

Α.Τ.Ε.Ι. ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΚΡΗΤΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
ΜΕΛΕΤΗ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗ
ΚΡΗΤΗ



ΓΙΑΝΝΕΣΚΗ ΕΥΤΥΧΙΑ

ΗΡΑΚΛΕΙΟ 2009,

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΜΑΡΑΓΚΑΚΗΣ ΣΠΥΡΙΔΩΝ

Περιεχόμενα

Κεφάλαιο 1	
Εισαγωγή-Ευχαριστίες.....	
Περίληψη.....	
Μεθοδολογία και Τρόπος Συλλογής Πηγών και Πληροφοριών Εκπόνησης Πτυχιακής Εργασίας	
1.1. Συλλογή Δεδομένων.....	
1.2. Δευτερεύοντα Δεδομένα.....	
1.2.1. Μειονεκτήματα Δευτερογενών Δεδομένων.....	
1.3. Ανάλυση Δεδομένων.....	
Κεφάλαιο 2	
Τουρισμός στα Νησιά και Επιπτώσεις της Τουριστικής Ανάπτυξης	
2.1 .Νησιά και Τουριστική Ανάπτυξη στην Ελλάδα.....	
2.2. Το εννοιολογικό περιεχόμενο του τουρισμού.....	
2.3. Η εξέλιξη του Τουρισμού και η Σημασία του.....	
2.4. Οι Επιπτώσεις της Τουριστικής Ανάπτυξης στον Πολιτισμό ,στην Κοινωνία και στην Οικονομία.....	
2.5. Οι Επιπτώσεις της Τουριστικής Ανάπτυξης στο Περιβάλλον.....	
Κεφάλαιο 3	
Το Φαινόμενο της Εποχικότητας στο Τουρισμό στην Ελλάδα – Περίπτωση Μελέτης οι Νομοί Λασιθίου , Ηρακλείου, Ρεθύμνου, Χανίων στη Κρήτη	
3.1. Εποχικότητα και Τουρισμός.....	
3.2. . Εποχικότητα στο Τουρισμό και στην Ελλάδα.....	
3.3. Παράγοντες που επηρεάζουν την Εποχικότητα του Τουρισμού στην Ελλάδα.....	
3.4. Επιπτώσεις στην Ελλάδα από το φαινόμενο της Εποχικότητας στον Τουρισμό.....	
3.5. Το Φαινόμενο της Εποχικότητας στο Τουρισμό και Επιπτώσεις στους (4)Τέσσερις Νομούς της Κρήτης.....	
3.5.1. Οικονομικές Επιπτώσεις.....	
3.5.2. Κοινωνικές Επιπτώσεις.....	
3.5.3. Αλληλεπίδραση Κοινωνικοοικονομικών Επιπτώσεων που προκαλούνται από το Φαινόμενο της Εποχικότητας Τουρισμού στο Νησί της Κρήτης.....	
3.6. Προτεινόμενες λύσεις για το Φαινόμενο του Εποχιακού Τουρισμού στο Νησί της Κρήτης και τους Νομούς της.....	
3.7. Μέτρα της Πολιτείας για την Αντιμετώπιση του Φαινομένου του Εποχιακού Τουρισμού στη Κρήτη.....	
Κεφάλαιο 4	
Καταγραφή Αποτελεσμάτων Ερωτηματολογίων προς Ξενοδόχους και Τουρίστες στους (4) Τέσσερις Νομούς της Κρήτης	
4.1. Ενδεικτική Ανάλυση Απαντήσεων στο Ερωτηματολόγιο για τους Ξενοδόχους.....	
4.2. Ενδεικτική Ανάλυση Απαντήσεων στο Ερωτηματολόγιο για τους Τουρίστες.....	
Κεφάλαιο 5	
Επίλογος – Συμπεράσματα.....	
Παράρτημα-Βιβλιογραφία.....	

Περίληψη-Ενότητες Ανάπτυξης

Η συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία εξετάσει το φαινόμενο της εποχικότητας του Τουρισμού στο νησί της Κρήτης και συγκεκριμένα στους τέσσερις νομούς της, δηλαδή στο Νομό Ηρακλείου, Χανίων, Ρεθύμνου και Λασιθίου.

Στη μελέτη αυτή της πτυχιακής εργασίας ,στο Κεφάλαιο ένα θα δούμε τους τρόπους με τους οποίους ολοκληρώθηκε η εργασία, συγκέντρωση των απαραίτητων πληροφοριών για την συγγραφή αυτής της πτυχιακής εργασίας, την συλλογή δεδομένων, δευτερογενών δεδομένων , τα μειονεκτήματα τους και την ανάλυση τους γενικότερα.

Στο Κεφάλαιο δύο θα δούμε την αύξηση του Τουρισμού στα Νησιά της Ελλάδος και τις επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στον Πολιτισμό, στην Κοινωνία , στην Οικονομία και στο Περιβάλλον. Επίσης θα αναφερθεί το εννοιολογικό περιεχόμενο ,η εξέλιξη του Τουρισμού και η Σημασία του.

Στο Κεφάλαιο τρία παρουσιάζεται το Φαινόμενο της Εποχικότητας στον Τουρισμό στην Ελλάδα , την περίπτωση μελέτης οι Νομοί Ηρακλείου , Λασιθίου , Ρεθύμνου και Χανίων , παράγοντες που επηρεάζουν την Εποχικότητα του Τουρισμού στην Ελλάδα και Επιπτώσεις στους τέσσερις νομούς της Κρήτης οικονομικές και κοινωνικές. Επίσης αναφέρεται και οι τρόποι για να λυθεί το φαινόμενο αυτό και Μέτρα της Πολιτείας για την Αντιμετώπιση του.

Στο Κεφάλαιο τέσσερα θα διεξαχθεί και μια ανάλυση με ερωτηματολόγια τα οποία έχουν συμπληρωθεί από τουρίστες και ξενοδόχους και αφορούν τις υπηρεσίες που προσφέρονται στους τουρίστες, την εξυπηρέτηση τους, το τι εκείνοι θα επιθυμούσαν να λαμβάνουν στις διακοπές τους αλλά και ζητήματα τα οποία απασχολούν τους ξενοδόχους και κατέχουν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη και προάσπιση του τουρισμού και των αντιστοίχων υπηρεσιών που παρέχονται στα ξενοδοχεία του συγκεκριμένου νησιού. Φυσικά και όπως ήδη αναφέρθηκε, σημαντικό ρόλο στην διερεύνηση αυτή κατέχει και η έρευνα η οποία διεξήχθη και βοήθησε στην εξαγωγή αποτελεσμάτων και αντίστοιχων συμπερασμάτων τη συγγραφέα.

Ευχαριστίες

Ένα πολύ μεγάλο ευχαριστώ στον Καθηγητή μου και επιβλέποντα της συγκεκριμένης πτυχιακής εργασίας Κο Σπυρίδων Μαραγκάκη για την πολύ μεγάλη βοήθεια του κατά την διάρκεια της έρευνας μου.

Θα ήθελα επίσης να ευχαριστήσω όλους τους ειδικούς αλλά και εκείνους που ασχολούνται με το θέμα του τουρισμού στο νησί της Κρήτης και με το τρόπο με τον οποίο αντιμετωπίζουν το φαινόμενο του εποχιακού τουρισμού. Επίσης με θέματα που αφορούν τα μέτρα εκείνα που εφαρμόζονται από τους υπευθύνους των ξενοδοχειακών μονάδων και τι πράττουν σε κάθε περίπτωση για την διατήρηση αλλά και προσέλκυση νέων πελατών.

Επιπλέον θα ήθελα να εκφράσω την ευγνωμοσύνη μου στο προσωπικό των διαφόρων οργανισμών και περιοδικών τύπου που ασχολούνται με αυτού του είδους την θεματολογία, για την απεριόριστη παροχή πληροφοριών σχετικά με τις μορφές και τρόπους λειτουργίας των ξενοδοχειακών μονάδων στη Κρήτη.

Τέλος, θα επιθυμούσα να αποστείλω τις ευχαριστίες μου στα μέλη της οικογενείας μου αλλά και τους φίλους μου, οι οποίοι όλο αυτόν τον καιρό της προετοιμασίας της συγκεκριμένης εργασίας αλλά και έρευνας με στήριξαν σε υπέρτατο βαθμό.

Εισαγωγή

Ο Τουρισμός, είτε με τη διεθνή του έννοια είτε με την τοπική του έννοια, δημιουργεί μια συγχώνευση ανθρώπων από διαφορετικές κοινωνικές και πολιτισμικές ρίζες, και μία σημαντική αναδιανομή εισοδήματος από κυρίως εύρωστες βιομηχανικά περιοχές προς περιοχές που δεν έχουν βιομηχανική βάση ή κάποιον άλλο παράγοντα δημιουργίας μεγάλης προστιθέμενης αξίας.

Ο Τουρισμός, με τη μορφή που εμφανίζεται στις μέρες μας, αποτελεί κατεξοχήν φαινόμενο του 20ου αιώνα. Η αρχή μαζικού τουρισμού ξεκίνησε από την Αγγλία κατά τη διάρκεια της βιομηχανικής επανάστασης με την άνοδο της αστικής τάξης και την σχετική φθηνή μεταφορά. Η δημιουργία της εμπορικής αεροπορικής βιομηχανίας μετά το τέλος του 2^{ου} παγκοσμίου πολέμου και η μετέπειτα ανάπτυξη των υπερηχητικών αεροσκαφών στη δεκαετία του 1950, έδωσε το σήμα για την γρήγορη ανάπτυξη των υπερπόντιων ταξιδιών.

Αυτή η ανάπτυξη οδήγησε στη δημιουργία και ανάπτυξη μιας νέας βιομηχανίας, της Τουριστικής. Με τη σειρά του, ο Διεθνής Τουρισμός έγινε το σημείο ενδιαφέροντος για έναν μεγάλο αριθμό κυβερνήσεων σε όλο τον κόσμο, αφού όχι μόνο έδινε νέες θέσεις εργασίας αλλά μετατρέπεται ένα σημαντικό μέσο για την εισροή ξένου συναλλάγματος. Ο Τουρισμός στις μέρες μας έχει αναπτυχθεί σημαντικά σε οικονομικό και σε κοινωνικό επίπεδο. Άλλωστε ο πιο γρήγορα αναπτυσσόμενος οικονομικός τομέας των πιο αναπτυγμένων βιομηχανικά χωρών τα τελευταία χρόνια, είναι ο τομέας των υπηρεσιών. Το μεγαλύτερο κομμάτι του τομέα των υπηρεσιών είναι τα ταξίδια και ο τουρισμός.

Ο Διεθνής Τουρισμός σήμερα παράγει μερικές από τις πιο δυναμικές οικονομικές ανταλλαγές που γίνονται μεταξύ χωρών. Μεταξύ του 1970 και 1993 οι διεθνείς αφίξεις έγιναν παραπάνω από τριπλάσιες αφού από 165 εκατομμύρια έφθασαν στα 500 εκατομμύρια. Την ίδια περίοδο οι Διεθνείς Τουριστικές αποδοχές έφθασαν από 17,9 δισεκατομμύρια δολάρια (Η.Π.Α.), στα 324 δισεκατομμύρια δολάρια (Η.Π.Α.)¹.

Είναι ιδιαίτερα σημαντικός και για τις Ευρωπαϊκές χώρες, ειδικότερα αυτές στο νότο, όπως η Γαλλία, Ιταλία, Πορτογαλία και Ελλάδα, αφού μπορεί να αντιπροσωπεύσει τη μεγαλύτερη εξαγωγική εισφορά στα ισοζύγια πληρωμών τους. Αυτές οι χώρες είναι ως εκ τούτου ιδιαίτερα ευαίσθητες στις διακυμάνσεις, στην ποσότητα και αξία του Τουρισμού. Ωστόσο οι τάσεις αλλάζουν και οι νέες βιομηχανικές χώρες – κυρίως αυτές τις Ασίας όπως της Ταϊλάνδης, Μαλαισίας, Σιγκαπούρης και Χονγκ Κονγκ, παρουσιάζουν την μεγαλύτερη ανάπτυξη στον Διεθνή Τουρισμό.

¹ Βαρβαρέσου, Στ., 2001, “Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές”, Εκδόσεις Σακουλά

Για να γίνει έλεγχος των συνεπειών ενός τόσο σημαντικού οικονομικού τομέα, είναι λογικό ότι Διεθνείς αξιόπιστες και ακριβείς στατιστικές βασιζόμενες σε ορισμούς που γίνονται αποδεκτοί από όλες τις χώρες, θα πρέπει να είναι διεθνώς διαθέσιμοι. Για να επιτευχθεί το σημαντικό αυτό γεγονός για μια χώρα, θα πρέπει να διαθέτει τις απαραίτητες εκείνες υποδομές, οι οποίες βοηθούν καταλυτικά στην ανάπτυξη του τουρισμού. Μια από αυτές τις υποδομές, είναι εκείνη της εκπαίδευσης η οποία μέσω της φοίτησης των ατόμων στους τομείς του τουρισμού, θα μπορέσουν να προσφέρουν στην χώρα τους τα μέγιστα και να την βοηθήσουν να διακριθεί στον συγκεκριμένο τομέα.

Η εκπαίδευση των ατόμων στον τουρισμό προωθεί σημαντικά την ανάπτυξη του διεθνή τουρισμού, καθώς αποτελεί μια αφανής εξαγωγή και για το γεγονός ότι δημιουργεί μία εισροή ξένου συναλλάγματος στις χώρες που έχουν τουριστικούς προορισμούς και δέχονται διεθνείς τουρίστες. Έτσι, ο τουρισμός συμβάλλει κατευθείαν στην βελτίωση του ισοζυγίου μιας χώρας. Όπως και άλλες εξαγωγικές βιομηχανίες, αυτή η εισροή εισοδήματος δημιουργεί επιχειρησιακή δραστηριότητα, νέες θέσεις απασχόλησης και κυβερνητικό εισόδημα. Η διαδικασία της οικονομικής δραστηριότητας εξαιτίας του τουρισμού δεν σταματάει εδώ. Τα εισοδήματα των τοπικών επιχειρήσεων που ασχολούνται με τον τουρισμό ξοδεύονται μέσα στην τοπική κοινωνία του τουριστικού προορισμού και δημιουργούν νέους κύκλους οικονομικής δραστηριότητας. Αυτοί οι νέοι κύκλοι οικονομικής δραστηριότητας που δημιουργούνται από τα εισοδήματα του τουρισμού, αποτελούν τα δευτερεύοντα οικονομικά οφέλη που δημιουργούνται από τον τουρισμό.

Ο τοπικός, εσωτερικός τουρισμός έχει παρόμοιες οικονομικές επιπτώσεις στις οικονομίες των τουριστικών προορισμών και οι οποίες έχουν ουσιαστικά προέλθει από την σωστή τουριστική εκπαίδευση που υπάρχει στον κάθε τόπο προορισμού και χώρας. Συμβάλλει και αυτός μέσω της εκπαίδευσης στην τόνωση των τοπικών οικονομιών, δεν δημιουργεί όμως το πολυπόθητο για τις κυβερνήσεις πολλών χωρών συνάλλαγμα. Παρ' όλα αυτά όμως ο εσωτερικός τουρισμός είναι μια μορφή εξαγωγικής δραστηριότητας, αφού τα χρήματα που δημιουργούνται σε μία άλλη γεωγραφική περιοχή μέσα στα όρια της ίδιας χώρας, αναδιανέμονται σε κάποια άλλη περιοχή. Άρα, ο τουρισμός σ' αυτήν την περίπτωση αποτελεί έναν πολύ αποτελεσματικό τρόπο αναδιανομής του εισοδήματος που δημιουργείται μέσα σε μία χώρα, από τις πλουσιότερες προς τις φτωχότερες περιοχές.

Στον Ελλαδικό όμως χώρο υπάρχουν μέρη και νησιά τα οποία προσφέρονται για κάθε είδους διακοπών κατά την καλοκαιρινή περίοδο και τις ημέρες επίσημων αργιών, δυστυχώς όμως όποιο είδος διακοπών και να προσφέρουν το μεγαλύτερο πρόβλημα που έχουν να αντιμετωπίσουν οι κάτοικοι και όσοι ασχολούνται με το τουρισμό είναι εκείνο της εποχικότητας. Το συγκεκριμένο πρόβλημα εντοπίζεται σε όλα τα νησιά, γίνεται όμως μεγαλύτερο σε εκείνα τα οποία είναι μικρότερα και περισσότερο απομακρυσμένα από τα αστικά κέντρα. Εντούτοις, το φαινόμενο της εποχικότητας στο τουρισμό χρειάζεται άμεσα λύση και σχετικές προτάσεις.

Κεφάλαιο 1^ο

Μεθοδολογία και Τρόπος Συλλογής Πηγών και Πληροφοριών Εκπόνησης Πτυχιακής Εργασίας

Σε αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζονται οι τρόποι με τους οποίους ολοκληρώθηκε η συγκέντρωση των απαραίτητων στοιχείων για την συγγραφή αυτής της πτυχιακής εργασίας. Η συλλογή των στοιχείων ολοκληρώθηκε μέσω βιβλιογραφικής έρευνας και συλλογής σχετικών πληροφοριών για την μελέτη του φαινομένου εποχικότητας του τουρισμού στο νησί της Κρήτης και συγκεκριμένα στους τέσσερις νομούς. Από τις αντίστοιχες πηγές που αφορούν το συγκεκριμένο αντικείμενο μελέτης, εξήχθησαν χρήσιμα συμπεράσματα σχετικά με το φαινόμενο αυτό αλλά και με ποιους τρόπους προσπαθούν οι ξενοδόχοι και τοπικοί φορείς του νησιού να το αντιμετωπίσουν αποτελεσματικά. Επίσης στην αναζήτηση συμπληρωματικών πληροφοριών βοήθησαν κάποιες σημειώσεις από βιβλία και πληροφορίες από το διαδίκτυο, τα οποία έχουν γραφτεί και παρουσιαστεί από άλλους συγγραφείς πρωτότερα.

Θα πρέπει να αναφερθεί πως η συλλογή πληροφοριών και δεδομένων αποτελούν τα κύρια στοιχεία μιας έρευνας και καταγραφής αυτής, σχετικά με την μελέτη ενός φαινομένου ή γεγονότος όπως και στην συγκεκριμένη περίπτωση². Επιπλέον μπορούν να χαρακτηριστούν ως πρωτογενή στοιχεία για την έρευνα ενός θέματος, αφού παρέχουν σημαντικές πληροφορίες για αυτή αλλά και τις υποθέσεις που μπορούν να γίνουν. Οι πληροφορίες και τα δεδομένα σε αυτήν την συγκεκριμένη φάση μπορούν να τροφοδοτήσουν την σχεδιαστική διαδικασία του πλάνου που θα παρουσιαστεί στην συγκεκριμένη έρευνα και πτυχιακή εργασία. Σε αυτό το πλάνο μπορούν να αναφέρονται ξεκάθαρα ο τρόπος με τον οποίο πραγματοποιήθηκε η συλλογή των πληροφοριών και πως τεκμηριώνονται μέσα στην μελέτη και εργασία.

Η έρευνα η οποία διεξήχθη στην συγκεκριμένη μελέτη, βοήθησε τη συγγραφέα στην κατανόηση του θέματος της πτυχιακής εργασίας αλλά και στα καθημερινά γεγονότα που συνδέονται άμεσα με το θέμα που παραθέτει. Οι άνθρωποι διεξάγουν κάποια έρευνα για να συλλέξουν αποτελέσματα με ένα συστηματικό τρόπο, και επομένως να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους³. Κάθε ακαδημαϊκή έρευνα απαιτεί μια “**μεθοδολογία**” προκειμένου να αναλύσει τα αποτελέσματα. Αυτή αποτελείται από τρόπους και

² Saunders M., Lewis P. and Thornhill A., (2000), “*Research Methods For Business Students*”, London: Prentice Hall.

³ Zikmund W.G., (2005), “*Business Research Methods*”. London: Harcourt college publishers.

μεθόδους παραγωγής και ανάλυσης δεδομένων έτσι ώστε οι διάφορες θεωρίες να δοκιμαστούν και να γίνουν αποδεκτές είτε να απορριφθούν. Επομένως η μεθοδολογία η οποία χαρακτηρίζεται ως πρωταρχική, σχετίζεται τόσο με την λεπτομερή έρευνα μέσω της οποίας συλλέγονται τα δεδομένα καθώς και με τις πιο γενικές φιλοσοφικές απόψεις. Ο τρόπος που σκεφτόμαστε σχετικά με την ανάπτυξη των γνώσεων μας, επηρεάζει σημαντικά τον τρόπο με τον οποίο διεξάγουμε την έρευνα⁴.

1.1 Συλλογή Δεδομένων

Λόγω της βιβλιογραφικής φύσης της συγκεκριμένης εργασίας, ένα είδος μεθοδολογίας δευτερογενούς έρευνας χρησιμοποιείται για να οδηγήσει τη συγγραφέα στα αποτελέσματα τα οποία επιθυμεί. Ένας αριθμός μεθόδων εμπλέκεται, προκειμένου να καταστήσει ικανή να επιτύχει μια μεγαλύτερη κατανόηση των πηγών που χρειάζεται για την ανάλυση των σκέψεων της σχετικά με το θέμα που ερευνά. Αυτό είναι αναγκαίο μέσα σε μια έρευνα και μελέτη, καθώς τα αποτελέσματα τα οποία συλλέγονται από μια συγκεκριμένη περιοχή μπορούν να είναι περισσότερο αποτελεσματικά από εκείνα που προέρχονται από κάπου αλλού. Κάθε μέθοδος συλλογής δεδομένων έχει τόσο πλεονεκτήματα όσο και μειονεκτήματα.

Ο συνδυασμός λοιπόν μεθόδων συλλογής πληροφοριών και δεδομένων, βοηθά σημαντικά στο να μειωθούν τα μειονεκτήματα που μπορούν να παρουσιαστούν στην έρευνα και τα οποία θέλει η συγγραφέας να ελαχιστοποιήσει. Βέβαια όπως θα αποδειχτεί και στην συνέχεια και όπως ήδη αναφέρθηκε παραπάνω, η έρευνα και μελέτη του συγκεκριμένου θέματος βασίζεται καθαρά σε βιβλιογραφική έρευνα και συλλογής σχετικών στοιχείων για την μελέτη του φαινομένου εποχικότητας του τουρισμού στο νησί της Κρήτης και συγκεκριμένα στους τέσσερις νομούς.

1.2 Δευτερεύων Δεδομένα

Ως Δευτερεύων δεδομένα περιγράφονται εκείνα στα οποία οι πληροφορίες συλλέγονται και καταγράφονται από κάποιον άλλον νωρίτερα και για σκοπούς, οι οποίοι είναι διαφορετικοί από εκείνους του συγγραφέα⁵. Τα δευτερεύων δεδομένα παρέχουν την βάση για ένα καλό ιστορικό πληροφοριών, θέτοντας ικανή να καταλάβει το αντικείμενο εργασίας καθώς και να παρέχουν σημαντικές πληροφορίες για στήριξη των θεωριών από την πρωταρχική έρευνα. Είναι ευνόητο λοιπόν ότι μπορεί ευκολότερα κάποιος να βρει δευτερεύων δεδομένα για την έρευνα του, αφού αυτά έχουν γραφτεί προηγουμένως και έχουν εκδοθεί σε κάποια έντυπο τύπο ή στο διαδίκτυο. Τα περιοδικά και ο έντυπος τύπος είναι πρωταρχική φιλολογική πηγή για κάθε πληροφορία. Τα άρθρα

⁴ Saunders M., Lewis P. and Thornhill A., (2000), “*Research Methods For Business Students*”, London: Prentice Hall.

⁵ Zikmund W.G., (2005), “*Business Research Methods*”. London: Harcourt college publishers.

αυτά είναι ικανοποιητικά με ισχυρές προσβάσεις και αναφέρονται σε ποικίλα θέματα της καθημερινότητας⁶.

