G3:SAN MARINO-BORGO MAGGIORE €1,500	G4 : SLOVENIA – DOMZALE	G4 : FRANCE – PLAGE €1,500		09/10 JULY

Το νησί διαθέτοντας ελκυστικές παραλίες θα μπορούσε με την ανάπτυξη των καταλλήλων υποδομών να διεκδικήσει μια θέση στο καλεντάρι των τουρνουά. Έτσι θα αποτελούσε προορισμό αναγκαστικά των συμμετεχόντων αλλά και όσων θεωρούνται “FANS” του συγκεκριμένου σπορ. Επιπροσθέτως αναφορές από διεθνή Μ.Μ.Ε ενισχύουν το προφίλ του προορισμού, λειτουργώντας στην ουσία ως δωρεάν διαφήμιση.

Επίσης όσον αφορά αξιοποίηση των παραλιών-ποταμιών του νησιού δεν ξεχνάμε ότι πρέπει να βελτιωθούν οι υποδομές και κατά συνέπεια και οι προσφερόμενες Υπηρεσίες των ήδη γνωστών δραστηριοτήτων όπως ιστιοπλοΐα, wind surfing, καταδύσεις , κωπηλασία , κανοε-καγιακ.

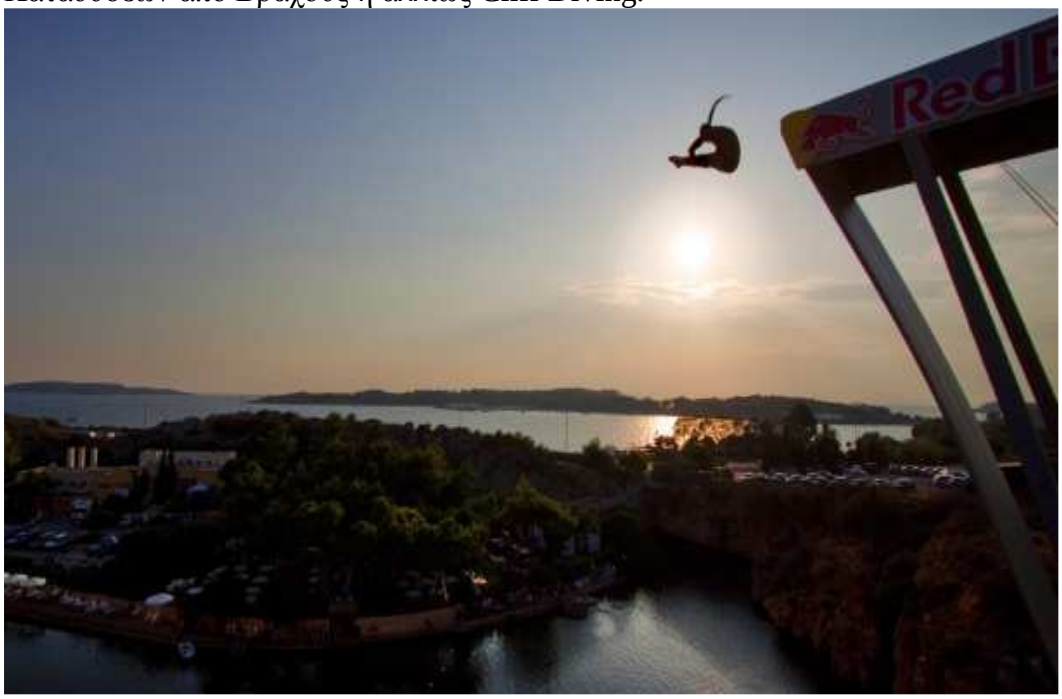
Από την άλλη πλευρά πέραν των παραλιών που συνδέονται άμεσα με τη διάρκεια του καλοκαιριού , η Κρήτη διαθέτει και βουνά τα οποία μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως βάση κάθε λογής αθλητικής δραστηριότητας και που Ίσως δεν εξαρτώνται αποκλειστικά από το καλοκαίρι. Δηλαδή υπάρχουν δραστηριότητες που δεν έχουν σαν αναγκαία προϋπόθεση τις υψηλές θερμοκρασίες του καλοκαιριού.

Οι οπαδοί των αναρριχήσεων, των περιπάτων και του mountain bike θα έχουν στη διάθεση τους πλήθος τοπίων να επισκεφτούν εφόσον αυτά ενισχύονται από την ύπαρξη καταλλήλων υποδομών. υποδομών που δεν αλλοιώνουν το περιβάλλον και δεν θα το επιβαρύνουν κατά τη διάρκεια χρήσης του από τους επισκέπτες. Μιλάμε για υποδομές που θα προσφέρουν τουλάχιστον τις ελάχιστες αναγκαίες υπηρεσίες στους άμεσα ενδιαφερόμενους.

Για παράδειγμα δρόμοι –μονοπάτια προσέγγισης των τόπων, καταφύγια διαμονής ,παροχή νερού και ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης και δυνατότητα τηλεφωνικών επικοινωνιών.