Επιπλέον τα βιβλία αλλά και τα άρθρα τα οποία χρησιμοποιήθηκαν σε αυτήν την συλλογή πληροφοριών και προτάσεων, παρείχαν πληροφορίες οι οποίες έδωσαν στη συγγραφέα την ευκαιρία να αναπτύξει αναλυτικά τις θέσεις της στην συγκεκριμένη έρευνα. Πάντα τα βιβλία αποτελούν μια αξιόπιστη μέθοδο συλλογής πληροφοριών, καθώς έχουν γραφτεί για ένα συγκεκριμένο σκοπό και παρέχουν συγκροτημένη σκέψη και ανάπτυξη αντικειμένου.

Το σημαντικότερο όμως πλεονέκτημα των δευτερογενών στοιχείων αφορά το μικρό κόστος και το σύντομο χρονικό διάστημα που απαιτείται για τη συλλογή τους. Αν οι πληροφορίες που απαιτούνται είναι διαθέσιμες με τη μορφή δευτερογενών στοιχείων, ο ερευνητής απλά χρειάζεται να προστρέξει στην πηγή τους, να τα εντοπίσει και να τα συγκεντρώσει. Αυτό συνήθως απαιτεί μικρό χρονικό διάστημα και μικρό κόστος. Ακόμη και στην περίπτωση που υπάρχει κάποια χρέωση για τη χρήση τους, το κόστος είναι πολύ μικρότερο από αυτό που θα απαιτείτο για να συγκεντρώσει ο φοιτητής τα στοιχεία αυτά. Πρέπει όμως να έχουμε υπόψη μας ότι όταν χρησιμοποιούνται δευτερογενή στοιχεία, είναι πολλές φορές αναγκαίο να γίνουν υποθέσεις και παραδοχές ώστε να καταστεί δυνατή η όσο αποτελεσματικότερη χρήση τους.

1.2.1 Μειονεκτήματα Δευτερογενών Δεδομένων

Παρά την σπουδαιότητα αλλά και την χρησιμότητα που παρουσιάζουν τα δευτερογενή δεδομένα στην διεκπεραίωση και συλλογή στοιχείων, εμφανίζουν τρία (3) σημαντικά προβλήματα :

- **Διαθεσιμότητα:** Για συγκεκριμένα προβλήματα είναι δυνατόν να μην υπάρχουν δευτερογενή δεδομένα,
- **Ακρίβεια:** Ελλείψεις και μεθοδολογικές λεπτομέρειες που τις περισσότερες φορές δεν αναφέρονται καθόλου,
- **Επάρκεια:** Μπορεί να υπάρχουν δευτερογενή δεδομένα τα οποία είναι διαθέσιμα και αρκετά ακριβή, αλλά να μην επαρκούν για να καλύψουν τις ανάγκες του συγγραφέα ή ερευνητή ενός θέματος

1.2.2 Ανάλυση Δεδομένων

Τα στοιχεία που μάζεψε η συγγραφέας παράγουν ποιοτικά δεδομένα, τα οποία αναλύονται και επεξεργάζονται στην συγκεκριμένη εργασία. Οι απαντήσεις που προσφέρονται και σε συνδυασμό με τις πηγές που έχει επιλέξει για να τεκμηριώσει την έρευνα της, τη βοήθησαν στο να εκτιμήσει σωστά τα γεγονότα και τις πηγές αυτές και να καταλήξει σε κάποια συμπεράσματα . Θα προχωρήσει έτσι με αυτό τον τρόπο στην καταγραφή των απόψεων της αλλά και του τι πραγματικά συμβαίνει με το θέμα που θα αναλύσει εις βάθος.

⁶ Saunders M., Lewis P. and Thornhill A., (2000), “*Research Methods For Business Students*”, London: Prentice Hall.

Κεφάλαιο 2^ο

Τουρισμός στα Νησιά και Επιπτώσεις της Τουριστικής Ανάπτυξης

2.1 *Νησιά και Τουριστική Ανάπτυξη στην Ελλάδα*

Τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί έντονα το φαινόμενο της αύξησης του τουρισμού όχι μόνο με προορισμό τις χώρες του εξωτερικού αλλά και την Ελλάδα. Η αύξηση αυτή εξαρτάται σημαντικά από την οικονομική κατάσταση της κάθε χώρας και συνεπώς των κατοίκων της, την ηρεμία που επικρατεί στις σχέσεις μεταξύ των κρατών αλλά και στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον της κάθε χώρας. Αποτελεί γεγονός πως όταν υπάρχει μια κατάσταση σταθερής και υγιής οικονομίας, ο πελάτης – τουρίστας μπορεί να προγραμματίσει σωστά την περίοδο των διακοπών του είτε χειμώνα είτε καλοκαίρι, βάση του εισοδήματός του. Για να μπορέσει όμως μια χώρα όπως η Ελλάδα να προσελκύσει έναν αριθμό τουριστών, θα πρέπει να διαθέτει εκείνο το φυσικό περιβάλλον στην ύπαιθρο και στα νησιά το οποίο θα μπορεί να προσφέρει κάποιες φυσικές ομορφιές και στιγμές ξεγνοιασιάς και ξεκούρασης ή ακόμα και περιπέτειας κατά την διάρκεια των διακοπών αυτών.

Υπάρχουν άνθρωποι οι οποίοι επιλέγουν να κάνουν τις διακοπές τους σε διάφορες χρονικές περιόδους εντός του χρόνου και αντί να προτιμήσουν ένα ήσυχο μέρος για ξεκούραση με ωραία θάλασσα και αρμονική φυσική ζωή, προτιμούν να περάσουν ένα διάστημα μακριά από το άγχος της καθημερινότητας και της δουλειάς σε ένα περιβάλλον όπου θα τους προσφέρει την περιπέτεια και συγκεκριμένες δραστηριότητες⁷. Για το λόγο αυτό, έχουν αναπτυχθεί στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια διάφορα καταλύματα υπαίθριου τουρισμού και ξενοδοχειακά συγκροτήματα στα νησιά τα οποία προσελκύουν ένα μεγάλο αριθμό πελατών με σκοπό την διαμονή σε αυτά και την απόλαυση του φυσικού περιβάλλοντος.

Φυσικά για να μπορέσει ένα αντίστοιχο τουριστικό κατάλυμα υπαίθρου ή ξενοδοχειακό συγκρότημα να ανταπεξέλθει στην σωστή οργάνωση που απαιτείται για μια τέτοια διαμονή και πλήρης λειτουργία το καλοκαίρι αλλά και το χειμώνα, θα πρέπει να διαθέτει την κατάλληλη εμπειρία και γνώση των στελεχών του προκειμένου να γνωρίζει τι ακριβώς αναζητά ο κάθε πελάτης και πως θα μπορέσει να ικανοποιήσει τα αιτήματά του. Στην προσπάθεια λοιπόν αυτή που καταβάλει το κάθε ξενοδοχειακό συγκρότημα, η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει θεσπίσει για την προστασία του τουριστικού τομέα ειδικούς νόμους και ψηφίσματα τα οποία ενισχύουν τον υγιή ανταγωνισμό των τουριστικών αυτών επιχειρήσεων εντός των χωρών της Ένωσης και φυσικά στην Ελλάδα.

Τα περισσότερα ξενοδοχεία που λειτουργούν στα νησιά στις μέρες μας φροντίζουν να προσφέρουν στους πελάτες τους δελεαστικά πακέτα διακοπών, προκειμένου να καλύψουν τις ανάγκες τους στο έπακρον αλλά και να εξασφαλίσουν την μακροχρόνια πελατειακή σχέση μαζί

⁷ Τσάρτας, Π., 1996, “*Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι : κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό,*” Εκδόσεις

τους. Τα ξενοδοχεία αυτά έχουν πλέον κατανοήσει πως πρόκειται για επιχειρήσεις οι οποίες έχουν ως σκοπό την κάλυψη των αναγκών των πελατών τους στον τομέα του τουρισμού και των διακοπών, αλλά όχι για μια και μόνο φορά. Σκοπός του κάθε ξενοδοχείου είναι να προσφέρει ευχάριστη και ήσυχη διαμονή στους τουρίστες που θα επισκεφτούν την Ελλάδα και τα νησιά, με το δυνατόν χαμηλότερο κόστος προσφέροντας ταυτόχρονα στον κάθε πελάτη την άνεση και την πολυτέλεια που εκείνος επιθυμεί για τις διακοπές του. Τα σημεία τα οποία υπάρχουν εντός της Ελληνικής Επικράτειας και μπορούν να προσφερθούν στους πελάτες για να περάσουν τέτοιου είδους διακοπές είναι πολλά και διάσπαρτα στα διάφορα μέρη. Το μόνο λοιπόν που πραγματικά μένει στους τουρίστες που θα προτιμήσουν ένα τέτοιο είδος διακοπών, είναι να αναφερθούν σε αυτούς τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα που συνδυάζει το κάθε μέρος στο νησί και κατόπιν οι ίδιοι να επιλέξουν αυτό που πραγματικά επιθυμούν.

Οι διακοπές στην ύπαιθρο και στα νησιά διεξάγονται συνήθως κατά τους καλοκαιρινούς μήνες ή την άνοιξη όπου και ο καιρός προσφέρεται για αυτές. Το γεγονός όμως αυτό και το οποίο είναι γνωστό ως εποχικότητα στο τομέα του τουρισμού, φαίνεται να είναι το σημαντικότερο που έχουν να αντιμετωπίσουν οι επιχειρηματίες στο κλάδο αυτό και προσπαθούν συνεχώς να αναζητούν λύσεις ως προς την αντιμετώπιση του.

Ο τουρισμός στα νησιά έχει ως σκοπό, ο τουρίστας να γνωρίσει καλύτερα τον τόπο και να περιηγηθεί στα δασώδη μονοπάτια, τις γαλήνιες λίμνες ή τα ορμητικά ποτάμια και γενικότερα σε ότι ιδιαίτερο υπάρχει η δυνατότητα να συναντήσει κανείς στο φυσικό τοπίο του τουριστικού του προορισμού. Το φυσικό αυτό τοπίο θα μπορούσε να συνδυαστεί με την δυνατότητα για αθλήματα περιπέτειας (extreme sports) καθώς και την ξενάγηση σε παλιές εκκλησιές και μοναστήρια, πέτρινα γεφύρια και αρχαιολογικά ευρήματα. Ιδιαίτερα σημαντική έτσι ώστε να εγκλιματιστεί πλήρως με την περιοχή και με τον καθημερινό τρόπο ζωής της ο τουρίστας, είναι η συμμετοχή σε τοπικά πανηγύρια, γιορτές, έθιμα⁸. Με λίγα λόγια ο τουρίστας γίνεται μέλος, έστω και προσωρινά, αυτού του τόπου που επισκέφθηκε και μέσω ουσιαστικά των διακοπών του και της ψυχαγωγίας του αποκτά γνώσεις για την περιοχή υπαίθρου που επισκέφτηκε.

2.2 Το εννοιολογικό περιεχόμενο του τουρισμού

Πολλοί οι οποίοι ασχολούνται με το φαινόμενο του Τουρισμού στην Ελλάδα, έχουν διατυπώσει κατά καιρούς την ερώτηση **«Ποια πραγματικά είναι η κατάσταση του Τουρισμού στις μέρες μας;»**⁹. Είναι πραγματικότητα πως ο τομέας αυτός είναι ιδιαίτερα σημαντικός, αφού έχει αποδειχτεί ότι συμβάλει σε σημαντικό βαθμό στην αύξηση του Α.Ε.Π. (ακαθάριστο εγχώριο προϊόν) κάθε χώρας. Στις μέρες μας δραστηριοποιούνται πάνω από δύο εκατομμύρια τουριστικές εταιρείες, όλες μέσα

⁸ www.agrotravel.gr

⁹ www.naftemporiki.gr, άρθρο “*Το μέλλον του Τουρισμού στην Ευρωπαϊκή Ένωση*”, δημοσίευση 12 Μαρτίου 2007.

στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης¹⁰. Ο αριθμός αυτών των επιχειρήσεων αναμένεται να αυξηθεί δραματικά τα επόμενα χρόνια, λόγω των δυνατοτήτων που προσφέρονται σε αυτόν τον τομέα.

Η έννοια του τουρισμού αρχίζει να απασχολεί τους υπευθύνους των κρατών αλλά και των επιχειρήσεων οι οποίες άρχισαν να δραστηριοποιούνται δυναμικά στο τομέα αυτό, μετά την έλευση του 1960 όπου όλο και περισσότεροι είναι εκείνοι που αναζητούν την ηρεμία της φύσης για ξεκούραση και χαλάρωση από το άγχος της καθημερινότητας. Ο τουρισμός ως έννοια είναι άμεσα συνδεδεμένος με την αποχή των ατόμων από την καθημερινή τους εργασία για ένα μικρό χρονικό διάστημα, συνήθως από 3-4 μέρες έως ένα μήνα περίπου και κατά το οποίο χρονικό διάστημα οι άνθρωποι ασχολούνται με πράγματα ευχάριστα και τα οποία τους διασκεδάζουν και τους χαλαρώνουν. Στις μέρες μας το περιεχόμενο του τουρισμού είναι άμεσα συνδεδεμένο με την επιλογή ενός τόπου το οποίο κάποιος πραγματικά επιθυμεί να επισκεφτεί με σκοπό να γνωρίσει τα μέρη τα οποία υπάρχουν στο τόπο αυτό, να γευτεί τις παραδοσιακές συνταγές φαγητού αλλά και να γνωρίζει τα όποια πολιτιστικά ή άλλα αρχαιολογικά και νεότερα μνημεία διαθέτει.

Αναφορικά με τον τουρισμό στα νησιά, θα πρέπει να αναφερθεί πως ο κλάδος αυτός έχει αναπτυχθεί στον ελληνικό χώρο από το 1970 και έπειτα όπου κάνουν την εμφάνιση τους μαζικότερα τα καταλύματα νησιών παράλληλα με τις δραστηριότητες που αναπτύσσονται στις περιοχές που δραστηριοποιούνται. Ο τουρισμός στα νησιά είναι μια ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και υπερδραστηριότητας στον χώρο αυτό. Ουσιαστικά αποτελεί την παράλληλη ανάπτυξη δραστηριοτήτων που αποσκοπεί στην οικονομική και την κοινωνική αναβάθμιση των περιοχών των νησιών, με την ανάδειξη και στήριξη:

- **της ήπιας και μικρής κλίμακας προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών**
- **της τοπικής νησιωτικής παραγωγής**
- **της δημιουργίας και εμπορίας παραδοσιακών προϊόντων νησιών**
- **του πολιτιστικού και φυσικού πλούτου της κάθε περιοχής στα νησιά**

Από την άποψη αυτή, η ανάπτυξη του Τουρισμού στα νησιά, ενδιαφέρει κυρίως φορείς και επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε αυτήν και σε αυτές τις περιοχές όπως παραδοσιακά καταλύματα, παραδοσιακά εστιατόρια και καφενεία, παραγωγούς και εμπόρους τοπικών προϊόντων, επιχειρήσεις δραστηριοτήτων, μουσεία κάθε είδους, διάφορους συλλόγους όπως Πολιτιστικούς, Φυσιολατρικούς η Ορειβατικούς και Συνεταιρισμούς όπως Γυναικείους και Αγροτικούς, την Τοπική Αυτοδιοίκηση και τα Σχολεία και Εκπαιδευτικά Ιδρύματα. Γενικότερα ο τουρισμός είναι πράγματι μια από τις οικονομικές δραστηριότητες με το σημαντικότερο δυναμικό για τη δημιουργία μελλοντικής ανάπτυξης και απασχόλησης στην Ε.Ε. Υπό το στενότερο ορισμό

¹⁰ www.naftemporiki.gr, άρθρο “Το μέλλον του Τουρισμού στην Ευρωπαϊκή Ένωση”, δημοσίευση 12 Μαρτίου 2007.

του, ο τουρισμός παράγει σήμερα πάνω από το 4% του ΑΕγχΠ της Ευρωπαϊκής Ένωσης και ποικίλλει από 2% περίπου σε διάφορα νέα κράτη μέλη έως 12% στη Μάλτα. Η έμμεση συμβολή του στο ΑΕγχΠ είναι πολύ υψηλότερη - ο τουρισμός παράγει έμμεσα πάνω από 10% του ΑεγχΠ της Ε.Ε. και παρέχει περίπου 12% του συνόλου των θέσεων εργασίας¹¹.

2.2 Η Εξέλιξη του Τουρισμού και η Σημασία του

Βασικός σκοπός των αναπτυξιακών σχεδιασμών του τομέα του τουρισμού σε σχέση με την τουριστική ανάπτυξη των διαφόρων ξενοδοχείων στα νησιά, θα πρέπει να είναι η προσέλκυση νέων επενδύσεων στον τομέα αυτό ώστε να αναπτυχθούν σύγχρονα κέντρα τουρισμού και αντίστοιχες ξενοδοχειακές μονάδες, όπως ήδη γίνεται με ταχείς ρυθμούς στις χώρες της Κεντρικής Ευρώπης. Τα κέντρα αυτά προσφέρονται για την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών του τουριστικού προϊόντος και παρουσιάζουν αυξημένη ζήτηση τελευταία. Ήδη έχει επιδειχθεί ενδιαφέρον από Ξένους και Έλληνες επενδυτές για την αξιοποίηση των τουριστικών πηγών της Ελλάδας στα νησιά με απώτερο στόχο την μετατροπή τους σε σύγχρονα κέντρα τουρισμού και αναψυχής.

Οι νέοι οι οποίοι σκοπεύουν να ασχοληθούν με την τουριστική βιομηχανία στα νησιά και αποφοιτούν από τις Ανώτερες Σχολές Τουριστικής Εκπαίδευσης, έχουν ως πρωταρχικό σκοπό την αναβάθμιση των περιοχών με ήδη αναπτυγμένη υποδομή για τις ανάγκες του εποχιακού τουρισμού και οι οποίες ξεκινούν με σημαντικό πλεονέκτημα συγκριτικά με περιοχές που δεν έχουν αναδειχθεί ακόμα σε αξιοσημείωτα τουριστικά κέντρα. Οι απόφοιτοι των σχολών αυτών και οι οποίοι ξεκινούν να εργάζονται σε τουριστικές επιχειρήσεις, ξέρουν πως θα πρέπει να δώσουν ιδιαίτερη βαρύτητα στα μη καθιερωμένα τουριστικά κέντρα, παρόλα τα φυσικά πλεονεκτήματα που διαθέτουν και αποτελούν νέους τουριστικούς τόπους.

Γεγονός πάντως είναι πως οι τόποι αυτοί θα πρέπει να διαθέτουν πολύ καλό εξοπλισμό για να μπορέσουν να ανταγωνιστούν με επιτυχία τα ήδη καθιερωμένα κέντρα. Για το λόγο λοιπόν ότι ο τουρισμός πλέον αποτελεί μια ολόκληρη βιομηχανία με απαιτήσεις που γεννιούνται σε καθημερινή βάση, οι ειδικοί προσπαθούν να εκπαιδεύουν τους νέους και μελλοντικά εργαζόμενους στη τουριστική βιομηχανία, με τρόπο τέτοιο ώστε να μπορούν να αντιλαμβάνονται πως βασικό αίτημα στον τομέα αυτό είναι η ευχέρεια προσπέλασης δηλαδή οι περιοχές που προορίζονται για κέντρα τουρισμού μακράς παραμονής και θα πρέπει να βρίσκονται κοντά σε αερολιμένα και να εξυπηρετούνται από καλό οδικό δίκτυο.

Χαρακτηριστικό της τουριστικής ανάπτυξης των νησιών είναι η άμεση αλληλεξάρτηση των επαγγελματιών μεταξύ τους αλλά και με τον τουρίστα η οποία πηγάζει από το γεγονός ότι στο τουρισμό υπαίθρου ο τουρίστας είναι επισκέπτης, φίλος, θαυμαστής του τόπου, είναι ένας **«φιλοξενούμενος»**, ένας ταξιδιώτης που αναζητά τα μυστικά, την αυθεντικότητα και την ομορφιά

¹¹ www.naftemporiki.gr, άρθρο “*Το μέλλον του Τουρισμού στην Ευρωπαϊκή Ένωση*”, δημοσίευση 12 Μαρτίου 2007.

του τόπου, εστιάζοντας στην ήσυχη ζωή, τη φυσική κληρονομιά και όλα όσα μοναδικά και ξεχωριστά έχει να προσφέρει ο κάθε προορισμός¹².

Ολόκληρη η φιλοσοφία του τουρισμού στα νησιά βασίζεται στη διαπροσωπική, ανθρώπινη, άμεση και φιλόξενη σχέση μεταξύ του κατοίκου του κάθε νησιού και του επισκέπτη. Για το λόγο αυτό είναι απαραίτητο ο επισκέπτης να έρθει σε επαφή με τη φύση, με την καλλιέργεια της γης, την περισυλλογή του καρπού, με τους ανθρώπους της περιοχής. Ο επισκέπτης μαθαίνει να φτιάχνει στον αργαλειό, να κεντάει, να παρατηρεί τα ζώα και τα πουλιά, να δοκιμάζει το κρασί και το τσίπουρο, να συμμετέχει στην παραγωγή τους, να καταλαβαίνει τη σωστή ώρα του τρύγου, τη γεύση, το άρωμα, το χρώμα του κρασιού της περιοχής μας, τη χρήση του κρόκου, τη διαφορά στις ποικιλίες του μελιού, τη διαδικασία και επιλογή κατά την περισυλλογή των μανιταριών ή των κάστανων.

2.3 Οι Επιπτώσεις της Τουριστικής Ανάπτυξης στον Πολιτισμό, στην Κοινωνία και στην Οικονομία

Μέσω της κατάλληλης τουριστικής εκπαίδευσης που προσφέρεται στους νέους που επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν στον κλάδο του τουρισμού, δύναται να καταστεί σαφές από αυτά τα άτομα και γενικότερα από όλους όσους ασχολούνται με την τουριστική βιομηχανία ότι πριν από κάθε είδους ανάπτυξη για την αξιοποίηση των συγκεκριμένων πηγών, χρειάζεται να ληφθούν μέτρα για την προστασία του πολιτισμού και την εξασφάλιση της ακεραιότητας της. Η τουριστική εκπαίδευση συμβάλει αποτελεσματικά στην διατήρηση του γνήσιου πολιτισμού στα κέντρα παραθερισμού και τουριστικών πόλεων και πρέπει να αποτελεί κύριο μέλημα. Είναι γνωστό ότι η όποια υποβάθμιση του πολιτισμού, συντελεί και στη μείωση της ανταγωνιστικότητας ενός συγκεκριμένου θέρετρου στην τουριστική αγορά.

Όπως είναι γνωστό στον χώρο της τουριστικής επιχειρηματικότητας, οι οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις από τις τουριστικές επενδύσεις διακρίνονται σε τρεις κύριες κατηγορίες :

- **Άμεσες επιπτώσεις**. Οι πληρωμές των τουριστών που δημιουργούν εισόδημα στις τουριστικές επιχειρήσεις, στα νοικοκυριά που εργάζονται σε αυτές, δημιουργούν απασχόληση με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, δημιουργούν τοπικά και εθνικά φορολογικά έσοδα, αλλάζουν συνήθειες και πολιτισμικά πρότυπα.
- **Έμμεσες επιπτώσεις** : Οι πληρωμές των τουριστικών επιχειρήσεων σε άλλες επιχειρήσεις για προμήθειες αγαθών και υπηρεσιών, πληρωμές προσωπικού, τοπική και εθνική φορολογία επιχειρήσεων, δημιουργία συνεργασιών και δικτύων μεταξύ επιχειρήσεων, δημιουργία ζήτησης από άλλες επιχειρήσεις για τις υπηρεσίες που παρέχουν, άνοδος αξιών γης και κόστους ζωής, πληθωριστικές πιέσεις.
- **Παρακινηθείς επιπτώσεις** : Οι δαπάνες των νοικοκυριών των τουριστικών επιχειρήσεων και των εργαζομένων σε αυτές για διάφορες καθημερινές ανάγκες, αγορές διαρκών καταναλωτικών αγαθών, δημιουργία άλλων επιχειρήσεων άσχετων με τον τουρισμό, φορολογία φυσικών

¹² www.agrotravel.gr

προσώπων, αλλαγές στην καθημερινή ζωή και στα πολιτισμικά πρότυπα, διάθεση για εκπαίδευση, πληθωριστικές πιέσεις.

Είναι ευνόητο στον χώρο της τουριστικής επιχειρηματικότητας, ότι όσο μεγαλύτερο ποσοστό από τις θετικές επιπτώσεις των τριών κατηγοριών παραμένει σε τοπικό - περιφερειακό επίπεδο, τόσο μεγαλύτερες οι πιθανότητες για τοπική - περιφερειακή οικονομική ανάπτυξη. Όμως, το νέο πρότυπο το οποίο έχει κυριαρχήσει και το οποίο μέσω της τουριστικής επιχειρηματικότητας μπορεί και επιδιώκει τον έλεγχο της **«συνολικής εμπειρίας»** της κατανάλωσης του τουρίστα, απειλεί τη διασπορά των θετικών επιπτώσεων στην τοπική οικονομία¹³. Τα παραπάνω είναι γνωστά σε όσες επιχειρήσεις ασχολούνται με τον τουρισμό και έχουν έλθει στην Ελλάδα με τα νέα πακέτα **«all inclusive»** και έχουν ως σκοπό να απορροφήσουν προσωπικό που έχει δεχθεί την κατάλληλη τουριστική εκπαίδευση για περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη του τόπου του.

Επιπρόσθετα ο ρόλος της τουριστικής ανάπτυξης στην Ελλάδα και ειδικότερα στον κοινωνικό τομέα, είναι να εξασθενήσει το φαινόμενο της μερικής απασχόλησης των εργαζομένων στον τομέα αυτό και την εποχικότητα. Η απασχόληση και η αγορά εργασίας που δημιουργεί γενικά ο τουρισμός χαρακτηρίζεται από έντονη εποχικότητα και περιοδικότητα, από χαμηλές ειδικεύσεις, υψηλό δείκτη μη σταθερής στην ίδια μονάδα απασχόλησης, περιορισμένα ποσοστά συνδικαλισμού και γι' αυτό οι θέσεις εργασίας είναι χαμηλά αμειβόμενες και καλύπτονται κυρίως από γυναίκες, νέους - νέες που δουλεύουν **«part time»** και οικονομικούς μετανάστες. Σε όλα τα παραπάνω διακρίνονται τέσσερις κατηγορίες απασχολούμενων :

- **Διοικητικό ειδικευμένο προσωπικό στην έδρα της τουριστικής επιχείρησης. Το προσωπικό αυτής της κατηγορίας είναι ολιγάριθμο και ιδιαίτερα ειδικευμένο**
- **Χαμηλής ειδίκευσης προσωπικό στην ξενοδοχειακή μονάδα σε τομείς υποδοχής, εστιατόρια και κουζίνα, λογιστήριο, τοπική διεύθυνση, δημόσιες σχέσεις, προμήθειες κ.α.**
- **Τεχνικό προσωπικό και προσωπικό συντήρησης εγκαταστάσεων, κήπων κλπ**
- **Ανειδίκευτο προσωπικό, συνήθως γυναικείο που θα εκπαιδευθεί επιτόπου όπως καμαριέρες, καθαρίστριες, λαντζιέρηδες κλπ.**

Τέλος, δεδομένου ότι η Ελληνική ύπαιθρος και τα νησιά μαστίζονται από την εγκατάλειψη, κυρίως των νέων, καθώς και από τη συρρίκνωση του αγροτικού εισοδήματος, η λειτουργία των τουριστικών πηγών αποτελεί πολύτιμη εναλλακτική διέξοδο, η οποία αφενός αυξάνει την επίσκεψη της περιοχής και αφετέρου αποτελεί τρανό παράδειγμα ανάπτυξης και αξιοποίησης των διαθέσιμων φυσικών πόρων. Η σκέψη μπορεί να επέλθει και να πραγματοποιηθεί από ανθρώπους οι οποίοι έχουν σπουδάσει το αντικείμενο αυτό εις βάθος και γνωρίζουν όλες τις παραμέτρους εκείνες οι οποίες συνδέονται με την ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα. Τα οικονομικά οφέλη που θα προκύψουν για την χώρα αλλά και τους ίδιους του τουρισμού και τα νησιά, αναφέρονται ως ακολούθως :

- **Εισροή περισσότερου συναλλάγματος εφόσον θα έχουμε τουρισμό μακράς παραμονής**
- **Νέες θέσεις απασχόλησης με την τόνωση της οικονομικής δραστηριότητας λόγω της ζήτησης για ανάπτυξη υπηρεσιών αγοράς, όπως τράπεζες, καταστήματα και εστιατόρια**

¹³ Χρήστου Ευαγ., 1999, "Έρευνα Τουριστικής Αγοράς", εκδόσεις interbooks, Αθήνα

- **Ζήτηση αγαθών για περισσότερους μήνες το χρόνο και εξομάλυνση της εποχικότητας των τουριστικών δραστηριοτήτων κατά τη διάρκεια των θερινών μηνών καθώς και φορολογικά και άλλα έσοδα για τις τοπικές αρχές**
- **Βελτίωση των υπηρεσιών στον τομέα μεταφορών, όπως αεροδρόμια, οδικές συνδέσεις, κλπ.**

Σχετικά με τις επιπτώσεις του της τουριστικής ανάπτυξης στο πολιτισμό, θα πρέπει να αναφερθεί πως αυτές εντοπίζονται στην αλλαγή των κοινωνικών σχέσεων, στα ήθη και τα έθιμα καθώς και την εμπορευματοποίηση δραστηριοτήτων και προϊόντων τοπικού πολιτισμού και παράδοσης. Είναι γεγονός πως η γενικότερη μεταβολή των κοινωνιών σε περιοχές όπου αναπτύσσεται ο τουρισμός σε τρόπο ζωής και παραγωγικές δομές με τα επιλεγμένα χαρακτηριστικά του εκσυγχρονισμού και της αστικοποίησης, μπορεί να επιφέρει σημαντικότερες αλλαγές στην διαμόρφωση των κοινωνικών σχέσεων, ηθών και εθίμων. Οι αλλαγές αυτές προκαλούνται με άμεσο ή έμμεσο τρόπο από τις νέες παραγωγικές και κοινωνικές δομές και οι οποίες εγκαθιδρύονται στις τουριστικές περιοχές της υπαίθρου και φέρουν αστικά χαρακτηριστικά¹⁴.

Τέλος θα πρέπει να αναφερθεί πως η ανάπτυξη κάποιων οργανωμένων υποδομών και υπηρεσιών σχετικές με το τουρισμό στα νησιά, μπορεί να οδηγήσει σε μια συστηματική προώθηση των εμπορικών χαρακτηριστικών του κάθε τομέα με απώτερο στόχο την άμεση εξυπηρέτηση του τουρίστα και ως επί των πλείστων εκείνου που επιλέγει ολοκληρωμένα πακέτα διακοπών.

2.4. Οι Επιπτώσεις της Τουριστικής Ανάπτυξης στο Περιβάλλον

Στον τομέα του τουρισμού έχει γίνει αρκετός λόγος για την προφύλαξη του περιβάλλοντος σε παγκόσμια βάση και πως αυτό μπορεί να προστατευτεί από τις διάφορες βλαβερές συνέπειες των μεταφορών αλλά και των πηγών ενέργειας. Η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει ψηφίσει και θεσπίσει κάποια ειδικά μέτρα για την προστασία του περιβάλλοντος από τις διάφορες δραστηριότητες του τουρισμού. Οι δραστηριότητες αυτές σχετίζονται με την μεταφορά και τις πηγές ενέργειας, καθώς και οποιαδήποτε άλλη ενέργεια μπορεί να αφορά τους τουρίστες και να είναι επιβλαβής για το περιβάλλον. Γίνεται αντιληπτό πως τα μέτρα αυτά αποσκοπούν στην καλύτερη διαχείριση των περιβαλλοντικών πηγών καθώς και στην ευρύτερη μαζική εξυπηρέτηση των τουριστών στις διάφορες χώρες που επισκέπτονται. Στον τομέα των μεταφορών συμπεριλαμβάνονται όλα εκείνα τα μέσα με τα οποία οι τουρίστες μπορούν να μετακινηθούν από ένα μέρος στο άλλο, εντός ή εκτός συνόρων. Οι πιο διαδεδομένοι τρόποι μεταφοράς των τουριστών είναι μέσω αέρα (αεροπορικώς), θαλάσσης(ακτοπλοϊκώς) και οδικώς¹⁵.

Λόγω της αύξησης του τουρισμού αλλά και των μετακινήσεων του τουριστών από μια χώρα στην άλλη αλλά ακόμα και εντός της Ελλάδος, οι μετακινήσεις μέσω των παραπάνω τρόπων που αναφέρθηκαν μπορούν να προκαλέσουν βλαβερές συνέπειες στο περιβάλλον. Τα μέτρα αυτά

¹⁴ Κοκκώσης, Χ, Τσάρτας, Π., 2001, “*Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*”, Εκδόσεις Κριτική

¹⁵ Sheldon, P.J., 1997, “*Tourism Information Technology*”, McGraw Hill, London

αλλά και οι νόμοι που έχουν ψηφιστεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση αποσκοπούν στην προστασία αυτού καθώς και στην καλύτερη διαχείριση των ομάδων τουρισμού, προκειμένου τα ταξιδιωτικά πρακτορεία και τα διάφορα καταλύματα να συνεχίσουν να έχουν κύκλο δραστηριοτήτων αλλά και ένα σωστό φυσικό περιβάλλον στο οποίο θα στέλνουν τους πελάτες τους για διακοπές και εξορμήσεις περιπέτειας. Στο σημείο αυτό θα πρέπει επίσης να αναφερθεί πως είναι σημαντικό για μια κοινή προσπάθεια εκ μέρους όλων των υπευθύνων των ταξιδιωτικών πρακτορείων με απώτερο σκοπό την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος. Για να διεξαχθούν όλες αυτές οι μεταφορές, χρησιμοποιούνται φυσικές πηγές ενέργειας όπου μερικές από αυτές είναι αρκετά πολύτιμες για το μέλλον. Σκοπός είναι η μείωση της χρησιμοποίησης των πηγών αυτών αλλά και η εξασφάλιση για την μελλοντική τους χρήση. Επιπλέον οι υπεύθυνοι των πρακτορείων και καταλυμάτων θα πρέπει να γνωρίζουν πολύ καλά πως όλα αυτά τα καύσιμα τα οποία χρησιμοποιούν τα μέσα μεταφοράς, λόγω των βλαβερών ουσιών που περιέχουν έχουν άμεση συνέπεια στο φυσικό και οικολογικό περιβάλλον που ζούμε. Θα πρέπει λοιπόν όλοι όσοι εμπλέκονται με τον τομέα του τουρισμού να καταβάλλουν κάθε δυνατή προσπάθεια για καλύτερη διαχείριση των ομάδων τουρισμού των πηγών ενέργειας.

Τέλος θα πρέπει στο σημείο αυτό να αναφερθεί πως η Ευρωπαϊκή Ένωση θα πρέπει να επικεντρωθεί στις περιοχές τουρισμού, οι οποίες χαρακτηρίζονται από υπερβάλλουσα τουριστική ζήτηση και ως συνακόλουθο με περιβαλλοντικό πρόβλημα. Αν αυτά τα οποία χρησιμοποιεί ο τουρισμός, όπως φυσικό περιβάλλον, καθαρές θάλασσες, φυσικό τοπίο, τοπικός πολιτισμός χαθούν, τότε η τουριστική βιομηχανία δεν θα έχει ουσιαστικά τι να «**πουλήσει**». Είναι επιτακτική ανάγκη λοιπόν να παρθούν όλα τα αναγκαία μέτρα για να μην χαθεί η περιβαλλοντική κληρονομιά. Το μέγεθος των πιέσεων που ασκείται στο περιβάλλον είναι υπερβολικό και οι φυσικοί πόροι κάποιων τουριστικών περιοχών ολοένα και μειώνονται. Η σχέση λοιπόν που υπάρχει μεταξύ της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης και του περιβάλλοντος είναι αντιφατική. Από τη μια όλοι μιλούν για αειφόρο τουριστική ανάπτυξη και από την άλλη κανείς δεν λαμβάνει υπόψη του τις διάφορες ζημιές και καταστροφές που συντελούνται στο φυσικό τοπίο και περιβάλλον.

Η τουριστική ανάπτυξη και είτε μέσω της επεκτατικής της πολιτικής στο χώρο της υπαίθρου είτε μέσω της ανάπτυξης σε μεγάλο όγκο υποδομών και μεγάλης έκτασης έργων, μπορεί να επηρεάσει άμεσα την όποια ισορροπία στο φυσικό περιβάλλον. Οι επιπτώσεις που μπορούν να επέλθουν θεωρούνται ιδιαίτερα ευαίσθητες οικολογικά και θα πρέπει να είναι δραστικές. Οι επιπτώσεις που δύναται να προέλθουν από την τουριστική ανάπτυξη στο φυσικό περιβάλλον, μπορούν να επέλθουν σε περιοχές ορεινές, παραθαλάσσιες, υδροβιότοπους, κλπ. Οι επιπτώσεις αυτές εδώ και πολλά χρόνια αποτελούν αντικείμενο μελέτης από τους ειδικούς και οι οποίοι έχουν ως απώτερο σκοπό την δημιουργία μέτρων μέσω των οποίων θα εμποδίσουν οποιαδήποτε αρνητική επιρροή στο περιβάλλον.

Κεφάλαιο 3^ο

Το Φαινόμενο της Εποχικότητας στο Τουρισμό στην Ελλάδα – Περίπτωση Μελέτης οι Νομοί Ηρακλείου, Χανίων, Λασιθίου και Ρεθύμνου στη Κρήτη

3.1 Εποχικότητα και Τουρισμός

Τουριστική εποχικότητα θεωρείται η ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας σε ορισμένη εποχή του χρόνου¹⁶. Αναφέροντας εποχή του έτους κατά την οποία εκδηλώνεται η όποια τουριστική δραστηριότητα, εννοείται σχεδόν πάντα η εποχή του έτους η οποία επικρατεί στο τουριστικό προορισμό και όχι στο τόπο προέλευσης των τουριστών. Εντούτοις, υπάρχουν πολλές μορφές τουρισμού οι οποίες έχουν αναπτυχθεί λόγω εποχιακών παραγόντων και δραστηριοτήτων. Για παράδειγμα μπορεί να αναφερθεί ο χιονοδρομικός και ο παγοδρομικός τουρισμός το χειμώνα σε διάφορες περιοχές της Ελλάδος, ο παράκτιος και ο θαλάσσιος τουρισμός το καλοκαίρι σε νησιά και στην ύπαιθρο, ο αγρό τουρισμός και ο οικότουρισμός την άνοιξη και το φθινόπωρο κυρίως βέβαια λόγω του ηπιότερου καιρού που επικρατεί στα μέρη αυτά.

Η έννοια της **εποχικότητας** στον τουρισμό θεωρείται ένα σχετικά νέο και πρόσφατο φαινόμενο το οποίο εντείνεται από έτος σε έτος και με απώτερο αποτέλεσμα να προβληματίζει τους διεθνείς τουριστικούς οργανισμούς, τις κυβερνήσεις της κάθε χώρας και τις επιχειρήσεις του τουριστικού κυκλώματος αναφορικά με το τι μέλλει γενέσθαι στη περίπτωση του κάθε νησιού το χειμώνα. Το φαινόμενο της εποχικότητας στην ευρύτερη περίπτωση του Μεσογειακού τουρισμού στον οποίο ανήκει και η Ελλάδα με τα νησιά της και τους τουριστικούς της τόπους και η οποία προσφέρει το πρότυπο των θερινών διακοπών, βασισμένων στον ήλιο, τη θάλασσα και τις παραλίες της μπορεί εύκολα να προσδιοριστεί εννοιολογικά ως οι χρονικές αποκλίσεις που παρουσιάζει ο συγκεκριμένος τουριστικός προορισμός από τα χρονικά συμβατικά όρια της τουριστικής περιόδου και η οποία αρχίζει επίσημα την 1^η Απριλίου και τελειώνει την 31^η Οκτωβρίου, διαρκώντας δηλαδή 214 ημέρες κάθε έτος¹⁷.

¹⁶ Λογοθέτη, Χ., 1998, «Τουρισμός και βιώσιμη ανάπτυξη», Εκδόσεις Σάκκουλά

¹⁷ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού στη Κρήτη», Α΄ & Β΄ Τεύχος, Σεπτέμβριος 2005

3.2 Εποχικότητα στο Τουρισμό και στην Ελλάδα

Η εποχικότητα του φαινομένου του τουρισμού στους προορισμούς των «**θερινών διακοπών**» της Μεσογείου και στους οποίους συμπεριλαμβάνεται και η Ελλάδα, όπου επικρατούν οι ίδιες περίπου κλιματολογικές συνθήκες και η ζήτηση προέρχεται κυρίως από τις ίδιες τουριστικές αγορές και συνεπώς συμπεριφέρεται ομοιόμορφα, παρουσιάζει μια έξαρση η οποία εκδηλώνεται με μια βαθμιαία συρρίκνωση της τουριστικής περιόδου. Η Ελλάδα ως ένας από τους πιο σημαντικούς προορισμούς της Μεσογείου και γενικότερα στην Ευρώπη, δεν θα μπορούσε να μείνει ανεπηρέαστη από αυτή τη διεργασία. Κατά την τελευταία τριετία ένα ποσοστό του αλλοδαπού τουρισμού το οποίο σταθερά ξεπερνά το 50% συγκεντρώνεται στο τρίμηνο, της τουριστικής αιχμής από τον Ιούλιο έως τον Σεπτέμβριο¹⁸.

Σε ότι αφορά την Κρήτη στο αεροδρόμιο Χανίων οι αφίξεις αλλοδαπών επισκεπτών τη περίοδο Ιανουαρίου – Σεπτεμβρίου το 2009 ήταν **571.130**, ενώ αντίστοιχα πέρυσι ήταν **628,910**. Παρατηρήθηκε συνολική μείωση των αλλοδαπών τουριστών κατά **9,19%**. Στο αεροδρόμιο Ηρακλείου, τον μήνα Σεπτέμβριο παρατηρήθηκε πτώση των αφίξεων **15,01%** από **8,19%** τον Αύγουστο και συνολική πτώση κατά το πρώτο εννεάμηνο φέτος **11,56%**.

Τρεις στους δέκα Γερμανούς απαρνήθηκαν τους νομούς Χανίων και Ρεθύμνου, δηλαδή παρατηρήθηκε μείωση των αφίξεων **31,48%**, μολοντί δεν υπήρξαν ανάλογες μειώσεις και στον νομό Ηρακλείου. Μείωση παρατηρήθηκε και στις αφίξεις Σκανδιναβών τουριστών, με εξαίρεση τους Φιλανδούς, που παρατηρήθηκε μικρή αύξηση. Από τις σκανδιναβικές χώρες μεγαλύτερη μείωση παρουσίασαν η Σουηδία (10,32%) και η Νορβηγία (9,71%) και ακολούθησε η Δανία (4,17%). Σε ότι αφορά άλλες εθνικότητες που επισκέπτονται τους νομούς Χανίων και Ρεθύμνου και αφορούν το **14,15%** των συνολικών αφίξεων, υπήρξε φέτος σημαντική μείωση από πλευράς Αυστριακών και Ολλανδών (23,09%) και (16,63%), αντίστοιχα.

Καταγράφηκε μικρή μείωση της έλευσης Άγγλων τουριστών (4,23%) το πρώτο εννεάμηνο του 2009, ενώ οριακά αυξήθηκαν οι Πολωνοί τουρίστες (1,17%). Στον νομό Ηρακλείου οι αφίξεις αλλοδαπών επισκεπτών για το εννεάμηνο Ιανουαρίου-Σεπτεμβρίου 2009 στο αεροδρόμιο της πόλης έφτασαν τις **1.732.148**, σε σχέση με πέρυσι που ήταν **1.958.559**. Στον νομό Ηρακλείου παρατηρείται μείωση αφίξεων αλλοδαπών όλων των εθνοτήτων, πλην Πολωνών και Ελβετών, που η έλευσή τους παρουσίασε οριακή αύξηση, (1,26%) και (0,26%), αντίστοιχα.

Στους φημισμένους τουριστικούς προορισμούς όπως το νησί της Κρήτης, της Κέρκυρας και της Ρόδου, της Σάμου, της Χαλκιδικής το ποσοστό αυτό αναφέρεται να είναι ακόμα μεγαλύτερο και συνοδεύεται έντονα με μια παράλληλη μείωση του μέσου όρου ημερών διαμονής.

Στα Δωδεκάνησα η μείωση έχει περιοριστεί στο -5%, οφειλόμενη κυρίως στη μικρή μείωση των αφίξεων που παρατηρήθηκε το διάστημα αυτό στη Ρόδο (περίπου -3,0%). Μικρότεροι αρνητικοί ρυθμοί σημειώνονται επίσης στην Σκιάθο (-3,0%) και τη Ζάκυνθο (-5,5%). Αντίθετα, οι περιοχές που πλήττονται περισσότερο είναι η Χίος (με -26,3%), η Κεφαλονιά (-23,6%), η Σάμος (-14,1%) και τα Χανιά (-13,4%). Στη Χαλκιδική είναι ιδιαίτερα αισθητή η μείωση (-20%) των αφίξεων των Ρώσων τουριστών ενώ στην περιοχή του Ηρακλείου παρατηρείται κόπωση της γερμανικής και βρετανικής αγοράς που αποτελούν τις κύριες πηγές προέλευσης αλλοδαπών τουριστών, με αποτέλεσμα να σημειωθεί μείωση των αφίξεων αυτών -50% και -35%,

¹⁸ Έντυπη έκδοση-Ελευθεροτυπία –συντάκτης Γιάννης Λυβιάκης, Μάρτιος 2009

Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας, Αφίξεις αλλοδαπών Τουριστών Αεροπορικώς την περίοδο 2009

αντίστοιχα¹⁹.

Σύμφωνα με εκτιμήσεις, οι διανυκτερεύσεις των ημεδαπών τουριστών καταγράφουν σημαντικές μειώσεις, που σε ορισμένες περιπτώσεις ξεπερνούν και το 20%. Η μεγαλύτερη, όμως, μείωση παρατηρείται στα έσοδα των ξενοδοχείων, τόσο λόγω του μειωμένου αριθμού διανυκτερεύσεων - ημεδαπών και αλλοδαπών - όσο των μειωμένων τιμών που προσφέρουν.

Ειδικότερα, στη Χαλκιδική εκτιμάται ότι η μείωση των διανυκτερεύσεων των Ελλήνων την υψηλή περίοδο (15 Ιουλίου έως 25 Αυγούστου) θα κυμανθεί γύρω στο -10%. Ανάλογη κατάσταση επικρατεί και στα Χανιά. Εκτιμάται ότι μόνο το 40% των Ελλήνων που φτάνουν στην περιοχή διαμένει σε κάποιο τουριστικό κατάλυμα, παρά τη διαφημιστική καμπάνια που πραγματοποιήθηκε και τις μειωμένες τιμές που προσφέρθηκαν. Έτσι, τόσο τον Ιούλιο όσο και τον Αύγουστο η μείωση των διανυκτερεύσεων των Ελλήνων κυμαίνεται από 15-20%. Η ίδια τάση επικρατεί και στο Ηράκλειο, όπου ο αριθμός των διανυκτερεύσεων των Ελλήνων είναι μειωμένος τουλάχιστον κατά 20%.

Ως προς τα νησιά του Ιονίου έχει αρχίσει να διαμορφώνεται μια νέα κατάσταση. Η ολοκλήρωση της Εγνατίας Οδού έχει αυξήσει σημαντικά την οδική πρόσβαση στα νησιά από τη Βόρ. Ελλάδα. Επίσης, η συχνότητα και η συνέπεια των δρομολογίων των πλοίων της περιοχής καθώς και οι μεγάλες εκπτώσεις στα εισιτήρια (-20%) αύξησαν τον Ιούλιο κατά 13% την επιβατική κίνηση. Η αύξηση αυτή μεταφράστηκε και σε ανάλογη περίπου αύξηση των διανυκτερεύσεων που, όμως, και εδώ συνοδεύτηκε από δραματική μείωση των εσόδων, κυμαινόμενη γύρω στο -40%.