Από κει και πέρα η δημιουργία διεθνών συναντήσεων για κάθε είδος δραστηριότητας προσελκύουν τόσο τους συμμετέχοντες όσο και εκείνους που επιθυμούν να παρακολουθήσουν τέτοιου είδους θεάματα.

Αναφορά αξίζει να γίνει και στην δημοτικότητα που κερδίζει το σπορ των Καταδύσεων από Βράχους ή αλλιώς Cliff Diving.



Ήδη το 2011 έλαβε μέρος στην Αθήνα και συγκεκριμένα στη λίμνη Βουλιαγμένης γύρος Παγκοσμίου Προγράμματος. Μάλιστα ο ίδιος τόπος είχε φιλοξενήσει το 2009 τους τελικούς των Καταδύσεων , στην πρώτη μάλιστα χρονιά διοργάνωσης του συγκεκριμένου σπορ.

Η Κρήτη ασφαλώς και διαθέτει τις απαραίτητες φυσικές υποδομές για να εκμεταλλευτεί είτε διοργανώνοντας αγώνες είτε ως παρέχοντας τα απαραίτητα σε αθλητές του σπορ για να αποτελεί προπονητικό τους κέντρο.

Και με τους 2 τρόπους αποτελεί πόλο έλξης Τουρισμού και άρα αιτία γενικότερης τουριστικής ανάπτυξης.

Και στο συγκεκριμένο σπορ οι αναφορές των διεθνών μέσων ενημέρωσης είναι σημαντικές και συντελούν στο να ακούγεται το μέρος φιλοξενίας της όλης δράσης.

Επίσης παρά τις αντιδράσεις για την κατασκευή γηπέδων Γκολφ στην Κρήτη , από τη στιγμή που πλέον υπάρχουν γήπεδα θα πρέπει να αξιοποιηθούν στο έπακρο , ώστε να συμβάλουν στην γενικότερη τουριστική ανάπτυξη. Θα πρέπει λοιπόν να γίνει σωστή μελέτη στον τρόπο και τη μέθοδο προσέλκυσης του τουρίστα Γκόλφερ. Ένα θετικό

είναι ότι συνήθως οι ασχολούμενοι με το σπορ αυτό είναι άτομα υψηλού εισοδήματος πράγμα βέβαια απολύτως θεμιτό.

Προσελκύοντας λοιπόν παίχτες του Γκολφ σημαίνει ότι πέραν του βασικού , δηλαδή την ύπαρξη ποιοτικών εγκαταστάσεων , θα πρέπει να υπάρχουν μονάδες διανυκτέρευσης , εστίασης κτλ δηλαδή ένα ολοκληρωμένο σύστημα διαβίωσης. Άρα θα πρέπει να ύπαρξη ανάπτυξη ξενοδοχειακών μονάδων , εστιατορίων εμπορικών καταστημάτων , κέντρων διασκέδασης κτλ συμβάλλοντας με αυτόν τον τρόπο στην γενικότερη αναβάθμιση της εν λόγω περιοχής.

6.6.3. ΔΙΑΧΕΙΜΑΣΗ

Η Διαχείμαση ως τουριστικό προϊόν προκύπτει από την τμηματοποίηση της ζήτησης και αφορά στο τμήμα αυτής που ενδιαφέρεται να ζει για ένα μεγάλο μέρος του χρόνου σε έναν προορισμό διαφορετικό από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας του και ο οποίος κατά τεκμήριο διαθέτει καλύτερες κλιματολογικές συνθήκες. Η διαχείμαση πληρεί το κριτήριο του μη εποχικά ευαίσθητου προϊόντος και αποτελεί σημαντικό στοιχείο για το visitor economy.

Η διαχείμαση αναφέρεται ευρύτερα σε όλους όσοι επιθυμούν να αγοράσουν κατοικία στη Κρήτη και να διαβιούν εδώ, είτε όλο το χρόνο είτε μέρος αυτού. Ο καλύτερος τρόπος κάλυψης αυτής ανάγκης είναι μέσα από την ανάπτυξη των τουριστικών κατοικιών, ως αναπόσπαστων τμημάτων ευρύτερων τουριστικών συγκροτημάτων, διότι έτσι επιτυγχάνεται η τόνωση της τουριστικής ζήτησης, κυρίως στην εκτός αιχμής περίοδο.

Η ανάπτυξη της τουριστικής κατοικίας πρέπει να είναι ήπια, ελεγχόμενη, με υψηλές προδιαγραφές και προστιθέμενη αξία που δεν θα προσανατολίζεται απλά στην προσέλκυση των χαμηλοσυνταξιούχων της Ευρώπης, αλλά θα απευθύνεται στους τουρίστες υψηλής εισοδηματικής στάθμης.