Συγκεκριμένα στην περίπτωση της Κρήτης με βάση τα στοιχεία των αφίξεων του οργανωμένου τουρισμού της περιόδου 2008-2009, οι μήνες της τουριστικής αιχμής συγκεντρώνουν μέσο ετήσιο ποσοστό 48,2% με αυξητικές τάσεις αφού το 2008 συγκέντρωσε το 29,50%, ενώ οι υπόλοιποι μήνες Απρίλιος, Μάιος, Ιούνιος και Οκτώβριος συγκεντρώνουν το 14,50%, από το οποίο ο Απρίλιος συμμετέχει με ποσοστό κάτω του 6,4%. Ο Απρίλιος έχει σχεδόν χαθεί για τη Κρήτη και η οποία κίνηση παρουσιάζει οφείλεται στον μαθητικό τουρισμό και στον τουρισμό των εορτών του Πάσχα των καθολικών, αφού τα τελευταία χρόνια τα θερινά προγράμματα των οργανωτών ταξιδιών αρχίζουν πλέον μια βδομάδα πριν το Πάσχα, ενώ μεγάλοι αγγλικοί οργανισμοί θεωρούν το μήνα Απρίλιο ότι ανήκει στους χειμερινούς μήνες από πλευράς κατάρτισης των προγραμμάτων τους. Είναι χαρακτηριστικό να αναφερθεί ότι οι πέντε μήνες της χειμερινής περιόδου όπως ο Νοέμβριος και έως το Μάρτιο συγκεντρώνουν ένα οργανωμένο τουρισμό σε ποσοστό που δεν ξεπερνά το 1,4%¹⁹

3.3 Παράγοντες που Επηρεάζουν την Εποχικότητα του Τουρισμού στην Ελλάδα

Το πρόβλημα της εποχικότητας στους προορισμούς θερινών διακοπών δεν απασχολεί μόνο τις κυβερνήσεις των χωρών και τους φορείς γενικά του τουρισμού στη κάθε χώρα, αλλά και τους ερευνητές και μελετητές του τουριστικού φαινομένου που προσπαθούν να αναζητήσουν τους παράγοντες που έχουν επηρεάσει αρνητικά την εποχικότητα τα τελευταία χρόνια. Κάτι τέτοιο βέβαια συμβαίνει και στην Ελλάδα, όπου η κατάσταση παραμένει στα ίδια επίπεδα όσον αφορά το φαινόμενο της εποχικότητας στο Τουρισμό και θεωρείται ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα που έχουν να αντιμετωπίσουν οι υπεύθυνοι των τουριστικών οργανισμών και ταξιδιωτικών πρακτορείων.

Μια πρώτη προσέγγιση του προβλήματος οδηγεί στον εντοπισμό των ακολούθων παραγόντων οι φαίνεται να επηρεάζουν την τουριστική εποχικότητα στην Ελλάδα.

- Ο οργανωμένος μαζικός τουρισμός ο οποίος διακινείται στους προορισμούς της Ελλάδος, έχει κατά κανόνα ως κίνητρο τον ήλιο, τη θάλασσα και την παραλία με σκοπό να επιλέξει τον τόπο των διακοπών του. Είναι επομένως λογικό να προτιμά τους μήνες εκείνους με τις ευνοϊκότερες κλιματολογικές συνθήκες, που επιτρέπουν στο κάθε τουρίστα να απολαύσει τα στοιχεία της προτίμησής του. Η συρρίκνωση βέβαια του μήνα Απριλίου δεν αποκλείεται να οφείλεται σε κάποιο βαθμό σε αλλαγή του κλίματος που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια και εκδηλώνεται στην περίπτωση τουλάχιστον της Ελλάδος με τις συχνότερες βροχοπτώσεις και τη πτώση της θερμοκρασίας του αέρα και της θάλασσας, οπότε και τη δημιουργία μη ευνοϊκού κλίματος για διακοπές.
- Η τουριστική προσφορά στους νησιώτικους και παράκτιους προορισμούς όπως η Κρήτη και η οποία θα αναλυθεί ως παράδειγμα ακολούθως, έχει δημιουργηθεί χωρικά και λειτουργικά κατά τέτοιο τρόπο έτσι ώστε οι προδιαγραφές της να ανταποκρίνονται σχεδόν αποκλειστικά στις ανάγκες αλλά και τις επιθυμίες του τουρισμού των θερινών διακοπών στο νησί αυτό και στους τέσσερις . Κάποια παραλιακά ξενοδοχεία με εξωστρεφείς και κατά κανόνα υπαίθριες συμπληρωματικές λειτουργίες είναι η κυρίαρχη μορφή καταλύματος. Ελάχιστα ξενοδοχεία διαθέτουν και εσωτερικούς χώρους και εγκαταστάσεις οι οποίες μπορούν να φιλοξενήσουν τους πελάτες τους όταν οι καιρικές συνθήκες δεν τους επιτρέπουν να απολαύσουν τον ήλιο και τη θάλασσα εκτός αυτών. Το μεγάλο πρόβλημα στην Ελλάδα είναι να βρεθούν εναλλακτικές λύσεις απασχόλησης ψυχαγωγίας των επισκεπτών των ξενοδοχείων και γενικότερα των τουριστών για τις ημέρες που επικρατούν δυσμενείς καιρικές συνθήκες με ειδικά ενδεχομένως προγράμματα για τις ημέρες όπου οι τουρίστες δεν μπορούν να επισκεφτούν την παραλία
- Η δημιουργία κάποιων νέων προορισμών τουρισμού θερινών διακοπών καθώς και η αύξηση της τουριστικής προσφοράς σε καταλύματα που ξεπερνά κατά πολύ την τουριστική ζήτηση είναι παράγοντας ο οποίος επηρεάζει το φαινόμενο της εποχικότητας στο τουρισμό. Με το τρόπο αυτό οι τουρίστες διαθέτουν την ευχέρεια να εξασφαλίσουν διαμονή στους δημοφιλείς μήνες της αιχμής, σε αντίθεση με κάποιες παλαιότερες εποχές όπου η περιορισμένη προσφορά οδηγούσε σε ένα καλύτερο χρονικό καταμερισμό της ζήτησης και συνεπώς αποσυμφόρηση της αιχμής τουριστικής περιόδου.

Η περίπτωση της Ελλάδας είναι η πλέον χαρακτηριστική. Πριν μερικά χρόνια μοναδικοί σχεδόν προορισμοί οργανωμένου μαζικού τουρισμού θεωρούνταν μόνο η Αθήνα, η Κρήτη, η Ρόδος και η Κέρκυρα ως μεγάλα νησιά εξυπηρέτησης τουριστών. Στις μέρες μας αν ανατρέξει κανείς στα θερινά προγράμματα των μεγάλων οργανωτών ταξιδιών ανά την Ευρώπη και τον κόσμο, θα διαπιστώσει ότι έχουν προστεθεί σε αυτούς τα νησιά της Κω, η Κάρπαθος, η Μύκονος, η Σαντορίνη, η Σάμος, η Χίος, η Μυτιλήνη, η Κεφαλονιά, η Σκιάθος, η Καβάλα – Θάσος και διάφορα άλλα. Η Κρήτη για κάποια χρόνια μαζί με τη Ρόδο θεωρούνταν ήταν η «αποικία» των Σκανδιναβών. Στις μέρες μας οι τουρίστες αυτών των χωρών επισκέπτονται όλους τους νησιώτικους προορισμούς της Ελλάδας.

- Η κοινωνική οργάνωση η οποία υπάρχει και από άποψη κυρίως των πληρωμένων διακοπών είναι τέτοια ώστε οι διάφορες και μεγάλες μάζες του πληθυσμού που συγκροτούν τον οργανωμένο τουρισμό, όπως είναι για παράδειγμα οι εργαζόμενοι με σχέση εξαρτημένης εργασίας, οι μαθητές και φοιτητές και οι λοιπές επαγγελματικές ομάδες εποχιακής απασχόλησης, είναι υποχρεωμένοι να κατευθύνονται στους μήνες της αιχμής, αφού τότε χορηγούνται οι άδειες και φυσικά «κλείνουν» τα σχολεία και τα Πανεπιστήμια, με αποτέλεσμα οι κοινωνικές αυτές ομάδες να **«παρασύρουν»** και άλλες που σε κάποιο βαθμό συνδέονται ή εξαρτώνται από αυτές για διακοπές. Τον μήνα Αύγουστο για παράδειγμα **«κλείνουν»** κατά παράδοση τα εργοστάσια και οι μεγάλες επιχειρήσεις αλλά και οι δημόσιες υπηρεσίες διατηρούν θα έλεγε κανείς ένα

ελάχιστο **«προσωπικό ασφαλείας»**. Δεν είναι τυχαίο ότι στις χώρες της Γαλλίας και της Ισπανίας έχει διαμορφωθεί μια ειδική μορφή τουρισμού όπου είναι γνωστή ως ο **«Αυγουστιάτικος τουρισμός»**¹⁹.

➤ Η αδιάφορη στάση των οργανωτών ταξιδιών στο πρόβλημα της εποχικότητας εντοπίζεται να είναι ένα σοβαρό πρόβλημα, ιδιαίτερα σε ότι αφορά βέβαια την επιμήκυνση, της τουριστικής περιόδου για το λόγο ότι τα ειδικά προγράμματα χειμερινού τουρισμού στην Ελλάδα, δεν φαίνεται να είναι στις άμεσες προτεραιότητες τους σχετικά με τις διακοπές των πελατών τους. Τα κίνητρα τα οποία ζητούν οι tour operators στην παγκόσμια αγορά τόσο για την επιμήκυνση της θερινής περιόδου όσο και για τον χειμερινό τουρισμό και σε συνδυασμό με τις χαμηλές τιμές των ξενοδοχείων, είναι τέτοια τα οποία ξεπερνούν τις δυνατότητες του κρατικού τομέα και των επιχειρήσεων οι οποίες καλούνται στην ουσία να επιδοτήσουν τον τουρισμό της εποχής αυτής, χωρίς την προοπτική μελλοντικής κερδοφορίας, όπως επιβεβαιώνει η εμπειρία από τα κατά καιρούς πειραματικά προγράμματα της Ελλάδος και ειδικότερα της νήσου Κρήτης. Με το τρόπο αυτό όχι μόνο περιορίζονται στα θερινά προγράμματα αλλά με τις πιέσεις που ασκούν για κάποιες «ειδικές προσφορές» αποδυναμώνουν τους ακραίους μήνες τα μέρη αυτά, αφού στην πραγματικότητα αξιώνουν τιμές από τα ξενοδοχεία κάτω του κόστους.

3.4 **Επιπτώσεις στην Ελλάδα από το Φαινόμενο της Εποχικότητας στο Τουρισμό**

Η εποχικότητα ως φαινόμενο στο τουριστικό τομέα της Ελλάδος έχει προκαλέσει μια σειρά από ιδιαίτερες σοβαρές αρνητικές παρενέργειες σε όλο το φάσμα του τουριστικού κυκλώματος. Οι επιπτώσεις από τη συσσώρευση η οποία έχει προέλθει στη τουριστική κίνηση τους μήνες της αιχμής είναι ιδιαίτερες εμφανείς στο περιβάλλον, στις τουριστικές επιχειρήσεις, στις ενδιάμεσες επιχειρήσεις καθώς και στους ίδιους τους επισκέπτες οι οποίοι θα επισκεφτούν την Ελλάδα.

Είναι γεγονός πως το περιβάλλον σε όλες του τις εκφάνσεις και αν χαρακτηρίζεται ως φυσικό, πολιτιστικό, δομημένο και ανθρωπογενές, είναι εκείνο το οποίο δέχεται τις μεγαλύτερες πιέσεις στους μήνες της αιχμής κατά τους οποίους παραβιάζονται τα όρια της φέρουσας ικανότητας του κάθε τουριστικού τόπου²⁰. Μπορεί να μην έχουν διεξαχθεί ακριβής μετρήσεις για τον καθορισμό των ορίων ανοχής του κάθε τόπου με σκοπό την φιλοξενία επισκεπτών όμως από ορισμένα φαινόμενα και τα οποία ιδιαίτερα παρουσιάζονται στον τομέα των υποδομών και τους καθιστούν ιδιαίτερος αδύναμους να ανταποκριθούν στις ανάγκες της ζήτησης και καταφαίνεται ότι ο τόπος έχει εξαντλήσει τα όρια της αντοχής του. Οι πολύ συχνές διακοπές του ηλεκτρικού ρεύματος στις περιοχές αυτές, η υπερφόρτωση του αποχετευτικού δικτύου, η κυκλοφοριακή συμφόρηση, οι ατελείωτες ουρές στις στάσεις των ταξί και των λεωφορείων και στις θυρίδες των ταχυδρομείων και των τραπεζών καθώς και ακόμα το **«στοίβαγμα»** των ατόμων στις παραλίες και στα νυχτερινά κέντρα, αποδεικνύουν ότι ο τόπος στους μήνες της αιχμής έχει ξεπεράσει κατά πολύ τα όρια της φέρουσας ικανότητάς του.

Οι τουριστικές επιχειρήσεις της Ελλάδος και ιδιαίτερα οι ξενοδοχειακές είναι εκείνες οι οποίες πλήττονται περισσότερο από το φαινόμενο της εποχικότητας. Από την ανάλυση των

¹⁹ Βαρβαρέσου, Στ., 2001, *«Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές»*, Εκδόσεις Σάκουλα

²⁰ Ι.Τ.Ξ.Ε., *«Μελέτη σχεδιασμού δράσεων για την ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού σε ανεπτυγμένες τουριστικές περιοχές»*, (ΕΟΤ), Α' τεύχος Ιούλιος 2006 – Β' τεύχος Ιούλιος 2007

αποτελεσμάτων δραστηριοποίησης των ξενοδοχείων της Κρήτης όπου και αναφέρεται η παρούσα πτυχιακή εργασία, αποδεικνύεται ότι σε ετήσια βάση δραστηριοποιείται μόλις το **45% - 46%** του παραγωγικού τους δυναμικού και ότι πάνω από το **49%** της συνολικής τους δραστηριοποίησης πραγματοποιείται το τρίμηνο Ιουνίου – Σεπτεμβρίου με πληρότητες που ξεπερνούν το **100%**, ενώ στους υπόλοιπους μήνες της τουριστικής περιόδου οι πληρότητες κυμαίνονται από **28% - 37%**²¹.

Θα πρέπει επίσης να αναφερθεί πως η αδρανοποίηση του επενδυμένου κεφαλαίου για ένα διάστημα πάνω από 7 μήνες, τα υψηλά σταθερά έξοδα που επιβαρύνεται η κάθε ξενοδοχειακή επιχείρηση στο νησί αυτό με σκοπό να αντιμετωπίσει τις λειτουργικές ανάγκες της περιόδου αιχμής καθώς και οι χαμηλές τιμές που επιβάλλουν οι οργανωτές ταξιδιών, έχουν περιορίσει την κερδοφορία του τουριστικού κλάδου σε οριακά επίπεδα, ενώ αρκετές επιχειρήσεις οι οποίες φέρουν μεγάλες δανειακές υποχρεώσεις αντιμετωπίζουν κάποια σοβαρά προβλήματα βιωσιμότητας. Η χαμηλή κερδοφορία δεν είναι εκείνη η οποία ευνοεί τις νέες επενδύσεις, απόδειξη δε ότι όσες ξενοδοχειακές επενδύσεις δημιουργήθηκαν τα τελευταία χρόνια στη Κρήτη, πραγματοποιήθηκαν από κάποιες υφιστάμενες επιχειρήσεις, οι οποίες έκαναν χρήση των αφορολόγητων εκπτώσεων του αναπτυξιακού νόμου τουρισμού και από επιχειρήσεις στις οποίες συμμετέχουν και οργανωτές ταξιδιών οι οποίοι εξασφαλίζουν την πελατεία τους.

Η εποχικότητα είναι ένα φαινόμενο το οποίο επηρεάζει αρνητικά και τις ενδιάμεσες επιχειρήσεις από τις οποίες οι πιο αντιπροσωπευτικές είναι οι αεροπορικές εταιρείες των ναυλωμένων πτήσεων τους νησιωτικούς προορισμούς της Ελλάδος με τις οποίες διακινείται πάνω από το 80% του διεθνούς τουρισμού σε αυτούς²². Οι εταιρίες αυτές καθώς και τα λοιπά συμβατικά μεταφορικά μέσα δεν θεωρείται δυνατόν να δεσμεύουν τα μέσα τους με σκοπό να ανταποκριθούν άμεσα στην αυξημένη ζήτηση της αιχμής και τους άλλους μήνες να μη πραγματοποιούν το μεταφορικό έργο που θα τους εξασφαλίζει τη βιωσιμότητα τους στα διάφορα μέρη όπου και δραστηριοποιούνται. Δεν είναι βέβαια λίγες οι περιπτώσεις όπου για τη διατήρηση των πτήσεων στους ακραίους μήνες, οι εταιρίες ζητούν συντονισμένα από τους φορείς του προορισμού να τους εξασφαλίσουν ένα ποσοστό θέσεων στα αεροπλάνα τους. Οι περιορισμοί αυτοί ισχύουν και για τον εθνικό αερομεταφορέα της Ελλάδος ο οποίος έτσι και αλλιώς καλύπτει ένα ελάχιστο μέρος της ζήτησης για τους τουριστικούς προορισμούς.

Η εποχικότητα στον τουρισμό, ασφαλώς και επηρεάζει και τους ίδιους τους τουρίστες αφού στην περίοδο της αιχμής υφίστανται όλες τις συνέπειες από την έξαρση των περιβαλλοντικών προβλημάτων και τα οποία αναφέρθηκαν στις προηγούμενες σελίδες και συνδέονται με τις ολιγόλεπτες διακοπές ρεύματος, την κυκλοφοριακή συμφόρηση, τις μεγάλες αναμονές από τις ουρές στις στάσεις και στις θυρίδες, το στοίβαγμα στις παραλίες και στα νυχτερινά κέντρα και διάφορα άλλα παρεμφερή γεγονότα.

²¹ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Μελέτη σχεδιασμού δράσεων για την ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού σε ανεπτυγμένες τουριστικές περιοχές», (ΕΟΤ), Α' τεύχος Ιούλιος 2006 – Β' τεύχος Ιούλιος 2007

²² Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού στη Κρήτη», Α' & Β' Τεύχος, Σεπτέμβριος 2005

Είναι πραγματικότητα πως μια μεγάλη πλειοψηφία των τουριστών αναζητούν πλέον στις διακοπές τους τις συνθήκες εκείνες οι οποίες θα τους ηρεμήσουν και συγχρόνως θα τους αναζωογονήσουν, συνθήκες βέβαια οι οποίες πλέον δεν συναντιούνται στους μήνες της τουριστικής αιχμής. Δεν είναι επίσης τυχαίο το γεγονός ότι τα περισσότερα παράπονα τα οποία φθάνουν στα Γραφεία του ΕΟΤ της Ελλάδος προέρχονται κατά κανόνα από τους καλοκαιρινούς τουρίστες που επισκέπτονται τα νησιά και τα τουριστικά θέρετρα. Οι οποίες βέβαια «ταλαιπωρίες» υφίστανται οι επισκέπτες της τουριστικής αιχμής, παρουσιάζονται να εξουδετερώνονται από τα άλλα θέλγητρα τα οποία τους προσφέρει το περιβάλλον της Ελλάδος, διαφορετικά δεν δικαιολογείται γιατί επιμένουν να επισκέπτονται νησιά όπως η Κρήτη κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου.

3.5 Το Φαινόμενο της Εποχικότητας στο Τουρισμό και Επιπτώσεις στους Τέσσερις (4) Νομούς της Κρήτης

3.5.1 Οικονομικές Επιπτώσεις

Όπως αναλύθηκε στις προηγούμενες ενότητες σχετικά με το πρόβλημα που δημιουργείται στην Ελλάδα από το φαινόμενο της εποχικότητας στο τουρισμό, δεν θα μπορούσε το πρόβλημα αυτό να μην αγγίζει ιδιαίτερος φημισμένους τουριστικούς προορισμούς όπως το νησί της Κρήτης. Το πρόβλημα της εποχικότητας του τουρισμού παρατηρείται να είναι έντονο σε όλους τους παραθεριστικούς νομούς της Κρήτης και οι οποίοι είναι το Ηράκλειο, τα Χανιά, το Λασιθί και το Ρέθυμνο. Οι επιπτώσεις που επιφέρουν τα προβλήματα του εποχιακού τουρισμού που αντιμετωπίζει η Κρήτη και γενικά τα νησιά θεωρούνται πολλαπλές και φυσικά πολύ επίπεδες. Οι επιπτώσεις αυτές αναφέρονται τόσο σε οικονομικό όσο και στο κοινωνικό επίπεδο τοπικά αλλά και στον ευρύτερο χώρο του νησιού. Σε γενικότερες γραμμές θα μπορούσε κανείς να πει πως τα προβλήματα αυτά που εντοπίζονται στον εποχιακό τουρισμό δεν οδηγούν στην αναμενόμενη αύξηση προσέλευσης στο νησί της Κρήτης και στους νομούς του. Το γεγονός αυτό οδηγεί στην άποψη πως οι περιοχές αυτές θα μπορούσαν να γνωρίζουν μια μεγαλύτερη οικονομική άνθιση και τις εποχές εκτός καλοκαιριού, κάτι τέτοιο όμως δε συμβαίνει. Έτσι παρατηρείται μια σωρεία καταστάσεων στις οποίες καλούνται να ανταπεξέλθουν οι μόνιμοι κάτοικοι με σκοπό να τα «βγάλουν» πέρα τις χειμερινές και μη παραθεριστικές περιόδους.

Με το τρόπο αυτό λοιπόν, όλα αυτά τα προβλήματα και ενώ αφορούν σε διαφορετικούς τομείς και ουσιαστικά απορρέουν από διαφορετικές αιτίες στην πραγματικότητα συγκλίνουν σε μία κοινή επίπτωση σε όλους τους νομούς του νησιού της Κρήτης. Εκτός αυτού συναντάται πολλές φορές και το φαινόμενο να είναι το ένα πρόβλημα αποτέλεσμα του άλλου. Παράδειγμα στη περίπτωση αυτή μπορεί να αναφερθεί η ακρίβεια αγαθών που απορρέει από την έλλειψη αυτών αλλά και το ιδιαίτερος υψηλό κόστος μεταφοράς τους.

Η ανεπάρκεια επίσης κάποιων ειδικών υποδομών στους νομούς της Κρήτης δυσχεραίνει τόσο την πρόσβαση όσο και τη διαμονή σε αυτούς. Σε αυτό είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι οι σημαντικές ελλείψεις στο χώρο της υγείας δυσκολεύουν ακόμα περισσότερο την παραμονή ενός ατόμου σε ένα τόπο ή ένα χωριό της Κρήτης. Ως παράδειγμα, μια οικογένεια με παιδιά η οποία δεν θα επέλεγε ως τόπο διακοπών ένα νησί το χειμώνα δίχως σωστό νοσοκομείο ή γιατρούς. Γενικότερα έχει αποδειχτεί πως όσα περισσότερα προβλήματα και ελλείψεις έχει ένας τόπος, τόσο

λιγότερο τουρισμό έχει και αυτό γιατί εύλογα δεν προτιμάται²³. Στο σύνολό τους όμως όλα αυτά έχουν ως αποτέλεσμα το μικρότερο αριθμό τουριστών και συνεπώς χαμηλότερες οικονομικές εισροές είτε εσωτερικού είτε εξωτερικού συναλλάγματος στους τέσσερις νομούς της Κρήτης.