Η συγκεκριμένη αγορά είναι ιδιαίτερα ελκυστική. Εκτιμάται ότι περισσότεροι από ένα εκατομμύριο Ευρωπαίοι θεωρούν την Ελλάδα ως υποψήφιο προορισμό δεύτερης κατοικίας. Ο αριθμός είναι αρκετά μεγάλος ώστε η Κρήτη να πάρει ένα μεγάλο μέρος της πίτας συνολικά. Η αγορά των ταξιδιών προς τουριστική κατοικία (βλ. Πίνακα), συγκαταλέγεται ανάμεσα στις τρεις-τέσσερις (3-4) σπουδαιότερες αγορές και κατά συνέπεια πρέπει να της δώσουμε την αντίστοιχη προτεραιότητα.

Πίνακας 47: **Ταξίδια προς Τουριστική Κατοικία**

Εξερχόμενος από Ευρώπη τουρισμός: ταξίδια (000) προς τουριστική κατοικία, 2009

	Ευρώπη	Γερμανία	Μ. Βρετανία	Γαλλία	Ιταλία	Ολλανδία
Συνολικός αριθμός ταξιδιών εξερχόμενου τουρισμού	393.392	72.625	58.360	31.059	21.625	22.624
Ταξίδια προς τουριστική κατοικία/ Holiday Home	38.800	4.139	9.932	2.565	2.183	650
%	10%	6%	17%	8%	10%	3%

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων UNWTO, World Travel Monitor, 2009

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Σε ένα άκρως ανταγωνιστικό περιβάλλον ο Τουρισμός της Κρήτης θα πρέπει καταρχήν να επιβιώσει και εν συνεχεία να προσπαθήσει να διεκδικήσει όσον το δυνατό μεγαλύτερο κομμάτι από την πίτα.

Για να υλοποιηθούν τα παραπάνω είναι απαραίτητος ένας επανασχεδιασμός του μοντέλου πάνω στο οποίο αναπτύσσεται ο Τουρισμός. Οι αρμόδιοι κρατικοί φορείς αλλά και οι επιχειρηματίες που επενδύουν στον κλάδο του τουρισμού δεν πρέπει να μένουν παγιδευμένοι στο μοντέλο με το οποίο ο Τουρισμός της χώρας μας γενικότερα αναπτύχθηκε τα προηγούμενα έτη.

Το μοντέλο εκείνο έκανε τον κύκλο του. Είναι καιρός για ριζική ανανέωση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος τόσο της χώρας όσο και της Κρήτης που μας απασχολεί.

Βέβαια κάτι τέτοιο δεν είναι δυνατόν να πραγματοποιηθεί από τη μια μέρα στην άλλη. Χρειάζεται οργάνωση ,σχεδιασμό και τήρηση των 2 σε ένα χρονοδιάγραμμα χωρίς αποκλίσεις.

Ο Τουρισμός το τελευταίο ίσως χαρτί στα χέρια της εθνικής μας οικονομίας ,άρα και της οικονομίας της Κρήτης δεν πρέπει να καεί αβίαστα ή μάλλον δεν πρέπει να καεί καθόλου.

Είναι καιρός όλοι οι φορείς να δουλέψουν συντονισμένα πάνω σε ένα πρόγραμμα δημιουργίας ανταγωνιστικού Τουριστικού προϊόντος που θα μπορεί να ανταπεξέλθει τον σκληρό ανταγωνισμό γειτονικών προορισμών.

Η Κρήτη με ατού τη γεωγραφική της θέση, το κλίμα , τα πολιτισμικά χαρακτηριστικά της και τον φυσικό πλούτο και τη μοναδικότητα της διατροφής της μέσω των γεωργικών προϊόντων αλλά και αυτών της αλιείας και της κτηνοτροφίας θα έπρεπε να αποτελεί σημείο αναφοράς στα τουριστικά προϊόντα της Μεσογείου.

Είναι καιρός η Κρήτη να προβάλλει όλα τα παραπάνω και να μην μένει στάσιμη μόνο στην προβολή του ήλιου και της θάλασσας. Το νησί θα πρέπει να προβάλει τα μοναδικά χαρίσματα του και κατά τη χειμερινή περίοδο.

Οι Εναλλακτικές Μορφές θα πρέπει να αποτελέσουν τον άξονα γύρω από τον οποίο θα αναπτυχθεί το νέο προφίλ του Κρητικού Τουρισμού.

Οι Εναλλακτικές Μορφές θα αποτελέσουν το μέσο μέσω του οποίου η Κρήτη θα καταφέρει να αξιοποιήσει στο έπακρο όλες της , τις δυνατότητες και έτσι να προσελκύσει ένα ποιοτικότερο προφίλ τουριστών. Θα μπορέσει να κάνει άνοιγμα σε νέες αγορές και να τραβήξει τουρισμό υψηλοτέρων εισοδημάτων.

Έτσι θα τονωθεί η οικονομία του νησιού και θα δημιουργηθούν θέσεις εργασίας. Στα συν και η εισροή ξένου χρήματος μέσω των καταναλώσεων των τουριστών.

Όμως το νέο μοντέλο στο οποίο θα σχεδιαστεί η ανάπλαση του τουριστικού προϊόντος δεν θα πρέπει να είναι «ξενοδοχειακοκεντρικό». Ανάπτυξη σημαίνει γενικότερη ανάπτυξη και όχι μιας μόνο έκφανσης της τουριστικής δραστηριότητας.

Τουριστική Ανάπτυξη δεν σημαίνει απλά πληρότητα σε ξενοδοχειακές μονάδες. Σημαίνει επισκέψεις σε μουσεία ,σε αρχαιολογικούς χώρους, σε ιστορικά και πολιτισμικά μνημεία , σε εθνικά πάρκα και εθνικούς δρυμούς , περιηγήσεις σε τόπους φυσικού κάλλους, κατανάλωση και πωλήσεις παραδοσιακών προϊόντων , Ανάπτυξη και ενίσχυση βιοτεχνιών. Γνωριμία με την φύση και τους ανθρώπους με τις συνήθειες τους τις παραδόσεις και τα έθιμα αλλά και την διατροφή την μαγειρική και την διασκέδαση τους.

Η Κρήτη σε σύνδεση με την Ελλάδα γενικότερα έχει αρκεστεί στο να πουλάει ήλιο και παραλία. Πλέον αυτά τα προσφέρουν οι ανταγωνιστές σε καλύτερη ποιότητα και χαμηλότερες τιμές. Είναι καιρός να προβάλλει Πλέον άλλη θεματολογία στον υποψήφιο αγοραστή ή και να προσπαθήσει να τραβήξει τον τουρίστα με διαφορετικά κίνητρα από αυτά του απλού παραθεριστή που απλά διαμένει σε κάποια Τουριστική μονάδα και απολαμβάνει απλά τον ήλιο.

Μέχρι τώρα όλα ήταν προσαρμοσμένα για την ικανοποίηση αυτού του τύπου τουρίστα με επακόλουθο να παραμερίζονται οι ανάγκες του εναλλακτικού τουρίστα. Που επιθυμεί να έχει έναν πιο ενεργό ρολό. Που θέλει να έχει δραστηριότητες να γνωρίσει νέα πράγματα και να ζήσει νέες εμπειρίες.

Ας αρχίσουμε λοιπόν να καλύψουμε τις ανάγκες του εναλλακτικού τουρίστα ώστε να επιτύχουμε την ζητούμενη τουριστική ανάπτυξη προς όφελος του νησιού και κατά συνεπεία της χώρας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Α. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

1 Butler,R.W.,(1990),"Alternative tourism: pious hope or Trojan Horse?", Journal of Travel Research, Vol. 28(3),pp.40-45

2 Cazes,G.H. (1989),"Alternative tourism: Reflections on an ambiguous concept. In:Singh,T.V., Theus, H.L & Go, F.M (eds).Towards Appropriate Tourism: The Case of Developing Countries , Frankfurt: Peter Lang,pp117-126"1989

3 Coccosis,H & A. Parpairis,(1996),"Tourism and carrying capacity in costal areas:Mykonos,Greece",1996

4 Cohen,E.,(1973),"Nomads from affluence: Notes on the phenomenon of drifter tourism, International Journal of Comparative Sociology, Vol 14(1-2),pp.89-103., 1973

5 Cohen,E.,(1979),"A phenomenology of tourist experiences, Socilogy, Vol. 13(2),pp.179-201.,1979

6 Doggart,C. & N.Doggart,(1996)"Environmental impacts of tourism in developing countries, Travel and Tourism Analyst.2,pp.71-86",1996

7 Gannon,A.,(1993),"Rural tourism as a factor in rural community economic development for economies in transition, In: Bramwell,B.and Lane,B.(eds),Rural Tourism and Sustainable Tourism development, Channel View:Clevedon,pp.51-60.,1993

8 Himmetoglu,B.,(1992),"What is soft tourism? Proceedings of the International Conference on Architecture of Soft Tourism Trabzon, Turkey: Yildz University Faculty of Architecture Press.

9 Iakovidou,O.,(2002),"Women's Agrotourist Cooperatives in Greece: Key Elementsfor Their Succeful Operation",Journal of Rural Cooperation, Vol30(1),pp13-24.,2002

10 Inskeep,E.,(1991),"Tourism Planning:An Integrated and Sustainable Development Approach, New York: Van Nostrand Reinhold

11 Laarman,J.G. and P.B. Durst,(1987),"Nature travel and tropical forests, FPEI Working Paper 23,Research Triangle Park,NC:Southeastern Center of Forest Economics Research.,1987

12 Lane,B.,(1993),"Sustainable rural tourism strategies: A tool for development and conservation, In: Bramwell,B & Lane,B.(eds),Rural Tourism and sustainable Tourism Development, Channel view,Clevedon,pp.102-111", 1993

13 Pearce,D.G.,(1989),"Alternative Tourism:Concepts,classifications and questions In: Smith,V.L & Eadingtom, W.R (eds), Tourism Alternatives:Potential and Problems in the development of Tourism,Philadelphia:University of Philadelpheia Press & International Academy for the study of Tourism", 1989