Το πρόβλημα της εποχικότητας τουρισμού στο νησί της Κρήτης και ειδικότερα στους τέσσερις νομούς που αναφέρθηκαν, έχει προκαλέσει μια σειρά από σοβαρές αρνητικές παρενέργειες σε όλο το φάσμα του τουριστικού κυκλώματος στο νησί αυτό. Οι επιπτώσεις από την συσσώρευση της τουριστικής κίνησης στους μήνες της αιχμής το καλοκαίρι είναι εμφανείς στο περιβάλλον των νομών, στις τουριστικές επιχειρήσεις, στις ενδιάμεσες επιχειρήσεις καθώς και στους ίδιους τους επισκέπτες του νησιού. Οι επιπτώσεις της εποχικότητας στη Κρήτη είναι ένα θέμα που αντιμετωπίζεται σε διαφορετικά επίπεδα του ευρύτερου περιβάλλοντος του προορισμού αυτού. Οι οικονομικές επιπτώσεις της εποχικότητας στη Κρήτη σχετίζονται κυρίως με το πρόβλημα της συμπίεσης της τουριστικής περιόδου σε μερικούς μήνες αιτία που οδηγεί σε περιορισμό της σταδιακής αύξησης επενδύσεων με μεγάλο ρίσκο συνεπώς και περιορισμός καινοτομιών, εξαντλητική χρήση των υπηρεσιών ανθρώπινων πόρων και ουσιαστικά υπολειτουργία κατά τη μη τουριστική περίοδο στο νησί.

Η εισροή των κερδών για τους επιχειρηματίες όλων των ειδών στη Κρήτη περιορίζεται χρονικά και ωθεί τους μικρομεσαίους επιχειρηματίες οι οποίοι έχουν έλλειψη οράματος και προγραμματισμού, να προσφέρουν χαμηλότερης ποιότητας προϊόντα έτσι ώστε να εκμεταλλευτούν την τουριστική ζήτηση με αποτέλεσμα την έντονη δυσαρέσκεια των επισκεπτών στο νησί κατά τους καλοκαιρινούς μήνες²⁴. Σημαντικό οικονομικό φαινόμενο το οποίο χρήζει ανάλογης αντιμετώπισης είναι και το πρόβλημα της εποχικής απασχόλησης στις παντός είδους επιχειρήσεις του νησιού Κρήτης. Η απόκτηση προσωπικού από τις επιχειρήσεις των νομών για μια προσωρινή περίοδο το καλοκαίρι έχει ως αποτέλεσμα να επενδύουν οι επιχειρήσεις του νησιού πάνω στο προσληφθέν προσωπικό με το προφανές ρίσκο στο τέλος της τουριστικής περιόδου να χαθεί για το λόγο ότι αναζητά μόνιμη απασχόληση.

Η συγκεκριμένη διαδικασία στο νησί, έχει πλέον ως αποτελέσματα την έλλειψη της εξειδίκευσης και την επιβάρυνση της οικονομίας λόγω της μη καταβολής οικονομικών ενισχύσεων αλλά και το κόστος εκπαίδευσης του τουριστικού προσωπικού με αυτόνομες εκπαιδευτικές μονάδες σε κάθε ένα από τους νομούς του νησιού. Ως εκ τούτου παρατηρείται το φαινόμενο της υψηλής ανεργίας στο νησί (και στους τέσσερις νομούς) εκτός τουριστικής περιόδου και της έλλειψης εξειδικευμένου προσωπικού κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου. Όπως άλλωστε καταγράφηκε από έρευνα του Εθνικού Κέντρου Κοινωνικών Ερευνών και το Ινστιτούτο Κοινωνικής Πολιτικής για τη διερεύνηση των τάσεων στο χώρο της Κοινωνικής και Οικονομικής Υπόστασης των Πολιτών στο νησί της Κρήτης το έτος 2005, ένα σημαντικό τμήμα των

²³ Λογοθέτη, Χ., 1997, "Τουρισμός και βιώσιμη ανάπτυξη", Εκδόσεις Σακκουλά

²⁴ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Μελέτη σχεδιασμού δράσεων για την ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού σε ανεπτυγμένες τουριστικές περιοχές», (ΕΟΤ), Α' τεύχος Ιούλιος 2006 – Β' τεύχος Ιούλιος 2007

εργαζομένων εξασκεί εποχιακά εργασία κυρίως λόγω της εποχικότητας της οικονομικής δραστηριότητας του κλάδου των ξενοδοχείων και των εστιατορίων που υπάρχουν στο νησί²⁵.

3.5.2 Κοινωνικές Επιπτώσεις

Οι κοινωνικές επιπτώσεις της εποχικότητας του τουρισμού είναι εμφανείς σε προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι μόνιμοι κάτοικοι των νομών της Κρήτης και γενικότερα των προορισμών στην καθημερινότητά τους. Εξαιτίας της δραματικής αύξησης του πληθυσμού κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών στους παραθεριστικούς νομούς της Κρήτης, προκαλείται σημαντική καταπόνηση των υποδομών και παρουσιάζεται μείωση του επιπέδου της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών με υπολειμματική υπηρεσιών ασφάλειας μεταφορών και οικονομικών συναλλαγών στις επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται στο τουριστικό εμπόριο.

Για τις απομακρυσμένες νησιώτικες περιοχές όπως η Κρήτη, ο ανολοκλήρωτος στόχος της κοινωνικής συνοχής θεωρείται θεμελιακός. Οι κοινωνίες στους νομούς του νησιού είναι μικρές και ευαίσθητες αλλά και συνάμα ευάλωτες. Δεν διαθέτουν την πολυτέλεια να εσωτερικεύουν εύκολα μεγάλες διαταραχές που προέρχονται από εξωγενείς παράγοντες που τελικά επηρεάζουν δραματικά την ίδια την ύπαρξη των τοπικών κοινωνιών στους νομούς αυτούς στο νησί της Κρήτης. Η έλλειψη τουρισμού κατά τους μη καλοκαιρινούς μήνες δεν έχει μόνο οικονομικές αλλά και κοινωνικές επιπτώσεις στο νησί. Μέσα από το μαρασμό των επιχειρήσεων και το αυξημένο ποσοστό ανεργίας η οποία προέρχεται από το φαινόμενο του εποχιακού τουρισμού, έρχεται η μετανάστευση των πληθυσμών για εύρεση εργασίας σε άλλα μέρη της χώρας.

Έτσι η κοινωνία της Κρήτης «γερνά», καθώς οι νέοι σε ηλικία άνθρωποι φεύγουν και οι περιοχές σε κάποια σημεία των νομών του νησιού, ιδιαίτερα στα απομακρυσμένα ορεινά σημεία και στα οποία ζουν. Μ' αυτό τον τρόπο ξεκινά ένας φαύλος κύκλος όπου δίχως ικανό αριθμό θέσεων εργασίας δεν υπάρχουν νέοι στα ορεινά σημεία και σε διάφορα άλλα μη τουριστικά μέρη της Κρήτης και δίχως νέους ανθρώπους δεν υπάρχουν φυσικά καινοτόμες ιδέες και επενδύσεις άλλα ούτε και πολλά περιθώρια ανάπτυξης στις τοπικές κοινωνίες και αντίστροφα στα διάφορα σημεία των νομών της Κρήτης²⁶.

Όμως το ζήτημα της εποχικότητας του τουρισμού δεν θα πρέπει να παρουσιάζεται ως απλά μονοδιάστατο, αφού εκεί απ' όπου λείπει ο τουρισμός απουσιάζουν και οι αρνητικές του συνέπειες γενικότερα. Σ' αυτή την περίπτωση παρατηρείται ότι στο νησί της Κρήτης και χωρίς την ιδιαίτερη ανεπτυγμένη τουριστική βιομηχανία τους μη καλοκαιρινούς μήνες, δεν υπάρχει εγκληματικότητα στο ποσοστό που συναντάται στο νησί κατά τις περιόδους αιχμής του τουρισμού. Ένα επιπλέον αποτέλεσμα της έλλειψης του τουρισμού τους μη καλοκαιρινούς

²⁵ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού στη Κρήτη», Α' & Β' Τεύχος, Σεπτέμβριος 2007

²⁶ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Μελέτη σχεδιασμού δράσεων για την ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού σε ανεπτυγμένες τουριστικές περιοχές», (ΕΟΤ), Α' τεύχος Ιούλιος 2006 – Β' τεύχος Ιούλιος 2007

μήνες είναι η διατήρηση των ηθών και των εθίμων της περιοχής του κάθε νομού. Φαίνεται λοιπόν πως αυτές οι κοινωνίες στους νομούς της Κρήτης δε φθείρονται πολιτισμικά και συγκριτικά με τις άλλες. Αυτό είναι εύλογο να συμβεί αν υπολογίσει κανείς το γεγονός ότι δεν υπάρχει έντονη «**τριβή**» με άλλες κουλτούρες εντός του νησιού.

Σε αντιδιαστολή βέβαια με το παραπάνω αναφερθέν ζήτημα της διατήρησης των παραδόσεων στο νησί, έρχεται και ένα άλλης φύσεως θέμα το οποίο γεννάται επίσης από την έλλειψη επαφής με άλλες κουλτούρες κατά τους μη καλοκαιρινούς μήνες. Σ' αυτή την περίπτωση εξετάζεται το θέμα από άλλη σκοπιά και το αποτέλεσμα προκύπτει κάθε άλλο παρά θετικό για το νησί της Κρήτης και βέβαια για τον κάθε παραθεριστικό τόπο στην Ελλάδα. Με το τρόπο αυτό παρατηρείται ένα φαινόμενο κλειστών κοινωνιών με στενούς πολιτισμικά ορίζοντες κατά τους χειμερινούς μήνες. Τα άτομα και οι κοινωνίες δεν έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν άλλους πολιτισμούς εκείνη τη περίοδο κάτι το οποίο έχει ως αποτέλεσμα οι νομοί της Κρήτης να μένουν στάσιμοι στην παγκόσμια κοινωνική ανάπτυξη. Συμπερασματικά οι επιπτώσεις της έλλειψης τουρισμού το χειμώνα αλλά γενικότερα τους μη καλοκαιρινούς μήνες θεωρούνται πολυδιάστατες. Ωστόσο οι διάφορες θετικές επιπτώσεις δε θα μπορούσαν σε καμία περίπτωση να αντισταθμιστούν με την ερήμωση των περιοχών και τον μοιραία επερχόμενο μαρασμό των κοινωνιών στα χωριά τα οποία βρίσκονται στους νομούς της Κρήτης²⁷.

3.5.3 Αλληλεπίδραση Κοινωνικοοικονομικών Επιπτώσεων που Προκαλούνται από το Φαινόμενο της Εποχικότητας Τουρισμού στο Νησί της Κρήτης

Μετά την εξέταση η οποία προηγήθηκε στις παραπάνω ενότητες σχετικά με τις επιπτώσεις που προκαλούνται τόσο σε οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο από το φαινόμενο της εποχικότητας του τουρισμού στο νησί της Κρήτης, γίνεται αντιληπτό ότι κάθε άλλο παρά ανεξάρτητες είναι μεταξύ τους οι επιπτώσεις αυτές για τις περιοχές του νησιού και φυσικά τους νομούς του. Στην πραγματικότητα όμως οι κοινωνικές επιπτώσεις θεωρούνται απόρροια των οικονομικών και το αντίστροφο. Δηλαδή πρόκειται για μια αλυσίδα καταστάσεων η οποία ακολουθεί μια καταστροφική αλληλουχία για την τοπική κοινωνία και οικονομία του νησιού. Χωρίς την άνθιση της μιας εκ των δύο, θεωρείται φύσει αδύνατο να αναπτυχθεί και η άλλη. Οπότε εάν είναι να προσφερθούν λύσεις στο θέμα και συνάμα πρόβλημα της εποχικότητας τουρισμού στο νησί της Κρήτης, αυτές θα πρέπει να έχουν έναν πολύπλευρο χαρακτήρα με στόχο την ταυτόχρονη ανάπτυξη της οικονομίας και της κοινωνίας σε τοπικό και διακρατικό επίπεδο.

²⁷ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού στη Κρήτη», Α΄ & Β΄ Τεύχος, Σεπτέμβριος 2007

3.6 Προτεινόμενες Λύσεις για το Φαινόμενο του Εποχικού Τουρισμού στο Νησί της Κρήτης και τους Νομούς του

Ο νησιωτικός χώρος των νομών της Κρήτης και γενικότερα των νησιών του νοτίου Αιγαίου έχει χαρακτηριστικά τα οποία επιβάλλουν κάποιες ιδιαίτερες πολιτικές για την αντιμετώπιση των προβλημάτων του φαινομένου του εποχικού τουρισμού. Το βασικό στοιχείο που χαρακτηρίζει το νησιωτικό χώρο της Κρήτης, είναι η γεωγραφική κατανομή του νησιού αλλά και των ιδιαίτερων παραθεριστικών χαρακτηριστικών του. Δύο βασικές πολιτικές ανάπτυξης και οι οποίες μπορούν να προταθούν στο νησί και τους νομούς της Κρήτης με σκοπό την αντιμετώπιση του φαινομένου του εποχιακού τουρισμού, είναι η τουριστική ανάπτυξη και η βιωσιμότητα του φυσικού περιβάλλοντος.

Αρχικά θα πρέπει να εξεταστούν τα χαρακτηριστικά εκείνα καθώς και οι διαπλοκές των ομάδων παραγόντων, οι οποίοι διαμορφώνουν τα πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης στο σύγχρονο κόσμο και με απώτερο με στόχο να επισημανθούν οι συσχετίσεις των επιρροών και της δράσης τους στο νησί της Κρήτης και φυσικά στην έγκαιρη και αποτελεσματική αντιμετώπιση του προβλήματος του εποχιακού τουρισμού. Πρόκειται βέβαια για παράγοντες οι οποίοι άμεσα ή έμμεσα συνδέονται τόσο με την τουριστική ανάπτυξη όσο και με τη λειτουργία του τουριστικού τομέα στο νησί αυτό. Οι ομάδες παραγόντων οι οποίες θα πρέπει να εξετάζονται για την συγκεκριμένη περίπτωση είναι οι εξής ακόλουθες :

- Διεθνείς και υπερεθνικοί φορείς και οργανισμοί οι οποίοι σχετίζονται με την τουριστική ανάπτυξη, δηλαδή ΟΗΕ, ΟΟΣΑ, ΠΟΤ, Παγκόσμια Τράπεζα, Ε.Ε., επιστημονικοί σύλλογοι, εκπαιδευτικά και ερευνητικά ιδρύματα και διάφοροι άλλοι
- Επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται στον ευρύτερο τουριστικό τομέα της Κρήτης όπως **tour operators**, ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, τουριστικά πρακτορεία, εταιρίες μεταφορικών μέσων, εταιρίες διαχείρισης θεματικών πάρκων, εταιρίες εστίασης και αναψυχής και διάφοροι άλλοι εμπλεκόμενοι φορείς
- Πολιτικές άμεσα ή έμμεσα συνδεδεμένες με την τουριστική ανάπτυξη σε επίπεδο το οποίο χαρακτηρίζεται ως υπερεθνικό, εθνικό ή τοπικό, όπως πολιτικές τουρισμού οι οποίες θεωρούνται συνυφασμένες με τις πολιτικές περιφερειακής ανάπτυξης της Κρήτης, πολιτικές προώθησης των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού, πολιτικές απασχόλησης, πολιτικές για το περιβάλλον, πολιτικές για τον αγροτικό τομέα.
- Φορείς και ομάδες συμφερόντων σε εθνικό και τοπικό επίπεδο της Κρήτης στους νομούς της και οι οποίοι συνδέονται με τη σχεδίαση, την οργάνωση, τη διαχείριση και την προώθηση της τουριστικής ανάπτυξης όπως επιχειρήσεις τουρισμού σε εθνικό ή τοπικό επίπεδο, άτομα ή εταιρίες που ασχολούνται με την τουριστική ανάπτυξη, φορείς εθνικής, περιφερειακής ή τοπικής πολιτικής εκπροσώπησης, οργανώσεις ασχολούμενες με την τοπική ανάπτυξη ή την προστασία του περιβάλλοντος, κοινωνικό-επαγγελματικές ομάδες του πληθυσμού τουριστικών περιοχών, εργαζόμενοι στον τουρισμό
- Παράμετροι επιρροής της τουριστικής ζήτησης και προσφοράς σε διεθνές και εθνικό επίπεδο καθώς και στην τουριστική ζήτηση οι σταθερές αλλά και συγκυριακές τάσεις που αφορούν στις επιλογές προορισμών ή προϊόντων στην τουριστική προσφορά οι πόροι που διαθέτει το νησί της Κρήτης και οι νομοί της.

Επίσης θα πρέπει να αναφερθεί πως αναφορικά με τα χαρακτηριστικά των παραγόντων διαμόρφωσης των προτύπων τουριστικής ανάπτυξης στο νησί της Κρήτης με σκοπό την αντιμετώπιση του φαινομένου της εποχιακής ανάπτυξης, εντοπίζονται οι εξής παράγοντες :

- Υπερεθνική διάσταση της λειτουργίας πολλών από αυτούς τους παράγοντες, η οποία οδηγεί στη διαμόρφωση συγκροτημένων τάσεων στη ζήτηση αλλά και πολιτικών που επηρεάζουν την ανάπτυξη του τουρισμού στους νομούς και κατεπέκταση στο νησί της Κρήτης.
- Θεσμική συγκρότηση και δυναμική ανάπτυξη αυτών των παραγόντων υπό τη μορφή οργανωμένων ομάδων συμφερόντων ή πολιτικών που προωθούνται σε διεθνές αλλά και σε εθνικό επίπεδο από το νησί της Κρήτης και της χώρας της Ελλάδος. Το χαρακτηριστικό αυτό συνδέεται με την ολοένα και μεγαλύτερη οικονομική σημασία του τουρισμού για τις περιοχές της Ελλάδος.
- Τάση διεθνοποίησης της επενέργειας των παραγόντων αυτών λόγω της σημαντικής επιρροής που ασκείται σε αυτούς από οργανισμούς ή τουριστικές επιχειρήσεις που διαμορφώνουν σε διεθνές επίπεδο, πολιτικές οι οποίες προωθούν τα τουριστικά προϊόντα των νομών και του νησιού στο σύνολο του.

Με αυτόν τον τρόπο διαμορφώνονται βέβαια ορισμένες κυρίαρχες κοινές τάσεις διεθνώς τόσο στις πολιτικές όσο και στα προϊόντα του τουρισμού της Κρήτης

- Δυναμική συμβολή των τουριστικών επιχειρήσεων στην Κρήτη ως προς τη σύνθετη λειτουργία αυτών των παραγόντων σε πολλά επίπεδα. Στο διεθνές λόγω των διεθνοποιημένων χαρακτηριστικών κατασκευής και διάθεσης πολλών τύπων τουριστικών προϊόντων στο νησί, στο εθνικό λόγω της επιρροής που ασκούν στη διαμόρφωση της ζήτησης, γεγονός που αντίστοιχα επηρεάζει και την προσφορά, στο τοπικό λόγω της «ολιστικής» διάστασης της παρουσίας στην παραγωγική δομή των τουριστικών περιοχών
- Διαρκώς και σημαντικότερος εντοπίζεται να είναι ο ρόλος που διαδραματίζουν επαγγελματικοί ή επιστημονικοί φορείς, οργανώσεις και ομάδες συμφερόντων οι οποίες συνδέονται με την οργάνωση και τη διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης τόσο σε εθνικό όσο και σε τοπικό επίπεδο
- Σημαντική έμμεση επιρροή της ανάπτυξης του νησιού σε άλλες παραγωγικές δραστηριότητες ή τομείς ανάπτυξης, η οποία είχε ως αποτέλεσμα ο τουρισμός να συγκαταλέγεται ως μια δυναμική παράμετρος σε πολλές πολιτικές ή προγράμματα τα οποία αφορούν στην περιφερειακή ανάπτυξη, στο περιβάλλον, στον αγροτικό τομέα, στον αστικό χώρο, στον πολιτισμό και άλλους τομείς του νησιού
- Καθοριστική σημασία παραμέτρων της τουριστικής ζήτησης με τάσεις οι οποίες αφορούν συγκεκριμένους προορισμούς στη Κρήτη ή τύπους τουριστικούς ταξιδιών ή προϊόντων αλλά και της τουριστικής προσφοράς όπως πόροι, υποδομές και υπηρεσίες που διαθέτουν τουριστικές περιοχές οι τουριστικές περιοχές της Κρήτης και ως παράγοντες επιρροής της τουριστικής ανάπτυξης των νομών του νησιού.

Τέλος αποτελεί γεγονός πως το νησί της Κρήτης αποτελεί σημαντικό κέντρο υπηρεσιών για το σύνολο της περιφέρειας Νότιου Αιγαίου, ενώ λόγω της θέσης του είναι δυνατό να διαδραματίσει ένα σημαντικό ρόλο για την ευρύτερη περιοχή της Μεσογείου κάτω από ορισμένες προϋποθέσεις ανάπτυξης και δημιουργίας. Η Κρήτη από τα παλαιότερα χρόνια αποτελεί ένα διεθνή τουριστικό προορισμό ο οποίος αναπτύχθηκε ιδιαίτερα γοργά στη διάρκεια των τελευταίων 50 χρόνων.

Η ανάπτυξή της απέφερε πολλά οφέλη στους ντόπιους και στην οικονομία του νησιού αλλά και στους νομούς της. Μερικές από τις γενικές αρχές και στόχους για τη βιώσιμη ανάπτυξη του

τουρισμού με απώτερο σκοπό την αντιμετώπιση του φαινομένου της εποχικότητας στο τουρισμού του νησιού, αναφέρονται να είναι τα ακόλουθα :

- Βιωσιμότητα στην τουριστική ανάπτυξη της Κρήτης με σκοπό την αντιμετώπιση του φαινομένου της εποχικότητας σημαίνει ότι θα πρέπει να είναι φιλική προς το περιβάλλον στο παρόν και στο μέλλον καθώς και οικονομικά βιώσιμη και κοινωνικά δίκαιη για τις τοπικές κοινωνίες.
- Ο τουρισμός της Κρήτης και των νομών της θα πρέπει να εναρμονίζεται με το φυσικό, πολιτισμικό και ανθρώπινο περιβάλλον
- Ο τουρισμός του νησιού θα πρέπει να μεριμνά για τις επιπτώσεις του στην πολιτισμική κληρονομιά και την παράδοση της τοπικής κοινωνίας
- Πρωτεύοντες στόχοι στην τουριστική ανάπτυξη της κοινωνίας θα πρέπει να είναι η διατήρηση του τουριστικού προορισμού και η ικανότητα εξυπηρέτησης των τουριστών στο πλαίσιο μιας στρατηγικής για τη βιώσιμη ανάπτυξη και την σωστή αντιμετώπιση του φαινομένου της εποχικότητας
- Ο τουρισμός θα πρέπει να βασίζεται στην διεύρυνση των ευκαιριών για τις τοπικές κοινωνίες συμβάλλοντας στο μέγιστο στην τοπική οικονομία των νομών της Κρήτης
- Ο τουρισμός θα πρέπει να συμβάλλει αποτελεσματικά στη βελτίωση της ποιότητας ζωής όλων των κατοίκων των νομών της Κρήτης καθώς και στον κοινωνικό-πολιτισμικό εμπλουτισμό του κάθε Νομού.
- Η κεντρική διοίκηση και συναφείς φορείς με τη συμμετοχή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και των Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων, θα πρέπει να αναλάβουν δράσεις οι οποίες θα συμβάλλουν στον ολοκληρωμένο σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης στο νησί της Κρήτης.

3.7 Μέτρα της Πολιτείας για την Αντιμετώπιση του Φαινομένου του Εποχιακού Τουρισμού στη Κρήτη

Το ζήτημα «**κλειδί**» με σκοπό την αντιμετώπιση του φαινομένου της εποχικότητας του τουρισμού στο νησί της Κρήτης αλλά και τη γενικότερη ανάπτυξη των νομών του νησιού θεωρούνται οι μεταφορές, οι θαλάσσιες και οι αεροπορικές. Ένα άλλο σημαντικό θέμα το οποίο θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη είναι επίσης η προβολή και προώθηση των ιδιαιτεροτήτων του κάθε νομού στο νησί της Κρήτης. Έχοντας επίγνωση όλων των προβλημάτων που οδηγούν στην οικονομική καθυστέρηση του νησιού κατά τους χειμερινούς μήνες, η Πολιτεία θα πρέπει να θέσει στόχους για μια κοινωνικοοικονομική πολιτική και η οποία θα βασίζεται σε έναν μακροπρόθεσμο σχεδιασμό, προσαρμοσμένο στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και τον μοναδικό χαρακτήρα της Κρήτης και των νομών της²⁸.

Οι νέες στρατηγικές επιβάλλεται να συμπεριλαμβάνουν όλα εκείνα τα πρωτοποριακά μέτρα και σύγχρονες δράσεις με απώτερο στόχο την αναστροφή των αρνητικών παραγόντων ανάπτυξης κατά τους χειμερινούς μήνες, ακολουθώντας τις αρχές της βιώσιμης νησιωτικής ανάπτυξης.

²⁸ Ι.Τ.Ξ.Ε., «*Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού στη Κρήτη*», Α΄ & Β΄ Τεύχος, Σεπτέμβριος 2007

Γενικότερα, το Υπουργείο Αιγαίου πρέπει να διαθέσει το μεγαλύτερο μέρος από τον τακτικό προϋπολογισμό του για την βελτίωση των ακτοπλοϊκών συνδέσεων της Κρήτης με τις υπόλοιπες περιοχές της Ελλάδος, με την μίσθωση πλοίων μετά από δημόσιους μειοδοτικούς διαγωνισμούς και με στόχο να εκτελούν επιδοτούμενα ακτοπλοϊκά δρομολόγια καθώς επίσης το Υπουργείο και σύμφωνα με τις αρμοδιότητες του, θα πρέπει να ασκεί σαφή πολιτική στήριξης των ακτοπλοϊκών συνδέσεων της Κρήτης τόσο με την ηπειρωτική χώρα, όσο και μεταξύ τους.

Εδώ και καιρό έχουν διεξαχθεί συγκεκριμένες μελέτες από τους υπευθύνους των υπηρεσιών και οργανισμών τουρισμού στη Κρήτη με σκοπό τη λήψη μέτρων τα οποία θα βοηθήσουν στην αποτελεσματική αντιμετώπιση του φαινομένου του εποχιακού τουρισμού στη Κρήτη και στους νομούς της. Στη μελέτη αυτή επισημαίνονται οι βασικές αρχές για την αντιμετώπιση του προβλήματος των μεταφορών στο νησιωτικό χώρο της Κρήτης και ανάμεσα στα άλλα περιλαμβάνονται τα εξής :

- Οι μεταφορές στους νομούς της Κρήτης αφορούν όλα τα μέσα μεταφοράς και επομένως πρέπει να ληφθούν μέτρα για την ανάπτυξη ενός ολοκληρωμένου συστήματος μεταφορών με το συντονισμό και διαφορετικών μέσων όπως πλοίων, αεροπλάνων, υδροπλάνων, ελικοπτέρων. Επιπλέον να συνεχίζει να λειτουργεί η Ολυμπιακή ως εθνικός αερομεταφορέας στο νησί αυτό.
- Οι μεταφορές στους νομούς της Κρήτης θα πρέπει να διασφαλίζουν την απευθείας σύνδεση των νησιών τόσο με τα μεγάλα αστικά κέντρα όπως ο Πειραιάς, Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Βόλος όσο και μεταξύ τους
- Η Πολιτεία έχει την υποχρέωση να διασφαλίζει συνδέσεις με τους νομούς της Κρήτης με επαρκή συχνότητα, ασφάλεια, αξιοπιστία και ανεκτό οικονομικό αντίτιμο σε όλους τους πολίτες της χώρας, επομένως και στους κατοίκους των νομών αυτών
- Οι μεταφορές θα πρέπει να αποτελούν για την Κρήτη επιταχυντή οικονομικής ανάπτυξης με κρίσιμες συνέπειες για την απασχόληση και την άρση του αποκλεισμού κατά τους χειμερινούς μήνες
- Οι μεταφορές στη Κρήτη θα πρέπει να αποτελούν υπηρεσία Γενικού Οικονομικού Ενδιαφέροντος δεδομένου ότι διασφαλίζουν την κοινωνική, οικονομική, πολιτιστική αλλά και γεωγραφική συνοχή του εθνικού χώρου. Σε αυτή την βάση πρέπει να δομηθεί η σχέση με την Πολιτεία αλλά και με την Ευρωπαϊκή Ένωση με την εξασφάλιση «καθολικής υπηρεσίας»
- Η έννοια του δημόσιου αγαθού θα πρέπει να περιλαμβάνει την αρχή της οικονομικά προσιτής μεταφορικής υπηρεσίας για το σύνολο του νησιωτικού πληθυσμού στη Κρήτη
- Για λόγους ισότητας των πολιτών, για την κάλυψη αντίστοιχης απόστασης από το Κέντρο, οι προσφερόμενες υπηρεσίες θαλάσσιων μεταφορών προς τη Κρήτη θα πρέπει να συγκλίνουν με τις υπηρεσίες των χερσαίων μεταφορών όσον αφορά στην οικονομική επιβάρυνση του χρήστη, στη χρονική διάρκεια του ταξιδιού και στην προσφερόμενη ποιότητα. Εξάλλου, με στόχο την ενίσχυση της ενδοπεριφερειακής συνοχής, οι υπεύθυνοι έχουν επισημάνει πως για την ανάπτυξη ενός ολοκληρωμένου συστήματος μεταφορών στη Κρήτης και στους νομούς της, απαιτούνται τα εξής :
- Οργάνωση ενός ενιαίου κέντρου λήψης αποφάσεων, με ισχυρή συμμετοχή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης με αποκλειστική αρμοδιότητα να οργανώνει, σχεδιάζει, προγραμματίζει, συντονίζει, εποπτεύει και ελέγχει τη διεξαγωγή του συγκοινωνιακού έργου όλων των μέσων μαζικής μεταφοράς, θαλάσσιων και αεροπορικών προς τους νομούς της Κρήτης
- Σύσταση με πρωτοβουλία του δημοσίου ενός εξειδικευμένου οργανισμού παροχής ακτοπλοϊκών υπηρεσιών στις άγονες γραμμές, ο οποίος θα χειρίζεται δημόσιους πόρους και μέσα με στόχο την υλοποίηση του σχεδιασμού του κεντρικού φορέα

- Δημιουργία ενός «Παρατηρητηρίου» που θα καταγράφει συστηματικά τα δεδομένα που σχετίζονται με το σύστημα μεταφορών, τις προσφερόμενες υπηρεσίες, τις ελλείψεις που παρατηρούνται στο νησί της Κρήτης.
- Διεκδίκηση από την Ευρωπαϊκή Ένωση της κάλυψης ενός μέρους του κόστους της επιδότησης των κρητικών γραμμών αλλά και της κατασκευής «χτισίματος» πλοίων -με προτεραιότητα στα ελληνικά ναυπηγεία- καθώς η Ελλάδα είναι η μοναδική στην Ευρώπη με τόσα πολλά νησιά που πρέπει να εξυπηρετηθούν με καθεστώς δημόσιας υπηρεσίας
- Το συγκοινωνιακό θα μπορούσε επίσης να λύσει και το πρόβλημα υγείας. Αν λυθεί αυτό σε μια οργανωμένη και σταθερή βάση συνδυασμένων μεταφορών, όπου και ο τελευταίος κάτοικος στο τελευταίο νησί της Κρήτης θα μπορεί να βρίσκεται, να συνδέεται - πράγμα που είναι και συνταγματικό του δικαίωμα - με το εθνικό του κέντρο και τα περιφερειακά του κέντρα, θα απελευθερωθούν δυνάμεις στο Αιγαίο που κανείς δεν μπορεί να προβλέψει. Γιατί το Αιγαίο έχει δυναμική. Είναι ευλογημένος χώρος και κάποιιοι δεν το αφήνουν να εξελιχθεί όπως πρέπει
- Να προβλεφθούν ειδικά προγράμματα για νησιωτικές περιοχές στα πλαίσια της επικείμενης αναθεώρησης των κανονισμών των Διαρθρωτικών Ταμείων, για τη περίοδο 2007-2013 και να αξιοποιηθούν υπερεθνικοί μηχανισμοί χρηματοδότησης και εγγυοδοσίας όπως το Ταμείο Συνοχής και η Ευρωπαϊκή Τράπεζα
- Αντίστοιχα, οι ανάγκες βελτίωσης της ποιότητας ζωής και της κοινωνικής συνοχής θα πρέπει να αντιμετωπισθούν μέσω συνεκτικών παρεμβάσεων ανάπτυξης υποδομών πρωτοβάθμιας Φροντίδας Υγείας, ανάπτυξης και προστασίας της Δημόσιας Υγείας, ανάπτυξης Υποδομών στην Δευτεροβάθμια και Τριτοβάθμια Περιθαλψη και άλλων συμπληρωματικών κοινωνικών υποδομών.

Όσον αφορά τέλος στην αντιμετώπιση του προβλήματος της εποχικότητας τουρισμού στο νησί της Κρήτης, διάφορες τεχνικές μπορούν να εφαρμοστούν για τη μείωση της στους νομούς του νησιού. Μπορούν να επιλεχθούν τύποι τουριστικών αξιοθέατων στη Κρήτη και οι οποίοι θα προσελκύουν επισκέπτες σε διαφορετικές χρονικές περιόδους ανά το χρόνο και ιδιαίτερα κατά τη χαμηλή περίοδο. Οι τουριστικές αυτές περιοχές μπορούν να αναπτύξουν κάποιες δραστηριότητες για τη χαμηλή περίοδο όπως φεστιβάλ, ειδικά γεγονότα, συνέδρια και ειδικούς τύπους ψυχαγωγικών εγκαταστάσεων και δραστηριοτήτων.

Θεωρείται πλέον κοινή πρακτική για τα παραθαλάσσια θέρετρα να αναπτύσσουν συνεδριακό τουρισμό κατά τη χαμηλή περίοδο στους διάφορους νομούς του νησιού. Για την προσέλκυση τουριστών στο νησί τη χαμηλή περίοδο μπορούν να χρησιμοποιηθούν τεχνικές μάρκετινγκ και τιμολόγησης. Μπορούν επίσης να συνδυαστούν με τις τεχνικές προσέγγισης της ανάπτυξης του προϊόντος που περιγράφονται παραπάνω. Κατά τη χαμηλή περίοδο μπορούν να προσφερθούν μειωμένες τιμές στις μεταφορές και στα καταλύματα, οι οποίες αν χρησιμοποιηθούν σωστά, μπορούν να προσελκύσουν τουρίστες. Το μάρκετινγκ μπορεί να στοχεύσει σε πιο ηλικιωμένους ανθρώπους που έχουν τη δυνατότητα να ταξιδεύουν οποτεδήποτε. Αυτοί οι τουρίστες συνήθως προτιμούν περιβάλλον με λίγο κόσμο που είναι διαθέσιμο κατά τη χαμηλή τουριστική περίοδο. Μπορεί επίσης να ενθαρρύνει κατά τη χαμηλή περίοδο, η χρήση των διεθνών θέρετρων και των αστικών τουριστικών εγκαταστάσεων από τους ημεδαπούς τουρίστες.

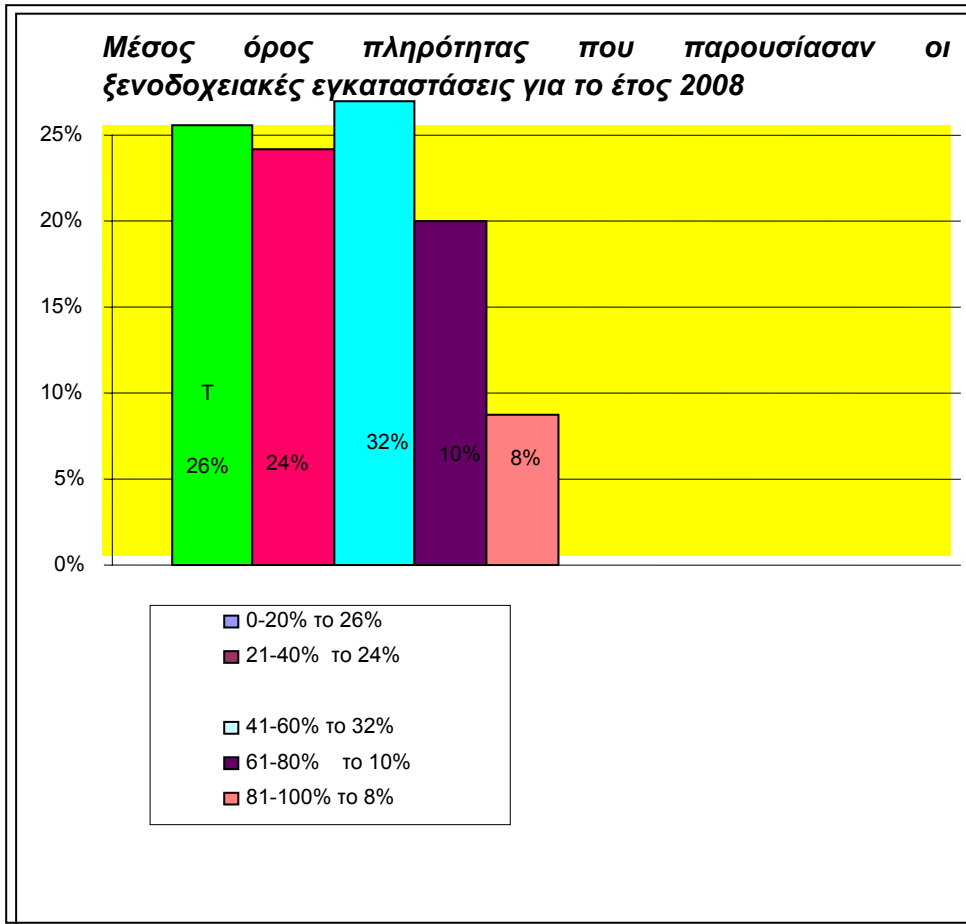
Τέλος το οικονομικό, περιβαλλοντικό και κοινωνικό-πολιτιστικό κόστος και τα οφέλη πρέπει να ζυγιστούν όλα μαζί για να επιτευχθεί ισορροπημένη ανάπτυξη. Μια σημαντική γενική πολιτική είναι να αναπτυχθεί ο τουρισμός σε μια σταδιακή βάση έτσι ώστε η κοινωνία να έχει χρόνο να

προσαρμοστεί σε αυτόν, να εκπαιδευτεί για αυτόν και να μάθει πως να συμμετέχει στα οφέλη του νησιού. Αυτή η προσέγγιση δίνει επίσης χρόνο στη κυβέρνηση να παρακολουθήσει τους κοινωνικοπολιτικούς αντίκτυπους του τουρισμού και να θεραπεύσει κάποια προβλήματα πριν γίνουν σοβαρά. Κατάλληλες μορφές τουρισμού στο νησί μπορούν να επιλεγθούν έτσι ώστε να είναι συμβατές με τις τοπικές κοινωνίες. Επίσης το επιλεκτικό μάρκετινγκ μπορεί να προσελκύσει τους τύπους τουριστών που θα σέβονται τα τοπικά κοινωνικά έθιμα και τις πολιτιστικές παραδόσεις.

Κεφάλαιο 4^ο

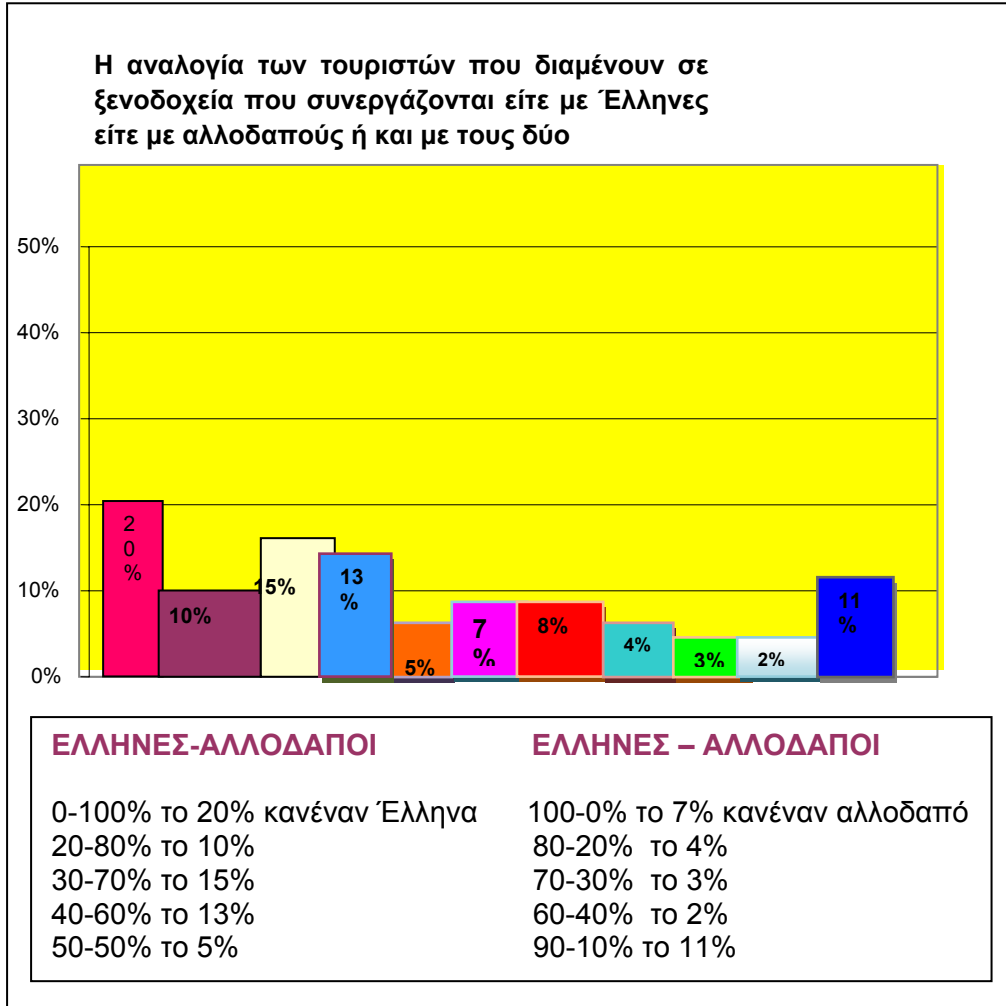
Καταγραφή Αποτελεσμάτων Ερωτηματολογίων προς Ξενοδόχους και Τουρίστες στους Τέσσερις Νομούς της Κρήτης

4.1 Ενδεικτική Ανάλυση Απαντήσεων στο Ερωτηματολόγιο για τους Ξενοδόχους

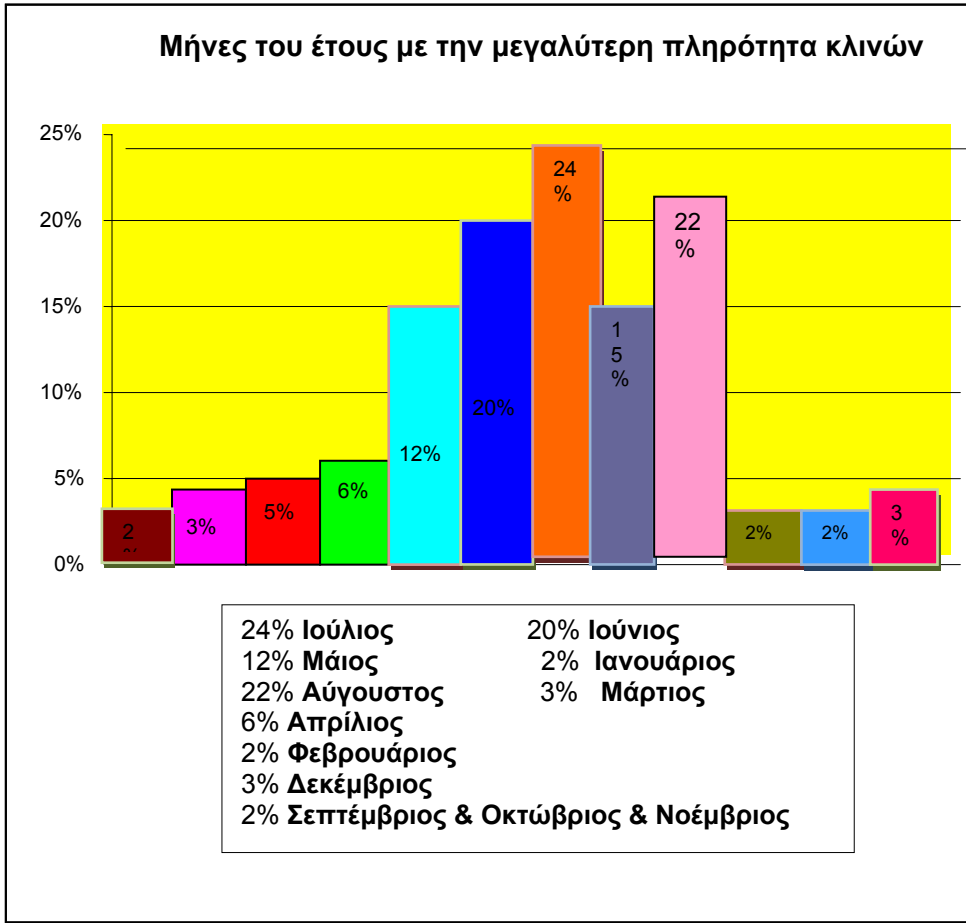


Σύμφωνα με το παραπάνω ραβδόγραμμα ο μέσος όρος πληρότητας που παρουσίασαν οι ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις για το έτος 2008 (για το διάστημα της έρευνας Ιούνιος-Οκτώβριος) είναι οι εξής: η επιλογή 0-20% συμπλήρωσε το ποσοστό του 26% επί του συνόλου των ερωτηθέντων ιδιοκτητών ξενοδοχειακών μονάδων, η επιλογή 21-40% συμπλήρωσε το ποσοστό του 24%, η επιλογή 41-60% συμπλήρωσε το ποσοστό του 2%, η επιλογή 61-80% συμπλήρωσε το ποσοστό του 10% και τέλος η επιλογή 81-100% συμπλήρωσε το ποσοστό του 8.