Β. ΔΙΕΘΝΗΣ ΜΕΤΑΦΡΑΣΜΕΝΗ

1 Fennell D.,(2001),"Οικοτουρισμός",Εκδόσεις Έλλην 2001

2 Ghiolman,M.,(1996),"Ελληνικός τουρισμός, μύθοι και πραγματικότητα, το Yachting στην Ελλάδα,Εκδόσεις Anubis,1996

3 Roger Doswell,(2002) "Τουρισμός-Ο ρόλος του αποτελεσματικού μάνατζμεντ" , Κριτική

4 Siegfried,A.,(1995),"Les Aspects du XX Siecle" στο Βαρβαρέσος Στ.,(2000),"Τουρισμός: Οικονομικές Προσεγγίσεις", Εκδοσεις Προπομπός 2000

Γ. ΕΛΛΗΝΙΚΗ

1 Αβδελλή Θεολογία (2005), "Προϋποθέσεις Βιώσιμης Τουριστικής Ανάπτυξης", άρθρο στην ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΗ ΕΠΙΘΕΡΗΣΗ, www.oikologos.gr

2 Αποστολόπουλος, Κ. και Σδράλη, Δ.(2009), "Εναλλακτικός και Ήπιος Τουρισμός Υπαίθρου", σελ. 11 Εκδόσεις Ελληνοεκδοτική 2009.

3 Βαρβαρέσος. Σ. (2009), "Η κρίση του ελληνικού μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης και η διεθνής οικονομική κρίση", Διεθνής οικονομική κρίση και Τουρισμός, Επιστημονική ημερίδα από το Τμ. Τουριστικών Επιχειρήσεων ΤΕΙ Αθήνας, 19 Μαρτίου 2009,σελ. 10-18.

4 Βενετσανοπούλου Μ.,(2006),"Η κρατική συμβολή στον τουρισμό, εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ιστορική εξέλιξη-θεσμικό πλαίσιο, Εκδόσεις Interbooks, 2006, σελ. 141, 262-264, 225-231.

5 Γιάννης Χρηστάκης, Γιώργος Πατερακης,(1995),"Η Κρήτη και η Ιστορία της", Εκδόσεις Καλέντη 1995

6 Δ. Καραχοντζίδης-Κ.Σφακιανάκης,(2002) "Τουριστική εποχικότητα", Περιοδικό Τουρισμός και Οικονομία, τεύχος Σεπτεμβρίου 2002

7 ΕΟΤ/Τουρισμός (1985),"Ανάπτυξη, συμμετοχή, ποιότητα ζωής", Εκδοση Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού 1985

8 Ηγουμενάκης, Ν., (1997),"Τουριστική Οικονομία", Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1997,σελ. 76-82 ,102-104.

9 Ηγουμενάκης, Ν., (2007), "Τουρισμός και Οικονομία", Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα 2007,σελ. 13-19.

10 Ιακωβίδου,Ο.(2006),"Αγροτικός Τουρισμός: Η Ελληνική πραγματικότητα ,Εισήγηση στο Αναπτυξιακό Συνέδριο Νομού Δράμας,3ο Θεματικό πεδίο: Περιβάλλον-Τουρισμός-Πολιτισμός,Δράμα,28&29 Ιανουαρίου, http://www.drama.gr/anaprtyxiako,σελ.3-7.

11 Κ. Κραβαρίτη,(1992),"Επαγγελματικός Τουρισμός", Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1992 σελ.41-46

12 Κ.Ανδριώτης,(2003),"Ο εναλλακτικός τουρισμός και τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά του",ΤΟΠΟΣ Επιθεώρηση χωρικής ανάπτυξης, σχεδιασμού και περιβάλλοντος, 20-21/2003, ISSN 1105-3267, σσ Επαγγελματικός Τουρισμός.σελ. 139-154

13 Κοκκώσης Χ. – Παρπαίρης Α.,(1995), "Φέρουσα Ικανότητα: Καταλύτης διαμόρφωσης αρμονικών σχέσεων τουρισμού και περιβάλλοντος", Τεχνικά Χρονικά, Τεύχος 5/95

14 Κοκκώσης-Τσάρτας,(2001),"Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβαλλον", Κριτικη 2001
15 Κολτσιδόπουλος,Γ.Δ., (2005), "Τουρισμός Θεωρητική Προσέγγιση", Εκδόσεις Έλλην, Αθήνα 2005,σελ. 11-17
16 Λαγός Δ., Τομάρας Π. (2005), "Ο Αγροτουρισμός ως Παράγοντας Τοπικής Ανάπτυξης: Η περίπτωση της Έλλαδας", http://dspace.libuom.gr/bitstream/2159/1954/1/tomaras_5_16_2005.pdf, σελ.6-12
17 Λαζανά,Φ.,(2003),"Εισαγωγή στον επαγγελματικό τουρισμό", Εκδόσεις Interbooks,2003
18 Μελάκη Ε.,(2007), "Ήπιες μορφές τουρισμού" Πτυχιακή εργασία, ΑΤΕΙ Ηράκλειο
19 Μεταξάς Θ.Ι.,(2002),"Πως διαμορφώνεται η εικόνα της πόλης μέσα από τη σχέση αστικού τουρισμού και εμπορευματοποίησης: ευκαιρίες ανάπτυξης προς εκμετάλλευση και κίνδυνοι προς αποφυγή", Επιθεώρηση Χωρικής Ανάπτυξης Σχεδιασμού και Περιβάλλοντος, 18-19/2002,ISSN 1105-3267,σελ.229-249.
20 Μπουτάρης,Γ.,Συνέδριο Οινικής Πράξης και Προβληματισμού,Λεμεσός,Κύπρος,2008
21 Ν. Ηγουμένης, (1998),"Τουριστικό Μάρκετινγκ", Εκδότης Interbooks, Αθήνα 1998 σελ.68-72
22 Νομαρχιακή αυτοδιοίκηση Χανίων, "Ο βόρειος οδικός άξονας της Κρήτης και το λοιπό οδικό δίκτυο", 2008
23 ΟΟΣΑ,(2010),"Health Data"
24 Π. Λύτρας,(1987), "Τουριστική Κοινωνιολογία", Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1987
25 Π. Λύτρας,(1993), "Τουριστική Ψυχολογία", Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 1993
26 Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO), "Ορισμός του τουρίστα"
27 Παναγιωτάκης Νικόλαος,(1998),"Κρήτη Ιστορία και Πολιτισμός", Βικελαία Βιβλιοθήκη 1998
28 Παρταλίδου,Μ.,(2005),Η προτυποποίηση ως παράγοντας διαχείρισης και προώθησης του αγροτικού τουρισμού, Διδακτορική διατριβή, Τμήμα Γεωπονίας ,Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης , Θεσσαλονίκη,σελ.25-26.
29 Παυλόπουλος,Π.,(2002),"Ο Χειμερινός τουρισμός στην Ελλάδα",ΙΤΕΠ.
30 Ρίγγας Χρήστος,(2003),"Αειφορία ήπιων μορφών Τουρισμού",σημειώσεις 2003
31 ΣΕΤΕ,"ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΑΠΟ ΑΙΑ (για το αεροδρόμιο της Αθήνας) - ΥΠΑ (για τα υπόλοιπα αεροδρόμια)"
32 Σφακιανάκης Μ.,(2000),"Εναλλακτικές μορφές τουρισμού",Εκδόσεις Έλλην 2000
33 Το Βήμα (2011), "Πτώση έως και 20% στην εγχώρια τουριστική κίνηση το 2011 δείχνουν τα στοιχεία", δημοσίευση στο Βήμα, http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=391408, 23/03/2011.
34 Τσάρτας,Π.,(1996),"Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό", Εκδόσεις Έξαντας, Αθήνα 1996

Δ. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

1 http://el.wikipedia.org/wiki/ Άγιος_Νικόλαος_Λασιθίου

2 http://el.wikipedia.org/wiki/ Νομός_Λασιθίου

3 http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9A%CF%81%CE%AE%CF%84%CE%B7#.CE.99.CF.83.CF.84.CE.BF.CF.81.CE.AF.CE.B1

4 http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9A%CF%81%CE%AE%CF%84%CE%B7#.CE.9C.CF.85.CE.B8.CE.BF.CE.BB.CE.BF.CE.B3.CE.AF.CE.B1

5 http://el.wikipedia.org/wiki/Ηράκλειο

6 http://el.wikipedia.org/wiki/Κρατικός_Αερολιμένας_Χανίων_«Ιωάννης_Δασκαλογιάννης»

7 http://el.wikipedia.org/wiki/Κρήτη

8 http://el.wikipedia.org/wiki/Ρέθυμνο

9 http://el.wikipedia.org/wiki/Σητεία

10 http://el.wikipedia.org/wiki/Χανιά

11 http://users.sch.gr/mfanouraki/project1c/parathalassia/lentas.htm

12 http://www.2811.gr/beaches/ΒΑΪ

13 http://www.2811.gr/beaches/ΕΛΑΦΟΝΗΣΙ

14 http://www.2811.gr/beaches/ΜΑΤΑΛΑ

15 http://www.2811.gr/beaches/ΜΠΑΛΟΣ+(ΓΡΑΜΒΟΥΣΑ)

16 http://www.2811.gr/beaches/ΠΡΕΒΕΛΗ

17 http://www.2811.gr/caves/Ιδαίο+Άντρο

18 http://www.2811.gr/caves/Σπήλαιο+Ζωνιανών+-+Σφεντόνη

19 http://www.2811.gr/caves/Σπήλαιο+Μελιδονίου

20 http://www.2811.gr/caves/Σπήλαιο+Ψυχρού+-+Δικταίο+Άνδρο

21 http://www.2811.gr/cities/ Χανιά

22 http://www.2811.gr/gorges/Αστρακιανό+φαράγγι+(Φαράγγι+Καρτερού)