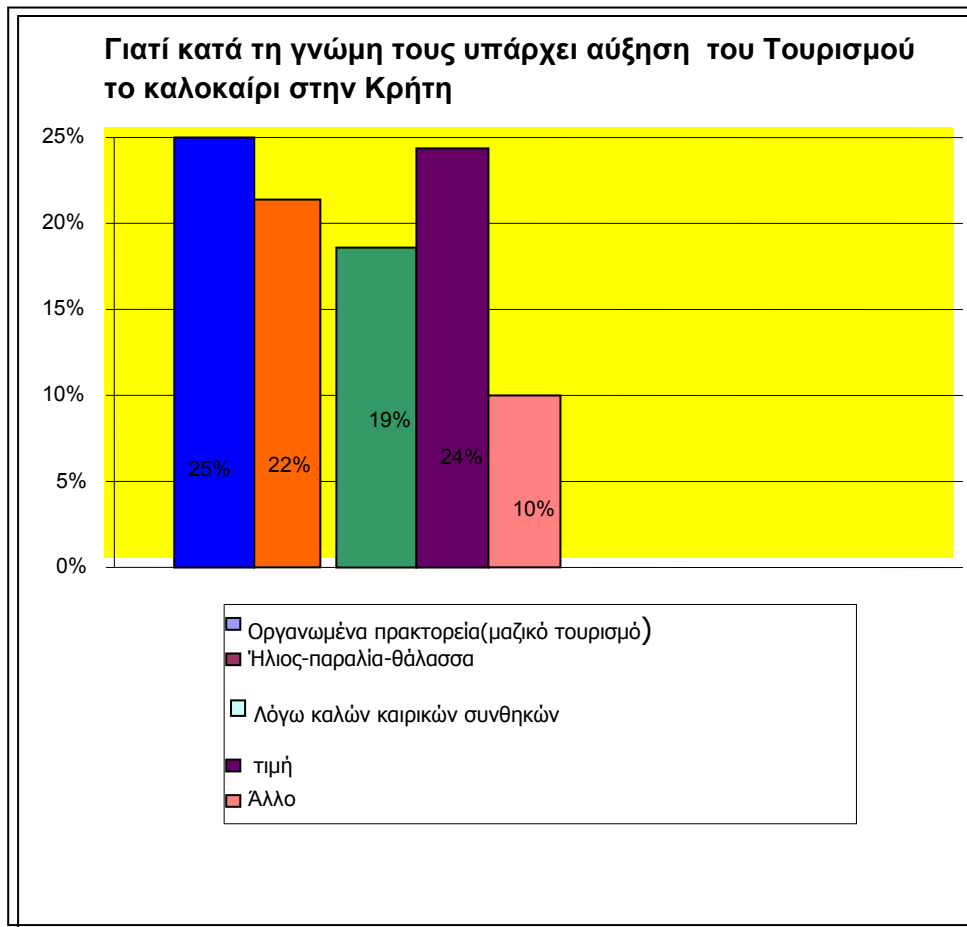
Ως προς την κατηγορία των ξενοδοχειακών καταλυμάτων στην Κρήτη κυριαρχεί η **Γ τάξη** (2 αστέρων σύμφωνα με τη νέα κατάταξη των ξενοδοχειακών καταλυμάτων) η οποία αντιπροσωπεύει το 50% του αριθμού των μονάδων. Ακολουθεί η **Β τάξη** (3 αστέρων) με ποσοστό 18,9% των μονάδων, ενώ στη τελευταία τάξη **Δ-Ε Τάξη** (1αστέρα) ανήκει το 19,1% των ξενοδοχειακών μονάδων. Οι ξενοδοχειακές μονάδες **Α τάξης** και **Πολυτελείας** (5 και 4 Αστέρων) αντιστοιχούν μόλις στο 12,1% του συνόλου.



Σύμφωνα με το παραπάνω ραβδόγραμμα η αναλογία των τουριστών που ήταν Έλληνες και Αλλοδαποί καθορίζεται σε ποσοστά ως εξής: Το 20% των ερωτηθέντων διάλεξαν την επιλογή 0-100% δηλαδή το ξενοδοχείο τους είχε συνεργασία μόνο με Αλλοδαπούς και με κανέναν Έλληνα, το 10% των ερωτηθέντων διάλεξαν την επιλογή 20-80%, το 15% των ερωτηθέντων διάλεξαν την επιλογή 30-70%, το 13% των ερωτηθέντων διάλεξαν την επιλογή 40-60%, το 5% των ερωτηθέντων διάλεξαν την επιλογή 50-50%, το 7% των ερωτηθέντων διάλεξαν την επιλογή 10-90%, το 8% των ερωτηθέντων διάλεξαν την επιλογή 100-0%, το 4% των ερωτηθέντων διάλεξαν την επιλογή 80-20%, το 3% των ερωτηθέντων διάλεξαν την επιλογή 70-30%, το 2% των ερωτηθέντων διάλεξαν την επιλογή 60-40% και τέλος το 11% των ερωτηθέντων διάλεξαν την επιλογή 90-10%.



Σύμφωνα με το παραπάνω ραβδόγραμμα ο μήνας του έτους με τη μεγαλύτερη πληρότητα κλινών ήταν ο μήνας Ιούλιος με ποσοστό 24%. Ακολουθούν ο Ιούνιος με ποσοστό 20%, ο Μάιος και ο Αύγουστος με ποσοστό 22%, ο Απρίλιος με ποσοστό 6%, ο Μάρτιος με 3%, ο Φεβρουάριος και ο Δεκέμβρης με 3% και τέλος ο Ιανουάριος, ο Σεπτέμβρης, ο Οκτώβριος και ο Νοέμβριος με 2%. Παρά τη μείωση στην κίνηση, η αύξηση στην πληρότητα τους μήνες Μάιο-Ιούλιο-Αύγουστο οφείλεται, κυρίως, στο μειωμένο αριθμό των κλινών που λειτούργησαν κατά το διάστημα Ιανουαρίου - Σεπτεμβρίου 2009, σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2008.



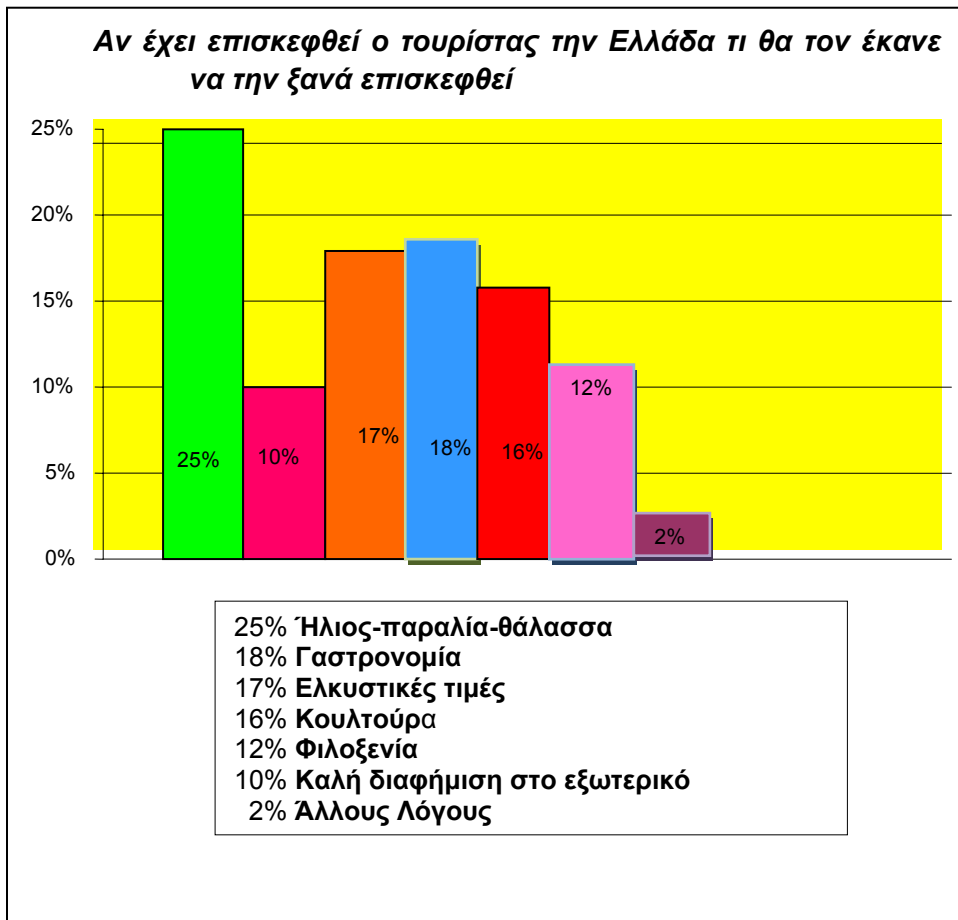
Στο παραπάνω ραβδόγραμμα φαίνεται ότι το 25% των ερωτηθέντων στο γιατί κατά την προσωπική τους γνώμη υπάρχει αύξηση του τουρισμού το καλοκαίρι στη Κρήτη, απάντησαν λόγω του μαζικού τουρισμού που καταφθάνει στο νησί από τις προσφορές των οργανωμένων τουριστικών πρακτορείων. Το 22% απάντησε ότι ο λόγος είναι ο ήλιος, οι θάλασσες και οι παραλίες του νησιού που υπάρχουν σε αφθονία. Το 19% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι οι καλές καιρικές συνθήκες αποτελούν πόλο έλξης των τουριστών κατά τη θερινή περίοδο.

Το 24% θεωρεί σημαντικό παράγοντα προσέλκυσης τουριστών τις καλές τιμές που επικρατούν στο νησί τη δεδομένη περίοδο και τέλος το 10% των ερωτηθέντων καταθέτει σαν επιλογή έναν διαφορετικό λόγο που, κατά τη προσωπική του άποψη, απαντά στο ερώτημα μας.

Τα σημεία μεγαλύτερης ικανοποίησης είναι το κλίμα, το φυσικό περιβάλλον, η αίσθηση ασφάλειας, τα καταλύματα διαμονής, η ποιότητα του φαγητού και του περιβάλλοντος των εστιατορίων και η φιλοξενία των ντόπιων. Αντίθετα, τα σημεία της μικρότερης ικανοποίησης είναι η καθαριότητα και οι υπηρεσίες ελέγχου στα αεροδρόμια, η οδική ασφάλεια, η εξυπηρέτηση σε χώρους ψυχαγωγίας, οι δρόμοι, τα πεζοδρόμια, το παρκινγκ και άλλοι δημόσιοι χώροι, η καθαριότητα παραλίας, η ηχορύπανση και σχέση/τιμή αξίας στη διατροφή και στη διαμονή.

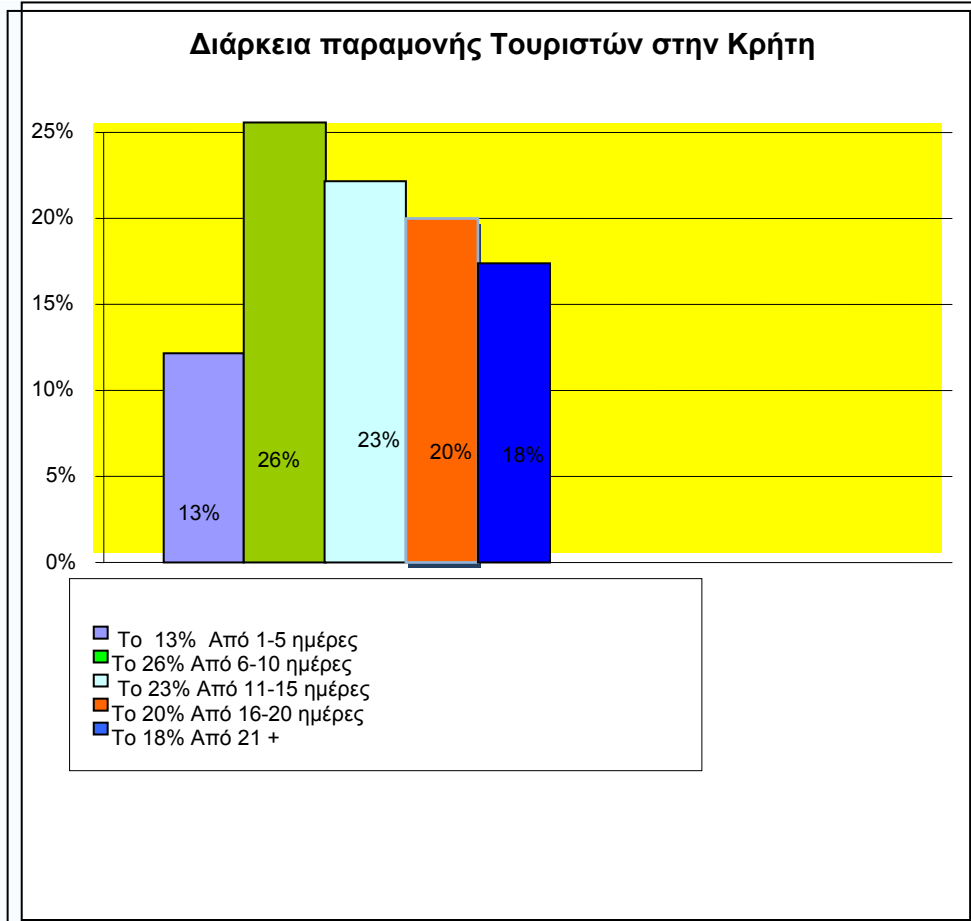
4.2 Ενδεικτική Ανάλυση Απαντήσεων στο Ερωτηματολόγιο για τους Τουρίστες

Το κομμάτι αυτού του τουρισμού αφορά την πλειοψηφία των επισκεπτών στο νησί της Κρήτης. Η έρευνα μελέτησε διεξοδικά τις προτιμήσεις και την συμπεριφορά των Ελλήνων και Αλλοδαπών Τουριστών που φτάνουν στο νησί για τις διακοπές τους. Η συλλογή των δεδομένων έγινε μέσω προσωπικών συνεντεύξεων και διανομής δομημένου ερωτηματολογίου από τη συγγραφέα. Το ερωτηματολόγιο προς τους Τουρίστες ήταν διαθέσιμο σε 2 γλώσσες, Αγγλικά και Ελληνικά.

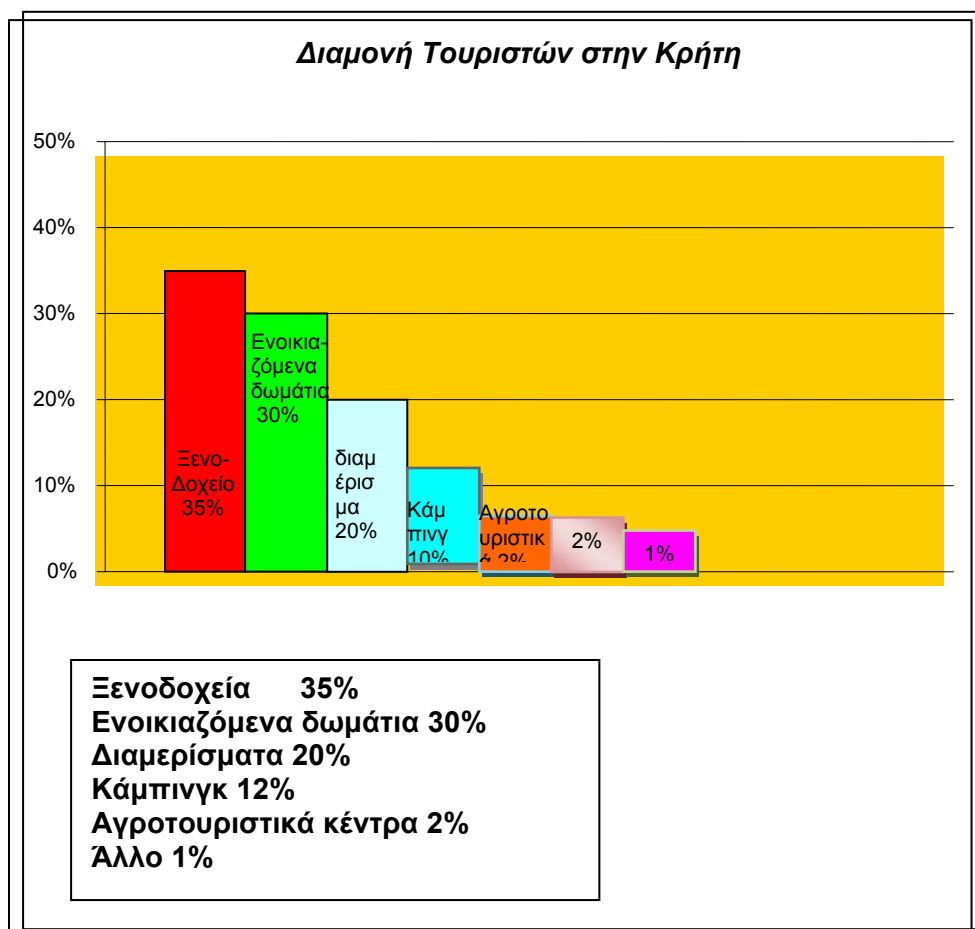


Στην ερώτηση αν ένας τουρίστας έχει επισκεφθεί την Ελλάδα, τι θα τον έκανε να την ξανά επισκεφθεί, στο παραπάνω ραβδόγραμμα έχουν αποτυπωθεί οι παρακάτω απαντήσεις. Το 25% των ερωτηθέντων απάντησαν ότι ένας δελεαστικός λόγος για να ξαναέρθουν στην Ελλάδα αποτελεί το τρίπτυχο ήλιος – παραλία – θάλασσα. Το 10% απάντησε ότι η καλή διαφήμιση της χώρας μας στο εξωτερικό είναι ο λόγος που θα ξαναερχόταν για διακοπές στην Ελλάδα. Το 17% απάντησε ότι ένας άλλος λόγος είναι οι ελκυστικές τιμές που επικρατούν στη χώρα μας ενώ το 18% δήλωσε την γαστρονομία μας. Το 16% δήλωσε ότι η κουλτούρα μας

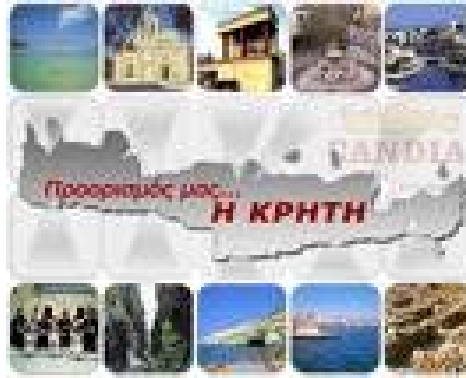
θα τους προσέλκυε για άλλη μια φορά στη χώρα μας ενώ το 12% δήλωσε τη φιλοξενία μας. Τέλος μόλις το 2% δήλωσε διαφορετικούς λόγους απ' αυτούς που παραθέσαμε στο ερωτηματολόγιο.



Σύμφωνα με το παραπάνω ραβδόγραμμα η διάρκεια παραμονής στο νησί της Κρήτης για έναν τουρίστα είναι η εξής. Το 13% των ερωτηθέντων τουριστών θα παραμείνει στο νησί το πολύ μέχρι 5 μέρες, το 26% θα παραμείνει στο νησί το πολύ μέχρι 10 μέρες, το 23% 15 μέρες, το 20% 20 μέρες και το 18% πάνω από 21 μέρες. %. Σύμφωνα με εκτιμήσεις, οι διανυκτερεύσεις των Ελλήνων τουριστών καταγράφουν σημαντικές μειώσεις, που σε ορισμένες περιπτώσεις ξεπερνούν και το 20%. Η μεγαλύτερη, όμως, μείωση παρατηρείται στα έσοδα των ξενοδοχείων, τόσο λόγω του μειωμένου αριθμού διανυκτερεύσεων όσο των μειωμένων τιμών που προσφέρουν.



Σύμφωνα με το παραπάνω ραβδόγραμμα οι περισσότεροι ερωτηθέντες τουρίστες επέλεξαν να μείνουν σε ξενοδοχείο, κατά τη διάρκεια των διακοπών τους, με ποσοστό 35% ενώ το 30% επέλεξε τα ενοικιαζόμενα δωμάτια. Το 20% επέλεξε το διαμέρισμα ενώ το 12% το κάμπινγκ. Από 2% επέλεξαν αγροτουριστικά κέντρα διαμονής και παραδοσιακούς οικισμούς του νησιού. Τέλος μόλις το 1% επέλεξε μια διαφορετική πρόταση από όλες τις παραπάνω.



Τα βασικά συμπεράσματα της έρευνας:

1. Ανομοιογένεια στο προφίλ. Συναντούμε τουρίστες όλων των ηλικιών, όλων των Βαλκανίων, με διαφορετικές συμπεριφορές και απαιτήσεις σε διαμονή, διατροφή και ψυχαγωγία. Αυτό οφείλεται εν μέρει στην εθνική σύνθεση των επισκεπτών και στην ανομοιογένεια του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος.
2. Ο κυρίαρχος ρόλος προτίμησης της Κρήτης είναι το κλίμα και οι φυσικές της ομορφιές (ήλιος - θάλασσα).
3. Οι τουρίστες είναι ικανοποιημένοι. Τα σημεία μεγαλύτερης ικανοποίησης είναι το κλίμα, το φυσικό περιβάλλον, η αίσθηση ασφάλειας, τα καταλύματα διαμονής, η ποιότητα του φαγητού και του περιβάλλοντος των εστιατορίων και η φιλοξενία των ντόπιων. Αντίθετα, τα σημεία της μικρότερης ικανοποίησης είναι η καθαριότητα και οι υπηρεσίες ελέγχου στα αεροδρόμια, η οδική ασφάλεια, η εξυπηρέτηση σε χώρους ψυχαγωγίας, οι δρόμοι, τα πεζοδρόμια, το παρκινγκ και άλλοι δημόσιοι χώροι, η καθαριότητα παραλίας, η ηχορύπανση και σχέση/τιμή αξίας στη διατροφή και στη διαμονή.
4. Αντίθετα οι Ξενοδόχοι βρίσκονται σε απόγνωση λόγω συρρίκνωσης της Τουριστικής Περιόδου και προσπαθούν με κάθε τρόπο να προσελκύσουν πελάτες με δελεαστικά πακέτα και με μείωση των τιμών κατά τους χειμερινούς μήνες.

Κεφάλαιο 5^ο

Επίλογος - Συμπεράσματα

Σκοπός της συγκεκριμένης πτυχιακής εργασίας ήταν να εξετάσει κυρίως το φαινόμενο της εποχικότητας του τουρισμού στο νησί της Κρήτης και συγκεκριμένα στους τέσσερις νομούς της, το Ηράκλειο, τα Χανιά, το Ρέθυμνο και Λασιθί.

Τα περισσότερα ξενοδοχεία που λειτουργούν στα νησιά στις μέρες μας φροντίζουν να προσφέρουν στους πελάτες τους δελεαστικά πακέτα διακοπών, προκειμένου να καλύψουν τις ανάγκες τους στο έπακρον αλλά και να εξασφαλίσουν την μακροχρόνια πελατειακή σχέση μαζί τους. Τα ξενοδοχεία αυτά έχουν πλέον κατανοήσει πως πρόκειται για επιχειρήσεις οι οποίες έχουν ως σκοπό την κάλυψη των αναγκών των πελατών τους στον τομέα του τουρισμού και των διακοπών, αλλά όχι για μια και μόνο φορά. Η εποχικότητα του φαινομένου του τουρισμού στους προορισμούς των «θερινών διακοπών» της Μεσογείου και στους οποίους συμπεριλαμβάνεται και η Ελλάδα, όπου επικρατούν οι ίδιες περίπου κλιματολογικές συνθήκες και η ζήτηση προέρχεται κυρίως από τις ίδιες τουριστικές αγορές και συνεπώς συμπεριφέρεται ομοιόμορφα, παρουσιάζει μια έξαρση η οποία εκδηλώνεται με μια βαθμιαία συρρίκνωση της τουριστικής περιόδου.

Έγινε επίσης αντιληπτό πως το πρόβλημα της τουριστικής εποχικότητας είναι υπαρκτό και γίνεται πολυσύνθετο σύμφωνα με τις επιπτώσεις που προκαλεί σ' ολόκληρο το φάσμα του τουριστικού κυκλώματος στους τέσσερις νομούς της Κρήτης. Αυτός είναι και ο λόγος που η αντιμετώπιση του προϋποθέτει συνειδητοποίηση από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς στο νησί και της σοβαρότητάς του καθώς και γενικής κινητοποίησης των παραγόντων του τουρισμού στην Ελλάδα με σκοπό τον προγραμματισμό της υλοποίησης των κατάλληλων πολιτικών και δράσεων οι οποίες σταδιακά θα αμβλύνουν την εποχικότητα και θα επιμηκύνουν την τουριστική περίοδο με μελλοντικό στόχο την ανάπτυξη τουρισμού όλων των εποχών στο συγκεκριμένο νησί.

Θα πρέπει επίσης να αναφερθεί πως προκειμένου να αντιμετωπιστεί σωστά το φαινόμενο της εποχικότητας τουρισμού στο νησί της Κρήτης, δύναται να υπάρξει παροχή οικονομικών και φορολογικών κινήτρων στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις του νησιού με σκοπό τον εκσυγχρονισμό τους και κυρίως για τη δημιουργία των αναγκαίων εγκαταστάσεων, οι οποίες θα καλύπτουν τις ανάγκες και των εκτός αιχμής πελατών τους όπως κλειστές θερμαινόμενες πισίνες, αίθουσες παιχνιδιών, χώρους πολλαπλών χρήσεων κτλ. Κίνητρα θα πρέπει επίσης να δοθούν και για την ανακούφιση του υψηλού λειτουργικού τους κόστους του χειμώνα, ώστε να διατηρήσουν την ανταγωνιστικότητά τους στο νησί αυτό.