23 http://www.2811.gr/gorges/Κουρταλιώτικο+Φαράγγι

24 http://www.2811.gr/gorges/Φαράγγι+Αγίου+Νικολάου+(Φαράγγι+Ρούβα+ή+Φαράγγι+Γάφαρη)

25 http://www.2811.gr/gorges/Φαράγγι+Ίμβρου

26 http://www.2811.gr/gorges/Φαράγγι+Σαμαριάς

27 http://www.2811.gr/gorges/Φαράγγι+των+Νεκρών

28 http://www.2811.gr/Κρήτη

29 http://www.aegeancuisine.gr/content/…/Gastronomikos_Tourismos.pdf

30 http://www.agiotatos.gr/greekhistory/islands/2009-07-21-17-30-50.html

31 http://www.alternativegreece.gr

32 http://www.anatolh.com/

33 http://www.ant1online.gr/Ereuna/Pages/200911/5431cfca-786-415c-aa1e-049a037e00d8.aspx

34 http://www.chania-airport-carhire.com/GR-chania-port.php

35 http://www.cretanadventures.gr/gr/kriti-xlorida.html

36 http://www.cretanbeaches.com

37 http://www.cretanbeaches.com/limnes/limnes/limni-faneromenis-mesara/

38 http://www.cretanbeaches.com/limnes/limnes/limni-mpramianon-ierapetra/

39 http://www.cretanbeaches.com/limnes/limnes/limni-votomos-zarou/

40 http://www.cretanbeaches.com/panida/erpeta/thalassies-xelones-kriti/

41 http://www.cretanbeaches.com/panida/ptina/gypaetos-gypaetus-barbatus/

42 http://www.cretanbeaches.com/panida/ptina/vitsila-aquila-chrysaetos/

43 http://www.cretanbeaches.com/panida/thalassia-thilastika/mesogeiaki-fokia-monachus-monachus/

44 http://www.cretanbeaches.com/panida/thilastika/kri-kri-capra-aegagrus-creticus/

45 http://www.cretanbeaches.com/panida/thilastika/kritikos-agriogatos-fourogatos-felis-silvestris-cretensis/

46 http://www.cretanbeaches.com/panida/thilastika/nifitsa-kaloginaikari-mustela-nivalis-galinthias/

47 http://www.e-nerokourou.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=86:2009-12-28-06-53-58&catid=40:2009-12-06-19-43-24&Itemid=57

48 http://www.explorecrete.com/chania/GR-chania-airport.html

49 http://www.explorecrete.com/crete-west/GR-falasarna-paralia.html

50 http://www.explorecrete.com/crete-west/GR-Frangokastello.html

51 http://www.explorecrete.com/crete-west/Rethymnon_oldtown/GR_Rethymnon-venetian-harbour.html

52 http://www.explorecrete.com/Heraklion/GR15-Heraklion-harbour.html

53 http://www.explorecrete.com/Heraklion/GR-Heraklion.html

54 http://www.grhotels.gr/GR/Pages/default.aspx

55 http://www.hcaa-eleng.gr/sitiahist.htm

56 http://www.hellenica.de/Griechenland/Geo/GR/Kriti.html

57 http://www.hellenica.de/Griechenland/Geo/GR/Sitia.html

58 http://www.heraklion-airport-carhire.com/GR-heraklion-airport.php

59 http://www.hotelsline.gr/root/newhotel/mx/m_Kriti_diatrofi.asp

60 http://www.lifemag.gr

61 http://www.metropolitanobesity.gr

62 http://www.travelmagic.gr/magictravel/our_business/2136

63 ΣΕΤΕ(2010), "ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΑΕΠ 2000-2010", ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων της Τράπεζας της Ελλάδος και του World Travel & Tourism Council, Μάρτιος 2011, www.sete.gr.

64 ΣΕΤΕ(2010),"ΑΦΙΞΕΙΣ ΚΑΤΆ ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ 2007-2008", Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος,www.sete.gr.

65 ΣΕΤΕ(2010),"ΑΦΙΞΕΙΣ ΚΑΤΆ ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ 2008-2009", Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος,www.sete.gr.

66 ΣΕΤΕ(2010),"ΑΦΊΞΕΙΣ ΚΑΤΆ ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ 2009-2010", Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος,www.sete.gr.
67 ΣΕΤΕ(2010),"ΔΑΠΑΝΗ ΑΝΑ ΤΑΞΙΔΙ ΜΗ ΚΑΤΟΙΚΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΤΑ ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ 2005-2010",Τράπεζα της Ελλάδος, Απρίλιος 2011,www.sete.gr
68 ΣΕΤΕ(2010),"ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΚΛΙΝΩΝ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ, 1990-2010",ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος,www.sete.gr
69 ΣΕΤΕ(2010),"ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ, ΔΩΜΑΤΙΩΝ, ΚΛΙΝΩΝ, 1990-2010",ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος,www.sete.gr
70 ΣΕΤΕ(2010),"ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ 2000-2010",ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Ελληνικής Στατιστικής Αρχής, Τράπεζας της Ελλάδος και National Statistical Institute of Bulgaria για τον αριθμό των Βούλγαρων εργαζόμενων στη χώρα μας την περίοδο 2002-2006,www.sete.gr.
71 ΣΕΤΕ(2010),"ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΣΤΑ ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ, ΙΑΝ-ΔΕΚ 2008/2007"ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από ΑΙΑ (για το αεροδρόμιο της Αθήνας) - ΥΠΑ (για τα υπόλοιπα αεροδρόμια),www.sete.gr.
72 ΣΕΤΕ(2010),"ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΣΤΑ ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ, ΙΑΝ-ΔΕΚ 2009/2008"ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από ΑΙΑ (για το αεροδρόμιο της Αθήνας) - ΥΠΑ (για τα υπόλοιπα αεροδρόμια),www.sete.gr.
73 ΣΕΤΕ(2010),"ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΣΤΑ ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ, ΙΑΝ-ΔΕΚ 2010/2009"ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από ΑΙΑ (για το αεροδρόμιο της Αθήνας) - ΥΠΑ (για τα υπόλοιπα αεροδρόμια),www.sete.gr.
74 ΣΕΤΕ(2010),"ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΣΤΑ ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ, ΙΑΝ-ΔΕΚ 2011/20010"ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από ΑΙΑ (για το αεροδρόμιο της Αθήνας) - ΥΠΑ (για τα υπόλοιπα αεροδρόμια),www.sete.gr.
75 ΣΕΤΕ(2010),"ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΔΙΕΘΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ 2000-2010",ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Ελληνικής Στατιστικής Αρχής, Τράπεζας της Ελλάδος και National Statistical Institute of Bulgaria,www.sete.gr
76 ΣΕΤΕ(2010),"ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΒΑΣΕΙ ΔΙΕΘΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΝ 2007-2010",ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Παγκόσμιο Τουριστικό Βαρόμετρο, Απρίλιος 2011),www.sete.gr
77 ΣΕΤΕ(2010),"ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΒΑΣΕΙ ΤΩΝ ΔΙΕΘΝΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ, 2000-2010",ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Ελληνικής Στατιστικής Αρχής και Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Παγκόσμιο Τουριστικό Βαρόμετρο, Απρίλιος 2011),www.sete.gr
78 ΣΕΤΕ(2010),"ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ ΤΩΝ 5 ΚΥΡΙΟΤΕΡΩΝ ΑΓΟΡΩΝ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΔΙΕΘΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ, 2000-2009",ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από Ελληνική Στατιστική Αρχή και Τράπεζα της Ελλάδος,www.sete.gr
79 ΣΕΤΕ(2010),"ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΒΑΣΕΙ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΝ 2007-2010",ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Παγκόσμιο Τουριστικό Βαρόμετρο, Απρίλιος 2011),www.sete.gr
80 ΣΕΤΕ(2010),"ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ 2000-2010",ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Ελληνικής Στατιστικής Αρχής, Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού και National Statistical Institute of Bulgaria,www.sete.gr

81 ΣΕΤΕ(2010),"ΜΕΣΗ ΚΑΤΑ ΚΕΦΑΛΗ ΔΑΠΑΝΗ 2000-2010",ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Ελληνικής Στατιστικής Αρχής και Τράπεζας της Ελλάδος,www.sete.gr

82 ΣΕΤΕ(2010),"ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ 2010 ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ",Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας, 2010.,www.sete.gr

83 ΣΕΤΕ(2010),"ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ, ΔΩΜΑΤΙΩΝ, ΚΛΙΝΩΝ ΚΑΤΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ, 2007-2010",ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος,www.sete.gr

84 ΣΕΤΕ(2010),"ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΝ ΚΑΤΑ ΜΗΝΑ, 2000-2010",ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Τράπεζας της Ελλάδος,www.sete.gr

85 ΣΕΤΕ(2010),"ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ ΑΝΑ ΛΟΓΟ ΤΑΞΙΔΙΟΥ, 2005-2010",ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από Τράπεζα της Ελλάδος,www.sete.gr

86 ΣΕΤΕ(2010),"ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ ΚΑΤΑ ΜΗΝΑ 2008-2009",ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Τράπεζας της Ελλάδος,www.sete.gr

87 ΣΕΤΕ(2010),"ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ ΚΑΤΑ ΜΗΝΑ 2009-2010",ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Τράπεζας της Ελλάδος,www.sete.gr

88 ΣΕΤΕ(2010),"ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ 2000-2010", ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων του World Travel & Tourism Council, Μάρτιος 2011, www.sete.gr.

89 ΣΕΤΕ(2010),"ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ 2000-2010",ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων της Τράπεζας της Ελλάδος,www.sete.gr

90 ΣΕΤΕ(2010),"ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ ΑΝΑ ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ 2005-2010",Τράπεζα της Ελλάδος, Απρίλιος 2011,www.sete.gr