Έτσι σήμερα είναι αναγκαίο καταρχήν να διευκρινιστεί επαρκώς ο ρόλος τον οποίο ο τουρισμός καλείται να διαδραματίσει και δεύτερο να είναι γνωστές οι αλληλεπιδράσεις μεταξύ των στοιχείων που συνιστούν το "τουριστικό προϊόν" με τις υπόλοιπες συνιστώσες του ευρύτερου συστήματος (πχ. περιβάλλον, πολιτισμός,

υποδομές, κλπ). Ειδικότερα μάλιστα όταν αναφερόμαστε στις νησιωτικές περιφέρειες, των οποίων τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά έχουν βαρύνουσα σημασία και τις διαφοροποιούν από τις ηπειρωτικές, θα πρέπει να τα λάβουμε σοβαρά υπόψη έτσι ώστε να αποφύγουμε αποτυχίες και μελλοντικά αδιέξοδα.

Η ανάπτυξη του τουρισμού δεν πρέπει να αποτελεί αυτοσκοπό. Στόχος είναι η ανάπτυξη του να συμβάλλει στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της περιοχής αναφοράς βελτιώνοντας τόσο τα εισοδήματα και τις συνθήκες διαβίωσης των κατοίκων (ως βραχυπρόθεσμοι στόχοι), όσο και τις γενικότερες προοπτικές ανάπτυξης του χώρου (μακροχρόνιοι στόχοι). Επομένως το ενδιαφέρον μας δεν πρέπει να επικεντρώνεται αποκλειστικά σε μεγέθη όπως οι αφίξεις και οι διανυκτερεύσεις των τουριστών και να επιχειρείται με κάθε θυσία η μεγιστοποίηση τους, αλλά θα πρέπει να εξετάζονται οι ποσοτικές και ποιοτικές επιπτώσεις, θετικές και αρνητικές, που προκαλεί η αύξηση του τουριστικού ρεύματος και η στάθμιση του τελικού αποτελέσματος όχι μόνο για τη τρέχουσα χρονική περίοδο αλλά και για το απώτερο μέλλον.

Σε επίπεδο Θεσμικής οργάνωσης θα πρέπει να υιοθετηθούν μέτρα για την προστασία παραδοσιακών οικισμών, περιοχών με ιδιαίτερα οικολογικό ενδιαφέρον που αποτελούν ταυτόχρονα και τουριστικούς προορισμούς. Ταυτόχρονα θα πρέπει να ενισχυθεί η διαδικασία παρακολούθησης και εφαρμογής των διαφόρων κανονισμών που προβλέπονται γι' αυτές τις περιοχές.

Σε επίπεδο οικονομικής πολιτικής και ανάπτυξης θα πρέπει να υιοθετηθούν κίνητρα για την ενθάρρυνση ορισμένων τύπων τουρισμού που σέβεται τις τοπικές ιδιαιτερότητες.

Και τέλος στο επίπεδο της Έρευνας, παράλληλα με τις παραπάνω δράσεις απαιτείται να συνεχισθεί η μελέτη των επιπτώσεων από το φαινόμενο του τουρισμού αλλά και των δυνατοτήτων αποκατάστασης για περιοχές που αντιμετωπίζουν ήδη προβλήματα υποβάθμισης.

Παράρτημα

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ , ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΚΑΙ ΞΕΝΟΔΟΧΩΝ ΣΤΟ ΝΗΣΙ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ





**HIGHER TECHNOLOGICAL INSTITUTE OF CRETE
SCHOOL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS
BUSINESS ADMINISTRATOR DEPARTMENT**

QUESTIONNAIRE FOR CRETE'S (SEASONAL TOURISM) SEASONALITY

My name is Gianneski Eftihia and I am a student at Crete's Technological Institute, in the School of Management and Economics, in Business Administrator department. *Please answer the following questions by marking a cross (x) in the appropriate box according to your favor.*

SEX : Male Female

MARRIED : Yes No

NUMBER OF CHILDREN: 0-2 2-3 3+

AGE: <18 18-27 28-37 38-47 48-57 58+

EDUCATION: Higher Lower Master

Doctorate Other (.....)

SALARY: 0-500€

501-1000€ 1001-2000 € 2.001-3.000 € 3001-4000€ over 4000 €

JOB/PROFESSION: Public Domain Private Sector Businessman

Unemployed other (.....)

CONTINENT YOU LIVE IN:

America Asia Africa Europe Oceania



1. Is this your first time in Greece?

Yes No

2. If this is NOT your first time in Greece, what made you wanting to come again?

The triptych "beach-sun-sea" advertisement
 Attractive prices gastronomy culture friendliness
 Other (.....)

3. If this is your first time in Greece, what made you come?

Due to good weather conditions gastronomy history-fame
 Friendliness, temperament other (.....)

4 Which season would you prefer go on holiday?

September-October-November (fall)
 December-January-February (winter) June-July-August (summer)
 March-April-May (spring)

5. What attracted you to come in Crete?

Because of good water conditions due to cheap travel agent's package
 Due to good local people's friendliness
 Because of the good combination of mountain and sea Due to gastronomy and culture
 Culture Other (.....)

6. For how long are you going to stay here? (Total)

1-5 days 6-10 days 11-15 days 16-20 days
Over 21 days

7. Where have you chosen to stay?

Seashore accommodation alpine accommodation In the city centre
Other (.....)

8. In what type of accommodation did you decide to stay?

Hotel Rooms to Let apartment camping
Αγρό-τουριστικά centre residence traditional village
Other (.....)

9. For what reason did you choose this month for your holidays?

Work permission Raise in mass tourism Price Sun-Sea-Beach
Better Quality Other (.....)

10. What type of holidays, have you combined Greece with? (Types of tourism)

Hiking (walking) Sports Nature-Environment Conferential Healing
Business Sea Other (.....)

11. Would you come another season to our country?

YES NO

12. If YES why?

There is less traffic Trips are easier and cheaper local market's products are cheaper, are of better quality, and genuine Contact with local people, and the introduction to the local culture, is easier and more direct
Access to cultural monuments, archaeological sites museums, etc. Is easier and cheaper other (.....)

13. What would you like to see in our island?

Cultural events (celebrations) Museums, Sights folkways (topic culture)
Environment (natural beauty) beaches mountains churches-monasteries (religious events) place's lifestyle traditional art
Cuisine (gastronomy) local products Other (.....)

14. In your opinion, what could improve our country's touristic infrastructure? (By touristic aspect)

Due to price-quality price quality transport system
Friendliness other (.....)

15. In your opinion, why is there reduction in Crete's tourism during winter?

Due to less sun insufficient transport system

The tourist's living system in the isle, differentiates

Quality other (.....)

16. Are you aware of αγρό-τουρισμό (mountaineering-cycling) during winter?

YES NO

17. Do you prefer summer due to lower prices (travelling packages)?

YES NO

18. Would you prefer winter that prices are lower due to less demand (cheaper)?

YES NO

19. How satisfied are you with our island?

Very much A lot not so much a little Not at all

20. In your opinion how Crete's seasonal tourism could be alleviated?

More attractive touristic packages promotion of winter destinations
Growth in alternative tourism (congressional, sporty, exhibition etc)
Other (.....)

*Thank you for your time,
Student Eftihia Gianneski*



ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗ ΚΡΗΤΗ

Λέγομαι Γιαννεσκή Ευτυχία και είμαι σπουδάστρια στο Τεχνολογικό Ίδρυμα Κρήτης, στη Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, στο τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων.

Παρακαλώ απαντήστε τις ακόλουθες ερωτήσεις σημειώνοντας ένα ή περισσότερα (x) στο αντίστοιχο κουτάκι της προτίμησής σας.

ΦΥΛΟ : Άντρας Γυναίκα
ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ : Έγγαμος Άγαμος
ΑΡΙΘΜΟΣ ΤΕΚΝΩΝ : 0-2 2-3 3+

ΗΛΙΚΙΑ: <18 18-27 28-37 38-47 48-57 58+

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ : Ανώτατη Κατώτατη Μεταπτυχιακό
Διδακτορικό Άλλο (.....)

ΜΗΝΙΑΙΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ : 0-500€
501-1000€ 1001-2000 € 2.001-3.000 € 3001-4000€ άνω των 4000 €

ΑΣΧΟΛΙΑ/ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ : δημόσιος τομέας ιδιωτικός τομέας
 Επιχειρηματίας Άνεργος άλλο

ΤΟΠΟΣ ΚΑΤΟΙΚΙΑΣ :
ΑΜΕΡΙΚΗ ΑΝΤΑΡΚΤΙΚΗ
ΑΣΙΑ ΑΦΡΙΚΗ ΕΥΡΩΠΗ ΩΚΕΑΝΙΑ

1. Έρχεστε πρώτη φορά στην Κρήτη;

ΝΑΙ ΟΧΙ

2. Αν έχετε ξανά επισκεφθεί Ελληνικούς νησιώτικους προορισμούς , τι σας έκανε να ξανά έλθετε;

Τρίπτυχο(ήλιος-παραλία-θάλασσα) διαφήμιση

Ελκυστικές τιμές γαστρονομία κουλτούρα φιλοξενία άλλο

3. Αν έρχεστε πρώτη φορά , τι σας έκανε να έλθετε;

Λόγω καλών καιρικών συνθηκών γαστρονομία ιστορία, φήμη
φιλοξενία άλλο

4. Ποια μήνα προτιμάτε να πηγαίνετε διακοπές;

Σεπτέμβριο-Οκτώβριο-Νοέμβριο(Φθινόπωρο) Δεκέμβριο-Ιανουάριο-Φεβρουάριο(Χειμώνα)
Ιούνιο-Ιούλιο- Αύγουστο (Καλοκαίρι) Μάρτιο-Απρίλιο-Μάιο(Άνοιξη)

5. Για ποιο λόγο προτιμήσατε την Ελλάδα ως προορισμό για τις διακοπές σας;

Λόγω των καλών καιρικών συνθηκών Λόγω φθηνού πακέτου ταξιδιωτικού πρακτορείου
Λόγω της καλ φιλοξενίας από τους ντόπιους Λόγω του καλού συνδυασμού(βουνό-θάλασσα) λόγω γαστρονομίας κουλτούρας Άλλο

6. Η διάρκεια παραμονής στο νησί θα είναι:

1-5ημέρες 6-10ημέρες 11-15ημέρες 16-20 ημέρες
21 +

7. Σε τι περιοχή έχετε επιλέξει να μείνετε;

Παραθαλάσσιο κατάλυμα ορεινό κατάλυμα αστικό κέντρο Άλλο

8. Σε τι είδους κατάλυμα επιλέξατε να μείνετε;

Ξενοδοχείο ενοικιαζόμενα δωμάτια διαμέρισμα κάμπινγκ
Αγροτουριστικά, κέντρα διαμονής παραδοσιακοί οικισμοί Άλλο

9. Ποια είναι η αιτία που επιλέξατε αυτό το μήνα τις διακοπές σας ;

Διακοπή εργασίας /άδεια αύξηση μαζικού τουρισμού τιμή ήλιο –θάλασσα- παραλία
Καλύτερη ποιότητα Άλλο

10. Με τι είδους διακοπές έχετε συνδέσει το νησί μας(μορφές τουρισμού) ;

Περιπατητικό (πεζοπορία)
αθλητικό φύση- περιβάλλον συνεδριακό θεραπευτικό επιχειρηματικό
θαλάσσιο Άλλο

11. Θα ερχόσασταν άλλη εποχή στο νησί της Κρήτης;

ΝΑΙ ΟΧΙ

12. Αν ΟΧΙ γιατί ;

Προτιμώ καλοκαιρινούς προορισμούς λόγω κλειστών τουριστικών καταστημάτων
λόγω εργασίας τιμή ποιότητα Άλλο

13. Αν ΝΑΙ γιατί ;

Δεν υπάρχει κυκλοφοριακή συμφόρηση Τα ταξίδια είναι ευκολότερα και φθηνότερα Τα προϊόντα των τοπικών αγορών είναι φθηνότερα, καλύτερης ποιότητας και αυθεντικά Η επαφή με τον τοπικό πληθυσμό και η γνωριμία της τοπικής κοινωνίας είναι ευκολότερη και αμεσότερη

Η πρόσβαση στα πολιτισμικά μνημεία, στους αρχαιολογικούς χώρους, στα μουσεία κ.λπ. είναι ευκολότερη και φθηνότερη Άλλο

14. Τι θα θέλατε να δείτε στο νησί μας ;

Πολιτιστικές εκδηλώσεις(εορτές) μουσεία-αξιοθέατα ήθη και έθιμα(τοπική κουλτούρα)
περιβάλλον(φυσικές ομορφιές) παραλίες βουνά εκκλησίες-
μοναστήρια(θρησκευτικές εκδηλώσεις) τρόπος ζωής του τόπου παραδοσιακές
τέχνες κουζίνα(γαστρονομία) τοπικά προϊόντα
Άλλο

15. Τι πιστεύετε ότι θα μπορούσε η Χώρα μας να βελτιώσει στις τουριστικές υποδομές από τουριστικής απόψεως;

Λόγω τιμής-ποιότητας
 τιμή ποιότητα συγκοινωνιακό δίκτυο φιλοξενία άλλο

16. Γιατί κατά τη δική σας γνώμη υπάρχει μείωση τουρισμού το χειμώνα στη Κρήτη;

Λόγω χαμηλότερης ζήτησης ανεπαρκή συγκοινωνιακό δίκτυο
διαφοροποιείται το πρόγραμμα διαβίωσης των τουριστών ποιότητα ς στο νησί ποιότητα
άλλο

17. Γνωρίζετε για τον αγρότουρισμό (ορειβασία-ποδήλατο) το χειμώνα;

ΝΑΙ ΟΧΙ

18. Προτιμάτε το καλοκαίρι ,λόγω χαμηλών τιμών (ταξιδιωτικών πακέτων);

ΝΑΙ ΟΧΙ

19. Θα προτιμούσατε τον χειμώνα λόγω χαμηλότερης ζήτησης που οι τιμές είναι πιο χαμηλές(φθηνές);

ΝΑΙ ΟΧΙ

20.Κατα πόσο είστε ικανοποιημένοι στο νησί μας;

Πάρα πολύ πολύ καθόλου πολύ λίγο καθόλου

21. Πως κατά τη γνώμη σας μπορεί να αμβλυνθεί η τουριστική εποχικότητα στη Κρήτη ;

Ελκυστικά τουριστικά πακέτα προβολή χειμερινών προορισμών ανάπτυξη εναλλακτικού τουρισμού(συνεδριακό , αθλητικό ,εκθεσιακό κ.λ.π) άλλο

*Σας ευχαριστώ για τον χρόνο σας,
Σπουδάστρια Ευτυχία Γιαννεσκή !*



ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ ΞΕΝΟΔΟΧΟΥΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

Παρακαλώ απαντήστε τις ακόλουθες ερωτήσεις σημειώνοντας ένα ή περισσότερες (x) στο αντίστοιχο κουτάκι της προτίμησής σας.

ΦΥΛΟ: Άντρας Γυναίκα

ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ: Έγγαμος Άγαμος

ΗΛΙΚΙΑ: 18-27 28-37 38-47 48-57 58+

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ:

Γυμνάσιο Λύκειο ΙΕΚ ή άλλο ΤΕΙ ΑΕΙ Μεταπτυχιακό

Διδακτορικό Άλλο (.....)

ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧ/ΚΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ:

0-10.000€ 10.000- 50.000€ 50.001-100.000 € άνω των 100.000€

ΤΟΠΟΣ ΞΕΝΟΔΟΧ/ΚΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ:

ΧΑΝΙΑ ΡΕΘΥΜΝΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟ ΛΑΣΙΘΙ

1.Που βρίσκεται το κατάλυμα/ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις σας ;

Παραθαλάσσια σε ορεινή περιοχή σε αστικό κέντρο άλλο

2.Πόσες κλίνες έχει το κατάλυμα/ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις σας ;

1-10 10-20 20-30 30-40 40-50 50-60 60-70
70-80 80-90 90-100 100+

3.Τι κατηγορίας είναι οι ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις σας;

1 * 2 ** 3 *** 4**** 5 *****

4.Τι πληρότητα παρουσίασε κατά μέσο όρο οι ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις σας τον τελευταίο χρόνο(2008) ;

0-20% 21-40% 41-60% 61-80% 81-100%

5. Τι ποσοστό τουριστών ήταν Έλληνες και τι Αλλοδαποί ;

0-100% 20-80% 30-70% 40-60% 50-50% 10-90%
 100-0% 80-20% 70-30% 60-40% 90-10%

6 .Ποιο μήνα του έτους υπήρξε μεγαλύτερη πληρότητα κλινών (δωματίων) ;

ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ ΜΑΡΤΙΟΣ ΑΠΡΙΛΙΟΣ ΜΑΙΟΣ ΙΟΥΝΙΟΣ
 ΙΟΥΛΙΟΣ ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟ ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ
 ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ

7.Τι ποσοστό τουριστών έχουν εισέλθει σε όλους τους μήνες του έτους στις ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις ;

ΜΗΝΑΣ	ΕΠΙΠΕΔΟ ΠΟΣΟΣΤΩΝ				
	0-20%	20-40%	40-60%	60-80%	80-100%
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ					
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ					
ΜΑΡΤΙΟΣ					
ΑΠΡΙΛΙΟΣ					
ΜΑΙΟΣ					
ΙΟΥΝΙΟΣ					
ΙΟΥΛΙΟΣ					
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ					
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ					
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ					
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ					
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ					

7. Γιατί κατά τη δική σας γνώμη υπάρχει αύξηση τουρισμού το καλοκαίρι στη Κρήτη;

Οργανωμένα πρακτορεία(μαζικό τουρισμό) ήλιος , παραλία , θάλασσα
Λόγω καλών καιρικών συνθηκών τιμή άλλο

8. Γιατί κατά τη δική σας γνώμη υπάρχει μείωση τουρισμού τον χειμώνα στη Κρήτη;

Λόγω χαμηλότερης ζήτησης ανεπαρκή συγκοινωνιακό δίκτυο
διαφοροποιείται το πρόγραμμα διαβίωσης των τουριστών ποιότητας στο νησί Άλλο

9. Για ποιο λόγο πιστεύετε ότι οι τουρίστες προτιμάνε την Κρήτη για τις διακοπές τους;

δεν υπάρχει κυκλοφοριακή συμφόρηση Τα ταξίδια είναι ευκολότερα και φθηνότερα
Τα προϊόντα των τοπικών αγορών είναι φθηνότερα, καλύτερης ποιότητας και αυθεντικά
Η επαφή με τον τοπικό πληθυσμό και η γνωριμία της τοπικής κοινωνίας είναι ευκολότερη και
αμεσότερη Η πρόσβαση στα πολιτισμικά μνημεία, στους αρχαιολογικούς χώρους, στα
μουσεία κ.λπ. είναι ευκολότερη και φθηνότερη . Άλλο

10. Θα ήσασταν διατεθειμένοι να συμμετείχατε σε μία κίνηση για την ενίσχυση του τουρισμού στη Κρήτη;

ΝΑΙ ΟΧΙ

11. Αν ΟΧΙ, γιατί ;

.....
.....

12. Τι ποσοστό τουριστών ήταν Έλληνες και τι Αλλοδαποί ;

0-100% 20-80% 30-70% 40-60% 50-50% 10-90%
100-0% 80-20% 70-30% 60-40% 90-10%

Βιβλιογραφία

- ❖ Βαρβαρέσου , Στ., 2001, “*Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές*”, Εκδόσεις Σακουλά
- ❖ Βελισσαρίου Ε., 2002, “*Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού*, από το πρόγραμμα σπουδών *Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων*” (τόμος Δ΄), Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα
- ❖ Μυλωνάκης Ι., Σιώμκος Γ., 2008, “*Μάρκετινγκ Ι Τόμος Β – Συμπεριφορά Καταναλωτή*”, Πάτρα: ΕΑΠ
- ❖ Τσάρτας, Π., 1996, “*Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι : κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*,” Εκδόσεις Σταμούλη
- ❖ Τσάρτας, Π., 1996, “*Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι : κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*”, Εκδόσεις Σταμούλη
- ❖ Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ΄, “*Τουριστικός Τομέας*”, Έκδοση για Ε.Α.Π.
- ❖ Λογοθέτη, Χ., 1997, “*Τουρισμός και βιώσιμη ανάπτυξη*”, Εκδόσεις Σακκουλά
- ❖ Λογοθέτη, Χ., 2001, “*Δίκαιο της τουριστικής βιομηχανίας*”, Εκδόσεις Σακκουλά
- ❖ Μπουραντάς Δ., Παπαλεξανδρή Ν., 1998, “*Εισαγωγή στη Διοίκηση Επιχειρήσεων*”, εκδόσεις Μπένου, Αθήνα
- ❖ Καζάζης Ν., 2000, “*Αποτελεσματικό Μάρκετινγκ για κερδοφόρες πωλήσεις*”, εκδόσεις Σταμούλης
- ❖ Κοκκώσης, Χ, Τσάρτας, Π., 2001, “*Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*”, Εκδόσεις Κριτική
- ❖ Σφακιανάκης Μανόλης, 2000, “*Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*”, ΕΛΛΗΝ, Αθήνα
- ❖ Τσίπουρα, Αν., 1998, “*Η εποχικότητα του τουρισμού στην Ελλάδα και τις ανταγωνίστριες χώρες*”, έκδοση ΙΤΕΠ
- ❖ Χρήστου Ευαγ., 1999, “*Έρευνα Τουριστικής Αγοράς*”, εκδόσεις interbooks, Αθήνα
- ❖ Crick, M., 1989, “*Representations of International Tourism in the Social Sciences*” , McGraw Hill, London
- ❖ Montana P. & Charnov B., 2005, “*Μάνατζμεντ*”, 3^η Αμερικάνικη Έκδοση, Αθήνα, Κλειδάριθμος
- ❖ Saunders M., Lewis P. and Thornhill A., 2000, “*Research Methods For Business Students*”, London: Prentice Hall.
- ❖ Saunders et all, 2005, “*Specified ways for research and analysis of data*”, Prentice Hall
- ❖ Sheldon, P.J., 1997, “*Tourism Information Technology*”, McGraw Hill, London
- ❖ Zikmund W.G., (2005), “*Business Research Methods*”. London: Harcourt college publishers.
- ❖ Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας, Σεπτέμβριος 2007 , Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών
- ❖ Έντυπη έκδοση-Ελευθεροτυπία –συντάκτης Γιάννης Λυβιάκης ,Μάρτιος 2009

Πηγες από το Διαδίκτυο

- ❖ www.keremep-cree.org/european_policies2/eu_policies_3_gr.html, “Πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τον Τουρισμό”
- ❖ www.eur.lex.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=com:2007:0621:FIN:EL:PDF, “Ατζέντα για έναν αειφόρο και ανταγωνιστικό ευρωπαϊκό περιβάλλον”
- ❖ www.euro-info.gr/showProductsbyId.asp?Product_id=32580, “Μέτρα για το περιβάλλον και τις μεταφορές”
- ❖ www.naftemporiki.gr, άρθρο “Το μέλλον του Τουρισμού στην Ευρωπαϊκή Ένωση”, δημοσίευση 12 Μαρτίου 2007.
- ❖ www.touristorama.gr, 2009
- ❖ www.agrotravel.gr, 2009
- ❖ Υπουργείου Ανάπτυξης, «Τουρισμός – Στόχοι και Προτεραιότητες», Οκτώβριος 2004
- ❖ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού στη Κρήτη», Α΄ & Β΄ Τεύχος, Σεπτέμβριος 2007
- ❖ Ι.Τ.Ξ.Ε., «Μελέτη σχεδιασμού δράσεων για την ανάπτυξη χειμερινού τουρισμού σε ανεπτυγμένες τουριστικές περιοχές», (ΕΟΤ), Α΄ τεύχος Ιούλιος 2006 – Β΄ τεύχος Ιούλιος 2007.
- ❖ ΕΣΥΕ, Στατιστικό Πρόγραμμα Τουρισμού 2007 (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα ανταγωνιστικότητα και επιχειρηματικότητα 2007-2013)